



台湾电视产业市场结构与经营绩效之关联性研究 (3)

时间: 2002-7-31 17:42:14 来源: 中国新闻研究中心 作者: 陈炳宏 阅读701次

一、传播产业的变迁与发展

长期以来台湾的传播媒体产业的发展, 受到政治经济社会等各方面的限制极大, 不过在政经结构日渐开放与反对势力的推波助澜下, 台湾的传播媒体产业在80年代末期开始产生巨大的变化, 其中以1987年解除戒严的影响最大, 使得传播媒体的经营开始转趋自由化。在报纸方面, 1988年解除报禁, 即解除报业经营的限证、限张、限印等三大限制, 使得台湾的报业得以更蓬勃发展(廖锦清, 1998), 根据行政院新闻局(www.gio.gov.tw)的统计, 截至民国89年7月止, 全台湾共计有报社445家, 杂志社6,641家, 通讯社260家, 出版社7,093家, 以及有声出版业2,355家。

广播方面则自1993年起陆续开放新的频率申请, 使得类型化、分众化以及多元化的广播电台产生。从民国82年2月起至89年初, 7年来新闻局共办理过8个梯次的广播频道申请作业, 总计有529件申请案, 其中有118家取得广播频率而得以新设广播电台, 正式加入台湾广播产业的行列, 而至民国89年7月初为止, 当中实际完成筹设取得正式执照者计有106家, 但也有2家放弃、2家遭撤销, 8家尚在筹设中(张德娟, 1999; 石世豪、庄春发、钟起惠、陈炳宏, 2000)。在电视产业方面, 自从台视、中视、华视等无线三台在民国51年陆续成立之后, 无线电视所使用的频率即不再开放, 此后30多年期间, 台湾电视产业长期维持三台垄断寡占的市场结构, 直到民国80年代才有所改变, 而两个改变台湾电视市场结构的主要因素, 分别为民国82年第四台(有线电视)的合法化, 以及民国86年第四家无线电视台权民间电视台的开播。

台湾的有线电视出现在民国70年代, 但一直是非法经营, 期间历经十余年的立法过程, 终于民国82年合法化。「有线电视法」公布实施后, 使得历经近20年非法经营时期的「第四台」终于得以合法晋升为有线电视, 而有线电视系统台具有线缆通路以及「资本密集」产业之特性, 更吸引了国内重量级企业集团的介入投资, 在经过不断的合并与收购(Merger & Acquisition, M&A)及市场整合行动后, 使台湾有线电视形成为和信与东森(力霸)两大集团所掌控的媒体产业(陈炳宏, 1999)。另外在有线卫星电视频道方面, 和信与东森两大集团在水平整合有线电视系统, 形成多系统经营者(multiple system operators, MSO)外, 也不断利用垂直整合策略, 积极介入频道经营与频道代理市场, 亦成为国内大型的有线卫星频道经营与代理集团, 其它主要频道经营与代理业者还有年代、三立、星卫(STAR TV)、太平洋世代、木乔等。

谈到有线卫星电视的出现, 有线卫星频道则是在民国76年左右, NHK节目透过卫星开始出现在台湾的电视萤光幕上, 到民国77年, 政府先开放民众接收直播卫星信号, 继而开放经营者租购卫星转频器、自行上下链, 而后又开放卫星节目中继业务之转频器经营和地面站经营, 「卫星广播电视法」终于民国88年公布施行(行政院新闻局, 2000)。

另在媒体产业管理规范方面, 「卫星广播电视法」与「有线广播电视法」的公布施行以及修正完成, 而「广播电视法」亦在民国89年完成修正, 正式确立广电媒体的经营规范, 其中「有线广播电视法」与「卫星广播电视法」并解除了跨媒体经营的限制, 以及扩大外国人直接投资及

- 开启电视的人文时代之门
- 体育节目的数字化经营
- 收视率: 下一站广告
- 现代电视传媒品牌策略
- 中国电视市场的回顾与...
- 论电视栏目管理
- 网络电视市场未来归谁
- 外资进入我国广电业的...
- 凤凰卫视怎样应对同质化
- 广播节目亦可“流动”

间接持有系统经营者之股份，更使得媒体企业得以扩大经营，以多角化的经营方式追求企业之成长(王铭义，1999)。

谈到传播科技对传播产业发展的影响，全球传播科技的演进，有线电视、卫星电视、直播电视等技术渐渐发展并逐渐普及应用，而台湾的媒体产业亦随着政治经济的开放，以及科技的引进运用，而朝向电视服务多样性与多频道的方向发展。台湾电视环境发展，即随着科技的发展，与政治经济情势的开放，加上传播科技的演进，而突破了原有三台的结构，成为多频道的电视环境。

以多频道环境下的电视产业经营者来看，有线电视产业的两大集团东森集团与和信集团皆属台湾具有家族企业特色的大型企业集团，不仅介入有线电视产业中同时经营系统与频道，并兼营频道代理业务，而在宽频产业的思考架构下，两大集团并积极介入通信产业，如和信的经营行动电话业务，以及同时投资经营固定网络服务。另外还有迎头赶上积极介入传播媒体产业的太平洋集团，目前太平洋集团除经营直播卫星电视外，也进行有线电视频道的经营与代理，同时还投入行动电话服务业务以及固网等通信业务等(沉嘉信，1999；陈炳宏，2001)。

整体而言，传播媒体企业在传播科技的发展、传播媒体产业的汇流，以及台湾传播相关法规政策的逐步开放，使得台湾传播媒体经营者渐渐结合形成集团企业，而且有朝向集团化经营方向发展的趋势。例如，除上述的和信、东森、太平洋等企业集团已然形成跨媒体产业与通信产业的传播集团外，在平面媒体方面，以报业为核心事业的中国时报系与联合报系，两者皆拥有数份报纸、出版杂志、经营出版公司，并皆跨入网际网络信息提供事业发展；以计算机杂志起家的「网络家庭集团」(PC home)，旗下拥有数份杂志，并进入网络事业，共经营16个提供信息的内容网站，此外亦成立「明日报」，为台湾第一份网络原生报(彭慧明，2000)；另外还有如象山多媒体科技集团者，目前经营业务横跨几个不同媒体市场，如代理与经营有线卫星电视频道、拥有劲报、经营网络事业、开播POWER989广播电台、并购中天新闻频道并结合中视卫星成为三合一电视家族等(江聪明，2000a)。

二、无线电视产业结构分析

我国无线电视产业自民国40年代开始筹设，发展至今已超过30年。早期是由政府部门在推动，民国40年行政院决定电视事业「由政府倡导推动」并「采取企业化经营的制度」(中华民国电视年鉴，1976)，可知电视产业自开始发展便以商业的模式来经营管理，也造成了之后三十年来，电视台以追求广告收益为目标的营运制度。台湾在民国51年成立台湾电视公司、民国57年成立中国电视公司，到民国60年成立中华电视公司后，至此三台寡占台湾无线电视市场超过25年，直到民国86年第四家无线电视台民间全民电视台的成立，与民国87年公共电视台的设立，才陆续打破三台垄断的局面。

民国51年台湾省政府与日本企业合资筹设台视公司，其中48.95%为台湾省政府所属6行库(台湾银行、土地银行、华南银行、第一银行、彰化银行与合作金库)，其余51.05%归民间股份；民国57年中广以及民间企业成立中国电视公司，中国国民党党营文化事业股权占有60.27%，民股占39.73%；而华视则是由国防部及教育部共同于民国60年成立，其国防部与教育部共占40.15%，准官股(包括黎明文化公司、国防部同袍储金会及华视基金会)共占46.3%，民股占13.55%(黄新生、关尚仁、刘幼璃、吴奇为，1988；郑瑞城，1993)。

由三台之持股结构来看，三台之所有权分别属于省政府、国民党、国防部三者及其相关投资事业手中，于戒严时期电视媒体经营及内容受到政治性干预，三台虽为商业经营之媒体，却是政令宣导的传声工具，负有「阐扬国策」等任务。因此，电视内容受政府部门监督审查，尤其是新闻类节目更受到严密监控与操作，而民国65年颁布施行的广播电视法，更将政府部门对于广电媒体的监管予以法治化(李金铨，1993；苏正平，1998；王振寰，1993)。

随着民国76年台湾的政治解严，台湾媒体环境开始进入开放的时代，广播频道、有线电视、第四家无线电视的陆续开放，使得媒体外部的政治性干预得到解除，但是媒体之经营仍受到政党势力的介入。民视的开播，虽打破三台的垄断结构，但这家以纯民间经营为诉求的电视台，其背后仍然是由民进党的势力所掌控，在民进党籍董事长蔡同荣的领导下，民视对新闻的干预步上旧三台的后尘，较之于其它三台作为国家机器的传声筒，民视则具有强烈的台湾意识以及民进党的立场与色彩(记者协会纪律委员会，1997；司马文武，1997；康依伦、杨一峰，1997，陈炳宏，2001)。

另一方面，解严之后，民间对于政党操控媒体的不满声音亦逐渐汇聚凝聚，因而在民国82年由澄社学者共同撰文发表「解构广电媒体」一书，对于僵化保守的传播生态提出具体抗议，民国84年澄社、台湾教师协会、台湾记协等团体共同发起「党政军退出三台运动」（何荣幸，2000；程宗明，2000），对无线电视台而言，亦是另外一波压力，而运用公有频率经营的四家无线电视台，未来应该朝向公共体制或商业体制发展，政党对媒体的持股应该降低到什么比例，都还有许多争议（洪懿妍，2000）。而政党退出媒体的社会压力迫使新闻局于85年举办相关听证会，并于86年发函要求国内无线电视台，自87年起的增资发行股票，必须公开上市发行（许圣梅，1999），不过除主张无线电视台股权应公开发行的声音外，社会上另有将无线电视台产权公共化的诉求，如无线电视民主化联盟所推动的台视、华视公共化运动（林照真，2000）。台湾电视事业自从在民国50年代出现后，台湾社会历经政治与经济结构的变迁，包括经济自由化与政治民主化等，使台湾言论自由市场日趋开放，经济与生活水准日渐提高，民众的休闲时间也随之增加，相对地便带来大量的电视节目需求及广告市场的扩大（洪平峰，1994）。例如民国89年台湾电视机的普及率高达到99.29%，观看电视节目已经成为现在大多数家庭的主要休闲活动（行政院新闻局，2000），加上极高的电视普及率形成庞大的广告市场，在有线电视市场尚未成熟开放前，丰厚的广告利润皆由三家无线电视台垄断分享。

文章管理: CDDC (共计 554 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 电视产业

- 当前电视产业化进程中10大矛盾 (2006-7-1)
- 技术革命与中国电视产业化改革 (2005-12-4)
- 移动电视产业让你欢喜让你忧 (2005-2-19)
- 走过2003: 中国电视产业备忘 (2004-4-23)
- 《世界电视产业市场概论》出版 (2003-1-24)

[>>更多](#)

台湾电视产业市场结构与经营绩效之关联性研究 (3) 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ MSC Status Organization ◆ 中国新闻研究中心 ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.