

匯流政策研究室電子報

發行人 / 彭芸

採訪編輯 / 曾筱媛、蔡昀知、張方毓

發行 / 匯流政策研究室 每月一號發行

聯絡信箱 / convergence.policy@gmail.com

正式號第四十八期 105年7月 July 2016

▼ 6月論壇報導

「創新、創意、創世紀」研討會

元智大學「大數據與數位匯流創新中心」於2014年成立，連續三年於六月舉辦大型學術研討會，今年主題為「創新、創意、創世紀」。活動於六月三日在國父紀念館中山講堂舉行，第一場「大數據、創新、創意」由元智大學彭芸教授主持，她首先代表元智大學吳志揚校長致歡迎詞，



感謝產官學持續對元智大學「大數據與數位匯流創新中心」活動的支持，每一年活動都引起產官學的重視，看到現場百位來賓，就知道大家都很關心大數據、匯流產業的諸多面向，而一整天活動的結果也會集結成書，有理論、有實務，代表元智大學耕耘這領域的決心與成果。

第一場論壇邀請重量級貴賓：前交通部部長葉匡時、前資策會大數據研究所所長、現任亞洲大學副校長林蔚君、樂陞科技董事長許金龍、以及文化部影視及流行音樂產業局張崇仁局長等嘉賓，參與論壇討論。當天也廣邀來自各校的14位學者，就「大數據與數位匯流創新中心」所強調的「創新」，和「創意」的發想、實踐、產業等議題結合，分三場次宣讀14篇論文。各校學者提出的研究成果與看法，不管是在媒體內容產業上的創意、法規治理上的翻新、又或是商業組織上的改革等等，都共同為新時代、新紀元提出不一樣的創新議題，吸引許多民眾蒞臨一同參與，腦力激盪。

葉匡時教授在開場致詞時，先以他自身過去任職於產、官、學界的不同經驗，拋磚引玉，提出他觀察的台灣產業現況問題，希望激盪接續一整天的論壇活動，可以有更多元的討論方向。

他表示，過去幾年來台灣一直強調發展軟實力，轉換過去硬體代工思維，但產業轉換背後還有很多制度上的問題，包括人的思維模式、文化條件、社會行為模式等等，都會影響一個國家創新發展的程度。舉例來說，如果假設創新創意的最終目的是為了創造財富、經濟的成長，但在人的思維模式上還停留在傳統產業的思維，跟不上時代變化，最終產業也無法轉型成功。

葉匡時認為，台灣現今在產業轉換上仍面臨著三大問題。第一、文化思維還停留在傳統農業社會。過去農業社會經濟體強調零和遊戲，注重人情力量，思維重於分配而非成長，因此市場大餅無法擴大，經濟也不會有所成長。(接下頁)

「創新、創意、創世紀」研討會

2

(承上頁)但現今全球經濟體強調非零和遊戲，當一個產業的市場大餅可以擴大，薪水增加時，創意才有更大的空間發揮。葉匡時提醒，產業界不能再以傳統思維想著分配、掠奪現有資源，而要能擴大市場，尋求更大的外部資源和發展空間。

第二、過去農業社會強調穩定、而非移動，但創新創意往往來自於文化衝擊、社會變動等。葉匡時表示，如果產業要尋求創新創意所帶來的經濟成長，就不能再強調安土重遷，思維上要改變。

第三、葉匡時提問：「價值應該保存還是不斷創造？」過去社會上不斷提倡價值保存，我們強調歷史，保留各種從古至今的文化產物，但卻很少人在意新價值的創造。新世代、新紀元要不斷地滾動發展，就需要不斷創造新的價值，如此社會才得以不斷的延續且穩固的發展下去。

現今台灣雖然已進入法治社會，但許多政策或業界發展的行為模式，都還處於人情社會導向的社會，背後科學、知識支持的能量不夠，就無法有效治理，甚至保存價值、創造價值。葉匡時認為，政府在探討公共政策時，不能總想著模仿國外法規，而是要更了解台灣在地社會背後的脈絡，思維模式多問「why」和「why not」，才能真正對症下藥，找到台灣自己專屬的發展方向。

張崇仁局長延續葉教授看法發表意見，他同樣認為不管是業界或政府單位，都不應該再用傳統思維或利益分配方式來看待新媒體，例如一直為人所詬病的電視廣告收益模式等，新時代也應該找到不一樣的解套方法。

張局長認為，現今OTT時代，各種內容放到網路上，資源來自四面八方，平台經營模式可觸及的面向更廣，每一個節目都可能有一樣的營運模式，如何管理就變成政府治理上所面臨的新挑戰。但不管是發展文創產業或媒體內容，都應該設計遊戲規則，讓具有智慧財產權的內容創造經濟利益，進而創造各種工作機會，從中就會有許多創新的想法自然發生。

許金龍董事長過去從事新聞工作，轉行自己投資網路、遊戲公司，他觀察並分享許多網路產業發展的案例，像是入口網站、無名小站、whoscall、騰訊等，發現成功的業者懂得從工作價值轉換成平台價值，甚至發展成生態產業鏈，創造二次價值。

他提醒，每個產業都應該活在「對」的市場位置，就好像現今App產業，就要有與全世界競爭的眼界。新媒體世代為業者創造進軍全球的機會，但如果缺乏在地文化研究，還是一樣會面臨使用者的文化障礙，把自己放在對的市場、做對的研究，業界才能有新的商機。

林蔚君教授過去擔任資策會大數據研究所所長，她觀察許多業者或政府單位在思維上還不夠開放，同時重「硬」輕「軟」，重視看得到的，對看不到的「軟體業」扶持不足，且台灣市場小又常彼此過分競爭，當面對全球市場時，就很容易失去力道。

她表示，創意應該發想自人的日常生活當中，就好像HTC手機，可以透過硬體和軟體設計更緊密地結合人的日常生活。過去台灣硬體製造創造經濟奇蹟，現今也應該要尊重軟體發展，用對等的利益交換付費給軟體服務。最終才能創造出新的生態圈，將能量聚集在一起，甚至創造新的創新創意。

她認為，台灣唯一可以走的路就是發展生態圈，建立共同的模式，不同的產業資源才可以彙整在一起，快速發揮創新創意。產業間以競合的方式，互相競爭又合作，並透過雲端，創造價值到各處去。

「創新、創意、創世紀」研討會第二場次論文發表，主題「創世(接下頁)」

「創新、創意、創世紀」研討會

(承上頁)紀」，邀請元智大學人社院洪泉湖院長擔任主持人，論文提報人分別為元智大學葉志良教授、王小惠教授、陳志成教授和文化大學柯舜智教授。

3



元智大學葉志良教授以「網路大憲章？「優先傳送」與「零費率」的辨析」為題，他從網路治理的角度，以現今歐美各國提倡的網路中立性出發，探討未來網路內容產業在免費與付費之間的交易問題。

現今網路上存在各種服務，像是Netflix、Facebook等，葉志良教授認為，這些內容業者不管是採零費率或收費模式，在市場競爭下無法單靠網路中立性規範來保護消費者，很多議題像是網路言論、消費者權益或反競爭行為等，還需要靠現今的競爭法、消保法來輔助。

元智大學資訊傳播系王小惠教授研究「新興串流影音廣告支廣告價值評估因素研究」。行動寬頻興起後，影音世代崛起，網路廣告也紛紛移轉到新的影音平台，出現新興的串流影音廣告模式。

王小惠教授關注在串流影音廣告對使用者的影響，利用研究資料來了解消費者對這些廣告的價值判斷和觀看意願等。結果顯示，當串流影音廣告中的娛樂性高時，有助於提升廣告價值及廣告態度。另外在廣告可信度中，業者須重視「資訊真實性」，才可以提升消費者對廣告的信賴感，進而促成廣告的正面價值評估。

元智大學資訊管理學系陳志成教授研究「網際網路使用者從事網路素人創作與作品分享管道影響因素之研究」。他觀察現今網路世代，出現許多未經正規訓練的業務創作者，在新傳播領域大放異彩。他利用2014年「傳播調查資料庫」的原始資料，分析台灣網際網路的使用者從事素人創作的比例、分享的作品行為、分享管道等問題。

結果發現，網路素人分享多以影片居多，雖然有5成左右的使用者都不是網路素人創作者，但卻有八成都曾分享過相關內容。正向影響網路素人創作行為的因素有很多，而在內容為王的時代，這些素人創作已經變成很重要的內容來源，甚至為Youtube、OTT等影音平台帶來重要的商業價值，陳志成教授最終建議國內可以思考如何帶動網路素人的投入，並轉化成經濟產出。



文化大學資傳系柯順智教授研究「自媒體時代台灣Youtuber內容產製與閱聽眾接收分析」。柯教授先提到自媒體時代的概念，點名網際網路人人都可以是內容創作者，尤其根據調查Youtube網站吸引超過9成15歲以上的網路影音族群，年輕人花在網路影音的時間已超過電視，因此，她想了解台灣Youtuber前10名的頻道產製出哪些影音內容？使用者觀看的動機與滿足情形等問題。

結果發現，台灣前10大Youtuber中有大量遊戲實況的直播影片，其他則有一些戲劇短片、舞蹈分(接下頁)

「創新、創意、創世紀」研討會

4

(承上頁) 享等，這些頻道都有強烈的個人色彩，娛樂性高，但較少涉及嚴肅的政治經濟或教育文化等議題，消費者觀看動機多以尋求休閒娛樂、社交互動等目的。柯教授認為，在新的網路影音平台崛起的同時，是否會取代傳統影視產業仍待進一步觀察，但這樣的平台確實已為年輕人創造不一樣的收視經驗。

下午第二場論文發表主題為「創新」，由元智大學社政系劉阿榮教授主持。劉教授提到，各大產業都在談創新，如何在新的科技形態下成功創新，方能使企業以及品牌脫穎而出。

第一位論文提報人是國立台灣藝術大學廣播電視學系教授賴祥蔚教授。論文主題是，「台灣OTT業者經營策略的檢視與創新」，其研究發現，台灣業者在OTT產業的發展，皆不符合國外業者成功的案例，不論從規模或者影視內容而言，囿於既有的市場大小，以及客觀的發展條件，各業者也無法進行真正大規模的整併。



在其論文以台灣主要業者，三立、民視為調查對象。賴教授發現，兩者皆沒有明顯的結盟策略，有的只是台灣業者間自家集團內的資源結合，或是在不同組織間有限的合作。另外他舉出了中國的愛奇藝集團在異業結盟間積極的諸種作為。譬如其與韓國製片業者簽約，還沒開拍即先買版權，便搶先在中國上映播出。

追究原因，台灣業者欠缺能力製作吸引觀眾付費的內容。在法規方面，賴教授建議必須先釐清政府角色，才能透過修法來推動OTT業者的整併以及合作，像是牽涉補助政策，以及智慧財產權議題等，都需要政府積極以及謹慎評估。

最後賴教授表示，台灣本土業者有相當合作的意願，但是進展上卻不順利。尤其是談論到資金，以及投資合作上共識極低。如此一來，很難面對全球化的跨界競爭，連本土市場上也有諸多不利。

世新大學傳播管理系林富美教授的論文題目是「跨界、匯流下音樂產業的創新營運模式分析」。主要討論數位科技改變了音樂產業的營運模式，有大數據分析以及流量管理，產業因此產生不同的面貌，而目前尤以展演經濟最為熱門。

林教授分析當前音樂產業創新的營銷模式，主要有某某「潮流」再加上「聯網」，因此音樂不單單是音樂，運用歌手作為品牌，或以歌手為中心的產銷模式，才是當前音樂產業的重心。此外社群媒體，還有藉由其平台所做的影音網串流，尋求更加廣泛的支持者以及樂迷。

在展演上，同時考量到樂迷的需求，會創造樂迷「專屬體驗」的商機，還有在線上演唱會上，並增設「隨你付」的小費模式。此外，最基本的周邊商品轉變成為線上販售，而種種改必進而導致廣告利潤的分配，便創造新的收益模式。

第三位論文發表人為銘傳大學新文學系副教授賴玉釵，題目是「創新敘事策略與跨平台串流：以BBC【新世紀福爾摩斯】跨媒介敘事網絡為例」。論文內容主要研究目前數位匯流時代，跨媒介敘事必須考量平台的類型以及特質。進而以歷久不衰的偵探小說「福爾摩斯」如何運用多平台來建構故事網絡(接下頁)

「創新、創意、創世紀」研討會

5

(承上頁)。研究以BBC的「新世紀福爾摩斯」為例，將過去的故事脈絡定在維多利亞時代轉換成在現代脈絡中，並且融合新媒體的素材，像是能夠連結筆記型電腦、手機等脈絡。使其達到「內容延展」還有「媒介延展」的效果，衍生出跨媒介網絡，以維繫敘事品牌。

賴教授研究發現，跨媒介敘述者會依照「互為媒介」的特質，進一步推出，像是角色部落格等「衛星文本」。除此之外，還有跨平台的影音串流，像是BBC跨平台串流的APP以及YouTube頻道等。便以提供閱聽人片段選擇、花絮還有訪談內容。最後有與動漫體系的中流上，跨媒介敘事者可以改作為戲劇，改編成日系的漫畫，整合跨平台而建構故事體系。



元智大學教授彭芸論文主題，回歸新聞的角度出發，主題是「新聞品牌的創新：變、不變、問題」，討論新聞品牌的創新與改變。她提到，品牌比起媒體重要，並從品牌的經營，消費者與品牌的關係談起。進而論及新聞業的創新與新聞品牌的建立，以及列舉當前幾個重要的國際新聞品牌。

首先，彭教授以幾年前風靡台灣的「黃色小鴨」為例子，提及了品牌包裝的重要性，只有建立品牌，才能使其得以延續，並且變得普遍。也舉出國外新聞品牌創新的實例，新媒體的誕生，像有哈芬頓郵報(Huffington post)、Buzzfeed，還有the Vice等。

在華文市場中，則有這幾年異軍突起的風傳媒、端傳媒，以及報導者等，但也發現這些網路原生媒體，在建立品牌到維持品牌形象的過程，實為不易。

國際傳播上最主要的議題，媒介帝國主義在數位時代中，也以不同的面貌出現。彭教授在論文中談論「數位媒介帝國主義」的問題，會隨著全球化，以及市場自由化下，更加嚴重。同樣的邏輯也套用在品牌建立上，在無力無資金建立品牌的邊陲國家，對抗國外強勢媒體上只會越來越吃力。

同樣，也討論到中國的專制媒介制度，即便經濟實力強大，可是彭教授觀察到，在「媒體姓黨」的陰影下，新聞品牌在短期內仍然無法成為全球的強勢品牌。最後，該論文發現，在數位時代裡，平台上的競爭者百花齊放，如何能夠勝出，全賴成功建立、創新維持品牌。

本場最後一位論文提案人，是玄奘大學大眾傳播學系鄭宇君副教授。論文主題是「社交媒體事件研究之方法創新」。有鑑於當前社交媒體已經成為了公眾討論，以及形成意見的重要場域，而如何運用社交媒體上面的討論資料，進行收集並且分析，為研究目的。

鄭教授的研究主要以社群媒體，並研究在重大事件中，像是災難、選舉或者社會運動中，如何搜集社群媒體上即時討論的海量資料。以Twitter作為分析對象，提出資料撈取的方式，有以hashtags在第一時間，直接找出所有先關的討論串聯，並輔以關鍵字搜尋，或者是從特定的主頁社團中撈取資訊。

資料分析的實例，以太陽花學運在Twitter的討論分析，並且比較不同語言的Twitter社群討論，利用社會網絡分析，尋找在不同語言使用者的重要連結對象。可追蹤得到，Twitter的日本社群在討論台灣太陽花學運最主要的兩個群聚，其一是旅台日人，以及旅日台人或學者。

利用傳播研究與大數據方法結合的優勢，最主要是能夠掌握社群媒體中訊息變化的趨勢，且能夠捕捉在社交媒介中事件的全貌。並且進行比較新聞來源，更能夠進一步探索全球社交網路互動的概況。

NCC 舉辦通訊傳播匯流五法研討會



國家通訊傳播委員會（NCC）於今年6月18日舉辦「通訊傳播匯流五法研討會」，現場開放產、官、學等各界人士針對匯流五法草案交換意見與看法，並發表多篇專論，以「活化競爭的通訊傳播市場新規範架構」、「誘發創新的彈性化頻譜管理新機制」及「全球化OTT浪潮下，跨境及跨域治理挑

戰」等議題分三場次進行討論。

NCC 於民國 104 年底提出「匯流五法」草案架構，並於今年 5 月初獲行政院通過完成審查，送交立法院審議。前任行政院院長張善政到場擔任開場嘉賓，他表示，匯流五法必須要兼顧產業發展和管制面向，在實務執行上確實不容易。他感謝通傳會對我國數位普及率等發展貢獻，也期望未來通傳會可以多多舉辦不同面向的研討會，像是已送往立法院的匯流五法，未來也可以舉辦和立委對話的研討會，加強各界的溝通，才能凝聚內部共識，讓法案順利通過。

前行政院政務委員蔡玉玲回應上述說法表示，世界變化太快，如果國家無法快速制定新的政策，對民間和業者都會產生很大的困擾。她認為一個好的政策不應該拖過 5~10 年，立法院等相關部會都應要有進一步的審查機制，加速法案落實的程度。

NCC 主任委員石世豪在會中不僅擔任開場嘉賓，也在主題論壇中回應學者提問。他結合自己過去所學和工作經驗表示，政策研究必須重視在地實務經驗和法律操作上的差距，如果法規研擬忽略在地的市場問題，缺乏補救性措施、市場界定、評估等面向，法規落實時就會出問題。

他也認同我國匯流五法草案已參照國外諸多先進國家的法案，但回到台灣的脈絡市場時，仍需要就內部市場進行討論甚至調整。有些內部市場的壟斷、競爭等問題，也需要再從個案分析著手，了解台灣業者的發展情形。

此次活動現場吸引超過 200 人到場，財團法人電信技術中心陳人傑、景文科技大學教授莊春發、交通大學教授李大富、中原大學助理教授林孟楠、台灣大學教授張時中、元智大學助理教授葉志良、司法院大法官蔡明誠、司法院副院長蘇永欽等人分不同場次擔任與談人或專論發表人。NCC 已將現場錄影畫面公開於網站上，供外界檢閱。

客委會擬推 客家公共廣播電視集團

【中央社 / 2016-06-23】

客委會表示，將持續推動客家電視法制化以及設立全國性客家廣播電台，並規劃結合客家電視、電台以及策略聯盟地方頻道的資源為基礎，未來將推動成立「客家公共廣播電視集團」。

立法院內政委員會今天邀請客家委員會業務報告並備質詢。根據客委會的書面報告表示，由於公視董事會的成員當中，仍未有客籍董事，在公視的運作中，客家主題性的參與發聲尚待提升，現況並不有利於客家電視永續經營。未來將持續協調推動客家電視法制化以及設立全國性客家廣播電台，並規劃結合客家電視、電台以及策略聯盟地方頻道的資源為基礎，未來將推動成立「客家公共廣播電視集團」。辦理先期制度研析及規劃等事宜，以建立永續經營的族群傳播體系。

業者籲政府補貼 助2G用戶升級

【中時電子報 林淑惠 / 2016-05-28】

2G頻譜執照於明年6月底到期，尚有71萬的2G用戶未移轉3G或4G服務，NCC27日邀電信三雄、家樂福電信等提供2G服務的電信業者協商對策，業者建議政府啟動第二波補貼政策，以吸引2G用戶移轉使用3G / 4G服務。

NCC則表示，若仍有2G用戶不願或沒有升級3G或4G服務，擬照大眾電信及WiMAX業者結束營業時，由既有電信業者接收申辦3G或4G服務。NCC強調，2G服務完成移轉或升級3G / 4G之後，2G網路退場自然水到渠成。去年11月、政府啟動2G升級4G的補貼政策之後，確實收到成效，2G用戶從117萬降至目前的71萬，NCC認為，政府及業者的資源，應可以提高2G用戶升級3G / 4G服務。

KKBOX多角經營跨足OTT 成立集團控股

【中央社 / 2016-06-23】

KKBOX 成立集團控股公司「KKBOX Group」，宣布邁向多角化經營。KKBOX 於台灣與香港成為音樂串流服務的龍頭後，積極拓展日本與東南亞等市場，KKBOX 表示，為了讓既有的數位音樂業務與新業務都能有更好的成長，決定成立集團控股公司「KKBOX Group」，並將各業務切割成為旗下各自獨立運作的子公司，集團旗下的 OTT VOD 影音服務事業將統整成立新公司「KKV」，由原 KKBOX 技術長蔡怡仁升任總裁。

旗下目前有「KKStream」公司，提供影音串流服務與先進的技術，團隊去年與日本 KDDI 集團合作 OTT 影音服務「Video Pass」，在日本已有超過 100 萬付費會員；另一服務則是即將在台灣推出的「KKTv」OTT VOD 影音服務。「KKTOWN」則由集團執行長林冠(群)兼任總裁。

NCC通過分組付費方案 今送立法院審議

【蘋果日報 朱正庭 / 2016-06-08】

國家通訊傳播委員會（NCC）今委員會議通過「有線電視分組付費辦法」行政計畫，也會立即上網公告，今就會函請立法院審查，NCC 表示，希望藉自然競爭和地方政府審查費率方式達到分組付費實質效果。

NCC 表示，繼上月 31 日舉辦公聽會後，今委員會議也針對部分文字進行修正，包含原要求必載頻道需有一台播放節目表，現可透過網站或 APP 等電子表單方式呈現，節省頻道數量。本次送審議分組付費方案並不會強制系統業者申報特定組合基本頻道分組，也不會訂定各分組收費上限，而是希望透過各種方式，包含系統業者和頻道業者間競爭，結合費率審查機制，創造分組付費服務出現。本次行政計畫中提出「以機上盒為單位」計費方式，打破過去 20 多年來「以戶為單位計費」的收費模式，如以機上盒計價後高於之前主管機關公告核定收費費用時，業者應和訂戶議價，或採因機上盒數量增加，而遞減逐臺增收的費用。

部署領跑5G 歐盟顧問建議預留一個中頻頻段

【東網 / 2016-06-08】

歐盟「無線電波頻譜政策小組」(Radio Spectrum Policy Group, RSPG)稱, 歐盟需要預留一個中頻頻段, 以在該區域引入更快的第5代無線網絡, 目的是為公司在升級產品和服務時如何投資提供更多具體指引。據RSPG一份文件草案建議, 3400-3800兆赫的頻段是適合5G的最重要的頻段, 未來幾年可以用於手機網絡的升級; 並指, 這個頻段將可能使歐洲在5G部署中處於領先地位。

歐盟委員會的《5G行動方案》預計將在今年秋季發布, 同時將公布的還有升級其他電信法規的建議。歐盟委員會並已提議將一個低頻頻段(700兆赫頻段)留給5G使用。歐盟為領跑5G時代, 在數年前已撥付7億歐元在2020年前為5G技術研發提供支持, 希望該行業將達到約5倍於投資的規模, 即逾30億歐元。

美法院支持網路中立 不得對特定內容限制網速、流量

【科技新報 / 2016-06-20】

美國聯邦法院最新判決支持「網路中立性」, 將禁止ISP業者限制或減緩特定內容傳輸速度, 而應維持中性, 平等對待所有傳輸內容。美國聯邦通訊委員會(FCC)在2015年通過網路中立性管制法案, 認為寬頻服務應屬公共財, 不應有廠商獨佔、內容過濾等現象發生。

《彭博社》指出, 這項判決無論是對FCC以及Google或線上影片串流業者如Netflix等支持網路開放的業者, 都是一大勝利, 可有效遏止ISP業者因付費高低而提供不同網速。FCC主席Tom Wheeler則在聲明中表示, 此項判決確保網路創新、自由表達和經濟成長, 更確立FCC未來可對有線或行動網路實行更強力的保護。

無線寬頻聯盟：世界一半以上的城市人口沒有寬頻連線

【中央社訊息服務 / 2016-06-21】

由無線寬頻聯盟(Wireless Broadband Alliance)委託進行的一項獨立研究揭示了全球存在的數位鴻溝。研究顯示, 全球城市中的大多數(57%)仍然未能使用網路, 而且超過三分之一(37%)的人口居住在一些世界最富裕的城市中。

研究發現的各地主要資料如下：

- 歐洲沒有網路的城市人口比例最低, 為17%, 中東和非洲最高, 為82%
- 倫敦是使用網路比例最高的全球大型城市(只有8%的人口未聯網), 而拉哥斯的比例最低(88.3%未聯網)
- 儘管有著世界最高的平均月收入, 但北美近四分之一(23%)的人口沒有寬頻接取。在洛杉磯, 24.9%的市民缺乏寬頻連線
- 亞太略高於三分之二(68%)的人口沒有寬頻連線, 而拉丁美洲55%的人口沒有使用寬頻
- 收入水準與寬頻使用率緊密相關, 但其他因素也有重要影響, 例如年齡、是否擁有電腦和電腦知識等。

中國互聯網速度全球排名91

【紐約時報 / 2016-06-06】

官方英文報紙《中國日報》本週在網上發的一篇名為《中國互聯網的演化》的報告指出，全球第二大經濟體中國，有6.88億人上網，4000萬互聯網用戶，並且90%的人能透過手機上網，但在互聯網速度的全球排名僅居第91名，寬頻平均連接速度為每秒9.46 Mbps。

且包括《紐約時報》、谷歌(Google)、Facebook、Twitter和YouTube等許多國外網站，在中國是被封鎖。想造訪網站，必須使用虛擬專用網路或VPN服務軟體。但這更減慢使用互聯網的速度。在中國，VPN使用比以往來得更不可靠，且經常斷訊。在中國，看不到外國伺服器的影片，下載速度仿若龜速。在政治敏感時期，比如北京的全國人大期間，互聯網的速度尤慢。

中國將全面推進5G合作機制

【中評社 / 2016-05-31】

中國工業和信息化部部長苗圩31日在第一屆全球5G大會上說，工信部、發展改革委和科技部共同支持產業界成立了5G推進組，全面推進5G研發工作，組織開展5G技術研發試驗，並與歐美日韓等建立了廣泛的5G合作機制。

新華社報道，第一屆全球5G大會在京召開。大會由中國5G推進組聯合歐盟5GPPP、韓國5G論壇、日本5GMF和美國5G Americas共同主辦，以「構建5G技術生態」為主題，旨在引導全球統一5G技術標準形成，促進全球5G產業及應用發展。5G推進組組長曹淑敏更在大會上介紹了推進組在5G需求、技術、標準、頻譜、試驗、國際合作等方面的研究成果和主要觀點，部分中國自主5G技術與國際水準並駕齊驅。

德互聯網之父談中國製造2025：應用更廣

【聯合報 / 2016-06-21】

21日開幕的第十五屆中國互聯網大會上，德國互聯網之父、國際互聯網名人堂入選者Werner Zorn談到中國製造2025時說道，中國製造2025已超過德國工業4.0的概念範疇，應用的更為廣闊。

近期，德國總理梅克爾訪問北京，德國工業4.0與中國製造2025兩大戰略引起市場熱議。Werner Zorn談到德國工業4.0戰略時表示，德國生產線已經日臻完善，工業4.0是將工業與互聯網結合，以提升德國製造業競爭力。並且比較中國製造2025及德國工業4.0，他認為，從生產線角度看，工業4.0要實現即時生產，以及智慧產品和智慧元件生產的範疇上。而中國製造2025不僅限於此，而是非常廣闊的戰略。

中國互聯網大會今登場，「分享經濟」成最大亮點

【Money DJ理財網 / 2016-06-21】

「中國互聯網大會(CIC2016)」21日於北京登場，設置「分享經濟」、「互聯網前沿技術」、「互聯網創新創業」、「智慧製造」、「互聯網+現代農業」、「互聯網安全」、「國際交流」等七大板塊。其中，分享經濟是本屆大會的亮點之一，並特別舉辦分享經濟論壇，將聚焦O2O、社會交通、互聯網旅遊、互聯網醫藥健康、互聯網金融、文化娛樂等與民生息息相關的熱門領域，探討分享經濟創新發展。

業內分析，分享經濟的發展將充分利多在相關領域佈局的企業，如交通出行、物流快遞、房屋租賃、資料共用等企業；從目前發展情況看來，互聯網專車、互聯網旅遊、傳媒、大數據等四大領域可望率先受益於分享經濟發展。

協辦單位：台灣電信產業發展協會、台灣有線寬頻產業協會
歡迎各界持續關注匯流政策研究室相關訊息，與我們共同努力
聯絡方式：convergence.policy@gmail.com