

# 第三章

## 廣播產業調查

影視廣播產業  
趨勢研究調查報告  
電影、電視及廣播產業



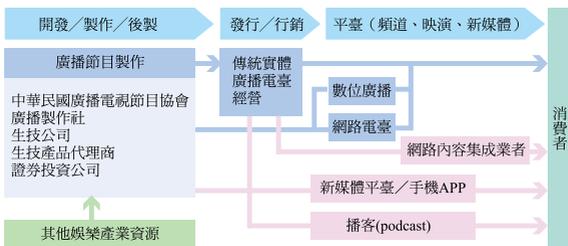
## 第三章 廣播產業調查

### 臺灣廣播產業發展概況

#### 一、廣播產業鏈與產值

##### (一) 廣播產業鏈

傳統的產業鏈依照其產銷環節，大致可分成三大部分，分別為廣播節目的開發及製作、發行以及內容播送等。2018年總產值推估為62.37億元，較2017年減少3.75%，近年來持續萎縮；其出口表現亦持續減弱，出口值較2017年成長6.25%。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖3-1、廣播產業鏈

##### (二) 我國廣播電臺類型分佈

根據盤點整理，我國2018年底持有廣播執照業者共計有171家，其中，公營電臺為10家（含國際廣播電臺1家），包含既有的8家電臺，以及2017年開播的講客廣播電臺（由客家委員會經營）與原住民族廣播電臺（由原住民族文化事業基金會經營）；民營的調幅電臺剩16家，跨區及大功率電臺則有4家，中功率及小功率電臺分別為64及77家，各電臺類型羅列如下表。

表3-1、各類型電臺分類<sup>1</sup>

類型	涵蓋電臺
公營電臺 (10)	警廣(大功率)、教育(大功率)、漢聲(大功率)、復興(大功率)、漁廣(大功率)、臺北(大功率)、高雄(大功率)、中央廣播電臺(海外短波)、講客廣播(大功率)、原住民族廣播(大功率)
調幅電臺 (16)	勝利之聲、建國、鳳鳴、天聲、中華、國聲、民本、燕聲、民立、華聲、先聲、基隆、天南、成功、電聲、益世
跨區及大功率 電臺(4)	中廣 <sup>2</sup> 、ICRT <sup>3</sup> 、台廣 <sup>4</sup> 、正聲 <sup>5</sup>
中功率電臺 (64)	臺灣全民廣播、人人廣播、台北之音、台北愛樂、綠色和平、飛碟廣播、寶島客家、寶島新聲、臺灣聲音、桃園廣播、亞洲廣播、新客家廣播、新聲廣播、環宇廣播、竹科廣播、大苗栗廣播、大漢之音、愛苗廣播、全國廣播、台中廣播、每日廣播、大千廣播公司、南投廣播、好家庭廣播、天天廣播、城市廣播、歡喜之聲、青山廣播、鬚友之聲調頻廣播、省都廣播、神農廣播、紫色姊妹廣播、寶島廣播、雲嘉廣播、嘉樂廣播、嘉義環球調頻廣播、正港廣播、古都廣播、台南知音、凱旋廣播、青春廣播、指南廣播、領袖廣播、大眾廣播、港都廣播、快樂廣播、南臺灣之聲、金聲廣播、主人廣播、高屏溪廣播、陽光廣播、蘭陽廣播、宜蘭中山廣播、冬山河廣播、東方廣播、噶瑪蘭廣播、東臺灣廣播、歡樂廣播、連花廣播、財團法人蘭嶼廣播、東民廣播、澎湖廣播、大地之聲、太武之春、非凡音廣播

<sup>1</sup> 大功率電臺輸出功率上限為30,000瓦，服務區域半徑為60公里；中功率電臺輸出功率上限為3,000瓦，服務區域半徑為20公里，小功率電臺輸出功率上限為750瓦，服務區域半徑為10~15公里。

<sup>2</sup> 中廣除流行網及音樂網等全區調頻頻道外，尚有全區調幅新聞網等頻道。

<sup>3</sup> ICRT為大功率電臺。

<sup>4</sup> 台廣為調幅的跨區電臺，服務地區包含南投縣、臺中市、新竹市、臺北市。但實際營運仍以分臺為主。

<sup>5</sup> 正聲為調幅的跨區電臺，服務地區包含臺北市、臺北地區、宜蘭地區、雲林地區、臺東地區、高雄地區、嘉義地區、臺中地區；另外正聲臺北臺為中功率調頻電臺。但實際營運仍以分臺為主。

類型	涵蓋電臺
小功率電臺 (77) <sup>6</sup>	北部調頻、財團法人佳音廣播、全景社區廣播、台北流行音樂廣播、淡水河廣播、財團法人台北勞工教育電臺基金會、財團法人健康傳播事業基金會、大樹下廣播、美聲廣播、鄉親廣播、飛揚廣播、大溪廣播、心動廣播（原新竹勞工之聲）、大新竹廣播、竹塹廣播、新農廣播、亞太廣播、財團法人中港溪廣播事業基金會、苗栗正義廣播、財團法人苗栗客家文化廣播、奇峰廣播、貓狸廣播、中臺灣廣播、山海屯青少年之聲、望春風廣播、財團法人真善美廣播事業基金會、全球之聲、太陽廣播、關懷廣播、中部調頻、山城廣播、新雲林之聲廣播、草嶺之聲、濁水溪廣播、財團法人民生展望廣播事業基金會、嘉雲工商廣播、蘭潭之聲、北回廣播、嘉義之音、人生廣播、愛鄉之聲、臺南線上廣播（原新營之聲）、南部廣播、臺南之聲、府城之聲、自由之聲、嘉南廣播、曾文溪廣播、下港之聲放送頭、民生之聲、高屏廣播、金臺灣廣播、鄉土之聲、南方之音、屏東之聲、潮州之聲、大武山廣播、宜蘭之聲、宜蘭鄉親熱線、財團法人北宜產業廣播事業基金會、太平洋之聲、中原廣播、羅東廣播、蘭友廣播、後山廣播、花蓮希望之聲、財團法人太魯閣之音廣播事業基金會、合歡山廣播、蓮友廣播、花蓮之聲、台東之聲、財團法人台東知本廣播事業基金會、大寶桑廣播、財團法人澎湖社區廣播事業基金會、澎湖風聲、金馬之聲

資料來源：台灣經濟研究院整理

### （三）聯播網及節目聯播之電臺資訊<sup>7</sup>

隨著我國廣播產業的發展，中小功率電臺為突破收聽範圍的限制，透過策略聯盟的聯播方式，不僅可增加廣播收聽觸及率，亦能減少節目製作成本的支出。根據本研究整理，我國現存共15個聯播網，另有4個節目聯播但非為聯播網的電臺群，羅列如下表：

<sup>6</sup> 2017年起，新營之聲公司登記名稱改為臺南線上廣播，新竹勞工公司登記名稱改為心動廣播。

<sup>7</sup> 此處所整理之聯播網及節目聯播之電臺資訊係透過國家通訊傳播委員會(NCC)所提供之2015年7月份各電臺節目表，一旦目標電臺所播出節目中包含其他主播電臺所播映之節目，即列入聯播網或節目聯播的電臺群中。如新雲林之聲及嘉義之音於該月份播出綠色和平電臺之《有影最大聲》節目，因此本報告將新雲林之聲及嘉義之音列入綠色和平電臺之聯播電臺。

表3-2、聯播網及節目聯播的電臺群資訊<sup>8</sup>

聯播網	電臺名稱
佳音Love	佳音電臺、羅東廣播
陽光聯播網	A Line Radio聯播網 <sup>9</sup>
	正港廣播(中)、青春廣播(中)
	青春線上聯播網
	指南廣播(中)、陽光廣播(中)、大地之聲(中)
HitFM聯播網	台北之音(中)、中臺灣廣播、高屏廣播、宜蘭中山廣播(中)、東臺灣廣播(中)
寶島聯播網 <sup>10</sup>	寶島新聲(中)、大千廣播(中)、嘉義之音、花蓮希望之聲
快樂聯播網	全景社區廣播、望春風廣播、嘉樂廣播(中)、快樂廣播(中)、歡樂廣播(中)、澎湖廣播(中)、澎湖風聲
亞洲廣播網	亞洲廣播(中)、飛揚廣播、亞太廣播
好家庭聯播網	好家庭廣播(中)、財團法人台北勞工教育電臺基金會
客語廣播全國聯播網 <sup>11</sup>	財團法人寶島客家廣播(中)、新客家廣播(中)、大漢之音(中)、財團法人苗栗客家文化廣播電臺、全球之聲、高屏溪廣播(中)、花蓮之聲
城市廣播網	城市廣播(中)、財團法人健康傳播事業基金會、大苗栗廣播(中)、台南知音(中)
愛樂聯播網	台北愛樂(中)、大新竹廣播
Kiss Radio聯播網	大眾廣播(中)、南投廣播(中)
微微笑聯播網	竹塹廣播、歡喜之聲(中)、嘉義環球調頻廣播(中)、凱旋廣播(中)、下港之聲放送頭廣播、屏東之聲、潮州之聲、大武山廣播、噶瑪蘭(中)
好事聯播網	人人廣播(中)、山海屯青少年之聲、港都廣播(中)、南方之音、連花廣播(中)

<sup>8</sup> (中)代表為中功率電臺，其餘為小功率電臺。另國家通訊傳播委員會(NCC)所提供之2015年7月份各電臺節目表中，高屏溪廣播電臺同時播出寶島客家、府城之聲、領袖廣播及桃園廣播電臺之節目。

<sup>9</sup> 原稱Apple Line蘋果線上，與青春線上為同集團下之聯播網。

<sup>10</sup> 臺南線上廣播(原新營之聲)也播出寶島聯播網的《寶島全世界》節目，但不屬於該聯播網的成員。

<sup>11</sup> 講客廣播電臺於2017年開播後，也與客語廣播全國聯播網合作，然因其為大功率電臺，故本報告未將其納入聯播網電臺列表。

聯播網	電臺名稱
飛碟聯播網	飛碟廣播(中)、財團法人中港溪廣播事業基金會、財團法人真善美廣播事業基金會、財團法人民生展望廣播事業基金會、南臺灣之聲(中)、財團法人北宜產業廣播事業基金會、財團法人太魯閣之音廣播事業基金會、財團法人台東知本廣播事業基金會、財團法人澎湖社區廣播事業基金會
「節目聯播」 但非為聯播網的電臺群	電臺名稱
太陽廣播、苗栗正義之電臺群	太陽廣播、苗栗正義
綠色和平、新雲林之聲、嘉義之音之電臺群	綠色和平(中)、新雲林之聲、嘉義之音
臺南之聲、草嶺之聲、蘭潭之聲之電臺群	臺南之聲、草嶺之聲、蘭潭之聲
桃園廣播、青山廣播、紫色姊妹廣播、領袖廣播、東民廣播、府城之聲、蘭友廣播、台東之聲、高屏溪廣播之電臺群	桃園廣播(中)、青山廣播(中)、紫色姊妹廣播(中)、領袖廣播(中)、東民廣播(中)、府城之友廣播、台東之聲、高屏聲、蘭友廣播、台東之聲、高屏溪廣播(中)

資料來源：台灣經濟研究院整理

## 二、廣播產業重要觀察指標

表3-3：廣播產業重要觀察指標

指標	項目	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2012至	2017至	
									2018年	2018年	
										變動率	變動率
產值 (新臺幣/億元)	廣播節目製作及發行	35.67	31.41	31.78	33.66	-	-	-	-	-	
	廣播電臺經營	36.71	40.24	38.48	35.43	-	-	-	-	-	
	總計	72.38	71.65	70.26	69.09	65.32	64.80	62.37	-13.83%	-3.75%	
家數 <sup>12</sup>	廣播節目製作及發行	260	244	248	245	244	250	247	-5.00%	-1.20%	
	廣播電臺經營 <sup>13</sup>	171	171	171	170	170	171	171	0.00%	0.00%	
	網路廣播	4	5	3	3	3	6	8	100.00%	33.33%	
	小計(不含網路廣播)	431	415	419	415	414	421	418	-3.02%	-0.71%	
	總計	435	420	422	418	417	427	426	-2.07%	-0.23%	
人數 <sup>14</sup>	廣播電臺經營	3,554	3,455	3,359	3,266	3,175	3,150	3,033	-14.66%	-3.71%	

指標	項目	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2012至 2018年 變動率	2017至 2018年 變動率
		出口值 (新臺幣/億元)	廣播節目製作及發行	3.50	4.40	1.34	2.12	-	-	-
廣播電臺經營	0.99		0.25	0.19	0.18	-	-	-	-	-
總計	4.49		4.65	1.53	2.30	0.89	0.64	0.68	-84.86%	6.25%
廣播昨日收聽率 (%) <sup>15</sup>	19.4	21.5	22.1	23.4	22.8	21.0	20.3	4.64%	-3.33%	
收聽廣播參與率 (%) <sup>16</sup>	46.4	45.8	45.6	42.2	40.6	38.1	-	-	-	
廣播媒體廣告量 (新臺幣/億元) <sup>17</sup>	35.55	31.21	31.22	27.31	20.80	17.40	18.74	-47.29%	7.71%	

資料來源：台灣經濟研究院整理

廣播產業2018年總產值推估為62.37億元，較2017年減少3.75%，近年來持續萎縮，主因為整體廣播產業發展環境導致電臺經營萎縮；不過出口值略有回升，2018年出口值較上年成長6.25%，至0.68億元。

另外，根據臺北市媒體服務代理商協會（MAA）所公布之《2019年臺灣媒體白皮書》，2018年廣播廣告量占我國全媒體廣告量比重則持平，其金額雖在房市稍回溫的情況下，較2017年成長

<sup>12</sup> 營利事業家數資料來自財政部財政資訊中心營業稅徵收統計。

<sup>13</sup> 廣播電臺家數資料來自國家傳播通訊委員會(NCC)。

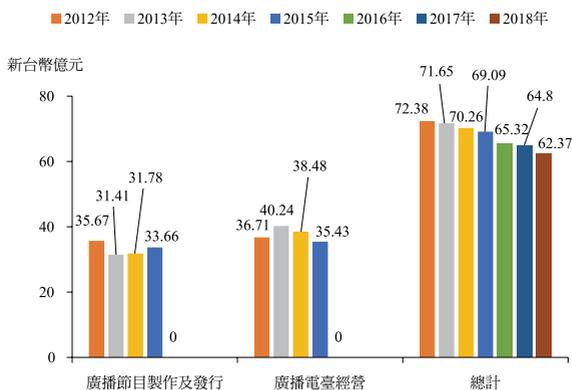
<sup>14</sup> 由於2012年為廣播產業調查的第一年，無2011年產業人數資料進行推估，因此2011年就業人數以主計總處2006年及2011年工商及服務業普查報告廣播業員工人數資料之年複合成長率(CAGR, Compound Annual Growth Rate)作為基礎所推估，2013年為同樣估計方式。2017年因業者家數增加、廣播電臺經營業者變化較大，故改以業者年平均產值推估。

<sup>15</sup> 昨日收聽率資料來自台灣尼爾森（轉引自歷年「台灣媒體白皮書」）。

<sup>16</sup> 收聽廣播參與率資料來自歷年「文化統計網」，其問項為「該年度是否收聽過廣播節目」。

<sup>17</sup> 廣播媒體廣告量之金額資料來自MAA（台北市媒體服務代理商協會）發布之歷年「台灣媒體白皮書」與TAAA（台北市廣告代理商業同業公會）發行之《中華民國廣告年鑑》。

7.71%，但綜觀近五年廣播廣告量仍呈下滑態勢，反映整體廣播產業的萎縮現象。



資料來源：台灣經濟研究院整理

圖3-2、廣播產業近年產值趨勢

### 三、廣播產業發展趨勢

#### (一)「網路」打破「廣播」限制

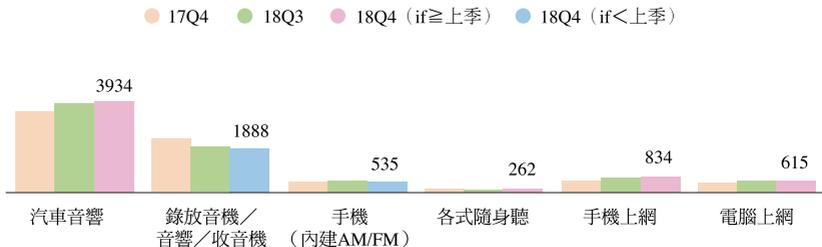
面對網路娛樂的多樣化，以及廣播收聽人口的流失，廣播電臺持續透過結合網路服務來擴大聽眾，除了HiNet hichannel等整合網頁，主要包含官網電臺直播、官網節目隨選、官方APP等。透過網路服務可打破傳輸限制，超越大功率電臺與聯播網的觸及範疇，即使是撤照關閉的電臺，仍可透過不同的方式繼續服務聽眾。加上留言互動、影像直播等功能的結合，電臺的粉絲經營較過去更為緊密。

除了個別廣播電臺自架官網與APP，於YouTube等網路平臺成立直播頻道，或於Facebook等社群網站進行節目直播，也是網路廣播服務的一脈，以視訊直播的方式經營廣播節目，或將節目存

檔於網路頻道上，如Hit FM、寶島聯播網等聯播網皆已運作多年，A-LINE RADIO聯播網也於2018年成立新頻道「趣! 你的Live」，顯示廣播節目形式與經營朝向網路直播發展。

## (二) 車用仍為主流，線上收聽持續成長

根據近年尼爾森廣播大調查(Nielson Radio Survey)，廣播收聽戶整體保持穩定，車用廣播的聽眾不減且仍為最主要的收聽管道，但值得注意的是，各類線上收聽（包含透過電臺官網、官方APP、網路收音機APP、同步直播平臺…等）持續成長，其中以可同步直播收聽的服務成長比例最高，其聽眾輪廓主要為30歲以下年輕人。此現象可被視為廣播事業轉型新生的機會。



資料來源：引用自「尼爾森媒體研究新知(2019.06)」

圖3-3、廣播聽眾使用之收聽管道（單位：千人）

## (三) 整合資源的分眾化經營

### 1. 音樂類型

全球的廣播產業多與音樂性內容相關，而國內亦有此趨勢，如全臺前幾大電臺多以音樂性為主，包含飛碟電臺、HitFM、KISS Radio聯播網、好事聯播網等。順應數位化時代的發展，有別於線上

串流音樂行平臺，音樂性電臺除歌曲的播放之外，亦提供聽眾音樂相關知識，如歌手資訊、歌曲內容等相關知識性內容，使聽眾在享受歌曲的同時也能吸收相關知識。另一方面，除線上音樂性內容的提供，亦有電臺結合線下實體活動，如HitFM《hito流行音樂獎》，增加與聽眾的互動來提升聽眾黏著度。

## 2. 教育

國立教育廣播電臺開發channel+平臺，主要將過去教育廣播電臺所典藏的節目資源再重新利用，經重製、編排等重新包裝，設計不同的主題、類型，並以「策展」的概念，希望吸引不同分眾收聽。未來廣播產業可藉由明確的目標聽眾，創造其存在的特殊價值，並為流行音樂、有聲出版、表演藝術…等其他內容產業帶來加值效應。

## 3. 語言族群服務

隨客家、原住民等逐漸受到重視，客家公共傳播基金會及原住民族文化事業基金會陸續接手中廣寶島網及中廣音樂網，開播講客廣播電臺、原住民族廣播電台，以傳承客家及原民語言及文化。

在上述分眾化經營下，數位時代下，聽眾透過手機APP收聽的行為日益增加，使廣播電臺能確實掌握聽眾基本資料，進而提升廣告主廣播投放的精準度。

### （四）播客(Podcasts)擴大廣播想像

在網路普及與網速提升的趨勢，具有訂閱與隨選收聽的特色下，使播客(podcasts)迅速崛起，並逐漸產業化。值得一提的是，播客內容具有相當細緻的分眾化特色，如廣播劇可如電影產業，區分為恐怖、愛情等各種類型，也因此受到不同分眾的喜愛。

播客(podcasts)目前在我國尚未普及，服務業者有限，但已逐漸擴大廣播的未來想像。

國家圖書館出版品預行編目（CIP）資料

影視廣播產業趨勢研究調查報告：電影、電視及廣播產業. 2018

/ 高明秀總編輯. -- 第1版. -- 臺北市：

文化部影視及流行音樂產業局，民108.12

面；公分

ISBN 978-986-532-027-0（平裝）

1.影視科技 2.產業發展 3.產業政策 4.臺灣

987.7933

108022424

**2018影視廣播產業趨勢研究調查報告——電影、電視及廣播產業**

出版發行：文化部影視及流行音樂產業局

臺北市中正區開封街一段3號

02-2375-8368

<http://www.bamid.gov.tw>

發行人：徐宜君

總編輯：高明秀

副總編輯：潘舜昀

主編群：陳淑滿、楊秀玉（以上依姓名筆畫排列）

執行主編：楊秀玉

編輯群：文化部影視及流行音樂產業局 電影產業組

周玉禎、朱瑀

文化部影視及流行音樂產業局 廣播電視產業組

賴欣圓、林欣穎（以上依處室筆畫排列）

執行編輯：朱瑀

研究團隊：財團法人台灣經濟研究院

設計印刷：豐盈美術印刷有限公司

版次：第1版 中華民國108年12月

G P N：1010802675

I S B N：978-986-532-027-0

文化部影視及流行音樂產業局官網提供查閱、下載歷年度調查報告電子檔及年度產業動態報告。

著作財產權人保留對本書依法所享有之所有著作權利。擬利用本書全部或部分內容者，須先徵得著作財產權管理機關之同意或授權。（聯絡機關：文化部影視及流行音樂產業局，電話：02-2375-8368）