
目 錄

調 查 報 告

- 一、我國影音媒體政策及其執行績效總體檢之專案調查報告(一)
.....1

一 般 法 規

- 一、行政院函：「卸任總統副總統禮遇條例」業經修正公布，「卸任總統副總統禮遇條例實施辦法」配合廢止..... 35

- 二、修正「香港澳門居民進入臺灣地區及居留定居許可辦法」第 18 條條文..... 36
- 三、修正「技師懲戒委員會及技師懲戒覆審委員會組織規程」..... 36
- 四、修正「民間參與公共建設申請及審核程序爭議處理規則」第 2 條、第 34 條條文..... 39

大 事 記

- 一、監察院 95 年 12 月大事記..... 40

調 查 報 告

一、我國影音媒體政策及其執行績效
 總體檢之專案調查報告（一）

壹、案由：我國影音媒體政策及其執行績效
 總體檢。

貳、調查依據：本院九十三年三月二十九日
 （九三）院臺調壹字第○九三○八○○
 二三五號函及九十三年四月七日（九三）
 院臺調壹字第○九三○八○○五五四
 號函。

參、調查重點：

- 一、我國現行影音媒體政策概述。
- 二、我國電視產業發展現況、問題與檢討。
- 三、我國電影產業發展現況、問題與檢討。
- 四、我國音樂產業發展現況、問題與檢討。
- 五、我國廣播產業發展現況、問題與檢討。

肆、調查事實：

近年來我國電視、電影、音樂、廣播生態環境產生很大的變化，電影持續長期不景氣的態勢，雖然「國片輔導金」由民國（下同）七十九年的新臺幣三

千萬元，逐年遞增至九十三度增至三億四千萬元，惟國片票房在國內仍不到百分之一；電視方面，美、日、韓等國的節目大量進入電視頻道，無線與有線電視、傳統廣播電臺與新成立之廣播電臺之間廣告量和收視率出現逆轉；流行音樂唱片市場從八十六年達到最高峰以後，一路反轉直下，至九十二年短短五年間跌掉了六成的市場產值，凸顯臺灣影視文化的發展每下愈況之問題。

本院為瞭解主管機關之影音媒體政策及其執行成效等，除向行政院新聞局（以下簡稱新聞局）調閱相關卷證資料外，並邀請電視、電影、音樂、廣播等相關領域之專家學者諮詢座談，計辦理九場專案諮詢會議，諮詢對象包括前新聞局局長蘇○○、趙○、無線電視臺、有線電視臺系統經營者及頻道經營者、廣播電臺、學者專家等六十四人（詳表一），復實地訪查臺視、華視、公視、客家電視臺、宏觀電視、復興廣播電臺、漢聲廣播電臺臺北總臺、警察廣播電臺臺北總臺、教育廣播電臺臺北總臺、中央廣播電臺、臺北廣播電臺等單位（詳表二），並參閱相關學術研討會發表演論資料，綜整調查事實如後：

表一、諮詢會議討論題綱及出席人員名單

場次	時間 (九十三年)	討論主題	討論題綱	出席之學者專家
一	四月二十九日 9:30~12:00	政府參與 媒體績效	一政府部門參與媒體經營的範圍。 二政府部門參與媒體經營的現況。 三政府部門參與媒體經營的績效。 四政府部門參與媒體經營面臨之問題。 五政府部門參與媒體經營之檢討。	政大新聞系教授馮○○、崑山科技大學商學院院長李○○、中央廣播電臺臺長賴○○、淡江大學大眾傳播系助理教授魏○、

場次	時間 (九十三年)	討論主題	討論題綱	出席之學者專家
			六其他建議。	輔大大眾傳播系助理教授林○○、政大新聞系教授林○○
二	四月二十九日 14:30~17:00	政府參與 媒體績效	同上。	公視研發部研究員程○○、世新大學廣播電視系助理教授管○○、師範大學大眾傳播研究所副教授陳○○、政大新聞系教授馮○○、輔大新聞系教授陳○○、前政治大學新聞系教授陳○○
三	六月二十八日 14:30~17:00	公共化	一對行政院擬將臺視及華視等無線電視公共化政策的看法。 二臺視、華視經營現況、績效及困難；納入公共電視集團之利弊分析，可能面臨之困難及建議。 三宏觀衛視、客家電視臺、原住民電視臺經營（或規劃）現況、績效及困難；納入公共電視集團之利弊分析，可能面臨之困難或建議。 四財團法人公共電視文化產業基金會經營公共電視臺現況，具體執行成效及檢討。 五我國影音媒體產業發展現況、問題及現有政策之檢討。 六廣播電視產業發展基金執行成效及檢討。 七其他建議。	財團法人公共電視文化產業基金會前董事長吳○○、臺視電視公司董事會主任秘書○○、華視電視公司協理李○○、第十八任新聞局局長蘇○○、總統府國策顧問高○○、中央研究院研究員施○○
四	六月二十九日 9:30~12:00	公共化	同上。	公共電視研究發展部研究員程○○、第十六任新聞局局長東森媒體集團副總裁趙

場次	時間 (九十三年)	討論主題	討論題綱	出席之學者專家
				○、客家委員會副主任委員李○○、客家電視臺執行長林○○、原住民委員會教育文化處專門委員盧○○、僑委會主任秘書鄭○○、廣電基金會董事長盧○○、政治大學廣播電視系副教授吳○○
五	六月二十九日 14:30~17:00	有線電視	<p>一我國有線電視之發展現況及問題。</p> <p>二有線電視合理之頻道數為何？</p> <p>三頻道聯賣與搭售之原因何在，有無違反公平交易法及廣播電視法相關規定。</p> <p>四政府對頻道經營之管理與輔導政策之績效及檢討。</p> <p>五面對無線電視數位化與中華電信跨業經營有線電視之因應措施為何？</p> <p>六對有線電視分組付費及基本頻道規劃的建議為何？</p> <p>七先進國家廣電政策值得我國借鏡之處。</p> <p>八其他建議。</p>	中華民國有線電視系統業者協會理事長賴○○、中華民國有線電視系統業者協會秘書長紀○○、聯維有線電視李○○、前新店有線電視總經理黃○○、世新大學廣播電視電影系助理教授管○○
六	七月二日 9:30~12:00	廣播	<p>一現有公營廣播經營現況、績效及困難。</p> <p>二現有公營廣播納入公共媒體集團之利弊分析、可能面臨之困難及建議。</p> <p>三先進國家廣播政策值得我國借鏡之處。</p> <p>四其他建議。</p>	中央廣播電臺董事長林○○、國立教育廣播電臺副臺長劉○○、警察廣播電臺總臺長趙○○、中國廣播公司副總經理劉○○、臺北廣播電臺代理臺長丁○○、寶島新聲電臺經理賴○○、臺南長春廣播電

場次	時間 (九十三年)	討論主題	討論題綱	出席之學者專家
				臺董事長洪○○
七	八月四日 9:30~12:00	有線電視	<p>一我國有線電視之發展現況及問題。</p> <p>二有線電視合理之頻道數為何？</p> <p>三頻道聯賣與搭售之原因何在，有無違反公平交易法及廣播電視法相關規定。</p> <p>四政府對頻道經營之管理與輔導政策之績效及檢討。</p> <p>五面對無線電視數位化與中華電信跨業經營有線電視之因應措施為何？</p> <p>六對有線電視分組付費及基本頻道規劃的建議為何？</p> <p>七先進國家廣電政策值得我國借鏡之處。</p> <p>八其他建議。</p>	<p>國家展望文教基金會董事長楊○○、聯意製作股份有限公司 TVBS 執行副總經理郭○○、年代網際產業股份有限公司副總經理劉○○、三立電視股份有限公司執行長張○○、八大電視股份有限公司行政經理王○○、東森華榮傳播股份有限公司副總經理陳○○</p>
八	八月四日 14:30~17:00	音樂	<p>一我國唱片產業經營現況與面臨問題。</p> <p>二解決我國音樂產業根本問題之道。</p> <p>三我國音樂從業人員紛紛前往大陸地區從事表演及開發市場的看法與利弊分析。</p> <p>四近年來盜版型態不斷改變，政府應如何有效控制盜版及其他侵權行為。</p> <p>五對 MP3 網路音樂下載之著作權及商業交易機制建立問題及建議。</p> <p>六先進國家相關政策值得我國借鏡之處。</p> <p>七其他建議。</p>	<p>新力歌倫比亞音樂股份有限公司業務副總監高○○、金華科技股份有限公司董事長陳○○、IFPI 唱片基金會秘書長李○○、經濟部智慧財產局著作權組組長陳○○、政大智慧財產研究所所長劉○○、崑山科技大學創意媒體學院院長李○○</p>
九	八月六日 9:30~12:00	電影	<p>一政府電影產業政策及成效與檢討。</p> <p>二我國電影產業經營現況與面臨問題。</p> <p>三根本解決我國電影產業蕭條之道。</p> <p>四先進國家電影政策值得我國借鏡之</p>	<p>三視多媒體網路股份有限公司侯○○、臺灣電影資料館館長李○○、崑山科技大學創意媒體學院院長李</p>

場次	時間 (九十三年)	討論主題	討論題綱	出席之學者專家
			處。 五.其他建議。	○○、中華多媒體協會副理事長黃○○、中華電影製片協會理事長蔡○○、中華民國電影產業發展基金會董事長王○○

表二、實地訪查行程

日期 (九十三年)	主要行程	協同單位
六月三十日	公視 華視 宏觀電視	行政院新聞局 通訊傳播委員會籌備處 行政院僑務委員會
七月一日	復興廣播電臺臺北總臺、漢聲廣播電臺臺北總臺、臺視、客家電視臺	行政院新聞局 通訊傳播委員會籌備處 國防部 行政院客家委員會
七月八日	警察廣播電臺臺北總臺、 教育廣播電臺臺北總臺、中央廣播電臺 臺北廣播電臺	行政院新聞局 通訊傳播委員會籌備處 內政部警政署 教育部

一.我國現行影音媒體政策概述：

(一)影音媒體之主管機關：

1.新聞局：

我國廣播電視事業目前由新聞局及交通部分別管理軟體與硬體。依據廣播電視法規定第三條在國家通訊傳播委員會組織法律未施行前，我國的廣播、電視及廣播電視節目供應事業之主管機關為行政院新聞局（以下簡稱新聞局）。電臺主要設備及工程技術之審核，電波監理，頻率、呼號及電功率之使用與變更，電臺執照之核發與換發，由

交通部定之，前項主要設備，由交通部主管。新聞局置廣播電視處負責廣播事業、無線電視事業、錄影節目帶業、衛星廣播電視事業以及有線廣播電視事業、節目供應事業之輔導與管理事項。通訊傳播委員會成立後，除廣播電視節目供應事業之管理及廣電事業之輔導與獎勵業務仍留該局外，餘均將劃歸通訊傳播委員會執掌。

另依新聞局組織條例第五條及第六條規定，該局設出版事業處、電影事業處。電影事業處負責電影

業登記許可、電影片檢查與電影輔導金分配等業務；並掌理電影輔導與產業環境建置、國片行銷推廣、電影事業與從業人員之管理等事宜。出版事業處（第三科）負責有聲出版業之輔導與獎勵、港澳及大陸地區有聲出版品在臺發行製作之審理、港澳及大陸地區有聲出版品進入臺灣地區之審理、輔導有聲出版業參加國際唱片展活動、督導核驗中心業務。

此外，新聞局並為財團法人中央廣播電臺、財團法人中央通訊社、財團法人公共電視基金會、財團法人廣播電視事業發展基金、國家電影資料館等媒體機構之主管機關。

2. 交通部：

交通部之業務涵蓋通信、運輸、氣象、觀光四大部分。其通信事業包括郵政、電信兩項。電信業務又分為電信監理及電信服務兩項，該部電信總局負責電信監理業務，電信服務則由中華電信及民營電信公司經營。有關電臺主要設備及工程技術之審核，電波監理，頻率、呼號及電功率之使用與變更，電臺執照之核發與換發，係屬於交通部電信總局之職掌，該局廣電技術處負責擬訂無線廣播電視電臺、有線廣播電視系統、衛星廣播電視電臺工程技術管理法規，管理廣播、電視電臺證照，執行廣播、電視業務頻率使用、工程規劃及監理事項。電波管理處負責規劃、協調及調整全國頻率分配之事項，擬訂、修訂射頻管制器材管理法規及其執行之

策劃、督導事項，策劃、督導電波監測作業及督導國內電波干擾處理之事項。各地區電信監理站負責辦理公眾電信、專用電信、廣播電視及電信管制器材等設備之審驗、證照之核（換）發、無線電波之偵測、查處及對業者之管理、監督等。為維護無線電波秩序，並協調內政部警政署設立任務編組「電信警察隊」，其任務即在配合電信監理人員依法取締非法電臺、非法使用、非法裝設射頻管制器材及行動（市內）電話遭盜打（接），受理各電信業者及民眾申告遭冒名申請行動電話等各類案件及支援全國重大災難現場通信連絡事項。

3. 國家通訊傳播委員會

為因應科技匯流趨勢及資訊化社會之建立，及兼顧言論自由與公眾利益，行政院爰參照各國作法，成立單一且超然獨立之新管理機關—國家通訊傳播委員會。該會籌備處業於九十二年十月十三日成立，國家通訊傳播委員會置委員七人，均為專任，由行政院院長提請總統任命之。其中一人為主任委員，特任，對外代表該會；一人為副主任委員，職務比照簡任第十四職等；其餘委員，職務比照簡任第十三職等。委員任期五年，任滿得連任，但委員會成立時委員中三至四人之任期為三年（交錯任期制）。另該會設業務單位六處、輔助單位四室及地區監理單位，編制員額為五百人至七百人，相關人員應由交通部郵電司、電信總局及行政院新聞局

廣播電視事業處之現有員額，隨同業務移撥為原則。

國家通訊傳播委員會成立後將負責統籌電信、資訊、傳播產業之政策訂定、內容管理及監理事項，及以客觀、中立及專業立場，確保通訊傳播市場有效競爭，保障消費者權益，提升國家競爭力。

4. 經濟部：

鑑於近年來，政府積極爭取加入 WTO 之際，國內頻傳國際專利、商標糾紛案件，深刻影響國內經濟發展及國家形象，為強化「智慧財產權」的保護與簡化行政機制，行政院爰於八十八年將原「經濟部中央標準局」，改制為「經濟部智慧財產局」職掌全國專利、商標、著作權、積體電路電路布局、營業秘密、以及協助查禁仿冒等保護智慧財產權業務。

經濟部智慧財產局近年來推動與影音媒體有關之政策主要為「推動查緝仿冒回歸檢警系統，強化組織功能，加強仿冒對策」，相關措施計有鼓勵檢舉仿冒盜版，斷絕盜版事業生存；擴大執行邊境管制措施，遏止不法輸出盜版品行為；辦理執法人員教育訓練，提升執行技巧及實務經驗；修正光碟管理條例，加強就源管理機制；執行光碟查核，遏阻非法盜版；盜版率估計及民意調查，查緝仿冒整體規劃研究等項。

5. 行政院文化建設委員會：

行政院文化建設委員會（以下簡稱文建會）之職掌包括統籌規劃

及協調、推動、考評有關文化建設事項與文化資產保存；該會設三處，分掌文化建設、文化資產保存；文化傳播、社區總體營造；視覺藝術及表演藝術輔導及推動事項等業務。

行政院將「創意臺灣」（Creative Taiwan）規劃為未來施政的目標與願景，並提出「文化創意產業發展計畫」，該計畫將文化、藝術及設計等相關產業，原分屬不同專業的行業，統籌在「創意產業」的概念下，納入國家發展的重點計畫。文建會於此計畫中負責「推動文化創意產業人才培育計畫」，為落實推動文化創意發展計畫，該會並於九十二年九月一日成立「創意產業專案中心」，期透過專案管理、專責的精神，提供完整的系統服務平臺，並著重於表演藝術、視覺藝術、傳統工藝藝術、數位藝術創作、以及生活藝術的輔導營造。及透過「延攬國際專業人才來臺培訓指導」、「藝術與設計人才國際進修」、及「藝術與設計人才國際交流」等方式，培育文化創意產業人才的全球競爭力。

6. 行政院經濟建設委員會：

行政院經濟建設委員會（以下簡稱經建會）之職掌為從事國家經濟建設之設計、審議、協調及考核。該會下設設綜合計劃處、經濟研究處、部門計劃處、人力規劃處、都市及住宅發展處、財務處、管制考核處等業務處。該會於二〇〇二年提出「挑戰二〇〇八：國家發展

重點計畫（二〇〇二—二〇〇七）
 的六年國發計畫，簡稱「挑戰二
 〇〇八國發計畫」。其中與影音媒

體政策有關之計畫計有「文化創意
 產業發展計畫」、「數位臺灣計畫」
 兩項（如表三）。

表三、挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫內容

計畫項目	計畫內容
二文化創意產業發展計畫	1. 培育藝術、設計及創意人才；2. 整備創意產業發展的環境； 3. 促進創意設計重點產業發展；4. 促進文化產業發展。
六數位臺灣計畫	1. 六百萬戶寬頻到家；2. e 化生活；3. e 化商務；4. e 化政府 ；5. e 化交通。

(二)現行影音媒體政策概述：

1. 廣播電視方面：

(1)挑戰二〇〇八國發計畫一創意影
 音計畫

「挑戰二〇〇八國發計畫」
 一創意影音計畫，係行政院「挑
 戰二〇〇八國發計畫：國家發展
 重點計畫」中「文化創意產業」
 之子計畫，其規劃之工作計分為
 輔導獎勵製作優質電視節目，與
 人才培育暨行銷推廣。

(2)數位娛樂計畫一推動廣播電視數
 位化

無線廣播電視數位化是強調
 從無線傳輸的數位化，達成無線
 廣播及無線電視全盤數位化的目
 標。無線電視數位化係由訊號處
 理與發射數位化，推動無線電視
 臺硬體建設全數更新；同時無線
 頻寬可以劃分出多頻道的傳送空
 間，使頻道內容可以包裹影音、
 文字、檔案、軟體等，使電視節
 目可以提供增值電視（enhanced
 TV）、互動電視（itv）、行動電
 視（mobil TV）等服務，觀眾在

收視之餘，還可以獲取相關資料
 ，並可透過數位通路匯流，進一
 步與電視臺互動以索取服務。用
 戶端為配合數位轉換，必須購買
 數位電視機（IDTV）或轉換機
 上盒（STB），或手提數位電視
 機隨處接收電視訊號。

新聞局於「挑戰二〇〇八一
 國家發展重點計畫之數位娛樂計
 畫」中，研擬具體之作法為協助
 無線電視臺完成數位化的硬體設
 施，包括硬體器材數位化、全臺
 發射網、共同鐵塔等設備，促其
 早日開播，提供多套節目，吸引
 觀眾，以加速普及，並協助電視
 臺培育相關人才。另在數位電視
 普及之前，協調電視臺試播優質
 數位節目，以鼓勵民眾購買數位
 電視機。

該項計畫已完成南部及北部
 數位廣播電視共同轉播系統建置
 、建立 MHP（Multimedia Home
 Platform）初期實驗系統。並建
 置數位電視共同傳輸平臺，於九
 十三年五月建置完成北區「數位

多頻道播映系統」，同年七月起正式播出，目前北部地區裝設機上盒的民眾可收視十四個數位頻道節目。

新聞局並與交通部、經濟部工業局等單位協商，規範數位廣播電視用戶接收端接收設備之條件式接取系統介面標準化，俾使民眾方便收視（聽）數位節目，以達消費者期望終端設備（機上盒）能「跨區、跨系統、低成本，一卡到底」的目標。

(3)推動有線電視數位化

為實現有線電視數位化，從訊號輸出端至訊號接收端均需數位化。前者指系統頭端之數位化，後者則指用戶端裝置數位機上盒或購買數位電視機始得接收數位訊號。有線電視數位化後，壓縮技術將使可利用頻道數倍增，除服務內容將更多元外，用戶端之機上盒若能普及，倡議多時之分組付費制度亦將水到渠成。此外，計次付費、隨選視訊、線上遊戲、即時資訊查詢等雙向互動服務亦將可實現。

我國有線電視市場之多系統經營者（Multi-system Operator，MSO）近幾年積極投入有線電視數位化，最初有業者與直播衛星公司合作，將數位頻道訊號傳輸至用戶端，而用戶端則裝置機上盒接收。惟因頻道數目及內容有限，訂戶數始終未見明顯成長。近期，我國有線電視市場三大 MSO—中嘉網路公司、東森

媒體科技公司及臺灣寬頻公司加速推動有線電視數位化之腳步。

(4)有線廣播電視經營區調整

有線電視網路屬準公用事業，同水電事業，具有一定壟斷特性；加以業者為降低成本，避免惡性競爭，截至九十一年十二月底止，全國六十四家系統經營者中，即有三十個經營區為一區一家經營之情形。另現有四十七個有線電視經營區，係於七十九年以十五萬戶為分區經營之最小規模、一區多家等原則規劃，易造成資源重複投資，並無法達到經濟規模，惟整併後又可能影響民眾選擇收視權益之弊病。

為避免系統業者形成一區一家經營後，因其獨占之地位，造成服務品質低落、壟斷所有頻道資源並影響收視戶權益，新聞局初步的研析結果，經營區調整能夠使主管機關的管理更有效率，收視戶亦能獲得較穩定的服務品質；對系統經營者而言，亦能藉由調整經營區的方式達到營運成長和產業數位化升級的目的。因此，該局已將重新調整經營區，降低市場之進入障礙，提供有線廣播電視經營者公平、合理的產業發展環境，列為重要施政目標。

(5)有線廣播電視分組付費

為配合「挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫」推動數位化及頻道分組觀念、落實「消費者主權」及「使用者付費」之市場機制、因應科技整合建構數位化新

服務、增加收視戶選擇權、及確切反映頻道價值，新聞局已研訂「推動有線電視頻道分組付費制度行動方案」，整個分組付費制度將依修法進度及機上盒普及率，分階段推動。初期為提升機上盒普及率，將以附條件方式，核准系統經營者推出「付費頻道」及「計次付費節目」；俟修法通過及機上盒普及率達一定比例後，即全面實施頻道分類付費制度，期能以「單頻單選」或「頻道組合套餐」等多重選擇，建立具消費導向之有線廣播電視市場。

(6)擬訂無線電視公股處理條例：

在臺灣邁向民主化的過程中，立法院為回應黨政軍勢力退出媒體的訴求，於九十二年底修正廣播電視法第五條，明定政府、政府投資之事業及其捐助成立之財團法人，應釋出所持有之民營無線電視事業股份（公股），同條第七項亦明示，主管機關應自廣播電視法修正施行之日起六個月內（即九十三年六月二十六日前）制定公股處理方式，送請立法院審查，同條第六項更要求各公股持有機關（構）、法人應於廣播電視法修正施行之日起二年內（即九十四年十二月二十六日前）完成公股釋出事宜。

新聞局業已研擬「無線電視事業公股處理條例草案」，於九十三年五月十七日依行政程序法辦理公聽，同年六月二十三日經行政院第二八九五次會議通過後

，已於九十三年六月二十四日送請立法院審議。該條例草案共分總則、無線電視事業公股釋出審議委員會、非公共化無線電視事業公股釋出程序、公共化無線電視事業公股處理方式及附則，共五章，二十四條，其特色如次：

- ①執行廣電法修正案規定，如期落實黨政軍退出媒體政策。
- ②設置公正審議機制：於行政院下設置立場超然之審議委員會，本公平、公正原則推動本案，確保釋股過程之透明化。
- ③條文涵括各種釋股路徑：尊重並納入立法院及學者專家和社會各界之不同主張。
- ④實現政府各項承諾與公共化管理：貫徹政府退出媒體經營的修法旨意，將政府機關、政府捐助設立之財團法人持有之公股以附負擔方式轉贈予公視基金會，期導引商業無線電視臺結合公共電視形成合作集團，提供切合公共利益、多元需求的服務。
- ⑤保障員工權益：草案中明定公股釋出審議委員會審議相關議案時無線電視事業員工代表可應邀列席，並明文規定應保障其權益。
- ⑥設立公股捐贈後的監督機制：政府捐贈經費將設專戶及負擔條件之監督機制，監督公視基金會及公共化無線電視事業履行負擔任務。
- ⑦保留民營化活力：公共化無線

電視事業將保留民營電視臺的公司型態，續播廣告，發展一具有民營活力與效率之公共化電視集團，調整商業電視缺失，呈現無線電視之公共服務本質。

2. 電影方面：

過去，政府對於電影之輔導，均以電影劇情長片輔導金為主，並輔導國片參加國際影展。近年，由於主、客觀環境等因素之影響，我國電影處於景氣低迷狀態。為振興我國電影產業，行政院特於「挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫」中將電影產業之輔導，列入國發計畫子計畫中，一併規劃推動，新聞局自九十一年起，將電影產業之輔導策略做全新規劃，建構電影產業環境之塑造工程，朝「創意面」、「資金面」、「市場面」、「技術與人才面」與「整合面」等五個面向進行，相關配套措施摘述如次：

(1) 創意面：

- ① 電影創意故事徵選：開發電影劇本創意，鼓勵用影像思考故事的創意人，讓臺灣的電影成為全民運動，並鼓勵愛好寫作人士構思優質的電影故事，豐富我國電影劇作的內涵，提升電影產業的國際競爭力。
- ② 輔導電影劇本之創作：修正過去優良劇本之辦理方式，改以與產業相結合之方向規劃，並加強電影劇本創作人才之培育制度。
- ③ 辦理電影製作輔導金（含旗艦

型電影）：繼續對具藝術性、創意性之電影原創面加以輔導之外，並優先將新人導演、數位或動畫技術製作及大規模製作與完整國際行銷之旗艦型電影企劃案，一併納入輔導。

- ④ 辦理電影製作完成之補助：對於未獲製作輔導金但已完成製作之電影，行政院新聞局酌予補助經費，以達電影量產目的。
- ⑤ 辦理數位轉光學暨數位電影母源壓縮編碼之補助：補助數位電影轉成光學底片數位電影母源壓縮編碼製品，以利數位電影於傳統電影院或數位電影院中放映。
- ⑥ 規劃 3D 電影旗艦計畫：鑒於高科技電影之製作需投入巨額資金，為協助並鼓勵電影業者製拍，計畫擷取美國 SBIC 機制、香港三三三制推動兼具融資與投資性質之機制，編列預算成立輔導專戶，達幫助電影產業永續經營、幫助政府增加稅數、擴大就業與經濟繁榮之三贏策略。

(2) 資金面：

- ① 訂定「國產電影片投資抵減辦法」：藉由提供投資抵減賦稅及低利融資等優惠措施，鼓勵民間企業對電影投資，強化電影資金能力。
- ② 辦理電影投資說明會並編纂電影投資抵減 Q&A：協助業者瞭解投資抵減辦法申請程序與注意事項，舉辦說明會，並就

業者對投資抵減辦法可能產生之疑義，以 Q&A 方式編纂相關中英詢答題庫，俾協助業者瞭解該辦法之相關作業程序與注意事項

- ③建立電影融資、鑑價與保險制度：配合及協調財政部及經濟部與金融機構等，將投資減稅、政府基金之金融輔導對象放寬，並推介創投基金加入電影行列，以強化電影資金能力。

(3)市場面：

- ①整合國片發行映演通路，辦理國片院線：為解決長久以來通路為國外八大片商壟斷等問題，成立「國片通路委員會」以保障國產電影片之發行、映演通路，維持國片之基本與合理之映演場次，期有效提升國片票房，確保投資收入與盈餘，重整電影產業鏈機制之正常運作。
- ②辦理「國民戲院」：與文建會合作共同辦理「國民戲院」案，以擴大觀眾視野，欣賞多元創作之影片類型。
- ③推動國片觀影人口倍增計畫：與相關電影賞析團體、行銷公司合作，辦理電影賞析會、研討會、動員會等，增加國人對國片之瞭解程度。
- ④推動電影賞析教育：與各級學校合作，參照歐美國家作法，建議各級學校將電影藝術欣賞納入全人教育系統，對不同年層的學生，給予一定程度的電

影藝術或賞析等課程，並鼓勵學生參與電影感言徵文比賽，加深電影藝術賞析能力及程度。

- ⑤研議創設國產電影海外拓銷輔助及獎勵機制：為協助我國電影片開拓海外映演通路並鼓勵片商進行國際行銷造勢活動，宜參酌世界各國拓展市場經驗，如法國聯法機構（Unifrance）輔導各國片商發行法國電影，以達到提高國片海外市場，建立完整國際行銷網，讓我國電影片創造一全新生存空間，針對國外發行商主動發行我國電影片者，研議編列預算，核給一定比例之發行補助費用。

(4)技術與人才面：

- ①研擬跨國合作及國外電影來臺製作輔導機制：為使我國電影工業能符合國際水準，使整體工業鏈能完整無缺，更為促使我國電影產銷機制健全發展，故應創設機制，導引國外之電影製作企畫案來臺拍攝或後製，俾達到提高產值，提升產業技術水準，擴大就業人口，發展成為國際電影製作運籌中心的目標（編列預算，就來臺製作之電影企畫案給予 15% 至 20% 之補貼作為獎勵之誘因）。
- ②辦理電影產業數位升級之補助（含數位電影廳院）：視業者投資意願，補助電影業者及相關公（工）協會購置前製、後製與放映等數位化設備器材，以奠定我國電影工業數位化基

礎，提升國際競爭力。

- ③辦理短片、紀錄片輔導金及金穗獎：續辦理「電影短片輔導金」及「金穗獎」，以培育新導演從事電影之創作，並加強該等製作成品之推廣與運用。
- ④辦理電影獎學金：於國內大學院校設立「電影獎學金」，鼓勵青年學子修習及從事電影行業，並以在校成績及作品，進行評比。
- ⑤辦理電影產業人才培訓計畫輔導：鼓勵業界延攬國際專業人才進駐臺灣，進行技術移轉與指導，而對於民間團體舉辦具長期性及學用合一之人才培育課程，行政院新聞局亦輔以補助措施。此一措施結合電影獎學金、金穗獎、短片紀錄片輔導金、劇情長片輔導金，建構一完整性、階梯式之人才培訓養成計畫，達到人才能充分為產業服務之目標。
- ⑥輔導成立具國際競爭力之電影後製工業生產供應線：結合產學合一機制及行政院新聞局工業輔導政策，策略輔導我國數位轉光學、電腦 3D 動畫或數位特效後製、數位混音後製等具國際競爭力之生產線，使我國在國際電影工業分工體系中，占有高度競爭力之生產供應鏈之地位，以爭取國際資金進入我國。

(5)整合面

- ①持續進行法規鬆綁及整備工作

，以架構健全及優質之產業發展環境：包括研訂「國產電影片投資抵減辦法」、修正「國產電影片暨電影從業人員參加國際影展獎勵要點」、「跨國合作電影片參加國際影展獎勵要點」等相關法令，以導引藝術電影工作進入產業提升體系。

- ②架設臺灣電影總資料庫入口網站：以中英文網站方式，建置臺灣電影總資料庫入口網站，整合國產電影之行銷與相關資料，建構互通之跨業整合與資訊平臺機制。
- ③發展電影景點與拍攝指南計畫：與地方政府及相關主管機關合作，共同將我國具自然景觀及人文風貌之影視拍攝景點，開發製作成電子專書，提供國外片商參考，以吸引外資來臺製作影視企畫。
- ④辦理「電影實業家俱樂部」及「青年論壇」：邀集電影創作者、行銷者、投資者、創意者等聯誼，藉由「電影實業家俱樂部」、「青年論壇」之媒合平臺，彼此尋得最佳合作拍檔，以振興國片榮景。
- ⑤舉辦「全球華人電影製片暨創作人論壇」系列活動：邀請國際知名電影工作者，將其產業競爭模式與經驗帶入臺灣，藉由資訊分享與經驗交匯，期能建立電影產業整體經營運作的概念。

3.流行音樂方面：

政府為因應全球化之挑戰及提升國內產業競爭力，推動「挑戰二〇〇八」國家發展重點計畫，其中在「文化創意產業發展計畫」方面，與有聲出版產業相關者，重點係規劃推動臺灣在國際文化創意產業市場中最具競爭力與發展優勢的「發展流行音樂產業計畫」。睽諸國內流行音樂產業發展環境，目前面臨之主要問題包括：產品創意及多元性不足、下游通路萎縮、缺乏音樂與數位通路產業群聚及商業模式、大陸的磁吸效應等，尤其盜版盜拷的氾濫更是嚴重妨害流行音樂產業生存與發展。為協助或輔導國內流行音樂產業解決前述問題，達成推動「發展流行音樂產業計畫」之目標，相關配套措施如次：

(1)舉辦「金曲獎」及大型流行音樂演唱會活動

流行音樂之發展，有不同的主、客觀條件，但不可或缺的關鍵因素在於「行銷」，其中尤以舉辦演唱會方式，吸引媒體關注與報導，絕對是流行音樂必要的「行銷」手法。新聞局每年度定期辦理的流行音樂「金曲獎」頒獎活動，是臺灣流行音樂界，亦是華人音樂界眾所矚目的年度盛會。歷年透過該獎項而達致音樂成就者不計其數，未來金曲獎更應扮演國內流行音樂產業創作動力火車頭角色，鼓勵更多音樂人以不同的表現形式與創作手法，創造更多元的音樂，也讓臺灣本土流行音樂向下紮根，並強化臺

灣音樂的創作力量及保持臺灣音樂的優勢地位。

(2)「臺灣原創音樂」人才培育及獨立出版計畫

臺灣流行音樂的發展與成長，端賴「人才」與「創意」。臺灣流行音樂如要續保九〇年代以前華人音樂生產中心的優勢，不被中國大陸市場與消費潛力取代，則臺灣音樂製作者與出版者，應以亞洲音樂文化交流的媒介角色重新定位，以階段性的策略協助臺灣流行音樂產業並培訓人才，以創意、在地特色、國際專業水平、音樂資訊發達的交易平臺，重新取得優勢。而本計畫之執行，將側重培訓音樂創作人才、鼓勵「臺灣原創」音樂的製作與出版等兩項工作內容。

(3)辦理流行音樂國際展演活動，開發臺灣音樂國外市場

臺灣流行音樂除了在華人市場受重視外，過去從未真正在「國際」舞臺嶄露頭角。要讓臺灣的音樂「被世界聽見」，就應有國際視野及操作手法，主動出擊，參加國際大型音樂展演活動（例：法國坎城 Midem 唱片展），以推廣臺灣音樂作品為優先考量，突破國際樂評對臺灣流行音樂既定的印象，引起國際樂評的注意與重視，並藉以與國際音樂市場接軌。

(4)有聲出版品資訊數位化

直至今日，國內仍然缺乏一個可兼顧消費者與唱片業需求的

完整有聲出版品（唱片）資料庫，使得包括上至配銷通路商下至小唱片行，在想要跨入數位發行的領域時，首先要解決的就是必須自行建立一個類似的資料庫。基於推廣國內有聲出版品（流行音樂）數位化之宗旨，整合業界資源與需求，建立「有聲出版品線上資料庫」將對提升國內流行音樂及唱片業邁入數位化領域極有助益。

(5)辦理「反盜版」、「保護智財權」宣導活動

流行音樂盜版情形的嚴重性及缺乏音樂與數位通路產業互利商業模式（例：P2P）讓 CD 銷售量直線下滑，以二〇〇三年為例，盜版品市場占有率高達百分之四十二，音樂侵權問題不僅使許多唱片公司對投資開發新產品卻步，也使得國內數位音樂市場規模未見明朗前景。解決此一問題，除建置完整法規俾相關業者遵循「遊戲規則」外，無疑地，需教育消費者從事正當消費行為。因此，規劃舉辦各項流行音樂展演相關活動，以加強宣導「反盜版」觀念，並鼓勵及建立民眾購買正版 CD 的正確消費行為，這不僅是政府打擊非法盜版行為之展現，亦可宣示政府維護智財權之決心。

二我國電視產業發展情形

(一)發展歷程

電視可以說是二十世紀的現代文明中最具影響力的發明，自三十年代

誕生以來，為人類的溝通、信息的傳遞架起了有效的橋樑，它以動感畫面傳播新聞，又以娛樂吸引觀眾，同時又是有效及時的教育和宣傳工具，從無線黑白、到彩色、到衛星、到有線，再到如今的數位多頻道，電視已成為現代人生活不可或缺的一部分。臺灣目前的電視產業，大致可以區分為無線電視、有線電視、和衛星電視，茲分述如次：

1.無線電視

我國電視產業創始於五十一年二月教育電視實驗電臺的開播，當時電功率僅一百瓦，電波涵蓋範圍約十公里，每天播出二小時教學節目。同年十月十日臺灣電視公司播出第一個電視訊號，自此，我國正式邁入電視時代。臺灣無線電視（以下簡稱臺視）發展當初，政府因資金短缺，爰由省政府出面尋找日方投資，再加上省屬行庫出資而成。惟成立後前三年皆在虧損之中，至五十四年之後才轉虧為盈，並且急速成長。五十六年中國電視公司（以下簡稱中視）成立，該公司係以中國廣播公司為核心，結合民營廣播電臺及工商界人士，共同集資創立，於五十八年十月三十一日正式開播，並率先提供彩色節目。

教育電視實驗電臺自五十一年成立後，因涵蓋地區限於臺灣北部，未能發揮應有之功能，嗣因國防部為加強軍中政治教育，爰兩部經協商決定，以合作方式擴建教育電視實驗電臺，並將之擴大改組為中華電視臺（以下簡稱華視），於六

十年正式成立，同年十月十日開播。八十二年新聞局為因應社會大眾對電子媒體開放的需求，執行頻道開放政策，經過規劃、公告、受理申請及審議作業等過程，八十四年六月十六日民間全民電視股份有限公司（以下簡稱民視）籌備處取得第四家無線電視臺的經營權，並於八十六年六月十一日開播。八十七年七月一日財團法人公共電視基金會正式成立，公共電視（以下簡稱公視）並在同日開播。

2. 有線電視

無線電視影像聲音之傳遞，是透過電波傳送，與電話靠纜線之傳遞不同，容易因為地形的影響而中斷或產生干擾。由於臺灣地區地形多山，無線電視極高頻率的信號不具繞射的特性，雖然三家電視臺在北部、中部、南部、宜蘭、花蓮及臺東，設置了六座強力的電視發射臺與微波中繼站，大幅改善了畫面干擾的現象，惟偏遠地區仍有電視傳播訊號受阻，電視畫面不良的現象發生。為改善收視不良的問題，許多偏遠地區便出現以架設共同天線改善收視情形，其後逐漸發展為所謂的「第四臺」。據行政院「建立有線電視系統工作小組之研究報告」紀錄（1985），第一家第四臺是於六十五年出現於基隆地區，其後因第四臺業者大量播放無版權之錄影帶，使美國影視業者受到損害，我國為因應美國政府不斷以三〇一法案施壓，及第四臺業者極力要求合法化，於八十一年開始進行有

線電視立法可行性之研究，成立有線電視系統工作小組，研擬有線電視法，於八十二年八月十一日公布有線電視法。自八十三年開放申請經六梯次審議，計有一五六家獲得籌設許可，至九十二年十二月底止，全國共劃分為五十一個經營區，系統經營者計六十四家，另有五家播送系統。

3. 衛星電視

衛星電視的發展開始於一九六〇年代的美國，最初僅用於改善偏遠地區收視問題，其後與有線電視結合運作，利用有線電視鋪設之電纜將訊號送至各訂戶，其後有線電視業者將節目上銜至衛星，由有線電視端接收再傳輸至各訂戶，借助衛星科技，使有線電視迅速發展，成為全國性甚至是跨國性之企業。

衛星電視頻道是利用同軸軌道上衛星的轉頻器來傳送訊號衛星，隨著衛星科技不斷進步，目前一個轉頻器可壓縮出八至十二個電視頻道，而每顆衛星上約有三十個以上的轉頻器，因此，每顆衛星可承載上百個以上的電視頻道。目前衛星廣播電視節目供應者共計五十六家公司，八十七個頻道、境外衛星廣播電視節目供應者共計十九家公司，三十六個頻道、直播衛星廣播電視服務經營者有四家公司、境外直播衛星廣播電視服務經營者有三家公司。

臺灣市場上的衛星電視的經營方式皆是以家族頻道來經營，如 TVBS 共有五個專業頻道，分別為

綜合臺、新聞臺、體育臺、娛樂臺以及生活產經臺，然後以家族頻道共同吸引廣告。臺灣衛星電視市場有漸走向市場集中之現象，以廣告營收而言，前五大集團分別為 TVBS 集團擁有五個頻道，東森集團擁有七個頻道，三立集團擁有三個頻道，和信集團擁有六個頻道，及衛視集團之五個頻道，此五大集團一九九九年的廣告收入占臺灣所有衛星電視廣告收入之八十%。

(二)現況分析：

1.無線電視：

(1)發展現況

無線電視是臺灣從傳統跨入現代的歷程中，最具影響力的傳播媒體。從黑白到彩色、從類比到數位，一部電視發達史，可說是臺灣的政治、經濟與社會發展史。其中臺視、中視、華視三家無線電視臺在民國六十年至八十年寡占電視市場達二十年之久，嗣因有線電視蓬勃發展，中外衛星電視頻道激增，無線電視臺無論在節目製作、廣告招攬、收視率競爭等方面，都面臨巨大的挑戰及衝擊。近年來更因有線電視已擴張至一百多個頻道，收視戶並可經由有線電視收看亞太地區許多衛星頻道，有線電視儼然已成為當今視訊平臺的主流。目前以天線接收無線電視的收視戶，僅占全國總戶數的一成左右。此項數字顯示，無線電視的主要閱聽人，實際上是有線電視的訂戶。換言之，無線電視臺似已淪為

一種特殊的有線電視頻道，因此其收視率不斷下滑，廣告收入亦大幅縮減。

目前無線電視在經營上面臨了重大困難，主要原因在無線電視的主要收入來源為廣告收入（約在八至九成間），但是在臺灣目前一百多個頻道的競爭下，無線電視臺所能獲得的廣告收入，較以前只有三家電視臺的時代大幅萎縮。且由於法令規定系統商必須播放無線電視臺的節目，因此無線電視臺無法向系統商收取播放費用，而有線電視臺除廣告收入（約為五成）外，尚可以向系統商收取播放費用，因此財源收入上，較無線電視為佳，也較有競爭力。

此外，本案於實地訪查臺視及華視時，業者表示，八十七年以前，四家無線電視臺（不含公視）之收視占有率均達五成以上，有線電視定頻後，無線電視收視占有率逐年滑落，每年平均減少百分之五，至九十二年四家無線電視收視占有率已降至三十%。隨著收視率降低，無線電視所能招攬到的「有效廣告量」也呈現滑落之勢，八十七年無線電視「有效廣告量」達二二一·三億元，占有率為六四%，九十一年降至九八·一億元，占有率為三一%，九十二年再下滑至八七·八六億元，占有率為二六%。業者並表示由於有效廣告總量逐年下滑，目前絕大多數無線電視臺

面臨本業經營虧損，僅極少數臺勉強盈餘，但收益率偏低的窘境。

為促進無線電視之發展，新聞局自九十二年度起，委由公視執行「籌建數位無線電視共同傳輸平臺」計畫，以四年為期，投入十三億元之經費，建立全國完整的數位傳輸網路，供所有的無線電視及其他廣電媒體使用。預

計無線電視數位化後，每家無線電視臺如果核配兩個單頻網，每個單頻網以傳送三個數位頻道計算，數位無線電視平臺最多能播送三十個頻道節目。自九十三年七月一日起開播的數位無線電視，目前共試播十四套頻道節目（如表四）。

表四、數位無線電視頻道播出情形

臺視	中視	華視	民視	公視
客家頻道（註一）	新聞頻道	優新聞頻道	民視新聞臺	DiMo TV（註二）
家庭臺	生活頻道	教育頻道	民視交通臺	
臺視主頻道	中視主頻道	華視主頻道	民視主頻道	公視主頻道

註一：九十四年一月一日將改成財經臺。

註二：每整點播報十分鐘即時新聞。

數位化固然是無線電視臺的轉型契機，但是其頻道數量相較於有線電視的百餘個頻道而言，仍然屈居劣勢，如何提供全方位且類型完備的高品質節目，才能吸引足夠的收視群，形成一個具有競爭力的數位無線電視平臺，以平衡劣勢，攸關數位無線電視的發展。

(2)無線電視臺資本結構分析

臺灣無線電視之發展是由政府部門主導與推動，如第一個成立之無線電視臺—臺視係由省府出面尋找日方投資，再加上省屬行庫出資成立；華視則是由原有之「教育電視臺」擴大改組，公視是由政府捐助成立，並依法登記之財團法人，茲將無線電視臺資本額及結構相關資料整理如次表五。

表五、無線電視臺資本額及結構資料情形表

電視公司名稱	開播日（民國）	原始資本額	九十二年資本額	主要股權持有人	持股率（%）
臺灣電視產業股份有限公司	51.10.10	三千萬	二十八億	財政部所屬機構（臺銀、土銀、合庫）	25.88
				日商（日本電氣、東芝、日立制作所、富士電視）及外國個人	20.51
				政黨轉投資產業（中央日報、中廣公司）	10.55

電視公司名稱	開播日(民國)	原始資本額	九十二年資本額	主要股權持有人	持股率(%)
				、華夏投資公司)	
				民營企業(華銀、一銀、彰銀、臺北國際商銀、臺泥、臺玉投資、士林電機)	36.71
				個人股份	6.35
中國電視產業股份有限公司	58.10.31	一億	三十六億四千萬	國民黨關係企業(華夏投資、中國廣播、中央日報、中央電影)	42.01
				民營企業(臺灣霸菱投資、正聲廣播、中聲廣播、大華建設、慶豐人壽、中央再保等)	12.45
				個人股份	45.54
中華電視股份有限公司	60.10.31	一、九五億	十九億七千萬	國防部	26.41
				教育部	9.84
				財團法人(黎明文教基金會 25.18%、國軍同袍儲蓄基金會 9.73%、華視文教基金會 3.78%)	38.69
				民營企業(中興紡織、聲寶、臺塑、南亞、臺化、大同、富帝投資等)、一般個人及華視員工等股份	25.06
民間全民股份有限公司	86.06.11	三十億	六十億	民間投資股分有限公司	74.55
				全民電通投資股份有限公司	25.45
財團法人公共電視文化產業基金會	87.07.01	二十億	二十三億	經費來源主要為政府預算，以九十二年度為例，全年總收入十四億五千萬，其中政府預算捐贈九億元、有線發展基金捐贈九千七百萬元、自籌款收入四億五千萬，政府捐贈部分約占總收入之百分之六十二，自籌款部分占百分之三十一。	

2.有線電視：

(1)發展現況

改善無線電視的收視問題，原是有線電視成立的目的之一，惟近年來有線電視憑藉其傳輸系統的優越性，發展快速，依內政

部戶政司網站九十三年三月份公布之數據，全國總戶數為7,068,793戶。據各有線廣播電視(播送)系統向新聞局申報之九十三年三月訂戶數資料顯示：全國有線電視收視戶為

4,174,787 戶，全國有線電視普及率為五九·〇六%（據學者統計如包括私接戶則已達八十%）。

目前有線電視收視戶可收看一百多個頻道，尚可收看到亞太地區許多衛星頻道，由於有線電視普及率高，掌握頻道傳輸給收視戶之通路，儼然已成為當今視訊平臺的主流。其「收視占有率」由八十七年之五二%，至九十二年已達七十%，「有效廣告量」八十七年為一二七·一億元，占有率為三六%，至九十二年已達二四六·二八億元，占有率達七三·七%，無線電視臺的營收不及有線電視的一半。其中東森、三立等家族頻道藉頻道數量優

勢，營收已遠超越無線電視臺。

目前國內有線電視系統經營者計六十四家，分為六個聯盟，分別為東森、中嘉、太平洋聯網、卡萊爾、臺基網及獨立系統，各集團市場占有率及經濟規模如表六及表七。

在頻道供應方面，目前市場上之頻道供應商分別為：勝騏、和威與木喬。勝騏隸屬於東森集團，共擁有約二十一個頻道。和威則隸屬於和信集團，共有十二個頻道。木喬則為國內最大之頻道代理商，共經營約十八個頻道；且東森及中嘉兩大集團皆以轉投資方式，分別擁有二五%的股份成為共同的股東。

表六、各集團在有線廣播電視市場所占有之家數及比率

集團屬性	東森	中嘉	太平洋	臺基網	卡萊爾	獨立	總計
家數	12	12	9	7	5	19	64
占有率	18.8%	18.8%	14.1%	10.9%	7.8%	29.7%	100%

表七、各縣市經營區系統家數、所屬集團別及經濟規模

縣市別	經營區	系統名稱	所屬集團別	業者家數	一區一家	經濟規模	
						總戶數	訂戶數
臺北市	北投區	陽明山	東森	1	v	172,718	101,306
	內湖區	新臺北 麗冠	東森 中嘉	2		204,159	120,739
	中山區	金頻道 長德	東森 中嘉	2		196,284	119,632
	萬華區	寶福 聯維	獨立 獨立	2		128,953	64,302
	大安區	大安文山 萬象	東森 中嘉	2		198,537	116,550

縣市別	經營區	系統名稱	所屬集團別	業者家數	一區一家	經濟規模	
						總戶數	訂戶數
小計						900,651	402,897
臺北縣	板橋區	大豐 海山	獨立 獨立	2		240,656	161,869
	淡水區	紅樹林 北海岸	太平洋 太平洋	2		65,215	40,942
	新店區	大新店民主 新唐城	獨立 東森	2		113,108	79,726
	瑞芳區	觀天下	太平洋	1	v	90,505	50,008
	中和區	興雙和 新視波	獨立 中嘉	2		218,591	156,021
	樹林區	家和	中嘉	1	v	94,020	67,105
	新莊區	永佳樂 新和	太平洋 太平洋	2		172,292	108,824
	三重區	天外天 全聯	獨立 東森	2		181,954	124,193
小計						1,176,341	788,688
桃園縣	北區	北桃園 北健	獨立 中嘉	2		247,787	164,967
	南區	南桃園	卡萊爾	1	v	281,504	173,467
小計						529,291	338,434
新竹市	新竹市區	新竹振道	東森	1	v	116,841	86,056
新竹縣	新竹縣區	北視	卡萊爾	1	v	121,184	80,784
苗栗縣	北區	信和	卡萊爾	1	v	51,530	36,508
	南區	吉元	卡萊爾	1	v	98,227	55,780
小計						149,757	92,288
臺中市	臺中市區	群健	卡萊爾	1	v	321,184	22,4414
臺中縣	豐原區	豐盟	東森	1	v	161,568	90,456
	沙鹿區	西海岸 海線	獨立 獨立	2		109,538	62,573
	大里區	大屯 威達	臺基網 臺基網	2		134,695	79,478
小計						405,801	232,507
彰化縣	北斗區	三大	獨立	1	v	156,915	71,463

縣市別	經營區	系統名稱	所屬集團別	業者家數	一區一家	經濟規模	
						總戶數	訂戶數
	彰化區	新頻道	東森	1	v	168,579	90,145
小計						325,494	161,608
南投縣	南投縣區	中投	臺基網	1	v	154,203	47,566
雲林縣	斗六區	佳聯	臺基網	1	v	120,232	64,498
	北港區	北港	臺基網	1	v	84,548	30,670
小計						204,780	95,168
嘉義市	嘉義市區	世新	臺基網	1	v	81,718	58,470
嘉義縣	朴子區	大揚	獨立	1	v	86,117	29,153
	大林區	國聲	臺基網	1	v	71,809	30,475
小計						157,926	59,628
臺南市	北區	雙子星	中嘉	1	v	102,467	68,887
	南區	三冠王	中嘉	1	v	132,972	89,630
小計						235,439	158,517
臺南縣	下營區	南天	東森	1	v	154,891	68,915
	永康區	新永安	中嘉	1	v	175,523	88,967
小計						330,414	157,882
高雄市	北區	慶聯 大信	中嘉 太平洋	2		287,815	160,150
	南區	大高雄 港都	太平洋 中嘉	2		225,540	128,757
小計						513,355	288,907
高雄縣	岡山區	高豐 南國	獨立 獨立	2		163,719	74,065
	鳳山區	鳳信	太平洋	1	v	219,946	135,251
小計						383,665	209,316
屏東縣	屏東縣區	觀昇	東森	1	v	153,368	69,416
	新埤區	屏南	東森	1	v	99,179	42,578
小計						252,547	111,994
基隆市	基隆市區	吉隆 大世界	中嘉 獨立	2		133,088	78,683
小計						133,088	78,683
宜蘭縣	宜蘭縣區	聯禾	太平洋	1	v	134,990	59,024
花蓮縣	花蓮區	洄瀾	獨立	1	v	70,900	32,077

縣市別	經營區	系統名稱	所屬集團別	業者家數	一區一家	經濟規模	
						總戶數	訂戶數
	玉里區	東亞	獨立	1	v	37,555	11,180
小計						108,455	43,257
臺東縣	臺東區	東臺	獨立	1	v	43,295	11,927
澎湖縣	澎湖縣區	澎湖	獨立	1	v	28,459	12,002

資料來源：行政院新聞局九十三年「廣電政策白皮書」。

(三)相關課題探討：

1.我國廣播電視產業發展之困境：

(1)外部環境

臺灣的市場規模有二千三百萬人口，自八十三年有線電視全面開放後，由原有三個頻道急速成長至一百多個頻道，爭奪原有的廣告市場及資源。國內媒體由於資金零星、狹小，且缺乏獨特內容產品，面臨跨國媒體集團大資本、大製作之競爭優勢，經營環境更加艱苦。而國內之有線電視環境生態，一方面新聞頻道氾濫；另一方面有線電視初期投入大量資金於系統的架設上，無充裕之資金得以自製高品質的節目，復因缺乏節目製作的經驗與實力，業者在成本考量下，爰大量購買並引入外來的頻道與節目。

另由於政府對集團化經營戒慎恐懼，乃在市場規模設限，導致我國相關產業的經濟規模比香港、新加坡還小。此外政府卻大量開放國外媒體集團如迪士尼、Star TV、HBO 等進駐，更進一步擠壓國內電視產業之生存空間，是以，臺灣的有線電視雖可算是亞洲最發達的國家，但最賺錢

的卻是外國的媒體集團。目前國外的媒體集團已透過成立子公司或入股的方式，進入臺灣有線電視業，並已大致掌握臺灣整個有線電視業，如梅鐸的集團已經在主導和信有線系統的數位化，中部地區尤其是臺中市已由美商卡萊爾公司完全掌握，這些市場信息正顯示著臺灣電視市場的發展跡象。其實我國的廣告市場早已由國際廣告集團掌控，與電視息息相關的收視率調查也是外國公司的天下，有線電視由國際媒體集團控制只是遲早之事。

(2)內部環境：

①無線電視的經營愈趨困難：

臺視、中視、華視等三家無線電視臺在六十年至八十年寡占電視市場達二十年之久，嗣因衛星科技之發展及有線電視合法化，尤其後者，使臺灣之電視市場短期間擴張至一百多個頻道，收視戶並可經由有線電視收看亞太地區許多衛星頻道，致三臺的收視率由於不斷下滑，廣告收入亦大幅縮減。八十六年民視開播、更進一步稀釋三臺之廣告資源，無線

電視產業已出現許多警訊：

• 收視占有率明顯滑落

無線電視臺之收視占有率在八十七年以前，仍均達五成以上，在有線電視尚未大規模定頻之前，占有率勉強維持約五成（八十七年為四八%，八十八年為四九%），俟其定頻之後，無線電視收視占有率開始明顯滑落，尤其部分有線電視頻道業者加入晚間黃金主力經營時

段（八點檔）播出戲劇節目，瓜分無線電視臺收視。因此八十九年開始下降到四四%，九十年更滑落到四成以下，僅達到三九%，九十一年為三三%，九十二年降至三〇%，九十三年（一至五月）又再下降至二七%，且分由四家無線臺搶占，每臺個別節目之收視率均已偏低（如表八）。

表八、八十七年至九十三年無線與有線電視全時段節目收視率情形統計表

年度（民國）	無線電視		有線電視		合計	
	平均收視率	比例	平均收視率	比例	平均收視率	比例
八十七	4.62	48	4.93	52	9.55	100
八十八	4.71	49	4.87	51	9.58	100
八十九	4.35	44	5.60	56	9.95	100
九十	4.07	39	6.49	61	10.56	100
九十一	3.48	33	6.96	67	10.44	100
九十二	3.34	30	7.73	70	11.07	100
九十三（1-5月）	2.93	27	7.92	73	10.85	100

資料來源：華視公司簡報，取自 AC 尼爾森公司。

• 有效廣告量大幅衰退

由於無線電視臺的營業收入中，廣告營收的比重甚高（四臺約在八至九成間），而有線電視因具有多頻道分銷優勢，以及收視授權收入等，廣告營收所占比重約在五成上下，因此廣告衰退對無線電視的衝擊尤大。幾年前，無線電視臺憑藉多年業務經驗之優勢，尚能勉強

維持與有線電視六、四成之分配比例，隨著無線電視收視率的滑落，近年來無線電視所能招攬到的有效廣告量也呈現滑落之勢，占有率亦不斷下修，八十九、九十兩年無線電視有效廣告量占有率僅達到四二%，九十一年降至三一%，九十二年下滑至二六%，九十三年第一季，約為二七%，詳如表九。

表九、八十七年至九十三年無線與有線電視有效廣告量統計表

單位：新臺幣億元

年度（民國）	無線電視		有線電視		合計	
	有效廣告量	比例	有效廣告量	比例	有效廣告量	比例
八十七	221.3	64	127.1	36	348.4	100
八十八	176.7	55	145.6	45	322.3	100
八十九	130.0	42	176.7	58	306.7	100
九十	106.1	42	146.3	58	252.4	100
九十一	98.1	31	223.5	69	321.7	100
九十二	87.86	26.3	246.28	73.7	334.14	100
九十三（第一季）	24.53	27.5	64.45	72.5	88.98	100

資料來源：華視公司簡報，取自潤利公司。

無線電視臺由於廣告本業收入逐年萎縮，近幾年來無線電視臺均竭力開拓相關及業外收益，內部也進行組織再造，精簡人事、降低成本，逐步調整企業體質，以適應新的競爭環境，但支出縮減幅度不及營收衰退幅度，以致營業淨利亦呈逐年遞減之現象，無線三臺本業經營均出現實質虧損。

• 製作環境的此消彼漲

我國無線電視臺由於主要收入來源的廣告大幅衰退，為降低成本，導致節目製作經費相對減少，九十年以前，無線臺八點檔仍能以自行製作為主，並維持每集製作費在百萬以上，但隨後即逐漸轉向以小成本（每檔約在六十至九十萬之間），並以購買或合拍方式辦理。反觀有線電視（以三立電視為

例），早期為購買無線電視臺戲劇或大陸劇播出，每集成本約在四十萬元左右，但到九十二年，已能提供百萬以上經費自行製作並創新劇型，因此對於劇情走向及市場掌握，明顯優於無線電視臺。足見我國無線電視每小時製作費不只與日、韓及中國大陸規模差距甚大，甚至不及有線電視。

• 無線電視數位化的現況與瓶頸

數位電視是各先進國家為了促成大眾閱聽自主，建構高度資訊通信網路，改革經濟結構、進入知識經濟領域以及有效利用電波，必須投資發展的領域。我國也不能例外，經濟部工業局早在八十一年就成立視訊工業發展推動小組，積極引進技術設定推動行程，行政院國家

資訊通訊基本建設專案推動小組（簡稱 NII 小組），於八十六年十一月核定「臺灣數位地面廣播推動時程」，於八十七年底開始進行工程測試，八十九年四月開始試播，預定於九十年十二月完成全區開播，並預訂九十五年底臺灣有百分之八十五的家庭都能收視數位電視地面廣播時，將收回類比電視頻譜，全面數位化。

但實際情形是：無線數位電視於九十二年在北區試播，較預定期間晚二至三年，五家無線電視臺中對數位電視推動最積極的是中視，目前已完成西部的發射傳輸網路，而且有兩個頻道播送節目，並有資訊、數據廣播的業務。華視數位電視的發展有後來居上之勢，目前已完成臺灣全島的傳輸網路，該公司是第一家與電信業（臺灣固網公司）合作的無線電視臺。臺視對傳輸網路的建設較為保守，對數位影音資料庫與影音仲介電子交易市集，相當積極。民視已完成環島數位微波傳輸網路建設，發射塔臺與傳輸網路，並已完成宜蘭轉播站的建設，西部傳輸網路預計九十三年底可以完成。公視對行動電視情有獨鍾，並承接新聞局「無線電視共同傳輸平臺

籌建計畫」，推動五家電視臺能盡量共塔、共傳輸，希望九十四年六月以前可以完工。自九十三年起，中視的數位化「My Life 臺」、民視的數位化「交通臺」、公視的新聞資訊「DiMo 臺」相繼開播，華視於九十三年六月中旬推出針對年輕族群的「夏日大翻暑」數位節目，臺視也自九十三年六月一日宣布開播數位電視；惟依目前機上盒的銷售情況、節目內容與品質以及經營模式，數位電視普及的目標，恐怕無法如期達成。其主要之問題與瓶頸如次：

◇數位電視發展過程，忽略消費者的需求

我國的電視廣播由交通部管頻譜規劃與管理，新聞局管頻譜發照審查與頻道內容管理，經濟部工業局負責推廣數位電視。早年的推展工作由家電業主導，後來加入機上盒製造商，電視業似乎是被動參與，且多為工程人員，甚少節目或經營管理部門的介入，因此發展過程與策略幾乎都是工程或生產導向，忽略消費者的需求。

◇數位電視開播，只能浴火不易重生

數位電視開播，對無線電視經營者而言，多少

會期望它就像是隻火鳳凰，能夠浴火重生。但眼前的發展讓人悲觀，不少人開始擔憂，數位電視開播會不會是無線電視業者苦難的開始？因為發展數位電視先天不足的問題沒有解決，其可能衍生的麻煩，會因開播而陸續彰顯。

我國原本準備採用美國數位電視的規格，政府也補助數千萬元進行實驗，後來由於機上盒廠商的遊說，改用歐洲規格。雖然也請學術機構測試比較，但顯然忽略歐洲規格的頻寬是 8MHz，而美規只有 6MHz。全世界採用歐規的國家只有我國與巴西是用 6MHz，這樣的頻寬在頻譜規劃上，較不經濟或較無法最有效的應用。

我國對電視廣播工程技術的研發顯然不足，學校機構沒有研究所，公共電視臺成立不久，也沒有英國、日本公共電視附屬的廣播電視工程與經營的研究機構，也沒有英國推動數位電視的組織所籌設的測試中心，也沒有測試專用的工程頻道，大家彷彿瞎子摸象的發展數位電視，而工程人員只能摸著石頭過河一般，去建設數位電視傳播網路。這樣的

發展模式不出問題是萬幸，有問題反而才是正常。

從類比電視到數位電視，不同於黑白電視過渡到彩色電視。無線電視臺引進數位科技是一種產業斷裂，必須面對一段推展數位機上盒或接收機的業務空窗期。數位開播不意味著數位電視營運收入的開始，還必須繼續固守原有類比電視的舊商機，而數位新商機的開拓卻可能搶走舊商機。類比電視的業務會因為數位電視普及，降低收視率而加速萎縮，但數位電視的漸次普及期間，不易開展明確的營利模式，類比失去的營收，數位無法等量補回，因此目前這種類比與數位電視同步播出的經營模式，只是加速無線電視的弱化；讓人很容易感受到無線電臺正處於浴火的痛苦，卻很難看到重生的機會。

◇發展策略不明，導致產業停滯

我國發展數位電視初期沒有事權統一的機構主導，因此策略模糊，電視業者、家電業者、機上盒製造商與數位內容開發者都處在摸索與徬徨狀態。政府沒有機上盒與電視臺頭端的測試機制，也沒有

數位內容與機上盒以及頭端相容測試的相關機構。數位電視科技其實是廣播電視技術，導入○與 1 的電腦資訊科技。其中涉及許多資訊軟體的開發與運用，而機上盒根本就是陽春電腦，如果開發互動節目不經測試，逕自導入播出，萬一出狀況，到底問題是出在機上盒或是互動軟體還是電視臺的頭端，責任無從追究，閱聽消費者的權益卻已然受損。

九十三年七月開播之後，有的年初購置的機上盒就看不到部分頻道，必須送回工廠調整參數。也有購買大尺寸電漿或液晶電視機的消費者，對數位電視產生懷疑，因為沒有宣傳廣告所說的畫質清晰漂亮。目前各商業電視臺分別播送三個頻道，在小尺寸的電視機觀看沒有問題，但在超過三十吋的顯示器下觀賞，有些動作快速的畫面可能出現馬賽克的畫面。這也是 6 MHz 頻寬既要發展行動電視又想規劃多頻道力不從心之處。

美國與日本的頻寬雖也是 6 MHz，但他們策略明確而目標單純，而且兩國的電視市場成熟、秩序

穩定，因此以高畫質（HDTV）電視為導入策略，由原有經營類比的電視業者播送，以吸引消費者買電漿電視或液晶電視，促進家電產業的發展。對數位電視推展效率較高，對國家經濟發展也有立即顯著的成效。

我國這種頻寬較小的歐規數位電視，對機上盒或數位電視接收機的製造商，越是有外銷能力者越是興緻不高，機上盒如果沒有經濟規模的量產，價格不可能便宜，在臺灣這個小市場要特別製造世上少有的特殊規格機上盒，我國的消費者需花費較高的成本購買，在目前有線電視如此發達的市場環境，無線電視數位播出的節目，若沒有特別內容，消費者選擇收看無線數位電視到底會有多少，難免令人憂心。這也是發展策略不清楚所造成的困境。

◇製作成本提高，收視率無法提升，影響業者推廣意願

數位電視播出畫質精細，在攝影時就需以高標準拍攝，未來戲劇節目拍攝的背景、演員化妝、服裝，都須增加精緻度，而拍攝器材也必須有所變革

，製作成本勢必提高。正由於數位節目的製作比類比電視的製作成本大幅提高，在數位電視尚未普及化前，收視率無法提升，使得製作數位節目的誘因大為降低，且好的內容（節目）取得不易，將輾轉影響數位電視的推廣。

另外，類比電視與數位電視的轉換工具—機上盒的費用，目前收費上限訂為三千五百元，對於數位加值頻道也訂有收費限制，而且是每一頻道逐一訂定，由於收費限制使業者對控管成本錙銖必較，可能妨礙數位化的推行，與政府預計在九十四年使數位電視普及率達五成的理想，有一段落差。除了機上盒的費用無法有效降低外，國內有線電視發展已相當成熟，收費機制及觀眾收視習慣也多已固定，更降低消費者購買機上盒的意願。

②有線電視發展的新現象：

- 集團化：有線電視網路之建設與電信等公用產業相類似，需密集之資本方能投資興建，就其傳輸系統特性、纜線附掛、網路鋪設及道路挖掘之社會成本支出等而言，實具有「自然獨占」之產業特性，是以各經營區之系統

業者為達一定之經濟規模多有整合情形，形成多系統經營（MSO）模式，使得國內有線電視市場轉向集團化經營。目前全國六十四家有線電視系統，即形成東森、中嘉、太平洋、臺基網、卡萊爾等五大集團及其他由地方人士所經營之獨立系統。

- 固網業者跨業經營：隨著電信傳播科技之匯流及寬頻技術之發展，電信產業及網路內容提供者（ICP）已透過網際網路提供影音服務；現階段固網業者（如中華電信公司之 MOD）亦可透過 ADSL 寬頻技術提供有線電視業者所提供之影音視訊服務（含付費頻道、計次付費節目）。當電信業得以提供有線付費頻道服務，而有線電視系統業者不能推出付費頻道，將對有線電視業者造成不公平競爭。
- 搭售與聯賣：我國有線電視引發之問題，源於節目供應者與系統經營者間之交易問題。節目供應者常利用節目之「搭售」、「聯賣」等，與系統經營者進行整批節目之交易，而依公平法所稱之聯合行為，係指「產業契約、協議或其他方式之合意，與有競爭關係之他產業共同決定商品或服務之價格，或限制數量、技術、產品、設備

、交易對象、交易地區等，相互約束產業活動之行為」，此行為可能涉及公平交易法第十四條與第十九條第六款之規定。是故公平會要求該兩造於每年年度換約時，節目供應者應向公平會報備頻道節目銷售價格。

- 有線電視數位化問題：數位化為媒體產業升級、面對跨業競爭趨勢之重要關鍵。數位娛樂計畫係以推動無線電視數位化為主軸，但目前我國有線電視普及率高達百分之八十（含私接戶），倘有線電視不能成功數位化，上游之無線電視、頻道節目內容製播數位化實質意義有限。惟閱聽大眾對有線電視數位化、付費頻道及計次付費服務認知有限，半數有線電視用戶無意願採用，迄今雖已有數家有線電視系統業者嘗試推廣數位視訊服務卻無法打開市場，且硬體製造方面技術整合問題多、生產成本高。
- 服務內涵趨於一致：我國有線電視頻道多為頻道供應商集中買斷，是以，各系統提供給收視戶之頻道數目及內容大多相同，僅頻道位置或數量略有不同。
- 遍遠地區營運艱苦：澎湖為群島地形經營區僅有約二萬八千戶、臺東僅有四萬三千

戶卻有一家有線電視系統及多家有線播送系統、花蓮幅員廣大僅有十萬八千戶並分為二區，該等經營區因經濟規模過小，致營運艱苦。

(3)現實面—投資效益分析

①電視產業製作空洞化

自政府開放有線電視申請後，電視市場造成由原老三臺壟斷，急速擴張到一百多個頻道，惟在劇烈競爭下，造成節目質性高度重疊，經營規模促狹細碎，而走向開發中國家媒體慣有的經營老路：以較低成本「買片放片」（映演），取代較高支出「拍片賣片」（製片與發行）。就連資金雄厚的集團如和信與東森，其策略亦是如此。在這個策略下，第一個受害的是具備多重行銷價值的電影業，其次是具備多重發行價值的電視劇。一九九〇年代前臺灣本是亞太地區主要節目「供應者」之一。當時瓊○、楊○○、周○○、趙○○等人製作的劇集，不單在華人社區，甚至在南亞，都創下傲人的收視佳績。如今，臺灣媒體在每年三百億臺幣的市場，花費將近一百五十億的費用購買放映權，競逐每天差距細微收視率，這就是有線電視收視的主體，連資金龐大的無線三臺也是參與競標的大戶。

我國的電視產業重映演，輕製片；節目來源多為購片、

委製或外製外包，製片環節不是移往大陸，就是製作一些高度即時性的新聞資訊節目、談話性節目，部分業者以維持收支平衡為由，而有重播、偷工減料、摻水等，甚至安排付上架費之投顧、商業、靈異、色情等頻道等情形，使節目品質更形惡化，創作的生機遭到抹煞，導致電視製作內容空洞化。不像 TVB 具有一年產製五千個小時節目的優勢，將內容發行配銷至其跨國的子公司與合作公司，這些節目內容成為可以不斷再生的資源，傳輸至跨國與跨媒體的通路平臺，創造了六十%海外營收的佳績。

電視已是現今國民休閒娛樂的主體，亦是支配大眾工作餘閒心緒律動的心靈工業，但伴隨著閱聽眾成長的文化資產卻幾乎全是引進的外國頻道節目。臺灣的內需市場狹小，而臺灣的媒體產業有九五%的收入是來自本島，如無法突破此一困境，將視野放大至華人區域競爭，將難以貼近閱聽人的真正需求，無法與華語區域市場接軌。

②節目內容未獲多數觀眾認同

我國電視產業由於先天的結構不健全，再加上媒體開放後的大量競爭，電視內容或戲劇，除少數外，很難獲得多數觀眾的認同，其主要原因如下：

- 多數電視臺多為自主獨立的

公司，而非附屬於任一企業集團，或有其他大企業給與資金的支持，因此在財務上相對薄弱，較難有大手筆的投入資金，製作優良的節目。在美國，許多娛樂集團、媒體、電信公司相互併購以期增加影響力與競爭力；即便在中國，各省份或區域的媒體亦相互整合，以媒體集團的方式，相互競爭。

- 多數電視臺為降低營運成本，將戲劇與娛樂節目委外製作，或直接向中國或香港買戲劇來播，致電視臺本身對節目的掌握與經驗的累積，較無一致性。而接受委託製作的公司，由於委託節目時有時無，很多公司亦在節目完成後，自行解散，經驗亦無法傳承。
- 臺灣的主要廣告商多為國外廠商的子公司，其判斷收視率的標準，亦是以美國所定之尼爾森系統來作為依據。但是，在媒體企業的規模上，美國與臺灣的媒體有相當大的不同，美國的媒體以大集團的方式存在於市場上，而臺灣則以中小企業為主。因此，依美國市場所製定出的收視標準，較不符合臺灣的收視習慣，如此制定的收視廣告行規，自然影響臺灣節目製作的方向。
- 多數無線電視臺由於政治或

其它因素，領導團隊可能隨時面臨更動，因此電視臺對自身的發展並無長期且完整的規劃。

- ③新聞頻道過多，不符投資效益
- 臺灣新聞場域的經營從無線電視臺燒到有線電視臺，投入高度的人力與資金設備於新聞場域中，形成多個新聞頻道的局面，巨額的投資與經濟效益不成正比。

2. 無線公共化議題之探討：

(1) 公共化之論述

我國電視產業化的過程中，一直採用「商業電視」自由市場之體制，較無法凸顯媒體的社會文化職責。近年來更因頻道大量釋出，有線電視及衛星電視蓬勃發展，現有一百多個頻道，由於競爭過於激烈，供應者過於集中，以致影響了節目的多元性，部分頻道無視社會和文化責任，只求高收視率，電視文化空洞貧瘠，大多數電視臺製播之節目內容膚淺水準低俗，如為數眾多的電視新聞臺其播報內容充斥著八卦新聞、色情暴力、社會犯罪、怪力亂神，大多數的綜藝節目只會模仿抄襲、缺乏創意；許多戲劇節目偏重煽情、灑狗血，與大多數人之現實生活完全脫節，觀眾只能在電視機前搖頭嘆息，或選擇關機。

長期以來，政府對媒體資源的投入既不足，整合也不夠，乃導致媒體的亂象。政府對媒體的

管理既失職，也失控，是幾年來論者之共識。隨著黨政軍退出三臺已成必然之勢，「無線電視事業公股處理條例」也已提出草案之際，爰有將政府持股較多之華視及臺視釋出，將之公共化，使其由公正獨立的團體居間監督與運作。

本院舉行諮詢會議時，出席之學者專家均指出公共化之重要性，他們認為媒體為特定政黨或政治服務的時代應該過去了，今後應該為公共化及整體的社會需求服務。因為，媒體不僅是一種產業，更是一種國家應予保護支持的文化產業；媒體也是人民的一種基本權利，就像空氣、陽光、水一樣，是我們生活下去不得不有的環境，這是新時代的人權，也是政府應提供的基本社會福利；另外，更重要的，媒體不只是所謂的文化而已，也不是只關懷弱勢而已，更有重要的利基，要為我們的社會建立一個更民主的參與機制，使它成為一個論壇，成為一個能詮釋目前重要的社會、政治、經濟等問題的一個發言管道，而建立一些社會的指標。

公共化是以行政手段，比較快速地整合華視或臺視，抑或兩者，使其合併於公共電視，於是適度擴大了公部門的電視規模，在規模經濟之下，除了各電視臺現有的資源可以更加有效統合並分工使用，也可以支持目前已經奄奄一息的電影工業，讓欠缺製

作、發行與映演資源的我國電影人才，透過拍攝電視電影的方式，善加利用國片輔導金，結合公共廣電集團的現有品牌及頻道，定期觀賞國人自製的電影。同時，音樂製作人才也可以善加使用公共廣電平臺，持續為維持臺灣在華人地區的流行音樂地位，努力盡心。

(2)公共化之背景

歐洲工業先進國家於二次大戰後以公共廣電制度為發展主軸，同時設立較為完備之公共電視服務功能，以資訊教育與娛樂並重方式，滿足社會公眾與特殊小眾需求以其能提供較周延的新聞資訊觀點，同時兼具節目、經營、技術研發之領導能力。其中英國 BBC 於一九四〇年代開始試播，可說是世界各國公共電視臺的先驅。其他如德國的 ZDF、ARD；法國的 F2、F3；芬蘭的 YLE 等。此外，日本的 NHK、加拿大的 CBC、澳洲的 ABC、SBS 等亦是頗受好評之公共電視，即使在商業電視主導下的美國，也在一九六七年開始建立公共電視體制。

我國雖於八十七年七月成立公共電視，該臺自成立以來亦製作不少令人激賞的節目，惟以其現有之頻道數及經費規模，尚無法扭轉長期被商業電視侵蝕已久的國內媒體環境，遑論有效提昇整體電視媒體之品質。因此學者專家認為我國有必要加強公共電

視頻道數量及規模，針對目前商業電視臺節目品質低落，提出「黨政軍退出媒體」、「無線電視公共化」等變革電視制度的訴求；主張無線電視使用公有電波，對民眾有公共義務；無線電視屬國家財，是以黨政軍退出媒體之際，政府擁有股權之電視臺不可淪為財團所控制，應將之整併組成公共電視集團，組成多頻道經營事業，與有線電視系統區隔，形成良性競爭。

(3)公共化的進展

新聞局自蘇○○局長開始，即已開始進行公共化的委託研究。蘇○○局長時進行「無線電視公共化可行性評估報告」「電視數位化後頻道之使用及管理研究」，其中「無線電視公共化可行性評估報告」建議：「中央政府擁有最大股權的臺視與華視公共化」，九十年十月二十九日蘇前局長於立法院施政報告時首次公布無線電視公共化政策，並指出新聞局在選擇公共化的無線電視臺，首先考慮的是官股仍占大部分的臺視和華視，將鼓勵這兩臺策略聯盟取代競爭，以擴大市場規模及降低經營成本，同時希望由社會清望和專業人士介入無線電視臺，讓政治勢力退出兩臺，為媒體公共化進一步提供基礎。

上開「臺視、華視兩臺公共化」施政報告提出後，新聞局於同年十二月十七日提出「無線電視公共化」的說帖與兩階段公共

化的具體作法：第一階段指派公正人士出任官股代表，排除人事干預問題；第二階段考慮臺視、華視策略聯盟或合併，逐漸使所有權公共化。

九十一年十月十六日立法院第五屆第二會期教育及文化委員會會議，於審議廣播電視法部分條文修正案時決議：「行政院新聞局應就無線電視改革，『臺視』、『華視』二臺朝一臺公共化、一臺民營化方向，提出具體評估及執行方案」。其後接任之葉○○局長於任內委託學者進行「臺視、華視一公一民執行方案評估」，於九十一年十二月十一日向立法院提出「臺視、華視一公一民評估及執行方案報告」。之後接任局長的黃○○任內並委託學者進行「研訂無線電視公共化執行條例（草案）暨修訂公共電視法研究」。

另查九十二年十二月二十四日廣電三法（廣播電視法、有線廣播電視法、衛星廣播電視法）部分條文修正案公布實施。依新修正之廣播電視法第五條第七項規定：「主管機關應自本法修正施行之日起六個月內，就不符第四項規定之政府、政府投資之事業、政府捐助成立之財團法人，制定其持有民營廣播、電視事業股份之處理方式，並送立法院審查通過後施行」。新聞局業修正廣播電視法、有線廣播電視法及衛星廣播電視法之施行細則，明

定政黨黨務工作人員、政務人員及選任公職人員之範圍，該三法施行細則業於九十三年五月二十四日修正公布施行。該局並研擬「無線電視事業公股處理條例（草案）」，明定政府持有民營廣播、電視事業股份之處理方式。該草案業於九十三年六月十一日送請行政院審查，同年六月二十三日經行政院第二八九五次會議通過後，於同年六月二十四日送請立法院審議。

新任的林○○局長對公共化的政策，據新聞局九十三年七月一日函復本院表示：目前有關公共化，或者公共電視發展的議題都無法跳脫數位化的前提，因此在進行相關方案的評估，以及商業電視臺的改善時，都必須在推動數位化的政策目標之下進行，也必須把數位化的影響列進媒體改造的考慮因素之中。就政策的延續性而言，目前仍朝向一公一民方向規劃，但是如果政府對財政的承擔能力允許，且社會有所期望，仍不放棄兩公的可能性，因為公共化是很重要的議題，不能完全以節省政府經費為出發點來考量。立法院一公一民的決議及行政院新聞局審慎的評估顯示政府對公共化的重視，但究竟是哪一臺進行公共化，仍須等釋股條例通過後方能決定。行政院新聞局研擬之釋股條例，不管未來是採行一公一民、兩民或兩公的方案都將可以適用。在行政院政

策裁示之後，新聞局會針對公共化的部分進行相關財務評估、研究如何提昇其經營能力，且不只是以目前現有公共電視為未來臺灣公共集團的方向來思考，也不會受限於現有公視的經營模式，將加緊腳步研究臺灣未來公共化的發展方案。

(4)臺視及華視對公共化之建議：

①臺視表示支持新聞局規劃一公一民之方向，惟如公視建臺後，吸引社會大眾收視誘因不足，致長期收視偏低，喪失主流媒體競爭力，將產生：節目型態將以公共利益而非商業利益取向，節目收視下滑，廣告將因而減少；當原商業電視臺成為公共電視集團，其商業運作優秀人力將大量流失；出現之資金缺口，政府將需大量補助。建議政府應從結構面調整電視產業生態，才能導正亂象，發揮提昇公益的正面功能。

②華視則認為應先釐清公共化的意涵，即「公共化」分為所有權的公共化與節目內容的公共化，後者就是公共電視化。無線電視使用公有財—「無線電波」，為避免淪為少數私人牟利之工具，因此透過監督機制產生董事會與經營團隊，使無線電視的所有權公共化，在此情況下，無線電視仍然可以製作與播出一般符合觀眾與市場需求的商業性質節目，與公共電視以製播照顧少數特定觀眾

族群需要的節目不同。如採公共電視化，政府必須提供足夠的經費，以製作公共化的節目內容，提供多元、優質、及符合公共利益之節目，兼顧兒童、婦女、老人、殘障、特定族群之權益及終身學習之目標。就以往實務經驗與市場法則，此類節目收視不高，缺乏廣告商投資，必須仰賴政府編列足夠的經費來支持。並建議政府應及早確立政策，因公共化或民營化的議題延宕未作定論，使廣告商對於廣告的安排裹足不前，將對可能被公共化的電視臺造成傷害。

一 般 法 規

一、行政院函：「卸任總統副總統禮遇條例」業經修正公布，「卸任總統副總統禮遇條例實施辦法」配合廢止

行政院 函

發文日期：中華民國 95 年 12 月 30 日
 發文字號：院臺文字第 0950095297B 號

主旨：「卸任總統副總統禮遇條例實施辦法」，業經本院於中華民國 95 年 12 月 30 日以院臺文字第 0950095297 號令發布廢止，請 查照。

說明：「卸任總統副總統禮遇條例」修正案

，業奉 總統 95 年 7 月 19 日華總一義字第 09500102601 號令公布，旨揭辦法配合廢止。

院長 蘇貞昌

二、修正「香港澳門居民進入臺灣地區及居留定居許可辦法」第 18 條條文

內政部 令

發文日期：中華民國 95 年 12 月 22 日
發文字號：台內警字第 0950913096 號

修正「香港澳門居民進入臺灣地區及居留定居許可辦法」第十八條條文

附修正「香港澳門居民進入臺灣地區及居留定居許可辦法」第十八條條文

部長 李逸洋

香港澳門居民進入臺灣地區及居留定居許可辦法第十八條修正條文

第十八條 香港或澳門居民申請在臺灣地區居留，應覓在臺灣地區設有戶籍之二親等內血親、配偶或有正當職業之公民保證，並由保證人出具保證書。但依第十六條第一項第八款規定經中央目的事業主管機關核准來臺就學者，不在此限。

前項有正當職業之公民，其保證對象每年不得超過五人。

第一項保證書應由保證人親自簽名，並由境管局查核。

三、修正「技師懲戒委員會及技師懲戒覆審委員會組織規程」

行政院公共工程委員會 令

發文日期：中華民國 95 年 12 月 29 日
發文字號：工程企字第 09500508050 號

修正「技師懲戒委員會及技師懲戒覆審委員會組織規程」。

附修正「技師懲戒委員會及技師懲戒覆審委員會組織規程」。

主任委員 吳澤成

技師懲戒委員會及技師懲戒覆審委員會組織規程修正條文

第一章 總則

第一條 本規程依技師法第四十四條規定訂定之。

第二條 技師懲戒委員會（以下簡稱懲戒委員會）及技師懲戒覆審委員會（以下簡稱覆審委員會），由中央主管機關分別設置之。

第三條 同一事件，在刑事偵查或審判中者，不停止懲戒程序。但懲戒處分應以犯罪是否成立為斷，懲戒委員會及覆審委員會認有必要時，得決議於刑事裁判確定前，停止懲戒程序；刑事偵查或審判程序於懲戒程序中開始者，亦同。

前項決議，應通知申請交付懲戒者、技師公會及被付懲戒之技師。

第四條 被付懲戒之技師同一行為已

為不起訴處分、緩起訴處分、免訴或無罪之宣告者，仍得為懲戒處分；其受免刑之宣告者，亦同。

第二章 技師懲戒委員會組織及懲戒程序

第五條 懲戒委員會置委員十三人至十五人，其中一人為主任委員，由中央主管機關指派主管人員兼任；其餘委員，由中央主管機關就下列各款人員聘（派）兼之：

- 一、法務部代表一人。
- 二、技師中央主管機關代表一人。
- 三、技師中央目的事業主管機關代表五人。
- 四、技師代表三人。
- 五、學者或具備專業知識之公正人士二人至四人。

前項第四款之委員，由各科別技師公會各推薦一人，由中央主管機關建立名單。辦理個案懲戒審議時，由懲戒委員會主任委員自名單中擇定之；其中至少應有一人與被付懲戒之技師屬同一科別者。

懲戒委員會委員除第一項第四款之技師代表外，任期為二年，期滿得予續聘；續聘以二次為限。第一項代表各機關之委員，其任職機關異動時，應即改派；任期至當屆委員任期屆滿時止。

依第二項規定建立之推薦名單，於前項委員任期屆滿辦理改聘或續聘時，應由各科別技師公會重新推薦。被推薦人員，不受推薦次數之限制。

第六條 懲戒委員會收到報請懲戒案

件後，依下列程序處理之：

- 一、通知被付懲戒之技師，於通知送達之翌日起二十日內提出答辯書。必要時並得通知其到會陳述，其不遵限提出答辯或到會陳述者，懲戒委員會得逕行處理。
- 二、送目的事業主管機關及被付懲戒技師所屬之技師公會提供意見。
- 三、由主任委員指定委員三人為預審委員，進行實體審查，並作成預審意見；預審委員至少應有一人與被付懲戒之技師屬同一科別者。
- 四、提付懲戒委員會會議審議。
- 五、製作懲戒決議書。

第七條 懲戒委員會開會時，以主任委員為主席，主任委員因故不能出席時，得指定委員一人為主席。

第八條 懲戒委員會會議之決議，應有二分之一以上委員出席，出席委員過半數同意行之。

第九條 懲戒委員會委員有下列情形之一者，應自行迴避，不得參與相關案件之審查、討論及決議：

- 一、本人或其配偶、前配偶、四親等內之血親或三親等內之姻親或曾有此關係者為被付懲戒之技師。
- 二、本人或其配偶、前配偶，就該案件與被付懲戒之技師有共同權利人或共同義務人之關係者。

三、現為或曾為被付懲戒技師之代理人或輔佐人。

四、現為或曾為被付懲戒技師訴訟案件之自訴人、告訴人、告發人、證人、辯護人或鑑定人。

五、現與被付懲戒之技師任職同一機構或最近三年內曾任職同一機構。

懲戒委員會委員有下列情形之一者，得經懲戒委員會決議命其迴避：

一、有前項情形而不自行迴避。
二、有前項以外情形，足認其執行職務有偏頗之虞。

依前二項規定迴避之委員，如為第五條第一項第四款者，依第五條第二項及第六條第三款規定另擇定人員擔任之。但推薦名單之同科別技師均需迴避時，得另擇定其他科別技師擔任。

第十條 懲戒委員會審議時，應通知被付懲戒之技師到場陳述意見；必要時，被付懲戒之技師得會同代理人一人至三人共同到場。被付懲戒之技師未依通知所定期日到場陳述意見者，審議程序不受影響。

前項人員應於決議之前退席；所陳述之意見，應列入紀錄。

第十一條 懲戒委員會會議對外不公開，與會人員對於討論事項、會議內容及決議，均應嚴守秘密。

第十二條 懲戒委員會應於決議後一個月內作成決議書。

第十三條 懲戒委員會決議書應記載下

列事項：

一、被付懲戒技師姓名、出生年月日、國民身分證統一編號、住、居所、技師證書字號及所屬之技師公會。

二、執業機構名稱、地址及執業執照字號。

三、決議主文及事實理由。

四、出席委員姓名。

五、決議之年、月、日。

六、不服決議之救濟方法、期限及受理機關。

第十四條 懲戒委員會決議書應於作成後十日內，分別送達被付懲戒之技師及申請交付懲戒者。

被付懲戒之技師或申請交付懲戒者，對懲戒委員會之決議有不服時，得依技師法第四十三條規定請求覆審。

第三章 技師懲戒覆審委員會組織及覆審程序

第十五條 覆審委員會置委員十三人，其中一人為主任委員，由中央主管機關指派主管人員兼任；其餘委員，由中央主管機關就下列各款人員聘（派）兼之：

一、法務部代表一人。

二、技師中央主管機關代表一人。

三、技師中央目的事業主管機關代表五人。

四、技師代表三人。

五、學者或具備專業知識之公正人士二人。

懲戒委員會之委員，不得兼任覆審委員會之委員。

第十六條 覆審案件有下列各款情形之一者，覆審委員會應為不受理之決議：

- 一、提起覆審逾法定期間。
- 二、覆審請求不合法定程式，經通知限期補正，屆期未補正。
- 三、請求覆審人非被付懲戒之技師或申請交付懲戒者。
- 四、被付懲戒之技師喪失行為能力而未由法定代理人代為請求覆審，經通知限期補正，屆期未補正。
- 五、對已決議之覆審案件重行提起覆審。
- 六、對於非懲戒決議或其他依法不屬覆審救濟範圍內之事項提起覆審。

第十七條 被付懲戒之技師請求覆審之案件，覆審委員會依下列程序處理之：

- 一、向原懲戒委員會調取有關案卷，並通知其陳述意見。
- 二、送目的事業主管機關及被付懲戒技師所屬之技師公會提供意見。
- 三、由主任委員指定委員三人為預審委員，進行實體審查，並作成預審意見；預審委員至少應有一人為與被付懲戒之技師屬同一科別者。
- 四、提付覆審委員會會議審議。
- 五、製作覆審決議書。

第十八條 申請交付懲戒者請求覆審之

案件，覆審委員會除準用前二條規定外，並應通知被付懲戒技師於指定期間內提出答辯，屆期未答辯者，覆審委員會得逕行處理。

第十九條 第五條第二項至第四項及第七條至第十四條第一項規定，於覆審委員會準用之。

第四章 附則

第二十條 有下列情形之一者，由中央主管機關執行及刊登公報，並分別通知申請交付懲戒者及被付懲戒技師所屬公會：

- 一、被付懲戒之技師或申請交付懲戒者屆期未請求覆審。
- 二、覆審委員會決議書送達被付懲戒之技師後。

第二十一條 懲戒委員會或覆審委員會對於懲戒案件認涉有犯罪嫌疑者，應即移請該管法院檢察署辦理。

第二十二條 懲戒委員會及覆審委員會之決議書，均以中央主管機關名義行之。

第二十三條 中央主管機關為辦理懲戒委員會及覆審委員會之會議紀錄與技師懲戒案件登記、統計及其他日常會務，得指派人員兼任之。

第二十四條 懲戒委員會、覆審委員會委員及職員均為無給職。

第二十五條 本規程自發布日施行。

四、修正「民間參與公共建設申請及審核程序爭議處理規則」第 2 條、第 34 條條文

行政院公共工程委員會 令

發文日期：中華民國 96 年 1 月 9 日
發文字號：工程訴字第 09600006130 號

修正「民間參與公共建設申請及審核程序爭議處理規則」第二條、第三十四條條文。

附修正「民間參與公共建設申請及審核程序爭議處理規則」第二條、第三十四條條文。

主任委員 吳澤成

民間參與公共建設申請及審核程序爭議處理規則第二條、第三十四條修正條文

第 二 條 參與公共建設之申請人（以下簡稱申請人）對於主辦機關辦理由政府規劃公告徵求民間參與或由民間自行規劃申請參與公共建設案件之申請及審核程序，認為違反本法及有關法令，致損害其權利或利益者，得於下列期限內，以書面向主辦機關提出異議：

一、對公告徵求民間參與文件規定提出異議者，為自公告之次日起等標期之三分之二，其尾數不足一日者，以一日計。但不得少於十日。

二、對申請及甄審之過程、決定或結果提出異議者，為接獲主辦機關通知或公告之次日起三十日；其過程、決定或結果未經通知或公告者，為知悉或可得知悉之次日起三十日。

三、對甄審結果後，簽訂投資契約前之相關決定提出異議者，為接獲主辦機關通知或公告之次日起三十日。

主辦機關依本法第五條規定，將本法應辦理事項授權或委託機關辦理者，除公告徵求民間參與文件另有規定者外，以被授權或被委託機關為前項受理異議之機關。

第三十四條 審議判斷書，採用郵務送達者，應使用申訴郵務送達證書。

審議判斷書之送達，除前項規定外，準用行政程序法關於送達之規定。

***** 大 事 記 *****

一、監察院 95 年 12 月大事記

8 日 監察院副秘書長陳吉雄應邀至台中縣大甲鎮德化國小主辦之「台中縣清水區國民小學校務發展會議」，以「國民教育與監察權」為題，向台中縣海線學校五十餘位國小校長作精闢深入之專題演講。演講內容包括：我國監察制度之基本精神、監察院之職權、功能、績效及目前之運作情形，並以本院近年有關教育及公職人員利益衝突迴避等調查實例深入說明，使與會校長對監察院職權及公職人員權益保障有更進一步認識。

- 13 日 監察院針對臺北市第 10 屆里長擬參選人於監察院舉辦政治獻金法令暨會計報告書申報宣導說明會（直轄市市長、市議員部分，10 月下旬已於台北市、高雄市分別舉辦政治獻金法令暨會計報告書申報說明會。）業已順利辦竣。
- 15 日 監察院監察業務處召開地方機關巡迴監察 95 年第 2 次巡察秘書座談會，就地方巡察委員巡察設於省（市、）縣（市）內之中央機關事宜及各巡察組巡察秘書撰寫地方巡察案例等案，經與會巡察秘書提出建議事項及交換心得。
- 22 日 監察院舉行 95 年 12 月份工作會報。
- 行憲監察院實錄第八編乙書暨其電子書，於 95 年 12 月 22 日正式出版。
- 26 日 監察院第 6 期至第 8 期政治獻金會計報告書專刊出刊，計有 95 年鄉（鎮、市）民代表選舉擬參選人王○傳等 581 人、95 年臺灣省村（里）長選舉擬參選人楊○等 474 人、95 年高雄市里長選舉擬參選人毛○祥等 25 人、95 年臺南縣大內鄉第 15 屆鄉長重行選舉擬參選人張○長等 2 人、95 年嘉義市第 6 屆立法委員補選擬參選人江○雄等 2 人、95 年臺東縣第 15 屆縣長出缺補選擬參選人劉○豪等 4 人、95 年臺東縣成功鎮第 15 屆鎮長出缺補選擬參選人侯武成 1 人，合計 1089 人次之政治獻金會計報告書收支結算表，及 94 年政黨政治獻金會計報告書計 11 件。
- 27 日 監察院舉行 95 年出版品業務訪查與觀摩座談會。
- 28 日 監察院第 134 期財產申報資料專刊出刊，計有總統府副秘書長劉世芳等 146 人之財產申報資料。
- 31 日 監察院 95 年 12 月份含到院陳情 44 件，計收受人民書狀 485 件，已處理 467 件（含上個月留待處理案件）。其中監察業務處處處理 461 件，各委員會處理 6 件，其餘留待下月繼續處理。所處理之 467 件，經扣除非屬陳訴性質書狀（含不屬本院職權、陳訴內容空泛、需陳訴人補充說明或補送資料、其他如發抒意見、陳述遭冒名、通知變更地址等）123 件後，所餘屬於陳訴性質者 344 件，如改以案由計算為 263 案。經審核相關資料先行處理情形為：
- (一)屬同一案件，重複陳訴併案處理 51 案。
 - (二)應循或已循司法或行政救濟程序，函復陳訴人依法辦理 73 案。
 - (三)各機關正處理中或屬各機關應先行處理或屬建議性，送請各機關參處 130 案。
 - (四)函請各機關查處、說明、補送資料 7 案。
 - (五)建議派查 2 案。
- 監察院監察調查處針對近期發生社會關注之重大事件，指派監察調查人員辦理先期資料蒐集、案情研析

及擬處意見等，俟第 4 屆監察委員就職後，提供行使職權之參考。95 年 12 月份計 4 案如下：

(一)立法委員質疑行政院文化建設委員會違反預算法及政府採購法辦理社區防災整建工程，另以補助款名義圖利台灣日報及代理民眾日報業務之上上公關公司均涉有違失，應予深入調查究明。

(二)高雄市鼎金國小家長及學生 42 人於 95 年 12 月 3 日搭乘遊覽車赴梅嶺風景區旅遊，行經台南縣楠西鄉 188 線鄉道，失控翻覆河床造成 22 人死亡、23 人輕重傷之慘重車禍，主管機關涉有監理制度不周、遊覽車管理不當及道路安全設施不足等嚴重缺失，應予究明。

(三)台北縣政府警察局員警涉嫌與人蛇集團勾結，協助外籍女子非法取得居留證從事賣淫；公路警察局員警值勤酒駕撞死路邊換胎駕駛；台北市內湖分局員警涉嫌提供民眾個人戶役政資料予地下錢莊擄人；雲林縣警察局台西分局前副分局長陳○嘻等涉嫌貪瀆及接受性招待。均涉有嚴重違失，戕害警察機關形象至鉅，警政署及各級主管政風、督察單位究竟有無落實管理與查核，應詳予究明。

(四)據報載：總統府參議郭文彬接受廠商蔡○杰邀宴，於蔡某私人招待所，疑涉喝花酒情事，嚴重戕害政府形象。又媒體指出蔡○杰配偶陳○娟以其所有資本額有限

之集祥營造公司，於短期間內得標承攬總統府、中科院、中信局等政府機關營繕標案計 21 件，金額逾 7 千萬元，其間有無政商勾結等不法情事，均應詳予究明。

監察院監察調查處 95 年 12 月，辦理調查人員在職訓練之調查實務課程，赴台灣電力股份有限公司大潭電廠參訪，參與人數計 40 人。

監察院 95 年度定期財產申報迄 95 年 12 月 31 日止計 1,207 人申報。

監察院本（12）月份經同意許可臺北市第 10 屆里長擬參選人設立政治獻金專戶計 41 戶，均已依規定辦理公告。