107 年委託研究報告

案號：NCCT107005

促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究採購案

期末報告

委辦單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

中華民國 108 年 3 月

107 年委託研究報告

GRB：PG10705-0011

促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究採購案期末報告

受委託單位

財團法人台灣經濟研究院

計畫主持人

王怡惠

研究人員

白卿芬、曾筱媛、陳萱、梁曼嫻、黃世蕙

研究期程：中華民國 107 年 5 月至 108 年 3 月

研究經費：新臺幣 280 萬 5,300 元

本報告不必然代表國家通訊傳播委員會意見

中華民國 108 年 3 月

目次

目次.....I
表次.....VII
圖次.....XI
摘要.....XV
Abstract.....XX
第一章　緒論.....1
第一節　研究緣起與背景.....1
第二節　工作項目.....5
第三節　研究方法.....6
一、 文獻分析法.....7
二、 制度比較法.....7
三、 文本內容分析法及收視率調查法.....7
四、 問卷調查法.....9
五、 焦點團體座談法.....11
第四節　預期成果.....16
第二章　國外文獻蒐集.....17
第一節　美國.....17
一、規管現況.....17
二、自製節目相關法規.....18
第二節　英國.....21
一、規管現況.....21
二、自製節目相關法規.....21
第三節　法國.....26
一、規管現況.....26
二、自製節目相關法規.....27
第四節　歐盟.....34
一、規管現況.....34

二、自製節目相關法規.....35
第五節　加拿大.....40
一、規管現況.....40
二、自製節目相關法規.....41
第六節　日本.....49
一、規管現況.....49
二、自製節目相關法規.....49
第七節　韓國.....53
一、規管現況.....53
二、自製節目相關法規.....53
第八節　澳洲.....57
一、規管現況.....57
二、自製節目相關法規.....57
第九節　中國.....65
一、規管現況.....65
二、自製節目相關法規.....66
第十節　泰國.....74
一、規管現況.....74
二、自製節目相關法規.....74
第十一節　馬來西亞.....78
一、規管現況.....78
二、自製節目相關法規.....78
第十二節　新加坡.....81
一、規管現況.....81
二、自製節目相關法規.....81
第十三節　台灣.....84
一、規管現況.....84
二、自製節目相關法規.....84
第十四節　小結.....92
一、是否訂定自製節目比例或限制外製節目比例.....92
二、是否制訂差異性做法及規範.....92

三、協助自製節目產製及提升本國文化制定相關政策部分.....94
四、各國彙整.....96
第三章　國內現有執行情況調查分析.....112
第一節　調查項目與調查頻道.....112
一、節目排播情形及變化調查項目.....112
二、平均收視率及廣告收益推估調查項目.....112
三、調查頻道.....114
第二節　節目排播情形及變化：調查方法與步驟.....118
一、調查範圍.....118
二、調查期間.....120
三、調查時段.....121
四、調查節目類型.....121
五、資料蒐集方法.....125
六、調查類目.....126
七、資料處理與編碼規則.....127
八、分析與計算方式.....133
第三節　節目排播情形及變化：依頻道類型之分析結果.....136
一、 無線電視頻道.....136
二、 有線系統頻道.....141
三、 MOD 平臺頻道.....147
四、 三類型頻道比較分析.....151
第四節　節目排播情形及變化：依節目類型之分析結果.....156
一、 兒童節目.....156
二、 戲劇節目.....164
三、 綜藝節目.....173
四、 電影節目.....182
五、 四類型節目比較分析.....189
第五節　平均收視率及廣告收益推估：調查方法與步驟.....203
一、調查範圍.....204
二、調查期間.....204
三、調查時段.....205

四、資料蒐集方法.....206
五、分析與計算方式.....207
第六節　平均收視率及廣告收益推估：調查結果.....211
一、 無線電視頻道.....211
二、 有線系統頻道.....214
三、 MOD 平臺頻道.....218
第七節　小結.....220
一、節目排播情形及變化：依頻道類型之研究結果.....220
二、節目排播情形及變化：依節目類型之研究結果.....223
三、平均收視率及廣告收益推估之研究結果.....230
第四章　民眾滿意度調查.....234
第一節　問卷設計.....234
一、問卷效度專家諮詢會議.....234
二、問卷信度分析.....234
第二節　問卷執行.....236
一、調查方式.....236
二、調查母體及範圍.....236
三、調查對象.....236
四、調查日期與時間.....236
五、調查內容.....237
六、抽樣設計.....238
七、抽樣誤差.....239
八、統計分析方法.....240
第三節　調查結果.....243
一、基本收視概況.....243
二、民眾對本國自製節目內容之收視行為與滿意度.....247
三、法規內容知悉度.....277
四、非本國自製節目冠名贊助法規.....289
五、相關建議.....292
第四節　小結.....293
一、民眾對本國自製節目內容之收視行為與滿意度.....293

二、民眾對本國自製節目相關法規之支持度與知悉度 297
第五章　焦點團體座談報告 299
第一節　無線電視業者與境內衛星頻道業者焦點座談會.....299
第二節　學者/公民團體/內容產製業者焦點座談會 309
第三節　民眾焦點座談會.....318
第四節　小結.....322
第六章　結論與建議 324
第一節　結論.....324
一、各國規管情形分析.....324
二、自製節目補助政策分析 329
三、國內現有節目排播變化分析 332
四、民眾滿意度調查分析.....334
五、焦點座談會議重要意見分析 337
六、實施成效及頻道遵守程度 340
第二節　建議.....343
一、本國製節目及本國製新播節目之認定標準 343
二、指定時段節目類型之適切定義 344
三、納管節目類別、主要及指定時段、合格比率及查核基準期間.....347
四、境外頻道應否納管.....349
五、無線、衛星等不同收視平臺，是否應避免差別待遇，齊一管理.....350
六、相關業者成本計算及營收變化之簡易表格設計 351
七、為符合市場趨勢、管制實務、提升本國文化話語權、提升本國製節目及本國製新播節目質量之法規修正方向與政策建議.....354
八、提撥共同基金之可行性及具體實施策略建議.....356
九、提出本國製節目如何行銷海外之策略建議.....358
十、提升本國節目文化質、量效果之政策、法規建議.....361
參考資料.....364

附件一　指標頻道列表 376
附件二　通傳會目前監理所採之節目類型認定標準 379
附件三　民眾收視行為與內容滿意度調查問卷 380
附件四　無線電視業者與境內衛星頻道業者焦點座談會議紀錄 388
附件五　學者/公民團體/內容產製業者焦點座談會議紀錄.....435
附件六　民眾焦點座談會議紀錄 511
附件七　民眾收視行為與內容滿意度調查結果（含交叉分析）....547

表次

表 1-1 節目排播選定研析頻道 8
表 1-2 平均收視率選定研析頻道 8
表 1-3 市話樣本配製表.....10
表 1-4 手機樣本配製表.....11
表 2-1 法國免付費電視台全國播放之黃金時段規範 29
表 2-2 歐盟文化創意產業政策發展脈絡 37
表 2-3 澳洲自製節目播放時段、自製及新播比例整理 61
表 2-4 澳洲符合製作人稅額抵免之資格表 63
表 2-5 中國自製及排播節目相關法規 71
表 2-6 兩辦法播放本國自製節目規定 86
表 2-7 各國自製節目及相關補助政策比較 96
表 2-8 各國規管政策內容比較表 97
表 3-1 調查項目列表.....114
表 3-2 調查頻道列表.....115
表 3-3 國內頻道分析類別比例 119
表 3-4 指標頻道分析比例 120
表 3-5 調查期間.....120
表 3-6 調查時段.....121
表 3-7 節目類型定義.....122
表 3-8 分析類目操作型定義 128
表 3-9 分析項目計算方式 133
表 3-10 分析項目平均值計算方式 135
表 3-11 無線電視頻道本國戲劇節目播出率最大值、最小值 140
表 3-12 各無線電視頻道本國戲劇節目播出率與新播率 140
表 3-13 有線系統頻道四類型本國節目播出率最大值、最小值 144
表 3-14 各有線系統頻道四類型本國節目播出率與新播率 145
表 3-15 MOD 平臺頻道四類型本國節目播出率最大值、最小值.....150
表 3-16 各 MOD 平臺頻道四類型本國節目播出率與新播率 151
表 3-17 有線系統頻道本國兒童節目播出率最大值、最小值 160
表 3-18 各有線系統頻道本國兒童節目播出率與新播率 160

表 3-19 各 MOD 平臺頻道本國兒童節目播出率與新播率.....163
表 3-20 有線系統頻道本國戲劇節目播出率最大值、最小值.....167
表 3-21 各有線系統頻道本國戲劇節目播出率與新播率.....168
表 3-22 MOD 平臺頻道本國戲劇節目播出率最大值、最小值.....172
表 3-23 各 MOD 平臺頻道本國戲劇節目播出率與新播率.....172
表 3-24 有線系統頻道本國綜藝節目播出率最大值、最小值.....176
表 3-25 各有線系統頻道本國綜藝節目播出率與新播率.....177
表 3-26 MOD 平臺頻道本國綜藝節目播出率最大值、最小值.....181
表 3-27 各 MOD 平臺頻道本國綜藝節目播出率與新播率.....181
表 3-28 有線系統頻道本國電影節目播出率最大值、最小值.....185
表 3-29 各有線系統頻道本國電影節目播出率與新播率.....185
表 3-30 各 MOD 平臺頻道本國電影節目播出率與新播率.....188
表 3-31 尼爾森收視率調查樣本數與可推估母體.....203
表 3-32 平均收視率調查時段.....205
表 3-33 無線電視頻道廣告收益變化推估.....214
表 3-34 有線系統頻道廣告收益變化推估.....217
表 3-35 MOD 平臺頻道廣告收益變化推估.....219
表 3-36 調查期間本國節目總播出時數與新播時數.....229
表 3-37 調查期間本國節目總播出時數與新播時數變化.....229
表 3-38 調查期間本國節目播出率與新播率.....230
表 3-39 調查期間本國節目播出率與新播率變化.....230
表 3-40 無線電視頻道上、下半年收視數值總表及廣告收益變化..231
表 3-41 有線系統頻道上、下半年收視數值總表及廣告收益變化..232
表 3-42 MOD 平臺頻道上、下半年收視數值總表.....233
表 4-1 問卷信度分析.....235
表 4-2 市話分層樣本結構.....239
表 4-3 是否有看過本國製節目（依年齡、教育程度、居住地區）245
表 4-4 對本國製電影類節目的收視意願（依性別、年齡）.....248
表 4-5 收看本國製電影類節目的次數變化（依性別、年齡）.....250
表 4-6 本國製電影類節目收看次數與內容品質滿意度之關聯性....252
表 4-7 對本國戲劇節目收視意願（依性別、年齡、教育程度）....254

表 4-8 收看本國製戲劇類節目的次數變化（依年齡、教育程度、居住地區）.....256
表 4-9 對本國製戲劇類節目內容品質滿意度（依性別、年齡）....258
表 4-10 對本國製戲劇類節目數量滿意度（依年齡、教育程度）..260
表 4-11 對本國製戲劇類節目整體滿意度（依年齡、教育程度）..261
表 4-12 本國製戲劇類節目收看次數與內容品質滿意度交叉表.....262
表 4-13 本國綜藝節目收視意願（依年齡、教育程度、居住地區）.....264
表 4-14 收看本國製綜藝類節目的次數變化（依居住地區）.....266
表 4-15 對本國綜藝節目內容品質滿意度（依年齡、教育程度）..268
表 4-16 對本國製綜藝類節目數量滿意度（依年齡、教育程度）..269
表 4-17 對本國製綜藝類節目整體滿意度（依年齡、教育程度）..271
表 4-18 本國製綜藝類節目收看次數與內容品質滿意度交叉表.....272
表 4-19 對本國製兒童類節目的收視意願（依性別）.....273
表 4-20 收看本國製兒童類節目的次數變化（依性別、教育程度）.....274
表 4-21 對本國製兒童類節目數量滿意度（依性別）.....276
表 4-22 本國製兒童類節目收看次數與內容品質滿意度交叉表.....277
表 4-23 「播送一定比例以上的本國自製節目」政府規定支持度（依性別、年齡、教育程度）.....279
表 4-24 兩項辦法知悉度（依性別、年齡、教育程度、居住地區）.....281
表 4-25 兩項辦法成立目的知悉度（依年齡、教育程度）.....283
表 4-26 對 NCC 兩項辦法管理內容清楚度（依年齡、教育程度）284
表 4-27 對 NCC 兩項辦法管理類型清楚度（依年齡、教育程度）286
表 4-28 對 NCC 兩項辦法管理比例清楚度（依教育程度）.....287
表 4-29 對 NCC 兩項辦法管理時段清楚度（依年齡、教育程度）288
表 4-30 非本國自製節目冠名贊助法規支持度（依年齡、教育程度、居住地區）.....291
表 4-31 四類本國製節目內容品質滿意度與收看次數之關聯.....295

表 4-32 各年齡層對「播送一定比例以上的本國自製節目」規定支持度.....297
表 4-33 各年齡層對非本國自製節目冠名贊助法規支持度.....298
表 5-1 業者焦點座談會.....299
表 5-2 廣電影視相關學者、公民團體及內容產製業者焦點座談會 309
表 6-1 盤點期間之盤點頻道相關自製節目/新播節目執行成效.....333
表 6-2 民眾對於本國自製節目滿意度.....336
表 6-3 106 年頻道未符合自製率及新播率情形.....341
表 6-4 本國自製節目之各類型節目定義.....344
表 6-5 我國歷年電視金鐘獎獎勵辦法對綜藝類相關節目定義.....346
表 6-6 我國自製節目規定.....347
表 6-7 節目播出時數假設.....352
表 6-8 頻道節目收入計算.....352
表 6-9 頻道節目自製/外購成本計算表格.....353

圖次

圖 1-1 本國自製節目意涵與新興議題 2
圖 1-2 研究架構圖.....6
圖 2-1 英國倫敦外節目生產配額（2018） 23
圖 2-2 2013-2017 年各 PSBs 英國倫敦外節目數量及預算比例.....24
圖 2-3 加拿大本國自製播映時數規範調整 47
圖 2-4 日本節目海外擴張之基礎設施綜合改善事業概略圖 52
圖 2-5 各國自製節目管制及文化扶植政策比較圖 95
圖 3-1 無線電視頻道主要時段戲劇節目總播出時數 136
圖 3-2 無線電視頻道本國戲劇節目總播出時數與新播時數 137
圖 3-3 無線電視頻道本國戲劇節目平均播出率與平均新播率 138
圖 3-4 有線系統頻道指定時段四類型節目總播出時數 141
圖 3-5 有線系統頻道四類型本國節目總播出時數與新播時數 142
圖 3-6 有線系統頻道四類型本國節目平均播出率與平均新播率 143
圖 3-7 MOD 平臺頻道指定時段四類型節目總播出時數.....147
圖 3-8 MOD 平臺頻道四類型本國節目總播出時數與新播時數.....148
圖 3-9 MOD 平臺頻道四類型本國節目平均播出率與平均新播率...149
圖 3-10 調查期間三類型頻道本國節目總播出時數 152
圖 3-11 調查期間三類型頻道本國節目新播時數 152
圖 3-12 上半年三類型頻道本國節目平均播出率與平均新播率 153
圖 3-13 下半年三類型頻道本國節目平均播出率與平均新播率 154
圖 3-14 調查期間三類型頻道本國節目平均播出率 155
圖 3-15 調查期間三類型頻道本國節目平均新播率 155
圖 3-16 有線系統頻道指定時段兒童節目總播出時數 157
圖 3-17 有線系統頻道本國兒童節目總播出時數與新播時數 158
圖 3-18 有線系統頻道本國兒童節目平均播出率與平均新播率 159
圖 3-19 MOD 平臺頻道指定時段兒童節目總播出時數.....161
圖 3-20 MOD 平臺頻道本國兒童節目總播出時數與新播時數.....162
圖 3-21 MOD 平臺頻道本國兒童節目平均播出率與平均新播率.....163
圖 3-22 有線系統頻道指定時段戲劇節目總播出時數 164
圖 3-23 有線系統頻道本國戲劇節目總播出時數與新播時數 165

圖 3-24 有線系統頻道本國戲劇節目平均播出率與平均新播率 166
圖 3-25 MOD 平臺頻道指定時段戲劇節目總播出時數.....169
圖 3-26 MOD 平臺頻道本國戲劇節目總播出時數與新播時數.....170
圖 3-27 MOD 平臺頻道本國戲劇節目平均播出率與平均新播率.....171
圖 3-28 有線系統頻道指定時段綜藝節目總播出時數 173
圖 3-29 有線系統頻道本國綜藝節目總播出時數與新播時數 174
圖 3-30 有線系統頻道本國綜藝節目平均播出率與平均新播率 175
圖 3-31 MOD 平臺頻道指定時段綜藝節目總播出時數.....178
圖 3-32 MOD 平臺頻道本國綜藝節目總播出時數與新播時數.....179
圖 3-33 MOD 平臺頻道本國綜藝節目平均播出率與平均新播率.....180
圖 3-34 有線系統頻道指定時段電影節目總播出時數 182
圖 3-35 有線系統頻道本國電影節目總播出時數與新播時數 183
圖 3-36 有線系統頻道本國電影節目平均播出率與平均新播率 184
圖 3-37 MOD 平臺頻道指定時段電影節目總播出時數.....186
圖 3-38 MOD 平臺頻道本國電影節目總播出時數與新播時數.....187
圖 3-39 MOD 平臺頻道本國電影節目平均播出率與平均新播率.....188
圖 3-40 調查期間本國兒童節目總播出時數 189
圖 3-41 調查期間本國兒童節目新播時數 190
圖 3-42 調查期間本國戲劇節目總播出時數 190
圖 3-43 調查期間本國戲劇節目新播時數 191
圖 3-44 調查期間本國綜藝節目總播出時數 191
圖 3-45 調查期間本國綜藝節目新播時數 192
圖 3-46 調查期間本國電影節目總播出時數 192
圖 3-47 調查期間本國電影節目新播時數 193
圖 3-48 調查期間有線系統頻道四類型本國節目總播出時數 194
圖 3-49 調查期間有線系統頻道四類型本國節目新播時數 194
圖 3-50 調查期間 MOD 平臺頻道四類型本國節目總播出時數.....195
圖 3-51 調查期間 MOD 平臺頻道四類型本國節目新播時數.....196
圖 3-52 上半年有線頻道四類型本國節目平均播出率與新播率 197
圖 3-53 下半年有線頻道四類型本國節目平均播出率與新播率 198
圖 3-54 上半年 MOD 頻道四類型本國節目平均播出率與新播率...199

圖 3-55 下半年 MOD 頻道四類型本國節目平均播出率與新播率...200
圖 3-56 調查期間有線系統頻道四類型本國節目平均播出率 201
圖 3-57 調查期間 MOD 平臺頻道四類型本國節目平均播出率.....201
圖 3-58 調查期間有線系統頻道四類型本國節目平均新播率 202
圖 3-59 調查期間 MOD 平臺頻道四類型本國節目平均新播率.....202
圖 3-60 無線電視頻道上、下半年主要時段平均收視率 212
圖 3-61 無線電視頻道上、下半年主要時段總收視率 213
圖 3-62 有線系統頻道上、下半年指定時段平均收視率 215
圖 3-63 有線系統頻道上、下半年指定時段總收視率 216
圖 3-64 MOD 平臺頻道上、下半年指定時段平均收視率.....218
圖 3-65 MOD 平臺頻道上、下半年總收視率.....219
圖 4-1 過去 7 天內有沒有看過無線電視、有線電視或 MOD 頻道.243
圖 4-2 通常收看無線電視、有線電視或 MOD 頻道的時段.....244
圖 4-3 過去 7 天內是否有看過本國製的電視節目 245
圖 4-4 本國製電視節目中較常收看的節目類型 247
圖 4-5 去年至今對本國製電影類節目的收視意願 248
圖 4-6 去年至今收看本國製電影類節目的次數變化 249
圖 4-7 對近一年本國製電影類節目內容品質滿意度 250
圖 4-8 對近一年本國製電影類節目數量滿意度 251
圖 4-9 對近一年本國製電影類節目整體滿意度 251
圖 4-10 去年至今對本國製戲劇類節目的收視意願 253
圖 4-11 去年至今收看本國製戲劇類節目的次數變化 255
圖 4-12 對近一年本國製戲劇類節目內容品質滿意度 257
圖 4-13 對近一年本國製戲劇類節目數量滿意度 259
圖 4-14 對近一年本國製戲劇類節目整體滿意度 261
圖 4-15 去年至今對本國製綜藝類節目的收視意願 263
圖 4-16 去年至今收看本國製綜藝類節目的次數變化 265
圖 4-17 對近一年本國製綜藝類節目內容品質滿意度 267
圖 4-18 對近一年本國製綜藝類節目數量滿意度 269
圖 4-19 對近一年本國製綜藝類節目整體滿意度 270
圖 4-20 去年至今對本國製兒童類節目的收視意願 272

圖 4-21 去年至今收看本國製兒童類節目的次數變化 273
圖 4-22 對近一年本國製兒童類節目內容品質滿意度 275
圖 4-23 對近一年本國製兒童類節目數量滿意度 275
圖 4-24 對近一年本國製兒童類節目整體滿意度 276
圖 4-25 「播送一定比例以上的本國自製節目」政府規定支持度 ..278
圖 4-26 對 NCC 兩項辦法知悉度 280
圖 4-27 對 NCC 兩項辦法成立目的知悉度 282
圖 4-28 對 NCC 兩項辦法管理內容清楚度 284
圖 4-29 關於 NCC 兩項辦法對本國自製節目管理類型清楚度 285
圖 4-30 關於 NCC 兩項辦法對本國自製節目管理比例清楚度 287
圖 4-31 關於 NCC 兩項辦法對本國自製節目管理時段清楚度 288
圖 4-32 非本國自製節目冠名贊助法規支持度 289
圖 4-33 本國電視節目自製的政策相關建議 292
圖 4-34 四類本國製電視節目收視意願比較 294
圖 4-35 四類本國製電視節目收看次數比較 294
圖 4-36 四類本國製電視節目內容品質滿意度比較 295
圖 4-37 四類本國製電視節目播放數量滿意度比較 296
圖 4-38 四類本國製電視節目整體滿意度比較 296

摘要

關鍵字：節目內容自製、新播、文化話語權、排播政策

一、 研究緣起

我國於 105 年 12 月 27 日發布《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》、《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》（下稱兩辦法）。本研究透過國外文獻蒐集、國內現有執行情形調查分析、民眾滿意度調查、焦點團體座談之方法，就實施情形進行查核，探究現有辦法之合理性、掌握電視事業傳播本國文化之產能與媒體市場環境，以作為後續相關政策法規之參考。

二、 研究方法及過程

本研究藉由文獻資料分析、文本內容分析、問卷調查、焦點團體座談等研究方法來完成研究工作。首先，本研究透過文獻資料分析法，掌握委託研究國家與組織對電視頻道本國製節目相關管理政策；第二，以文本內容分析本國節目自兩辦法實施後，國內實際執行之相關情況，另在國內執行現況部分，挑選代表性頻道，分析其平均收視率與廣告收益推估等項目；第三，以問卷調查方式，就法令本身與節目內容品質之滿意程度進行電話調查；最後以焦點團體座談法，共舉行十五場焦點座談會，以了解兩辦法實施結果。最後綜整上述研究分析，提出政策建議，以供產官學界參考。

三、 重要發現

本研究整理國外 11 國 1 區域以及台灣之本國自製節目相關文獻，歸納出幾種針對自製節目管理上之不同做法：訂定播放比例、限制國外產製節目播放比例。對於不同規管對象（例如不同類型電視台）制定差異性規範、訂定文化扶植政策（提撥共同基金或制定本國文化政策）。多數國家對於國內自製節目播放比例及外製節目播放比例進行管制，亦實行國內文化之自製節目補助政策。

本研究分析各類型頻道節目表與收視相關數值表現，了解該兩辦法施行後於 106 年計約 1 年期間，各頻道、各類型節目在主要或指定時段播出本國節目與收視率等相關情形。研究結果發現，兩辦法實施後，我國電視頻道絕大部分皆符合法規要求，且有比率上升的趨勢。有線系統頻道的本國節目總播出時數與新播時數以本國綜藝節目為最多、本國戲劇節目次之。MOD 的總播出時數亦以本國綜藝節目為最多，但是新播時數以本國戲劇節目最多。整體來看，本國綜藝節目平均播出率皆明顯偏高；但在新播率部分，有線系統頻道以兒童節目及綜藝節目較高，MOD 平臺頻道則以兒童節目及戲劇節目較高，綜藝節目及電影節目明顯較低；本國電影節目則無論是在有線系統頻道或 MOD 平臺頻道，播出率及新播率都明顯偏低。

在民眾滿意度調查部分，民眾對於各類型節目的收視意願大多

沒有改變；收視意願有提高者，以電影類的比例最高，收視意願降低者，以綜藝類的比例最高。大多數民眾對於相關辦法的實施持支持態度，儘管如此，絕大多數民眾並不了解政策的具體內容，顯示相關政策推廣仍有不足。

為理解兩辦法執行成效，本研究舉辦焦點座談，以業界、學界、民眾觀點來分析。業者多認為兩辦法以半年計算撥出比例的規定，限制排播的自由度，也不符合業界排播的實際情形；多數專家學者認為兩辦法可提升本國自製與新播節目之數量，但憂心無法反映在節目品質提升層面；參與焦點座談之民眾對於兩辦法多採支持態度，對戲劇品質提昇較為有感。年輕與會者多傳遞「不看我國電視節目」之訊息。

四、 主要建議事項

綜合本研究發現，提出建議如下：

(一)現行規定對本國製節目及本國製新播節目之認定標準，可以鼓勵業者合資製作自製節目。建議維持現行認定標準。

(二)本國一年自製電影片源有限，業者欲達成新播比例難度較其他類別為高。因此，本研究建議研擬降低電影類別新播比例，或是放寬電影類別的範圍至微電影（但須具體認定性質）。

(三)目前查核係依據頻道每半年播出時數計算，易造成頻道排播節目不便，從產業現況及管制實務而言，本研究亦建議將查核期

間，由半年改為一年。

(四)本研究建議，可要求境外頻道若欲進入台灣市場，應提撥營業額一定比例，做為提供內容產製之共同基金部分資金來源。

(五)無線電視台因使用公共頻譜資源，要求其自製節目內容比例有其合理性，而有線電視為我國民眾主要收視來源，基於自製節目內容政策於文化價值保護之意義，但考量其未使用公共資源，其自製節目內容要求比例可與無線電視不同。因此，本研究建議維持現行區分不同類型業者之差異性規範。

(六)就市場趨勢與管制實務層面與提升本國文化話語權，本研究建議修正自製節目之綜藝類型定義，並考慮納入動畫內容，因此，本研究建議修改《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》相關條文，由「電影（含紀錄片）」，改為「電影（含紀錄片、動畫）」；由「綜藝」，改為「綜藝（含綜藝，包括風格、益智與實境節目）」；由「兒童」，改為「兒童（含動畫）」。

(七) 建議參考加拿大與韓國設置基金的作法，確保大多數電視台將其部分收入再投資於內容的創作，並且兼顧文化扶植與網際網路產業的政策，將高畫質技術（例如 4K、8K）、網際網路技術（例如 5G）之發展趨勢納入我國制訂政策參考。

(八)擴大原獎補助辦法獎補助範圍，另可參考日本相關政策，從行

銷與推廣層面將自製節目推廣至鄰近國家。爭取國際 OTT 影音業者來臺設立分公司，使更多業者透過國際 OTT 影音平臺行銷至更多國家。

(九)建議電視節目製作補助要點第三條第三項第三款改為「選擇我國原創作品（如漫畫、文學等）改編，能延展作品價值，增加與培養閱觀人口者尤佳。」藉由從事影視專業人員之意見，以正面表列數項標準，作為對本國製節目予以補助之考量因素。

Abstract

On the 27th December, 2016, "Regulations on Terrestrial TV Business Broadcasting Domestically-produced Programs" and "Regulations on Satellite Broadcasting Program Supplier Broadcasting Domestically-Produced Programs." were promulgated in Taiwan. Half a year after these two regulations went into effect, it was founded that some broadcasters do not meet the legal requirement. In order to improve the policies on domestically-produced broadcasting programs in Taiwan, it is necessary to examine existing regulations in both Taiwan and abroad to fully understand domestic media market and how television industry spread the culture of the country through dissemination of information. The conclusion of this study can serve as a reference for development of policies and regulations.

This study puts forward suggestions on the domestically-produced broadcasting program policies directed from review of foreign literature, investigation and analysis of regulation implementation, a survey on the public’s opinion on domestically-produced broadcasting programs and focus group discussions.Based on the analysis of above work, the main findings of this study are as follows:

1. Standard of Domestically-produced New Broadcast Programs

This study suggests that the current standard of domestically-produced new broadcast programs should be maintained .

2. The Definition of the Four Types of Programs

In order to improve the diversity and flexibility of the standard of domestically-produced programs, it is suggested to broad the definition of variety program to include life style, quiz and reality TV programs. In addition, some entertainment-oriented talk shows should also be considered variety shows.

3. Other Types of Program, Prime Time, Ratio Requirement and Calculation Period

Animations should be included in the children's category or the movie category. However, considering the fact that production of animation in Taiwan may not be sufficient , animations should not be categorized into an independent type of program. This study suggests that Prime time period should be maintained and the ratio of new broadcast for the domestically-produced movie programs should be reduced. In addition, the period of inspection should be revised from half a year to one year.

4. Overseas Channel

This study suggests that requirements be established for overseas channel which wants to enter the Taiwan market. They are mandated to contribute a certain percentage of its revenue to mutual fund for the content production.

5. Different Requirement for Cable TV and Terrestrial TV

The requirement of ratio of broadcast/new broadcast for cable TV can be different from that of terrestrial TV. Therefore, this study suggests the current regulation be maintained.

6. Form for Calculating Revenue and Cost of broadcaster

This study proposes a calculation to help generate the data on the broadcast hours, revenue of programs and cost of production.

7. Recommendation for Revision of Regulation

This study proposes to amend Article 5, paragraphs 2, 3 and 4 of the " Regulations on Satellite Broadcasting Program Supplier Broadcasting Domestically-Produced Programs ".

8. Suggestions for Policy on Funding

This study suggests to discuss the use of the existing “The Cable Radio and Television Development Fund”, for other purposes such as improving content of domestically-produced programs, subsidizing operators with

4K/8K technology, and offering financial aid for developing 5G technology.

9. Recommendation on Overseas Market

(1) Promote the Sale of Domestically-produced Programs

(2) Expand the scope of reward subsidy

(3) Attract international OTT to set up a branch in Taiwan, in order to facilitate the sales of domestically-programs to other countries through the international OTT audio and video platform.

10. Recommendation on Improvement of Program Quality

This study suggests that Art. 3. 3.(3) of “2018 Directions for Funding Production of Television Programs be amended”.

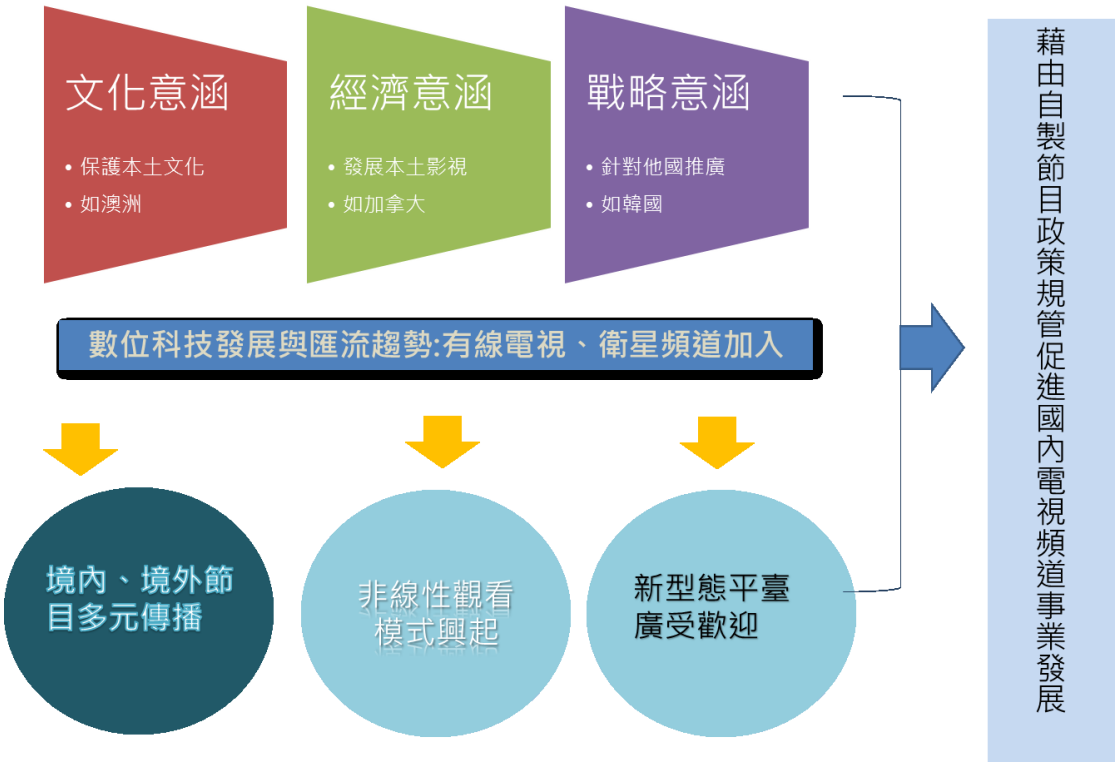
Key Words:

Ratio of Domestically-produced Programs, Ratio of New Broadcast, Category of Domestically-produced Programs, Cultural Policy, Broadcastpolicy

第一章　緒論

第一節　研究緣起與背景

國際間節目規管的議題緣起於無線廣播（terrestrial broadcasting）時期，國家政策制定以法令規管國內電視及廣播電台節目內容，端正風氣，監督文化，惟今日科技進步，數位及網際網路高度發展，除節目內容型態多變，傳播管道亦跳脫無線電台，增添有線、衛星及網路等新渠道，民眾可以收看的節目管道增加，是以近年各國政策制定者對此等發展現象，在內容規管上，自製節目的製播政策除卻文化層面的保護外，加入經濟層面考量予以擘劃，對於早期內容規管之目的、成效，皆予以重審規劃。如澳洲自製節目政策現今注重本國文化價值之保護，除限制境外節目數量並要求提撥資金給國內特定節目製作；加拿大影視產業發展偏重私營企業，政策即以經濟層面的外銷稅率優惠為主，推廣節目外銷；韓國內容產業不受英美國家的文化影響，卻也重視內容保護，積極推動本土影視平臺內容產製，戰略性推廣節目至東南亞外銷（Picard, Davis, Papandrea, & Park, 2016）。



資料來源:本研究

圖 1-1 本國自製節目意涵與新興議題

保護國家文化與強調國內自製節目，從傳播發展歷史上，可看到由美國、西方影視節目強大主導的內容產業，於數位匯流時代後逐漸退散，電視頻道事業體在網際網路、有線電視、衛星頻道加入後，消費者不再受限進出口的影視內容，境內、境外節目多元傳播，加上電視的消費習慣，從過去定點定時的觀看模式，趨向非線性節目（non-liner）觀看模式，是以線上影視串流、隨選視訊平臺服務廣受歡迎，如何在影視產製渠道多元、消費習慣改變的生態環境下，藉由自製節目政策規管促進國內電視頻道事業之發展，是為國內外政策制定者之重大議題。

電視節目內容內蘊共同生活之情感，在國族層面上也深具匯聚、認同（identity）之作用，傳播學者也認為電視節目是公共領域（public sphere）再現之領域（Dahlgren, 1995）。對於民主實踐、落實公民場域，具有非常重要之地位。

為促進多元文化發展，深根我國本土文化，我國於 105 年 12 月 27 日正式對外發布《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》、《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》（以下稱「該兩辦法」），然仍有出現不符規定之情事，時值法案實施超過一年之際，透過合適研究策略與方法，全面檢視該兩辦法，除能理解法案實施所帶來之社會影響層面外，更能掌握掌握電視事業傳播本國文化之產能與媒體市場環境，作為後續相關政策法規之參考。

植基於以上所述，本研究期能透過研究成果達成提供整合相關政府資源之政策建議，明確職權分工，並能回應本國發展文化及產業之需求，敦使業者正視閱聽眾收視權益，提升節目製作之質與量，進而健全我國廣電傳播產業環境，續創多贏局面。本研究擬提出研究問題如下所列：

一、 各國對保護本國文化，是否對電視頻道本國製節目有具體之政策、規範與作法？

二、 我國實施本國自製節目該兩辦法後，現有之執行情形為何？

三、 實施本國自製節目該兩辦法後，民眾對於節目滿意度為何？

四、 民眾、業者、相關團體與學者對於本國自製節目該兩辦法之回應為何？

第二節　工作項目

本計畫工作項目包含以下 4 項：

一、 蒐集美國、英國、法國、歐盟、加拿大、日本、韓國、澳洲、中國大陸、泰國、馬來西亞、新加坡等 11 國及 1 個區域性組織，為保護本國文化，對電視頻道本國製節目管理政策、規範與作法；

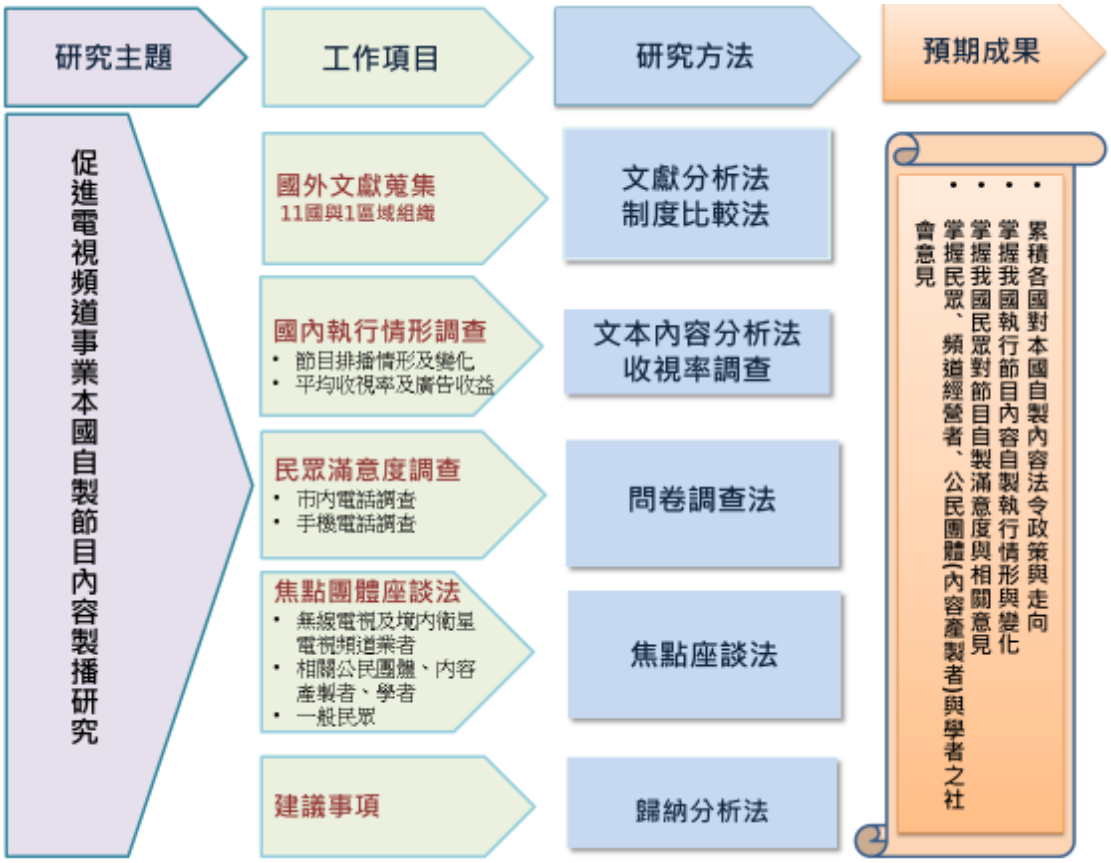
二、 我國實施本國自製節目該兩辦法後相關執行情形；

三、 民眾滿意度問卷調查；

四、 針對本國自製節目該兩辦法實施後，民眾、業者、公民團體（與內容產製者、相關學者）之回應；

五、 綜整上述研究發現，提出強化我國自製節目內容製播制度之政策建議事項。

第三節　研究方法



資料來源：本研究

圖 1-2 研究架構圖

如圖 1-2 研究架構圖所示，本研究首先藉由文獻資料分析法，先行掌握委託研究國家與組織，對於保護本國文化，對電視頻道本國製節目管理政策、規範與作法，進行歸納分類與比較整理，再以文本內容分析本國節目自該兩辦法實施後，國內實際執行之相關情況。在國內執行現況部分，挑選代表性頻道，分析其平均收視率，並以問卷調查方式，就法令本身與節目內容品質之滿意程度進行電話調查；最後以焦點團體座談法，將對象共分為三族群，分別為 1.一般民眾；2.無

線電視及境內衛星電視頻道業者；3.公民團體、內容產製者與學者，各族群將各舉行五場焦點座談會，深度了解兩辦法實施結果。

一、文獻分析法

本研究首先藉由文獻資料分析法，就工作項目所要求研析國家中，以歐盟、英、法、加拿大、中國大陸、馬來西亞、新加坡為研析對象，掌握其國家與組織，對於保護本國文化，對電視頻道本國製節目管理政策、規範與作法，進行歸納分類與整理，並確切掌握其背後之監理與發展政策意涵。

二、制度比較法

本研究透過文獻分析掌握主要國家及組織對本國自製節目政策主要規管內涵後，進一步綜合分析，比較研析國家對本國自製節目政策背後代表思維之異同，提供委辦機關政策參考。

三、文本內容分析法及收視率調查法

文本研究將以文本內容分析法來解析本國節目自製兩辦法實施後，國內實際執行之相關情況。研究文本範圍將以辦法實施近一年時間（即 106 年 1 月 8 日起至 106 年 12 月 31 日止），做為文本分析（textual analysis）之研析時間單位，研究兒童、綜藝、戲劇與電影四種本國節目類型，在無線電視、有線系統、MOD 平臺上架之無線電視與境內衛星電視等 50 個頻道（如表 1-1 所示）中，其節目排播與

變化情形。

表 1-1 節目排播選定研析頻道

媒體類別	頻道
指標頻道 A	民視第一台、東森電影台、緯來電影台、LS Time 電影台、東森戲劇台、超視綜合台、八大第一台、高點綜合台、ELTAD/愛爾達影劇台、龍華電影台、龍華動畫台
指標頻道 B	台灣電視台、中視綜合台、中華電視台、民視無線台、公共電視台、客家電視台、壹電視電影台、緯來戲劇台、八大戲劇台、三立台灣台、三立都會台、東森綜合台、TVBS 歡樂台、年代 MUCH 台、中天娛樂台、中天綜合台、緯來育樂台、緯來綜合台、八大綜合台、八大娛樂台、MTV 綜合台、高點育樂台、大愛一台、MOMO 親子台、東森幼幼台、三立戲劇台、亞洲綜合台
指標頻道 C	台視綜合台、中視經典台、中視菁采台、教育文化台、緯來精采台、JET 綜合、滾動力娛樂頻道、人間電視、唯心電視台、華藏衛星電視台、大新店生活台、EYE TV 旅遊台

資料來源:本研究

另在國內執行現況部分，挑選 30 個具代表性頻道，分析其平均收視率，並由 10 秒廣告收視率推估頻道廣告收益。本研究將研析 30 個選定頻道（如表 1-2 所示）之平均收視率，以及 10 秒廣告收視率。

表 1-2 平均收視率選定研析頻道

媒體類別	頻道
指標頻道 A	民視第一台、東森電影台、緯來電影台、LS Time 電影台、東森戲劇台、超視綜合台、八大第一台、高點綜合台、ELTAD/愛爾達影劇台
指標頻道 B	台灣電視台、中視綜合台、中華電視台、民視無線台、緯來戲劇台、八大戲劇台、三立台灣台、三立都會台、TVBS 歡樂台、年代 MUCH 台、中天娛樂台、中天綜合台、緯來育樂台、緯來綜合台、八大綜合台、八大娛樂台、MTV 綜合台、MOMO 親子台、東森幼幼台、亞洲綜合台
指標頻道 C	JET 綜合

資料來源:本研究

四、問卷調查法

為理解我國民眾對本國自製節目二法實施後，就法令本身與節目內容品質之滿意程度，本研究與趨勢民意調查公司合作，以結構式問卷進行電話調查，針對居住臺閩地區且年滿 13 歲以上之本國籍人口為訪問對象。設定篩選條件為以過去 7 日內曾收視無線電視、有線電視、MOD 頻道且收看電影、戲劇、兒童、綜藝等四類型本國節目之民眾方屬有效之樣本數。抽樣方法為：

1.市話

電話抽樣以 2017 年 12 月份更新之最新、最完整的台灣地區 22 縣市住宅電話用戶名冊為抽樣母體，再以 22 縣市作為副母體進行隨機抽樣。並且對於隨機抽出的電話號碼，再以尾數 2 位隨機方式變更之，以涵蓋未登記的住宅電話。

2.手機

手機電話抽樣以自建之抽樣程式，以 NCC 公佈之最新手機號頭前 5 碼為抽樣母體，進行後 5 碼隨機抽樣。

3.樣本配置

市話有效樣本如表 1-3 所示(過去 7 日內曾收視無線電視、有線電視、MOD 頻道且收看電影、戲劇、兒童、綜藝等四類型本國節目之民眾）至少完成 2,000 份。

表 1-3 市話樣本配製表

縣市別	13歲以上人口數	13歲以上人口比例	預計需接觸樣本配置(以前測接觸率三成推估)	預計完成有效樣本配置
新北市	3,560,036	17.0%	1,133	340
臺北市	2,358,204	11.3%	753	226
桃園市	1,905,514	9.1%	610	183
臺中市	2,438,128	11.7%	777	233
臺南市	1,686,074	8.1%	537	161
高雄市	2,489,624	11.9%	793	238
宜蘭縣	409,576	2.0%	130	39
新竹縣	473,406	2.3%	150	45
苗栗縣	492,265	2.4%	157	47
彰化縣	1,138,218	5.4%	363	109
南投縣	454,490	2.2%	143	43
雲林縣	622,414	3.0%	197	59
嘉義縣	469,869	2.2%	150	45
屏東縣	754,145	3.6%	240	72
臺東縣	197,348	0.9%	63	19
花蓮縣	295,205	1.4%	93	28
澎湖縣	94,428	0.5%	30	9
基隆市	338,112	1.6%	107	32
新竹市	375,265	1.8%	120	36
嘉義市	237,856	1.1%	77	23
金門縣	125,686	0.6%	40	12
連江縣	11,492	0.1%	3	1
合計	**20,927,355**	**100.0%**	**6,666**	**2,000**

資料來源：本研究

手機有效樣本如表 1-4 所示(過去 7 日內曾收視無線電視、有線電視、MOD 頻道且收看電影、戲劇、兒童、綜藝等 4 類本國製節目之民眾）至少完成 2,000 份。

表 1-4 手機樣本配製表

縣市別	13歲以上人口數	13歲以上人口比例	預計需接觸樣本配置(以前測接觸率三成推估)	預計完成有效樣本配置
新北市	3,560,036	17.0%	1,133	340
臺北市	2,358,204	11.3%	753	226
桃園市	1,905,514	9.1%	610	183
臺中市	2,438,128	11.7%	777	233
臺南市	1,686,074	8.1%	537	161
高雄市	2,489,624	11.9%	793	238
宜蘭縣	409,576	2.0%	130	39
新竹縣	473,406	2.3%	150	45
苗栗縣	492,265	2.4%	157	47
彰化縣	1,138,218	5.4%	363	109
南投縣	454,490	2.2%	143	43
雲林縣	622,414	3.0%	197	59
嘉義縣	469,869	2.2%	150	45
屏東縣	754,145	3.6%	240	72
臺東縣	197,348	0.9%	63	19
花蓮縣	295,205	1.4%	93	28
澎湖縣	94,428	0.5%	30	9
基隆市	338,112	1.6%	107	32
新竹市	375,265	1.8%	120	36
嘉義市	237,856	1.1%	77	23
金門縣	125,686	0.6%	40	12
連江縣	11,492	0.1%	3	1
合計	**20,927,355**	**100.0%**	**6,666**	**2,000**

資料來源：本研究

五、焦點團體座談法

本研究焦點團體對象共分為三族群，分別為 1.一般民眾；2. 無線電視及境內衛星電視頻道業者；3.公民團體、內容產製者與學者，各族群將各舉行五場焦點座談會，每場次預定六位與會者。

(一)一般民眾

參加焦點座談會之民眾來源，將透過網站公開徵求，以及在接受電話訪談問卷時，表態願意參加焦點座談會者。

焦點座談研究問題包含：

1. 對該兩辦法之施行，對振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化之支持程度。
2. 對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。
3. 該兩辦法施行後，對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化（包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度）。
4. 該兩辦法施行後，對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化（包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度）。
5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法的支持程度。
6. 其他看法與建議。

(二)無線電視及境內衛星電視頻道業者

「無線電視及境內衛星電視頻道業者」焦點座談會，研究問題將主要鎖定在：

1. 該兩辦法之施行，對節目排播及營收、產製之影響及變化。

2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。

3. 無法符合該兩辦法規定之原因。

4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比例、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。

5. NCC於民國107年6月13日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。

6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。

7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。

8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。

9. 其他

(三)相關公民團體、內容產製者、學者

「相關公民團體、內容產製者、學者」焦點座談會，研究問題羅列如下：

1. 兩辦法實施後影響層面探討

(1) 就您觀察，兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？

(2) 您認為兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？

(3) 就您觀察，實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化?

2. 兩辦法規管內容探討

(1) 您認為現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否合理？是否有應修正之處？

(2) 承上，對於節目類型定義是否合宜? 有無需要修正之處?

(3) 接上，對於主要及指定時段、合格比例、查核基準期間是否合宜? 有無需要修正之處?

(4) 若需要改進與修正，有無任何建議?

3.《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案

(1) 您認為《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助（晚間七時至十一時）之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？

4. 提撥共同基金

(1) 您認為以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？

5. 如何促進本國自製節目行銷海外？

第四節　預期成果

經由前述研究方法預計完成執行任務後，將可獲得如下預期成果：

首先可以累積主要國家與組織對於本國自製節目內容法令政策與走向，並與我國現行規定進行國際比較，提供具體政策建議論述基礎。

其次在掌握國內現況方面，除掌握國內相關產業結構與發展現況外，從消費端來端視閱聽人之看法外，並經由焦點團體座談會之舉辦，彙整民眾、業界與國內各界代表關於國內電視節目內容自製與新播相關意見，期能凝聚共識，提供主管機關政策建議之參考。

最後在具體政策建議方面，本研究將達成委辦機關之委辦業務需求，參照國外管理經驗與國內現狀，輔以焦點團體座談會議結果，為我國內容產業之發展，做出具體貢獻。

第二章　國外文獻蒐集

本研究首先就美國、英國、法國、歐盟、加拿大、日本、韓國、澳洲、中國大陸、泰國、馬來西亞、新加坡等 11 國及 1 個區域性組織之規管現況以及為保護本國文化，對電視頻道本國自製節目之管理政策、規範或作法等進行資料蒐集。根據所蒐集之資料，歸納整理並提供各國迄今最新的發展動態。在此現況分析基礎上，針對自製節目比例、差異性規範做法、提撥共同基金協助自製節目產製以及其他提升本國文化內容產製之政策等部分進行政策探討，並依蒐集國家及地區歸納列表後與我國現行規管方式做交叉分析。

第一節　美國

一、規管現況

通訊傳播主管機關為聯邦通訊傳播委員會（Federal Communications Commission，FCC），主要通傳法規為《1934 年通訊傳播法案》（Communication Act of 1934）及《1996 年電信通訊傳播法案》（Telecommunication Act of 1996）。FCC 是依據《1934 年通訊傳播法案》所創立，取代了原先的聯邦無線電委員會（FRC），並負責規定所有的非聯邦政府機構的無線電頻譜使用（包括無線電和電視廣播）、美國國內州際通信（包括固定電話網、衛星通信和有線通信）、和所有從美國發起或在美國終結的國際通信，其權限涉及美國五十州以及

華盛頓特區（馮建三、翁秀琪、羅世宏、魏玓、程宗明，2008）。《1996年電信通訊傳播法案》則修訂一部分之《1934 年通訊傳播法案》並追加多項法案，立法目的為放鬆對通訊傳播事業者的相關管制，因此導入市場競爭原理為本法之核心概念[1]。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

美國在自製節目內容及播出管理政策上，基於「憲法第一修正案」中保障言論自由等，主要以業者自律、政府消極管理方式為主，因此較少有積極主導管制內容行為，除了內容涉及猥褻、賭博、廣告誇大不實或違反公平原則外，原則上並不控管自製節目比例等傳播內容[2]。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

關於美國法令指定特定類型節目部分，FCC 於 1990 年制定《兒童電視法》（Children's Television Act），基於此法 FCC 要求各電視台播放節目時遵守以下幾點[3]：

1. 預先向家長和消費者提示核心節目和播出時間。

2. 定義「核心節目」（core programs）的類型。

3. 每週需至少播放 3 小時以上之兒童教育節目。

---

[1] NHK（2014）。《データブック世界の放送 2014》。NHK 放送文化研究所。

[2] 彭孟慈、羅世宏、胡元輝、董彥欣、林佳音（2013）。《電視頻道節目重播率調查與規範政策研究期末報告》。國家通訊傳播委員會 102 年委託研究報告。

[3] FCC(2017).Children's Educational Television. Retrieved on July 31, 2018, from: https://www.fcc.gov/consumers/guides/childrens-educational-television

而所謂「核心節目」(core programs),則必須滿足以下所有條件:

1. 以滿足兒童的教育和資訊需求為主。

2. 主要節目長度必須超過 30 分鐘。

3. 7:00 至 22:00 之間播放之節目為主要節目。

4. 必須為每週播出之常設性節目。

故 FCC 雖要求各電視台每週須至少播放 3 小時以上之兒童教育節目,但並未要求節目自製。

另外,FCC 頒佈《2005 年廣播品味維持法》(Broadcast Decency Enforcement Act of 2005)[4],針對廣播及電視節目內容加以規管,調高對節目內容涉及猥褻、低俗或不敬者(obscene, indecent, or profane language)之罰款和處罰,將其罰款由原本的 2 萬 7,500 美金上升至 50 萬美金,屢犯者將可能被撤銷營業執照等規定[5]。

(三)差異性政策、規範或作法

基於自由市場競爭等理由,美國並無對於規管對象之不同而採取差異性做法。

[4] 參考《Broadcast Decency Enforcement Act of 2005》本文。檢索網址:https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/BILLS-109s193enr/pdf/BILLS-109s193enr.pdf

[5] Welborn, A. A. & Cohen, H.(2004). Regulation of Broadcast Indecency : Background and Legal Analysis. CRS Report for Congress.

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

基於自由市場競爭等理由，美國亦無特別提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策。

第二節　英國

一、規管現況

英國之通訊傳播主管機關為通訊傳播局（Office of Communications，Ofcom），其規管法規為《2003 年通訊傳播法》（Communications Act 2003），該法之目的是為了履行新歐盟指令，確保傳播之高品質及普及化服務，並放寬競爭限制以促進投資為目的所公布，並取消外資不得取得媒體營業執照之限制。Ofcom 於 2017 年 1 月更新了英國廣播公司（British Broadcasting Corporation，BBC）之營業執照，英國廣播公司信託基金（BBC trust）也宣告終止，自 2017 年 4 月起改由 Ofcom 監管所有 BBC。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

歐洲節目部分，英國雖於 2016 年透過公投決定脫歐，並於 2017 年 3 月 29 日起開始為期兩年的脫歐進程，但在完成脫歐前仍須遵從歐盟規範，因此仍需符合歐盟訂定之《視聽媒體服務指令》（Audiovisual Media Services Directive，AVMSD）的規範。此外，根據《Ofcom 播送辦法》（Ofcom Broadcasting Code），在英國境內若要申請提供數位無線電視節目服務執照，每個獨立頻道要確保不得少於 10%獨立製作節目。

國內自製節目規管部分，Ofcom 則對於 BBC 需播放之比例有較嚴格的限制。Ofcom 於 2017 年 10 月更新 BBC 的營業執照，根據該執照內容，其主要頻道 BBC one、BBC two 以及 BBC four 之國內自製節目播放比例由原本的 72%調高至 75%，黃金時段[6]時，BBC one、BBC two 自製比例須達 90%，BBC four 須達 60%。新播小時數方面，則規範 BBC one 至少須 4,000 小時，BBC two 至少須 2,200 小時。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

有關自製節目相關政策或法令指定特定類型節目部分，根據 Ofcom 規定，BBC one 及 BBC two 喜劇節目（comedy programmes）合計每年至少須播出 300 小時（包含購片及重播）。另外，以兒童節目為主的 CBBC 自製比須達 72%，新播小時數至少 400 小時；CBeebies 自製比則是須達 70%，新播小時數至少 100 小時。

(三)差異性政策、規範或作法

Ofcom 對 BBC 之國內自製節目播放比例較嚴格，須達 70%-75%，且至少 25%節目須為獨立製作；而其他電視台則須符合《Ofcom 播送辦法》（Ofcom Broadcasting Code），在英國境內若要申請提供數位無線電視節目服務執照，每個獨立頻道要確保不得少於 10%獨立製作節目。

[6] BBC four 之黃金時段為 19:00-24:00，其他英國公共電視之黃金時段為 18:00-22:30。

根據英國《2003 年通訊傳播法》第 286 項及第 288 項（Sections 286 and 288）以及與 BBC 協議之規定，由於英國之自製節目過於集中倫敦地區（M25 區域內[7]）製作，將導致節目多元性降低。據此，Ofcom 自 2004 年起制定「倫敦外製節目」（Made-out-of-London TV programming, MOL）規範，所有的公共廣播服務（Public Service Broadcasting, PSB）公司都須遵守國內一定比例節目是在倫敦以外的英國和地區製作（outside of London, in the UK's nations and regions）之規定。目前各電視台之倫敦外製節目比例規定為 BBC 須達 50%、ITV 須達 35%、Channel 4 須達 35%、以及 Channel 5 須達 10%。其中針對 BBC 亦指定節目須分別來自蘇格蘭（8%）、威爾斯（4%）以及北愛爾蘭（2%）等規定，如圖 2-1、2-2（Ofcom, 2018）。

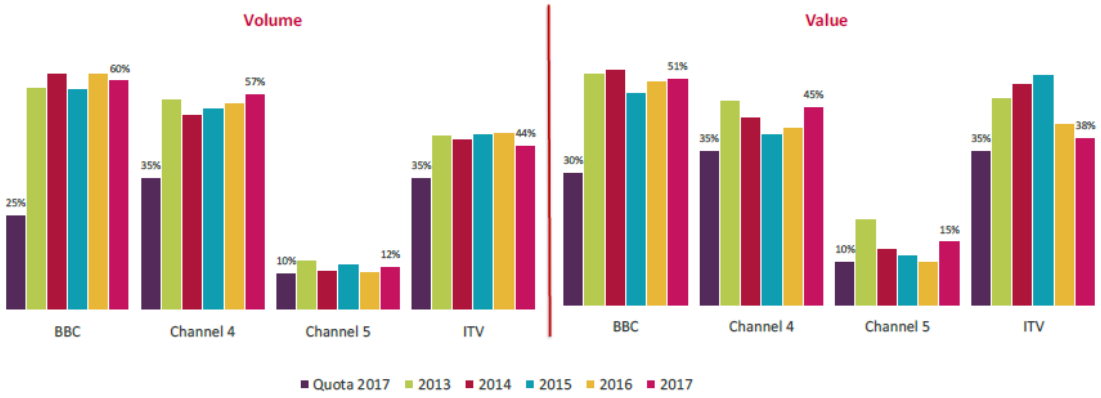
		BBC	ITV	Channel 4	Channel 5
Production outside the M25	% of network programme hours	50%	35%	35%	10%
	% of production spend	50%	35%	35%	10%
Production in the Nations	% of network programme hours	England outside M25: 30% Scotland: 8% Wales: 4% (5% from 2020) Northern Ireland: 2% (3% from 2020)	N/A	3% (9% from 2020)	N/A
	% of production spend	England outside M25: 28% (30% from 2020) Scotland: 8% Wales: 5% Northern Ireland: 3%	N/A	3% (9% from 2020)	N/A

資料來源: Ofcom (2018)

Note: BBC quotas apply to BBC television overall, while ITV, Channel 4 and Channel 5 quotas apply only to the main PSB channel.

圖 2-1 英國倫敦外節目生產配額（2018）

[7] 指英國 M25 公路，是一條環繞英國首都圈大倫敦的環狀高速道路，M25 內則為英國首都圈。



資料來源: Ofcom (2018)

圖 2-2 2013-2017 年各 PSBs 英國倫敦外節目數量及預算比例

根據上揭規範，其對象限於符合區域性生產資格之首播節目[8]，而有資格成為「倫敦外製節目」者，則必須至少滿足以下三項標準中其中兩項之區域生產資格要件[9]：

1. 製作公司必須在 M25 以外的英國地區擁有實質性的商業和生產基地。
2. 至少 70%的生產預算必須在 M25 以外的英國地區使用。
3. 至少 50%的生產人才必須在 M25 以外的英國地區就業。

根據 Ofcom 在 2018 年 7 月 17 日的報告指出，公共廣播服務公司共播出 933 部符合倫敦外製節目規範之節目，其中 403 部由外部製作公司製作、530 部由公共廣播服務公司製作。而區域生產資格之部

[8] 原文為" only first-run programmes that qualify as regional productions may count towards these quotas."

[9] 參考自 Ofcom(2018). Made outside London programme titles register 2017. Retrieved on July 31, 2018, from: https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/tv-radio-and-on-demand/tv-research/made-out-of-london-tv-programming。

分，根據調查，2017 年有 92%的製作公司在 M25 以外的英國擁有實質性的商業和生產基地、92%的生產預算在 M25 區外的英國使用、98%的生產人符合在 M25 區外的英國就業之條件（Ofcom, 2018）。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

Ofcom 對於用租稅減免、補貼等手段來協助電視產業產製提升本國文化內容之政策則採取較為消極之態度。英國政府於 1994 年發布之企業投資方案（Enterprise Investment Scheme，EIS），為補助國內中型以下企業[10]而實行之稅收減免（tax reliefs）。其中雖有引進資金投資電影與電視產業之部分，惟該租稅減免政策大多針對電影產業，電視則非主要補助部分（彭孟慈、羅世宏、胡元輝、董彥欣、林佳音，2013）。

[10] 須符合公司總資產於投資前不得超過 1500 萬英鎊且公司全職員工必須少於 250 人之規定。

第三節　法國

一、規管現況

法國於二次世界大戰後，將原本設於資訊部（ministère de l'information）之下的法國廣播電視公司（Radiodiffusion-Télévision Française，RTF）進行改革，1964 年改制為廣播電視局（L'Office de radiodiffusion-télévision français，ORTF），由資訊部監管，以鑑電視廣播制度自主獨立發展。1974 年 ORTF 以法令保護本土文化多元表現，不受外來影視產業影響，規定電視業者須提供定額的本土節目以保障民眾收看之權益，並維護視聽產業經濟發展。

1986 年 9 月 30 日通過《傳播自由法》（N°86-1067），規定國民有接收觀看國營電視內容權利，電視台每年需播放 60%以上的法國自製（或以法國為主的合作）節目，監管委由國家傳播自由委員會（Comission nationale de la communication et des libertés，CNCL）執行，1989 年 ORTF 再度改制，電視廣播內容播放改由高等視聽委員會（Le Conseil supérieur de l'audiovisuel，CSA）擔任主管機關。後續各電視台的自製節目定額，均以 CSA 法令策略為依歸。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

現今法國自製節目政策係依據《傳播自由法》(N°86-1067)規定，為促進文化及經濟發展，播放的自製節目內容須有基本比例。1990 年法規（N°90-67）規定電視頻道需將上一年度淨利的 15%以上轉為下年度法語自製節目資金，播放時數也規定每年至少有 120 小時的新播節目在全國免費頻道黃金時段（20:00-21:00）首播。此外，為發展自製內容多樣化，不讓電視台壟斷播放內容，規定頻道總節目數之 70%須交由獨立製作公司[11]製作。

自製節目播放比例部分，CSA 規定每年需播放 60%以上歐洲自製節目、40%以上的法國自製節目，並照規範之黃金時段播出。CSA 以 60%、40%為門檻審核各電視台播放節目清單，較歐盟規定嚴格許多。另外，根據電視台申報之財報，電視台年度營業額須提撥 3.2%貢獻歐語自製節目，其中 2.5%須為法語節目；而商營的 Canal+為第一個付費有線電視，其營業額與利潤較其他電視台更高，故被認為有義務回饋更多，提撥年營業額比例更要求高達 9%（S., Laurent, 2014）。

[11] 其定義為頻道不得直接或間接持有該公司資本額超過 5%之公司。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

2016 年度國營電視台的規範執行審核報告，列出法國國營電視台年度自製節目的比例及黃金時段播放時數[12]。以兒童為主要目標族群的 France4，規定於黃金時段（每週三 20:30-21:00）需播放歐洲自製節目及法國自製節目各達 85%的限額。

針對電視影集、電影節目，國營公共服務之電視頻道仍以 60%以上歐洲自製節目、40%以上的法國自製節目為基準；然則電視影集在特殊黃金時段則要求須達到歐洲自製節目 70%以上、法國自製節目 50%以上的不同門檻[13]。

(三)差異性政策、規範或作法

差異性政策部分，法國 CSA 對電視內容的規定，依業者使用之頻道是否為 CSA 發照而異。根據 CSA《視聽作品播放規定》（Les obligations de diffusion d'oeuvres audiovisuelles）內文，節目自製規範源於 70 年代年 ORTF 以法令保護本土文化多元表現，不受外來文化影響，規定電視每年須提供法語節目（或法國為主要製作）60%以上的內容，以保障民眾收看權益，並維護視聽產業經濟發展。後續法規依此修正，90 年代法規 N°90-66 第 13 條訂出每年電視頻道需播放歐

[12] 電影播放之黃金時段在法國定為 20:30-22:30；電視劇情片黃金時段則定為每週三 14:00-23:00，其他為 18:00-23:00。

[13] CSA(2017). Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Télévisions.

洲自製節目至少占總數 60%、法國自製節目占總數 40%以上規定，並且照規範之黃金時段播出。其黃金時段以每週三 14:00-18:00，及週一到週日每日 18:00-23:00 為基準（如表 2-1 所示），此規定已預設後續無線電視台節目，若藉著數位頻道播放則適用 CSA 另設之特例。

表 2-1 法國免付費電視台全國播放之黃金時段規範

頻道名稱	節目型態	黃金時段定義
TF1	一般綜合節目	週三 14 :00-23 :00 及其他日 18 :00-23:00
M6	一般綜合節目	
France 2	公共服務節目	
France 3	公共服務節目	
France 4	公共服務節目	
France 5	公共服務節目	
Direct 8	一般綜合節目（免費觀賞）	週三 14 :00-23:00 及其他日 18:00-23:00
TMC	一般綜合節目	
NT1	一般綜合節目	
NRJ12	娛樂節目	週三 14 :00-23:00 及其他日 18:00-23:00
W9	音樂節目	每日 10:00-12:30 及 17:00-23 :00
Direct Star	音樂節目	每日 9:00-12:00 及 15:00-23:00
Gulli	兒少節目	每日 6:30-9:00 及 17:00-20 :00

資料來源：本研究彙整[14]

其他電視台電影節目播放頻道（如 Canal+及 TPS Star）亦有規範，每年需要在黃金時段（20:30-22:30）播放 60%以上的歐洲自製節目及 40%以上的法語自製節目。

[14] 資料來源出自 http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/La-diffusion-des-oeuvres/Les-obligations-de-diffusion-d-aeuvres-audiovisuelles

針對非無線播放節目的頻道，CSA 依據同樣法規 N°90-66 第 13 條要求每年需要播放 60%以上歐洲自製節目及 40%以上法語自製節目，如果頻道播放法國獨立製作公司新播節目，可降低歐洲自製節目播放門檻到 50%。任一採用非 CSA 指定頻譜播放非電影節目或廣播的視聽服務（有線、衛星、ADSL、網路等），若其頻道收視人口超過全國電視年度均收視人口 1.5%以上，按規定仍須遵守黃金時段年播放 60%以上的歐洲自製節目及 40%以上的法語自製節目之規範。而不同事業規模（以其事業年度預算 7 萬 5 千歐元、15 萬歐元等設管轄門檻），會要求遵循相關規範或申請督導。法國無線電視制度奠定之規範，從戰後至今，成為主要監理楷模。唯節目重播或直播的視聽服務，不在此管轄範疇[15]。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

1. 政策制定法規（N°2010-747）

2007 年，法國總統以國家政令函送文化部，針對舊法規對新興媒體的管制，優先處理擬定新法，以促進法國內容產業發展。2010 年政策制定法規（N°2010-747）規範，將國內電視產業以無線電視、有線電視及衛星電視等事業體做分類，依照其年營業額

[15] CSA: Régime juridque applicable aux chaines de télévision, en dehors de la TNT

的比例提撥一筆經費，回饋至國內影視展業製作，以發展自製節目。自此，2010 年修正法規，可謂以促進歐洲法語文化資產影視作品為首，要求影視傳播通路產業需要提撥部分營收回饋，發展國內具經濟發展及文化多樣性的獨立製片，而訂定國內自製節目播放比例及各事業回饋產業發展內容的條例[16]。

2. 節目產業輔導金（COSIP）

附屬在國家影視中心（Centre national du cinéma et de l'image animée，CNC）底下的節目產業輔導金（Compte de Soutien aux Industries de Programme，COSIP）創立於 1986 年，是法國維護影視文化資產設立的輔導機制，由專家規劃及執行挹注的資金以發展法國視聽內容。爾後因應數位時代，文化部於 2010 年起草，2011 年公布 N°2011-364「Web COSIP 」條令（規管數位影視產業基金及新科技內容製作），加強電視與網路影視產業的發展，國家產業資金主要輔導影視製作、影視發展、劇本撰寫、專案計畫、法國節目海外行銷宣傳等 5 大項目。

產業輔導資金適用的節目類型以劇情類、動漫類、紀錄片、現場娛樂及專題文化報導為主，另外電影長片、短片製作，更有其他數個機構協助募資及海外拓展，包括駐外法國協會、世界法

[16] CSA(2013). Deux années d'application de 2010 relative à la contribution des éditeurs de services de télévision au dévelopement de la productio audiovisuelle.

媒（France Médias Monde, FMM）、國際法語組織（Organisation Internationale de la Francophonie，OIF）、歐洲外務部（Le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères，MEAE）、法國影視中心（CNC）及其下的電影推廣 UniFrance、FilmFrance 等機構。

3. 傳播自由法（N°86-1067）

法國國營電視台（包含 France2、France3、France4、France5、FranceŌ），在文化傳承上亦背負每年文藝節目播放時數的限額，以點數為計算單位。根據傳播自由法（N°86-1067）第 6 條，國營電視台須製播下述 3 類文化表演節目：(1)由劇場、藝術節團隊及其他藝文表演節目提供之影片；(2)邀請藝術家為電視台特製之表演節目;(3)為音樂會、劇場及其他類藝文之表演轉播。節目長度不得少於 52 分鐘，若上述節目安排於週末時段、平日下午及夜間黃金時段播放，以 3 點計算；若於上午 10 點及深夜 10 點 45 分時段播放，以 2 點計算；其他週間時段以 1 點計算。法規規定國營電視台每年播放的藝文節目量須達 100 點以上[17]。

4. 影視投募資企業（SOFICA）減稅

法國 1985 年通過法令成立影視投募資企業（Sociétés de financement de l'industrie cinématographique et de l'audiovisuel，

[17] CSA(2017). Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Télévisions Année 2016, Novembre 2017, p.78.

SOFICA），專門為影視製作投資或募集資金之企業列冊，享有減免稅金及各種法令保障的優惠，成員不乏影視產業專業人士或銀行投融資企業操盤者。列名 SOFICA 企業在募集或投資影視產業發展資金 10%以上者，可享最高 43%營利稅減免，另外與影視自製內容產業訂定之合約需經過審核及監督，根據 2016 年 SOFICA 提出之年度投資預算[18]，2017 年基金中 76.8%挹注在影視內容製作。

[18] CNC(2016). Bilan 2017 des SOFICA.

第四節　歐盟

一、規管現況

2015 年歐盟執委會公布「數位單一市場」（Digital Single Market）政策，並為配合此政策進程，於 2016 年公布修正《視聽媒體服務指令》（Audiovisual Media Services Directive，AVMSD）之報告，指出對於視聽媒體之治理須配合科技演進，以不違背「重視文化多樣性」（cultural diversity）以及「內容自由流通」（free circulation）之兩大原則下進行視聽媒體之治理。因網路普及後透過網路、隨選視訊或 OTT-TV 的觀眾日漸增多，原先指令已不合時宜，為了讓指令更具彈性，2017 年 4 月 25 日，歐洲議會文化與教育委員會投票修改 AVMSD，主要目標是在競爭力和消費者保護兩者之間取得平衡。

2018 年 10 月，歐洲議會通過新版 AVMSD，取消行之有年的雙層處理原則，而改採一般性原則（common rules），一體適用於視聽媒體服務類型，並將網路分享平臺（Video-Sharing Platforms，VSPs）也納入規管範圍，以有效打擊仇恨言論和保護未成年人免遭有害內容之暴露。另在推廣歐洲作品方面，亦採更嚴格的標準。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

根據 2018 年修改後 AVMSD 規定[19]，在推廣歐洲節目作品項目上（Promotion of European Works），規定會員國應透過實用或合適工具，排除新聞、體育、比賽、廣告、電子圖文服務（teletext）與電視購物時間，電視廣播（線性媒體）需保留至少 10%之播送時間、或 10%節目預算給歐洲獨立製作，且須為 5 年內之新作（Article 17）。

在電視廣告與電視購物時段規定部分，AVMSD 規定每天 6:00-18:00 電視廣告及電視購物的比例不得超過該段期間的 20%，18:00-24:00 電視廣告及電視購物的比例亦不得超過該段期間的 20%(Article 23)。電視電影（不含電視系列、紀錄片）、電影或新聞節目，每至少播送 30 分鐘才可播放電視廣告或電視購物；兒童節目長度超過 30 分鐘者，至少要播放 30 分鐘才可插入電視廣告或電視購物；宗教性節目則不得插入電視廣告或電視購物（Article 20）。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

同前。

(三)差異性政策、規範或作法

[19] European Union (March 23, 2018). Promotion and Distribution of European Works. Retrieve from https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/promotion-and-distribution-european-works

根據 AMSD 規定，電視管制限制應擴大其適用範圍，例如推廣歐洲電影、保護未成年人、更有效地處理仇恨言論等，不只適用於電視平臺，也適用於 OTT 視訊及使用者分享的平臺。2018 年 10 月通過之新版 AVMSD 取消行之有年的雙層處理原則，而改採一般性原則（common rules），一體適用於視聽媒體服務類型，並將網路分享平臺（Video-Sharing Platforms，VSPs）也納入規管範圍。另在推廣歐洲作品方面則規定，隨選視訊服務業者於播放目錄中，至少須有 30%播出歐洲作品，另外，平臺業者被要求需對歐洲視聽製作做出貢獻，可選擇直接投資內容，或是貢獻所在國之基金。貢獻比例依所在國於計算平臺收益後，決定貢獻比例；獲利較低、或觀眾數較低之公司，得以從配額限制或財務貢獻條件中豁免（Article 13）。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

歐盟為支持歐洲電影及電視產業，自 1991 年起推行 MEDIA 計畫，協助歐洲人才跨境合作。MEDIA 計劃由歐盟教育暨文化總署（European Commission Directorate-General for Education and Culture，DGEAC）及教育、視聽暨文化執行機構（Education, Audiovisual and Culture Executive Agency，EACEA）共同運作，負責該計劃的營運管理。MEDIA 計畫分為幾個不同階段，其中 MEDIA 2007 計畫（2007-

2013）為 1991 年以來的第四個多年度計畫，於 2013 年結束並由創意歐洲計劃（Creative Europe，如表 2-2 所示）取代。

表 2-2 歐盟文化創意產業政策發展脈絡

<table>
<tr><td colspan="2">Kaleidoscope
1996-1999</td><td rowspan="3">Culture 2000
2000-2006</td><td rowspan="3">Culture 2007
2007-2013</td><td rowspan="4">Creative Europe 2014-2020</td></tr>
<tr><td colspan="2">Ariane
1997-2000</td></tr>
<tr><td colspan="2">Raphaël
1997-2000</td></tr>
<tr><td>MEDIA I
1991-1995</td><td>MEDIA II
1996-2000</td><td>MEDIA Plus
2001-2006</td><td>MEDIA 2007
2007-2013</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td>MEDIA Mundus
2011-2013</td><td></td></tr>
</table>

資料來源：廖揆祥等人（2016）

創意歐洲計劃為 Culture 2007、MEDIA 2007 和 MEDIA Mundus 計畫的接續計畫，主要分為 Culture、MEDIA 和與跨部門三個子計畫。創意歐洲計劃由歐洲議會和歐盟理事會制定，共計以 14.6 億歐元進行補助，為自 2014 年至 2020 的一次性補助費用，用以支助歐洲的文化、電影、電視、音樂、文學、表演藝術、文化遺產等相關領域的發展，藉此提供工作機會與刺激成長。

創意歐洲計畫不開放個人申請[20]，但大約 25 萬名藝術家、文化和視聽專業人士可透過文化組織向創意歐洲計畫所提交的項目，來獲得個人資助。歐盟委員會表示這是一個更持久、更具成本效益、更易達

[20] European Commission (2013). Creative Europe: Frequently Asked Questions. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-1009_en.htm

到目的的執行方式，且歐盟委員會估計會有數百萬人直接或間接得到創意歐洲計畫的支持。

創意歐洲計劃整合歐洲目前對文化、視聽行業獨立的扶持機制，在歐洲打造一個全新的「一站式」平臺，開放給所有的文化創意產業。其中並規定 Culture 子計畫須至少分配到總經費的 31%、MEDIA 子計畫須至少分配到總經費的 56%、跨部門子計畫則最多分配到總經費的 13%，其中至少 4%（約 6,000 萬歐元）須用於跨國合作政策措施及「創意歐洲辦公室」（Creative Europe Desks），為建立觀眾群和新的商業模式培養創新方法。

其中，MEDIA 子計畫旨在為歐盟電影及視聽產業之發展、銷售和推廣其作品方面提供財務支持。此計畫幫助發展具歐洲特點的項目並培育新技術；使歐洲電影和視聽作品，包括故事片、電視劇、紀錄片和新媒體，能夠找到超越國界和歐洲邊界的市場；以及資助培訓與電影發展項目。

MEDIA 子計畫下的電視節目（TV programming）項目，為有興趣製作電視作品的歐洲獨立視聽製作公司提供機會，呈現具高創造價值、跨境潛力的電視作品，促進參與 MEDIA 子計畫的不同國家營運商之間的合作，增加聯合製作以及高知名度歐洲電視連續劇的發行。

電視節目項目的資助對象為歐洲獨立視聽製作公司，須為作品的主要製作者，且電視節目的製作應有至少三家歐洲廣播公司（European broadcasters）的參與。作品可為一次性（one-off）或者連播系列，包括：1.戲劇（播出長度至少 90 分鐘），包含續集、第二季或第三季。2.動畫（播出長度至少 24 分鐘）。3.創意電視紀錄片（播出長度至少 50 分鐘）。

EACEA 估計電視節目項目的可用資金為 1,180 萬歐元，但保留不發放所有可用資金的權利。補助金額的發放具有下列規定：

1.對戲劇和動畫作品，其所獲得的資金援助不得超過 50 萬歐元或是總合格成本（eligible costs）的 12.50%，以較低者為準。

2.對共同製作的電視連續劇，若其合格的製作預算超過 1,000 萬歐元（每集最短播出長度 45 分鐘，至少連續 6 集），得要求最多 100 萬歐元或是合格成本 10%的資金援助，以較低者為準。

3.對創意紀錄片，所獲得的資金援助不得超過 30 萬歐元或是總合格成本的 20%，以較低者為準。

第五節　加拿大

一、規管現況

加拿大之通訊傳播主管機關為加拿大廣播電視電訊委員會（Canadian Radio-television and Telecommunications Commission，CRTC），主管法規為《1991 年廣播法案》（Broadcasting Act 1991），規管廣播及電視播放相關之基本原則、加拿大公共傳播（Canadian Broadcasting Corporation，CBC）之組織、功能以及商業電視業者相關規定。其中，CBC 扮演「加拿大文化堡壘」的角色，除電視及廣播外，亦在網際網路上提供多樣化的加拿大特色節目，並以維護加國自身的文化主權為己任，培養加拿大人對自國之認同感。加拿大廣播法案亦宣布加拿大廣播系統應通過以下方式鼓勵加拿大廣播系統的發展[21]：

1. 提供廣泛的節目，反映加拿大人的態度，觀點，想法，價值觀和藝術創造力[22]。
2. 在娛樂節目中展示加拿大人才[23]。
3. 從加拿大人的觀點分析並提供有關於加拿大和其他國家的資訊[24]。

[21] 參考自 CRTC(2017). Content that Meets the Needs and Interests of Canadians. Retrieved from: https://crtc.gc.ca/eng/cancon/mandate.htm

[22] 原文為“Providing a wide range of programming that reflects Canadian attitudes, opinions, ideas, values, and artistic creativity.”

[23] 原文為“ Displaying Canadian talent in entertainment programming.”

[24] 原文為“ Offering information and analysis concerning Canada and other countries from a Canadian point of view.”

整體而言，加拿大政府早於 1967 年即設立相關製作基金，經過多次更名及擴大提撥後基金內容更加穩健，並透過直接補貼與減稅的方式，促進本國視聽產品的製作品質。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

由於與美國地理位置相近，雙方貿易往來密切，來自美國產製的節目大量流入，加拿大政府為保護國內產業以及本國文化主權，因此在政策執行方針上採保護國內產製節目製作為方向。不論是公共電視或商業電視，皆須播放一定比例的加拿大內容節目（Canadian Content，CanCon），相關法規則為加拿大廣播電視節目之內容規範（Canadian Content Requirements for Radio & Television）所規定。根據該規範，所謂加拿大內容節目指須符合製作人為加拿大人，且 75%以上的製作成本需支付給加拿大人等兩項要件之節目。

在電視節目內容及排播管理上，依公告 CRTC 1999-97（Public Notice CRTC 1999-97）規定，無線電視每年須播出總時數 60%以上本國自製節目、在夜間觀賞時段（evening viewing period）18:00-24:00 間至少須播出總時數 50%以上本國自製節目。於 2011 年起，根據傳播監理政策 CRTC 2010-167（Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2010-167），CRTC 將傳統電視台加拿大內容節目比例調降至 55%，夜間觀

賞時段的要求則維持 50%不變。2013 年，當 CRTC 更新 CBC 的廣播執照時，規定 CBC 所提供的節目應主要為加拿大內容節目，目前 CBC 承諾播出日[25]（broadcast day）至少有 75%、黃金時段（19:00-23:00）有 80%的加拿大內容節目[26]。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

CRTC 對自製加拿大內容節目特別定義「優先性節目」（priority Canadian programs），包含本國自製戲劇、藝術（音樂及舞蹈等）、綜藝、長篇紀錄片[27]、區域性節目[28]、娛樂雜誌節目[29]等帶狀或可長期性播放之節目（不含新聞、評論、運動轉播等相對短期性或一次性之節目），並於 1999 年發布最大私營商業集團（The largest multi-station ownership groups）所擁有之電視台[30]須於黃金時段（19:00-23:00）播出每週至少 8 小時以上優先性節目之政策。由此可見，加拿大對於節目之重播率並無相關規範政策，但卻針對本國自製節目之播出比例有較強硬之規定（彭孟慈等，2013）。

---

[25] 連續 18 小時，每天不早於上午 6:00 開始，不遲於次日凌晨 1:00 結束，由持照者選擇。

[26] 參考自 CRTC(2013). Broadcasting Decision CRTC 2013-263 and Broadcasting Orders CRTC 2013-264 and 2013-265. Retrived from https://crtc.gc.ca/eng/archive/2013/2013-263.pdf
CBC 表示在下一次換照時願意將此轉換為換照條件（conditions of licence），換照條件將產生明確義務，只有經過公共程序由 CRTC 批准後才可變更

[27] 加拿大長篇紀錄片：至少 30 分鐘，內容為提供對特定主題或觀點的深入批判性分析。

[28] 加拿大區域性節目（Canadian regionally-produced programs）：至少 30 分鐘的英語節目及法語節目，不包含新聞、分析討論及評論性節目、報導與直播節目（包含政治會議、會議報導、開幕式或閉幕式、政治辯論、旨在籌資的非娛樂性節目等）。

[29] 加拿大娛樂雜誌節目（Canadian entertainment magazine programs）：節目至少 30 分鐘，其中至少 2/3 時間用於推廣加拿大娛樂節目，包含電視節目、電影、配樂、戲劇、音樂、音樂和表演藝術活動、表演藝術家和相關幕後人員。

[30] 包括 CTV / A、Global、Citytv / OMNI 和 TVA / Sun TV。

(三)差異性政策、規範或作法

最大私營商業集團所擁有之電視台須於黃金時段（19:00-23:00）播出每週 8 小時以上之優先性節目；公共電視 CBC 則為播出日 75%以上、黃金時段 80%以上加拿大內容節目規定；而專業電視頻道[31]（specialty TV channels）則為 15%-85%[32]的加拿大內容節目之差異性規定。此外，若於黃金時段播出優先性節目中的加拿大自製戲劇及喜劇節目者，將享有 125%的廣告時間額度作為獎勵，其要件為：1.1998 年 9 月 1 日後首播者；2.內容至少半小時以上；及 3.被認可為加拿大內容者。若再符合 1.經委員會認可、以及 2.包含至少九成以上之戲劇內容，兩項目者，將可享有高達 150%的廣告時間額度[33]。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

1. 加拿大媒體基金（Canada Media Fund，CMF）

關於提撥自製節目之共同基金部分，加拿大政府最早於 1967

[31] 主要為數位有線電視或衛星電視頻道服務，可分為 A 類服務（Category A services）、B 類服務（Category B services）、C 類服務（Category C services）三種。A 類服務包含數位、類比付費與專業頻道（除國家新聞和主流體育服務之外），為數位有線電視必載，且 A 類服務受類型保護（genre protection）規則保護，禁止其他專業電視頻道直接與其競爭，但 CRTC 正逐步取消此政策，目前 A 類服務自製比例由換照條件設定，並依服務性質有所不同，一般來說在廣播日（broadcast day）和晚間時段（evening broadcast period）須有 50%以上加拿大內容節目；B 類服務包含英語、法語、其他語言或原住民服務頻道，且非數位有線電視必載，英語、法語頻道每日及晚間時段須有 35%以上、其他語言頻道須有 15%以上加拿大內容節目；C 類服務包含國家新聞與主流體育服務，其中國家新聞為數位有線電視必載，於廣播日須有 90%以上加拿大內容節目，主流體育頻道則須有廣播日 60%以上、晚間時段 50%以上加拿大內容節目。

[32] Global News, 2015. CRTC to lower quotas on Canadian TV content: https://globalnews.ca/news/1879361/crtc-to-lower-quotas-on-canadian-tv-content/

[33] 參閱 CRTC 1999-205 號公告（https://crtc.gc.ca/eng/archive/1999/PB99-205.HTM）

年設立內容製作基金，由加拿大電影發展公司（Canadian Film Development Corporation，CFDC）設有若干基金以挹注電影製作與向通路之發展，惟當時並沒有運作特別成功（馮建三等，2008），直到後來為維持收視高峰時段的節目高品質、促進多樣化的加拿大內容節目之製作以及維持文化、社會及經濟目標的平衡等目的，CRTC 於 1995 年設立有線電視基金（Cable Production Fund），以鼓勵加拿大優良節目產製。該基金 1996 年更名為加拿大電視及有線電視基金（Canada Television and Cable Production Fund）、1998 年更名為加拿大電視基金（Canada Television Fund，CTF），並於 2009 年與加拿大新媒體基金（Canada New Media Fund，CNMF）[34]合併為加拿大媒體基金（Canada Media Fund，CMF）。

CMF 之財源來自加拿大文化遺產部按照每年預算撥款援助，及有線電視、衛星電視、IPTV 業者（BDU 業者[35]）之財務捐助[36]，以 2018-2019 年度為例，共計 3 億 5,200 萬加幣撥付於此基金項下，其中用於英文節目製作者為 2 億 2,101 萬加幣、法文節目製作者為 1 億 1,048 萬加幣[37]。

[34] 為加拿大政府文化遺產部於 2001 年所設立，目的為為新媒體行業提供財務支持及資助互動式數位文化內容產品。

[35] Broadcast Distribution Undertaking, 指有線、衛星及光纖業者（Cable, Satellite and Fibre）

[36] 原文為" The CMF program budget is supported by revenue estimates for the coming year based on ongoing and newly announced funding contributions from the Government of Canada; as well as contributions from Canada's cable, satellite and IPTV distributors.",參閱 https://www.cmf-fmc.ca/en-ca/news-events/news/march-2018/cmf-announces-2018-2019-program-budget,-guidelines

[37] CMF(2018). Canada Media Fund2018-2019 Program Commitment Allocation. Retrieved from

CMF 之補助計畫則分為兩個面向：

(1) 實驗計畫（Experimental stream）：鼓勵具有開發創新性內容、數位媒體內容用於各式平臺上，其製作項目需與加拿大文化部門相關。

(2) 匯流計畫（Convergent stream）：不同地區節目在多元平臺上（其中一個為電視）播映，並以紀錄片、兒童和青少年以及綜藝和表演藝術等四種目前較少數的創作內容為補助對象。

2. 稅收抵免

加拿大也以稅收抵免協助電視產業產製提升本國文化內容，包含加拿大電影或影像製作稅收抵免（Canadian Film or Video Production Tax Credit，CPTC）及電影或影像製作服務稅收抵免（Film or Video Production Services Tax Credit，PSTC）[38]，旨在鼓勵加拿大電影和電視節目的製作以及國內獨立製作業發展，兩計劃皆由加拿大遺產部、加拿大視聽認證辦公室（Canadian Audio-Visual Certification Office，CAVCO）和加拿大稅務局（CRA）共同管理。

https://cmf-fmc.ca/getattachment/615afdb6-0b07-4e6f-bf5d-a25c00be6192/Breakdown-of-the-Program-Budget.aspx

[38] 參考自 Canadian Audio-Visual Certification Office(2012). CPTC Program Guidelines. Retrieved from https://www.canada.ca/content/dam/pch/documents/services/funding/cavco-tax-credits/canadian-film-video-production/cptcGuide-eng.pdf

其中 CPTC 規定若電影作品被授權屬於加拿大內容節目，則電影製作相關的人員之工資之 25%可作為稅額抵免。加拿大內容之認證由總分 10 分之量表評定，導演、編劇各占 2 分，第一主角、第二主角、美工設計師或藝術總監、攝影指導、配樂作曲、畫面編輯等六項則各為 1 分，若各項評分加總後超過 6 分可認定為加拿大產製節目，始可申請 CPTC 稅額減免（馮建三等，2008）。

PSTC 則規定設立在加拿大國內或是在加拿大設有常設據點之國外影像製作公司，並主要（超過 50%）參與致力於在加拿大常設電影；或錄像製作業務；或是電影、影像製作服務業務的活動者，其製作加拿大內容節目時支付給加拿大籍員工之工資之 16%可作為稅額抵免，且無抵免上限。

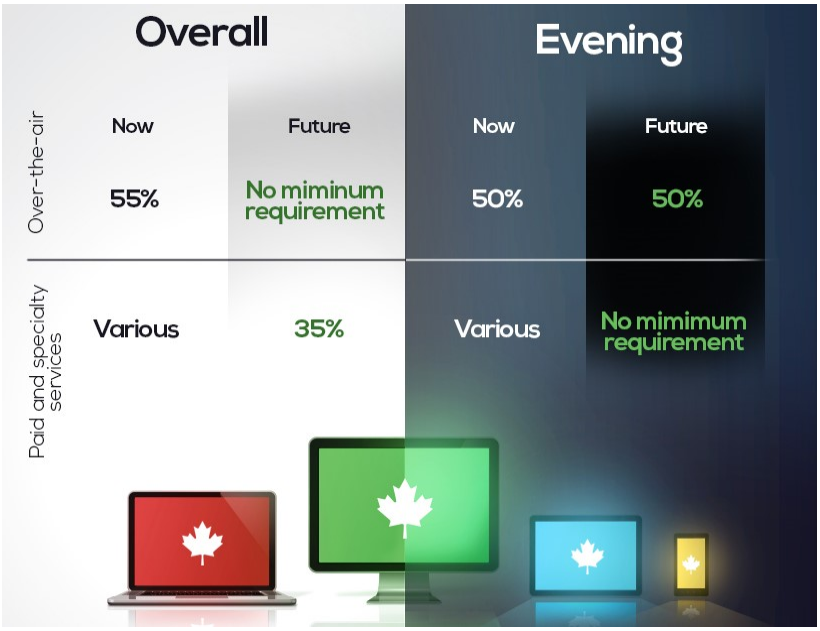
3. Let's Talk TV 計畫

CRTC 於 2013 年開始，透過 Let's Talk TV 計畫，以創作、連結、保護為三大政策核心[39]，進行相關政策措施鼓勵本國節目自製，但重點由量轉質，因此放寬本國節目自製播映時數的規範，由現行對播出時數的監管逐漸轉移到對製作加拿大內容節目支出的監管，並在下一次換照時，本國自製播映要求即降低[40]。

[39] CRTC(2015). Let's Talk TV Decisions at a Glance. Retrieved from: https://crtc.gc.ca/eng/television/services/idecisions.htm

[40] 對英語及法語的大型商營集團，2017 年 8 月 31 日前執照需換發；對獨立業者來說，換照時間根據各家執照期限，最早於 2018 年 9 月 1 日展開。

CRTC 取消無線電視自製加拿大內容節目 55%的限制，但晚間黃金時段則保留 50%的規定；專業電視頻道（specialty TV channels）目前從 15%到 85%不等的自製加拿大內容要求將統一為 35%，晚間黃金時段則將不再有自製加拿大內容節目比例要求，如圖 2-3。



資料來源：CRTC(2015)

圖 2-3 加拿大本國自製播映時數規範調整

CRTC 表示，儘管加拿大自製規範放寬，但仍將確保大多數電視台和 VOD 業者將其部分收入再投資於加拿大內容的創作，提升影音品質。

此外，CRTC 主辦可提升加拿大自製節目可見度的發掘峰會（Discoverability Summit）；以及以機上盒為基礎開發觀眾測量系統，協助業者進行適當的節目選擇及排播策略規劃；並要求隨選

視訊服務（VOD services）須採取一定措施支持本國自製內容，例如對訂戶來說，劇情片片庫中的加拿大影音內容不得少於一定比例、及必須有新上映的加拿大劇情電影，加拿大劇情片營收也必須 100%回饋給加拿大版權所有者，另外隨選視訊服務每年 5%的營業額須投入回饋於加拿大影音製作相關基金（CRTC，2015）。

在製作資金方面，CRTC 要求所有電視業者及廣電集團提撥前一年度營業額的 30%用於加拿大節目製作支出（Canadian programming expenditures，CPE），另外須再提撥 5%營業額用於國家利益節目內容（Programs of National Interest，PNI）產製，PNI 類別包含加拿大本國自製戲劇、紀錄片、以及頒獎典禮，PNI 費用中至少 75%必須給獨立製片單位（CRTC，2017）。

第六節　日本

一、規管現況

日本的通訊傳播主管機關為總務省，其通傳法規為《放送法》，較其他成文法國家相比，於內容以及罰則上都相較鬆散。依據放送法第 3 條規定，基於憲法保障言論及表現之自由以及自主及自律的基本原則下，並沒有像其他主要國家制定相關法規限制節目內容，而是委託各個節目製作者自由裁量決定。結構規定方面，基於大眾媒體壟斷排除原則及外資限制等的理由，存在資本面相關的規定，其目的是為了避免大眾媒體落於少數人控制的工具及阻礙情報多元性之情形。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

日本針對本國製作節目比例、新播比例以及播出時段等並無制定法令或政策加以限制。依據該國放送法第 3 條規定，為維護憲法所保障之言論以及表現自由，有關節目之內容及播出，原則上委託各個節目製作者自由裁量決定，這也是日本與主要各國最大的不同之處。另外，日本無制定法令或政策加以限制本國製作節目比例的原因，很可能是該國原本製作節目之比例就不低，因此無須特別加以規管。根據本研究彙整資料顯示，該國主要無線電視頻道播放國外節目之比例僅

約 3.2%、全體無線電視之國外節目播放比例亦僅約 13.1%[41]，因此可見日本國內節目製作比例高，也是該國沒有針對本國製作節目比例、新播比例以及播出時段規定管制之因。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

依據日本放送法規內容，其並無特別指定節目播放之特定類型，也沒有特別規定依照節目類型指定時段。依據該國規定，僅依照《節目製作準則》傳播事業者須遵循節目不得違反公序善良風俗、維持政治中立及誠實報導等義務；其《節目和協原則》亦規定該國之主要傳播事業者須維持該播出節目之多元性，在節目類別安排上應取得報導、教育、文化以及娛樂四種平衡。

(三)差異性政策、規範或作法

由於高度仰賴自律，日本亦無依規管對象不同擬定差異性政策或作法，僅規定數位無線電視每週需播放 50%以上的高畫質節目。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

在協助電視產業產製提升本國文化內容之政策部分，總務省為因應安倍政權於 2013 年提出之經濟成長策略，聯合製作節目之業者以及其他產業（觀光業、當地傳產業、日本料理文化等）並推動廣泛合

[41] 本研究依據 Yahoo!JAPAN テレビ番組表一個禮拜節目播出統計。

作，亦為配合現行「酷日本戰略」[42]、「訪日戰略」[43]、「地方再造」[44]等政策，展開「日本節目海外擴張之基礎設施綜合改善事業」（日本總務省放送コンテンツ海外展開基盤総合整備事業），支援並協助該國國內節目製作單位製作外銷海外節目，其主要輸出對象國為東南亞諸國[45]。

具體作法分成大規模型（與其他產業或地方團體合作，節目內容並跨及複數都道府縣）以及小規模型兩種節目型態，滿足總務省規定之一定條件後可向總務省提出事業計畫，經由總務省審查通過後可獲得補助金等援助。在 2017 年的申請人名單中，有 16 個計畫概要，輸出對象包括了印尼、菲律賓、泰國、越南、馬來西亞、緬甸，節目內容多與日本文化推廣有關，例如鐵道文化、歷史、觀光及語言教授節目。藉由要求當地連續廣播該節目之方式，使得日本節目可為當地民眾所收看[46]。

---

[42] 原文為クールジャパン（Cool Japan），日本經濟產業省於 2010 年成立酷日本海外推展室，執行日本政府向海外推銷國際公認的日本文化軟實力所制定的宣傳計劃與政策。

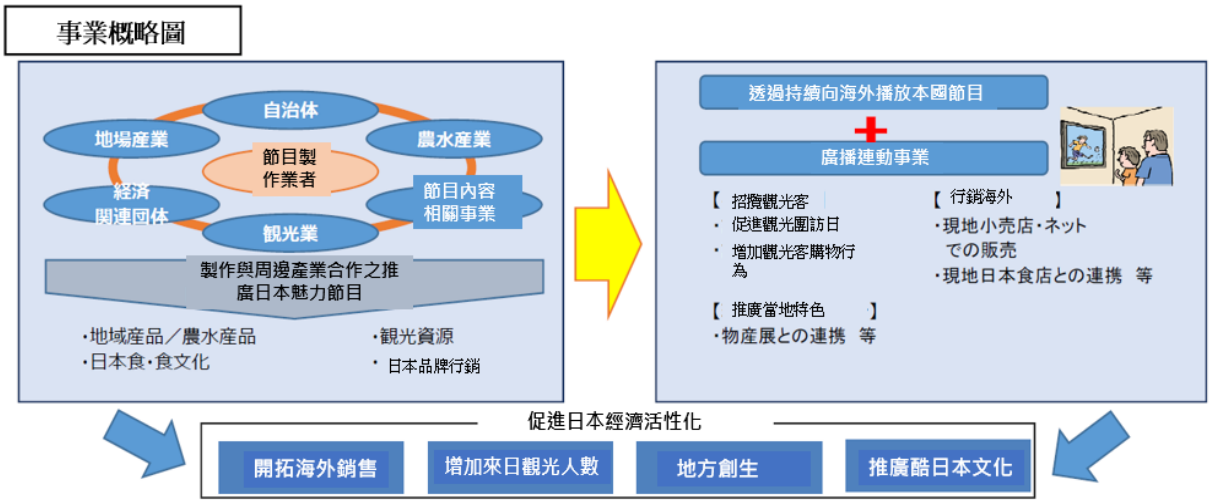
[43] 原文為ビジットジャパン戦略（Visit JAPAN Campaign），為日本國土交通局於 2003 年推行之政策，旨在推廣日本觀光增加訪日外國人數。

[44] 原文為地方の創生，為第二次安倍政權所提倡，旨在改善東京人口過於集中所展開之一連串相關政策。

[45] 日本總務省（2017）。《放送コンテンツの海外展開について》。檢索網址：https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kensho_hyoka_kikaku/2018/contents/dai2/siryou3-1.pdf

[46] 參考自 MRI（2017）。〈「放送コンテンツ海外展開基盤総合整備事業」事業企画の採択について〉。檢索網址：https://www.mri.co.jp/news/press/public_offering/result/022308.html

經統計 2014 年起至 2017 年止，日本總共補助 67.5 億日圓（2017 年度投入 19.5 億日圓）[47]補助日本國內自製節目外銷海外，其出口金額亦於 2015 年達到 288.5 億日圓，已超過原先預計於 2018 年達到 200 億日圓之目標，共補助 156 個事業。由於 200 億日圓之目標已提前於 2015 年達成，總務省重新設定出口額目標，預計於 2020 年將達到 500 億日圓之出口額。



資料來源：日本總務省

圖 2-4 日本節目海外擴張之基礎設施綜合改善事業概略圖

[47] 日本總務省（2017）。《日本總務省平成 30 年度予算概算要求の概要》。

第七節　韓國

一、規管現況

韓國的通訊傳播主管機關為韓國通訊傳播委員會（Korea Communications Commission，KCC），為 2008 年合併了 KBC（Korean Broadcasting Communication）以及 MIC（Minister of Information and Communication）兩個機關後的新主管機構。其通傳法規為《2000 年放送法》並自 2000 年施行至今[48]。該法規定，為維護表現自由的權利，廢止以往有關節目內容需經過事先審查的機制，改為事後由放送通信審議會（Korea Communications Standards Commission，KCSC）進行節目內容審查。有關節目內容之限制部分，韓國的法規相較於其他國家規定，其節目內容及排播管理上都有嚴謹的規定。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

KCC 規定無線電視頻道每季播放本國製作節目時數應占總播放時數的 60%-80%、有線電視及衛星電視業者每季播放本國製作節目時數應占總播放時數的 40%-70%、其他電視業者則為 20%-50%[49]。

[48] 韓國於 2000 年時整合了《放送法》、《總合有限放送法》、《韓國放送公社法》以及《有限放送管理法》，制定了《2000 年放送法》並實行至今。
[49] データブック世界の放送（2018）。NHK 放送文化研究所。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

KCC 針對播放本國自製電影、動畫及流行音樂的部分也分別加以規管[50]：電影方面，各相關頻道每年應以播放電影總時數的 20%-40%，播放本國自製電影；動畫方面，各相關頻道每年應以播放動畫總時數的 30%-50%，播放本國自製動畫；流行音樂方面，各相關頻道每年應以播放流行音樂總時數的 50%-80%，播放本國流行音樂。

重播率部分，KCC 為了提供觀眾更多元化、更新的影視選擇，規定 2000 年以前進口的節目不得於黃金時段（19:00-22:00）播出。

相對於上述自製節目，有關外購其他國家節目部分，規定來自單一國家的電影、動畫、音樂節目之總播出時數不得超過該類總播放時數之 80%，其目的是確保節目多元性（Park, Davis, Papandrea & Picard，2015），韓國外購節目因前述規定而受有限制。

(三)差異性政策、規範或作法

KCC 分別針對無線電視頻道（60%-80%）、有線電視頻道（40%-70%）、衛星電視頻道（40%-70%）、其他電視業者（20%-50%）訂立不同的自製節目播放比例規定，因此在差異性政策方面較其他國家有顯著之差異。

[50] 其他電視業者部份，各相關頻道每年應以播放電影的總時數的 20%-40%，播放本國自製電影；各相關頻道每年應以播放動畫的總時數的 30%-50%，播放本國自製動畫；各相關頻道每年應以播放流行音樂的總時數的 50%-80%，播放本國流行音樂。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

有關提撥自製節目之共同基金部分，KCC 每年會向傳媒業者徵收基金費用，以發展廣電影視以及藝術文化拍攝計畫，目前有「文化發展基金」、「廣電發展基金」、「電影發展基金」以及「動畫發展基金」等四種。此外，掌管數位節目製作政策的未來創造科學部於 2013 年 7 月與文化體育觀光部共同提出「振興國內節目產業計畫」，並基於本計畫提撥 9,000 億韓元作為該計畫之共同基金。其中，為鼓勵並培養國際化數位電視節目，未來創造科學部於 2015 年 4 月提撥共同基金約 1,900 億韓元，其對象為影像及遊戲、投影技術等相關之節目內容製作。另外，為迎接未來 5G 時代的來臨，韓國情報通信策略委員會於 2014 年 8 月提出「影像投影產業發展策略」，並預計 2020 年為止將提撥共 2,400 億韓元作為節目製作共同基金[51]。

其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策部分，韓國文化體育觀光部訂立提升韓國文化出口海外的政策目標[52]，並於 2009 年 5 月 7 日依韓國政府公布修訂後之《文化產業振興基本法》第 31 條規定：「政府為有效支援文化產業的振興、發展，設立韓國內容振興院」，

[51] データブック世界の放送（2018）。NHK 放送文化研究所。

[52] 相關政策目標內容為加強節目製作產業之創意基礎、擴大文化技術領域之研發、提高節目製作產業之競爭力、擴大節目製作產業之海外擴張、保護知識財產權及改善使用環境及檢討節目製作產業之政策體系等

於同日成立「韓國文化內容振興院」(Korea Culture& Content Agency，KOCCA)[53]，直接受文化體育觀光部管轄。其成立目的在於整合韓國文化的核心，促進文化產業發展並為了實現成為世界五大文化強國之理想積極制定相關政策。KOCCA 亦於美國、日本、中國、歐洲、印尼及巴西等地設立代表處，充分利用地區優勢，提供該區域之文化產業動向及進出口資訊，致力於加強韓國文化產業出口並為韓國國內製作節目進軍世界各國提供各項支援。該院之業務具體內容為：

1. 節目製作支援；

2. 支援文化產業進軍海外；

3. 促進 CT 融合媒體產業；

4. 人才培養訓練；

5. 建構製作公司之基礎設施[54]等。

KOCCA 亦具有獨立的研究機構，進行文化產業相關的各種調查並為韓國政府擬定政策方針，並且執行政策的實際推動，例如：強化產業基礎事業中的「創意培養」項目，就包括強化流行音樂創作基礎、支援構築全球音樂網路、支援在海外舉辦 K-POP 展示會、支援韓國時尚文化開拓海外市場等[55]。

---

[53] 原文為한국콘텐츠진흥원，參考 KOCCA 官網:http://www.kocca.kr/cop/main.do

[54] 參考 KOCCA 官網：http://www.kocca.kr/ch/contents.do?menuNo=201576

[55] 參考 KOCCA 官網之事業介紹：
http://www.kocca.kr/business/industry/creation/music2/index.html

第八節　澳洲

一、規管現況

澳洲的通訊傳播主管機關為澳大利亞通信與媒體管理局（Australian Communications and Media Authority，ACMA），所有提交給 ACMA 的作業規範都會先由公眾進行審查。其通傳法規為《1983 年澳洲廣播公司法》（Australian Broadcasting Corporation Act 1983）以及《1992 年廣播電視服務法案》（Broadcasting Services Act 1992），前者為澳洲廣電協會組織、業務、營運之規管，後者管理媒體管制、外資限制以及數位電視營業執照之發放等相關規定。不同類型的內容有不同規範管制，而主要的類型有澳洲內容、兒童內容、商業廣播、社區廣播、公共廣播、付費電視等[56]。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

現行的澳洲廣播內容標準（Broadcasting Services Australian Content Standard 2016，ACS）於 2016 年 3 月生效，要求所有無線電視皆須遵守該標準規範，其主要目的是提升無線電視服務在發展、反映澳洲身分認同、特徵與文化多樣性方面的角色，並針對國內節目製作比例、節目以及廣告之內容規範管理。此標準中定義了何為澳洲自

[56] 參考 Wikipedia Television in Australia: https://en.wikipedia.org/wiki/Television_in_Australia

製節目以及新播節目，並對新播澳洲戲劇節目、澳洲紀錄片節目、與澳洲兒童節目等做出最低配額要求。

澳洲自製節目之定義為在沒有電視製作基金（Australian Commercial Television Production Fund）[57]的經費援助下，澳洲人製作產出的電視節目，並須符合以下要件：

1. 節目製作人須為澳洲人(無論節目是否有跟非澳洲人的聯合製作人或執行製作人一起製作）。
2. 節目導演為澳洲人；或者節目編劇為澳洲人。
3. 至少 50%的主要演員（包含配音員及節目主持人）是澳洲人。
4. 若為戲劇節目，至少 75%的主要配角演員為澳洲人。
5. 節目在澳洲製作及後製（無論是否在澳洲拍攝）。
6. 若為動畫節目，須符合以下要件中的至少 3 個要件：
   (1) 美術指導（production designer）為澳洲人。
   (2) 角色設計師（character designer）為澳洲人。
   (3) 場景配置師（supervising layout artist）為澳洲人。
   (4) 分鏡插畫師（supervising storyboard artist）為澳洲人。
   (5) 背景畫師（key background artist）為澳洲人。

[57] 此基金由前澳洲電影委員會（Australian Film Commission, AFC）管理，僅在 1995-1996 到 1998-1999 的財政年度實施。

為了符合澳洲國際生產合作義務，澳洲內容標準認同澳洲官方合作生產節目（Australian official co-production）也等同是澳洲節目。同時為了符合澳紐緊密經濟關係貿易協定（Australia-New Zealand Closer Economic Relations Trade Agreement，ANZCERTA），澳洲內容標準也認同紐西蘭節目（New Zealand program）、及澳洲紐西蘭合作節目（Australian / New Zealand program）為澳洲節目。

新播節目定義部分，在節目製作完成後兩年內獲得電視牌照許可，並且每一牌照持有者在電視牌照許可範圍內第一次播出（不論該節目是否已在訂閱電視播出）為新播電視電影（telemovie）；在節目製作完成後五年內獲得電視牌照許可，並且每一牌照持有者在電視牌照許可範圍內第一次播出（不論該節目是否已在訂閱電視播出）為新播故事劇情片（feature film）；其他則是在節目製作完成後兩年內獲得電視牌照許可，並在電視牌照許可範圍內第一次播出為新播。

播放規定上，無線電視有在 6:00-24:00 時段內，於主要頻道須播出每年 55%以上、於非主要頻道須播出每年 1,460 小時以上澳洲自製節目之規定；訂閱電視（付費電視）經營項目若以提供戲劇節目為主，則也受有最低澳洲戲劇節目支出的要求，每個財政年度至少要投入超過 10%的節目總支出在澳洲戲劇製播上[58]。

[58] Broadcasting Services Act 1992(June 23, 2017).

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

澳洲自製戲劇節目[59]部分，規定任何一年間，黃金時段（17:00-23:00）新播自製戲劇節目的戲劇分數應大於 250；另對取得播放執照後的戲劇節目要求，在首播之後前三年的黃金時段戲劇分數加總應至少 830，之後則每三年戲劇分數須至少 860。戲劇分數計算方式為：

戲劇分數 = 形式要素[60] x 期間（小時）

紀錄片節目[61]部分，則規定每年在 18:00-24:00，須至少播出 20 小時的新播自製紀錄片節目，每個節目至少 30 分鐘。

兒童節目[62]部分，規定於兒童時段[63]（C band）每年至少須播出 260 小時兒童節目，其中至少有 50%（130 小時）時間須為新播自製兒童節目。

兒童戲劇節目（children drama，C drama）則規定每年新播時數至少 25 小時，在兒童時段每三年新播時數至少 96 小時，每年重播時數至少 8 小時。

---

[59] 係指節目內容透過角色、主題及情節，而形成一個敘事性之架構。包含喜劇小品（sketch comedy）、動畫劇（animated drama）、劇情式紀錄片（dramatised documentary），但不包含涉及演員附帶使用（incidental use）的節目、以及兒童戲劇節目。

[60] 形式要素（format factor）依戲劇形式的不同，給予不同點數。

[61] 除新聞、時事、體育報導、雜誌、資訊娛樂節目、輕娛樂節目（喜劇、綜藝節目、遊戲節目、猜謎節目等）之外的節目。

[62] 指在兒童時段播出，並符合以下條件的節目：(1)專為學齡兒童所製作；(2)富娛樂性；(3)使用充足的資源以確保高標準的劇本、演員、編輯、拍攝、音樂、及其他製作元素；(4)提升學齡兒童的認知與經驗；(5)適合澳洲學齡兒童。兒童係指 14 歲以下，兒童節目包含兒童戲劇節目（C drama）、不包含學前節目。

[63] 週一至週五 7:00-8:30 及 16:00-20:30；週六、週日及學校假日 7:00-8:30。

學前節目[64]（preschool programs，P programs）則規定全部皆須為澳洲自製，於學前時段[65]（P band）每年至少須播出 130 小時學前節目，且 5 年內不可重播超過 3 次。

有關澳洲自製節目比例、新播及重播相關規定，整理如下表 2-3：

表 2-3 澳洲自製節目播放時段、自製及新播比例整理

節目類型		頻道限制	計算單位	最小要求
全部	澳洲節目	主要頻道	6:00-24:00/年	＞55%
		非主要頻道	6:00-24:00 播放小時數/年	＞1460 小時
新播	澳洲戲劇節目	所有頻道	17:00-23:00 戲劇分數/年	＞250 分
新播	澳洲紀錄片節目	所有頻道	6:00-24:00 播放小時數/年	＞20 小時
新播	澳洲兒童戲劇節目	所有頻道	兒童時段播放小時數/年	＞25 小時
重播	澳洲兒童戲劇節目	所有頻道	兒童時段播放小時數/年	＞8 小時
新播	澳洲兒童節目	所有頻道	兒童時段播放小時數/年	＞130 小時
全部	兒童節目	所有頻道	兒童時段播放小時數/年	＞260 小時
全部	（澳洲）學前節目	所有頻道	學前時段播放小時數/年	＞130 小時

資料來源：ACMA(2009)、ACMA(2016)

(三)差異性政策、規範或作法

差異性政策部份，針對無線電視主要頻道（每年 55%以上）及非主要頻道（每年 1,460 小時以上），自製節目播放比例限制有所不同；並認同澳洲官方合作生產節目、紐西蘭節目、及澳洲紐西蘭合作節目為澳洲製作節目。區域商業電視部分，則有在播送區域內播送本地相關內容的最低數量要求，但並未要求自製。

[64] 指在學前時段播出，並符合以下條件的節目：(1)專為學齡前兒童所製作；(2)富娛樂性；(3)使用充足的資源以確保高標準的劇本、演員、編輯、拍攝、音樂、及其他製作元素；(4)提升學齡前兒童的認知與經驗；(5)適合澳洲學齡前兒童。

[65] 週一至週五 7:00-16:30。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

澳洲影視局（Department of Communications and the Arts）[66]為鼓勵澳洲人自製或在澳洲拍攝電影視劇、電視電影、兒童戲劇、紀錄片等，頒定澳洲影像製作獎勵計畫（Australian Screen Production Incentive[67]），並透過該計畫給予符合之影片及節目相關租稅抵免[68]。以下三項租稅減免僅可擇一適用：

1. 製作人稅額抵免（Producer Offset）

對於符合(1)澳洲人自製具有顯著澳洲內容（significant Australian content，SAC）的電影或電視節目[69]者、(2)達到最低符合資格支出[70]（qualifying Australian production expenditure，QAPE）者、(3)內容達到最低時間長度者、(4)滿足商業傳播、放映、發行條件者、(5)或屬於正式的澳洲官方聯合製作者[71]，澳洲製作人可

[66] 為澳洲政府對於澳洲影片（Australian films）製作的主要投資機構。
[67] 2018 年 11 月 23 日檢索自 Screen Australia- PRODUCTION INCENTIVES OVERVIEW 檢索網址：https://www.screenaustralia.gov.au/fact-finders/people-and-businesses/production-businesses/production-incentives
[68] 2018 年 11 月 23 日檢索自 Screen Australia – Funding and Support。檢索網址：https://www.screenaustralia.gov.au/funding-and-support
[69] 具有顯著澳洲內容考量以下條件：1.影片的主題；2.影片的拍攝地；3.參與製作影片的人的國籍與居住地；4.影片製作支出的細節；5.任何其他被認定相關的事項。
[70] 相關支出可能包含所有的演員和工作人員在澳洲（不論其國籍或居住地）所進行的工作的報酬；在澳洲提供的法律服務支出；在澳洲進行後製的支出等等。
[71] 根據與英國、加拿大、義大利、愛爾蘭、以色列、德國、韓國、南非、新加坡、和中國的正式協議製作；以及與法國和紐西蘭的諒解備忘錄（Memorandum of Understanding）規定。

享最高 40%（故事劇情片）或者 20%（電視劇、紀錄片、動畫短片等）之稅額抵免，整理如下表 2-4：

表 2-4 澳洲符合製作人稅額抵免之資格表

類型	最短片長	總 QAPE（澳元）	每小時 QAPE（澳元）
故事劇情片，包含電影紀錄片、動畫和 IMAX （offset=40%）			
故事劇情片	至少 60 分鐘	500,000	n/a
較大的格式（如 IMAX）	至少 45 分鐘	500,000	n/a
非故事劇情片，非紀錄片或動畫 （offset=20%）			
單集	每集片長+插播廣告時間至少一小時	500,000	n/a
連續（每季至少兩集）	每集片長+插播廣告時間至少半小時	1,000,000	每小時 500,000
非故事劇情片的紀錄片 （offset=20%）			
單集或連續	每集片長+插播廣告時間至少半小時	500,000	每小時 250,000
非故事劇情片的動畫 （offset=20%）			
連續（每季至少兩集）	每集片長+插播廣告時間至少 15 分鐘	1,000,000	每小時 500,000
單集	每集片長+插播廣告時間至少一小時	500,000	n/a
若非單集或一季劇集			
短片動畫（單集或連續）	每集片長+插播廣告時間至少 15 分鐘	250,000	每小時 1,000,000

資料來源：本研究

2. 地點稅額抵免（Location Offset）

對於在澳洲拍攝的電視及電影節目者，其製作支出亦可享最高 16.5%的稅額抵免；故事劇情片的 QAPE 至少花費 1500 萬澳元；電視劇的 QAPE 每小時至少 100 萬澳元。

3. 後製特效支出稅額抵免（PDV Offset）

對於符合 QAPE 的後製與特效支出（QAPE 至少需花費 50 萬澳元），則有最高 30%的稅額抵免（不限定製作者國籍及製作國家等條件），類型可包括故事片、電視、迷你劇和電視劇（包括紀錄片和真人秀）。

第九節　中國

一、規管現況

中國的的通訊傳播主管機關為中華人民共和國國家新聞出版廣電總局（State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television of the People's Republic of China，SAPPRFT），簡稱廣電總局，是 2013 年至 2018 年間的中華人民共和國國務院正部級直屬機構[72]，2013 年以前則稱為國家廣播電影電視總局（SARFT）。SAPPRFT 兼中華人民共和國國家版權局，負責監督管理新聞業、出版業、廣播電台、電視媒體和電影業。在中國嚴格的共產主義體制下，共產黨同時是廣播、電視的擁有者、管理者與從業者。所有的廣播、電視台是同時受到黨中央宣傳部門與廣電總局的雙重管制。

其中，有關電視節目之管理單位則為進口管理司以及電視劇司。進口管理司執掌出版物、廣播電視節目的進口管理、管理境外新聞出版廣播影視機構在華設立辦事機構、對境外廣播電視節目的引進、播出和中外廣播電視節目合作的製作、播出，及衛星電視接收設施、境外衛星電視節目的落地和接收進行監督管理；電視劇司則執掌電視劇製作的指導、監管工作，組織對國產電視劇、引進電視劇和對外合拍電視劇（含動畫片）的內容進行審查。指導、調控電視劇的播出。

[72] 國務院直屬機構主管國務院的某項專門業務，具有獨立的行政管理職能。

由於中國共產黨視媒體為稀有資源，重要國家利益，管控不當可能危及公共安全，因此廣電總局擁有很大的行政裁量權，以鞏固媒體的喉舌功能，這可以從電視劇製作及發行實行許可證制度、傳播機構的設立、節目內容的審核、境外節目的引進、播出限制、中外合資經營的規定等觀察出。國家政策雖然有助於政策宣導及政權鞏固，保護中國電視產業，免於境外媒體的長驅直入，但卻影響到消費者的自由選擇權，也傷害到媒體的競爭力。此外審查節目內容使得創意和多元性消耗殆盡，無法讓電視媒體充分發揮其功能。但在 2001 年中國成為 WTO 會員國後，必須遵守市場開放、政策透明等原則，此外媒體營運從政府播款轉向營利導向自負盈虧。這意味著過去只是政治工具的媒體，如今將要肩負市場經濟利益。在全球化、數位化的衝擊下，朝向有限度、漸進的開放傳媒市場方向發展（黃建翰，2006）。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

依據 SAPPRFT 規定，省級衛星電視之綜合頻道撥放電視劇節目時，其總時間不得超過一日 45%以上以及一日內 6 次內之規定。其他有關國外產製之電影、電視劇、動畫以及其他節目有嚴格限制進口及播放時間等相關限制。相關政策及法令詳如下述。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

SARFT（SAPPFRT 前身）於 2011 年 10 月公布「關於進一步加強電視上星綜合頻道節目管理的意見」,針對衛星電視訂立以下規定：

1. 自 2012 年起國內衛星電視綜合頻道須於 6:00-12:00 間至少播放 2 小時以上新聞節目，且須於 18:00-23:30 間至少播放 2 檔時間長度 30 分鐘以上之電視台自製新聞節目。
2. 衛星電視台必須至少每日撥放一組宣揚中國傳統道德以及社會主義價值觀之節目。
3. 有關內容為相親、實況、生活資訊、遊戲競技以及娛樂之節目，全部的衛星電視台合計不得於 17:30-22:00 間播放超過九組。

另外，2016 年 6 月 SAPPRFT 公布《關於大力推動廣播電視節目自主創新工作的通知》，亦針對衛星綜合頻道每年新播境外版權節目限制不得超過 1 檔，且第一年不得在 19:30-22:30 間播出之規定。

相較於其他主要國家，中國對於境外節目之管理及播放限制則較為嚴格，並以原有的國家體制延伸到媒介的規管上（彭孟慈等，2013）。有關國外產製之電影、電視劇、動畫以及其他節目（包括台灣、香港、澳門等「境外節目」），須遵守「不得引進時事性或新聞類型節目」以及「進口之國外電影、電視劇（包括動畫）之總數量、題材內容以及

製作場所等將嚴格實行相關管制」等原則，嚴格限制進口節目之管理及播放時間限制。其相關規管條例則整理如下：

1. 2000 年元月，SARFT 發布《關於進一步加強電視劇引進、合拍和播放管理的通知》，強調除經該局核准，19:00-21:30 間不得播出進口劇節目。
2. 2004 年 6 月，SARFT 通過《境外節目引進、播出管理規定》，國外製作之電影及電視劇節目不得超過電視劇節目總播放時數之 25%、其他類型之電視節目則不得超過該頻道當天總播放時數之 15%（但有線電視及付費頻道規較為寬鬆）。另外，未經 SAPPRFT 許可不得於黃金時段（19:00-22:00）播放國外產製之戲劇節目[73]。但亦有例外之規定：自 2008 年 1 月起，中台合資之電視劇節目經 SARFT（2013 年後為 SAPPRFT）許可後，可視為國內產製節目作品。
3. 2005 年 9 月，SARFT 通過《廣電總局關於禁止以欄目形式播出境外動畫片的緊急通知》，規定在每個播出動畫片的頻道中，國產動畫片與引進動畫片的播出比例不低於 6:4，即國產動畫片的播出數量不少於 60%。
4. SARFT 對於國外產製動畫節目之播放時間規定則更嚴格，根

[73] 參考境外節目引進、播出管理規定第十八條
http://www.sarft.gov.cn/art/2004/10/23/art_1583_26297.html

據《廣電總局關於進一步規範電視動畫片播出管理的通知》，自 2006 年 9 月 1 日起，全國各級電視台所有頻道國外產製動畫節目之播放時間不得超過總動畫播放時間 30%。此外，每天 17:00-20:00 禁止所有的電視局播放有關國外製作之動畫及相關介紹等，中外合作之動畫則另需 SAPPRFT 許可使得播放[74]。

5. 2012 年 2 月，SARFT 再次發布《廣電總局關於進一步加強和改進境外影視劇引進和播出管理的通知》，規定引進境外影視劇的長度原則上控制在 50 集內，同時不得超過該電視頻道當天影視劇總播出總時間的 25%(羅世宏，2016)。
6. 2014 年 9 月，SAPPRFT 頒發新的境外劇管理政策《國家新聞出版廣電總局關於進一步落實網上境外影視劇管理有關規定的通知》，定下「數量限制、內容要求、先審後播、統一登記」四項管制原則：
   (1) 數量限制：該年度境外劇數量只可為上年度新播出國產影視劇的 30%。
   (2) 內容要求：內容必須健康、弘揚真善美；兇殺、暴力、情色、心理變態等內容必須刪減才能播放。

[74] 參考自易禹琳（2006）。〈中國發布之"9 月 1 日起 17-20 点禁播境外动画片"規定〉。檢索網址：https://web.archive.org/web/20120502175015/http://comic.qq.com/a/20060812/000007.htm

(3) 先審後播：新上線的境外劇必須配好字幕後交審，不能同步直播。通過審查後才能獲得許可證在線上播出。

(4) 統一登記：2014 年 9 月前在線上播出的境外劇必須在 2015 年 4 月前完成登記。此外，題材類型也要多元化，用於互聯網等資訊網路傳播的境外影視劇必須取得《電影片公映許可證》或《電視劇發行許可證》，否則不得上網播放。

7. 2016 年 6 月，SAPPRFT 公布《關於大力推動廣播電視節目自主創新工作的通知》，支持鼓勵自主原創節目，各廣播電視機構要把節目原創作為自主創新工作的核心，特別注意提高晚間時段自主原創節目播出比重[75]，規定衛星電視綜合頻道引進境外版權模式節目（包括當年新引進和往年引進的節目），(1)均需提前兩個月向省新聞出版廣電局備案，省新聞出版廣電局審核同意後，向國家新聞出版廣電總局備案，未完整履行備案程序的引進境外版權模式節目不得播出；(2)每年在 19:30-22:30 開播的引進境外版權節目，不得超過兩檔。每個衛星電視綜合頻道每年新播的境外版權節目不得超過 1 檔，且第一年不得在 19:30-22:30 之間播出。

本研究彙整中國自製及排播節目相關規定如下表 2-5。

[75] 參考新浪科技網路新聞: 国家新闻出版广电总局要求：提高晚间原创节目比重 http://tech.sina.com.cn/i/2016-06-19/doc-ifxtfrrf0636825.shtml

表 2-5 中國自製及排播節目相關法規

頒布機關	規管名稱	發布時間	發布內容摘要
中華人民共和國國家廣播電影電視總局（SARFT）	《關於進一步加強電視劇引進、合拍和播放管理的通知》	2000 年	除經核准，19:00 至 21:30 間不得播出進口戲劇節目。
中華人民共和國國家廣播電影電視總局（SARFT）	《境外節目引進、播出管理規定》	2004 年	• 國外製作之電影及電視劇節目不得超過電視劇節目總播放時數之 25%、其他類型之電視節目則不得超過該頻道當天總播放時數之 15%。 • 未經 SAPPRFT 許可不得於黃金時段（19:00-22:00）播放國外產製之戲劇節目。
中華人民共和國國家廣播電影電視總局（SARFT）	《廣電總局關於禁止以欄目形式播出境外動畫片的緊急通知》	2005 年	• 每個播出動畫片的頻道中，國產動畫片與引進動畫片播出比例不低於 6:4，即國產動畫片播出數量不少於 60%。
中華人民共和國國家廣播電影電視總局（SARFT）	《廣電總局關於進一步規範電視動畫片播出管理的通知》	2006 年	• 國外產製動畫節目之播放時間不得超過總動畫播放時間之 30%。 • 每天 17:00-20:00 禁止所有的電視局播放有關國外製作之動畫以及相關介紹。
中華人民共和國國家廣播電影電視總局（SARFT）	《廣電總局關於進一步加強和改進境外影視劇引進和播出管理的通知》	2012 年	引進境外影視劇的長度原則上控制在 50 集內，同時不得超過該電視頻道當天影視劇總播出時間的 25%。
中華人民共和國國家新聞出版廣電總局（SAPPRFT）	《國家新聞出版廣電總局關於進一步落實網上境外影視劇管理有關規定的通知》	2014 年	「數量限制、內容要求、先審後播、統一登記」。
中華人民共和國國家新聞出	《關於大力推動廣	2016 年	• 每年在 19:30-22:30 開播

版廣電總局（SAPPRFT）	播電視節目自主創新工作的通知》		的引進境外版權節目，不得超過兩檔。 • 每個衛星電視綜合頻道每年新播境外版權節目不得超過 1 檔，且第一年不得在 19:30-22:30 之間播出。

資料來源：本研究

(三)差異性政策、規範或作法

中國對於國內自製節目播放比例規定多見於衛星電視台，對於有線電視的管制則較為寬鬆。其中，國台辦於 2018 年 2 月公布「關於促進兩岸經濟文化交流合作的若干措施」，即所謂的「惠台 31 項措施」中的第 19 條則涉及影視產業之投資，放寬台灣人參與大陸廣播電視節目和電影、電視劇製作可不受數量限制之外，中國陸電影發行機構、廣播電視台、視聽網站和有線電視網引進台灣生產的電影、電視劇不做數量限制。此外，也放寬兩岸合拍電影、電視劇在主創人員比例、大陸元素、投資比例等限制。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

SAPPRFT 於 2015 年 7 月 9 日發布《優秀電視劇劇本扶持引導項目評選章程》，設立電視劇劇本扶持引導專項資金，針對國內優秀電視劇劇本給予資金資助，旨在開掘創作源泉、堅持價值引領、繁榮電視劇創作，進一步調動廣大電視劇編劇的創作積極性，進一步提升電

視劇品質。其內容則應包含有中國特色社會主義的偉大事業，反映改革開放和現代化建設的偉大歷程，以社會主義核心價值觀，倡導民族精神和以改革創新為核心的時代。SAPPRFT 設立優秀電視劇劇本扶持引導項目辦公室於電視劇司，負責管理專項資金、制定評審工作方案並組織評委會工作。

第十節　泰國

一、規管現況

泰國的通訊傳播主管機關為泰國國家傳播及電信委員會（National Broadcasting and Telecommunications Commission，NBTC），主管法規為《2008 年廣播電視傳播法》，並根據播放內容發放三種不同的播放許可執照。目前泰國自製節目比例偏低，以泰國國營電視台第 3 電視台為例，其播放節目內容大多來自台灣、香港、日本及韓國。

另外，依據泰國《投資促進法》（Investment Promotion Act）規定，泰國的電視及廣播節目是屬於第一類型完全禁止外國投資的產業[76]。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

NBTC 規定，區域和地方層級的商業電視應按照委員會規定有一定的自製節目比例[77]。其他有關節目播放的相關規定則依《1955 年廣播電視傳播法》，擷取摘要如下[78]：

1. 有辱國王以及王室之內容，抑或對其不利之內容者禁止撥放。

2. 節目內容不得侮辱國家、政府以及公務員。

---

[76] 參考自台灣經貿網（2009）。《泰國投資法規、勞動法規及稅務分析專欄》。檢索網址：https://info.taiwantrade.com/biznews/%E6%B3%B0%E5%9C%8B%E6%8A%95%E8%B3%87%E6%B3%95%E8%A6%8F-%E5%8B%9E%E5%8B%95%E6%B3%95%E8%A6%8F%E5%8F%8A%E7%A8%85%E5%8B%99%E5%88%86%E6%9E%90%E5%B0%88%E6%AC%84-880017.html

[77] NBTC(2015). The Fundamental Acts Relating to Telecommunications and Broadcasting Services. Retrieved from: https://broadcast.nbtc.go.th/data/document/law/doc/th/580300000001.pdf

[78] 日本貿易振興機構ジェトロ（2013）。《タイのコンテンツ市場調査》。

3. 節目內容不得對聖地、佛像以及宗教有毀謗或輕蔑的態度。

4. 不得擾亂國家之道德文化習慣。

5. 內容不得危害國家安定及不可牽涉到政治層面。

6. 不得播放非卑賤、人道、野蠻或殘酷之節目內容。

7. 不得播放有誤導未成年者嫌疑之內容。

8. 不得撥放增加犯罪率之內容。

尤其對國王以及王室不敬之內容將會被以刑法論處，1976 年更將該罪之徒刑從 7 年以下提高為 3 年以上 15 年以下[79]。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

NBTC 規定，公共電視的新聞資訊類節目應不少於 70%；社區電視的新聞資訊類節目應不少於 70%；商業電視的新聞資訊類節目應不少於 25%，區域和地方層級的商業電視則應按照委員會規定有一定的自製節目比例。

所謂新聞資訊類節目，包含：1.新聞節目；2.提升對民主政權的知識與了解的節目；3.促進教育、道德、藝術、文化的節目；4.對社會、經濟、生活品質、環境等方面的發展提供知識與理解的節目。

[79] データブック世界の放送（2014）。NHK 放送文化研究所。

另外，泰國《公共視聽法》（Thai Public Broadcasting Service Act, B.E. 2551 （2008））第 43 條規定，電台及電視台播放的節目必須有以下內容與價值：

1. 須有一定比例公正、迅速、全面、中立的報導新聞節目，在閱聽人方便的視聽時間播放。
2. 以正確的資料、平衡不同的意見、分析評論等討論，促進公民參與公共議題並表達意見的節目。
3. 須有一定比例促進公民學習、提升公眾生活品質發展、促進兒童及青年學習發展的節目，在閱聽人方便的視聽時間播放。
4. 體育、運動、與促進人民生活健康發展的節目。
5. 促進泰國文化的節目，文化多元性與社會共識性以及促進弱勢族群有機會參與自由表達意見的節目。
6. 有創意、促進良好社會品質、提升公共美學的娛樂節目。
7. 在適當的播出時間，播出獨立製作人製作的節目。

(三)差異性政策、規範或作法

目前泰國僅對區域和地方層級的商業電視要求應按照委員會規定有一定的自製節目比例。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

有關提撥自製節目之共同基金部分，泰國政府則成立廣播和電信研究與發展基金（Broadcasting and Telecommunications Research and Development Fund for the Public Interest，BTFP）[80]。該基金共計四個帳戶，包含第一帳戶為政府債券組成帳戶、第二帳戶為用於廣播服務和電視業務之基金、第三帳戶是用於電信服務之基金、第四帳戶為進行公共服務廣播之基金。

至於其他提升本國文化內容之政策之部分，泰國的《公共視聽法》明文規定，在組織播放的電台與電視台的節目，務必具有以下內容與品質，其中一項即為促進泰國文化的節目，包含文化多元性與社會共識性以及促進弱勢族群有機會參與自由表達意見的節目。每三個月，執行長應提出節目表，由執行委員會審核批准。若節目表有重大變更，執行長務必重新提出節目表，由執行委員會審核批准。

目前泰國雖沒有明確限制本國節目自製節目比例，但在促進投資政策（General List of Activities Eligible for Investment Promotion）中對於製作泰國電影、紀錄片或電視節目所獲得之版權收入（包含 CD、VCD、DVD 等形式）以及電影院收益給予免稅待遇。

[80] 參考 BTFP 官網 https://btfp.nbtc.go.th/en

第十一節　馬來西亞

一、規管現況

馬來西亞的通訊傳播主管機關為馬來西亞通訊及媒體委員會（Malaysian Communications and Multimedia Commission，MCMC），其規管法令為《1998 年通訊及媒體法》（Communications and Multimedia Act of 1998，CMA），係合併自 1995 年通訊法（Telecommunications Act 1950）及 1988 年廣播放（Broadcasting Act 1988）兩法。

由於馬來西亞屬於伊斯蘭教國家,原本節目內容相關規制在 1998 年通訊及媒體法實行之前是嚴格被限制的，但 1998 年通訊及媒體法實行後，政府以放寬節目內容管制為政策目標，因此實質上已經委託各個節目製作者自由裁量決定。另外，由於衛星電視十分受馬來西亞觀眾之青睞，受此衝擊，與有線電視業者簽訂契約之觀眾越來越少，目前已全數退出馬來西亞市場[81]。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

根據 1998 年通訊及媒體法第 212 條規定，節目內容相關規定以委託各個節目製作者自由裁量決定為原則，因此由廣告商、節目製作

[81] データブック世界の放送（2014）。NHK 放送文化研究所。

者、傳播事業者、ISP 以及消費者代表等組成之「馬來西亞通信和多媒體內容論壇」（Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia，CMCF）於 2001 年成立，自主規定節目內容相關規範，並針對違反規定者進行相關制裁等[82]。為此單位並非政府行政機關，實際上是無法律約束效力存在，因此是否遵守該論壇製訂之節目內容準則亦並非強制性。

馬來西亞政府雖然規定國內自製節目播放比例須達 80%、自製廣播節目內容須達 60%，但實際上之播放比例卻遠低於此目標，政府亦無制定相關強制性規管，僅管制 20:30-21:30 不得播放外國製節目。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

馬來西亞政府並無制定自製節目之相關政策，亦無特別指定節目播放之特定類型。

(三)差異性政策、規範或作法

馬來西亞政府並無制定差異性政策、規範或作法。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

有關提撥自製節目之共同基金部分，MCMC 於 2010 年成立創意產業發展基金（Creative Industry Development Fund，CIDF-SKMM），

[82] 原文為 administer sanctions for breaches of the Content Code, http://www.cmcf.my/history-mission

並於 2011 年至 2013 年間已分配 1 億馬幣（約新台幣 7.5 億），但收到的許多申請不符合 MCMC 的標準（400 多份申請中僅 100 份獲得了 MCMC 的批准），因此騰餘一半以上基金尚未使用[83]。MCMC 另於 2014 年 4 月再次成立創意產業發展基金[84]，於 2015 年至 2017 年間投入 1 億馬幣，以發展馬來西亞在地公司投入創作多媒體內容。申請人必須符合馬來西亞中小企業之資格，並至少持有 51%的本地股權，且未從其他政府機構獲得超過 2 次之補助等規定，其申請內容亦以新創者為限。

[83]參考 MCMC 於 2013 年 10 月發布之新聞稿，檢索網址: https://www.skmm.gov.my/media/press-clippings/mcmc-invites-applications-for-creative-industry-de

[84] 原文為 Dana Pembangunan Industri Kreatif, DPIK-SKMM

第十二節　新加坡

一、規管現況

新加坡的通訊傳播主管機關為新加坡情報媒體發展局（Infocomm Media Development Authority，IMDA），成立於 2016 年 10 月 1 日，係整併媒體發展局（Media Development Authority，MDA）及資通訊發展局（Infocomm Development Authority，IDA）等 2 個機關而來。IMDA 承襲 IDA 及 MDA 之法定地位，同樣隸屬新加坡資通訊部。其規管法規則為 1994 年頒佈之《1994 年廣播法》（Singapore Broadcasting Act 1994）。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

新加坡自製節目比例不高，基於新加坡國內市場規模的考量，並未明文規定製播本國節目的最低比例，播送之節目多屬香港、台灣、韓國或日本之節目，呈現高度仰賴國外節目之態勢，新國政府至今亦無明文規定製播本國自製節目的最低比例相關政策（彭孟慈等，2013）。依據 IMDA 於 2018 年 3 月公布之《國家管理傳輸線性電視服務之內容規範》（Content Code for Nationwide Managed Transmission Linear

Television Services）[85]，其僅規定節目內容須符合國家和公共利益、種族與宗教和諧及社會規範與價值觀等一般性原則即可。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

新加坡並無制定自製節目之相關政策，亦無特別指定節目播放之特定類型。

(三)差異性政策、規範或作法

新加坡並無對於規管對象之不同而採取差異性做法。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

在內容監理上，IMDA 對於節目內容符合上述一般性原則及相關規範之公共服務廣電（Public Service Broadcast，PSB）業者，提供其產製成本相關補助。該補助是透過「公共服務廣電競爭基金計劃」（PSB Contestable Fund Scheme，PCFS）來運作，希望藉此提高 PSB 內容的品質與鼓勵創新。PCFS 的審查委員會通過公開徵集提案尋求新鮮和創新的內容，並依據提案之 PSB 價值的表示方式、與新加坡

[85] 參考自 IMDA(2018). CONTENT CODE FOR NATIONWIDE MANAGED TRANSMISSION LINEAR TELEVISION SERVICES. Retrieved on July 22, 2018, from: https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulation-licensing-and-consultations/codes-of-practice-and-guidelines/acts-codes/managed-linear-tv-services-content-code-1mar2018.pdf?la=en

觀眾的相關性、創意（故事質量、創新；創造力）以及所涉及的製作公司的相關紀錄來評估提案[86]。

[86] 參考 IMDA 官網公布之資訊。檢索網址：https://www.imda.gov.sg/community/public-service-broadcast/psb-contestable-funds-scheme

第十三節　台灣

一、規管現況

我國的通訊傳播主管機關為國家通訊傳播委員會（National Communications Commission，NCC），成立於 2006 年 2 月 22 日，為受行政院監督的獨立機關。NCC 之創設係仿效自美國聯邦通信委員會，目的是使通訊及傳播事業的管理能超然於政治力影響。其規管法規為 105 年 1 月 6 日修正之《廣播電視法》。

二、自製節目相關法規

(一)自製節目比例、新播比例以及播出時段之法令及相關政策

我國《廣播電視法》中規定，廣播、電視節目中之本國自製節目，不得少於 70%、於主要時段播出之本國自製戲劇節目不得少於同類型節目之 50%[87]，《衛星廣播電視法》亦規定，為保障本國文化，衛星頻道節目供應事業製播節目應符合主管機關所定本國節目比率之限制[88]。我國並於 106 年 1 月 8 日起實施《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》及《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》兩辦法（以下簡稱兩辦法），其立法目的為扶植本國節目自製，以振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化，培育我國影視人才（國家通訊傳播委員會，2017）。除《廣播電視法》對本國自製節目有相關規定外，兩

[87] 見廣播電視法第 19 條規定。
[88] 見衛星廣播電視法第 8 條規定。

辦法亦分別針對無線電視及境內衛星頻道之自製節目比例及新播率訂有相關規定。

(二)自製節目相關政策或法令指定特定類型節目

《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》中規定無線電視戲劇節目須於主要時段（20:00-22:00）播放本國自製節目比例達 50%；《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》則規定境內衛星頻道之兒童節目於指定時段（17:00-19:00）、戲劇及綜藝節目於指定時段（20:00-22:00）、電影節目於指定時段（21:00-23:00）須播放本國自製節目比例達 25%。

另外，兩辦法針對本國自製節目新播率亦有規管。所稱之新播，對於無線電視台業者則指該節目在國內所有無線電視頻道第一次播出，或不同無線電視事業合製同一節目，出資比例達 30%以上者，於其所屬頻道第一次播出時，視為新播；對於境內衛星頻道業者則指節目供應事業間合製，且出資比例達 30%以上之節目，於有線電視系統經營者、直播衛星廣播電視服務事業或其他供公眾收視聽之播送平臺事業等不同平臺第一次播出時，亦視為新播。《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》規定無線電視本國自製節目新播率須達 40%；《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》規定境內衛星頻道之兒

童、戲劇、綜藝及電影節目新播率須達 40%，僅播電影節目者則須達 20%。相關規定整理如下表 2-6。

表 2-6 兩辦法播放本國自製節目規定

	主要時段/指定播送時段	節目類型	本國自製節目比例規定	本國自製節目新播率規定
無線電視	每日 20:00-22:00	戲劇	50%	40%
境內衛星頻道	每日 17:00-19:00	兒童	25%	40%
	每日 20:00-22:00	戲劇 綜藝		
	每日 21:00-23:00	電影 （含紀錄片）		
	每日 21:00-23:00	僅播電影 （含紀錄片）	25%	20%

資料來源：本研究彙整自國家通訊傳播委員會（2017）兩辦法公開說明會簡報。

總體言之，就法規而言相較於其他國家，我國不但對於國內自製節目播放比例之限制上屬於嚴格規管之外，對於新播比例亦有相關規定。

(三)差異性政策、規範或作法

我國對於無線電視頻道及境內衛星頻道之本國自製節目比例、新播率、節目類型、時段規定皆有所不同，無線電視頻道須於主要時段播放本國戲劇節目達 50%以上，境內衛星頻道於指定時段播放之本國兒童、戲劇、綜藝、電影節目則須達 25%以上。無線電視頻道之本國

戲劇節目及境內衛星頻道之本國兒童、戲劇、綜藝、電影節目新播率須達 40%，境內衛星頻道僅播電影節目者則須達 20%。

(四)提撥自製節目之共同基金及其他協助電視產業產製提升本國文化內容之政策

科技部轄下科發基金所匡列的 100 億旗艦計畫中，文化部以「文化內容科技應用創新產業領航旗艦計畫」[89]申請分配到「文化科技創新」項目下的經費，106 年度預算為 2 億 3,875 萬元、107 年度預算為 1 億 9,238 萬 5 千元。「文化科技創新」項目之政策主軸為融合文化與創新元素，鼓勵跨域加值整合，提升科技內涵與影視產業競爭力。規劃重點方向如下：

1. 提升文化與科技結合運用，鼓勵文化內容跨域加值運用；運用先進科技輔助各類文化場域創新服務，提升民眾藝文體驗。
2. 厚植人文思想，健全創作環境；提供創作支援、發表平臺、跨域媒合及行銷推廣，打造本土原創 IP。
3. 振興影視音內容產業，以獎補助和投/融資雙軌資金支持影視音產製，健全內需環境與帶動國際競爭力。

[89] 相關內容摘自科技部產業創新旗艦計畫 107 年度第 3 季執行情形。

「文化內容科技應用創新產業領航旗艦計畫」至 109 年度目標節選如下：

1. 開發具台灣文化 DNA 特質之題材內容創作：例如補助中研院辦理「CCC 漫畫人文期刊出版計畫」，《CCC 創作集》是以台灣歷史、文化與自然為題材，台灣創作者創作的漫畫綜合雜誌。
2. 輔導推動文化內容跨域 IP 經紀公司或機制成形，跨領域授權應用：包含影視、漫畫、舞台劇、文學等。
3. 建立文化內容評等系統機制及促成文化內容產業投融資：如協助〈憤怒的菩薩〉、〈你的孩子不是你的孩子〉等作品獲得融資。
4. 協助文化科技或文化經濟相關的國際獎項或論壇參與：例如透過 106 年「加速文化內容開發與科技創新應用補助案」協助〈紅衣小女孩〉公司參加 TiBE 台北國際書展；及協助「CCC 漫畫人文期刊出版計畫」參加 26 屆台北國際書展，於「漫筆虛實 PLUS」展區，運用擴增實境技術展出漫畫作品，以創新數位互動體驗的方式，引領觀展者認識台灣文化，活動體驗人次 3,361 人，超過 30 篇媒體專文報導等。

另外，文化部仿效國發基金「創業天使投資方案」規劃，在今年2月宣布將要推出「文化內容投資計畫」，繼去年由文創一、二期執行60億元投資影視音產業，本次將國發基金100億元全數運用，並將其中60億元轉型升級投資文化內容，原文創投資一、二期計畫將調整額度為40億元。舉凡文化要素以文字、符號、圖形、聲音、影像等整合運用之技術、產品或服務，包括影視音、出版、ACG產業等，都是此次聚焦投資對象。文化部影視及流行音樂產業局（以下簡稱影視局）亦針對符合特定要件[90]之國內產製之電視劇、電視節目、兒童電視節目、流行音樂節目、廣播節目、電影長片及紀錄片節目等皆有相關補助政策。

根據文化部《2017台灣文化創意產業發展年報》[91]，為提升行動寬頻影音節目內容及品質，加強我國影視節目競爭力，並鼓勵運用科技技術製作行動寬頻影音節目，文化部影視局辦理「行動寬頻影音節目製作補助計畫」，期望以影視內容為核心，結合國內動畫、特效技術等進行跨界合作，帶動國內新興人才發展。2016年辦理共2梯次的戲劇類、非戲劇類節目徵選，其中戲劇類節目共入選12件、非戲

[90] 詳見我國文化部講補助資訊網影視及流行音樂產業局各年度之獎補助條款列表。檢索網址：https://grants.moc.gov.tw/Web/PointList.jsp?SelMenu=2&Type=MOC&K=B&Key=313

[91] 文化部（2017）。《2017台灣文化創意產業發展年報》。檢索網址：https://stat.moc.gov.tw/Research.aspx?type=5

劇類節目共 9 件，補助金額達新臺幣 1 億 3,182 萬元。此外，文化部在「文化創意產業旗艦計畫」中，共推動 4 大類文創重點產業發展：

1. 電影產業旗艦計畫：包含產製輔導與協助資金募集；輔導行銷與拓展通路，協助參展；透過教育研習營等培養觀影人口；建立友善電影產製環境等。
2. 廣播電視內容產業發展旗艦計畫：包含培訓演員、編劇、造型師、製作人、剪輯等廣電產業基礎人才；辦理「2016 年電視節目劇本創作獎」；輔製〈一把青〉、〈滾石愛情故事〉等優質多元之高畫質電視節目；輔導業者組團參加各種國際影視展；創造我國電視節目之國際市場內容交易與創投媒合契機等。
3. 流行音樂產業發展旗艦計畫：包含培育流行音樂相關人才；開創與推廣台灣流行音樂品牌；協助流行音樂產製研發、行銷推廣等。
4. 推動科技與工藝創意產業結合旗艦計畫：以工藝人文與科技人才相互媒合，包含「工藝與創客媒合平臺計畫」、「科技產業與工藝產業跨界創新研發計畫」、「工藝科技技術研究計畫」等。

另外，為鼓勵愛好寫作人士從事電影劇本創作，豐富我國電影劇作內涵，發掘編劇人才，文化部影視局每年都辦理「優良電影劇本」徵選活動，提供最高新臺幣六十萬元的獎勵。參選劇本須符合演出時間不少於六十分鐘，未獲國內其他政府機關電影劇本獎獎金，且曾入圍本獎項作品不得再度參選等規定[92]。

[92] 詳見文化部影視局網站：https://www.bamid.gov.tw/information_215_89007.html

第十四節　小結

綜合整理上揭國外 11 國 1 區域、以及台灣之本國自製節目相關文獻，可歸納出幾種針對自製節目管理上之不同做法。

一、是否訂定自製節目比例或限制外製節目比例

上述主要各國中，對於國內自製節目訂立播放比例者為英國、法國、歐盟、加拿大、韓國、澳洲、中國、泰國、台灣；而限制國外產製節目播放比例者則為韓國、中國。其中英國雖主要限制 PSB（含 BBC）之國內自製節目比例及新播率，但也規定每個獨立頻道要確保不得少於 10%獨立製作節目；泰國雖有規定區域和地方層級的商業電視應有一定的自製節目比例，但未能找到明確限制比例的相關文獻；而馬來西亞雖然有訂立國內自製節目比例，但因實際上政府無強制性規管，因此視為無特別限制自製節目播放率。另一方面，中國因在國家政策上屬於中央集權制度，對傳播媒體採取嚴格管理及控制，並視傳播媒體為宣揚黨政之重要工具（梁正清，2003），因此不但限制自製節目之播放比例，亦對於國外產製之節目播放比例、播放時間以及播放數量等皆有嚴格限制。

二、是否制訂差異性做法及規範

上述主要各國中，對於不同規管對象制定差異性作法及規範者為英國、法國、歐盟、加拿大、韓國、澳洲、中國、泰國及台灣。其中

英國對於不同電視台設定不同程度之「倫敦外製節目」比例，並規定BBC 播放國內自製節目之比例須達 70%-75%。法國之差異性規範則依業者使用之頻道是否為 CSA 發照而異，而任一採用非 CSA 指定頻譜播放非電影節目或廣播的視聽服務（有線、衛星、ADSL、網路等），若其頻道收視人口超過全國電視年度均收視人口 1.5%以上，仍須遵守黃金時段年播放 60%以上歐洲自製節目及 40%以上法語自製節目之規範。歐盟雖已將 OTT 視訊及使用者分享平臺納入 AVMSD 規管，但規定電視廣播需保留 10%播送時間或 10%節目預算給歐洲獨立製作，且須為 5 年內之新作，隨選視訊服務則規定播放目錄中至少須有30%播出歐洲作品，平臺業者亦被要求對歐洲視聽製作做出財物貢獻。加拿大則是規定最大私營商業集團所擁有之電視台須於黃金時段內（19:00-23:00）累積每週至少播放 8 小時以上之優先性節目，無線電視每年須 55%以上、公共電視 CBC 每年 60%以上自製節目，夜間觀賞時段（18:00-24:00）播出總時數 50%以上之本國自製節目。韓國則分別對無線電視頻道（60%-80%）、有線電視頻道、衛星電視頻道（40%-70%）、其他電視業者（20%-50%）有不同播放比例限制。澳洲則針對無線電視主要頻道及非主要頻道有不同播放自製節目比例限制，付費電視以經營戲劇節目為主者，則有最低自製戲劇節目支出10%的要求。中國對國內自製節目播放比例規定多見於衛星電視台，

對有線電視的管制則較為寬鬆。泰國僅要求區域和地方層級的商業電視應有一定的自製節目比例。台灣則規定無線電視頻道戲劇節目於主要時段之本國自製節目比例達 50%、境內衛星頻道之兒童、戲劇、綜藝、電影節目於指定時段須達 25%，新播率則規定無線電視頻道與境內衛星頻道之新播率需達 40%、境內衛星頻道僅播電影節目者則須達 20%。

三、協助自製節目產製及提升本國文化制定相關政策部分

有關各國是否制定相關文化扶植政策部分，有提撥共同基金協助自製節目產製之國家為法國、加拿大、韓國、泰國、馬來西亞、新加坡及台灣；而制定提升本國文化政策之國家則為英國、法國、歐盟、加拿大、日本、韓國、澳洲、中國、泰國、台灣。

交叉比對上述結果並分析後，可以發現多數國家（英國、法國、歐盟、加拿大、韓國、澳洲、中國、泰國及台灣）不但對於國內自製節目播放比例及外製節目播放比例進行管制，且對於扶植國內文化之自製節目補助亦實行相關規管；而僅對扶植國內文化之自製節目補助者為日本、馬來西亞、新加坡；以業者自律、政府消極管理之方式為主，實行寬鬆政策、不加以規管亦無相關扶植政策者僅為美國。其中值得注意的是，調查國家中並無單只管制國內自製節目而不加以扶植國內文化者，可得知單純限制國內自製節目播放比例並非國際主要國

家之規管趨勢，若無相關配套措施及補助方案將可能得不到應有的成效（見下圖 2-5）。



資料來源：本研究

圖 2-5 各國自製節目管制及文化扶植政策比較圖

另外，有關為了推廣國內文化至海外而扶助國內自製節目政策方面，以日本、韓國較為積極。其中日本雖無針對自製節目及外製節目的播放比例訂立相關規管，但積極扶助國內產製節目行銷海外，該國總務省配合安倍政權之經濟成長策略及現行推動之「酷日本戰略」、「訪日戰略」、「地方再造」等政策，展開「日本節目海外擴張之基礎設施綜合改善事業」，支援並協助該國國內節目製作以外銷東南亞諸國為主之節目。

相較於日本，韓國則對於國內自製節目之規管較為嚴格，有關自製節目之播放比例及新播比例等都有相關規定並嚴格實施，但對於推

廣國內文化至海外的政策方針則與日本較為相近，基於韓國「振興國內節目產業計畫」，不但提撥共同基金予國內節目製作產業，政府亦成立韓國文化內容振興院（KOCCA），從資金設備、人才培養以及獎勵、海外政策等方面著手，致力於將韓製節目推向海外，亦使得影視產業的發展被提升到戰略性高度（劉靜雯，2016）。

四、各國彙整

茲將上揭國外 11 國 1 區域、以及台灣之本國自製節目規管、播出時段限制、差異性政策、是否有提播共同基金以及其他提升本國文化內容產製之政策等整理如下表 2-7 及表 2-8 所示：

表 2-7 各國自製節目及相關補助政策比較

國別	是否有訂定自製節目比例或限制外製節目比例	是否有差異性規範做法	是否有提撥共同基金協助自製節目產製	是否有其他提升本國文化內容產製之政策等
美國	✕	✕	✕	✕
英國	○	○	✕	○
法國	○	○	○	○
歐盟	○	○	✕	○
加拿大	○	○	○	○
日本	✕	✕	✕	○
韓國	○	○	○	○
澳洲	○	○	✕	○
中國大陸	○	○	✕	○
泰國	○	○	○	○
馬來西亞	✕	✕	○	✕
新加坡	✕	✕	○	✕
台灣	○	○	○	○

資料來源：本研究

表 2-8 各國規管政策內容比較表

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
規管機關	聯邦傳播委員（FCC）	通訊傳播局（Ofcom）	高等視聽委員（CSA）	歐盟執委會（European Commission）	加拿大廣播電視電訊委員會（CRTC）	總務省	韓國通訊傳播委員會（KCC）	澳大利亞通信與媒體管理局（ACMA）	中華人民共和國國家新聞出版廣電總局（SAPPRFT）	泰國國家傳播及電信委員會（NBTC）	馬來西亞通訊及媒體委員會（MCMC）	新加坡情報媒體發展局（IMDA）	國家通訊傳播委員會（NCC）
規管法規	《1934 年通訊傳播法案》、《1996 年電信通訊傳播法案》	《2003 年通訊傳播法》	《傳播自由法》（N°86-1067）	《視聽媒體服務指令》AVMSD	《1991 年廣播法案》	《放送法》	《2000 年放送法》	《1983 年澳洲廣播公司法》、《1992 年廣播電視服務法案》	中華人民共和國電信條例、無線電信管理條例	《2008 年廣播電視傳播法》	《1998 年通訊及媒體法》	《1994 年廣播法》	《廣播電視法》、《衛星廣播電視法》
第一部分自製	.基於憲法保障言論自由等，主要以業者自律、政府消極管理之方式為主，較少有	.根據《Ofcom 播送辦法》，在英國境內若要申請提供數位無線電視節目服	.電視頻道需將上一年度淨利的 15%以上轉為下年度法語自製節目資金；每年至	.AVMSD 在推廣歐洲節目作品項目上規定，電視廣播需保留至少 10%之播送時	.無線電視每年 55%以上、夜間觀賞時段（18:00-24:00）50%以上自製加	--	.無線電視頻道業者每季播放本國製作節目時數應占總播放時數的 60%-80%、有線	.無線電視：主要頻道須於 6:00-24:00 播放 55%以上本國製作節目、非主要	.省級衛星電視之綜合頻道播放電視劇節目時，其總時間不得超過一日 45%以上以	.NBTC 規定，區域和地方層級的商業電視應按照委員會規定有一定的自製節目	.雖訂立國內自製節目之播放比例須達 80%、自製廣播節目內容須達 60%，但實	.自製節目比例不高，播送之節目多屬香港、台灣、韓國或日本之節目，呈現高	.《廣播電視法》：廣播、電視節目中之本國自製節目不得少於 70%、於主

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
新播比例以及播出時段之法令及相關政策	積極主導管制內容行為，除了內容涉及猥褻、賭博、廣告誇大不實或違反公平原則外，原則上並不控管自製節目比例內容。	務執照，每個獨立頻道要確保不得少於 10%獨立製作節目。 .Ofcom 對 BBC 限制其主要頻道 BBC one、BBC two 及 BBC four 之國內自製節目的播放比例由原本的 72%調高至 75%，黃金時段 BBC one、BBC two 自製比例達 90%，	少有 120 小時的新播節目在全國免費頻道黃金時段（20:00-21:00）首播。 .電視頻道每年需播放 60%以上歐洲自製節目、40%以上的法國自製節目，並且照規範之黃金時段播出。 .電視台年度營業額提撥 3.2%貢獻歐	間、或 10%節目預算給歐洲獨立製作，且須為 5 年內之新作。 .每天 6:00-18:00 間電視廣告及電視購物的比例不得超過該段期間的 20%，18:00-24:00 間電視廣告及電視購物的比例亦不得超過該段期間的 20%。 .電視電影（不含電視	拿大內容節目。 公共電視 CBC 每播出日 75%以上、黃金時段（19:00-23:00）80%以上自製加拿大內容節目。		電視及衛星電視業者每季播放本國製作節目時數應占總播放時數的 40%-70%、其他電視業者則為 20%-50%。	頻道則須播放至少 1460 小時本國製作節目。 .付費電視：經營項目若以戲劇節目為主，每年度至少須投入超過 10%的節目總支出在澳洲戲劇的製播。	及一日內 6 次內之規定。相關政策及法令詳如後述。 .有關國外產製之電影、電視劇、動畫以及其他節目有嚴格限制進口及播放時間等相關限制。	比例。針對國王及王室、佛教及道德等不敬之內容做規管，並刑法論處。	際上之播放比例卻遠低於此目標，政府亦無制定相關強制性規管，僅管制 20:30 至 21:30 間內不得播放外國製節目。	度仰賴國外節目之態勢，新國政府至今亦無明文規定製播本國自製節目的最低比例相關政策。	要時段播出之本國自製戲劇節目不得少於同類型節目之 50%。

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
		BBC four 達60%。 .新播小時數規範：BBC one 至少4000 小時，BBC two 至少 2200 小時。	語自製節目，其中2.5%須為法語節目，而商營的Canal+提撥年營業額比例更要求高達 9%。	系列、紀錄片）、電影或新聞節目，每至少播送 30 分鐘才可播放電視廣告或電視購物；兒童節目長度超過 30 分鐘者，至少要播放 30 分鐘才可插入電視廣告或電視購物；宗教性節目不得插入電視廣告或電視購物。									
第二	.每週須至少播放 3 小時	.BBC one 及 BBC two 喜	.兒童節目：黃金時段	.AVMSD 在推廣歐洲節	.優先性節目：包含本	.無特別指定節目播放之	.電影：各相關頻道每年	.戲劇：黃金時段	.除經核准，19:00-21:30	.公共電視的新聞資訊類	--	--	.《無線電視事業播送本

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
部分自製節目相關政策或法令指定特定類型	以上之兒童教育節目，但並未要求節目自製。	劇節目合計至少播出300小時。 .以兒童節目為主的CBBC自製比72%，CBeebies自製比70%，新播小時數CBBC至少400小時，CBeebies至少100小時。	（每週三20:30-21:00）需播放歐洲自製節目及法國自製節目各達85%。 .電視影集、電影節目：國營公共服務之電視頻道仍以60%以上歐洲自製節目、40%以上的法國自製節目為基準；電視影集在特殊黃金時段則要求須達到歐洲自	目作品項目上規定，電視廣播需保留至少10%之播送時間、或10%節目預算給歐洲獨立製作，且須為5年內之新作。 .每天6:00-18:00間電視廣告及電視購物的比例不得超過該段期間的20%，18:00-24:00間電視廣告及電視購物的比例	國自製戲劇、藝術（音樂及舞蹈等）、綜藝、長篇紀錄片、區域性節目、娛樂雜誌等帶狀或是可長期性播放之節目（不包含新聞、評論、運動轉播等相對短期性或一次性之節目），最大私營商業集團所擁有之電視台於黃金時段內	特定類型，也沒有特別規定依照節目類型指定時段。僅依照《節目製作準則》傳播事業者須遵循節目不得違反公序善良風俗、維持政治中立及誠實報導等義務。並依《節目和協原則》規定，主要傳播事業者須維持該播出節目之多元性，在節	應以播放電影總時數的20%-40%，播放本國自製電影。 .動畫：各相關頻道每年應以播放動畫總時數的30%-50%，播放本國自製動畫。 .流行音樂：各相關頻道每年應以播放流行音樂總時數的50%-80%，播放本國流行音樂。	（17:00-23:00）新播自製戲劇節目之戲劇分數每年須大於250點數。 .紀錄片：於6:00-24:00每年需播放超過20小時之新播自製紀錄片節目。 .兒童戲劇：兒童時段（週一至週五7:00-8:30及16:00-20:30、週六、週日及	間不得播出進口劇節目。 .國外製作之電影及電視劇節目不得超過電視劇節目總播放時數之25%、其他類型之電視節目則不得超過該頻道當天總播放時數之15%、未經SAPPRFT許可不得於黃金時段（19:00-22:00）播放	節目應不少於70%；社區電視的新聞資訊類節目應不少於70%；商業電視的新聞資訊類節目應不少於25%，區域和地方層級的商業電視則應按照委員會規定有一定的自製節目比例。 .《公共視聽法》對節目內容亦有相關規定。			國自製節目管理辦法》：無線電視於主要時段（20:00-22:00）播放戲劇類節目者，播放本國自製戲劇節目比例須達同類型節目50%以上，新播率需達40%以上。 .《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》：境內

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
節目			製節目 70%以上、法國自製節目50%以上的不同門檻。	亦不得超過該段期間的20%。 .電視電影（不含電視系列、紀錄片）、電影或新聞節目，每至少播送 30 分鐘才可播放電視廣告或電視購物；兒童節目長度超過 30 分鐘者，至少要播放 30 分鐘才可插入電視廣告或電視購物；宗教性節目不	（19:00-23:00）累積每週至少播放 8 小時以上。	目類別安排上應取得報導、教育、文化以及娛樂四種平衡。	.重播規定：2000 年以前進口節目，不得於黃金時段（19:00-22:00）播出。 .外購來自單一國家的電影、動畫、音樂節目之總播出時數不得超過該類總播放時數之 60%。	學校假日 7:00-8:30）每年需播放超過 25 小時之新播自製兒童戲劇節目、超過 8 小時之重播兒童戲劇節目。 .兒童節目：兒童時段播出兒童節目的時間中，至少 50%(130 小時)須為新播自製兒童節目。 .學前節目：學前兒童時	國外產製之戲劇節目。 .每個播出動畫片的頻道中，國產動畫片與引進動畫片的播出比例不低於 6:4，即國產動畫片的播出數量不少於 60%。 .國外產製動畫節目之播放時間不得超過總動畫播放時間之 30%、每日 17:00-20:00 禁止所有的電視局播放				衛星頻道主要時段之兒童節目於主要時段（17:00-19:00）、戲劇及綜藝節目於主要時段（20:00-22:00）、電影於主要時段（21:00-23:00）播放本國自製節目比例須達 25%，新播率需達 40%，若僅播放電影者新播率則須

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
				得插入電視廣告或電視購物。				段（週一至週五 7:00-16:30）每年至少播放 130 小時自製學前節目。	有關國外製作之動畫以及相關介紹。 .引進境外影視劇的長度原則上控制在 50 集內，同時不得超過該電視頻道當天影視劇總播出時間的 25%。 .對於境外劇管理要求數量限制（該年度境外劇的數量只可為上年度新播出國產影視劇的				達 20%以上。

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
									30%）、內容要求、先審後播、統一登記等四項原則。 .衛星電視綜合頻道每年於 19:30-22:30 開播的境外版權節目不得超過兩檔。				
第三部分 差異性政	--	.Ofcom 對於 BBC 之國內自製節目播放比例規範較為嚴格（70%-75%），而其他電視台則須符合	.法國 CSA 對電視內容的規定，依業者使用之頻道是否為 CSA 發照而異。 .任一採用非 CSA 指定頻	.根據 AVMSD 規定，電視管制限制應擴大其適用範圍，如推廣歐洲電影、保護未成年人、更有效	.最大私營商業集團所擁有之電視台須於黃金時段內（19:00-23:00）累積每週至少播放 8 小時以	無依規管對象不同擬定差異性政策或作法，僅規定數位無線電視每週需播放 50%以上的高畫質節目。	.分別對無線電視頻道業者（60%-80%）、有線電視頻道業者及衛星電視業者（40%-70%）、其	.針對無線電視主要頻道及非主要頻道，播放自製節目比例限制有所不同。 .區域商業電視：有在播	.中國對於國內自製節目播放比例規定多見於衛星電視台，對有線電視的管制較為寬鬆。 .關於促進兩	.目前泰國僅對區域和地方層級的商業電視要求應按照委員會規定有一定的自製節目比例。	--	--	.無線電視頻道的戲劇節目規定須於主要時段播放本國自製節目比例達 50%，境內衛星頻道之兒童、戲

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
策、規範或作法		《Ofcom 播送辦法》（Ofcom Broadcasting Code），在英國境內若要申請提供數位無線電視節目服務執照，每個獨立頻道要確保不得少於 10%獨立製作節目。 .BBC 至少 25%節目為獨立製作。 .2004 年起，Ofcom 訂立「倫敦外製節目」規	譜播放非電影節目或廣播的視聽服務（有線、衛星、ADSL 、網路等），若其頻道收視人口超過全國電視年度均收視人口 1.5%以上，仍須遵守黃金時段年播放 60%以上歐洲自製節目及 40%以上法語自製節目之規範。	地處理仇恨言論等，不只適用於電視平臺，也適用於 OTT 視訊及使用者分享的平臺。 .2018 年 10 月通過之新版 AVMSD 取消行之有年的雙層處理原則，並將網路分享平臺納入規管範圍。 .隨選視訊服務業者於播放目錄中，至少須有	上之優先性節目。 .公共電視 CBC 播出日 75%以上、黃金時段 80%以上自製加拿大內容節目。 .專業電視頻道目前為 15%-85%自製加拿大內容節目規範。 .於黃金時段播出優先性節目中的加拿大自製戲劇及喜劇節目者，將享		他電視業者（20%-50%）有不同之播放比例限制。	送區域內播送本地相關內容的最低數量要求，但並未要求自製。 .認同澳洲官方合作生產節目、紐西蘭節目、及澳洲紐西蘭合作節目為澳洲製作節目。	岸經濟文化交流合作的若干措施：放寬台灣人參與大陸廣播電視節目和電影、電視劇製作可不受數量限制之外，中國陸電影發行機構、廣播電視台、視聽網站和有線電視網引進台灣生產的電影、電視劇不做數量限制。此外，也放寬兩岸合拍				劇、綜藝、電影節目於指定時段則限制須達 25%。 .境內衛星頻道之兒童、戲劇、綜藝及電影節目新播率需達 40%、僅播電影節目者則須達 20%以上。

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
		範，所有公共廣播服務台都須遵守國內一定比例節目是在倫敦以外的英國和地區製作之規定。目前各電視台之倫敦外製節目比例規定為BBC須達50%、ITV須達35%、Channel 4須達35%以及Channel 5須達10%。其中針對BBC亦指定節目	.節目重播或直播的視聽服務，不在此管轄範疇。	30%播出歐洲作品，另外，平臺業者被要求需對歐洲視聽製作做出貢獻，可選擇直接投資內容，或是貢獻所在國之基金。貢獻比例依所在國於計算平臺收益後，決定貢獻比例；獲利較低、或觀眾數較低之公司，得以從配額限制或	有125%的廣告時間額度作為獎勵；若再符合1.經委員會認可；及2.包含至少九成以上之戲劇內容，兩項目者，將可享有高達150%的廣告時間額度。				電影、電視劇在主創人員比例、大陸元素、投資比例等限制。				

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
		須分別來自蘇格蘭（8%）、威爾斯（4%）以及北愛爾蘭（2%）等規定。		財務貢獻條件中豁免。									
第四部分 共同基金	--	--	.政策制定法規（N°2010-747）：國內電視產業（無線電視、有線電視及衛星電視等）照年營業額比例提撥經費，回饋至國內影視展業製作，以發展自製節目。	--	.加拿大媒體基金（CMF）：目的為維持收視高峰時段的節目高品質、促進多樣化的加拿大內容節目之製作以及維持文化。 .CMF 之補助計畫分為（1）	--	.「文化發展基金」、「廣電發展基金」、「電影發展基金」及「動畫發展基金」：KCC 每年會向傳媒業者徵收基金費用，以發展廣電影視以	--	--	.廣播和電信研究與發展基金（BTFP）：第一帳戶為政府債券組成帳戶、第二帳戶為用於廣播服務和電視業務之基金、第三帳戶是用於電信服務之基金、第四帳戶為	.2010 年 MCMC 成立創意產業發展基金（SKMM），於 2011 年至 2013 年間已分配 1 億馬幣（約新台幣 7.5 億），但收到的許多申請不符合 MCMC 的標準，因此騰餘	.「公共服務廣電競爭基金計劃」（PCFS）：對於節目內容符合一般性原則及相關規範之公共服務廣電業者，提供其產製成本相關補助。	.科發基金項下「文化內容科技應用創新產業領航旗艦計畫」：107 年度預算為 1 億 9,238 萬 5 千元，主要目標為：1.開發具台灣文化 DNA 特質之題材內容創作；2.輔導推

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
			.節目產業輔導金（COSIP）：協助本國製電視節目發展，由專家規劃及執行挹注的資金以發展法國視聽內容。		實驗計畫：鼓勵具有開發創新性內容、數位媒體內容用於各式平臺上，其製作項目需與加拿大文化部門相關。（2）匯流計畫：不同地區節目在多元平臺上（其中一個為電視）播映，並以紀錄片、兒童和青少年以及綜藝和表演藝術等四種目前較為少數的創作內		及藝術文化拍攝計畫。 .「振興國內節目產業計畫」項下基金、「影像投影產業發展策略」項下基金。			進行公共服務廣播之基金。	一半以上基金未使用。 .MCMC 於 2014 年 4 月再次成立創意產業發展基金，於 2015 年至 2017 年間投入 1 億馬幣，以發展馬來西亞在地公司投入創作多媒體內容。申請人必須符合馬來西亞中小企業之資格，並至少持有 51%的本地股權，且未從其他		動文化內容跨域 IP 經紀公司或機制成形，跨領域授權應用；3.建立文化內容評等系統機制及促成文化內容產業投融資 4.協助文化科技或文化經濟相關的國際獎項或論壇參與等。 .「文化內容投資計畫」：將國發基金 100 億元全數運用，並將其中 60 億元

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
					容為補助對象。						政府機構獲得超過 2 次之補助等規定，其申請內容亦以新創者為限。		轉型升級投資文化內容，原文創投資一、二期計畫將調整額度為 40 億元。舉凡文化要素以文字、符號、圖形、聲音、影像等整合運用之技術、產品或服務，包括影視音、出版、ACG 產業等，都是此次聚焦投資對象。
第五	--	.英國政府於 1994 年發布之企業投資	.傳播自由法（N°86-1067）：國	.創意歐洲計劃（Creative Europe）：	.加拿大電影或影像製作稅收抵免	.總務省實施「日本節目海外擴張之	.韓國文化內容振興院（KOCCA）	.澳洲影像製作獎勵計畫：製作人	.SAPPRFT 於 2015 年 7 月 9 日發布	.《公共視聽法》規定，在組織播放	--	--	.文化部影視局針對符合特定要件之

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
部分其他政策		方案（EIS），為補助國內中型以下企業而實行之稅收減免，惟該租稅減免政策大多針對電影產業。須符合公司總資產於投資前不得超過 1500 萬英鎊且公司全職員工必須少於 250 人之規定。	營電視台須製播下述 3 類文化表演節目：（1）由劇場、藝術節團隊及其他藝文表演節目提供之影片；（2）邀請藝術家為電視台特製之表演節目;（3）音樂會、劇場及其他類藝文之表演轉播。其節目長度不得少於 52 分鐘。依播放時間	由歐洲議會和歐盟理事會制定，共計以 14.6 億歐元進行補助，以支助歐洲文化、電影、電視、音樂、文學、表演藝術、文化遺產等相關領域的發展，藉此提供工作機會與刺激成長，其 MEDIA 子計畫下的電視節目項目，資助對象為	（CPTC）：若電影作品被授權屬於加拿大內容節目，則電影製作相關人員工資之 25%可作為稅額抵免。.電影或影像製作服務稅收抵免（PSTC）：設立在加拿大國內或是在加拿大設有常設據點之國外影像製作公司，並主要（超過 50%）參	基礎設施綜合改善工程事業」，財務支援並協助日本國內自製節目外銷海外。分成大規模型（與其他產業或地方團體合作，節目內容並跨及複數都道府縣）以及小規模型兩種節目型態。	：整合韓國文化的核心，促進文化產業發展並為了實現成為世界五大文化強國之理想積極制定相關政策，如節目製作支援、支援文化產業進軍海外、促進 CT 融合媒體產業、人才培養訓練、建構製作公司之基礎設施等。	稅額抵免、地點稅額抵免、後製特效支出稅額抵免。	《優秀電視劇劇本扶持引導項目評選章程》，設立電視劇劇本扶持引導專項資金，針對國內優秀電視劇劇本給予資金資助。	的電台與電視台的節目，務必具有以下內容與品質，其中一項即為促進泰國文化的節目，包含文化多元性與社會共識性以及促進弱勢族群有機會參與自由表達意見的節目。.在促進投資政策中，對於製作泰國電影、紀錄片或電視節			國內產製之電視劇、電視節目、兒童電視節目、流行音樂節目、廣播節目、電影長片及紀錄片節目等皆有相關補助政策。.「行動寬頻影音節目製作補助計畫」：以影視內容為核心進行跨界合作，帶動國內新興人才發展。2016 年辦理共 2 梯

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
			給予不同點數，國營電視台每年播放的藝文節目量須達100點以上。 .影視投募資企業（SOFICA）：為影視製作投資或募集資金之企業列冊，享有減免稅金及各種法令保障的優惠。	歐洲獨立視聽製作公司，須為作品主要製作者，且電視節目的製作應有至少三家歐洲廣播公司的參與。作品可為一次性或者連播系列，包括：1.戲劇（播出長度至少90分鐘），包含續集、第二季或第三季。2.動畫（播出長度至少24分	與致力於在加拿大常設電影，或錄像製作業務，或是電影、影像製作服務業務的活動者，其製作加拿大內容節目時支付給加拿大籍員工工資之16%可作為稅額抵免，且無抵免上限。 .Let‘s Talk TV：降低自製節目時數規範，但確保大多數電					目所獲得之版權收入以及電影院收益給予免稅待遇。			次的戲劇類、非戲劇類節目徵選，補助金額達新臺幣1億3,182萬元。 .「文化創意產業旗艦計畫」:推動「電影產業旗艦計畫」、「廣播電視內容產業發展旗艦計畫」、「流行音樂產業發展旗艦計畫」、「推動科技與工藝創意產業結合旗艦計畫」4大類文創

	美國	英國	法國	歐盟	加拿大	日本	韓國	澳洲	中國	泰國	馬來西亞	新加坡	台灣
				鐘）。3.創意電視紀錄片（播出長度至少 50 分鐘）。	視台、VOD 業者將部分收入再投資於自製內容創作，提升影音品質。取消無線電視自製節目比例限制，但黃金時段保留 50%的規定；專業電視頻道目前 15%-85%不等的自製比例要求統一為 35%，黃金時段則不再有自製節目比例限制。								重點產業發展。 .文化部影視局為鼓勵愛好寫作人士從事電影劇本創作，豐富我國電影劇作內涵，發掘編劇人才，每年都辦理「優良電影劇本」徵選活動，提供最高新臺幣六十萬元的獎勵。

資料來源：本研究

第三章　國內現有執行情況調查分析

第一節　調查項目與調查頻道

為了解《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》與《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》（以下簡稱該兩辦法）施行後國內頻道執行情形，本研究擬調查在該兩辦法施行後計約 1 年期間（2017 年 1 月 8 日至 12 月 31 日），個別頻道於上、下半年主要或指定時段之四類型節目排播情形、平均收視率（TV Rating，TVR）及廣告收益等變化。本研究在國內頻道之現有執行情況調查項目詳述如下：

一、節目排播情形及變化調查項目

(一)調查個別頻道於該兩辦法實施後，在主要或指定時段之四類型節目排播情形及變化。四類型節目是指兒童、戲劇、綜藝及電影。

(二)本項調查頻道類型涵蓋在無線電視、有線系統及 MOD 平臺上架之無線電視及境內衛星電視頻道，總共調查 50 個頻道。本研究 50 個頻道挑選考量，主要是依照原計畫書所列指標頻道附表（如附件一）A、B、C 等 3 類型頻道之數量比例，並採簡單隨機抽樣挑選。

二、平均收視率及廣告收益推估調查項目

(一)調查個別頻道於該兩辦法實施後，在主要或指定時段之平均收視率，並進一步推估其廣告收益。

(二)本項調查頻道類型涵蓋在無線電視、有線系統及 MOD 平臺上架之無線電視及境內衛星電視頻道，總共調查 30 個頻道。

在個別頻道之節目排播情形及變化調查上，本研究會再分別就頻道類型（無線電視、有線系統及 MOD 平臺）及節目類型（兒童、戲劇、綜藝及電影）等兩大分析項目，來比較該兩辦法施行後計約一年期間，個別頻道之節目排播情形與變化。

而在平均收視率及廣告收益推估上，台灣電視頻道與廣告主於 1994 年開始改採用 AGB 尼爾森收視率調查公司（即今日尼爾森行銷研究顧問股份有限公司）所提供的收視率百分比數據，作為產業界衡量節目收視率與廣告託播計價的評斷依據（林照真，2011；鄭自隆，2015）。本研究因而會與尼爾森公司採購各個調查頻道於調查期間與時段內之平均收視率（TV Rating，TVR）與 10 秒廣告總收視率（Gross Rating Points，GRP）等收視數據，來作為調查分析之依據。

兩項調查項目所採用之調查方法如下表 3-1 所示，詳細調查方法與步驟於後續小節中將予以說明。

表 3-1 調查項目列表

	調查項目一、 節目排播情形及變化	調查項目二、 平均收視率及廣告收益推估
調查目的	調查個別頻道之節目排播情形及變化。	調查個別頻道之平均收視率，並進一步推估其廣告收益。
調查範圍	在無線電視、有線系統及 MOD 平臺上架之無線電視及境內衛星電視頻道播出之四類型節目，總共調查 50 個頻道。	在無線電視、有線系統及 MOD 平臺上架之無線電視及境內衛星電視頻道平均收視率（TVR）與 10 秒廣告總收視率（GRP），總共調查 30 個頻道。
調查期間	106 年 1 月 8 日起至 106 年 12 月 31 日止。	106 年 1 月 8 日起至 106 年 12 月 31 日止。
調查時段	依照該兩辦法之規定，調查無線電視之主要時段及境內衛星電視之指定時段。	依照該兩辦法之規定，調查無線電視之主要時段及境內衛星電視之指定時段。
調查方法	蒐集個別頻道於總分析期間之節目表，以進行節目表分析，了解各電視頻道於節目表之節目排播情形。	向尼爾森公司採購個別頻道於調查期間與時段內之平均收視率與 10 秒廣告總收視率等數據，以作為研究分析之依據。

資料來源：本研究

三、調查頻道

本研究調查頻道範圍以領有國家通訊傳播委員會（以下簡稱為通傳會）核發的無線電視事業與衛星廣播電視經營與節目供應許可執照之境內頻道為調查範圍，並依國家通訊傳播委員會委託之原計畫書所列指標頻道附表（如附件一），從 A、B、C 等 3 類指標頻道中至少調查 50 個頻道，以執行調查項目一、節目排播情形及變化，再於上述 50 個調查頻道中挑選出 30 個頻道，以執行調查項目二、平均收視率及廣告收益推估。兩項調查項目之調查頻道列表如下表 3-2 所示。

表 3-2 調查頻道列表

頻道執照類別	頻道類型（依頻道播出平臺分類）	頻道屬性	調查項目一之頻道 （共 50 個）	調查項目二之頻道 （共 30 個）	指標頻道類型
無線電視	無線電視頻道	綜合頻道	民視第一台	民視第一台	A
		綜合頻道	台灣電視台	台灣電視台	B
		綜合頻道	中視綜合台	中視綜合台	B
		綜合頻道	中華電視台	中華電視台	B
		綜合頻道	民視無線台	民視無線台	B
		綜合頻道	公共電視台		B
		綜合頻道	客家電視台		B
		綜合頻道	台視綜合台		C
		綜合頻道	中視經典台		C
		綜合頻道	中視菁采台		C
		綜合頻道	教育文化台		C
境內衛星電視	有線系統頻道	電影頻道	東森電影台	東森電影台	A
		電影頻道	緯來電影台	緯來電影台	A
		電影頻道	LS Time 電影台	LS Time 電影台	A
		電影頻道	壹電視電影台		B
		戲劇頻道	東森戲劇台	東森戲劇台	A
		戲劇頻道	緯來戲劇台	緯來戲劇台	B

		戲劇頻道	八大戲劇台	八大戲劇台	B
		綜合頻道	超視綜合台	超視綜合台	A
		綜合頻道	八大第一台	八大第一台	A
		綜合頻道	高點綜合（電視）台	高點綜合（電視）台	A
		綜合頻道	三立台灣台	三立台灣台	B
		綜合頻道	三立都會台	三立都會台	B
		綜合頻道	東森綜合台		B
		綜合頻道	TVBS 歡樂台	TVBS 歡樂台	B
		綜合頻道	年代 Much	年代 Much	B
		綜合頻道	中天娛樂台	中天娛樂台	B
		綜合頻道	中天綜合台	中天綜合台	B
		綜合頻道	緯來育樂台	緯來育樂台	B
		綜合頻道	緯來綜合台	緯來綜合台	B
		綜合頻道	八大綜合台	八大綜合台	B
		綜合頻道	八大娛樂台	八大娛樂台	B
		綜合頻道	MTV 綜合台	MTV 綜合台	B
		綜合頻道	高點育樂台		B
		綜合頻道	大愛一台		B
		綜合頻道	緯來精采台		C
		綜合頻道	JET 綜合台	JET 綜合台	C
		綜合頻道	滾動力娛樂頻道		C

		綜合頻道	人間電視		C
		兒童頻道	優視（MOMO）親子台	優視（MOMO）親子台	B
		兒童頻道	東森幼幼台	東森幼幼台	B
		宗教頻道	唯心電視台		C
		宗教頻道	華藏衛星電視台		C
		地方頻道	大新店生活台		C
	MOD 平臺頻道	電影頻道	龍華電影台		A
		戲劇頻道	ELTAD/愛爾達影劇台	ELTAD/愛爾達影劇台	A
		戲劇頻道	三立戲劇台		B
		綜合頻道	亞洲綜合台	亞洲綜合台	B
		其他頻道	EYE TV 旅遊台		C
			龍華動畫台		A

資料來源：本研究

第二節　節目排播情形及變化：調查方法與步驟

在調查項目一、節目排播情形及變化調查上，本調查目的為了解各調查頻道於該兩辦法實施後，在各頻道主要或指定時段之四類型節目排播情形及變化。因此，本研究擬蒐集各調查頻道於調查期間之節目表，以進行後續分析。

一、調查範圍

本研究調查頻道範圍以領有國家通訊傳播委員會（以下簡稱通傳會）核發的無線電視事業與衛星廣播電視經營與節目供應許可執照之境內頻道為調查範圍，並依通傳會委託之原計畫書所列指標頻道附表（如附件一），從 A、B、C 等 3 類指標頻道中至少調查 50 個頻道，以執行調查項目一、節目排播情形及變化。

本研究 50 個頻道挑選考量，主要是依照原計畫書所列指標頻道附表 A、B、C 等 3 類型頻道之數量比例，並採簡單隨機抽樣挑選。如上表 3-2。

上述 50 個頻道中，依照頻道所持有之執照，可分為無線電視頻道 11 個（22%）、衛星廣播電視頻道 39 個（78%）。如依頻道播出之媒體類型來區分，則可分為無線電視頻道 11 個、衛星廣播電視頻道中於 MOD 平臺上播出有 6 個、於有線系統播出頻道有 33 個。調查

項目二之 30 個頻道中，無線電視頻道共有 5 個（16.7%）、境內衛星電視頻道 25 個（83.3%），其中有 2 個於 MOD 平臺上播出、23 個為有線系統頻道，如下表 3-3 所示。

表 3-3 國內頻道分析類別比例

調查項目	頻道執照類別	調查頻道個數	調查比例
調查項目一、節目排播情形及變化	無線電視	11 個	22%
	境內衛星電視	39 個（6 個於 MOD 平臺上播出、33 個為有線系統頻道）	78%
	合計	50 個	100%
調查項目二、平均收視率及廣告收益推估	無線電視	5 個	16.7%
	境內衛星電視	25 個（2 個於 MOD 平臺上播出、23 個為有線系統頻道）	83.3%
	合計	30 個	100%

資料來源：本研究

另依照通傳會委託之原計畫書所列指標頻道附表（如附件一）A、B、C 等 3 類指標頻道分類，調查項目一、節目排播情形及變化，各指標頻道數量比例為指標頻道 A 共 11 個（22%）；指標頻道 B 共 27 個（54%）；指標頻道 C 共 12 個（24%）。調查項目二、平均收視率及廣告收益推估，指標頻道 A 共 9 個（30%）；指標頻道 B 共 20 個（66.7%）；指標頻道 C 共 1 個（3.3%），如下表 3-4 所示。

表 3-4 指標頻道分析比例

調查項目	指標頻道	調查頻道個數	調查比例
調查項目一、節目排播情形及變化	指標頻道 A	11 個	22%
	指標頻道 B	27 個	54%
	指標頻道 C	12 個	24%
	合計	50 個	100%
調查項目二、平均收視率及廣告收益推估	指標頻道 A	9 個	30%
	指標頻道 B	20 個	66.7%
	指標頻道 C	1 個	3.3%
	合計	30 個	100%

資料來源：本研究

二、調查期間

本次調查目的為了解該兩辦法施行後，計約 1 年期間個別頻道於上、下半年之節目排播情形與平均收視率等變化。因此本研究總調查期間設計為 106 年 1 月 8 日起至 106 年 12 月 31 日止，依該兩辦法規定，再將總調查期間區分為上半年（106 年 1 月 8 日至 106 年 6 月 30 日）和下半年（106 年 7 月 1 日至 106 年 12 月 31 日）等兩個區間，以比較個別頻道之節目排播情形及平均收視率等變化，如下表 3-5。

表 3-5 調查期間

總調查期間	106 年 1 月 8 日起至 106 年 12 月 31 日止	
調查區間	上半年	下半年
	106 年 1 月 8 日至 106 年 6 月 30 日	106 年 7 月 1 日至 106 年 12 月 31 日

資料來源：本研究

三、調查時段

而在每日調查時段上，本研究依照該兩辦法之規定，僅調查無線電視之主要時段及境內衛星電視之指定時段。該兩辦法規定，無線電視之主要時段為每日晚間 8 時至 10 時；衛星頻道之指定時段，則依照頻道播出的節目類型而有所不同。戲劇與綜藝類型節目指定時段為每日晚間 8 時至 10 時；電影（含紀錄片）類型節目為每日晚間 9 時至 11 時；兒童類型節目為每日晚間 5 時至 7 時。詳細規範時段與對應規範節目類型如下表 3-6。

表 3-6 調查時段

頻道執照類別	主要時段	節目類型	本國節目合格比例	本國新播節目合格比例
無線電視	每日晚間 8-10 時	戲劇	50%	40%
境內衛星電視	**指定時段**	**節目類型**	**本國節目合格比例**	**本國新播節目合格比例**
	每日晚間 5-7 點	兒童	25%	40%
	每日晚間 8-10 點	戲劇、綜藝		
	每日晚間 9-11 點	電影（含紀錄片）		
	每日晚間 9-11 點	僅播電影（含紀錄片）	25%	20%

資料來源：本研究

四、調查節目類型

(一)四類型節目定義

在調查項目一，本研究僅調查該兩辦法所監理的四類型節目，包括兒童、戲劇、綜藝和電影。四類型節目之認定標準參考通傳會委託之原計畫書定義（如附件二），依照目前監理單位所採行的兒童、戲劇及綜藝類型之認定標準，並輔以相關參考資料，彙整四類型節目定義如下表 3-7。

表 3-7 節目類型定義

節目類型	定義
兒童節目	依據通傳會《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》，係指為未滿 12 歲之人所製作之節目。
戲劇節目	依《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》第 4 條定義，係指「將人物、情節及場景組合成具故事性之內容」，其播送型態包含連續劇、單元劇、迷你影集、電視電影等。
綜藝節目	參考文化部《中華民國一百零七年度電視金鐘獎獎勵要點》，綜藝節目係指以音樂（含音樂競賽節目）、歌舞（含歌舞競賽節目）、才藝表演、短劇、遊戲或競賽等元素為內容，並以娛樂為主要目的之節目。 基於鼓勵本國文化，原則上如有符合文化或藝術性之本國自製行腳類、美食類及談話類型節目，同意採彈性從寬認定方式處理，納入本國綜藝節目之類型計算。
電影節目（含紀錄片）	參考《2018 台北金馬影展第五十五屆金馬獎競賽規章》，電影節目依照影片長度，可區分為以下五種： 1、 劇情長片：片長超過六十分鐘。 2、 紀錄片：片長不限。 3、 動畫長片：片長超過六十分鐘。 4、 劇情短片：片長六十分鐘以內（含演職人員表）。 5、 動畫短片：片長六十分鐘以內（含演職人員表）。 另外，電視頻道播送之電視電影節目，也歸屬於電影節目。參考文化部《中華民國一百零七年度電視金鐘獎獎勵要點》，所稱電視電影，是指公開播送之電視電影，且應有完整之故事主軸及敘事脈絡。

參考資料：本研究

(二)本國節目定義

依照該兩辦法，本國節目是指「本國節目內容產製業者製作之節目」，並依下列基準依序認定之：

1. 以屬同一國籍或地區之主要演員（主角及配角）超過主要演員總人數三分之一，或屬同一國籍或地區之製作人、導播（演）及編劇超過前開職務總人數三分之一，認定該節目所屬國或地區。
2. 從其主要演員（主角及配角）之同一國籍或地區人數最高者，認定該節目所屬國或地區。
3. 從其製作人、導播（演）、編劇及主要演員（主角及配角）之同一國籍或地區總人數最高者，認定該節目所屬國或地區。
4. 從其製作人及導播（演）之同一國籍或地區總人數最高者，認定該節目所屬國或地區。
5. 從其標示之節目製作事業、人民、法人、團體或其他機構之所屬國或地區，認定該節目所屬國或地區。
6. 從其出資額最大之投資者所屬國籍或地區，認定該節目所屬國或地區。
7. 體育賽事節目，其主持人或評論人為本國籍者，視為本國自製

節目，不受前項認定基準限制。

8. 音樂錄影帶節目，其主持人或評論人為本國籍，且有下列情形之一者，視為本國自製節目：

(1) 本國人演唱主要音樂或歌詞。

(2) 本國人參與編曲。

(3) 本國人參與作詞。

(4) 本國境內錄製之現場演唱會巡演。

本研究將參考上述法規說明，作為判別本國節目之定義。

(三)本國新播節目定義

根據《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》，所稱新播，是指該節目在國內所有無線電視頻道第一次播出。不同無線電視事業合製同一節目，出資比例達百分之三十以上者，於其所屬頻道第一次播出時，視為新播。

而在《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》中，所稱新播，指該節目在國內有線廣播電視系統經營者（包括有線電視節目播送系統）、直播衛星廣播電視服務事業或其他供公眾收視聽之播送平臺事業第一次播出。

換句話說，無線電視頻道與國內有線廣播電視系統經營者（包括有線電視節目播送系統）、直播衛星廣播電視服務事業或其他供公眾收視聽之播送平臺事業之新播節目定義需分開視之。在無線電視頻道播出之新播節目，在有線系統或 MOD 平臺第一次播出仍可以新播節目計。本研究將參考上述法規說明，作為判別本國新播節目之定義。

五、資料蒐集方法

為了解該兩辦法實施後約 1 年期間四類型節目之播送情形，本研究蒐集個別頻道於總分析期間（106 年 1 月 8 日起至 106 年 12 月 31 日止）之節目表進行內容分析，來調查各電視頻道節目排播情形。

有鑑於該兩辦法實施後，依據管理辦法要求，頻道應定期向主管機關提報實際播送情形。在取得通傳會許可的情況下，本案節目表取得來源有二：

(一)以頻道定期向通傳會提報之實際播送節目表為主要來源。

(二)另為交叉比對，針對上述節目表有缺漏或疑問之處，於研究進行過程中透過電話訪問向電視頻道索取研究期間之節目排播表電子檔，或透過各調查頻道於網頁公開資訊上公布之節目表，作為輔助資料來源，以取得完整調查資料。

六、調查類目

依照上述研究規劃，本研究各項調查類目整理如下：

(一)頻道基本資料

1. 頻道名稱。

2. 頻道類型：本研究頻道類型係根據無線電視系統、有線電視系統及 MOD 平臺進行頻道分類，下以「無線電視頻道」、「有線系統頻道」、「MOD 平臺頻道」表示。

3. 頻道屬性：包含「綜合」、「兒童」、「戲劇」、「電影」、「宗教」、「其他」。

(二)節目基本資料

1. 節目名稱。

2. 節目類型：包含「兒童」、「綜藝」、「戲劇」、「電影」等 4 類。非上述四類型節目則編碼為「其他」。

3. 播出時段：包含無線電視頻道之「主要時段」、衛星頻道之「指定時段」。

4. 播出時間：節目於主要或指定時段播出時，以「年」、「月」、「日」、「星期」、「小時」、「分」等項目編碼。

5. 播出節目時間長度：包含「播出分鐘數」。

6. 節目來源與排播屬性：包括「本國節目內容產製業者製作之節目」（以下簡稱為本國節目）、「本國節目內容產製業者製作之新播節目」（以下簡稱為本國新播節目）、「非本國節目內容產製業者製作之節目」（以下簡稱為非本國節目）。

七、資料處理與編碼規則

在資料處理上，因本研究僅透過頻道之節目排播表電子檔作為內容分析之依據，與頻道「實際」播出情形可能有不相符合之情形。因而，此份報告調查僅可用以說明頻道於節目表之排播情形與變化。

另在分析類目判別上，本研究以頻道定期向通傳會提報之實際播送節目表為主要分析資料來源，如發現節目表內容有標示未明或不清楚之處，研究團隊會再輔以電話訪問頻道，或交叉比對各頻道於網頁等公開資訊上所公布之節目表，以確認調查數據正確性。

而在節目播出時數計算與相關處理作業上，部分頻道在排播本國戲劇節目時，會於節目播出前、後穿插 5 到 15 分鐘幕後花絮或預告畫面等非節目正片內容。本研究不將此類非正片節目內容計入戲劇節目之播出時數中。

以下針對本研究在資料處理過程所採用調查類目之操作型定義與相關規則進行說明，如下表 3-8：

表 3-8 分析類目操作型定義

內容分析類目	類目編碼	定義
頻道名稱	1-50	本研究所欲調查頻道。
頻道類型	1.無線電視頻道	我國核准營運之無線電視頻道。
	2.有線系統頻道	我國核准營運衛星廣播電視節目供應者於有線系統播映之頻道。
	3.MOD 平臺頻道	我國核准營運衛星廣播電視節目供應者於中華電信 MOD 平臺播映之頻道。
頻道屬性	1.綜合	以全家及各類分眾為主要目標收視族群，提供娛樂、休閒、增進新知之多元化需求兼具之頻道，節目內容以歌唱選秀、遊戲、競賽為主等。
	2.兒童	以學齡前及學齡兒童為主要目標收視族群，提供兒童需求和發展、包含教育意義等兒童及親子節目，包括動畫、紀錄片、益智競賽、綜藝、家庭生活劇之節目。
	3.戲劇	提供各類型戲劇為主，其內容型態包含連續劇及單元劇之節目。
	4.電影	以播送各類型電影之節目。
	5.宗教	以推廣宗教教義為宗旨，提供閱聽眾宗教生活資訊、宗教講座、宗教教育、社教文化、藝術與人文等之節目內容。
	6.其他	無法歸類於上述之頻道屬性，皆歸類於此項目。

節目名稱	-	該節目名稱。
節目類型	1.兒童	依據通傳會《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》，係指為未滿 12 歲之人所製作之節目。
	2.綜藝	依《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》第 4 條定義，係指 「將人物、情節及場景組合成具故事性之內容」，其播送型態包含連續劇、單元劇、迷你影集、電視電影等。
	3.戲劇	參考文化部《中華民國一百零七年度電視金鐘獎獎勵要點》，綜藝節目係指以音樂（含音樂競賽節目）、歌舞（含歌舞競賽節目）、才藝表演、短劇、遊戲或競賽等元素為內容，並以娛樂為主要目的之節目。 基於鼓勵本國文化，原則上如有符合文化或藝術性之本國自製行腳類、美食類及談話類型節目，同意採彈性從寬認定方式處理，納入本國綜藝節目之類型計算。
	4.電影	參考《2018 台北金馬影展第五十五屆金馬獎競賽規章》，電影節目依照影片長度，可區分為以下五種： 劇情長片：片長超過六十分鐘。 紀錄片：片長不限。 動畫長片：片長超過六十分鐘。 劇情短片：片長六十分鐘以內（含演職人員表）。 動畫短片：片長六十分鐘以內（含演職人員表）。

		另外，電視頻道播送之電視電影節目，也歸屬於電影節目。參考文化部《中華民國一百零七年度電視金鐘獎獎勵要點》，所稱電視電影，是指公開播送之電視電影，且應有完整之故事主軸及敘事脈絡。
	5.其他	無法歸類於上述之節目類型，皆歸類於此項目。
播出時段	1.無線電視主要時段	戲劇類型節目每日晚間 8 時至 10 時。
	2.衛星頻道戲劇類型節目指定時段	戲劇與綜藝類型節目指定時段為每日晚間 8 時至十時； 電影（含紀錄片）類型節目為每日晚間 9 時至 11 時； 兒童類型節目為每日晚間 5 時至 7 時。
	3.衛星頻道綜藝類型節目指定時段	
	4.衛星頻道電影（含紀錄片)類型節目指定時段	

	5.衛星頻道兒童類型節目指定時段		
播出時間	月份	1-12	戲劇、綜藝、兒童、電影等四類型節目於對應的主要或指定時段播出時，再以「月」、「日」、「星期」、「小時」、「分」等類目與以編碼。
	日期	1-31	
	星期	一-日	
	小時	17:00-22:00	
	分	1-60	
播出節目時間長度	-		該節目於播出時段內之播出分鐘數。本研究為便於分析，報告呈現統一以小時為單位，四捨五入取到小數點後第 2 位。
節目來源與排播屬性	1.本國節目		本國節目內容產製業者製作之節目，並依下列基準依序認定之： 1.以屬同一國籍或地區之主要演員（主角及配角）超過主要演員總人數三分之一，或屬同一國籍或地區之製作人、導播（演）及編劇超過前開職務總人數三分之一，認定該節目所屬國或地區。 2.從其主要演員（主角及配角）之同一國籍或地區人數最高者，認定該節目所屬國或地區。 3.從其製作人、導播（演）、編劇及主要演員（主角及配角）之同一國籍或地區總人數最高者，認定該節目所屬國或地區。

		4.從其製作人及導播（演）之同一國籍或地區總人數最高者，認定該節目所屬國或地區。 5.從其標示之節目製作事業、人民、法人、團體或其他機構之所屬國或地區，認定該節目所屬國或地區。 6.從其出資額最大之投資者所屬國籍或地區，認定該節目所屬國或地區。 7.體育賽事節目，其主持人或評論人為本國籍者，視為本國自製節目，不受前項認定基準限制。 8.音樂錄影帶節目，其主持人或評論人為本國籍，且有下列情形之一者，視為本國自製節目： （1）本國人演唱主要音樂或歌詞。 （2）本國人參與編曲。 （3）本國人參與作詞。 （4）本國境內錄製之現場演唱會巡演。
	2.本國新播節目	1.無線電視新播節目，是指該節目在國內所有無線電視頻道第一次播出。不同無線電視事業合製同一節目，出資比例達百分之三十以上者，於其所屬頻道第一次播出時，視為新播。 2.衛星頻道新播節目，指該節目在國內有線廣播電視系統經營者（包括有線電視節目播送系統）、直播衛星廣播電視服務事業或其他供公眾收視聽之播送平臺事業第一次播出。
	3.非本國節目	無法歸類於上述之節目來源與排播屬性，皆歸類於此項目。

資料來源：本研究

八、分析與計算方式

本研究以上述所蒐集到的節目表編碼資料為分析基礎，再進一步剖析各頻道之「本國節目播出率」、「本國節目新播率」等分析項目。以下說明本研究所採分析項目與相關判別指標計算方式。

(一)「本國節目播出率」與「本國節目新播率」

本研究調查目的，是為了解該兩辦法施行後計約 1 年期間，個別頻道於上、下半年主要或指定時段四類型節目排播情形及變化。為分析節目排播情形及變化，本研究藉由上述節目表編碼資料為分析結果，再進一步計算個別頻道上、下半年「本國節目播出率」與「本國節目新播率」等項目，各項目之計算方式如下表 3-9。

表 3-9 分析項目計算方式

頻道類型	分析內容	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）	
無線電視頻道	分析項目	本國節目播出率	本國節目新播率	本國節目播出率	本國節目新播率
	計算公式	每日主要時段本國戲劇節目總播出時數／每日主要時段戲劇節目總播出時數	每日主要時段本國戲劇節目新播時數／每日主要時段本國戲劇節目總播出時數	如上半年本國節目播出率計算方式。	如上半年本國節目新播率計算方式。
境內衛星電視頻道（含有線系統和 MOD	分析項目	本國節目播出率	本國節目新播率	本國節目播出率	本國節目新播率
	計算公式	每日指定時段四類型本國節目總播出時數／每日	每日指定時段四類型本國節目新播時數／每日指	如上半年本國節目播	如上半年本國節目新播率計算方式。

平臺頻道）		指定時段四類型節目總播出時數	定時段四類型本國節目總播出時數	出率計算方式。	

資料來源：本研究

(二) 各頻道類型、節目類型之本國節目播出率與新播率以「平均值」來比較分析之

本調查項目之分析結果會分別以頻道類型（無線電視、有線系統與 MOD 平臺）和節目類型（兒童、戲劇、綜藝及電影）來說明無線電視頻道及境內衛星電視頻道於調查期間內的本國節目播出率與新播率。

為避免揭露單一頻道之播出時數與比例，後續報告呈現統一以各頻道編碼代號來表示，並以各頻道本國節目播出率、新播率之平均值來交叉分析，作為各分析項目之整體參考。

舉例來說，「無線電視頻道的本國節目平均播出率」，係以所調查之無線電視頻道在調查時段內本國戲劇節目的總播出時間，除以所調查之無線電視頻道在調查時段內戲劇節目總播出時間，以作為整體無線電視本國戲劇節目平均播出率的參考。計算方式如下表 3-10。

表 3-10 分析項目平均值計算方式

頻道類型	分析內容	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）	
無線電視頻道	分析項目	本國節目平均播出率	本國節目平均新播率	本國節目平均播出率	本國節目平均新播率
	計算公式	所調查頻道於每日主要時段本國戲劇節目總播出時數加總／所調查頻道於每日主要時段戲劇節目總播出時數加總	所調查頻道於每日主要時段本國戲劇節目新播時數加總／所調查頻道於每日主要時段本國戲劇節目總播出時數加總	如上半年本國節目平均播出率計算方式。	如上半年本國節目平均新播率計算方式。
境內衛星電視頻道（含有線系統和MOD平臺頻道）	分析項目	本國節目平均播出率	本國節目平均新播率	本國節目平均播出率	本國節目平均新播率
	計算公式	所調查頻道於每日指定時段四類型本國節目總播出時數加總／所調查頻道於每日指定時段四類型節目總播出時數加總	所調查頻道於每日指定時段四類型本國節目新播時數加總／所調查頻道於每日指定時段四類型本國節目總播出時數加總	如上半年本國節目平均播出率計算方式。	如上半年本國節目平均新播率計算方式。

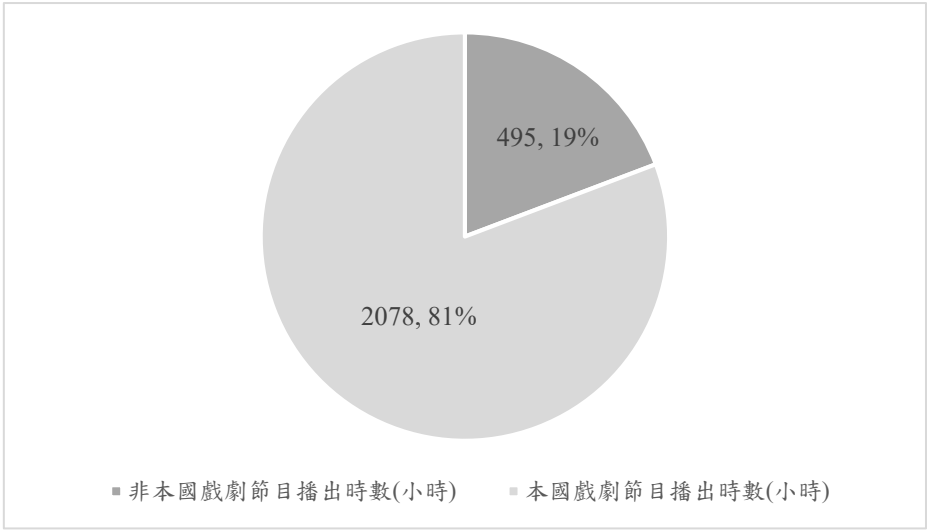
資料來源：本研究

第三節　節目排播情形及變化：依頻道類型之分析結果

以下依照無線電視頻道、有線系統頻道與 MOD 平臺頻道等三大頻道類型，來說明頻道分析結果。

一、無線電視頻道

本研究共調查 11 個無線電視頻道，以播出時數來看，無線電視頻道於調查期間，主要時段之戲劇節目總播出時數約為 2,573 小時，其中有 2,078 小時為本國戲劇節目，本國新播節目時數則約為 1,500 小時。顯示在調查期間，無線電視頻道主要時段播出之戲劇節目有約 8 成都是本國節目，新播率則約達 7 成，如下圖 3-1 所示。

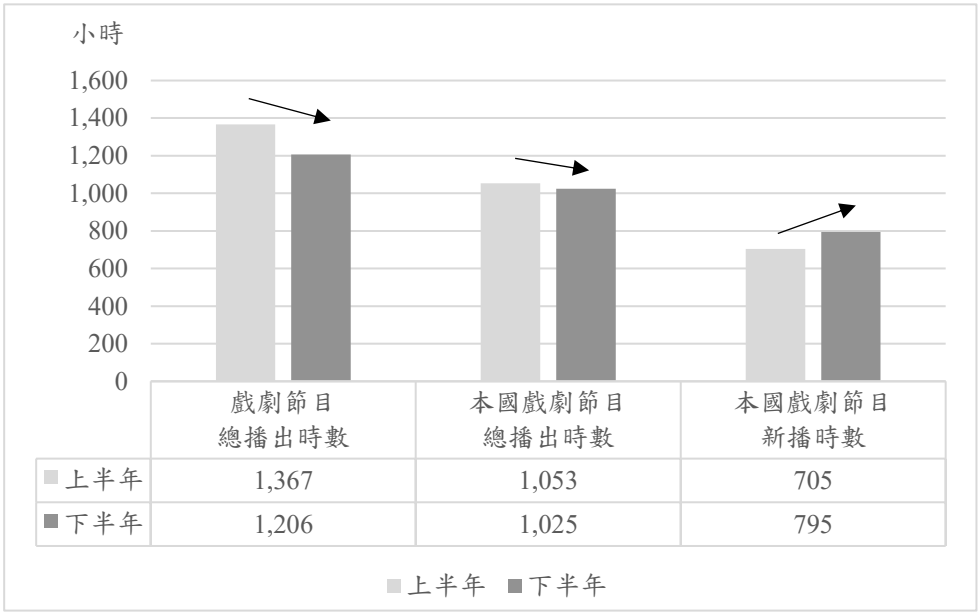


資料來源：本研究

圖 3-1 無線電視頻道主要時段戲劇節目總播出時數

在本國戲劇節目總播出時數方面，上半年本國戲劇節目總播出時數約為 1,053 小時，下半年約為 1,025 小時；本國戲劇節目新播時數方面，上半年約為 705 小時，下半年約為 795 小時。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，無線電視頻道於主要時段之戲劇節目總播出時數整體減少 161 小時，本國戲劇節目下半年較上半年微幅下降 28 小時，但本國戲劇節目新播時數卻提升 90 小時，如下圖 3-2 所示。



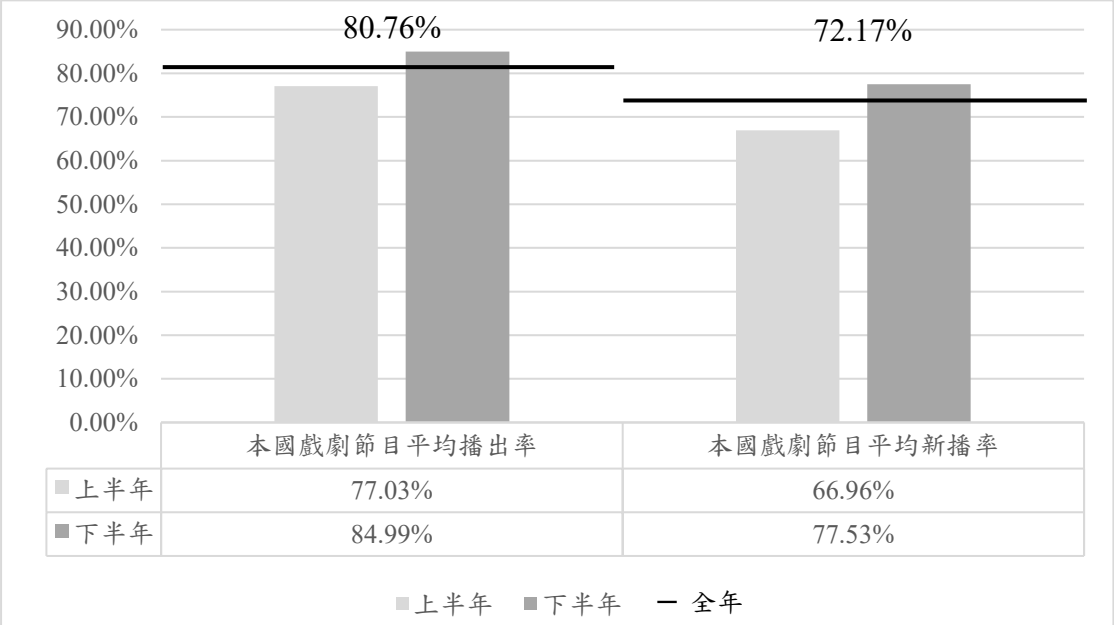
資料來源：本研究

圖 3-2 無線電視頻道本國戲劇節目總播出時數與新播時數

以播出比例來看，無線電視頻道於調查期間，主要時段之本國戲劇節目平均播出率為 80.76%，其中上半年平均播出率為 77.03%，下半年平均播出率為 84.99%；至於新播率部分，調查期間主要時段之

本國戲劇節目平均新播率為 72.17%，其中上半年平均新播率為 66.96%，下半年則為 77.53%。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，比較上半年與下半年播出狀況，無線電視頻道於主要時段之本國戲劇節目播出率與新播率都有所提升。本國戲劇節目播出率部份，雖然無線電視頻道之本國戲劇節目總播出時數有所下降，但整體戲劇節目總播出時數卻下降更多，因此本國戲劇節目播出率反而上升。如下圖 3-3 所示。



資料來源：本研究

圖 3-3 無線電視頻道本國戲劇節目平均播出率與平均新播率

在檢視調查頻道是否符合法規規範上，從 11 個頻道的本國節目播出率最大值與最小值來看（如下表 3-11），上半年無線電視頻道本國戲劇節目播出率最高達 100%，部分頻道於主要時段播出的戲劇節

目，百分之百均為本國自製，上半年本國戲劇節目播出率最低則為47.93%，在所調查頻道中，僅有一個頻道未達《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》之本國節目播出率規定。

下半年無線電視頻道本國戲劇節目播出率同樣最高達 100%，最低則有 51.92%。顯示頻道下半年在本國戲劇節目播出率上有所提升，且所有頻道都已滿足《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》之本國節目播出率規定。

而在新播率上，上半年本國戲劇節目新播率最高達 100%，最低為 0%（一個），其原因在於該頻道雖有播出本國戲劇節目，但因節目內容為重播性節目，不符合新播之規範，因而未達《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》之本國節目播出率規定。

下半年本國戲劇節目新播率最高同樣為 100%，最低為 0%（一個），經電話訪問與該頻道確認，其原因為在下半年節目排播過程中誤播 0.5 小時的本國戲劇節目，該頻道在主要時段原本主要以製播綜藝節目為主，因而影響其本國戲劇節目播出率與新播率。如下表 3-11 所示。

表 3-11 無線電視頻道本國戲劇節目播出率最大值、最小值

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
分析指標	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率
平均值	77.03%	66.96%	84.99%	77.53%	80.76%	72.17%
最大值	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
最小值	47.93%	0.00%	51.92%	0.00%	51.57%	0.00%

資料來源：本研究

本研究統整所調查之 11 個無線電視頻道上、下半年本國戲劇節目播出率與新播率，如下表 3-12。未有數據呈現之項目即表示該頻道於主要時段內未播出戲劇節目，不在此次研究範圍內。

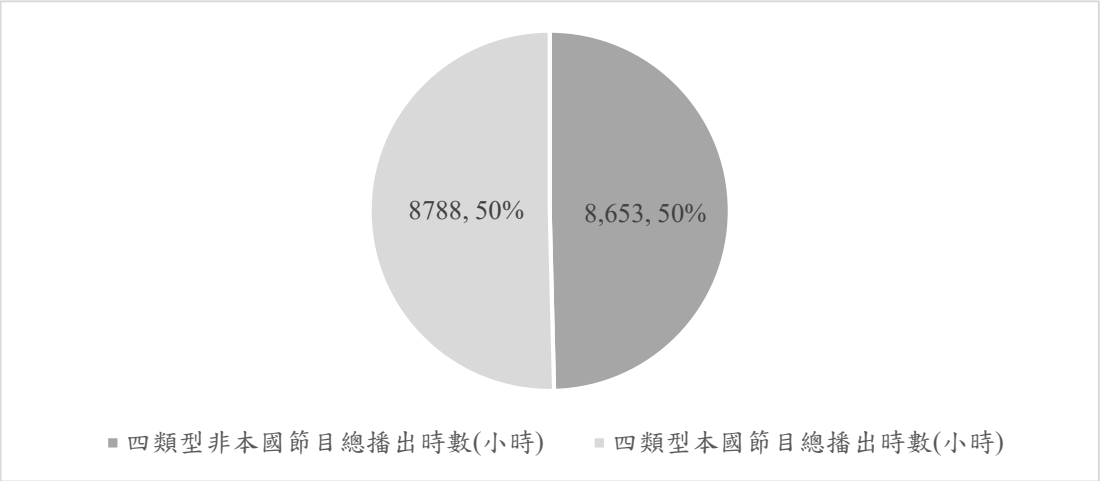
表 3-12 各無線電視頻道本國戲劇節目播出率與新播率

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
頻道	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率
無線電視頻道 1	100.00%	0.00%	100.00%	60.00%	100.00%	6.33%
無線電視頻道 2	85.77%	58.13%	83.33%	54.62%	84.52%	56.35%
無線電視頻道 3	51.21%	56.69%	51.92%	62.22%	51.57%	59.54%
無線電視頻道 4	47.93%	100.00%	100.00%	80.46%	74.14%	86.74%
無線電視頻道 5	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
無線電視頻道 6	97.24%	83.91%	96.00%	91.67%	96.65%	87.60%
無線電視頻道 7	81.58%	34.30%	-	-	81.58%	34.30%
無線電視頻道 8	-	-	100.00%	0.00%	100.00%	0.00%
無線電視頻道 9	-	-	-	-	-	-
無線電視頻道 10	-	-	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
無線電視頻道 11	-	-	-	-	-	-
平均	77.03%	66.96%	84.99%	77.53%	80.76%	72.17%

資料來源：本研究

二、有線系統頻道

本研究共調查 33 個有線系統頻道，以播出時數來看，有線系統頻道於調查期間，指定時段之四類型節目（含兒童、戲劇、綜藝與電影）總播出時數約為 17,441 小時[93]，其中四類型本國節目總播出時數約為 8,788 小時，新播時數約為 4,380 小時。有線系統頻道在調查期間中，約有 5 成節目為本國節目，其中又有約 5 成為新播節目，如下圖 3-4 所示。



資料來源：本研究

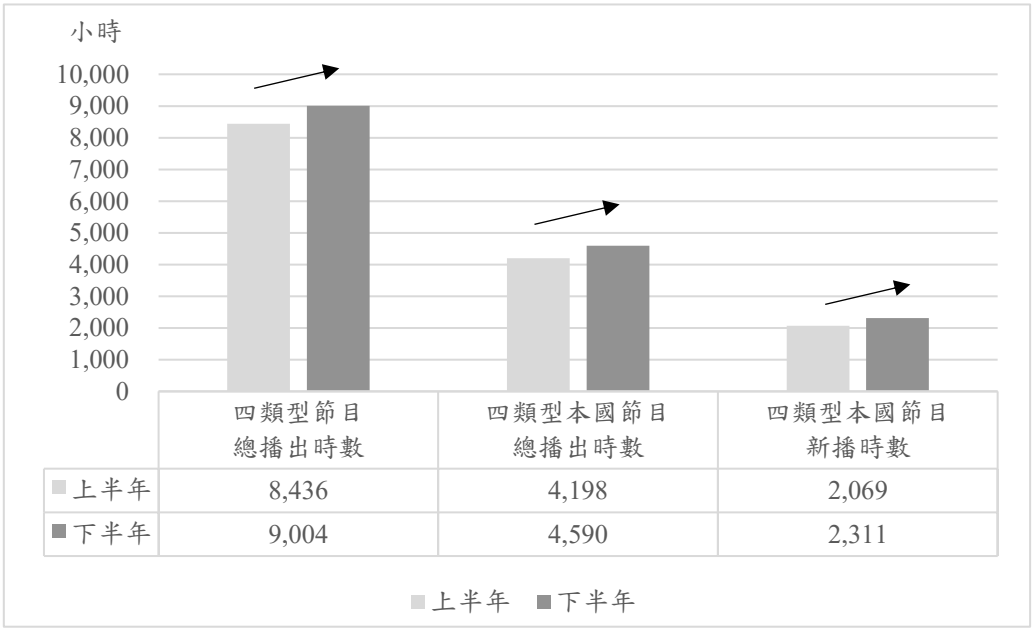
圖 3-4 有線系統頻道指定時段四類型節目總播出時數

以上、下半年播出時數來看，上半年指定時段之四類型節目總播出時數約為 8,436 小時，下半年約為 9,004 小時；四類型本國節目總

[93] 因四捨五入關係，有線系統頻道於調查期間指定時段之四類型節目總播出時數，與上半年及下半年四類型節目總播出時數加總不相等。

播出時數上半年約為 4,198 小時，下半年約為 4,590 小時；四類型本國節目新播時數上半年約為 2,069 小時，下半年約為 2,311 小時。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，比較上半年與下半年播出狀況，有線系統頻道於指定時段之四類型本國節目總播出時數，下半年較上半年增加 392 小時，新播時數增加 242 小時，如下圖 3-5 所示。



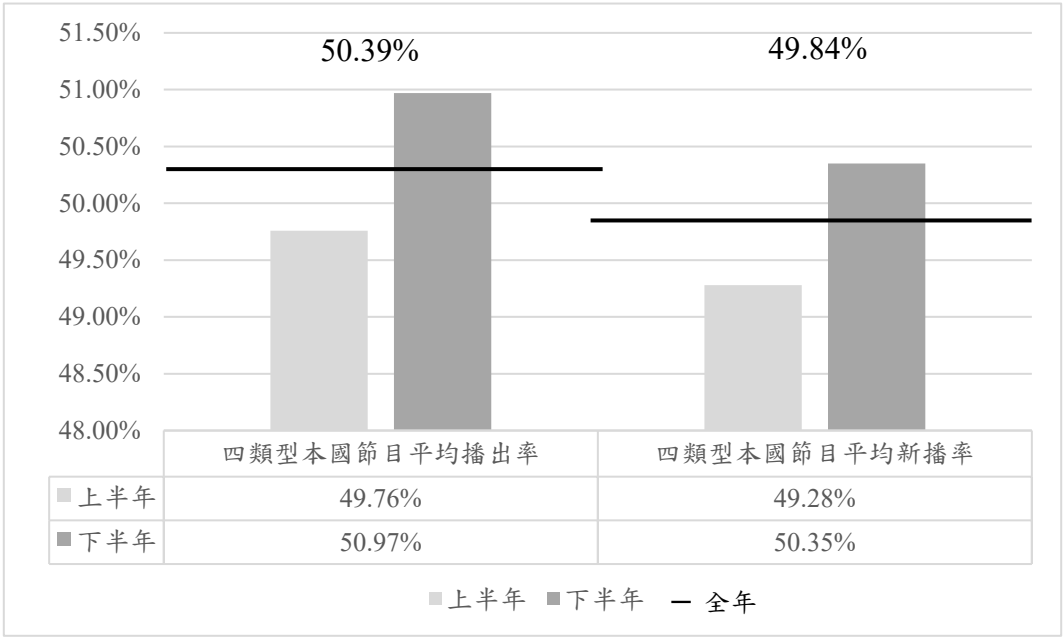
	四類型節目總播出時數	四類型本國節目總播出時數	四類型本國節目新播時數
上半年	8,436	4,198	2,069
下半年	9,004	4,590	2,311

資料來源：本研究

圖 3-5 有線系統頻道四類型本國節目總播出時數與新播時數

以播出比例來看，調查期間有線系統頻道指定時段之四類型本國節目平均播出率為 50.39%，平均新播率為 49.84%。其中上半年四類型本國節目平均播出率為 49.76%，平均新播率為 49.28%；而下半年四類型本國節目平均播出率為 50.97%，平均新播率為 50.35%。

上述分析結果顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道指定時段之四類型本國節目播出率與新播率皆有所提升，如下圖 3-6 所示。



資料來源：本研究

圖 3-6 有線系統頻道四類型本國節目平均播出率與平均新播率

另從 33 個有線系統頻道的四類型本國節目播出率最大值與最小值來看，上半年有線系統頻道四類型本國節目播出率最高達 100%，部分頻道於指定時段播出的四類型節目，百分之百均為本國自製；最低則為 21.59%，所分析之頻道於指定時段播出的四類型節目最低僅有約 2 成為本國自製，共有 4 個頻道[94]於上半年不符合《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》之本國節目播出率規範。

[94] 4 個未達管理辦法之本國節目播出率的頻道為有線系統頻道 1、2、27 和 32，有線系統頻道 1、2 主要播出節目為戲劇節目；頻道 27 主要為兒童節目；頻道 32 主要為電影節目。

下半年有線系統頻道四類型本國節目播出率同樣最高達 100%，最低則為 25.07%。研究結果顯示，下半年有線系統頻道全數均通過《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》之本國節目播出率規範，顯示該兩辦法之推動，確實促使頻道重視本國自製節目播出。

而在新播率上，上半年有線系統頻道四類型本國節目新播率最高達 100%，最低為 8.6%；下半年四類型本國節目新播率最高為 89.05%，最低為 13.59%（如下表 3-13），顯示有線系統各頻道在四類型本國節目新播率上相差較為懸殊。上半年未達《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》本國節目新播率規範的有 8 個頻道[95]；下半年則縮減為 5 個[96]。

表 3-13 有線系統頻道四類型本國節目播出率最大值、最小值

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
分析指標	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率
平均值	49.76%	49.28%	50.97%	50.35%	50.39%	49.84%
最大值	100.00%	100.00%	100.00%	89.05%	100.00%	89.29%
最小值	21.59%	8.60%	25.07%	13.59%	24.32%	11.86%

資料來源：本研究

[95] 上半年未達標頻道為有線系統頻道 4、12、13、15、25、26、32、33 等；其中頻道 32、33 為僅播電影（含紀錄片）之類型頻道，其新播率標準為 20%。
[96] 下半年未達標頻道為有線系統頻道 2、13、15、26、33 等。

本研究統整所調查之 33 個有線系統頻道上、下半年四類型本國節目播出率與新播率，如下表 3-14。未有數據呈現之項目即表示該頻道於指定時段內未播出四類型節目。

表 3-14 各有線系統頻道四類型本國節目播出率與新播率

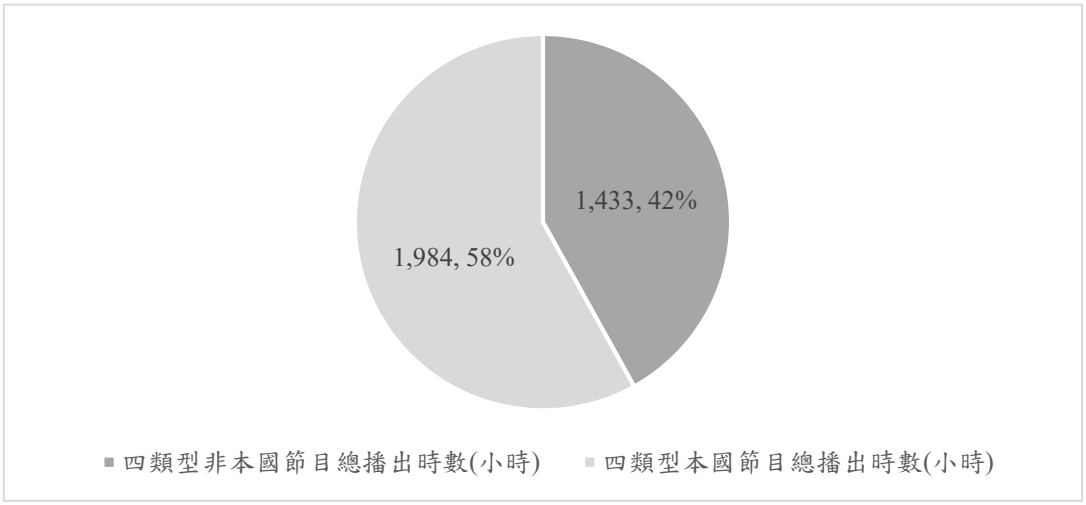
	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
頻道	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率
有線系統頻道 1	21.59%	48.98%	29.35%	44.44%	25.62%	46.28%
有線系統頻道 2	24.14%	45.24%	29.35%	34.26%	26.82%	39.06%
有線系統頻道 3	28.16%	42.86%	29.35%	74.07%	28.77%	59.22%
有線系統頻道 4	98.49%	24.83%	100.00%	43.01%	99.27%	34.34%
有線系統頻道 5	29.03%	93.88%	29.58%	78.79%	29.30%	86.29%
有線系統頻道 6	28.16%	100.00%	30.52%	51.06%	29.27%	76.04%
有線系統頻道 7	100.00%	71.84%	100.00%	71.04%	100.00%	71.43%
有線系統頻道 8	100.00%	72.13%	100.00%	53.01%	100.00%	62.32%
有線系統頻道 9	61.77%	42.97%	58.64%	43.83%	60.15%	43.40%
有線系統頻道 10	57.76%	62.69%	59.78%	61.36%	58.80%	62.00%
有線系統頻道 11	35.40%	45.26%	25.29%	58.46%	29.63%	51.69%
有線系統頻道 12	98.73%	35.26%	100.00%	43.21%	99.42%	39.56%
有線系統頻道 13	73.93%	36.29%	40.49%	33.56%	56.25%	35.25%
有線系統頻道 14	25.04%	40.65%	32.55%	52.06%	28.72%	46.99%
有線系統頻道 15	48.46%	29.95%	49.54%	29.89%	49.02%	29.92%
有線系統頻道 16	100.00%	89.55%	100.00%	89.05%	100.00%	89.29%
有線系統頻道 17	85.49%	54.96%	88.99%	49.77%	87.29%	52.24%
有線系統頻道 18	48.13%	36.42%	74.86%	59.17%	61.87%	50.56%
有線系統頻道 19	31.61%	41.82%	29.89%	47.66%	30.74%	44.70%
有線系統頻道 20	43.95%	48.98%	45.38%	50.00%	44.69%	49.51%
有線系統頻道 21	-	-	-	-	-	-
有線系統頻道 22	-	-	-	-	-	-

有線系統頻道 23	-	-	-	-	-	-
有線系統頻道 24	-	-	-	-	-	-
有線系統頻道 25	32.60%	21.43%	25.96%	40.86%	29.05%	30.70%
有線系統頻道 26	37.50%	8.60%	58.89%	13.59%	49.15%	11.86%
有線系統頻道 27	24.57%	63.74%	25.41%	45.99%	25.00%	54.47%
有線系統頻道 28	26.82%	41.34%	25.07%	71.27%	25.92%	56.22%
有線系統頻道 29	-	-	-	-	-	-
有線系統頻道 30	-	-	-	-	-	-
有線系統頻道 31	-	-	-	-	-	-
有線系統頻道 32	23.32%	25.98%	25.27%	20.13%	24.32%	22.85%
有線系統頻道 33	28.07%	12.29%	25.77%	17.84%	26.89%	15.02%
平均	49.76%	49.28%	50.97%	50.35%	50.39%	49.84%

資料來源：本研究

三、 MOD 平臺頻道

本研究共調查 6 個 MOD 平臺頻道，以播出時數來看，MOD 平臺頻道在調查期間，指定時段之四類型節目（含兒童、戲劇、綜藝與電影）總播出時數約為 3,417 小時，其中有 1,984 小時為本國節目，1,052 小時為新播節目，顯示 MOD 平臺頻道在調查期間，約有 6 成節目為本國節目，本國節目中又有約 5 成為新播節目，如下圖 3-7。

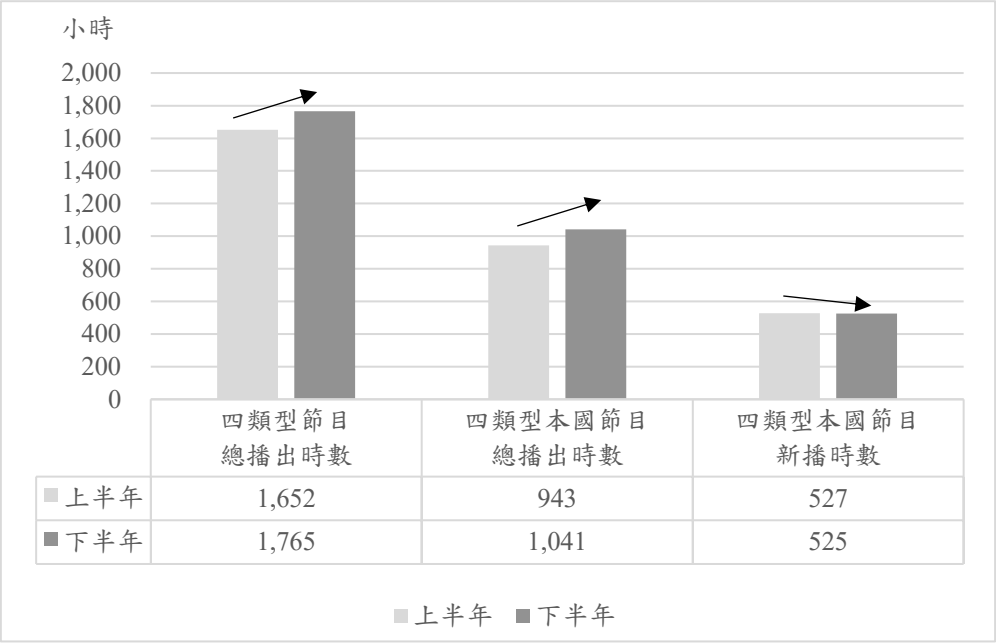


資料來源：本研究

圖 3-7 MOD 平臺頻道指定時段四類型節目總播出時數

以上、下半年播出時數來看，調查期間上半年指定時段之四類型本國節目總播出時數約為 943 小時，下半年約為 1,041 小時；四類型本國節目新播時數方面，調查期間指定時段之四類型本國節目新播時數上半年約為 527 小時，下半年約為 525 小時。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，比較上半年與下半年播出狀況，MOD 平臺頻道指定時段之四類型本國節目播出時數，下半年較上半年增加 98 小時，新播時數則減少 2 小時，如下圖 3-8 所示。

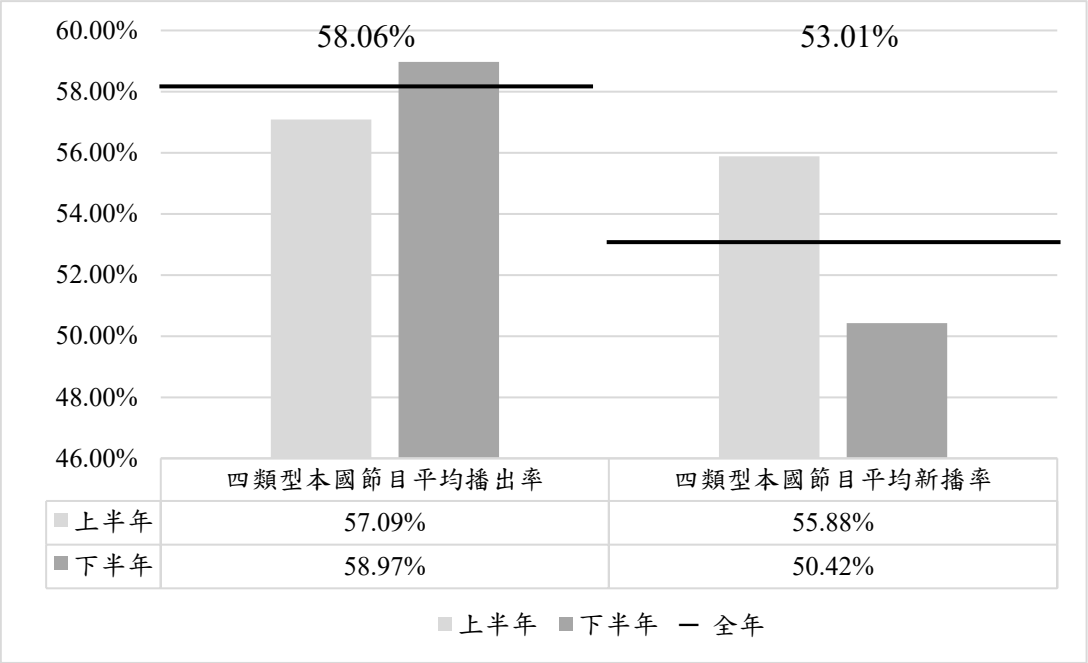


資料來源：本研究

圖 3-8 MOD 平臺頻道四類型本國節目總播出時數與新播時數

以播出比例來看，MOD 平臺頻道在調查期間於指定時段之四類型本國節目平均播出率為 58.06%，平均新播率為 53.01%。其中上半年四類型本國節目平均播出率為 57.09%，平均新播率為 55.88%；下半年四類型本國節目平均播出率為 58.97%，平均新播率為 50.42%。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，MOD 平臺頻道指定時段之四類型本國節目播出率略為上升，新播率則有所下降，如下圖 3-9 所示。



資料來源：本研究

圖 3-9 MOD 平臺頻道四類型本國節目平均播出率與平均新播率

另從 6 個 MOD 平臺頻道的四類型本國節目播出率最大值與最小值來看，上半年 MOD 平臺頻道四類型本國節目播出率最高達 100%，部分頻道於指定時段播出的四類型節目，百分之百均為本國自製，最低則為 21.72%，顯示所調查之頻道於指定時段播出的四類型節目，最低僅有約 2 成為本國自製。本項調查中，MOD 平臺頻道於上半年有 2 個頻道[97]未達《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》本國節目播出率規範。

[97] 上半年本國節目播出率未達規定之頻道為 MOD 平臺頻道 2、6。頻道 2 主要播出戲劇節目；頻道 6 則主要為電影節目。

下半年MOD平臺頻道四類型本國節目播出率同樣最高達100%，最低則為21.89%，下半年MOD平臺頻道未達《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》本國節目播出率規範者僅剩1個[98]。

新播率方面，上半年MOD平臺頻道四類型本國節目新播率最高達100%，最低為5.08%；下半年的新播率略為下滑，最高僅達97.55%，最低為10.87%（如下表3-15）。調查結果顯示MOD平臺各頻道四類型本國節目新播率相差較為懸殊，其中又以電影頻道新播率最低。上半年未達辦法規定之頻道有2個[99]，下半年也同樣為2個[100]。

表3-15 MOD平臺頻道四類型本國節目播出率最大值、最小值

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
分析指標	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率
平均值	57.09%	55.88%	58.97%	50.42%	58.06%	53.01%
最大值	100.00%	100.00%	100.00%	97.55%	100.00%	98.74%
最小值	21.72%	5.08%	21.89%	10.87%	21.81%	11.21%

資料來源：本研究

本研究統整所調查之6個MOD平臺頻道上、下半年四類型本國節目播出率與新播率，如下表3-16。未有數據呈現之項目即表示該頻道於指定時段內並未播出四類型節目。

[98] 下半年本國節目播出率未達規定之頻道為MOD平臺頻道6。
[99] 上半年未達辦法規定之頻道為MOD平臺頻道3、6。頻道3主要播出綜藝節目；頻道6為僅播電影（含紀錄片）之類型頻道，其新播率標準為20%。
[100] 下半年未達辦法規定之頻道為MOD平臺頻道3、6。

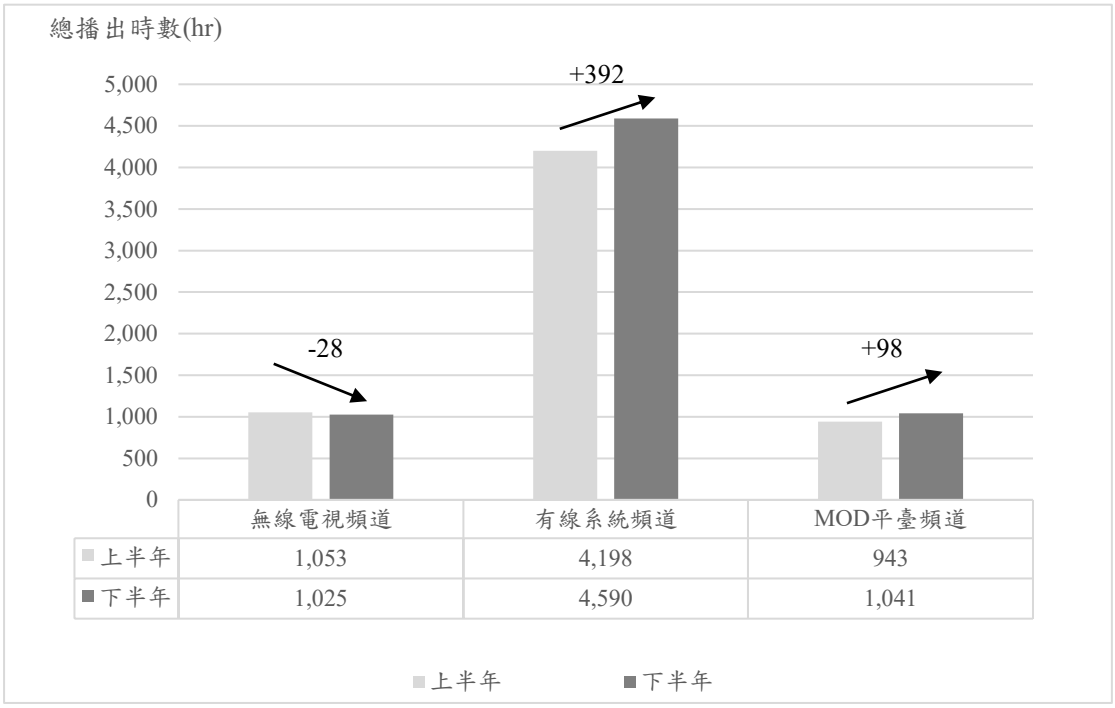
表 3-16 各 MOD 平臺頻道四類型本國節目播出率與新播率

頻道	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率	四類型本國節目播出率	四類型本國節目新播率
MOD 平臺頻道 1	100.00%	100.00%	100.00%	97.55%	100.00%	98.74%
MOD 平臺頻道 2	22.81%	41.54%	45.14%	45.28%	34.14%	44.05%
MOD 平臺頻道 3	100.00%	13.79%	100.00%	10.87%	100.00%	12.29%
MOD 平臺頻道 4	-	-	-	-	-	-
MOD 平臺頻道 5	32.18%	89.73%	25.00%	57.07%	28.49%	75.00%
MOD 平臺頻道 6	21.72%	5.08%	21.89%	16.56%	21.81%	11.21%
平均	57.09%	55.88%	58.97%	50.42%	58.06%	53.01%

資料來源：本研究

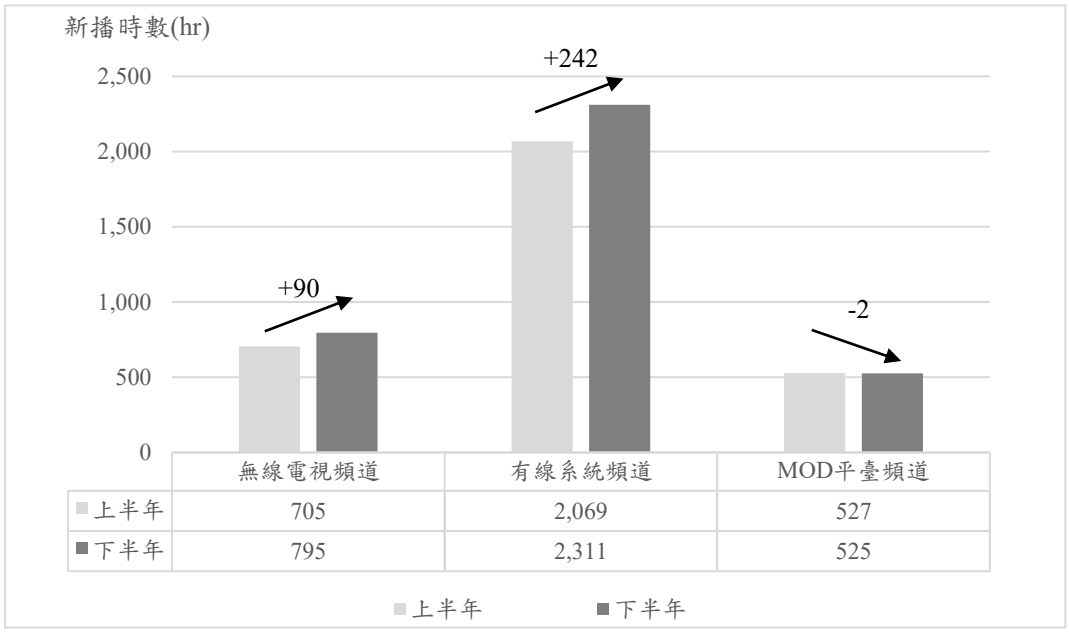
四、三類型頻道比較分析

兩辦法自 106 年 1 月施行以來，比較本研究所調查之 50 個無線電視、有線系統與 MOD 平臺等三類型頻道上半年及下半年本國節目播出狀況，本國節目總播出時數及本國節目新播時數大致上呈現增長趨勢。其中本國節目總播出時數部分，無線電視頻道 106 年下半年較上半年雖略為減少 28 小時，但有線系統頻道大幅增加 392 小時，MOD 平臺頻道亦增加 98 小時；本國節目新播時數部分，無線電視頻道 106 年下半年較上半年增加 90 小時，有線系統頻道亦大幅增加 242 小時，MOD 平臺頻道則略為減少 2 小時。如下圖 3-10 及圖 3-11 所示。



資料來源：本研究

圖 3-10 調查期間三類型頻道本國節目總播出時數

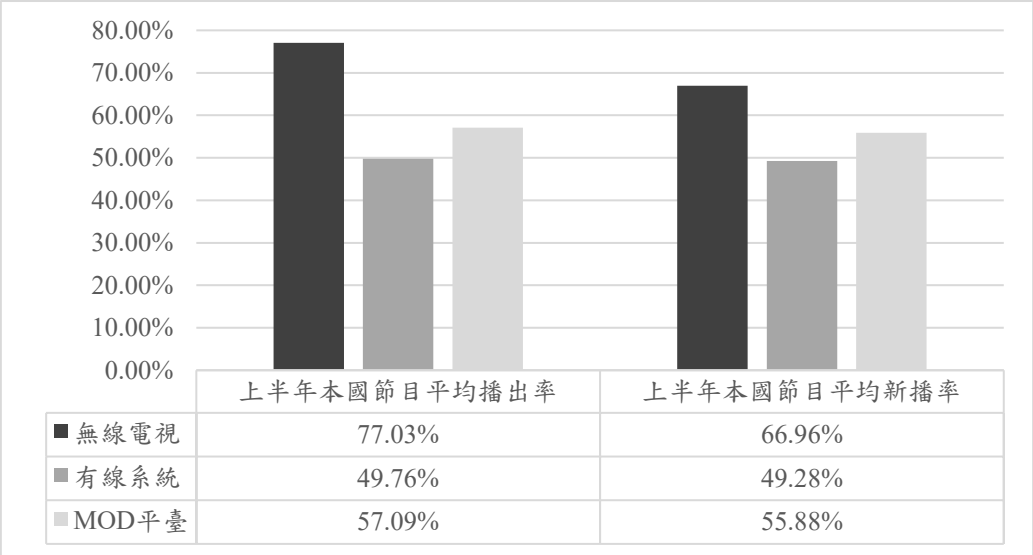


資料來源：本研究

圖 3-11 調查期間三類型頻道本國節目新播時數

將無線電視、有線系統與 MOD 平臺等三類型頻道之本國節目平均播出率與平均新播率相比較，可以發現上半年本國節目平均播出率

以無線電視頻道最高，於主要時段有接近八成戲劇節目均為本國自製，其次為 MOD 平臺頻道 57.09%、有線系統頻道 49.76%。在新播率上，無線電視頻道平均新播率達 66.96%，其次為 MOD 平臺頻道 55.88%、有線系統頻道 49.28%。如下圖 3-12 所示。



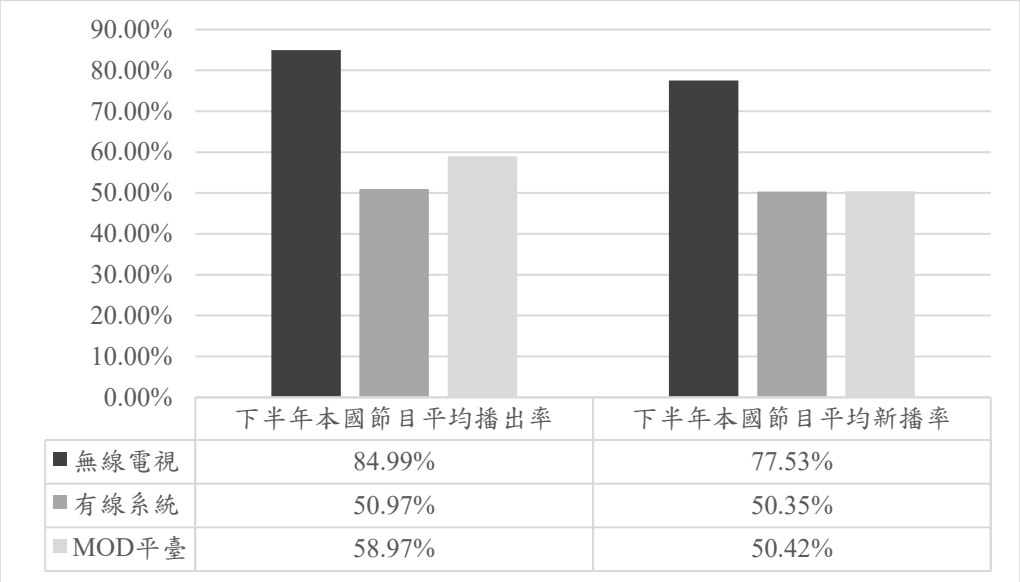
	上半年本國節目平均播出率	上半年本國節目平均新播率
無線電視	77.03%	66.96%
有線系統	49.76%	49.28%
MOD平臺	57.09%	55.88%

資料來源：本研究

圖 3-12 上半年三類型頻道本國節目平均播出率與平均新播率

而在該兩辦法實施半年後，106 年下半年無線電視本國戲劇節目平均播出率提升至 84.99%，其次為 MOD 頻道，其四類型本國節目播出率微幅成長至 58.97%，再其次為有線系統頻道，其四類型本國節目播出率亦成長至 50.97%，所分析之各頻道下半年全數均通過《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》之本國節目播出率規範，顯示該兩辦法之推動，確實促使頻道重視本國自製節目播出。在新播

率上，無線電視頻道平均新播率達 77.53%，其次為 MOD 平臺頻道 50.42%、有線系統頻道 50.35%。如下圖 3-13 所示。

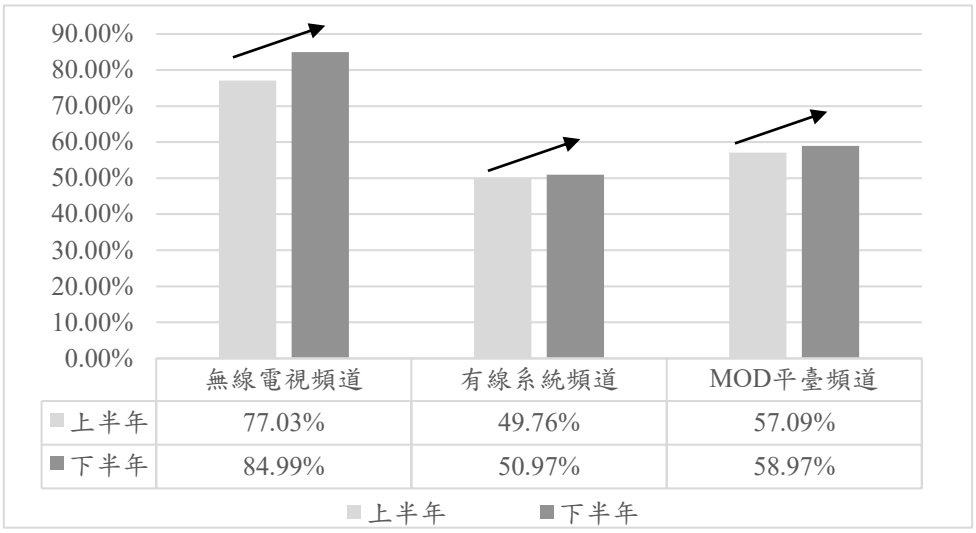


	下半年本國節目平均播出率	下半年本國節目平均新播率
無線電視	84.99%	77.53%
有線系統	50.97%	50.35%
MOD平臺	58.97%	50.42%

資料來源：本研究

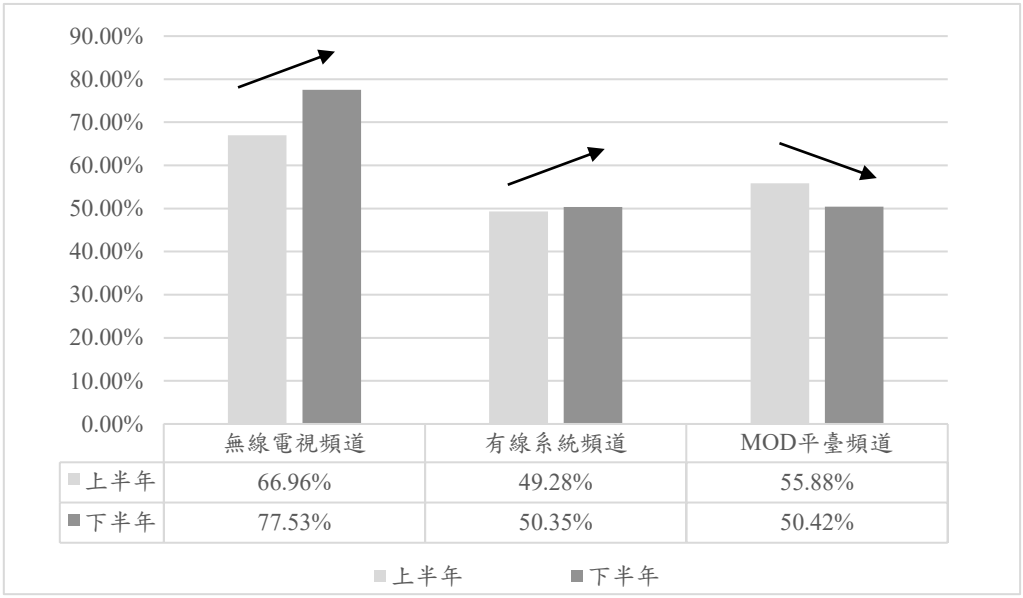
圖 3-13 下半年三類型頻道本國節目平均播出率與平均新播率

比較 106 年上半年及下半年之本國節目播出狀況，在本國節目平均播出率部分，無線電視、有線系統與 MOD 平臺等三類型頻道之本國節目平均播出率皆有所成長；在本國節目平均新播率部分，無線電視頻道及有線系統頻道皆有所成長，但 MOD 平臺頻道卻稍有下滑。如下圖 3-14 及圖 3-15 所示。



資料來源：本研究

圖 3-14 調查期間三類型頻道本國節目平均播出率



資料來源：本研究

圖 3-15 調查期間三類型頻道本國節目平均新播率

第四節　節目排播情形及變化：依節目類型之分析結果

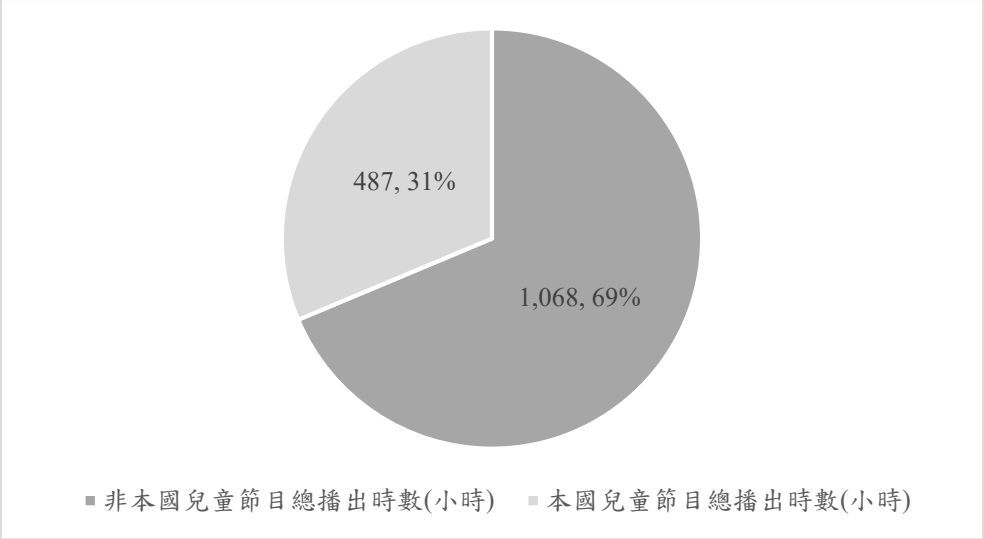
依照《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》，規定個別頻道於指定時段播送四類型節目必須播出一定比例之本國節目與本國新播節目。因此，以下就所調查之衛星頻道於有線系統和 MOD 平臺上播出四類型節目之情形，來說明四類型本國節目、本國新播節目播出時數與比例。

一、兒童節目

(一)有線系統頻道

本研究所調查之 33 個有線系統頻道中，共有 3 個頻道於調查期間之指定時段有播出兒童節目。以播出時數來看，有線系統頻道於調查期間指定時段之兒童節目總播出時數約為 1,555 小時，其中本國兒童節目總播出時數約為 487 小時[101]，本國兒童節目新播時數約為 284 小時。顯示在有線系統頻道中，調查期間僅有約 3 成兒童節目為本國節目，本國兒童節目中又有約 6 成為新播節目，如下圖 3-16 所示。

[101] 因四捨五入關係，有線系統頻道於調查期間指定時段之兒童節目總播出時數，與上半年及下半年兒童節目總播出時數加總不相等。

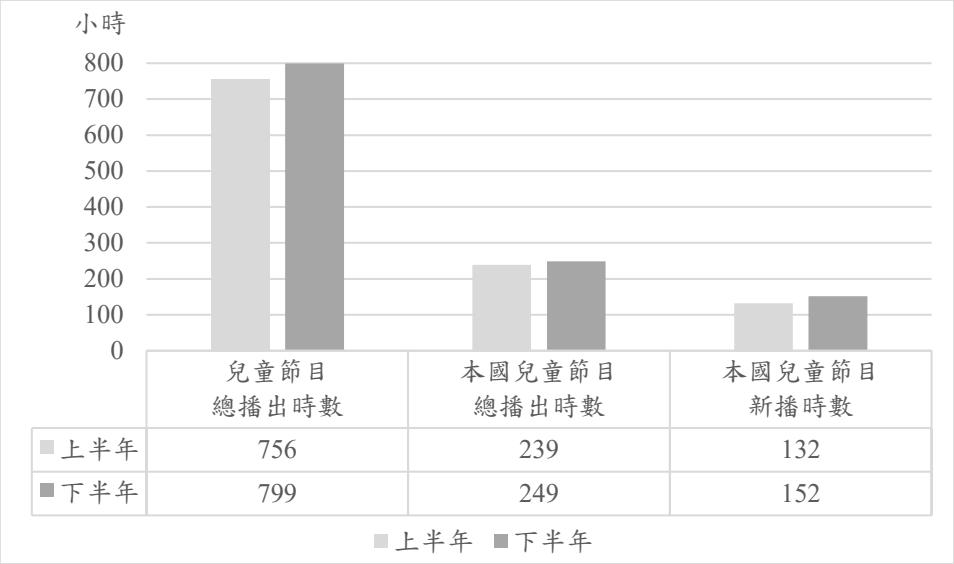


資料來源：本研究

圖 3-16 有線系統頻道指定時段兒童節目總播出時數

以上、下半年播出時數來看，調查期間指定時段之本國兒童節目總播出時數上半年約為 239 小時，下半年約為 249 小時；本國兒童節目新播時數方面，上半年約為 132 小時，下半年約為 152 小時。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，比較上半年與下半年播出狀況，有線系統頻道指定時段之本國兒童節目總播出時數，下半年較上半年增加 10 小時，新播時數則增加 20 小時，但整體本國兒童節目播出比例仍約只有 3 成，如下圖 3-17 所示。

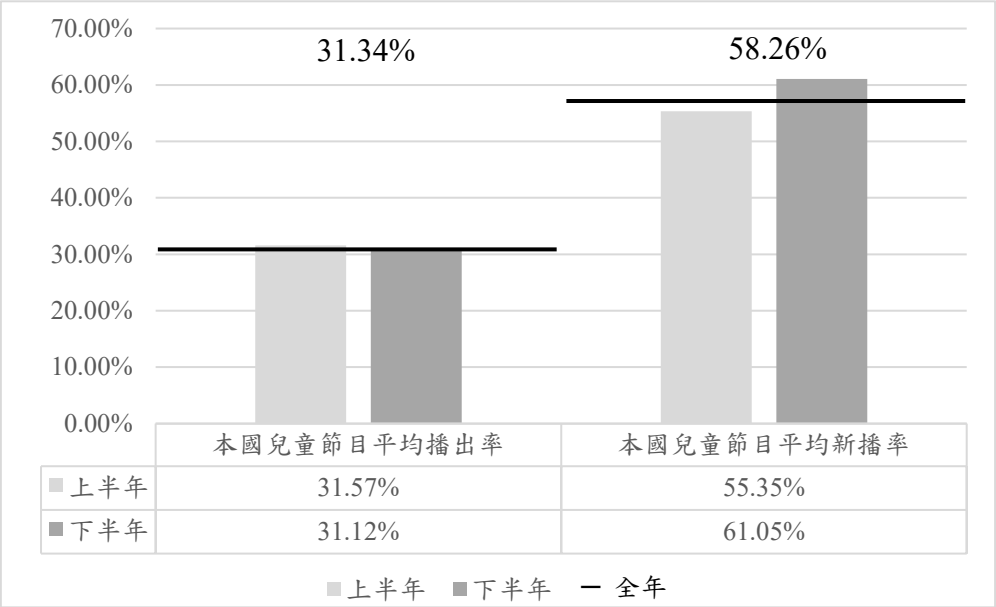


資料來源：本研究

圖 3-17 有線系統頻道本國兒童節目總播出時數與新播時數

以播出比例來看，有線系統頻道於指定時段之本國兒童節目平均播出率為 31.34%，平均新播率為 58.26%。其中上半年本國兒童節目平均播出率為 31.57%，平均新播率為 55.35%；而下半年本國兒童節目平均播出率為 31.12%，平均新播率為 61.05%。

上述分析結果顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道於指定時段之本國兒童節目播出率雖略為下滑，但在新播率上卻有所提升，如下圖 3-18 所示。



資料來源：本研究

圖 3-18 有線系統頻道本國兒童節目平均播出率與平均新播率

另從 3 個有播出兒童節目的有線系統頻道本國兒童節目播出率最大值與最小值來看，上半年有線系統頻道本國兒童節目播出率最高達 100%，部分頻道於指定時段播出的兒童節目，百分之百均為本國自製；最低則為 24.57%，所分析之頻道於指定時段播出的兒童節目最低僅有約四分之一為本國自製。下半年本國兒童節目播出率同樣最高達 100%；最低則為 25.07%。

而在新播率上，上半年本國兒童節目新播率最高達 65.22%，最低為 41.34%；下半年本國兒童節目新播率最高為 71.27%，最低為 45.99%（如下表 3-17）。

表 3-17 有線系統頻道本國兒童節目播出率最大值、最小值

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
分析指標	本國兒童節目播出率	本國兒童節目新播率	本國兒童節目播出率	本國兒童節目新播率	本國兒童節目播出率	本國兒童節目新播率
平均值	31.57%	55.35%	31.12%	61.05%	31.34%	58.26%
最大值	100.00%	65.22%	100.00%	71.27%	100.00%	66.88%
最小值	24.57%	41.34%	25.07%	45.99%	25.00%	54.47%

資料來源：本研究

本研究統整所調查之 33 個有線系統頻道上、下半年本國兒童節目播出率與新播率，統計共有 3 個有線系統頻道有播出兒童節目，如下表 3-18 所示。

表 3-18 各有線系統頻道本國兒童節目播出率與新播率

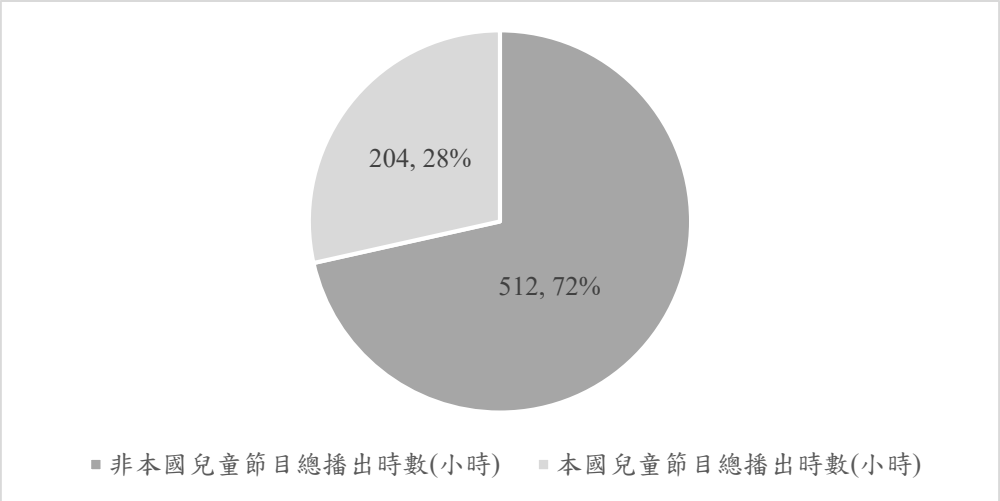
	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
頻道	本國兒童節目播出率	本國兒童節目新播率	本國兒童節目播出率	本國兒童節目新播率	本國兒童節目播出率	本國兒童節目新播率
有線系統頻道 16	100.00%	65.22%	100.00%	68.47%	100.00%	66.88%
有線系統頻道 27	24.57%	63.74%	25.41%	45.99%	25.00%	54.47%
有線系統頻道 28	26.82%	41.34%	25.07%	71.27%	25.92%	56.22%
平均	31.57%	55.35%	31.12%	61.05%	31.34%	58.26%

資料來源：本研究

(二)MOD 平臺頻道

本研究所調查之 6 個 MOD 平臺頻道中，僅有 1 個頻道於調查期間之指定時段有播出兒童節目。以播出時數來看，MOD 平臺頻道於調查期間指定時段之兒童節目總播出時數約為 716 小時，其中本國兒

童節目總播出時數約為 204 小時，本國兒童節目新播時數約為 153 小時[102]，顯示 MOD 平臺頻道在調查期間僅有約 28%的兒童節目為本國節目，本國兒童節目中又有約 75%為新播節目，如下圖 3-19 所示。



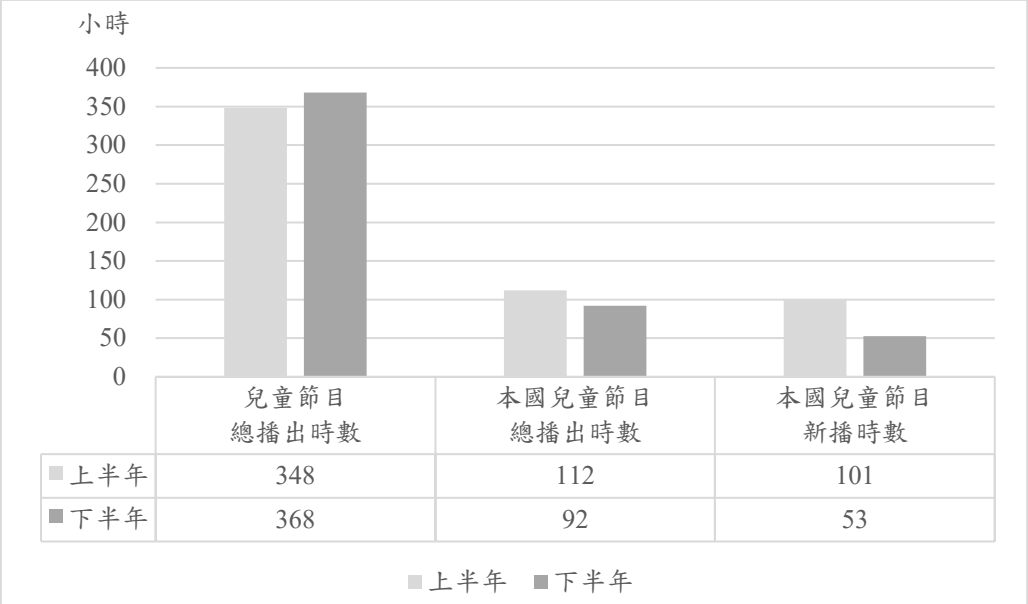
資料來源：本研究

圖 3-19 MOD 平臺頻道指定時段兒童節目總播出時數

以上、下半年播出時數來看，調查期間指定時段之本國兒童節目總播出時數上半年約為 112 小時，下半年約為 92 小時；本國兒童節目新播時數上半年約為 101 小時，下半年約為 53 小時。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，比較上半年與下半年播出狀況，MOD 平臺頻道指定時段之本國兒童節目總播出時數，下半年較上半年減少 20 小時，新播時數則減少 48 小時。MOD 平臺頻道之兒童節目總播出時數雖有所增加，但在本國兒童節目總播出時數和本國兒童節目新播時數上，都不如上半年表現，如下圖 3-20 所示。

[102] 因四捨五入關係，MOD 平臺頻道於調查期間指定時段之本國兒童節目新播時數，與上半年及下半年本國兒童節目新播時數加總不相等。

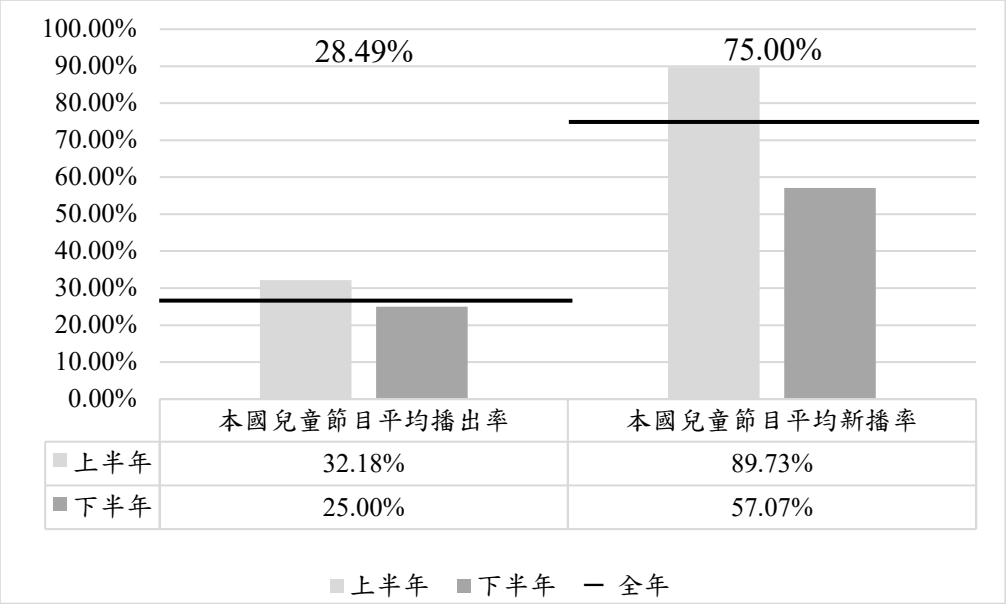


資料來源：本研究

圖 3-20 MOD 平臺頻道本國兒童節目總播出時數與新播時數

以播出比例來看，MOD 平臺頻道於指定時段之本國兒童節目平均播出率為 28.49%，平均新播率為 75%。其中上半年本國兒童節目平均播出率為 32.18%，平均新播率為 89.73%；而下半年本國兒童節目平均播出率為 25%，平均新播率為 57.07%。

上述分析結果顯示於該兩辦法施行後，MOD 平臺頻道於指定時段之本國兒童節目播出率與新播率皆呈現下滑，如下圖 3-21 所示。



資料來源：本研究

圖 3-21 MOD 平臺頻道本國兒童節目平均播出率與平均新播率

本研究統整所調查之 6 個 MOD 平臺頻道上、下半年本國兒童節目播出率與新播率，統計僅有 1 個 MOD 平臺頻道有播出兒童節目，如下表 3-19 所示。

表 3-19 各 MOD 平臺頻道本國兒童節目播出率與新播率

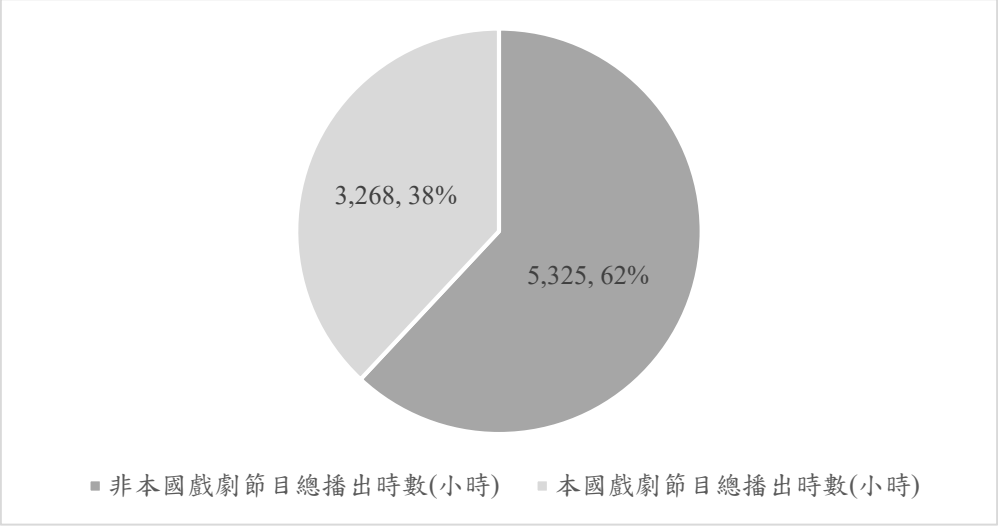
	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
頻道	本國兒童節目播出率	本國兒童節目新播率	本國兒童節目播出率	本國兒童節目新播率	本國兒童節目播出率	本國兒童節目新播率
MOD 平臺頻道 5	32.18%	89.73%	25.00%	57.07%	28.49%	75.00%
平均	32.18%	89.73%	25.00%	57.07%	28.49%	75.00%

資料來源：本研究

二、戲劇節目[103]

(一)有線系統頻道

本研究所調查之 33 個有線系統頻道中，共有 21 個頻道於調查期間之指定時段有播出戲劇節目。以播出時數來看，有線系統頻道於調查期間指定時段之戲劇節目總播出時數約為 8,593 小時[104]，其中本國戲劇節目總播出時數約為 3,268 小時，本國戲劇節目新播時數約為 1,481 小時，顯示在有線系統頻道中，調查期間有約 38%的戲劇節目為本國節目，本國戲劇節目中又有約 45%為新播節目，如下圖 3-22 所示。



資料來源：本研究

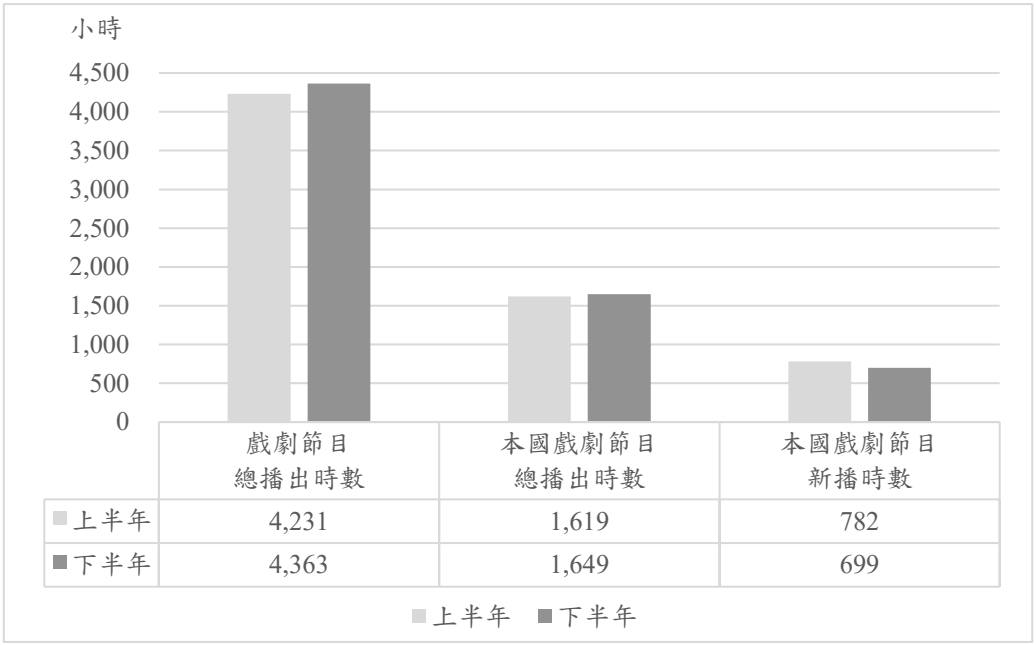
圖 3-22 有線系統頻道指定時段戲劇節目總播出時數

[103] 本研究依照該兩辦法之規定，無線電視頻道僅調查主要時段播出之戲劇節目，故無線電視戲劇節目分析結果同前依頻道類型之分析結果。

[104] 因四捨五入關係，有線系統頻道於調查期間指定時段之戲劇節目總播出時數，與上半年及下半年戲劇節目總播出時數加總不相等。

以上、下半年播出時數來看，調查期間指定時段之本國戲劇節目總播出時數上半年約為 1,619 小時，下半年約為 1,649 小時；本國戲劇節目新播時數方面，上半年約為 782 小時，下半年約為 699 小時。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，比較上半年與下半年播出狀況，有線系統頻道指定時段之本國戲劇節目總播出時數，下半年較上半年增加 30 小時，但新播時數減少 83 小時，如下圖 3-23 所示。



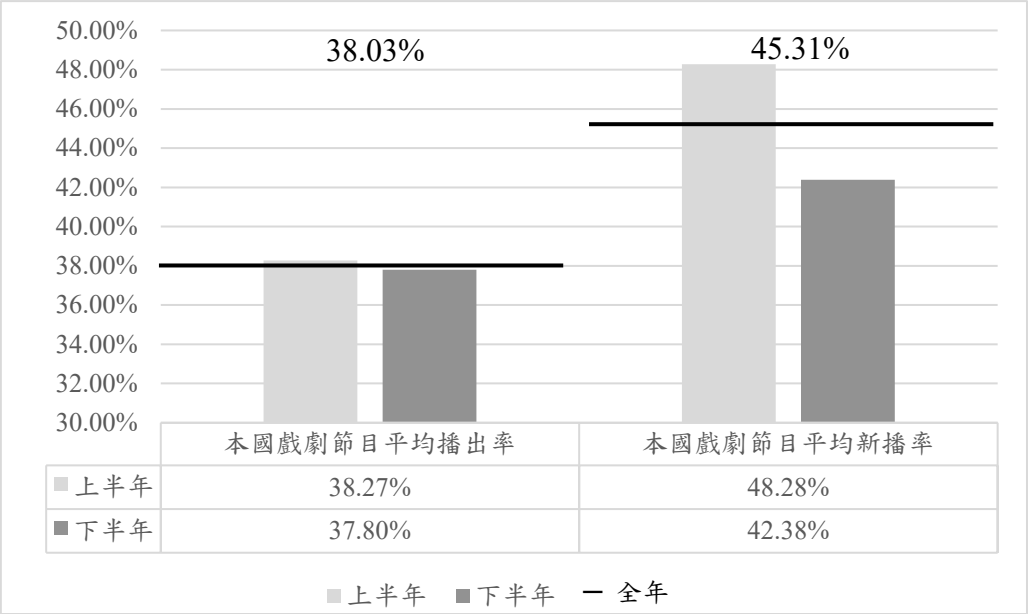
	戲劇節目總播出時數	本國戲劇節目總播出時數	本國戲劇節目新播時數
上半年	4,231	1,619	782
下半年	4,363	1,649	699

資料來源：本研究

圖 3-23 有線系統頻道本國戲劇節目總播出時數與新播時數

以播出比例來看，有線系統頻道於指定時段的本國戲劇節目平均播出率為 38.03%，平均新播率為 45.31%。其中上半年本國戲劇節目平均播出率為 38.27%，平均新播率為 48.28%，而下半年本國戲劇節目平均播出率為 37.8%，平均新播率為 42.38%。

上述分析結果顯示於該兩辦法施行後，上、下半年有線系統頻道指定時段之本國戲劇節目播出率落差不大，整體而言有線系統頻道於指定時段播出的戲劇節目仍有接近 4 成節目為本國節目。本國戲劇節目新播率部份，下半年本國戲劇節目新播時數明顯下降，但本國戲劇節目總播出時數卻微幅增加，因此新播率呈現下降。如下圖 3-24 所示。



資料來源：本研究

圖 3-24 有線系統頻道本國戲劇節目平均播出率與平均新播率

另從 21 個有播出戲劇節目的有線系統頻道本國戲劇節目播出率最大值與最小值來看，上半年有線系統頻道本國戲劇節目播出率最高達 100%，部分頻道於指定時段播出的戲劇節目，百分之百均為本國自製；最低則為 0%，所分析之頻道於指定時段播出的戲劇節目皆非

本國自製。下半年有播出戲劇節目的有線系統頻道，本國戲劇節目播出率同樣最高達 100%，最低為 0%。

而在新播率上，上半年本國戲劇節目新播率最高達 100%，最低為 0%；下半年本國戲劇節目新播率最高為 100%，最低為 0%（如下表 3-20）。

表 3-20 有線系統頻道本國戲劇節目播出率最大值、最小值

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
分析指標	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率
平均值	38.27%	48.28%	37.80%	42.38%	38.03%	45.31%
最大值	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	98.88%
最小值	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

資料來源：本研究

本研究統整所調查之 33 個有線系統頻道上、下半年本國戲劇節目播出率與新播率，統計共有 21 個有線系統頻道有播出戲劇節目，如下表 3-21。未有數據呈現之頻道即表示該頻道於指定時段內並未播出戲劇節目。

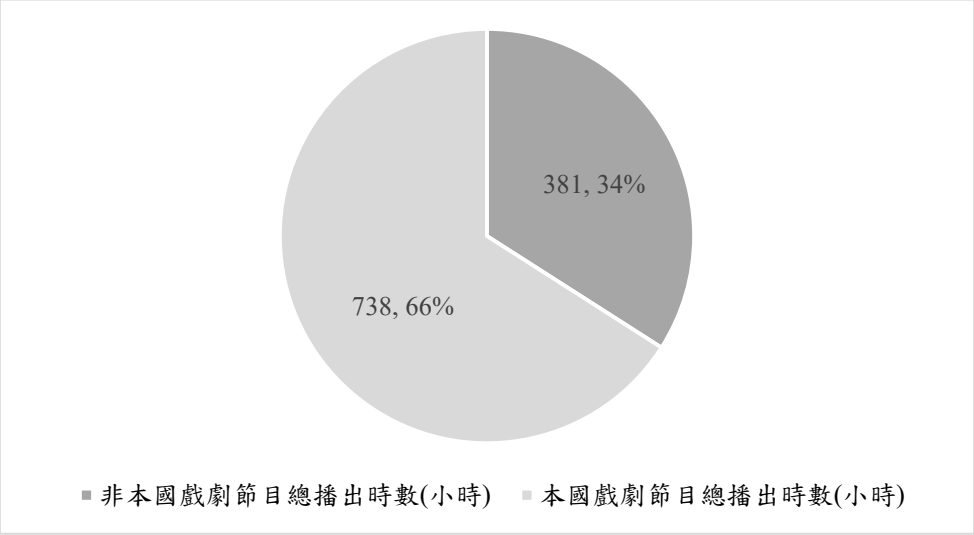
表 3-21 各有線系統頻道本國戲劇節目播出率與新播率

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
頻道	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率
有線系統頻道 1	21.59%	48.98%	29.35%	44.44%	25.62%	46.28%
有線系統頻道 2	16.83%	73.08%	29.35%	34.26%	23.63%	46.88%
有線系統頻道 3	28.16%	42.86%	29.35%	74.07%	28.77%	59.22%
有線系統頻道 4	96.35%	9.48%	100.00%	0.00%	98.24%	4.47%
有線系統頻道 5	5.33%	55.56%	8.18%	0.00%	6.77%	21.74%
有線系統頻道 6	0.00%	-	17.69%	0.00%	9.02%	0.00%
有線系統頻道 7	100.00%	71.68%	100.00%	71.04%	100.00%	71.35%
有線系統頻道 8	100.00%	60.48%	100.00%	26.15%	100.00%	42.91%
有線系統頻道 9	59.87%	41.55%	53.32%	33.00%	56.72%	37.69%
有線系統頻道 10	15.52%	0.00%	26.00%	0.00%	21.12%	0.00%
有線系統頻道 11	1.57%	0.00%	6.80%	0.00%	4.80%	0.00%
有線系統頻道 12	100.00%	0.00%	100.00%	0.00%	100.00%	0.00%
有線系統頻道 13	82.38%	45.28%	0.00%	-	49.23%	45.28%
有線系統頻道 14	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
有線系統頻道 15	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
有線系統頻道 16	100.00%	100.00%	100.00%	97.83%	100.00%	98.88%
有線系統頻道 17	100.00%	41.61%	-	-	100.00%	41.61%
有線系統頻道 18	49.51%	5.39%	93.31%	20.79%	67.93%	14.29%
有線系統頻道 19	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
有線系統頻道 20	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
有線系統頻道 25	48.31%	23.26%	14.17%	100.00%	28.24%	45.90%
平均	38.27%	48.28%	37.80%	42.38%	38.03%	45.31%

資料來源：本研究

(二)MOD 平臺頻道

本研究所調查之 6 個 MOD 平臺頻道中，共有 2 個頻道於調查期間之指定時段有播出戲劇節目。以播出時數來看，MOD 平臺頻道於調查期間指定時段之戲劇節目總播出時數約為 1,119 小時，其中本國戲劇節目總播出時數約為 738 小時，本國戲劇節目新播時數約為 729 小時。顯示 MOD 平臺頻道在調查期間有約 66%的戲劇節目為本國節目，本國戲劇節目中又有高達 99%的節目為新播節目，本國戲劇節目新播比例接近百分之百，如下圖 3-25 所示。

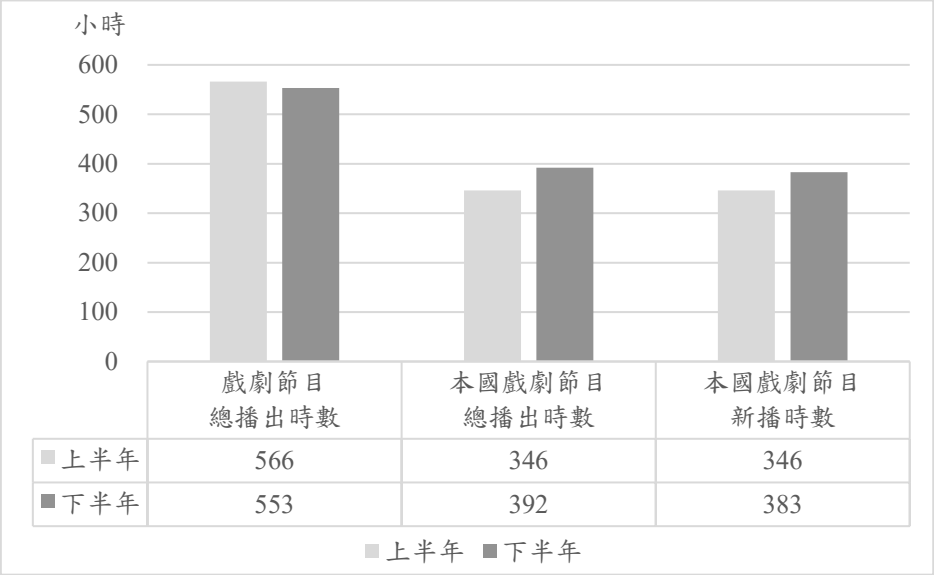


資料來源：本研究

圖 3-25 MOD 平臺頻道指定時段戲劇節目總播出時數

以上、下半年播出時數來看，調查期間指定時段之本國戲劇節目總播出時數上半年約為 346 小時，下半年約為 392 小時；本國戲劇節目新播時數方面，上半年約為 346 小時，下半年約為 383 小時。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，比較上半年與下半年播出狀況，MOD 平臺頻道指定時段之戲劇節目總播出時數雖略有下降，但本國戲劇節目總播出時數下半年較上半年增加 46 小時，新播時數則增加 37 小時，如下圖 3-26 所示。

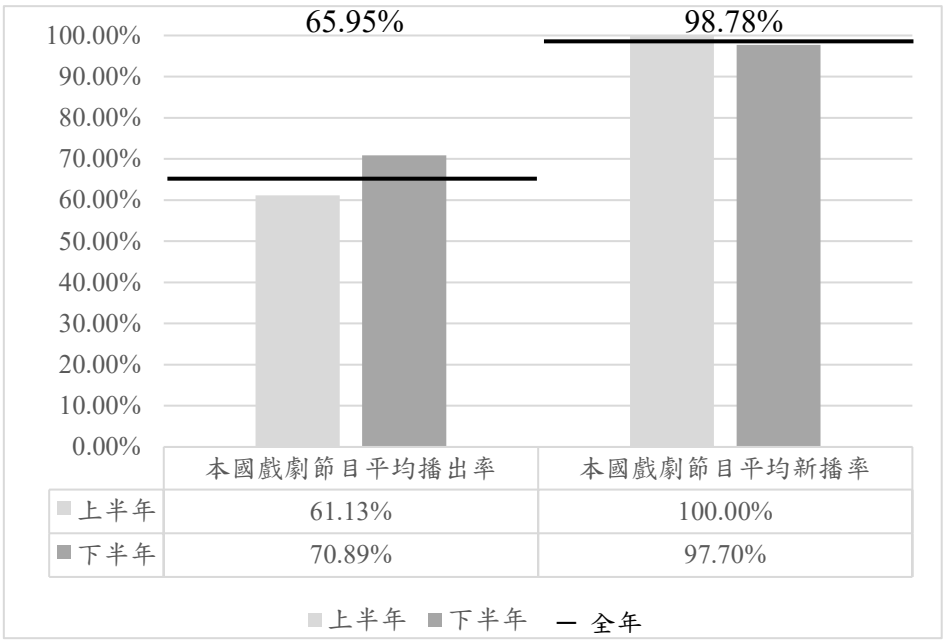


資料來源：本研究

圖 3-26 MOD 平臺頻道本國戲劇節目總播出時數與新播時數

以播出比例來看，MOD 平臺頻道於指定時段的本國戲劇節目平均播出率為 65.95%，平均新播率為 98.78%。其中上半年本國戲劇節目平均播出率為 61.13%，平均新播率為 100%；而下半年本國戲劇節目平均播出率為 70.89%，平均新播率為 97.7%。

上述分析結果顯示於該兩辦法施行後，MOD 平臺頻道於指定時段之本國戲劇節目播出率有所提升，新播率則略為下降，但整體新播率仍接近百分之百，如下圖 3-27 所示。



資料來源：本研究

圖 3-27 MOD 平臺頻道本國戲劇節目平均播出率與平均新播率

另從 2 個有播出戲劇節目的 MOD 平臺頻道本國戲劇節目播出率最大值與最小值來看，上半年 MOD 平臺頻道本國戲劇節目播出率最高達 100%，部分頻道於指定時段播出的戲劇節目，百分之百均為本國自製；最低則為 0%，所分析之頻道於指定時段播出的戲劇節目皆非本國自製。下半年有播出戲劇節目的 MOD 平臺頻道，本國戲劇節目播出率最高同樣達 100%，最低則為 15.71%。

而在新播率上，上半年因僅有 1 個頻道有播出本國戲劇節目，故本國戲劇節目新播率及最低均為 100%；下半年本國戲劇節目新播率最高為 100%，最低為 97.7%（如下表 3-22）。

表 3-22 MOD 平臺頻道本國戲劇節目播出率最大值、最小值

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
分析指標	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率
平均值	61.13%	100.00%	70.89%	97.70%	65.95%	98.78%
最大值	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
最小值	0.00%	100.00%	15.71%	97.51%	7.30%	98.73%

資料來源：本研究

本研究統整所調查之 6 個 MOD 平臺頻道上、下半年本國戲劇節目播出率與新播率，統計共有 2 個 MOD 平臺頻道有播出戲劇節目，如下表 3-23 所示。未有數據呈現之頻道即表示該頻道於指定時段內並未播出戲劇節目。

表 3-23 各 MOD 平臺頻道本國戲劇節目播出率與新播率

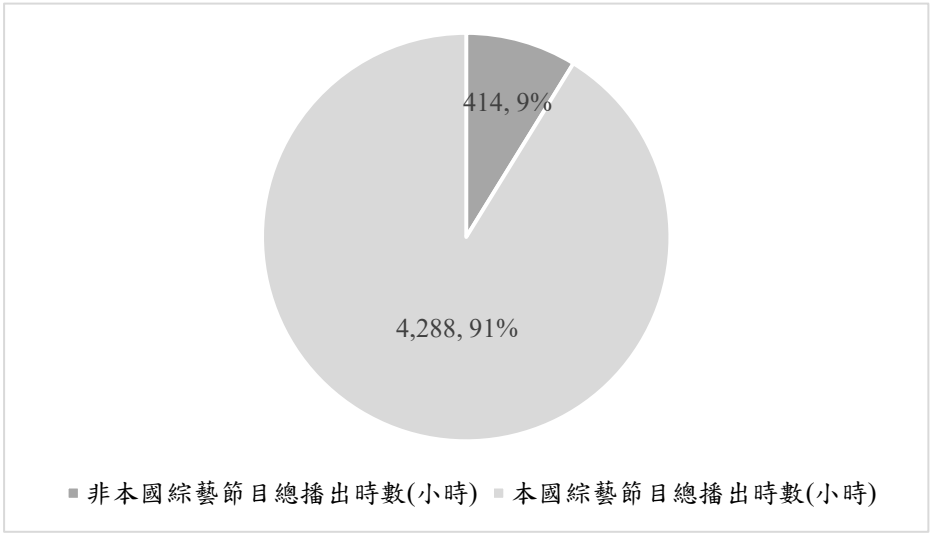
	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
頻道	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率	本國戲劇節目播出率	本國戲劇節目新播率
MOD 平臺頻道 1	100.00%	100.00%	100.00%	97.51%	100.00%	98.73%
MOD 平臺頻道 2	0.00%	-	15.71%	100.00%	7.30%	100.00%
平均	61.13%	100.00%	70.89%	97.70%	65.95%	98.78%

資料來源：本研究

三、綜藝節目

(一)有線系統頻道

本研究所調查之 33 個有線系統頻道中，共有 18 個頻道於調查期間之指定時段有播出綜藝節目。以播出時數來看，有線系統頻道於調查期間指定時段之綜藝節目總播出時數約為 4,702 小時，其中本國綜藝節目總播出時數約為 4,288 小時，本國綜藝節目新播時數約為 2,444 小時。顯示在有線系統頻道中，調查期間有約 91%的綜藝節目均為本國節目，本國綜藝節目中又有約 57%為新播節目，如下圖 3-28 所示。

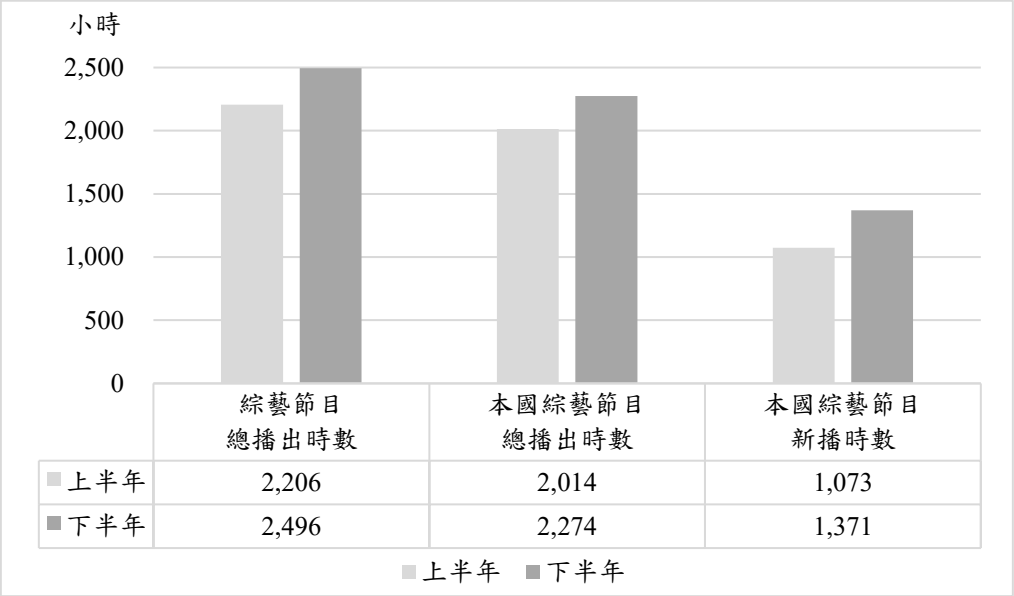


資料來源：本研究

圖 3-28 有線系統頻道指定時段綜藝節目總播出時數

以上、下半年播出時數來看，調查期間指定時段之本國綜藝節目總播出時數上半年約為 2,014 小時，下半年約為 2,274 小時；本國綜藝節目新播時數上半年約為 1,073 小時，下半年約為 1,371 小時。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，比較上半年與下半年播出狀況，有線系統頻道指定時段之本國綜藝節目總播出時數，下半年較上半年增加 260 小時，新播時數則增加 298 小時，如下圖 3-29 所示。

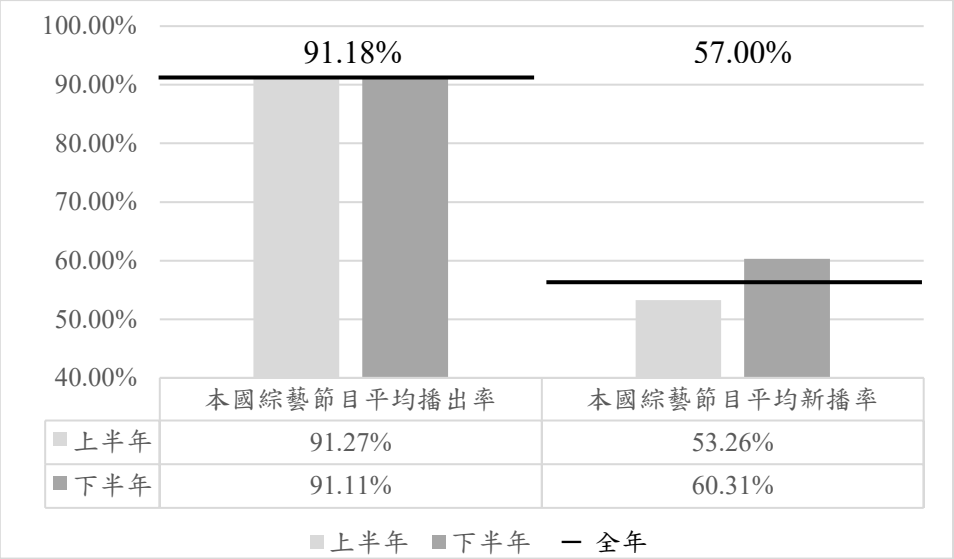


資料來源：本研究

圖 3-29 有線系統頻道本國綜藝節目總播出時數與新播時數

以播出比例來看，有線系統頻道於指定時段之本國綜藝節目平均播出率為 91.18%，平均新播率為 57%。其中上半年本國綜藝節目平均播出率為 91.27%，平均新播率為 53.26%；而下半年本國綜藝節目平均播出率為 91.11%，平均新播率為 60.31%。

上述分析結果顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道於指定時段之本國綜藝節目播出率大抵不變，上、下半年皆維持約有 9 成為本國綜藝節目；而本國綜藝節目新播率部分，由於下半年本國綜藝節目新播時數有明顯增加，因此本國綜藝節目新播率也有所提升。如下圖 3-30 所示。



資料來源：本研究

圖 3-30 有線系統頻道本國綜藝節目平均播出率與平均新播率

另從 18 個有播出綜藝節目的有線系統頻道本國綜藝節目播出率最大值與最小值來看，上半年有線系統頻道本國綜藝節目播出率最高達 100%，部分頻道於指定時段播出的綜藝節目，百分之百均為本國自製；最低則為 46.13%，所分析之頻道於指定時段播出的綜藝節目

約有接近一半為本國自製。下半年本國綜藝節目播出率最高達 100%，最低為 62.24%。顯示本國綜藝節目能量較其他類型節目來得高。

而在新播率上，上半年本國綜藝節目新播率最高達 100%，最低為 0%（兩個），其原因在於兩頻道雖有播出本國綜藝節目，但節目內容為重播性節目，故不符合新播之規範；下半年本國綜藝節目新播率最高為 100%，最低為 8.93%（一個），該頻道所播出之本國綜藝節目多數皆為重播性節目，不符合新播之規範。如下表 3-24 所示。

表 3-24 有線系統頻道本國綜藝節目播出率最大值、最小值

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
分析指標	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率
平均值	91.27%	53.26%	91.11%	60.31%	91.18%	57.00%
最大值	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
最小值	46.13%	0.00%	62.24%	8.93%	55.89%	0.00%

資料來源：本研究

本研究統整所調查之 33 個有線系統頻道上、下半年本國綜藝節目播出率與新播率，統計共有 18 個有線系統頻道有播出綜藝節目，如下表 3-25。未有數據呈現之頻道即表示該頻道於指定時段內並未播出綜藝節目。

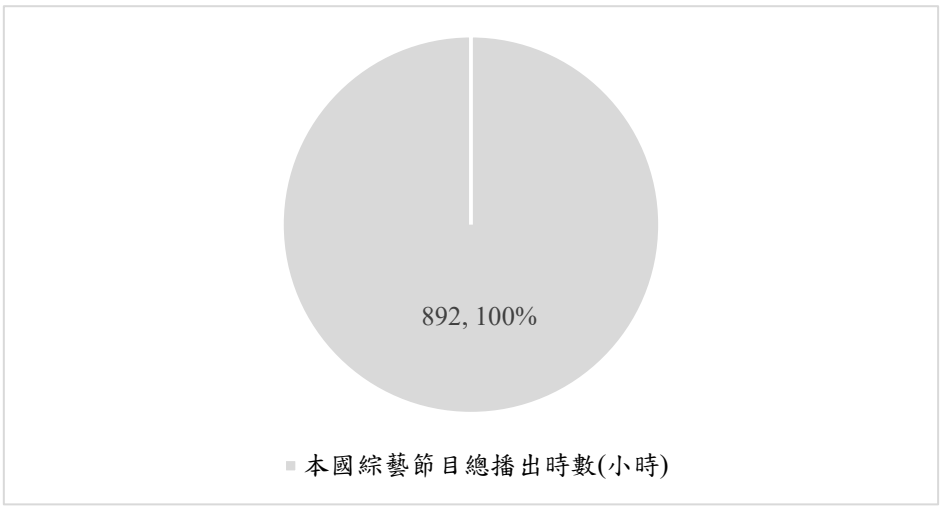
表 3-25 各有線系統頻道本國綜藝節目播出率與新播率

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
頻道	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率
有線系統頻道 2	82.05%	0.00%	-	-	82.05%	0.00%
有線系統頻道 4	98.92%	27.79%	100.00%	51.52%	99.48%	40.18%
有線系統頻道 5	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
有線系統頻道 6	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
有線系統頻道 7	100.00%	100.00%	-	-	100.00%	100.00%
有線系統頻道 8	100.00%	78.57%	100.00%	67.80%	100.00%	73.04%
有線系統頻道 9	100.00%	60.00%	83.33%	76.00%	86.67%	72.31%
有線系統頻道 10	100.00%	72.41%	100.00%	80.36%	100.00%	76.32%
有線系統頻道 11	100.00%	46.62%	100.00%	74.51%	100.00%	58.72%
有線系統頻道 12	97.75%	63.22%	100.00%	86.41%	98.90%	75.14%
有線系統頻道 13	61.85%	19.16%	62.61%	33.56%	62.33%	28.39%
有線系統頻道 14	100.00%	40.65%	100.00%	52.06%	100.00%	46.99%
有線系統頻道 15	100.00%	29.95%	100.00%	29.89%	100.00%	29.92%
有線系統頻道 17	81.93%	58.95%	88.99%	49.77%	85.95%	53.55%
有線系統頻道 18	46.13%	84.73%	62.24%	98.53%	55.89%	94.04%
有線系統頻道 19	100.00%	41.82%	100.00%	47.66%	100.00%	44.70%
有線系統頻道 20	100.00%	48.21%	100.00%	50.47%	100.00%	49.69%
有線系統頻道 26	100.00%	0.00%	100.00%	8.93%	100.00%	3.55%
平均	91.27%	53.26%	91.11%	60.31%	91.18%	57.00%

資料來源：本研究

(二)MOD 平臺頻道

本研究所調查之 6 個 MOD 平臺頻道中，共有 3 個頻道於調查期間之指定時段有播出綜藝節目。以播出時數來看，MOD 平臺頻道於調查期間指定時段之綜藝節目總播出時數約為 892 小時，其中本國綜藝節目總播出時數約為 892 小時，本國綜藝節目新播時數約為 153 小時。顯示在 MOD 平臺上架之頻道中，在調查期間播出之綜藝節目百分之百均為本國自製，然而，其中新播節目只有約 17%。如下圖 3-31 所示。

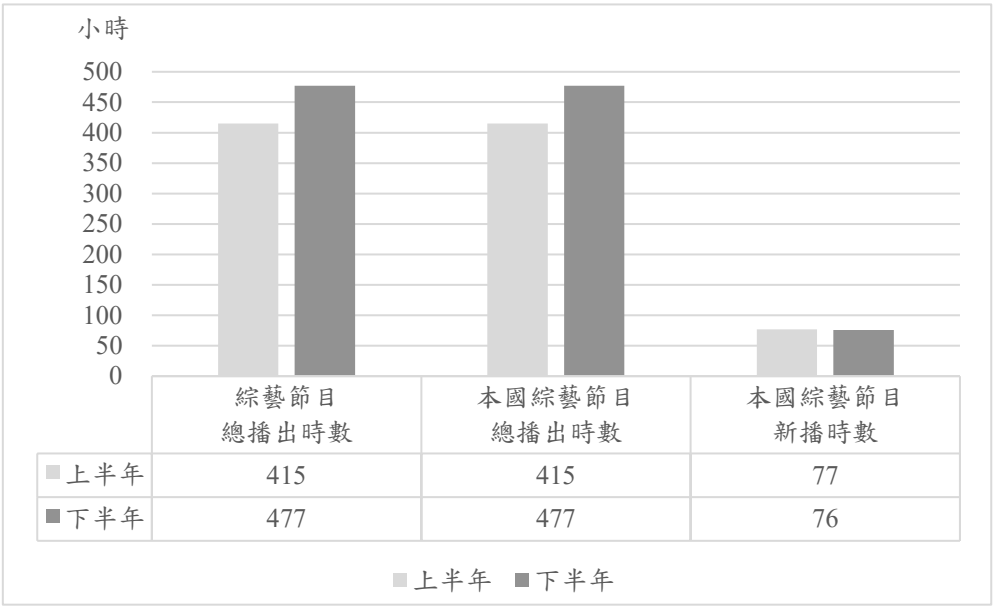


資料來源：本研究

圖 3-31 MOD 平臺頻道指定時段綜藝節目總播出時數

以上、下半年播出時數來看，調查期間指定時段之本國綜藝節目總播出時數上半年約為 415 小時，下半年約為 477 小時；本國綜藝節目新播時數方面，上半年約為 77 小時，下半年約為 76 小時。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，比較上半年與下半年播出狀況，有線系統頻道指定時段之本國綜藝節目總播出時數，下半年較上半年增加 62 小時，新播時數情況則較為不佳，減少 1 小時，如下圖 3-32 所示。

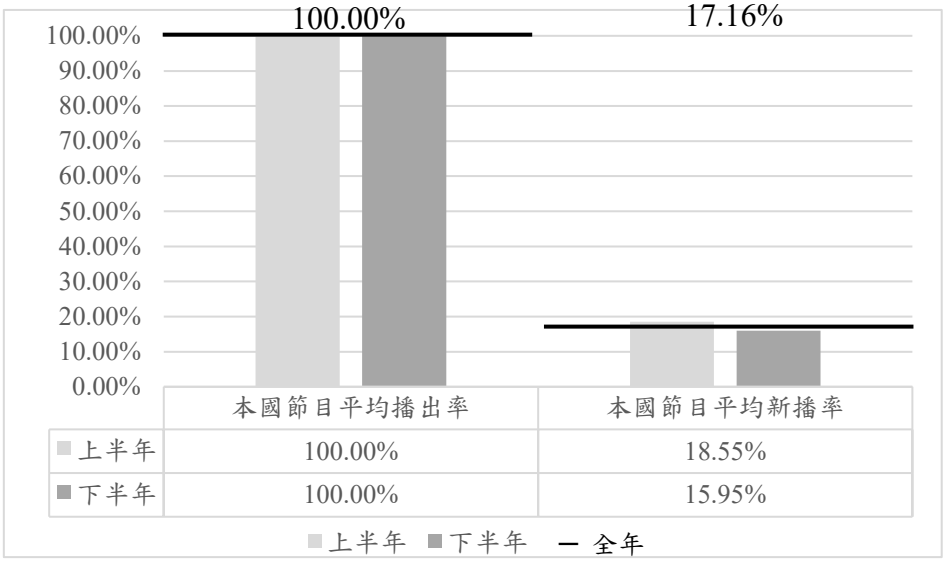


資料來源：本研究

圖 3-32 MOD 平臺頻道本國綜藝節目總播出時數與新播時數

以播出比例來看，MOD 平臺頻道於指定時段的本國綜藝節目平均播出率為 100%，平均新播率為 17.16%。其中上半年本國綜藝節目平均播出率為 100%，平均新播率為 18.55%；而下半年本國綜藝節目平均播出率為 100%，平均新播率為 15.95%。

上述分析結果顯示於該兩辦法施行後，MOD 平臺頻道於指定時段之本國綜藝節目播出率維持在 100%不變，但新播率卻略有下降，如下圖 3-33 所示。



資料來源：本研究

圖 3-33 MOD 平臺頻道本國綜藝節目平均播出率與平均新播率

另從 3 個有播出綜藝節目的 MOD 平臺頻道本國綜藝節目播出率最大值與最小值來看，上半年 MOD 平臺頻道本國綜藝節目播出率最高及最低皆為 100%，3 個頻道於指定時段播出的綜藝節目，百分之百均為本國自製。下半年有播出綜藝節目的 MOD 平臺頻道，本國綜藝節目播出率最高及最低同樣皆為 100%。

而在新播率上，上半年本國綜藝節目新播率最高達 100%，最低為13.79%;下半年本國綜藝節目新播率最高為100%,最低為10.87%,顯示頻道之間新播比例落差十分懸殊（如下表 3-26）。

表 3-26 MOD 平臺頻道本國綜藝節目播出率最大值、最小值

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
分析指標	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率
平均值	100.00%	18.55%	100.00%	15.95%	100.00%	17.16%
最大值	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
最小值	100.00%	13.79%	100.00%	10.87%	100.00%	12.29%

資料來源：本研究

本研究統整所調查之 6 個 MOD 平臺頻道上、下半年本國綜藝節目播出率與新播率，統計共有 3 個 MOD 平臺頻道有播出綜藝節目，如下表 3-27 所示。

表 3-27 各 MOD 平臺頻道本國綜藝節目播出率與新播率

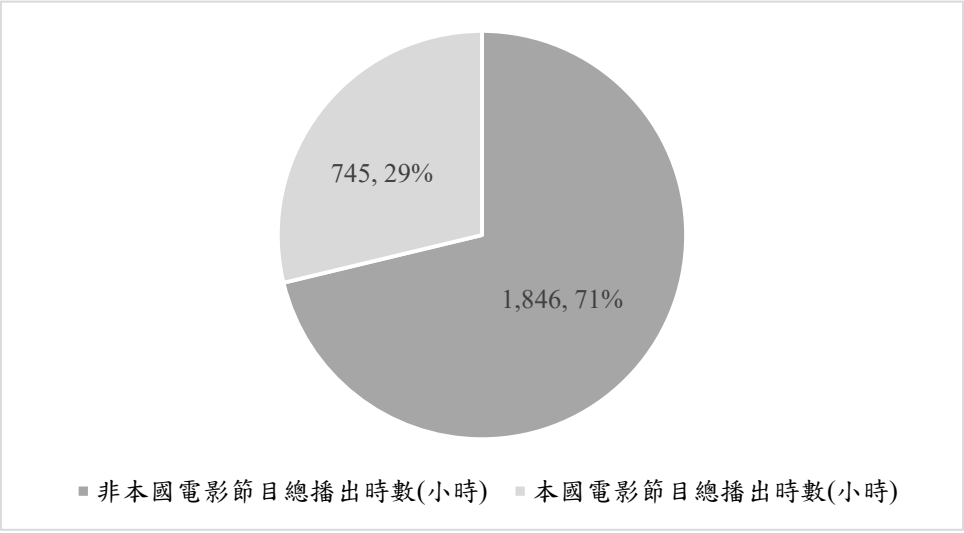
	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
頻道	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率	本國綜藝節目播出率	本國綜藝節目新播率
MOD 平臺頻道 1	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MOD 平臺頻道 2	100.00%	41.54%	100.00%	29.27%	100.00%	34.03%
MOD 平臺頻道 3	100.00%	13.79%	100.00%	10.87%	100.00%	12.29%
平均	100.00%	18.55%	100.00%	15.95%	100.00%	17.16%

資料來源：本研究

四、電影節目

(一)有線系統頻道

本研究所調查之 33 個有線系統頻道中，共有 6 個頻道於調查期間之指定時段有播出電影節目。以播出時數來看，有線系統頻道於調查期間指定時段之電影節目總播出時數約為 2,591 小時，其中本國電影節目總播出時數約為 745 小時，本國電影節目新播時數約為 171 小時。顯示在有線系統頻道中，調查期間僅有約 29%電影節目為本國節目，本國電影節目中又有約 23%為新播節目，如下圖 3-34 所示。

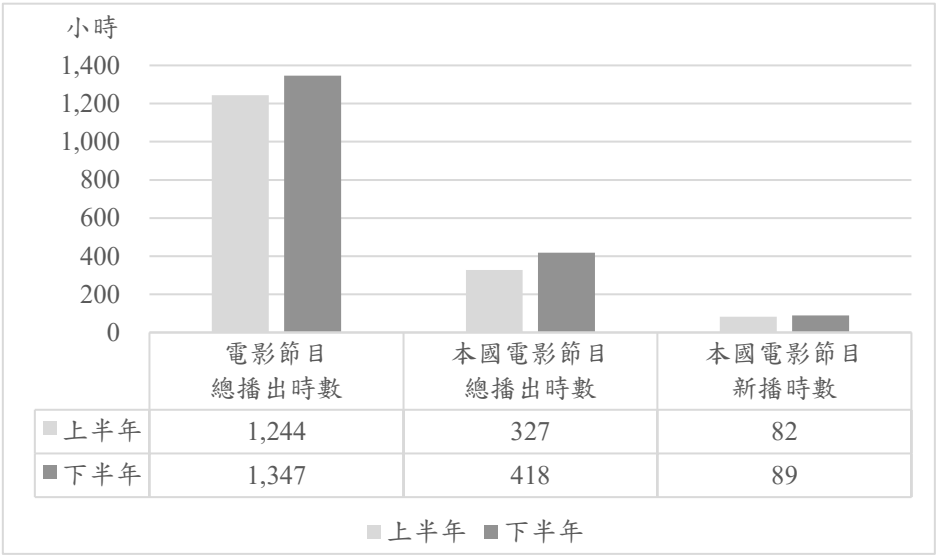


資料來源：本研究

圖 3-34 有線系統頻道指定時段電影節目總播出時數

以上、下半年播出時數來看，調查期間指定時段之本國電影節目總播出時數上半年約為 327 小時，下半年約為 418 小時；本國電影節目新播時數方面上半年約為 82 小時，下半年約為 89 小時。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，比較上半年與下半年播出狀況，有線系統頻道指定時段之本國電影節目總播出時數與新播時數雖都有所增加（本國電影節目總播出時數下半年較上半年增加 91 小時，新播時數則增加 7 小時），但本國節目佔整體總播出比例仍偏低，如下圖 3-35 所示。

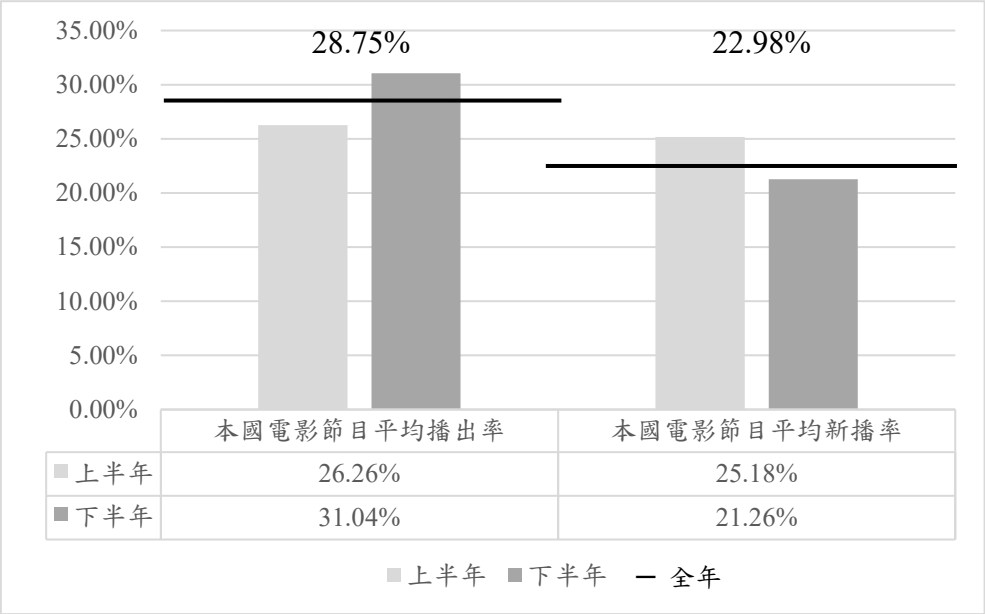


資料來源：本研究

圖 3-35 有線系統頻道本國電影節目總播出時數與新播時數

以播出比例來看，有線系統頻道於指定時段的本國電影節目平均播出率為 28.75%，平均新播率為 22.98%。其中上半年本國電影節目平均播出率為 26.26%，平均新播率為 25.18%；而下半年本國電影節目平均播出率為 31.04%，平均新播率為 21.26%。

上述分析結果顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道於指定時段之本國電影節目播出率有所提升，但由於本國電影節目總播出時數相較於新播時數有明顯的增加，故新播率反而略微下滑，如下圖 3-36。



資料來源：本研究

圖 3-36 有線系統頻道本國電影節目平均播出率與平均新播率

另從 6 個有播出電影節目的有線系統頻道本國電影節目播出率最大值與最小值來看，上半年有線系統頻道本國電影節目播出率最高達 100%，部分頻道於指定時段播出的電影節目，百分之百均為本國自製；最低則為 4.91%，所分析之頻道於指定時段播出的電影節目僅有不到二十分之一為本國自製。下半年有播出電影節目的有線系統頻道，本國電影節目播出率最高達 100%，最低為 0%。

而在新播率上，上半年本國電影節目新播率最高達 100%，最低為 12.29%；下半年本國電影節目新播率最高為 31.22%，最低為 0%（如下表 3-28）。

表 3-28 有線系統頻道本國電影節目播出率最大值、最小值

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
分析指標	本國電影節目播出率	本國電影節目新播率	本國電影節目播出率	本國電影節目新播率	本國電影節目播出率	本國電影節目新播率
平均值	26.26%	25.18%	31.04%	21.26%	28.75%	22.98%
最大值	100.00%	100.00%	100.00%	31.22%	100.00%	48.84%
最小值	4.91%	12.29%	0.00%	0.00%	0.00%	15.02%

資料來源：本研究

本研究統整所調查之 33 個有線系統頻道上、下半年本國電影節目播出率與新播率，統計共有 6 個有線系統頻道有播出電影節目，如下表 3-29 所示。未有數據呈現之頻道即表示該頻道於指定時段內未播出電影節目。

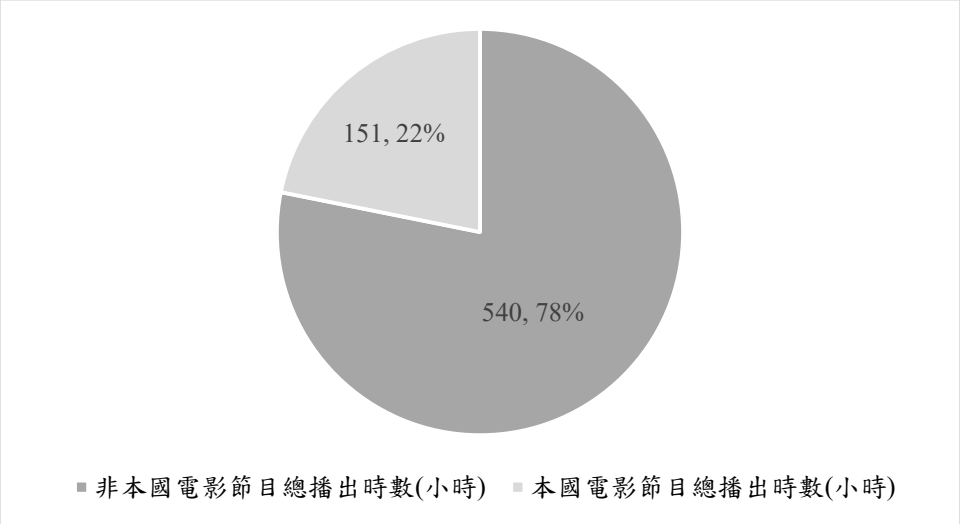
表 3-29 各有線系統頻道本國電影節目播出率與新播率

	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
頻道	本國電影節目播出率	本國電影節目新播率	本國電影節目播出率	本國電影節目新播率	本國電影節目播出率	本國電影節目新播率
有線系統頻道 19	-	-	0.00%	-	0.00%	-
有線系統頻道 20	100.00%	50.00%	100.00%	0.00%	100.00%	48.84%
有線系統頻道 25	28.52%	20.63%	30.03%	31.22%	29.30%	26.25%
有線系統頻道 26	4.91%	100.00%	49.33%	15.79%	31.39%	21.10%
有線系統頻道 32	23.32%	25.98%	25.27%	20.13%	24.32%	22.85%
有線系統頻道 33	28.07%	12.29%	25.77%	17.84%	26.89%	15.02%
平均	26.26%	25.18%	31.04%	21.26%	28.75%	22.98%

資料來源：本研究

(二)MOD 平臺頻道

本研究所調查之 6 個 MOD 平臺頻道中，僅有 1 個頻道於調查期間之指定時段有播出電影節目。以播出時數來看，MOD 平臺頻道於調查期間指定時段之電影節目總播出時數約為 691 小時，其中本國電影節目總播出時數約為 151 小時，本國電影節目新播時數約為 17 小時。顯示 MOD 平臺頻道在調查期間僅有約 22%的電影節目為本國節目，本國電影節目中又只有約 11%為新播節目，可見本國電影節目不管是在播出時數或新播時數上均有不足，如下圖 3-37 所示。

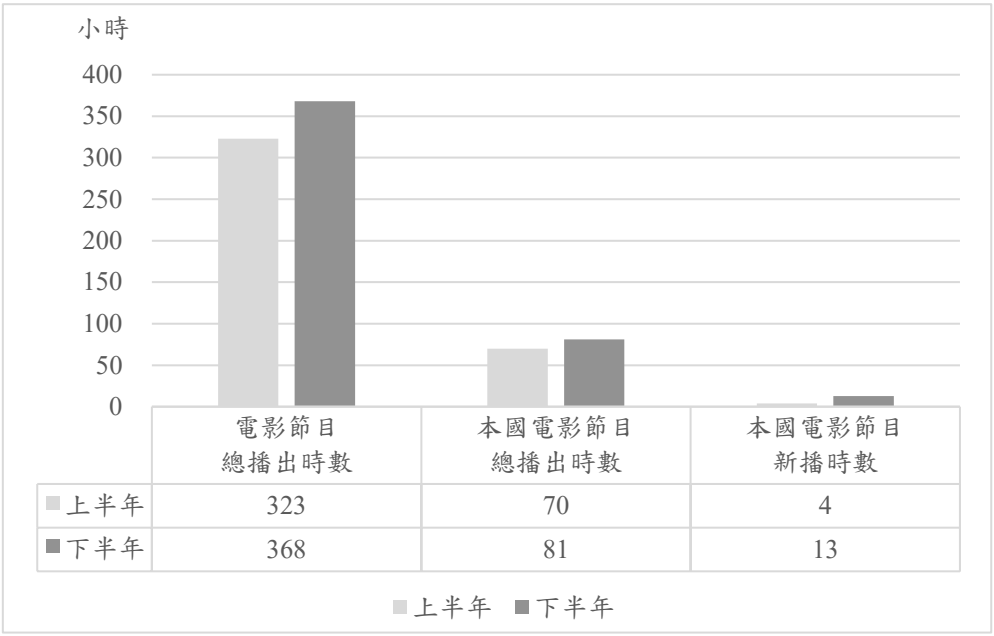


資料來源：本研究

圖 3-37 MOD 平臺頻道指定時段電影節目總播出時數

以上、下半年播出時數來看，調查期間指定時段之本國電影節目總播出時數上半年約為 70 小時，下半年約為 81 小時；本國電影節目新播時數方面，上半年約為 4 小時，下半年約為 13 小時。

上述結果顯示於該兩辦法施行後，比較上半年與下半年播出狀況，MOD 平臺頻道指定時段之本國電影節目總播出時數，下半年較上半年增加 11 小時，新播時數則增加 9 小時，如下圖 3-38 所示。

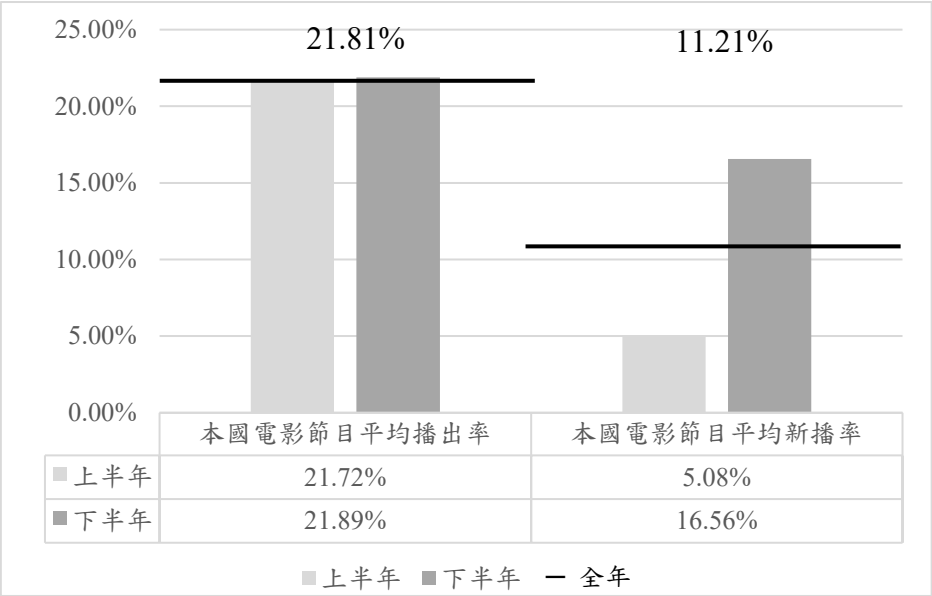


資料來源：本研究

圖 3-38 MOD 平臺頻道本國電影節目總播出時數與新播時數

以播出比例來看，MOD 平臺頻道於指定時段之本國電影節目平均播出率為 21.81%，平均新播率為 11.21%。其中上半年本國電影節目平均播出率為 21.72%，平均新播率為 5.08%；而下半年本國電影節目平均播出率為 21.89%，平均新播率為 16.56%。

上述分析結果顯示於該兩辦法施行後，MOD 平臺頻道於指定時段之本國電影節目播出率與新播率皆有所提升，如下圖 3-39 所示。



資料來源：本研究

圖 3-39 MOD 平臺頻道本國電影節目平均播出率與平均新播率

本研究統整所調查之 6 個 MOD 平臺頻道上、下半年本國電影節目播出率與新播率，統計僅有 1 個 MOD 平臺頻道有播出電影節目，如下表 3-30 所示。

表 3-30 各 MOD 平臺頻道本國電影節目播出率與新播率

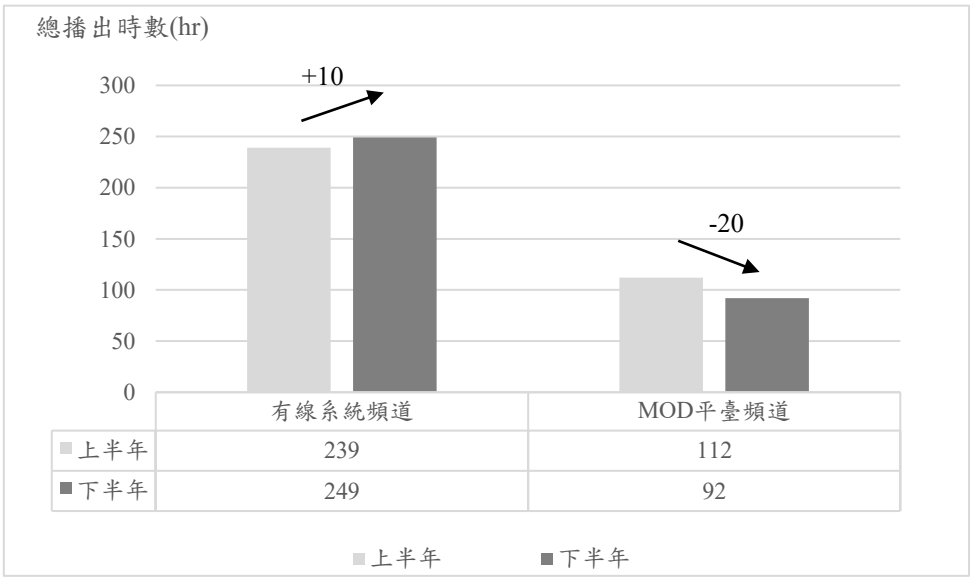
	上半年（106.1.8-6.30）		下半年（106.7.1-12.31）		全年（106.1.8-12.31）	
頻道	本國電影節目播出率	本國電影節目新播率	本國電影節目播出率	本國電影節目新播率	本國電影節目播出率	本國電影節目新播率
MOD 平臺頻道 6	21.72%	5.08%	21.89%	16.56%	21.81%	11.21%
平均	21.72%	5.08%	21.89%	16.56%	21.81%	11.21%

資料來源：本研究

五、四類型節目比較分析

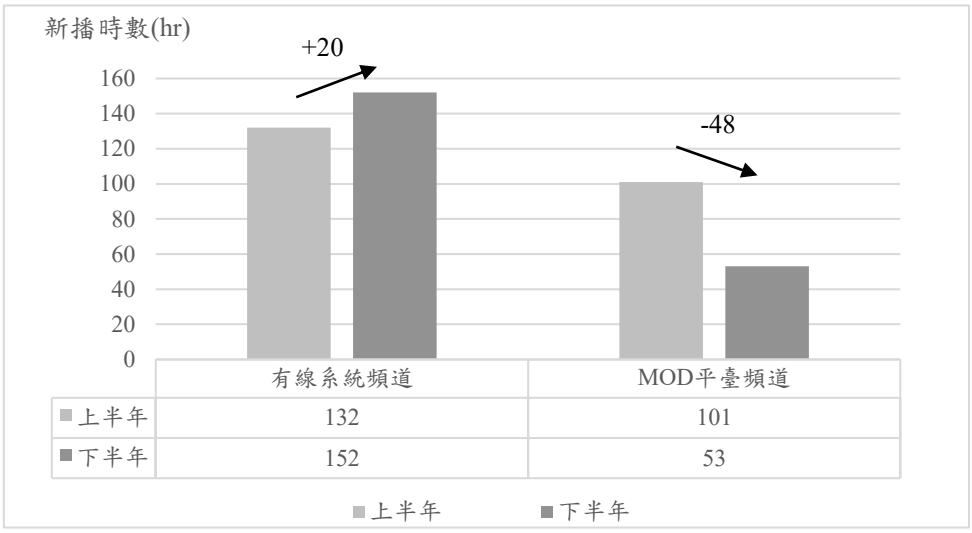
兩辦法自 106 年 1 月施行以來，比較本研究所調查之兒童、戲劇、綜藝及電影等四類型節目上半年及下半年本國節目播出狀況，其四類型本國節目總播出時數及新播時數大致上皆呈現增長趨勢，少部分節目類型之本國節目總播出時數及新播時數則有所下降。

其中本國兒童節目總播出時數部分，有線系統頻道 106 年下半年較上半年增加 10 小時，MOD 平臺頻道則是減少 20 小時；本國兒童節目新播時數部分，有線系統頻道 106 年下半年較上半年增加 20 小時，MOD 平臺頻道則是減少 48 小時。如下圖 3-40 及圖 3-41 所示。



資料來源：本研究

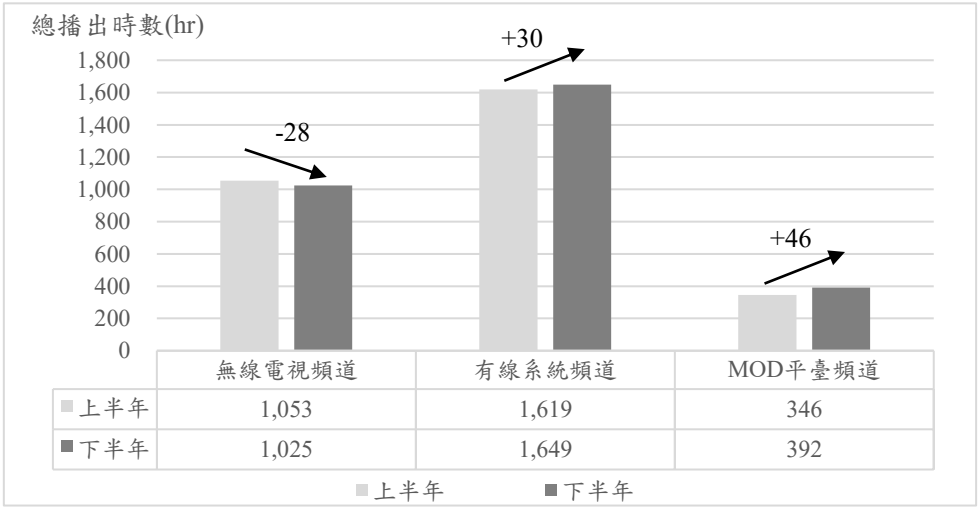
圖 3-40 調查期間本國兒童節目總播出時數



資料來源：本研究

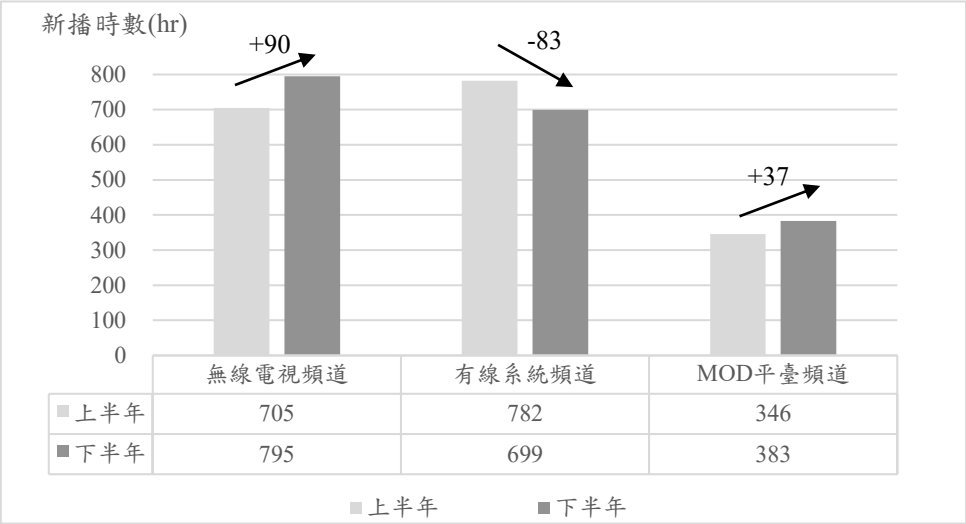
圖 3-41 調查期間本國兒童節目新播時數

本國戲劇節目總播出時數部分，無線電視頻道 106 年下半年較上半年減少 28 小時，有線系統頻道則是增加 30 小時，MOD 平臺頻道增加 46 小時；本國戲劇節目新播時數部分，無線電視頻道 106 年下半年較上半年增加 90 小時，有線系統頻道則是減少 83 小時，MOD 平臺頻道增加 37 小時。如下圖 3-42 及圖 3-43 所示。



資料來源：本研究

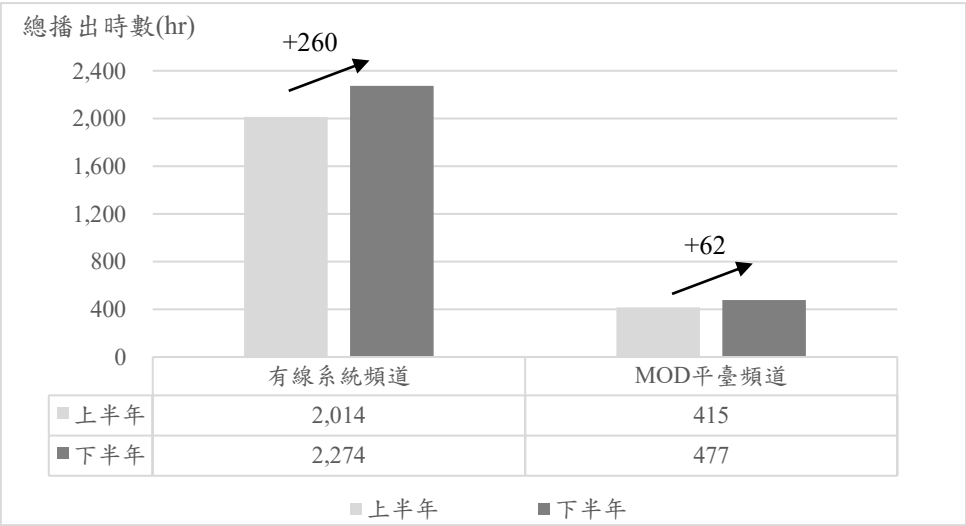
圖 3-42 調查期間本國戲劇節目總播出時數



資料來源：本研究

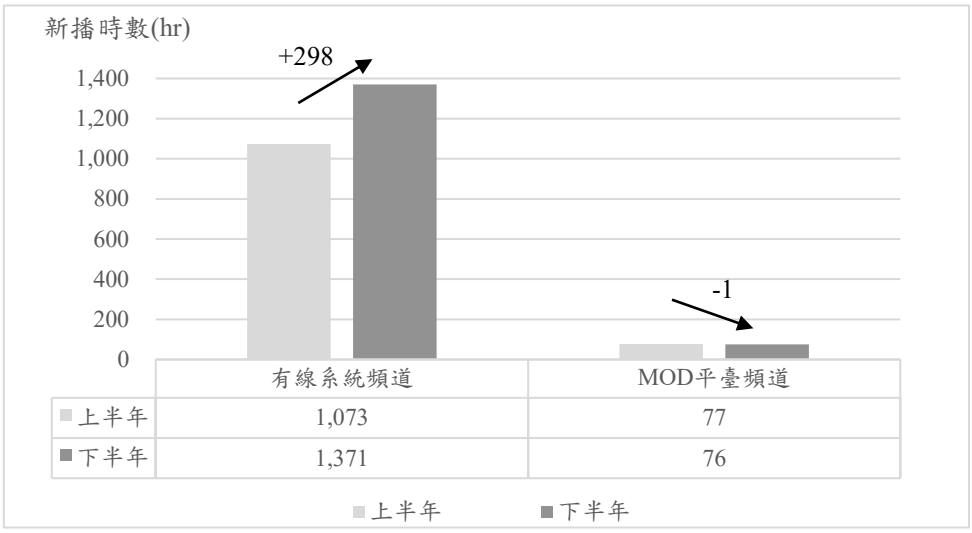
圖 3-43 調查期間本國戲劇節目新播時數

本國綜藝節目總播出時數部分，有線系統頻道 106 年下半年較上半年增加 260 小時，MOD 平臺頻道則是增加 62 小時；本國綜藝節目新播時數部分，有線系統頻道 106 年下半年較上半年增加 298 小時，MOD 平臺頻道則是減少 1 小時。如下圖 3-44 及圖 3-45 所示。



資料來源：本研究

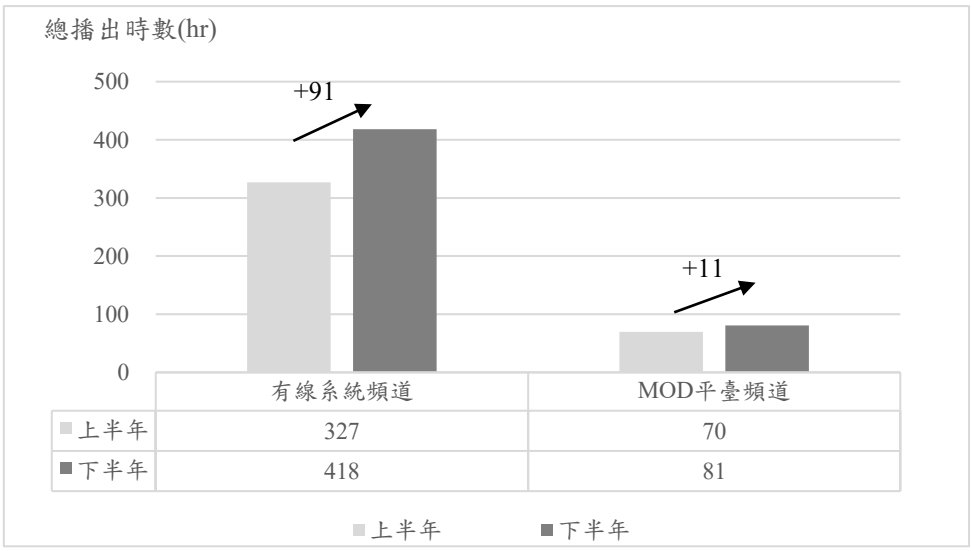
圖 3-44 調查期間本國綜藝節目總播出時數



資料來源：本研究

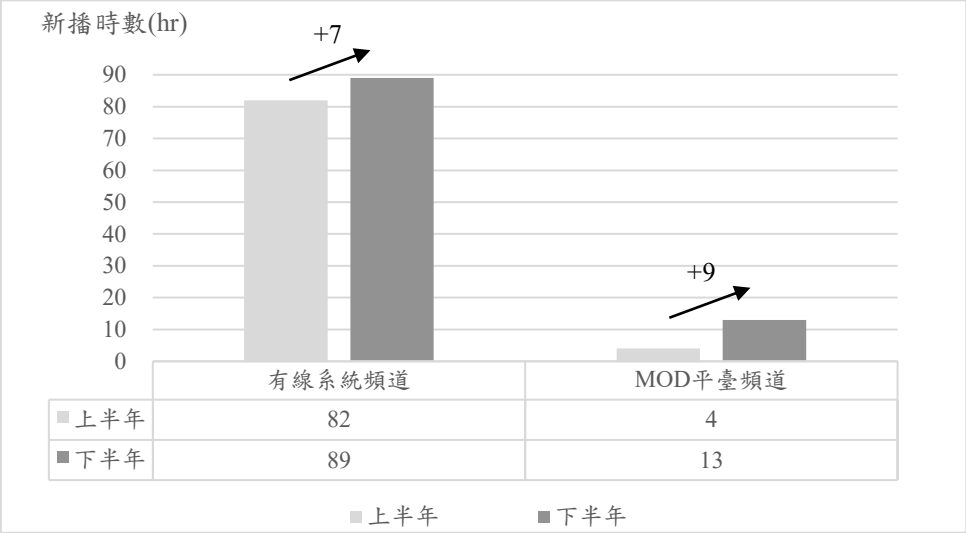
圖 3-45 調查期間本國綜藝節目新播時數

本國電影節目總播出時數部分，有線系統頻道 106 年下半年較上半年增加 91 小時，MOD 平臺頻道則是增加 11 小時；本國電影節目新播時數部分，有線系統頻道 106 年下半年較上半年增加 7 小時，MOD 平臺頻道則是增加 9 小時。如下圖 3-46 及圖 3-47 所示。



資料來源：本研究

圖 3-46 調查期間本國電影節目總播出時數



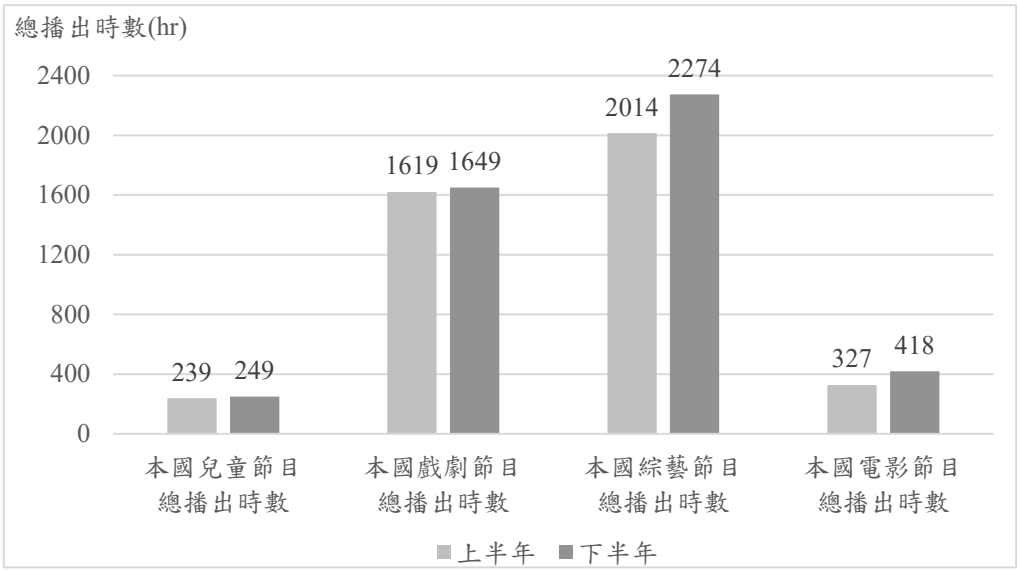
資料來源：本研究

圖 3-47 調查期間本國電影節目新播時數

將兒童、戲劇、綜藝、電影等四類型節目相比，有線系統頻道的本國節目總播出時數部分，以本國綜藝節目最多，本國戲劇節目次之；本國節目總播出時數 106 年下半年較上半年成長量部分，本國綜藝節目也成長最多，本國電影節目次之。

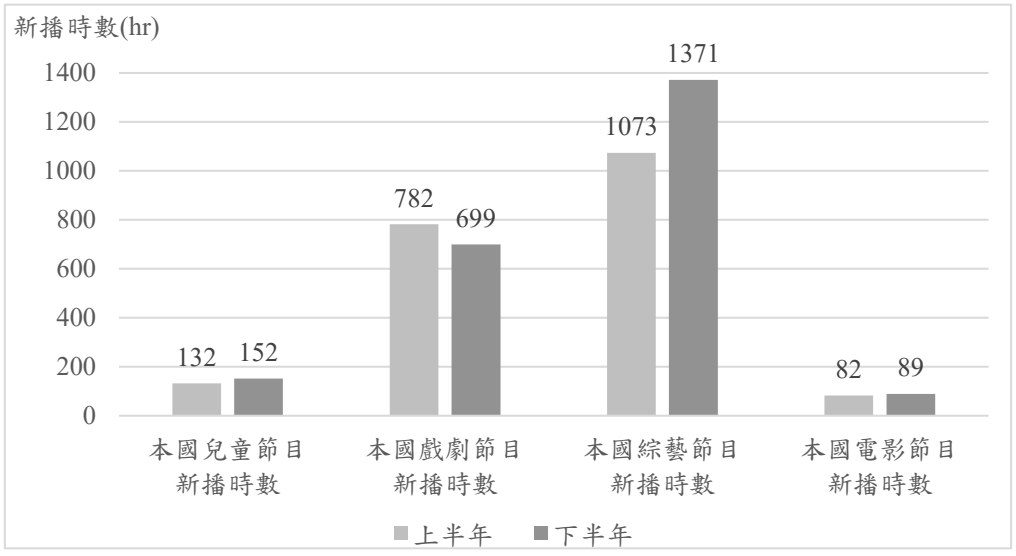
有線系統頻道的本國節目新播時數部分，亦是本國綜藝節目最多，本國戲劇節目次之；本國節目新播時數 106 年下半年較上半年成長量部分，本國綜藝節目也成長最多，但本國戲劇節目反而減少 83 小時，有線系統頻道的本國節目新播以本國綜藝節目為主，如下圖 3-48 及圖 3-49 所示。顯示有線系統頻道主要是以新播本國綜藝節目來達到《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》之本國節目播

出率與新播率規範，戲劇、電影、甚至是播出時數最少的兒童節目，則未有明顯成長能量。



資料來源：本研究

圖 3-48 調查期間有線系統頻道四類型本國節目總播出時數

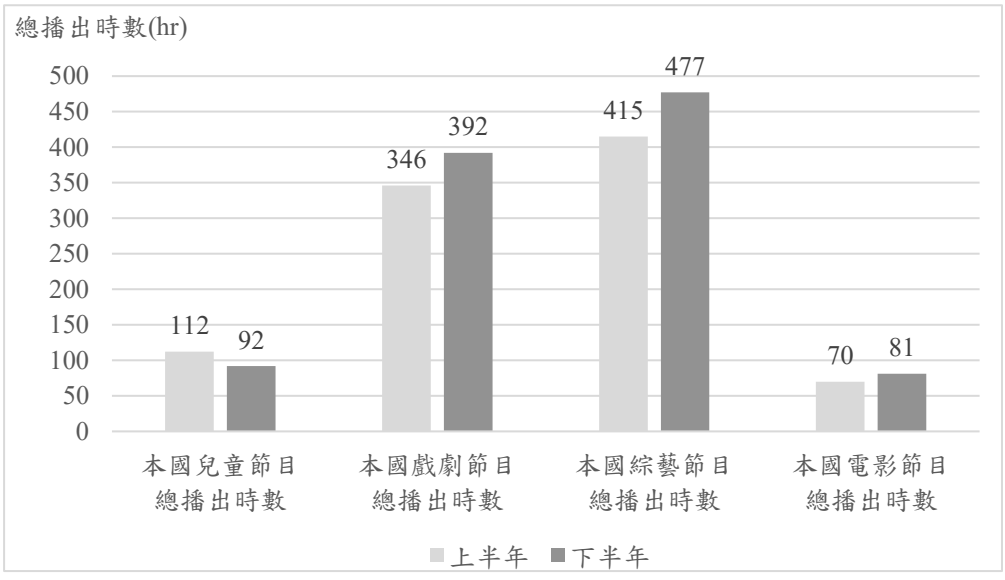


資料來源：本研究

圖 3-49 調查期間有線系統頻道四類型本國節目新播時數

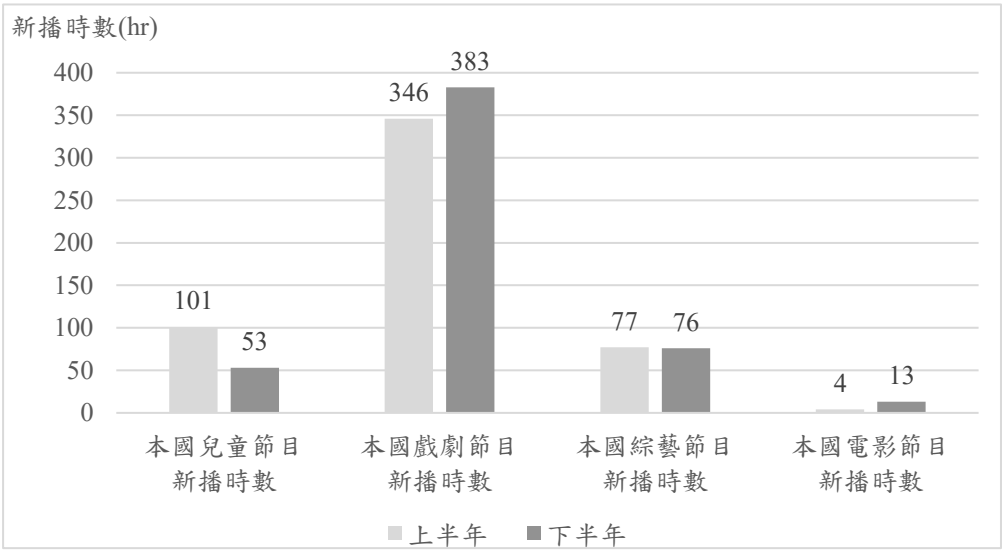
MOD 平臺頻道的本國節目總播出時數部分，則以本國綜藝節目最多，本國戲劇節目次之；本國節目總播出時數 106 年下半年較上半年成長量部分，也是本國綜藝節目成長最多，本國戲劇節目次之。

MOD 平臺頻道的本國節目新播時數部分，以本國戲劇節目新播時數為最多，106 年下半年較上半年成長量亦最多；但本國綜藝節目新播時數卻偏低，且 106 年下半年較上半年減少 1 小時，MOD 平臺頻道的本國節目新播以本國戲劇節目為主，如下圖 3-50 及圖 3-51 所示。顯示 MOD 平臺頻道主要是以重播本國綜藝節目、新播本國戲劇節目來達到《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》之本國節目播出率與新播率規範。



資料來源：本研究

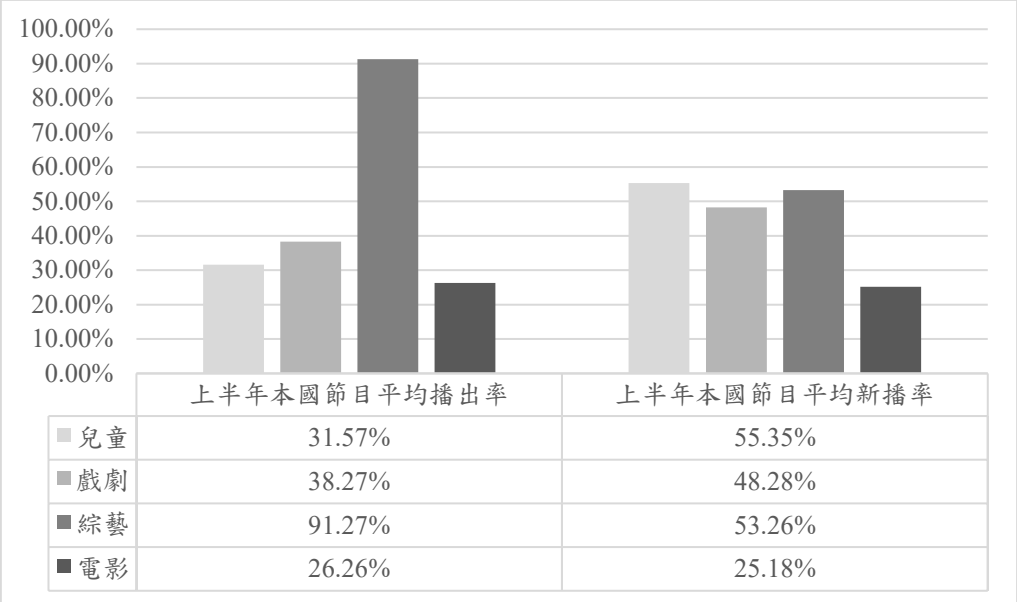
圖 3-50 調查期間 MOD 平臺頻道四類型本國節目總播出時數



資料來源：本研究

圖 3-51 調查期間 MOD 平臺頻道四類型本國節目新播時數

將兒童、戲劇、綜藝及電影四類型節目之本國節目平均播出率與平均新播率相比較，可以發現上半年有線系統頻道本國節目平均播出率以綜藝節目為最高，於指定時段有超過九成均為本國自製，其次為戲劇節目 38.27%、兒童節目 31.57%、電影節目 26.26%。在本國節目平均新播率上，兒童節目平均新播率達 55.35%，其次為綜藝節目 53.26%、戲劇節目 48.28%、電影節目 25.18%。如下圖 3-52 所示。

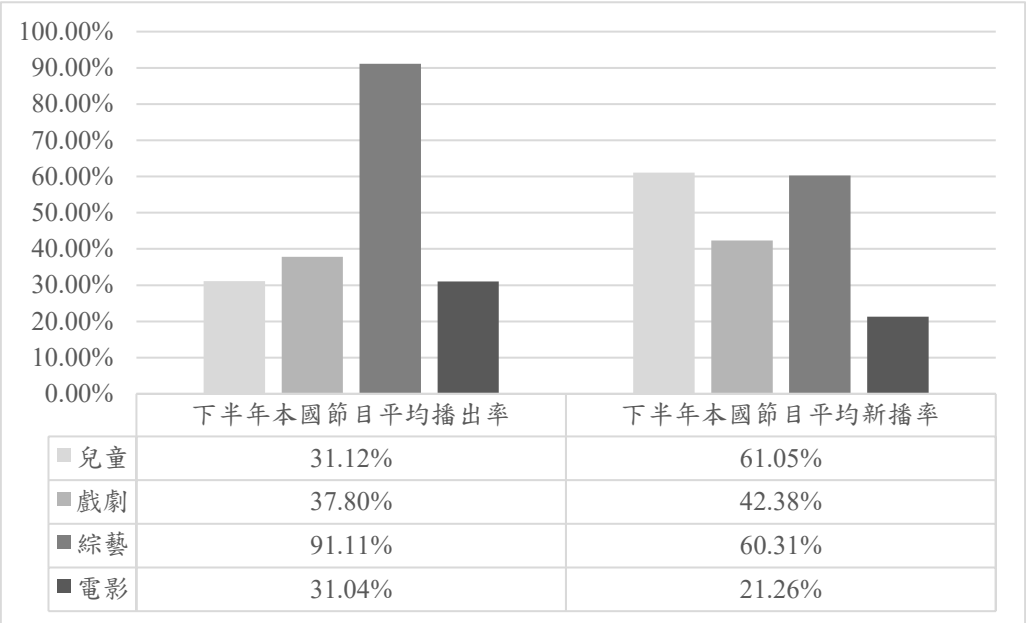


	上半年本國節目平均播出率	上半年本國節目平均新播率
兒童	31.57%	55.35%
戲劇	38.27%	48.28%
綜藝	91.27%	53.26%
電影	26.26%	25.18%

資料來源：本研究

圖 3-52 上半年有線頻道四類型本國節目平均播出率與新播率

而在該兩辦法實施半年後，106 年下半年有線系統頻道本國節目平均播出率仍以綜藝節目為最高，但略為下降至 91.11%，其次為戲劇節目 37.8%、兒童節目 31.12%、電影節目 31.04%。在本國節目平均新播率上，兒童節目平均新播率提升至 61.05%為最高，其次為綜藝節目，平均新播率提升至 60.31% ，再其次為戲劇節目 42.38%、電影節目 21.26%。如下圖 3-53 所示。

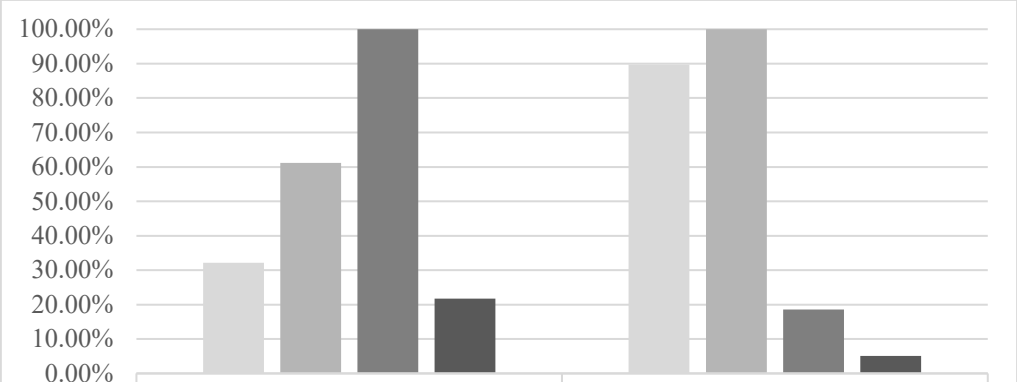


	下半年本國節目平均播出率	下半年本國節目平均新播率
兒童	31.12%	61.05%
戲劇	37.80%	42.38%
綜藝	91.11%	60.31%
電影	31.04%	21.26%

資料來源：本研究

圖 3-53 下半年有線頻道四類型本國節目平均播出率與新播率

MOD 平臺頻道部分，其上半年本國節目平均播出率以綜藝節目100%為最高，其次為戲劇節目 61.13%、兒童節目 32.18%、電影節目21.72%。在本國節目平均新播率上，戲劇節目平均新播率達 100%為最高，其次為兒童節目 89.73%，綜藝節目及電影節目則明顯偏低，分別為 18.55%、5.08%。如下圖 3-54 所示。

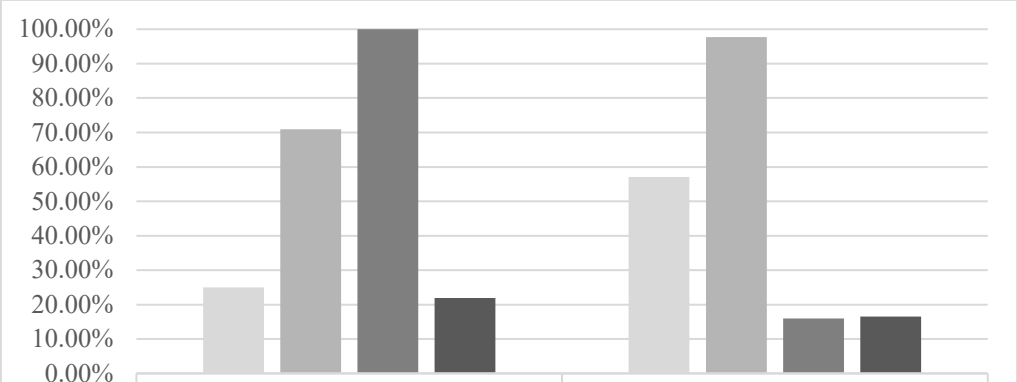


	上半年本國節目平均播出率	上半年本國節目平均新播率
兒童	32.18%	89.73%
戲劇	61.13%	100.00%
綜藝	100.00%	18.55%
電影	21.72%	5.08%

資料來源：本研究

圖 3-54 上半年 MOD 頻道四類型本國節目平均播出率與新播率

下半年 MOD 平臺頻道本國節目平均播出率仍以綜藝節目為最高，維持在 100%，其次為戲劇節目 70.89%、兒童節目 25%、電影節目 21.89%。在本國節目平均新播率上，戲劇節目平均新播率仍為最高，但微幅降至 97.7%，其次為兒童節目 57.07%、電影節目 16.56%、綜藝節目 15.95%。如下圖 3-55 所示。

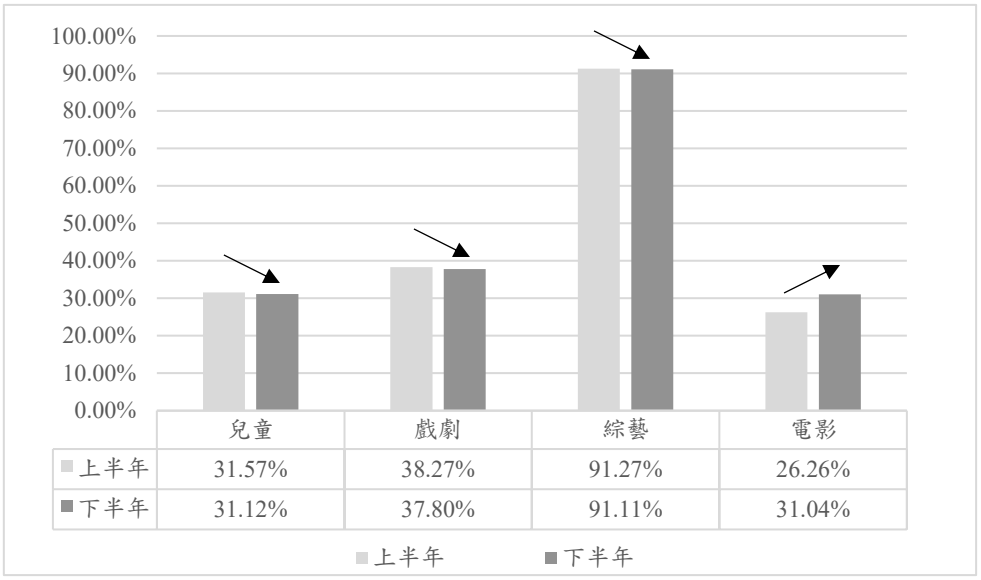


	下半年本國節目平均播出率	下半年本國節目平均新播率
兒童	25.00%	57.07%
戲劇	70.89%	97.70%
綜藝	100.00%	15.95%
電影	21.89%	16.56%

資料來源：本研究

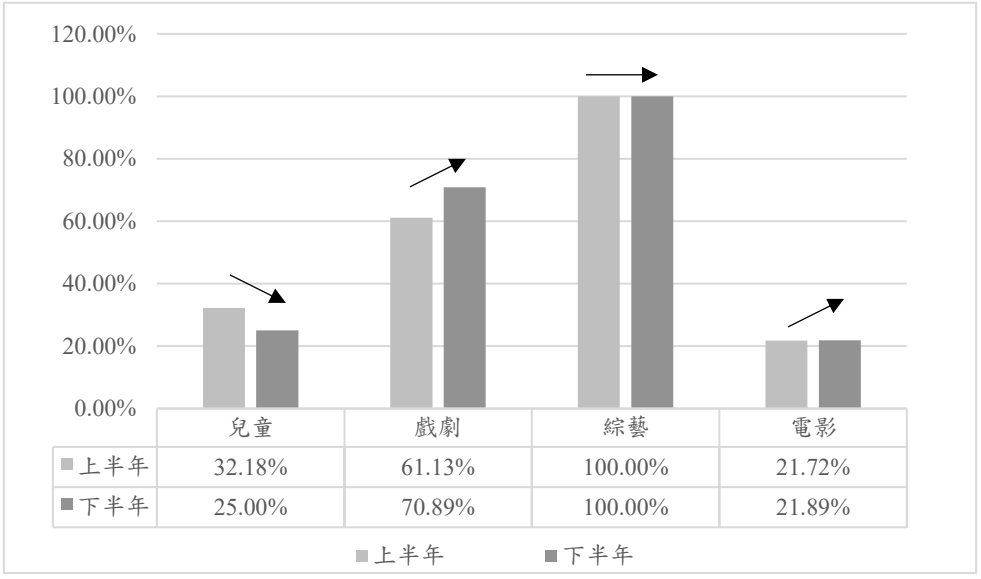
圖 3-55 下半年 MOD 頻道四類型本國節目平均播出率與新播率

比較 106 年上半年及下半年之本國節目播出狀況，在本國節目平均播出率部分，有線系統頻道之本國兒童、戲劇、綜藝節目均稍有下滑，本國電影節目則有所成長；MOD 平臺頻道之本國兒童節目平均播出率有所下滑，本國綜藝節目維持 100%不變，本國戲劇及電影節目則有所成長。如下圖 3-56 及圖 3-57 所示。



資料來源：本研究

圖 3-56 調查期間有線系統頻道四類型本國節目平均播出率

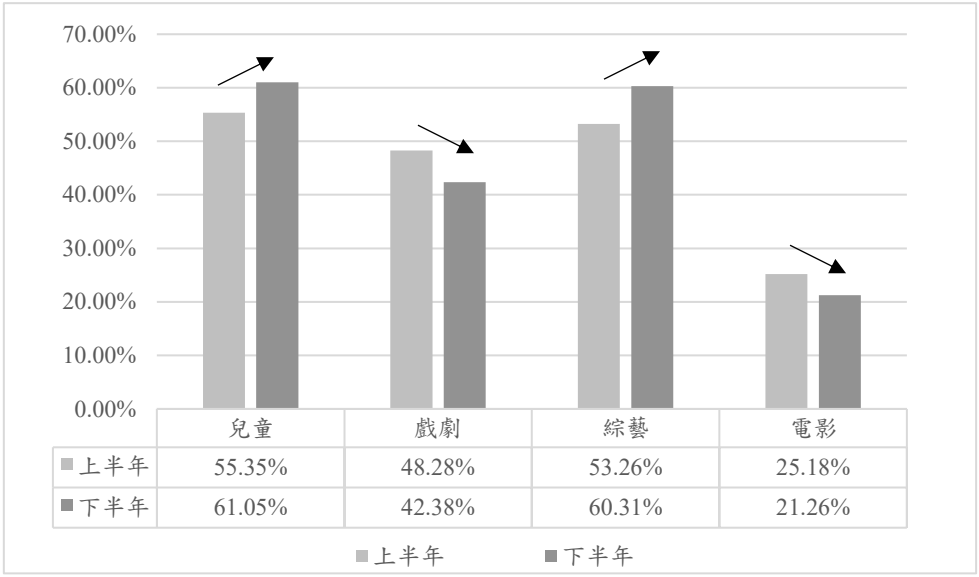


資料來源：本研究

圖 3-57 調查期間 MOD 平臺頻道四類型本國節目平均播出率

在本國節目平均新播率部分，有線系統頻道之本國兒童及綜藝節目皆有所成長，本國戲劇及電影節目卻呈現下滑；MOD 平臺頻道之

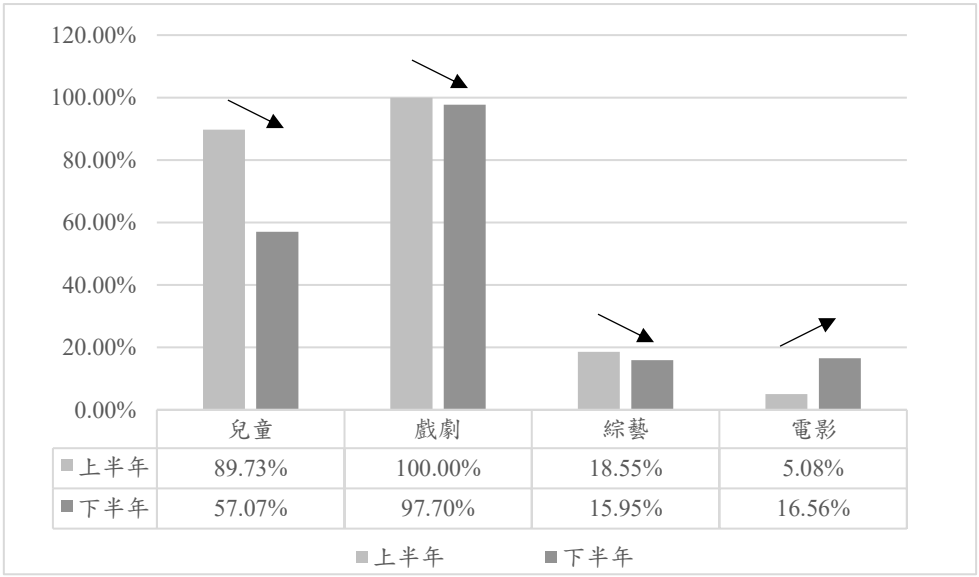
本國兒童、戲劇、綜藝節目平均新播率皆有所下滑，本國電影節目平均新播率卻呈現成長。如下圖 3-58 及圖 3-59 所示。



	兒童	戲劇	綜藝	電影
上半年	55.35%	48.28%	53.26%	25.18%
下半年	61.05%	42.38%	60.31%	21.26%

資料來源：本研究

圖 3-58 調查期間有線系統頻道四類型本國節目平均新播率



	兒童	戲劇	綜藝	電影
上半年	89.73%	100.00%	18.55%	5.08%
下半年	57.07%	97.70%	15.95%	16.56%

資料來源：本研究

圖 3-59 調查期間 MOD 平臺頻道四類型本國節目平均新播率

第五節　平均收視率及廣告收益推估：調查方法與步驟

在調查項目二、平均收視率及廣告收益推估上，台灣電視頻道與廣告主於 1994 年開始以尼爾森收視率調查公司所提供的收視率百分比數據，作為產業界衡量節目收視率與廣告託播計價的評斷依據（林照真，2011；鄭自隆，2015）。

該公司採用個人收視紀錄器（People Meter）方式，在全臺約 2,053 戶家庭中裝設相關器材，以蒐集個人樣本之電視收視情形。目前總計約有 6,816 個人收視樣本，可用以推估每日台灣地區不含離島所有四歲以上觀眾（約等於 22,116,000 人）的電視收視行為。其調查範圍涵蓋無線頻道、有線頻道與衛星頻道等。

另外，尼爾森公司也與中華電信 MOD 平臺取得合作機制，針對 MOD 平臺的家庭戶進行收視調查，目前總計全臺約有 11,295 戶的 MOD 家庭樣本，並可用以推估每日台灣地區所有四歲以上觀眾的 MOD 平臺收視行為（中華電信 MOD，2018）。

尼爾森公司所採調查樣本數與可推估母體如下表 3-31 所示。

表 3-31 尼爾森收視率調查樣本數與可推估母體

	無線、有線與衛星頻道	MOD 平臺頻道
樣本數	6,816 人（2,053 戶）	38,544 人（11,295 戶）
母體	22,116,000 人（即台灣地區不含離島所有四歲人口數）	4,366,000 人

資料來源：本研究

本研究與尼爾森公司採購各個調查頻道於調查期間與時段內之收視相關數據，來作為調查分析之依據。

一、調查範圍

此調查項目之頻道範圍以領有通傳會核發的無線電視事業與衛星廣播電視經營與節目供應許可執照之境內頻道為調查範圍，並延續調查項目一、節目排播情形及變化（如上表 3-2），於上述 50 個調查頻道中挑選出 30 個頻道，以執行調查項目二、平均收視率及廣告收益推估。

在調查項目二之 30 個頻道中，無線電視頻道共有 5 個（16.7%）；境內衛星電視頻道 25 個（83.3%），其中有 2 個於 MOD 平臺上播出，23 個為有線系統頻道，如上表 3-3。

另依照通傳會委託之原計畫書所列指標頻道附表（如附件一）A、B、C 等 3 類指標頻道分類，調查項目二、所分析頻道涵蓋指標頻道 A 共 9 個（30%）；指標頻道 B 共 20 個（66.7%）；指標頻道 C 共 1 個（3.3%），如上表 3-4。

二、調查期間

本調查項目同樣延續調查項目一調查期間之設計，總調查期間設計為 106 年 1 月 8 日起至 106 年 12 月 31 日止，並將總調查期間區分

為上半年（106 年 1 月 8 日至 106 年 6 月 30 日）和下半年（106 年 7 月 1 日至 106 年 12 月 31 日）等兩個區間，如上表 3-5。

三、調查時段

在每日調查時段設計上，此調查項目依照該兩辦法之規定（如上表 3-6），依照各個調查頻道屬性與播出節目的規範時段，確立每個頻道調查時段如下表 3-32。

表 3-32 平均收視率調查時段

頻道類型	頻道屬性	調查項目二之頻道（共 30 個）	調查時段
無線電視	綜合頻道	民視第一台	20:00-22:00
	綜合頻道	台灣電視台	20:00-22:00
	綜合頻道	中視綜合台	20:00-22:00
	綜合頻道	中華電視台	20:00-22:00
	綜合頻道	民視無線台	20:00-22:00
有線系統	綜合頻道	超視綜合台	20:00-22:00
	綜合頻道	八大第一台	20:00-22:00
	綜合頻道	高點綜合（電視）台	20:00-22:00
	綜合頻道	三立台灣台	20:00-22:00
	綜合頻道	三立都會台	20:00-22:00
	綜合頻道	TVBS 歡樂台	20:00-22:00
	綜合頻道	年代 Much	20:00-22:00
	綜合頻道	中天娛樂台	20:00-22:00
	綜合頻道	中天綜合台	20:00-22:00
	綜合頻道	緯來育樂台	20:00-22:00
	綜合頻道	八大娛樂台	20:00-22:00
	綜合頻道	MTV 綜合台	20:00-22:00
	綜合頻道	八大綜合台	20:00-22:00
	綜合頻道	緯來綜合台	20:00-22:00
	綜合頻道	JET 綜合台	20:00-22:00
	戲劇頻道	緯來戲劇台	20:00-22:00

	戲劇頻道	八大戲劇台	20:00-22:00
	戲劇頻道	東森戲劇台	20:00-22:00
	電影頻道	東森電影台	21:00-23:00
	電影頻道	緯來電影台	21:00-23:00
	電影頻道	LS Time 電影台	21:00-23:00
	兒童頻道	優視（MOMO）親子台	17:00-19:00
	兒童頻道	東森幼幼台	17:00-19:00
MOD 平臺	綜合頻道	亞洲綜合台	20:00-22:00
	戲劇頻道	ELTAD/愛爾達影劇台	20:00-22:00

資料來源：本研究

四、資料蒐集方法

本研究採國內電視與廣告業者等共同採納的尼爾森電視收視率調查數據做為資料分析之來源。

尼爾森公司於家戶樣本中安裝個人收視記錄器，並於每日透過經由電話線傳至尼爾森公司彙整處理，產生「個人收視率」資料。尼爾森公司再將處理過的資料透過電腦網路等傳至數據訂戶（包括電視台、廣告公司、媒體購買公司等），以利業界衡量節目與廣告效果。

目前尼爾森所提供個人收視率，可依照用戶之需求，再區分地區、性別、年齡等不同項目之資料。此外，現行收視率之數據，往往也是電視媒體、廣告公司、媒體購買公司評量節目與廣告效果的基礎，因而也被延伸運用到不同的範圍，包括節目平均收視率（TVR）、總收視率（GRP）、觸及率（Reach）、平均觀看次數（Frequency）、佔有率（Share）等（鄭自隆，2015）。

五、分析與計算方式

本研究所欲分析的平均收視率（TVR）定義是指「該時段節目平均每分鐘的收視率表現」，其計算方式為「每分鐘收視率總和／該時段節目總播出分鐘數」。換句話說，收視率 2.5 即代表該時段平均每分鐘有 2.5%的人收看該節目，此數據是以節目實際播出的時間為計算基礎，含廣告時段表現。而 10 秒廣告總收視率（GRP）又可稱為累積收視率，即廣告在不同節目或時段播出，所有節目平均收視率（TVR）之加總。

本研究以 10 秒廣告總收視率（GRP）來做為各頻道廣告收益之推估依據，原因在於現行台灣電視與廣告產業已經依照總收視率之數值大小建立起一套廣告購買機制。

電視媒體的廣告購買方式十分複雜且多元，依照不同的時間、季節、客戶關係、目標客群（Target Audience，TA）等有不同的買法與價格。主要可分類為「每個收視點成本」（cost per rating point，CPRP）和「檔購」（spot）等兩種方式，而其中又以 CPRP 購買方式最為大宗[105]（林照真，2011）。

[105] 電視頻道的廣告購買方式主要包含 CPRP 和檔購等兩種方式，其他則還有冠名贊助與置入節目等廣告收益。每個電視頻道在廣告經營或營收來源的策略都會有所不同，甚至隨著不同的時間、節慶活動、廣告客戶關係、目標觀眾等有所變動。

假設廣告主某支電視廣告於電視台播出取得每個收視點願意給付 5,000 元，其 CPRP 價則為 5,000。電視節目總收視率（GRP）越高，電視台的廣告收益就會跟著提高。其廣告收益計算方式為：該收視時段總收視率（GRP）乘上 CPRP 價，即為該時段之廣告金額[106]。

本研究為符合委辦單位委託辦理項目，在各調查頻道之廣告收益推估上，僅以尼爾森公司所提供之各頻道於調查區間內 4 歲以上總收視率為推估之參考數值，以推估其理論數值，無法代表電視頻道實際之廣告收益[107]。

依照上述調查範圍、時間與時段等，本研究與尼爾森公司分別購買以下調查數據：

---

[106] 上述廣告收費計算方式為理論推估值，實際產業狀況則更為複雜。主要原因在於，現今電視台除了依照 CPRP 價格來賣廣告外，還有所謂的「保證 CPRP」，意即電視台「保證每一個百分點的收視率成本」，一旦廣告上檔後，透過尼爾森之收視數據即可知道廣告之收視百分點，如不足當初協議標準，頻道便會持續補檔，直到達到設定的目標為止，因而導致實際 CPRP 價格是浮動且不定的。

此外，媒體代理商於各個頻道投放廣告之 CPRP 價格可能會因不同客戶、廣告個案、季節、目標觀眾（Target Audience, TA）等因素而改變，而最常見的變數是季節淡旺和目標觀眾等差別，電視台甚至可能配合廣告主預算規模的大小來彈性調整廣告售價。換句話說，電視頻道通常不會有固定的訂價來販售廣告，即使只看各個電視頻道之收視率，也很難精準推估每個電視頻道之廣告收益。

以不同目標觀眾對收視率及廣告收益的影響來說，因為尼爾森收視數據可以提供更為細瑣的「人口統計學資料」，使得廣告主在購買廣告時段的方式上，也切割得越來越細。廣告主會在觀眾中，尋找適合的分眾，每一個分眾就會有一個收視率 (林照真, 2011)。假設 CPRP 值為新臺幣 5000 元，該頻道戲劇節目於 15-34 歲女性總收視率為 8.61%，但在 15-34 歲男性收視率卻只有 3.21%，當廣告主採納不同目標觀眾的收視率時，其廣告支出就可能會有 43,050 到 16,050 之收益差距。

[107] 同註 105、106。電視廣告實際收益來源多元，且依照各種客戶、時段、季節與目標群眾等有不同的買法與定價。本研究推估之廣告收益，僅以尼爾森公司所提供之各頻道於調查期間內 4 歲以上總收視率為推估參考依據，排除檔購、冠名贊助、置入、甚至是客戶目標觀眾選擇、淡旺季等多元廣告收入影響因素。

(一)無線與有線系統頻道平均收視率（TVR）

1. 資料日期：2017/1/8-6/30、2017/7/1-12/31

2. 目標群：所有 4 歲以上個人

3. 頻道：指定之 28 個頻道

4. 時段：指定之各頻道選取 1 個時段

5. 數值：平均收視率，共 56 個數值資料

(二)MOD 平臺上架之頻道平均收視率（TVR）

1. 資料日期：2017/1/8-6/30、2017/7/1-12/31

2. 目標群：所有 4 歲以上個人

3. 頻道：指定之 2 個頻道

4. 時段：指定之各頻道選取 1 個時段

5. 數值：平均收視率，共 4 個數值資料

(三)無線與有線系統頻道收視率總和（GRP）

1. 資料日期：2017/1/8-6/30、2017/7/1-12/31

2. 目標群：所有 4 歲以上個人

3. 頻道：指定之 28 個頻道

4. 時段：指定之各頻道選取 1 個時段

5. 數值：10 秒廣告收視率總和，共 56 個數值資料

(四)MOD 平臺上架之頻道收視率總和（GRP）

1. 資料日期：2017/1/8-6/30、2017/7/1-12/31

2. 目標群：所有 4 歲以上個人

3. 頻道：指定之 2 個頻道

4. 時段：指定之各頻道選取 1 個時段

5. 數值：10 秒廣告收視率總和，共 4 個數值資料

上述無線與有線系統頻道因與 MOD 平臺上架之頻道調查基準不同，因而無法交叉比較。研究團隊會再以三種頻道類型（無線、有線或 MOD）分別說明所調查頻道於調查期間之平均收視率變化。

第六節　平均收視率及廣告收益推估：調查結果

在調查查項目二之平均收視率及廣告收益推估調查中，本研究總共調查 30 個頻道。其中，無線電視頻道共有 5 個；境內衛星電視頻道 25 個，其中有 2 個於 MOD 平臺上播出，23 個為有線系統頻道，如上表 3-3。

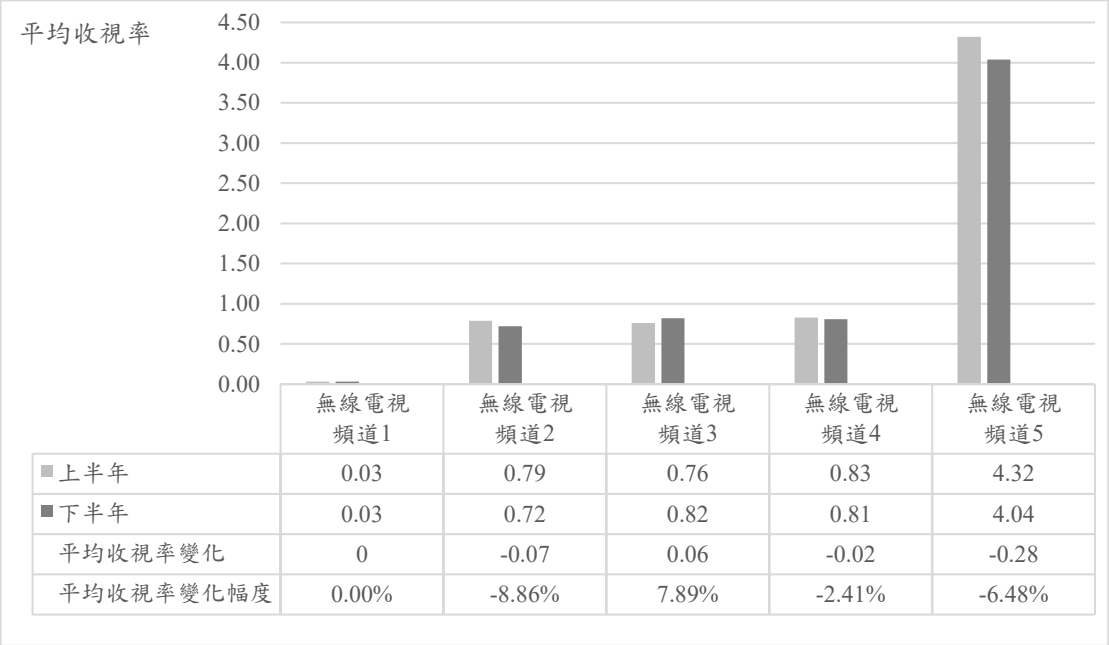
以下依照無線電視、有線系統與 MOD 平臺等三大頻道類型，來說明頻道分析結果。因 MOD 平臺與無線電視、有線系統之收視率調查基準不同，因而不另做三類型頻道收視數值交叉比較。此項目平均收視率、總收視率與廣告收益之推估，僅就尼爾森調查之收視數字表現來做作理論推演分析，該調查數據無法直接作為佐證該兩辦法實施後之因果關係[108]。

一、無線電視頻道

本調查項目共調查 5 個無線電視頻道之主要時段(晚間八點至 10 點）收視情況。以上、下半年平均收視率來看，各個無線電視頻道於調查期間僅有無線電視頻道 3 收視率上升約 0.06（變化幅度為 7.89%)，無線電視頻道 1 上、下半年平均收視率持平，剩下無線電視

[108] 影響各頻道收視表現與廣告收益變數多元，相關討論應再輔以質化調查等其他研究方法之調查結果。

頻道 2、4、5 平均收視率分別減少 0.07、0.02 與 0.28，其變化幅度為 8.86%、2.41%與 6.48%，如下圖 3-60 所示。

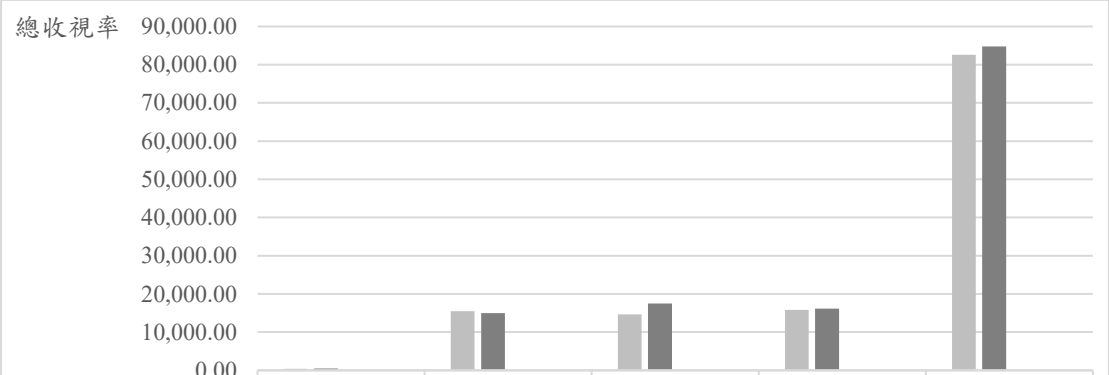


	無線電視頻道1	無線電視頻道2	無線電視頻道3	無線電視頻道4	無線電視頻道5
上半年	0.03	0.79	0.76	0.83	4.32
下半年	0.03	0.72	0.82	0.81	4.04
平均收視率變化	0	-0.07	0.06	-0.02	-0.28
平均收視率變化幅度	0.00%	-8.86%	7.89%	-2.41%	-6.48%

資料來源：本研究

圖 3-60 無線電視頻道上、下半年主要時段平均收視率

而以上、下半年總收視率來看，各個無線電視頻道於調查期間僅有無線電視頻道 2 總收視率微幅下降 3.34%，其他無線電視頻道收視率分別增長 13.07%、19.51%、1.71%與 2.65%，如下圖 3-61 所示。



	無線電視頻道1	無線電視頻道2	無線電視頻道3	無線電視頻道4	無線電視頻道5
上半年	416.34	15,523.03	14,617.67	15,849.83	82,617.17
下半年	470.74	15,004.69	17,470.24	16,120.67	84,805.06
總收視率變化	54.40	-518.34	2,852.57	270.84	2,187.89
總收視率變化幅度	13.07%	-3.34%	19.51%	1.71%	2.65%

資料來源：本研究

圖 3-61 無線電視頻道上、下半年主要時段總收視率

上述結果顯示，該兩辦法施行後，上、下半年各無線電視頻道在主要時段平均收視率上多呈現下滑趨勢，下降幅度達 2%-28%。然而，在總收視率數值上，多數頻道下半年總收視率均高於上半年。至於廣告收益之變化，以 CPRP 均價 5,000 元為計算基準[109]，則頻道 1 下半年廣告收益約成長 272,000 元；頻道 2 減少 2,591,700 元；頻道 3 增加 14,262,850；頻道 4 增加 1,354,200；頻道 5 廣告收益預估增加 10,939,450 元。

各頻道廣告收益增減數值請參考下表 3-33。

[109] 參考 MMA《2018 媒體白皮書》及經諮詢焦點座談會專家意見，本研究以 CPRP 均價 5,000 元為計算基準，廣告收益變化計算為（上、下半年總收視率變化）X5,000。

表 3-33 無線電視頻道廣告收益變化推估

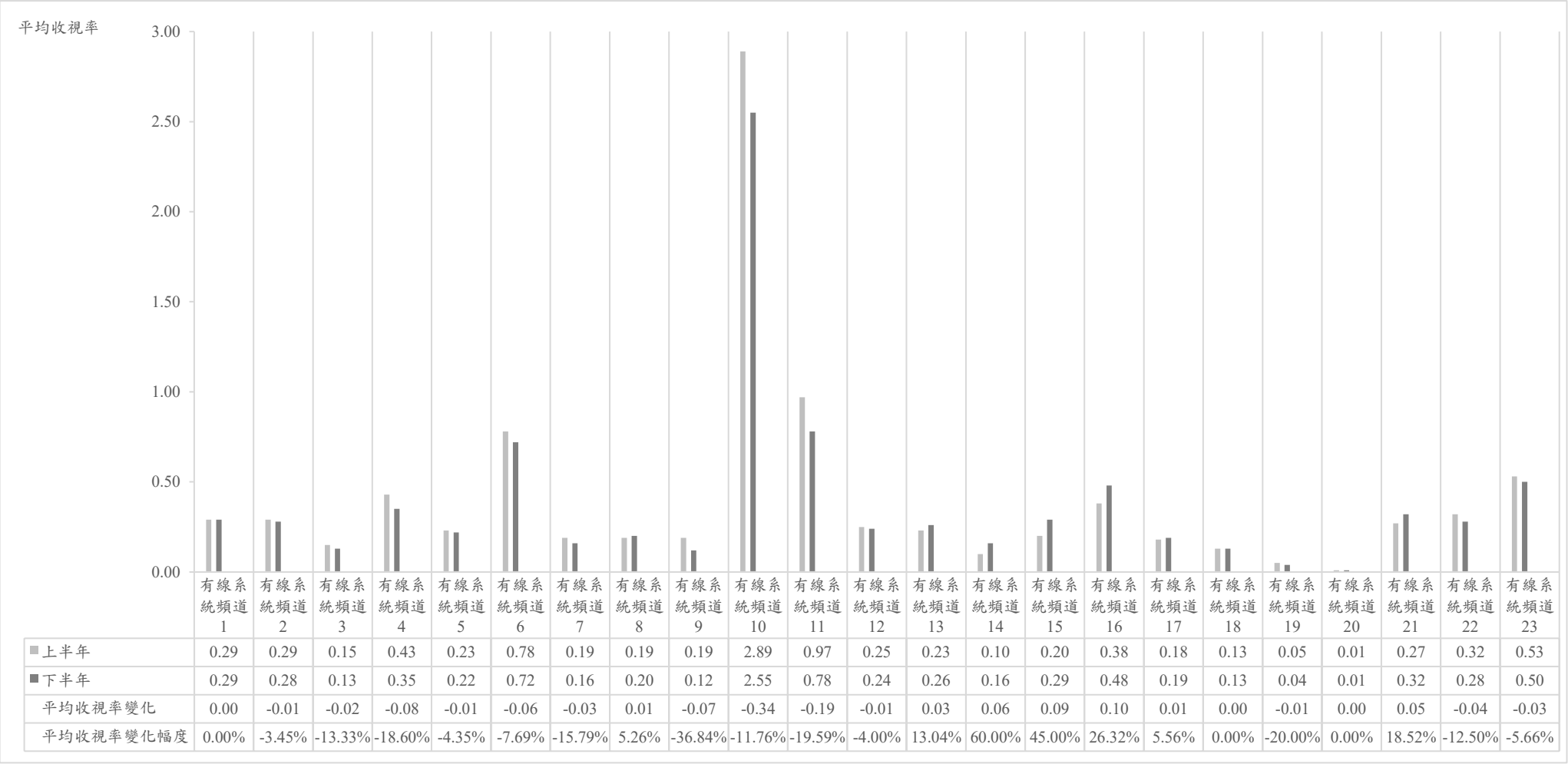
調查頻道	上、下半年 總收視率比較	上、下半年各個頻道廣告收益比較 （單位：新台幣元）
無線電視頻道 1	54.40	272,000
無線電視頻道 2	-518.34	-2,591,700
無線電視頻道 3	2,852.57	14,262,850
無線電視頻道 4	270.84	1,354,200
無線電視頻道 5	2,187.89	10,939,450

資料來源：本研究

二、有線系統頻道

本調查項目共調查 23 個有線系統頻道之指定時段收視情況。比較各頻道上、下半年平均收視率發現，調查頻道中，共有 13 個頻道下半年較上半年平均收視率呈現負成長趨勢，下降區間介於 0.01-0.07 之間（幅度介於 3.45%-36.84%）；而其中有 7 個頻道下半年平均收視率較上半年提高，成長區間介於 5.26%-60%之間；其他則有 3 個頻道上、下半年平均收視率持平，如下圖 3-62 所示。

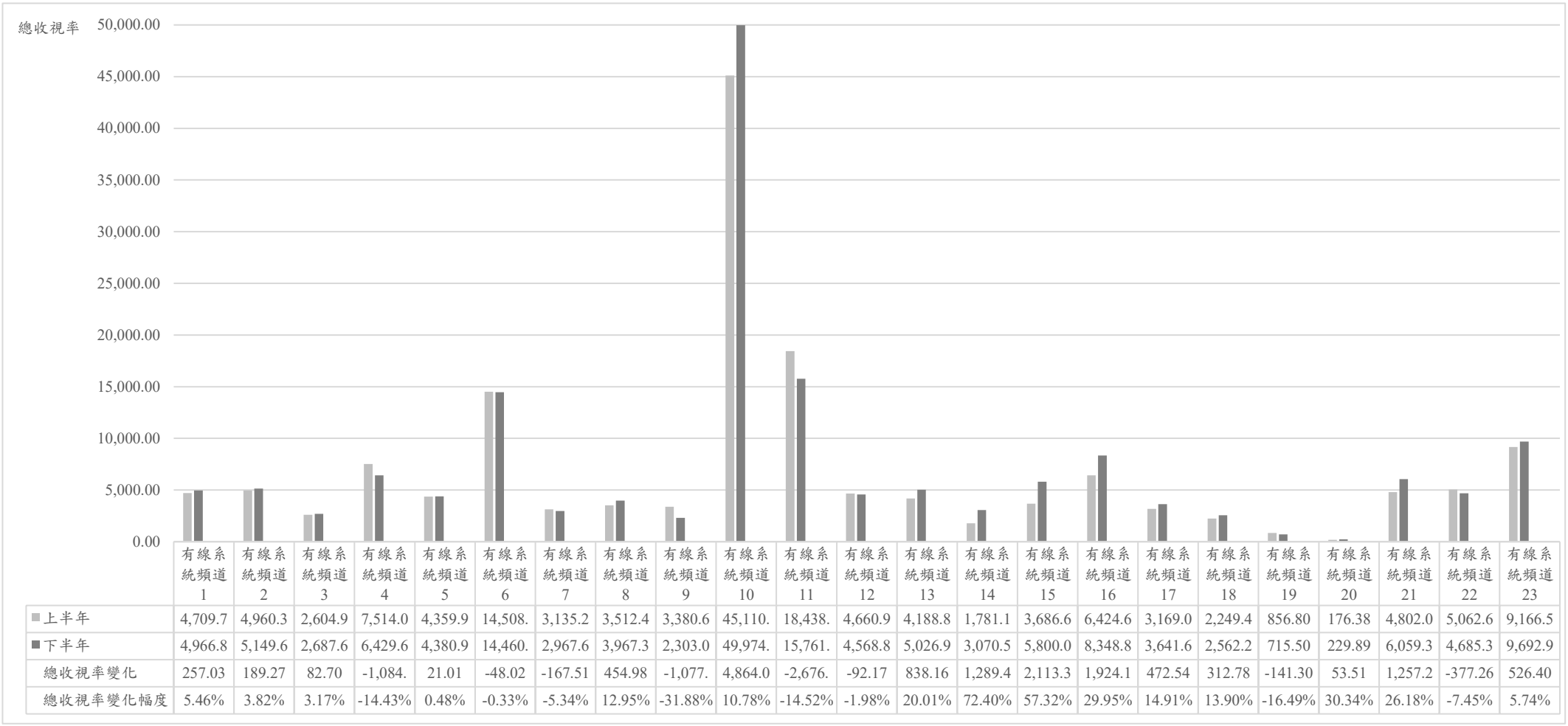
而以上、下半年總收視率來看，各個有線系統頻道於調查期間，有 7 個頻道總收視率下半年較上半年呈現負成長趨勢，下降幅度介於 1.98%-31.88%之間；而其中有 14 個頻道下半年總收視率較上半年提高，成長幅度介於 0.48%-72.4%之間；其他則有 2 個頻道上、下半年總收視率持平，如下圖 3-63 所示。



	有線系統頻道1	有線系統頻道2	有線系統頻道3	有線系統頻道4	有線系統頻道5	有線系統頻道6	有線系統頻道7	有線系統頻道8	有線系統頻道9	有線系統頻道10	有線系統頻道11	有線系統頻道12	有線系統頻道13	有線系統頻道14	有線系統頻道15	有線系統頻道16	有線系統頻道17	有線系統頻道18	有線系統頻道19	有線系統頻道20	有線系統頻道21	有線系統頻道22	有線系統頻道23
上半年	0.29	0.29	0.15	0.43	0.23	0.78	0.19	0.19	0.19	2.89	0.97	0.25	0.23	0.10	0.20	0.38	0.18	0.13	0.05	0.01	0.27	0.32	0.53
下半年	0.29	0.28	0.13	0.35	0.22	0.72	0.16	0.20	0.12	2.55	0.78	0.24	0.26	0.16	0.29	0.48	0.19	0.13	0.04	0.01	0.32	0.28	0.50
平均收視率變化	0.00	-0.01	-0.02	-0.08	-0.01	-0.06	-0.03	0.01	-0.07	-0.34	-0.19	-0.01	0.03	0.06	0.09	0.10	0.01	0.00	-0.01	0.00	0.05	-0.04	-0.03
平均收視率變化幅度	0.00%	-3.45%	-13.33%	-18.60%	-4.35%	-7.69%	-15.79%	5.26%	-36.84%	-11.76%	-19.59%	-4.00%	13.04%	60.00%	45.00%	26.32%	5.56%	0.00%	-20.00%	0.00%	18.52%	-12.50%	-5.66%

資料來源：本研究

圖 3-62 有線系統頻道上、下半年指定時段平均收視率



	有線系統頻道1	有線系統頻道2	有線系統頻道3	有線系統頻道4	有線系統頻道5	有線系統頻道6	有線系統頻道7	有線系統頻道8	有線系統頻道9	有線系統頻道10	有線系統頻道11	有線系統頻道12	有線系統頻道13	有線系統頻道14	有線系統頻道15	有線系統頻道16	有線系統頻道17	有線系統頻道18	有線系統頻道19	有線系統頻道20	有線系統頻道21	有線系統頻道22	有線系統頻道23
上半年	4,709.7	4,960.3	2,604.9	7,514.0	4,359.9	14,508.	3,135.2	3,512.4	3,380.6	45,110.	18,438.	4,660.9	4,188.8	1,781.1	3,686.6	6,424.6	3,169.0	2,249.4	856.80	176.38	4,802.0	5,062.6	9,166.5
下半年	4,966.8	5,149.6	2,687.6	6,429.6	4,380.9	14,460.	2,967.6	3,967.3	2,303.0	49,974.	15,761.	4,568.8	5,026.9	3,070.5	5,800.0	8,348.8	3,641.6	2,562.2	715.50	229.89	6,059.3	4,685.3	9,692.9
總收視率變化	257.03	189.27	82.70	-1,084.	21.01	-48.02	-167.51	454.98	-1,077.	4,864.0	-2,676.	-92.17	838.16	1,289.4	2,113.3	1,924.1	472.54	312.78	-141.30	53.51	1,257.2	-377.26	526.40
總收視率變化幅度	5.46%	3.82%	3.17%	-14.43%	0.48%	-0.33%	-5.34%	12.95%	-31.88%	10.78%	-14.52%	-1.98%	20.01%	72.40%	57.32%	29.95%	14.91%	13.90%	-16.49%	30.34%	26.18%	-7.45%	5.74%

資料來源：本研究

圖 3-63 有線系統頻道上、下半年指定時段總收視率

上述結果顯示，上、下半年各有線系統頻道在平均收視率上多呈現下滑趨勢，下降幅度介於 3%-37%之間。然而，在總收視率數值上，多數頻道下半年總收視率均高於上半年。至於廣告收益之變化[110]，各頻道廣告收益增減數值請參考下表 3-34。

表 3-34 有線系統頻道廣告收益變化推估

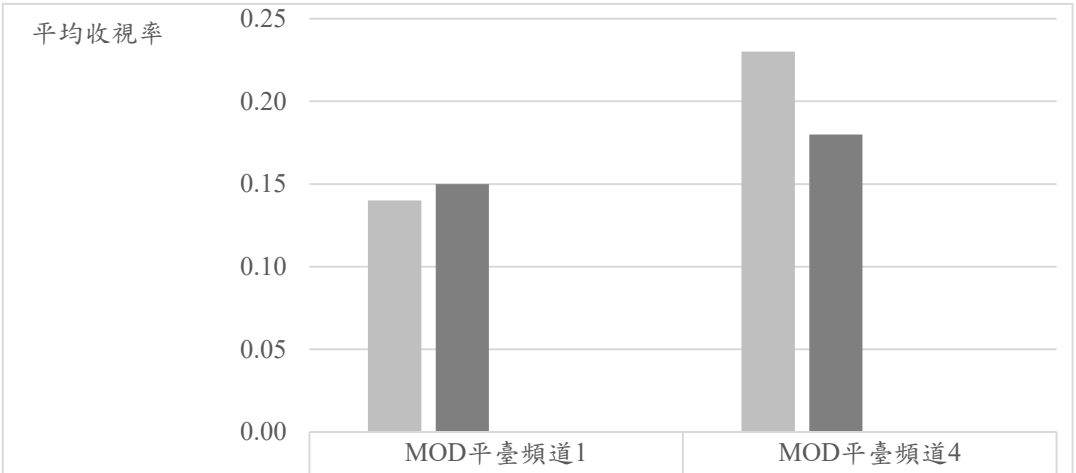
調查頻道	上、下半年 總收視率比較	上、下半年各個頻道廣告收益比較 （單位：新台幣元）
有線系統頻道 1	257.03	1,285,150
有線系統頻道 2	189.27	946,350
有線系統頻道 3	82.7	413,500
有線系統頻道 4	-1,084.41	-5,422,050
有線系統頻道 5	21.01	105,050
有線系統頻道 6	-48.02	-240,100
有線系統頻道 7	-167.51	-837,550
有線系統頻道 8	454.98	2,274,900
有線系統頻道 9	-1,077.62	-5,388,100
有線系統頻道 10	4,864.01	24,320,050
有線系統頻道 11	-2,676.68	-13,383,400
有線系統頻道 12	-92.17	-460,850
有線系統頻道 13	838.16	4,190,800
有線系統頻道 14	1,289.47	6,447,350
有線系統頻道 15	2,113.34	10,566,700
有線系統頻道 16	1,924.16	9,620,800
有線系統頻道 17	472.54	2,362,700
有線系統頻道 18	312.78	1,563,900
有線系統頻道 19	-141.3	-706,500
有線系統頻道 20	53.51	267,550
有線系統頻道 21	1,257.24	6,286,200
有線系統頻道 22	-377.26	-1,886,300
有線系統頻道 23	526.4	2,632,000

資料來源：本研究

[110] 同註 107。

三、MOD 平臺頻道

本調查項目共調查 2 個 MOD 平臺上架之頻道指定時段之收視情況。以上、下半年平均收視率來看，各個 MOD 平臺頻道於調查期間平均收視率各有增長，MOD 平臺頻道 2 下半年平均收視率較上半年成長 7.14%；MOD 平臺頻道 4 下半年平均收視率則較上半年下降 21.74%。如下圖 3-64 所示。

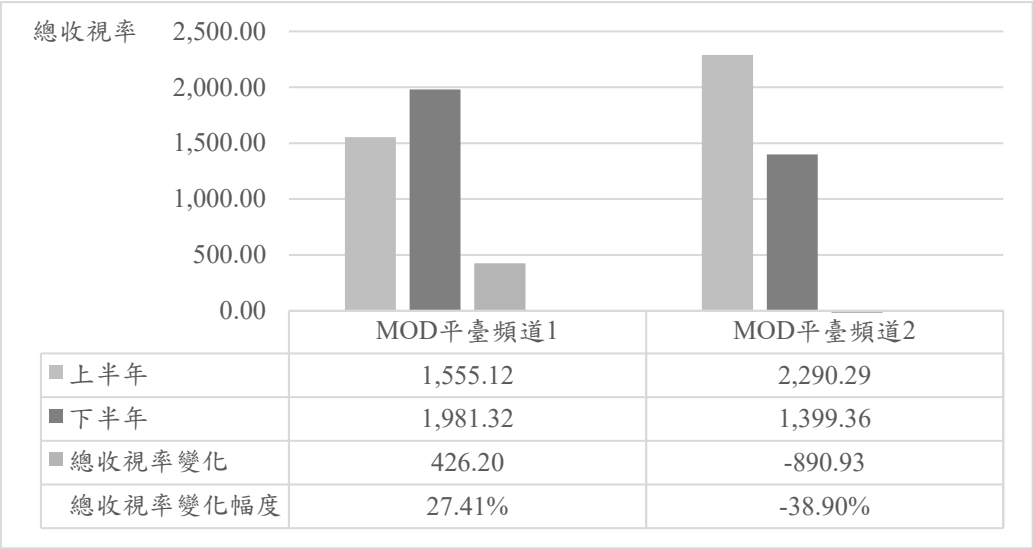


	MOD平臺頻道1	MOD平臺頻道4
上半年	0.14	0.23
下半年	0.15	0.18
平均收視率變化	0.01	-0.05
平均收視率變化幅度	7.14%	-21.74%

資料來源：本研究

圖 3-64 MOD 平臺頻道上、下半年指定時段平均收視率

而以上、下半年總收視率來看，2 個調查 MOD 平臺頻道中，於調查期間 MOD 平臺頻道 2 總收視率成長 27.41%；MOD 平臺頻道 4 下半年總收視率則較上半年下降 38.9%。如下圖 3-65 所示。



	MOD平臺頻道1	MOD平臺頻道2
上半年	1,555.12	2,290.29
下半年	1,981.32	1,399.36
總收視率變化	426.20	-890.93
總收視率變化幅度	27.41%	-38.90%

資料來源：本研究

圖 3-65 MOD 平臺頻道上、下半年總收視率

上述結果顯示，在 MOD 調查頻道中，MOD 平臺頻道 2 不管是在平均收視率或總收視率上均有所成長，其經營頻道屬性為戲劇頻道；而 MOD 平臺頻道 4 不管是在平均收視率或總收視率上，則都有降低趨勢，該頻道經營屬性為綜合頻道。至於廣告收益之變化[111]，各頻道廣告收益增減數值請參考下表 3-35。

表 3-35 MOD 平臺頻道廣告收益變化推估

調查頻道	上、下半年 總收視率比較	上、下半年各個頻道廣告收益比較 （單位：新台幣元）
MOD 平臺頻道 1	426.20	2,131,000
MOD 平臺頻道 2	-890.93	-4,454,650

資料來源：本研究

[111] 同註 107。

第七節　小結

本研究經由系統性的分析各類型頻道節目表與收視相關數值表現，了解該兩辦法施行後於 106 年計約 1 年期間，各頻道、各類型節目在主要或指定時段播出本國節目與收視率等相關情形。

一、節目排播情形及變化：依頻道類型之研究結果

研究結果發現，以播出時數來看，無線電視頻道上半年主要時段之本國戲劇節目總播出時數約為 1,053 小時，本國戲劇節目新播時數約為 705 小時；下半年本國戲劇節目總播出時數約為 1,025 小時，本國戲劇節目新播時數約為 795 小時。顯示於該兩辦法施行後，無線電視頻道於主要時段之本國戲劇節目總播出時數略有下降，新播時數卻有所提升。

以播出比例來看，無線電視頻道於主要時段播出本國戲劇節目的比例較高，上半年主要時段之本國戲劇節目平均播出率為 77.03%，本國戲劇節目平均新播率為 66.96%；下半年本國戲劇節目平均播出率提高為 84.99%，本國戲劇節目平均新播率為 77.53%。顯示於該兩辦法施行後，無線電視頻道於主要時段之本國戲劇節目播出率與新播率都有所提升。

而在平均收視率方面，多數無線電視頻道平均收視率呈現下滑或持平現象，僅有一個調查頻道平均收視率略幅上升。各個無線電視頻道於調查期間僅有無線電視頻道 2 總收視率微幅下降 3%，其他無線電視頻道總收視率都有所成長，成長幅度達 2%-20%。

而在有線系統頻道部分，以播出時數來看，有線系統頻道上半年指定時段之四類型本國節目總播出時數約為 4,198 小時，四類型本國節目新播時數約為 2,069 小時；下半年四類型本國節目總播出時數約為 4,590 小時，四類型本國節目新播時數約為 2,311 小時。顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道於指定時段之四類型本國節目總播出時數與新播時數皆有所提升。

以播出比例來看，有線系統各頻道播出四類型本國節目情形則懸殊較大。有線系統頻道上半年指定時段之四類型本國節目平均播出率為 49.76%，平均新播率為 49.28%；下半年於指定時段之四類型本國節目平均播出率為 50.97%，平均新播率為 50.35%。顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道於指定時段之四類型本國節目播出率與新播率都有所提升，且各頻道上半年未達辦法規定之本國節目播出率者較多，下半年則全數通過。

在平均收視率方面，多數有線系統頻道平均收視率呈現下滑現象，共有 13 個頻道下半年較上半年平均收視率呈現負成長趨勢，降低幅度介於 3%-37%之間。各個有線系統頻道於調查期間，有 7 個頻道總收視率下半年較上半年呈現負成長趨勢，下降幅度介於 2%-32%之間；另有 14 個頻道下半年總收視率較上半年提高，成長幅度介於 3%-72%之間；其他則有 2 個頻道上、下半年總收視率持平發展。

在 MOD 平臺頻道部分，以播出時數來看，其上半年指定時段之四類型本國節目總播出時數約為 943 小時，新播時數約為 527 小時；下半年四類型本國節目總播出時數約為 1,041 小時，新播時數約為 525 小時。顯示於該兩辦法施行後，MOD 平臺頻道於指定時段之四類型本國節目總播出時數有所提升，但新播時數卻略微下降。

以播出比例來看，MOD 平臺頻道上半年於指定時段之四類型本國節目平均播出率為 57.09%，平均新播率為 55.88%；下半年於指定時段之四類型本國節目平均播出率為 58.97%，平均新播率為 50.42%。顯示於該兩辦法施行後，MOD 平臺頻道於指定時段之四類型本國節目播出率有所上升，新播率則略為下滑。各 MOD 平臺頻道在本國節目播出率上同樣懸殊較大，有百分之百播出本國自製節目的頻道，另也有播出比例不符合辦法規定之頻道。

而在平均收視率和總收視率方面，各個 MOD 平臺頻道於調查期間平均收視率和總收視率各有增長。其調查樣本與收視基準因與有線系統、無線電視等頻道不同，因而無法與其他類型之頻道相比較。

二、節目排播情形及變化：依節目類型之研究結果

本研究依該兩辦法，總共調查四類型節目於主要或指定時段播出之情形。

(一)兒童節目

以播出時數來看，有線系統頻道上半年指定時段之本國兒童節目總播出時數約為 239 小時，新播時數約為 132 小時；下半年本國兒童節目總播出時數約為 249 小時，新播時數約為 152 小時。MOD 平臺頻道部分，其上半年指定時段之本國兒童節目總播出時數約為 112 小時，新播時數約為 101 小時；下半年本國兒童節目總播出時數約為 92 小時，新播時數約為 53 小時。顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道之本國兒童節目總播出時數與新播時數皆有所提升，MOD 平臺頻道之本國兒童節目總播出時數與新播時數則皆有所減少。

以播出比例來看，有線系統頻道上半年指定時段之本國兒童節目平均播出率為 31.57%，平均新播率為 55.35%；下半年指定時段之本國兒童節目平均播出率為 31.12%，平均新播率為 61.05%。MOD 平

臺頻道部分，其上半年指定時段之本國兒童節目平均播出率為32.18%，平均新播率為 89.73%；下半年指定時段之本國兒童節目平均播出率為 25%，平均新播率為 57.07%。顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道之本國兒童節目播出率略為下降，但新播率有所提升，MOD 平臺頻道之本國兒童節目播出率與新播率則皆有所減少。

(二)戲劇節目

以播出時數來看，無線電視頻道上半年主要時段之本國戲劇節目總播出時數約為 1,053 小時，新播時數約為 705 小時；下半年本國戲劇節目總播出時數約為 1,025 小時，新播時數約為 795 小時。有線系統頻道部分，上半年指定時段之本國戲劇節目總播出時數約為 1,619 小時，新播時數約為 782 小時；下半年本國戲劇節目總播出時數約為 1,649 小時，新播時數約為 699 小時。MOD 平臺頻道部分，上半年指定時段之本國戲劇節目總播出時數約為 346 小時，新播時數約為 346 小時；下半年本國戲劇節目總播出時數約為 392 小時，新播時數約為 383 小時。顯示於該兩辦法施行後，無線電視頻道之本國戲劇節目總播出時數略有下降，新播時數卻有所提升，有線系統頻道之本國戲劇節目總播出時數有所提升，但新播時數則是下降，MOD 平臺頻道之本國戲劇節目總播出時數與新播時數則是皆有所提升。

以播出比例來看，無線電視頻道上半年於主要時段之本國戲劇節目平均播出率為 77.03%，平均新播率為 66.96%；下半年主要時段之本國戲劇節目平均播出率為 84.99%，平均新播率為 77.53%。有線系統頻道上半年指定時段之本國戲劇節目平均播出率為 38.27%，平均新播率為 48.28%；下半年指定時段之本國戲劇節目平均播出率為 37.8%，平均新播率為 42.38%。MOD 平臺頻道部分，上半年指定時段之本國戲劇節目平均播出率為 61.13%，平均新播率為 100%；下半年指定時段之本國戲劇節目平均播出率為 70.89%，平均新播率為 97.7%。顯示於該兩辦法施行後，無線電視頻道之本國戲劇節目播出率與新播率都有所提升，有線系統頻道之本國戲劇節目播出率與新播率皆有所下降，MOD 平臺頻道之本國戲劇節目播出率有所提升，但新播率則略有減少。

(三)綜藝節目

以播出時數來看，有線系統頻道上半年指定時段之本國綜藝節目總播出時數約為 2,014 小時，新播時數約為 1,073 小時；下半年本國綜藝節目總播出時數約為 2,274 小時，新播時數約為 1,371 小時。MOD 平臺頻道部分，其上半年指定時段之本國綜藝節目總播出時數約為 415 小時，新播時數約為 77 小時；下半年本國綜藝節目總播出時數

約為 477 小時，新播時數約為 76 小時。顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道之本國綜藝節目總播出時數與新播時數皆有所提升，MOD 平臺頻道之本國綜藝節目總播出時數也有所提升，但新播時數卻略微減少。

以播出比例來看，有線系統頻道上半年指定時段之本國綜藝節目平均播出率為 91.27%，平均新播率為 53.26%；下半年指定時段之本國綜藝節目平均播出率為 91.11%，平均新播率為 60.31%。MOD 平臺頻道部分，其上半年指定時段之本國綜藝節目平均播出率為 100%，平均新播率為 18.55%；下半年指定時段之本國綜藝節目平均播出率為 100%，平均新播率為 15.95%。顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道之本國綜藝節目播出率略為下降，但新播率有所提升，MOD 平臺頻道之本國綜藝節目播出率維持 100%不變，而新播率則有所減少。

(四)電影節目

以播出時數來看，有線系統頻道上半年指定時段之本國電影節目總播出時數約為 327 小時，新播時數約為 82 小時；下半年本國電影節目總播出時數約為 418 小時，新播時數約為 89 小時。MOD 平臺頻道部分，其上半年指定時段之本國電影節目總播出時數約為 70 小時，新播時數約為 4 小時；下半年本國電影節目總播出時數約為 81 小時，

新播時數約為 13 小時。顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道及MOD 平臺頻道之本國電影節目總播出時數與新播時數皆有所提升。

以播出比例來看，有線系統頻道上半年指定時段之本國電影節目平均播出率為 26.26%，平均新播率為 25.18%；下半年指定時段之本國電影節目平均播出率為 31.04%，平均新播率為 21.26%。MOD 平臺頻道部分，其上半年指定時段之本國電影節目平均播出率為 21.72%，平均新播率為 5.08%；下半年指定時段之本國電影節目平均播出率為 21.89%，平均新播率為 16.56%。顯示於該兩辦法施行後，有線系統頻道之本國電影節目播出率有所提升，但新播率卻有所下降，MOD 平臺頻道之本國電影節目播出率與新播率則皆有所提升。

(五)四類型節目比較

四個節目類型中，有線系統頻道本國節目總播出時數與新播時數皆以本國綜藝節目為最多、本國戲劇節目次之，成長量亦同。MOD 平臺頻道本國節目總播出時數以本國綜藝節目為最多、本國戲劇節目次之，成長量亦同；新播時數則以本國戲劇節目為最多、成長量亦最高，本國兒童節目及本國綜藝節目則皆有所減少。

本國節目平均播出率部分，有線系統頻道以本國綜藝節目為最高、本國戲劇節目次之，但兩者皆呈現下滑；MOD 平臺頻道亦以本

國綜藝節目為最高、本國戲劇節目次之，本國綜藝節目播出率維持100%不變，本國戲劇節目則有所成長。本國節目平均新播率部分，有線系統頻道以本國兒童節目為最高、本國綜藝節目次之。MOD 平臺頻道則以本國戲劇節目為最高、本國兒童節目次之，本國綜藝節目及本國電影節目新播率則明顯較低。

整體來看，無論是有線系統頻道或 MOD 平臺頻道，本國綜藝節目平均播出率皆明顯偏高；但在新播率部分，有線系統頻道以兒童節目及綜藝節目較高，MOD 平臺頻道則以兒童節目及戲劇節目較高，綜藝節目及電影節目明顯較低；本國電影節目則無論是在有線系統頻道或 MOD 平臺頻道，播出率及新播率都明顯偏低。

上述結果整理如下表 3-36 至表 3-39。

表 3-36 調查期間本國節目總播出時數與新播時數

本國節目	無線電視頻道				有線系統頻道				MOD 平臺頻道			
	總播出時數		新播時數		總播出時數		新播時數		總播出時數		新播時數	
	上半年	下半年	上半年	下半年	上半年	下半年	上半年	下半年	上半年	下半年	上半年	下半年
總體	1,053	1,025	705	795	4,198[112]	4,590	2,069	2,311	943	1,041[113]	527[114]	525
兒童	-	-	-	-	239	249	132	152	112	92	101	53
戲劇	1,053	1,025	705	795	1,619	1,649	782	699	346	392	346	383
綜藝	-	-	-	-	2,014	2,274	1,073	1,371	415	477	77	76
電影	-	-	-	-	327	418	82	89	70	81	4	13

資料來源：本研究

表 3-37 調查期間本國節目總播出時數與新播時數變化

上、下半年時數變化	無線電視頻道		有線系統頻道		MOD 平臺頻道	
	本國節目總播出時數	本國節目新播時數	本國節目總播出時數	本國節目新播時數	本國節目總播出時數	本國節目新播時數
總體	-28	+90	+392[115]	+242	+98[116]	-2[117]
兒童節目	-	-	+10	+20	-20	-48
戲劇節目	-28	+90	+30	-83	+46	+37
綜藝節目	-	-	+260	+298	+62	-1
電影節目	-	-	+91	+7	+11	+9

資料來源：本研究

[112] 因四捨五入關係，有線系統頻道上半年指定時段之本國節目總播出時數，與四類型本國節目總播出時數加總不相等。

[113] 因四捨五入關係，MOD 平臺頻道下半年指定時段之本國節目總播出時數，與四類型本國節目總播出時數加總不相等。

[114] 因四捨五入關係，MOD 平臺頻道上半年指定時段之本國節目新播時數，與四類型本國節目新播時數加總不相等。

[115] 因四捨五入關係，有線系統頻道之本國節目總播出時數變化，與四類型本國節目總播出時數變化加總不相等。

[116] 因四捨五入關係，MOD 平臺頻道之本國節目總播出時數變化，與四類型本國節目總播出時數變化加總不相等。

[117] 因四捨五入關係，MOD 平臺頻道之本國節目新播時數變化，與四類型本國節目新播時數變化加總不相等。

表 3-38 調查期間本國節目播出率與新播率

	無線電視頻道				有線系統頻道				MOD 平臺頻道			
	本國節目播出率		本國節目新播率		本國節目播出率		本國節目新播率		本國節目播出率		本國節目新播率	
	上半年	下半年	上半年	下半年	上半年	下半年	上半年	下半年	上半年	下半年	上半年	下半年
總體	77.03%	84.99%	66.96%	77.53%	49.76%	50.97%	49.28%	50.35%	57.09%	58.97%	55.88%	50.42%
兒童	-	-	-	-	31.57%	31.12%	55.35%	61.05%	32.18%	25.00%	89.73%	57.07%
戲劇	77.03%	84.99%	66.96%	77.53%	38.27%	37.80%	42.28%	42.38%	61.13%	70.89%	100.00%	97.70%
綜藝	-	-	-	-	91.27%	91.11%	53.26%	60.31%	100.00%	100.00%	18.55%	15.95%
電影	-	-	-	-	26.26%	31.04%	25.18%	21.26%	21.72%	21.89%	5.08%	16.56%

資料來源：本研究

表 3-39 調查期間本國節目播出率與新播率變化

上、下半年比例變化	無線電視頻道		有線系統頻道		MOD 平臺頻道	
	本國節目播出率	本國節目新播率	本國節目播出率	本國節目新播率	本國節目播出率	本國節目新播率
總體	↑	↑	↑	↑	↑	↓
兒童節目	-	-	↓	↑	↓	↓
戲劇節目	↑	↑	↓	↓	↑	↓
綜藝節目	-	-	↓	↑	→	↓
電影節目	-	-	↑	↓	↑	↑

資料來源：本研究

三、平均收視率及廣告收益推估之研究結果

研究結果發現，無線電視頻道中，上、下半年平均收視率有 1 個頻道持平，1 個頻道上升，另有 3 個頻道下降；總收視率部分，僅有 1 個頻道下降，另外 4 個頻道皆成長；廣告收益部分，同樣有 1 個頻道下降，另外 4 個頻道成長。各無線電視頻道之平均收視率、總收視率、與廣告收益變化數值如下表 3-40。

表 3-40 無線電視頻道上、下半年收視數值總表及廣告收益變化

頻道類型	頻道	頻道屬性	調查時段	上半年平均收視率	下半年平均收視率	平均收視率變化	上半年總收視率	下半年總收視率	總收視率變化	廣告收益變化（新台幣元）
無線電視	無線電視頻道1	綜合頻道	20:00-22:00	0.03	0.03	-	416.34	470.74	54.40	272,000
	無線電視頻道2	綜合頻道	20:00-22:00	0.79	0.72	-0.07	15,523.03	15,004.69	-518.34	-2,591,700
	無線電視頻道3	綜合頻道	20:00-22:00	0.76	0.82	0.06	14,617.67	17,470.24	2,852.57	14,262,850
	無線電視頻道4	綜合頻道	20:00-22:00	0.83	0.81	-0.02	15,849.83	16,120.67	270.84	1,354,200
	無線電視頻道5	綜合頻道	20:00-22:00	4.32	4.04	-0.28	82,617.17	84,805.06	2,187.89	10,939,450

資料來源：本研究

有線系統頻道中，上、下半年平均收視率有 3 個頻道持平，7 個頻道上升，另有 13 個頻道下降；總收視率部分，有 8 個頻道下降，另外 15 個頻道皆成長；廣告收益部分，同樣有 8 個頻道下降，另外 15 個頻道成長。各有線系統頻道之平均收視率、總收視率、與廣告收益變化數值如下表 3-41。

表 3-41 有線系統頻道上、下半年收視數值總表及廣告收益變化

頻道類型	頻道	頻道屬性	調查時段	上半年平均收視率	下半年平均收視率	平均收視率變化	上半年總收視率	下半年總收視率	總收視率變化	廣告收益變化（新台幣元）
有線系統	有線系統頻道 1	電影頻道	21:00-23:00	0.29	0.29	-	4,709.77	4,966.80	257.03	1,285,150
	有線系統頻道 2	電影頻道	21:00-23:00	0.29	0.28	-0.01	4,960.38	5,149.65	189.27	946,350
	有線系統頻道 3	電影頻道	21:00-23:00	0.15	0.13	-0.02	2,604.90	2,687.60	82.7	413,500
	有線系統頻道 5	戲劇頻道	20:00-22:00	0.43	0.35	-0.08	7,514.08	6,429.67	-1,084.41	-5,422,050
	有線系統頻道 6	戲劇頻道	20:00-22:00	0.23	0.22	-0.01	4,359.98	4,380.99	21.01	105,050
	有線系統頻道 7	戲劇頻道	20:00-22:00	0.78	0.72	-0.06	14,508.27	14,460.25	-48.02	-240,100
	有線系統頻道 8	綜合頻道	20:00-22:00	0.19	0.16	-0.03	3,135.20	2,967.69	-167.51	-837,550
	有線系統頻道 9	綜合頻道	20:00-22:00	0.19	0.2	0.01	3,512.41	3,967.39	454.98	2,274,900
	有線系統頻道 10	綜合頻道	20:00-22:00	0.19	0.12	-0.07	3,380.62	2,303.00	-1,077.62	-5,388,100
	有線系統頻道 11	綜合頻道	20:00-22:00	2.89	2.55	-0.34	45,110.04	49,974.05	4,864.01	24,320,050
	有線系統頻道 12	綜合頻道	20:00-22:00	0.97	0.78	-0.19	18,438.67	15,761.99	-2,676.68	-13,383,400
	有線系統頻道 14	綜合頻道	20:00-22:00	0.25	0.24	-0.01	4,660.97	4,568.80	-92.17	-460,850
	有線系統頻道 15	綜合頻道	20:00-22:00	0.23	0.26	0.03	4,188.80	5,026.96	838.16	4,190,800
	有線系統頻道 16	綜合頻道	20:00-22:00	0.1	0.16	0.06	1,781.11	3,070.58	1,289.47	6,447,350
	有線系統頻道 17	綜合頻道	20:00-22:00	0.2	0.29	0.09	3,686.67	5,800.01	2,113.34	10,566,700

	有線系統頻道 18	綜合頻道	20:00-22:00	0.38	0.48	0.1	6,424.66	8,348.82	1,924.16	9,620,800
	有線系統頻道 19	綜合頻道	20:00-22:00	0.18	0.19	0.01	3,169.08	3,641.62	472.54	2,362,700
	有線系統頻道 20	綜合頻道	20:00-22:00	0.13	0.13	-	2,249.47	2,562.25	312.78	1,563,900
	有線系統頻道 21	綜合頻道	20:00-22:00	0.05	0.04	-0.01	856.8	715.5	-141.3	-706,500
	有線系統頻道 22	綜合頻道	20:00-22:00	0.01	0.01	-	176.38	229.89	53.51	267,550
	有線系統頻道 26	綜合頻道	20:00-22:00	0.27	0.32	0.05	4,802.07	6,059.31	1,257.24	6,286,200
	有線系統頻道 29	兒童頻道	17:00-19:00	0.32	0.28	-0.04	5,062.62	4,685.36	-377.26	-1,886,300
	有線系統頻道 30	兒童頻道	17:00-19:00	0.53	0.5	-0.03	9,166.58	9,692.98	526.4	2,632,000

資料來源：本研究

MOD 平臺頻道中，上、下半年平均收視率、總收視率、及廣告收益部分，同樣皆有 1 個頻道下降，另 1 個頻道成長。各 MOD 平臺頻道之平均收視率、總收視率、與廣告收益變化數值如下表 3-42。

表 3-42 MOD 平臺頻道上、下半年收視數值總表

頻道類型	頻道	頻道屬性	調查時段	上半年平均收視率	下半年平均收視率	平均收視率變化	上半年總收視率	下半年總收視率	總收視率變化	廣告收益變化（新台幣元）
MOD 平臺	MOD 平臺頻道 2	戲劇頻道	20:00-22:00	0.14	0.15	0.01	1,555.12	1,981.32	426.20	2,131,000
	MOD 平臺頻道 4	綜合頻道	20:00-22:00	0.23	0.18	-0.05	2,290.29	1,399.36	-890.93	-4,454,650

資料來源：本研究

第四章　民眾滿意度調查

第一節　問卷設計

一、問卷效度專家諮詢會議

本研究根據研究需求以及評選會議專家建議，先試擬第一版問卷進行前測[118]，作為專家效度會議之參考。於完成第一版問卷前測後，舉行問卷專家效度會議[119]，根據專家建議以及電訪原則，盡量簡化問卷題目，避免題目冗長或因題意不清而產生研究誤差，增強受訪民眾答題意向，提出第二版問卷，而於完成問卷後進行前測。依據第二次前測信度結果，並綜整專家後續建議，定出本次調查問卷(如附件三)。

部分不適合於問卷中調查的問題，例如較為艱澀的法規政令細項，則輔以後續焦點團體座談會等研究方法，來滿足整體研究需要。

二、問卷信度分析

在調查問卷信度檢測上，本研究於 107 年 7 月 8 日以定稿問卷進行前測[120]，信度檢測結果詳列於下表 4-1。除了本國製兒童節目滿意度之外，其餘構面的信度皆在 0.7 以上[121]，表示構面題目非常可信。

---

[118] 本次問卷委請趨勢民意調查公司進行調查。

[119] 專家效度會議舉辦時間為 107 年 6 月 11 日，參與專家分別為臺北大學李仲彬教授、輔仁大學林維國教授與文化大學柯舜智教授。

[120] 本次前測有效樣本數為 201，其中兒童節目滿意度因前測調查筆數較少，且資料意見相同，故無法計算出其信度係數。。

[121] 根據吳統雄（1984）提出斟酌可信度的參考範圍：信度≤ 0.30為不可信； 0.30 < 信度 ≤ 0.40為初步的研究，勉強可信；0.40 < 信度 ≤ 0.50為稍微可信；0.50 < 信度 ≤ 0.70為可信（最常信的信度範圍）；0.70 < 信度 ≤ 0.90為很可信（次常見的信度範圍）；0.90 <信度為十分可信。

表 4-1 問卷信度分析

構面	樣本數	題目數	Cronbach's α係數
本國製電影節目滿意度	6	3	0.960
本國製戲劇節目滿意度	17	3	0.705
本國製綜藝節目滿意度	23	3	0.831

資料來源：本研究

第二節　問卷執行

一、調查方式

本研究採電腦輔助電話訪問調查系統（computer-assisted telephone interviewing, CATI）進行，分別用市話及行動電話進行電話訪問，正式調查前執行一次前測調查訪問，依據前測調查結果修正問卷。

二、調查母體及範圍

抽樣母體係「臺閩地區各縣市電話號碼局區碼表」(本區碼表係依據中華電信黃頁及程式設計而成，每年至少更新兩次)，將抽樣母體依縣市分層，即台灣省 14 個縣市及新北市、臺北市、桃園市、臺中市、臺南市、高雄市，以及福建省的金門縣、連江縣等，共計 22 個縣市。

三、調查對象

以居住臺閩地區且年滿 13 歲以上之本國籍人口為訪問對象，其中又以過去 7 日內曾收視無線電視、有線電視、MOD 頻道且常收看電影、戲劇、兒童、綜藝等 4 類本國製節目之民眾方屬有效之樣本數。其餘屬非有效樣本之民眾，僅調查基本資料、收視平臺及收視時段。

四、調查日期與時間

第一次與第二次前測調查時間分別為 107 年 6 月 1 日 18:30 至

22:00 及 6 月 22、23 日 18:30 至 22:00，第三次前測則於 107 年 7 月 8 日 18:30 至 22:00 執行；正式調查期間從 107 年 8 月 10 日開始，於 8 月 29 日完成調查，於平日（星期一至星期五）18:30 至 22:00 執行調查；假日（週末及例假日）則自 14:00 至 17:30、18:30 至 22:00。

五、調查內容

調查內容部份，若為「非有效樣本」[122]主要詢問內容為基本資料、收視平臺、收視時段，受訪對象被判定為「有效樣本」者，則悉數完成收視行為、本國製節目收視狀況、法規內容知悉度及基本資料。調查內容如下：

(一)收視行為：收視平臺、收視時段、收視本國製節目的經驗、收視本國製節目的類型。

(二)本國製節目收視狀況：依據有收視的節目類型分別詢問收視意願、收視本國製節目的次數、對本國製節目的內容品質滿意度、本國製節目數量滿意度、本國製節目整體滿意度。

(三)法規內容知悉度：政策支持度、政策知曉度、政策內容了解程度、非本國自製節目冠名贊助法規支持度。

(四)基本資料：居住縣市、性別、年齡、教育程度。

[122] 非有效樣本先以問卷第 3 題：請問過去七天內，您有看過無線電視、有線電視或 MOD 頻道嗎？（複選）作為第一層篩選，符合者若不符合第 5 題：請問過去七天內，您有看過本國製的電視節目嗎？，與在第 6 題回答都不常收看、不知道/沒意見、拒答者，被視為不符合第二層篩選，而判定為無效樣本。

六、抽樣設計

市話部分的抽樣設計採分層隨機抽樣法，將抽樣母體依縣市分層，再依各縣市 13 歲及以上之人口比率隨機抽出所需樣本數。並且對於隨機抽出的電話號碼，再以尾數 2 位隨機方式變更之，以涵蓋未登記的住宅電話。樣本配置依據內政部戶政司「台灣地區 13 歲及以上現住人口數」中，設籍於各縣市的 13 歲及以上人口比率決定各層應抽樣本數（參見表 4-2）。行動電話的部分，因沒有母體的分布狀況（無法得知哪些門號是屬於什麼縣市），因此無法進行樣本配置，因此行動電話的執行方式，以 NCC 公布之「行動通信網路業務用戶號碼核配現況」中手機帶頭碼為抽樣母體，採用後 5 碼隨機抽樣法，隨機抽取手機用戶進行訪問。

表 4-2 市話分層樣本結構

區別	母體	
	13 歲及以上人口數	13 歲及以上人口百分比
總計	**20,942,828**	**100.0%**
新北市	3,565,082	17.02%
臺北市	2,352,319	11.23%
桃園市	1,919,763	9.17%
臺中市	2,444,870	11.67%
臺南市	1,685,139	8.05%
高雄市	2,487,740	11.88
宜蘭縣	409,427	1.95
新竹縣	476,152	2.27
苗栗縣	491,288	2.35
彰化縣	1,136,644	5.43
南投縣	453,375	2.16
雲林縣	621,781	2.97
嘉義縣	468,711	2.24
屏東縣	753,341	3.60
臺東縣	197,686	0.94
花蓮縣	295,207	1.41
澎湖縣	94,508	0.45
基隆市	337,533	1.61
新竹市	376,598	1.80
嘉義市	237,539	1.13
金門縣	126,417	0.60
連江縣	11,708	0.06

資料來源：內政部戶政司，「台灣地區 13 歲及以上現住人口數」(107 年 6 月底)。

七、抽樣誤差

本次電話訪問調查截至 2018 年 8 月 29 日止，共訪問了 12,312 位民眾，並完成 4,058 份有效樣本，其中市話 2,020 份，行動電話 2,038 份。在 95%的信心水準下，全體年滿 13 歲及以上的受訪樣本（含市

話及手機）的抽樣誤差在±1.54%之間；而市話受訪樣本的抽樣誤差則在±2.18%之間，手機受訪樣本的抽樣誤差則在±2.17%之間。

八、統計分析方法

(一)樣本代表性與加權

本研究的調查結果在經由複查機制的查核後，為使樣本能充分反映母體結構，增加樣本的代表性及可靠性，本研究以無母數卡方檢定方式（NPAR Chi-square Test）逐一檢視樣本年齡、性別、及縣市人口比例等分配與母體結構之間的差異檢定。檢定結果若發現樣本與母體結構產生顯著差異，則以加權方式處理，使樣本結構與母體產生一致。

本研究將手機與市話調查資料合併分析，將合併資料進行整體加權，後續分析結果皆是以整體加權的權數進行分析。依據設籍於台灣地區 13 歲及以上人口的性別、年齡及居住縣市比率結構進行加權，加權方式採用「多變項反覆多重加權」（Raking），依序以性別、年齡、戶籍地區變項進行調整，如此反覆進行，直到每一變數的樣本分配與母體分配已無顯著差異，才停止 raking。

調查結果每一筆資料都乘以調整權數，$\frac{N_i}{N}\Big/\frac{n_i'}{n}$，$N_i$和$n_i'$是第$i$交叉組的母體人數和樣本加權人數，而 N 和 n 是母體總人數和樣本加權總人數，這樣使樣本與母體的分配在調整後完全一致。最後的權數是各步調整權數累乘。

(二)信度分析

信度是指可靠性或一致性，在同樣或類似的條件下重複操作，可以得到一致或穩定的結果。Cronbach（1951）[123]所提出之α信賴係數，是目前行為研究最常使用之信度指標。Nunnally（1967）[124]建議 Cronbach α值在 0.7 以上時為可接受範圍，亦得稱為高信度。本次調查信度檢定結果皆高於 0.7，表示非常可信。

(三)次數分配（Frequency）

藉由各題項之次數分配及百分比所呈現之數據，瞭解民眾對各主題內容的認知情形及評價。

(四)交叉分析及卡方檢定（a Cross Analysis & a Chi-Square Test）

以「各項議題」對基本資料做交叉分析表，以瞭解不同背景的受訪者在各議題方面是否具有差異性。交叉表並採用 Pearson 卡方檢定分析法，卡方檢定統計值（W）定義如下：

$$W=\sum_{i=1}^{r}\sum_{j=1}^{c}\frac{(O_{ij}-E_{ij})^2}{E_{ij}}\sim\chi^2((r-1)(c-1))$$，其中

O_{ij}為第 i 列第 j 欄位之觀察次數，

E_{ij}為第 i 列第 j 欄位之理論次數。

當卡方檢定統計值的 p-value 小於 0.05 時，表示在 95%的信心水

[123] Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika, 16, P.297–334.
[124] Nunnally, J. C. (1967). Psychometric theory (1st ed.). New York: McGraw-Hill.

準下，兩變數間並非獨立，亦即，不同背景的受訪者在該題項中達到統計上的顯著差異。

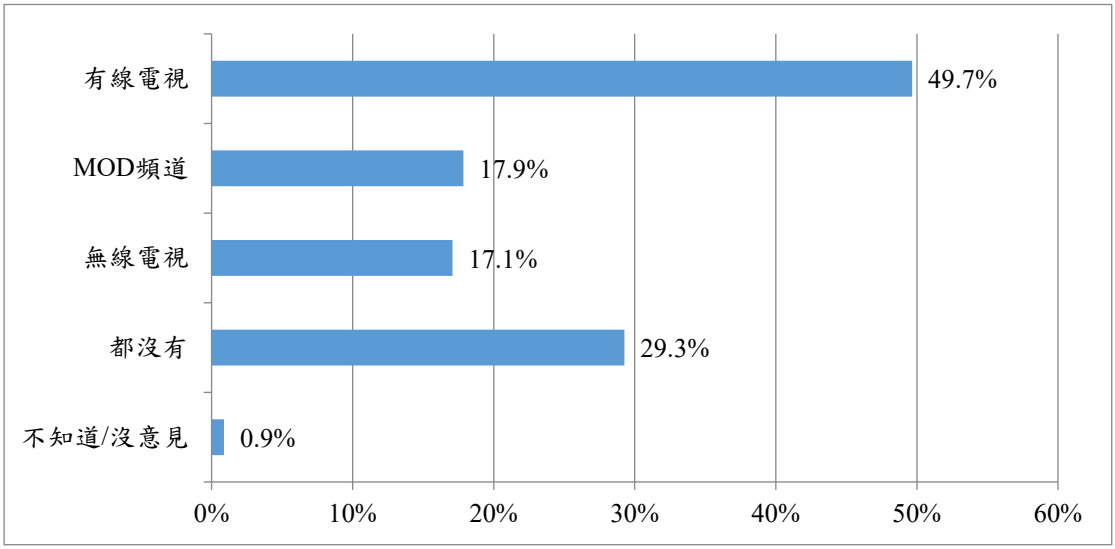
第三節　調查結果

本研究係將市話調查結果與手機調查結果合併後分析。報告內文之交叉分析僅呈現卡方檢定達顯著水準之題項，完整問卷調查結果交叉分析請見附件七。

一、基本收視概況

(一)收看電視頻道習慣

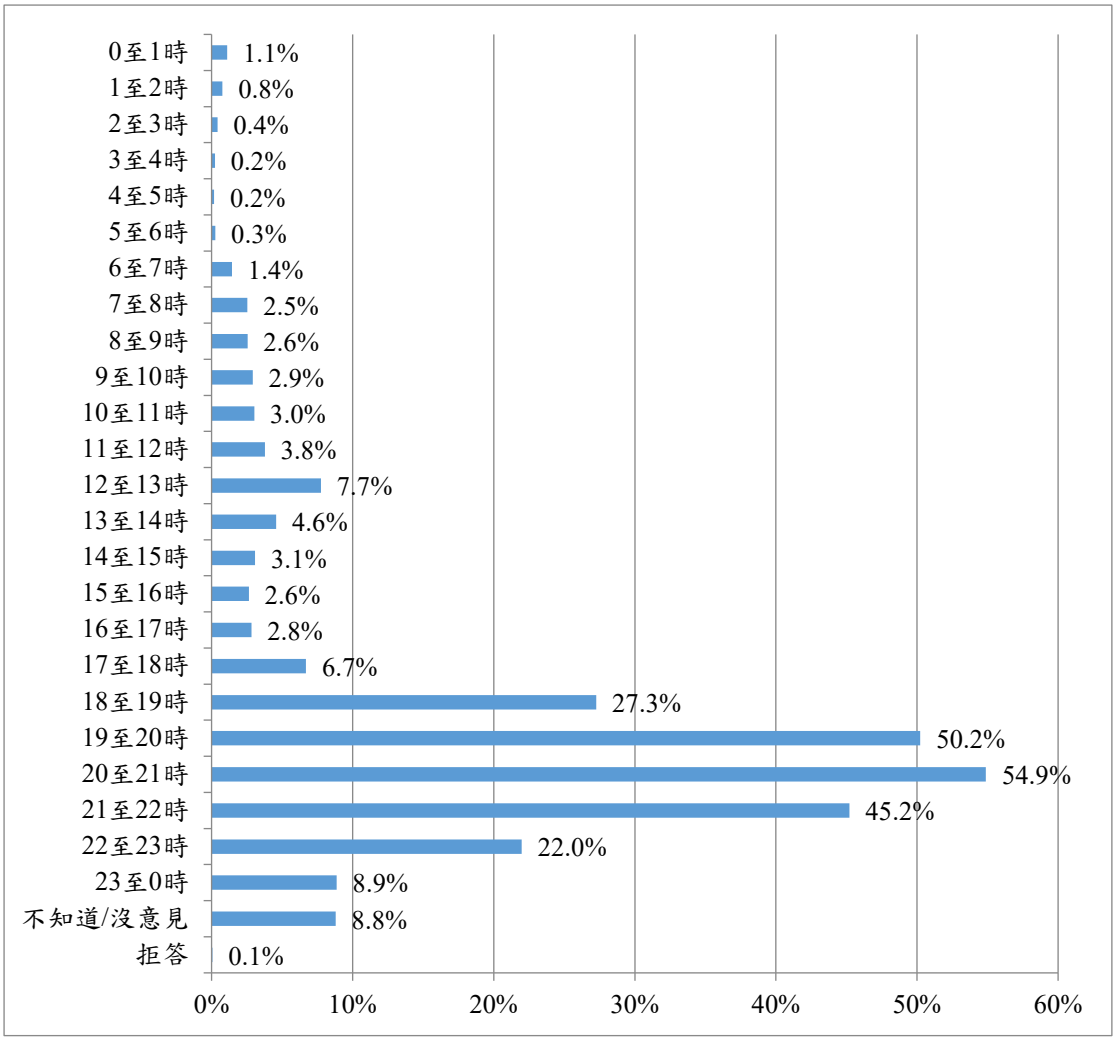
調查顯示，在過去 7 天內，有近半數（49.7%）民眾表示有看過有線電視，17.9%有看過 MOD 頻道，17.1%有看過無線電視，但也有 29.3%民眾在過去 7 天內都沒有看過（參照圖 4-1）。而較常收看電視的時段，最多民眾會在 20-21 點收看，占 54.9%，其次為 19-20 點（50.2%）、21-22 點（45.2%）（參照圖 4-2）。



Base: N=12,312，複選（所有受訪民眾）

資料來源：本研究

圖 4-1 過去 7 天內有沒有看過無線電視、有線電視或 MOD 頻道



Base: N=8,599，複選（有收看無線電視、有線電視或 MOD 頻道者）

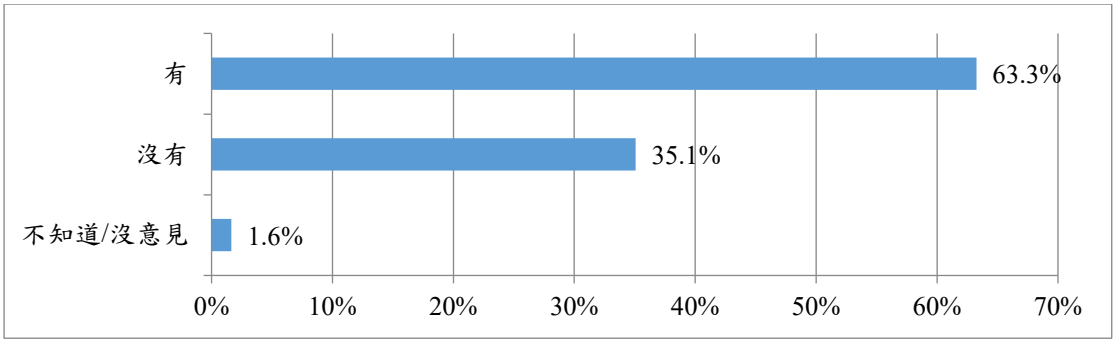
資料來源：本研究

圖 4-2 通常收看無線電視、有線電視或 MOD 頻道的時段

(二)收看本國製電視節目經驗

詢問民眾在過去 7 天內是否有看過本國製的電視節目，超過 6 成（63.3%）表示有看過（參照圖 4-3），且卡方檢定結果顯示，是否有看過本國製電視節目於年齡、教育程度及居住地區達顯著差異[125]。

[125] 年齡、教育程度及居住地區經卡方檢定達顯著水準，且 p-value 皆小於 0.001。



Base: N=8,599（有收看無線電視、有線電視或 MOD 頻道者）

資料來源：本研究

圖 4-3 過去 7 天內是否有看過本國製的電視節目

進一步檢視，就年齡區分，以 20-29 歲有看過的比例最高（72.6%），70 歲以上比例最低（42%）；就教育程度區分，碩士以上程度有看過的比例最高（69%），小學及以下程度比例最低（44%）；就居住地區而言，金門縣民眾有看過的比例最高（86%），花蓮縣民眾比例最低（54.1%）（參照表 4-3）。

表 4-3 是否有看過本國製節目（依年齡、教育程度、居住地區）

	樣本數	有	沒有	不知道/沒意見
年齡 ***				
13-19 歲	635	68.4%	30.8%	0.8%
20-29 歲	1,148	72.6%	26.4%	1.0%
30-39 歲	1,471	71.4%	28.1%	0.4%
40-49 歲	1,566	68.6%	30.7%	0.7%
50-59 歲	1,630	60.5%	38.7%	0.8%
60-69 歲	1,273	54.2%	43.3%	2.5%
70 歲以上	848	42.0%	50.6%	7.4%
教育程度 ***				
小學及以下	874	44.0%	49.6%	6.5%
國中或初中	861	62.0%	35.4%	2.6%
高中職	2,477	62.6%	36.1%	1.3%
專科	1,068	67.6%	31.8%	0.5%

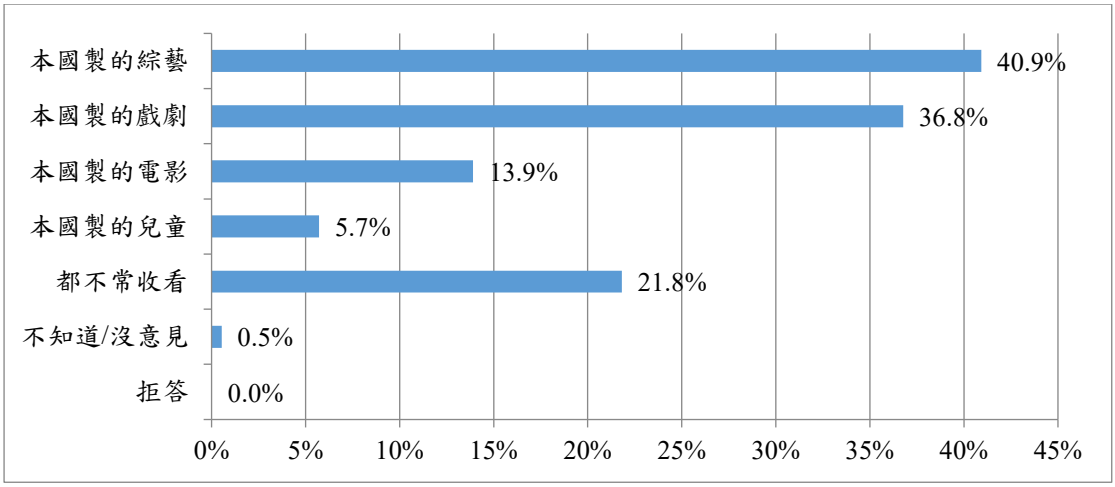
	樣本數	有	沒有	不知道/沒意見
大學	2,611	67.8%	31.4%	0.7%
碩士以上	643	69.0%	30.6%	0.3%
居住地區 ***				
新北市	1,475	66.6%	32.6%	0.8%
臺北市	914	58.9%	39.3%	1.8%
桃園市	784	62.0%	36.6%	1.3%
臺中市	982	62.6%	34.6%	2.8%
臺南市	708	62.6%	35.7%	1.7%
高雄市	1,037	65.5%	33.2%	1.4%
宜蘭縣	164	66.2%	33.8%	-
新竹縣	198	68.1%	30.8%	1.1%
苗栗縣	216	54.7%	44.8%	0.6%
彰化縣	484	62.2%	34.4%	3.4%
南投縣	195	61.1%	36.7%	2.2%
雲林縣	248	62.6%	35.7%	1.7%
嘉義縣	200	63.5%	34.4%	2.1%
屏東縣	319	60.4%	36.8%	2.8%
臺東縣	82	57.0%	43.0%	-
花蓮縣	112	54.1%	43.8%	2.1%
澎湖縣	42	71.1%	25.3%	3.7%
基隆市	142	60.9%	38.4%	0.7%
新竹市	153	73.3%	25.2%	1.5%
嘉義市	104	68.6%	31.4%	-
金門縣	43	86.0%	14.0%	-
連江縣	2	-	100%	-

資料來源：本研究

註：1. 卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，**$p < 0.01$，***$p < 0.001$。

2. 連江縣本題樣本數不足 5。

在本國製的電視節目中，民眾較常收看的類型以綜藝為多數（40.9%），其次為戲劇（36.8%），但都不常收看的比例達 21.8%。其中常收看本國製的綜藝、戲劇、電影或兒童類節目者，方屬本次調查的有效樣本（參照圖 4-4）。



Base: N=5,441，複選（過去 7 天內有看過本國製電視節目者）

資料來源：本研究

圖 4-4 本國製電視節目中較常收看的節目類型

二、民眾對本國自製節目內容之收視行為與滿意度

(一)較常收看本國製電影類節目者

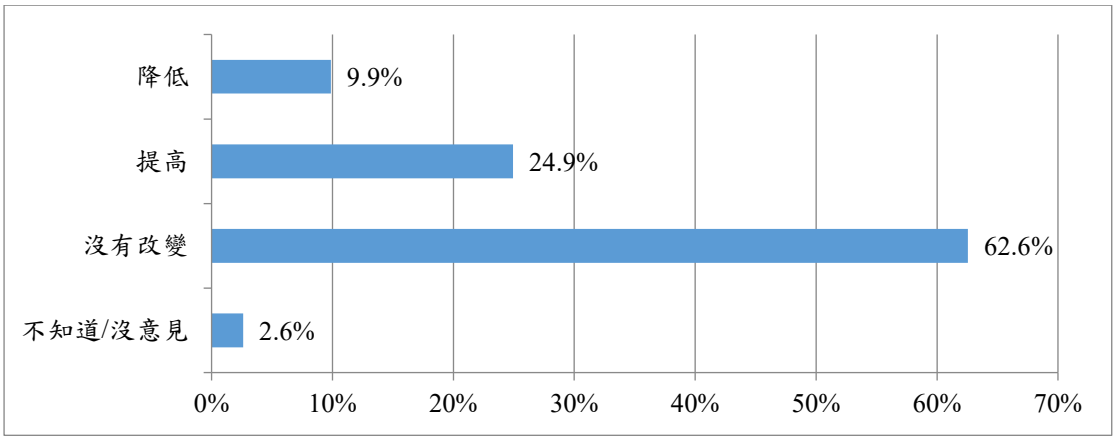
1.收視意願

依據本次調查結果，超過 6 成（62.6%）民眾收視本國製電影類節目的意願沒有改變，24.9%意願提高，9.9%意願降低（參照圖 4-5），且卡方檢定結果顯示，收視意願於性別、年齡達顯著差異[126]。

進一步檢視，就性別區分，男性（67.7%）和女性（54%）皆有過半數表示收視本國製電影類節目的意願沒有改變，但女性意願提高的比例（33.9%）明顯高於男性（19.6%）。就年齡區分，各年齡層皆以收視意願沒有改變為多數，其中又以 13-19 歲占比最高，達 78.4%；而 20-29 歲（30.2%）、30-39 歲（31.1%）及 40-49 歲（31.2%）各有

[126] 性別及年齡經卡方檢定達顯著水準，且兩者 p-value 皆小於 0.001。

超過 3 成表示收視意願提高，意願降低者則以 50-59 歲比例最高（17.9%）（參照表 4-4）。



Base: N=756（本國製電視節目中較常收看電影類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-5 去年至今對本國製電影類節目的收視意願

表 4-4 對本國製電影類節目的收視意願（依性別、年齡）

	樣本數	降低	提高	沒有改變	不知道/沒意見
性別 ***					
男性	473	9.6%	19.6%	67.7%	3.1%
女性	284	10.3%	33.9%	54.0%	1.9%
年齡 ***					
13-19 歲	79	6.3%	13.1%	78.4%	2.2%
20-29 歲	189	7.8%	30.2%	61.3%	0.7%
30-39 歲	163	3.1%	31.1%	64.3%	1.5%
40-49 歲	146	13.5%	31.2%	53.1%	2.3%
50-59 歲	107	17.9%	13.1%	67.1%	1.9%
60-69 歲	59	16.8%	14.0%	58.9%	10.3%
70 歲以上	14	9.1%	20.1%	48.4%	22.4%

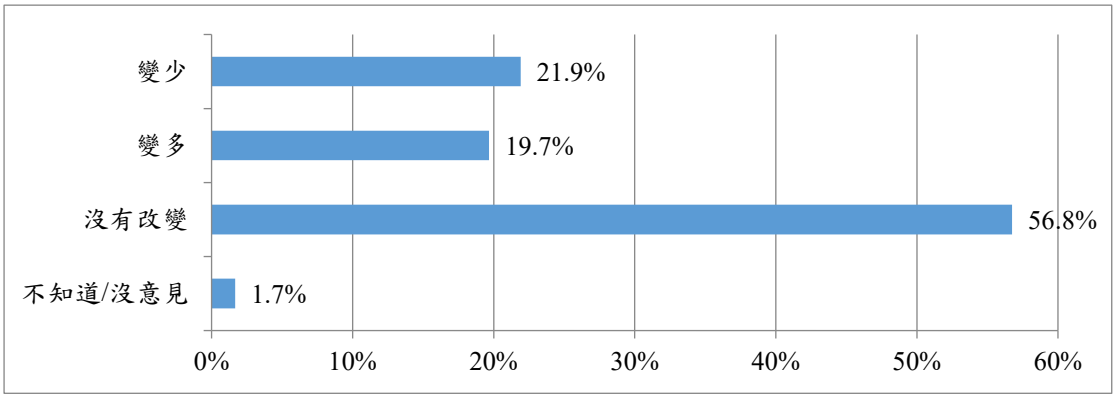
資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準$^{*}p < 0.05$，$^{**}p < 0.01$，$^{***}p < 0.001$。

2.收看次數

在收看本國製電影類節目的次數方面，有過半數（56.8%）民眾

表示次數沒有改變，21.9%表示變少，19.7%表示變多（參照圖 4-6），且卡方檢定結果顯示，收看次數於性別、年齡達顯著差異[127]。



Base: N=756（本國製電視節目中較常收看電影類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-6 去年至今收看本國製電影類節目的次數變化

進一步檢視，就性別區分，男性（60%）和女性（51.4%）皆有超過半數表示收看本國製電影類節目的次數沒有改變，而女性表示收看次數變多的比例（24.3%）較男性（16.9%）為高。就年齡區分，各年齡層皆以收看次數沒有改變為多數，其中以 30-39 歲占比最高（65.5%）；而次數變多者以 40-49 歲比例最高（25.9%），次數變少者則以 60-69 歲比例最高（29.7%）（參照表 4-5）。

[127] 性別及年齡經卡方檢定達顯著水準，其中性別 p-value 小於 0.05，年齡 p-value 小於 0.01。

表 4-5 收看本國製電影類節目的次數變化（依性別、年齡）

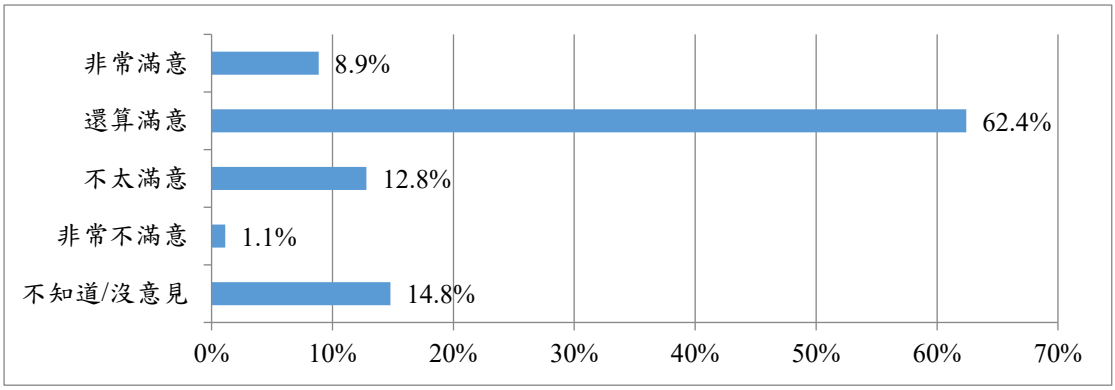
	樣本數	變少	變多	沒有改變	不知道/沒意見
性別 *					
男性	473	21.5%	16.9%	60.0%	1.6%
女性	284	22.6%	24.3%	51.4%	1.7%
年齡 **					
13-19 歲	79	20.9%	20.3%	58.9%	-
20-29 歲	189	27.9%	23.6%	48.6%	-
30-39 歲	163	14.0%	20.1%	65.5%	0.4%
40-49 歲	146	18.2%	25.9%	52.6%	3.3%
50-59 歲	107	24.2%	10.5%	62.9%	2.4%
60-69 歲	59	29.7%	9.5%	53.9%	6.8%
70 歲以上	14	27.9%	7.0%	61.8%	3.3%

資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，**$p < 0.01$，***$p < 0.001$。

3.滿意度

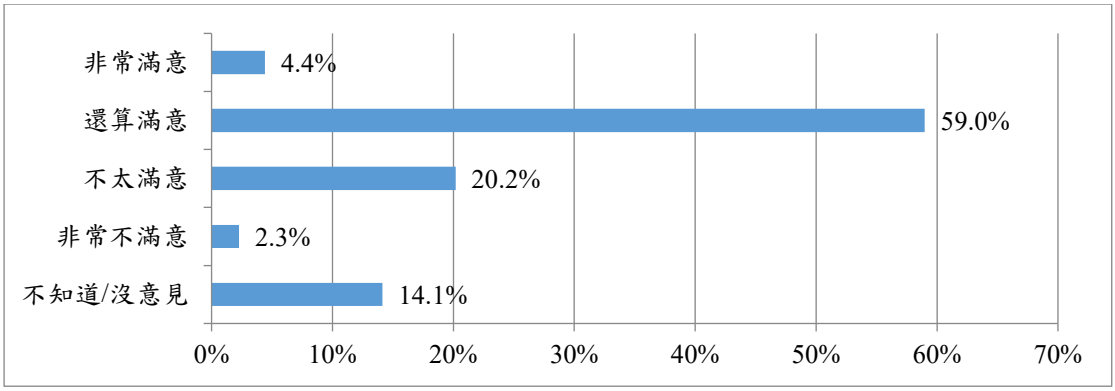
民眾對於本國製電影類節目的內容品質，有 71.3%表示滿意（合計非常滿意和還算滿意，以下同），13.9%表示不滿意（合計非常不滿意和不太滿意，以下同）（參照圖 4-7）；對於本國製電影類節目的播送數量，則有 63.4%表示滿意，22.5%表示不滿意（參照圖 4-8）。



Base: N=756（本國製電視節目中較常收看電影類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-7 對近一年本國製電影類節目內容品質滿意度

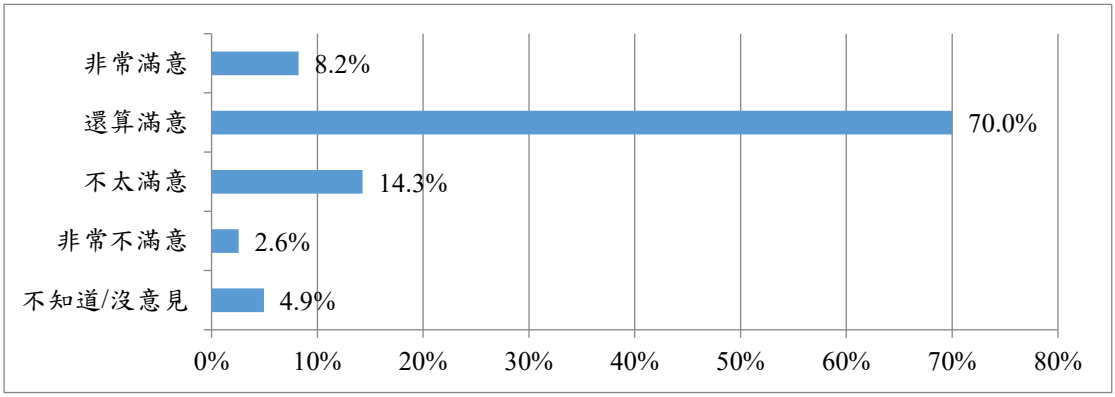


Base: N=756（本國製電視節目中較常收看電影類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-8 對近一年本國製電影類節目數量滿意度

整體而言，近 8 成（78.2%）民眾對本國製電影類節目滿意，僅有少數（16.9%）不滿意（參照圖 4-9）。



Base: N=756（本國製電視節目中較常收看電影類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-9 對近一年本國製電影類節目整體滿意度

4.收看次數與內容品質滿意度之關聯

經由卡方檢定結果顯示，民眾對本國製電影類節目滿意度，與收看次數有所關聯[128]。

[128] 收看本國製電影類節目次數經卡方檢定達顯著水準，且 p-value 小於 0.001。

從調查結果發現，如表 4-6 所示，收看本國製電影類節目次數變多的民眾，對本國製電影類節目內容品質滿意的比例最高，達 87.4%，其次為收看次數沒有改變者（74.1%），而收看次數變少者滿意的比例僅占 52.1%。

表 4-6 本國製電影類節目收看次數與內容品質滿意度之關聯性

滿意度 / 收看次數 ***	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
變少	166	52.1%	29.3%	18.7%
變多	149	87.4%	5.0%	7.7%
沒有改變	429	74.1%	10.9%	15.0%
不知道/沒意見	13	36.0%	21.9%	42.1%

資料來源：本研究

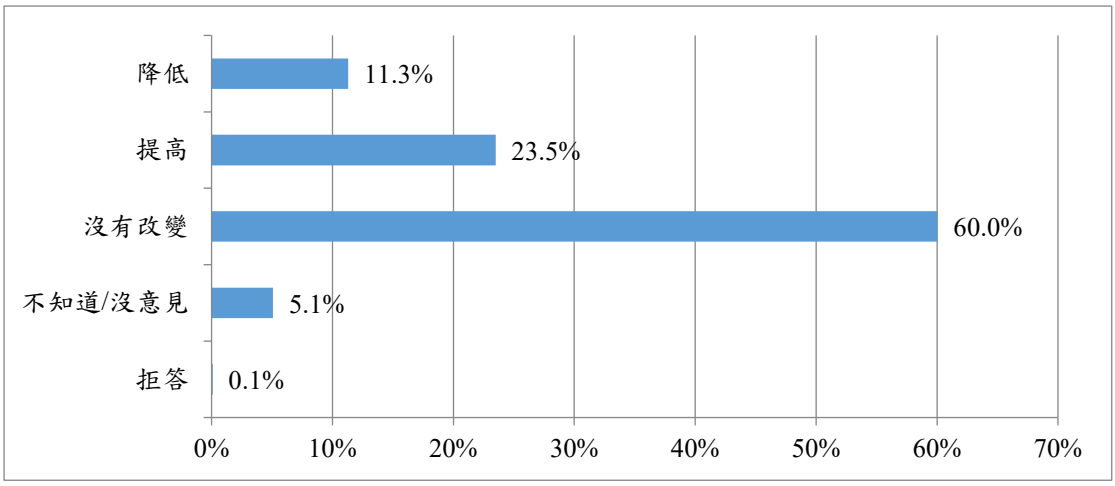
註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

(二)較常收看本國製戲劇類節目者

1.收視意願

依據本次調查結果，有 6 成民眾收視本國製戲劇類節目的意願沒有改變，23.5%表示意願提高，11.3%表示意願降低（參照圖 4-10），且卡方檢定結果顯示，收視意願於性別、年齡及教育程度達顯著差異[129]。

[129] 性別、年齡及教育程度經卡方檢定達顯著水準，其中性別 p-value 小於 0.01，年齡及教育程度 p-value 小於 0.001。



Base: N=2,000（本國製電視節目中較常收看戲劇類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-10 去年至今對本國製戲劇類節目的收視意願

進一步就性別區分，如表 4-7 所示，男性(64.4%)和女性(57.2%)皆有過半數表示收視本國製戲劇類節目的意願沒有改變，但女性意願提高的比例（25.9%）高於男性（19.9%）。就年齡區分，各年齡層皆有超過半數表示收視意願沒有改變，其中又以 13-19 歲占比最高（66.2%）；而意願提高者以 20-29 歲比例最高（32.6%），意願降低者則以 50-59 歲比例最高（15.4%）。就教育程度區分，不論程度皆有 5 成 5 以上民眾表示收視意願沒有改變，其中國中或初中程度占比最高，占 66.1%；而意願提高者以碩士以上程度比例最高（30.6%），意願降低者則以高中職程度比例最高（15%）。

表 4-7 對本國戲劇節目收視意願（依性別、年齡、教育程度）

	樣本數	降低	提高	沒有改變	不知道/沒意見
性別 **					
男性	799	10.4%	19.9%	64.4%	5.3%
女性	1,201	11.9%	25.9%	57.2%	4.9%
年齡 ***					
13-19 歲	192	11.8%	21.9%	66.2%	-
20-29 歲	275	9.9%	32.6%	55.9%	1.7%
30-39 歲	346	8.8%	26.1%	62.1%	2.7%
40-49 歲	428	12.9%	25.7%	57.5%	3.9%
50-59 歲	393	15.4%	19.6%	59.4%	5.6%
60-69 歲	239	8.8%	16.0%	63.7%	11.6%
70 歲以上	120	7.6%	17.7%	58.8%	15.0%
教育程度 ***					
小學及以下	186	7.8%	22.2%	55.2%	14.2%
國中或初中	218	11.8%	13.5%	66.1%	8.6%
高中職	638	15.0%	21.1%	58.6%	5.2%
專科	268	13.0%	23.1%	61.6%	2.3%
大學	568	8.0%	29.5%	60.2%	2.3%
碩士以上	113	6.9%	30.6%	58.9%	3.6%

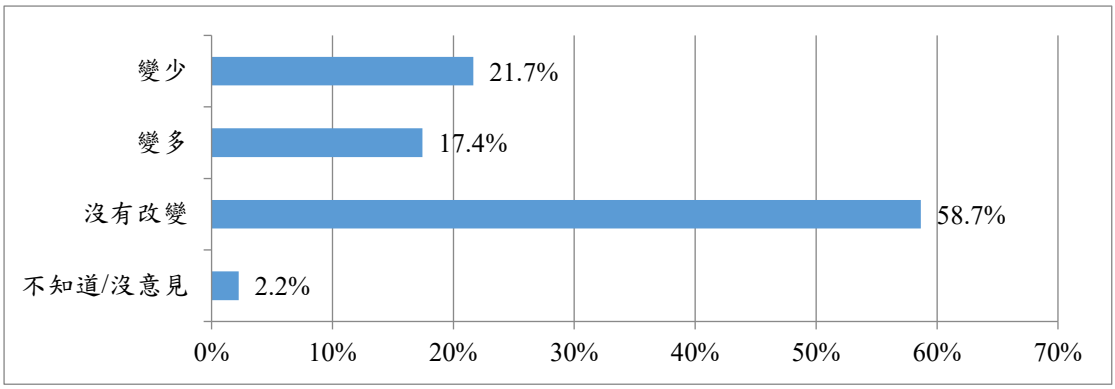
資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

2.收看次數

在收看本國製戲劇類節目的次數方面，近 6 成（58.7%）民眾表示次數沒有改變，21.7%表示變少，17.4%表示變多（參照圖 4-11），且卡方檢定結果顯示，收看次數於年齡、教育程度及居住地區達顯著差異[130]。

[130] 年齡、教育程度及居住地區經卡方檢定達顯著水準，其中年齡 p-value 小於 0.01，教育程度及居住地區 p-value 小於 0.001。



Base: N=2,000（本國製電視節目中較常收看戲劇類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-11 去年至今收看本國製戲劇類節目的次數變化

進一步檢視，就年齡區分，各年齡層皆以收看本國製戲劇類節目的次數沒有改變為多數，其中又以 60-69 歲占比最高（65.9%）；收看次數變少者，以 13-19 歲比例最高（25.5%）；收看次數變多者，則以 20-29 歲比例最高（24.2%）。就教育程度區分，不論程度皆有超過 5 成民眾表示收看次數沒有改變，其中以小學及以下程度占比最高（65.1%）；收看次數變少者，以專科程度比例最高（25.8%）；次數變多者，則以碩士以上程度比例最高，超過 3 成（31.2%），且和其他教育程度者有明顯差距。

就居住地區而言，各地區皆以收看次數沒有改變為多數，其中又以南投縣占比最高，達 75.5%；次數變少者，以金門縣比例最高，達 70.8%，而宜蘭縣（30.7%）、苗栗縣（30.5%）及澎湖縣（44.1%）占比也達 3 成以上；次數變多者，新竹縣（36%）及臺東縣（31.2%）皆超過 3 成（參照表 4-8）。

表 4-8 收看本國製戲劇類節目的次數變化（依年齡、教育程度、居住地區）

	樣本數	變少	變多	沒有改變	不知道/沒意見
年齡 **					
13-19 歲	192	25.5%	15.8%	58.1%	0.6%
20-29 歲	275	24.7%	24.2%	50.8%	0.3%
30-39 歲	346	19.8%	19.3%	60.5%	0.5%
40-49 歲	428	23.4%	19.9%	54.9%	1.8%
50-59 歲	393	21.5%	15.1%	61.3%	2.1%
60-69 歲	239	16.6%	11.5%	65.9%	6.0%
70 歲以上	120	18.7%	10.6%	62.3%	8.5%
教育程度 ***					
小學及以下	186	14.2%	12.7%	65.1%	7.9%
國中或初中	218	23.6%	11.9%	60.1%	4.4%
高中職	638	22.6%	14.7%	60.8%	1.9%
專科	268	25.8%	17.6%	55.2%	1.4%
大學	568	21.4%	21.6%	56.8%	0.2%
碩士以上	113	16.0%	31.2%	50.8%	1.9%
居住地區 ***					
新北市	312	19.3%	17.2%	61.5%	2.1%
臺北市	176	24.6%	20.4%	53.5%	1.5%
桃園市	168	21.7%	12.5%	63.2%	2.6%
臺中市	224	18.5%	19.9%	60.9%	0.7%
臺南市	186	15.6%	21.1%	59.8%	3.5%
高雄市	254	27.0%	16.4%	55.0%	1.6%
宜蘭縣	44	30.7%	9.5%	56.1%	3.7%
新竹縣	41	13.5%	36.0%	47.9%	2.6%
苗栗縣	38	30.5%	-	66.0%	3.5%
彰化縣	124	14.3%	19.3%	64.8%	1.6%
南投縣	42	5.4%	19.2%	75.5%	-
雲林縣	85	25.2%	15.6%	55.6%	3.7%
嘉義縣	52	26.1%	11.2%	56.8%	5.9%
屏東縣	82	24.2%	19.1%	54.1%	2.5%
臺東縣	22	23.9%	31.2%	34.0%	10.9%
花蓮縣	20	22.4%	25.1%	52.5%	-

	樣本數	變少	變多	沒有改變	不知道/沒意見
澎湖縣	9	44.1%	-	55.9%	-
基隆市	28	25.8%	15.2%	59.0%	-
新竹市	39	8.6%	19.5%	68.4%	3.5%
嘉義市	31	25.5%	10.7%	60.3%	3.4%
金門縣	24	70.8%	-	29.2%	-
連江縣	-	-	-	-	-

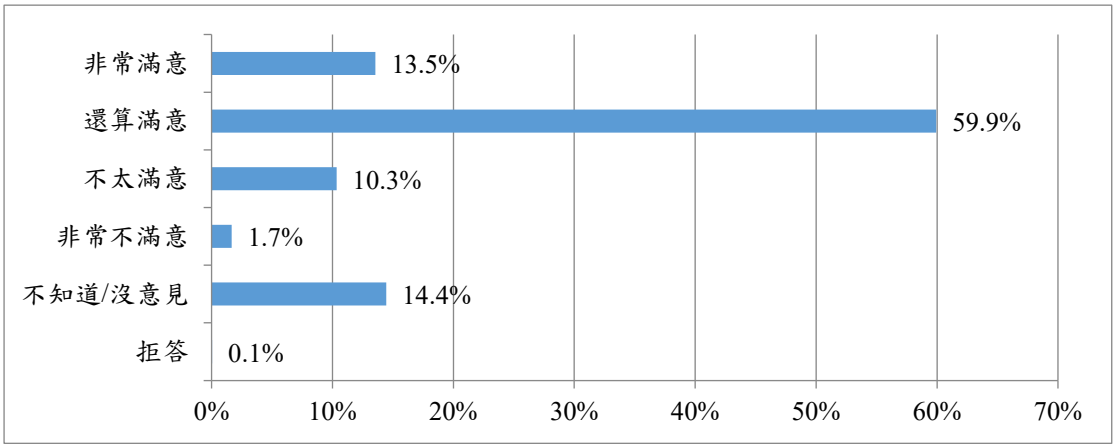
資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

3.滿意度

(1) 內容品質滿意度

民眾對於本國製戲劇類節目的內容品質，73.4%表示滿意（合計非常滿意和還算滿意，以下同），12%表示不滿意（合計非常不滿意和不太滿意，以下同）（參照圖 4-12），且卡方檢定結果顯示，滿意度於性別、年齡達顯著差異[131]。



Base: N=2,000（本國製電視節目中較常收看戲劇類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-12 對近一年本國製戲劇類節目內容品質滿意度

[131] 性別及年齡經卡方檢定達顯著水準，其中性別 p-value 小於 0.05，年齡 p-value 小於 0.01。

進一步檢視，就性別區分，男性（73.2%）和女性（73.7%）對本國製戲劇類節目內容品質滿意的比例差不多，男性不滿意的比例（12.6%）則略高於女性（11.6%）。就年齡區分，儘管各年齡層皆以滿意為多數，然而占比隨年齡增加而遞減，以 13-19 歲比例最高（88.2%），70 歲以上比例最低（57.1%）；而民眾不知道或沒意見的占比則是隨年齡增加而遞增，以 13-19 歲比例最低（4.5%），70 歲以上比例最高（32.6%）（參照表 4-9）。

表 4-9 對本國製戲劇類節目內容品質滿意度（依性別、年齡）

	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
性別 *				
男性	799	73.2%	12.6%	14.2%
女性	1,201	73.7%	11.6%	14.6%
年齡 **				
13-19 歲	192	88.2%	7.3%	4.5%
20-29 歲	275	82.5%	8.1%	9.4%
30-39 歲	346	79.3%	9.8%	10.9%
40-49 歲	428	73.0%	14.5%	12.5%
50-59 歲	393	67.5%	15.3%	17.2%
60-69 歲	239	62.7%	14.6%	22.2%
70 歲以上	120	57.1%	10.3%	32.6%

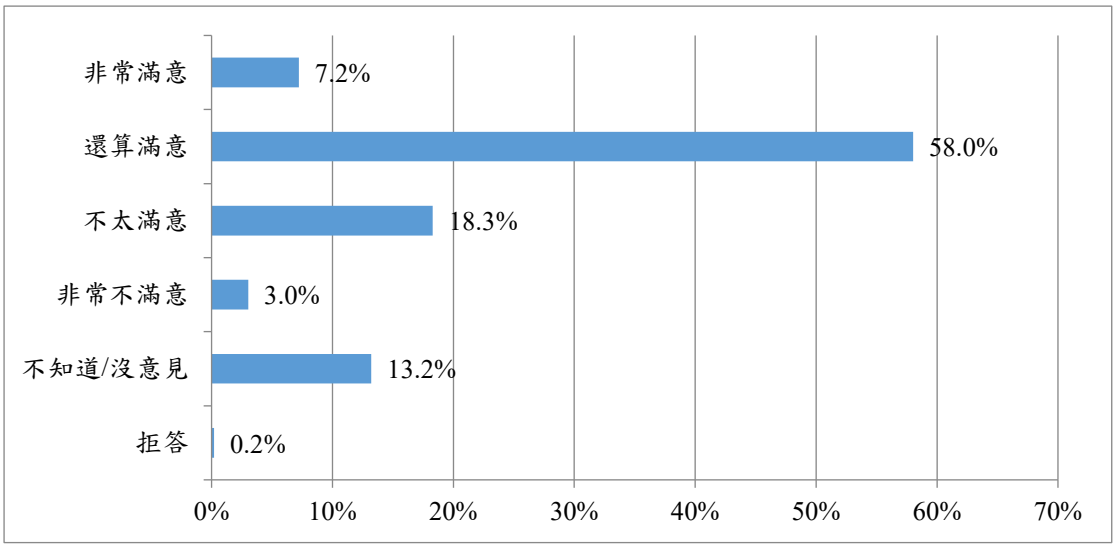
資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

(2) 播放數量滿意度

民眾對於近一年本國製戲劇類節目的播送數量，則有 65.2%表示滿意，21.3%表示不滿意（參照圖 4-13），且卡方檢定結果顯示，滿意

度於年齡、教育程度達顯著差異[132]。



Base: N=2,000（本國製電視節目中較常收看戲劇類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-13 對近一年本國製戲劇類節目數量滿意度

進一步檢視，就年齡區分，民眾對播放數量滿意的比例大致隨年齡增加而遞減，以 13-19 歲的比例最高（89.3%），70 歲以上比例最低（51.1%）；而民眾不知道或沒意見的占比則是隨年齡增加而遞增，以 13-19 歲比例最低（2.2%），70 歲以上比例最高（35.4%）。就教育程度區分，不論程度皆有 5 成 5 以上民眾表示滿意，其中以高中職程度占比最高（67.8%）；而不滿意者，以碩士以上程度比例最高（29.1%），小學及以下程度比例最低（14.1%）（參照表 4-10）。

[132] 年齡及教育程度經卡方檢定達顯著水準，且兩者 p-value 皆小於 0.001。

表 4-10 對本國製戲劇類節目數量滿意度（依年齡、教育程度）

	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
年齡 ***				
13-19 歲	192	89.3%	8.5%	2.2%
20-29 歲	275	77.4%	15.2%	6.9%
30-39 歲	346	69.0%	23.2%	7.6%
40-49 歲	428	61.7%	26.3%	11.8%
50-59 歲	393	56.1%	27.7%	16.1%
60-69 歲	239	56.3%	20.9%	22.6%
70 歲以上	120	51.1%	12.9%	35.4%
教育程度 ***				
小學及以下	186	65.0%	14.1%	20.5%
國中或初中	218	63.6%	18.2%	17.5%
高中職	638	67.8%	20.7%	11.2%
專科	268	63.0%	24.9%	12.1%
大學	568	65.6%	22.5%	11.9%
碩士以上	113	58.7%	29.1%	12.3%

資料來源：本研究

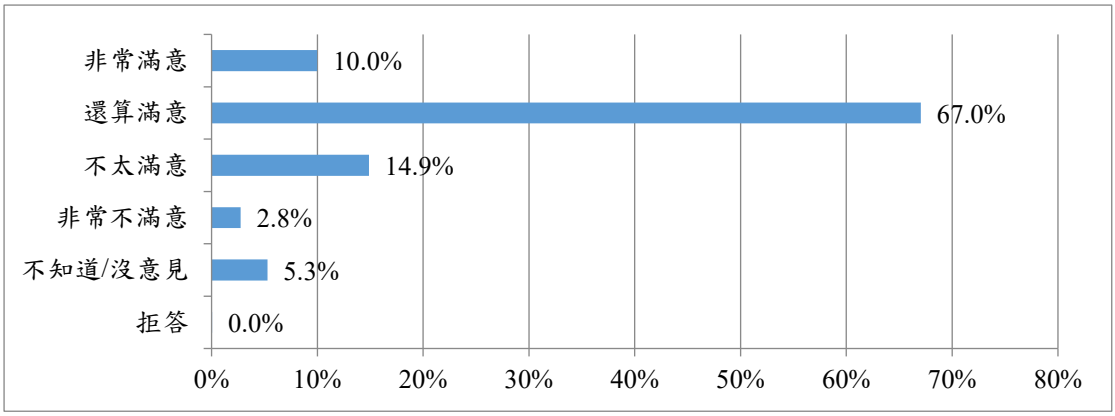
註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

(3) 整體滿意度

整體而言，有 77%的民眾對本國製戲劇類節目滿意（參照圖 4-14），且卡方檢定結果顯示，滿意度於年齡、教育程度達顯著差異[133]。

進一步檢視，就年齡區分，各年齡層皆有超過 6 成 5 民眾對整體本國製戲劇節目滿意，13-19 歲的比例更高達 92.7%；而不滿意者，以 50-59 歲比例最高，占 28.8%。就教育程度區分，不論程度皆有 7 成以上民眾表示滿意，其中以碩士以上程度占比最高，達 82.8%；表示不滿意者，以專科程度比例最高，占 23.4%（參照表 4-11）。

[133] 年齡及教育程度經卡方檢定達顯著水準，且兩者 p-value 皆小於 0.001。



Base: N=2,000（本國製電視節目中較常收看戲劇類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-14 對近一年本國製戲劇類節目整體滿意度

表 4-11 對本國製戲劇類節目整體滿意度（依年齡、教育程度）

	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
年齡 ***				
13-19 歲	192	92.7%	4.6%	2.7%
20-29 歲	275	89.3%	9.6%	1.1%
30-39 歲	346	81.4%	14.0%	4.6%
40-49 歲	428	76.4%	20.4%	3.2%
50-59 歲	393	65.9%	28.8%	5.3%
60-69 歲	239	68.1%	21.9%	10.0%
70 歲以上	120	68.8%	12.7%	18.5%
教育程度 ***				
小學及以下	186	77.3%	10.6%	11.6%
國中或初中	218	71.4%	20.3%	8.3%
高中職	638	77.6%	17.8%	4.6%
專科	268	72.8%	23.4%	3.9%
大學	568	79.7%	16.8%	3.4%
碩士以上	113	82.8%	13.5%	3.7%

資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

4.收看次數與內容品質滿意度之關聯

經由卡方檢定結果顯示，民眾對本國製戲劇類節目滿意度，與收

看次數有所關聯[134]。

從調查結果發現，收看本國製戲劇類節目次數變多的民眾，對本國製戲劇類節目內容品質滿意的比例最高，達 91%，其次為收看次數沒有改變者（76%），而收看次數變少者滿意的比例僅占 54.3%（參照表 4-12）。

表 4-12 本國製戲劇類節目收看次數與內容品質滿意度交叉表

滿意度 / 收看次數 ***	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
變少	433	54.3%	26.2%	19.5%
變多	349	91.0%	3.4%	5.6%
沒有改變	1,174	76.0%	9.5%	14.4%
不知道/沒意見	45	56.3%	9.0%	34.6%

資料來源：本研究

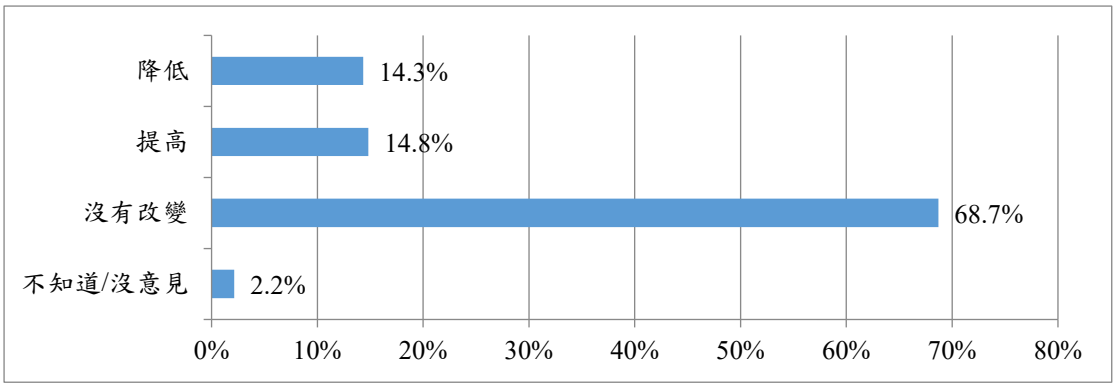
註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

(三)較常收看本國製綜藝節目者

1.收視意願

依據本次調查結果，有 68.7%的民眾收視本國製綜藝類節目的意願沒有改變，14.8%意願提高，14.3%意願降低（參照圖 4-15），且卡方檢定結果顯示，收視意願於年齡、教育程度及居住地區達顯著差異[135]。

[134] 收看本國製戲劇類節目次數經卡方檢定達顯著水準，且 p-value 小於 0.001。
[135] 年齡、教育程度及居住地區經卡方檢定達顯著水準，其中年齡 p-value 小於 0.01，教育程度及居住地區 p-value 皆小於 0.001。



Base: N=2,228（本國製電視節目中較常收看綜藝類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-15 去年至今對本國製綜藝類節目的收視意願

進一步檢視，就年齡區分，各年齡層皆有超過 6 成表示收視本國製綜藝類節目的意願沒有改變，其中以 40-49 歲占比最高（72.8%）；意願提高者，以 13-19 歲的比例（24.7%）明顯高於其他年齡層；意願降低者，則以 50-59 歲比例最高（17.5%）。

就教育程度區分，不論程度皆有 5 成 5 以上民眾的收視意願沒有改變，其中以大學程度的比例最高（70.6%）；意願提高者，比例隨教育程度上升而遞減，以小學及以下程度的比例最高（23.2%），碩士以上程度比例最低（10.8%）；意願降低者，以碩士以上程度比例最高（25.8%），且和其他程度者有明顯差距。

就居住地區而言，除了花蓮縣過半數（53.4%）民眾表示收視本國製綜藝類節目的意願提高外，其他地區民眾大多表示收視意願沒有改變，其中苗栗縣比例更高達 82.4%；而意願降低者，以澎湖縣比例最高（32.7%），其次為宜蘭縣（24.6%）（參照表 4-13）。

表 4-13 本國綜藝節目收視意願（依年齡、教育程度、居住地區）

	樣本數	降低	提高	沒有改變	不知道/沒意見
年齡 **					
13-19 歲	221	10.3%	24.7%	64.3%	0.7%
20-29 歲	443	15.6%	16.1%	67.5%	0.8%
30-39 歲	528	14.0%	13.9%	71.9%	0.1%
40-49 歲	449	13.3%	12.8%	72.8%	1.1%
50-59 歲	326	17.5%	12.9%	66.5%	3.1%
60-69 歲	185	15.6%	10.7%	62.9%	10.7%
70 歲以上	74	8.7%	15.4%	65.8%	10.1%
教育程度 ***					
小學及以下	90	8.8%	23.2%	55.1%	13.0%
國中或初中	179	7.3%	18.2%	68.2%	6.2%
高中職	617	12.2%	16.8%	68.6%	2.4%
專科	315	15.1%	13.8%	70.3%	0.8%
大學	846	15.6%	13.2%	70.6%	0.6%
碩士以上	164	25.8%	10.8%	61.8%	1.7%
居住地區 ***					
新北市	448	15.4%	13.9%	69.0%	1.7%
臺北市	205	16.2%	15.4%	65.8%	2.5%
桃園市	199	13.6%	10.3%	75.6%	0.6%
臺中市	251	14.3%	13.8%	68.2%	3.8%
臺南市	178	15.0%	15.8%	67.2%	1.9%
高雄市	270	13.5%	14.4%	69.6%	2.6%
宜蘭縣	34	24.6%	20.9%	48.3%	6.2%
新竹縣	56	2.3%	18.3%	77.5%	1.9%
苗栗縣	64	4.6%	10.9%	82.4%	2.1%
彰化縣	132	14.0%	14.9%	69.5%	1.5%
南投縣	50	16.0%	2.6%	79.4%	2.0%
雲林縣	59	19.1%	13.3%	63.7%	3.9%
嘉義縣	48	17.3%	29.7%	50.9%	2.2%
屏東縣	68	10.3%	13.3%	71.9%	4.5%
臺東縣	16	9.7%	17.3%	73.0%	-
花蓮縣	21	7.0%	53.4%	39.6%	-
澎湖縣	8	32.7%	-	67.3%	-
基隆市	30	13.7%	8.2%	78.1%	-
新竹市	52	19.3%	22.3%	58.5%	-

	樣本數	降低	提高	沒有改變	不知道/沒意見
嘉義市	33	15.9%	28.9%	55.2%	-
金門縣	4	-	-	100.0%	-
連江縣	-	-	-	-	-

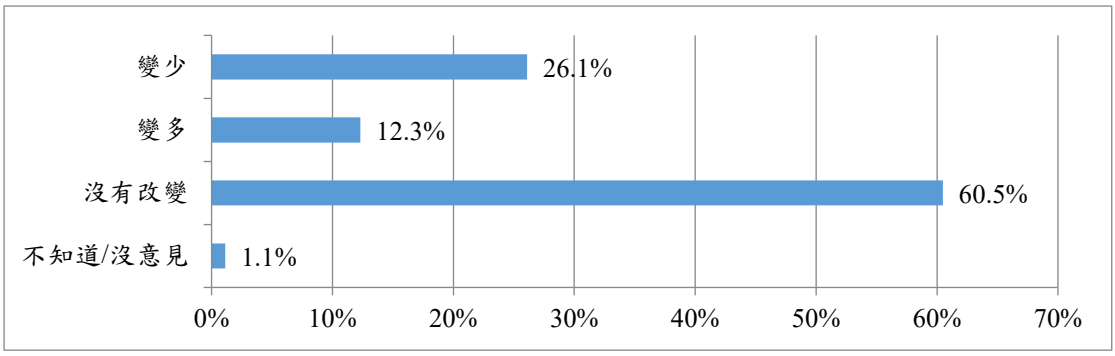
資料來源：本研究

註：1. 卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，**$p < 0.01$，***$p < 0.001$。

2. 金門縣本題樣本數不足 5。

2.收看次數

在收看本國製綜藝類節目的次數方面，約 6 成（60.5%）民眾表示次數沒有改變，26.1%表示變少，12.3%表示變多（參照圖 4-16），且卡方檢定結果顯示，收看次數於居住地區達顯著差異[136]。



Base: N=2,227（本國製電視節目中較常收看綜藝類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-16 去年至今收看本國製綜藝類節目的次數變化

進一步檢視，就居住地區而言，除了花蓮縣有約半數（50.9%）民眾表示收看本國製綜藝類節目的次數變少，其他地區皆以次數沒有改變為多數，其中又以基隆市占比最高，達 77.2%；而收看次數變多者，則以宜蘭縣比例最高（31.9%）（參照表 4-14）。

[136] 居住地區經卡方檢定達顯著水準，且 p-value 小於 0.001。

表 4-14 收看本國製綜藝類節目的次數變化（依居住地區）

	樣本數	變少	變多	沒有改變	不知道/沒意見
居住地區 ***					
新北市	448	27.9%	12.4%	59.1%	0.7%
臺北市	205	24.3%	11.5%	63.4%	0.7%
桃園市	199	27.0%	7.0%	65.5%	0.5%
臺中市	251	27.3%	10.3%	61.4%	1.0%
臺南市	178	26.3%	10.0%	61.6%	2.1%
高雄市	269	25.9%	11.1%	62.0%	1.0%
宜蘭縣	34	22.7%	31.9%	45.4%	-
新竹縣	56	16.5%	23.7%	55.3%	4.5%
苗栗縣	64	28.3%	6.1%	65.5%	-
彰化縣	132	34.6%	13.0%	51.7%	0.7%
南投縣	50	19.0%	17.3%	57.9%	5.8%
雲林縣	59	23.4%	20.1%	54.5%	2.1%
嘉義縣	48	15.7%	18.5%	61.5%	4.3%
屏東縣	68	15.8%	16.3%	66.4%	1.4%
臺東縣	16	9.7%	20.0%	70.2%	-
花蓮縣	21	50.9%	14.1%	35.0%	-
澎湖縣	8	32.7%	-	67.3%	-
基隆市	30	18.0%	4.8%	77.2%	-
新竹市	52	33.2%	16.8%	50.0%	-
嘉義市	33	21.5%	15.0%	63.5%	-
金門縣	4	-	-	100.0%	-
連江縣	-	-	-	-	-

資料來源：本研究

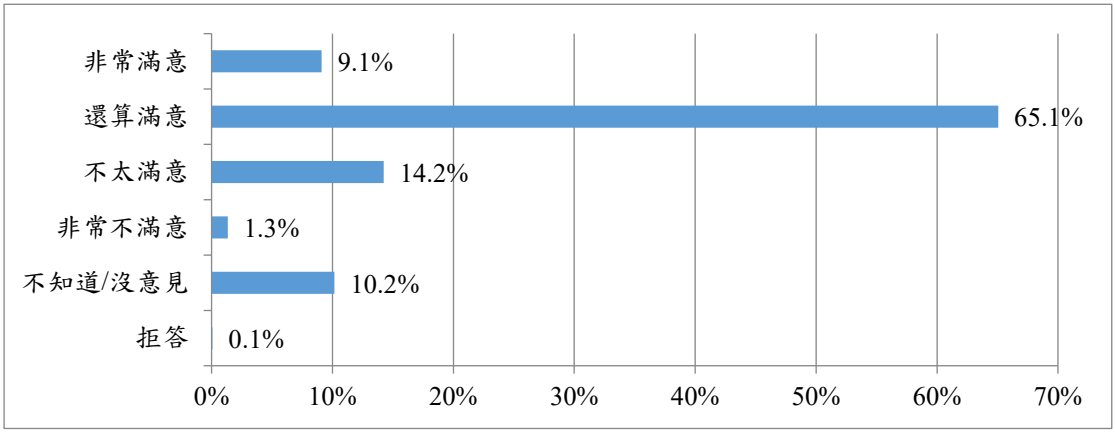
註：1. 卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

2. 金門縣本題樣本數不足 5。

3.滿意度

(1) 內容品質滿意度

民眾對於本國製綜藝類節目的內容品質，74.2%表示滿意（合計非常滿意和還算滿意，以下同），15.6%表示不滿意（合計非常不滿意和不太滿意，以下同）（參照圖 4-17），且卡方檢定結果顯示，滿意度於年齡、教育程度達顯著差異[137]。



Base: N=2,227（本國製電視節目中較常收看綜藝類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-17 對近一年本國製綜藝類節目內容品質滿意度

進一步檢視，就年齡區分，各年齡層皆有超過 6 成表示對本國製綜藝類節目的內容品質滿意，其中以 13-19 歲的占比最高，高達 90.8%；而表示不滿意者，以 50-59 歲比例最高（20.3%）。就教育程度區分，不論程度皆有 6 成 5 以上民眾表示滿意，其中以國中或初中程度的比例最高（80.1%）；而表示不滿意者，則以碩士以上程度比例

[137] 年齡及教育程度經卡方檢定達顯著水準，且兩者 p-value 皆小於 0.001。

最高（21.4%）（參照表 4-15）。

表 4-15 對本國綜藝節目內容品質滿意度（依年齡、教育程度）

	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
年齡 ***				
13-19 歲	221	90.8%	6.9%	2.3%
20-29 歲	443	76.8%	15.9%	7.3%
30-39 歲	528	76.9%	14.9%	8.2%
40-49 歲	448	71.7%	17.5%	10.9%
50-59 歲	326	66.9%	20.3%	12.5%
60-69 歲	185	62.1%	17.3%	20.5%
70 歲以上	74	67.3%	8.6%	23.1%
教育程度 ***				
小學及以下	90	72.1%	10.3%	17.6%
國中或初中	179	80.1%	6.7%	13.1%
高中職	616	78.3%	12.4%	9.2%
專科	315	73.8%	15.9%	10.2%
大學	846	71.7%	19.2%	9.0%
碩士以上	164	68.5%	21.4%	10.1%

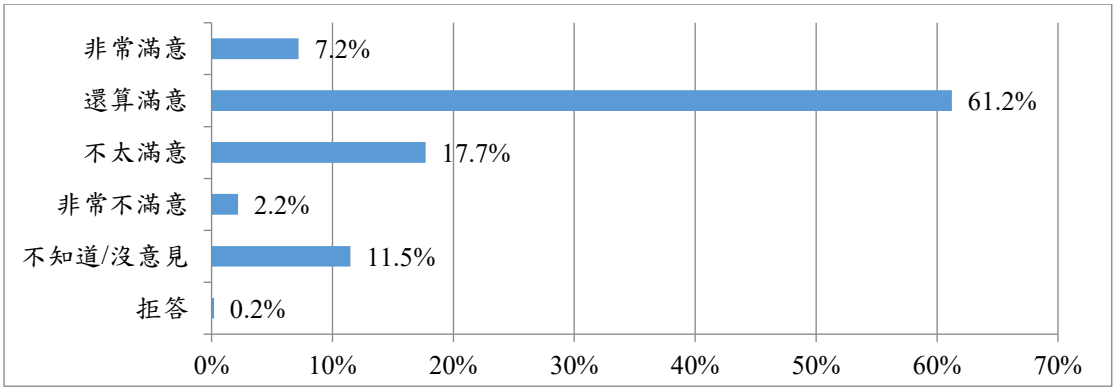
資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

(2)播放數量滿意度

民眾對於本國製綜藝類節目的播送數量，有 68.4%表示滿意，19.9%表示不滿意（參照圖 4-18），且卡方檢定結果顯示，滿意度於年齡、教育程度達顯著差異[138]。

[138] 年齡及教育程度經卡方檢定達顯著水準，且兩者 p-value 皆小於 0.001。



Base: N=2,226（本國製電視節目中較常收看綜藝類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-18 對近一年本國製綜藝類節目數量滿意度

進一步檢視，就年齡區分，各年齡層皆有半數以上民眾對本國製綜藝類節目的播送數量滿意，其中 13-19 歲比例明顯高於其他年齡層，達 90.7%；表示不滿意者，以 40-49 歲比例最高（26%）。就教育程度區分，不論教育程度皆有 5 成 5 以上民眾表示滿意，其中以高中職程度比例最高（75.6%）；而不滿意者，則以碩士以上程度的比例最高（26%）（參照表 4-16）。

表 4-16 對本國製綜藝類節目數量滿意度（依年齡、教育程度）

	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
年齡 ***				
13-19 歲	221	90.7%	4.2%	5.0%
20-29 歲	443	78.4%	16.5%	5.1%
30-39 歲	528	69.9%	22.2%	7.9%
40-49 歲	448	63.2%	26.0%	10.6%
50-59 歲	326	54.7%	24.8%	20.2%
60-69 歲	184	50.9%	20.4%	27.6%
70 歲以上	74	66.9%	10.4%	22.1%
教育程度 ***				
小學及以下	89	68.2%	9.1%	22.7%
國中或初中	179	69.4%	15.6%	13.6%

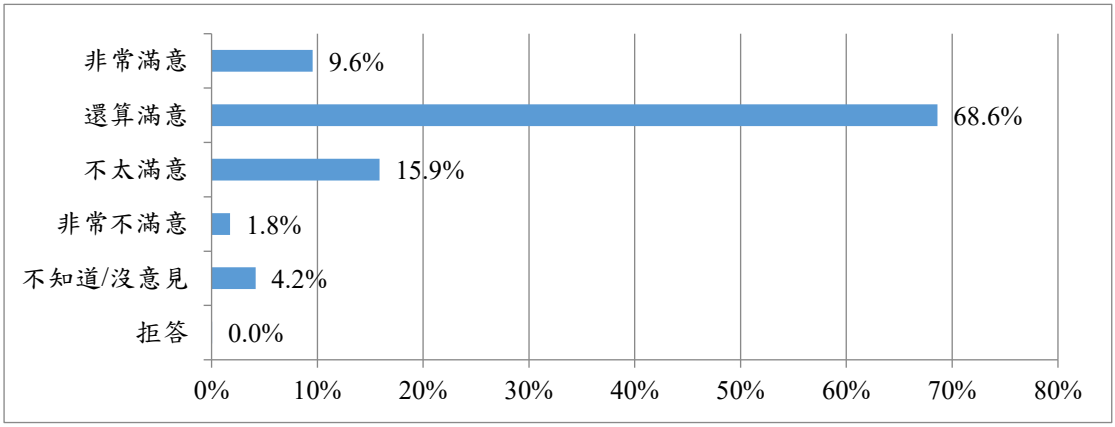
	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
高中職	616	75.6%	14.0%	10.2%
專科	315	60.6%	24.0%	15.2%
大學	846	67.7%	23.6%	8.8%
碩士以上	164	58.8%	26.0%	15.1%

資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

(3) 整體滿意度

整體而言，有近 8 成（78.2%）民眾對本國製綜藝類節目滿意（參照圖 4-19），且卡方檢定結果顯示，滿意度於年齡、教育程度達顯著差異[139]。



Base: N=2,226（本國製電視節目中較常收看綜藝類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-19 對近一年本國製綜藝類節目整體滿意度

進一步檢視，就年齡區分，各年齡層皆有超過 6 成民眾對整體本國製綜藝節目滿意，其中 13-19 歲的比例更是明顯高於其他年齡層，高達 96.8%，而不滿意者則是以 50-59 歲比例最高（27%）。就教育程

[139] 年齡及教育程度經卡方檢定達顯著水準，且兩者 p-value 皆小於 0.001。

度區分，不論程度皆有 7 成以上表示滿意，其中以國中或初中程度的比例最高，達 83%；表示不滿意者，則以碩士以上程度的比例最高（23.7%）（參照表 4-17）。

表 4-17 對本國製綜藝類節目整體滿意度（依年齡、教育程度）

	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
年齡 ***				
13-19 歲	221	96.8%	2.5%	0.7%
20-29 歲	443	84.9%	13.2%	1.8%
30-39 歲	528	79.6%	18.6%	1.8%
40-49 歲	448	75.6%	21.3%	3.0%
50-59 歲	326	66.7%	27.0%	6.3%
60-69 歲	184	63.4%	21.6%	14.4%
70 歲以上	74	75.7%	7.3%	17.0%
教育程度 ***				
小學及以下	89	75.3%	9.7%	15.0%
國中或初中	179	83.0%	11.4%	5.6%
高中職	616	82.2%	13.9%	3.7%
專科	315	74.6%	21.9%	3.5%
大學	846	77.4%	19.8%	2.8%
碩士以上	164	71.9%	23.7%	4.4%

資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，**$p < 0.01$，***$p < 0.001$。

4.收看次數與內容品質滿意度之關聯

經由卡方檢定結果顯示，民眾對本國製電影類節目滿意度，與收看次數有所關聯[140]。

從調查結果發現，收看本國製綜藝類節目次數變多的民眾，對本國製綜藝類節目內容品質滿意的比例最高，達 91.1%，其次為收看次

[140] 收看本國製綜藝類節目次數經卡方檢定達顯著水準，且 p-value 小於 0.001。

數沒有改變者（80.1%），而收看次數變少者滿意的比例僅占 53.3%。

表 4-18 本國製綜藝類節目收看次數與內容品質滿意度交叉表

滿意度 / 收看次數 ***	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
變少	581	53.3%	35.4%	11.2%
變多	274	91.1%	5.7%	3.2%
沒有改變	1,347	80.1%	9.2%	10.5%
不知道/沒意見	25	52.4%	4.4%	43.3%

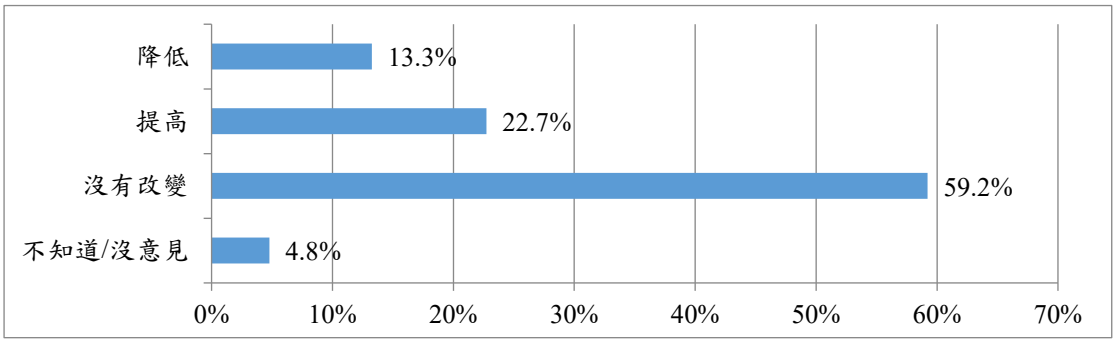
資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，**$p < 0.01$，***$p < 0.001$。

(四)較常收看本國製兒童節目者

1.收視意願

依據本次調查結果，近 6 成（59.2%）民眾表示收看本國製兒童類節目的意願沒有改變，22.7%表示意願提高，13.3%表示意願降低（參照圖 4-20），且卡方檢定結果顯示，收視意願於性別達顯著差異[141]。



Base: N=312（本國製電視節目中較常收看兒童類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-20 去年至今對本國製兒童類節目的收視意願

[141] 性別經卡方檢定達顯著水準，且 p-value 小於 0.05。

進一步檢視，就性別區分，兩者皆以意願沒有改變為多數，但男性占比（68.5%）高於女性（54.9%），而女性無論是意願提高（24.3%）或降低（16.7%）的比例皆高於男性（分別為 19.4%和 5.8%）（參照表 4-19）。

表 4-19 對本國製兒童類節目的收視意願（依性別）

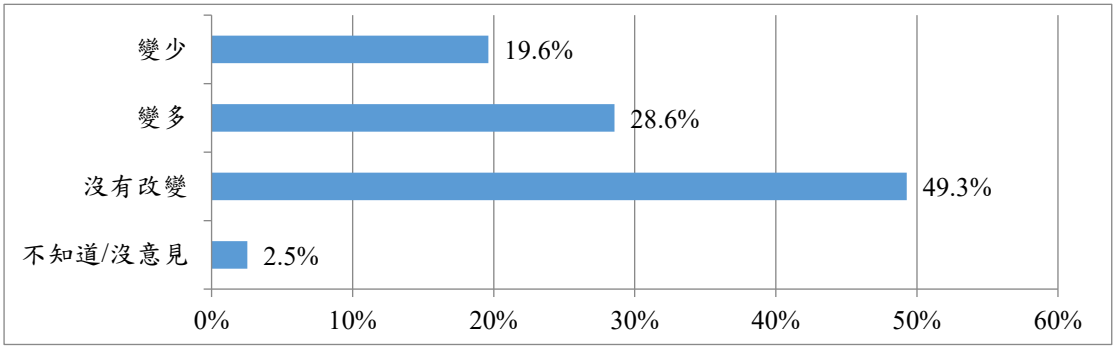
	樣本數	降低	提高	沒有改變	不知道/沒意見
性別 *					
男性	98	5.8%	19.4%	68.5%	6.3%
女性	214	16.7%	24.3%	54.9%	4.1%

資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

2.收看次數

在收看本國製兒童類節目的次數方面，近半數（49.3%）民眾表示次數沒有改變，28.6%表示變多，19.6%表示變少（參照圖 4-21），且卡方檢定結果顯示，收看次數於性別、教育程度達顯著差異[142]。



Base: N=312（本國製電視節目中較常收看兒童類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-21 去年至今收看本國製兒童類節目的次數變化

[142] 性別及教育程度經卡方檢定達顯著水準，且兩者 p-value 皆小於 0.01。

進一步檢視，就性別區分，儘管兩者皆以收看本國製兒童類節目的次數沒有改變為多數，男性的占比(62.5%)明顯高於女性(43.2%)，而女性不論是次數變多（32.5%）或變少（22.4%）的比例皆高於男性（分別為 19.9%和 13.6%)。就教育程度區分，除了專科程度民眾以收看次數變多所占比例最高（35.5%）外，其他程度者皆以沒有改變為多數，其中小學及以下程度（86%）和碩士以上程度（75.3%）的比例特別突出；而次數變少者，以高中職程度的比例最高（26.9%)（參照表 4-20)。

表 4-20 收看本國製兒童類節目的次數變化（依性別、教育程度）

	樣本數	變少	變多	沒有改變	不知道/沒意見
性別 **					
男性	98	13.6%	19.9%	62.5%	3.9%
女性	214	22.4%	32.5%	43.2%	1.9%
教育程度 **					
小學及以下	14	5.6%	8.4%	86.0%	-
國中或初中	28	20.7%	31.3%	35.9%	12.1%
高中職	92	26.9%	26.0%	44.9%	2.2%
專科	42	26.0%	35.5%	35.1%	3.4%
大學	104	15.5%	33.3%	51.2%	-
碩士以上	29	6.5%	14.5%	75.3%	3.7%

資料來源：本研究

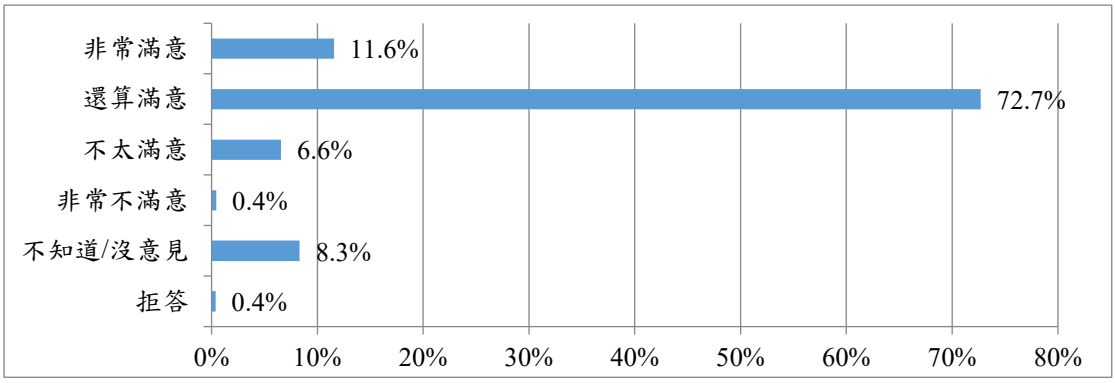
註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，**$p < 0.01$，***$p < 0.001$。

3.滿意度

(1) 內容品質滿意度

民眾對於本國製兒童類節目的內容品質，高達 84.3%表示滿意

（合計非常滿意和還算滿意，以下同），僅有 7%表示不滿意（合計非常不滿意和不太滿意，以下同）（參照圖 4-22）。



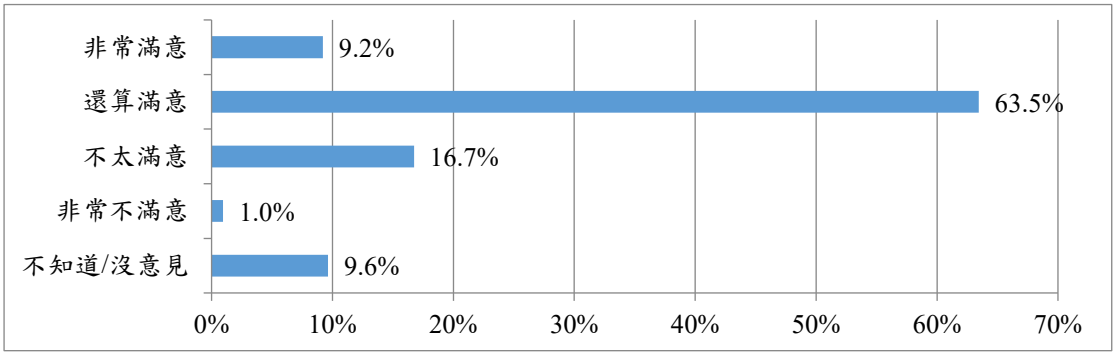
Base: N=312（本國製電視節目中較常收看兒童類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-22 對近一年本國製兒童類節目內容品質滿意度

(2) 播放數量滿意度

民眾對於本國製兒童類節目的播送數量，有 72.7%表示滿意，17.7%表示不滿意（參照圖 4-23），且卡方檢定結果顯示，滿意度於性別達顯著差異[143]。



Base: N=312（本國製電視節目中較常收看兒童類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-23 對近一年本國製兒童類節目數量滿意度

[143] 性別經卡方檢定達顯著水準，且 p-value 小於 0.05。

進一步檢視，就性別區分，男性滿意播送數量的比例（74.3%）略高於女性(71.9%)，而兩者不滿意的比例則非常相近，分別為 17.2%和 17.9%（參照表 4-21）。

表 4-21 對本國製兒童類節目數量滿意度（依性別）

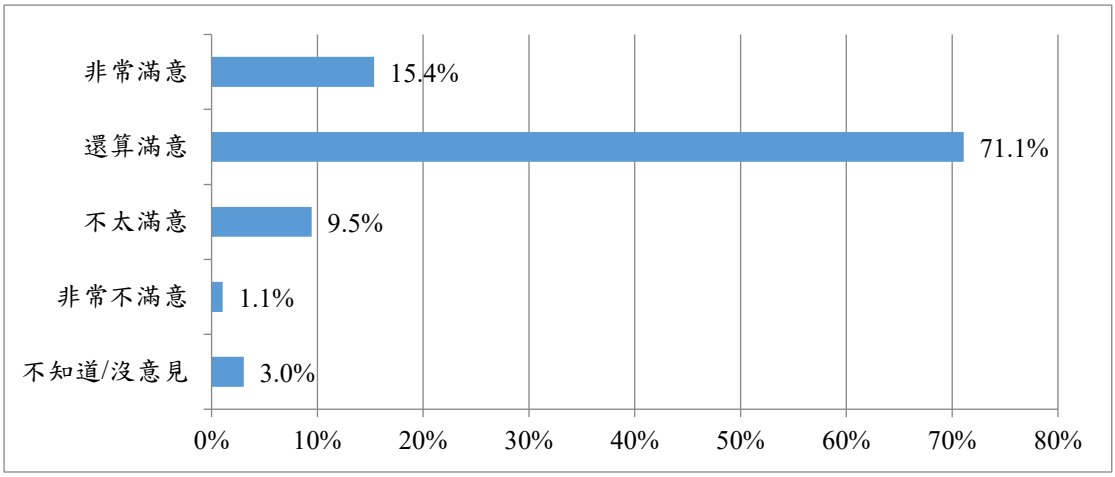
	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
性別 *				
男性	98	74.3%	17.2%	8.4%
女性	214	71.9%	17.9%	10.2%

資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

(3) 整體滿意度

整體而言，高達 86.5%民眾對本國製兒童類節目滿意，僅有 10.5%不滿意（參照圖 4-24）。



Base: N=312（本國製電視節目中較常收看兒童類節目者）

資料來源：本研究

圖 4-24 對近一年本國製兒童類節目整體滿意度

4.收看次數與內容品質滿意度之關聯

民眾對本國製兒童類節目的內容品質滿意與否，可能與其收看節目的次數有所關聯。從調查結果發現，收看本國製兒童類節目次數變多的民眾，對本國製兒童類節目內容品質滿意的比例最高，達 93.3%，其次為收看次數沒有改變者（87.3%），而收看次數變少者滿意的比例僅占 69.4%。

表 4-22 本國製兒童類節目收看次數與內容品質滿意度交叉表

滿意度 / 收看次數 a	樣本數	滿意	不滿意	不知道/沒意見
變少	61	69.4%	21.2%	9.3%
變多	89	93.3%	2.1%	4.6%
沒有改變	154	87.3%	3.9%	8.1%
不知道/沒意見	8	39.5%	12.9%	47.6%

資料來源：本研究

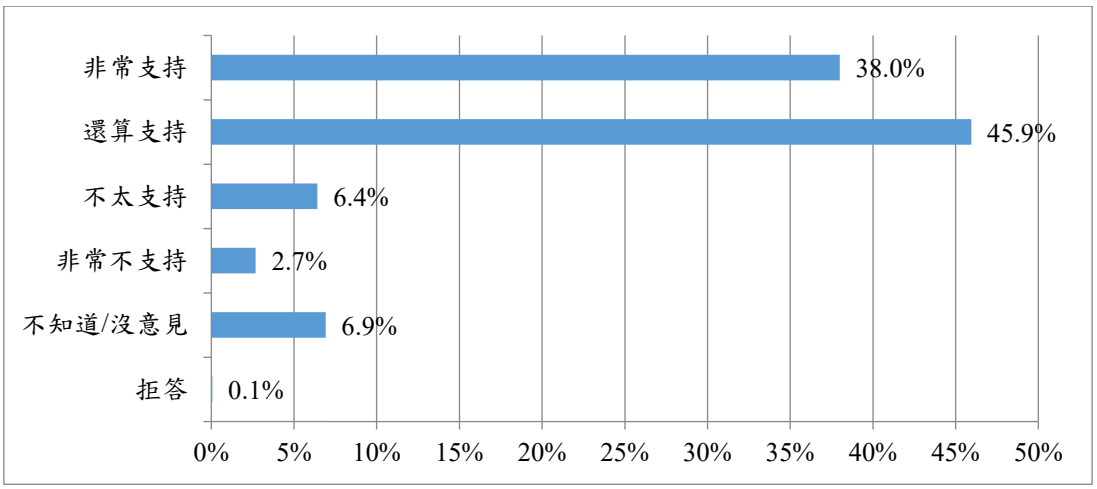
註：a 表示該變數的組內期望值小於 5 之細格比例超過 25%，不適合進行卡方檢定。

三、法規內容知悉度

(1) 政府規定支持度

為扶植國內節目製作，NCC 從去年 1 月開始，要求無線電視及衛星頻道節目於主要及指定時段，必須播送一定比例以上的本國自製節目。對於這項規定，83.9%民眾表示支持（合計非常支持與還算支持，以下同），僅有 9.1%表示不支持（合計非常不支持與不太支持，以下同）（參照圖 4-25），且卡方檢定結果顯示，民眾對這項規定的支

持度於性別、年齡、教育程度達顯著差異[144]。



Base: N=4,223（常收看本國製電視節目者）

資料來源：本研究

圖 4-25 「播送一定比例以上的本國自製節目」政府規定支持度

進一步檢視，就性別區分，女性表示支持這項規定的比例（85.2%）高於男性（82.5%）。就年齡區分，各年齡層民眾皆表示支持，但支持的比例隨年齡增加而遞減，以 16-19 歲最高（87.3%），70 歲以上最低（69.7%），不支持的比例則以 50-59 歲最高（12.7%）。就教育程度區分，不論程度皆表示支持，且其中除了碩士以上程度（83.2%）外，支持的比例隨教育程度提高而遞增，以大學程度最高（86.9%），小學及以下程度最低（69.9%），而不支持的比例則以碩士以上程度最高（11.8%）（參照表 4-23）。

[144] 性別、年齡及教育程度經卡方檢定達顯著水準，其中性別及年齡 p-value 皆小於 0.001，教育程度 p-value 小於 0.01。

表 4-23 「播送一定比例以上的本國自製節目」政府規定支持度（依性別、年齡、教育程度）

	樣本數	支持	不支持	不知道/沒意見
性別 ***				
男性	1,980	82.5%	10.6%	6.8%
女性	2,243	85.2%	7.8%	7.0%
年齡 ***				
13-19 歲	411	87.3%	7.1%	5.1%
20-29 歲	742	86.9%	8.7%	4.4%
30-39 歲	889	86.3%	7.5%	6.2%
40-49 歲	866	86.3%	8.7%	4.9%
50-59 歲	688	80.7%	12.7%	6.6%
60-69 歲	428	78.0%	9.7%	12.3%
70 歲以上	190	69.7%	9.8%	20.5%
教育程度 **				
小學及以下	262	69.9%	9.7%	20.4%
國中或初中	406	81.8%	9.1%	9.1%
高中職	1,233	83.7%	8.8%	7.3%
專科	540	86.4%	8.6%	5.1%
大學	1,455	86.9%	8.8%	4.3%
碩士以上	304	83.2%	11.8%	5.0%

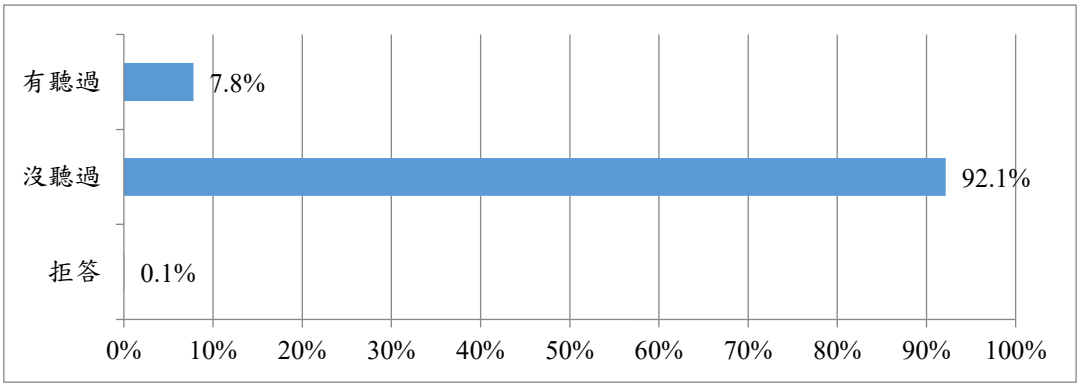
資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，**$p < 0.01$，***$p < 0.001$。

(2) 兩項辦法知悉度

NCC 在 106 年 1 月 8 號開始實施《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》與《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》等兩項政策。在本調查詢問之前，有聽說過這兩項辦法的民眾僅占 7.8%，有高達 92.1%表示沒聽說過（參照圖 4-26），且卡方檢定結果顯示，民眾是否聽過這兩項辦法於性別、年齡、教育程度及居住地區

皆達顯著差異[145]。



Base: N=4,223（常收看本國製電視節目者）

資料來源：本研究

圖 4-26 對 NCC 兩項辦法知悉度

進一步檢視，就性別區分，男性有聽說過這兩項辦法的比例（8.7%）略高於女性（7.1%）。就年齡區分，60-69 歲有聽說過的比例最高（11.3%），13-19 歲比例最低（4.1%）。就教育程度區分，碩士以上程度有聽說過的比例最高（12.7%），小學及以下程度比例最低（6%）。就居住地區而言，雲林縣民眾有聽說過這兩項辦法的比例最高，占 16.7%，新竹市民眾比例最低，僅占 2.7%（參照表 4-24）。

[145] 性別、年齡、教育程度及居住地區經卡方檢定達顯著水準，其中性別及教育程度 p-value 皆小於 0.05，年齡及居住地區 p-value 皆小於 0.001。

表 4-24 兩項辦法知悉度（依性別、年齡、教育程度、居住地區）

	樣本數	有聽過	沒聽過
性別 *			
男性	1,980	8.7%	91.2%
女性	2,243	7.1%	92.9%
年齡 ***			
13-19 歲	411	4.1%	95.9%
20-29 歲	742	6.7%	93.3%
30-39 歲	889	4.3%	95.7%
40-49 歲	866	9.3%	90.7%
50-59 歲	688	11.2%	88.7%
60-69 歲	428	11.3%	88.4%
70 歲以上	190	10.0%	90.0%
教育程度 *			
小學及以下	262	6.0%	93.6%
國中或初中	406	6.9%	93.0%
高中職	1,233	8.0%	92.0%
專科	540	8.6%	91.4%
大學	1,455	7.0%	93.0%
碩士以上	304	12.7%	87.3%
居住地區 ***			
新北市	777	8.5%	91.5%
臺北市	394	8.5%	91.5%
桃園市	374	7.1%	92.9%
臺中市	479	7.9%	92.1%
臺南市	356	6.4%	93.6%
高雄市	517	5.0%	94.8%
宜蘭縣	86	12.8%	87.2%
新竹縣	100	7.4%	92.6%
苗栗縣	104	11.1%	88.9%
彰化縣	244	7.6%	92.4%
南投縣	88	8.7%	91.3%
雲林縣	125	16.7%	82.5%
嘉義縣	98	13.9%	86.1%
屏東縣	143	4.2%	95.8%
臺東縣	35	10.2%	89.8%

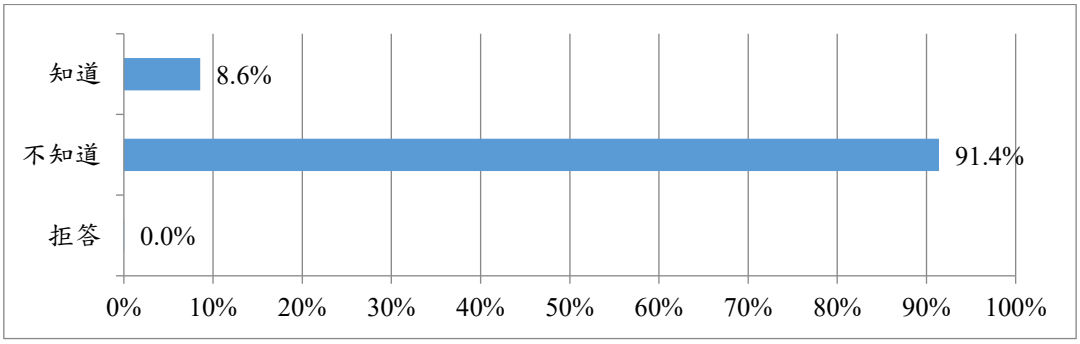
	樣本數	有聽過	沒聽過
花蓮縣	45	2.9%	97.1%
澎湖縣	18	10.5%	89.5%
基隆市	64	12.2%	87.8%
新竹市	90	2.7%	97.3%
嘉義市	55	6.1%	93.9%
金門縣	30	-	100.0%
連江縣	-	-	-

資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

(3) 兩項辦法成立目的知悉度

在本調查詢問之前，僅有 8.6%民眾知道這兩項辦法的成立目的，超過 9 成（91.4%）不知道（參照圖 4-27），且卡方檢定結果顯示，民眾是否知道成立目的於年齡、教育程度達顯著差異[146]。



Base: N=4,223（常收看本國製電視節目者）

資料來源：本研究

圖 4-27 對 NCC 兩項辦法成立目的知悉度

進一步檢視，就年齡區分，50-59 歲知道的比例最高（11.1%），13-19 歲比例最低（4.7%）。就教育程度區分，碩士以上程度知道的比例最高（13.4%），小學及以下程度僅占 3.4%（參照表 4-25）。

[146] 年齡及教育程度經卡方檢定達顯著水準，且兩者 p-value 皆小於 0.001。

表 4-25 兩項辦法成立目的知悉度（依年齡、教育程度）

	樣本數	知道	不知道
年齡 ***			
13-19 歲	411	4.7%	95.3%
20-29 歲	742	4.8%	95.2%
30-39 歲	889	8.2%	91.8%
40-49 歲	866	10.8%	89.2%
50-59 歲	688	11.1%	88.9%
60-69 歲	428	10.7%	89.0%
70 歲以上	190	8.8%	91.2%
教育程度 ***			
小學及以下	262	3.4%	96.6%
國中或初中	406	7.1%	92.9%
高中職	1,233	7.5%	92.5%
專科	540	12.2%	87.8%
大學	1,455	8.5%	91.4%
碩士以上	304	13.4%	86.6%

資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

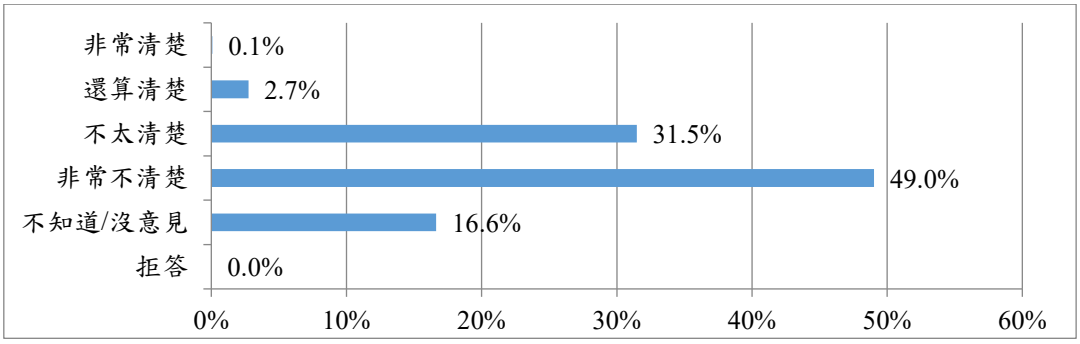
(4) 兩項辦法管理內容清楚度

對於《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》與《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》管理的內容，在本調查詢問之前有約 8 成（80.5%）民眾表示不清楚（合計非常不清楚與不太清楚，以下同），清楚者僅占 2.8%（合計非常清楚與還算清楚，以下同）（參照圖 4-28），且卡方檢定結果顯示，民眾對這兩項辦法管理內容的清楚度於年齡、教育程度達顯著差異[147]。

進一步檢視，就年齡區分，各年齡層清楚這兩項辦法管理內容的

[147] 年齡及教育程度經卡方檢定達顯著水準，且兩者 p-value 皆小於 0.001。

比例皆不到 5%，而不清楚的比例以 13-19 歲最高（88.8%）。就教育程度區分，各程度民眾清楚這兩項辦法管理內容的比例同樣不到 5%，其中國中或初中程度不清楚的比例最高（83.4%）（參照表 4-26）。



Base: N=4,223（常收看本國製電視節目者）

資料來源：本研究

圖 4-28 對 NCC 兩項辦法管理內容清楚度

表 4-26 對 NCC 兩項辦法管理內容清楚度（依年齡、教育程度）

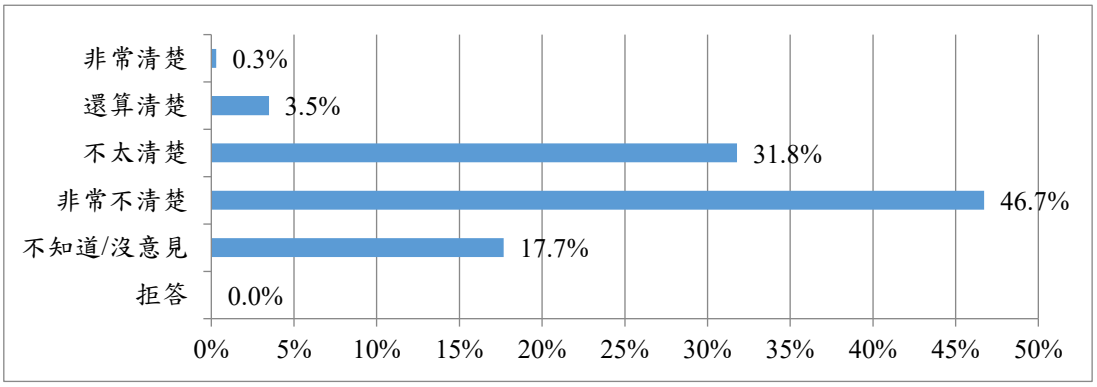
	樣本數	清楚	不清楚	不知道/沒意見
年齡 ***				
13-19 歲	411	4.0%	88.8%	7.1%
20-29 歲	742	2.9%	78.9%	18.3%
30-39 歲	889	2.5%	74.7%	22.8%
40-49 歲	866	3.6%	78.9%	17.5%
50-59 歲	688	1.8%	83.6%	14.5%
60-69 歲	428	2.8%	84.9%	12.4%
70 歲以上	190	1.4%	83.6%	14.6%
教育程度 ***				
小學及以下	262	2.7%	80.9%	16.5%
國中或初中	406	3.1%	83.4%	13.5%
高中職	1,233	2.5%	80.9%	16.5%
專科	540	2.7%	81.0%	16.2%
大學	1,455	2.9%	80.1%	16.9%
碩士以上	304	3.4%	76.2%	20.4%

資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，**$p < 0.01$，***$p < 0.001$。

(5) 兩項辦法管理類型清楚度

關於這兩項辦法對本國自製節目管理的類型，在本調查詢問之前，有 78.5%民眾表示不清楚，僅有 3.8%表示清楚（參照圖 4-29），且卡方檢定結果顯示，民眾對這兩項辦法管理類型的清楚度於年齡、教育程度達顯著差異[148]。



Base: N=4,223（常收看本國製電視節目者）

資料來源：本研究

圖 4-29 關於 NCC 兩項辦法對本國自製節目管理類型清楚度

進一步檢視，就年齡區分，70 歲以上民眾清楚這兩項辦法管理類型的比例最高（7.2%），13-19 歲次之（6.3%），其他年齡層清楚的比例則都不到 5%。就教育程度區分，小學及以下程度清楚管理類型的比例最高（5.3%），其次為國中或初中程度（5.1%），但不清楚的比例以國中或初中程度最高，是唯一超過 8 成者（83.8%）（參照表 4-27）。

[148] 年齡及教育程度經卡方檢定達顯著水準，且兩者 p-value 皆小於 0.001。

表 4-27 對 NCC 兩項辦法管理類型清楚度（依年齡、教育程度）

	樣本數	清楚	不清楚	不知道/沒意見
年齡 ***				
13-19 歲	411	6.3%	88.5%	5.2%
20-29 歲	742	3.3%	77.1%	19.6%
30-39 歲	889	2.5%	72.6%	24.8%
40-49 歲	866	3.3%	78.6%	18.2%
50-59 歲	688	3.2%	80.4%	16.4%
60-69 歲	428	4.9%	81.8%	13.3%
70 歲以上	190	7.2%	75.7%	16.6%
教育程度 ***				
小學及以下	262	5.3%	75.0%	19.3%
國中或初中	406	5.1%	83.8%	11.1%
高中職	1,233	5.0%	77.4%	17.7%
專科	540	3.5%	78.5%	18.0%
大學	1,455	2.3%	79.6%	18.1%
碩士以上	304	3.6%	74.7%	21.7%

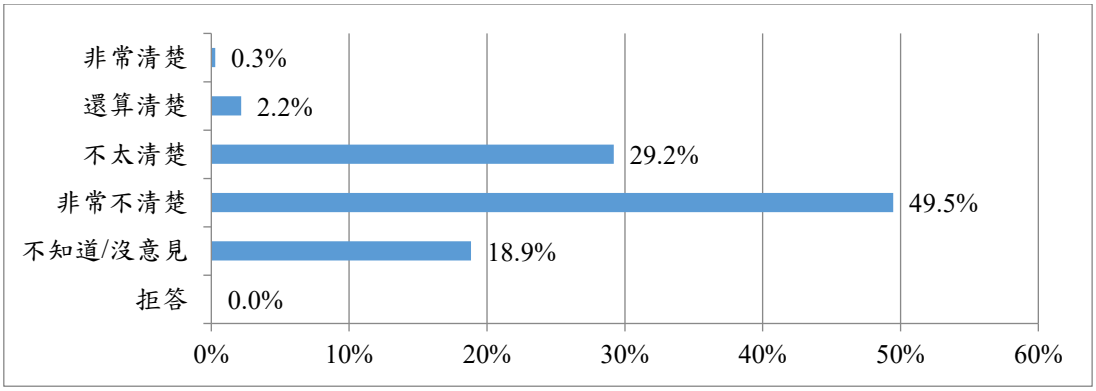
資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

(6) 兩項辦法管理比例清楚度

關於這兩項辦法對本國自製節目管理的比例，在本調查詢問之前，有 78.7%民眾不清楚，清楚者僅占 2.5%（參照圖 4-30），且卡方檢定結果顯示，民眾對這兩項辦法管理比例的清楚度於教育程度達顯著差異[149]。

[149] 教育程度經卡方檢定達顯著水準，且 p-value 小於 0.001。



Base: N=4,223（常收看本國製電視節目者）

資料來源：本研究

圖 4-30 關於 NCC 兩項辦法對本國自製節目管理比例清楚度

就教育程度區分，各程度清楚的比例皆不到 5%，而不清楚的比例以國中或初中程度最高，是唯一超過 8 成者（82.6%）（參照表 4-28）。

表 4-28 對 NCC 兩項辦法管理比例清楚度（依教育程度）

	樣本數	清楚	不清楚	不知道/沒意見
教育程度 ***				
小學及以下	262	4.0%	77.3%	18.4%
國中或初中	406	4.2%	82.6%	13.1%
高中職	1,233	2.9%	77.3%	19.9%
專科	540	2.5%	78.5%	19.0%
大學	1,455	1.5%	79.5%	19.0%
碩士以上	304	1.7%	76.7%	21.7%

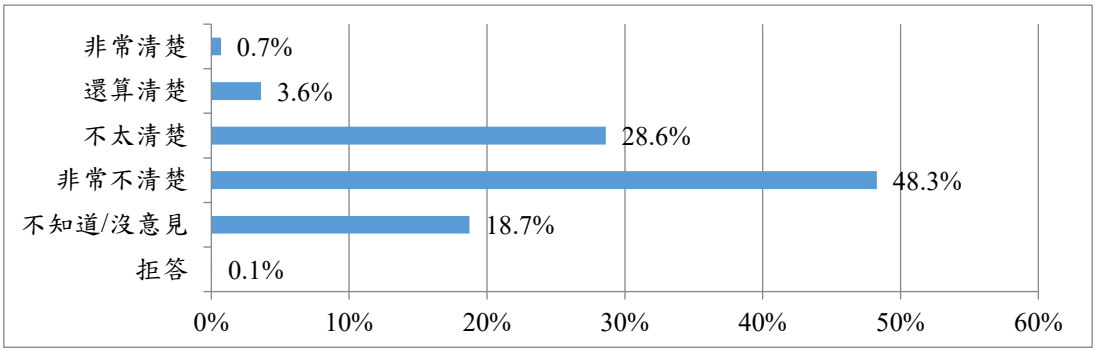
資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，**$p < 0.01$，***$p < 0.001$。

(7) 兩項辦法管理時段清楚度

《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》與《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》對本國自製節目管理的時段為何，在本調查詢問之前僅有 4.3%民眾清楚，高達 76.9%表示不清楚（參照

圖 4-31），且卡方檢定結果顯示，民眾對這兩項辦法管理時段的清楚度於年齡、教育程度達顯著差異[150]。



Base: N=4,223（常收看本國製電視節目者）

資料來源：本研究

圖 4-31 關於 NCC 兩項辦法對本國自製節目管理時段清楚度

進一步檢視，就年齡區分，13-19 歲民眾清楚管理時段的比例最高（8.3%），20-29 歲次之（6.1%），其餘年齡層清楚的比例皆不到 5%。就教育程度區分，國中或初中程度清楚管理時段的比例最高（6.3%），其次為高中職程度（5.3%），其餘程度清楚的比例則是皆不到 5%（參照表 4-29）。

表 4-29 對 NCC 兩項辦法管理時段清楚度（依年齡、教育程度）

	樣本數	清楚	不清楚	不知道/沒意見
年齡 ***				
13-19 歲	411	8.3%	83.7%	8.0%
20-29 歲	742	6.1%	76.0%	17.8%
30-39 歲	889	3.4%	71.6%	25.0%
40-49 歲	866	2.6%	76.4%	20.9%
50-59 歲	688	3.7%	79.3%	17.0%
60-69 歲	428	3.5%	80.9%	15.5%

[150] 年齡及教育程度經卡方檢定達顯著水準，且兩者 p-value 皆小於 0.001。

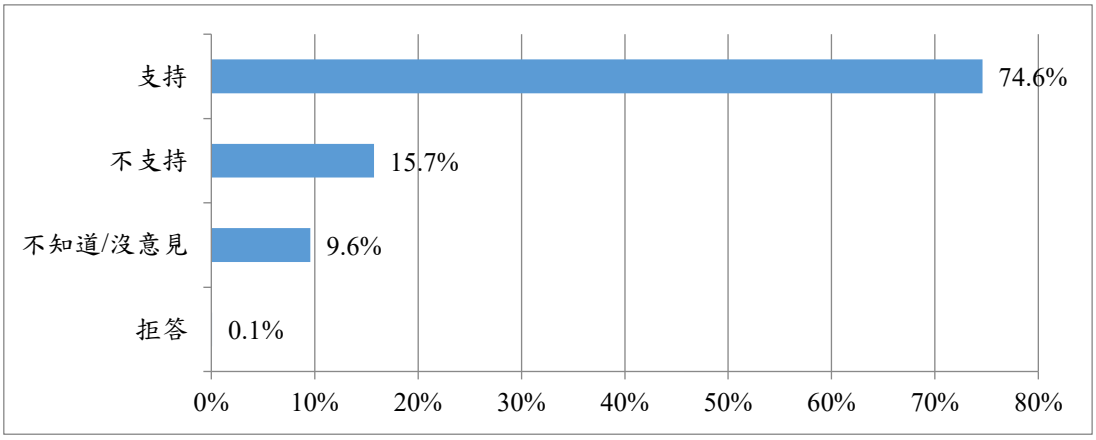
	樣本數	清楚	不清楚	不知道/沒意見
70 歲以上	190	4.5%	75.1%	19.9%
教育程度 ***				
小學及以下	262	3.1%	77.7%	18.8%
國中或初中	406	6.3%	79.3%	14.2%
高中職	1,233	5.3%	75.5%	19.1%
專科	540	3.5%	77.5%	19.1%
大學	1,455	3.4%	77.8%	18.8%
碩士以上	304	4.4%	73.9%	21.6%

資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，**$p < 0.01$，***$p < 0.001$。

四、非本國自製節目冠名贊助法規

目前 NCC 為鼓勵本國自製節目，規定電視臺在每日晚間 7 點至 11 點，只有本國自製的電視節目才可以接受冠名贊助。調查結果顯示，超過 7 成（74.6%）民眾支持這項政策，僅有 15.7%不支持（參照圖 4-32），且卡方檢定結果顯示，民眾對這項政策的支持度於年齡、教育程度、居住地區達顯著差異[151]。



Base: N=4,223（常收看本國製電視節目者）

資料來源：本研究

圖 4-32 非本國自製節目冠名贊助法規支持度

[151] 年齡、教育程度及居住地區經卡方檢定達顯著水準，且三者 p-value 皆小於 0.001。

進一步檢視，就年齡區分，各年齡層皆支持這項政策，但支持的比例幾乎隨年齡增加而遞減，以 13-19 歲最高（84.4%），70 歲以上最低（61.5%）。就教育程度區分，除了小學及以下程度（59.8%），其餘程度支持這項政策的比例皆超過 7 成；而不支持的比例則有隨程度提高而增加的趨勢，以小學及以下程度最低（8.4%），碩士以上最高（20.1%）。就居住地區而言，金門縣民眾支持這項政策的比例最高，達 100%，其次為嘉義市（78.6%），而花蓮縣民眾不支持的比例明顯高於其他地區，達 36.9%（參照表 4-30）。

表 4-30 非本國自製節目冠名贊助法規支持度（依年齡、教育程度、居住地區）

	樣本數	支持	不支持	不知道/沒意見
年齡 ***				
13-19 歲	411	84.4%	11.9%	3.7%
20-29 歲	742	77.1%	14.9%	7.8%
30-39 歲	889	77.0%	16.2%	6.7%
40-49 歲	866	77.2%	15.3%	7.5%
50-59 歲	688	67.9%	20.5%	11.5%
60-69 歲	428	67.7%	15.0%	17.2%
70 歲以上	190	61.5%	11.6%	26.8%
教育程度 ***				
小學及以下	262	59.8%	8.4%	31.9%
國中或初中	406	77.1%	11.1%	11.9%
高中職	1,233	77.1%	14.1%	8.8%
專科	540	74.2%	18.5%	7.1%
大學	1,455	75.2%	17.9%	7.0%
碩士以上	304	73.1%	20.1%	6.0%
居住地區 ***				
新北市	777	75.0%	16.6%	8.3%
臺北市	394	74.0%	18.8%	6.9%
桃園市	374	78.4%	13.0%	8.5%
臺中市	479	75.7%	15.3%	9.0%
臺南市	356	78.1%	13.2%	8.4%
高雄市	517	76.0%	15.0%	9.0%
宜蘭縣	86	60.7%	21.7%	17.6%
新竹縣	100	70.2%	23.6%	6.2%
苗栗縣	104	74.7%	9.4%	15.9%
彰化縣	244	74.1%	13.6%	12.3%
南投縣	88	75.7%	10.8%	13.5%
雲林縣	125	76.6%	12.6%	10.9%
嘉義縣	98	69.6%	17.8%	12.6%
屏東縣	143	70.2%	16.9%	12.9%
臺東縣	35	61.5%	12.4%	26.0%
花蓮縣	45	55.0%	36.9%	8.1%
澎湖縣	18	70.4%	15.4%	14.2%
基隆市	64	64.8%	24.6%	10.6%

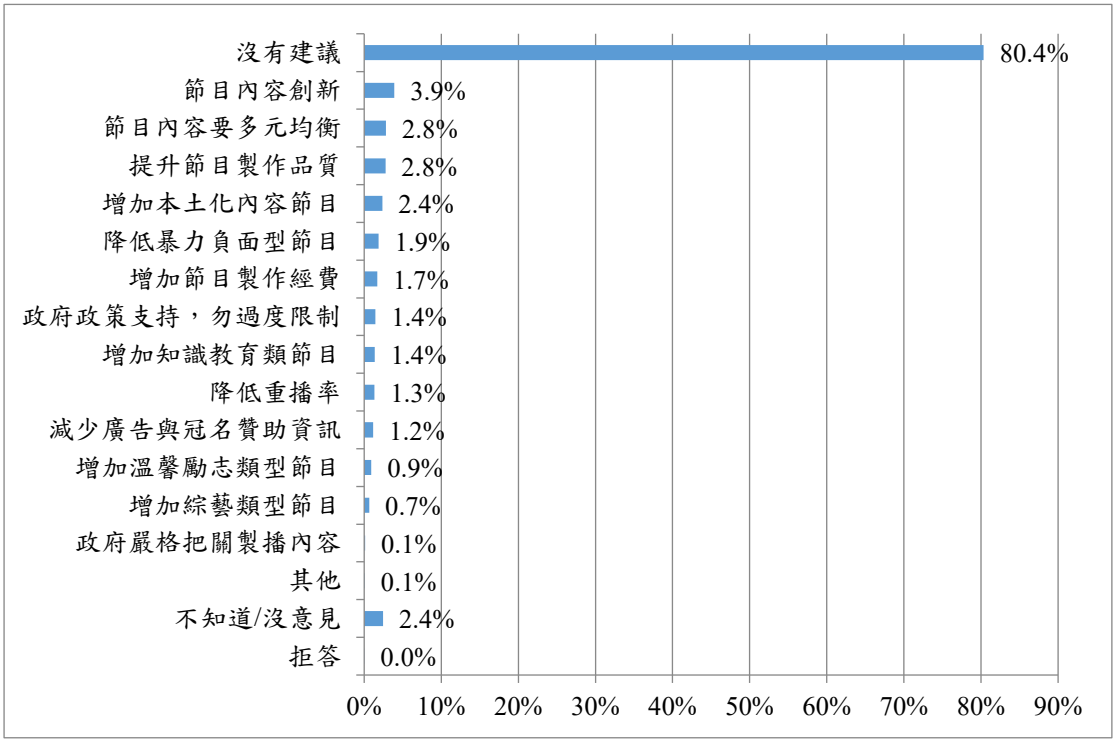
	樣本數	支持	不支持	不知道/沒意見
新竹市	90	69.9%	19.2%	10.9%
嘉義市	55	78.6%	11.7%	9.7%
金門縣	30	100.0%	-	-
連江縣	-	-	-	-

資料來源：本研究

註：卡方檢定達顯著水準*$p < 0.05$，** $p < 0.01$，*** $p < 0.001$。

五、相關建議

針對本國電視節目自製的政策，大多數民眾沒有建議（80.4%）；有提供相關建議者，則以節目內容創新所占比例最高（3.9%），其次為節目內容要多元均衡（2.8%）、提升節目製作品質（2.8%）（參照圖4-33）。



Base: N=4,223（常收看本國製電視節目者）

資料來源：本研究

圖 4-33 本國電視節目自製的政策相關建議

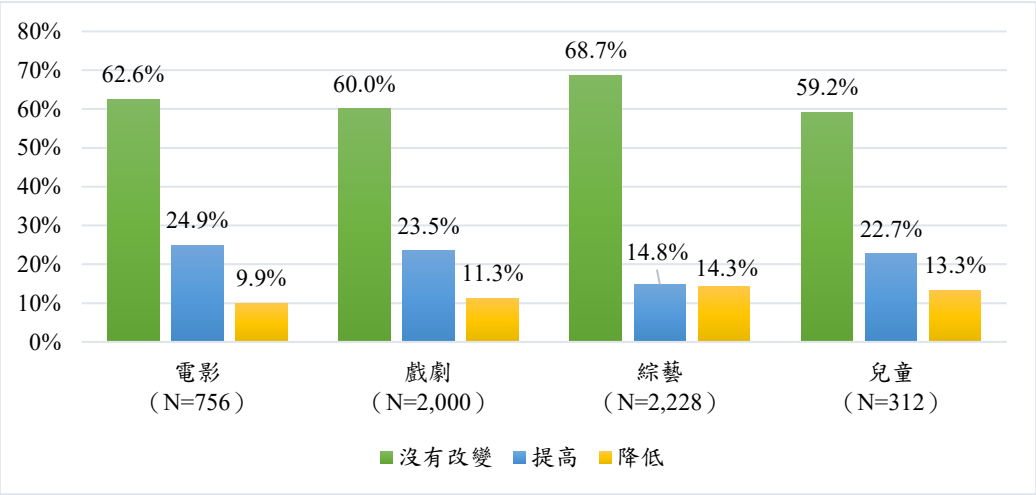
第四節　小結

一、民眾對本國自製節目內容之收視行為與滿意度

在過去 7 天內有收看無線電視、有線電視或 MOD 頻道的民眾，僅有近半數（49.1%）[152]民眾常收看本國製的電影、戲劇、綜藝或兒童類節目，其中又以綜藝類為多數人較常收看的節目類型，其次依序為戲劇類、電影類及兒童類。

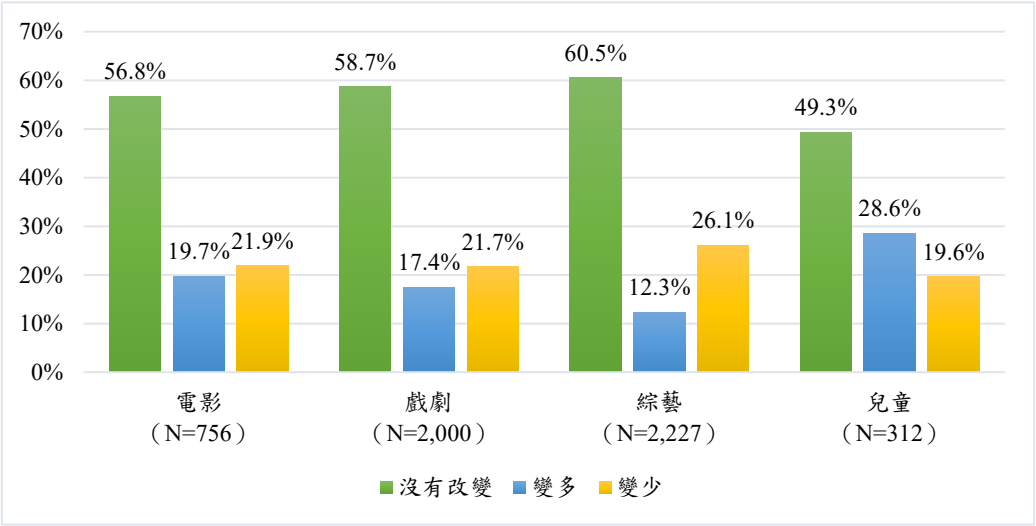
自 NCC 兩辦法實施後之一年間，根據調查結果，民眾對於各類型節目的收視意願大多沒有改變，約占 6 成左右；收視意願有提高者，以電影類的比例最高，占將近四分之一（24.9%），綜藝類則是僅有 14.8%；收視意願降低者，以綜藝類的比例最高（14.3%），電影類最低（9.9%）（參照圖 4-34）。此外，這一年間民眾收看各類型節目的次數，仍以沒有改變為多數，但常收看兒童類節目者，有近 3 成（28.6%）的收看次數增加，且比例明顯高於其他三類節目；而常收看綜藝類節目的民眾，有 26.1%收看次數變少，減少幅度為四類節目中最高者（參照圖 4-35）。

[152] 綜合問卷第 5、6 題結果。



資料來源：本研究

圖 4-34 四類本國製電視節目收視意願比較

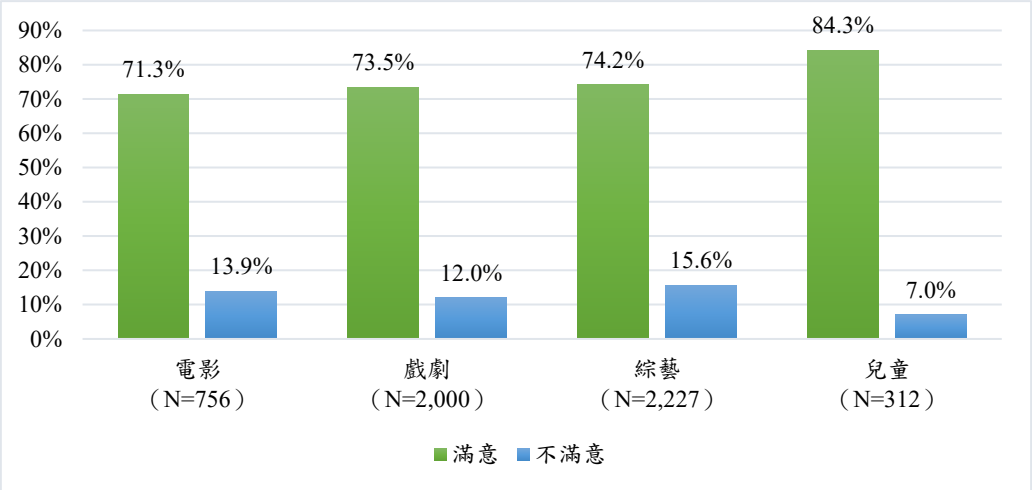


資料來源：本研究

圖 4-35 四類本國製電視節目收看次數比較

民眾對於這一年間本國製節目的內容品質滿意度，皆達 7 成以上，其中以兒童類節目最受肯定，滿意的比例高達 84.3%，且不滿意的比例只有 7%；而民眾滿意綜藝類節目內容品質的比例雖然僅次於兒童類節目，但不滿意的比例卻是四類型中最高者，占 15.6%（參照

圖 4-36）。



資料來源：本研究

圖 4-36 四類本國製電視節目內容品質滿意度比較

另一方面，卡方檢定結果顯示，除了兒童類節目外，其餘三類節目的內容品質滿意度與收看次數之關聯性分析皆達顯著差異，且收看次數變多者對節目內容品質滿意的比例皆最高，其次為次數沒有改變者，次數變少者則占比最低（參照表 4-31）。

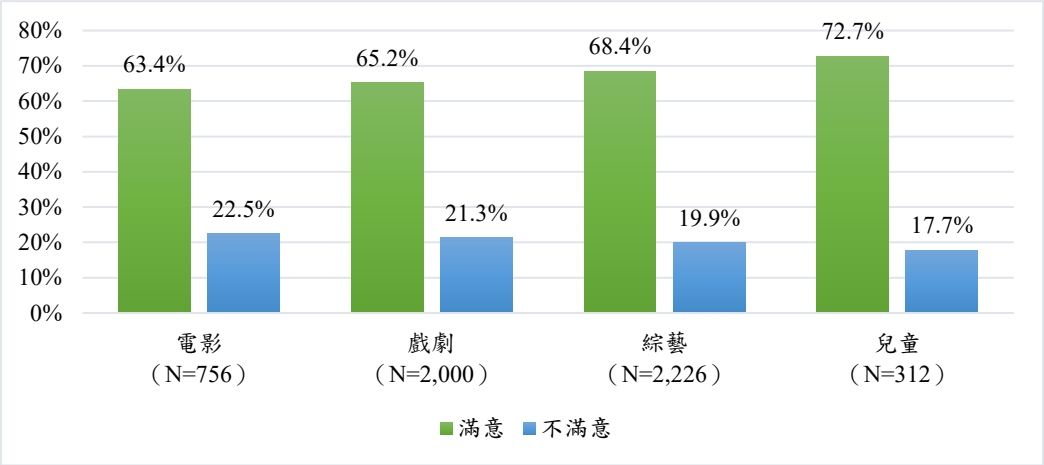
表 4-31 四類本國製節目內容品質滿意度與收看次數之關聯

收看次數	電影類		戲劇類		綜藝類		兒童類	
	樣本數	滿意	樣本數	滿意	樣本數	滿意	樣本數	滿意
變少	166	52.1%	433	54.3%	581	53.3%	61	69.4%
變多	149	87.4%	349	91.0%	274	91.1%	89	93.3%
沒有改變	429	74.1%	1,174	76.0%	1,347	80.1%	154	87.3%

資料來源：本研究

至於民眾對這一年間各類本國製節目的播放數量滿意度，皆達 6 成以上，其中同樣以兒童類節目滿意的比例最高（72.7%）、不滿意的

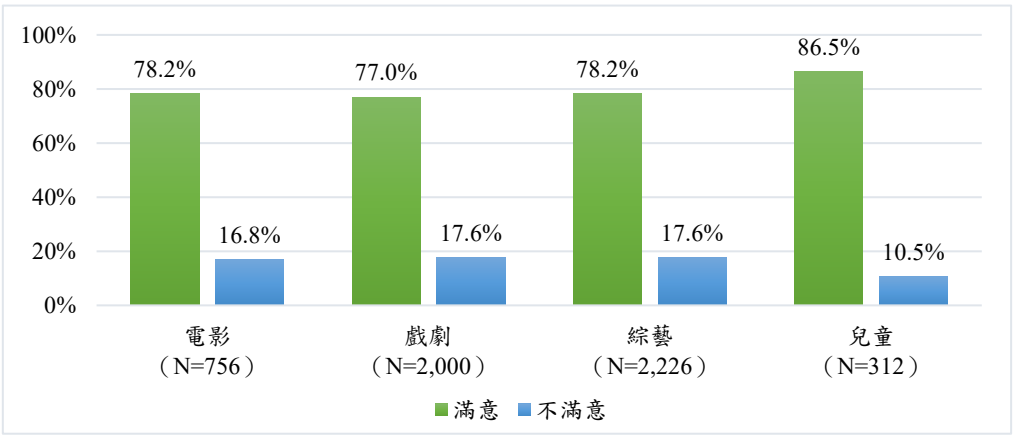
比例最低（17.7%）；而電影類節目的情形正好相反，滿意的比例為四類節目中最低者（63.4%），不滿意的比例則是最高（22.5%）（參照圖4-37）。



資料來源：本研究

圖 4-37 四類本國製電視節目播放數量滿意度比較

整體而言，民眾對我國各類自製節目的滿意度皆超過7成5，其中對兒童類節目最是滿意，比例高達86.5%，不滿意者僅占10.5%；而民眾對其他三類節目的整體滿意程度則無明顯差異（參照圖4-38）。



資料來源：本研究

圖 4-38 四類本國製電視節目整體滿意度比較

二、民眾對本國自製節目相關法規之支持度與知悉度

我國通訊傳播委員會自去年 1 月起，要求無線電視及衛星頻道節目於主要及指定時段必須播送一定比例以上的本國自製節目，大多數（83.9%）民眾對於這項政策皆採支持態度，且年輕族群支持的比例較高，而年長者不知道或沒意見的比例相對較高（參照表 4-32）。

表 4-32 各年齡層對「播送一定比例以上的本國自製節目」規定支持度

	樣本數	支持	不支持	不知道/沒意見
13-19 歲	411	87.3%	7.1%	5.1%
20-29 歲	742	86.9%	8.7%	4.4%
30-39 歲	889	86.3%	7.5%	6.2%
40-49 歲	866	86.3%	8.7%	4.9%
50-59 歲	688	80.7%	12.7%	6.6%
60-69 歲	428	78.0%	9.7%	12.3%
70 歲以上	190	69.7%	9.8%	20.5%

資料來源：本研究

NCC 為了推行這項規定，同步實施了《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》與《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》，但有高達 92.1%民眾沒聽說過這兩項辦法，對於其立法目的與管理內容皆不瞭解，且民眾清楚這兩項辦法對本國自製節目管理之類型、比例或時段的比例皆不到 5%，顯示儘管民眾支持我國政府扶植國內節目製作，但相關政策在實際推廣上仍顯不足。

另一方面，NCC 為鼓勵本國自製節目，規定電視臺在每日晚間 7 點至 11 點，只有本國自製的電視節目才可以接受冠名贊助，民眾對

於這項政策也大多採支持態度(74.6%),且同樣以年輕族群的支持度較高,年長者不知道或沒意見的比例相對較高(參照表 4-33)。

表 4-33 各年齡層對非本國自製節目冠名贊助法規支持度

	樣本數	支持	不支持	不知道/沒意見
13-19 歲	411	84.4%	11.9%	3.7%
20-29 歲	742	77.1%	14.9%	7.8%
30-39 歲	889	77.0%	16.2%	6.7%
40-49 歲	866	77.2%	15.3%	7.5%
50-59 歲	688	67.9%	20.5%	11.5%
60-69 歲	428	67.7%	15.0%	17.2%
70 歲以上	190	61.5%	11.6%	26.8%

資料來源:本研究

對於本國電視節目自製的政策,約 8 成(80.4%)民眾沒有特別提出建議,有提出建議者,則主要是針對節目內容的部分,希望有所創新與提升。

第五章　焦點團體座談報告

第一節　無線電視業者與境內衛星頻道業者焦點座談會

本研究於執行期間，共舉行五場業者焦點座談會，其場次、舉辦時間、參加業者如下表 5-1。

表 5-1 業者焦點座談會

	業者名單（單位）		時間
第一場（無線電視）	•中視 •公共電視台 •台視	•民視 •客家電視台 •華視	2018 年 7 月 25 日
第二場（衛星電視）	•八大第一台 •東森電影台 •東森戲劇台	•超視 •緯來電影台 •龍華電影台	2018 年 9 月 5 日
第三場（衛星電視）	•TVBS 歡樂台 •八大戲劇台 •三立戲劇台	•中天綜合台 •壹電視電影台 •緯來育樂台	2018 年 9 月 12 日
第四場（衛星電視）	•MOMO 親子台 •八大綜合台 •三立都會台	•年代 MUCH 台 •東森幼幼台 •緯來綜合台	2018 年 9 月 21 日
第五場（衛星電視）	•EYE TV 旅遊台 •JET 綜合台 •人間電視台	•大愛二台 •凱擘大台北生活頻道 •緯來精采台	2018 年 9 月 26 日

資料來源：本研究

五場焦點座談會之討論議題如下：

1. 該兩辦法之施行，對節目盤播及營收、產製之影響及變化。
2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。
3. 無法符合該兩辦法規定之原因。

4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。

5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。

6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。

7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。

8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。

本研究彙整各家業者對前述議題討論重點，摘要如後。詳細會議紀錄請參考附件四。

議題一：該兩辦法之施行，對節目盤播及營收、產製之影響及變化。

1. 對原先即以自製、新播為走向之業者(無線與衛星頻道)而言，影響不大，但在計算方式上，業者普遍認為應以一年一計方符合實際排播情形。

2. 與會業者普遍認為兩辦法強調符合「量」的需求，規定時數與

播放比例，業者為符合規範，在影視大環境不佳的情形下，常只能便宜行事，降低製作費，對提升節目品質並無實際幫助。

3. 就受影響無線電視台業者而言，原先多播放非台劇之電視台如中視，受影響最大，業者表示，除無線電視事業管理辦法規範外，無線電視業者尚有其他規範，所以，受限制層面更大，對營收更造成影響。
4. 電影台業者認為即使與 NCC 爭取新播率 20%，但限制仍嚴格，該時段完全無法播出其他類節目，對電影頻道是很大的考驗。長期以來國片新片量少，這是整體產業生產與供給之問題，而為符合法規規範也只能和公視買人生劇展。電影台觀眾在收視上本就是為收視而來，其他型態製作讓收視不佳，連帶影響廣告，導致收入方面至少減少兩成。
5. 衛星頻道業者認為不得冠名時段要延長至 7 到 11 點，對收入有影響，如周末主要經營外購節目，首播不得冠名已不好賣，只能用重播時段，在業務上收入有較大差異。
6. 就頻道競爭性而言，每個頻道於節目製作前會先觀測節目收視群眾與時段，也會考慮到同時段的競爭。現在辦法規範本土頻道國內業者，但未對境外頻道規管，現在 5-7 點境外頻道播兒童最喜歡之動畫節目，就競爭角度而言，本國業者應避開以

自製節目對打，因為效果不佳；以市場自由競爭性來說，兩辦法限縮國內業者之競爭性。

議題二：該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。

1. 普遍而言，無線台意願高，並會考慮不同平臺（包含 OTT 業者、有線台）合作、合資，以分散節目製作成本，也可接觸不同觀眾，共同宣傳、增加能見度。
2. 跨平臺應採較現行標準較為寬鬆之認定，無線台可與無線台合作，有線台也可和有線台合作，如新播合資認定不放寬，無法重複計算，目前無線台不敢與無線台合作，有線台則不會和有線台合作，因無法算新播。除上述跨平臺認定外，應放寬新播的投資比例認定，只要有投資即能視為新播，這樣將可促進投資與合作意願。
3. 從我國業者、製作單位實際與國際業者合作之經驗，現在投資方版權切割很細，無線、有線、MOD、OTT、獨家、非獨家皆分開賣，賣價也有一定的比例，在強調業者與我國作品要站上國際之際，然則要符合 30%的規定，就業務而言相對困難，尤其現在國際合資像 HBO、Netflix，他們投資金額更大，國內業者出資比例更低。

4. 續就與國際合作之經驗，動畫業者表示嘗試要與獨立製作公司談合作，但台灣法規規定本國節目認定若與國外合作要出資 50%以上，還有人員國籍比例問題，所以，有一定的難度，且動畫製作成本很高，若在交流上還有這些限制，更不易達成。

議題三：無法符合該兩辦法規定之原因。

1. 視聽市場大環境之改變，拍攝成本不斷提高，觀眾越來越習慣大成本製作之節目，對採廣播（broadcasting）方式播送之業者，網路興起已造成原有觀眾流失，還得面對外來劇的挑戰，導致電視台經營更加困難，因此，除限制外，政府應盡快提出其他有效方案，讓無線電視台能永續經營。
2. 放寬自製節目及新製節目比例，使節目編排較有彈性，目前為了符合規定，節目的集數或排播時間會受很大的牽制。
3. 受限於我國電影產製結構與既有市場規模，在電影台本國電影新播率 20%之要求下，相當於每個電影台每年需有 20 部左右的新播本國電影，但每年的國片產量約為 40~50 部而已，不足以支應所有電影頻道的需求。若電影台還須提高自製、新播比例或延長時段，會是很大的壓力。
4. 法規只規定本土頻道，5-7 點境外頻道在播兒童最喜歡的動畫，

本土頻道此時播自製節目根本無法競爭，且很多節目是給學齡前兒童觀看，學齡前兒童主要收看時段是白天，現在被迫把學齡前節目放在學齡時段，和境外頻道的動畫競爭，廣告收入大受影響，經營困難。

議題四：對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。

1. 放寬自製節目及新製節目比例，讓節目排播更有彈性，其中合製的 30%、新播認定標準和自製節目類型等應放寬，有助於排播彈性，並調整為一年一計，增加排播彈性及多元性，也符合觀眾需求。
2. 若有多個數位頻道，應與主頻道合併計算，就現在觀眾收視習慣而言，數位頻道要排較主頻道稍晚播放，是為滿足觀眾需求，但數位頻道排播之節目，即便對電視台而言屬於「新製作之節目」，卻在計算上不符合新播標準，而導致無法符合辦法。
3. 國外大多使用鼓勵方式推行本土製作，可能透過政府轉投資、稅賦等方式，甚至賣出國外也有獎勵，為達政策目的，在施行上除採處罰外，也應考量獎勵之方式。
4. 增加並放寬認定的自製節目類型，比如談話性節目、行腳類節

目目前不算入綜藝節目，但事實上這些節目收視很高，且是本國自製，應多鼓勵。此外，應放寬節目類型及時段的認定，不要限制自製的型態、時間，應鼓勵不論任何時段就是多自製，全天抓一個總自製比例即可。

5. 衛星電視綜合台遇到的問題是類型，現行規範是四類型綜藝、戲劇、電影跟兒少，自製節目本來就很多種，且既然要鼓勵自製，不應規定類型、設框架。此外，育樂台遇到賽事完全不算本國自製，且賽事不屬於四類。
6. NCC 該管的是大方向，如內容分級、廣告置入等。電視台早已有商業模式，存廢自有市場機制，政府的焦點應放在內容分級、假新聞等公領域。

議題五：NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。

1. 關於此議題，公廣集團與民視較不受非本土節目不得冠名贊助的影響，冠名為整體廣告販售配套之一部分，限制冠名使電視台廣告策略受限，且一直限制收入來源，又要電視製作新的、好的節目是不可能的，只會導致台灣電視產業的萎縮。
2. 政府以為冠名有很多收入，但事實上冠名並不好賣，因冠名相

對不能有任何相關廣告，對廠商而言反而不好，只有一個名字觀眾很容易忽略，廣告排播不小心出錯還可能被罰，也影響觀眾收視。

3. 冠名本身收入不多，若時段延長，不利於頻道經營，所以，不應延長非本土不得冠名贊助的時段。
4. OTT 冠名、置入不受管制，電視台卻受到嚴格控管，應當在合理範圍內增加收益跟產值，方能投資更多自製內容。

議題六：對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。

1. 無線電視業者認為，衛星電視的規定則相對無線電視寬鬆，雖然無線台要一樣不可能，但至少接近一些，對於無線台的生存也有助益，畢竟在收視習慣上都是競爭對手，立足點應當接近一點。無線、有線台皆自負盈虧，無線台雖用國家頻譜，但有必載、政令宣導等規定，口述影像只能和公視購片、或編臨時預算將自製版權節目配口述影像以符合比例，這些都是無線台的成本支出。
2. 衛星頻道業者對此多無表示意見。

議題七：對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。

1. 無線電視業者認為，NCC 對無線台管制很多，但對新興網路平臺節目並未做規管，建議仍要適度管制，因青少年收視習慣

利用網路，有些節目真的尺度較大，若不把關恐怕不利青少年身心健康。

2. 無線台、衛星電視對節目內容都很自律，分級、什麼時段播什麼節目等，主管機關應對新興網路影視平臺要作一些內容規範，不管透過立法或其他方式，應該做一些督促或管制。
3. 境外頻道不受自製比例規範，在任意時段可以任意排播，又資金較雄厚，可拿走好的片源，是不公平的，境外電影頻道應納管。
4. 衛星頻道業者認為，若逆向思考，新興網路是特別的開放，因沒有任何時間的限制，也很難管，但可呈現的方式、尺度、置入方式比有線電視開放很多，這也是很多廣告預算投放的原因，然而，比起一起管制，有線應一起開放，自由競爭，回歸市場機制。

議題八：基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。

1. 擴大補助金額，而行銷海外補助辦法限制嚴格，補助辦法應放寬，限制不要太多，才能真正幫助到業者。
2. 新法令實施後，大家一直考慮量的達成，但很多電視台會希望

能多投資預算到一些重點戲劇、能打開海外市場，政府應多補助這些衝出海外市場的製作單位，大家才有投資誘因，畢竟只考慮國內市場的話，單靠國內廣告根本無法回收成本，文化部和 NCC 多補助，對戲劇產製會有正面幫助。

3. 相關主管單位要鼓勵自製在補助門檻上不應太高，否則根本是鼓勵大家放棄，不要賣到國外。而行銷海外的補助目前只補助前面幾集的樣片翻譯，不包含行銷費用，但行銷費用很大卻被遺漏。
4. 參考國外做法，基金是一個好的方式，每年可向企業募款、或有一些減稅機制，這些錢可用於電視台，相對有多一點資金可製作節目。

第二節　學者/公民團體/內容產製業者焦點座談會

本研究於執行期間，於 107 年 10 月 2 日、10 月 16 日、10 月 31 日及 11 月 6 日舉辦共五場學者/公民團體/內容產製業者焦點座談會，分別邀請廣電影視相關學者、公民團體、以及內容產製業者參與，其場次、舉辦時間、參加人員如下表 5-2。

表 5-2 廣電影視相關學者、公民團體及內容產製業者焦點座談會

	與會者名單（單位）	時間
第一場	•TAAA 台北市廣告代理商業同業公會 •公民參與媒體改造聯盟 •台灣電視劇製作產業聯合總會 •政治大學廣電系黃葳葳教授 •財團法人中華民國電影事業發展基金會 •中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會	2018 年 10 月 2 日
第二場	•中華民國廣播電視節目製作商業同業公會 •台灣通訊學會 •台灣媒體觀察教育基金會 •台灣藝術大學廣播電視學系單文婷教授 •師範大學大眾傳播研究所陳炳宏教授 •師範大學全球經營與策略研究所董澤平教授	2018 年 10 月 2 日
第三場	•三乘影像事務所 •中華民國電視學會 •好好電影工作室 •愛奇藝 •稻田電影工作室 •霹靂國際多媒體霹靂電視台系統業務部	2018 年 10 月 16 日
第四場	•鼎立娛樂公司 •青睞影視 •華創製作公司 •公視製作部 •冉色斯動畫 •世新大學廣播電視電影學系蔡念中教授	2018 年 10 月 31 日
第五場	•TVBS 戲劇製作部	2018 年 11 月 6 日

	•太極影音科技股份有限公司 •民視節目製作部 •兔將創意影業 •東森創作自製節目中心 •砌禾數位動畫	

資料來源：本研究

五場焦點座談會討論議題如下：

1. 兩辦法實施後影響層面探討。

2. 兩辦法規管內容探討。

3.《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案。

4. 提撥共同基金。

5. 如何促進本國自製節目行銷海外？

茲就各與會者對於議題之意見彙整重點如下。詳細會議紀錄請參考附件五。

議題一：兩辦法實施後影響層面探討

(一) 兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？

(二) 兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？

(三) 實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化？

綜合意見：

(一) 與會專家學者與業者普遍同意，透過規範來增加本國製節目數量確實可看到數量提升，然而對於節目品質的提昇，多數認為量的提升不見得能反應在品質上，其原因主要在於電視節目之製作費，若為戲劇，現今市場走向「大成本大製作」趨勢明顯，但台灣業者普遍受限於大環境不佳，即便認同在匯流時代「內容為王」之重要性，卻得面對與大成本大製作戲劇節目之競爭，以及電視觀眾流失之現實。在投資不見得能順利回收，加之市場萎縮，故如何能增進品質，成為商業電視臺心有餘而力不足之困境。

在論及其他電視節目類型如綜藝節目，同樣面臨市場萎縮，商業電視臺經營困難，導致綜藝節目製作費無法提高之窘境。為符合規範要求，又考慮節目成本，所以找成本較低之通告咖來錄製（如小模），剪接完可立即播出滿足辦法要求，但品質確實不佳。

兩辦法對於原先即以自製為經營策略電視臺，諸如霹靂電視臺、三立電視臺等，就節目數量增減、質量變化並未有顯著影響，然就三立而言，其表示受益於該兩辦法，因為有助於節目版權銷售。

(二) 對於是否會促進本國影視製作人力投入影視製播市場，與會者多

同意因為需求增加（新節目開拍），可會帶動影視就業機會，不過業者現階段所面對的問題，並非全然於是否有新節目開拍，而在於影視人才青黃不接、人才外流之問題。與會專家學者與業界人士多以身邊實際觀察為例，提出人才外流至中國非常嚴重，缺乏資深人員導致留在台灣的年輕工作人員，多僅能成立工作室，較難形成大規模製作。

(三) 就與會者之觀察，實施兩辦法後對文化話語權提升與否，透過節目內容傳遞我國文化，是相當好的傳播途徑，然而就文化話語權實踐場域而言，需走出台灣方能將話語權將之傳遞，若台灣製作節目無法行銷海外，或走出台灣為其他地區觀眾所收視，則無助於文化話語權之實質提升。文化具有排他性，且有被保存之必要，以韓國為例，韓國文化排他性很高，也是有此強制規定提高自製率。

而就播送通路變化與影響，就目前的時間點來看，相關辦法施行至今的改變尚不明顯。從廣告代理商及廣告主的角度來看，重視的是受眾規模及傳播效應，目前也還沒觀察到效應，至於一些專門製作網路商業廣告的業者，亦不會受到相關辦法實施的影響。

議題二：兩辦法規管內容探討

(一) 現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否合理？是否有應修正之處？

(二) 承上，對於節目類型定義是否合宜? 有無需要修正之處？

(三) 接上,對於主要及指定時段、合格比率、查核基準期間是否合宜？有無需要修正之處？

(四) 若需要改進與修正，有無任何建議？

綜合意見：

(一) 就支持相關辦法與會者所秉持理由,主要認為兩辦法規範符合國際趨勢，以及站在維護我國文化的立場，可以創造更多需求；反對意見則在於不認同以裁罰手段來達成政策目的,規定自製比率只是提升節目量，有些業者為符合新播規範，則以低成本 Talk Show 方式，反而無法提升節目品質。

(二) 關於節目類型的意見，與會學者指出無線電視只針對戲劇節目，沒有區分不同類型規管，針對衛星電視卻區分較多類型規管，而且體育類、教育類、行腳類沒有納入辦法中，背後的立法目的不明確。此外，有動畫業者認為動畫係歸類於兒童節目類型（亦有與會者認為可以成立單獨類型），但由於動畫業者早期是由工業局在規管，不管是劇本人才或是資金來源，與國內主流的影視產業都無法對接。

(三) 大多與會者針對查核基準期間的意見，皆是認為目前半年查核一次過於僵化，應該改為一年查核一次。

(四) 關於其他建議，部分業者明確表示，自製比率不可以再提高、新播率及首播規定可以促進內容業者與頻道業者合作，還算合理。

自製節目比例的規範對象，大致可分為兩派見解，有認為應該以受補助較多，負有公共、社會責任的公廣平臺為主，而非民營化的商業電視台，況且無線台一年有 34 億的廣告收入，管制密度卻較有線或衛星台低；亦有認為我國收視市場以有線電視台為主流，尤其有線電視台可以有一個月約五百元的收視費收入，因此有線電視台負有一定的社會責任而須受規範。

與會者都點出市場為節目內容所在，所以廣電政策應注重市場因素。除了要求業者遵守自製比率規定也要給予籌措財源的機會。

議題三：《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案

(一) 《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助（晚間七時至十一時）之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？

綜合意見：

(一) 對於延長外國節目於黃金時段不得冠名之制度，雖然此制度對本國節目較為優惠，但大多與會者並未明確表示支持。冠名只是多角化經營的方式之一，以綜藝玩很大的播出策略來看，首播在無線、二播在有線、三播在網路，不同載體都可以創造收入，源頭就是置入、冠名、廣告、周邊商品等等。然而重點還是在於內容，外國節目不冠名也不會流失觀眾。實務上，限制外國節目冠名是沒有效果，有業者指出此為中視條款（因為中視經常在黃金時段播出中國大陸戲劇）。

(二) 有業者提出建議，與其限制外來節目冠名，不如放寬，但是應要求外來節目應負擔基金責任。

(三) 傾向反對置入性行銷的學者指出，國內一年有 241 億元的電視總廣告收入，其中 20 億來自置入性行銷，若禁止冠名，仍會有其他廣告收入來源補足。針對此意見，有業者回應，原本用來置入性行銷的資金可能會遁入地下經濟（盜版）而流失掉。

(四) 有業者說明，電視台若買國外節目來播，收到的冠名費，仍然可以投入自製節目，因此限制外來節目不得冠名只是限制電視台的收入來源，對扶植本國節目不一定有效果。

議題四：提撥共同基金

(一) 以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視

內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？

綜合意見：

(一) 許多業者提到提撥基金以外，尚有稅收減免、補助金等方式可促進影視產業發展，然而從目前補助政策來看，不少業者基於親自申請的經驗，皆表達出補助金太少、申請過程繁瑣、製作過程受限、後續沒有輔導提高買賣成交率等等問題。

(二) 有認為基金來源不應該僅來自於有線電視，企業的捐贈也可以納入。以電視業者角度來看，除非是公視或大愛電視台，營利仍是首要考量，各台有自己的排播政策，不應加以干涉。反而是針對境外頻道，才應該規定其播放一定比例之本國製節目，或是提撥一定廣告收入作為發展本國基金的來源。

議題五：如何促進本國自製節目行銷海外？

綜合意見：

(一) 台灣的紀錄片拍得很好，就此而言當然要全額補助，才能顯示出台灣與別人的文化差異性，也才有文化吸引力和行銷到海外的機會。

(二) 部分與會者提到目前我國舉辦的影視交易會（台北電視內容交易及創投媒合會）效果不大，因此有業者建議與各國開發合製機制，並加上後續推動行銷的配套措施。受 OTT-V 潮流影響，如何透

過網路來增加收視群眾，是相當好之走出去方式，與會者以與Netflix 合作經驗分享，一旦上架到 Netflix，一次即可宣傳到全球190 幾個國家，由於 Netflix 亞洲分公司位在新加坡，要洽談相關合作均需至新加坡，若能讓 Netflix 在台灣設分公司或許更有助於我國自製節目透過全球播出平臺，行銷海外。

(三) 業者建議可參考新加坡與韓國政府支持之例，加強台灣業者於海外與國際業者洽談合作案之競爭力，如韓國業者有政府支助，有20%之資金，所以在洽談合作時擁有較佳之資源可茲運用，如就可以跟中國用打八折的價錢爭取特效動畫的案子。亦期待可藉由設立文策院達成政策目的。

第三節　民眾焦點座談會

本研究於執行期間，於 8 月 14 日、9 月 11 日、9 月 18 日、10 月 16 日、10 月 29 日共舉行五場民眾焦點座談會。

五場焦點座談會之討論議題如下：

1. 民眾對政府鼓勵本國節目自製，以振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化（該兩辦法之立法目的）的支持程度。
2. 民眾對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。
3. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。
4. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。
5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，民眾對新冠名贊助時段與相關辦法的支持程度。
6. 是否有其他相關建議。

本研究彙整民眾對前述議題意見如後。詳細會議紀錄請參考附件六。

議題一：民眾對政府鼓勵本國節目自製，以振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化（該兩辦法之立法目的）的支持程度。

5 場民眾焦點座談會共 32 位民眾出席，此議題有 26 位出席民眾支持，占出席人數 81.25%（26/32），僅 1 人不支持，其他 5 人則未表態意見。

議題二：民眾對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。

此兩辦法有 18 位出席民眾表示未聽過，占出席人數 56.25%（18/32），不了解此兩辦法及未聽過者有 29 位，約占出席人數 90.63%（29/32），其中，僅 3 位出席民眾（約 9.38%）聽過此辦法並支持相關辦法內容。有支持者表示時段的設定以大數據法則而言是合理的，因上班族可看電視的時段為晚上 8-10 點，兒童節目的播放時段則為 5-7 點。

議題三：該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。

不到三成的出席民眾對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目表示滿意，並認為本國電影品質提昇，且新播的規定可能促進生產更多台灣戲劇，也支持戲劇、兒童、綜藝的分類，但建議類型可再細分。但就收視行為而言，有超過一半的出席民眾之收視行為未改變。

其中，有民眾認為政府須扮演資源整合的角色，而辦法中新播率的立意良好，可促使更多台灣的戲劇產生，但法規雖限制外來劇的增加，可是，台灣並無足夠的內容可帶狀播放，甚至，雖增加影視內容的數量，但品質卻無相對應的提升，使民眾對於品質感到不滿意。

議題四：該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。

近半數出席民眾表示無意見，其次認為未改變，僅少數人滿意主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目，其中，與會者有感的原因在於可看到本國戲劇數量提升、選擇變多、品質亦提高、新生代演員變多，相關報導也變多。數量提升較有感的部分如植劇場系列，公視自製節目較多，讓與會者印象深刻；品質提升如《翻牆的記憶》、《女兵日記》等，以及綜藝節目的畫質與創意度的提升。

議題五：NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，民

眾對新冠名贊助時段與相關辦法的支持程度。

約 1/3 的出席民眾支持禁止冠名時段延長，支持者認為能保護本國節目或投入節目製作才值得支持，閱聽者不太喜歡看到冠名或節目內容置入商品，且若不禁止將會導致國外節目變多。

不到三成出席民眾不支持，並認為冠名可創造收入，益於節目製作，並無不好，且若能保護本國節目或投入節目製作值得支持。其餘出席民眾則多數認為只要不影響節目品質即可。

其中，有民眾表示，冠名贊助的立意良好，有冠名可增加收入，讓內容製作者能更精進節目內容，對產業的正向發展有幫助。但也有民眾表示不習慣或不喜歡冠名贊助，因冠名會影響其收視範圍，可是，若不影響觀看品質，有部分民眾可接受冠名贊助。

議題六：是否有其他相關建議。

(一)有民眾表示不確定公視的節目品質不錯是否受惠於相關辦法，並認為若要扶植本土節目，應以獎勵為宜。

(二)本國節目可從其他網路平臺獲得收益，建議法規政策可順應此潮流，加以修法或投入資源。

(三)我國同性質電視台太多，應限制衛星電視業執照。

(四)政策上應多補助願意自製節目的業者，法令也應鬆綁。

第四節　小結

為理解兩辦法執行成效，本研究在質性資料蒐集上，採用焦點座談會，分別從經營業者（5 場）、專家學者（5 場）與民眾（5 場），以業界、學界、社會大眾觀點來分析。

從業者角度來看兩辦法，原則上對於本身在經營策略上即採「自製」路線者，認為兩辦法相關規範並無特別影響，甚至有原先非以本國自製路線之經營業者表示，為符合兩辦法需求，而需向自製路線業者購片，綜合而言，所有業者皆反應，兩辦法上路後因半年一計之關係，限制排播的自由度，也不符合業界排播的實際情形，造成業者排播不易，就劇種與集數上受到限制，造成競爭上之不利。

就專家學者立場而言，雖喜見兩辦法實施對於提升文化話語權、增加就業機會等，均有所助益，兩辦法實施也的確反應在本國自製與新播節目之數量上，但多數與會者仍憂心透過政策手段，若無法全數反應在節目品質提升層面，尤其在我國競爭激烈的視聽媒體市場裡，面對數位匯流整體環境之變遷，要如何留住觀眾、確保收視，進而帶動廣告，將會是一大議題。

與會業者與專家學者均同意，要改進目前半年排播一次的計算基準，而改為一年一計，一來可符合業界實際運作情形，其次也可增加業者排播的彈性與策略運用。

參與焦點座談之民眾，對於兩辦法多採支持態度，也以身邊實際觀察、發生之例作為對我國自製節目之回饋，民眾所傳達正面訊息如對戲劇品質提昇較為有感、我國新生代演員相關討論與報導變多，另一方面與會民眾多提及收視習慣變改，收視管道多元、選擇變多，故傳統收視來源如無線電視與有線電視，不再是唯一選擇，年輕與會者多傳遞「不看我國電視節目」之訊息。

綜上所述，無論是業者、專家學者與與會民眾，均透露出我國視聽媒體市場衰減，傳統線性收視面對非線性收視競爭，透過兩辦法可對節目製作的量做規管，並且降低民眾對重播節目之詬病，但如何提昇節目的品質，實質增加節目的競爭力，進而行銷至海外，則需要其他相關具體政策來提昇影視產業之發展。

第六章　結論與建議

第一節　結論

一、各國規管情形分析

美國與日本對於自製節目皆無相關規範。就自製節目環境來說，美國為全球內容輸出大國，因此對自製節目無特別規管之需求。美國為電視節目的主要輸出者，美國產業經濟之優勢使得電視業者在本國播放即可回收大部分成本，對外版權銷售則純粹為利潤[153]。雖然各國已有意識致力製作本國節目，但觀察 2017 年全球電視廣播市場規模為 3 千多億，美國即占 7 百多億，仍為全世界出口電視節目最多的國家。尤其在網路發展、OTT 平臺興起帶動新的收視市場，如 Netflix 之崛起，不僅帶動市場，創造新興多元收視，也讓業者以較高預算製作節目[154]。

日本的本國動漫與戲劇係經濟成長策略的一大支柱，因此也協助製片商製作外銷海外節目，進行海外授權或與外國業者合作等。2015 年度日本電視節目出口達 288 億日圓，日本總務省上調現行電視節目出口目標，期望 2020 年度出口規模達到 500 億日圓。線上影音串流服務興起，也為日本動漫與戲劇推廣推波助瀾[155]。

[153] Chris Barker 著，羅世宏譯，2006，文化研究: 理論與實踐
[154] Reportlinker, 2018, Television Broadcasting Global Market Report 2018
[155] https://asia.nikkei.com/Business/Trends/Asia-can-t-get-enough-Japanese-TV

歐盟規定特定時段規定電視廣告的比例、電視廣播（線性媒體）須保留至少 10%的播送時間或是 10%的節目預算給歐洲獨立製作。由於 2018 年 AVMSD 取消了線性/非線性的雙層管制，對 OTT 平臺規範趨於嚴格，歐盟對 OTT 平臺採取管制的政策方向，將如何影響歐盟國家，甚至是英國，值得持續觀察[156]。

在廣電政策上，英國與歐盟的情形較為類似，原因是歐盟通過 AVMSD 後，尚未脫歐之英國需將 AVMSD 內國法化。英國對於 BBC 在自製節目的規範相對嚴格，因 BBC 財源來自全民所繳之電視稅，故需承擔更多之責任。對於英國的公共廣播服務業者（Public Service Broadcasting, PSB）之規範，除了自製節目的播放比例以外，為避免自製節目過度集中在倫敦地區，另外從地域上去區分出外製節目，亦在 2003 年英國通訊傳播法中規定「倫敦外製節目」（Made-out-of-London TV programming, MOL）規範，要求外製節目須達到一定比例。探究此規定之目的，係為顧及國內各地影視產業發展，具有高度公益性。然而應注意的是，「倫敦外製節目」規定僅適用於英國境內無線電視業者，亦即公共廣播服務業者（Public Service Broadcasting）。其管制背景係因無線電視業者使用頻譜，而頻譜屬公共資源，為達到公

[156] 根據 Ofcom 的調查，英國人收看電視的時間年年下降，2016 年的平均收看電視時間為每日 3 小時 32 分，其中 24 歲以下的世代僅為每日 2 小時左右。全英國約有 35%的人口收視隨選視訊（Video on demand, VOD）頻道，其中利用率最高的平臺為 BBC iPlayer（63%）、其次為 ITV Hub（40%）、YouTube（38%）及 Netflix（31%）等（NHK，2018）。

共利益之目的，因此要求英國無線電視業者負起一定的扶植本國文化產業義務。然而我國並未如英國將無線電視業者視為公共服務的提供業者，因此我國自製節目規範的立法目的，與英國制定「倫敦外製節目」係為了達到公共利益的立法目的不盡相同。再者，從管制結構來看，我國衛星電視業者亦須遵守自製節目播出比例規定，然而英國並未對付費電視（如我國的衛星電視業者）為類似規管。因此倫敦外制節目之概念不宜適用我國。

對於維護本國作品向來不遺餘力之法國，針對國營公共服務電視頻道與非無線的頻道訂立相當高的歐洲自製節目（60%）及法國自製節目（40%）播放比例，國營公共服務電視頻道於黃金時段播放電視影集甚至可能需要達到歐洲自製節目 70%、法國自製節目 50%的要求。

加拿大鄰近美國，受其強勢文化影響，且為考量加拿大本身應維護英語/法語圈及少數民族文化，因此發展出較細緻的保護本國文化政策。然而自 2013 提出了 Let's talk TV 政策，降低自製內容播放比率，其自製內容規範焦點由數量轉為品質，例如取消無線電視自製加拿大節目 55%限制，但保留黃金時段 50%規定。同時亦注重挹注資金在自製節目製作上，例如 CRTC 要求所有業者及廣電集團依據前一年度營業額提撥 30%至影音製作費用，另外 5%營業額則須提撥至國家

利益影音內容（Programs of National Interest, PNI）產製，PNI 類別包含加拿大本國自製戲劇、紀錄片、以及頒獎典禮，PNI 費用中至少 75%必須給獨立製片單位。Let's Talk TV 計畫將規範由量轉質，由現行對播出時數的監管逐漸轉移到對製作加拿大內容節目支出的監管，但仍將確保大多數電視台和 VOD 業者將其部分收入再投資於加拿大內容的創作，提升影音品質。鬆綁對業者的要求，同時透過加拿大的設置基金做法，體系完整，使業者獲得更多製作資金，應值我國 NCC 與文化部等相關部門制訂跨部門合作政策時參考。

整體來說，韓國外購節目並不多。主因為韓國 KCC 對本國自製電影、動畫及流行音樂的播放政策規定較為嚴實，按照不同平臺及節目類型，播放本國製節目的比率應達到總播放時數 20%至 80%不等。並且針對不同播送平臺訂立不同的自製節目播放比例規定。

澳洲的無線電視業者負擔較重的自製節目播放比率義務：主要頻道需播出每年 55%、非主要頻道每年需播出 1,460 小時；Pay TV 業者則沒有如此重的義務，但以提供戲劇節目為主的業者，亦須負投入 10%的節目總支出在澳洲戲劇製播上。新播自製澳洲戲劇部分亦有指定黃金時段（自下午 5 點至晚上 11 點，相較於其他國家較長），較特別的是澳洲與紐西蘭雖文化上有所不同，但因地緣關係，仍然將紐西蘭節目、紐西蘭與澳洲合作節目視為澳洲製作節目。

中國電視劇發行實行許可證制度，廣電總局在在節目內容的審核、境外節目的引進、播出限制、中外合資經營皆有相當大的行政裁量權，比起其他國家從自製節目、新播節目播放方面規管，中國主要規範省級衛星電視，規定其綜合頻道每日播放電視劇節目時間，不可超過45%以上或每日 6 次內，其他時段應播放自製新聞、宣揚傳統道德/社會主義節目等。同時中國自 2000 年迄今，持續發布管理、限制境外節目的行政命令，加強規管密度，原則上境外節目必須受到播放比率、特定時段禁播、節目長度、集數、內容審查、先審後播、統一登記等限制。

泰國的投資促進法將泰國的電視及廣播節目歸類於完全禁止外資的產業，相關規定重點非在於積極發展本國製節目，而係因泰國政府經常需要基於宗教、政治原因控管節目播放內容。泰國法規規定政府可針對區域及地方商業電視台有自製節目播出比率，但未特別區分不同平臺課予不同程度的自製比率。

新加坡與馬來西亞原則上都是仰賴國外節目居多。馬來西亞雖有訂立國內自製節目播放比例須達 80%之規定，但是未強制性規管，僅執行晚上 8 點半至 9 點半這段時間不得播放外國製節目。新加坡也未有自製節目的相關規定，僅在廣電政策上規定內容須符合公共利益、種族宗教和諧等一般性原則。

前述部分國家如法國、澳洲等課與無線電視頻道較重義務的情形，除因無線電視頻道使用公共頻譜資源，且其國內民眾皆是以無線電視台為主要收視來源，與我國以有線電視為主流的情形不一樣。此點造成的影響，體現在針對不同平臺頻道的自製節目訂定規管密度不同。相較於其他研析國家，我國對於本國製自製節目比例規範應屬中等。

二、自製節目補助政策分析

在自製節目補助政策方面，需先釐清者，乃實際發放補助金與設置基金屬於不同運作機制。在焦點座談會上，徵詢對於自製節目補助政策之意見時，許多業者提及提撥基金以外，尚有稅收減免、補助金等方式可促進影視產業發展。本研究係以促進、扶植產業觀點，將設置基金、租稅減免、補貼等視為補助政策的一環。

除了美國並未有明顯的補助政策以外，其他大部分國家採取的方式包括提撥共同基金、租稅減免、補助金機制等。

歐盟的創意歐洲計劃，支援歐洲的文化、電影、電視、音樂、文學、表演藝術、文化遺產等領域的發展。其中 MEDIA 子計畫有專門針對電視節目的項目，專門資助以歐洲獨立視聽製作公司為主要製作者的作品，且電視節目製作須有三家歐洲廣播公司的參與。

英國並未發展出對電視廣播較完整的補助政策架構，而是採取租稅減免、補貼的手段。以企業投資方案為例，補助中小企業減免租稅，

但實際上大多是針對電影產業而非電視廣播產業。澳洲則有製作人稅額抵免、地點稅額抵免、後製特效支出稅額抵免等措施。

法國的電視頻道須將上一年度淨利 15%以上轉為下年度的法語自製節目資金，且電視台依年度營業額，經提撥 3.2%製作歐語節目，其中 2.5%為法語節目。

韓國的補助政策以設置基金為主，此外亦提出「振興國內節目產業計畫」，並提撥 9,000 億韓元作為該計畫之共同基金。韓國已於 2018 年 12 月正式進入 5G 商轉時代，韓國情報通信策略委員會於 2014 年 8 月提出「影像投影產業發展策略」，並預計 2020 年為止將提撥共 2,400 億韓元作為節目製作共同基金，韓國採取前瞻式政策，以求 5G 時代下的產業可獲得順利的發展，可見一班。在內容業者的焦點座談中，亦提及韓國在推行自製節目至海外的策略，是免費在各國播出，甚至以當地語言配音，先求市場占有，因此可以將韓國流行文化推向世界。我國戲劇節目在東南亞亦有觀眾收看，但是行銷力道及範圍不夠充足廣泛，或許我國可以參照韓國前瞻式的作法，由政府補助優質節目，使其在海外市場在價格談判上有更大的競爭優勢。

馬來西亞於 2010 年成立創意產業發展基金，但實施初期，批准可獲補助的比率不高，而後又於 2014 年再度成立基金，然而申請條件中有關於須符合馬來西亞中小企業資格，並至少持有 51%的本地股

權。

我國自製節目的補助政策，主要由文化部為之。科技部轄下科發基金所匡列的 100 億旗艦計畫中，文化部以「文化內容科技應用創新產業領航旗艦計畫」申請分配到「文化科技創新」項目下的經費，107 年度預算為 1 億 9,238 萬 5 千元。該項目政策主軸為融合文化與創新元素，鼓勵跨域加值整合，提升科技內涵與影視產業競爭力。規劃重點包括振興影視音內容產業，以獎補助和投/融資雙軌資金支持影視音產製，健全內需環境與帶動國際競爭力；「文化內容科技應用創新產業領航旗艦計畫」至 109 年度目標，包括輔導推動文化內容跨域 IP 經紀公司或機制成形，促進視、漫畫、舞台劇、文學等跨領域授權應用；文化部推出「文化內容投資計畫」，舉凡文化要素以文字、符號、圖形、聲音、影像等整合運用之技術、產品或服務，包括影視音、出版、ACG 產業等，都是此次聚焦投資對象。文化部影視及流行音樂產業局（以下簡稱影視局）亦針對符合特定要件之國內產製之電視劇、電視節目、兒童電視節目、流行音樂節目、廣播節目、電影長片及紀錄片節目等皆有相關補助政策。

我國亦對劇本創作有所補助，文化部影視局每年辦理「優良電影劇本」徵選活動，提供最高新臺幣六十萬元的獎勵。參選劇本須符合演出時間不少於六十分鐘，未獲國內其他政府機關電影劇本獎獎金，

且曾入圍本獎項作品不得再度參選等規定。

依我國 108 年度中央政府總預算，文化部預算數額達新台幣 202.83 億元，首次占中央政府歲出總額超過 1%。文化部 108 年公務預算增列 4 億元，補助公視基金會設立台語頻道，落實文化平權；加計該預算後，文化部補助公視、華視的預算達 19 億 9357 萬元[157]。

三、國內現有節目排播變化分析

本研究盤點兩辦法施行後約一年期間(2017 年 1 月至 2017 年 12 月)，無線電視頻道、有線系統頻道及 MOD 平臺共 50 個頻道，在上下半年主要或指定時段[158]之四類型節目(兒童、綜藝、戲劇及電影類)的排播情形，並以「本國自製節目播出率」與「本國自製節目新播率」為指標，分析排播情形是否有變化，若有變化，其趨勢如何。

無線電視頻道本國節目播出率的平均值，在 2017 年上半年為 77.03%，下半年為 84.99%；新播節目播出率的平均值，在 2017 年上半年為 66.96%，下半年為 77.53%。顯示出本國節目播出率及新播率皆有顯著提升。無線電視頻道於主要時段之戲劇節目總播出時數，上半年約為 1,053 小時，下半年約為 1,025 小時。戲劇新播時數方面，上半年約為 705 小時，下半年約為 795 小時。本國戲劇節目下半年較

[157] https://www.cna.com.tw/news/acul/201808230104.aspx

[158] 無線電視之主要時段為每日晚間 8 時至 10 時，衛星頻道則依頻道主要播出類型區分，戲劇與綜藝類型的節目指定時段為每日晚間 8 時至 10 時；電影（含紀錄片）類型節目為每日晚間 9 時至 11 時；兒童類型節目為每日晚間 5 時至 7 時。

上半年微幅下降 28 小時，但本國戲劇節目新播時數卻提升 90 小時。本研究彙整盤點期間各收視平臺盤點頻道之自製節目/新播節目之執行成效如下表 6-1。

表 6-1 盤點期間之盤點頻道相關自製節目/新播節目執行成效

	自製節目（比例）	新播節目（比例）	自製節目（小時）	新播節目（小時）
無線電視頻道	80.76%	72.71%	2,078	1,500
有線系統頻道	50.39%	49.84%	8,788	4,380
MOD 頻道	58.06%	53.01%	1,984	1,052

資料來源: 本研究

有線電視頻道四類型本國節目播出率的平均值，在 2017 年上半年為 49.76%，下半年為 50.97%；新播節目播出率的平均值，在 2017 年上半年為 49.28%，下半年為 50.35%。顯示出本國節目播出率及新播率皆稍微提升。播出時數方面，四類型本國節目總播出時數在上半年約為 4,198 小時，下半年約為 4,590 小時。四類型本國節目新播時數上半年約為 2,069 小時，下半年約為 2,311 小時。有線系統頻道於指定時段之四類型本國節目總播出時數，下半年較上半年增加 392 小時，新播時數增加 242 小時。

MOD 平臺頻道在四類型本國節目播出率的平均值，2017 年上半年為 57.09%，下半年為 58.97%；新播節目播出率的平均值，在 2017 年上半年為 55.88%，下半年為 50.42%，顯示出 MOD 頻道的自製節目播放率有所上升，新播率則下降。以播出時數來看，MOD 平臺頻

道在指定時段期間，四類型本國節目在上半年播出時數約為 943 小時，下半年約為 1,041 小時。四類型本國節目新播時數上半年約為 527 小時，下半年約為 525 小時。比較上半年與下半年播出狀況，MOD 平臺頻道指定時段之四類型本國節目播出時數，下半年較上半年增加 98 小時，新播時數則減少 2 小時。

整體而言，兩辦法實施後，我國電視頻道絕大部分皆符合法規要求，且有比率上升的趨勢。統計結果顯示出兩辦法的推動，確實促使頻道重視本國自製及新播節目的播出。原則上無線電視頻道表現最佳。值得注意的是，若觀察個別有線系統各頻道，將發現其新播率上相差較為懸殊。

若比較四個類型節目中，何種類型的自製播放率和新播率成長最多，可發現有線系統頻道本國節目總播出時數與新播時數皆以本國綜藝節目為最多、本國戲劇節目次之，成長量亦同。MOD 平臺頻道本國節目總播出時數以本國綜藝節目為最多、本國戲劇節目次之，成長量亦同；新播時數則以本國戲劇節目為最多、成長量亦最高，本國兒童節目及本國綜藝節目則皆有所減少。

四、民眾滿意度調查分析

本研究根據研究需求以及評選會議專家建議，經兩次前測信度結果，綜整專家後續建議，定出本次調查問卷。本次調查問卷於定稿後

再度進行前測，構面問題信度為 0.7 以上。本次調查以居住台閩地區且年滿 13 歲以上、過去 7 日內曾收視無線電視、有線電視、MOD 頻道之本國籍人口為訪問對象。調查問題類型包括了法規內容知悉度、本國製電影節目滿意度、本國製戲劇節目滿意度、本國製綜藝節目滿意度以及本國製兒童節目滿意度。

本次調查中，有收看無線電視、有線電視或 MOD 者，超過六成有收看本國製電視節目，其中以 20-29 歲看過比例最高（72.6%），70 歲以上比例最低（42%）。民眾較常收看之本國製電視節目類型，以綜藝最多（40.9%），其次為戲劇（36.8%），電影與兒童節目收看比例為 13.9%與 5.7%，都不常收看比例達 21.8%。

兩辦法實施後，民眾收看本國製各類型節目之意願多沒有改變，收視意願有提高者，以收看電影類提高比例最多（24.9%），女性及年齡層介於 20-49 歲間收視意願提高三成以上；戲劇類收視意願提高比例 23.5%，女性及年齡層介於 20-49 歲間收視意願提高比例超過平均值，其中 20-29 歲收視意願提高比例達 32.6%。綜藝類收視意願提高與降低比例分別為 14.8%與 14.3%，差異不大，收視意願提高者依年齡層分析，以 13-19 歲比例最高（24.9%）。兒童節目收視意願提高比例為 22.7%，女性（24.3%）高於男性（19.4%），但女性收視意願降低比例（16.7%）亦遠高於男性（5.8%）。

民眾對於本國自製節目整體滿意度，普遍滿意（合計非常滿意與還算滿意，以下同）比例超過七成五以上，以兒童節目滿意比例最高，達 86.5%，其不滿意比例最低，僅 10.5%；不滿意比例最高者為綜藝類與戲劇類，皆為 17.6%，略高於電影類不滿意度（16.8%）但差距不大。本研究彙整民眾對於本國自製節目滿意度如下表 6-2。

表 6-2 民眾對於本國自製節目滿意度

類別 (樣本數)	自製節目內容		自製節目數量		整體滿意度	
	滿意	不滿意	滿意	不滿意	滿意	不滿意
電影 (N=756)	71.30%	13.90%	63.40%	22.50%	78.20%	16.8%%
戲劇 (N=2000)	73.50%	12.00%	65.20%	21.30%	77.00%	17.6%%
綜藝 (N=2226)	74.20%	15.60%	68.40%	19.90%	78.20%	17.6%%
兒童 (N=312)	84.30%	7.00%	72.70%	17.70%	86.50%	10.5%%

資料來源:本研究

此外，交叉分析顯示，民眾對於本國製戲劇類內容品質滿意度，經卡方檢定於性別、年齡有顯著差異，其中依年齡分析，對內容品質滿意度隨年齡層增加遞減，13-19 歲滿意度比例最高達 88.2%；13-19 歲於戲劇類整體滿意度更高達 92.7%。民眾對於本國製綜藝類內容品質滿意度，經卡方檢定於年齡、教育程度有顯著差異，其中依年齡分析，對內容品質滿意者亦以 13-19 歲最高，達 90.8%，13-19 歲於戲劇類整體滿意度亦高達 96.8%；依教育程度分析，對內容品質滿意者以

國中或初中比例最高，達 80.1%，整體滿意度亦同，國中或初中滿意比例最高達 83%。

同時為了解民眾收視行為變化與對本國製節目的相關性，本研究亦分析民眾對四類本國製節目內容品質滿意度與收看節目次數之關聯。除了兒童類型節目不適合進行卡方檢定以外，分析結果顯示，民眾對本國製電影類、戲劇類節目、綜藝類節目的內容品質滿意度，與收看各類型節目次數之關聯性分析達顯著差異。易言之，收看本國製電影類/戲劇類/綜藝類節目次數，與對本國製電影類/戲劇類/綜藝類節目內容品質滿意度呈正相關。整體而言，越常收看本國製節目者，呈現對本國製節目內容滿意度越高之現象。

就法規知悉度而言，民眾普遍不清楚兩辦法，比例高達 92.1%；但於調查過程中說明後，超過八成（83.9%）民眾支持本國製節目規範政策，且年輕族群支持比例較高，13-19 歲支持比例高達 87.3%（參見第四章表 4-23）。

五、焦點座談會議重要意見分析

(一) 新播比例

綜合業者意見，兩辦法實施後對原本自製節目比例較高之頻道較無影響，其他頻道也願意增購本國自製節目，以符合兩辦法要求。但其中電影類因本國自製電影一年產量不足以供應頻道需求，為符合新

播比例，可能購買舊節目來播。按照現行無線電視事業播送本國自製節目管理辦法的定義，「新播」係指該節目在國內所有無線電視頻道第一次播出；復依衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法所稱「新播」，係指該節目在國內有線廣播電視系統經營者、直播衛星廣播電視服務事業或其他公公眾收視廳之播送平臺事業第一次播出。因此，只要該節目為曾於無線或有線頻道播送過，即使是舊片亦可符合新播。亦有業者提到因電影片源不足，故需以播送微電影或電視電影[159]因應。

縱觀各國大部分不單獨針對電影全面規管新播比例，而是多採取輔導政策，例如歐盟 MEDIA 子計畫、法國節目產業輔導金、加拿大 CPTC 規定若電影作品被授權屬於加拿大內容節目，則電影製作相關人員工資之 25%可作為稅額抵免、韓國設立「電影發展基金」。但部分國家有規定電影片之自製播出比例，例如韓國，明確規定各相關頻道每年應以播放電影總時數的 20%-40%播放本國自製電影。另外亦有針對紀錄片或長片規定自製播出之情形。以加拿大為例，雖未廣泛對電影片類型規管，但是將長篇紀錄片（至少 30 分鐘，內容為提供

[159] 電視電影係指在電視上播放的電影，通常由電視臺或電影公司製作後再賣給電視臺。美國、香港皆發展出類似的經營策略，例如 1950 年代開始，美國電影業開始拍攝低成本，適合在電視上觀看的電影。自我國情況而言，公視、中視、緯來電影台、台視等，每年自產的電視電影總計數十部。作品版權歸屬電視台，若契約無特別約定，基本上係以一般戲劇類型播出。參見 https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9B%BB%E8%A6%96%E9%9B%BB%E5%BD%B1 https://www.chinatimes.com/newspapers/20180126000189-260308

對特定主題或觀點的深入批判性分析）定義為優先性節目，須於黃金時段（19:00-23:00）播出每週至少 8 小時以上優先性節目，但是並無新播比例相關規範。

依據文化部「101 年度電影短片及微電影實施要點」，僅用放映時間長度定義微電影之規格（放映時間未達十分鐘）。實務上，微電影（Microcinema、Micro Movie 或 Micro Film）拍攝目的多為公益推廣、形象宣傳、商業訂製、個人創意等，其長度較短但有完整劇情呈現。近年許多微電影的拍攝朝向多元化發展，亦可分類為劇情（敘事、有劇情）、紀錄片、創意短片、動畫[160]。從鼓勵立場而言，凡可排除明顯具行銷目的之微電影之類型[161]，應可納入電影片，計入自製、新播比例。若確定微電影符合自製電影定義，可增加電影片源，則毋需調整比例；若微電影不符合自製電影定義，則應調降電影片比例。比例計算原則由各方利益關係人協調。

(二) 查核期間

此外，業者普遍反應，兩辦法上路後因半年一計之關係，限制排播的自由度，也不符合業界排播的實際情形，造成頻道排播不易，就劇種與集數上受到限制，造成競爭上之不利。專家學者亦同意，要改進目前半年排播一次的計算基準，而改為一年一計，一來可符合業界

[160] 以中華民國微電影協會的青春有影-2018 大學盃徵件標準為例
[161] 例如藉由適度開放微電影於電影院放映，進行觀眾測試。

實際運作情形，其次也可增加頻道排播的彈性與策略運用。

(三) 政策支持程度

與會專家學者多認為，兩辦法實施對於提升文化話語權、增加就業機會應有所助益，但亦指出現行辦法主要對本國自製節目量的提升有幫助，然質的提升則是更重要之課題。

參與焦點座談之民眾，對於兩辦法多採支持態度，民眾亦表達對戲劇品質提昇較為有感、喜見我國新生代演員相關討論增加等正面訊息，但年輕的與會者亦表示其收視管道多藉由網路，顯示我國影視環境變化。

六、實施成效及頻道遵守程度

兩辦法自 2017 年 1 月 8 日施行迄今已近兩年，主要針對國內自製節目播放比例以及新播比例皆設有相關規定，以衛星電視頻道為例，若不符合相關比例規定，主管機關可依衛星廣播電視法第 52 條第 1 項第 1 款規定，予以警告及罰鍰，並限令改正[162]。就過去頻道遵守相關規定的情形分析，根據通傳會公布資料，106 年度下半年較上半年之遵守情形有改善，多數頻道符合規定，106 年度年頻道未符合自製率及新播率情形如下表 6-3。

[162] 衛星廣播電視事業、境外衛星廣播電視事業之分公司、代理商或他類頻道節目供應事業有下列情形之一者，予以警告或處新臺幣二十萬元以上二百萬元以下罰鍰，並令其限期改正；屆期不改正者，得按次處罰：一、違反第八條第四項或第六十四條第一項準用第八條第四項所定辦法有關本國節目播送時段及比率限制之規定。

表 6-3 106 年頻道未符合自製率及新播率情形

106 上半年（15 個頻道）		
未符合規定類型	未符合規定頻道	裁處
本國製新播節目比率不合格（6 頻道）	三大一台	警告
	超視	核處 20 萬元
	龍華偶像台	核處 20 萬元
	新眼光電視台	核處 20 萬元
	世界衛星電視台	核處 20 萬元
	彰化生活台	核處 20 萬元
本國製、新播節目比率皆不合格（9 頻道）	視納華仁紀實台	警告
	鴻基影劇台	核處 20 萬元
	靖天映畫	核處 20 萬元
	MY 101 綜合台	核處 20 萬元
	MY-KIDS TV	核處 20 萬元
	影迷數位電影臺	核處 20 萬元
	高點電視台	核處 20 萬元
	鴻基台灣台	核處 20 萬元
	采昌影劇台	核處 20 萬元
106 年下半年（4 個頻道）		
未符合規定類型	未符合規定頻道	裁處
本國製新播節目比率不合格（2 頻道）	LS TIME 電影台	警告
	MY-KIDS TV	核處 60 萬元
本國製、新播節目比率皆不合格（2 頻道）	龍華電影	警告
	MY 101 綜合台	核處 20 萬元

資料來源: 本研究重製於 https://cnews.com.tw/119180331a01/

依據通傳會新聞稿，「自兩辦法施行以來，本國自製節目或本國自製新播節目時數都有明顯增加，其中無線電視 106 年本國自製戲劇節目新播總時數較 105 年增加 224 小時；至於衛星頻道於 106 年指定時段所播戲劇、電影、綜藝及兒童節目之本國節目時數較 105 年共增加約 8 千 2 百小時，本國新播節目時數則較 105 年共增加 7 千 5 百小

時」[163]。本研究盤點結果，亦可佐證自兩辦法實施以來，多數於不同收視平臺之頻道可符合法規要求，顯見兩辦法的推行對活絡本國自製節目市場有所助益。

[163] https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=8&sn_f=40315

第二節　建議

一、本國製節目及本國製新播節目之認定標準

本研究舉辦 15 場焦點座談會議，邀請電視台及頻道業者、內容創作業者、學者、公民團體、民眾等不同利益關係人參與座談，對本國製節目認定標準多無意見。

就本國製新播節目之認定標準而言，依《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》第七條，新播指該節目在國內所有無線電視頻道第一次播出；不同無線電視事業合製同一節目，出資比率達百分之三十以上者，於其所屬頻道第一次播出時，視為新播。又依《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》第五條，新播指該節目在國內有線廣播電視系統經營者（包括有線電視節目播送系統）、直播衛星廣播電視服務事業或其他供公眾收視聽之播送平臺事業第一次播出；不同衛星頻道節目供應事業合製同一節目，出資比率達百分之三十以上者，於其所屬頻道第一次播出時，視為新播。

依本研究焦點座談會之意見，因製作高品質內容，需大量資金投資，現今影視環境較難要求個別業者自行出資投資，現行規定對鼓勵業者合資製作自製節目有正面助益，且業者在現行規定下，或因競爭因素，傾向跨平臺（無線電視台與有線電視頻道）合作。

綜合焦點座談會意見，本研究建議可維持現行辦法對本國製節目

及本國製新播節目之認定標準。

二、指定時段節目類型之適切定義

依據《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》及《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》，目前有規定指定時段自製與新播節目比例之節目類型包含戲劇、綜藝、兒童及電影（含紀錄片），其目前監理認定各節目類型定義如下表 6-4。

表 6-4 本國自製節目之各類型節目定義

節目類型	目前監理所採之認定標準
兒童節目	依據《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》，係指為未滿 12 歲之人所製作之節目。
戲劇節目	依無線電視事業播送本國自製節目管理辦法第 4 條定義，係指「將人物、情節及場景組合成具故事性之內容」，其播送型態包含連續劇、單元劇、迷你影集、電視電影等。
綜藝節目	1. 參考文化部歷年電視金鐘獎獎勵辦法，係指以音樂（含音樂競賽節目）、歌舞（含歌舞競賽節目）、才藝表演、短劇、遊戲或競賽等元素為內容，並以娛樂為主要目的之節目。 2. 基於鼓勵本國文化，原則上如有符合文化或藝術性之本國自製行腳類、美食類及談話類型節目，同意採彈性從寬認定方式處理，納入本國綜藝節目之類型計算。

資料來源: 國家通訊傳播委員會(2018)《促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究採購案》計畫書

本研究彙整焦點座談會意見，與會人士對於兒童、戲劇及電影等類型節目定義多無意見，但對於綜藝節目定義，有學者表示現行綜藝節目定義似乎太狹隘，行腳類、談話性節目是否也應屬於綜藝節目。業者亦表示希望放寬綜藝節目定義，因兩辦法之宗旨是為了鼓勵增加自製節目內容，但現行有些如談話性節目亦是以娛樂為導向，應該也算綜藝節目。

現行綜藝節目定義主要是依據電視金鐘獎獎勵辦法第三條之節目定義，所稱綜藝節目，指以音樂（含音樂競賽節目）、歌舞（含歌舞競賽節目）、才藝表演、短劇、遊戲、競賽等元素為內容之節目。本研究研析近幾年之電視金鐘獎獎勵辦法，發現金鐘獎對各類型節目之名稱與定義會隨時間變化不同。例如，根據中華民國一百零四年度電視金鐘獎獎勵辦法，其節目類型包含行腳節目、綜藝節目、綜合節目，但至一百零六年度電視金鐘獎獎勵辦法之節目類型改為生活風格節目、綜藝節目、益智及實境節目獎，且其定義亦有所不同（參見表 6-5）。

表 6-5 我國歷年電視金鐘獎獎勵辦法對綜藝類相關節目定義

	100-101 年度	102-105 年度	106-107 年度
行腳節目	指藉由主持人親身探訪，介紹在地采風、休閒旅遊、美食等內容之全外景節目。	指藉由親身探訪，介紹在地采風、休閒旅遊、美食等內容之全外景節目。	無。
綜合節目	指提供生活資訊、時尚流行（101 年度為流行新知）、休閒育樂等多元綜合性內容之節目。	指提供生活資訊、流行新知、健康育樂等多元性、綜合性之節目。	無。
綜藝節目	指形式內容以娛樂觀眾為主要目的之節目。	指以音樂、歌舞、才藝表演、短劇、遊戲或競賽等元素為內容，並以娛樂為主要目的之節目。	指以音樂（含音樂競賽節目）、歌舞（含歌舞競賽節目）、才藝表演、短劇、遊戲、競賽等元素為內容之節目。
生活風格節目	無。	無。	指提供美食、旅遊、流行文化、健康、美妝、藝文時尚、室內設計、休閒等生活資訊節目，或藉由親身探訪介紹上述內容之節目。
益智及實境節目	無。	無。	指以益智、實境或互動為內容之節目。

資料來源: 本研究

若根據中華民國一百零五年度電視金鐘獎獎勵辦法，綜合節目指提供生活資訊、流行新知、健康育樂、益智、遊戲、競賽等多元性、綜合性之節目，其有部分定義與綜藝節目重疊；若依據中華民國一百零六年度電視金鐘獎獎勵辦法，生活風格節目指提供美食、旅遊、流行文化、健康、美妝、藝文時尚、室內設計、休閒等生活資訊節目，或藉由親身探訪介紹上述內容之節目，而益智及實境節目指以益智、

實境或互動為內容之節目，此二類節目定義雖不同於綜藝節目，但皆可能為「娛樂性」節目。

金鐘獎之獎項類別，或許因考量節目競賽評比，或考量鼓勵從業人員而增加不同類別獎項，但為增加業者自製內容之多元性與彈性，本研究建議或可研擬放寬綜藝類節目定義，考慮納入生活風格或益智及實境節目。

三、納管節目類別、主要及指定時段、合格比率及查核基準期間

2017 年 1 月 8 日施行之《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》及《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》，納管節目類別、主要及指定時段及合格比率彙整如下表 6-6。

表 6-6 我國自製節目規定

	主要時段/ 指定播送時段	節目類型	本國自製 節目比率	本國自製 節目新播率
無線電視	每日晚間 8-10 點	戲劇	50%	40%
境內衛星頻道	每日晚間 5-7 點	兒童	25%	40%
	每日晚間 8-10 點	戲劇 / 綜藝		
	每日晚間 9-11 點	電影（含紀錄片）		
	每日晚間 9-11 點	僅播電影（含紀錄片）	25%	20%

資料來源：本研究彙整

就納管節目類別而言，有動畫業者提出希望相關辦法納入動畫類別。本研究研析國家中，韓國規定各相關頻道每年應以播放動畫總時數的 30%-50%，播放本國自製動畫；中國規定在每個播出動畫片的頻道中，國產動畫片的播出數量不少於 60%。但考慮我國動畫之供給量

未必充裕[164]，若將動畫類別單獨列出，業者恐不易達成規範標準。因此，本研究建議，或可將動畫納入兒童類別或電影類別，於查核時亦可比較本國製自製動畫節目時數之增長，做為後續政策檢討參考。

關於主要時段及指定時段是否適切，依本研究調查顯示，民眾較常收看電視的時段，最多民眾會在 20-21 點收看，占 54.9%，其次為 19-20 點（50.2%）、21-22 點（45.2%）。由此可知，目前法規所訂定之黃金時段，與民眾收看電視節目的時段大致相符。復依本研究彙搜之焦點座談會議紀錄分析，大部分並未對黃金時段的定義有特別意見，對於兒童節目時段，大部分與會業者與民眾亦表示兒童下課後可能收看電視的時間為每日晚間 5 時至 7 時，因此該指定時段尚屬合理。雖有少數業者希望給予業者更大排播自製節目空間，不需規範需於黃金時段播出，但根據本研究研析各國做法，對自製節目有規範者，對黃金時段之播出比例多有限制。綜上分析，本研究建議我國對本國製節目之主要時段/指定播送時段規定可維持現況。

就合格比例分析，本研究盤點無線電視台、有線電視頻道及 MOD 頻道，多數皆可符合各類型自製節目規定標準，而不符合比例規定者以播放電影節目類別者較高。焦點座談會中亦有業者表示，國內電影片源有限，一年產製內容不足以供應本國頻道需求，而為符合本國製

[164] 依據維基百科台灣動畫列表，2011-2015 年台灣動畫共 26 片，2016-2018 年 10 月共 17 片。

節目自製及新播比例，業者除增加播放電視電影以外，亦會以播放過去拍攝完成但無法上映電影、微電影甚至學生電影等做法，以因應辦法規定。有電影製作業者建議，電視台或頻道商或可考慮以合資方式，擴大本國自製電影動能，並可確保片源，達到雙贏效果。但就市場現況而言，因本國一年自製電影片源有限，業者欲達成新播比例難度較其他類別為高。因此，本研究建議可研擬降低電影類別新播比例。

就查核期間而言，目前《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》及《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》規定查核依據頻道每半年播出時數計算，但焦點座談會中與會業者普遍認為，現行半年查核造成頻道排播節目不便，如有些節目配合業者暑期檔期規劃，會有跨越年中現象發生，因此，業者一致建議查核期間宜以一年計算。從產業現況及管制實務而言，本研究亦建議將查核期間，由半年改為一年計算。

四、境外頻道應否納管

兩辦法之規定不適用於境外頻道及 OTT 平臺之內容供應業者，而實務上，境外頻道亦難以納管。舉例而言，境外頻道不受指定播送時段及節目類別、比率限制，排播政策更為自由，境內頻道卻可能必須製作不具市場性及重播價值的本國自製節目。本研究舉辦之焦點座談會中，以兒童節目為例，有業者表示在指定時段內，國內頻道播出

自製兒童節目，但境外頻道播出卡通節目，業者花大錢製作本國節目，收視率卻較差，形成不公平競爭，因此建議應放寬所稱指定時段。

就市場實務而言，境外頻道因有地區性（如亞洲或亞太地區）排播政策，難以強制要求其排播節目需有一定自製比例。但焦點座談會中，有業者提議或可要求境外頻道提撥一定金額或營收之一定比例，回饋予台灣內容製作業者。因此，本研究建議，境外頻道納管實務上可行性低，但可要求境外頻道若欲進入台灣市場，則應提撥營業額一定比例，做為提供內容產製之共同基金部分資金來源。

五、無線、衛星等不同收視平臺，是否應避免差別待遇，齊一管理

由於無線電視台使用公共之頻譜資源營運，各國對於無線電視及其節目內容多有規範，在自製節目比例部分，多數國家（如英國、法國、加拿大、韓國、澳洲）要求無線電視台符合自製節目比例亦較高。例如，韓國要求無線電視、有線電視及其他電視之自製節目比例不同；法國主要規範無線電視台，但非無線電視頻道收視人口超過全國電視年度均收視人口 1.5%以上者，仍須遵守黃金時段要求之自製節目比例；澳洲主要針對無線電視規定自製節目比例，付費電視若以提供戲劇節目為主者，每財政年度需至少投入 10%之節目總支出於澳洲戲劇製播上。英國、加拿大對國內公共電視之自製節目比例則有更高標準。

參酌國外其他國家對於自製節目內容規管，無線電視台因使用公

共頻譜資源，要求其自製節目內容比例有其合理性，而有線電視為我國民眾主要收視來源[165]，基於自製節目內容政策於文化價值保護之意義，但考量其未使用公共資源，其自製節目內容要求比例可與無線電視不同。因此，本研究建議維持現行管制方式。

六、相關業者成本計算及營收變化之簡易表格設計

參考公開資料可取得之媒體產業公司財務報表，頻道以自製節目為主者，節目收入約佔 70%，廣告收入約佔 20%，其他收入約佔 10%；頻道以外購為主者，廣告收入約佔 70%，節目收入約佔 20%，其他收入約佔 10%。營業成本包含節目製作成本、外購節目成本及其他成本。其中，其他成本約佔營業成本 10%。

若以「僅播出戲劇節目、外購節目為主」的頻道為例，假設節目播出時數及頻道節目收入如表 6-7 與表 6-8：

[165] 依據通傳會 106 年通訊傳播市場報告，我國民眾主要收視來源以有線電視為最高，達 60.8%，其次為無線電視台，達 17.1%。

表 6-7 節目播出時數假設

	比例	小時
四類型節目總播出時數 （業者提報資訊或請業者提供）	100%	500
本國四類型節目總播出時數 （業者提報或請業者提供）	25%	125
外購非本國四類型節目時數 （依比例推估或計算得知）	75%	375

資料來源：本研究自製

表 6-8 頻道節目收入計算

	每集節目收入（萬元）	節目集數	總收入（萬元）
戲劇	30	30	900
綜藝	5	0	0
兒童	2	0	0
電影	—	—	—

資料來源：本研究自製

基於前述時數及節目收入之數據，頻道節目自製/外購成本可以下表 6-9 計算（電影節目之成本計算與電視節目不同，故暫不列入示例計算）：

表 6-9 頻道節目自製/外購成本計算表格

	自製/外購節目小時數	每集（1 小時）成本（萬元）	總成本（萬元）
節目製作成本			
戲劇	30	200	6,000
綜藝	0	100	0
兒童	0	10	0
電影	0	—	—
節目外購成本			
本國製			
戲劇	95	30	22,500
綜藝	0	5	0
兒童	0	2	0
電影	0	—	—
非本國製			
戲劇	375	60	22,500
綜藝	0	10	0
兒童	0	5	0
電影	0	—	—

資料來源：本研究自製

為實際反映電視產業製播本國製節目、本國製新播節目製播成本、版權、採購、營收、支出、損益等相關營運產能，本研究設計可供監理單位瞭解自兩辦法施行後，相關業者營收變化之簡易表格如下表 6-10：

表 6-10 營收簡易計算表

	金額
營業收入	
節目收入	
廣告收入	
其他收入(如版權、商品等)	
合計	
營業成本	
節目製作成本	
戲劇	
綜藝	
兒童	
電影	
外購節目成本	
本國節目	
非本國節目	
其他成本	
合計	
營業利益	

資料來源：本研究自製

七、為符合市場趨勢、管制實務、提升本國文化話語權、提升本國製節目及本國製新播節目質量之法規修正方向與政策建議

綜合上述分析與專家建議，就市場趨勢與管制實務層面與提升本國文化話語權，本研究建議修正自製節目之綜藝類型定義，並可考慮納入動畫內容，因此，本研究建議修改《衛星頻道節目供應事業播送

本國節目管理辦法》第五條第二項、第三項與第四項，其中第二項由原條款「電影（含紀錄片）」，改為「電影（含紀錄片、動畫）」，第三項由原條款「綜藝」，改為「綜藝（含綜藝，包括風格、益智與實境節目）」，第四項由原條款「兒童」，改為「兒童（含動畫）」，藉由擴大自製節目類型納入更多我國自製節目內容與型態，讓文化內涵有機會透過節目加以展現。此外，查核期間建議修正為一年，因此本研究建議修正《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》第七條之條文，由原先「第二條所定百分之五十比率及百分之四十比率，按個別頻道每半年播出時數計算」改為「第二條所定百分之五十比率及百分之四十比率，按個別頻道每一年播出時數計算」。《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》第五條之條文由原先「第一項所定比率，按該頻道每半年播出時數計算」改為「第一項所定比率，按該頻道每一年播出時數計算」。

而就提升本國製新播節目質量上，本研究在政策建議分別從「協助業者取得較多製作經費」與「協助研究創新節目內容型態」兩途徑來加以改進，在「協助業者取得較多製作經費」部分，從焦點座談會中業者普遍反應，現在影視節目內容製作所需成本增加，需要更多資金投入製作，現階段政府在電視節目製作補助上，已分別就電視內容製作、

綜藝節目製作與兒童節目製作給與補助[166]，除原有補助外，可參考加拿大設置媒體基金作法（具體作法參見本節第八點），讓業者有更多機會獲得製作基金。由於業者原則上僅需達到兩辦法規定的自製比例，避免受到裁罰，在內容為王的時代，若製作基金提升，即可實質促進每集自製節目內容品質提升，以目前所受補助最多的公視為例，製作資金提高，其所產出節目內容的品質、多元性、視覺技術皆有提升。而在「協助研究創新節目內容型態」部分，參考影視產業發展國家之作法，如英國在《2003 年通傳法》（Communication Act 2003）》訂定英國國家廣播公司（BBC）與第四頻道（Channel 4），研究新型態節目類型作為活化節目品質之要項，韓國也經由內容振興院來研究新型節目型態，進而提升節目內容品質。短期主管機關可要求公共電視來從事相關研究，長期可將節目內容型態創新研究納入「文化內容策進院設置條例」施行細則。

八、提撥共同基金之可行性及具體實施策略建議

我國電視產業產值 2016 年推估值為 1,360.73 億元，相較於 2015 年下降 2.82%，整體電視產業面對產業結構改變，平臺多元且分散形成高度競爭，電視產業進入價格戰，而上述現象也間接影響內容製作資金之投資（文化部，2016）。對於投入內容製作資金的躊躇，可從

[166] 參考《中華民國一百零七年度電視節目製作補助要點》、《中華民國一百零七年度綜藝節目製作補助要點》與《中華民國一百零七年度兒童電視節目製作補助要點》。

業者焦點座談會場次瞧見端倪，其在海外市場萎縮的情況下，投資後能否有回收管道，是重要考量要素；綜合焦點座談業者回應，以及我國電視產業經營現況，要求現有電視業者設立與提撥新的共同基金，多數認為不可行。

值此有線電視幾近百分百數位化之際，本研究建議重新討論並規劃我國現有有線廣播電視事業發展基金用途，將發展影視內容納入基金用途，根據 NCC 決算[167]，目前約 93%有線基金用於補助數位機上盒，然而依國家通訊傳播委員會公布之 2018 年第 2 季數據，目前全國有線電視數位化比率已達 99.7%，顯見有線基金已完成有線電視數位化階段性任務。

依有線廣播電視法第 45 條第 2 項，系統經營者提繳每年營業額成立之特種基金的法定用途限於有線廣播電視之普及發展、有線廣播電視相關管道之鋪設與維護、偏鄉地區之普及服務、弱勢族群收視費用之補助及與有線廣播電視有關之地方文化及公共建設，以及捐贈財團法人公共電視文化事業基金會。在完成階段性任務後，原先補助範圍與補助標的如何配合國家政策發展，值得各界共同討論；植基於國際影視產業發展現況，以及數位經濟時代內容為王之重要性，本研究認為透過有線基金補助影視內容，將有助於產業發展與轉型，也能協

[167] 台經院，2018，《有線基金未來運用規劃及有線電視加值產業調查與相關監理制度之委託研究案期中報告》(未出版)

助相關產業因應匯流時代所面臨之衝擊與挑戰。

國家通訊傳播委員會規劃自 2018 年 11 月起有線電視系統經營者與頻道供應事業應於 2019 年底前，基本頻道節目全面以高畫質播出。為讓經營業者的頻寬能作最好之運用，本研究建議配合政策，將有線電視基金用於節目品質與畫質提昇，除高畫質部分外，另可擴大範圍至 4K，或是未來之 8K。

研究國家中，加拿大的設置基金做法，體系完整，加上近年 Let's Talk TV 計畫將規範重點轉移到對製作加拿大內容節目支出的監管，本國自製播映要求有降低趨勢，但仍將確保大多數電視台和 VOD 業者將其部分收入再投資於加拿大內容的創作，提升影音品質。鬆綁對業者的要求，同時使業者獲得更多製作資金，

韓國亦同時採文化扶植與自製節目管制，且管制結構與我國相似，然而較值我國參考的係韓國兼顧文化扶植與網際網路產業的政策，包括提撥 9,000 億韓元至「振興國內節目產業計畫」，以及為配合 5G 商轉時代，預計至 2020 年為止提撥共 2,400 億韓元至「影像投影產業發展策略」基金。本研究建議應將高畫質技術（例如 4K、8K）、網際網路技術（例如 5G）之發展趨勢納入我國制訂政策參考。

九、提出本國製節目如何行銷海外之策略建議

依據《2016 影視廣播產業趨勢研究調查報告》（文化部，2016）

調查結果，有超過六成新製劇行銷海外，海外市場主要集中在華人地區與部分東南亞地區，近年來亦有業者積極擴大市場範圍，澳、紐、中東、美洲、歐洲與非洲也可觀賞台灣電視劇[168]。

而就 2016 年統計數字顯示，我國電視產業出口值較 2015 年大幅下降 39.23%，除以國際代工為主之電視節目製作成長 22.4%外，其餘均下降，如何能積極協助業者將自製節目繼續並擴大行銷海外，是為重要議題。

綜合焦點座談業者與專家學者建議，以及參酌歐盟創意歐洲計劃（Creative Europe）作法，本研究提出下述建議：

1. 除現行獎勵辦法[169]給予獲獎者獎項與補助金外，應續從行銷與推廣層面研議，如何協助我國節目於增加於其他國家平臺曝光之辦法；以創意歐洲為例，在歐盟議會與歐盟委員會支持下[170]，創意歐洲設置專門計畫[171]徵求行銷與推廣商業模式，藉以推廣歐洲作品，換言之，歐盟將行銷與推廣視為發展媒體與文化重要項目，而不單是媒體商業行為。分析座談會與會者對實踐文化話語權的意見，多認為行銷自製節目至海外係散佈台灣文化、

[168] 主要是三立電視節目。
[169] 參見文化部《中華民國一百零七年度連續劇海外公開播送公開播送公開傳輸要點》
[170] 參考下述網頁 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1408546810627&uri=CELEX:32013R1295
[171] 創意歐洲在 2018 年分別提出對外徵求「歐洲視聽作品線上推廣計畫」(Promotion of European Audiovisual Works Online 2019)，以及「非當地國電影支援計劃 – 行銷選擇」(The Distribution Selective scheme: Support for the distribution of non-national films 2019)

掌握文化話語權的具體手段。除了增進自製節目的數量與品質，尚需要專門針對我國節目行銷至海外的相關具體政策。考量我國長壽連續劇在東南亞國家尚有一定市場，或許可拓展其他類型之節目以推廣我國文化。參考「日本節目海外擴張之基礎設施綜合改善事業」的目標及操作模式，可鼓勵業者與其他產業或地方團體、地方政府合作，確立輸出對象以及節目內容（可涉及地區文化、觀光、歷史等）向文化部提出事業計畫，經審查通過後可獲得援助，專門為該節目行銷海外的廣告、通路、協助我國提供比日韓歐美等競爭者的節目更優惠的價格給海外市場，實質促進我國節目為其他地區觀眾所收視。

2. 擴大原獎補助辦法獎補助範圍：平臺業者表示，我國補助金額運用過於分散，發放補助金給許多業者，導致個別補助金額減少，甚至有補助完業者仍不完成拍攝之情形發生。因此，業者未否認補助與獎勵並存之可能性，但提出建議，應研議凡成功擴展海外新市場業者獎勵辦法，增加業者擴展海外市場之動力。

3. 爭取國際 OTT 影音業者來臺設立亞洲分公司：焦點座談會中內容業者以自己成功經驗，建議政府正視跨國 OTT 影音業者國際行銷之力量，爭取國際 OTT 影音業者來台灣設立分公司，以促進更多業者能透過國際 OTT 影音平臺行銷至更多國家。

十、提升本國節目文化質、量效果之政策、法規建議

文化層面的非經濟效益，主要可包括掌握台灣文化話語權、提升閱聽大眾的人文精神、提高台灣節目知名度，藉此宣傳企業品牌、進行城市廣告、增加國際曝光率 、提升影視專業知識、推廣影視技術、節目內容可對社會大眾產生示範效益等。分析座談會與會者對實踐文化話語權的意見，大多認為現行自製節目之辦法，可提升自製節目數量，但可能無法提升節目品質。尤其民眾滿意度調查顯示，民眾在近一年中，對於各類型節目之滿意度未有穩定攀升之情形，且在特定節目類型中滿意度也有下滑現象，可知實施現行自製節目辦法至今尚未能彰顯其非經濟效益。業者及學者亦多認為行銷自製節目至海外係散佈台灣文化、掌握文化話語權的具體手段。除了增進自製節目的數量與品質，尚需要專門針對我國節目行銷至海外的相關具體政策。而提升閱聽大眾的人文精神，本研究建議藉由補助辦法對補助作品之內容，以可展延作品價值，增加與培養閱觀人口者之標準審核，以達到培養閱聽人的品味、節目內容對大眾產生示範等非經濟效益。

在文獻蒐集亦可發現加拿大之 Let’s talk TV 政策中未如以前堅持自製節目之播出比率，而是實質上從節目內容上區分受補助之對象，並且注重將資金挹注在自製節目成本上。因此，經本研究分析，現行自製節目相關辦法的效益主要反映在自製節目之數量，而無法直接促

進文化層面的非經濟效益上。

綜合焦點座談會民眾之意見，對於具文化內涵之優質節目，普遍印象來自於如〈通靈少女〉、〈你的孩子不是你的孩子〉、植劇場系列等，而提及普羅大眾所收視節目，則多列舉八點檔長壽劇，該現象反應出對於電視節目「質」與「量」，民眾已有刻版品牌印象；而在製作實務上，前者是先完成作品再播出，故在敘事結構上完整而清楚，後者則邊拍邊播，配合時事與觀眾收視喜好調整劇本。另外於業者焦點座談會上，業者提出之所以製作長壽劇純粹為市場考量，即使嘗試製作優質節目，卻面臨收視率不佳、觀眾不支持之情形。

基於以上所述，本研究認為對於提昇節目文化「質」，不在於建立已有口碑品牌頻道/平臺民眾收視習慣，而在於如何提升商業頻道收視群眾收視商業頻道所製播高品質節目之意願，從收視群眾方面而言，閱聽大眾之文化鑑賞程度需要培養，僅靠規定自製節目播出比率，可能導致提供業者提升節目品質的誘因不足，本研究舉辦之焦點座談會中，多位業者、學者及民眾皆指出此隱憂。有鑒於此，補助政策作為配套措施，應對補助節目之品質規定訂定要求。現行補助辦法[172]第三條第三項第一款已針對市場性與國際性設定評選條件，本研究建議現行補助辦法第三條第三項第三款「選擇我國原創作品（如漫畫、文學

[172] 詳見《中華民國一百零七年度電視節目製作補助要點》

等）改編，能延展作品價值及閱觀人口者尤佳。」改為「選擇我國原創作品（如漫畫、文學等）改編，能延展作品價值，增加與培養閱觀人口者尤佳。」藉由影視專業人員之意見，以正面表列數項標準，作為對本國製節目予以補助之考量因素，可實質促進本國製節目之品質。

參考資料

■ 中文參考資料

ETоday（2014）。〈境外劇要「先審後播」大陸網友同步追戲成泡影〉。檢索網址：https://travel.ettoday.net/article/421077.htm

中華人民共和國國家新聞出版廣電總局（2014）。《國家新聞出版廣電總局關於進一步落實網上境外影視劇管理有關規定的通知》。

中華人民共和國國家新聞出版廣電總局（2016）。《關於大力推動廣播電視節目自主創新工作的通知》。

中華人民共和國國家廣播電影電視總局（2000）。《關於進一步加強電視劇引進、合拍和播放管理的通知》。

中華人民共和國國家廣播電影電視總局（2004）。《境外節目引進、播出管理規定》。

中華人民共和國國家廣播電影電視總局（2005）。《廣電總局關於禁止以欄目形式播出境外動畫片的緊急通知》。

中華人民共和國國家廣播電影電視總局（2006）。《廣電總局關於進一步規範電視動畫片播出管理的通知》。

中華人民共和國國家廣播電影電視總局（2012）。《廣電總局關於進一步加強和改進境外影視劇引進和播出管理的通知》。

中華電信 MOD（2018 年 11 月 2 日）。〈民國 108 年 MOD 收視行為調查活動〉。檢索網址：http://mod.cht.com.tw/news/events/content.php?id=9558

文化部（2017）。《2017 台灣文化創意產業發展年報》。檢索網址：https://stat.moc.gov.tw/Research.aspx?type=5

文化部（2018）。《2016 影視廣播產業趨勢研究調查報告—電影、電視及廣播產業》。臺北市：文化部影視及流行音樂產業局。

文化部影視及流行音樂產業局（2016 年 3 月）。《國產電影片劇本開發補助要點》。檢索網址：https://www.bamid.gov.tw/information_201_64359.html

文化部影視及流行音樂產業局（2018 年 3 月 21 日）。《中華民國一百零七年度電視金鐘獎獎勵要點》。檢索網址：https://www.bamid.gov.tw/downloadfilelist_163.html

文化部影視及流行音樂產業局（2018 年 9 月）。《「107 年度徵選優良電影劇本」徵件須知》。檢索網址：https://www.bamid.gov.tw/information_215_89007.html

台北金馬影展執行委員會（2018）。《2018 台北金馬影展第五十五屆金馬獎競賽規章》。檢索網址：http://s3.goldenhorse.org.tw/download/2018/2018GoldenHorseAwardsGuideline&Rule_ch.pdf

台灣經貿網（2009）。《泰國投資法規、勞動法規及稅務分析專欄》。檢索網址：https://info.taiwantrade.com/biznews/%E6%B3%B0%E5%9C%8B%E6%8A%95%E8%B3%87%E6%B3%95%E8%A6%8F-%E5%8B%9E%E5%8B%95%E6%B3%95%E8%A6%8F%E5%8F%8A%E7%A8%85%E5%8B%99%E5%88%86%E6%9E%90%E5%B0%88%E6%AC%84-880017.html

白卿芬等（2017）。《跨境網路內容治理政策期末報告》。國家通訊傳播委員會委託研究。

何吉森、王伯珣、田政展（2018）。《赴新加坡雙邊交流出國考察報告》。國家通訊傳播委員會。

吳統雄（1984）。《電話調查理論與方法》。聯經出版社。

易禹琳（2006）。〈中國發布之”9 月 1 日起 17-20 点禁播境外动画片”規定〉。檢索網址：https://web.archive.org/web/20120502175015/http://comic.qq.com/a/20060812/000007.htm

林照真（2011 年 4 月）。〈收視率的宰制：台灣媒體代理商與電視頻道〉。《新聞學研究第 107 期》，頁 P89-132。

洪貞玲（2010）。〈出淤泥之蓮：泰國公共電視的起源與進展〉。《新聞學研究第 102 期》，頁 295-325。

科技部（2018 年 10 月）。《產業創新旗艦計畫 107 年度第 3 季執行情形》。檢索網址：https://www.bost.ey.gov.tw/cp.aspx?n=7ECD0B3F944D70EE&s=D3B4726CFCC9DD95

國家通訊傳播委員會（2017）。〈「無線電視事業播送本國自製節目管理辦法」、「衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法」公開說明會〉簡報資料。檢索網址：https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/17011/52_36830_170113_1.pdf

國家通訊傳播委員會（2017）。《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法草案總說明》。檢索網址：https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/16110/181_36472_161108_2.pdf

梁正清（2003）。〈中國大陸網路傳播的發展與政治控制〉。《資訊社會研究第四期》，頁 211-252。

陳慶立（2013）。《韓國的國際廣播介紹：KBS WORLD 與 Arirang TV》。檢索網址：http://web.pts.org.tw/~rnd/p2/2013/11/Korea%20International%20Broadcasting.pdf

彭孟慈、羅世宏、胡元輝、董彥欣、林佳音（2013）。《電視頻道節目重播率調查與規範政策研究期末報告》。國家通訊傳播委員會102 年委託研究報告。

無線電視事業播送本國自製節目管理辦法（2016 年 12 月 27 日）。

馮建三、翁秀琪、羅世宏、魏玓、程宗明（2008）。《數位匯流後之傳播內容監理政策分析期末報告》。國家通訊傳播委員會 97 年委託研究報告。

黃建翰（2006）。〈中國大陸電視產業政策之發展趨向與外資進入模式〉。《資訊社會研究》，第 10 期，頁 265-303。

電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法（2016 年 11 月 11 日）。

廖揆祥等人（2016）。《歐洲聯盟文化政策之脈絡與實踐》。臺北市：國立台灣大學出版中心。

劉靜雯（2016）。〈台劇低迷的轉機？創新、實驗與文化價值〉。取自：https://opinion.cw.com.tw/blog/profile/385/article/4523

衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法(2016 年 12 月 27 日)。

鄭自隆（2015）。《傳播研究與效果評估》。臺北市：五南。

羅世宏（2016）。〈台劇到哪裡去了？面對兩岸電視交流失衡的警訊〉。取自風傳媒：https://www.storm.mg/article/113853

■ 日文參考資料

MRI（2017）。〈「放送コンテンツ海外展開基盤総合整備事業」事業企画の採択について〉。檢索網址：https://www.mri.co.jp/news/press/public_offering/result/022308.html

NHK（2014）。《データブック世界の放送 2014》。NHK 放送文化研究所。

NHK（2018）。《データブック世界の放送 2018》。NHK 放送文化研究所。

川竹和夫、杉山明子（2004）。〈日本のテレビ番組の国際性〉。《NHK 放送文化研究所年報 2004》。

中村美子、米倉律（2007）。〈韓国の放送評価制～放送の“質”を誰が，どう評価するのか～〉。《放送研究と調査 OCTOBER 2007》。

日本貿易振興機構ジェトロ（2013）。《タイのコンテンツ市場調査》。

日本總務省（2017）。《平成 30 年度予算概算要求の概要》。

日本總務省（2017）。《放送コンテンツの海外展開について》。檢索網址：

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kensho_hyoka_kikaku/2018/contents/dai2/siryou3-1.pdf

村上聖一（2015）。〈戦後日本における放送規制の展開〉。《NHK 放送文化研究所年報 2015》。

松本裕美、田中則広（2017）。〈日本の番組コンテンツの国際展開および受容実態に関する調査〉。《放送研究と調査 JANUARY 2017》。

原由美子、中村美子、田中則広、柴田亜樹（2011）。〈日本のテレビ番組における外国要素〉。《NHK 放送文化研究所年報 2011》。

■ 英文參考資料

ACMA(2009). Children's Television Standards 2009, Australia. Retrieved on November 22, 2018, from: https://www.acma.gov.au/-/media/Diversity-Localism-and-Accessibility/Advice/pdf/childrens_tv_standards_2009-pdf.pdf

ACMA(2016). Australian Content Standard 2016. Retrieved on November 22, 2018 , from: https://www.acma.gov.au/-/media/Community-Broadcasting-and-Safeguards/Information/pdf/ACS-23-March-2016---F2016L00392-pdf.pdf?la=en

ACMA(2017). Broadcasting Services Act 1992, amended and in force on 23 June 2017. Retrieved on November 22, 2018, from: https://www.legislation.gov.au/Details/C2017C00201

Broadcasting Services Act 1992(June 23, 2017).

Canadian Audio-Visual Certification Office(2012). CPTC Program Guidelines. Retrieved from https://www.canada.ca/content/dam/pch/documents/services/funding/cavco-tax-credits/canadian-film-video-production/cptcGuide-eng.pdf

CAVCO(2012). Film and video tax credits. Retrieved on Auguest 1, 2018, from: https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/funding/cavco-tax-credits/canadian-film-video-production/application-guidelines.html

CBC News(2015). CRTC eases Canadian-content quotas for TV https://www.cbc.ca/news/business/crtc-eases-canadian-content-quotas-for-tv-1.2992132

CMF(2018). Canada Media Fund2018-2019 Program Commitment Allocation. Retrieved from https://cmf-fmc.ca/getattachment/615afdb6-0b07-4e6f-bf5d-a25c00be6192/Breakdown-of-the-Program-Budget.aspx

CNC(2016). Bilan 2017 des SOFICA.

CRTC(1984). Public Notice CRTC 84-94 https://crtc.gc.ca/eng/archive/1984/PB84-94.HTM

CRTC(1999). Public Notice CRTC 1999-205. Retrieved on November 23, 2018, from: https://crtc.gc.ca/eng/archive/1999/pb99-205.htm

CRTC(1999). Public Notice CRTC 1999-206. Retrieved on November 23, 2018, from: https://crtc.gc.ca/eng/archive/1999/PB99-206.htm

CRTC(1999). Public Notice CRTC 1999-97. Retrieved on November 23, 2018, from: https://crtc.gc.ca/eng/archive/1999/pb99-97.htm

CRTC(2010). Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2010-167. Retrieved on November 23, 2018, from: https://crtc.gc.ca/eng/archive/2010/2010-167.htm

CRTC(2011). Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2011-288. Retrieved on November 23, 2018, from: https://crtc.gc.ca/eng/archive/2011/2011-288.pdf

CRTC(2013). Broadcasting Decision CRTC 2013-263 and Broadcasting Orders CRTC 2013-264 and 2013-265. Retrieved on November 23, 2018, from: https://crtc.gc.ca/eng/archive/2013/2013-263.htm#a6

CRTC(2013). Broadcasting Decision CRTC 2013-263 and Broadcasting Orders CRTC 2013-264 and 2013-265. Retrived from https://crtc.gc.ca/eng/archive/2013/2013-263.pdf

CRTC(2015). Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2015-86. Retrieved on November 26, 2018, from: https://crtc.gc.ca/eng/archive/2015/2015-86.htm

CRTC(2015). Let's Talk TV Decisions at a Glance. Retrieved from: https://crtc.gc.ca/eng/television/services/idecisions.htm

CRTC(2015). Let's Talk TV Decisions at a Glance. Retrieved on November 23, 2018, from: https://crtc.gc.ca/eng/television/services/idecisions.htm

CRTC(2017). Broadcasting Decision CRTC 2017-148. Retrieved on November 26, 2018, from: https://crtc.gc.ca/eng/archive/2017/2017-148.htm

CRTC(2017). Content that Meets the Needs and Interests of Canadians. Retrieved from: https://crtc.gc.ca/eng/cancon/mandate.htm

CSA(2008).Créer une télévision locale hertzienne terrestre en mode numérique, Février 2008.

CSA(2013).Deux années d'application de 2010 relative à la contribution des éditeurs de services de télévision au dévelopement de la productio audiovisuelle, Janvier 2013.

CSA(2017).Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Télévisions Année 2016, Novembre 2017, p.78.

CSA(November, 2017). Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Télévisions.

Dahlgren, P.(1995).*Television and the Public Sphere Citizenship, Democracy and the Media.* SAGE Publications.

Daniel Tencer (2012). Trans-Pacific Partnership: Canadian Content Rules Under Pressure From U.S. Lobbyists. Huffpost Business. Retrieved on July 22, 2018, from: https://www.huffingtonpost.ca/2012/10/04/trans-pacific-partnership-cancon_n_1940312.html

European Commission, EACEA. Media https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media_en

European Commission. Creative Europe. Retrieve from: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/node_en

European Union (March 23, 2018). Promotion and Distribution of European Works. Retrieve from: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/promotion-and-distribution-european-works

FCC(2017).Children's Educational Television. Retrieved on July 31, 2018, from: https://www.fcc.gov/consumers/guides/childrens-educational-television

Global News(2015). CRTC to lower quotas on Canadian TV content. Retrieved from: https://globalnews.ca/news/1879361/crtc-to-lower-quotas-on-canadian-tv-content/

IMDA(2018). CONTENT CODE FOR NATIONWIDE MANAGED TRANSMISSION LINEAR TELEVISION SERVICES. Retrieved on July 22, 2018, from: https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulation-licensing-and-consultations/codes-of-practice-and-guidelines/acts-codes/managed-linear-tv-services-content-code-1mar2018.pdf?la=en

Jimmy McGovern(2018). Improving the Ofcom‘Made outside London’ (MOL) Criteria.

Justice Laws Website(1987). Television Broadcasting Regulations, 1987 https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/SOR-87-49/page-1.html

Korea Creative Content Agency(KOCCA).Retrieved on July 10, 2018, from: http://www.kocca.kr/en/contents.do?menuNo=200597

NBTC(2008). Thai Public Broadcasting Service Act, B.E. 2551 (2008) http://thailaws.com/law/t_laws/tlaw0445.pdf

NBTC(2015). The Fundamental Acts Relating to Telecommunications and Broadcasting Services (UNOFFICIAL TRANSLATION) https://broadcast.nbtc.go.th/data/document/law/doc/th/580300000001.pdf

Ofcom(2017). Operating licence for the BBC's UK Public https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0017/107072/bbc-operating-licence.pdf

Ofcom(2018). Made outside London programme titles register 2017. Retrieved on July 31, 2018, from: https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/tv-radio-and-on-demand/tv-research/made-out-of-london-tv-programming

Ofcom(2018). Review of Regional TV Production and Programming Guidance. UK.

Park, S., Davis, C. H., Papandrea, F. & Picard, R. G.(2015). Domestic Content Policies in the Broadband Age: A Four-Country Analysis. University of Canberra News & Media Research Centre.

Picard, R. G., Davis, C. H., Papandrea, F. & Park, S.(2016).Platform proliferation and its implications for domestic content policies. *Telematics and Informatics*, 33-2, P683-692.

S., Laurent(2014).Digital TV : French production funding system & cultural exception.

Welborn, A. A. & Cohen, H.(2004). Regulation of Broadcast Indecency : Background and Legal Analysis. CRS Report for Congress.

附件一　指標頻道列表

此指標頻道列表係依據國家通訊傳播委員會《促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究採購案》（案號：NCCT107005）之計畫書附表 1 所整理。

一、指標頻道 A

頻道執照類別	頻道類型、數量	頻道名稱
無線電視（2 台）	綜合頻道（2）	民視第一台、民視台灣台
境內衛星電視（25 台）	電影頻道（9）	東森電影台、緯來電影台、LS TIME 電影台、龍華電影、視納華仁紀實台、鴻基影劇台、靖天映畫、影迷數位電影台、采昌影劇台
	戲劇頻道（4）	東森戲劇台、台灣戲劇台、ELTA 影劇台、龍華偶像
	綜合頻道（9）	超視、八大第一台、龍華影劇、三大一台、高點電視台、My 101、新眼光電視台、世界衛星電視台、鴻基台灣台
	兒童頻道（1）	My KIDS TV
	其他頻道（1）	龍華動畫
	地方頻道（1）	彰化生活台

二、指標頻道 B

頻道執照類別	頻道類型、數量	頻道名稱
無線電視（6 台）	綜合頻道（6）	台灣電視台、中視綜合台、中華電視台、民視無線台、公共電視台、客家電視台
境內衛星電視（65 台）	電影頻道（1）	壹電視電影台
	戲劇頻道（7）	緯來戲劇台、八大戲劇台、三立戲劇台、靖天戲劇台、EYE TV 戲劇台、八大 HD 戲劇台、台灣 HD 戲劇台
	綜合頻道（45）	三立台灣台、三立都會台、東森綜合台、TVBS 歡樂台、年代 Much、中天娛樂台、中天綜合台、壹電視資訊綜合台、高點育樂台、緯來綜合台、緯來育樂台、八大綜合台、八大娛樂台、MTV 綜合、ELTA 綜合台、寰宇 HD 綜合台、霹靂台灣台、台灣綜合台、台灣 HD 綜合台、台灣藝術台、亞洲旅遊台、亞洲綜合台、靖天育樂台、世新綜合一台、靖天綜合台、靖天資訊台、冠軍電視台、冠軍夢想台、富立電視台、天天電視台、天良電視台、信吉電視台、信吉藝文台、信大電視台、大立電視台、番薯衛星電視台、全大電視台、新唐人亞太台、新天地電視台、凱亞精緻農業綜合台、威達超舜生活台、好消息衛星電視台、好消息二台、誠心電視台、大愛一台
	兒童頻道（4）	優視（MOMO）親子台、東森幼幼台台、灣 HD 兒童台、靖天卡通台
	宗教頻道（1）	生命電視台
	其他頻道（3）	ELTV 英語學習台、客家電視台、原住民族電視台
	地方頻道（4）	南國自製頻道 1、南國自製頻道 2、大台中生活頻道、中部人文台

三、指標頻道 C

頻道執照類別	頻道類型、數量	頻道名稱
無線電視（6 台）	綜合頻道（6）	台視綜合台、中視經典台、中視菁采台、教育文化台、公視 2 台、公視 3 台
境內衛星電視（40 台）	綜合頻道（9）	緯來精采台、JET 綜合台、海豚綜合台、希望綜合台、滾動力娛樂頻道、幸福空間居家、中台灣生活網、人間電視、大愛二台
	宗教頻道（2）	唯心電視台、華藏衛星電視台
	其他頻道（1）	EYE TV 旅遊台
	地方頻道（28）	新彰歡樂台、新彰生活台、彰化資訊台、彰視地方台、凱擘豐盟 04 台、凱擘南天 1 台、凱擘新竹台、凱擘桃園台、凱擘大台北生活頻道、凱擘彰化 04 台、大新店生活台、高雄都會台、新高雄電視台、花蓮綜合、大花蓮綜合、TBC 新竹生活台、TBC 大苗栗生活台、TBC 桃園生活台、TBC 台中生活台、TBC 台中資訊台、屏東生活台、大嘉義綜合電視台、大豐電視台、大揚自製台、大揚綜合台、澎湖地方台、台東綜合、吉隆生活頻道

附件二　通傳會目前監理所採之節目類型認定標準

節目類型	本會目前監理所採之認定標準
兒童節目	依據本會《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》，係指為未滿 12 歲之人所製作之節目。
戲劇節目	依無線電視事業播送本國自製節目管理辦法第 4 條定義，係指「將人物、情節及場景組合成具故事性之內容」，其播送型態包含連續劇、單元劇、迷你影集、電視電影等。
綜藝節目	參考文化部歷年電視金鐘獎獎勵辦法，係指以音樂（含音樂競賽節目）、歌舞（含歌舞競賽節目）、才藝表演、短劇、遊戲或競賽等元素為內容，並以娛樂為主要目的之節目。 基於鼓勵本國文化，原則上如有符合文化或藝術性之本國自製行腳類、美食類及談話類型節目，同意採彈性從寬認定方式處理，納入本國綜藝節目之類型計算。

附件三　民眾收視行為與內容滿意度調查問卷

促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究
民眾收視行為與內容滿意度調查問卷

2018.07.17

先生（小姐）您好，這裡是台經院調查中心，我們接受政府單位國家通訊傳播委員會（NCC）委託，正在做一項有關「民眾收看電視行為」的電話訪問。打擾您幾分鐘請教您幾個簡單的問題。

委辦單位：國家通訊傳播委員會
執行單位：台經院調查中心

1. 請問您這裡是住家（包括住商合一）電話嗎？

(01)住家
(02)住商合一
(03)純公司【訪問結束】
(98)拒答【訪問結束】

2. 請問您今年大約幾歲？
訪員注意：未滿 13 歲者，請詢問可不可以請家中年滿 13 歲的人聽電話，我們想跟他作一個簡單的訪問？

(01)13-19 歲
(02)20-29 歲
(03)30-39 歲
(04)40-49 歲
(05)50-59 歲
(06)60-69 歲
(07)70 歲以上
(98)拒答

3. 請問過去七天內，您有看過無線電視、有線電視或 MOD 頻道嗎？（複選）

(01)無線電視
(02)有線電視
(03)MOD 頻道
(95)都沒有【訪問結束，跳問 S 部分 Q1】
(96)不知道/沒意見【訪問結束，跳問 S 部分 Q1】
(98)拒答【訪問結束，跳問 S 部分 Q1】

4. 請問您通常都是在什麼時候收看無線電視、有線電視或 MOD 頻道？（複選）

(01) 0 至 1 時
(02)1 至 2 時
(03)2 至 3 時
(04)3 至 4 時
(05)4 至 5 時
(06)5 至 6 時
(07)6 至 7 時
(08)7 至 8 時
(09)8 至 9 時

(10)9 至 10 時
(11)10 至 11 時
(12)11 至 12 時
(13)12 至 13 時
(14)13 至 14 時
(15)14 至 15 時
(16)15 至 16 時
(17)16 至 17 時
(18)17 至 18 時
(19)18 至 19 時
(20)19 至 20 時
(21)20 至 21 時
(22)21 至 22 時
(23)22 至 23 時
(24)23 至 0 時
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

5. 請問過去七天內，您有看過本國製的電視節目嗎？

(01)有
(02)沒有【訪問結束，跳問 S 部分 Q1】
(96)不知道/沒意見【訪問結束，跳問 S 部分 Q1】
(98)拒答【訪問結束，跳問 S 部分 Q1】

6. 請問，在本國製的節目中，您較常收看的是電影、戲劇、綜藝節目、還是兒童節目？（複選）

(01)本國製的電影【跳問 A 部分 Q7】
(02)本國製的戲劇【跳問 A 部分 Q12】
(03)本國製的綜藝【跳問 A 部分 Q17】
(04)本國製的兒童【跳問 A 部分 Q22】
(95)都不常收看【訪問結束，跳問 S 部分 Q1】
(96)不知道/沒意見【訪問結束，跳問 S 部分 Q1】
(98)拒答【訪問結束，跳問 S 部分 Q1】

A.【民眾對本國自製節目內容之收視行為與滿意度】

【較常收看本國製電影類節目者-- Q6 答(01)者，續問此題組】

7. 自去年開始，我國電視頻道曾播送《六弄咖啡館》、《再見瓦城》…（隨機提供）等本國製電影類節目。請問從去年至今，您對於本國製電影類節目的收視意願是降低、提高或是沒有改變？

(01)降低
(02)提高
(03)沒有改變
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

8. 請問從去年至今，您收看本國製電影類節目的次數是變少、變多或是沒有改變？

(01)變少
(02)變多
(03)沒有改變
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

9. 請問您對於近一年每天晚上九點到十一點播送之本國製電影類節目例如《六弄咖啡館》、《再見瓦城》...（隨機提供）等的內容品質滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

10. 請問您對近一年每天晚上九點到十一點播送之本國製電影類節目的數量滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

11. 整體來說，請問您對近一年播送的本國製電影類節目滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

【較常收看本國製戲劇類節目者-- Q6 答(02)者，續問此題組】

12. 自去年開始，我國電視頻道曾播送《通靈少女》、《花甲男孩轉大人》...（隨機提供）等本國製戲劇類節目。請問從去年至今，您對於本國製戲劇類節目的收視意願是降低、提高或是沒有改變？

(01)降低
(02)提高
(03)沒有改變
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

13. 請問從去年至今，您收看本國製戲劇類節目的次數是變少、變多或是沒有改變？

(01)變少
(02)變多
(03)沒有改變
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

14. 請問您對近一年每日晚間八點至十點播送的本國製戲劇類節目例如《通靈少女》、《花甲男孩轉大人》...（隨機提供）等內容品質滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

15. 請問您對近一年每日晚間八點至十點播送的本國製戲劇類節目數量滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

16. 整體來說，請問您對近一年播送的本國製戲劇類節目滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

【較常收看本國製綜藝節目者-- Q6 答(03)者，續問此題組】

17. 自去年開始，我國電視頻道曾播送《舞力全開》、《Fighting 吧！天團》…（隨機提供）等本國製綜藝類節目。請問從去年至今，您對於本國製綜藝類節目的收視意願是降低、提高或是沒有改變？

(01)降低
(02)提高
(03)沒有改變
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

18. 請問從去年至今，您收看本國製綜藝類節目的次數是變少、變多或是沒有改變？

(01)變少
(02)變多
(03)沒有改變
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

19. 請問您對近一年每日晚間八點至十點播送的本國製綜藝類節目例如《舞力全開》、《Fighting 吧！天團》…（隨機提供）等內容品質滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

20. 請問您對近一年每日晚間八點至十點播送的本國製綜藝類節目數量滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

21. 整體來說，請問您對近一年播送的本國製綜藝類節目滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

【較常收看本國製兒童節目者-- Q6 答(04)者，續問此題組】

22. 自去年開始，我國電視頻道曾播送《魔法列車 DoReMi》、《快樂故事屋》...（隨機提供）等本國製兒童類節目。請問從去年至今，您對於本國製兒童類節目的收視意願是降低、提高或是沒有改變？

(01)降低
(02)提高
(03)沒有改變
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

23. 請問從去年至今，您收看本國製兒童類節目的次數是變少、變多或是沒有改變？

(01)變少
(02)變多
(03)沒有改變
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

24. 請問您對近一年每日晚間五點至七點播送的本國製兒童類節目例如《魔法列車 DoReMi》、《快樂故事屋》...（隨機提供）等內容品質滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

25. 請問您對近一年每日晚間五點至七點播送的本國製兒童類節目數量滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

26. 整體來說，請問您對近一年播送的本國製兒童類節目滿意嗎？

(01)非常滿意
(02)還算滿意
(03)不太滿意
(04)非常不滿意
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

B.【法規內容知悉度】

為保障本國文化，扶植國內節目製作，NCC 從去年 1 月開始，要求無線電視及衛星頻道節目於主要及指定時段，必須播送一定比例以上的本國自製節目。

27. 請問，您支持政府做這個規定嗎？

(01)非常支持
(02)還算支持
(03)不太支持
(04)非常不支持
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

28. 為了進行前面所說的這個規定， NCC 在 106 年 1 月 8 號開始實施《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》與《衛星頻道節目供應事業播送本國節目管理辦法》等兩項政策。請問在今天之前，您有聽說過這兩項辦法嗎？

(01)有聽過
(02)沒聽過
(98)拒答

29. 請問在今天之前，您知道這兩項辦法成立的目的嗎？

(01)知道
(02)不知道
(98)拒答

30. 請問在今天之前，您清楚這兩項辦法管理的內容嗎？

(01)非常清楚
(02)還算清楚
(03)不太清楚
(04)非常不清楚
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

31. 請問在今天之前，您清楚這兩項辦法對本國自製節目管理的類型嗎？

(01)非常清楚
(02)還算清楚
(03)不太清楚
(04)非常不清楚
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

32. 請問在今天之前，您清楚這兩項辦法對本國自製節目管理的比例嗎？

(01)非常清楚
(02)還算清楚
(03)不太清楚
(04)非常不清楚
(96)不知道/沒意見
(98)拒答

33. 請問在今天之前，您清楚這兩項辦法對本國自製節目管理的時段嗎？

(01)非常清楚
(02)還算清楚

(03)不太清楚　　(96)不知道/沒意見
(04)非常不清楚　　(98)拒答

C.【非本國自製節目冠名贊助法規】

現在有些電視節目會加上贊助廠商名稱（例如有節目名稱是《全國電子我們的那首歌》），又稱做冠名贊助。目前 NCC 為鼓勵本國自製節目，規定電視臺在每日晚間 7 點至 11 點，只有本國自製的電視節目才可以接受冠名贊助。

34. 請問您支持此項政策嗎？

(01)支持　　(96)不知道/沒意見
(02)不支持　　(98)拒答

D.【相關建議】

35. 針對本國電視節目自製的政策，請問您還有相關建議嗎？

(94)有，_____（請訪員紀錄）　　(96)不知道/沒意見
(95)沒有建議　　(98)拒答

36. 我們接受 NCC 委託，有機會再辦幾場跟今天訪問有關的座談會，時間約兩小時，會提供參加者 1,000 元的出席費，請問您是否願意參加？若您願意的話，我們會再由專人與您聯絡。

(01)願意　　(96)不知道/沒意見
(02)不願意　　(98)拒答

S.【基本資料】

1. 請問您的教育程度？

(01)小學及以下　　(05)大學
(02)國中、初中　　(06)碩士以上
(03)高中、高職　　(98)拒答
(04)專科

2. 受訪者性別？

(01)男性
(02)女性

3. 請問您目前居住的地區？

(1)臺北市
(2)新北市
(3)臺中市
(4)臺南市
(5)高雄市
(6)桃園縣
(7)彰化縣
(8)宜蘭縣
(9)新竹縣
(10)苗栗縣
(11)南投縣
(12)雲林縣
(13)嘉義縣
(14)屏東縣
(15)臺東縣
(16)花蓮縣
(17)基隆市
(18)新竹市
(20)澎湖縣
(21)金門縣
(22)連江縣
(97)未回答/拒答

附件四　無線電視業者與境內衛星頻道業者焦點座談會議紀錄

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第一場無線電視及境內衛星電視頻道業者焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 7 月 25 日（三） 下午 2 時 00 分至 4 時 00 分

二、會議地點：台經院 T402 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員：江 O 嵐經理、林 O 英編審、張 O 沔、林 O 雄（中視）；蘇 O 雄副理（公共電視台）；陳 O 如主任、楊 O 敏副主任（台視）；李 O 倪副理（民視）、饒 O 軍副理（客家電視台）、江 O 結主任（華視）；白卿芬博士、王怡惠博士、梁曼嫻助理研究員、陳奕璇助理研究員、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　白卿芬博士

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
13:30 – 14:00	報到
14:00 – 14:10	引言報告
14:10 – 16:00	議題討論 1. 該兩辦法之施行，對節目排播及營收、產製之影響及變化。 2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。 3. 無法符合該兩辦法規定之原因。 4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。

	5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。 6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。 7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。 8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。 9. 其他

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

1. 該兩辦法之施行，對節目排播及營收、產製之影響及變化。

台視	1.目前比照 NCC 頒布的辦法來做節目編排，對自製節目的產製有正面效果，因為在節目編排時會事先換算一下是否可以符合規定，再依照 NCC 規定來進行節目製作與規劃。但業界目前狀況不好，執行起來有點辛苦。 2.節目製作成本會提高，對營收有一定影響。但收視率方面也和節目本身有關，而不只和排播方法相關。
中視	1.兩辦法的實施限制了排播多元性，僵化了排播策略，為了符合外國製、本國製的比例限制及半年一計的規定，在劇種及集數的挑選上都受到限制，所以也希望調整成一年一計。 2.營收一定受影響，以收視率看，民視、台視領先，但都屬於慘澹經營。中視以陸劇為主，為了符合規定卻陸劇播一播跳到本國劇種，一直很

	跳動的排播，影響收視與營收。
華視	排播上限制太多，無法多元，買片又很難買到 tone 調一致的，且廣告好時才能買劇或自製，買無線台的又不算新播，只能買 cable 的才算新播，感覺就會像服務某些台。
民視	民視很早就意識到內容必須自製，所以自製率相對較高，主頻道要符合規定較無問題，但還有數位台，若全部都要符合自製的話會有困難，若放在數位台播，無線台就完全沒有收視，且就算是新播，但也不被法規認定，這樣會造成八點時段完全不敢播戲劇，改播綜藝節目，但綜藝節目收視比較低，也不易培養觀眾。
公視	1.目前投資主要在週末連續劇、電視電影或單元劇，因為新法令的影響，不敢投資週間的連續劇，因為無論如何都無法符合法令規定新播 40%的比例，即使投資了一檔，後續沒有其他劇，那也根本不敢上檔。 2.兩辦法看起來是重量不重質，只規定時數要達到，不管內容拍什麼，大家只能便宜行事，使製作費不斷下降，為了達到時數，這對產業的質感沒有幫助。
客台	1.過去節目排檔會議大約是兩個月前，兩辦法實施後就必須要提早了，但越早排變數就越多，以半年為一期的話，排檔時間一變就要重新計算，且要連下半年的一起，否則上半年符合、下半年比例不夠怎麼辦？ 2.客家收視族群多在鄉下農區，收視習慣是傳統的八點看劇，加上預算有限，不能接受任何的冠名、廣告、贊助，能製播的量本身就少，現在無法在八點製播戲劇，間接影響到客家庄收視權利。透過網路、隔天看重播，也不符合客家庄生活型態，可能他們隔天要務農、網路頻寬不好等，與現實有差異。

2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。

台視	目前無線台會考慮不同平臺(包含 OTT 業者、有線台)合作、合資，以分散節目製作成本，也可以接觸到不同觀眾，共同宣傳、增加能見度，如《女兵日記》是和 TVBS 合作。希望未來能夠朝向這個方向，和不同平臺合作。
中視	1.大家都知道內容最重要，都想要自製，但沒有收入如何說服老闆做投資？只好購片，目前僅三立、八大、或 T 台、台視有些自製的劇，兩辦法會感覺像特別為了服務某些台。 2.有 30%的規定在，無線台之間其實合作意願不高。
民視	有增加合作、合資意願，如與公視的麻醉風暴、以及即將推出的雙城故事。因為電視台單獨負擔劇的成本確實有困難。
公視	雖然現在為了鼓勵合作，採跨平臺寬鬆認定，但若新播合資認定不放寬，無法重複計算，無線台就不敢找無線台合作，只敢找有線電視。現在投資方版權都是切割很細在賣，無線、有線、MOD、OTT、獨家、非獨家都分開賣，賣價多少也有一定的比例，30%的規定要達到很困難，尤其現在國際合資像 HBO、Netflix，他們的金額更大，我們出資比例更低。
客台	因為客台是執行客委會的採購案，版權都在客委會，若要談合資，會需要先報告客委會做計劃，投資比例、分成比例，可以推廣到哪些頻道，決定權都不在客台，困難和其他台不太一樣。

3. 無法符合該兩辦法規定之原因。

台視	1.目前算還能符合規定，但希望再放寬自製節目及新製節目比例。 2.計算基準期希望改成一年計算，這樣節目編排較有彈性，否則為了符合規定，節目的集數或排播時間會受大很大牽制。和他國相比台灣屬於規定較嚴格的，與南韓類似，希望能夠放寬，讓每個頻道更有彈性。
中視	1.沒有海外市場，基本上任何電視台都沒有辦法做劇，現在兩辦法規定

	這麼多，沒有配套措施、沒有補助的狀況，加上冠名的限制，無線台一定虧本。以商業電視台來說，沒有賺錢，老闆不可能投資。 2.現在網路興起，可以下載、很多盜版，電視台經營更加困難。除了限制以外，政府應盡快提出其他有效方案，讓無線電視台能夠經營下去。
華視	目前若是沒有配合到 NCC 的作法可能會影響到換照評鑑(公告不符合名單，罰錢等)，但限制確實很多，如果沒有補助，執行上會有困難。
民視	無線電視並非只有主頻，還有數位電視等，當所有頻道都要自製、新播時，成本相當高，會有困難。現在看無線台的這麼少，何況是數位電視，目前各頻道未來都有要推自製新節目，都是在燒錢，目前還不知道怎麼回收，成本壓力很大。
公視	現在 4k 拍攝，成本不斷提高，觀眾口味也越來越高，還有外來劇的挑戰，之後題材開發、戲劇規格也是問題，投資成本越來越大，同樣的預算，事實上能夠產出的時數越來越少。
客台	客台預算有限，加上不能接受任何的冠名、廣告、贊助，能製播的量本身就會比較少。

4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。

台視	1.希望再放寬自製節目及新製節目比例，讓節目排播更有彈性，給頻道一個生存的機會。 2.計算基準期希望改成一年計算。
中視	1.希望調整為一年一計，增加排播彈性及多元性，也符合觀眾需求。辦法實施一年了，當初有承諾說會作檢討，那希望能把無線台的想法也考慮在內。 2.若有多個數位頻道，希望能和主頻道加起來打包算在一起(自製、新

	播比例)。否則排播上容易忽略觀眾收視習慣(八點看劇)，當沒有這麼多自製內容的時候，八點黃金時段可能就排了綜藝節目來避掉法規。
華視	希望新播比例以一年來算，放寬計算。
民視	1.希望自製、新製比例可以放寬，計算期間長一點。 2.雖然兩辦法確實有促成大家合作，但希望節目新播、首播的認定可以再放寬，讓大家有較好的經營空間，提升投資意願。
公視	1.這次兩辦法直到實施前 1、2 個月才開始公告、座談，但戲劇排播至少在半年到一年以前，令人措手不及，又從一開始就開罰，認為不應該如此倉促。 2.希望基準期一年來做計算，主管機關只考慮到自己內部半年計算比較方便，沒有考慮業界，會使連續劇很難操作。 3.新播方面，希望合製的 30%可以和業界討論再放寬，否則很難做到，新播不能重複計算，無線電視台很難和無線電視台共同投資合作。 4.希望新播比例再討論，現在頻道很多台，收視 1%，對其他 99%的觀眾都還算新播，應無需這麼嚴格，甚至建議新播比例可以拿掉或暫緩實施，否則電視台之間只是為了符合比例把劇買來買去。
客視	1.希望基準期以一年計算，因為頻道排檔是整體性思考，若為了上半年符合就先趕著播放，下半年再趕忙推出別的湊數，會使戲劇質量不佳。 2.客語劇是否也可以當成新劇？因為購片後還要另外配音成客語，是另一種戲劇表現，若也算新播，有助於本國文化的表現。 3.國外大多使用鼓勵方式推行本土製作，可能透過政府轉投資、稅賦等方式，甚至賣出國外也有獎勵，希望台灣也不要用限制、懲罰的方式。

5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。

台視	1.希望能放寬，因為冠名本身收入就不多，現在時段又延長，非常不利於頻道經營。 2.政府有錯誤的期待，以為冠名有很多收入，但事實上冠名並不好賣，因為冠名相對將不能有任何相關廣告，對廠商而言反而不好，只有一個名字在那觀眾很容易忽略，廣告排播不小心出錯還可能被罰，也影響觀眾收視。
中視	1.黃金時段冠名一部戲賣出去，還不夠一集的製作費，而規定限制下去，就只能賣其他時段的冠名，這只會使得到的經費更少，政府又沒有補助，又要希望大家投資本土劇，那是不可能的，建議取消此規定。 2.最初開放冠名增加製作費的美意希望 NCC 能再思考，怎麼做才是真正幫助業者？現在延長時段也沒有問過業者就直接要執行，19~23 點黃金時段難以冠名，那冠名 23 點之後有誰要看？冠名賣不出去，業者難以經營，規範的意義在哪裡？希望要審慎思考。
華視	在經營這麼困難的時候，若在冠名部分能夠放寬，在營收上較有幫助。例如非本土節目改為非中文節目。
民視	民視多為本土節目，所以相對受到的影響較小，但認為 NCC 無須擴大想像電視頻道的影響力，觀眾並不會因為電視多說一句什麼話、演員拿了什麼飲料觀眾就真的去買。冠名收入雖不多，但也可積少成多，尤其現在錢這麼難賺，一直限制收入來源，又要電視製作新的、好的節目，這是不可能的。台灣電視產業只會萎縮。
公視	規定不太可能取消，但希望至少不要延長冠名規定的時段。
客視	依《公視法》規定，客視原本就不能有冠名廣告。

6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。

台視	衛星電視的規定相對寬鬆很多，雖然無線台要一樣不可能，但至少接近一些，對於無線台的生存也能有助益，畢竟在收視習慣上都是競爭對手，遙控器按個鍵就轉走了，希望立足點能夠接近一點。
中視	認為不應有差別，無線、有線台皆自負盈虧，無線台雖用國家頻譜，但有必載、政令宣導、口述影像等規定，只能和公視購片、或編臨時預算將自製版權節目配口述影像以符合比例，這些都是無線台的成本支出。大家都知道公視有提供口述影像節目的服務，為何不統一直接在公視播放就好？
華視	希望不要有差異，讓頻道自由競爭。
民視	希望不要有差異。
公視	希望不要有差異。
客視	衛星電視管制雖然比例低，但管制項目多，若要一致，需思考是要管制類型一致、還是比例一致？

7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。

台視	NCC 對無線台管制很多，但對新興網路平臺節目並未做規管，建議仍要適度管制，因為青少年收視習慣利用網路，有些節目真的尺度較大，若不把關恐怕不利青少年身心健康。
中視	無線台、衛星電視對節目內容都很自律，分級、什麼時段播什麼節目等，希望主管機關對新興網路影視平臺要作一些內容規範，不管透過立法或其他方式，應該做一些督促或管制。
華視	網路平臺 NCC 是否有辦法做管制？現在沒有法令，所以網路平臺問題很多，但即使有法令之後，NCC 是否有能力執行？
民視	希望對網路平臺也要做內容管制。

公視	這部分抱怨最多會來自有線電視，尤其是電影台、兒童台，要和境外頻道如 HBO 等競爭的，會覺得差別待遇，為何境外頻道都不管制，相較之下會完全沒有競爭力，對無線電視反而還好。

8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。

台視	希望擴大補助金額，而行銷海外補助辦法通常限制很嚴格，不好申請，希望補助辦法能放寬，限制不要太多，才能真正幫助到業者，比如要很多資料、單據等，對業者執行上會有困擾。
中視	NCC 補助不太公平，有時候去申請，都以「旺旺有錢」的理由被擋回來，所以沒有拿到補助款，但沒有收入如何達到自製比例規定？
民視	希望補助規定能夠放寬，否則申請補助會需要花太多功夫在核銷這些事情上面。
公視	新法令實施後，大家一直考慮量的達成，但很多電視台會希望一些重點戲劇能多投資一些預算、能打開海外市場，政府應多補助這些衝出海外市場的製作單位，大家才有投資誘因，畢竟只考慮國內市場的話，單靠國內廣告根本無法回收成本，文化部和 NCC 多補助，對戲劇產製會有正面幫助。
客視	客視狀況特殊，本身無法申請補助。

9. 其他。

公視	台灣市場這麼小，頻道這麼多，廣告的這麼一點利潤，是否有辦法支持一個電視台做節目？大環境如何改善？這些都希望 NCC 幫忙做思考。
客視	雖然客台狀況比較特殊，但也希望相關限制不要這麼多，並盡量用正面鼓勵而不是用裁罰的方式。

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第二場無線電視及境內衛星電視頻道業者焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 9 月 5 日（三） 下午 2 時 00 分至 4 時 00 分

二、會議地點：台經院 T402 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員：盧 O 均、賴 O 宜、施 O 嘉（八大第一台）；蘇 O 芸副理（東森電影台、東森戲劇台、超視）；鍾 O 貞副理（緯來電影台）；陳 O 君副總經理、陳 O 伶（龍華電影台）；白卿芬博士、梁曼嫻助理研究員、曾筱媛助理研究員、黃世蕙研究助理、李亞倫研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　白卿芬博士

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
13:30 – 14:00	報到
14:00 – 14:10	引言報告
14:10 – 16:00	議題討論 1. 該兩辦法之施行，對節目排播及營收、產製之影響及變化。 2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。 3. 無法符合該兩辦法規定之原因。 4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。 5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。

	6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。 7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。 8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。 9. 其他

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

1. 該兩辦法之施行，對節目排播及營收、產製之影響及變化。

八大	八大一直有持續在拍戲，但偶爾銜接不上時會需要買劇，但很多時候大陸會投資，片尾製作方就不單是台灣了，這樣在認定自製上會有風險，買劇時的選擇性就變少了。
東森	1. 超視受新政策影響不大，因為原本就有自製綜藝。戲劇和電影台多是外購，影響就很大，原先晚間 8~10 點是主要時段，通常都以韓劇為主，因為台灣觀眾喜歡看，本國戲劇可能就要移到六、日播出，因為片源本身稀少，且法規以半年計算，但自製戲劇是需要籌備期的。 2. 電影台雖和 NCC 爭取到新播率 20%，但限制很嚴格，該時段完全無法播出其他類節目，例如晚上 5~7 點就完全無法播兒童節目，否則就會回到新播率 40%的規定，這對電影頻道是很大的考驗，因為 20%新播相當於半年要有 10 部新片，但國片量沒有這麼大，且現在國片價格其實很高了，又有境外頻道會競爭買國片。晚上黃金時段是廣告收入最重要的時間，白天電影台根本沒有收視，

	新政策變成電影台每半年需播 47 次自製電影，為了符合法規只好買公視電視電影替補，但公視都已經被搶買到 2011 年以前的節目了，收視不好幾乎只剩一半，題材不合觀眾收視喜好，這對營收影響非常大，年度營收約少了 2 成。
緯來	1. 長期以來電影片量都少，尤其國片，以 106 年文化部資料來看，國片 55 部加紀錄片 14 部，共 69 部，其中 1/5~1/4 是限制級不適合播出，或題材不適合、不好看的根本不會去買，要給全部 5 個電影台分，片量是太少的。至今年 7 月為止，國片有 23 部加紀錄片 10 部，共 33 部，但每電影台每年新播自製電影需要 20 部，片源本身就不足。為了自製率只好和公視買人生劇展，收視不好廣告更少，收入方面，至少都少了兩成左右，只能勉強播出以達到規管要求，而事實上單元劇規格上根本不是電影。 2. 緯來過去每年約有 2~6 部自製電視電影，每部成本約 400~600 萬台幣，投入大量資金卻幾乎不能回本。投資國片，以我們的題材和演員，版權很難賣出海外，日、韓不必說，大陸有審批，故大多只能賣往馬來西亞、新加坡，這些地區能提出的版權費非常少。所以自製電影根本沒有海外收入，主要還是靠廣告。
龍華	龍華角色和東森、八大有些不同，因為龍華的市場只在 MOD 上，老實說真的沒有錢可以一部投資 300 萬，本身用戶數就是比較少，但希望能否不要一視同仁？因為龍華就是真的比較小，不知可否有不同規範差別管制？

2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。

八大	合拍劇、合拍電影如果一家就要出資 300 萬~500 萬是有困難的，因為新播有出資 1/3 的規定，這樣反而無法做大。

東森	1. 希望明年開始每年一部自製電視電影，但這成本很高，回收是很差的，畢竟小成本的製作不佳觀眾根本不看，要像《與神同行》這種廣告收入才會好，也比較耐播。 2. 有線台不會和有線台合作，因為無法算新播就不想投資了，希望放寬新播的投資比例認定，只要是投資方就算新播。
緯來	1. 緯來過去每年約有 2~6 部自製電視電影，為了配合新政策，106 年拍了 11 部，但收視根本不敵院線的外片，僅外片 1/5 不到，根本無法回收資金。 2. 跨頻道現在就不會有線和有線合作，畢竟不能算新播就沒意義了，播出順位的規定會影響投資意願。
龍華	希望新播的投資認定可以放寬，否則影響投資意願。

3. 無法符合該兩辦法規定之原因。

八大	八大一直有持續在拍戲，所以是還好，但偶爾需要買劇時，因為認定標準的關係，很多時候大陸投資的戲劇片尾製作方不單是台灣，這樣在認定自製上會有風險。
東森	1. 台灣自製戲劇或電影的片源本身不夠，目前本國電影新播率 20%，相當於每個電影台每年需有 20 部左右的新播本國電影，但每年的國片產量約 40~50 部而已，是不足以支應所有電影頻道需求的。境外頻道不受規管，又較有資金競爭好的國片，如《花甲大人轉男孩》被衛視電影台買走，故事實上電影頻道可播出的國片會更少。 2. 法規是以半年來計算，但自製戲劇是需要有籌備期的。
緯來	1. 一部片從籌備到播出約需 8~10 個月以上，且即使有資金也缺乏人才，編劇、導演、演員很多都往大陸發展，所以無法一蹴而就達到要求。 2. 如果電影台還要提高自製、新播比例或延長時段，會是很大壓力，

	除非片源大增。現在僧多粥少，對電影台壓力很大。
龍華	龍華本身就是比較小，市場用戶數也少，很難有這麼大的資金去做投資。

4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。

八大	希望能放寬新播認定標準，因為像合拍劇、合拍電影，需要資金進來才能做大，比如拍電視電影時，希望不要一家就出資 300 萬~500 萬，如果可以找 10 家電視台，這 10 家無論播出順序全都可以算新播，這樣才會進來。可以請很多電視台各出資一點，規模才可以做大，能請更好的卡司、製作團隊，這樣會比較好。
東森	1. 不要半年計算，改成以年度計算，對頻道會有很大幫助。 2. 希望電影台新播比例降低，因為片源其實是不夠的。若依國片每年平均 40~50 部來看，每個電影頻道平均每年可新播 10 部本國電影，所以實際可達到的新播率是 10%(約 4 部)左右，不足的部分其實是以電視電影替補的，這些影片收視是非常差的。 3. 希望放寬新播認定標準，只要是投資方都算新播。時段也希望放寬，不要說電影就一定是晚上 9~11 點，兒童節目就是晚上 5~7 點。
緯來	1. 若黃金時段能放寬，對排播會較有彈性。因為緯來在 7~9 點有播出戲劇，因為普級好片太少，好看的片多是輔導級以上。電影限制 4~7 點是普級，7~9 點是保護級，限制這麼多的狀況下才會發展戲劇，結果卻變成需要 40%的新播率。片源稀少，緯來又多播古裝劇，結果只好去找 1990 年代有線台還未播過的斷案劇，《包青天》、《施公奇案》等，但這種收視必然差，只能在 2、3、9 月的淡季播出。 2. 希望不要半年計算，改成年度計算。

	3. 希望放寬新播認定限制，例如投資比例，投資意願會比較高。
龍華	1. 電影和戲劇的比例雖在法規上已有不同，但實際上電影台完全無法達到比例 ，所以希望後續能依不同節目類別再調整一下，放寬比例及認定標準，例如電影台新播比例變成 10% ，每年差不多 4 部新播這樣比較合乎現實。看國外各國規管狀況，似乎也只有韓國比較嚴格，因為韓國自製內容產量是夠的，頻道也不像台灣這麼多。 2. 規模較小的電視台如龍華，能否視情況做差別管制、有不同規範？ 3. 希望增加並放寬認定的自製節目類型，比如談話性節目、行腳類節目目前不算入綜藝節目，但事實上這些節目收視很高，且明明也是本國自製，應該要鼓勵才對。現在本國節目類型越來越多，比如 8~10 點只要是自製節目就計入比例，這樣也能較符合觀眾的收視喜好。

5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。

八大	八大第一台廣告的 TA 是 25~49 歲的 All，戲劇台是 25~49 歲的女，綜合台是 15~39 歲的 All，但現在年輕人一直在流失，廣告收入是一直在掉的，所以希望冠名可以放寬，否則現在時間又拉長，其實很困擾。
東森	希望冠名規範的時間不要延長。
緯來	希望冠名規範的時間不要延長。
龍華	希望冠名規範的時間不要延長。

6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。

八大	對無線的規定比較高，有線覺得還好。
東森	覺得還好。
緯來	覺得還好。

龍華	覺得還好。

7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。

八大	本來好像有要規定希望 OTT 要採購本國節目，那我們覺得這樣是好的，畢竟這樣有預售就可以有資金，能安排比較好的卡司，這樣是有幫助的，否則很多平臺都只買韓劇、陸劇了。但很多 OTT 平臺現在也都虧錢，所以還是希望政府各項限制要放寬，畢竟沒有營收不可能經營下去。
東森	境外頻道不受自製比例規範，在任意時段可以任意排播，又資金較雄厚，可以拿走好的片源，這樣是不公平的，像在獎勵境外頻道一樣。
緯來	衛視電影台是外商，資金雄厚，他買了很多國片使其他電影台可以買的國片更少了。而且明明一樣賣廣告、賺台灣人的錢，卻不受到規管，這樣是不公平的。
龍華	希望境外電影頻道要納管，至於 OTT 納管有優點也有缺點，如 LiTV、愛奇藝現在都不受規範，但如果管了 LiTV 卻沒有管愛奇藝也很奇怪，畢竟比起境外平臺他就是比較小，而愛奇藝進入了國內市場就是市場的一部分，會有不公平競爭的問題。

8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。

東森	東森大多是偶像劇，就算申請自製戲劇補助也都無法拿到，要比較題材正面的才會有，商業片東森去申請都沒有拿到過。
緯來	過去 10 年來拿的補助也很少，一年看有沒有一部，而且補助金額一定不會超過製作費的 50%。若能多有減稅之類的制度對製作會有很大幫助和鼓勵。
龍華	有時國片拿到輔導金也很可憐，為了政策要去趕比如 8/31 前上院線，

	其實檔期根本都沒排好，一次上十幾部國片，效果很慘。

9. 其他。

緯來	1. 要考慮院線市場的國產動能，國片票房破億的很少，有 1/10 就很好了，今年國片票房都很差，似乎破億的也只有一部《角頭二》，這樣預期明年會更差，敢投資的就更少。目前緯來在院線有投資三部，《大顯神威》、《健忘村》、《粽邪》，但幾乎都還是賠錢狀態，所以想靠院線投資來增加自製率很困難，因為資金太大，比自己拍更困難。電影市場和戲劇不一樣，投資風險比拍攝戲劇更劇烈，所以會投資的一定是覺得不錯，但實際上觀眾是否買單很難說。院線商也會看口碑，像《粽邪》交給外商代理，他會幫你排院線、排廳，但抽成就抽很高。 2. 雖然都有想要自製，但人才都外流，資金也比不上大陸多。好不容易投入大量資金拍一部自製片，結果網路盜版又馬上找得到，這讓人越來越無意願製作自製節目。
龍華	1. 盜版問題要解決，政府要如何把盜版趕走？業者才能賺錢。 2. 若未來要繼續執行兩辦法，是否可用獎勵的方式取代罰款、記點？

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第三場無線電視及境內衛星電視頻道業者焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 9 月 12 日（三） 下午 2 時 00 分至 4 時 00 分

二、會議地點：台經院 T403 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員：唐 O 代副理、顏 O 茹主任、張 O 婷（TVBS 歡樂台）、施 O 嘉、賴 O 宜（八大戲劇台）、張 O蓳總監、王 O 娟副總經理（三立戲劇台）、郭 O 薇監製（中天綜合台）、李 O 儀台長（壹電視電影台）、陳 O 君經理（緯來育樂台）；王怡惠博士、白卿芬博士、曾筱媛助理研究員、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院 白卿芬博士

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
13:30 – 14:00	報到
14:00 – 14:10	引言報告
14:10 – 16:00	議題討論 1. 該兩辦法之施行，對節目排播及營收、產製之影響及變化。 2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。 3. 無法符合該兩辦法規定之原因。 4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。 5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實

	行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。 6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。 7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。 8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。 9. 其他

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

1. 該兩辦法之施行，對節目排播及營收、產製之影響及變化。

中天綜合台	1. 營收部分有感的是不得冠名的部分，8 到 10 點，之後要延長到 7 到 10 點，不能冠名對業務那邊冠名收入會有影響。 2. 綜合台本身就有三條帶狀自製，自製率部分對我們不是問題，主要是不得冠名，像我們週末主要經營外購節目，這都是黃金時段，首播不得冠名就已經不好賣，只能用重播時段，在業務上收入有比較大差異，但具體數字沒有跟業務部確認，一集會差到一半以上的收入。
TVBS	1. 週末有影響，平常是自製，週末會有外購節目，主要影響是不能冠名。 2. 整個公司來看，那個時段一定要播本國節目，採購其他也會受到影響，從整個公司來看不見得是好的，政府促成本國節目的政策，對我們整體營收未必是好。

	3. 限制自製比例高，你要限制外購冠名。購片部分，本來要向 A 買變向 B 買，那個時段我要去塞本國自製節目，整個方向都會不一樣，不只影響業務也影響版權採購等，需要整體去做評估。
三立	三立大部分自製所以影響不大，比例上還是維持原狀。
壹電視	1. 我們是在 MOD，雖然有線有，但主要市場也在 MOD，我們是分潤制，收視戶有開機就可以分潤，電影台比較少自製，為了填充自製新播，我們會以比較短的紀錄片或紀實節目作新播。 2. 要按其他各國要把國內自製比例拉高，分母大的話新播也要多，但在台灣電影市場怎麼可能一直出新的，要提高自製比例，相對新播比例就會提高，不可能有台灣國內自製電影一直出產，跟連續劇不一樣。 3. 自製新播的拉鋸對電影台來說跟綜合比較不一樣，比較辛苦，拍電影不是小工程是大工程，現在內部操作是購片跟以前國內自製的微電影，但以前播過了，我也是希望提高國片或是國內微電影，我在主要時段一直播的話，相對分母變大新播會很麻煩，沒有辦法每個月一直有新播，這個辦法對我們是有困難的。
緯來電視	1. 娛樂台是以購片為主，其實自製對我們是挑戰，初期實施比較倉促，節目上不適合我們觀眾屬性跟收視習慣，節目基本上慘賠機會很高，不要說自製，連外購都沒有辦法回本，第一個節目本身營收。 2. 第二個冠名部分，8 到 10 點都是播大陸古裝劇不能冠名，所以營收是 0，主要靠廣告。
八大電視台	大陸投資片尾製作方就不只台灣了，在認定自製上會有風險。

2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。

中天綜合台	綜合台我們都是委製節目，中天完全出資，現在有很多新媒體，我們有個節目叫做 17 金麥克，跟 17 直播合作來降低成本，這種合作方式也是公司多方嘗試，本來就制定的方向，不是受到條例影響。
TVBS	1. 不會因為條例影響自製戲劇意願，比較是自身利益跟公司政策，像女兵收視成績很好。 2. TA 以 25-49 女為主，25-39、25-44、以女性觀眾為主
三立	1. 都是自製，會跟 HBO、Netflix 或一些國際網路平臺合作，畢竟台灣要自製很辛苦，現在大陸競爭關係，大陸進不去自製很危險，朝國際網路媒體合作。 2. 受到中國戲劇崛起很大的影響，現在中國戲劇太厲害，台灣很難做到「延禧攻略」這樣，可能要所有電視台一起才有辦法，曾經想過但工程太大了，電視台間合作應該是需要花很多時間溝通協調。
壹電視	1. 是有想法，但還不確定能不能這樣做，可能可以跟國內學校或機關，微電影製作風氣蠻大的，募集這些在來作重製，可以跟他們談意向合作。 2. 過去有實施過，每部片的品質不見得是觀眾能夠接受的，電影大家會把品質拉的比較高，會覺得太小品或是程度還不到，希望能找到像通靈少女等級，募集是有一定困難度，合製也會試試看。 3. MOD 是誰開機就是目標觀眾，NCC 會有時段鎖定 TA，我們 MOD 六百多台頻道很多，我們 TA 是比較偏感性的女性觀眾，電影大部分在下班時後，大概 17-24 點，現在在操作白天的退休人員，從過去早上十點到早上八點。
緯來電視	1. 公司政策來看不是每一台都是綜合型，自行合資或製作是在綜合台，對育樂台不太有影響，我們這邊是以購片為主。

	2. TA 主要是 15-34 男，25-49 男，其實收視比較加劇的狀況，35+的男女都是。 3. 受到 OTT 影響，收視有改變，育樂台以前摔角片其實很不錯，OTT 起來後有受到影響
八大電視台	如果可以找個 10 家電視台各出資一點，這 10 家全都可以算新播，這樣對促進合作會更有幫助。

3. 無法符合該兩辦法規定之原因。

中天綜合台	本身就有三條帶狀自製，自製率部分對我們不是問題
TVBS	平常也有在自製節目，影響主要還是在冠名部份。
三立	平常自製比例就蠻高的，基本上沒有太大問題。
壹電視	國內自製電影量不夠多，在主要時段一直播的話，相對分母變大新播率會很麻煩，沒有辦法一直有新播，這個辦法對我們是有困難的。
緯來電視	娛樂台是以購片為主，自製對我們是挑戰，節目上不適合我們觀眾屬性跟收視習慣，節目基本上慘賠機會很高，連外購都沒有辦法回本。

4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。

中天綜合台	1. 綜合台遇到的問題是類型，現行規範是四類型綜藝、戲劇、新聞跟兒少(編按：四類為電影而非新聞)，我們有個節目金牌大間諜被評為不歸綜藝類型，我們就不懂自製節目一定要像綜藝大熱門才算嗎？金牌大間諜跟醫師好辣、媽媽好神一樣是資訊類節目，也是藝人主持曾國城，三位來賓與醫師團，上半年被審核不在綜藝類型，我覺得很弔詭，自製節目本來就很多種，什麼才叫綜藝。 2. 自製節目不要區分類型，不然節目很常不被劃在四類裡。

TVBS	1. 金鐘獎分太細，因為在購片時國外是分 drama 跟 non drama，不會再細分，一開始購片就是 drama 跟 non drama 兩個表來，鼓勵自製為什麼要限制節目類型，頂多是區分戲劇跟非戲劇。 2. 金鐘的綜藝又分很多類別，生活風格、人文等，覺得很奇怪，像開一個一步一腳印在綜合台，也不認定是綜藝節目，這樣很沒誠意，我們都自製了，因為類型不符合又不算自制，自製有成本上的考量，一定有大預算跟小而美成本，不是綜藝類型就不算自製又不算新播，就白做了。 3. 既然要鼓勵自製為什麼要規定類型，綜藝節目就要清楚定義綜藝節目是什麼，原本用金鐘，節目類型太多了，金鐘也每年都有小修改，記者寫一下又改了。
壹電視	購片沒有分類，可能自由心證。
緯來電視	1. 育樂台遇到賽事完全不算本國自製，現在還沒有確定，台灣主持人、評論家是本國自製沒錯，但賽事不屬於四類。 2. 鼓勵自製可以，不要設框架要框架內才是自製，鼓勵就是本國就好，變成節目不算分母也不算分子。 3. 前半年多的時數可不可以補到後面，整年 73 小時，半年超過 36.5 小時就不算，讓大家覺得多做也沒用，限縮大家意願。
八大電視台	希望放寬新播的認定標準。

5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。

中天綜合台	直接取消。
TVBS	1. 這樣怎麼跟 OTT 競爭？OTT 怎麼冠名、置入都沒人管，為什麼

	要限制電視台這麼嚴？現在整體廣告量跟產值在往下降，是要促進台灣整體產業還是往下降？ 2. 電視年齡層往上走，不知道政府有沒有重視這一點，比較疑惑的地方，我們的廣告收入來源又沒有辦法寬鬆，不就有很多人要淘汰了嗎？ 3. FB、YouTube 有繳稅給台灣嗎？以前網路就是電腦很長一段時間，之前有跟唐鳳講，講起來有點複雜，所有傳統廣告下降去哪裡？應該都是在 YOUTUBE 跟 FB 手上，他也沒有開發票給我，但我每天對節目跟藝人就是 5%來去，還要限制我們置入冠名是比較不公平。

6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。

緯來電視	這是一個公平性，市場在廣告選擇上並不會分為有線、無線、OTT 或其他，他只要針對廣告內容效果達到就好，但我們業者受到差別管制，我們拿到的預算或收入是不一樣的，以公平性來說標準應該一致。

7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。

TVBS	1. 有很多境外頻道申請後是放台灣節目，但因為境外不受管制，所以覺得蠻妙的。 2. 台灣沒有限制網路，還是可以看到 Netflix、愛奇藝，當然有自製，自製活下來的也很少，電視台這個平臺跟 OTT，到底電視台被管這麼嚴，為什麼 OTT 沒人管？為什麼不能做一些在合理範圍內增加收益跟產值，然後才能投資更多自製內容。很疑惑為什麼 NCC 要管這麼嚴？ 是不是全世界都管這麼嚴？ 3. 歐盟針對 OTT 也有限制，OTT 進歐盟必須投資 30-40%當地自製，我們也沒有這樣的限制，傳統電視產業當然會下降，就付 Netflix 290 元一個月或是愛奇藝，晚上我為什麼要看電視？我就

	追延禧攻略跟如懿傳就好了，現在我們做得要死。 4. OTT 沒有特定主管機關所以沒辦法管嗎？我自己從是這個產業，之前有段時間在網路，政府到底要鼓勵甚麼？要很明確定義要保護的是什麼？影視還是無線電視，還是說要扶植 OTT？他們自己要清楚。

8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。

TVBS	台灣的問題，像延禧攻略都用新人，他們是有戲劇學校的養成，製作人挑明星時他有本在，因為以前台灣偶像劇有前端訓練，所以電視節目有錢養新人，節目有新秀的養成，新人有曝光才會留下來被看到，現實問題是娛樂新聞跑不過新聞台，而且成本很高。
三立	提高比例可以，但要怎麼協助，現在就已經很辛苦，申請輔導金都有另類題材，應該要擴大範圍。
壹電視	1. 提高贊助，之前有多國語言可以把帶子賣到東南亞，一些補助門檻拉得很高，相關主管單位要鼓勵國內自製在補助辦法門檻上盡量不要拉太高，本來大家就經營不易，根本鼓勵大家放棄，申請都不要申請，也不要賣到國外。 2. 文化部有一個把劇翻譯語言，像是翻譯節目台語翻譯賣到國外，文化部有補助，但要給幾集，辦法很複雜、門檻很高，本身沒有做戲劇，有聽到很多問題，如果審沒審過，不就白花錢，大家覺得不應該那麼多集，補助辦法可以不要那麼嚴格，又不是要限縮大家盡量不要用補助款。
緯來電視	1. 之前有看到報告製作人稅務減免，應該用鼓勵不是限制發展產業，用鼓勵在於公司決策者會更努力嘗試去做，經營平臺上不要

	說更好，但要維持住 2. 多國語言可以補助，但有一些門檻太高，相關主管單位要鼓勵自製，在補助門檻上不要拉太高。像是翻譯節目台語翻譯賣到國外，但要到幾集，辦法很複雜門檻很高，提到很多問題，大家覺得不應該那麼多集，補助辦法可以不要那麼嚴格。

9. 其他。

TVBS	15 歲以下的小孩都在看 YouTube，都不認識現在的明星，都會討論大陸明星，跟他說蔡依林覺得他是老人，下一代就是這樣，到他們下一代更是，電視台沒有投資自製節目就沒有明星。也好，這樣比較能夠可以理解中國文化，年輕人比較不會這麼陌生，但我們這邊要怎麼存活，跟政府態度有關。時代改變，網路新聞更多，節目要把觀眾留下來不是那麼單純。
三立	我們希望用戲來包人，國外銷售第一個看卡司，目前卡司真的很難，除非中國抵制台灣藝人，讓他們回來，現在台灣斷層，拍戲的立場比較辛苦一點。

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第四場無線電視及境內衛星電視頻道業者焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 9 月 21 日（五） 下午 2 時 00 分至 4 時 00 分

二、會議地點：台經院 T203 室（台北市德惠街 16-5 號 2 樓）

三、與會人員：鄭 O 展資深經理（MOMO 親子台）；張 O 芬監製（八大綜合台）；張 O 提總監（三立都會台）；張 O 榆經理（年代 MUCH 台）；林 O 樺經理（東森幼幼台）；盛 O 平副理、謝 O 霞經理（緯來綜合台）；王怡惠博士、梁曼嫻助理研究員、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　梁曼嫻助理研究員

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
13:30 – 14:00	報到
14:00 – 14:10	引言報告
14:10 – 16:00	議題討論 1. 該兩辦法之施行，對節目排播及營收、產製之影響及變化。 2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。 3. 無法符合該兩辦法規定之原因。 4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。 5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。

	6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。 7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。 8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。 9. 其他

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

1. 該兩辦法之施行，對節目排播及營收、產製之影響及變化。

MOMO親子台	1. 國外看起來比我們嚴格，但國外市場比我們大，又有補助，台灣頻道這麼多，要瓜分廣告市場，僅用數字來比較不公平，應也要衡量市場大小和頻道數。 2. 每個頻道做節目會考量這個節目要給誰看、放什麼時段適合，也考慮其他頻道的競爭。現在只規定本土頻道，5-7 點境外頻道在播很強的動畫，這是兒童最喜歡看的，本土頻道這時候播自製節目反而效果不好，應該也要考慮到其他頻道的競爭，錯開時段。且很多節目是做給學齡前兒童看，其主要時段是白天，現在被迫把學齡前節目放在學齡時段，和境外頻道的動畫競爭，這很奇怪，我們被迫要被放在這個時間播，違背了競爭原則。 3. 而且台灣的廣告收入是看 CPRP，收視率直接影響到廣告收入，兒童都去看境外頻道了，廣告營收自然受影響。
八大綜合台	1. 主管機關對綜藝的認定不清楚，像之前《健康 NO.1》就不符合認定，為了這個切掉了很多節目，八大綜合有很多節目本來有長

	久固定的時間，像之前有個靈異節目，他比較符合綜藝，變成講鬼故事的節目我們必須要放到九點，真的很奇怪。 2. 指定播送時段對排播綁手綁腳，像我們雖然沒做兒童節目，但有買卡通，5-7 點明明是兒童會想看的時間，結果我們不敢放，因為放了就得自製，我們沒有能力製作兒童節目，拍了就是賠錢。在不適合的時段拍不適合的節目真的沒好處，拍一個賠一個，最後大家只能重播。 3. 雖然原本就有自製節目，但自製的節目可能不適合在該時段播出，就不計入自製比例了。
三立都會台	三立基本上多是自製節目，所以影響不大。
年代MUCH台	1. 我們的觀眾年齡偏老，年輕觀眾不斷流失到網路，台灣市場本來又小，花了大成本去製作節目，成本卻回收不了，就變惡性循環，用小成本去做，做出來節目卻不合觀眾期待，收視不佳，做了賠、賠了做，主管機關也不滿意，帶壞台灣市場，從業人員也覺得挫折。 2. 戲劇以買劇為主，為了自製率，排播就被侷限在 8、9 點的時段，怕動了可能自製率不夠。主管機關對綜藝類的認定也不清楚，之前自製《別讓身體不開心》，卻被認為沒有唱歌、說笑，等於又侷限了，花錢自製卻不認定，造成很大困擾，只好另外製作合規定的節目，但可能收視不好，等於為了符合規定，去製作該時段不合適、或放棄原本可以強打的節目。經營已經這麼辛苦，希望放寬、彈性一點。
東森幼幼台	1. 台灣本來市場就小，又少子化，收視族群一直流失，新媒體蓬勃發展，閱聽人觀影行為改變，爸媽使用 3C 產品也影響下一代，

	傳統電視台的廣告市場已沒有榮景，加上是兒童頻道，狀況更加艱難。畢竟還是商業電視台，如果法規限制越來越嚴格，在節目編排上沒有給予相對的空間，無法針對小朋友做節目安排，畢竟現在生活型態在改變，小朋友 4、5 點就到家了，那為何要限制 5-7 點一定要如何如何？ 2. 無法只靠廣告營收，連廣告秒數都無法滿檔。 3. 兒童節目比一般節目更難做，不像談話節目可以每天找幾個人來聊一聊，帶狀，兒童節目要更活潑，吸引小朋友願意看，才能考慮內容想要帶給他們什麼，所以會有更多的成本，比如哥哥姊姊藝人、動畫，相較於一般節目成本也更高。
緯來綜合台	1. 在節目編排上不能像以前一樣，單純考量什麼時段適合放什麼節目。自製或新播節目成本相對較高，在成本無法回收又要達到規定的狀況下，就上有政策下有對策，用總時數的方式做編排，困擾的是，到底有沒有這麼多的新節目？也許我們想做，但有沒有這麼多新節目？是自己做、和別人合作、還是買？現在會看到很多台共同分享一個節目，這樣是好事嗎？ 2. 綜合台有困擾是雖然在播國內體育賽事，但不算綜藝節目。

2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。

MOMO親子台	1. 頻道自己培養出來的藝人站出去就是品牌，小朋友就知道是什麼頻道，所以目前 momo 和東森幼幼兩個品牌的藝人要合作有困難。 2. 另有試著和獨立製作公司談合作，但台灣法規規定本國節目認定若與國外合作要出資 50%以上，還有人員國籍比例問題，所以蠻困難的，且動畫製作成本是很高的，若在交流上還有這些限制，

	更不易達成。 3. 有在和其他有線或者 MOD 談合作，目前還算順利。
八大綜合台	1. 原本就有自製節目，像禮拜六有個綜藝節目《17 好聰明》是和 17 直播平臺合作，還算順利。但網路沒有規管、沒有版權，他可能隨便拿一個哆啦 A 夢圖片來，我們就不行，這裡會有一些摩擦，所以覺得網路也要做一些規範，才有辦法順利合作。冠名、置入規定也是，電視限制很嚴格，網路完全沒有，即使符合法規，只要有一個觀眾投訴他觀感不佳我們就要受罰。 2. 合資仍盡量會找無線台合作，像目前將和民視合作，但談條件可能就變成民視先播，因為我們比較弱勢，民視錢出的比較多。
三立都會台	有想和一些國際網路平臺合作，畢竟台灣要完全自製的話很困難。
年代 MUCH 台	自己集團有 MOD，所以有和自己 MOD 做合資，問題基本上不大。早期有和無線台，比如台視，做戲劇合作，但隨著市場萎縮和競爭條件的關係，不見得每檔戲都能一直合作。還好至少 MOD 是不同平臺，在 share 上沒有問題。
東森幼幼台	1. 剛剛提到新播時數問題，兒童節目製作成本較高，收入不好往下壓成本也很難，所以只能勉強達到法規底標，或有在嘗試和 MOD 或無線台合作。 2. 我們有幼幼家族，momo 台有 momo 家族，這代表了各自的品牌形象，究竟要不要跨頻道整合，未來的事說不準，但目前我們產製的節目也要供東森家族的各台排播，所以自己內需就已經差不多了。
緯來綜合台	1. 大家都想自行自製，但成本太高，所以只能合作，但版權如何拆解？做完之後希望能廣告回收，但又 share 掉了，要如何開拓分

	潤空間？自行或合資當然都有意願，但彼此要如何去談版權擁有、使用的狀況，都是需要進一步溝通、協調的。 2. 目前多和無線台談合作，因為也要滿足新播比例規定。和有線台合作，誰先播？先播才算新播。無線台也就這幾台，就算合作，也不是所有節目都適合本台。

3. 無法符合該兩辦法規定之原因。

MOMO親子台	法規只規定本土頻道,5-7 點境外頻道在播兒童最喜歡的很強的動畫,本土頻道這時候播自製節目根本無法競爭,且很多節目是做給學齡前兒童看的,學齡前兒童主要時段是白天,現在被迫把學齡前節目放在學齡時段,和境外頻道的動畫競爭,廣告收入大受影響,經營困難。
八大綜合台	主管機關對綜藝的認定不清楚。
年代MUCH台	1. 主管機關對綜藝的認定不清楚，明明有自製卻可能不被認定。 2. 花了大成本去製作節目，但成本無法回收，造成惡性循環，用小成本去做，但節目卻不合觀眾期待，收視不佳，做一個賠一個，無法有多餘資金做投資。
東森幼幼台	台灣市場本來就小,加上少子化,新媒體發展又影響閱聽人觀影行為,傳統電視台的廣告市場已經沒有過去的榮景，加上又是兒童頻道，兒童節目的製作成本較一般節目又更高，狀況很艱難。
緯來綜合台	自製或新播節目成本較高,成本無法回收,難以再投資,想要用買的,也沒有這麼多新節目可以買。

4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。

MOMO親子台	1. 建議應該用整體來看，不要規定什麼時間放什麼節目，大家自然會去安排最適合的時段，畢竟沒有人希望做一個沒人看的節目。 2. 希望改成一年計算一次比例，因為節目有淡季、旺季，像我們暑假是旺季就會製作比較多節目。
八大綜合台	1. 如果用一天 24 小時總時數算比例，會比較好編排，調配空間大一點，因為每個台哪個時段適合放什麼節目，其實不一定，台性不一樣。 2. 節目認定希望放寬，且要定義清楚。像外景節目不算綜藝節目，算生活風格節目，生活風格節目裡面除了外景節目還有座談節目，這樣怎麼算？
三立都會台	希望能放寬節目類型及時段的認定。
年代MUCH台	希望能放寬節目類型及時段的認定，不要限制我們自製的型態、時間，應該鼓勵不論任何時段就是多自製，全天抓一個總自製比例，這樣就好。
東森幼幼台	1. 希望能放寬時段限制，畢竟收視族群與一般不同，希望可以跟著 TA 做適合的時段安排，這樣相對給予頻道彈性和支持，而不是狹隘的法規限制。 2. 希望不要限制每半年做一次查核，放寬到一年，在節目安排和資金調配上比較好。
緯來綜合台	1. 節目類型認定要清楚，尤其是綜藝，為什麼行腳節目不算？沒有說唱逗笑就不算綜藝節目，非常奇怪，只會讓每個節目看起來都一樣，競爭更激烈。還有國內運動賽事希望要承認為自製，明明

	是國內的，要鼓勵國內賽事在電視播出卻不認定，這對我們也是難處。 2. 節目時段希望放寬，因為像我們有些自製節目可能比較適合晚點播出，結果不在規定的時段內就不算入比例了，所以明明我投資的錢是夠的，兩辦法實施後卻變成強迫我還需要再跟別人買，經營已經很困難了，這樣多花錢並沒有達到增加自製節目投資、發展的目的。

5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。

MOMO 親子台	一直是無法冠名。
八大綜合台	冠名的目的是想分攤製作費，如果這個時段播出韓劇才會賺，就是不能冠名我們還是會播啊，不會因此不播。冠名並不影響節目分級或節目品質，為什麼需要做這種限制？《金家好媳婦》變成《白蘭氏金家好媳婦》觀眾根本不在乎，只有主管機關在乎。
年代 MUCH 台	希望不要延長時段，冠名好不容易才能賣出，又來做這種限制，這樣經營很難。
東森幼幼台	一直是無法冠名。
緯來綜合台	1. 規定這個的目的到底是什麼？如果希望大家不要播這麼多陸劇、韓劇，但本土劇有這麼多可以讓電視台運用、觀眾會看嗎？雖然立意良好，但考慮現實狀況，買陸劇也許一集 10 萬，買本土劇一集 60 萬，那在電視台經營困難的狀況下，當然要做選擇。

	2. 希望不要延長時段，或根本不要限制非本土不得冠名。目前已經限制特定時段要播本土節目了，現在又規定特定時段非本土不得冠名，變成我們收入更加緊迫。現在廣告又都往網路跑，網路這個也沒限制，陸劇在網路上都有冠名，廣告商根本沒差，他下廣告在網路，就是電視台經營越慘而已。賣冠名比賣廣告好，因為廣告 CPRP 沒有達到還要還錢回去。

6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。

緯來綜合台	無線台也很辛苦，其實只要能市場活絡，大家共好，就好。

7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。

MOMO親子台	境外應該也要受到規管，既然都落地分享台灣資源，賺廣告，應該也要有點貢獻，也規範境外頻道有些時段播出本國節目，迫使他們和台灣電視台合作、或購買台灣電視台版權。但網路有能力管嗎？沒有，那就一起放寬，讓市場活絡起來。
八大綜合台	希望境外頻道也一樣要規管。網路就比較難規管。
三立都會台	希望境外頻道也一樣要規管。網路就比較難規管。
年代MUCH台	希望境外頻道也一樣要規管。網路就比較難規管。
東森幼幼台	希望境外頻道也一樣要規管。網路就比較難規管。
緯來綜合台	1. 現在都一直在規定電視台，網路卻在蓬勃發展，對電視綁手綁腳好像在幫助網路平臺一樣。

	2. 如果逆向思考，是否乾脆都不要管？因為新興媒體沒有辦法管，當初規管的目的是保護閱聽眾，但現在閱聽眾需要我們這麼的保護嗎？網路隨時想看隨時能看，A 片也沒鎖碼，NCC 即使想管又能管到什麼程度？乾脆放寬，只是要教觀眾如何保護自己、如何判斷，重點是廣告的安全性。現在陸劇這麼多置入廣告，難道觀眾就真的有受影響？現在無國界、網路隨時可觸及的狀況下，放寬是不是也是一種方式。

8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。

MOMO 親子台	1. 申請補助的話，每一集內容都審，還遇過要重拍的，我拿到一點點補助，卻變成好像委製單位？怎麼變成別人來主導？這樣就不叫做補助了，應該要相信市場機制，而不是主管機關主觀認定。 2. 市場主要是海外華人，中國 、東南亞為主，都是自己行銷。
八大綜合台	戲劇通常腳本下去就差不多了，但有時候新聞可以看到，綜藝節目有些就乾脆不要文化部補助了，因為文化部給他們的回覆是「我覺得這個節目不好笑」，這都是主觀認定。或者文化部如果說覺得這不算大樂隊，要 20 人才算大樂隊，你只有 10 人不行，難道我要重拍嗎？最後大家當然是覺得算了。到底要怎麼補助？要怎麼認定？希望認定能放寬，包含補助方式、節目型態，給一個方向就好，不要一集一集限制。戲劇可能審批時看個腳本就差不多了，但希望能給綜藝較寬的架構和空間。
三立都會台	希望本國自製節目如果賣到國外去的話，可以賣出去多少補助就多少。

年代 MUCH 台	1. 有受到文化部補助幾個節目，像《Fighting 吧！天團》，另外《樂團新勢力》也和中華電信、文化部三方合作，想把規模做大，很辛苦才談下來。但節目型態受到很大的限制，因為受到文化部補助，又和網路平臺合作，這就有規範問題，說申請這個補助就只能做這個類型，但這樣節目是否符合頻道性質？限制節目型態後，在網路也許 OK，搬到電視也不見得 OK，目標觀眾是完全不一樣的。 2. 補助以一季為主，之後如果要再做就要自己想辦法，且最高額只能不超過 49%，但通常會更低，像之前有規劃兒童節目，規模 700~800 萬，只做一季，申請補助以為會給 300 萬左右，結果只給 150 萬左右，卻希望我們做 800 萬的事，最終結果慘賠，限制太多，反而不敢申請補助。 3. 行銷海外的補助目前只補助前面幾集的樣片翻譯，不包含行銷費用，但行銷費用是很大的，行銷這塊也很辛苦，被漏掉了。
緯來 綜合台	戲劇的模式就是文化部會給一定的補助，製作公司、電視台、客戶會出資，戲劇集數相對也短，所以可以反推換算一集版權要賣多少錢。但綜藝節目是希望長久，資金就很大，那集數到底要規劃多久？和新媒體合作要各出資多少？若把戲劇的那套套在綜藝節目，考慮他的集數、長度，要怎麼評估，這有難度。戲劇那套是無法移植過來的。

9. 其他。

緯來 綜合台	希望不要只是限制，能夠多有一些鼓勵。

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第五場無線電視及境內衛星電視頻道業者焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 9 月 26 日（三） 下午 2 時 00 分至 4 時 00 分

二、會議地點：台經院 T403 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員：吳 O 貞導演（EYE TV 旅遊台）；陳 O 英經理（JET 綜合台）；馬 O 如法務主任、王 O 韜副理（人間電視台）；劉 O 宜組長（大愛二台）；曾 O 庭副理（凱擘大台北生活頻道）；李 O 樺企劃專員（緯來精采台）；梁曼嫻助理研究員、曾筱媛助理研究員、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　梁曼嫻助理研究員

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
13:30 – 14:00	報到
14:00 – 14:10	引言報告
14:10 – 16:00	議題討論 1. 該兩辦法之施行，對節目排播及營收、產製之影響及變化。 2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。 3. 無法符合該兩辦法規定之原因。 4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。 5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。

	6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。 7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。 8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。 9. 其他

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

1. 該兩辦法之施行，對節目排播及營收、產製之影響及變化。

JET 綜合台	1. 晚上 8-10 原本是排播《新聞挖挖哇》、《命運好好玩》，不在四大節目類型裡面，所以每個月是無須申報的，因為排播的算是娛樂談話性節目，所以目前比較沒有困擾。 2. 但這樣的規定對於未來要自製節目的話限制很大，因為像是衛星公會那邊講的，今年有線電視營收少了 18 億，但新媒體是增加的，如果在營收已經少的狀況下再去自製綜藝、戲劇，成本會是現在娛樂談話性節目的 2~3 倍。營收少、成本高，還要自製是很困難的。這樣一來通常會採用取巧的方式，不要去排播這四類的節目，就不受比例限制了。
人間 電視台	衝擊沒有其他商業台那麼大，因為我們基本上沒有廣告。但是 NCC 這樣的安排下會導致節目編排必須要做調整，我們是變動比較小，原本 8 點戲劇改到 10 點，避開法規的時段，因為自製成本很高，我們又是非營利電視台，不得已只好這樣用節目編排方式去做調整因應。至於其他時段，在我們既定的節目表下倒是沒有做調整。

大愛二台	1. 大愛台自製量算大，應該是國內前三，但法規並不是就和我們無關。這是政策面問題，政府希望振興本國自製，但有商業或其他問題，都要從本質開始改。可以被討論的是本質，頻道評鑑、發執照等事，都可以有空間再討論。而且大家是處在立足點不平等的狀態，為什麼 OTT 頻道就不用接受規管，卻一起在競爭？這是本質問題，並不是說希望把 OTT 也拉進來一起規管，說實在這種頻道檢驗方式不是很符合國際趨勢和實際，希望不要著重在這些小的施行細則或管理辦法，這樣是耗損內部資源。與其這樣耗損，不如好好正視如何振興台灣製作內容，從大方向著眼。 2. 大家可能都會碰到這問題，連我們是公立頻道，都要面臨二台要存要廢的問題，很多捐款者會詢問，一台和二台差異度在哪？我們自製量非常大，是可以做出差異度的，但我們都會被問這些問題，我們應該反問，國家難道樂見我們關掉嗎？政策加上商業問題，恐怕會有關台潮。
凱擘大台北生活頻道	大台北生活頻道屬於地方頻道，領取的是廣電執照下的他類頻執照，節目內容製播的以雙北的地方新聞及地方相關的文化節目為主，在 NCC 未定出他類執照節目管理辦法前，審核自製節目標準時回覆僅能以其他類節目類型作回應。
緯來精采台	因為新播、首播比例規定，排播節目很困擾，幸好緯來有其他家族頻道可以共用、分享節目，目前因應的方法是用非法規中的 4 類節目做排播，才不會有比例問題。但不可能用非 4 類節目一直持續排播下去，為了要符合 NCC 規定，所以成本還是相對增加。

2. 該兩辦法之施行，對自行或合資製作本國製節目之意願，及對現行實際作法之影響及變化。

JET 綜合台	新播問題有盲點，因為合資要出資 30%以上，首播才可算新播；且若以集團名義與人合資，家族頻道中要給誰新播？另外，自製節目主要還是費用問題，需要很大的成本，尤其是戲劇節目。之前也曾想做音樂的綜藝節目，大約 60-70 萬一集，光靠廣告是無法維持的，而且觀眾都要養，廣告主對你節目不熟也不會貿然投放廣告。
人間 電視台	合資屬於專案性質，專案要考慮可以做多少量？量就是比例問題，以戲劇來說，一檔可以做多少集？20 集好了，但一年卻需要一、兩百集，只有 1/10，但你投入的資金是多少？還有整個市場大環境因素、版權等，在合資的前提下都需要做好所有評估，算出營收後才能做這件事。
大愛 二台	光是八點檔劇場天天新播，一年就要 365 小時，自製量這麼龐大，但還是覺得兩辦法很困擾。新播、首播真的只是細節問題，建議 NCC 不要拿放大鏡管很小的事，真正要做的是大格局、大方向，因為接下來很多電視台會面臨吃不飽穿不暖的問題了。
緯來 精采台	電影台會電影自製，算是維繫的一個方式。家族頻道間，精采台、綜合台等彼此也會競爭，彼此購買版權也是要付版權費。

3. 無法符合該兩辦法規定之原因。

EYE TV 旅遊台	還可以符合規定。
JET 綜合台	因為目前排播的並非四大類型節目，所以比較沒有困擾。但主要還是費用問題，自製節目需要很大的成本，尤其是戲劇。
人間 電視台	因為基本上沒有廣告，所以衝擊不算大，目前只要透過調整節目編排的方式，也還算能符合規定。
大愛 二台	大愛台自製量算很大，目前算可以符合規定。

凱擘大台北生活頻道	因為領取執照屬於他類，不產製相關規定的類型節目。
緯來精采台	新播、首播的規定使排播節目很困擾，而且自製節目成本也相對較高。

4. 對該兩辦法現行有關本國製節目及新播節目認定標準、節目類型定義、主要及指定時段、合格比率、查核基準期間等規定，以及未來改進方向之建議。

JET綜合台	1. 以集團名義與人合資，家族頻道播出應該都要算新播，否則投資這麼多錢，只有一台可以算新播，是不合理的。 2. 節目類型認定應要明確，像過去以為《新聞挖挖哇》等都算綜藝節目，後來才知道不算。音樂、歌舞、才藝表演等比較明顯可以了解是綜藝，但競賽就很讓人疑惑，是像《歡樂智多星》這樣就算競賽、算綜藝嗎？談話性節目我們也是只能自行歸類成娛樂談話性節目，不算綜藝節目。還有過去做過寶物鑑定的節目，我們算他是娛樂節目，後來賣給 MOD 卻被當作綜藝，最後重新把節目看一遍，才又認定是娛樂談話性節目。
人間電視台	節目類型認定不明確，尤其是綜藝，像談話性節目不被認定為綜藝，但《小明星大跟班》卻入圍金鐘獎綜藝類，NCC 是否要自己重新定義清楚四類型節目定義？節目類型五花八門，有些人會針對金鐘獎獎項設定節目，後來為什麼有生活風格節目？因為排除在其他獎項外、沒辦法歸類的就是生活風格節目，這樣反而變成其實是沒有風格。
大愛二台	覺得 NCC 該管的是大方向，例如內容分級、廣告置入等。比如即使不是無線四台，要不要背負一些責任？像颱風時，新聞台應有的一些責任？而我們雖然什麼節目都有，屬於綜合台，但民眾卻會認為我們

	是宗教台,所以類型的分辨真的有這麼重要嗎？類別反而限制到創意的發揮。電視台早已有自己的商業模式，存廢自有市場機制，政府的焦點應放在前面講到的像內容分級、假新聞這些公領域的東西，而不是管人家要做 lifestyle 還是什麼類型的東西，這有點本末倒置。
緯來精采台	目前很多時候播出的都是運動賽事類型的節目,因為運動賽事目前不認定在綜藝節目中，可以區隔在四類型節目外,但綜藝節目的認定上感覺有些問題。

5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定,延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法之看法與未來修法方向建議。

EYE TV 旅遊台	本來就沒有做廣告。
JET 綜合台	變成排播韓劇可能就會避開時段，還是希望要開放外來節目冠名，比如說本國節目可以冠名、外來節目也可以冠名,但給冠名做一些限制。
人間電視台	我們基本上不從事商業行為，其實 NCC 辦過多次類似的座談會，有些報告會提到在新媒體出來後，有線電視廣告量掉很多，去年好像只有 180 億，但新媒體已達到 300 多億，這已經是現實了，還做這麼多約束，這就讓廣告收益更限縮了。NCC 存在的目的，到底是要幫助還是打壓業者？我認為自然淘汰會是比較好的方式,有線電視一百多台，有些的確內容不怎麼樣，我認為可以在自然的競爭環境下自然淘汰、自然生存。
大愛二台	我們本來就沒有做廣告。
緯來精采台	緯來精采台這塊在緯來家族中算是相對弱勢，廣告主本來也不會買單，所以比較少遇到這樣的問題。

6. 對無線電視與衛星頻道節目差別管制之看法與建議。

大愛 二台	我們是比較沒差，應該無線台會比較有意見。

7. 對境外頻道節目或新興網路影視平臺之規管看法與建議。

EYE TV 旅遊台	我覺得新興網路是特別的開放，因為他沒有任何時間的限制，也很難管，但他可以呈現的方式、尺度、置入方式比有線電視開放很多，這也是很多廣告預算往那邊投放的原因。比起一起管制，我覺得有線應該也要開放，大家一起開放。
JET 綜合台	希望大家一起開放，自由的競爭。
人間 電視台	希望一起開放，自由競爭，自然就有淘汰機制。現在政府管這麼多，讓電視頻道大家都離開，沒有比較好。或者更重要是政府的態度，像愛奇藝，人家要給你管你還不要管？這不是要怎麼管、要開放還是限制的問題，是態度問題，你自己都不願意去管，別人都送上來要給你稅收了你還不要管，說這些東西太難管？要管還講這些有的沒的，最後都變成管我們。公司來這裡依法登記，我們才能管轄，那現在什麼都不管，到最後說我要罰你錢，人家也不會付的。
大愛 二台	1. 與其把大家都拉下水，更希望的是一起開放。 2. 建議 NCC 修法，因為媒體環境也不再是以前，當初廣電三法那些東西都已經是落後的了，在別的國家之後邊修邊補出來的，那現在已經又遠遠的跟不上時代，那我會建議要大修法，一些重點像內容分級、頻譜規劃、公共事務等 NCC 要去想細節。我們現在是拿過去已經不合時宜的法，去補出了這兩個管理辦法，但我會建議過去的法可以先全部刪掉，去思考整個大方向是什麼，再著手去擬細節。

凱擘大台北生活頻道	同是衛廣執照的準公共事業體，並且在現在多屏時代，手機、平板一上網，內容大家都會看到，所以認為也該管理。
緯來精采台	希望大家都開放。

8. 基於保護本國文化、促進影視內容產業發展、以提升節目品質之原則，是否有其他政策制度建議。例如對於提撥共同基金制度的看法，或對本國自製節目擴展海外市場之補助措施、稅務減免等建議。

JET綜合台	參考國外做法，我覺得基金是一個好的方式，每年可以向企業募款、或有一些減稅機制，這些錢就可以用在電視台，我們相對有多一點資金可以製作節目，這樣是蠻好的。
人間電視台	1. 就算要把有線基金拿來用作內容補助也是需要修法，因為基本上要專款專用。共同基金基本上前提也是要先有獲利，才有辦法提撥共同基金。 2. 政府補助資訊都不公開，頻道業者都不知道，需要一個部門一個部門自己上網去看，常常時間都要過了才知道有這些措施。建議可以有一個聯合公開的平臺，只要和影視節目內容製作、行銷有關的，各部門的補助都放上去，這樣一目了然，畢竟我不可能一天到晚在那裡每個部門網站點點看，看有沒有公告，怎麼可能每天做這樣的事情？
大愛二台	1. 補助一般是文化部，至於共同基金這也要靠修法，像文化部要成立文策院，他們可以挪動國發基金，其實就是共同基金的東西。 2. 文化部有海外行銷補助，補助機票的錢，外交部有補助配音的錢，像我們如果參加海外電視節推廣，這個辦法已經 OK 了。但如果用同一個題目 NCC 來問的話，會造成 NCC 和文化部補助同一件

	事、或同一間公司拿兩次補次？行銷也是很現實的問題，拿出去全世界就是要和全世界比，賣不賣得出去也是要靠自己，不能什麼都靠政府。
凱擘大台北生活頻道	大台北生活頻道屬於地方頻道，所以產製的節目本就是本國文化、本土節目，如果有線電視基金在當初促進數位轉化做為交叉補貼的部分，也能繼續挪用一部分，轉嫁在節目內容扶植上，各個頻道業者無論屬全國或地方頻道，都相信會有幫助。

9. 其他。

EYE TV 旅遊台	對節目製作來說，資源和成本是第一要考量的，MOD 環境真的比較差一點。
JET 綜合台	頻道自製率如果達 80%以上應該要有獎勵辦法，不要只有考核，明明頻道都很盡力在配合，所以建議搭配獎勵措施。
人間電視台	曾有觀眾要求，由於其父母重聽，電視開很大聲，被鄰居抗議，所以希望我們改時段播出。連這種意見都要求我們要正式回函給觀眾、副本給 NCC，我們要怎麼回覆？或者訊號問題打來問電視台，我們好像變成第四台的總機一樣，希望政府要加強教育民眾正確的觀念。
大愛二台	NCC 常常因為一通的觀眾電話，就要求業者一定要回覆，還拿到委員會討論，認為不要因為 1、2 個觀眾的意見，甚至可能也是有職業觀眾、某某魔人的意見，就這樣要求業者，畢竟很多問題或要求都千奇百怪，連「我希望某節目要冠名」這種也要回覆，或者訊號問題這種應該要找第四台業者的問題也打來問電視台，希望政府要加強宣導、教育民眾。
凱擘大台北生活頻道	地方頻道申請衛廣換照三年一次，大台北生活頻道屬於剛拿到執照的第一年，對自製節目辦法審核確實有些因應困難，修法前雖然沒有必要申照，隸屬有線電視底下，但我們認同地方頻道應該申照接受管理，

	只是他類執照在監理強度上，主管單位是否應該與其他證照有強度的差異化，尤其在節目新播率、首播率部分，這是地方頻道提出的意見。

附件五　學者/公民團體/內容產製業者焦點座談會議紀錄

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第一場學者及公民團體焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 10 月 2 日（二） 上午 10 時 00 分至 12 時 00 分

二、會議地點：台經院 T401 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員（依單位筆畫排序）：朱 O 璋常務理事（TAAA 台北市廣告代理商業同業公會）；葉 O 華秘書長（公民參與媒體改造聯盟）；陳 O 玫秘書長（中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會）；林 O 輝會長（台灣電視劇製作產業聯合總會）；黃 O 葳教授（政治大學廣電系）；段 O 馨秘書長（財團法人中華民國電影事業發展基金會）；王怡惠博士、白卿芬博士、黃世蕙研究助理（台灣經濟研究院）

四、會議主持人：台經院　白卿芬博士

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
09:40 – 10:00	報到
10:00 – 10:20	引言報告：針對《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》、《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》（下稱兩辦法）以及《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案之說明
10:20 – 12:00	一、兩辦法實施後影響層面探討 ● 就您觀察，兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？ ● 您認為兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？ ● 就您觀察，實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化？

	二、兩辦法規管內容探討 ● 您認為現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否合理？是否有應修正之處？ ● 承上，對於節目類型定義是否合宜？ 有無需要修正之處？ ● 接上，對於主要及指定時段、合格比率、查核基準期間是否合宜？有無需要修正之處？ ● 若需要改進與修正，有無任何建議？ 三、《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案 ● 您認為《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助（晚間七時至十一時）之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？ 四、提撥共同基金 ● 您認為以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？ 五、如何促進本國自製節目行銷海外？

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

一、兩辦法實施後影響層面探討

● 就您觀察，兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會	1. 綜合性看法：根據此研究報告，可證明本會在制定本國節目自製率相關辦法時的訴求為真。本會認為仔細規範本國自製的比率是違憲的，授權的該母法亦違憲。縱使制定自製率規定，亦應該針對無線電視台制定，尤其是使用公共資源、頻譜的公廣平臺。 2. 我國與其他國家不同的是，其他國家，例如韓國針對不同平臺規

	管，但其有線、無線、衛星業者都是兼具平臺與頻道業者身分，有介入的正當性，因此也才會訂定出自製比例規定。但本國衛星電視並無執照， STBA(本會)會員並無衛廣法的執照，拿的都是內容執照，且為民營化的商業公司，不像公視受國家 11 億的補助，因此本國具有特殊性。歐洲或日本的電視市場也是以公廣平臺為主流，與國內不同，例如 BBC 在英國是非常主流的平臺，其他業者是去補市場空隙的。 3. 無線台應該受到規管。沒有哪個頻道商不想要本國自製，但是比例多少，跟市場機制有關。比例與質量是市場競爭，近年自製節目數量有微幅增加，因為市場上有需求，但收入是銳減的。近三年來，台灣的競爭對手(中國、南韓等)製作成本提高，當閱聽觀眾開始依賴製播規格高的節目時，就不會滿足於製播規格較低的節目。
公民參與媒體改造聯盟	從公民團體及閱聽人角度來看，民眾既有的收視習慣不會那麼快就調整，因此實施效果尚不明顯。
政治大學廣電系黃 O 葳教授	個人反對黃金時段一定要買特定節目，因為這樣往往導致最後節目同質性很高。前端製作費籌措不易，製作品質不好，反而讓年輕人去看國際頻道或使用網路媒體。因此核心價值不是逼業者用有限資金製作多少或多好的節目。
財團法人中華民國電影事業發展基金會	1. 電影事業是採用採購版權的合作模式，此點可能跟電視產業與相關辦法的實施類似。106 年元月至今，產出的電影數量差不多。去年上院線片共有 66 部，排上檔期的時候版權通常也已經談好了，今年六月以前約為 34 部。因此相關辦法實施至今的效果，在電影圈較不明顯。 2. 我們在與電影頻道業者採購的經驗中，曾經被抱怨過拍的影片數量不夠頻道業者播放所需。不過實務上已經有一些因應對策，例如

	電影業者可以與頻道業者討論，由頻道業者投資小成本的電視電影，提高影片數量。

- 您認為兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？

公民參與媒體改造聯盟	1. 公共媒體原本是最有資源去育成製播人才，但是目前公視受補助額只有 9 億。 2. 希望明年開始每年一部自製電視電影，但這成本很高，回收是很差的，畢竟小成本的製作不佳觀眾根本不看，要像《與神同行》這種廣告收入才會好，也比較耐播。
TAAA 台北市廣告代理商業同業公會	1. 不管是代理商還是廣告主方面，這些辦法施行後的效應還沒有被觀察到那麼深入。對產業執行面上，業者比較在意的是受眾的規模及傳播的效益。 2. 8 月份的收視率與兩年前比較，差異不大，不論無線電或衛星電視，似乎這兩個辦法施行至今沒有特別影響。
台灣電視劇製作產業聯合總會	1. 關於對影視製作人力投入的影響，數量上雖然有增加，但是是因為法規強制規定，目前實際品質沒有增加。應該需要再長期實施下去才會觀察得到正面結果。
財團法人中華民國電影事業發展基金會	1. 對電影產業人員來說，聽過相關辦法的實施，也觀察到影響所及，例如麻醉風暴一及麻醉風暴二的演員，都是電影演員，又回去拍電視劇。 2. 支持相關辦法。因為按照供需法則，這樣的規定可以創造更多的需求。理想的情形是，電視台可以作為電影製作初期的參與者，例如 Netflix 投資內容製作，調查受眾的喜好等等。在這樣的思維下，可以進一步促進不同業者跨領域來共同經營、促進節目，若大家的利益綁在一起，製作電影的風險也減少了。

	3. NCC 主要是管制者，但內容開發是需要被鼓勵補助的，可能可以由文化部或正在籌設中的文策院來負責這部分。 4. 電影圈裡也有類似的管制想法: 在每間電影院有一定的國片播放比率的規定，但十幾年來爭議不休，尤其從戲院的反彈為甚，因為戲院可以因為影片票房不佳，而不願支出不符成本的水電、租金、人事成本。全台灣眾多戲院只有 200 萬補助款可分，所以雖然原則上支持這樣的播放規定，但應該要有適當的獎勵規定做配套。

- 就您觀察，實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化？

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會	1. OTT 時代沒有分國內外市場，而且會有排擠效應，我國業者不需要出國就應該具備國際規格才有競爭力。
公民參與媒體改造聯盟	1. 文化話語權的政策應該由 NCC 與文化部互相溝通，並建立平臺蒐集民眾意見。 2. 何謂是有台灣價值的節目，需要藉由民眾的意見蒐集才能確定，將來政策在引導上才能比較到位。
政治大學廣電系黃 O 葳教授	1. 不同國家的電視節目體制，可分為國家主導性強類(中國、馬來西亞)、公廣集團類(法國、加拿大、澳洲、英國、歐盟、日本等), 以及商業化程度很高的類型(例如美國)。台灣算是中間類型。建議在各國法規系統上觀察節目自製比率的期待與要求。現在有無線電視、有線電視、衛星電視以及新興的 OTT，不同平臺會有不同的商業機制。公共電視台比較負有這方面的期待責任。無線電視台因占有無線電波的公共資源，但在 OTT 這一塊需要彈性空間。 2. （衛星廣播電視事業商業同業公會提出應同等管制 OTT 平臺的節目自製率的意見）管制新興媒體的自製比率，雖然用意良善，但是

	套用歐盟的標準時，是否我國也可以用亞太盟的成員來套用。或是像紐西蘭與澳洲合製節目，仍歸屬於澳洲，那麼可以考量我國跟那些國家合作可以算本國自製，就此應注意南向國家保護性較重。 3. 在不同的載具上，被賦予的成立價值會有不同應用的參考，應思考自製比率若要適用在我國 OTT 業者上，應該如何應用。
TAAA 台北市廣告代理商業同業公會	關於本國文化的話語權，此議題應該從電視機前面的觀眾來探討，但現今已經是網路時代，習慣使用網路的年輕人對於文化話語權的掌握不清楚。這個辦法是否可以達到文化話語權的目的尚不確定。
台灣電視劇製作產業聯合總會	1. 影視產業的興衰不是 NCC 可以畢其功於一役。NCC 扮演的角色是棍子，而文化部扮演的是紅蘿蔔。文化具有排他性，且有被保存的必要。當初我國加入 WTO 的歷史背景，可以知道我國是犧牲了文化，成就了貿易。因此站在維護文化的立場下，應高度支持相關辦法的實施。韓國的電影與動畫自製比率是 20-30%，是偏低的。雖然韓國的文化排他性很高，也是必須藉由這樣的強制規定提高自製率。 2. 其他國家以無線台為主流的市場，通常是無線保障用戶收聽的權利。而台灣則由有線台在產業界掌握主要的視聽市場，因此我國的有線台負有一定的社會責任。 3. 從收益來看，有線台與無線台廣告量的比例大約是 72.5：25.5。有線台已經收取一個月五百元左右的收視費，還可以獲取許多廣告量及相關收入，因此我國無線台的地位相對弱勢，我國對無線台的要求是否有必要如現行法規這麼高，應從此方向去思考。 4. 觀察到金馬獎入圍者大多來自中國的情形，看起來國內市場仍然不夠活絡，但最近像麻醉風暴等各類的優良戲種都出來。畢竟內容

	是王，之所以台灣會買韓劇、日劇，是因為自製節目還沒有受到國內觀眾喜愛，海外通路自然打不開。 5. 可看出文化部有在配合自製節目內容政策。所謂越在地越國際的口號，是以本國文化獨特性為背景，用世界共同價值語言講述給世界聽。台灣是多元文化社會，可以有更好的發展空間。 6. 福斯是東南亞的大廠，買了許多亞洲的影片，這也是我國的緯來東森片源不足的原因之一。

二、 兩辦法規管內容探討

- 您認為現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否合理？是否有應修正之處？

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會	新播及首播的規定目前算合理，因為可以促進內容業者與頻道商跨平臺的合作。政策也應該朝促進大中小型的內容業者與頻道商合作、委製節目的方向前進。據文化部統計，2014 年相關產業就有一萬五千多人屬於編制內的員工，因此製作人員上是足夠的。
公民參與媒體改造聯盟	有線台不會和有線台合作，因為無法算新播就不想投資了，希望放寬新播的投資比例認定，建議只要是投資方就算新播。

- 承上，對於節目類型定義是否合宜？有無需要修正之處？

政治大學廣電系黃O葳教授	無線電視只有針對戲劇節目，而沒有區分較多不同節目類型作規管，衛星電視卻區分較多的節目類型作規管，另外體育類、教育類或行腳節目等類型沒有被納入到該辦法規定中。其背後的立法目的為何？

- 接上，對於主要及指定時段、合格比率、查核基準期間是否合宜？有無需要修正之處？

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會	1. 就目前法制規管下，自製比率不應該再提高，應該注重的是品質。國際的境外頻道 Netflix 多年來也只把較大的預算放在紙牌屋。只急著衝量是錯誤的政策。 2. 無線台並非真正弱勢，據近年統計，無線台可達到一年 34 億的廣告收入，且只有 4 個 Player(台視、中視、華視及民視)，但無線台的管制卻比有線台還低，例如可以插播跑馬燈、可以經過警告後再罰款，但是我們卻是直接罰款。 3. 半年的考核期間太短，對規模較大、類型較特殊的節目，光從籌備到開拍可能就需要一年，因此不適合半年考核一次。
政治大學廣電系黃O葳教授	衛星電視頻道的部份，在百分比的規定還需要進一步考量。
TAAA 台北市廣告代理商業同業公會	多久查核一次的規定具有不同的意義。建議不要用固定的切入時間點(例如 12 月 31 日或 6 月 31 日)，而是以最近六個月、最近十二個月的方式查核。

- 若需要改進與修正，有無任何建議？

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會	1. 不認同裁罰手段。衛星頻道的自律機制行之多年。例如在營運計畫中做出一定承諾。在商業市場中，如果買本國製節目有市場，當然能促進本國自製節目的播放比率。衛星頻道業者在自製比率等規定上努力配合的成果不應該受到懲罰，也應該考量市場因素。 2. 應區分商業市場與非商業市場。公廣拿了最多的國家資源，每年政府編列九到十一億補助。相對於其他國家的公共電視雖然比較少，但相較於我國內容業者是相當巨大。公視不應該強調收視率上的 KPI，公視的節目本來就可能叫好不叫座，公視的角色是為了達到商業市場無法達成的國家政策目的，但現今公視也在搶攻商業市場，是錯亂的角色。

	3. 請文化部督導華視不要再用低價買廣告，無線台本負有較高的國家公共任務，不應該破壞市場行情。 4. 有廣法第 36 條規定系統經營者與頻道供應事業協議授權條件時，如以訂戶數為計算基礎者，應以中央主管機關公告之訂戶數為準。因此戶數要核實，但 NCC 並未落實該規定。 5. 數位媒體的廣告收入非常巨大(340 億新台幣)，其中以 YouTube, facebook 佔絕大多數，且人事成本上通常只有設立技術開發人員以及行銷業務。這些國外大型業者是搶攻台灣市場，並非將台灣市場帶到海外，還不用繳稅，但本國業者繳 20 幾%的稅，我國管不到國外業者，卻只管制國內業者。 6. 網路平臺以高塔公主的電視收視率還不錯，在網路媒體上收視率更高，但是收入銳減一半以上。所以網路 OTT 應該要適用這樣的本國採購規定，原則上是贊成，但是實際上是管不到 google、愛奇藝、facebook、Netflix 的。
公民參與媒體改造聯盟	1. 大部分的兒少或少年節目都是 MOMO 台等商業台在播放，本身無法發展為獨立的產業鏈，主要是製作人才、受眾也不多。NCC 應該要去思考如何建立兒少或少年節目的體系。 2. 不同族群的受眾，例如長照族或銀髮族或年輕人或新住民收視，政策應該鎖定消費人口是哪一群，確定優先補助的本國自製節目內容為何，新南向政策下可能會使新住民議題的自製內容受到重視。現行補助政策應考量是否可以支撐製播人才的培育。
政治大學廣電系黃 O 葳教授	年輕人主要是看網路媒體，如果這樣的規定是希望年輕人比較關心本土自製節目，還是要注意如何落實。

三、《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案

- 您認為《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助(晚間七時至十一時)之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會	1. 無線台是 24 小時都不可以冠名，公視也不可以。以衛廣頻道的角度來說有兩派，一派贊成延長不可冠名時段，另一派反對，認為可以把冠名後產生的收入投入在本國自製節目製作上,但兩派的目的都是為了自製節目的品質。 2. 節目與廣告應明顯辨識的規定，是因為直到前一陣子(四、五年前)傳統電視還是獨佔廣告市場的情形下才有如此規定,但現在的網路媒體環境情勢變更，此規定不合時宜。YouTube 沒有相關的廣告或置入的規範。因此應該由消費者去決定節目與廣告是否可明顯辨識、是否造成反感，達成揭露的精神，而不是由政府或電視台業者來替消費者決定。 3. 外國置入型行銷的例子可參見：韓國的來自星星的你、鬼怪等等，鬼怪的置入性行銷收入約一億。此外日本的半澤直樹也有置入花王、Toshiba 產品。 4. 適度開放置入才能從 Google 那裡搶回廣告。
TAAA 台北市廣告代理商業同業公會	1. 站在廣告業的角度，注重的是如何讓傳播效果出來，以幫助自製業者。既然有資助或冠名都是希望可以發揮廣告效應。 2. 可以有一個簡單的規範,冠名廠商得在節目內做一次廣告或置入行銷，這樣的廣告效應更好，只要不要到氾濫或反感的程度就可以，且業者基於避免對消費者造成不好的印象，靠產業自律是可行的。
台灣電視劇製作產業聯合總會	支持延長非本國製節目不可冠名的時段。

四、 提撥共同基金

- 您認為以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會	1. 基金部分：贊成在數位匯流下設立基金，本國非文化外銷強國，贊成用基金的作法，本會希望陳情，衛星電視業者長年以來用內容去協助有線電視系統頻道商拉到最多有 524 萬收視戶，每一戶收到 500 多塊的收視費，其中提播了一筆作為有廣基金來源，而我們只收了 520 元裡的 120 元，但沒有在做內容的業者卻拿比較多，此係不成比例、圖利系統業者的有廣基金使用方式，剝奪本來收視戶應該要付給我們的收視費，而去成立基金。雖然所幸有贊助公視，但是卻多是用在行銷、政府遊說或是產生超額利潤，而非頻道內容的製作上。 2. 提撥基金的來源應該要依照取之於消費者，還給消費者的道理，消費者付出的錢是要挹注在內容製作的。有線電視業者在數位化上當然有一定成本的投入，但數位化後開拓了 IoT 新藍海，許多人退掉中華電信，買有線電信業者的寬頻上網，導致獲利大為增加。有線電視僅有提供電視收看服務，那就應該把收取的收視費，還給衛星電視，讓衛星電視可以投入更多到自製節目。 3. 建議要求國外大型內容業者(Facebook, Netflix, YouTube 等)繳交基金。雖然上禮拜才開完了一個公聽會，但似乎此政策仍難以成形。
公民參與媒體改造聯盟	1. 不確定共同基金 base 多大，而立法目的又很廣泛，因此不能保證三項立法政策目的（保護本國文化、促進影視內容發展、提升節目品質）都可以達成。 2. 關於保護本國文化的目的，還是應該由私部門與公協會性質的組織合力協作，不是只由公部門設立共同基金而可以達成。但是公益

	團體也應該扮演一定的角色，才有辦法去製作具有公益性質的節目。否則仍是在促成商業媒體的成長而已。
政治大學廣電系黃O葳教授	應建立公平補助的機制。例如背後審委是誰很重要，而且需考量實務上經常發生的問題：誰的意見多，誰就比較容易被注意的弊病。
台灣電視劇製作產業聯合總會	1. 不贊成由頻道商拿錢出來，但如果是 MSO 業者會比較合理 2. 不要由政府管制，由公協會管制是可行方式。 3. Netflix 進攻台灣市場的情形是，想找凱擘合作，但凱擘不願意出面，因此由民視出面與 Netflix 合作。國外業者來台尋求合作，以通靈少女的例子來說，可看出台灣的內容製作業很願意配合。因此台灣的市場並不是沒有優點。 4. 電視電影的部分：電影主也會從廣電處拿到輔導或獎勵金，此種獎勵制度應持續。但對於電視電影而言，以是否為院線片為標準，電視電影算是小片，文化部應該針對此種小片（沒上院線的電視電影）增加獎勵。

五、如何促進本國自製節目行銷海外？

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會	社會問責的 mindset，應該以商業及非商業電視台的鎖定族群去思考，普羅大眾與小眾收看的影片必定不同。不應該要求商業電視台去達成不屬於它的消費族群的期待。目前商業及非商業這兩條路線混亂，期待可以藉由設立文策院逐漸實現正確的政策目的。
政治大學廣電系黃O威教授	政府主導的空間不大，因為政治性原因會影響到我國與其他國家的國際交流。為避免情形複雜化，因此應該是由產業主導，例如由形象好的公協會負責內容的製作。
財團法人中華民國電影事業發展基金會	1. 其實行銷方式不是太重要，主要還是拍得好看，自然會行銷到海外。海外的市場應該是鎖定亞洲或泛華文市場。例如韓國的「我只

	是個計程車司機」講述光州事件，我國不是拍不出來相同品質的影片，但韓片就是可以有好的票房。 2. 韓國恐怖電視劇「客：The Guest」也是成功吸引到海外觀眾的例子。此與語言較無關，只要拍得好看就越能行銷到海外。
台灣電視劇製作產業聯合總會	海外行銷是一種戰術，以韓國的策略為例，韓國偶像文化做出與日本偶像文化不同的特色，海外的觀眾就被吸引到。另一例子是韓劇一開始在台灣有中文配音，主要是為了要使中高年紀的收視族群聽得懂。台灣市場流行韓劇後，這筆配音的預算挪到了其他項目使用，韓劇後來拓展市場到香港、伊朗、沙烏地阿拉伯等，用相同的策略逐步突破該地市場。

八、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會書面意見：

放寬「電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」之規定

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會　　中華民國一〇七年八月二十一日星期二

一、近年來，數位廣告對於廣電廣告已造成嚴重襲奪。依據文化部2016影視廣播產業趨勢研究調查報告顯示，105年衛星電視的廣告量為192億，網路的廣告量259億，再根據台灣數位媒體應用暨行銷協會DMA公布之106年數位廣告量，及尼爾森公佈之五大媒體106年之廣告量數據統計顯示，106年衛星電視的廣告量下降為183億，網路的廣告量卻上升至331億元。

二、相較於網際網路的廣告時間、手法、篇幅完全不設限制，而電視媒體卻要受廣電相關法令之高密度嚴格規管，在此種亟不合理的差別管制下，成為網路廣告與電視廣告不公平競爭的推手，致使電視廣告與網路廣告形成前項所述的嚴重消長情形。

三、依衛廣法第30條之規定：「衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業之分公司或代理商播送之節目應能明顯辨認，並與其所插播之廣告區隔。…」，NCC並依照衛廣法第33條規定制定「電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」。過去以來，主管機關對此加以嚴格限制。

然而近年來，數位匯流成形，時空背景改變，主管機關體察，藉由節目的置入、廠商的贊助及冠名贊助，可以給電視台帶來更多資金挹注，得到更多製作資源活水，因此，陸續開放節目置入、贊助及冠名，然而，基於廣電媒體掌握大量廣告資源恐有過度運用，因此　貴會對相關細節，仍然制定嚴格限制。

惟103年4G行動通訊商轉後，超大寬頻不僅可達家戶也直達個

人，105 年中開始，情勢出現重大變更，我國廣電廣告與網路廣告出現所謂死亡交叉，網路廣告投放量首度超越廣電廣告，106、107 年以來更加明顯，根據台經院彙整 MAA 最新廣告量報告如下:

年度／各類媒體		無線電視	衛星電視	報紙	雜誌	廣播	戶外	網路	全部媒體
2017	金額(單位千元)	3,059,603	18,300,268	4,187,630	2,318,190	1,739,528	3,640,478	33,097,000	66,342,697
	占比	4.61%	27.58%	6.31%	3.49%	2.62%	5.49%	49.89%	100.00%
	較前一年變動率	-9.23%	-4.50%	-17.56%	-25.58%	-16.39%	-5.95%	27.93%	6.06%

再根據文化部 105 年影視廣播產業趨勢研究調查報告顯示，我國電視頻道業收益結構中，廣告收益從前一年佔 55.68% 陡降至 35.12%。 在如此重大情勢變更之下，網際網路廣告時間、手法、篇幅完全不受限制的差別待遇，已經對廣電媒體廣告投放造成極度不公平競爭與扭曲，也已經不符合原先放寬管制的目的，甚至恐有違反母法精神之虞。

四、本會建議:

(1) 置入辦法，應以「揭露」為要件，而非在置入呈現手法上做限制。

探究衛廣法的 30 條之規定，關鍵要素應在於「要能明顯辨認」，因此「揭露」始為保護消費者之根本原則，由閱聽眾自行決定是否接受該廣告之效果，並非由政府與電視台透過各種自

認為保護消費者的手法，來代替消費者決定廣告應該如何呈現，意即，當閱聽眾從網路平台或廣電平台收視節目時，都應該在「揭露原則下明確知悉某商品或服務係為廣告性質」，而不是要求電視廣告必須用限制性、隱晦的手法讓電視觀眾看不出來，如此反而造成電視觀眾被混淆，反而不符合母法精神；何況相較於網路廣告，電視廣告還有秒數限制、一般觀眾若不想收視可以遙控器秒殺轉台，且不會有被放置追蹤碼、或者閱聽行為數據被盜賣的問題，網路廣告無篇幅與秒數限制，甚至所謂蓋板、彈幕廣告等等侵入式推播模式、網路平台商將閱聽眾收視行為綑綁個資行銷與優化賣給廣告代理商，再再均無規範可管，因此即使將廣電廣告在置入的規範上，因應重大情勢變更而採取「揭露」原則，仍然受到包括秒數與呈現方式等等諸多管制，惟至少能讓廣電廣告有機會引入稍多活水，甚至創發出更新穎的置入廣告創意，來導引本國頻道去製播更多有市場競爭力的本國節目。

(2) 另，貴會於 106 年 6 月 1 日(通傳內容決字 10648014811 號)說明二、電視節目廣告化、置入、贊助之關係表修正(一)提到，曾辦理說明會並說明於 104 年 6 月 9 日(通傳內容決字 10448016630 號函)檢送；但卻自行頒布並列為裁量基準**之電視節目廣告化、置入、贊助之關係表**，其中「同一節目中不同廠商間節目廣告化置入贊助之關係表 1、表 2」，實則在實務操作下，儼然是在行政機關之授權辦法下再作細緻性、層次性、變相地嚴格多重限制，顯已超越母法，違反法律明確性、授權原則及信賴原

則，舉例：

A3 冠名贊助或置入，僅能擇其一

A4 商品冠名贊助或置入，僅能擇其一

A5 廠商不得於該節目之廣告時段作廣告

C1 冠名贊助或置入，僅能擇其一

C5 廠商不得於該節目之廣告時段作形象廣告

D1 商品冠名贊助或置入，僅能擇其一

D5 冠名之商品不得於該節目之廣告時段作廣告

E1 廠商不得於該節目之廣告時段作廣告

E3 廠商不得於該節目之廣告時段作形象廣告

E4 冠名之商品不得於該節目之廣告時段作廣告

關係表 1 表 2 羅列如上大量細緻性限制規範，惟，「電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」並無上述限制規定，本會茲就「同一節目中不同廠商間節目廣告化置入贊助之關係表 1、表 2」提出修正建議，建請上述均予刪除。

五、建請　貴會審酌情勢，既然主管機關立意良善，要為土壤貧瘠之內容業者挹注活水，懇請實無須再多層次管制，茲謹就 NCC 本次所提之「電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」修正草案，提出再修正之建議，如附件一。

目前的置入、贊助關係表，如附件二，應回歸母法所揭露之「節目應與廣告明顯區隔」之原則性認定標準及/或「電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」，本會建請 貴會參酌前項所提刪除建議，即為已足。

六、國家政策目標係為涵養本國自製節目能力之提升，建議主管機關採取正面鼓勵內容業者之措施，與文化部共同輔導本會業者製播優質本國自製節目，為有源頭活水來而非讓水源更行枯竭，始為生生不息之道。

「電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」修正條文對照表

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會　　中華民國一〇七年八月二十一日星期二

本會建議修正條文	NCC 修正條文	原條文	說明
第四條　電視事業播送節目內容之呈現，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用視聽眾輕信或比較心理影響消費者，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔： 二、節目參與者於節目中之言論或表現，呈現特定廠商電話、網址、價格者。 二、節目內容之呈現，利用兒童突顯特定商品或服務之價值者。 三、節目所用之道具、布景、贈品、特定活動或其他設計，透過影像、聲音或其他形式呈現特定廠商電話、網址、價格者。	第四條　電視事業播送節目內容之呈現，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用視聽眾輕信或比較心理影響消費者，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔： 一、節目名稱之呈現與特定廠商品牌、商品或服務相同者。 二、節目名稱與其所插播之廣告關聯者。 三、節目參與者於節目中之言論或表現，呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址、標識 或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式、價格者。	第四條　電視事業播送節目內容之呈現，以下列方式之一，明顯促銷、宣傳商品或服務，或鼓勵消費，或利用視聽眾輕信或比較心理影響消費者，為節目未能明顯辨認，並與其所插播之廣告未區隔： 一、節目名稱之呈現與特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址、標識或標語相同者。 二、節目名稱與其所插播之廣告關聯者。 三、節目參與者於節目中之言論或表現，呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址、標識或標語；或涉及特定產品之效用、	一、建議刪除本條第一、第二、四、第七款之規定。 二、第一款限制節目名稱呈現不得與特定廠商品牌、商品或服務相同者，似與開放節目置入、贊助之立意相左，且易造成閱聽眾辨識時之混淆，建議刪除。 三、第二款節目名稱與其所插播之廣告關聯者、第四款節目參與者所演出之廣告與節目有關聯者，以及第七款節目所用之道具、布景、贈品、特定活動或其他設計，與廣告有關聯者，皆屬抽象主觀之意念，不僅執法上恐衍生爭議，亦與開放節目置入、
四、節目內容呈現特定廠商電話、網址、價格者。	四、節目參與者所演出之廣告與節目內容有關聯者。 五、節目內容之呈現，利用兒童、名人、專業者、贈品、統計、科學數據、實驗設計結果等手法，突顯特定商品或服務之價值者。 六、節目所用之道具、布景、贈品、特定活動或其他設計，透過影像、聲音或其他形式呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址、標識或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式或價格者。 七、節目所用之道具、布景、贈品、特定活動或其他設計，與廣告有關聯者。 八、節目內容呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址、標識或標語；或涉及特定產品之效用、使用	使用方式、價格者。 四、節目參與者所演出之廣告與節目內容有關聯，或雖無關聯但未以其他廣告前後區隔者。 五、節目內容之呈現，利用兒童、名人、專業者、贈品、統計、科學數據、實驗設計結果等手法，突顯特定商品或服務之價值者。 六、節目所用之道具、布景、贈品、特定活動或其他設計，透過影像、聲音或其他形式呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址、標識或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式或價格者。 七、節目所用之道具、布景、贈品、特定活動或其他設計，與廣告有關聯；或雖無關聯但未以其他廣告前	贊助之立意相左，建議刪除，並改為具體之認定標準，包括產品或服務之電話、網址、價格。 四、電視廣告管制過於嚴苛，相較於網路廣告播出時數、篇幅、內容尺度、推播模式(蓋板、侵入式、追蹤碼、綁售個資..)等等全無任何限制，讓廣電媒體在廣告主面前與網路廣告被迫處於不利與不公平之競爭地位，市場實證已顯示原本為我國電視業者重要收入之電視廣告，近三年嚴重流失至網路廣告，尤其非本國之境外網路平台業者與盜版業者為最大獲益者，使致我國電視業能投入製作本國節目之資金、與維持內容產業鏈穩定營運之需求越趨窘迫，影響所及非僅一兩家業

	方式、價格者。	後區隔者。 八、節目內容呈現特定廠商品牌、商品、服務、電話、網址、標識或標語；或涉及特定產品之效用、使用方式、價格者。	者，實為我國影視內容產業的存續興衰，爰建請主管機關因應重大情勢變更加快腳步，適時調整法令規定，以政策導引合理發展的產業環境。
第九條 電視事業於節目為置入性行銷時，應明確揭露商品或服務標的，其節目內容之製播，應依節目內容所需，融入節目情節，不得有下列之行為： 一、刻意掩飾或隱藏該置入商品或服務。 二、直接提供購買商品或服務之電話、網址。 三、直接叫價鼓勵購買。	第九條 電視事業於節目為置入性行銷時，其節目內容之製播，應依節目內容所需，融入節目情節，自然呈現，不得有下列之行為： 一、刻意影響節目內容編輯。 二、直接鼓勵購買商品或服務。 三、誇大商品或服務其效果。	第九條 電視事業於節目為置入性行銷時，其節目內容之製播，應依節目內容所需，融入節目情節，自然呈現，不得有下列之行為： 一、刻意影響節目內容編輯。 二、直接鼓勵購買商品或服務。 三、誇大商品或服務之效果。 四、過度呈現商品、商標或服務。	一、為使閱聽眾明確知悉特定商品或服務屬於置入，以符合母法精神，使閱聽人得以「明顯辨認」該商品或服務為廣告，因此，應將明確揭露之義務做為本條要件，而非以各種手法混淆閱聽眾之判斷。 二、又所謂自然呈現、誇大，如何界定屬主觀抽象之意念。 三、且如有誇大涉及違反公平法、或衛生單位主管之食品藥物法等相關法規時，自得依其他規定辦理，爰建議刪除。
第十二條　電視事業於每日晚間七時至十一時(或八時至十時)播送之非本國自製節目，不得接受冠名贊助。	第十二條　電視事業播送之新聞節目不得接受贊助及冠名贊助。但提供新聞節目棚內播報之道具、主播及主持人梳化粧等贊助不在此限。 兒童節目不得接受冠名贊助。 電視事業於每日晚間七時至十一時播送之非本國自製節目，不得接受冠名贊助。	第十二條 電視事業播送之新聞節目及兒童節目不得接受贊助及冠名贊助。但有下列情形之一者，不在此限： 一、提供新聞節目棚內播報之道具、主播及主持人梳化粧、服飾等。 二、兒童節目接受文教基金會、機關(構)或非營利組織之贊助。 電視事業於每日晚間八時至十時播送之非本國自製節目，不得接受冠名贊助。	一、冠名贊助可引進廣告收視率以外之源頭活水，且國際重要新聞頻道已有大量此類呈現模式，對於提升製播品質頗有實效，建議放寬新聞及兒童節目之贊助及冠名贊助，刪除第一項及第二項之規定。 二、不管是新聞節目或兒童節目，其贊助或冠名贊助於節目播送前後都需明顯揭露贊助者之名稱或商標，使觀眾清楚明瞭該節目之贊助及冠名贊助廠商和產品。此種單純贊助或冠名贊助之行為，不應特別對新聞節目及兒童節目加以限制，爰建議放寬兒童節目及新聞節目之贊助及冠名贊助。 三、關於電視事業於接受冠名贊助之時段，本會會員有兩種建議，一認應保障本國自製節目權益，一認即始冠名贊助外國節目其所得亦可挹注於本國自製內
			容，故而兩案併陳再請 均會定奪，包括(1)每日晚間七時至十一時(2)維持原本八時至十時，播送之非本國自製節目，不得接受冠名贊助。

九、自製節目限制前後同期節目收視差異：

台灣經濟研究院
促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究

以下圖表說明自製節目限制前後同期節目比例與收視的差異，顯示雖然自製節目播出比例提升，收視率持平或微幅提升，但仍無法留住廣告主於電視廣告持續下降的廣告量

	TV 無線電視			說明
收視前 100 名	201608-09	201808-09	差異	
自製%	93%	93%	100%	
節目 Ave. TVR	0.71	0.7	99%	
自製節目 Ave. TVR	0.72	0.71	99%	
外國製作節目 Ave. TVR	0.51	0.68	133%	2018 軍師聯盟收視率佳
	CATV 有線電視			說明
收視前 100 名	201608-09	201808-09	差異	
自製%	81%	89%	110%	
節目 Ave. TVR	0.99	1.02	103%	
自製節目 Ave. TVR	1.02	1.06	104%	
外國製作節目 Ave. TVR	0.86	0.74	86%	2018 陸製綜藝節目播出下降
*資料來源: ACNielsen TA 25-49A *以上資料均扣除卡通與外片電影數量與收視				

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第二場學者及公民團體焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 10 月 2 日（二） 下午 2 時 00 分至 4 時 00 分

二、會議地點：台經院 T401 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員（依單位筆畫順序）：沈 O 昇理事（中華民國廣播電視節目製作商業同業公會）；林 O 柔（台灣通訊學會）；鄭 O 豪專員（台灣媒體觀察教育基金會）；單 O 婷教授（台灣藝術大學廣播電視學系）；陳 O 宏教授（師範大學大眾傳播研究所）；董 O 平教授（師範大學全球經營與策略研究所）；王怡惠博士、白卿芬博士、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　白卿芬博士

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
13:30 – 14:00	報到
14:00 – 14:10	引言報告：針對《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》、《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》（下稱兩辦法）以及《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案之說明
14:10 – 16:00	議題討論 一、兩辦法實施後影響層面探討 ● 就您觀察，兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？ ● 您認為兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？ ● 就您觀察，實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化？ 二、兩辦法規管內容探討 ● 您認為現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否

	合理？是否有應修正之處？ ● 承上，對於節目類型定義是否合宜？有無需要修正之處？ ● 接上，對於主要及指定時段、合格比率、查核基準期間是否合宜？有無需要修正之處？ ● 若需要改進與修正，有無任何建議？ 三、《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案 ● 您認為《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助（晚間七時至十一時）之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？ 四、提撥共同基金 ● 您認為以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？ 五、如何促進本國自製節目行銷海外？

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

一、兩辦法實施後影響層面探討

● 就您觀察，兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？

師範大學全球經營與策略研究所董O平教授	數量可以靠這樣的政策提升，但是對品質的提升是不夠的。最後這些節目只能在台灣播，還是出不去，所以目前是溫室型的政策，為國內影視產業搭建溫室，卻可能使得國內產業在外行銷沒有競爭力。國內是否能做出與國外相同高品質的節目內容，涉及的是資源充裕性以及補助，在業者能力無法自立自強的情形，補助是有必要的。

台灣媒體觀察教育基金會	之前有聽過一種說法是保護我國影視產業反而會導致我國影視內容做不好，這樣說有點奇怪，因為國內做不好的原因是資源不夠，沒有人會投下資金後故意做不好。因此我覺得藉由自製率的規定去 push 我國自製節目的立意是好的。

- 您認為兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？

師範大學全球經營與策略研究所董 O 平教授	用法律規定提升量是有一些正面效應，如使業者或影視人員有較多舞台表現。
中華民國廣播電視節目製作商業同業公會	1. 從中國的影視產業來看，以如懿傳為例，在海外的版權一集就是十一萬到十四萬美金，背後其實都是台灣團隊在拍，所以說中國的影視產業可以這麼蓬勃也是歸功於台灣。但是台灣的節目內容很多是無法想像，例如穿越劇情、灑狗血、找不會台語的人來演鄉土劇，只是因為有 4%以上的收視率就繼續長期拍下去。而且台灣人才流到中國也因為拍戲的助理可以月薪七到八萬人民幣，在台灣沒辦法付到這樣的薪水。 2. 國內很多電視台的企業主也有錢，但是站在生意人的考量角度，要求他們投資在國內自製節目上不符合他們的商業利益。
台灣藝術大學廣播電視學系單 O 婷教授	綜合來說，法令的制定應考量到商業模式。當用管制的手段保留住自製比率時，也應該開放部分項目讓業者可以籌措財源，才能繼續投資在節目自製上。現在是管制大於鼓勵，但是這樣的管制又說成是保護，如果要保護的話也要顧慮到業者的生存。

- 就您觀察，實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化？

師範大學全球經營與策略研究所董 O 平教授	原則上支持自製率及新播的相關規定，這樣符合國際潮流。立法目的除了保護本國文化，也是為了可以與外國節目抗衡（或至少讓我國節目不被消滅），但品質部分沒有被推動，仍然走不出台灣海外市場。
台灣通訊學會	台灣在其他地方可能還有一定程度的文化話語權(例如十幾年前的流星花園主題曲在菲律賓仍有傳唱度)，然而也顯示出近年來我國少有高質量的作品推出。

二、 兩辦法規管內容探討

- 您認為現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否合理？是否有應修正之處？

師範大學大眾傳播研究所陳 O 宏教授	過去的新播定義是在台灣第一次播，如果東森新播，台視再播就不是新播。現今是以不同平臺區分，在無線台、有線台、衛星台、Mod 任一平臺第一次播就是新播，也就是可以新播三到四次，所以規定更加鬆綁，似乎有推翻過去 NCC 推動此政策的原意。現在應該可以考慮只規範自製節目的新播及首播，或是對所謂的新播節目設定一定的年限，規定較新的節目才能適用新播及首播規定。以現在的規定來看，只是不斷轉售同樣的影片，為了滿足現新播比率的規定，可能會拿以前的包青天拿來新播，其實只是更多的重播，可能無法活絡市場、通路。
師範大學全球經營與策略研究所董 O 平教授	法規訂定自製率後，一定會有增加自製節目的效果，但是按照現在的定義，自製、委製、外購的情況都會發生。現實上，本國製節目就是收視不好、江河日下，所以當業者靠委製、外購還是可以符合所謂自製的定義時，當然就會有這樣的情況發生，即使把自製率拉到百分之百，還是在播放老節目。

台灣媒體觀察教育基金會	現在的規定是以每個頻道計算新播率，我對此表達支持。以三立為例，三立的偶像劇經常與台視合作，所以互相播放同一個劇還是可以算新劇。在資金不夠高的情形下，不太可能三立自製一個節目，台視也自製一個節目。透過合作製作電視節目可以達到鼓勵國內自製節目的目的。
台灣藝術大學廣播電視學系單O婷教授	關於新播、首播、自製的認定模糊，是因為早期未精確定義，不清楚是本台製作或本國製作，也沒有節目年限的限制。業者為了生存，自然會往對自己有利的方向解釋。

- 承上，對於節目類型定義是否合宜？有無需要修正之處？

師範大學大眾傳播研究所陳O宏教授	綜藝的定義不清楚，過於廣泛。從衛廣法來看所謂頻道的類型，應該稱為綜合，所以綜藝是否應該改成綜合？
台灣藝術大學廣播電視學系單O婷教授	關於「綜藝」節目的定義，應該要改成綜合，定義上會比較廣泛。

- 接上，對於主要及指定時段、合格比率、查核基準期間是否合宜？有無需要修正之處？

台灣媒體觀察教育基金會	新播率的比率可以再提高一點。以目前國內情形來說，三立仍然是願意投入自製節目的電視頻道。中視和華視雖然會買三立之前的偶像劇，但很多時候是這一檔播了三立的電視劇，下一檔就播韓劇、日劇。但是既然現在的新播率是以頻道計算，那麼可以把新播率的規定提高，對台灣本地的內容的製作還是有幫助的。
台灣藝術大學廣播電視學系單O婷教授	半年考核一次的規定過於僵硬，多久查核一次新播、首播的計算基準應有一定彈性。業者可能沒辦法接受半年期間的規定。在管制業者的同時，也要顧慮到業者生存的問題。

- 若需要改進與修正，有無任何建議？

中華民國廣播電視節目製作商業同業公會	1. 與其訂定自製節目內容的播放比例，不如想辦法讓流到海外的本國人回流。台灣團隊可以拍出三生三世十里桃花的好戲，但是版權卻不是在台灣，是非常可惜的事。 2. 政府不管是用棍子或紅蘿蔔都很難干預這樣的經濟市場。電視台會說 OTT 影響了電視台的收視率，OTT 則會說盜版侵害了 OTT 的點擊率，站在不同業者的角度會有不同的說法。
台灣藝術大學廣播電視學系單 O 婷教授	現在不應該再用頻道式的概念思考管制問題，而是在數位匯流下綜觀不同平臺的發展可能。

三、《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案

- 您認為《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助(晚間七時至十一時)之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？

師範大學大眾傳播研究所陳 O 宏教授	1. 我原本是反對置入性行銷的，當初在制定置入性行銷的禁止時，我也有參與討論，但是百密一疏，沒有考慮到黃金時段的問題，所以我們可以看到大長今、甄環傳等都有置入性行銷。純從保護本國影視產業來看，應該是讓非本國製節目完全不能冠名，而不是只有在黃金時段。非本國製節目如果真的很受歡迎，那麼廣告的收入應該就很足夠，否則仍然是有鼓勵買節目就可以冠名的意味。 2. 目前國內一年有 241 億元的電視總廣告收入，其中 20 億元來自於置入性行銷，若實施禁止冠名的規定，也就是把這 20 億的置入性行銷費用支出的路關掉，該筆收入也不會因此消失，不是應該還是落在拍廣告的支出上？或是用在不同目的的地方？這只是一個假設，但目前沒有解答。

	3. 現在業者很喜歡置入性行銷，像民視就設有置入部門，現在置入性行銷成為一個趨勢的原因是省了廣告代理商的佣金，但是在這樣的趨勢下有很多拙劣的置入手法，如果說置入得很好的也可以，所以現在我也不堅持反對。
師範大學全球經營與策略研究所董 O 平教授	現在 ipad 等 3C 產品發達，收看的人沒有時間限制，所以現在的黃金時段意義已經不是那麼重要。
中華民國廣播電視節目製作商業同業公會	1. （回應禁止置入性行銷後，20 億的置入性行銷費用會落入何種用途的疑問）前年與雅虎業務單位談過此問題。站在外商的角度，他們流量夠大，一定會有出口，不會去介意說為什麼別的平臺會有他們的東西，甚至沒有客訴管道，且其他國外業者（例如 YouTube）也不在乎盜版議題，因此原本用來置入性行銷的資金可能會遁入地下經濟（盜版）而流失掉。 2. 文化部應該協同警政署或電信警察這些比較專業的部門共同打擊盜版，但是這也涉及跨部會在政策執行上的困難。
台灣藝術大學廣播電視學系單 O 婷教授	1. 冠名制度可以帶來一定的財源，可以考量在某個時段開放本國及非本國節目皆可冠名，再將冠名的收入挹注到製作節目內容上。 2. 其實重點還是在內容，外國節目不能冠名，但它的觀眾有因此流失嗎？鎖定一定內容的觀眾，不會因為看到廣告就放棄觀賞該內容。例如玩特定手遊的人，看到廣告仍然會等待廣告播放完畢。
台灣通訊學會	數位匯流時代已經不用傳統的方式去看待收視行為。為了增加這個魚池的飼料，也應該有多元的收入來源，包括廣告、行銷、置入等。比如說三立自製節目後，再賣出去，其中的成本考量除了賣給會員的價格以外，還有廣告行銷所得收入等考量。OTT、愛奇藝、Netflix 的收

	入除了用戶繳交費用，廣告是一個很重要的來源。而且當內容是好的時候，不管是否有置入性行銷，仍然可以擴張到廣告，甚至電商經營領域。

四、提撥共同基金

- 您認為以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？

師範大學大眾傳播研究所陳O宏教授	1. 跨部會的合作通常很難，文化部應該扮演甚麼角色？現在我們相關機關有 NCC、文化部，可能也包括文策院。在韓國，只要跟韓流有關的論文及相關出國費用是由政府全額補助，那種政策已經不是像我國還要想如何跨部會合作來推廣自製節目。 2. 過去的廣電基金發展到後來，三台已經沒有在繳基金，例如無線電視及廣播已經不再繳基金費。現在是有線基金還有百分之一的繳納基金的概念，但是如果只有針對有線電視也不夠，應該無線、衛星、有線，甚至在文化話語權的保護上也不能錯過 Social Media，例如 OTT 只要有影音內容製作，也應該有相同設立基金的措施，例如依營業額繳交一定比例的基金，但是也不用都用同一套標準。 3. 在法國是以利潤一定比率為基金來源。但我國三台皆是賠錢，因此基金來源應改以營業額而非淨利。有線集團也應該要繳，若規定不繳應該要挹注在節目內容的製作上。 4. 過去基金的概念常用在天災人禍的急難救助用途上，為求更有效率的用途，文化部可以開設不同內容的製作補助，繳納的基金費用依照業者營業額的比例。
師範大學全球經營與策略研	1. 設立基金的政策尚需整合胡蘿蔔、棍子、保護傘等配套措施，全面性地去看如何設計。此議題太大，應獨立出來討論。 2. （補充說明侯孝賢導演申請國發基金的過程）侯孝賢導演申請到

究所董O平教授	國發基金，但因為履約保證基金會控管道拍攝時間進度及預算，但這與實際上影片拍攝的進程無法契合，真的要每個階段都嚴格審查，可能無法通過，因此本案後來放棄補助。
台灣媒體觀察教育基金會	1. 基金會涉及到補助的問題。如果電視台知道拿過文化部的補助，就有可能會砍價。 2. 播出和輔導應該要更密切。
中華民國廣播電視節目製作商業同業公會沈東昇理事	1. 目前產業界會有一些補助，但是制度上遭到濫用。 2. 林口、台中、台南後壁地區都設有影視城，但建議設立影視城只要建立一座，主要要考量的是地夠大、交通方便，把它經營好就可以。像中國的橫店影城。不需要區分縣市，否則每一個縣市都想要爭取，最後只是為了要爭取觀光資源的選舉考量。從政治方面來看，影視城的政策也可能因為目前的市長沒有連任，或者因為一些有政治世家包袱的政客而受到影響。
台灣藝術大學廣播電視學系單O婷教授	1. 設立基金的用意雖然良善，但是具體執行上抱持保留態度。例如代表作品應該要是鄉土還是何種類型的節目，若沒有聽到細節，很難評價。 2. 目前文化部一百多個劇本獎，獎金從十萬到三十五萬不等，但實際情況下會拍出來的比例，200 多本只拍出不到 7 部。 3. 文化部可以考慮媒合電視台與有心投入的編劇等促進合作，但似乎不在政府目前規劃中。 4. 許多中國大陸的電視台（芒果 TV、湖南衛視等）邀請台灣教授帶領台灣學生在中國大陸青年文化交流。且相對優渥的薪水條件導致人才外流的情形相當嚴重。加上若國內產業已不再相對健壯，每年台灣廣電相關畢業學生三千多人，將無處可去，例如說去做永慶房屋當 AR/VR 的行業，雖然不能說與所學不相關，但是可能就不在

	影視產業的核心領域裡面發展。 5. 政府已經設有國發基金，但是申請、審查程序過程繁複，只有個位數的人可以拿到，要跟經濟部、國發會做簡報、效益有限。國發基金的兩億基本上是被框住的，真正發放出去的很少，近年來只有侯導申請到較高的金額，但後來也因為制度因素而撤掉；另外還有科發基金會，政府以一定比例固定補助影視局，科發基金希望針對跨域的情形補助。現在又要設立共同基金，應該要參考前兩項基金的運作成效。

五、如何促進本國自製節目行銷海外？

師範大學大眾傳播研究所陳O宏教授	應該要求業者用一定的營業額比例，通過基金的收取，回饋到整個內容產製業。
台灣媒體觀察教育基金會	因此應該是由產業主導，例如由形象好的公協會負責內容的製作
中華民國廣播電視節目製作商業同業公會	1. 大部分都是民間團體在舉辦電視節，政府的參與只占一小部分。兩岸的交流或行銷到海外也無法靠政府出面解決。而且對我國業者來說，海外行銷的一個困難在於，在中國大陸製作節目，觀光部或文化部是不會給予補助。 2. 曾有業者一集拍六百萬，也有受文化部輔導金，輔導金不高，因為超出比例分配的下限，所以後來業者將節目賣給愛奇藝。由於愛奇藝在我國並未落地，站在我國政府的角度是不恰當，但站在業者自由經濟的角度，並未有不合理。 3. 每一種行銷的成本不一樣，無法用一套標準去訂，所以訂定法規去規定這個問題是很難的。

	4. 為了招攬外流人才，我國可以考慮建立影視基地，做法參考橫店，方便劇組搬運設備、剪輯等。因為台灣團隊可以拍出好戲，只是都外流到中國，如果建立一個好的影視基地，讓這些人才回流，那台灣自製的節目品質就是會好，就不用去想自製節目比例的問題了。 5. 在 OTT 平臺上台劇的觸擊率很高，例如新兵日記的收視率很高，其中原因包括認真打壓盜版,只要一發現有網站在播放盜版就馬上寫存證信函去檢舉。
台灣藝術大學廣播電視學系單 O 婷教授	政府並無特別投入在此議題上。但是從國內補助來說，文化部針對劇本有獎、補助，但是政府補助後，對於這些劇本有沒有實質產出成為影片內容就不在乎了。而且實務上有些得到補助的影片，因為拿到的補助金不夠，例如說成本需要六百萬，但因為法律有規定補助比例的關係，只拿到兩百萬補助金，業者基於成本上的經濟考量就撤案了。

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第三場學者及公民團體焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 10 月 16 日（二） 上午 10 時 00 分至 12 時 00 分

二、會議地點：台經院 201 室（台北市德惠街 16-8 號 2 樓）

三、與會人員：陳 O 執行長（三乘影像事務所）；鄭 O 智前副祕書長（中華民國電視學會）；蔡 O 慧特助（好好電影工作室）；李 O 姬公關（愛奇藝）；安 O 毅導演（稻田電影工作室）；余 O 新經理（霹靂國際多媒體霹靂電視台系統業務部 ）；王怡惠博士、白卿芬博士、曾筱媛助理研究員、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　白卿芬博士

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
09:40 – 10:00	報到
10:00 – 10:20	引言報告：針對《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》、《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》（下稱兩辦法）以及《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案之說明
10:20 – 12:00	一、兩辦法實施後影響層面探討 ● 就您觀察，兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？ ● 您認為兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？ ● 就您觀察，實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化？ 二、兩辦法規管內容探討 ● 您認為現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否合理？是否有應修正之處？

	● 承上，對於節目類型定義是否合宜？有無需要修正之處？ ● 接上，對於主要及指定時段、合格比率、查核基準期間是否合宜？有無需要修正之處？ ● 若需要改進與修正，有無任何建議？ 三、《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案 ● 您認為《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助（晚間七時至十一時）之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？ 四、提撥共同基金 ● 您認為以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？ 五、如何促進本國自製節目行銷海外？

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

一、兩辦法實施後影響層面探討

● 就您觀察，兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？

三乘影像事務所	我們是製作端，主要以電視廣告、電影，MV 為主。以我們的觀察，覺得差異不太大，像我們現在做商業廣告，其實基本上沒有在上電視，以網路平臺為主，電視觀眾的確就是高齡、或低齡的，沒有辦法自主使用網路的狀況下來收視電視的，所以電視廣告基本上就是藥品類廣告，其他年輕人、一些消費性產品，基本都以網路為主。
愛奇藝	1. 愛奇藝台灣站目前由毆銻銻娛樂代理。現在年輕人基本上不看電視，都是從網路。台灣自製節目量減少了很多，愛奇藝在台灣快三年，台劇比例和前幾年相比都有降低。《延禧攻略》在兩岸都是被迫

	愛奇藝獨播，在大陸有限古令，所以之前《如懿傳》、《巴清傳》這些爭議性的劇，沒什麼電視台敢播，是後來紅了浙江衛視才買，在台灣則是因為文化部要審查陸劇，所以無法及時播出，像這種好劇，包含之前《軍師聯盟》，我們都希望能同步播出，但常事與願違。 2. OTT 產業，全世界除歐盟、韓國較有注意之外，大部分都沒有相關法令可以規管。其實我們 OTT 成立到現在，一直秉持的態度就是自製比例及財務貢獻。我覺得不管是哪個國家的業者，進入別人國家本來就要有這樣的體會和共識，因為既然要搶占別人市場和銷售利益，本來就要負起相對的責任。目前愛奇藝台劇購買比例仍有超過 3 成以上，現在偶像劇能買的幾乎都買了，但按照台劇購買比例降低的趨勢下去，因為陸、韓、日劇也都有買，稀釋之下未來可能就無法達標，因為其他國家戲劇質和量的提升，也會壓縮到台劇購片的空間。
稻田電影工作室	當兩辦法實施後，我們在賣片時，電視台就會說有這個法規的壓力在，所以對製作端賣片是有助力的。但電視台營收現在整個下滑，就算要買金額也很低，大家都知道主戰場可能已經不在電視台了，如果我們面對的是整體影視產業未來的發展，那電視台比重會越來越低。
霹靂國際多媒體	1. 創台到現在 20 多年，我們黃金時段一直都是播出自製首播、新播的布袋戲，所以沒有影響，但觀察其他業者比較受影響是因為他們本來自製率就有限。 2. 電視節目質的部分有較過去有提升一點，八點檔自製戲劇量有多一點、質也有好一點，但這些節目在這些電視台播，他們真的有賺錢嗎？還是問號。

- 您認為兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？

三乘影像事務所	1. 過去廣告是電視台主要資金來源，現在收視習慣改變，消費性商品以網為主，不只電視台失去很大的金源，製作端如果改放上網路平臺，企業主就會認為你是放上網路為什麼還要花這麼多錢拍攝？整個製作費下降，但品質的差異業主不一定看得出來。以前拍 7-11 廣告大概 30 秒 120 萬，但現在可能 60-80 萬都有人要接，這對正規使用 35 釐米影片拍攝的公司是很大的壓力，像我們學生剛畢業開小工作室，10 萬元照樣接案。加上經濟不景氣，成本當然是能省則省，會造成我們用以前的品質要求現在的作品，但業主願意付的製作費低很多。 2. 現行雖有稅務減免辦法，但太過複雜、困難，實際效益也很低，無法引起製作端的意願，對業者無法實質回饋。
中華民國電視學會	我曾經從事過內容製作及內容管理，我覺得比較有關的案子是之前王偉忠製作的戲劇《光陰的故事》，在經濟蕭條的時候，flash back 的東西就非常能夠引起迴響，容易讓人沉浸在回憶裡面。先談訂法令，政府的意圖是什麼？推動法令時，要考慮市場在哪裡？現在質還沒有變化，平臺 100%是賠錢的，《延禧攻略》的播出對其他平臺不公平，因為其他平臺就都不能播《延禧攻略》，所以法律的訂定要公平。市場在哪裡，哪裡就有內容，有內容自然就有質的變化。至於市場規模，台灣市場這麼小還去限制，就更難發展。
好好電影工作室	1. 我們主要以電影為主。關於影視產業稅收減免，主辦單位有說其實審查 7 案只有 2 案有賺錢，而稅收減免是要在賺錢的情況下才有補助到，所以如同剛剛三乘所說，準備的資料那麼繁瑣，但其實並沒有實質回饋到製作公司。 2. 電視的部分，成交量也是一個問題，而且即使拿到政府補助，但可能還有很多資金缺口，所以應該可以輔導製作單位如何募資、或者

	拍完之後怎麼提高成交率，因為可能製作端做完，但後續買方並沒有成交，因為電視台預算限制，電視台成交率並不高，沒有營收，所以也享受不到任何稅收減免。
稻田電影工作室	收視率現在主宰著電視台，比如廣告等，但現在電視台主要收視人口是兩極化的，中間這層現在是沒有透明資訊的。非常希望 OTT 平臺釋出透明資訊，現在戲劇在網路上常常是看不到單集收視、性別、年齡等，但過往電視收視率是能清楚看出來的。如果電視台設定節目 TA 是 24-40 歲女性，但其實我們都知道他們看網路比較多，所以我們一直被一個虛的數據操控整個產業生態。那 OTT 平臺是不是應該釋出透明的資訊，讓我們知道現在整個收視到底是怎麼樣的狀態？過去收視率採樣比例雖然較低，但有很多細微的東西可以參考。OTT 其實應該能做到更細緻、而且他現在是更有價值的，若我們不能從中去做研究是很可惜的，透明度做到和電視收視率差不多就好，對產業會更健康。
霹靂國際多媒體	在兩辦法實施半年左右，就發現很多同業受裁處，所以才有剛剛稻田電影安導演說的為了要配合這個政策去買片，但在電視台收入一直下降的狀況下，是否這個政策要用這麼嚴格的方式執行？是否先等大環境好一些再執行，這段時間先給業者一些喘息時間，覺得 NCC 可以做考慮。其實從財報可以發現，霹靂電視台營收只佔公司的一成多一點，所以也不是說公司不重視這一塊，但其實只要維持不賠錢就好，電視台對我們公司整個集團的功用比較像是宣傳工具，所以其他台若是電視台是主力收入的話，應該會很辛苦。

- 就您觀察，實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化？

中華民國電視學會	談到自製，新聞、紀錄片，話語權還在台灣，因為自由，戲劇就不一定了。公視《通靈少女》有 HBO 投資，製作費高，質感就高，植劇場質

	感也很好，質就是來自於環境的鼓勵。像輔導金，輔導金要知道市場在哪裡，才知道敢不敢投資，文策院的概念就不錯。所以研究時應該要增加一個章節，市場規模、政府的意圖、目標、要往哪裡走？華劇最大的市場在大陸，兩岸落地的平等對待，那台灣的話語權在哪裡？自由，所以我們自己不應該做自由的限制。
愛奇藝	愛奇藝剛進台灣時，買台劇的比例其實很高，原本是期待能提升視頻網站在這邊台劇方面的文化話語權，但前年到去年就發現比例有下降，加上韓國意識到網路平臺興起，他們有線電視業者有自己的網路平臺且不斷增加，自己也在拍戲，大量韓劇加上陸劇同時蓬勃發展，此消彼漲下，台劇就壓縮了。所以去年開始，愛奇藝台灣站委託毆銻銻在這邊有自製 4 部劇，從第 3 部開始就能兩岸同步播出的，而最大的市場就在對岸，但兩岸都還互相有些法律規範，所以很難達到互利雙贏的局面。
稻田電影工作室	過去電視台整個產業的發動機，電視台創造戲劇項目，製作單位來拍攝，但現在電視台自製戲劇比例一直在下降，現在問題是無線台不拍片但播片，有線台不新播但拍片，這樣的生態有問題，為什麼拍了卻不在自己的頻道播出？產業整個在萎縮，現在還剩多少電視台有實質戲劇上的製作？這邊延伸出人力問題，資深、優秀工作人員基本上不在台灣，年輕人沒有好的帶領的狀況下，只能各自成立很多小的工作室，但沒有大規模的製作，很可惜，這是產業面結構性的問題。此時的台灣電視台如果缺席製作，未來話語權必定落在東南亞、大陸。網路平臺應該要來填補電視台扮演的發動機的角色，但台灣又沒有自己好的網路平臺，是很危險的。
霹靂國際多媒體	侵權問題如果有辦法解決的話，平臺一定賺錢，平臺賺錢、製作公司一定賺錢，希望 NCC 能結合跨部門單位做嚴格處理，因為現在根本管不

	到侵權網站，我霹靂布袋戲每週五晚上 7 點發片，8 點不到盜版網站通通看得到了，這才是對影視產業最大的傷害。

二、兩辦法規管內容探討

- 您認為現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否合理？是否有應修正之處？

稻田電影工作室	OTT 現在越來越難做到獨家，台灣電視產業狀況是非獨家賣給愛奇藝、賣給 LINE，未來電視頻道有可能往 OTT 方式做經營選擇嗎？若有這個趨勢，可以不同時有同樣的內容，那新播、首播的問題似乎就可以得到解決。
霹靂國際多媒體	在比例不調整的狀況下，能否把本國自製、新播等的定義及認定標準放寬？在別台播過，我自己台拿來首播，可否也算作新播？在目前經濟不景氣的狀況，希望能做這樣一些調整，讓業界喘口氣。

- 承上，對於節目類型定義是否合宜？有無需要修正之處？

三乘影像事務所	關於自製節目，應該是質的問題不是量的問題，因為目前電視台或節目製作端有預算、製作費的考量，所以會造成沒有辦法像歐洲、歐盟有那樣的自製節目，這部分可能看政府是否有機會可以投資一些優良、品質高的自製節目，提升整體製作水平和需求，而不是只靠業者，畢竟業者有商業考量，而自製節目如果要高品質，那是無法用量化來討論的，所以除了分眾收視之外，對於一般收視觀眾，現在以網路為主，可能也是因為電視沒有適合的收視品味，那是不是能有機會以像電視電影、Discovery 這樣的節目和品質來作為本土文化發展。

- 接上，對於主要及指定時段、合格比率、查核基準期間是否合宜？有無需要修正之處？

中華民國電視學會	限制比例並不會提升品質，法規也看不出有媒體政策和配套在，目前無線台因享用公共頻譜而有較高規管要求，但現在無線台轉為弱勢，應該讓無線台和有線台互相合作才能走出去。
愛奇藝	像歐盟那樣規定隨選視頻作品目錄比例，其實也不公平，畢竟陸、韓、台、歐美劇規模、規格不同，像是總共多少集、一集多少分鐘？韓劇可能一個作品 16 集，陸劇可能一個作品就 70 集，這樣的作品目錄比例還是不成比例的，尤其 OTT 是海量，可以同時播 100 部以上的，差異會更大，所以如果台灣未來也要在法令上明確規範 OTT 時，這個細則也是需要注意的。
稻田電影工作室	現在法規不斷要求提高「量」，但卻沒有新的活水進來，收視群眾在流失，收入在減少，市場在萎縮，等於是讓無線台和有線台兩個弱勢在彼此互相傷害，爭搶萎縮的市場，實在沒有必要。

- 若需要改進與修正，有無任何建議？

中華民國電視學會	補充剛剛愛奇藝的內容，科技影響市場，市場影響法令，法令永遠都是慢的，平臺應該要由競爭轉為合作，台灣應該要改匯流法，因為現在頻道定義已經完全改變，VOD 一個影片就是一個頻道了。以 2400 萬人口計算，現在電視一小時收視率 1 約是 24 萬的收入，可以評估電視台的生存這樣夠不夠，合作的話，兩家製作費加在一起，對製作公司也許會好一點，也能提升市場的質。
愛奇藝	愛奇藝是想長期經營的，希望台灣有法令可以規管。
稻田電影工作室	未來電視台勢必面臨轉型，現在可能有些節目除了電視台外會同時在網路平臺播出，我們知道現在電視台收視群眾是中高齡，如果從產業發展的角度來看，政府要鼓勵的節目，是否應針對中高齡或比較低齡這兩個主要觀眾群做考慮？因為他們才是收視主力，如果現在把很多力氣放在戲劇節目，但其實戲劇節目他的電視收視觀眾是少的，所以如果把

	「分眾收視」區塊拉出來，也許未來可以更有效的看待影視產業，就是電視平臺和網路平臺之間的差異。
霹靂國際多媒體	境外頻道規管有困難，畢竟公司在國外，有些是國際性的頻道，如何能要求他依循台灣的自製法規？

三、《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案

- 您認為《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助(晚間七時至十一時)之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？

中華民國電視學會	這個條款恐怕是中視條款，中視晚間 8-10 點是外來劇較多，外來劇不能贊助意義在哪？真的會因此就不買外來劇嗎？應該要放寬外來劇也可以冠名贊助，但是要負擔基金責任等等。時段的延伸也沒有意義，7 點大家都在播新聞，11 點則可以播一些好的外來劇，為什麼不給冠名？要問的是冠名和置入有沒有幫助？當然有幫助。
稻田電影工作室	我們有個劇在公共電視晚上 8-10 點播出，但收視率 8-9 點是低的，9-10 點是高的，不知道為什麼。是不是收視群眾真正的收視時間其實是更晚的？這個草案所指的時段，晚上 8-10 點，主要指的是否是長壽劇，三立、民視等，因為現在公視、愛奇藝等播放及收視時間主要都在 10 點之後，這個草案時段是否該再檢討一下，真的有保護到我們想要保護的本國節目嗎？

四、提撥共同基金

- 您認為以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？

三乘影像事務所	自製需要很大資金基礎才能做，但文化部補助，像是電影長片，他會規定例如演員比例外國人不能超過多少，這就限制了很多東西，像今年有個案子主角是許芳宜舞蹈家，他跳舞的對象全都是外國人，這要怎

	麼辦？加上片子不是紀錄片也不是劇情片，是非常前衛、藝術性的東西，以現行的法案很難被歸類。文化部很多補助法案實在太舊了，應該要好好再檢討。我認為我們還是很有獨立製作的精神和藝術性的價值，但我們也是拿 1000 萬，同樣某個明星想當導演出來隨便拍片，他們也拿 1000 萬，這樣合理嗎？有些片子是不是應該要 100%補助而不是 50%，這樣搞得我們也很為難，如果預算 3000 萬，剩下 2000 萬我要怎麼找？找創投公司或銀行，也不能騙他將來會有票房，應該要老實說這是什麼類型的片、預估有多少票房。也不要因為少部分人拿了 100 萬只用 50 萬製作，就降低輔導金比例，影響其他很多踏實努力的人，這需要審慎檢討，否則質是永遠提升不了的，嚴重影響到文化層面，明明文化層面是能帶領我們走向國際的。
中華民國電視學會	現在最賺錢的是有線電視，所以主要基金來源應該都是有線電視，但實際上有線電視分給內容業者一點點而已。影視基金應該放寬在產業界裡面，因為現在很多自媒體，有些企業的募捐，換句話說在節稅的過程中可以把他編列到影視基金裡面，這樣可能就解決了說業者可能認為為什麼一定是有線基金，畢竟也是在衰退中，有線電視可能也不一定願意繳錢。那現在是共同基金，他的來源可以來自很多企業界的贊助。以前新聞局時代是輔導和管理同時監管，還可以有一定的配套，但現在輔導的事情多在文化部，NCC 是管理，速度慢是正常，但如果通傳法可以合併來管，資金才能有一定的運用。
愛奇藝	全世界 OTT 都在賠錢，但愛奇藝在台灣沒有落地，所以毆銻銻娛樂就沒有申請補助，但我們戲劇製作費 1 集大概 300-350 萬，約台灣的兩倍，所以我們也是希望能振興台灣的影視，但希望官方能和民間一起努力。

稻田電影工作室	製作節目總預算如果沒有增加，量要增加， 那平均每小時預算一定是下降，雖然現在文化部有提供較多預算補助，但和鄰近國家製作水平仍有距離，我們也能體諒電視台用很低的價錢和我們買自製節目，他能用同樣價錢買到較高收視率的外國節目，這是事實，所以不單純是製作方希望有平臺可以把節目上去而已，牽扯到很多面向。

五、如何促進本國自製節目行銷海外？

中華民國電視學會	文化性的差異在哪？文化最大的吸引力在哪裡？不要用法律規定什麼可以什麼不行，當你放寬之後內容和差異性自然會跑出來，最大的差異就是兩個文化的差異。台灣有很多現代的文化很強，尤其台灣的紀錄片拍得非常好，當然要全額補助，只補助一點點那根本不痛不癢。

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第四場學者及公民團體焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 10 月 31 日（二） 上午 10 時 00 分至 12 時 00 分

二、會議地點：台經院 201 室（台北市德惠街 16-8 號 2 樓）

三、與會人員：焦 O 屏監製（鼎立娛樂公司）、葉 O 倫導演（青睞影視）、王 O 娟副總（華創製作公司）、黃 O 堅先生（公視製作部）、姚 O 超執行長（冉色斯動畫）、蔡 O 中教授（世新大學廣播電視電影學系）；王怡惠博士、白卿芬博士、曾筱媛助理研究員、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　白卿芬博士

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
09:40 – 10:00	報到
10:00 – 10:20	引言報告：針對《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》、《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》（下稱兩辦法）以及《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案之說明
10:20 – 12:00	一、兩辦法實施後影響層面探討 ● 就您觀察，兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？ ● 您認為兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？ ● 就您觀察，實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化？ 二、兩辦法規管內容探討 ● 您認為現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否合理？是否有應修正之處？ ● 承上，對於節目類型定義是否合宜？有無需要修正之處？

	● 接上，對於主要及指定時段、合格比率、查核基準期間是否合宜？有無需要修正之處？ ● 若需要改進與修正，有無任何建議？ 三、《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案 ● 您認為《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助（晚間七時至十一時）之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？ 四、提撥共同基金 ● 您認為以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？ 五、如何促進本國自製節目行銷海外？

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

一、兩辦法實施後影響層面探討

● 就您觀察，兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？

鼎立娛樂公司 焦 O 屏監製	1. 電視我比較不在行，2017 年新播節目時數比以前增加 224 小時，幅度都很大，衛星頻道時數首播戲劇、電影、綜藝、兒童時數也增加 8200 小時，新播節目增加 7500 小時，節目時間增加非常多，但質就沒辦法用統計，我不是長期做記錄跟觀察，就平常觀察這樣來看，所謂新播很多就是用最簡易 talk show 的方式，找一堆人最沒成本放在產品中間，賣商品談內容也好，最後就是政論。這種東西我覺得重複性太高，很多醫療保健沒什麼，看起來胡說八道居多，我對於內容常存疑，質本身跟應增加時數中間，我覺得沒有清楚考核大家的方法，這是我一個目測不負責任的言論。

	2. 現在我非常不喜歡看這些節目，轉遙控器讓我覺得很痛苦，99%都那麼沒有營養，為什麼轉到 BBC 才停下來，因為節目有一定水準，可能估計是市場大，我們受制於市場小。
青睞影視 葉 O 倫導演	1. 節目大致分為兩大塊，戲劇跟節目，文化部補助電視這邊以戲劇內容為主，節目佔比很少，金額也很低。副總有提到新播節目戲劇質好，但節目部分質都不好。 2. 我以前沒當導演之前，我主持兒童節目都傻眼，剛畢業去主持一集製作費一集才 8 萬，現在需要節目製播比例我就用這些節目，因為太便宜了，但一個新製節目少說要 100、200、300 萬甚至 400 萬，所以需要文化部補助，而且沒辦法那麼快生產出來，不像這種八萬塊一集，像老師說給 2000 元，找一些小模馬上錄剪接完就播了很容易，是符合比例，但質上就不好說。
華創製作公司 王 O 娟副總	1. 自製新播這件事，自己在業界感受很直接，自從去年定八點到十點，統計下來可以看到各電視台都是符合規定，只有少數是被罰款的。 2. 對三立或業界來說我們當然希望時段可以放寬，文化部定義的黃金時段現在是 6-12 點，我們可能為了不造成業者負擔，所以暫時限制在晚上 8-10 點，這兩個小時真的有感？觀眾無感，轉來轉去還是一樣，好像沒轉，大家桌子擺了做個消費節目，也符合自製新播，對於整體質以及工作機會創造是沒有太直接的幫助，但統計數字是提升的，扣除重複性還剩下多少呢？ 3. 我們在電視圈也是很為難，要不是我們做這行，不見得會看電視，網路太發達了有各國精采的內容，但為什麼要做？因為不能不做，一定要做，再不做我們就沒有自製內容了。

	4. 前瞻計畫要加科技因素所以加入 4K，因為 4K 所以整個成本提高，但台灣沒有任何平臺在播 4K，如果補助預算不高，業者要自己補差額，市場又沒辦法回收，意義是什麼？純粹要動前瞻預算，有時候導果為因、導因為果，無法看出實質對於產業提升跟幫助是什麼？
公視製作部 黃 O 堅先生	1. 我們苦於臺語頻道開播，搶預算也是搶來搶去，公視是文化部補助最大受益者，有一筆預算可以自製或是合作，做一些實驗嘗試新節目，比較沒有收視壓力，在動畫上很有興趣，但真的拿不出那麼多錢。 2. 臺語有限制比例，現在在規劃台語的新聞跟戲劇，就算第一年也有固定比例，好的戲劇 SD 變為 HD 字幕重上，台語台只有內容跟人的預算，現在很害怕五月能不能開播出去。
世新大學廣播電視電影學系 蔡 O 中教授	影視內容製作有所謂的做法配套，業界覺得幫助有限，在作為歐美列強殖民地，兩辦法對於台灣是有幫助，台經院也有做電視產業調查，各頻道在量上為了符合，從這角度兩辦法對於電視產業自製有幫助，必須對 NCC 做肯定。

- 您認為兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？

鼎立娛樂公司 焦 O 屏監製	1. 回頭來說，我們人才斷層方面還蠻嚴重，不管說 talk show 也是經紀公司推一堆小明星坐著，每天花枝招展講一些非常沒營養的話，我就覺得很奇怪，國家整體文化水平在電視上表現不怎麼像樣。 2. 長期兩邊一看，我覺得中國電視有趕上，他們錢多，綜藝已經沒得比，那不是台灣電視出得了的錢，他們市場大。
青睞影視 葉 O 倫導演	1. （簡報）謝謝你們整理出來，平常自己也很難整理，之前有看過韓國的團體，不只亞洲在美國也紅到不行，我那天看一個紀錄片跟自

	己做了資料調查，他們在 95 年做了一個決策，把這些所有都歸入文化事業，他們總預算必須占總預算 1%，他們要拚這件事。 2. 明年文化部預算也終於站上也是 1%，跟韓國當年一樣，但往下一看我們國防預算是 18%，這什麼？難怪我們組不了什麼隊，1%又分成戲劇居多，節目根本很少，我看到各國作法，我有感受到文化部在動起來，這兩年文化預算也有多一點，但我覺得有點來不及，我覺得需要有全盤方向。 3. 租稅好像也沒有做起來，文化部做兩年了我開會感覺到大家都很痛苦，投融資辦公室也很痛苦，夾在影視界跟金融界中間，也不知道怎麼辦，我覺得還未成形。
華創製作公司 王 O 娟副總	三立作為全自製電視頻道，這樣的規定對我們在版權銷售是很有幫助的，不管東森還是台視也好其他頻道開始跟我們買內容，台視也播、超視也播，對我們來說是好事，其實上有政策下有對策，這絕對不是當初 NCC 定這個辦法所希望看見的，三立是不是唯一受惠者？其實不然，市場不好所以賣價也並不好。
公視製作部 黃 O 堅先生	1. 公視很注重自製率，能自己做就自己做，後製組目前有 25 位剪接師，還有分為委製跟合製，委製像新創電影跟劇集就招標，我們曹瑞原導演的有一集 1500 萬是天價，有參加到 105-107 前瞻計畫軟體部分所以戲劇可以一集到 350 萬，跟國外比起來小兒科，他們都五倍十倍以上，以前人生劇展一集 150 萬/90 分鐘，怎麼會夠，做都做辛酸的，很多導演都從公視開始。 2. 憂心人才部分，很多同儕都在曼谷或上海、北京，你沒有量就不會留在這邊，台灣沒有待遇、沒有錢就留不住人，都往國外跑，這樣飛他也高興因為錢多，要不是在公視我可能也在飛，做外面東西比

	較有價，人才、內容台灣寧可要多到可以做別人的，不要自己都沒東西做就出去了，這是比較憂心的部分。
冉色斯動畫 姚 O 超執行長	1. 動畫業者有聚會談到這個議題，但大家都不曉得，動畫業者立場尷尬，動畫業者以前歸在工業局管，但我們做的視內容在平臺上播，往往接受工業局輔導，要求你有多少人力、技術要有多少產值，對我們來說很痛苦，其實台灣動畫人才非常多，台灣的動畫是非常有實力，去新加坡參展都有人問 CGCG 是怎麼做到的？100-200 人的動畫公司非常多，承接全世界像是日本、中國的專案。 2. 2010 年工業局輔導動畫廠商，台灣當時產出非常多自製原創作品，可惜的是當初有 10 家做自製大概倒了五家，現實問題一部戲要劇本、製作跟市場，但接受到政府輔導往往只有製作這塊，對我們說是很殘酷的環境，我們長期自製內容、我們都有去參加坎城他的青少年兒童節目，到全球有很多都有針對兒童節目的專門的展，針對兒童到前幾年金鐘才有最佳動畫節目。
世新大學廣播電視電影學系 蔡 O 中教授	1. 大家都反映一件事要把內容做好，但政策多頭馬車沒有辦法一以貫之，文化部補助、NCC 要求，但其他的部會，像公司法已經修法，股東將來要被攤在網路下，因為公務人員都要去申報，股東可能投資公司要幫助人家內容發展，公司法要申報但只是要幫助，說要防洗錢，這樣弄就會讓人不願意投資。租稅減免，但財政部一直在查稅。 2. 有兩辦法執行很好，各國早就保護本國，我們在很多科技已經發展成熟後才做，現在無論、有線都面臨在懸崖邊緣，這行業都要虧錢，投資一定變少。一般頻道 60-70 萬一集，量有提升但質沒有提升，為了自製量到一定地步，在經濟不好狀態下要有比較好的配套措施，除了補助，只有幾部會呼應，兩辦法是好但對於市場收入跟人

	力投入是有限，那對提升本國話語權還是有幫助。補助應該不能集中在少數人或組織上，應該要大開大放、打開門戶。

- 就您觀察，實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化？

青睞影視 葉 O 倫導演	1. 回過頭來說，我看到那些辦法，我感覺我要多支持文化立委，辦法是委員定的，但我現在講不出兩個以影視方向或節目為主，還真的沒有，各國辦法一定是大多數的黨團或委員支持，是不是要多一點遊說者，去說服黨團、委員去訂定一些更適合市場的法律跟政策，不能只光靠文化部。 2. 我有看到規定很棒，去年度百分之多少繼續去做什麼，我覺得這件事是好，不可能文化部定一個辦法，但沒有硬性規定，辦法歸辦法，大家不一定會遵守。
華創製作公司 王 O 娟副總	1. 補助是文化部在做，NCC 是管理、文化部是獎勵，這是另一個議題，我自己的觀念是必須把影視內容商品化，但現在文化部補助的是作品或藝術品，影視內容沒有更多附加價值無法形成市場規模或產業，必須清楚知道目標是甚麼，所有獎勵方向應該往那個方向跑，不然滿足內需市場對我們影視產業在國際市場競爭力沒有任何幫助。 2. 文化部補助是有幫助，國內觀眾也有感，連續三年金鐘都是三立承辦，我大概知道台灣產量有多少，像去年金鐘 53 有 27 部作品，要思考的現象是，這麼多作品如果沒有金鐘大家真的看過、聽過嗎?有些非常的好作品可能在客家台播、可能在公視、可能其他不同頻道播，遇到製作人跟導演跟我聊，很多作品沒有能見度，有兩個問題，一個可能是行銷、頻道問題，二也有可能本身不具市場性，商業電視台就在商言商，雖然有媒體的責任，也不可能買虧錢，第一

	關就是要評估是否具有市場接受度，文化部補助是好事，日本有名人說過：政府補助是毒藥，政府補助是幫助作品推入市場的第一步，終究是要接受市場的檢視，如果可以自由在市場生存下來甚至茁壯的話，才是補助最大意義，補助很好但目標是什麼？目標導向回頭來看，政府要協助他的部分是什麼？ 3. 影視類型劇種多元，總體產值到底有沒有增加？明星的創造跟產值有沒有增加要一併檢視，韓國文創產業產值相當於半導體業產值，如果台灣如果不認為影視產業是可以提升我們經濟實力或國力，永遠都是做點狀沒有一個面，沒有點線面思考，這是比較大的問題。 4. 今年預算已經提高 1%到 200 億，也是不小的數字，但用在整個文創內容上非常分散，文創定義廣泛我認為叫做泛文創，他敢不敢把這筆錢運用在火車頭項目上，考驗文化部在預算運用分配上的決心，大家都分一點，對我來說像灑在水裡的糖，大家反而都很痛苦，你要一億，上限是 49%他只給妳四千萬，因為另外的錢要給別人，很多人就想不做了，拿到了也是痛苦，這都是很大的問題。
公視製作部 黃 O 堅先生	1. 剛好這兩年有前瞻跟軟體，獨立製作業界比較有機會參與，這東西只能繼續推廣，沒有內容沒有意義，一定要自己自製，但自製要考量市場，舉例來說我們也做了兩年 4K 節目但沒地方播，中國買片也會問有沒有 4K 版本，即使無線頻道沒有 4K 播出，內容還是要先做，沒有做個三年、五年，到時候沒有得播，我們在這塊走的比較早，政府補助下也有自製純 4K 內容。三立戲劇可能想做第一個花錢，第二個沒有馬上要買，現在國外買片都是 4K 版本，但國內只有 HD 可以播。前瞻有些預算可以增加 4K 版本內容，做起來放著，也許配合國家政策內容部分會增加。

	2. 公視的戲劇應該要推廣到所有頻道，餅一定要做大，這麼小分都不夠分，沒有達到那個量，產業要擴大把他做起來。(公視的戲劇)TVBS 跟台視也有在播，我們被質疑東西不能賣的太便宜，這有點尷尬，你價格不高大家才會拿去播，賣太便宜又會說有點賤賣，這部分比較不能回答，價格到什麼地步能讓大家可以讓內容，因為還要看時間點、分頻道都看的到，才能讓收視率比較廣，是可以賣但要看上面政策保守還是開放。
冉色斯動畫姚O超執行長	1. 當初在坎城遇到歐盟的點數問題很震驚，他問我的導演、編劇、音樂有沒有是來自歐洲的國家，如果沒有的話沒辦法買，沒點數就是一集幾千塊美金，如果合作有點數的話是可以一集上萬美金跟我們採購，對我們來說我們內容賣不出去，我們沒有我們國家支持的辦法。 2. 還有一個就是 Treaty，我朋友在新加坡，他說他們找錢不難，他們國家產發局一部作品補助 25%、加拿大補助 25%，他只要在找到歐洲找到頻道商 25%，他就 75%預算到位只要 25%的力道，台灣出去完全沒有支援，我們跟影視產業完全對不起來，我們在做自以為精彩動畫片，台灣只有往往只有在技術上，技術有多好動作多順暢，但缺劇本人才，還要有市場人才，沒有完整的循環是沒有辦法從市場面回歸到劇本，讓他好看讓觀眾可以接受 3. 瑞士不屬於歐盟，像日韓中國政府補助是很大，對於動畫產業來說，中國黃金時段完全不能播境外，他們很多都銷售到台灣，因為保護所以產生很多作品，我們補助做出來的節目沒有電視臺要買，只有公視要播，東森還問你要不要付錢，不然說要兩三年後，保護兒童節目有包含動畫這塊？

	4. 臺視跟我們採購，但只能廣告交換，沒有預算，好不容易台灣動畫業者自製 10 幾部只有公視有播，其他很多頻道很難上的去，我們以前去文化部都被說是工業局，現在才是文化部。公共電視買我們一集 22 分鐘 1000 塊美金，但我們動畫一集製作要 100 萬，面臨到 momo 親子台播的中國動畫是不用錢的，沒有人去注意這塊，但小孩看的就是這樣的動畫。 5. NCC 在保護時段可以增加動畫類型，希望我們做的動畫可以有保障時段或保護機制，你看到中國跟許多國家，我們賣過去很難，他們賣過來很容易。

二、兩辦法規管內容探討

- 您認為現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否合理？是否有應修正之處？

華創製作公司 王 O 娟副總	為達成扶植本國自製節目之目的，鼓勵及限制之政策作法應兼備。僅以限制政策而言，包含中國、韓國等國家均有於黃金時段禁播外來劇之規定，而我國僅止於晚間八時至十時限制外來劇不得接受冠名贊助，此限制對於長期未製播本國自製節目之業者不僅毫無力道更乏誘因，故雖然現行本國製節目及新播節目之認定標準應屬合理，但相關政策及作法仍需更為積極，包含於黃金時段禁播外來劇及放大限制外來劇不得接受冠名贊助時段等作法，應能更有效促使業者投入資金製播本國自製節目。
冉色斯動畫 姚 O 超執行長	無線電視本國自製節目新播率，希望能增加「每日 17:00-20:00 兒童節目類型 40%」新播或自製播出的兒童節目類型 40%中，應當要能夠區分兒童動畫節目與兒童實拍節目，或是直接在法規定義的節目類型中新增「動畫節目」類型。

- 承上，對於節目類型定義是否合宜? 有無需要修正之處？

鼎立娛樂公司 焦 O 屏監製	剛剛幫張毅導演完成一個他做了五六年的動畫「狗狗傷心誌」，今年得到金馬獎最佳影片(編按：最佳動畫長片)，動畫完全是成人，不是兒童，把動畫定義為針對幼兒為對象的市場，像他這個影片就沒地方放，放到劇情片大家說是動畫，放到動畫人家覺得太成人不是兒童的東西，變成他找不到定位，不管是補助辦法、基金、甚至市場效益也好，他都很失落。當初他是繼承部分楊德昌追風的遺志，他當初做了追風，他非常愛狗，所以用狗狗做了四段動畫，是非常台灣的新電影，八十分鐘一句對白都沒有，他對觀眾有很大的挑戰，勇氣非常可嘉，他的工藝，他花六、七年來做，成本也要 6000、7000 萬人民幣，對台灣來說是大家非常珍惜的成果，基本上大部分都是台灣的人在做，並不是說發包到中國去。
青睞影視 葉 O 倫導演	兒童 25%自製比例，但兒童節目到底包含什麼？兒童節目 80%都是動畫，20%都是 8 萬元便宜節目，80%都卡通就外購便宜動畫播一播，如果動畫可以另外切一塊出來，但比例不知道要怎麼訂，動畫是占兒童怎麼樣一個比例，就把他另外拉出來。
冉色斯動畫 姚 O 超執行長	1. 金鐘獎有動畫節目獎項，遇到網路動畫跟電視動畫再一起競賽，兒童節目不只是動畫還要把類型分出來，可能更能促進兒童相關產業進步。 2. 希望可以多邀請我們動畫業者跟節目業者一起，動畫只是表現形式，台灣動畫收視率很好，但有 98-99%都是日本動畫，我們都不做兒童內容，小朋友他長大你要怎麼要求他看國產動畫。
世新大學廣播電視電影學系 蔡 O 中教授	類型以觀眾收視為主當作類型，還有內容，重點要回歸市場面，以及品質是否符合市場需求。

- 接上，對於主要及指定時段、合格比率、查核基準期間是否合宜?有無需要修正之處？

華創製作公司王O娟副總	1. 在比例、時段上的要求可以聚焦產值高的類型，我覺得聚焦在 8-10 點太少，應該放寬 7-11 點，前後四小時檢視各頻道自製新播率，在類型上可以聚焦綜藝或有海外市場的戲劇，這樣會更明確一點，辦法越攏統業者會越消極，只是為了符合辦法避免被罰錢，對於影視產業沒有太多幫助。 2. 但也不可能逕自放寬時段把壓力轉嫁在業者身上，一切還是市場導向，今天市場越來越蕭條，我們業者當然不願意做節目，做了節目就要評估損益有多少，每一個節目當作公司、產品來看，我都能算出損益，我的廣告、專案置入、授權、甚至在新媒體的分潤點擊都可以計算進來，發現今天開節目是虧錢的，沒有電視台或是製作公司會願意做，這是環環相扣的，按照今天要討論的議題，這不單單是不是放寬他的時段、增加比例，相較各國我們是保守，沒有整體思考的。 3. 供需必須要平衡，市場上有兩種兒童節目，有一種是哥哥姊姊，另一種是公視、客家台會做的真的有教育意義的節目，像是談論科學，電視台看重的是哥哥姊姊周邊商品跟產值，動畫放寬比例供給上會不會不及，動畫製作時間是非常長的，為了滿足需求量最後造成品質下降，也不是辦法的目的，供需需要找到的合適比例，不然會成為拉低品質開始。
冉色斯動畫姚O超執行長	動畫節目上，以兒童來說韓國製播比例比較高，台灣是 5-7 點需要播 25%，涉及到節目類型問題，可以保障兒童節目是小朋友的，但 8 萬元預算產出一集，動畫預算比較高，保障我國動畫一定比例，不要都播日本的，在類型上會比較寬廣，一直都播低預算兒童節目或國外動

	畫，這要怎麼跟國外競爭，更何況要把內容外銷，我相信只要有時段就會有我們能夠生存的空間，希望在節目時段跟比例製播動畫類型多一點。希望電視台業者能將出資「兒童動畫節目」納入考量。境內衛星頻道之兒童電影節目時段希望能調整成 17:00-20:00 (兒童現在下課通常較晚，希望能延長時間)

- 若需要改進與修正，有無任何建議？

鼎立娛樂公司 焦 O 屏監製	1. （動畫電影）將來我們要如何對待這樣的作品，這樣作品辛苦，也要新開發，做要很大的勇氣，誰敢沒事投資 6000、7000 萬人民幣，他從頭到尾只拿到一點文化部電影的補助，剛剛也有說那個一億作品只拿到 2000 萬怎麼辦？他也真的只拿到 2000 萬還是 3000 萬台幣，那時候看他做實在太辛苦了，所以我們應該想辦法幫他做一些行銷工作，光講台灣我就覺得沒市場，到底往哪裡走？電視台？公視要出 1000 塊美金？像這樣東西，國家你的獎勵方法？像他成績非常好，入圍坎城影展，層次已經蠻飛躍，但不知道大家將來要怎麼面對這樣重要作品要怎麼解決。 2. 到現在為止，最嚴重就是沒有全盤考量，對每一種東西細分程度不夠、類型分得不夠，細緻的全盤考量也不夠，很多政策實施下去檢驗，除了做些數字自娛自樂，針對某些東西我個人覺得假數字，沒有實質上的意義，像動畫界跟公視，大家的困境很清楚，不適數字可囊括的，一定要及早配套去想像。
華創製作公司 王 O 娟副總	1. 每年都在變，以市場需求來說，大塊分就是戲劇跟節目，戲劇分國、臺語，國語市場比較大因為有外部市場，綜藝節目產值比較大，舉例像綜藝玩很大，現在串流影視時代內容為王，好內容可以打破傳統跟新媒體界線，以綜藝玩很大播出策略，我首播在中視，二播在都會台，三播上 YouTube，三個不同載體都可以創造一些收入，源

	頭是內容製入還有各平臺冠名、廣告，這節目也衍伸附加價值，我賣商品，包含節目 t-shirt、後背包及其他周邊商品，對於節目必須多角化經營不得不去產出的附加價值，以綜藝節目來說，只要本身是好的項目，有一些商業 sense、市場概念，是有能量可以擴張它的附加價值。行腳類節目就比較少，頂多就是廣告跟冠名及賣到其他或境外頻道，就產值來說有這些順序可以提供參考。 2. 從各國辦法歸納出，不外乎比例、時段、類型、補助、稅務減免，這些事情顯然不單單只是 NCC 管理辦法可以解決的，應該要配套文化部獎勵機制，或是跨部會其他的一些辦法。回到核心，政府的影視策略是什麼?政策是什麼？要一以貫之有明確方向與目標，我們才能針對這幾個面向去做配套。
冉色斯動畫 姚 O 超執行長	如果有哥哥姐姐的兒童節目跟動畫要看供需，事實上我們到國外參加坎城的時候，國外兒童節目 3 歲分一個年齡段，還有學前跟青少年，應該可以去調查一下，調查兒童所收視的節目是哪一個類型？假設動畫占了 75%我們就往這個方向去努力，像白博士講的真的很少人去談。

三、《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案

- 您認為《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助(晚間七時至十一時)之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？

青睞影視 葉 O 倫導演	冠名部分，拉長時段是好。
華創製作公司 王 O 娟副總	放寬到 7-11 點，對堅持百分之百自製的三立來說是期望，雖然在廣告主的立場希望可以自由選擇，但還是要有保護本國自製業者的辦法，白天其實也是非常多收視人口的時段。

世新大學廣播電視電影學系蔡 O 中教授	本國冠名是個限制，但出錢的是廣告主，對於本國自製是好處，但對於廣告主好像有點不太公平。
冉色斯動畫姚 O 超執行長	置入動畫的話，變形金剛動畫是日本開發、台灣投資，後來 IP 被孩之寶買走，沒有置入贊助對動畫來說，像日本動畫有玩具公司做後盾，自製節目沒有這方面的置入會少很多資金跟商業合作行為，外面大部分都是，像神奇寶貝、機動戰士都是遊戲 Base，動畫沒有贊助會少很多商業機會，對產業是損失。

四、提撥共同基金

- 您認為以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？

鼎立娛樂公司焦 O 屏監製	1. 我覺得他們對於人才培育，質的部分應該有些關係，可能在質上有部分要考量人才培育，將來基金要投入很多應該要鼓勵新型有質感的節目節目，有些獎勵評估不完全靠金鐘獎，基金本身要有評估機制，對於有開創性製作與人才培育提供鼓勵，人才已經產生斷層狀態，扶植人才培育也要給予鼓勵。 2. 配套我建議成立值得信任的委員會，我們國家出現的問題是很喜歡產、官、學用平均數，大家都很安心，但一平均以後很難找到強力要執行的方向，這很重要，評價部分我覺得民粹很恐怖的，用收視率就可以決定結果，質的這個部分我覺得是要更高一層的。 3. 市場艱難國家補助有沒有幫助，我們電影補助只有 30%。
青睞影視葉 O 倫導演	贊成提撥基金，但公司財報都沒有賺錢。
華創製作公司王 O 娟副總	我覺得是雪上加霜的想法。

公視製作部 黃O堅先生	基金一定要成立。
世新大學廣播電視電影學系 蔡O中教授	以前有廣電基金因為政治因素但被砍掉了，基金是要到底是營業額還是盈餘，要定義的很清楚，不然是干擾企業營運。我認為如果是產業榮景是可以，以前老三台是個榮景，單月發單薪、雙月發雙薪那個年代，景氣好的時候我是贊成。

五、如何促進本國自製節目行銷海外？

鼎立娛樂公司 焦O屏監製	1. 影視，影不管，視在電視台來說最大市場來說就是中國，現在政治因素三立就比較辛苦，面對的障礙越來越多，很多是政治層面的事。技術上，影跟視海外行銷方法跟市場並不太一樣，影最早只有歐洲跟日本的有線電視，市場發行幾乎是零或是非常微小，歐洲一年容納外國片的比例是多少?很少。外國片中華語片有多少?還要跟中國、香港爭華語片，很多國家一年可以行銷一部華語片，那像這些歐洲過去市場性大概就是這麼微小，台灣電影能又有能夠能夠凌駕於這樣限制?就文化鴻溝與市場性幾乎沒有，以前電影著重於有線電視就在日本、一點點韓國。大部分在歐洲要藝術電影，名聲大的像楊德昌，日本小部分要偶像青春電影。 2. 電視我覺得最好的行銷方法就是跟各國開發合製機制，中間就有一些提撥配套，常發錢給人製作但很少想到行銷，行銷分成兩部分一是合製可能性怎麼推動，還有做好以後中間的聲名怎麼去推動。 3. 我這樣經歷以來，中國電影機構公司自己做配套行銷的人才，買賣節目這些是要有專業的人或機構，這些是雙向的，買的時候順便賣出去是最方便的方法，相對的買賣機構人才配套是非常重要。 4. 每次到電影節擺個攤沒有用，只是放個海報大家經過轉進來看看，市場有販賣機制的狀態，必須長期培養機構去販賣跟行銷，了解每

	個市場的特性以及必須要累積人脈跟可以購買的公司，像電視節目最近大家開始個別擊破，到 HBO、Netflix 針對特定的人跟公司，但管道存在不要被中間人把持，管道既然存在應該要花力氣把需要的資源，像 Netflix 新談出來的市場，不適用傳統的概念，匯流平臺買個產品就變成最大的行銷機制，發現「後來的我們」也不賣傳統市場，直接賣 Netflix，他賣到全世界華人市場，分散在各地很多集中在東南亞，他不要傳統市場。 5. 剛剛講的這種全盤思考，常碰到一個問題，一個政策制定後就行之多年，市場變得多快，像 Netflix、HBO 新跑出來，政府馬上要有因應的措施，政府時效性掌握很重要，政策要跟得上情勢，情勢後才在跟就來不及了，你就幫不到業者，業者都咬著牙自己拚。綜合來說，政策配套要不斷更新，要理解市場現在真正狀況。 6. 政治也是非常大的障礙，中國進不去太可惜了，沒有理由捨棄這個市場。現在去中國探班，每個環節都看到台灣人，以前都是一個團隊去，現在都是單個進去的。
青睞影視 葉 O 倫導演	1. 跟 Netflix 合作很複雜，弄了兩年就好，以前賣到 10 幾個國家版權就要開香檳，現在 Netflix 一上就 190 個國家，他算合製夥伴，它的好處在於一口氣出去，我的作品被用阿拉伯文介紹我都傻了，後續效應會慢慢滾出來，現在大稻埕主場景有 2000 人參觀，隔壁中藥行老闆都問我怎麼辦，產值會拉起來，規模夠大把市場都拉好，兩年以前談好時，用戶才 9,000 萬用戶現在已經 1 億四千萬用戶。 2. 半導體當時就是把國外最厲害都請來，Netflix 也是一樣，痛苦在於，我做到了!我終於出去了!我也拍了、on 了，然後呢?就只能我自己繼續跟他接觸嗎?老實說跟他繼續做案子他也不一定要，這兩年來我上面已經換三個，我都不知道我要跟誰講什麼事情，總部在

	LA，PR 部門在新加坡，常常寄信去都等很久沒有下文，因為他管整個亞洲，要去孟買、釜山等等，NCC 跟文化部可以做一件事是，能請政府出面請 Netflix 在台灣設分公司，這會是最好的方法，設分公司資金等等想法都要進來，韓國今年在首爾設了、日本在去年設辦公室了，這兩年日、韓劇就一直往上，表示他要進來了把你當作一個大的市場，他最後一定要進中國，雖然他現在進不去，因為大部分都要 15 歲以上才能看，台灣一定是他們最好的(選擇)，我們就當跳板也沒關係，跳板中我們也可以有很多。 3. 行銷海外，設分公司就公視、三立大家都來跟他合製，他出一點加上文化部的錢，一出去就是 190 國，雖然不是所有都上 190 國，他可以看片的狀況鎖地區，像「你的孩子不是你的孩子」就只有台灣跟日本，但我們都不用做什麼就行銷海外了，已經弄好了，不只 Netflix 還有 Amazon Prime、Hulu 等，他們都一定要進華語的市場。現在 Netflix 是在新加坡，第一個是語言便利，因為亞洲去哪都快，新加坡政府也一定有合作，不然他為什麼要去，我們現在都單打獨鬥，弄完也不知道下一個是什麼，是不確定的，雖然 HBO Asia 他們都來跟我接洽，我不是文化部，我不過就是 10 人公司，也沒辦法做多少事情，如果有分公司進程一定更快，像我那個案子兩年，文化部早就換人了，可能政策又改變了。 4. 回到文策院，我覺得是一個好的，他非全官方機構，夾在中間，可以起到像金馬執委會的作用，不會那麼硬梆梆，什麼都推不動，比較有彈性，也不會因為換政黨或部長什麼事都卡住。
華創製作公司 王 O 娟副總	1. 市場自由競爭標準來看，在人才、資金尚無法跟中劇、韓劇、日劇競爭，是非常大的落差，瑯琊榜一集 1,000 萬，很高興剛聽到公視，哪個商業電視台可以出這個錢?前瞻計畫 1,500 萬的效益是什麼?畢

	竟是納稅人的錢，真的是少數，推到國際市場能不能創造瑯琊榜的效益，事後是需要被檢視的，在人才、資金我們遠不及剛剛這些其他國家作品。 2. 下定決心發展影視內容，有沒有辦法把失去的人才找回來?當年做半導體產業去美國把人找回來，現在要找導演製作人編劇全部在中國，當他的製作規格到了那個水位，他完全下不來，我們拿什麼請他回來，資金不可能，市場規模如果只是滿足內需或 OTT 平臺需求，我實在是無法大膽投資，行銷海外還是可以做，如果中劇、韓劇免費進來，不是商品買賣他是文化輸出，台灣願意支持我們做這樣的事？我可以免費，你補助給我，至少把我推出去，活不活得下來是我產品競爭力的問題。 3. 現在海外行銷做法是是電視節補助兩個名額在展場，這個方法已經行之有年了，在現在競爭環境下，原來的方法只會得到更差的結果，我們應該要有新的方法，必須突破，各國對於影視內容一定有輸出辦法可以給文化部參考，不只是送你去電視節、幫你翻成其他語言就這樣。 4. 核心問題還是產品競爭力，競爭力包含題材、內容精緻度，現在的題材是華人市場收視取向嗎?我們看韓劇播完，不論「來自星星的你」還是「太陽的後裔」，作品本身很棒，播完留下很多的明星、咖啡廳、美妝，帶來長尾效應，是有很多附加價值，台灣作品播完就播完，如果拍完沒有什麼都沒有帶動，產值還是出不來。 5. 他們整體的策略是接力賽，一棒接一棒，我們都是單打獨鬥，這回合打贏了就很開心，台灣有很棒的作品，是靠自己，打不贏好像理所當然，因為就是沒資源、沒人，看不到政府的角色，或政府有角色顯然沒有清楚的戰略提供給業者，我們都希望行銷海外，要提高

	產品競爭力，要有行銷海外配套措施，還要有足夠的人才，需要政府很多的辦法跟政策工具帶領我前進。 6. 要珍惜留下來的，過去中國都是成績很好的，早期幫我們拍偶像劇的編劇、導演現在都在中國，在台灣看到陸劇做得很好導演都是台灣人。 7. 我們自己的內容放在各平臺上 my video、LiTV 等，所有的收益都在 YouTube 上，YouTube 佔 80%就如同他的廣告市佔率，收益是點擊分潤，不管跟 YouTuber 或內容產製者都是分 50%，你無法挑戰他後台運算機制，因為在全世界都是這樣，就是他分你多少算多少，增加幅度無法達到傳統衰退速度，但又能不去布局因為是未來趨勢。YouTube 提供給我的參考，電視臺內容都會在 YouTube，少康戰情收視都不低，海外有不同單價，北美跟澳洲又更高。 8. 像我的內容也賣給愛奇藝，愛奇藝可以談我要比 YouTube 上架快就是可以並存，OTT 介意的話就要取捨要賺版權費還是點擊分潤，差別是自己去判斷的。
公視製作部 黃 O 堅先生	1. 台灣沒有大河劇，希望做出一個跟日本合製的起點，也期待結果。 2. 人才真的要找回來，連廠商也不在台灣，都是在中國，有點本末倒置，但是又很憂心，有團隊可以建立起來，要有戰略目標整合。 3. 各台之間的合作，出去都為行銷跟合製，把預算分下來，最後做完都曇花一現，下一部在哪裡？導演都等兩年、三年，青春都被磨掉了。
世新大學廣播電視電影學系 蔡念中教授	節目內容好行銷就容易，怎麼做到好牽涉到費用及優質人才。

六、其他

鼎立娛樂公司 焦 O 屏監製	1. 有錢有勢都是美國，但大家都講 BBC，英國文創作法有太多可以參考的地方，他的人才怎麼培育？美國是行銷厲害，但質不如英國。 2. 在我來看，我們北藝大近十年用了非常多技術性的人才，也給他教授的職位，學院派來說學生就變成全部去弄技術，變成非常小，不是眼界、不是創作變成是技術，這可能是不同層次的事。
青睞影視 葉 O 倫導演	1. 雙城我要去舊金山拍一個月，三、四十個人工作簽卡了三、四個月，請文化部出文給外交部，外交部還來電問我要找外交部的誰，文化部使不上力，後來是台北市電影委員會接舊金山委員會，最後是舊金山委員會幫我處理，所以他沒有戰略高度，會覺得沒有前例，不知道要怎麼開始，就什麼都沒有。 2. 台灣 OTT 跟頻道就是各自立山頭，每個都一點點，所有業界一定覺得我為什麼要跟你，國家可以整合，創造更大利益，my video 自己做自己，很多都是瓜分自己本來的收視戶，很多 OTT 都自己一點點，整合沒有辦法靠業界自己。
世新大學廣播電視電影學系 蔡 O 中教授	台灣也很多科技大學也有聘請業界人士，科技大學成立的影視科怎麼有辦法傳承英國 BBC 那種教育的傳統，不可能。

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第五場學者及公民團體焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 11 月 6 日（二） 下午 02 時 00 分至 03 時 30 分

二、會議地點：台經院 T401 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員：張 O 婷監製（TVBS 戲劇製作部）；楊 O 哲副總經理（太極影音科技股份有限公司）；胡 O 忻經理（民視節目製作部）；黃 O 傑副總（兔將創意影業）；郭 O 冲總監（東森創作自製節目中心）；陳 O 卿副總（砌禾數位動畫）；王怡惠博士、白卿芬博士、曾筱媛助理研究員、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　白卿芬博士

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
09:40 – 10:00	報到
10:00 – 10:20	引言報告：針對《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》、《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》（下稱兩辦法）以及《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案之說明
10:20 – 12:00	一、兩辦法實施後影響層面探討 ● 就您觀察，兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？ ● 您認為兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？ ● 就您觀察，實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化? 二、兩辦法規管內容探討 ● 您認為現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否合理？是否有應修正之處？

	● 承上，對於節目類型定義是否合宜? 有無需要修正之處? ● 接上，對於主要及指定時段、合格比率、查核基準期間是否合宜? 有無需要修正之處? ● 若需要改進與修正，有無任何建議? 三、《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案 ● 您認為《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助（晚間七時至十一時）之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？ 四、提撥共同基金 ● 您認為以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？ 五、如何促進本國自製節目行銷海外？

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

一、兩辦法實施後影響層面探討

● 就您觀察，兩辦法施行至今，對本國製節目、本國製新播節目之數量增減、質量變化是否產生影響？影響為何？

TVBS 戲劇製作部　張 O 婷監製	兩辦法從 106 年開始實施，其實對 TVBS 影響不大，因為 TVBS 一直都是在晚間 7-11 點播自製節目，所以基本上沒什麼影響。可能其他業者購片的意願會比較高，但是就會不注重品質，先衝量而已。
太極影音科技股份有限公司楊 O 哲副總經理	台灣電視媒體市場越來越小，大家體質虛弱的情況下還做比較多的限制，我覺得對整個產業發展反而不是很有利。因為現在我們限制無線和衛星電視，但 OTT 一直在起來，他的消費模式完全不一樣，沒有所謂時段的概念，這邊完全管不起來。我覺得要向前看，未來民眾收視習慣已經和現在完全不同，現在國內為什麼對自製節目有心無力？因為就

	算勉強達標，在預算有限的狀況下，品質也做不好。我們可以比較，他可以去 BBC 買便宜但優質的兒童節目，他一集製作費高我們多少？只是因為他全球賣，所以台灣的購買成本很低，如果同樣的成本給業者，他們根本做不出來。
東森創作自製節目中心　郭 O 冲總監	實際上兩辦法通過後自製經費也沒有比較多，自製時數也沒有增加，就算增加時數也是為了增加自己版權的永久擁有，而不是為了符合兩辦法。

- 您認為兩辦法施行至今，對本國影視製作人力投入影視製播市場、收入等是否產生影響？影響為何？

民視節目製作部　胡 O 忻經理	民視自製比例也是一直很高，但事實上市場真的很糟，希望不要這麼多限制，雖然我們做得到，但也做得很辛苦且還是賠錢。事實上製作單位提案來，裡面就有包含利潤，所以如果有案子製作單位是穩賺的，但對電視台來講反而不是，節目播出很可能反而是虧損的，因為還要看收視率、收視人口階層，業務才有辦法去招攬廣告、看市場接受度如何，如果不適合節目就需要一直修改，每一集這樣修改下來，只要播出就是虧損。
兔將創意影業黃 O 傑副總	保護政策在台灣有沒有可能？但現在各家電視台都很辛苦，經營都有問題，如果再去綁定他們比如一天一個小時只能播國內自製動畫，電視台可能幾乎生存不下去。所以這件事往上去看，電視台肯定會講國內動畫自製業者做出來的東西放不上檯面，這是雞生蛋蛋生雞的問題，因為你沒有機會，所以沒有業者願意投入更多。從這兩年公視的幾個案子看，由政府去出資、出力培植比較大的案子，從《一把青》、《天橋上的魔術師》、到前不久的《傀儡花》，都是蠻大的製作案，讓內容自製業者、電視台、投資者看到這種大型劇，就會覺得是有機會的，自然就會投入了。

東森創作自製節目中心郭O冲總監	1. 反對兩辦法，因為各台排播都有自己的政策，政府其實應該是輔助電視台。電視台現在收入越來越差，都被網路和其他戶外媒體刮分了，當我們收入越來越低，政府的管束反而越來越多，我們反而越來越沒辦法生存下去。 2. 其實任何電視台在排播、製播任何節目都有他本身的考量，政府列的這些規矩，所謂上有政策下有對策，像三年前無線台規定更嚴，但中視一直到現在從來也沒在自製。在兩辦法出現前，中視就已經有策略和中天合製八點檔大概合製了3、4套劇，兩辦法出現後反而停了，為什麼？因為虧損，因為單機作業的話大概要100萬-120萬一集，一套劇60集下來至少虧損3000萬，有哪個電視台撐得下去？在商言商，我們不是公視、大愛，我們有1000多個員工和家庭要養活，沒人會做這種慈善事業，電視台就是要營利，但在營利的同時我們有自己的道德良心標準，我們自己會評斷有多少收入，要拿出多少錢來製作或採購，沒有一定比例的。

- 就您觀察，實施該兩辦法後對於本國文化話語權，以及本國製影視產品播送通路是否產生影響與變化？

兔將創意影業黃O傑副總	這兩辦法有沒有創造更多的台灣內容，其實對我們公司影響不大，因為我們九成以上都接大陸的案子。比較想知道這兩辦法目的是什麼？我相信初衷是想扶植國內自製，但這件事理論上就不應該去訂管理辦法，他是一個很大層面的問題，像中國甚至有一個月限定完全只能播內地自製電影，這是一個很強烈保護自己文化的作法。假設我們的目的是要保護，就應該從管理辦法來跳脫更遠。
東森創作自製節目中心郭O冲總監	認為政府更應該限制境外頻道在某些時段一定要播本國節目，因為要賺台灣人的錢，你就應該有一些付出，或者他廣告營收應提供一定百分

	比做為發展本國影視的基金，由文化部或第三方管理，這樣才是對的，而不是一直管制國內業者，卻對境外業者很歡迎還有優惠政策。
砌禾數位動畫 陳 O 卿副總	現在電視台不好經營，反而新媒體有很好的資源，若一直限制電視台，他們競爭力會更弱。我們目前有在幫對岸代工一些較高品質的電視劇，他們因為流行日系風格，現在通常會找日本方，所以品質會有一定的程度，他們透過合作可以學習很多東西，比如說愛奇藝的東西，他們把他發展成 IP，對於他們本身的營收有一定的提升，因為他們有一定的品質，所以小孩會願意看，他們再把 IP 賣給 Netflix，所以在這樣的操作下是賺錢的。所以我們是否可以換個方式，把品質控制好，讓這些東西在電視台播放是有機會可以賺到錢的。

二、兩辦法規管內容探討

- 您認為現行兩辦法對於本國製節目及新播節目認定標準是否合理？是否有應修正之處？

太極影音科技股份有限公司 楊 O 哲副總經理	新播的規定政府可能以為可以增加製播量，但放寬新播定義反而一部戲可以讓很多台播、回收較多的資金，現在應該先重視實際執行面，看怎麼樣能讓大家活下來為主。
民視節目製作部　胡 O 忻經理	關於新播定義，我們版權部門有反應，在銷售新播節目時會因為同樣是在無線台或有線台播出不算新播，他們就不會買，這對於收入來源是一個阻礙。
東森創作自製節目中心　郭 O 冲總監	建議新播定義不要用無線、有線、OTT 分，而是改成每個頻道第一次播都算新播。

- 承上，對於節目類型定義是否合宜？有無需要修正之處？

民視節目製作部　胡O忻經理	目前文化部對於綜藝節目之認定標準，乃歷經各界多年的爭議與討論後方才施行，已受學者專家與業界認同，似不宜率爾更動。行腳類、美食類、及談話類型節目之表現形式與內容，與綜藝節目應具備之元素難有類似，實無彈性從寬認定之必要與理由。金鐘獎每年皆為行腳類、美食類、及談話類型節目制訂合宜之申請獎項，已著眼此類節目之需求。民視亦製播許多該類節目多年，並無製作單位提出任何異議。

- 接上，對於主要及指定時段、合格比率、查核基準期間是否合宜? 有無需要修正之處？

TVBS戲劇製作部　張O婷監製	因為TVBS在晚間7-11點一直都是自製節目，所以認為目前的比例還算是合理。
民視節目製作部　胡O忻經理	民視自製率是一直都能符合，所以現狀來說比例覺得還好，但也希望改為一年一個基期計算。
東森創作自製節目中心　郭O冲總監	1. 民視或三立台灣台的確長期在晚上8-10點都播本土劇，但台語劇收視率已經掉到現在大概兩台加起來剩10吧，其他電視台就算要投入這塊，能夠分的餅也越來越小。現在如果我投入了那麼大量成本去自製還不去擺在8點是瘋了嗎，因為現在被規定擺在8點才有自製率。但以排播策略來說，我如果自製本土劇排在晚上6-8點和大家錯開，才能去找到其他的人來看，兩辦法規定後鎖定時段，現在投入進去和他們競爭，但那個餅不會做大，大家一起廝殺大家一起死嘛，本來兩家分現在五家分，所以這規定根本死腦筋，本意是好的，

	但手段是錯的。《稍息立正我愛你》前幾個月在騰訊播出，點擊 1.6 億，和《三生三世十里桃花》400 多億怎麼比？隨便一部泰劇也是十幾億，台劇已經不行了還限制這麼多，我們怎麼能有更多收入去投入製作？應該是讓我們自由一點，集中砲火把某一個做到頂級才能走出去。我們總裁後來自製一集願意投資到 3、4 百萬，就是希望把台灣的作品弄出去，可是如果我們做了，還是擺星期六 10 點，那還是不算在自製比例內，那不是浪費嗎？我做了這麼多，NCC 或文化部要來質疑我說晚上 8-10 點不符合規定，這樣公平嗎？這個真的要三思一下。 2. 建議完全取消現在的自製、新播比例，並改用整個頻道一整年有多少自製和新播比例計算。其實就是市場機制，為什麼要規定得這麼嚴格？建議有個大方向就好，不要再去限定細節，像是什麼時段要播什麼。TVBS 和東森排播策略一定不同，因為一個新聞頻道一個綜合頻道，業務部會依不同時段的 TA 去招攬廣告，所以我們自己就會依時段去安排最適合的內容，像東森和 TVBS 一樣有做偶像劇，但因收視習慣問題，所以只能擺週六或週日晚上 10 點，但這樣就不計入自製比了，我們投入了這麼多精力和金錢，卻為了符合法規去擺晚上 8 點，那是婆婆媽媽在看的時間，擺了也是死，多可惜，明明只有排在 10 點才有最大的效能。在法規施行前，大家本來就一直有在自製，但現在規定下來反而影響過去大家最大收益的策略，根本多此一舉。還有過完年的 2、3、4 月是大淡季，播新播節目，無論是自製還是採購的，本錢根本回不來，那能否這三個月都播重播，等到暑假廣告回流，我再來大量排播自製和新播？這才是比較活用的排播策略。

- 若需要改進與修正，有無任何建議？

太極影音科技股份有限公司楊O哲副總經理	台灣業者要自製的話，最大的問題是要如何走出台灣市場？現在像韓國、日本，他們的製作預算都不是以國內市場來預估，他們在做的時候，就可以看出說想賣到多少國家？大陸在提案時，他會先找衛星電視台，因為他們是首輪，試水溫，他們可能願意投資，只要找到 60%的資金就可以動了，因為剩下 40%他可能就找網路業者。但台灣這裡的問題是找不到一個電視台業者可以有足夠資金支持，大家最後可能都想辦法要找政府補助，但政府補助也不多，現在台灣就是惡性循環，預算不多，品質就做得差，播出之後收視率也不好，就好像印證了台灣自製節目就是不行，但這是雞生蛋蛋生雞的問題。所以在台灣市場一直縮小的狀況下還給業者更多束縛，而且是不太公平的束縛，OTT 業者他能走出國際，一上架只要國外懂華文的人就有機會 reach 到，但國內電視台就是綁在台灣這邊。而且 OTT 現在也在做區隔化，有的主攻韓劇、有的主攻其他的，但現在兩辦法的規定其實是把大家搞成一樣，每個電視台這個時間大家就是一起看戲劇，第一，互相廝殺，第二，每一台的風格也出不來。所以我覺得要看未來整個的消費模式，和現在是不一樣的，市場要做出區隔。
兔將創意影業黃O傑副總	品質會取決於觀眾的收視，業者、投資者看到成功的案子後，才會去說服更多投資者加入，這是正向的循環。雖然保護本國的立意是好的，但為了限制而限制不好，所謂的自製能不能要求到品質？如果大家都自製低品質呢？是不是能有機制來要求不只量而已、還有品質？尤其現在的內容量不是重點，品質才是。像之前幫《三生三世十里桃花》電視劇版做的時候，他大陸點擊有 400 多億，這個數字是無法想像的，當你有強大的收視時，你根本不需要想太多事，只要專心把東西做好就行。應該由政府引導大家走上這條路，而不是侷限在哪個時段要怎麼樣怎麼樣。

砌禾數位動畫 陳 O 卿副總	之前和文化部開會時，也有動畫業者想說做 8 點檔，因為那時小孩可能在吃飯可以看電視，因為現在資訊太發達了，如果你放一些大家不想看的東西，其實是逼大家不要再去收看電視。所以像我之前提到的，在資金和品質方面怎麼去和國外合作，把品質控制在一定程度上，或許會是一個解決方式，把流失的觀眾找回來。

三、《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案

- 您認為《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》修正草案延長非本國節目不得接受冠名贊助(晚間七時至十一時)之規定，是否可達到扶植本國自製節目之目的？

TVBS 戲劇製作部　張 O 婷監製	認為不應該限制冠名，因為電視台經營，廣告收入真的很少，因為他還要看收視率，那現在還要限制我的收入來源？覺得不要限制比較好。
太極影音科技股份有限公司 楊 O 哲副總經理	如果今天台灣影視產業蓬勃發展，競爭激烈，冠名很多，那政府出來調節市場秩序是 OK，但事實上今天台灣冠名還在和大陸學習中，冠名比例還很低，政策的實施真的要看產業的體質狀況，現在的體質是不是適合做過多管制？還是說求生已經不容易了，還斷掉他維生的財源？
民視節目製作部　胡 O 忻經理	我們願意投資，但市場這麼小，我們資金有限，廣告收入只佔收入的不到 50%，其他資金我們只能靠版權銷售、置入、冠名，但現在置入、冠名又非常嚴格，有時候一罰就 80 萬-100 萬，連本錢都賠進去了，所以政府真的有要鼓勵我們嗎？好不容易開放置入、冠名，但這種認定又是很自由心證的，沒有一個很明確的規範說到底要怎麼做，完全是自由心證的審查，我們做越多反而賠越多。
兔將創意影業 黃 O 傑副總	為什麼要限制不得冠名？現在網路劇冠名多嚴重，觀眾還不是照看，所以觀眾反應不喜歡冠名應該不會真正影響到收視狀況。

東森創作自製節目中心　郭O冲總監	無法達到扶植目的，電視台的收入就是廣告、專案等，任何收入都可能變成員工薪水、採購機器或投入製作，為什麼要去限制在某些時段我播什麼而不能有收入？播國外節目的冠名費收入一樣會投入製作、發薪，誰說我播國外節目的冠名費、廣告費就不會拿來投入自製？為什麼要多限制一個我的收入來源？我們已經夠辛苦了，現在版權根本賣不出去，還要限制我們增加收入的機會，太不合理。如果觀眾覺得冠名會干擾，那應該是限制冠名的大小，或者國內外節目都不可以冠名，而不是只有國外節目受限。

四、提撥共同基金

- 您認為以提撥共同基金的方式，是否可以達到保護本國文化、促進影視內容發展以及提升節目品質之目的？可能之具體做法為何？

TVBS戲劇製作部　張O婷監製	現在拍一部劇，老闆第一個問題一定問怎麼回收，而不是有沒有合法令。但是在製作的時候，比如說我看劇本有一場爆破的戲，我會想要花多少錢？如果無法實際爆破的話，那做動畫要花多少錢？萬一預算承受不了，就是只好改劇本，就是品質下降。每年一部戲的預算就這麼多，回收管道第一個想到的當然是政府補助。
兔將創意影業黃O傑副總	目前得獎大概不會有補助，但票房好應該有，像我們做《紅衣小女孩》系列，那時候沒有得金馬獎，但最後票房好的時候可能就有回饋，所以重要的還是收入，獎項可能還好。如果沒有一定的資源和資金，沒有好的品質，如何打向國際？
東森創作自製節目中心　郭O冲總監	我們是希望能投資更多，但希望政府也能夠支持，現在文化部很多輔導金都是因為評審個人和某些單位有交情，或者一些議題現在社會氛圍比較適合去支持的，但這些東西對台灣走出去是一點幫助都沒有，政府除了扶植有議題性的，也應該要扶植通俗文化、商業性的片，所以能不能有另外一筆費用，但不是由已經要活不下去的我們提供年收入多少，

	而是由境外媒體提撥、或者是政府能不能和一些企業收，他們要節稅，能不能用來捐助影視產業？企業捐給自己的基金會和捐給影視這不是一樣嗎？

五、如何促進本國自製節目行銷海外？

太極影音科技股份有限公司楊 O 哲副總經理	韓國有幾個影視的航空母艦，像是 CJ，日本也有，香港比我們還小也有 TVB 這種很強的，但台灣反而沒有這種所謂的超級航空母艦可以去支持一些自製節目，協助帶動把內容往國外拓展，現在台灣的狀況是電視業者大家都小小的，在台灣裡面勉強可以活得下去，但說要拓展國外市場，也很難賣出去，一個節目要往外賣，沒有錢、沒有預算很難做好節目，大家買片也都是要先看卡司、編劇、導演，如果沒辦法先用預售的方式籌資，只能用少少的錢去拍，成效當然不會太好，就更難去賣得好。現階段的政策應該先鬆綁，讓業者有比較多空間去和國外打架，而不是現在這樣打不贏還把手腳綁起來。
民視節目製作部　胡 O 忻經理	想要賣出海外，第一步還是品質，品質是源頭的問題。建議政府像國外一樣多一些獎勵，像電影不是超過一個億補助 2 千萬？意思是一樣的。
兔將創意影業黃 O 傑副總	政府應該要創造誘因，鼓勵大家往外走，把市場做大，打開海外市場。現在的很多補助，他偏向的是創作的部分，可是反而由政府單位帶頭去投資比較大型的東西、去號召業者，甚至像剛剛東森創作郭總監提到的，我賣出東西可以得到反饋，這其實是最實在的。記得三年前去爭取大陸的電影特效，韓國廠商的報價就是比我們便宜兩、三成，為什麼？原來他們拿訂單，完成合約，可以和政府請 20%的錢，也就是他可以打八折來搶案子。所以這部分後來影視局有針對國外特效的部分來補助，雖然這兩年因為政治變動，補助有些調整，但至少在當時他們有這樣一個很務實的做法，你幫國家賺了多少外匯進來，我補助你多少錢這樣，

	也不會被選民質疑是圖利某些廠商，因為是拿著訂單、有明確數字的。
東森創作自製節目中心　郭O冲總監	1. 像東森的偶像劇，現在基本無法賣海外，如果他可以賣到馬來西亞、新加坡，看那個播映平臺的受眾範圍多少，政府給一定的鼓勵金，雖然是事後給，但我們看到賣出去後還可以有一部份的補貼，我在下一部就可以投入更多，讓他賣出去的範圍更廣。以前韓國是買斷然後免費送給各個國家播來佔市場，台灣政府我知道做不到，但能不能反過來我們自己去賣，賣到哪個平臺、有個播出證明、受眾是多少，然後政府來補貼多少，因為有了這個，我就會特別用力去賣，賣給日本能有多少補貼、賣給韓國有多少補貼、賣給 Netflix 能有多少補貼等等，只有這個方法才算是另外一種鼓勵業者多投入本國製作、多去銷售台灣的東西到各國際平臺上，現在的補貼只有什麼翻譯費補助一集之類的，還不是每一部劇都有。 2. 公視《你的孩子不是你的孩子》一集 60 分鐘大概 300 萬-400 萬，他賣 Netflix 也是不到 3 萬美金，公視不營利，他有政府、企業支持，他可以這樣搞，那我們呢？我們任何一個劇賣 Netflix，包含民視《雙城故事》，講是講合製，其實也是以投代工，他也就是只出 25%，也就是 3 萬美金一集，那是還有文化部的補助所以還算撐得過去，那我們一般做的沒有，怎麼辦？今年年初蠻夯的《高塔公主》，廣告收入非常好，包含台視播出的版權和收視獎金也很好，也賣了各個 OTT，但最後結案報告還是虧了 8 萬多。當時我們製作一集 200 多萬，播完之後賣 Netflix 他價錢就很普通，因為不是同步，如果今天比如 Netflix 我賣 3 萬美金，政府又補貼 5000 美金，我賣馬來西亞 2000 美金，政府又補貼 300 美金，我各個地方都有多一些，對老闆來說，我做一套劇的確可以回收，那我下一次就可以投入更

	多。品質越好，賣價才能越高。這樣才能走出去。建議政府增加補助。

附件六　民眾焦點座談會議紀錄

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第一場一般民眾焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 8 月 14 日（二） 下午 2 時 00 分至 4 時 00 分

二、會議地點：台經院 T401 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員：施 O 云、林 O 玄、吳 O 緯、楊 O 煌、鄭 O 文、楊 O 岳；白卿芬博士、王怡惠博士、陳奕璇助理研究員、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　白卿芬博士

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
13:30 – 14:00	報到
14:00 – 14:10	引言報告：針對《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》、《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》之說明。
14:10 – 16:00	議題討論 1. 民眾對政府鼓勵本國節目自製，以振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化（該兩辦法之立法目的）的支持程度。 2. 民眾對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。 3. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。 4. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。

	5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，民眾對新冠名贊助時段與相關辦法的支持程度。 6. 是否有其他相關建議。

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

1. 民眾對政府鼓勵本國節目自製，以振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化（該兩辦法之立法目的）的支持程度。

楊 O 煌	沒有特別支持兩辦法，認為和民眾的生活較沒相關性，但聽過主持人介紹完兩辦法後，對政策意涵是支持的，會修法應該是有前人的看法發現有不適當之處才修法。
吳 O 緯	支持，既然說修法可以達到這些目的，那就支持。
鄭 O 文	支持，因為可以協助在地內容產業發展，但會懷疑效果有多大，因為現在很多年輕人都在網路上看內容，若只限制衛星電視和廣播電視的話，覺得效果不會很大。
施 O 云	以法規背後的意涵來說是支持的，算是政府努力想提升本國影視產業發展，但也是對法規的效果有懷疑，因為現在年輕人也沒有多少會看電視節目，比較多都是直接網路收看。
楊 O 岳	算支持，因為像現在很多中國或韓國節目進來台灣播放，這個法規至少可以讓台灣電視保持自己節目播放的一定比例，可以保障這些產業僱用一定人口，才不會因為各國節目置入而導致失業。
林 O 玄	沒有特別支持也沒有非常不支持，一半一半，因為立法意旨說要維護多元文化、甚至人性尊嚴這些，覺得講得太誇張了，但看新聞有提到目前本土電視劇品質不佳的原因主要是資金短缺或人才外流的問題，若只用

	法規去硬性規定本國製節目播放比例，覺得實務上並不會按照法律意旨去走，其立法意旨是可以支持，但對實際效果持保留態度。

2. 民眾對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。

楊 O 煌	原本對於兩辦法沒有聽過也不了解。
吳 O 緯	原本沒有聽過。
鄭 O 文	原本對於兩辦法沒有聽過也不了解。
施 O 云	原本對於兩辦法沒有聽過也不了解。
楊 O 岳	原本沒有聽過。
林 O 玄	原本前幾天有聽過，但是不了解。

3. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。

楊 O 煌	1.對品質變化沒什麼感覺，因為現在幾乎不看電視，多是透過網路和手機看國外電影，還有《紙牌屋》、《黑鏡》、《真田丸》等美劇、日本大河劇等。 2.現在會選擇網路是使用習慣問題，手機有方便性、可攜帶性，隨時想看都可以，也可以暫停、倒轉、前進，傳統電視會浪費很多時間，大學時期發現自己不用守在電視前，上課時間就可以看《全民大悶鍋》之類的，使用習慣是最大的關鍵。
吳 O 緯	1.本身不太看電視，也很少透過網路收看影視節目，所以沒有特別變化。 2.會選擇網路是因為在網路上要找到想看的東西太快、太多方法了。
鄭 O 文	1.比較少看電視，MOD 多是看 199 專區裡面的電影，和看網路內容。MOD 使用時間約一、兩年，電影品質沒感覺到有改變，會收看主要是因為他有一些獨立電影或非主流電影。

	2.會選擇網路是因為不想被電視綁住，像《一把青》電視、網路都有，會寧願多等一天在網路上看，可以在我想要的時間看，也不用等廣告。
施 O 云	1.這兩三年都只收看 MOD 電視節目，像 BBC Lifestyle 或者美國 Lifetime 頻道之類休閒的節目，基本上沒看台灣的節目。電影類上網看網路盜版比較多，各國片都有，通常是一些老片，除了科幻片之外都會收看。 2.上大學後覺得網路很方便，網路上節目也比較多，可以看一些以前的美劇、電影，這些可能都不會在電視播出了，網路也不受時間、空間限制，不用等電視的時間，像有些好看的電影會因為電視已經播了 10 分鐘就讓人覺得不想看。
楊 O 岳	1.透過有線電視收看的內容以電影居多，這幾年國片產業比較蓬勃，電影台播放國片比例有較多，但相對 2 法規的要求標準仍算少，只有偶爾某些時段或幾部破億電影才會出現，其他大部分都是一些好萊塢或英雄片的主流電影。若想看歐洲片、非主流電影、或票房不好的電影也是要靠網路自己找，很難在有線電視欣賞到。從有線電視收視已有七、八年，電影台選片仍主要是走商業片，重播比例也較高，但小型電影、紀錄片等就很少會看到，如《太陽的孩子》之類的深度紀錄片。 2.大學時期外宿之後就不太看電視，主要是網路，網路不會受時間、空間限制，像晚餐這種時間很短暫的就會配一集《蠟筆小新》，也可以自己選擇主題或想看節目的哪部分，不像電視這個時段就是只有這一集，比如《康熙來了》就可以直接從 YouTube 上找想看的主題。
林 O 玄	1.很少看電視，較常看 YouTube，以本國節目來說較常看台綜或台劇，兩者品質差異蠻大，台綜內容感覺不出有認真製作，台劇從金鐘獎名單則可看出題材很多元，有歷史劇、偶像劇、時代劇、甚至偵探劇出現，戲劇品質有進步，個人認為約三、四年前，更早像是《痞子英雄》，大概已經十年，這些戲劇內容都是叫好叫座，綜藝部分就退步。

	2.網路不受時間、空間限制，也較符合個人收視習慣，因為並不在乎收看內容的完整性、或者電視播出什麼就要馬上看，比如說綜藝節目，只要一個片段就能夠滿足收視需求了。幾年前還會去百視達或漫畫店租光碟來看，因為要兼顧畫質的話就不會透過電視或者網路盜版收看。

4. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。

楊 O 煌	過去會看台綜是因為小六同儕之間有比較的壓力，你有看我也有看這樣，例如《娛樂百分百》，但後來不看是因為到了高中，同儕會覺得那些是小孩才看的東西，可能就會看《大學生了沒》這些和自己比較相關的。台劇像是《夜市人生》、《意難忘》之類，因為過去打工會演一些跑龍套，所以會看一下，後來覺得太冗長又都是老梗就不看了。目前透過網路多看工作相關或技能類的，像 Discovery 科學相關專題影片，主要還是受環境跟同儕影響。四大類型節目中只對以前的台綜滿意度比較高，如《全民大悶鍋》、《娛樂百分百》、《康熙來了》等。
吳 O 緯	小時候看電視大概十幾歲會看卡通，沒有同儕壓力去看什麼東西，但會看一些很芭樂的偶像劇，像《終極一班》，小時候覺得很酷長大就覺得有點莫名其妙，新的偶像劇就很少看，不太看現在的電視節目。
鄭 O 文	小時候電視會看《全民大悶鍋》、《康熙來了》、《超級星光大道》，最近就是戲劇類如《植劇場》、《麻醉風暴》有看一些覺得較滿意，現在比較常看一些素人網紅的影片。
施 O 云	小時候會看卡通、《超級星光大道》、《麻辣鮮師》、《康熙來了》、《大學生了沒》等，近幾年都喜歡看國外的比較多，像澳洲《MasterChef》，MOD 就會一直重播，Lifetime 頻道大概晚上 10 點、11 點會播，有時候假日也會有馬拉松連播。

楊 O 岳	大學開始外宿後就不太看電視，主要是以網路為收看平臺。
林 O 玄	本身不碰電視，因為網路能突破時間空間限制。個人的收視習慣較不在乎節目完整性，只要片段就能滿足收視需求。

5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，民眾對新冠名贊助時段與相關辦法的支持程度。

楊 O 煌	不支持，認為外國節目在台灣想生存也很辛苦，不懂為什麼不能被贊助，這樣他們資金管道也就少了一個。
吳 O 緯	不太支持，為什麼外國的就不能被贊助，只要是好節目就應該值得支持，限制只有本土節目可以冠名贊助不太好。
鄭 O 文	算支持，多給本土節目一些資金。但本身就不喜歡冠名制度，因為在節目名稱前加一串產品很奇怪，像是《冰與火之歌》前面加上愛之味就很怪。
施 O 云	沒有特別想法，反正就算這樣規定觀眾也還是會收看外國的節目，不管有沒有冠名，消費者其實根本不在意，不管是本國還是外國節目，只要好看大家就會看，也不會注意有沒有冠名，冠名不影響對節目內容的觀感。
楊 O 岳	通常冠名的東西都很奇怪，不會特別去消費那類產品，例如雞精，行銷方式對於一般人不會有影響，應該是希望不會因為國外節目比較受到大家歡迎，讓贊助商只投資在國外節目上，希望多一點投資在本土節目，冠名可能對產業會有點影響，但對消費者來說差別不大。
林 O 玄	這個規定延長時段是延長在黃金時段，假設外製節目比較能吸引收視觀眾，可能他們內容比較好、品質比較高，感覺這個規定像是去限制比較好的節目，藉由這種方式去扶植比較沒那麼好的節目，覺得變成有點均貧的概念，不確定這樣是否能真有達到扶植的效果。

6. 是否有其他相關建議。

施 O 云	兩辦法主要是要扶植本國節目，但以綜藝節目來看，還是不怎麼樣，台劇近年來看算有起色，像公視《你的孩子不是你的孩子》感覺還不錯，不知道是受惠於兩辦法，還是公視本來就是個不錯的頻道。
林 O 玄	以法規的規定來看，好像是限制大於獎勵，如果想要扶植本土內容的話，應該從獎勵方面去修法會比較好。

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第二場一般民眾焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 9 月 11 日（二） 下午 2 時 00 分至 3 時 30 分

二、會議地點：台經院 T401 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員：彭 O 鈴、顧 O 卉、林 O 齊、蔣 O 青、周 O 穎、張 O、李 O 達；

白卿芬博士、王怡惠博士、黃世蕙研究助理、李亞倫研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　白卿芬博士

五、會議紀錄：李亞倫研究助理

六、會議議程：

時間	主題
13:30 – 14:00	報到
14:00 – 14:10	引言報告：針對《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》、《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》之說明。
14:10 – 15:30	議題討論 1. 民眾對政府鼓勵本國節目自製，以振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化（該兩辦法之立法目的）的支持程度。 2. 民眾對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。 3. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。 4. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。 5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，

	延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，民眾對新冠名贊助時段與相關辦法的支持程度。 6. 是否有其他相關建議。

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

1. 民眾對政府鼓勵本國節目自製，以振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化（該兩辦法之立法目的）的支持程度。

顧O卉	支持，感覺立意是良好的，因為某種程度上購買國外電視節目的成本比較低，如果都不規定的話會一面倒地採用國外電視節目，台灣已經是小國家了，這會導致對我國廣電類的發展持續產生更多影響。
蔣O青	支持，因為現在國外影集，例如韓劇跟日劇都蠻強勢的，只是擔心會不會一直重播舊的，新播的部分很重要。
周O穎	支持，因為現在看電視的話，很多都是十年五年前的片子，前陣子還有看到2007年播的《派遣女王》，覺得新播的節目很重要，所以支持應該要限制新播的比例標準。
彭O鈴	支持的，這樣選擇性比較多一點，也會促使電視台一定得有新的節目，以致達到多元化效果。
林O齊	支持，想看比較新的電影，一直看舊的節目會很膩。
林O達	支持，如果為了要節省成本都買國外的，基本上這樣國內的影視產業就會死去，人都會往對面跑，那你不給他們機會去製作，不給他們機會去發揮，沒有磨練就不會進步，這個圈子就不會成長。
張O	支持，如果沒有用公權力去做規範，我想很多電視台就會以主流想看的為主，國內如果有些真的很棒的東西也許就會被排除掉。

2. 民眾對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。

顧O卉	1. 對於兩辦法完全沒有聽過，今天才知道。收到議程有上網查詢，但還是有點無法理解，然後兩辦法應該沒有相關的倡議或理解的管道。 2. 有點無法感受比例的35%或40%，到底中間的差異是多少，只能有好像都有分到一點啊的表面感受。好奇成果與實際效果是什麼，真的讓國內影視蓬勃發展了嗎，或是真的多元了嗎，希望政府可以出一份相關報告，相信民眾也會更支持。
蔣O青	今天才知道。大致上跟前一位差不多，光看數據感覺不出來他有甚麼改變或許也可以請媒體發稿，用一個採訪的方式做一個新聞出來去介紹這個法案，覺得大家會比較知道。
周O穎	今天才知道。對於比例沒有實感，前兩年台灣的電視台會做一些自製節目，像是《茶籬》、《一把青》，雖然不太確定是不是因為這個法令的關係，但有感覺到一些電視台有在製作比較有質感的新劇。
彭O鈴	大概知道，但不太清楚比例跟時段。
林O齊	原本沒有聽過。比例來講也是無感。
林O達	有看到相關報導，因為那時候吵蠻兇的，但是不了解詳細細節與比例。沒什麼感覺，因為我大部分都是看體育台，基本上體育台就是有直播賽事或著就可能半夜或冷門時段重播賽事，所以我沒有什麼感覺。
張O	稍微瞭解，但更細的管理辦法沒有去看。我自己是覺得數字上從25%到40%是還蠻大的差距，可能佔了四分之一，40%就是快一半的感受，可是我比較有疑問的是什麼叫自製節目。比如《小明星大跟班》，我看到中間我以為它是自製的，假設它全部都是中製，在他的規定裡面應該就不算是自製吧。我想知道到底怎麼樣才算自製節目，我對於辦法認定比較陌生。

3. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。

顧O卉	先不管類型，台灣的自製節目大家都會想到好像都是談話性節目，但他好像沒有算在辦法裡面，對於常見的節目無法立刻界定。因為辦法列出來感覺好像全部都有包含，但又不知道是否全部的類型真的都有包含，但感覺很多節目談話性節目都是這個類型的。但又不知道是否算在綜藝節目。
蔣O青	感覺時間跟類型是有依據以前的收視習慣去做統計，大致上沒問題，只是會想說電影的時段是否太早，因為看電影的主要客群感覺都蠻晚看的。
周O穎	我覺得蠻好的一點就是辦法中有新播率的部分，就是可能有更多台灣的戲劇會出現，可是目前看到台灣戲劇的部分，好像都是比較多是鄉土劇類的，主要自製感覺還是鄉土劇比較多。電影的部分很懷疑台灣真的有那麼足夠的片源可以去播新播自製節目的部分嗎。感覺台灣電影就是賀歲片加上一整年的電影放到台影台播放的話，好像也有點難達到比例。
彭O鈴	戲劇兒童綜藝都算是支持，也是電影會有點困惑，跟上一位講的一樣，真的有那麼多片源可以播放嗎，類型的話也是覺得有點狹窄，好像可以有在更多一點的類型去區分。
林O齊	比例來講也是可以，電影類可以再多樣化，可能都是同一種類型的，電影可以播出來的類型可以再多一些。
林O達	電影時段只有兩個小時，其實有些片長比較長加上廣告時間就會超過。
張O	看起來立意是好的，像是兒童時段就是下課到晚餐時間，戲劇綜藝就是成年人的下班時間到睡前，但電影時段我也覺得稍微短一點，可以前後各延長一小段時間，但國片的部分像前面幾位講到的真的有這麼多片源

	可以播嗎，我自己是覺得還蠻多的，但可能沒有那麼多人喜歡觀看，撇開商業性的話，有播才有人看，才會有更多人可以接觸到可能有什麼國片是好看的，如果都不播可能大家都去看現在有什麼越線片就去看或是好萊塢的，這樣就永遠都沒有辦法突破。

4. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。

顧O卉	好像有更多本國影集出來，如果影集做出來的水準比較高的話，大家的討論度也會比較高，因為對我自己而言在固定時間去看節目是很困難的，如果節目品質好的話，會逼自己看電視或沒辦法看就也會去買來看，比如說像公視的節目是可以買的，好的選擇其實是變多了，感覺公視的本國自製節目數量變多。綜藝節目，像是旅遊美食節目基本上不會看一整集，只會看片段，幾乎只在某幾台，沒辦法確實感覺數量增加。
蔣O青	1. 整體上本國的數量是真的有提升，記得去年從頭看到尾幾乎都是韓劇陸劇那些的，那近一年的話會有很多本國自製節目，像《茶蘼》、《一把青》，也帶動很多年輕的新演員，他們在新聞上也會有曝光率。 2. 電影感覺還是晚上看到《賭神》之類的在重播，沒有特別的感受，綜藝的話，某個時段都是談話節目應該沒有太大差別，兒童的話沒有在看就沒有特別感覺。
周O穎	主要感覺到像是台視的植劇場，有很多集數，感覺比較有感的聚集，感覺上比例有上升，但內容的精緻度還有空間，除了植劇場有比較好看的以外，其他好像沒有特別值得看的部分。電影的話，沒有感覺自製電影比例上升，但感覺有比較少播周星馳的電影，新電影有變多但也不是台灣本土自製電影，很像是中國電影或是中港台合資之類的，感覺缺乏台灣本土自製電影。戲劇部分就比例有上升的感覺，綜藝部分比較沒有看，

	兒童自製節目比較沒有在看，卡通類也是日本居多。
彭 O 鈴	1. 比較明顯感覺戲劇的選擇變多了，不只是去年，今年也很多的戲劇節目出來也是一直不斷的輪播，比較明顯自製比較多的還是公視，其他的像是台視或 TVBS 的《翻牆的記憶》、《女兵日記》戲劇感覺品質有上升，但其他類型沒有比較有明顯的感受。 2. 電影沒什麼感覺，所以不會影響到我的觀看行為，戲劇是真的比較多，所以有提升我看戲劇的時間，綜藝的部分有變比較多，《醫生好辣》、《 二分之一強》、 《媽媽好神》，如果主題是我興趣的話就會看，但不會固定收視，品質的部分覺得還好，像是《綜藝大熱門》跟《小明星大跟班》類型有點雷同，兒童原本在辦法之前就有固定自製節目變化不多。
林 O 齊	對於戲劇比較滿意，台視或三立的八點檔變得比以前好看，以前都是打打殺殺，現在質感比較提升，集數也比較少，不會越看越膩。電影的部分差不多，年假就播賀歲片，戲劇比以前好看一點，綜藝就只看那幾個比較知名的主持人開的節目比較會看，像是胡瓜或吳宗憲，卡通來講也是看日本，台灣比較沒興趣。
林 O 達	1. 今年主場賽事的轉播只有富邦，富邦也會去做籃球和棒球運動周報，這也是一個自製節目的範圍，富邦是一個比較大的公司，經營下來富邦會去著重形象去做更好更大的節目。整體感覺下來是有影響的，不可能一直去重播，要去激發點子弄出觀眾喜歡的東西。 2. 電影對我來講沒有吸引力所以不會想看，戲劇都有周五會周六晚上十點都有很優質的，那個是有很明顯的提升，有公視一直以來的水準。 3. 綜藝就是一個節目倒了就會又塞一個節目，雖然一直都有自製節目但品質比較不齊，另外一個很嚴重的問題我覺得是置入，如果是節目名

	稱前面掛名就算了，明明這一題主題是健康方便但如果硬是置入一個完全沒有關係的，不知道這方面有無規範。
張 O	我比較沒有在觀看國內電視節目，比較常看國外影集，比較有感的是前幾年比較看不到新生代演員，感覺這兩三年新生代演員會比較多消息，然後自己有朋友是廣電圈的臨演，有透過朋友聽說環境有稍微好一點，戲會比較多。我自己是很多東西會在電腦上看，坐到電視前比較多是跟家人一起看，但像是電影就不會看，綜藝的部分感覺畫質跟創意度有提升，有感覺比起幾年前跟爸媽看綜藝節目品質有變好。

5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，民眾對新冠名贊助時段與相關辦法的支持程度。

顧 O 卉	節目水準不提升沒有意義，重點是收視率，一個很爛的節目就算一直冠名也不會有人看，就達不到他要的那個族群，算支持但有疑慮，設這個法想要達到使本國節目更多的目的，但到底有沒有什麼辦法是可以提升本國節目的水準。
蔣 O 青	沒有特別覺得它的冠名時間比較長，可能是因為我也沒有一直待在電視機前面看，但會覺得這樣也沒有什麼不好，因為有冠名有收入，這樣可以讓它去更精進節目內容，真的有沒有去把收入有無使用在精進內容上這部分可以再深入。
周 O 穎	以閱聽者的角度去看我個人是不太喜歡去看到節目冠名，但從節目的角度來看我覺得是可以挹注一些資源，但是可以執行效果如何，我覺得是需要再了解的部分。
彭 O 鈴	我的話是有點保留，因為冠名就是那個節目有被廠商贊助，我自己看到的情況是，如果是冠名的話容易演戲演到一半拿出面膜，像民視之前的《幸福來了》就這樣，就是會有這種困惑，雖然有更多資金可以去製作

	節目，但內容可能會降低品質。但也有看過置入的很自然的節目，還是要看是誰來製作吧。
林 O 齊	支持，收看的人會知道冠名的東西是什麼，如果質感好可能會看。
林 O 達	立意是好的，因為如果沒有限制就會一直買國外的片源。我記得像《飢餓遊戲》，它也有麥當勞冠名，但對製作團隊拿到的製作費還是沒甚麼感覺，感覺還是在有限的預算去最大化。
張 O	我覺得有沒有冠名沒有差，對我來講就跟就跟廣告一樣，如果我有看到有興趣就看到了，沒有興趣東西我相信很多人都是自動掠過，如果真的要有限制那就等於是限制沒有廣告，也是很奇怪。

6. 是否有其他相關建議。

顧 O 卉	(印象深刻的節目)《你的孩子不是你的孩子》，就是聽別人推薦，就覺得太棒了我一定要去買來看的程度，而且通常一個頻道它有幾個不錯的節目，或幾個有名的東西出來之後你就會慢慢關注它。
蔣 O 青	比較有印象的也是戲劇，像剛才說的《茶蘼》，內容的話男生比較不會去看，有一個網路節目叫做《木曜日超玩》，為什麼沒有辦法在電視上面播，我覺得他的置入上都很好，畫面呈現出來都很棒，我想說帶到剛剛上一題的題目，他們拿的冠名的錢到底有沒有運用在電視節目上面，如果真的有用的話那我覺得它下去成效應該會不錯，因為我剛說的那個節目它是網路節目，成員都是以前電視節目的成員，他是電視的規格但放在網路上面播。當然大家也會坐在電視機前面看電視，我不知道其他人，但我自己的話現在比起用電視看比較多用電腦或行動裝置看，那這樣就會衍生一個 APP 或其他平臺觀看，如果這些節目做得好那他也可以從其他平臺上得到收益，其實也是一種幫助，影視就是會更蓬勃發展。因為連 YouTube 也有嘗試，但還沒有很紅，其實國外也很多收費的平臺，一但上手他就是訂閱式的，會不知不覺一直訂下去，你就只會從那裏面看有

	什麼是新的。當然他們背後也有一直買那些節目才會一直進來，我覺得當然這是電視廣電，但其實現在大家更多會用行動裝置，那因應這個潮流，我們的法規或各個方面資源的投注也可以在這上面上多發展。
周 O 穎	1. 印象最深的，因為最近沒有很專心的追劇，上次追劇應該是《茶蘼》，前陣子有看《男友不是人》，但我覺得沒有很好看，我覺得他置入性行銷的比例有點太高，時常出現像是你累了嗎，然後一個保健食品就拿給你，然後還要露出那個牌子，就覺得這個做得有點長。然後我覺得《茶蘼》算還不錯，就有表現出新時代女性的掙扎跟抉擇的問題。 2. 不知道可不可以限制置入性行銷時間的比例，就可能比如說可以一個小時裡面有 15 分鐘不要有你累了嗎之類的置入，不知道加上時間比較好還是比例限制，這可能需要另外一個議題的討論。
彭 O 鈴	(印象深刻的節目)我不太確定《人事關係事務所》是否全部台灣，他好像是愛奇藝旗下的 OTT 自製的節目，但我不確定這是不是台灣自製的，因為這真的是有讓我在電視機前面固定準時收看。
林 O 齊	印象比較深刻也是八點檔三立上一齣，是我最近看的三立的結局裡面比較好一點的，至少有比以前好看一點。
林 O 達	1. (印象深刻的節目)我剛有講到的飢餓遊戲，他也是在中視，然後中視另一個大家都知道的綜藝玩很大，但基本上兩者預算經費不能比，以飢餓遊戲他的製作團隊，我覺得他的整個創意跟整個內容其實是比玩很大還要好，只是因為可能資金不夠無法提升內容，就好像所謂你要升級的話，錢就要砸下去，這就有呼應到前面的有冠名贊助是否有在刀口。 2. 我覺得應該限制衛星執照，因為相同性質電視台太多太氾濫，我記得以前最誇張的是三台同時在播一樣的電影，最近是比較沒有，但我覺得如果這麼多的頻道但是類質都相同，我覺得其實可以用機上盒去計

	算一個台停留多久，平均下來一個台會停留多久，因為台灣很喜歡用收視率去定生死，像金鐘獎的話沒得獎就收了，變成一種很奇怪的現象。
張 O	1. (印象深刻的節目)我自己就有在看美劇，像是《天才實驗》，綜藝節目的話，因為我爸媽很喜歡吳宗憲，所以我也會跟著看，但有時就覺得他的梗都差不多一樣，但既然他可以撐這麼久應該很多人喜歡。 2. 我覺得電視一般來說觀看的年齡層比較高，應該說年輕人比較不會看電視，除非自己獨立出去外面住，剛好喜歡躺在沙發上面看，不然大家應該比較習慣坐在電腦前或是移動中或在家裡拿著手機看。

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第三場一般民眾焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 9 月 18 日（二） 上午 10 時 00 分至 12 時 00 分

二、會議地點：台經院 T401 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員：王 O 毓、田 O 鳳、柯 O 華、陳 O 傑、黃 O 孚、趙 O 欣；白卿芬博士、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　白卿芬博士

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
9:30 – 10:00	報到
10:00 – 10:10	引言報告
10:10 – 12:00	議題討論 1. 對該兩辦法之施行，對振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化之支持程度。 2. 對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。 3. 該兩辦法施行後，對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化（包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度）。 4. 該兩辦法施行後，對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化（包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度）。 5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名

	贊助時段與相關辦法的支持程度。 6. 其他看法與建議。

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

1. 對該兩辦法之施行，對振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化之支持程度。

王O毓	支持，無線電視比較少看，我們70年代扣掉黑白，都是照剛剛那樣方式去播放，衛星電視太多，無線電視對我來說沒有太大吸引力，就算按照四大類，對我就沒有吸引力，衛星電視科技發達，有點多元化到太氾濫，可以在精簡一點，辦法照這個方向是支持。
田O鳳	我支持這個辦法，留在本國。台灣有很多大學有相關科系，像是廣電、新聞，如果可以提高自製比例，可以讓這些學校出來新一代的學生能有比較多的就業機會，不用去中國工作。
柯O華	原則上支持，辦法立意是對的，但台灣投入的資金跟品質要在提升，硬性規定是保障台灣演員跟台灣收視族群，以前比較早的時候熱門時段都在播日劇、韓劇，一直播日劇、韓劇民眾對自己本國節目會越來越沒有興趣，這樣是保護台灣影視環境，免得被外來演員、劇本侵入，不然就去買國外節目就好，在資金跟品質上要再做提升。
陳O傑	這是蠻基本的東西，保護影視產業，不要都播國外的作品，這是最低標的保護，保持低標是必須，該不該提升是另一個問題
黃O孚	支持，比較多看無線電視，另一個住處是第四台，我看這兩方面，我覺得無線電視可以提高本國多元節目或是自製率，真的比較起來，不管對日劇韓劇中劇，直觀來說資金投入還有進步空間。
趙O欣	看第四台居多，看八點檔，中午會看半小時新聞，新聞台跟無線台同時聯

	播，演藝部分我覺得無線電視比較好看，都是大牌，有線電視都是看電影，覺得外國頻道比較好看。喜歡看綜藝節目，覺得提高自製很好，不要都是陸劇韓劇。

2. 對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。

王O毓	支持，以現在的比例，主要希望無線電視，因為支持提高資金真的有做這件事，可以先以目標性比照參考第四台區分方式，更精進他們的節目，做一個不一定要一樣但比較有質感的節目，這樣類型跟比例是 OK。
田O鳳	1. 我覺得這幾個類型不能用同樣百分比設定，早年台灣綜藝做得非常好，甚至韓國、香港還會來取經觀摩，因為我們把比例一直往下降，台灣的綜藝節目也沒有這麼多好看的，大部分反而都在抄襲日本甚至韓國。 2. 以前說台灣是綜藝王國、戲劇王國，我覺得這個比例可以再往上增加，以電影跟兒童來說，台灣本身電影類型不多，我覺得電影、兒童比例是25%是 ok 的，但以戲劇跟綜藝來說 25%是低的。應該把兒童、電影佔25%，戲劇、綜藝佔 40%，這樣才合乎台灣原先在影視人才方面的比例。
柯O華	1. 在量上要維持均衡度，台灣電影出得也少，他可能故意要鞏固產業，電影部分不要失衡，社會有社會責人，他要讓量撐住，25%可能故意定的，但業界上實務沒有跟上，包括資金投入、演員外流。 2. 但台灣也有利多，中國對影視產業有些限制，會不會那些台灣藝人或從業人員會願意回流到台灣，如果政府給比較多支持，規範現階段或許會有一些效果，台灣的法令或是稅金繳納對從業人員比較透明，現在可能是我們的時機。 3. 現行是追不上 25%比例，政府為了要鞏固，不要讓其中一塊崩掉，其實上是低的，實務上要跟上來。
陳O傑	以國內還說這是底線，沒有這個底線不太 OK，這是最低標。

黃O孚	1. 其實對這個數字比例有點抽象，立意良好是支持。 2. 每天晚上 5-7 點，看第四台是沒有看到兒童節目，以前老三台兒童都是下午 4-5 點，或早上播大家說英語一起播的，數字是好的是支持，直觀上沒有感覺。比較常在公視看到學生片的感覺。
趙O欣	1. 戲劇可以加高一點，台灣電影我不知道。劉德華應該是港片，純屬台灣電影很少播，9-11 點有大牌出現應該不是台灣製的，像唐伯虎點秋香很常重播。 2. 學生畢業製作片觀眾不喜歡看、不好看，衛視電影、緯來也不播，9-11 點黃金時段不太可能播那種爛電影，那不好看、他也不播、沒有收視率。

3. 該兩辦法施行後，對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化（包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度）。

王O毓	1. 五顆星來說，三顆半，政府有很想要更新，可是就是我們觀眾看到還是沒有跟上，像電影國內不是沒有人才，很多年輕編劇導演很有思維，用心做國片來支持是可以做到，為什麼像唱魚仔的盧廣仲他們可以躍上大螢幕，我覺得是有希望的。 2. 兒童節目像 YOYO 台，以兒童節目算有用心，我有接觸小朋友，覺得可以多一些，像佩佩豬很流行，可以多一些卡通。 3. 有線電視戲劇比較精彩，如果跟上應該是 OK。
田O鳳	1. 跟以前比滿意度下降，很多 YouTube 上微電影其實很多都是台灣本國製，很多學生劇集，公視戲劇上很好但收視率相對是低的，我覺得跟宣傳有關係，一般民眾對於名人、偶像拍的(劇)比較會去收視，公視的比較不是主流的演員，即便覺得他們拍的議題或是手法是好的，但相對收看的人視不多的，這要看政府要怎麼去宣傳這一塊。

	2. 微電影，像很多大學有辦相關競賽，像世新大學比賽拿到法國巴黎的首獎，但台灣應該沒有多少人看過他們的作品，我知道有這樣的獎項也知道他們得到首獎，可是我沒有在台灣任何一個平臺看過，他們到底拿了甚麼樣的微電影去參賽。 3. 你剛提到的平臺，不是業者問題，政府願不願意支持這樣子的人，給願意提供平臺的業者一些支持、一些贊助，讓他們願意把平臺給這些人，當這些人有名，才會有廣告收益。 4. 像韓國、泰國政府有在支持演藝事業，你會發現這幾年包含很多泰劇、韓劇，他們知名度是很大的。包含很多韓劇他們的劇本、製作、演員比台灣好其實不盡然，但他們政府整個在支持。 5. 討論這個的時候，不是只有業者，政府要在什麼樣的角度去支持業者，業者沒有收益怎麼發薪水，沒有收益只好買，把製作成本降低，成本降低也做不出好的、有質感的劇。
柯O華	電視台很常兩台之間隔一天播，可以擴展跟國外談好版權，自行做節目意願會比較高，之前「我的男孩」有得到補助，收視率也是不錯，可以多管齊下，讓製作公司有錢去請比較好的編劇跟演員，也有比較好的收視。多元合作，像是電視台或是國外合作都不錯。
陳O傑	政府要扮演資源整合者的腳色，可以調動很多資源，向學校影視科系，做整合會比較有效益，台灣把東西賣到國外的機制，可能政府把橋搭出去，業者會比較輕鬆，如果政府有心可以扮演這個角色。
黃O孚	(觀看行為)沒有變化，十分我給六分，收看行為沒什麼變化，台灣是市場這麼小，第四台頻道太多，只有公視符合最理想的狀態，還有環境。像一把青有水準，但跟國外比還是有差，不知道要怎麼去補落差，要鼓勵多元跟世界上競爭，打出去比較重要。
趙O欣	OK，但收視習慣沒有改變，台灣卡司場景比較不夠，我都看 HBO，台灣自

	製片我看都會睡著，外國人比較願意花錢，台灣的資本跟國外不能比，差距太大。

4. 該兩辦法施行後，對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化（包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度）。

王O毓	發現比較多講健康知識(談話性節目)，對國人來說是有幫助，很多時候大家滑手機，聽到那些有些幫助，最近有看到這些。
田O鳳	「我的男孩」拍得很好，置入也很多，這幾年林心如不錯，除了他以外都沒有大卡司，不長也不拖，但把男主角帶得很好，戲劇表現也好，以這樣成本拍出來，置入但又不讓人覺得不舒服。尤其是八點檔，有進步。
柯O華	菲哥節目也蠻好玩，但我有看節目內容還蠻好玩的，也許主持人費用很高。憲哥節目也是好笑，藍心湄也是屹立不搖，一定有置入，有很多節目雖然幅度不是很高但還是有改變，台灣製作環境是偶有佳作，就偶爾。健康節目我有在看，向胡瓜主持醫療節目大家也有看，進步不多。
陳O傑	戲劇就是公視，卡司不強，就讓新人有平臺發表作品，綜藝菲哥具有代表性，有時候不是節目怎樣，有回到往日榮景(狀態)又突然收掉，給人努力到一半的感覺。
黃O孚	收視行為沒有改變。
趙O欣	電影可以像 HBO 有原創頻道嗎？HBO 自製頻道很好看，台灣可以有這種嗎？

5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法的支持程度。

王O毓	支持，不過置入希望不要太刻意，好像要 promote 產品，因為身體怎樣所以

	要喝這個水，觀眾想要看到比較真實的東西，大家也知道在置入，希望不要太刻意。
田O鳳	支持這個辦法。冠名很奇怪，一長串的贊助真的很怪，置入型廣告是讓消費者自然而然去接受，像(我的男孩)林心如開的車我就會去 Google，前男友不是人(的置入)就 low 掉了，不管任何時段都拍到，就太多了，我不喜歡。
柯O華	不錯，不要過度太過刻意把它秀出來，場景過去有名字是 OK，像車子就會去看是哪台，像日劇也有找知名品牌，如果支持節目更好，當然還是要保護本國企業節目為優先，盡量保護我們國家
陳O傑	這也是基本的，支持。
黃O孚	要求是看戲時不要讓人出戲就好，他們這些從業人員有熱情跟風格在，不應該是上頭交代還是廠商(要求)，讓演藝人員的風格斷掉，或是鏡頭帶的刻意就不能接受。好萊塢也是很多(置入)，他就是自然的洗腦，台灣節目在這方面手法不是很成熟。不要影響節目品質比較重要。
趙O欣	贊成，八點檔比較容易，像孫協志行銷 sony 的手機，只要(節目)品質好冠名沒差。

6. 其他。

黃O孚	台灣電影可以打入國際，主要是綜藝節目，不管對岸還是日本質感就不一樣，台灣有一些大哥，為什麼在台灣演藝史上有舉足輕重地位但就是走不出去，這是很值得探討的方向

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第四場一般民眾焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 10 月 16 日（二） 上午 10 時 00 分至 12 時 00 分

二、會議地點：台經院 T401 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員：董 O 吟、黃 O 婷、林 O 超、黃 O 元、林 O 軒、蕭 O 文、林 O 芝；梁曼嫻助理研究員、曾筱媛助理研究員、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　梁曼嫻助理研究員

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
9:30 – 10:00	報到
10:00 – 10:10	引言報告
10:10 – 12:00	議題討論 1. 對該兩辦法之施行，對振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化之支持程度。 2. 對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。 3. 該兩辦法施行後，對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化（包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度）。 4. 該兩辦法施行後，對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化（包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度）。 5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名

	贊助時段與相關辦法的支持程度。 6. 其他看法與建議。

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

1. 對該兩辦法之施行，對振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化之支持程度。

董 O 吟	贊成，各個電視台的屬性不同能夠達到這樣的比例嗎?細項規範可以在調整，本國經費比較不足，硬性規定反而會因為要符合降低成本，對節目深度會有影響。
黃 O 婷	支持，但也不想要看流星雨，我傻眼，這部是十幾年前的電視，既然要提升應該還是要提高經費，支持還是要本國節目，去別國家都會看到只有該國的節目，別人如此愛國，很多人會避開時段去看節目。
林 O 超	支持，這個要更產業化去看這塊，三方各有需求:業者、政府、民眾，民眾要看好節目，做那麼多國產，結果變成惡性循環業者沒錢不做，政府又想要做給大家看國內自製率很高，要以產業角度看生態，政府跟私人企業可以提供錢讓電視業者去爭取，錢一定不多，真的要做這個可以以試行的方式，小部分去做，不是台灣所有境內衛星都這樣做，試作然後電視台的確賺錢，大家就會來爭取這筆金額，消費者也會覺得你做了一個很好的節目，像通靈少女跟別人合作成功，會想我是不是也可以這樣做，以多方思考來看這塊會比較實際，否則可能會淪為政治工具？
黃 O 元	支持，詳細的法律業者一定不能接受，會覺得綁手綁腳的，收視戶的權益比法規面重要，法令規定播本土的，播韓劇到底侵襲了什麼？以多元文化看有必要嗎？重點是內容?法規內涵是甚麼？以收視角度來看希望可以收視優質的新節目。

林 O 軒	植劇場題材比較新穎，本身有在收視港劇，他們多以職業作為題材，金鐘獎大家還是會看自己熟悉的演員，現在很多人不是八點到十點，而是喜歡看麻醉風暴，然後上網找。
蕭 O 文	認為規範沒有什麼用，定的在詳細會有很多特例，背後出資者的比例有很多細項可以贏政策要求，實質體質改善可能沒有辦法，以我而言很少 8-10 點打開電視，我不會每周定時收看，反而上網去找，這樣造成惡性循環
林 O 芝	支持除了管比例以外，有沒有其他法規可以提升內容，限制時間比例，儘管一片哀嚎，但像植劇場還是有想做一些優質節目，是否有法規可以對財源有幫助，像是異業合作有補助金之類的

2. 對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。

董 O 吟	不知道兩辦法。
黃 O 婷	10%知道。
林 O 超	知道，不知道細節。
黃 O 元	知道。
林 O 軒	知道有管理，但不知道細節。
蕭 O 文	不知道，有感本土劇。
林 O 芝	不知道。

3. 該兩辦法施行後，對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化（包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度）。

董 O 吟	1. 現在兒童比較多看外國卡通，兒童不太會 5-7 點看電視，是幼稚園下課時間，兒童喜歡佩佩豬，現在兒童很少看 YOYO 點點名。 2. 電影台台灣電影產量沒有大到可以帶狀播放的量，所以電影比較無感。紀錄片方面，台灣的蠻不錯，但收視人口比較少，所以播放比例比較不高。

	去年開始有很多戲劇在年輕人間討論度有增加，算蠻高的可能真的有受到影響，綜藝比較少看。
黃O婷	不知道兒童，但應該是有改變，戲劇綜藝有，公視做了很多事情，電影台差不多。
林O超	偶而會看到台灣不錯的自製戲劇，台灣綜藝一致話，就是什麼收視率好就都變那樣，兒童沒有收視，戲劇比較有看到變化。
黃O元	有變多，法規規定要避免日韓劇，確實有變多，雖然變多但品質就是那樣，對於(變多)現象滿意，品質不滿意。
林O軒	電影一直播九品芝麻官，電影上映有一段時間才會到電影台，電影台如果可以看到更多台製電影就更好。影帝影后帶新的演員表現就不錯，對演技會有增長，會讓大家注意到。綜藝大家比較能接受是談經驗，比較不是以前那種玩遊戲。
蕭O文	兒童沒有接觸，台灣電影內容夠好，題材夠獨特大家都願意支持，一輪上映的風潮可以延續到電視上，我覺得台灣人會支持，但量太少可能感覺不到那個風潮，但還是有走出自己的路，綜藝趨同到某程度，就會有聲音開始有新的聲音，戲劇也有小劇，或是公視都有一些劇不錯
林O芝	電影跟綜藝相反，綜藝不太吸引人，國內電影自製真的有還不錯但量很少，要滿足自製播放比例會不會?像大佛普拉斯看到好幾次，電影有(比較滿意)綜藝還好，繼續進行應該會越來越多，有種感覺最近自製電影、戲劇好像變得比較好看，身邊朋友有在講，大家覺得好看，但看綜藝五分鐘就轉台。想知道談話性節目是歸屬在哪一部分?

4. 該兩辦法施行後，對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化（包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度）。

黃O婷	看電視是不知道幹嘛，打開開始轉，不知道綜合台存在，看到哪個就停下來。

	體育賽事會查，會等特別看時間配合運動彩券。
黃 O 元	灌籃高手在電影台還在 8-9 點，美食獵人也在那邊，很奇怪，還要去記哪一台。
蕭 O 文	在同類型同一個時段，原本可能就連著看，兩個排在一起就會變成只能選一個看。
林 O 芝	比較喜歡看電影，華語電影之前都一直重播，最近開始出現新的節目，會讓我期待有新電影，會直接轉到衛視，電影還有 APP 可以查。

5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，對新冠名贊助時段與相關辦法的支持程度。

董 O 吟	支持，冠名很好笑，如果他們需要經費支持，比較討厭置入型行銷，如果可以透過冠名減少置入支持。
黃 O 婷	對產業有幫助可以，但以觀眾角度蠻煩的，把戲劇名放在前面可以接受。
林 O 超	在不影響民眾觀看行為上，我覺得可以接受，雖然名字長了點，但如果因為冠名可以讓節目變好看，可以接受，現在也很少人在看電視。
黃 O 元	原本是節目中置入產品，但對於收視戶來說變成原本想看電視，還要看一堆不相關，冠名不習慣也不喜歡，冠名四個角落很難看。 國外節目也有這樣嗎？為什麼人家也活得好好的？
林 O 軒	我只看我想看的，中資企業冠名 NCCU 有沒有規範，我個人看到中資會覺得很煩，台灣企業可以。
蕭 O 文	感覺還好，我只看我想看的，會自己刪掉，如果他拿到錢真的有做好節目是可以，沒有影響。
林 O 芝	對冠名感受不好，但每一台都是，如果因為這樣可以讓他們有經費做更好的節目，但希望不要大過劇名，看到冠名切換廣告時又有影片。

6. 其他。

董 O 吟	補助給願意做本土節目的人，像公視給他更多資金讓他能夠繼續創作，這個方法也不差，也不用讓每一台都要去製作出那樣節目。
黃 O 元	法令應該要鬆綁，等於一天要有六小時播到台灣電影，扣掉能看的剩下多少。
林 O 軒	電視台有跟 YouTuber 合作嗎？感覺他們點子蠻好的。
蕭 O 文	法令比較以限制出發，影視是創造性比較重，應該要以鼓勵取代限制，像談話性沒有被明確規定，讓大家比較不敢做嘗試，如果有創新可以在討論要怎麼樣去處理，也許在新的環境下會有一些比較好的節目。

「促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究」

第五場一般民眾焦點座談會 – 會議紀錄

一、會議時間：2018 年 10 月 29 日（一） 下午 2 時 00 分至 4 時 00 分

二、會議地點：台經院 T401 室（台北市德惠街 16-5 號 4 樓）

三、與會人員：周 O 昕、林 O 萱、林 O 如、郭 O 修、楊 O 鈞、廖 O 琴；白卿芬博士、王怡惠博士、黃世蕙研究助理（台經院）

四、會議主持人：台經院　白卿芬博士

五、會議紀錄：黃世蕙研究助理

六、會議議程：

時間	主題
13:30 – 14:00	報到
14:00 – 14:10	引言報告：針對《無線電視事業播送本國自製節目管理辦法》、《衛星廣播電視事業播送本國節目管理辦法》之說明。
14:10 – 16:00	議題討論 1. 民眾對政府鼓勵本國節目自製，以振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化（該兩辦法之立法目的）的支持程度。 2. 民眾對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。 3. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。 4. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。 5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，

	延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，民眾對新冠名贊助時段與相關辦法的支持程度。 6. 是否有其他相關建議。

七、會議內容：

（一）引言報告（略）

（二）議題討論

1. 民眾對政府鼓勵本國節目自製，以振興國內影視產業發展，保障本國與多元文化（該兩辦法之立法目的）的支持程度。

周 O 昕	支持，因為能保障本國人的就業環境。但相對的是節目品質，現在可能就有電視台會為了符合規定而製作不適合的節目，所以節目品質有沒有相對提升，這方面就無法去規範或保證，可能這個節目大家並不愛看。
林 O 萱	支持，我也覺得雖然可以保障本國節目和相關產業的工作機會，但對於多元文化的目的來說，似乎無法看到多元文化，因為很多節目同質性很高。
林 O 如	贊成，因為如果能保障國內優質工作人員或演藝人員，這樣的方法是不錯的，工作機會比較不會被外來的搶走，國家有這樣的政策也是不錯。
郭 O 修	支持。
楊 O 鈞	支持政府這樣的政策。
廖 O 琴	支持，因為不管是不是影視產業，我都認為在某種程度上本土產業是必須支持、推動的。

2. 民眾對政府頒布該兩辦法內容（包含管理的類型、比例與指定時段限制等）之知悉程度與支持程度。

周 O 昕	在聽說明之前不清楚相關規定。我覺得法規立意雖然好，但就算 8-10 點是收視時間，如果節目本身不是觀眾有興趣的，那就算是本國製作大家

	也不見得會支持，相對就會改看陸劇或 DVD 之類的，所以雖然立意是好的，但實際上不一定有用。
林 O 萱	今天第一次聽到相關辦法。大致上是支持的，但認為現行的比例限制是不是會太高？應該要讓節目有一些刺激、競爭的感覺，節目整體品質才會進步。
林 O 如	原本不知道比較細節的規定，我以為 8-10 點播戲劇是因為大家剛好下班，但原來是有被限定住，我覺得這樣限定太強烈了，像是無線電視 8-10 點是不是可以有一些綜藝節目？或許有其他選擇會好一點。
郭 O 修	對法規不熟悉，但算是支持，但不知道為什麼衛星電視比例相對無線電視來說比較低？
楊 O 鈞	來參加座談會之前對於衛星頻道或者無線頻道的意義沒有概念。我覺得法規的自製比例這樣規定，就導致會有很多的重播，就算他是本國製的但我還是不想看，因為很多東西都是一樣的。像是《綜藝大熱門》，這個節目會比如在三個頻道一直重複播出，那我就會覺得煩然後轉走到像是日本節目，所以一直提高自製比例我反而不贊成。
廖 O 琴	原本對法規不了解。時段方面我認為以大數法則來說是合理的，像一般上班族，下班後有閒暇時間可以看電視的確大概也是晚上 8-10 點，兒童節目下午 5-7 點，小朋友下課後的確大概也是這個時間。

3. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段播送之個別類型本國製節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。

周 O 昕	覺得沒有影響，因為大家一般如果是要認真看電視的話，都會選擇自己喜歡的節目看，像之前公視《你的孩子不是你的孩子》我就覺得是很有意義的節目，他是本國的，又有理念傳遞，當時引起很多討論，不只小

	孩看了會有感覺，而是只要你曾經那樣長大過，是一種情緒，會引起大家共鳴。
林 O 萱	感覺戲劇和電影近年有比較高品質的作品數量有提升，但不確定是這個辦法的關係、還是他們本來就有在發展。像《你的孩子不是你的孩子》、《他們在畢業的前一天爆炸》、《花甲男轉大人》、《麻醉風暴》等這類較高質量的戲劇我覺得有變多。電影台我覺得國外電影還是比較多，但本國電影質量好像也有提升，如果在電視上播大家應該也都會看一下，像是《大佛普拉斯》，劇情、演員有興趣就會看。
林 O 如	觀看行為模式不知道有沒有變化，但我覺得觀眾是被制約了，8 點檔就是看民視、台視、三立，這個時段一定會看八點檔，下午就是看另外一部的重播，我覺得這是被制約，而不是我們的觀看行為模式變化，我覺得是我們已經習慣了。政策這樣做是不錯，長輩會習慣這個時間就要打開電視，對於產業、國內演員是蠻有保障的。
郭 O 修	覺得自己觀看行為沒有變化，我平常比較常看大愛和公視，因為內容比較沒有爭端，他都是依照真實故事改編的，可以看到台灣在當時時代背景下的故事，還蠻有趣的。
楊 O 鈞	應該沒有變化，因為個人比較少看無線電視，覺得無線電視內容大同小異，所以主要是看衛星頻道，以我看衛星電視來說，國內節目只會看 10%以內，較常看歐美劇、日劇或大陸劇。
廖 O 琴	我覺得沒有變化。目前我看衛星頻道為主，無線電視觀看比例非常少，印象中無線頻道大多是自製作品，衛星頻道目前自製也很多，另外也有很多引進外國片的，另外還有其他 Discovery 等境外頻道，一般民眾我們是無法明確了解頻道類型是屬於什麼。晚上我常看新聞，再晚一些看政論節目，白天看戲劇類或《一袋女王》、《醫師好辣》等談話性節目，

	戲劇看得比較少。政論節目、談話性節目我認為不屬於前面所提的四大類節目。

4. 該兩辦法施行後，民眾對主要及指定時段中，特定頻道播送之本國製新播節目滿意度與觀看行為變化，包含電影、戲劇、綜藝與兒童等四大類節目之收視變化與滿意程度。

周 O 昕	我們現在戲劇也會和其他國家買來播，相較之下本土製作能力可能比較弱，或者觀眾喜好偏向偏向某個類型或某個國家的節目，所以我覺得規定會影響到觀看這部分可能影響不大。
林 O 如	不確定觀看行為是不是有變化，但覺得近年節目品質有提升，像是《花甲男轉大人》、《麻醉風暴》、《雙城故事》、《你的孩子不是你的孩子》等，我覺得只要是高優質的節目就會吸引我去看。主要會關注的管道不是從電視廣告，而是 PTT 一些前導宣傳。OTT 部分像是愛奇藝、LINE TV 我也會看，但不會馬上看，像是《血觀音》，他會跟你說幾點什麼頻道可以看，我就會看，我是那種會鎖定頻道的人。近期民視新的綜藝節目《綜藝新時代》，主軸性太弱，不好看。
楊 O 鈞	看電視習慣 6 點多看新聞，7 點看《型男大主廚》，8 點我以前會喜歡看台灣的戲劇頻道，近年就較少，除非是那種有話題性的，像是《花甲男轉大人》，9 點過後看《康熙來了》、《醫師好辣》等談話性節目，但如果話題沒有興趣我就會轉掉。愛奇藝的話很方便是你可以回去看某一集，像是《人際關係事務所》，愛奇藝和台視都有播。最近中視選秀節目《森林之王》覺得還不錯，其他的對綜藝節目印象不深。
廖 O 琴	我基本上沒有變化，因為每個人對於節目會有個人喜好，你傾向於看什麼類型的節目，就不會因為那個時段沒播我就看其他的，我會選擇不看或者看網路，沒有一定要看電視。

5. NCC 於民國 107 年 6 月 13 日修正廣播電視節目廣告置入規定，延長非本土節目不得接受冠名贊助時段。此規定實行後，民眾對新冠名贊助時段與相關辦法的支持程度。

周 O 昕	沒有很支持，因為應該要分成觀看者的角度、保護國內電視的角度、國內廠商的角度，因為廠商一定會選擇自己想贊助的東西去贊助，如果原本這個東西晚上 8-10 點最熱門的時段不能贊助，已經對電視節目有保護的話，再延長有點苛刻。
林 O 萱	我是本身就不想看到冠名，會覺得很煩，但如果站在保護本土節目的立場來說是支持的。
林 O 如	支持，因為本土節目製作成本很高、不容易，如果冠名可以增加收入，我覺得是適合的。但現在很多電視節目是外包製作的，如果冠名的錢沒有直接給製作團隊而是都被電視公司拿走那也沒用，這點我覺得也蠻重要的。
郭 O 修	如果是不是本土都開放冠名，錢能都給節目製作的話，我支持冠名。
楊 O 鈞	支持，如果冠名能提升節目品質或數量是好事。外來的電視可以限制不要冠名，如果可以提高本土節目製作經費，提升戲劇節目等等是好事。
廖 O 琴	反對，覺得還是需要有個比例，因為如果過於保護本土節目，反而沒有競爭力，對於本土節目進步不利。

6. 是否有其他相關建議。

郭 O 修	也希望有比較客觀的方式審查電視播放的節目內容是不是觀眾可以接受的，因為也許他推出的節目觀眾根本不想看，他只是為了符合法規而隨便推出的。

107 年委託研究報告

案號：NCCT107005

促進電視頻道事業本國自製節目內容製播研究採購案

調查結果

(含交叉分析)

委辦單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院

中華民國 108 年 3 月

本國製節目調查整體(市話加手機)_加權前後次數分配表

訪問主題：本國製節目調查(整體)

市話訪問日期：107年08月10日-08月19日，手機訪問日期：107年08月22日-08月29日

總樣本：12,312人

有效樣本(過去7天有看過無線電視、有線電視或MOD頻道且有看過本國製的電影、戲劇、兒童、綜藝節目)：4,058人

抽樣誤差：在95%的信心水準下，抽樣誤差在正負1.54個百分點之內

訪問地區：戶籍於台閩22縣市，且年滿13歲的一般民眾。

市話調查方法：採用電話調查方式，以分層比例隨機抽樣進行，手機調查方式：依據NCC公布手機電話號頭進行分層抽樣，後5碼隨機產生

加權方法：依內政部最新人口資料，針對性別、年齡、戶籍地採用多重反覆加權(Raking)

		加權前		加權後	
		回答人數	百分比	回答人數	百分比
2.請問您今年大約幾歲？	13-19歲	548	4.5%	1,036	8.4%
	20-29歲	1,438	11.7%	1,872	15.2%
	30-39歲	2,003	16.3%	2,167	17.6%
	40-49歲	2,151	17.5%	2,163	17.6%
	50-59歲	2,438	19.8%	2,135	17.3%
	60-69歲	2,175	17.7%	1,685	13.7%
	70歲以上	1,525	12.4%	1,220	9.9%
	拒答	34	0.3%	34	0.3%
合計		12,312	100.0%	12,312	100.0%
3.請問過去七天內，您有沒有看過無線電視、有線電視或MOD頻道嗎？	無線電視	2,155	17.5%	2,102	17.1%
	有線電視	6,359	51.6%	6,114	49.7%
	MOD頻道	2,079	16.9%	2,198	17.9%
	都沒有	3,468	28.2%	3,604	29.3%
	不知道/沒意見	108	0.9%	109	0.9%
合計		12,312	100.0%	12,312	100.0%

本國製節目調查整體(市話加手機)_加權前後次數分配表

訪問主題：本國製節目調查(整體)

市話訪問日期：107年08月10日-08月19日，手機訪問日期：107年08月22日-08月29日

總樣本：12,312人

有效樣本(過去7天有看過無線電視、有線電視或MOD頻道且有看過本國製的電影、戲劇、兒童、綜藝節目)：4,058人

抽樣誤差：在95%的信心水準下，抽樣誤差在正負1.54個百分點之內

訪問地區：戶籍於台閩22縣市，且年滿13歲的一般民眾。

市話調查方法：採用電話調查方式，以分層比例隨機抽樣進行，手機調查方式：依據NCC公布手機電話號頭進行分層抽樣，後5碼隨機產生

加權方法：依內政部最新人口資料，針對性別、年齡、戶籍地採用多重反覆加權(Raking)

		加權前		加權後	
		回答人數	百分比	回答人數	百分比
4.請問您通常都是在什麼時候收看無線電視、有線電視或MOD頻道？	0至1時	99	1.1%	96	1.1%
	1至2時	68	0.8%	66	0.8%
	2至3時	32	0.4%	36	0.4%
	3至4時	20	0.2%	20	0.2%
	4至5時	14	0.2%	15	0.2%
	5至6時	29	0.3%	23	0.3%
	6至7時	128	1.5%	125	1.4%
	7至8時	247	2.8%	218	2.5%
	8至9時	246	2.8%	219	2.6%
	9至10時	274	3.1%	251	2.9%
	10至11時	281	3.2%	260	3.0%
	11至12時	340	3.9%	325	3.8%
	12至13時	692	7.9%	666	7.7%
	13至14時	407	4.7%	393	4.6%
	14至15時	273	3.1%	266	3.1%
	15至16時	242	2.8%	227	2.6%
	16至17時	241	2.8%	243	2.8%
	17至18時	565	6.5%	576	6.7%
	18至19時	2,277	26.1%	2,344	27.3%
	19至20時	4,324	49.5%	4,320	50.2%
	20至21時	4,809	55.0%	4,720	54.9%
	21至22時	3,996	45.7%	3,888	45.2%
	22至23時	1,971	22.6%	1,891	22.0%
	23至0時	793	9.1%	762	8.9%
	不知道/沒意見	822	9.4%	756	8.8%
	拒答	7	0.1%	6	0.1%
合計		8,736	100.0%	8,599	100.0%
5.請問過去七天內，您有看過本國製的電視節目嗎？	有	5,404	61.9%	5,441	63.3%
	沒有	3,173	36.3%	3,017	35.1%
	不知道/沒意見	159	1.8%	142	1.6%
合計		8,736	100.0%	8,599	100.0%
6.請問，在本國製的節目中，您較常收看的是電影、戲劇、兒童、綜藝節目？	本國製的電影	708	13.1%	756	13.9%
	本國製的戲劇	1,927	35.7%	2,000	36.8%
	本國製的綜藝	2,124	39.3%	2,227	40.9%
	本國製的兒童	301	5.6%	311	5.7%
	都不常收看	1,313	24.3%	1,187	21.8%
	不知道/沒意見	32	0.6%	29	0.5%
	拒答	1	0.0%	1	0.0%
合計		5,404	100.0%	5,441	100.0%

本國製節目調查整體(市話加手機)_加權前後次數分配表

訪問主題：本國製節目調查(整體)

市話訪問日期：107年08月10日-08月19日，手機訪問日期：107年08月22日-08月29日

總樣本：12,312人

有效樣本(過去7天有看過無線電視、有線電視或MOD頻道且有看過本國製的電影、戲劇、兒童、綜藝節目)：4,058人

抽樣誤差：在95%的信心水準下，抽樣誤差在正負1.54個百分點之內

訪問地區：戶籍於台閩22縣市，且年滿13歲的一般民眾。

市話調查方法：採用電話調查方式，以分層比例隨機抽樣進行，手機調查方式：依據NCC公布手機電話號頭進行分層抽樣，後5碼隨機產生

加權方法：依內政部最新人口資料，針對性別、年齡、戶籍地採用多重反覆加權(Raking)

		加權前		加權後	
		回答人數	百分比	回答人數	百分比
7.自去年開始，我國電視頻道曾播送《六弄咖啡館》、《再見瓦城》...等本國製電影類節目。請問從去年至今，您對於本國製電	降低	78	11.0%	75	9.9%
	提高	166	23.4%	189	24.9%
	沒有改變	443	62.6%	473	62.6%
	不知道/沒意見	21	3.0%	20	2.6%
合計		708	100.0%	756	100.0%
8.請問從去年至今，您收看本國製電影類節目的次數是變少、變多或是沒有改變？	變少	152	21.5%	166	21.9%
	變多	128	18.1%	149	19.7%
	沒有改變	413	58.3%	429	56.8%
	不知道/沒意見	15	2.1%	13	1.7%
合計		708	100.0%	756	100.0%
9.請問您對於近一年每天晚上九點到十一點播送之本國製電影類節目例如《六弄咖啡館》、《再見瓦城》...等的內容品質滿意嗎？	非常滿意	55	7.8%	67	8.9%
	還算滿意	434	61.3%	472	62.4%
	不太滿意	95	13.4%	97	12.8%
	非常不滿意	10	1.4%	9	1.1%
	不知道/沒意見	114	16.1%	112	14.8%
合計		708	100.0%	756	100.0%
10.請問您對近一年每天晚上九點到十一點播送之本國製電影類節目的數量滿意嗎？	非常滿意	25	3.5%	33	4.4%
	還算滿意	400	56.5%	446	59.0%
	不太滿意	153	21.6%	153	20.2%
	非常不滿意	18	2.5%	17	2.3%
	不知道/沒意見	112	15.8%	107	14.1%
合計		708	100.0%	756	100.0%
11.整體來說，請問您對近一年播送的本國製電影類節目滿意嗎？	非常滿意	50	7.1%	62	8.2%
	還算滿意	486	68.6%	530	70.0%
	不太滿意	109	15.4%	108	14.3%
	非常不滿意	20	2.8%	19	2.6%
	不知道/沒意見	43	6.1%	37	4.9%
合計		708	100.0%	756	100.0%

本國製節目調查整體(市話加手機)_加權前後次數分配表

訪問主題：本國製節目調查(整體)

市話訪問日期：107年08月10日-08月19日，手機訪問日期：107年08月22日-08月29日

總樣本：12,312人

有效樣本(過去7天有看過無線電視、有線電視或MOD頻道且有看過本國製的電影、戲劇、兒童、綜藝節目)：4,058人

抽樣誤差：在95%的信心水準下，抽樣誤差在正負1.54個百分點之內

訪問地區：戶籍於台閩22縣市，且年滿13歲的一般民眾。

市話調查方法：採用電話調查方式，以分層比例隨機抽樣進行，手機調查方式：依據NCC公布手機電話號頭進行分層抽樣，後5碼隨機產生

加權方法：依內政部最新人口資料，針對性別、年齡、戶籍地採用多重反覆加權(Raking)

		加權前		加權後	
		回答人數	百分比	回答人數	百分比
12. 自去年開始，我國電視頻道曾播送《通靈少女》、《花甲男孩轉大人》...等本國製戲劇類節目。請問從去年至今，您對於本國製戲劇類節目的收視意願是降	降低	219	11.4%	226	11.3%
	提高	436	22.6%	470	23.5%
	沒有改變	1,155	59.9%	1,201	60.0%
	不知道/沒意見	115	6.0%	102	5.1%
	拒答	2	0.1%	2	0.1%
合計		1,927	100.0%	2,000	100.0%
13. 請問從去年至今，您收看本國製戲劇類節目的次數是變少、變多或是沒有改變？	變少	400	20.8%	433	21.7%
	變多	327	17.0%	349	17.4%
	沒有改變	1,151	59.7%	1,174	58.7%
	不知道/沒意見	49	2.5%	45	2.2%
合計		1,927	100.0%	2,000	100.0%
14.請問您對近一年每日晚間八點至十點播送的本國製戲劇類節目例如《通靈少女》、《花甲男孩轉大人》...等內容品質滿意嗎？	非常滿意	249	12.9%	271	13.5%
	還算滿意	1,129	58.6%	1,199	59.9%
	不太滿意	209	10.8%	207	10.3%
	非常不滿意	40	2.1%	33	1.7%
	不知道/沒意見	298	15.5%	289	14.4%
	拒答	2	0.1%	1	0.1%
合計		1,927	100.0%	2,000	100.0%
15. 請問您對近一年每日晚間八點至十點播送的本國製戲劇類節目數量滿意嗎？	非常滿意	129	6.7%	144	7.2%
	還算滿意	1,081	56.1%	1,161	58.0%
	不太滿意	361	18.7%	366	18.3%
	非常不滿意	68	3.5%	61	3.0%
	不知道/沒意見	283	14.7%	264	13.2%
	拒答	5	0.3%	4	0.2%
合計		1,927	100.0%	2,000	100.0%
16. 整體來說，請問您對近一年播送的本國製戲劇類節目滿意嗎？	非常滿意	176	9.1%	200	10.0%
	還算滿意	1,269	65.9%	1,341	67.0%
	不太滿意	305	15.8%	298	14.9%
	非常不滿意	58	3.0%	55	2.8%
	不知道/沒意見	118	6.1%	106	5.3%
	拒答	1	0.1%	1	0.0%
合計		1,927	100.0%	2,000	100.0%

本國製節目調查整體(市話加手機)_加權前後次數分配表

訪問主題：本國製節目調查(整體)

市話訪問日期：107年08月10日-08月19日，手機訪問日期：107年08月22日-08月29日

總樣本：12,312人

有效樣本(過去7天有看過無線電視、有線電視或MOD頻道且有看過本國製的電影、戲劇、兒童、綜藝節目)：4,058人

抽樣誤差：在95%的信心水準下，抽樣誤差在正負1.54個百分點之內

訪問地區：戶籍於台閩22縣市，且年滿13歲的一般民眾。

市話調查方法：採用電話調查方式，以分層比例隨機抽樣進行，手機調查方式：依據NCC公布手機電話號頭進行分層抽樣，後5碼隨機產生

加權方法：依內政部最新人口資料，針對性別、年齡、戶籍地採用多重反覆加權(Raking)

		加權前		加權後	
		回答人數	百分比	回答人數	百分比
17.自去年開始，我國電視頻道曾播送《舞力全開》、《Fighting吧！天團》...等本國製綜藝類節目。請問從去年至今，您對於本	降低	313	14.7%	319	14.3%
	提高	298	14.0%	330	14.8%
	沒有改變	1,457	68.6%	1,530	68.7%
	不知道/沒意見	57	2.7%	48	2.2%
合計		2,125	100.0%	2,228	100.0%
18. 請問從去年至今，您收看本國製綜藝類節目的次數是變少、變多或是沒有改變？	變少	559	26.3%	581	26.1%
	變多	248	11.7%	274	12.3%
	沒有改變	1,288	60.6%	1,347	60.5%
	不知道/沒意見	29	1.4%	25	1.1%
合計		2,124	100.0%	2,227	100.0%
19.請問您對近一年每日晚間八點至十點播送的本國製綜藝類節目例如《舞力全開》、《Fighting吧！天團》...等內容品質滿意嗎？	非常滿意	181	8.5%	203	9.1%
	還算滿意	1,359	64.0%	1,449	65.1%
	不太滿意	309	14.5%	317	14.2%
	非常不滿意	36	1.7%	30	1.3%
	不知道/沒意見	236	11.1%	226	10.2%
	拒答	3	0.1%	2	0.1%
合計		2,124	100.0%	2,227	100.0%
20. 請問您對近一年每日晚間八點至十點播送的本國製綜藝類節目數量滿意嗎？	非常滿意	136	6.4%	160	7.2%
	還算滿意	1,254	59.1%	1,363	61.2%
	不太滿意	393	18.5%	394	17.7%
	非常不滿意	55	2.6%	49	2.2%
	不知道/沒意見	279	13.1%	256	11.5%
	拒答	6	0.3%	4	0.2%
合計		2,123	100.0%	2,226	100.0%
21. 整體來說，請問您對近一年播送的本國製綜藝類節目滿意嗎？	非常滿意	174	8.2%	213	9.6%
	還算滿意	1,438	67.7%	1,527	68.6%
	不太滿意	358	16.9%	353	15.9%
	非常不滿意	48	2.3%	39	1.8%
	不知道/沒意見	104	4.9%	93	4.2%
	拒答	1	0.0%	1	0.0%
合計		2,123	100.0%	2,226	100.0%

本國製節目調查整體(市話加手機)_加權前後次數分配表

訪問主題：本國製節目調查(整體)

市話訪問日期：107年08月10日-08月19日，手機訪問日期：107年08月22日-08月29日

總樣本：12,312人

有效樣本(過去7天有看過無線電視、有線電視或MOD頻道且有看過本國製的電影、戲劇、兒童、綜藝節目)：4,058人

抽樣誤差：在95%的信心水準下，抽樣誤差在正負1.54個百分點之內

訪問地區：戶籍於台閩22縣市，且年滿13歲的一般民眾。

市話調查方法：採用電話調查方式，以分層比例隨機抽樣進行，手機調查方式：依據NCC公布手機電話號頭進行分層抽樣，後5碼隨機產生

加權方法：依內政部最新人口資料，針對性別、年齡、戶籍地採用多重反覆加權(Raking)

		加權前		加權後	
		回答人數	百分比	回答人數	百分比
22.自去年開始，我國電視頻道曾播送《魔法列車DoReMi》、《快樂故事屋》...等本國製兒童類節目。請問從去年至今，您對	降低	35	11.6%	41	13.3%
	提高	71	23.5%	71	22.7%
	沒有改變	181	59.9%	185	59.2%
	不知道/沒意見	15	5.0%	15	4.8%
合計		302	100.0%	312	100.0%
23. 請問從去年至今，您收看本國製兒童類節目的次數是變少、變多或是沒有改變？	變少	55	18.2%	61	19.6%
	變多	86	28.5%	89	28.6%
	沒有改變	153	50.7%	154	49.3%
	不知道/沒意見	8	2.6%	8	2.5%
合計		302	100.0%	312	100.0%
24.請問您對近一年每日晚間五點至七點播送的本國製兒童類節目例如《魔法列車DoReMi》、《快樂故事屋》...等內容品質滿意嗎？	非常滿意	39	12.9%	36	11.6%
	還算滿意	213	70.5%	227	72.7%
	不太滿意	19	6.3%	21	6.6%
	非常不滿意	1	0.3%	1	0.4%
	不知道/沒意見	28	9.3%	26	8.3%
	拒答	2	0.7%	1	0.4%
合計		302	100.0%	312	100.0%
25. 請問您對近一年每日晚間五點至七點播送的本國製兒童類節目數量滿意嗎？	非常滿意	28	9.3%	29	9.2%
	還算滿意	188	62.3%	198	63.5%
	不太滿意	49	16.2%	52	16.7%
	非常不滿意	3	1.0%	3	1.0%
	不知道/沒意見	34	11.3%	30	9.6%
合計		302	100.0%	312	100.0%
26. 整體來說，請問您對近一年播送的本國製兒童類節目滿意嗎？	非常滿意	46	15.2%	48	15.4%
	還算滿意	211	69.9%	222	71.1%
	不太滿意	31	10.3%	30	9.5%
	非常不滿意	3	1.0%	3	1.1%
	不知道/沒意見	11	3.6%	9	3.0%
合計		302	100.0%	312	100.0%

本國製節目調查整體(市話加手機)_加權前後次數分配表

訪問主題：本國製節目調查(整體)

市話訪問日期：107年08月10日-08月19日，手機訪問日期：107年08月22日-08月29日

總樣本：12,312人

有效樣本(過去7天有看過無線電視、有線電視或MOD頻道且有看過本國製的電影、戲劇、兒童、綜藝節目)：4,058人

抽樣誤差：在95%的信心水準下，抽樣誤差在正負1.54個百分點之內

訪問地區：戶籍於台閩22縣市，且年滿13歲的一般民眾。

市話調查方法：採用電話調查方式，以分層比例隨機抽樣進行，手機調查方式：依據NCC公布手機電話號頭進行分層抽樣，後5碼隨機產生

加權方法：依內政部最新人口資料，針對性別、年齡、戶籍地採用多重反覆加權(Raking)

		加權前		加權後	
		回答人數	百分比	回答人數	百分比
27.為保障本國文化，扶植國內節目製作，NCC從去年1月開始，要求無線電視及衛星頻道節目於主要及指定時段，必須播送一定比例以上的本國自製節目。請問，您支持政府做這個規定嗎？	非常支持	1,579	38.9%	1,605	38.0%
	還算支持	1,789	44.1%	1,940	45.9%
	不太支持	273	6.7%	271	6.4%
	非常不支持	113	2.8%	113	2.7%
	不知道/沒意見	301	7.4%	292	6.9%
	拒答	2	0.0%	3	0.1%
合計		4,057	100.0%	4,223	100.0%
28.為了進行前面所說的這個規定，NCC在106年1月8號開始實施《無線電視事業播送本國自製節	有聽過	338	8.3%	330	7.8%
	沒聽過	3,716	91.6%	3,891	92.1%
	拒答	3	0.1%	2	0.1%
合計		4,057	100.0%	4,223	100.0%
29.請問在今天之前，您知道這兩項辦法成立的目的嗎？	知道	369	9.1%	362	8.6%
	不知道	3,687	90.9%	3,861	91.4%
	拒答	1	0.0%	1	0.0%
合計		4,057	100.0%	4,223	100.0%
30.請問在今天之前，您清楚這兩項辦法管理的內容嗎？	非常清楚	6	0.1%	4	0.1%
	還算清楚	104	2.6%	116	2.7%
	不太清楚	1,282	31.6%	1,329	31.5%
	非常不清楚	1,893	46.7%	2,071	49.0%
	不知道/沒意見	771	19.0%	703	16.6%
	拒答	1	0.0%	1	0.0%
合計		4,057	100.0%	4,223	100.0%
31.請問在今天之前，您清楚這兩項辦法對本國自製節目管理的類型嗎？	非常清楚	13	0.3%	13	0.3%
	還算清楚	134	3.3%	147	3.5%
	不太清楚	1,264	31.2%	1,342	31.8%
	非常不清楚	1,819	44.8%	1,974	46.7%
	不知道/沒意見	826	20.4%	747	17.7%
	拒答	1	0.0%	1	0.0%
合計		4,057	100.0%	4,223	100.0%
32.請問在今天之前，您清楚這兩項辦法對本國自製節目管理的比例嗎？	非常清楚	12	0.3%	12	0.3%
	還算清楚	80	2.0%	92	2.2%
	不太清楚	1,167	28.8%	1,233	29.2%
	非常不清楚	1,921	47.4%	2,089	49.5%
	不知道/沒意見	875	21.6%	796	18.9%
	拒答	2	0.0%	1	0.0%
合計		4,057	100.0%	4,223	100.0%

本國製節目調查整體(市話加手機)_加權前後次數分配表

訪問主題：本國製節目調查(整體)

市話訪問日期：107年08月10日-08月19日，手機訪問日期：107年08月22日-08月29日

總樣本：12,312人

有效樣本(過去7天有看過無線電視、有線電視或MOD頻道且有看過本國製的電影、戲劇、兒童、綜藝節目)：4,058人

抽樣誤差：在95%的信心水準下，抽樣誤差在正負1.54個百分點之內

訪問地區：戶籍於台閩22縣市，且年滿13歲的一般民眾。

市話調查方法：採用電話調查方式，以分層比例隨機抽樣進行，手機調查方式：依據NCC公布手機電話號頭進行分層抽樣，後5碼隨機產生

加權方法：依內政部最新人口資料，針對性別、年齡、戶籍地採用多重反覆加權(Raking)

		加權前		加權後	
		回答人數	百分比	回答人數	百分比
33.請問在今天之前，您清楚這兩項辦法對本國自製節目管理的時段嗎？	非常清楚	24	0.6%	29	0.7%
	還算清楚	136	3.4%	153	3.6%
	不太清楚	1,144	28.2%	1,208	28.6%
	非常不清楚	1,870	46.1%	2,039	48.3%
	不知道/沒意見	880	21.7%	791	18.7%
	拒答	3	0.1%	3	0.1%
合計		4,057	100.0%	4,223	100.0%
34.現在有些電視節目會加上贊助廠商名稱（例如有節目名稱是《全國電子我們的那首歌》），又稱做冠名贊助。目前NCC為鼓	支持	2,988	73.7%	3,151	74.6%
	不支持	655	16.1%	664	15.7%
	不知道/沒意見	410	10.1%	405	9.6%
	拒答	4	0.1%	4	0.1%
合計		4,057	100.0%	4,223	100.0%
35.針對本國電視節目自製的政策，請問您還有相關建議嗎？	增加本土化內容節目	107	2.6%	100	2.4%
	增加知識教育類節目	62	1.5%	58	1.4%
	增加綜藝類型節目	30	0.7%	28	0.7%
	增加溫馨勵志類型節目	43	1.1%	39	0.9%
	降低暴力負面型節目	82	2.0%	80	1.9%
	節目內容要多元均衡	121	3.0%	120	2.8%
	節目內容創新	165	4.1%	165	3.9%
	降低重播率	58	1.4%	56	1.3%
	提升節目製作品質	126	3.1%	117	2.8%
	政府政策支持，勿過度限	70	1.7%	61	1.4%
	增加節目製作經費	77	1.9%	71	1.7%
	減少廣告與冠名贊助資訊	49	1.2%	49	1.2%
	政府嚴格把關製播內容	4	0.1%	5	0.1%
	其他	4	0.1%	4	0.1%
	沒有建議	3,197	78.8%	3,394	80.4%
	不知道/沒意見	108	2.7%	103	2.4%
	拒答	2	0.0%	2	0.0%
合計		4,057	100.0%	4,223	100.0%

本國製節目調查整體(市話加手機)_加權前後次數分配表

訪問主題：本國製節目調查(整體)

市話訪問日期：107年08月10日-08月19日，手機訪問日期：107年08月22日-08月29日

總樣本：12,312人

有效樣本(過去7天有看過無線電視、有線電視或MOD頻道且有看過本國製的電影、戲劇、兒童、綜藝節目)：4,058人

抽樣誤差：在95%的信心水準下，抽樣誤差在正負1.54個百分點之內

訪問地區：戶籍於台閩22縣市，且年滿13歲的一般民眾。

市話調查方法：採用電話調查方式，以分層比例隨機抽樣進行，手機調查方式：依據NCC公布手機電話號頭進行分層抽樣，後5碼隨機產生

加權方法：依內政部最新人口資料，針對性別、年齡、戶籍地採用多重反覆加權(Raking)

		加權前		加權後	
		回答人數	百分比	回答人數	百分比
S1.請問您的教育程度？	小學及以下	1,580	12.8%	1,366	11.1%
	國中、初中	1,285	10.4%	1,271	10.3%
	高中、高職	3,511	28.5%	3,548	28.8%
	專科	1,499	12.2%	1,397	11.3%
	大學	3,491	28.4%	3,750	30.5%
	碩士以上	822	6.7%	855	6.9%
	拒答	124	1.0%	125	1.0%
合計		12,312	100.0%	12,312	100.0%
S2.受訪者性別	男性	6,218	50.5%	6,082	49.4%
	女性	6,094	49.5%	6,230	50.6%
合計		12,312	100.0%	12,312	100.0%
S3.請問您目前居住的地區？	新北市	3,369	27.4%	2,096	17.0%
	臺北市	1,362	11.1%	1,383	11.2%
	桃園市	871	7.1%	1,129	9.2%
	臺中市	1,315	10.7%	1,437	11.7%
	臺南市	960	7.8%	991	8.0%
	高雄市	1,650	13.4%	1,463	11.9%
	宜蘭縣	178	1.4%	241	2.0%
	新竹縣	196	1.6%	280	2.3%
	苗栗縣	171	1.4%	289	2.3%
	彰化縣	561	4.6%	668	5.4%
	南投縣	220	1.8%	267	2.2%
	雲林縣	264	2.1%	366	3.0%
	嘉義縣	208	1.7%	276	2.2%
	屏東縣	337	2.7%	443	3.6%
	臺東縣	81	0.7%	116	0.9%
	花蓮縣	119	1.0%	174	1.4%
	澎湖縣	36	0.3%	56	0.5%
	基隆市	153	1.2%	198	1.6%
	新竹市	137	1.1%	221	1.8%
	嘉義市	97	0.8%	140	1.1%
	金門縣	24	0.2%	74	0.6%
	連江縣	3	0.0%	7	0.1%
合計		12,312	100.0%	12,312	100.0%

附表1　過去七天內曾看過無線電視、有線電視或MOD頻道

單位：人；%

	樣本數	無線電視	有線電視	MOD頻道	都沒有	不知道/沒意見
總計	12,312	17.1	49.7	17.9	29.3	0.9
性別						
男性	6,082	16.6	48.6	18.2	29.7	0.5
女性	6,230	17.5	50.7	17.5	28.9	1.2
年齡						
13-19歲	1,036	14.1	37.6	22.6	36.9	1.8
20-29歲	1,872	12.0	40.2	21.2	38.2	0.5
30-39歲	2,167	15.4	47.2	19.1	31.8	0.3
40-49歲	2,163	16.8	53.7	17.9	27.5	0.1
50-59歲	2,135	20.3	54.6	18.5	23.2	0.5
60-69歲	1,685	20.1	56.6	15.4	23.2	1.2
70歲以上	1,220	20.6	53.3	8.2	27.2	3.3
拒答	34	31.8	54.4	33.9	15.3	-
教育程度						
小學及以下	1,366	17.3	48.5	8.7	32.3	3.8
國中初中	1,271	15.3	50.1	14.0	31.1	1.2
高中高職	3,548	18.1	49.5	17.1	29.7	0.5
專科	1,397	18.0	54.7	20.7	23.0	0.6
大學	3,750	16.4	48.5	20.5	30.2	0.2
碩士以上	855	17.1	49.3	26.1	24.2	0.5
拒答	125	13.0	42.7	10.3	43.3	4.3
居住地區						
新北市	2,096	15.8	53.2	17.2	29.2	0.4
臺北市	1,383	15.8	49.7	17.0	32.4	1.5
桃園市	1,129	16.0	49.9	19.7	29.3	1.2
臺中市	1,437	18.7	46.6	17.6	31.3	0.4
臺南市	991	18.8	50.9	15.4	27.7	0.8
高雄市	1,463	15.5	51.6	17.1	28.1	1.0
宜蘭縣	241	19.9	47.5	13.7	30.2	1.8
新竹縣	280	10.4	50.3	22.7	28.2	1.2
苗栗縣	289	18.8	54.7	18.9	23.5	1.8
彰化縣	668	22.2	48.3	15.6	26.5	1.1
南投縣	267	18.5	48.8	18.5	26.4	0.4
雲林縣	366	19.4	44.1	17.4	31.7	0.6
嘉義縣	276	16.3	45.0	22.3	27.6	-
屏東縣	443	18.7	51.7	19.0	27.7	0.4
臺東縣	116	15.5	49.6	18.2	28.8	1.0
花蓮縣	174	17.3	38.1	22.4	35.6	-
澎湖縣	56	26.7	53.1	24.7	25.0	-
基隆市	198	12.5	50.1	18.8	26.6	1.9
新竹市	221	14.4	47.9	19.1	29.3	1.8
嘉義市	140	14.5	45.7	27.0	25.1	0.8
金門縣	74	25.5	24.8	28.9	39.4	2.8
連江縣	7	35.3	-	-	64.7	-

註：此題為複選題，不適合進行卡方檢定。

附表2　收看無線電視、有線電視或MOD頻道的時間

	樣本數	0至1時	1至2時	2至3時	3至4時	4至5時	5至6時	6至7時	7至8時
總計	8,599	1.1	0.8	0.4	0.2	0.2	0.3	1.4	2.5
性別									
男性	4,244	1.3	1.0	0.6	0.4	0.3	0.2	1.3	2.3
女性	4,355	0.9	0.5	0.2	0.1	0.1	0.3	1.6	2.8
年齡									
13-19歲	635	0.6	0.6	0.6	0.4	0.7	-	0.9	0.8
20-29歲	1,148	1.3	1.5	1.0	0.5	0.3	0.2	1.3	1.2
30-39歲	1,471	1.9	1.1	0.5	0.2	0.1	0.1	0.6	1.1
40-49歲	1,566	1.4	0.6	0.4	0.2	0.1	0.2	1.2	1.7
50-59歲	1,630	1.1	0.8	0.3	0.2	-	0.1	1.8	3.1
60-69歲	1,273	0.5	0.4	0.1	0.1	0.2	0.6	2.0	4.4
70歲以上	848	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.9	2.6	5.8
拒答	29	-	-	-	-	-	-	-	4.7
教育程度									
小學及以下	874	0.6	0.7	0.7	0.9	0.7	0.7	2.3	4.8
國中初中	861	1.2	0.7	0.2	-	0.1	0.4	1.8	2.3
高中高職	2,477	1.2	0.8	0.5	0.1	0.1	0.2	1.6	2.5
專科	1,068	1.3	0.6	0.3	0.2	0.1	0.2	1.6	3.3
大學	2,611	1.2	0.9	0.4	0.2	0.1	0.1	0.9	1.9
碩士以上	643	0.7	0.6	0.2	-	0.1	0.1	1.4	1.1
拒答	66	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.2	-	4.0
居住地區									
新北市	1,475	1.5	1.0	0.4	0.2	0.2	0.4	0.9	2.0
臺北市	914	1.5	1.2	0.4	-	-	0.3	0.8	2.4
桃園市	784	1.0	0.7	0.4	-	-	0.3	1.5	2.7
臺中市	982	1.2	0.5	0.4	0.1	-	0.2	1.3	2.0
臺南市	708	1.5	1.4	0.9	0.7	0.8	0.3	1.6	3.2
高雄市	1,037	1.4	1.0	0.5	0.4	0.2	0.4	1.9	3.3
宜蘭縣	164	-	0.7	-	-	-	-	2.6	1.3
新竹縣	198	2.0	0.6	-	-	-	-	1.2	3.6
苗栗縣	216	0.7	0.7	0.7	-	-	-	2.5	2.5
彰化縣	484	0.2	0.4	0.4	0.4	0.4	0.2	1.2	2.7
南投縣	195	0.6	0.6	-	-	0.5	0.5	1.6	2.5
雲林縣	248	-	-	-	-	-	-	2.0	3.0
嘉義縣	200	-	-	1.2	1.2	1.2	-	3.0	2.3
屏東縣	319	1.1	0.4	0.4	0.7	-	-	3.7	2.1
臺東縣	82	-	-	-	-	-	-	1.4	1.3
花蓮縣	112	1.3	-	-	-	-	-	1.0	3.0
澎湖縣	42	-	-	-	-	-	-	-	-
基隆市	142	0.8	-	-	-	-	0.7	2.1	3.0
新竹市	153	0.9	1.2	1.2	-	-	0.8	-	2.1
嘉義市	104	-	-	-	-	-	-	-	6.4
金門縣	43	-	-	-	-	-	-	-	-
連江縣	2	-	-	-	-	-	-	-	-

註：此題為複選題，不適合進行卡方檢定。

附表2　收看無線電視、有線電視或MOD頻道的時間(續1)

	8至9時	9至10時	10至11時	11至12時	12至13時	13至14時	14至15時	15至16時	16至17時
總計	2.6	2.9	3.0	3.8	7.7	4.6	3.1	2.6	2.8
性別									
男性	2.4	2.6	2.6	3.1	6.6	3.2	2.5	2.1	2.4
女性	2.7	3.3	3.5	4.4	8.8	5.9	3.6	3.1	3.2
年齡									
13-19歲	1.8	2.2	3.7	4.6	6.7	5.8	6.3	4.6	6.3
20-29歲	1.2	1.2	1.4	2.1	4.2	2.9	3.4	2.8	3.1
30-39歲	1.2	1.4	1.5	2.5	5.2	2.4	1.4	0.8	1.7
40-49歲	1.4	2.0	2.2	2.6	5.6	3.2	1.6	1.4	2.0
50-59歲	2.6	2.9	3.0	4.5	9.2	5.8	2.6	2.6	2.3
60-69歲	5.3	5.4	4.6	5.4	12.6	7.0	3.8	3.7	2.5
70歲以上	5.2	6.6	6.6	5.7	11.5	6.1	5.8	4.7	4.8
拒答	-	-	3.7	8.3	10.5	7.8	3.1	6.6	6.6
教育程度									
小學及以下	4.0	4.4	4.9	4.7	9.9	6.0	4.3	3.1	3.7
國中初中	3.4	4.7	4.3	5.4	10.5	6.5	4.9	4.4	4.3
高中高職	3.2	3.4	3.8	4.7	7.9	5.2	3.5	2.9	3.4
專科	2.1	2.4	2.4	2.6	8.1	5.2	2.6	2.3	1.9
大學	1.8	1.9	1.8	3.0	6.5	3.2	2.2	2.0	2.0
碩士以上	0.9	1.6	2.0	1.9	5.3	2.2	1.3	1.3	1.5
拒答	3.3	1.8	1.8	4.0	7.0	4.7	9.2	6.8	8.9
居住地區									
新北市	2.0	2.0	2.4	2.9	5.8	4.1	3.1	2.9	3.0
臺北市	2.5	3.5	3.5	4.3	7.0	4.3	3.6	2.8	2.6
桃園市	2.8	3.0	2.4	2.8	8.3	5.6	3.8	2.9	2.8
臺中市	2.3	2.9	3.3	3.7	6.4	3.5	2.4	1.5	1.6
臺南市	3.2	3.7	4.4	6.2	7.6	3.8	2.0	2.4	2.5
高雄市	2.8	2.8	2.9	3.0	6.9	4.2	2.7	3.1	2.9
宜蘭縣	4.1	4.1	5.5	4.8	8.8	5.0	3.5	1.6	3.0
新竹縣	3.2	2.4	1.1	1.7	7.4	6.4	4.4	3.2	4.4
苗栗縣	1.6	3.5	2.9	2.9	7.1	5.1	2.2	0.7	2.0
彰化縣	2.7	3.9	3.4	3.8	11.9	5.4	3.5	2.2	1.6
南投縣	4.4	5.0	5.6	9.0	11.4	7.2	4.2	3.9	2.4
雲林縣	1.4	1.5	2.1	5.4	8.7	5.7	3.4	4.2	3.8
嘉義縣	1.5	1.0	0.5	2.8	8.5	5.6	4.5	2.7	7.2
屏東縣	3.3	2.8	3.4	3.6	10.3	3.2	2.2	1.8	4.0
臺東縣	6.3	3.7	3.7	7.4	11.4	1.5	1.3	3.1	3.1
花蓮縣	2.9	1.9	2.9	7.5	12.8	6.0	3.9	4.0	1.0
澎湖縣	3.0	9.6	9.6	3.7	7.1	9.0	5.6	5.6	11.5
基隆市	2.7	3.3	3.3	3.1	7.5	3.8	1.8	2.5	1.5
新竹市	2.1	1.8	1.8	2.6	5.7	6.2	3.3	1.8	3.9
嘉義市	-	1.1	1.1	1.3	13.9	10.9	4.9	5.1	6.1
金門縣	-	5.7	-	-	16.1	-	-	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：此題為複選題，不適合進行卡方檢定。

附表2　收看無線電視、有線電視或MOD頻道的時間(續完)

單位：人；%

	17至18時	18至19時	19至20時	20至21時	21至22時	22至23時	23至0時	不知道/沒意見	拒答
總計	6.7	27.3	50.2	54.9	45.2	22.0	8.9	8.8	0.1
性別									
男性	6.6	27.9	51.8	55.6	45.7	22.5	9.4	8.7	0.0
女性	6.8	26.7	48.7	54.2	44.7	21.5	8.4	8.9	0.1
年齡									
13-19歲	12.7	33.6	50.6	48.1	36.2	14.3	3.6	5.2	-
20-29歲	6.2	32.1	48.5	50.8	42.5	21.9	10.6	5.9	-
30-39歲	5.8	27.2	51.1	57.2	49.8	25.8	13.1	6.8	0.0
40-49歲	5.9	28.9	53.7	59.8	52.0	27.9	12.2	7.4	-
50-59歲	5.5	25.7	50.7	56.6	47.9	24.1	9.1	8.9	0.0
60-69歲	6.4	23.7	51.0	55.6	41.9	18.4	5.0	11.8	0.1
70歲以上	8.7	22.0	42.5	48.7	35.5	12.2	2.5	16.3	0.1
拒答	8.8	8.5	49.1	43.1	29.7	9.9	3.6	24.8	4.6
教育程度									
小學及以下	9.3	22.5	39.9	46.6	34.8	11.5	1.4	18.8	0.3
國中初中	9.3	29.4	48.8	53.0	41.0	17.1	4.1	11.6	-
高中高職	7.8	28.5	51.8	54.5	45.7	22.9	9.0	9.0	0.1
專科	4.3	25.6	52.3	60.9	50.8	26.3	11.2	7.4	-
大學	5.4	28.1	51.6	56.4	47.8	24.6	11.4	5.5	0.0
碩士以上	4.7	25.9	52.5	56.2	45.7	21.6	10.6	5.1	-
拒答	6.8	23.8	37.0	35.4	22.8	20.2	7.1	20.4	2.0
居住地區									
新北市	6.1	24.3	47.1	56.3	49.9	27.0	12.5	8.0	0.1
臺北市	5.2	21.3	45.3	52.8	44.8	26.0	12.7	9.4	-
桃園市	7.3	32.6	51.8	57.0	47.5	22.3	7.9	8.8	0.1
臺中市	6.0	29.3	52.9	54.1	43.1	21.1	6.7	8.9	-
臺南市	7.9	29.4	50.0	54.6	46.7	20.6	6.0	9.8	0.2
高雄市	6.4	25.8	49.2	52.9	43.9	22.4	10.0	10.2	-
宜蘭縣	7.2	34.1	51.7	54.1	44.8	21.3	8.9	9.8	-
新竹縣	9.1	32.5	59.2	61.5	46.9	20.8	9.5	5.1	-
苗栗縣	4.1	29.3	61.3	65.3	44.5	15.2	5.1	6.8	-
彰化縣	9.3	32.6	55.1	54.5	44.7	19.5	6.7	6.7	-
南投縣	9.8	24.2	48.6	49.0	40.0	14.7	3.4	9.3	0.7
雲林縣	6.6	32.6	56.2	53.3	38.0	14.2	3.7	8.6	-
嘉義縣	7.9	23.8	47.3	52.1	38.1	16.0	7.9	13.2	-
屏東縣	5.8	24.5	50.5	54.4	42.1	17.7	6.7	9.4	-
臺東縣	5.0	23.5	58.9	54.0	40.4	20.1	3.9	8.7	-
花蓮縣	7.4	32.2	53.9	52.5	45.3	18.9	9.6	7.2	-
澎湖縣	21.3	24.6	45.0	47.3	40.0	14.4	6.8	4.4	-
基隆市	4.9	29.0	58.8	66.6	56.6	21.8	8.4	5.0	-
新竹市	6.6	23.7	39.8	53.2	46.7	25.3	10.5	8.1	-
嘉義市	6.0	26.3	45.5	41.5	24.1	18.3	5.1	13.2	-
金門縣	6.9	12.6	28.9	77.0	53.6	19.9	19.9	4.6	-
連江縣	-	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-

註：此題為複選題，不適合進行卡方檢定。

附表3　過去七天內有無看過本國製的電視節目

單位：人；%

		樣本數	合計	有	沒有	不知道/沒意見
總計		8,599	100.0	63.3	35.1	1.6
性別						
男性		4,244	100.0	62.6	36.0	1.4
女性		4,355	100.0	63.9	34.2	1.9
年齡	***					
13-19歲		635	100.0	68.4	30.8	0.8
20-29歲		1,148	100.0	72.6	26.4	1.0
30-39歲		1,471	100.0	71.4	28.1	0.4
40-49歲		1,566	100.0	68.6	30.7	0.7
50-59歲		1,630	100.0	60.5	38.7	0.8
60-69歲		1,273	100.0	54.2	43.3	2.5
70歲以上		848	100.0	42.0	50.6	7.4
拒答		29	100.0	55.3	41.1	3.7
教育程度	***					
小學及以下		874	100.0	44.0	49.6	6.5
國中初中		861	100.0	62.0	35.4	2.6
高中高職		2,477	100.0	62.6	36.1	1.3
專科		1,068	100.0	67.6	31.8	0.5
大學		2,611	100.0	67.8	31.4	0.7
碩士以上		643	100.0	69.0	30.6	0.3
拒答		66	100.0	52.3	42.4	5.3
居住地區	***					
新北市		1,475	100.0	66.6	32.6	0.8
臺北市		914	100.0	58.9	39.3	1.8
桃園市		784	100.0	62.0	36.6	1.3
臺中市		982	100.0	62.6	34.6	2.8
臺南市		708	100.0	62.6	35.7	1.7
高雄市		1,037	100.0	65.5	33.2	1.4
宜蘭縣		164	100.0	66.2	33.8	-
新竹縣		198	100.0	68.1	30.8	1.1
苗栗縣		216	100.0	54.7	44.8	0.6
彰化縣		484	100.0	62.2	34.4	3.4
南投縣		195	100.0	61.1	36.7	2.2
雲林縣		248	100.0	62.6	35.7	1.7
嘉義縣		200	100.0	63.5	34.4	2.1
屏東縣		319	100.0	60.4	36.8	2.8
臺東縣		82	100.0	57.0	43.0	-
花蓮縣		112	100.0	54.1	43.8	2.1
澎湖縣		42	100.0	71.1	25.3	3.7
基隆市		142	100.0	60.9	38.4	0.7
新竹市		153	100.0	73.3	25.2	1.5
嘉義市		104	100.0	68.6	31.4	-
金門縣		43	100.0	86.0	14.0	-
連江縣		2	100.0	-	100.0	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表4　本國製的節目較常收看的節目種類

單位：人；%

	樣本數	電影	戲劇	綜藝	兒童	都不常收看	不知道/沒意見	拒答
總計	5,441	13.9	36.8	40.9	5.7	21.8	0.5	0.0
性別								
男性	2,658	17.8	30.1	40.3	3.7	24.8	0.6	0.0
女性	2,783	10.2	43.2	41.5	7.6	18.9	0.4	-
年齡								
13-19歲	434	18.3	44.2	50.8	4.9	5.4	-	-
20-29歲	833	22.6	33.0	53.1	4.3	10.9	-	-
30-39歲	1,051	15.5	33.0	50.3	10.7	15.1	0.3	-
40-49歲	1,074	13.6	39.8	41.7	7.7	19.2	0.2	-
50-59歲	986	10.8	39.9	33.1	3.2	29.6	0.6	0.1
60-69歲	690	8.6	34.6	26.8	2.5	36.9	1.0	-
70歲以上	356	3.8	33.8	20.6	3.0	43.5	3.1	-
拒答	16	-	40.9	15.3	-	43.7	-	-
教育程度								
小學及以下	384	6.3	48.5	23.2	3.6	29.7	2.2	-
國中初中	534	11.4	40.9	33.6	5.3	22.4	1.5	-
高中高職	1,551	15.8	41.1	39.7	5.9	19.9	0.5	-
專科	723	12.3	37.0	43.7	5.9	24.9	0.1	0.2
大學	1,771	15.3	32.1	47.8	5.9	17.7	0.1	-
碩士以上	444	14.0	25.5	37.0	6.6	31.1	0.3	-
拒答	34	14.5	24.9	45.2	5.7	32.4	-	-
居住地區								
新北市	982	14.2	31.8	45.7	7.6	20.6	0.2	-
臺北市	538	15.2	32.7	38.3	5.6	26.0	0.6	-
桃園市	486	9.6	34.5	41.0	7.1	21.9	0.9	0.2
臺中市	615	13.9	36.5	40.9	5.0	21.4	0.7	-
臺南市	443	14.7	41.9	40.1	4.8	18.1	1.5	-
高雄市	678	15.1	37.5	39.6	4.9	23.5	0.3	-
宜蘭縣	108	10.5	40.5	31.8	12.7	20.6	-	-
新竹縣	135	16.2	30.7	41.8	-	25.8	-	-
苗栗縣	118	9.9	32.5	53.9	6.8	11.9	-	-
彰化縣	301	11.0	41.3	43.5	8.2	18.7	0.3	-
南投縣	119	15.8	34.8	41.8	5.5	26.0	-	-
雲林縣	155	10.1	54.7	38.2	2.6	19.6	-	-
嘉義縣	127	12.7	40.9	37.6	2.1	22.5	-	-
屏東縣	192	15.8	42.8	35.4	3.7	25.0	0.5	-
臺東縣	46	12.6	46.5	34.7	-	24.8	-	-
花蓮縣	60	25.5	32.4	35.4	13.4	24.0	1.8	-
澎湖縣	30	4.4	29.4	28.3	10.4	35.3	4.4	-
基隆市	86	12.8	32.0	34.9	4.7	26.0	-	-
新竹市	112	31.9	35.2	46.6	2.7	19.2	-	-
嘉義市	71	5.6	43.4	47.1	1.8	21.9	-	-
金門縣	37	8.0	64.8	9.7	-	12.1	5.4	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-

註：此題為複選題，不適合進行卡方檢定。

附表5 對於本國製電影類節目的收視意願

單位：人；%

		樣本數	合計	降低	提高	沒有改變	不知道/沒意見
總計		756	100.0	9.9	24.9	62.6	2.6
性別	***						
男性		473	100.0	9.6	19.6	67.7	3.1
女性		284	100.0	10.3	33.9	54.0	1.9
年齡	***						
13-19歲		79	100.0	6.3	13.1	78.4	2.2
20-29歲		189	100.0	7.8	30.2	61.3	0.7
30-39歲		163	100.0	3.1	31.1	64.3	1.5
40-49歲		146	100.0	13.5	31.2	53.1	2.3
50-59歲		107	100.0	17.9	13.1	67.1	1.9
60-69歲		59	100.0	16.8	14.0	58.9	10.3
70歲以上		14	100.0	9.1	20.1	48.4	22.4
拒答		-	-	-	-	-	-
教育程度							
小學及以下		24	100.0	8.0	13.4	65.3	13.3
國中初中		61	100.0	9.5	13.8	69.0	7.8
高中高職		245	100.0	9.4	25.9	61.7	3.1
專科		89	100.0	14.6	26.2	58.4	0.7
大學		271	100.0	9.5	27.9	61.7	0.9
碩士以上		62	100.0	7.2	22.6	68.0	2.1
拒答		5	100.0	15.4	19.5	65.1	-
居住地區	a						
新北市		139	100.0	11.9	20.7	65.5	1.9
臺北市		82	100.0	8.9	29.4	56.1	5.6
桃園市		46	100.0	5.6	31.2	60.3	2.9
臺中市		86	100.0	7.4	31.1	61.4	-
臺南市		65	100.0	15.3	12.0	69.6	3.1
高雄市		103	100.0	10.6	24.1	63.1	2.2
宜蘭縣		11	100.0	-	22.2	68.9	8.9
新竹縣		22	100.0	5.0	16.6	78.4	-
苗栗縣		12	100.0	13.4	-	75.0	11.6
彰化縣		33	100.0	6.9	24.5	68.6	-
南投縣		19	100.0	-	14.9	79.9	5.2
雲林縣		16	100.0	9.7	20.9	69.4	-
嘉義縣		16	100.0	6.2	55.3	38.5	-
屏東縣		30	100.0	17.6	19.5	62.8	-
臺東縣		6	100.0	32.1	-	67.9	-
花蓮縣		15	100.0	7.3	37.9	47.9	6.9
澎湖縣		1	100.0	-	-	100.0	-
基隆市		11	100.0	10.2	10.2	70.8	8.8
新竹市		36	100.0	7.5	39.6	48.1	4.8
嘉義市		4	100.0	33.1	66.9	-	-
金門縣		3	100.0	-	100.0	-	-
連江縣		-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表6　收看本國製電影類節目的次數

單位：人；%

	樣本數	合計	變少	變多	沒有改變	不知道/沒意見
總計	756	100.0	21.9	19.7	56.8	1.7
性別 *						
男性	473	100.0	21.5	16.9	60.0	1.6
女性	284	100.0	22.6	24.3	51.4	1.7
年齡 **						
13-19歲	79	100.0	20.9	20.3	58.9	-
20-29歲	189	100.0	27.9	23.6	48.6	-
30-39歲	163	100.0	14.0	20.1	65.5	0.4
40-49歲	146	100.0	18.2	25.9	52.6	3.3
50-59歲	107	100.0	24.2	10.5	62.9	2.4
60-69歲	59	100.0	29.7	9.5	53.9	6.8
70歲以上	14	100.0	27.9	7.0	61.8	3.3
拒答	-	-	-	-	-	-
教育程度						
小學及以下	24	100.0	25.6	12.6	52.5	9.2
國中初中	61	100.0	31.4	13.2	53.1	2.4
高中高職	245	100.0	20.7	19.3	58.0	2.1
專科	89	100.0	17.5	22.1	59.6	0.8
大學	271	100.0	22.6	21.9	54.8	0.6
碩士以上	62	100.0	19.8	18.7	59.2	2.3
拒答	5	100.0	15.4	-	84.6	-
居住地區 a						
新北市	139	100.0	17.3	15.3	65.5	1.9
臺北市	82	100.0	18.2	26.0	55.8	-
桃園市	46	100.0	20.2	38.3	41.6	-
臺中市	86	100.0	26.9	23.8	49.3	-
臺南市	65	100.0	31.8	16.3	50.2	1.7
高雄市	103	100.0	22.4	19.4	55.2	3.1
宜蘭縣	11	100.0	23.9	13.3	53.9	8.9
新竹縣	22	100.0	21.2	16.6	62.2	-
苗栗縣	12	100.0	50.7	-	49.3	-
彰化縣	33	100.0	13.7	12.6	73.7	-
南投縣	19	100.0	9.3	6.9	73.7	10.1
雲林縣	16	100.0	18.8	9.5	71.6	-
嘉義縣	16	100.0	12.7	9.9	68.7	8.7
屏東縣	30	100.0	33.8	4.0	57.4	4.8
臺東縣	6	100.0	66.1	-	33.9	-
花蓮縣	15	100.0	7.3	29.4	63.3	-
澎湖縣	1	100.0	-	-	100.0	-
基隆市	11	100.0	32.0	-	68.0	-
新竹市	36	100.0	16.7	34.9	48.4	-
嘉義市	4	100.0	33.1	66.9	-	-
金門縣	3	100.0	-	100.0	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表7　本國製電影類節目內容品質滿意度

單位：人；%

	樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見
總計	756	100.0	71.3	8.9	62.4	13.9	12.8	1.1	14.8
性別									
男性	473	100.0	72.9	8.7	64.3	13.7	12.2	1.5	13.3
女性	284	100.0	68.5	9.1	59.4	14.3	13.8	0.5	17.2
年齡 a									
13-19歲	79	100.0	94.2	9.8	84.4	4.4	4.4	-	1.4
20-29歲	189	100.0	82.8	10.9	71.9	6.4	6.4	-	10.7
30-39歲	163	100.0	74.6	10.9	63.7	16.5	16.1	0.4	8.8
40-49歲	146	100.0	66.9	9.6	57.3	14.9	14.3	0.6	18.3
50-59歲	107	100.0	51.2	2.7	48.6	26.7	21.4	5.3	22.1
60-69歲	59	100.0	50.9	5.2	45.7	19.4	17.9	1.5	29.6
70歲以上	14	100.0	30.0	5.6	24.4	8.2	4.7	3.5	61.8
拒答	-	-	-	-	-	-	-	-	-
教育程度									
小學及以下	24	100.0	49.1	3.3	45.8	11.6	11.6	-	39.3
國中初中	61	100.0	83.5	6.9	76.6	8.4	7.7	0.8	8.0
高中高職	245	100.0	74.7	10.6	64.1	13.5	12.4	1.1	11.8
專科	89	100.0	59.2	4.1	55.1	19.6	17.6	2.0	21.2
大學	271	100.0	71.9	11.2	60.8	14.3	13.3	1.0	13.7
碩士以上	62	100.0	70.0	3.6	66.4	13.0	11.5	1.5	17.0
拒答	5	100.0	60.6	-	60.6	-	-	-	39.4
居住地區 a									
新北市	139	100.0	73.4	8.3	65.1	14.8	13.7	1.2	11.8
臺北市	82	100.0	77.4	12.3	65.2	12.3	11.2	1.1	10.2
桃園市	46	100.0	64.0	6.7	57.3	20.3	20.3	-	15.6
臺中市	86	100.0	75.2	4.0	71.3	11.9	9.8	2.1	12.8
臺南市	65	100.0	73.4	7.9	65.5	10.1	8.8	1.4	16.4
高雄市	103	100.0	72.9	4.3	68.6	10.0	9.1	0.9	17.1
宜蘭縣	11	100.0	45.0	-	45.0	23.9	23.9	-	31.1
新竹縣	22	100.0	73.8	-	73.8	13.5	13.5	-	12.7
苗栗縣	12	100.0	50.7	13.4	37.3	37.7	25.0	12.7	11.6
彰化縣	33	100.0	51.3	4.0	47.4	23.7	21.1	2.6	25.0
南投縣	19	100.0	78.1	14.9	63.2	6.1	6.1	-	15.8
雲林縣	16	100.0	70.3	16.3	54.1	9.7	9.7	-	19.9
嘉義縣	16	100.0	80.1	21.0	59.1	6.5	6.5	-	13.4
屏東縣	30	100.0	66.3	7.6	58.7	25.2	25.2	-	8.5
臺東縣	6	100.0	33.9	-	33.9	-	-	-	66.1
花蓮縣	15	100.0	67.5	11.1	56.4	-	-	-	32.5
澎湖縣	1	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0
基隆市	11	100.0	70.2	-	70.2	10.2	10.2	-	19.6
新竹市	36	100.0	78.4	29.9	48.5	17.8	17.8	-	3.9
嘉義市	4	100.0	66.9	-	66.9	33.1	33.1	-	-
金門縣	3	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-
收看本國製電影類節目的次數 ***									
變少	166	100.0	52.1	3.0	49.1	29.3	26.8	2.5	18.7
變多	149	100.0	87.4	19.1	68.3	5.0	5.0	-	7.7
沒有改變	429	100.0	74.1	7.8	66.3	10.9	10.0	0.9	15.0
不知道/沒意見	13	100.0	36.0	-	36.0	21.9	17.8	4.1	42.1

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表8　本國製電影類節目數量滿意度

單位：人；%

	樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見
總計	756	100.0	63.4	4.4	59.0	22.5	20.2	2.3	14.1
性別									
男性	473	100.0	62.8	4.4	58.5	24.5	21.6	2.9	12.6
女性	284	100.0	64.4	4.5	59.9	19.0	17.8	1.2	16.6
年齡 a									
13-19歲	79	100.0	93.0	13.9	79.1	7.0	7.0	-	-
20-29歲	189	100.0	78.3	6.9	71.3	14.6	14.2	0.4	7.1
30-39歲	163	100.0	63.7	1.9	61.8	24.8	24.0	0.9	11.4
40-49歲	146	100.0	56.9	2.2	54.7	26.5	22.1	4.4	16.6
50-59歲	107	100.0	40.8	0.7	40.1	36.0	29.8	6.2	23.2
60-69歲	59	100.0	38.2	3.8	34.4	26.8	23.7	3.2	35.0
70歲以上	14	100.0	37.7	-	37.7	23.4	23.4	-	38.9
拒答	-	-	-	-	-	-	-	-	-
教育程度									
小學及以下	24	100.0	43.9	-	43.9	11.2	11.2	-	44.9
國中初中	61	100.0	77.9	11.8	66.2	8.6	8.6	-	13.5
高中高職	245	100.0	66.7	4.2	62.5	22.6	19.6	3.0	10.7
專科	89	100.0	58.6	0.9	57.7	24.4	20.5	4.0	16.9
大學	271	100.0	62.3	4.1	58.2	24.1	22.4	1.7	13.6
碩士以上	62	100.0	57.0	6.4	50.6	30.4	27.6	2.8	12.6
拒答	5	100.0	41.1	-	41.1	19.5	19.5	-	39.4
居住地區 a									
新北市	139	100.0	64.2	3.2	60.9	22.8	20.5	2.3	13.0
臺北市	82	100.0	66.1	3.2	62.9	20.5	20.5	-	13.4
桃園市	46	100.0	61.2	6.7	54.5	25.2	19.2	5.9	13.6
臺中市	86	100.0	53.7	3.9	49.8	33.5	30.4	3.1	12.8
臺南市	65	100.0	71.9	2.8	69.1	13.9	12.5	1.4	14.2
高雄市	103	100.0	66.2	5.2	61.0	21.9	19.4	2.5	11.9
宜蘭縣	11	100.0	67.4	-	67.4	23.7	23.7	-	8.9
新竹縣	22	100.0	53.9	-	53.9	18.2	13.1	5.0	27.9
苗栗縣	12	100.0	25.7	25.7	-	35.8	23.1	12.7	38.4
彰化縣	33	100.0	45.6	-	45.6	31.8	31.8	-	22.6
南投縣	19	100.0	50.3	-	50.3	39.5	39.5	-	10.1
雲林縣	16	100.0	60.6	16.3	44.3	9.7	9.7	-	29.7
嘉義縣	16	100.0	65.3	-	65.3	20.3	20.3	-	14.4
屏東縣	30	100.0	74.3	7.6	66.7	13.4	8.6	4.8	12.3
臺東縣	6	100.0	33.9	-	33.9	33.9	33.9	-	32.1
花蓮縣	15	100.0	84.6	-	84.6	-	-	-	15.4
澎湖縣	1	100.0	-	-	-	100.0	100.0	-	-
基隆市	11	100.0	50.8	-	50.8	20.4	10.2	10.2	28.8
新竹市	36	100.0	86.8	13.3	73.5	13.2	13.2	-	-
嘉義市	4	100.0	66.9	-	66.9	33.1	33.1	-	-
金門縣	3	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 $*p<0.05$,$**p<0.01$,$***p<0.001$。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表9　本國製電影類節目整體滿意度

單位：人；%

	樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見
總計	756	100.0	78.2	8.2	70.0	16.8	14.3	2.6	4.9
性別									
男性	473	100.0	77.8	7.4	70.4	17.3	13.9	3.4	4.8
女性	284	100.0	78.9	9.6	69.3	16.0	14.9	1.1	5.1
年齡 a									
13-19歲	79	100.0	98.7	13.7	85.0	1.3	-	1.3	-
20-29歲	189	100.0	91.3	13.5	77.8	6.4	6.4	-	2.3
30-39歲	163	100.0	77.9	9.4	68.5	19.3	16.6	2.6	2.8
40-49歲	146	100.0	76.2	3.9	72.3	17.4	12.6	4.8	6.4
50-59歲	107	100.0	60.9	1.0	59.9	32.1	28.5	3.6	7.0
60-69歲	59	100.0	51.6	5.7	45.9	33.9	29.8	4.1	14.5
70歲以上	14	100.0	54.7	3.5	51.3	23.4	17.8	5.6	21.8
拒答	-	-	-	-	-	-	-	-	-
教育程度									
小學及以下	24	100.0	72.9	3.3	69.6	17.8	17.8	-	9.3
國中初中	61	100.0	88.7	7.6	81.1	6.9	5.2	1.7	4.4
高中高職	245	100.0	78.1	10.7	67.3	17.7	15.1	2.5	4.3
專科	89	100.0	70.1	5.7	64.4	20.7	15.9	4.8	9.2
大學	271	100.0	79.3	7.6	71.7	16.1	13.6	2.5	4.6
碩士以上	62	100.0	77.1	7.7	69.4	20.7	18.7	2.0	2.1
拒答	5	100.0	84.6	-	84.6	15.4	15.4	-	-
居住地區 a									
新北市	139	100.0	78.6	6.1	72.6	15.4	12.7	2.7	6.0
臺北市	82	100.0	86.3	10.1	76.2	11.7	10.8	0.9	2.0
桃園市	46	100.0	69.6	17.8	51.8	25.2	22.3	2.9	5.2
臺中市	86	100.0	74.3	8.5	65.8	22.4	18.9	3.5	3.3
臺南市	65	100.0	85.2	5.9	79.4	13.5	11.0	2.5	1.2
高雄市	103	100.0	80.1	8.9	71.3	11.3	9.6	1.7	8.5
宜蘭縣	11	100.0	67.1	-	67.1	23.9	10.4	13.5	8.9
新竹縣	22	100.0	73.8	-	73.8	19.0	19.0	-	7.2
苗栗縣	12	100.0	50.7	-	50.7	49.3	36.5	12.7	-
彰化縣	33	100.0	64.2	-	64.2	24.8	21.1	3.7	11.0
南投縣	19	100.0	73.8	-	73.8	21.0	21.0	-	5.2
雲林縣	16	100.0	83.9	16.3	67.6	16.1	16.1	-	-
嘉義縣	16	100.0	87.3	-	87.3	12.7	12.7	-	-
屏東縣	30	100.0	63.1	13.4	49.7	28.4	18.8	9.7	8.5
臺東縣	6	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-
花蓮縣	15	100.0	93.1	11.1	82.0	-	-	-	6.9
澎湖縣	1	100.0	-	-	-	100.0	100.0	-	-
基隆市	11	100.0	70.2	-	70.2	29.8	29.8	-	-
新竹市	36	100.0	92.0	24.3	67.7	3.3	3.3	-	4.7
嘉義市	4	100.0	66.9	-	66.9	33.1	33.1	-	-
金門縣	3	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表10 對於本國製戲劇類節目的收視意願

單位：人；%

	樣本數	合計	降低	提高	沒有改變	不知道/沒意見	拒答
總計	2,000	100.0	11.3	23.5	60.0	5.1	0.1
性別 **							
男性	799	100.0	10.4	19.9	64.4	5.3	0.1
女性	1,201	100.0	11.9	25.9	57.2	4.9	0.1
年齡 ***							
13-19歲	192	100.0	11.8	21.9	66.2	-	-
20-29歲	275	100.0	9.9	32.6	55.9	1.7	-
30-39歲	346	100.0	8.8	26.1	62.1	2.7	0.2
40-49歲	428	100.0	12.9	25.7	57.5	3.9	-
50-59歲	393	100.0	15.4	19.6	59.4	5.6	-
60-69歲	239	100.0	8.8	16.0	63.7	11.6	-
70歲以上	120	100.0	7.6	17.7	58.8	15.0	0.9
拒答	7	100.0	-	16.2	32.1	51.7	-
教育程度 ***							
小學及以下	186	100.0	7.8	22.2	55.2	14.2	0.6
國中初中	218	100.0	11.8	13.5	66.1	8.6	-
高中高職	638	100.0	15.0	21.1	58.6	5.2	0.1
專科	268	100.0	13.0	23.1	61.6	2.3	-
大學	568	100.0	8.0	29.5	60.2	2.3	-
碩士以上	113	100.0	6.9	30.6	58.9	3.6	-
拒答	9	100.0	20.8	-	79.2	-	-
居住地區							
新北市	312	100.0	11.4	23.7	59.5	5.3	0.2
臺北市	176	100.0	9.6	24.8	60.4	5.3	-
桃園市	168	100.0	7.5	20.7	66.6	5.2	-
臺中市	224	100.0	13.0	24.7	58.4	3.9	-
臺南市	186	100.0	11.2	24.8	58.1	5.9	-
高雄市	254	100.0	12.9	21.9	61.1	4.1	-
宜蘭縣	44	100.0	14.9	14.6	61.1	9.5	-
新竹縣	41	100.0	12.2	41.8	40.3	3.1	2.6
苗栗縣	38	100.0	24.1	11.6	57.4	6.9	-
彰化縣	124	100.0	8.9	25.4	56.7	9.0	-
南投縣	42	100.0	9.6	25.6	60.2	4.6	-
雲林縣	85	100.0	11.4	20.3	59.7	8.6	-
嘉義縣	52	100.0	11.4	16.8	65.0	6.8	-
屏東縣	82	100.0	13.2	26.0	59.4	1.4	-
臺東縣	22	100.0	23.9	29.6	46.4	-	-
花蓮縣	20	100.0	5.4	42.6	52.0	-	-
澎湖縣	9	100.0	14.2	-	85.8	-	-
基隆市	28	100.0	-	29.2	64.2	6.6	-
新竹市	39	100.0	15.4	17.2	67.4	-	-
嘉義市	31	100.0	8.8	26.6	58.5	6.1	-
金門縣	24	100.0	-	20.8	79.2	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表11　收看本國製戲劇類節目的次數

單位：人；%

		樣本數	合計	變少	變多	沒有改變	不知道/沒意見
總計		2,000	100.0	21.7	17.4	58.7	2.2
性別							
男性		799	100.0	21.4	15.6	61.2	1.8
女性		1,201	100.0	21.8	18.6	57.0	2.5
年齡	**						
13-19歲		192	100.0	25.5	15.8	58.1	0.6
20-29歲		275	100.0	24.7	24.2	50.8	0.3
30-39歲		346	100.0	19.8	19.3	60.5	0.5
40-49歲		428	100.0	23.4	19.9	54.9	1.8
50-59歲		393	100.0	21.5	15.1	61.3	2.1
60-69歲		239	100.0	16.6	11.5	65.9	6.0
70歲以上		120	100.0	18.7	10.6	62.3	8.5
拒答		7	100.0	9.7	9.2	67.2	13.9
教育程度	***						
小學及以下		186	100.0	14.2	12.7	65.1	7.9
國中初中		218	100.0	23.6	11.9	60.1	4.4
高中高職		638	100.0	22.6	14.7	60.8	1.9
專科		268	100.0	25.8	17.6	55.2	1.4
大學		568	100.0	21.4	21.6	56.8	0.2
碩士以上		113	100.0	16.0	31.2	50.8	1.9
拒答		9	100.0	26.6	-	60.4	13.0
居住地區	***						
新北市		312	100.0	19.3	17.2	61.5	2.1
臺北市		176	100.0	24.6	20.4	53.5	1.5
桃園市		168	100.0	21.7	12.5	63.2	2.6
臺中市		224	100.0	18.5	19.9	60.9	0.7
臺南市		186	100.0	15.6	21.1	59.8	3.5
高雄市		254	100.0	27.0	16.4	55.0	1.6
宜蘭縣		44	100.0	30.7	9.5	56.1	3.7
新竹縣		41	100.0	13.5	36.0	47.9	2.6
苗栗縣		38	100.0	30.5	-	66.0	3.5
彰化縣		124	100.0	14.3	19.3	64.8	1.6
南投縣		42	100.0	5.4	19.2	75.5	-
雲林縣		85	100.0	25.2	15.6	55.6	3.7
嘉義縣		52	100.0	26.1	11.2	56.8	5.9
屏東縣		82	100.0	24.2	19.1	54.1	2.5
臺東縣		22	100.0	23.9	31.2	34.0	10.9
花蓮縣		20	100.0	22.4	25.1	52.5	-
澎湖縣		9	100.0	44.1	-	55.9	-
基隆市		28	100.0	25.8	15.2	59.0	-
新竹市		39	100.0	8.6	19.5	68.4	3.5
嘉義市		31	100.0	25.5	10.7	60.3	3.4
金門縣		24	100.0	70.8	-	29.2	-
連江縣		-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表12　本國製戲劇類節目內容品質滿意度

單位：人；%

	樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見	拒答
總計	2,000	100.0	73.5	13.5	59.9	12.0	10.3	1.7	14.4	0.1
性別 *										
男性	799	100.0	73.2	13.4	59.8	12.6	9.9	2.7	14.2	0.1
女性	1,201	100.0	73.7	13.6	60.0	11.6	10.7	1.0	14.6	0.1
年齡 **										
13-19歲	192	100.0	88.2	16.9	71.3	7.3	7.3	-	4.5	-
20-29歲	275	100.0	82.5	14.9	67.7	8.1	6.7	1.4	9.4	-
30-39歲	346	100.0	79.3	14.1	65.2	9.8	8.1	1.8	10.9	-
40-49歲	428	100.0	73.0	14.3	58.7	14.5	13.5	1.0	12.5	-
50-59歲	393	100.0	67.5	11.6	56.0	15.3	12.3	3.0	17.2	-
60-69歲	239	100.0	62.7	13.6	49.1	14.6	11.8	2.8	22.2	0.5
70歲以上	120	100.0	57.1	7.3	49.8	10.3	9.7	0.6	32.6	-
拒答	7	100.0	41.6	16.3	25.4	9.7	9.7	-	48.7	-
教育程度										
小學及以下	186	100.0	64.3	15.7	48.6	8.8	7.9	0.8	26.5	0.4
國中初中	218	100.0	65.7	8.7	57.0	14.4	12.9	1.5	19.7	0.2
高中高職	638	100.0	75.1	14.5	60.5	12.9	11.5	1.4	12.0	-
專科	268	100.0	70.8	11.2	59.7	16.3	13.3	3.0	12.9	-
大學	568	100.0	78.1	13.9	64.2	9.9	8.2	1.8	12.0	-
碩士以上	113	100.0	79.6	16.9	62.7	9.0	7.8	1.2	11.4	-
拒答	9	100.0	46.5	23.9	22.6	-	-	-	53.5	-
居住地區										
新北市	312	100.0	72.9	11.4	61.5	14.3	11.4	2.9	12.7	0.1
臺北市	176	100.0	70.8	14.8	55.9	15.9	13.8	2.1	13.3	-
桃園市	168	100.0	67.6	10.9	56.8	16.3	15.3	1.0	16.1	-
臺中市	224	100.0	76.6	14.1	62.4	9.1	7.7	1.4	14.3	-
臺南市	186	100.0	72.2	11.5	60.7	12.5	9.2	3.3	15.3	-
高雄市	254	100.0	75.4	14.5	60.8	12.1	10.2	2.0	12.2	0.3
宜蘭縣	44	100.0	57.5	12.3	45.2	7.4	7.4	-	35.0	-
新竹縣	41	100.0	87.7	27.5	60.1	2.5	2.5	-	9.8	-
苗栗縣	38	100.0	77.5	5.4	72.1	7.4	3.5	3.9	15.1	-
彰化縣	124	100.0	77.8	11.7	66.1	11.2	10.5	0.7	11.0	-
南投縣	42	100.0	79.4	14.3	65.1	3.3	3.3	-	17.3	-
雲林縣	85	100.0	73.6	13.5	60.1	12.5	11.1	1.5	13.9	-
嘉義縣	52	100.0	66.0	12.3	53.8	11.7	11.7	-	22.3	-
屏東縣	82	100.0	76.5	15.6	60.9	14.2	14.2	-	9.2	-
臺東縣	22	100.0	56.0	9.2	46.8	14.4	14.4	-	29.6	-
花蓮縣	20	100.0	80.2	22.7	57.5	-	-	-	19.8	-
澎湖縣	9	100.0	55.9	-	55.9	29.1	29.1	-	15.0	-
基隆市	28	100.0	73.1	24.0	49.1	8.8	5.3	3.5	18.1	-
新竹市	39	100.0	83.2	20.7	62.5	6.5	6.5	-	10.3	-
嘉義市	31	100.0	62.3	15.5	46.9	14.3	14.3	-	23.4	-
金門縣	24	100.0	89.7	20.8	68.9	-	-	-	10.3	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
收看本國製戲劇類節目的次數 ***										
變少	433	100.0	54.3	5.7	48.5	26.2	22.5	3.7	19.5	-
變多	349	100.0	91.0	29.4	61.6	3.4	3.2	0.2	5.6	-
沒有改變	1,174	100.0	76.0	11.4	64.6	9.5	8.1	1.4	14.4	0.1
不知道/沒意見	45	100.0	56.3	22.0	34.4	9.0	8.0	1.0	34.6	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表13　本國製戲劇類節目數量滿意度

單位：人；%

		樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見	拒答
總計		2,000	100.0	65.2	7.2	58.0	21.3	18.3	3.0	13.2	0.2
性別											
男性		799	100.0	67.7	7.1	60.6	22.0	18.7	3.4	10.0	0.3
女性		1,201	100.0	63.6	7.3	56.3	20.9	18.0	2.8	15.4	0.2
年齡	***										
13-19歲		192	100.0	89.3	17.7	71.7	8.5	8.5	-	2.2	-
20-29歲		275	100.0	77.4	5.2	72.2	15.2	15.2	-	6.9	0.5
30-39歲		346	100.0	69.0	5.1	63.9	23.2	20.2	3.1	7.6	0.2
40-49歲		428	100.0	61.7	7.6	54.1	26.3	23.1	3.2	11.8	0.2
50-59歲		393	100.0	56.1	4.7	51.4	27.7	21.0	6.7	16.1	-
60-69歲		239	100.0	56.3	7.6	48.7	20.9	17.3	3.6	22.6	0.2
70歲以上		120	100.0	51.1	7.8	43.3	12.9	11.4	1.5	35.4	0.6
拒答		7	100.0	16.3	-	16.3	18.9	18.9	-	64.9	-
教育程度	***										
小學及以下		186	100.0	65.0	13.8	51.3	14.1	11.4	2.7	20.5	0.4
國中初中		218	100.0	63.6	9.1	54.6	18.2	15.5	2.8	17.5	0.6
高中高職		638	100.0	67.8	8.3	59.6	20.7	16.7	4.0	11.2	0.3
專科		268	100.0	63.0	5.0	57.9	24.9	20.8	4.1	12.1	-
大學		568	100.0	65.6	4.6	61.1	22.5	20.6	1.8	11.9	-
碩士以上		113	100.0	58.7	4.2	54.5	29.1	26.4	2.7	12.3	-
拒答		9	100.0	49.7	23.9	25.8	19.7	19.7	-	30.6	-
居住地區	a										
新北市		312	100.0	63.5	6.1	57.4	22.6	18.5	4.1	13.6	0.4
臺北市		176	100.0	54.1	5.9	48.1	26.9	23.2	3.7	18.6	0.4
桃園市		168	100.0	69.7	8.3	61.4	14.1	11.2	3.0	16.2	-
臺中市		224	100.0	66.7	6.0	60.6	21.5	20.5	0.9	11.2	0.7
臺南市		186	100.0	61.7	6.3	55.4	29.0	23.8	5.2	9.3	-
高雄市		254	100.0	68.8	8.5	60.2	17.8	14.8	3.0	13.1	0.4
宜蘭縣		44	100.0	62.6	-	62.6	23.2	20.7	2.4	14.2	-
新竹縣		41	100.0	77.7	26.0	51.7	9.0	6.5	2.5	13.3	-
苗栗縣		38	100.0	45.5	3.3	42.2	39.8	32.0	7.8	14.7	-
彰化縣		124	100.0	66.5	4.2	62.3	21.2	19.5	1.7	12.3	-
南投縣		42	100.0	58.7	5.8	53.0	28.6	26.0	2.6	12.7	-
雲林縣		85	100.0	74.3	14.5	59.8	14.4	12.9	1.5	11.3	-
嘉義縣		52	100.0	63.0	1.9	61.1	20.2	17.9	2.4	16.8	-
屏東縣		82	100.0	65.2	6.9	58.3	24.6	21.8	2.8	10.2	-
臺東縣		22	100.0	57.9	-	57.9	37.0	29.7	7.3	5.2	-
花蓮縣		20	100.0	73.4	15.4	58.0	14.2	14.2	-	12.5	-
澎湖縣		9	100.0	70.9	14.2	56.7	-	-	-	29.1	-
基隆市		28	100.0	74.7	10.5	64.2	12.5	9.0	3.5	12.7	-
新竹市		39	100.0	79.9	8.7	71.3	14.1	14.1	-	6.0	-
嘉義市		31	100.0	69.7	-	69.7	16.4	11.3	5.1	13.9	-
金門縣		24	100.0	64.9	20.8	44.1	12.4	12.4	-	22.7	-
連江縣		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表14　本國製戲劇類節目整體滿意度

單位：人；%

		樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見	拒答
總計		2,000	100.0	77.0	10.0	67.0	17.6	14.9	2.8	5.3	0.0
性別											
男性		799	100.0	77.6	11.2	66.4	18.8	15.1	3.6	3.6	-
女性		1,201	100.0	76.6	9.2	67.5	16.9	14.7	2.2	6.4	0.1
年齡	***										
13-19歲		192	100.0	92.7	23.6	69.1	4.6	3.5	1.1	2.7	-
20-29歲		275	100.0	89.3	9.4	79.9	9.6	7.9	1.7	1.1	-
30-39歲		346	100.0	81.4	8.4	73.1	14.0	12.0	2.0	4.6	-
40-49歲		428	100.0	76.4	9.2	67.1	20.4	18.2	2.3	3.2	-
50-59歲		393	100.0	65.9	5.5	60.4	28.8	22.5	6.4	5.3	-
60-69歲		239	100.0	68.1	11.6	56.5	21.9	20.6	1.3	10.0	-
70歲以上		120	100.0	68.8	9.1	59.6	12.7	9.9	2.8	18.5	-
拒答		7	100.0	60.2	-	60.2	9.7	9.7	-	16.2	13.9
教育程度	***										
小學及以下		186	100.0	77.3	20.9	56.4	10.6	8.6	2.0	11.6	0.5
國中初中		218	100.0	71.4	8.7	62.7	20.3	19.8	0.4	8.3	-
高中高職		638	100.0	77.6	10.1	67.5	17.8	14.3	3.5	4.6	-
專科		268	100.0	72.8	6.2	66.6	23.4	18.7	4.6	3.9	-
大學		568	100.0	79.7	8.7	71.0	16.8	14.5	2.3	3.4	-
碩士以上		113	100.0	82.8	8.1	74.8	13.5	10.9	2.6	3.7	-
拒答		9	100.0	49.7	23.9	25.8	19.7	19.7	-	30.6	-
居住地區	a										
新北市		312	100.0	75.6	8.3	67.4	17.6	14.3	3.3	6.8	-
臺北市		176	100.0	73.4	6.4	67.0	20.0	16.4	3.6	6.6	-
桃園市		168	100.0	75.6	12.8	62.9	19.3	16.2	3.2	5.0	-
臺中市		224	100.0	81.3	12.0	69.3	15.6	14.8	0.8	3.1	-
臺南市		186	100.0	76.2	10.2	66.0	20.1	17.0	3.1	3.7	-
高雄市		254	100.0	78.9	10.9	68.0	15.6	12.6	3.1	5.1	0.4
宜蘭縣		44	100.0	65.4	8.2	57.2	22.3	18.9	3.4	12.3	-
新竹縣		41	100.0	81.4	29.4	52.0	9.2	6.7	2.5	9.4	-
苗栗縣		38	100.0	73.4	3.3	70.1	19.5	15.6	3.9	7.1	-
彰化縣		124	100.0	78.6	6.3	72.3	17.7	14.9	2.8	3.7	-
南投縣		42	100.0	65.2	5.8	59.5	30.2	30.2	-	4.6	-
雲林縣		85	100.0	81.9	14.4	67.5	11.3	11.3	-	6.8	-
嘉義縣		52	100.0	79.5	6.7	72.8	16.2	13.9	2.2	4.4	-
屏東縣		82	100.0	74.4	2.4	71.9	21.4	18.6	2.8	4.2	-
臺東縣		22	100.0	75.2	-	75.2	24.8	16.1	8.7	-	-
花蓮縣		20	100.0	73.4	25.7	47.7	14.2	14.2	-	12.5	-
澎湖縣		9	100.0	55.1	14.2	40.9	15.0	15.0	-	29.9	-
基隆市		28	100.0	91.2	18.3	72.8	8.8	5.3	3.5	-	-
新竹市		39	100.0	86.2	16.3	69.9	10.8	10.8	-	3.0	-
嘉義市		31	100.0	77.6	-	77.6	17.3	12.2	5.1	5.1	-
金門縣		24	100.0	77.3	20.8	56.5	22.7	12.4	10.3	-	-
連江縣		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表15 對於本國製綜藝類節目的收視意願

單位：人；%

		樣本數	合計	降低	提高	沒有改變	不知道/沒意見
總計		2,228	100.0	14.3	14.8	68.7	2.2
性別							
男性		1,072	100.0	13.3	15.0	70.0	1.8
女性		1,155	100.0	15.3	14.7	67.5	2.5
年齡	**						
13-19歲		221	100.0	10.3	24.7	64.3	0.7
20-29歲		443	100.0	15.6	16.1	67.5	0.8
30-39歲		528	100.0	14.0	13.9	71.9	0.1
40-49歲		449	100.0	13.3	12.8	72.8	1.1
50-59歲		326	100.0	17.5	12.9	66.5	3.1
60-69歲		185	100.0	15.6	10.7	62.9	10.7
70歲以上		74	100.0	8.7	15.4	65.8	10.1
拒答		2	100.0	45.9	-	54.1	-
教育程度	***						
小學及以下		90	100.0	8.8	23.2	55.1	13.0
國中初中		179	100.0	7.3	18.2	68.2	6.2
高中高職		617	100.0	12.2	16.8	68.6	2.4
專科		315	100.0	15.1	13.8	70.3	0.8
大學		846	100.0	15.6	13.2	70.6	0.6
碩士以上		164	100.0	25.8	10.8	61.8	1.7
拒答		16	100.0	4.9	-	95.1	-
居住地區	***						
新北市		448	100.0	15.4	13.9	69.0	1.7
臺北市		205	100.0	16.2	15.4	65.8	2.5
桃園市		199	100.0	13.6	10.3	75.6	0.6
臺中市		251	100.0	14.3	13.8	68.2	3.8
臺南市		178	100.0	15.0	15.8	67.2	1.9
高雄市		270	100.0	13.5	14.4	69.6	2.6
宜蘭縣		34	100.0	24.6	20.9	48.3	6.2
新竹縣		56	100.0	2.3	18.3	77.5	1.9
苗栗縣		64	100.0	4.6	10.9	82.4	2.1
彰化縣		132	100.0	14.0	14.9	69.5	1.5
南投縣		50	100.0	16.0	2.6	79.4	2.0
雲林縣		59	100.0	19.1	13.3	63.7	3.9
嘉義縣		48	100.0	17.3	29.7	50.9	2.2
屏東縣		68	100.0	10.3	13.3	71.9	4.5
臺東縣		16	100.0	9.7	17.3	73.0	-
花蓮縣		21	100.0	7.0	53.4	39.6	-
澎湖縣		8	100.0	32.7	-	67.3	-
基隆市		30	100.0	13.7	8.2	78.1	-
新竹市		52	100.0	19.3	22.3	58.5	-
嘉義市		33	100.0	15.9	28.9	55.2	-
金門縣		4	100.0	-	-	100.0	-
連江縣		-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表16　收看本國製綜藝類節目的次數

單位：人；%

	樣本數	合計	變少	變多	沒有改變	不知道/沒意見
總計	2,227	100.0	26.1	12.3	60.5	1.1
性別						
男性	1,071	100.0	24.5	12.9	61.4	1.2
女性	1,155	100.0	27.6	11.7	59.7	1.0
年齡						
13-19歲	221	100.0	26.2	18.6	54.8	0.5
20-29歲	443	100.0	27.1	14.7	58.2	-
30-39歲	528	100.0	26.7	11.7	61.6	-
40-49歲	448	100.0	26.0	10.5	63.0	0.6
50-59歲	326	100.0	25.0	10.7	62.7	1.6
60-69歲	185	100.0	26.1	8.3	61.2	4.4
70歲以上	74	100.0	21.7	12.0	55.4	10.9
拒答	2	100.0	-	-	100.0	-
教育程度						
小學及以下	90	100.0	21.1	11.7	59.2	7.9
國中初中	179	100.0	21.3	15.4	59.4	3.9
高中高職	616	100.0	25.4	13.6	59.9	1.1
專科	315	100.0	26.9	12.3	60.6	0.1
大學	846	100.0	26.5	11.6	61.8	0.2
碩士以上	164	100.0	33.9	9.6	55.9	0.7
拒答	16	100.0	13.5	-	80.2	6.3
居住地區 ***						
新北市	448	100.0	27.9	12.4	59.1	0.7
臺北市	205	100.0	24.3	11.5	63.4	0.7
桃園市	199	100.0	27.0	7.0	65.5	0.5
臺中市	251	100.0	27.3	10.3	61.4	1.0
臺南市	178	100.0	26.3	10.0	61.6	2.1
高雄市	269	100.0	25.9	11.1	62.0	1.0
宜蘭縣	34	100.0	22.7	31.9	45.4	-
新竹縣	56	100.0	16.5	23.7	55.3	4.5
苗栗縣	64	100.0	28.3	6.1	65.5	-
彰化縣	132	100.0	34.6	13.0	51.7	0.7
南投縣	50	100.0	19.0	17.3	57.9	5.8
雲林縣	59	100.0	23.4	20.1	54.5	2.1
嘉義縣	48	100.0	15.7	18.5	61.5	4.3
屏東縣	68	100.0	15.8	16.3	66.4	1.4
臺東縣	16	100.0	9.7	20.0	70.2	-
花蓮縣	21	100.0	50.9	14.1	35.0	-
澎湖縣	8	100.0	32.7	-	67.3	-
基隆市	30	100.0	18.0	4.8	77.2	-
新竹市	52	100.0	33.2	16.8	50.0	-
嘉義市	33	100.0	21.5	15.0	63.5	-
金門縣	4	100.0	-	-	100.0	-
連江縣	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表17　本國製綜藝類節目內容品質滿意度

單位：人；%

		樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見	拒答
總計		2,227	100.0	74.2	9.1	65.1	15.6	14.2	1.3	10.2	0.1
性別											
男性		1,071	100.0	74.4	8.1	66.4	15.5	13.8	1.7	10.1	-
女性		1,155	100.0	73.9	10.1	63.8	15.7	14.6	1.1	10.2	0.2
年齡	***										
13-19歲		221	100.0	90.8	15.6	75.2	6.9	6.9	-	2.3	-
20-29歲		443	100.0	76.8	10.5	66.3	15.9	14.5	1.4	7.3	-
30-39歲		528	100.0	76.9	6.8	70.1	14.9	13.8	1.1	8.2	-
40-49歲		448	100.0	71.7	7.3	64.4	17.5	16.4	1.1	10.9	-
50-59歲		326	100.0	66.9	8.9	58.0	20.3	17.9	2.4	12.5	0.3
60-69歲		185	100.0	62.1	9.4	52.7	17.3	14.9	2.5	20.5	-
70歲以上		74	100.0	67.3	9.2	58.1	8.6	7.5	1.1	23.1	1.1
拒答		2	100.0	45.9	-	45.9	-	-	-	54.1	-
教育程度	***										
小學及以下		90	100.0	72.1	21.3	50.8	10.3	8.3	2.0	17.6	-
國中初中		179	100.0	80.1	12.3	67.8	6.7	5.8	0.9	13.1	-
高中高職		616	100.0	78.3	10.3	68.0	12.4	11.4	1.0	9.2	0.1
專科		315	100.0	73.8	6.5	67.3	15.9	14.4	1.4	10.2	0.2
大學		846	100.0	71.7	7.9	63.9	19.2	17.9	1.3	9.0	0.1
碩士以上		164	100.0	68.5	6.7	61.8	21.4	18.5	2.9	10.1	-
拒答		16	100.0	54.6	-	54.6	10.8	10.8	-	34.6	-
居住地區	a										
新北市		448	100.0	73.7	6.9	66.8	17.0	14.9	2.1	9.0	0.2
臺北市		205	100.0	71.2	10.6	60.6	16.9	14.3	2.6	11.5	0.4
桃園市		199	100.0	72.0	7.8	64.3	16.1	15.2	0.8	11.9	-
臺中市		251	100.0	77.7	9.6	68.2	14.0	11.8	2.2	8.3	-
臺南市		178	100.0	76.5	12.1	64.4	12.9	10.8	2.1	10.6	-
高雄市		269	100.0	72.6	9.1	63.5	15.0	14.3	0.7	12.5	-
宜蘭縣		34	100.0	77.1	5.5	71.5	12.9	12.9	-	10.0	-
新竹縣		56	100.0	69.8	18.8	51.0	17.8	17.8	-	12.3	-
苗栗縣		64	100.0	63.4	-	63.4	24.9	24.9	-	11.7	-
彰化縣		132	100.0	78.1	4.3	73.8	13.5	12.8	0.7	8.4	-
南投縣		50	100.0	72.8	11.8	61.0	10.3	10.3	-	17.0	-
雲林縣		59	100.0	67.1	15.5	51.6	17.1	17.1	-	15.7	-
嘉義縣		48	100.0	80.0	4.7	75.3	11.3	8.2	3.1	8.7	-
屏東縣		68	100.0	71.8	4.9	66.9	21.3	21.3	-	6.8	-
臺東縣		16	100.0	84.2	-	84.2	6.6	6.6	-	9.2	-
花蓮縣		21	100.0	66.3	19.7	46.6	26.1	26.1	-	7.5	-
澎湖縣		8	100.0	84.4	-	84.4	15.6	15.6	-	-	-
基隆市		30	100.0	78.3	4.8	73.6	8.8	8.8	-	12.8	-
新竹市		52	100.0	81.8	29.0	52.8	14.8	14.8	-	3.4	-
嘉義市		33	100.0	84.5	15.0	69.5	12.2	12.2	-	3.3	-
金門縣		4	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-
連江縣		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
收看本國製綜藝類節目的次數	***										
變少		581	100.0	53.3	2.9	50.4	35.4	31.4	4.1	11.2	-
變多		274	100.0	91.1	24.4	66.7	5.7	5.3	0.4	3.2	-
沒有改變		1,347	100.0	80.1	8.7	71.4	9.2	8.9	0.4	10.5	0.1
不知道/沒意見		25	100.0	52.4	8.1	44.3	4.4	4.4	-	43.3	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表18　本國製綜藝類節目數量滿意度

單位：人；%

		樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見	拒答
總計		2,226	100.0	68.4	7.2	61.2	19.9	17.7	2.2	11.5	0.2
性別											
男性		1,070	100.0	68.6	7.8	60.8	21.1	18.4	2.6	10.3	-
女性		1,155	100.0	68.2	6.6	61.6	18.8	17.0	1.8	12.6	0.4
年齡	***										
13-19歲		221	100.0	90.7	15.9	74.9	4.2	4.2	-	5.0	-
20-29歲		443	100.0	78.4	11.6	66.8	16.5	15.3	1.2	5.1	-
30-39歲		528	100.0	69.9	6.4	63.5	22.2	20.5	1.7	7.9	-
40-49歲		448	100.0	63.2	3.7	59.5	26.0	22.7	3.4	10.6	0.1
50-59歲		326	100.0	54.7	2.9	51.8	24.8	21.7	3.1	20.2	0.3
60-69歲		184	100.0	50.9	4.0	46.9	20.4	16.0	4.4	27.6	1.1
70歲以上		74	100.0	66.9	9.5	57.4	10.4	9.3	1.1	22.1	0.6
拒答		2	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-
教育程度	***										
小學及以下		89	100.0	68.2	17.9	50.3	9.1	8.0	1.1	22.7	-
國中初中		179	100.0	69.4	11.6	57.8	15.6	12.0	3.6	13.6	1.4
高中高職		616	100.0	75.6	6.9	68.7	14.0	12.4	1.6	10.2	0.2
專科		315	100.0	60.6	3.2	57.3	24.0	21.1	3.0	15.2	0.2
大學		846	100.0	67.7	7.0	60.6	23.6	21.7	1.9	8.8	-
碩士以上		164	100.0	58.8	7.2	51.6	26.0	22.4	3.7	15.1	-
拒答		16	100.0	79.1	-	79.1	14.9	14.9	-	6.1	-
居住地區	a										
新北市		448	100.0	65.3	6.6	58.7	22.0	19.3	2.7	12.2	0.5
臺北市		205	100.0	65.7	6.5	59.2	18.8	17.4	1.3	15.5	-
桃園市		199	100.0	68.3	4.7	63.6	24.9	20.7	4.2	6.8	-
臺中市		251	100.0	72.1	5.5	66.6	17.7	16.4	1.4	10.2	-
臺南市		178	100.0	68.3	10.1	58.2	20.6	17.4	3.2	11.1	-
高雄市		269	100.0	70.3	8.7	61.6	18.3	15.3	3.0	11.4	-
宜蘭縣		34	100.0	73.6	12.5	61.1	18.8	15.9	2.9	7.6	-
新竹縣		56	100.0	57.1	6.5	50.6	28.2	28.2	-	14.7	-
苗栗縣		64	100.0	64.8	-	64.8	15.5	15.5	-	19.8	-
彰化縣		131	100.0	64.2	3.8	60.4	22.1	19.4	2.6	13.7	-
南投縣		50	100.0	75.3	1.9	73.4	8.3	8.3	-	16.4	-
雲林縣		59	100.0	69.4	16.9	52.5	15.9	15.9	-	12.9	1.8
嘉義縣		48	100.0	74.3	5.9	68.4	18.8	15.7	3.1	6.9	-
屏東縣		68	100.0	53.4	6.0	47.5	27.1	27.1	-	18.0	1.5
臺東縣		16	100.0	65.2	-	65.2	27.1	27.1	-	7.6	-
花蓮縣		21	100.0	84.1	-	84.1	15.9	15.9	-	-	-
澎湖縣		8	100.0	82.8	-	82.8	-	-	-	17.2	-
基隆市		30	100.0	76.6	4.8	71.8	15.4	8.3	7.2	7.9	-
新竹市		52	100.0	83.8	27.0	56.8	16.2	16.2	-	-	-
嘉義市		33	100.0	87.1	19.7	67.4	8.4	8.4	-	4.5	-
金門縣		4	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-
連江縣		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表19　本國製綜藝類節目整體滿意度

單位：人；%

		樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見	拒答
總計		2,226	100.0	78.2	9.6	68.6	17.6	15.9	1.8	4.2	0.0
性別											
男性		1,070	100.0	79.2	9.5	69.7	17.4	15.2	2.2	3.4	-
女性		1,155	100.0	77.2	9.6	67.6	17.8	16.5	1.4	4.8	0.1
年齡	***										
13-19歲		221	100.0	96.8	26.2	70.6	2.5	2.0	0.5	0.7	-
20-29歲		443	100.0	84.9	13.4	71.5	13.2	12.0	1.3	1.8	-
30-39歲		528	100.0	79.6	7.1	72.5	18.6	16.9	1.7	1.8	-
40-49歲		448	100.0	75.6	6.3	69.3	21.3	19.4	1.9	3.0	-
50-59歲		326	100.0	66.7	4.6	62.1	27.0	24.2	2.9	6.3	-
60-69歲		184	100.0	63.4	4.7	58.7	21.6	18.7	2.9	14.4	0.6
70歲以上		74	100.0	75.7	9.1	66.5	7.3	7.3	-	17.0	-
拒答		2	100.0	54.1	-	54.1	45.9	45.9	-	-	-
教育程度	***										
小學及以下		89	100.0	75.3	19.2	56.1	9.7	8.6	1.1	15.0	-
國中初中		179	100.0	83.0	19.2	63.8	11.4	10.2	1.2	5.6	-
高中高職		616	100.0	82.2	11.5	70.7	13.9	13.1	0.9	3.7	0.2
專科		315	100.0	74.6	4.3	70.2	21.9	20.5	1.4	3.5	-
大學		846	100.0	77.4	8.3	69.1	19.8	17.3	2.6	2.8	-
碩士以上		164	100.0	71.9	3.9	68.1	23.7	21.1	2.6	4.4	-
拒答		16	100.0	61.0	-	61.0	9.9	9.9	-	29.0	-
居住地區	a										
新北市		448	100.0	77.2	7.6	69.6	19.1	15.8	3.3	3.7	-
臺北市		205	100.0	75.6	8.9	66.7	19.2	17.0	2.3	5.2	-
桃園市		199	100.0	75.6	8.4	67.2	20.2	18.8	1.4	4.2	-
臺中市		251	100.0	79.2	7.8	71.4	18.0	16.1	1.9	2.8	-
臺南市		178	100.0	74.6	14.1	60.5	20.7	18.4	2.3	4.7	-
高雄市		269	100.0	79.6	10.4	69.2	16.3	13.6	2.7	4.1	-
宜蘭縣		34	100.0	89.1	12.5	76.6	10.9	10.9	-	-	-
新竹縣		56	100.0	66.1	4.6	61.5	32.0	32.0	-	-	1.9
苗栗縣		64	100.0	82.6	-	82.6	9.9	9.9	-	7.5	-
彰化縣		131	100.0	78.1	5.6	72.6	17.5	16.9	0.7	4.3	-
南投縣		50	100.0	82.9	4.4	78.5	10.4	10.4	-	6.7	-
雲林縣		59	100.0	77.4	11.2	66.2	14.1	14.1	-	8.5	-
嘉義縣		48	100.0	82.2	16.9	65.2	11.3	11.3	-	6.5	-
屏東縣		68	100.0	77.7	17.6	60.0	16.2	16.2	-	6.2	-
臺東縣		16	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-
花蓮縣		21	100.0	72.8	32.1	40.7	21.9	21.9	-	5.2	-
澎湖縣		8	100.0	84.4	-	84.4	15.6	15.6	-	-	-
基隆市		30	100.0	83.8	4.8	79.0	11.7	11.7	-	4.5	-
新竹市		52	100.0	83.5	23.4	60.1	13.0	13.0	-	3.4	-
嘉義市		33	100.0	88.8	23.0	65.8	11.2	11.2	-	-	-
金門縣		4	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-
連江縣		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表20 對於本國製兒童類節目的收視意願

單位：人；%

	樣本數	合計	降低	提高	沒有改變	不知道/沒意見
總計	312	100.0	13.3	22.7	59.2	4.8
性別 *						
男性	98	100.0	5.8	19.4	68.5	6.3
女性	214	100.0	16.7	24.3	54.9	4.1
年齡 a						
13-19歲	21	100.0	41.6	19.1	39.3	-
20-29歲	36	100.0	16.8	15.0	68.3	-
30-39歲	112	100.0	9.2	27.2	63.6	-
40-49歲	83	100.0	11.6	20.5	59.6	8.3
50-59歲	32	100.0	11.5	26.0	54.0	8.6
60-69歲	17	100.0	14.2	18.7	42.6	24.5
70歲以上	11	100.0	4.2	23.0	62.8	10.1
拒答	-	-	-	-	-	-
教育程度						
小學及以下	14	100.0	-	11.7	75.4	12.8
國中初中	28	100.0	13.2	35.8	38.8	12.2
高中高職	92	100.0	17.0	20.7	58.2	4.0
專科	42	100.0	14.5	28.0	54.4	3.1
大學	104	100.0	12.6	23.1	63.2	1.2
碩士以上	29	100.0	6.5	14.2	67.3	11.9
拒答	2	100.0	39.1	-	60.9	-
居住地區 a						
新北市	74	100.0	10.5	24.5	63.8	1.2
臺北市	30	100.0	12.1	14.5	69.8	3.7
桃園市	35	100.0	11.0	24.0	58.4	6.7
臺中市	31	100.0	21.4	19.7	58.9	-
臺南市	21	100.0	3.6	30.2	61.2	5.0
高雄市	34	100.0	12.7	30.2	50.0	7.0
宜蘭縣	14	100.0	-	-	92.2	7.8
新竹縣	-	-	-	-	-	-
苗栗縣	8	100.0	19.6	-	63.6	16.8
彰化縣	25	100.0	10.9	20.1	58.8	10.2
南投縣	7	100.0	26.9	-	58.0	15.1
雲林縣	4	100.0	-	63.1	36.9	-
嘉義縣	3	100.0	-	46.7	53.3	-
屏東縣	7	100.0	34.3	13.8	35.0	16.9
臺東縣	-	-	-	-	-	-
花蓮縣	8	100.0	-	59.0	41.0	-
澎湖縣	3	100.0	100.0	-	-	-
基隆市	4	100.0	38.1	23.8	38.1	-
新竹市	3	100.0	-	55.2	44.8	-
嘉義市	1	100.0	100.0	-	-	-
金門縣	-	-	-	-	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表21　收看本國製兒童類節目的次數

單位：人；%

		樣本數	合計	變少	變多	沒有改變	不知道/沒意見
總計		312	100.0	19.6	28.6	49.3	2.5
性別	**						
男性		98	100.0	13.6	19.9	62.5	3.9
女性		214	100.0	22.4	32.5	43.2	1.9
年齡	a						
13-19歲		21	100.0	41.6	10.2	48.2	-
20-29歲		36	100.0	26.8	25.2	48.0	-
30-39歲		112	100.0	10.6	42.2	46.3	0.9
40-49歲		83	100.0	22.5	20.0	54.5	3.0
50-59歲		32	100.0	23.8	27.2	46.7	2.3
60-69歲		17	100.0	18.4	16.2	59.7	5.7
70歲以上		11	100.0	13.9	23.0	37.9	25.2
拒答		-	-	-	-	-	-
教育程度	**						
小學及以下		14	100.0	5.6	8.4	86.0	-
國中初中		28	100.0	20.7	31.3	35.9	12.1
高中高職		92	100.0	26.9	26.0	44.9	2.2
專科		42	100.0	26.0	35.5	35.1	3.4
大學		104	100.0	15.5	33.3	51.2	-
碩士以上		29	100.0	6.5	14.5	75.3	3.7
拒答		2	100.0	39.1	60.9	-	-
居住地區	a						
新北市		74	100.0	15.3	27.2	57.5	-
臺北市		30	100.0	20.2	24.1	55.8	-
桃園市		35	100.0	11.4	28.3	60.2	-
臺中市		31	100.0	27.7	35.5	36.8	-
臺南市		21	100.0	9.9	28.2	56.8	5.0
高雄市		34	100.0	20.0	38.4	34.6	7.0
宜蘭縣		14	100.0	7.3	11.8	62.8	18.1
新竹縣		-	-	-	-	-	-
苗栗縣		8	100.0	19.6	25.5	54.9	-
彰化縣		25	100.0	21.4	29.9	48.7	-
南投縣		7	100.0	26.9	-	43.0	30.2
雲林縣		4	100.0	36.9	63.1	-	-
嘉義縣		3	100.0	-	46.7	53.3	-
屏東縣		7	100.0	51.2	13.8	35.0	-
臺東縣		-	-	-	-	-	-
花蓮縣		8	100.0	-	39.5	60.5	-
澎湖縣		3	100.0	100.0	-	-	-
基隆市		4	100.0	76.2	23.8	-	-
新竹市		3	100.0	-	55.2	44.8	-
嘉義市		1	100.0	100.0	-	-	-
金門縣		-	-	-	-	-	-
連江縣		-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表22　本國製兒童類節目內容品質滿意度

單位：人；%

	樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見	拒答
總計	312	100.0	84.3	11.6	72.7	7.0	6.6	0.4	8.3	0.4
性別										
男性	98	100.0	82.6	12.6	70.0	7.8	7.8	-	9.6	-
女性	214	100.0	85.0	11.1	74.0	6.7	6.0	0.7	7.7	0.6
年齡										
13-19歲	21	100.0	88.5	-	88.5	11.5	11.5	-	-	-
20-29歲	36	100.0	91.0	8.0	83.0	3.9	-	3.9	5.1	-
30-39歲	112	100.0	83.5	13.5	70.1	10.5	10.5	-	5.3	0.6
40-49歲	83	100.0	83.9	9.2	74.7	5.7	5.7	-	10.3	-
50-59歲	32	100.0	84.9	17.8	67.1	4.7	4.7	-	10.4	-
60-69歲	17	100.0	68.9	13.2	55.7	-	-	-	28.3	2.7
70歲以上	11	100.0	86.6	23.4	63.2	-	-	-	13.4	-
拒答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
教育程度										
小學及以下	14	100.0	86.7	11.7	75.0	-	-	-	13.3	-
國中初中	28	100.0	86.1	21.2	64.9	-	-	-	13.9	-
高中高職	92	100.0	85.7	12.8	72.9	8.3	8.3	-	4.7	1.3
專科	42	100.0	84.9	11.9	72.9	9.4	9.4	-	5.7	-
大學	104	100.0	87.3	10.5	76.7	6.3	5.0	1.3	6.4	-
碩士以上	29	100.0	71.1	2.2	68.9	12.3	12.3	-	16.5	-
拒答	2	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0	-
居住地區										
新北市	74	100.0	81.7	15.5	66.2	7.2	7.2	-	9.5	1.6
臺北市	30	100.0	87.9	3.7	84.2	8.1	3.5	4.6	3.9	-
桃園市	35	100.0	92.1	17.3	74.8	-	-	-	7.9	-
臺中市	31	100.0	81.4	10.0	71.5	15.9	15.9	-	2.7	-
臺南市	21	100.0	81.9	-	81.9	-	-	-	18.1	-
高雄市	34	100.0	92.1	16.3	75.8	3.0	3.0	-	4.9	-
宜蘭縣	14	100.0	86.9	10.3	76.5	-	-	-	13.1	-
新竹縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
苗栗縣	8	100.0	61.9	-	61.9	18.5	18.5	-	19.6	-
彰化縣	25	100.0	79.9	5.4	74.6	11.0	11.0	-	9.1	-
南投縣	7	100.0	69.8	-	69.8	-	-	-	30.2	-
雲林縣	4	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-
嘉義縣	3	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-
屏東縣	7	100.0	51.2	-	51.2	34.3	34.3	-	14.6	-
臺東縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
花蓮縣	8	100.0	100.0	42.1	57.9	-	-	-	-	-
澎湖縣	3	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-
基隆市	4	100.0	61.9	23.8	38.1	38.1	38.1	-	-	-
新竹市	3	100.0	100.0	55.2	44.8	-	-	-	-	-
嘉義市	1	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-
金門縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
收看本國製兒童類節目的次數 [a]										
變少	61	100.0	69.4	7.6	61.9	21.2	18.9	2.3	9.3	-
變多	89	100.0	93.3	18.2	75.1	2.1	2.1	-	4.6	-
沒有改變	154	100.0	87.3	9.5	77.8	3.9	3.9	-	8.1	0.8
不知道/沒意見	8	100.0	39.5	8.0	31.5	12.9	12.9	-	47.6	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 $*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001$。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表23　本國製兒童類節目數量滿意度

單位：人；%

	樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見
總計	312	100.0	72.7	9.2	63.5	17.7	16.7	1.0	9.6
性別 *									
男性	98	100.0	74.3	6.8	67.5	17.2	14.2	3.0	8.4
女性	214	100.0	71.9	10.3	61.6	17.9	17.9	-	10.2
年齡									
13-19歲	21	100.0	85.5	4.9	80.6	14.5	14.5	-	-
20-29歲	36	100.0	90.3	11.9	78.4	7.3	7.3	-	2.4
30-39歲	112	100.0	76.4	12.5	63.9	19.5	19.5	-	4.1
40-49歲	83	100.0	59.3	4.0	55.2	23.8	20.2	3.6	16.9
50-59歲	32	100.0	70.7	10.1	60.6	24.5	24.5	-	4.8
60-69歲	17	100.0	63.1	16.2	46.9	-	-	-	36.9
70歲以上	11	100.0	74.4	-	74.4	-	-	-	25.6
拒答	-	-	-	-	-	-	-	-	-
教育程度									
小學及以下	14	100.0	79.6	7.5	72.0	-	-	-	20.4
國中初中	28	100.0	73.1	19.1	54.0	18.6	18.6	-	8.4
高中高職	92	100.0	79.8	7.8	72.0	9.6	9.6	-	10.6
專科	42	100.0	69.6	7.8	61.7	26.0	26.0	-	4.5
大學	104	100.0	69.1	10.6	58.5	25.1	22.2	2.9	5.8
碩士以上	29	100.0	68.6	2.4	66.2	13.5	13.5	-	17.9
拒答	2	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0
居住地區 a									
新北市	74	100.0	71.8	10.6	61.2	18.4	17.6	0.8	9.8
臺北市	30	100.0	73.5	4.6	68.9	11.6	8.1	3.5	14.9
桃園市	35	100.0	85.6	3.3	82.3	3.8	-	3.8	10.5
臺中市	31	100.0	72.0	9.7	62.3	18.5	18.5	-	9.5
臺南市	21	100.0	81.9	11.5	70.4	5.7	5.7	-	12.4
高雄市	34	100.0	73.7	12.2	61.5	16.5	16.5	-	9.8
宜蘭縣	14	100.0	88.8	11.8	77.0	11.2	11.2	-	-
新竹縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-
苗栗縣	8	100.0	61.9	-	61.9	38.1	38.1	-	-
彰化縣	25	100.0	58.1	-	58.1	31.0	31.0	-	10.9
南投縣	7	100.0	47.0	-	47.0	22.9	22.9	-	30.2
雲林縣	4	100.0	63.1	-	63.1	36.9	36.9	-	-
嘉義縣	3	100.0	53.3	-	53.3	46.7	46.7	-	-
屏東縣	7	100.0	85.4	13.8	71.7	-	-	-	14.6
臺東縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-
花蓮縣	8	100.0	62.0	42.1	19.9	38.0	38.0	-	-
澎湖縣	3	100.0	-	-	-	100.0	100.0	-	-
基隆市	4	100.0	61.9	23.8	38.1	38.1	38.1	-	-
新竹市	3	100.0	100.0	55.2	44.8	-	-	-	-
嘉義市	1	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-
金門縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表24　本國製兒童類節目整體滿意度

單位：人；%

	樣本數	合計	滿意	非常滿意	還算滿意	不滿意	不太滿意	非常不滿意	不知道/沒意見
總計	312	100.0	86.5	15.4	71.1	10.5	9.5	1.1	3.0
性別									
男性	98	100.0	87.2	13.5	73.7	9.5	8.4	1.1	3.3
女性	214	100.0	86.1	16.2	69.9	11.0	9.9	1.0	2.9
年齡									
13-19歲	21	100.0	94.8	31.8	63.0	5.2	5.2	-	-
20-29歲	36	100.0	92.7	9.5	83.1	7.3	7.3	-	-
30-39歲	112	100.0	90.6	15.4	75.2	9.4	9.4	-	-
40-49歲	83	100.0	79.9	12.3	67.6	13.1	9.2	3.9	6.9
50-59歲	32	100.0	85.9	18.3	67.5	14.1	14.1	-	-
60-69歲	17	100.0	71.9	10.5	61.4	9.0	9.0	-	19.0
70歲以上	11	100.0	81.6	23.7	57.9	14.2	14.2	-	4.2
拒答	-	-	-	-	-	-	-	-	-
教育程度									
小學及以下	14	100.0	86.7	6.8	80.0	-	-	-	13.3
國中初中	28	100.0	93.4	27.9	65.5	4.3	4.3	-	2.3
高中高職	92	100.0	85.9	17.1	68.8	10.3	9.3	1.0	3.8
專科	42	100.0	83.2	16.5	66.7	16.8	13.7	3.1	-
大學	104	100.0	88.7	15.0	73.7	11.3	10.3	1.0	-
碩士以上	29	100.0	79.8	2.4	77.4	8.3	8.3	-	11.9
拒答	2	100.0	60.9	-	60.9	39.1	39.1	-	-
居住地區									
新北市	74	100.0	84.0	14.6	69.4	13.0	13.0	-	3.0
臺北市	30	100.0	84.3	8.4	75.9	12.1	8.6	3.5	3.7
桃園市	35	100.0	92.1	16.7	75.5	4.0	4.0	-	3.8
臺中市	31	100.0	85.4	17.3	68.1	14.6	14.6	-	-
臺南市	21	100.0	81.9	14.6	67.3	9.3	9.3	-	8.8
高雄市	34	100.0	88.7	25.9	62.8	8.5	5.8	2.7	2.7
宜蘭縣	14	100.0	92.2	11.8	80.4	7.8	7.8	-	-
新竹縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-
苗栗縣	8	100.0	81.5	-	81.5	18.5	18.5	-	-
彰化縣	25	100.0	80.0	8.8	71.2	20.0	14.7	5.2	-
南投縣	7	100.0	84.9	-	84.9	-	-	-	15.1
雲林縣	4	100.0	100.0	36.9	63.1	-	-	-	-
嘉義縣	3	100.0	53.3	-	53.3	46.7	46.7	-	-
屏東縣	7	100.0	85.4	-	85.4	-	-	-	14.6
臺東縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-
花蓮縣	8	100.0	100.0	42.1	57.9	-	-	-	-
澎湖縣	3	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-
基隆市	4	100.0	100.0	23.8	76.2	-	-	-	-
新竹市	3	100.0	100.0	55.2	44.8	-	-	-	-
嘉義市	1	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-
金門縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表25　「播送一定比例以上的本國自製節目」政府規定支持度

單位：人；%

	樣本數	合計	支持	非常支持	還算支持	不支持	不太支持	非常不支持	不知道/沒意見	拒答
總計	4,223	100.0	83.9	38.0	45.9	9.1	6.4	2.7	6.9	0.1
性別 ***										
男性	1,980	100.0	82.5	40.1	42.5	10.6	6.9	3.7	6.8	0.1
女性	2,243	100.0	85.2	36.2	49.0	7.8	6.0	1.8	7.0	0.0
年齡 ***										
13-19歲	411	100.0	87.3	24.7	62.6	7.1	5.1	2.0	5.1	0.5
20-29歲	742	100.0	86.9	34.4	52.4	8.7	6.6	2.1	4.4	-
30-39歲	889	100.0	86.3	40.5	45.7	7.5	5.4	2.2	6.2	-
40-49歲	866	100.0	86.3	43.7	42.6	8.7	6.1	2.6	4.9	0.1
50-59歲	688	100.0	80.7	41.3	39.4	12.7	8.2	4.5	6.6	-
60-69歲	428	100.0	78.0	38.1	39.9	9.7	7.4	2.2	12.3	-
70歲以上	190	100.0	69.7	32.4	37.3	9.8	6.5	3.3	20.5	-
拒答	9	100.0	57.2	-	57.2	7.0	-	7.0	35.7	-
教育程度 **										
小學及以下	262	100.0	69.9	28.6	41.3	9.7	6.9	2.8	20.4	-
國中初中	406	100.0	81.8	32.9	48.9	9.1	6.3	2.8	9.1	-
高中高職	1,233	100.0	83.7	35.0	48.7	8.8	6.5	2.3	7.3	0.2
專科	540	100.0	86.4	46.2	40.1	8.6	6.1	2.5	5.1	-
大學	1,455	100.0	86.9	39.8	47.1	8.8	6.0	2.8	4.3	-
碩士以上	304	100.0	83.2	43.4	39.8	11.8	8.0	3.7	5.0	-
拒答	23	100.0	59.0	18.0	41.0	14.1	5.7	8.4	26.9	-
居住地區										
新北市	777	100.0	84.7	39.1	45.7	8.6	6.5	2.2	6.5	0.1
臺北市	394	100.0	81.2	40.3	40.9	12.7	8.9	3.8	6.1	-
桃園市	374	100.0	84.3	37.5	46.8	8.6	5.8	2.8	7.1	-
臺中市	479	100.0	83.0	39.5	43.5	9.2	6.8	2.3	7.4	0.4
臺南市	356	100.0	84.6	40.6	44.0	8.2	5.2	3.0	7.2	-
高雄市	517	100.0	83.4	36.8	46.6	9.9	7.3	2.6	6.7	-
宜蘭縣	86	100.0	81.1	34.5	46.6	9.7	8.0	1.8	9.2	-
新竹縣	100	100.0	85.4	43.9	41.5	11.3	5.1	6.2	3.3	-
苗栗縣	104	100.0	85.6	33.1	52.5	2.9	1.5	1.4	11.5	-
彰化縣	244	100.0	81.8	40.5	41.3	9.1	6.0	3.1	9.1	-
南投縣	88	100.0	80.5	34.8	45.7	10.0	10.0	-	9.4	-
雲林縣	125	100.0	81.6	36.2	45.3	10.7	4.8	5.8	7.7	-
嘉義縣	98	100.0	83.4	26.6	56.8	11.0	9.1	1.9	5.6	-
屏東縣	143	100.0	85.6	30.5	55.2	8.5	6.9	1.6	5.9	-
臺東縣	35	100.0	91.8	32.2	59.6	4.5	4.5	-	3.7	-
花蓮縣	45	100.0	91.4	46.3	45.1	6.3	6.3	-	2.4	-
澎湖縣	18	100.0	86.2	32.4	53.7	-	-	-	13.8	-
基隆市	64	100.0	79.2	29.8	49.3	12.6	4.6	8.0	8.3	-
新竹市	90	100.0	91.5	39.4	52.1	5.0	3.5	1.5	3.5	-
嘉義市	55	100.0	85.6	27.7	57.9	6.3	3.4	2.8	8.2	-
金門縣	30	100.0	100.0	57.6	42.4	-	-	-	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表26　NCC兩項辦法知悉度

單位：人；%

		樣本數	合計	有聽過	沒聽過	拒答
總計		4,223	100.0	7.8	92.1	0.1
性別	*					
男性		1,980	100.0	8.7	91.2	0.1
女性		2,243	100.0	7.1	92.9	-
年齡	***					
13-19歲		411	100.0	4.1	95.9	-
20-29歲		742	100.0	6.7	93.3	-
30-39歲		889	100.0	4.3	95.7	-
40-49歲		866	100.0	9.3	90.7	-
50-59歲		688	100.0	11.2	88.7	0.1
60-69歲		428	100.0	11.3	88.4	0.3
70歲以上		190	100.0	10.0	90.0	-
拒答		9	100.0	6.7	93.3	-
教育程度	*					
小學及以下		262	100.0	6.0	93.6	0.4
國中初中		406	100.0	6.9	93.0	0.1
高中高職		1,233	100.0	8.0	92.0	0.1
專科		540	100.0	8.6	91.4	-
大學		1,455	100.0	7.0	93.0	-
碩士以上		304	100.0	12.7	87.3	-
拒答		23	100.0	4.4	95.6	-
居住地區	***					
新北市		777	100.0	8.5	91.5	0.1
臺北市		394	100.0	8.5	91.5	-
桃園市		374	100.0	7.1	92.9	-
臺中市		479	100.0	7.9	92.1	-
臺南市		356	100.0	6.4	93.6	-
高雄市		517	100.0	5.0	94.8	0.1
宜蘭縣		86	100.0	12.8	87.2	-
新竹縣		100	100.0	7.4	92.6	-
苗栗縣		104	100.0	11.1	88.9	-
彰化縣		244	100.0	7.6	92.4	-
南投縣		88	100.0	8.7	91.3	-
雲林縣		125	100.0	16.7	82.5	0.8
嘉義縣		98	100.0	13.9	86.1	-
屏東縣		143	100.0	4.2	95.8	-
臺東縣		35	100.0	10.2	89.8	-
花蓮縣		45	100.0	2.9	97.1	-
澎湖縣		18	100.0	10.5	89.5	-
基隆市		64	100.0	12.2	87.8	-
新竹市		90	100.0	2.7	97.3	-
嘉義市		55	100.0	6.1	93.9	-
金門縣		30	100.0	-	100.0	-
連江縣		-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表27　NCC兩項辦法成立目的知悉度

單位：人；%

		樣本數	合計	知道	不知道	拒答
總計		4,223	100.0	8.6	91.4	0.0
性別						
男性		1,980	100.0	8.8	91.2	-
女性		2,243	100.0	8.4	91.6	0.0
年齡	***					
13-19歲		411	100.0	4.7	95.3	-
20-29歲		742	100.0	4.8	95.2	-
30-39歲		889	100.0	8.2	91.8	-
40-49歲		866	100.0	10.8	89.2	-
50-59歲		688	100.0	11.1	88.9	-
60-69歲		428	100.0	10.7	89.0	0.3
70歲以上		190	100.0	8.8	91.2	-
拒答		9	100.0	18.5	81.5	-
教育程度	***					
小學及以下		262	100.0	3.4	96.6	-
國中初中		406	100.0	7.1	92.9	-
高中高職		1,233	100.0	7.5	92.5	-
專科		540	100.0	12.2	87.8	-
大學		1,455	100.0	8.5	91.4	0.1
碩士以上		304	100.0	13.4	86.6	-
拒答		23	100.0	4.4	95.6	-
居住地區						
新北市		777	100.0	9.8	90.2	-
臺北市		394	100.0	9.3	90.7	-
桃園市		374	100.0	9.1	90.9	-
臺中市		479	100.0	7.4	92.6	-
臺南市		356	100.0	5.9	94.1	-
高雄市		517	100.0	6.6	93.4	-
宜蘭縣		86	100.0	11.6	88.4	-
新竹縣		100	100.0	14.1	84.8	1.1
苗栗縣		104	100.0	8.0	92.0	-
彰化縣		244	100.0	8.9	91.1	-
南投縣		88	100.0	8.5	91.5	-
雲林縣		125	100.0	12.7	87.3	-
嘉義縣		98	100.0	7.9	92.1	-
屏東縣		143	100.0	6.9	93.1	-
臺東縣		35	100.0	11.0	89.0	-
花蓮縣		45	100.0	3.8	96.2	-
澎湖縣		18	100.0	15.4	84.6	-
基隆市		64	100.0	10.8	89.2	-
新竹市		90	100.0	4.3	95.7	-
嘉義市		55	100.0	13.3	86.7	-
金門縣		30	100.0	8.1	91.9	-
連江縣		-	-	-		-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表28 NCC兩項辦法管理內容清楚度

單位：人；%

		樣本數	合計	清楚	非常清楚	還算清楚	不清楚	不太清楚	非常不清楚	不知道/沒意見	拒答
總計		4,223	100.0	2.8	0.1	2.7	80.5	31.5	49.0	16.6	0.0
性別											
男性		1,980	100.0	3.0	0.1	2.9	79.8	30.0	49.8	17.1	0.0
女性		2,243	100.0	2.7	0.0	2.7	81.1	32.8	48.3	16.2	-
年齡	***										
13-19歲		411	100.0	4.0	-	4.0	88.8	34.5	54.3	7.1	-
20-29歲		742	100.0	2.9	-	2.9	78.9	26.7	52.2	18.3	-
30-39歲		889	100.0	2.5	0.2	2.4	74.7	22.7	51.9	22.8	-
40-49歲		866	100.0	3.6	-	3.6	78.9	27.0	51.9	17.5	-
50-59歲		688	100.0	1.8	0.1	1.8	83.6	34.7	49.0	14.5	-
60-69歲		428	100.0	2.8	0.4	2.3	84.9	48.3	36.6	12.4	-
70歲以上		190	100.0	1.4	-	1.4	83.6	55.5	28.1	14.6	0.4
拒答		9	100.0	18.5	-	18.5	59.9	35.6	24.3	21.6	-
教育程度	***										
小學及以下		262	100.0	2.7	-	2.7	80.9	53.4	27.5	16.5	-
國中初中		406	100.0	3.1	0.3	2.9	83.4	40.4	43.0	13.5	-
高中高職		1,233	100.0	2.5	0.1	2.4	80.9	35.2	45.7	16.5	-
專科		540	100.0	2.7	0.1	2.6	81.0	27.0	54.0	16.2	0.1
大學		1,455	100.0	2.9	0.0	2.9	80.1	25.3	54.8	16.9	-
碩士以上		304	100.0	3.4	-	3.4	76.2	22.1	54.0	20.4	-
拒答		23	100.0	6.5	-	6.5	72.0	43.0	29.0	21.5	-
居住地區	a										
新北市		777	100.0	2.6	0.4	2.2	68.1	26.6	41.5	29.3	-
臺北市		394	100.0	4.0	-	4.0	78.3	26.7	51.6	17.5	0.2
桃園市		374	100.0	3.4	-	3.4	86.9	36.3	50.7	9.6	-
臺中市		479	100.0	2.7	-	2.7	83.4	28.9	54.4	14.0	-
臺南市		356	100.0	3.7	-	3.7	81.3	35.8	45.6	14.9	-
高雄市		517	100.0	1.8	-	1.8	73.2	25.2	48.0	25.1	-
宜蘭縣		86	100.0	5.1	-	5.1	79.0	28.9	50.1	15.9	-
新竹縣		100	100.0	-	-	-	89.3	30.8	58.5	10.7	-
苗栗縣		104	100.0	-	-	-	98.7	52.4	46.3	1.3	-
彰化縣		244	100.0	1.4	-	1.4	85.4	37.9	47.5	13.2	-
南投縣		88	100.0	1.9	-	1.9	90.8	33.6	57.2	7.3	-
雲林縣		125	100.0	6.5	-	6.5	89.6	43.5	46.1	3.9	-
嘉義縣		98	100.0	4.8	-	4.8	91.5	40.9	50.5	3.7	-
屏東縣		143	100.0	2.6	-	2.6	88.9	38.8	50.1	8.4	-
臺東縣		35	100.0	-	-	-	93.1	25.3	67.7	6.9	-
花蓮縣		45	100.0	5.9	-	5.9	78.1	24.5	53.6	15.9	-
澎湖縣		18	100.0	7.3	-	7.3	71.1	17.2	53.9	21.6	-
基隆市		64	100.0	4.5	1.6	2.9	82.9	37.6	45.3	12.7	-
新竹市		90	100.0	1.4	-	1.4	82.8	32.8	50.0	15.7	-
嘉義市		55	100.0	2.7	-	2.7	97.3	34.0	63.3	-	-
金門縣		30	100.0	-	-	-	100.0	26.1	73.9	-	-
連江縣		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表29 NCC兩項辦法對本國自製節目管理類型清楚度

單位：人；%

		樣本數	合計	清楚	非常清楚	還算清楚	不清楚	不太清楚	非常不清楚	不知道/沒意見	拒答
總計		4,223	100.0	3.8	0.3	3.5	78.5	31.8	46.7	17.7	0.0
性別											
男性		1,980	100.0	4.1	0.3	3.9	77.3	30.3	47.0	18.6	0.0
女性		2,243	100.0	3.5	0.4	3.2	79.6	33.1	46.5	16.9	-
年齡	***										
13-19歲		411	100.0	6.3	0.6	5.7	88.5	43.3	45.2	5.2	-
20-29歲		742	100.0	3.3	0.2	3.2	77.1	28.7	48.4	19.6	-
30-39歲		889	100.0	2.5	-	2.5	72.6	22.6	50.0	24.8	-
40-49歲		866	100.0	3.3	0.1	3.1	78.6	27.0	51.6	18.2	-
50-59歲		688	100.0	3.2	0.3	2.9	80.4	32.5	47.9	16.4	-
60-69歲		428	100.0	4.9	0.7	4.2	81.8	44.8	37.0	13.3	-
70歲以上		190	100.0	7.2	1.1	6.1	75.7	50.5	25.3	16.6	0.5
拒答		9	100.0	18.5	11.8	6.7	71.4	59.6	11.8	10.1	-
教育程度	***										
小學及以下		262	100.0	5.3	1.3	4.0	75.0	48.4	26.6	19.3	0.4
國中初中		406	100.0	5.1	0.1	5.0	83.8	45.8	38.0	11.1	-
高中高職		1,233	100.0	5.0	0.5	4.4	77.4	33.1	44.2	17.7	-
專科		540	100.0	3.5	0.1	3.3	78.5	26.3	52.2	18.0	-
大學		1,455	100.0	2.3	0.0	2.3	79.6	28.1	51.5	18.1	-
碩士以上		304	100.0	3.6	0.4	3.2	74.7	20.6	54.1	21.7	-
拒答		23	100.0	4.1	-	4.1	67.5	33.4	34.1	28.4	-
居住地區	a										
新北市		777	100.0	2.8	0.1	2.7	64.9	26.5	38.5	32.3	-
臺北市		394	100.0	2.9	0.2	2.6	78.4	28.9	49.5	18.7	-
桃園市		374	100.0	4.3	0.9	3.4	84.8	37.1	47.6	10.9	-
臺中市		479	100.0	4.2	0.2	4.0	82.5	29.8	52.7	13.3	-
臺南市		356	100.0	4.0	-	4.0	82.2	32.7	49.5	13.8	-
高雄市		517	100.0	2.6	0.7	1.9	72.6	27.1	45.5	24.8	-
宜蘭縣		86	100.0	6.5	-	6.5	75.5	25.2	50.3	18.0	-
新竹縣		100	100.0	1.2	-	1.2	91.2	28.5	62.7	7.6	-
苗栗縣		104	100.0	-	-	-	96.7	57.0	39.7	3.3	-
彰化縣		244	100.0	3.4	-	3.4	82.4	37.3	45.1	14.2	-
南投縣		88	100.0	4.1	-	4.1	88.3	47.6	40.6	6.6	1.1
雲林縣		125	100.0	11.0	1.7	9.3	83.0	37.4	45.6	6.0	-
嘉義縣		98	100.0	11.9	-	11.9	82.3	33.5	48.8	5.7	-
屏東縣		143	100.0	3.2	-	3.2	88.3	36.2	52.1	8.5	-
臺東縣		35	100.0	6.6	-	6.6	86.5	18.5	68.0	6.9	-
花蓮縣		45	100.0	8.8	-	8.8	74.1	23.8	50.3	17.1	-
澎湖縣		18	100.0	-	-	-	82.6	37.7	44.9	17.4	-
基隆市		64	100.0	8.4	1.6	6.8	72.4	32.5	39.9	19.2	-
新竹市		90	100.0	1.3	-	1.3	80.7	39.9	40.8	18.0	-
嘉義市		55	100.0	2.7	-	2.7	90.6	27.7	62.9	6.7	-
金門縣		30	100.0	-	-	-	91.9	47.6	44.4	8.1	-
連江縣		-	-	-	-	-	-	-	-		-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表30 NCC兩項辦法對本國自製節目管理比例清楚度

單位：人；%

	樣本數	合計	清楚	非常清楚	還算清楚	不清楚	不太清楚	非常不清楚	不知道/沒意見	拒答
總計	4,223	100.0	2.5	0.3	2.2	78.7	29.2	49.5	18.9	0.0
性別										
男性	1,980	100.0	2.9	0.4	2.5	77.5	27.6	49.9	19.5	0.1
女性	2,243	100.0	2.1	0.2	1.9	79.7	30.6	49.1	18.3	-
年齡 a										
13-19歲	411	100.0	5.3	0.4	4.9	87.2	39.9	47.3	7.5	-
20-29歲	742	100.0	2.5	0.4	2.1	77.9	24.7	53.1	19.6	-
30-39歲	889	100.0	2.4	-	2.4	72.2	18.7	53.5	25.4	-
40-49歲	866	100.0	0.9	0.1	0.9	78.5	25.2	53.3	20.6	-
50-59歲	688	100.0	1.8	0.1	1.7	80.4	29.9	50.5	17.7	-
60-69歲	428	100.0	3.2	0.9	2.3	82.6	45.5	37.1	14.1	0.1
70歲以上	190	100.0	3.6	1.1	2.5	79.3	49.7	29.6	16.6	0.5
拒答	9	100.0	11.8	-	11.8	71.4	59.9	11.5	16.8	-
教育程度 ***										
小學及以下	262	100.0	4.0	0.4	3.6	77.3	50.0	27.3	18.4	0.4
國中初中	406	100.0	4.2	0.7	3.5	82.6	42.5	40.1	13.1	0.1
高中高職	1,233	100.0	2.9	0.5	2.4	77.3	32.2	45.1	19.9	-
專科	540	100.0	2.5	0.2	2.3	78.5	24.7	53.8	19.0	-
大學	1,455	100.0	1.5	-	1.5	79.5	23.0	56.5	19.0	-
碩士以上	304	100.0	1.7	0.4	1.3	76.7	17.3	59.3	21.7	-
拒答	23	100.0	-	-	-	76.2	48.7	27.5	23.8	-
居住地區 a										
新北市	777	100.0	2.0	0.1	1.8	64.7	23.2	41.5	33.3	0.1
臺北市	394	100.0	1.0	0.2	0.8	78.2	25.4	52.8	20.7	-
桃園市	374	100.0	2.9	-	2.9	84.5	34.6	50.0	12.6	-
臺中市	479	100.0	2.2	-	2.2	84.1	28.1	56.0	13.7	-
臺南市	356	100.0	3.9	0.2	3.7	81.3	28.7	52.5	14.8	-
高雄市	517	100.0	1.5	0.6	0.9	71.7	24.6	47.1	26.8	-
宜蘭縣	86	100.0	3.4	-	3.4	80.1	35.2	44.9	16.6	-
新竹縣	100	100.0	3.7	-	3.7	87.2	27.9	59.3	9.1	-
苗栗縣	104	100.0	1.2	-	1.2	94.9	47.6	47.3	3.9	-
彰化縣	244	100.0	2.2	-	2.2	83.0	32.9	50.0	14.8	-
南投縣	88	100.0	1.9	-	1.9	83.8	37.0	46.8	13.3	1.1
雲林縣	125	100.0	9.2	2.5	6.7	82.7	34.3	48.4	8.1	-
嘉義縣	98	100.0	9.0	1.8	7.1	88.3	35.0	53.4	2.7	-
屏東縣	143	100.0	-	-	-	90.6	38.4	52.2	9.4	-
臺東縣	35	100.0	3.5	-	3.5	89.6	23.0	66.5	6.9	-
花蓮縣	45	100.0	8.8	-	8.8	75.0	20.7	54.3	16.2	-
澎湖縣	18	100.0	-	-	-	82.6	31.5	51.1	17.4	-
基隆市	64	100.0	1.6	1.6	-	76.2	34.8	41.4	22.2	-
新竹市	90	100.0	-	-	-	78.6	33.9	44.8	21.4	-
嘉義市	55	100.0	-	-	-	98.0	40.3	57.7	2.0	-
金門縣	30	100.0	-	-	-	91.9	26.1	65.8	8.1	-
連江縣	-	-	-	-	-	-	-	-		-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表30 NCC兩項辦法對本國自製節目管理時段清楚度

單位：人；%

		樣本數	合計	清楚	非常清楚	還算清楚	不清楚	不太清楚	非常不清楚	不知道/沒意見	拒答
總計		4,223	100.0	4.3	0.7	3.6	76.9	28.6	48.3	18.7	0.1
性別											
男性		1,980	100.0	4.6	0.7	3.9	75.6	27.6	48.0	19.6	0.1
女性		2,243	100.0	4.0	0.7	3.3	78.0	29.5	48.5	17.9	-
年齡	***										
13-19歲		411	100.0	8.3	2.6	5.7	83.7	36.6	47.1	8.0	-
20-29歲		742	100.0	6.1	1.0	5.1	76.0	25.7	50.4	17.8	-
30-39歲		889	100.0	3.4	0.3	3.1	71.6	20.1	51.6	25.0	-
40-49歲		866	100.0	2.6	0.2	2.4	76.4	22.7	53.7	20.9	0.1
50-59歲		688	100.0	3.7	0.2	3.5	79.3	31.1	48.2	17.0	-
60-69歲		428	100.0	3.5	0.5	3.0	80.9	44.5	36.4	15.5	0.1
70歲以上		190	100.0	4.5	1.8	2.7	75.1	44.8	30.3	19.9	0.5
拒答		9	100.0	11.8	-	11.8	71.4	35.6	35.8	16.8	-
教育程度	***										
小學及以下		262	100.0	3.1	0.8	2.3	77.7	49.3	28.3	18.8	0.4
國中初中		406	100.0	6.3	1.6	4.7	79.3	42.4	36.9	14.2	0.2
高中高職		1,233	100.0	5.3	1.0	4.2	75.5	30.5	45.0	19.1	0.1
專科		540	100.0	3.5	-	3.5	77.5	24.3	53.1	19.1	-
大學		1,455	100.0	3.4	0.4	3.0	77.8	23.1	54.7	18.8	-
碩士以上		304	100.0	4.4	0.9	3.6	73.9	17.7	56.2	21.6	-
拒答		23	100.0	6.5	-	6.5	66.5	39.2	27.3	27.0	-
居住地區	a										
新北市		777	100.0	4.0	0.6	3.4	62.0	22.9	39.0	34.0	-
臺北市		394	100.0	0.7	-	0.7	80.0	26.4	53.6	19.0	0.3
桃園市		374	100.0	4.3	0.3	4.1	84.3	32.0	52.3	11.4	-
臺中市		479	100.0	4.3	0.4	3.8	82.0	24.3	57.7	13.7	-
臺南市		356	100.0	4.5	0.3	4.2	80.3	32.4	47.9	15.2	-
高雄市		517	100.0	3.4	1.1	2.3	69.8	24.7	45.1	26.7	0.1
宜蘭縣		86	100.0	6.6	1.2	5.3	77.7	26.4	51.4	15.7	-
新竹縣		100	100.0	5.2	-	5.2	82.1	22.5	59.6	12.7	-
苗栗縣		104	100.0	1.2	-	1.2	93.0	54.4	38.6	5.8	-
彰化縣		244	100.0	5.3	0.6	4.7	81.9	31.0	50.9	12.8	-
南投縣		88	100.0	5.9	-	5.9	77.2	29.1	48.1	15.8	1.1
雲林縣		125	100.0	10.6	3.6	7.0	81.0	33.5	47.4	8.5	-
嘉義縣		98	100.0	11.1	1.8	9.3	84.1	35.6	48.4	4.8	-
屏東縣		143	100.0	5.1	1.0	4.0	85.0	36.8	48.2	9.9	-
臺東縣		35	100.0	6.6	-	6.6	87.1	32.4	54.7	6.4	-
花蓮縣		45	100.0	13.3	10.4	2.9	74.4	20.6	53.8	12.3	-
澎湖縣		18	100.0	7.3	-	7.3	75.2	31.5	43.8	17.4	-
基隆市		64	100.0	1.6	-	1.6	77.3	37.6	39.7	21.1	-
新竹市		90	100.0	6.4	-	6.4	75.6	31.9	43.7	18.0	-
嘉義市		55	100.0	-	-	-	98.0	48.8	49.2	2.0	-
金門縣		30	100.0	-	-	-	91.9	28.0	63.9	8.1	-
連江縣		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表32　非本國自製節目冠名贊助法規支持度

單位：人；%

		樣本數	合計	支持	不支持	不知道/沒意見	拒答
總計		4,223	100.0	74.6	15.7	9.6	0.1
性別							
男性		1,980	100.0	75.9	17.0	7.0	0.1
女性		2,243	100.0	73.5	14.6	11.9	0.0
年齡	***						
13-19歲		411	100.0	84.4	11.9	3.7	-
20-29歲		742	100.0	77.1	14.9	7.8	0.2
30-39歲		889	100.0	77.0	16.2	6.7	0.1
40-49歲		866	100.0	77.2	15.3	7.5	-
50-59歲		688	100.0	67.9	20.5	11.5	0.1
60-69歲		428	100.0	67.7	15.0	17.2	0.1
70歲以上		190	100.0	61.5	11.6	26.8	-
拒答		9	100.0	47.6	13.7	38.7	-
教育程度	***						
小學及以下		262	100.0	59.8	8.4	31.9	-
國中初中		406	100.0	77.1	11.1	11.9	-
高中高職		1,233	100.0	77.1	14.1	8.8	-
專科		540	100.0	74.2	18.5	7.1	0.2
大學		1,455	100.0	75.2	17.9	7.0	-
碩士以上		304	100.0	73.1	20.1	6.0	0.8
拒答		23	100.0	59.2	10.8	30.0	-
居住地區	***						
新北市		777	100.0	75.0	16.6	8.3	0.1
臺北市		394	100.0	74.0	18.8	6.9	0.3
桃園市		374	100.0	78.4	13.0	8.5	-
臺中市		479	100.0	75.7	15.3	9.0	-
臺南市		356	100.0	78.1	13.2	8.4	0.3
高雄市		517	100.0	76.0	15.0	9.0	-
宜蘭縣		86	100.0	60.7	21.7	17.6	-
新竹縣		100	100.0	70.2	23.6	6.2	-
苗栗縣		104	100.0	74.7	9.4	15.9	-
彰化縣		244	100.0	74.1	13.6	12.3	-
南投縣		88	100.0	75.7	10.8	13.5	-
雲林縣		125	100.0	76.6	12.6	10.9	-
嘉義縣		98	100.0	69.6	17.8	12.6	-
屏東縣		143	100.0	70.2	16.9	12.9	-
臺東縣		35	100.0	61.5	12.4	26.0	-
花蓮縣		45	100.0	55.0	36.9	8.1	-
澎湖縣		18	100.0	70.4	15.4	14.2	-
基隆市		64	100.0	64.8	24.6	10.6	-
新竹市		90	100.0	69.9	19.2	10.9	-
嘉義市		55	100.0	78.6	11.7	9.7	-
金門縣		30	100.0	100.0	-	-	-
連江縣		-	-	-	-	-	-

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001。

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表33　本國電視節目自製的政策相關建議

單位：人；%

	樣本數	增加本土化內容節目	增加知識教育類節目	增加綜藝類型節目	增加溫馨勵志類型節目	降低暴力負面型節目
總計	4,223	2.4	1.4	0.7	0.9	1.9
性別						
男性	1,980	2.6	1.2	0.7	0.8	1.3
女性	2,243	2.1	1.5	0.6	1.1	2.4
年齡						
13-19歲	411	0.9	1.1	0.8	0.5	2.3
20-29歲	742	2.1	0.1	0.4	0.2	0.8
30-39歲	889	1.6	1.5	0.7	0.7	1.0
40-49歲	866	2.2	1.4	0.7	0.6	1.6
50-59歲	688	3.3	1.4	0.4	1.3	3.2
60-69歲	428	4.5	3.4	1.2	1.9	3.1
70歲以上	190	3.1	1.2	0.8	3.1	3.8
拒答	9	-	11.8	-	11.8	-
教育程度						
小學及以下	262	2.7	0.7	0.5	1.0	2.1
國中初中	406	2.5	0.7	1.0	2.0	3.2
高中高職	1,233	2.2	1.4	0.4	1.2	2.8
專科	540	2.1	1.6	1.3	0.5	1.0
大學	1,455	2.6	1.6	0.7	0.7	1.0
碩士以上	304	1.8	1.7	-	0.6	2.0
拒答	23	-	-	-	-	-
居住地區						
新北市	777	3.1	1.5	1.1	0.9	2.0
臺北市	394	2.8	1.2	0.7	1.6	1.1
桃園市	374	2.0	1.4	1.1	0.5	1.3
臺中市	479	2.0	2.2	0.2	0.6	1.9
臺南市	356	3.2	0.9	0.7	1.9	1.9
高雄市	517	1.1	1.0	0.5	0.3	1.8
宜蘭縣	86	4.5	1.2	-	1.2	3.2
新竹縣	100	3.1	1.0	1.6	2.1	-
苗栗縣	104	-	1.4	-	1.3	4.2
彰化縣	244	1.8	3.1	0.4	1.8	3.3
南投縣	88	3.9	-	-	-	1.1
雲林縣	125	1.8	-	1.2	-	1.8
嘉義縣	98	-	-	-	-	1.1
屏東縣	143	1.3	-	1.7	-	2.5
臺東縣	35	9.2	-	-	-	-
花蓮縣	45	3.8	8.5	-	3.8	6.5
澎湖縣	18	7.3	7.3	-	-	-
基隆市	64	1.8	-	-	-	3.4
新竹市	90	2.3	1.9	-	1.9	1.4
嘉義市	55	-	-	-	-	-
金門縣	30	8.1	-	-	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-

附表33　本國電視節目自製的政策相關建議(續1)

單位：人；%

	節目內容要多元均衡	節目內容創新	降低重播率	提升節目製作品質	政府政策支持，勿過度限制	增加節目製作經費
總計	2.8	3.9	1.3	2.8	1.4	1.7
性別						
男性	3.2	4.0	1.3	2.8	1.8	1.9
女性	2.5	3.8	1.3	2.7	1.1	1.5
年齡						
13-19歲	0.5	1.7	0.6	-	0.5	0.6
20-29歲	1.8	3.2	0.5	1.9	0.4	1.3
30-39歲	3.9	3.4	1.6	2.7	1.4	2.1
40-49歲	3.4	4.4	1.1	4.7	2.0	2.3
50-59歲	3.5	5.9	2.2	3.2	2.3	2.2
60-69歲	3.0	4.3	1.9	2.5	1.5	0.8
70歲以上	1.3	3.9	1.0	2.9	1.4	0.2
拒答	18.5	-	-	-	6.7	12.5
教育程度						
小學及以下	1.1	5.3	1.7	0.5	-	0.2
國中初中	0.7	3.2	2.2	1.5	0.1	-
高中高職	2.2	3.5	1.5	2.3	1.2	1.2
專科	4.4	4.9	0.9	4.1	1.6	3.2
大學	3.1	4.0	0.9	3.0	1.6	2.3
碩士以上	6.2	3.8	1.8	4.8	4.2	1.6
拒答	-	-	-	-	4.4	-
居住地區						
新北市	3.1	3.6	1.8	3.9	2.4	2.6
臺北市	2.7	4.2	0.7	2.9	2.3	3.6
桃園市	3.1	5.2	1.0	4.8	1.7	0.7
臺中市	4.4	3.0	1.2	2.5	1.5	1.7
臺南市	1.5	4.6	1.0	2.1	0.6	0.7
高雄市	2.0	3.3	0.9	2.6	1.1	2.1
宜蘭縣	-	1.5	3.0	4.9	-	-
新竹縣	9.6	5.0	-	-	1.3	2.6
苗栗縣	3.2	-	7.1	1.5	-	1.4
彰化縣	3.3	5.4	1.8	2.9	1.3	-
南投縣	2.8	3.4	1.6	1.5	-	4.7
雲林縣	3.0	4.0	-	1.7	0.9	0.9
嘉義縣	-	-	-	1.1	-	-
屏東縣	3.1	7.1	0.8	0.7	1.8	2.4
臺東縣	-	5.7	-	-	3.0	-
花蓮縣	3.8	7.1	-	3.3	-	-
澎湖縣	7.3	7.3	-	-	-	-
基隆市	1.9	9.4	5.0	3.2	1.5	-
新竹市	1.4	-	1.4	-	1.5	-
嘉義市	-	5.7	-	4.8	-	-
金門縣	-	-	-	-	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-

附表33　本國電視節目自製的政策相關建議(續完)

單位：人；%

	減少廣告與冠名贊助資訊	政府嚴格把關製播內容	其他	沒有建議	不知道/沒意見	拒答
總計	1.2	0.1	0.1	80.4	2.4	0.0
性別						
男性	1.1	0.1	0.2	79.7	2.3	0.1
女性	1.2	0.2	0.0	81.0	2.6	-
年齡						
13-19歲	-	-	-	89.8	2.3	-
20-29歲	1.7	0.2	0.2	87.2	0.7	-
30-39歲	1.5	0.2	0.1	81.9	2.1	0.1
40-49歲	0.8	0.1	-	78.4	2.7	0.1
50-59歲	1.4	-	0.2	73.7	2.6	-
60-69歲	0.8	-	-	73.9	3.8	-
70歲以上	2.4	-	-	74.1	6.3	-
拒答	-	-	-	58.9	10.1	-
教育程度						
小學及以下	1.5	-	-	80.8	3.9	-
國中初中	0.6	-	-	82.9	3.2	-
高中高職	1.1	-	0.1	81.3	2.8	-
專科	1.3	0.2	0.2	77.9	2.2	0.1
大學	1.5	0.2	0.1	80.4	1.7	0.1
碩士以上	0.3	0.4	-	75.8	3.1	-
拒答	-	-	-	95.6	-	-
居住地區						
新北市	1.2	-	-	78.4	2.3	0.1
臺北市	1.3	-	0.6	77.3	2.6	-
桃園市	1.0	-	-	77.3	3.7	-
臺中市	0.7	0.5	-	81.3	2.3	-
臺南市	2.6	-	-	78.8	3.6	0.3
高雄市	0.7	0.4	0.3	83.5	2.3	-
宜蘭縣	-	-	-	77.8	4.2	-
新竹縣	-	-	-	81.0	-	-
苗栗縣	1.2	-	-	83.3	-	-
彰化縣	-	-	-	79.2	2.3	-
南投縣	-	-	-	83.1	2.4	-
雲林縣	2.7	-	-	83.0	2.9	-
嘉義縣	1.2	-	-	92.1	5.6	-
屏東縣	2.1	-	-	78.2	2.1	-
臺東縣	-	-	-	82.0	-	-
花蓮縣	2.5	-	-	74.4	-	-
澎湖縣	-	-	-	78.1	7.3	-
基隆市	2.7	-	-	76.2	1.6	-
新竹市	3.3	-	-	86.6	-	-
嘉義市	-	-	-	92.4	-	-
金門縣	-	-	-	91.9	-	-
連江縣	-	-	-	-	-	-