

公共廣電與文化創意、數位電視發展 兩年計畫 摘要

一、緣起	1
二、計畫內容	1
三、各計畫預算所佔比例	2
【附件】	
台灣國際衛星頻道(海外)	3
多元外語頻道(境內)	4
兒少專屬頻道	5
公民美育(文化藝術)頻道	6
DVB-H 行動電視與數據廣播	7
HDTV 頻道	8
第二單頻網工程建置	9
數位片庫、新聞採編播自動化、節目後製非線性網路	
無帶化	10
數位廣播頻道 DAB 建設	11
公視國際得獎數	12
各國公視經費比較	16

一、緣起

國家重大建設除了硬體之外，文化創意產業帶來的影響與效益不容小覷。台灣電視產業開放已逾十年，雖帶來國內媒體產業的繁榮與活力，但台灣語音影視媒體產品始終是入超，對國際行銷與文化推廣尚有不足之處。

此外，電視數位化是影視產業近年的重要課題，然國內商業無線電視台因為靠廣告營運，在數位無線平台尚未普及前，難以投資新製節目，導致觀眾缺乏可欣賞之頻道，亦造成數位普及率不如預期。從產業面來看，台灣面板產業雖發達，在國內高畫電視卻無用武之地，由於投資高畫質節目和硬體都需龐大經費，回收不易，這也使目前的電視業者在商業的遊戲規則下無法投入。

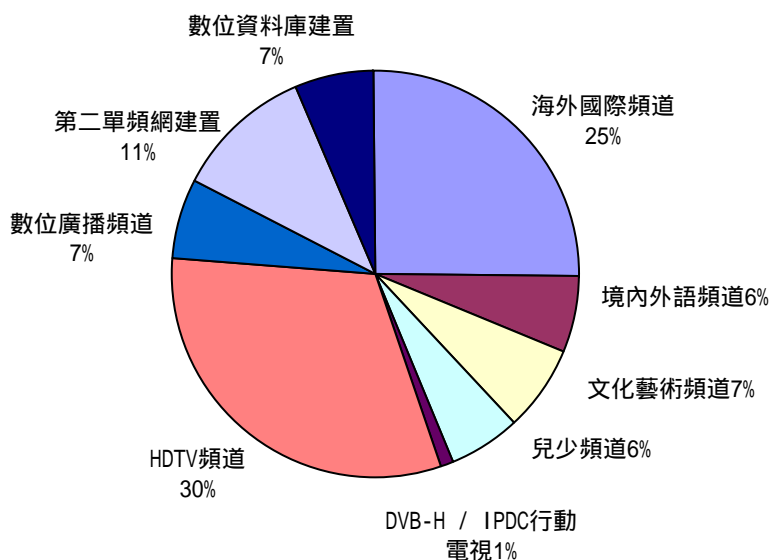
如何要在短期之內，有立竿見影的效果？根據研究世界先進國家的案例，公共媒體在影視產業的扶植、文化海外推廣、以及數位轉換上都扮演了重要的領導角色。在台灣公視集團政策已明確的此時，應讓公視擔負更重大的責任，以公共投資振興我國文化創意產業、並帶動數位產業發展。

二、計畫內容

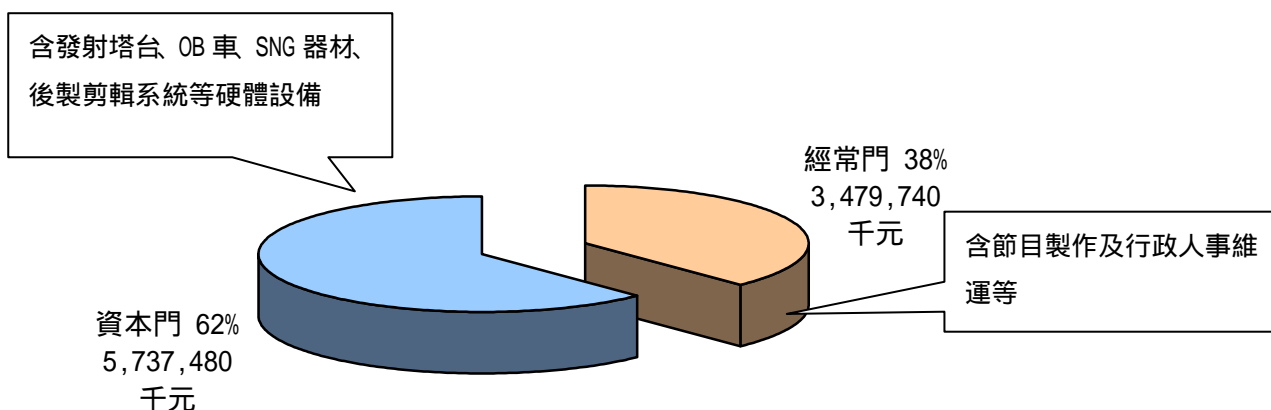
	計畫名稱	計畫內容
電 視 頻 道	境內外語頻道	服務境內外籍人士、外籍配偶，並提供國人開拓視野、尊重多元與學習外語的環境
	公民美育(文化藝術)頻道	提供全民國內、外多元文化藝術以及美育素養節目的優質頻道
	兒少頻道	以兒童、青少年為主要觀眾，兼顧親師教育的優質頻道
	HDTV 測試頻道	綜合性頻道，提供高畫質數位節目與數據服務
	DVB-H/IPDC 行動電視	依循 DVB-H 標準，傳送數位電視節目和數據資料之互動服務頻道
	海外國際頻道 (含機場頻道)	讓國際人士了解台灣風土文化、財經資訊、旅遊資訊及國際關係的英語全頻道。此頻道節目亦可在台灣國際機場播出。

數位廣播	DAB 文化教育頻道	提供全民終生學習內容之廣播頻道
	DAB 新聞體育資訊頻道	提供新聞、體育節目和即時資訊內容
	DAB 音樂藝術頻道	提供古典、爵士、流行、民族風等各具特色的音樂藝術服務
	DAB 境內外語頻道	針對國內民眾，提供一個外語廣播服務的綜合性頻道
其它計畫	數位無線第二單頻網	使無線數位平台頻寬可播出 30 個頻道，促進數位轉換，並完成製播分離之理想，豐富數位無線平台之內容
	台灣共同影音資料平台—數位片庫	建置一以影音為主之統一格式資料片庫，整合國內各領域之影音資料，進而促進創意共享(Creative Common)之理念

三、各計畫預算所佔比例



四、硬體建設與軟體投資比例



台灣國際衛星頻道（海外）

- 讓世界看見台灣，建立台灣國際影響力

一、成立目的

透過全部由英文製播的台灣國際衛星頻道，傳達台灣觀點、以具有國際視野的各類知識、資訊節目，讓台灣的國際衛星頻道成為報導台灣與亞太區資訊最具影響力的媒體，代表台灣成為面對世界，影響世界的窗口。

二、服務對象

提供國際意見領袖、企業經理人與商務人士、新一代僑胞、國際學術文化機構，以及一般對於國際資訊深感興趣之外籍人士一個了解台灣觀點與新聞資訊的管道。讓外籍人士在 CNN、BBC World Service、CNBC、Bloomberg 與日本 NHK World、中國 CCTV- 9 之外，有另一個選擇。

三、分析

近年來世界各國對國際訊息之詮釋多因 CNN 落地全球而偏向美國觀點，所以歐、亞許多國家紛紛發展國際頻道，積極拓展海外落地。BBC World Service 就以其公正、權威、獨立之報導，成為國際新聞事件的主要消息來源之一。其創立宗旨包括：「在國際廣播電視中成為最知名、最權威的媒體，並藉此為英國帶來利益；促進英語，及對於現代英國的了解與興趣；提供英國創作人才，一個國際性的表演舞台。」德國 DW 在美伊戰爭時，也因提供不同的歐洲觀點而獲重視。日本在 90 年代初，意識到國際間資訊流通的不平衡，因此在 1996 年由 NHK 推出海外頻道。韓國則由兩家公共電視台 KBS、MBC 以及教育電視台 SBS 集資於 1996 年推出阿里郎頻道，向全球播送韓國的傳統、文化、新聞、紀錄片、戲劇等，搭起文化溝通和影視節目國際銷售的橋樑。中國中央電視台亦於 2000 年推出 CCTV-9 英語頻道，服務包括中國在內的世界各國英語觀眾，提供了解中國的管道。鑑於以上，台灣亦應有一個國際發聲的管道，而其節目內容與品質，必須有國際水準，以和這些國際頻道相抗衡。

多元外語頻道（境內）

- 開拓國人視野、服務境內外籍族群

一、成立目的

製播具有國際觀點以及台灣資訊之境內外語全頻道，服務境內多元文化外籍族群。

讓境內外籍人士、觀光客與外籍配偶等多元族群，能深入了解台灣文化與生活資訊，融入台灣社會，也讓國內觀眾接觸多元之國際資訊和娛樂節目，促進多元文化兼容之價值。

二、服務對象

在台工作之外籍藍白領階級、外勞、外籍配偶、觀光客等。

三、分析

依據內政部警政署資料，近五年來外籍結婚登記數每年都超過十萬人，也有學者表示兩年後外籍配偶人數將直逼原住民，數據也顯示，每八個台灣的寶寶中，就有一個是外籍配偶所生，比例高達八分之一。此外，在台灣的外籍勞工人數也超過三十萬人，顯示台灣已經不能再忽視多元族群存在的事實，而應致力於境內多元族群彼此之間的溝通和了解。讓境內外籍人士、觀光客與外籍配偶等多元族群，能深入了解台灣文化與生活資訊，融入台灣社會，也讓國內觀眾接觸多元之國際資訊和娛樂節目，促進多元文化兼容之價值。像澳洲 SBS，就以反映、服務澳洲社會的多元文化特色為其使命，製播境內各種語言的節目，促進族群溝通和融合。

兒少專屬頻道

- 為孩子打造一個純淨歡樂的媒體新樂園

一、成立目的

1. 成立兒童與少年專屬頻道，可提供更多兼具知識性、娛樂性與教育性的自製節目，達成社會對兒少傳播權的期待。
2. 專屬頻道可依據兒少作息時間及年齡層，提供全天 24 小時之優質節目，使其有更多元的選擇，解決單一頻道時段不足的問題。
3. 藉由建立數位互動學習平台，促進數位電視的普及率。

二、服務對象

針對 4-15 歲的兒童、青少年量身訂做的數位兒少專屬頻道。依不同年齡層的需求製作節目，涵蓋德育、智育、美育、體育、群育等多方面的要求，啟發兒童少年的創意，讓他們更有好奇心，對探索世界更有熱忱。

三、分析

目前台灣的兒童頻道多屬境外頻道，這些境外頻道極少針對國內兒童、少年製作節目，反而充斥美、日卡通及這些卡通創造出來的消費意識和流行觀。而本土現階段耕耘兒童節目而獲口碑者，鎖定年齡層低幼的學齡前兒童，且自製率始終偏低。

一個優質兒少頻道不僅具教育性，亦能兼顧娛樂性，同時最重要的是能傳遞符合身心健康、公義的公民社會與本土/國際視野的核心價值，使年輕觀眾在娛樂之餘也有機會能得到超越性的智性成長。這對於轉型中的台灣社會來說，具有超越與提昇的作用。這樣的頻道定位對公視來說義不容辭，也理當身先士卒作為相關兒青頻道業者的表率。

公民美育 (文化藝術)頻道

- 提供全民一個公民美學交流平台

一、成立目的

1. 藉由欣賞各類文化與藝術節目的展演，可提升國民文化素養，實踐文化公民權的積極內涵。
2. 長期投入資源與人力製播，可對台灣的多元文化作有系統的介紹與保存，並促進族群間的欣賞與包容。
3. 提供高音質畫質節目，突顯數位電視的優勢，從而促進數位轉換與普及。

二、服務對象

台灣一般社會大眾。透過數位文化藝術頻道，提供各類優質文藝節目，可幫助民眾將文化藝術融入生活，形塑文化公民社會，推動文化公民權。

三、分析

資訊科技帶動知識經濟時代的來臨，全球化帶動更多的文化交流和文化碰撞。推動文化藝術已經不應再是少數精英從事的曲高和寡的事情，而關乎社會的發展動力，關乎社會能否在新時代生存和永續發展 (sustainable development)。一九九六年之後，聯合國教科文組織、歐盟以至世界銀行都相繼肯定了文化議程是經濟發展議程裏面一個不可或缺的部份，而文化藝術可以促成社會的綜合發展和可持續發展。

一個全天候播出，深入城鄉的文化藝術頻道，將為社會帶來不可忽視的正面影響。藉由此一頻道之製播，可促進國內藝術團體之發展、增進國際交流、培養藝文人才，鼓勵全民參與、提昇全民文化藝術涵養、創造文化台灣，並可以高水準影音呈現，促進數位轉換。

DVB-H 行動電視與數據廣播

一、目標與效益：

- 1、打造全球行動電視應用服務之先驅：台灣將成為亞洲第一、全球先驅的 DVB-H 行動電視數據廣播的商用化服務標竿。
- 2、實現「M 台灣」目標：搭配國內 2005 年起步的 3G，至 2007 年服務環境成熟，打造最 IN 的行動電視服務，實現「M 台灣」的理想目標。
- 3、實現數位匯流願景：廣播通訊的匯流理想，在台灣將透過 DVB-H/ IPDC 行動電視服務實現！它將是國內廣播與行動通訊雙網的商用大結合，對於產業發展將進入新的里程碑。
- 4、創造數位電視更高附加價值：數位電視透過行動服務，讓使用者享受「3A」的便利：Anytime, Anywhere, Any Content。對數位電視來說，將增加可觀營收，創造產業發展正面良性之循環。
- 5、提升國內通訊服務及手機/PDA 產值：根據調查，行動電視高居 3G 通訊最受消費者歡迎的服務項目之一。而行動電視又同時跨多種產業，包括廣播電視、行動通訊系統、手機/PDA 製造，及軟體平台，因此帶動之整體產業效益將極為可觀。

二、服務對象：

手持行動裝置如手機、PDA，及筆記型電腦等用戶。

三、分析

從產業鏈中的各個角色及國內外目前的進展情況分析，DVB-H 計畫今年底、明年初起將是關鍵發展的契機，明後年 DVB-H 行動電視服務可望正式啟動。

HDTV 頻道

一、成立目的

- 1、提升我國電視產業製播 HDTV 節目之能力，累積本土實務經驗；
- 2、提供閱聽人高品質之影音節目服務及其他多樣化資訊內容；
- 3、進行數位電視資料廣播相關運轉測試及建立商業模式；
- 4、加速我國產業升級，創造家電市場商機，促進經濟發展。

二、服務對象

全國觀眾及相關產業。由公視集團帶頭研發高畫質電視，提供工程測試頻道，可解決播送及接收設備業者之需求，進而提供全民最佳的數位視聽環境。

三、分析--產業需求及國際潮流

美國、日本地區 2003 年出貨的數位電視中，超過六成以上為 HD 機種，且該比例逐年上升。而根據 IN-STAT/MDR 的統計，2004 至 2008 年 HDTV 的年平均成長率，亞太地區達 131%。HDTV 應為將來市場之主流之一，而龐大的換機潮，將可為國內市場帶來一大商機，同時，也將有助於國內廠商拓展海外市場。

全球各地刻正進行的視訊服務數位化革命之中，高畫質電視（HDTV）為推動發展之極其重要元素。數位電視發展的先進國家，體認到數位革命之全球產業趨勢以及消費者動向，早已先後投入了 HDTV 的發展進程，並致力推廣 HDTV，全球目前已開播 HDTV 的地區有：美國、日本與澳洲。歐洲的 HDTV 衛星頻道 EURO 1080 也於 2004 年 1 月開播，並以 2010 年之前，讓歐洲 25 國 800 萬戶家庭接收 HDTV 為發展目標。歐洲之所以有如此積極明顯的轉變與投入，是基於對全球 HDTV 產業發展的務實評估：數位電視各類相關商品之快速發展與普及、HD 內容在全球快速發展與需求增加、HD DVD 即將於 2005 年歐洲上市 凡此種種，皆加速了歐洲數位電視發展推進下一階段進程。

第二單頻網工程建置

一、建置目的

為了帶動台灣數位媒體產業的發展，促進產業外銷與滿足內需，徹底扭轉文化依附的現象，公視集團提出建構數位基磐建設與服務的計劃，從基底出發，將所有無線廣播基礎資源整合成一個營運單位，達到「單一窗口」的目標。此計劃預計於 2006 年底前完成。

二、執行層面與目標

- 1、建構第二單頻網的數位電視頭端設備、微波中繼及 ATM 網路系統。
- 2、架設第二單頻網三十個大型轉播站及天線系統。

三、分析

目前數位電視發展在我國採用 DVB-T 標準後，現五家無線電視台皆已建立全國第一單頻網路，目前已有 14 個頻道正在播出，公視集團規劃建設第二單頻網後，將可使現有數位電視頻道更加豐富化，使無線電視數位頻道中將公共服務內容節目推上無線電視平台上，諸如：客家電視、原住民電視及其他教育電視節目藉由 Free to Air 的型態讓更多收視戶得到更多的選擇。

豐富化的內容會因而使收視戶增加換購數位機上盒的意願，進而促使國內機上盒產業的蓬勃發展，市場熱絡而使國內產業結構更加緊密而茁壯成長，直至 2005 年 6 月前，國內數位電視機上盒已銷售超過有 50 萬台，在公視第二單頻網建設後，因數位電視內容增加後，收視戶會直接享受到更多的數位內容服務外，更會引領更多機上盒的銷售實績。

公視發展第二單頻網路建設，雖然初期僅現以公視 Channel 27 進行規劃，但在機房、鐵塔規劃時，先將未來第二單頻網路可容納的最大容量進行推估保留，使得在未來有其他無線電視台有意願共同架構傳輸平台時，可在小幅度修改下進行第二單頻網之共同傳輸整合。

數位片庫、新聞採編播自動化、 節目後製非線性網路無帶化

- 提供全民一個資源共享的數位平台

一、建置目的

- 1、建置公視集團數位片庫的目的，在將公視既有的豐富影音資料，以及未來各頻道逐年所產生的影音資料以有系統整理的方式，一面轉換成數位影音檔案儲存，一面建立所儲存影音資料之分析資料(Metadata)，為台灣建立一個最專業的數位影音資料典藏環境。
- 2、新聞採編播自動化與節目後製非線性網路無帶化系統的建置，能以最有效率的方式整合新聞與節目的多頻道作業環境，提升優質新聞與節目的產製效能，並能與數位片庫作最佳的互動，使新產生的新聞與節目內容迅速成為數位片庫的一部分，而數位片庫的豐富典藏，也能使公視集團在新聞與節目的製作上更具深度與廣度。

二、服務對象

公視集團所儲存的數位影音資料除了供本身使用外，另可透過網路連結將擁有絕對版權的影音資料，供外界利用文字檢索查詢後，取得所搜尋資料的低解析度影像以便瀏覽，再透過合法授權的方式，提供高解析度的影像，給不同用途的公私機構、個人合法使用，成為資源共享的數位平台。

三、分析

- 1、數位儲存的影音資料，可透過各種轉檔機制，提供給全國不同的數位播放平台使用。
- 2、數位儲存的影音資料，可針對不同的影音出版需求，更方便進行各種組合重製，可增加更多台灣影音產品行銷的可能。
- 3、豐富的影音檢索資料，方便各界尋找所需的影音資料，增加再利用的付費授權使用。

數位廣播頻道 DAB 建設

一、 成立目的：

提供全方位公共廣電服務，開拓優質廣播新天空，讓民眾需求獲得滿足，也讓在外的外國友人瞭解台灣風情和民主發展的多元成果。

二、 服務對象：

全體民眾，及在台灣的外籍人士

三、 分析：

全方位的公共廣播集團，應提供全方位、跨媒介的內容資訊服務，在數位時代中，廣播與網站的結合，相較於其他媒介，可提供民眾更優質、豐富、與便捷的資訊服務；而藉由已建立之數位電視基礎建設，增設成本相對較為低廉的數位廣播服務，可創造極佳的效益；數位廣播品質可達 CD 的音質，還可提供數據資訊服務，提供民眾更好的選擇。

公視國際得獎數

1. 公視自 1998 年 7 月至 2005 年 6 月 30 日，在海外參加國際電視節影展與競賽獎項，共入圍數共 161 項，得獎數共 49 項。

公視七年所獲得之國內外獎項細目

單位：項

年期	區分		獎項
1998	入圍	國內	1
		國際	1
		合計	2
	得獎	國內	1
		國際	1
		合計	2
1999	入圍	國內	38
		國際	10
		合計	48
	得獎	國內	11
		國際	1
		合計	12
2000	入圍	國內	69
		國際	7
		合計	76
	得獎	國內	29
		國際	3
		合計	32
2001	入圍	國內	45
		國際	11
		合計	56
	得獎	國內	17
		國際	9
		合計	26
	入圍	國內	76
		國際	22
		合計	98

2005/8/22

2002	得獎	國內	33
		國際	6
		合計	39
2003	入圍	國內	99
		國際	37
		合計	136
	得獎	國內	28
		國際	7
		合計	35
2004	入圍	國內	15
		國際	36
		合計	51
	得獎	國內	7
		國際	7
		合計	14
2005	入圍	國際	37
	得獎	國際	15

07/22/2005

公視參加重要電視節、影展獎項例舉如下-

地區	參賽/參展名稱
北美洲	奧斯卡影展
	國際艾美獎
	國際野生動物影片展
	紐約廣播電視博物館影展
	芝加哥國際兒童影展
	美國 The George Foster Peabody Awards
	美國 CINE Golden Eagle Award
	美國 East Lansing 兒童影展
	美國西雅圖影展
	美國舊金山國際影展
	美國瑪格麗特米德紀錄片影展
	紐約影展動畫兒童節目展
	紐約影展 New York Festivals
	美國 Mobius Advertising Awards

	美國舊金山亞洲影展
	美國國際學生紀錄片競賽
	美國漢普敦國際影展
	加拿大 Hot Dots 紀錄片影展
	加拿大溫哥華影展
	加拿大 BANFF 班芙電視節
	加拿大多倫多影展
歐洲	法國坎城影展
	柏林影展最佳影片銀熊獎
	威尼斯影展
	法國南特影展影片
	瑞士佛瑞堡影展
	INPUT 國際公共電視年會
	英國野生動物影展
	義大利 Cartoons On The Bay
	法國馬賽國際紀錄片影展
	德國漢堡兒童國際影展
	英國演藝學院最佳動畫獎
	英國劍橋影展
	奧地利巴登台灣兒童電影週
	義大利國際電視卡通 Pulcinella 獎
	捷克 Fresh Films Fest
	德國肯尼茲國際兒童暨青少年影展
	德國 NaturVision Film Festival
	德國曼漢姆影展
	德國柏林亞太影展
	希臘鐵撒隆尼卡影展
	捷克 Zlin 影展
	波蘭 Warsaw Doc Review 影展
	波蘭 Cracow 影展
北歐	挪威特姆索國際影展
亞洲	東京地球環境影展
	山形影展
	東京影展
	韓國釜山影展
	日本賞
	中國上海電視節
	中國四川電視節

2005/8/22

	中國華語電影傳媒大獎
	北京科學影展
	亞洲電視獎
	亞洲電視技術創新獎
	韓國漢城女性影展
	韓國綠色影展
	韓國全州影展
	韓國 EBS 國際紀錄片影展
	韓國漢城亞洲獨立影展
	泰國曼谷國際影展
	印度錄影短片展 Int. Video Fest.
	印度金象獎 Golden Elephant
南美洲	巴西聖保羅影展

我國與世界各國公共電視經費比較表

(新台幣) 2005/03

國家	電視台	會計年度	政府經費或執照費	政府經費或執照費數值	政府補助或執照費佔總收入之百分比	其他收入	其他收入佔總收入之百分比	年度總收入	人口數	平均每年每人負擔執照費或政府捐助款數值
英國	BBC	2004	執照費及World Service政府補助款	1,786.47 億	81.44%	商業收入	18.56%	2,193.52 億	59,675,000	2,993.67 元
日本	NHK	2004	收視費	1,928.32 億	96.55%	其它收入	3.45%	1,997.21 億	127,635,000	1,510.81 元
澳洲	ABC	2004	政府經費	176.88 億	82.55%	銷售及其它商業收入	17.45%	214.28 億	20,125,000	878.91 元
	SBS	2004	政府經費	35.47 億	77.51%	廣告銷售及其它商業收入	22.49%	45.76 億		176.25 元
德國	ZDF	2003	執照費	618.15 億	85.56%	廣告及其它商業收入	14.44%	722.46 億	82,558,000	748.75 元
	ARD	2003	執照費	2,047.42 億	80.66%	廣告及其它收入	19.34%	2,538.23 億		2,479.98 元

美國	公共廣電系統 (PBS)	2002	聯邦、各州及地方政府經費補助	313.74 億	43.60%	私人基金會、會員捐款、企業贊助等其它收入	56.40%	719.59 億	293,633,000	106.85 元
法國	FTV	2003	執照費	611.02 億	63.22%	廣告及其他收入	37.78%	966.54 億	60,033,000	1,017.81 元
芬蘭	YLE	2003	執照費	129.66 億	93.27%	其他商業收入	6.73%	139.02 億	5,222,000	2,482.96 元
韓國	KBS	2003	執照費	154.91 億	39.34%	廣告及其他收入	60.66%	393.79 億	48,199,000	321.40 元
台灣 (目前)	PTS	2003	政府經費	9 億	61.94%	企業贊助、小額捐款、節目相關產品販售、硬體設備租金	38.1%	14.53	22,647,000	39.74 元
台灣 (兩年計畫)	PTS	(預計 2006,2007)	政府經費	兩年計畫 92 億 (每年 46 億) 加上原 9 億 共計 55 億	--	--	--	--	22,674,000	242.86 元

〔說明〕

1. 本表參考各國年報統計資料匯整而出。
2. 本表中廣電集團者，其子公司之表現未予納入。
3. 為方便此處比較，各國經費已依 2005 年 3 月 31 日匯率轉換為台幣。相關匯率如下：一英鎊兌 59.19 台幣；一日幣兌 0.2944 台幣；一美元兌 31.463 台幣；一澳幣兌 24.333 台幣；一歐元兌 40.748 台幣；一韓元兌 0.0310 台幣。
4. 美國部份的政府經費補助，不含數位轉換。
5. 人口數字參考 US Population Reference Bureau (<http://www.prb.org/>)，2004 年中數據。

台灣主要電視台 2004 年營業額比較表

電視台	營業額 (千元)
台視	2,155,380
中視	2,093,364
華視	2,378,209
民視	未公開
三立	3,864,550
東森電視	5,827,508
八大	2,168,765

資料來源：公開資訊觀測站 <http://newmops.tse.com.tw/>