

匯流政策研究室電子報

發行人 / 彭芸

採訪編輯 / 曾筱媛、劉容寧、邱學慈

發行 / 匯流政策研究室 每月一號發行

聯絡信箱 / convergence.policy@gmail.com

正式號第五十一期 105 年 10 月 October 2016

▼ 9 月論壇報導

台灣內容產業的今日與明天



隨著網際網路和各類行動裝置普及化，內容產業的明天正逐漸被改寫。今日，消費者收看影音內容的裝置已經不再僅侷限於電視，網際網路讓頻道門檻降低，更帶動新一波 OTT 商機，消費者眼球正逐漸轉移到網際網路上。

身處 OTT 時代，眾業者搶灘內容產業，確實衍生許多新的議題。匯流政策研究室於今年 9 月 23 日舉辦「台灣內容產業的今日與明天」論壇，從「法規管制」與「內容創作」等兩個子題切入，深入探討 OTT 時代下，內容產業的未來發展與問題。

當天邀請產、官、學等三方講者，包括國家通訊傳播委員會陳憶寧委員、中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會陳依玫秘書長、國立臺北藝術大學藝術行政與管理研究所劉蕙苓所長、元智大學資傳系葉志良教授、華策克頓傳媒蔡俊榮顧問、三立電視股份有限公司吳尚飛副總經理等，蒞臨現場共同發表看法，並由元智大學社會暨政策科學系彭芸教授擔任主持人，吸引各大電信業者、電視台、新聞媒體、內容創業者、學者等到場聆聽，座無虛席。

彭芸教授於開場時表示，匯流政策研究室 5 年多來已策劃過 40 多場論壇。此次規劃內容產業議題，出發點還是希望探討 OTT 時代下對內容產製的影響。尤其現今社會下，各種裝置出現的內容越來越多元，不管是年輕世代流行的「Pokemon GO!」虛擬實境遊戲，又或者是最新的 OTT 節目，裝置科技的變化萬千，讓內容創意也變得多元。

(接下頁)

台灣內容產業的今日與明天

(承上頁)而內容又可分為真實與非真實兩種。如果內容牽涉到真實事件，就可歸類為新聞；非真實的內容創作，則包含著故事劇本、遊戲娛樂等大眾文化內容與創意產業，與文化部、工業局等獎助與輔導息息相關。

不論是專攻真實的，或是創意，還是要使用者與廣告商埋單。不同業者之間也會就自己的市場定位、使用者設定等細節，延伸出不同的策略。內容產業涉及文化、產業、規約等三方政策，彼此互相牽連，也彼此影響。

但不管未來如何，彭芸教授提醒，內容產業的娛樂性已逐漸獲產業界、學界重視，尤其娛樂化內容產值大，是業界擴展利潤的重要來源，相較於過去避談文化產業的娛樂性，現今學界對於娛樂內容的重要性也開放更多解釋空間。對比新聞內容的功能，各自有各自的角色。

彭教授認為，這些議題都是發想此次論壇主題的要素，也是各界必須要拉遠思維、認真思考的問題。



2



- 國家通訊傳播委員會陳憶寧委員 - 「好」內容為王的世代來臨

國家通訊傳播委員會陳憶寧委員接續彭教授發言。她認為，2016年對台灣觀眾來說確實是目不暇給的一年，世界各大OTT業者進軍台灣，也造成傳統電視業者和影音平台之間的互相競爭。

陳委員經研究發現，OTT影音平台在所有動機層面上的表現都勝於傳統電視，兩者利基相似度低，OTT平台在7個動機層面的競爭優勢都勝過傳統電視，包括便利性、社交互動、經濟考量等，讓傳統電視產業的優勢逐漸降低。而從廣告利潤上來看，行動與網路廣告量預估在2017年就會超越傳統電視廣告支出。種種跡象顯示，OTT服務雖帶給民眾影音上的新體驗，但也對電信和廣電業者造成衝擊。

通傳會為了解新產業在政策治理上的需求，訪問15家影音服務業者，並分析國內外OTT服務的異同。結果發現我國影視業者面臨著作權、盜版、外來業者威脅、內容製作等挑戰。尤其在好內容為王的時代來臨之時，陳委員建議本地實驗性的影視產品有更多的露出機會，頻道業者也應找更強的內容製作夥伴，提高內容的附加價值，不管是重播、再製、或外銷，都是業者邁向國際化發展的可循之道。而網路廣告與大數據的精準分析，也將加速淘汰平台上競爭不足的(接下頁)

台灣內容產業的今日與明天

(承上頁)內容，提升好內容的價值。

3

陳委員最後提出幾點她對於OTT時代下內容監管的議題。她認為，就監理精神上，不可背離自由、平等、包容與跨國界的網路治理原則。面對境外影音平台的強勢競爭，也應思考本國內容的比例。尤其影音服務的競爭跨越國界，應該盡量解除國內產業非必要的管制，才能與境外OTT公平競爭。此外，消費者服務品質與網路中立性等議題，未來也都是通傳會或相關政府單位必須要共同探討的問題。



- 三立電視股份有限公司 吳尚飛副總經理 - 放眼全球華人市場 內容業者搶佔 OTT 商機

隨著網際網路和各類行動裝置普及化，國外的影音串流業者Netflix、愛奇藝等平台已發展成熟，三立和民視等國內的電視業者也陸續推出網路平台，不落人後的企圖搶佔這一波OTT商機。匯流政策研究室於9月23日舉辦「台灣內容產業的今日與明天」研討會，邀請到三立電視股份有限公司副總經理吳尚飛，與產學界菁英深入探討OTT時代下的內容創作。

「你的寬頻滲透率是多少？你的寬頻價格是多少？」吳尚飛一上台，就點出台灣在東亞國家中，寬頻價格相對低廉，具有發展OTT產業的利基。然而，台灣的使用者付費習慣卻不比先進國家，「最樂觀的估計，OTT市場在五年內約可觸及300萬會員。但能不能收費？就不知道了。」

台灣人習慣「吃到飽」的線上服務，廠商也看準商機密集投遞網路廣告，這讓有線電視業者的生存空間雪上加霜。三立去年的廣告收益下降三至五個百分點，今年又降低8%，且OTT平台的網路廣告多被Facebook、Google和Yahoo吃下，有線電視根本沒有競爭的餘地。

若要保有國內業者的競爭力，智慧財產權的保障就事關重要。以三立為例，吳尚飛副總表示今年上半年就花費大量時間與數十家盜版業者纏訟，最終也僅讓10餘款侵權app下架，「因盜版業者常在多個國家註冊，若訴訟相對人不在國內，則根本無法進入訴訟程序。」

面對艱困的全球競爭態勢，吳副總呼籲台灣的內容產業業者放眼全球華人市場。「因為具有質感和相同文化價值的消費者依然大有人在」，他強調，中國尚未重視海外市場，若想在OTT時代中不被淘汰，「我們一定要跟現有的平台銜接，利用有線電視台殘存的收入，發展OTT平台。」(接下頁)

台灣內容產業的今日與明天

- 國立臺北藝術大學藝術行政與管理研究所 劉蕙苓所長 -

提升台灣本土劇競爭力 人才資金是關鍵

(承上頁) 小小的美容院裡坐滿了人，老闆娘一手吹乾客人的頭髮，一手將電視機的音量調高。八點檔時間一到，她就把電視轉到三立或民視，過高的鄉土劇音量硬是蓋過了吹風機的聲音。

「但這種情況卻在今年完全轉變了，」國立臺北藝術大學藝術行政與管理研究所所長 劉蕙苓發現，從今年開始，這位台灣本土劇的忠實觀眾，竟在美容院的桌上架起一台 iPad，一邊幫她洗頭，一邊在 OTT 平台上追著韓劇、陸劇，「我開始有一點點警覺，整個消費者收視習慣的改變，會不會對台灣的內容產業造成危機？」

隨著大陸、韓國投注大量資金扶植文創產業，陸劇和韓劇的場景調度、虛擬動畫、情節安排都更朝向電影化、精緻化發展，一集 3000 萬台幣的製作成本，讓台灣一集 200 萬的本土劇難望項背。「影劇產業是文創產業中產值最高的部分，但若沒有資金挹注，台灣的內容產業根本無法在無國界的 OTT 平台上競爭。」

除了資金有限，台灣文創產業面臨的另一大危機就是人才不足。儘管導演王小棣已從去年開始成立人才培育工作坊，希望將影視產業的人才留在台灣。「但政府跟社會能夠支持她多少呢？」劉蕙苓指出，政府對電視產業的幫助永遠只停留在補助，並無法改善文創圈的基本環境，「如果人才全都跑去大陸，那台灣還玩什麼？」

面對嚴峻的文創產業競爭態勢，劉蕙苓期待文創院能夠積極輔導國內具有潛力的內容業者，商討如何嫁接以健全目前的產業環境。她以韓國文化振興研究院為例，政府花費大量心力培育人才、開拓海外市場，「甚至派遣專人研究影劇相關法律問題，以保障業者的海外版權。」



4



- 元智大學資訊傳播學系葉志良教授 - 確定網際網路治理的態度 建立 OTT 的明確定義

元智大學資訊傳播學系葉志良教授從規範面探討 OTT 產業發展，除分享歐盟經驗作為參考，並提出應檢討台灣通訊法治環境。

2016 年 1 月歐盟會員國通傳監理機關組織 BEREC (The Body of European Regulators for Electronic Communications) 發布一項 OTT 報告，報告中將 OTT 服務界定為「一種在公眾網際網路上提供給使用者內容、服務或應用」，其廣泛的定義幾乎將網路公開提供的所有東(接下頁)

台灣內容產業的今日與明天

(承上頁)西納入，同時讓部分 OTT 服務可能與 ECS 服務(例如 VoIP 與 email)具有潛在性競爭，而部分 OTT 可能很清楚不屬於 ECS 的範疇(例如 Uber 或 Airbnb)。

為應對 OTT 服務對 ECS 服務的衝擊，BEREC 將 OTT 按照技術與經濟類別的綜合考量，區分為「OTT-0」、「OTT-1」、「OTT-2」等三類分別管制。

BEREC 在報告中亦回應電信業者對創設 OTT 業者與電信業者間公平競爭環境的要求，強調「公平競爭環境」並非未來管制革新唯一或主要考量，OTT 的管制規範須衡量所欲追求公共利益目的之比例原則。

至於台灣該如何管制 OTT 服務呢？葉志良教授認為，首先應確定網際網路治理的態度，再建立 OTT 的明確定義，並採取適當且有效的方法處理應優先解決的問題，倘若規範無法發揮效用則不應規管。同時葉志良教授也提出，應重新檢討我國通訊傳播法制內容，盡速解決該管不管，不該管管太多的流弊，以回應數位匯流趨勢。



- 華策克頓傳媒蔡俊榮顧問 - 找回台灣內容產業的 不可取代性

媒體、匯流實務經驗豐富的華策克頓傳媒蔡俊榮顧問，以國際數位經濟(digital economy)研究機構 Nakono 對 2016 年到 2020 年趨勢研究切入，說明 OTT 是一個發展趨勢，不會像 Pokemon GO 一般快速退潮。

以 2016 年至 2020 年 OTT 與付費電視(Pay TV)客戶數和收益交叉比對，目前 OTT 雖在客戶數量、收益數據上大幅落後付費電視，以比例來說，其客戶數約為付費電視的十分之一，而收益卻為付費電視的六分之一，由此可推知 OTT 的廣告市場略大於付費電視，且據 Nakono 的預估，2020 年 OTT 的收益將增加至付費電視的四分之一。

既然確定 OTT 是一個發展趨勢，下一個問題是台灣應如何應對？蔡俊榮顧問坦言在這個產業，資金豐足確是優勢，而台灣的戲劇與美劇、陸劇基礎不一樣，以數字論，處於劣勢，他認為台灣現在要做的事不是追求卡司、特效，而是以內容取勝。同時他提出台灣人的創意頗具競爭力，所以不一定要賣劇，可以賣創意，像現在就有許多影視人才往中國發展，然而因為人可以學習，台灣人才往國外發展的邊際效應正在遞減，故他提醒要往國際發展前，首先要思考怎麼讓自己不可被取代。

最後蔡俊榮顧問探討包括 Netflix、amazon prime、hulu、愛奇異、youku、Line TV 等 OTT 平台商業運行模式，提出無論是新進業者或傳統電商要搶 OTT 這塊大餅恐怕沒有想像中容易，欲爭食 OTT 首要任務是依自己的特色精準定位，並找到適合的商業模式。

OTT 發展與產業競合

由 21 世紀基金會主辦的「NCC 十周年：回顧與展望」論壇於 8 月 26 日舉行，除再檢討通傳會的定位外，更針對「OTT 發展與產業競合」進行討論。

2016 年號稱是台灣 OTT 產業的元年，隨著 8 月 10 日 KKBOX 集團旗下 OTT 影音服務平台 KKTV 開台，OTT 市場爭奪戰更趨白熱化。NCC 陳憶寧委員指出，OTT 時代即內容為王的時代，大數據興起將加速淘汰平台上較差的內容。

台灣藝術大學藝大廣播電視學系賴祥蔚教授認為，OTT 改寫電視歷史和消費者收視習慣，對產業衝擊甚大，而比較國際產業結盟策略與內容策略，台灣的業者多僅集團內部資源結合或不同組織間的有限合作，事實上較缺乏自製優質內容。

而對 OTT 業者到底管不管，又如何管？除了陳憶寧委員提及 NCC 已著手籌組 OTT 政策小組，未來將以自由、平等、尊重做為管制原則外，台北大學法律系教授黃銘輝亦提出「寧窄勿寬，寧淺勿深」的規管建議。他認為 OTT 為一新興傳播型態，未來發展有無限可能，尚無須建立過於廣泛的規管體系，應盡量以目的為本，建立基本準則即可，避免訂定強制、具體行為義務，以避免法律調控過時僵化。

站在業者角度，衛星公會秘書長陳依玫表示，OTT 的發展攸關傳統內容頻道業者的存亡，未來授權金勢必逐漸取代廣告收入，故其期望數位政委唐鳳上任後，能積極處理網路侵權問題。

▼ 新書介紹

創新、創意、創世紀論文集



- 出版社：風雲論壇有限公司
- 主編：彭芸
- 內容簡介：

元智大學「大數據與數位匯流創新中心」以「大數據」(Big Data) 與「數位匯流」(Digital Convergence) 作為研究中心之發展主軸，成立三年，成果斐然。

繼出版《數位包容與寬頻社會》、《大數據、新媒體、使用者》、《勇敢邁步：嶄新的匯流法》後，今年新書《創新、創意、創世紀》彙集論文十四篇，聚焦數位匯流的媒體創新、文化創意的發想、運用，有理論，談方法，更重視實踐。

- 有意索取者請洽元智大學「大數據與數位匯流創新中心」

遠傳併中嘉投審會退回NCC重審

【中央社 黃巧雯 / 2016-09-20】

有關遠傳併購中嘉案，經濟部投審會今天表示，委員會決議緩議，並退回國家通訊傳播委員會（NCC）重新審議。經濟部投審會今天表示，考量遠傳併購中嘉案整體投資架構，遠傳為主要出資者，且有以債作股、實質控制中嘉情形，並有規避黨政軍不得投資媒體限制疑慮，因此退回NCC審議。

去年底遠傳電信股份有限公司攜手摩根士丹利亞洲私募基金（MSPE Asia）策略聯盟，以持有子公司債權方式間接入主中嘉，公平會去年底附帶條件通過，國家通訊傳播委員會NCC今年1月底也以附負擔方式通過要求業者遵守20項承諾事項。經濟部投審會執行秘書張銘斌表示，考量整體投資架構，實際遠傳公司仍是最主要出資者，有以債作股、實質控制中嘉系統情況，委員認定可能有脫法行為、規避現行有線廣播電視法第10條規定，有關黨政軍不得投資媒體限制規定疑慮。不過張銘斌指出，本案是否違反有線廣播電視法第10條規定，還須由主管機關國家通訊傳播委員會（NCC）重新審查及認定，因此委員會決議緩議，將退回NCC重新審議。

2G明年中熄燈 NCC：盼零衝擊轉移

【蘋果日報 朱正庭 / 2016-09-21】

2G特許執照明年6月30日將會正式到期，國家通訊傳播委員會（NCC）今表示，現2G用戶數仍有56萬人，盡量朝「零衝擊、無爭議」方向轉移，針對亞太電信釋出可接收電信三雄2G釘子戶做法，NCC則表示尊重業者間商業機制。

NCC表示，2G執照確定明年中到期，相關轉移業務也列為明年度重大施政目標，雖有業者建議管制終端設備，停止2G相關設備型式認證，促使2G用戶加速轉移到3G或4G，但部分國營事業仍利用2G通訊做遠端監控，因此現決定2G設備仍會照常銷售，但會要求設備商貼上貼紙，提醒購買民眾服務即將屆期。

目前使用2G多為中高齡用戶，現也要求電信業者提出轉移優惠資費，提供2G用戶純通話資費等，並透過門市、有線電視託播等方式宣導。另明年屆期後，也會比照PHS停止營運處理方式，提供用戶半年緩衝期，在此時間內用戶都可用原門號申請其他電信業者服務。

五大電信籲NCC鬆綁物聯網管制

【工商時報 林淑惠 / 2016-09-08】

五大電信公司齊發聲，提兩大訴求，要求降低物聯網管制、調降頻譜使用費！五大電信公司董事長及總經理昨（7）日拜會 NCC 新任主委詹婷怡及委員，據了解，業者提出兩大訴求，要求鬆綁物聯網相關管制，促成五大電信商扮演台灣物聯網發展的火車頭。

另外，五大董總要求 NCC 調降頻譜使用費，並比照國際市場做法、只收取頻率管理行政成本費用。NCC 回應表示，將在法律與政策合理可行下，盡力協助業者，以促進通訊產業發展。

NCC有條件通過中視變更許可，最高行政法院判「敗訴」定讞

【匯流新聞網藍立晴 / 2016-09-10】

七年前旺旺集團收購中視股權一案，國家通訊傳播委員會（NCC）質疑旺旺集團跨業各媒體平台，要求中視必須以「履行附加條款」為條件，同意股權變更許可，若中視未履行，NCC 得廢止許可。去年，台北高等行政法院更三審認定，NCC 所列附加條款的合法性「有疑慮」，判NCC敗訴，經上訴，今（9月9日）最高行政法院認定「附款明確性不足」駁回確定。

台北高等行政法院更三審認為，NCC 所列附款並非一體適用於其他電視台，違反「平等原則」，且附款無法達到「言論多元化」之目的。

解放美國有線電視市場，FCC力推以程式取代有線電視盒

【iThome 陳曉莉 / 2016-09-09】

美國家庭平均每年花費231美元租賃機上盒，全美機上盒租賃一年約200億美元，若FCC的提案通過，付費電視服務商必需打造可用用戶存取內容的程式，須支援Android、iOS、Windows或Roku等平台，而用戶將不再需要機上盒。

美國聯邦通訊委員會（Federal Communications Commission，FCC）甫於今年1月提議解放電視機上盒市場，9月8日變更了原先的提案，轉而要求讓消費者能以程式取代有線電視盒來存取內容服務，準備在今年9月29日進行投票。

不論是今年1月或是9月的提案，目的都在於打破電視機上盒的獨佔市場，節省使用者租賃機上盒的費用，只是作法不同。根據調查美國家戶平均每年要花231美元來租賃機上盒，若計算全美一年的機上盒租賃費用則是200億美元。

網路電視風行，Netflix希望取消「頻寬用量上限」

【iThome 陳曉莉 / 2016-09-13】

為避免重度上網用戶佔用頻寬資源，美國電信業者通常會限制用戶的頻寬使用量，但Netflix向美國聯邦通訊委員會陳情，認為頻寬用量限制阻礙了消費者觀看網路電視的方式及數量，希望FCC能要求電信業者取消用量限制。

路電視業者Netflix最近建議美國聯邦通訊委員會（Federal Communications Commission，FCC）應該考慮要求電信業者取消頻寬「用量上限」（data cap），以避免阻礙消費者觀看網路電視的能力。

Netflix表示，FCC應該要知道限制固網用量與基於用量計價的政策在現今的通訊能力上是非必要的限制，批評行動用戶之所以不透過行動網路觀賞網路影片也是因為「用量上限」太低所造成的。

歐盟擬擴大部分電訊監管至網絡通訊平台

【星島日報 / 2016-09-09】

路透報導，歐盟擬把部分針對電訊網絡商的保安條例適用範圍，擴大至網絡通訊平台，包括WhatsApp、Skype及蘋果的FaceTime等。歐盟委員會下周將公布電訊條例改革，把適用範圍涵蓋透過互聯網提供電話及信息的網絡企業。

根據修例建議，網絡通訊平台商須確保服務的保安及公正性，包括向監管機構報告違規及提供應急方案。另外，網絡通訊平台若容許使用者以「打電話」模式通訊，譬如Skype Out及Viber Out，有關平台須提供使用急緊電話服務，然而，由於網絡通訊平台不牽涉電訊網絡，相關規管會較電訊商寬鬆。

歐盟翻修版權法音樂人歡喜谷歌火大

【奇摩新聞法新社 綜合外電 / 2016-09-15】

歐洲聯盟根據歐盟執行委員會主席榮科今天的提案，將翻修版權法，重塑歐洲線上新聞和娛樂如何支付版權報酬。

英國酷玩樂團（Coldplay）和美國流行音樂天后女神卡卡（Lady Gaga）等流行巨星對其中部分改革計畫將鼓掌叫好，因這將可作為一項新利器，以公平對抗YouTube。

許多音樂人痛批隸屬谷歌（Google）旗下的影音服務YouTube讓音樂產業走向枯竭。但這項改革計畫卻惹惱影片製作人和新創企業投資人，他們認為這將危及歐洲創新，反倒嘉惠財大氣粗的媒體集團。

RIAA：美國上半年音樂市場近半營收來自串流音樂服務

【iThome 陳曉莉 / 2016-09-21】

今年上半年美國創造了34億美元音樂營收，其中近5成來自串流服務，約3成來自下載，其他則來自實體CD銷售。美國串流音樂市場創下16億美元營收，比去年同期成長57%，成為全國音樂市場的主流。

美國唱片業協會（RIAA）本周公布了今年上半年的全美音樂市場報告，顯示在串流音樂訂閱服務的加持下，今年上半年全美音樂零售市場創下了34億美元的營收，比去年同期成長8.1%，是音樂產業自1990年代末期以來成長幅度最大的，也證明了數位時代與音樂產業終能共存榮。

今年上半年美國所締造的34億美元音樂營收中，有47%來自串流服務、31%來自下載，只有20%來自實體CD銷售。整體來看有80%的營收屬於數位音樂，高於去年同期的74%。其中，美國串流音樂創下了16億美元的營收，比去年同期成長57%，所佔營收比重也從去年的32%成長到47%。

Google宣布: FASTER海纜台灣延伸段正式啟用

【匯流新聞網 林昀璇 / 2016-09-07】

Google於9月6日正式宣布，即日起將投入「光纖海底電纜FASTER」台灣延伸段的運作，串連台灣、日本及美國三地，提升數據傳輸速度。

Google表示，台灣是亞洲最大的資料中心，這項FASTER海底電纜台灣延伸段的計畫，將提供台灣與日本兩地之間每秒26Tb的傳輸速度，相當於在台灣傳一張照片到日本只需要15秒。

不僅能強化Google搜尋引擎、Youtube、Google Map等產品的使用經驗，Google雲端用戶與廣告客戶也可以享受到頻寬與傳輸速度的提升，預計更多亞洲地區的Google用戶都可受惠。

國際電信聯盟：全球約39億人仍無法上網數位鴻溝有待跨越

【風傳媒國際中心 / 2016-09-17】

國際電信聯盟（ITU）15日發布報告指出，全球網際網路用戶人數將達35億，但仍有大約39億人未能連結網際網路。其中，受人口基數規模影響，中國、印度、印尼、巴基斯坦、孟加拉和奈及利亞未連網人口總數佔比達55%。

ITU在2016年版《寬頻狀況報告》（The State of Broadband）中指出，截至2016年年底，全球網際網路用戶人數將達35億，相當於全球人口的47%。中國網際網路用戶人數達7.21億，位居全球第一；印度網際網路用戶人數達3.33億，超越美國位居第二。

儘管中國、印度網際網路用戶人數絕對值領先全球，但是因兩國人口基數太大，依然「貢獻」大量未聯網人口。根據這份報告，全球約39億未聯網人口中，55%集中在中國、印度、印尼、巴基斯坦、孟加拉、奈及利亞等6個開發中人口大國。

網際網路使用率最低的國家均分布在撒哈拉以南非洲。報告稱，網際網路用戶人數佔全國人口比例不足3%的國家為查德、獅子山、尼日、索馬利亞和厄利垂亞。報告顯示，雖然富裕國家的網際網路接入已接近飽和，但網際網路連接的發展速度仍不足以顯著縮小世界貧困地區教育和醫療保健等領域的發展差距。

百度條款九月上路 嚴管網路廣告

【中時電子報 / 2016-09-01】

中國大陸網路廣告新規定《互聯網廣告管理暫行辦法》9月1日起正式上路，將嚴格管理網路廣告，要求在明顯位置標示「廣告」字樣。這項規定嚴格要求，網路廣告主應當對廣告內容的真實性負責，不僅要審核、登記廣告主的聯絡資訊，也要核對廣告內容。若內容不符或證明文件不齊全，廣告業者不得受理發布。

儘管該法規並未特別強調網路搜尋業者，但業界一般認為，該規定應是針對百度而來，被戲稱是「百度條款」。因百度先前的搜尋結果中出現非法醫療機構資訊，導致1名罕見疾病患者誤信並延誤就醫而死亡，引發大陸社會輿論抨擊。現經記者實測發現，百度已按照新規定，將「商業推廣」字樣全面改為「廣告」。

大陸網路發展政策新動向

【中央日報 / 2016-09-03】

大陸從一條網速僅有64千比特每秒的網線出發，22年來已建成全球最大的4G網絡、擁有全球最大的用戶規模。隨著「中國製造2025」政策陸續出爐，網路、雲端運算、大數據等項目綜合應用，整合研發、製造、管理、銷售，存在15兆美元的經濟效益。

訊息化、網絡化促進傳統產業轉型，催生新的經濟形態與促進社會結構變革，改變人類的生活方式，有其正面效應，也衍生出不少問題。在催生新的經濟形態催生新的經濟形態方面，7月29日大陸正式將「網約車」服務合法化，大陸尋求利用這種技術促進經濟增長，為其他行業（例如金融和醫療）開了先例，對此外界認為大陸在面對創新時具有前瞻性。

對於弊端叢生的網貸平台，今年4月以來展開了整治行動，有關網貸平台的各項規範、治理行動在緊鑼密鼓地推進。就整體戰略為而言，大陸「十三五規劃」提及實施網路強國戰略，加快構建新一代資訊基礎設施，拓展網路經濟空間，實施「網際網路+」行動計劃。

中國大陸成全球第一大網際網路市場

【經濟日報 / 2016-09-19】

根據聯合國寬頻可持續發展委員會最新報告，截至今年底，全球將有35億人口用上網際網路，高於去年的32億，相當於全球人口總數的47%。中國大陸網民人數達到7.21億人，為全球第一大網際網路市場。印度以3.33億的網民人數超過美國，成為全球第二大網際網路市場。

2016年版《寬頻狀況報告》顯示，目前使用網際網路人口超過半數的經濟體已達91個，高於2015年時的79個。2014年，網際網路使用排名前10位的經濟體均在歐洲，而今年則有巴林（名列第7）和日本（名列第9）躋身十強。聯合國認定的48個最不發達經濟體也實現了令人鼓舞的進步，聯合國寬頻可持續發展委員會有關15%最不發達經濟體人口實現聯網的目標有望於今年底實現。

中國國際信息通信展開幕 工信部部長稱4G用戶已達6.46億戶

【北京新浪網 / 2016-09-20】

9月20日，由工業和信息化部、中國國際貿易促進委員會主辦的「2016年中國國際信息通信展覽會」在北京開幕。工業和信息化部部長苗圩表示，在「互聯網+」、提速降費以及製造業與互聯網深度融合等政策的推動下，截至2016年7月，電信業務總量同比增長48.5%、行動電話用戶總數達到13.04億戶。

其中4G用戶總數達到6.46億戶；固定寬頻用戶總數達到2.82億戶，8Mbps及以上接入速率的寬頻用戶總數超過2.37億戶，佔比達84%；網上交易零售額達到22367億元，同比增長28.2%。

協辦單位：台灣電信產業發展協會、台灣有線寬頻產業協會、
中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會
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