

2 台北創意節
地圖結合血量《捐血地標》拿雙獎

3 60歲UP
近8成老人使用網路

4 6攝影家集影叢書
喚民眾認本土文化

NCC審查 豐盟跨區經營恐獨占市場

記者／魏伊閔

凱擘旗下豐盟有線電視跨區到花蓮縣經營一案，NCC10月25日舉行史上第一場跨區經營聽證會。擔任鑑定人的北教大教育經營與管理學系教授呂理翔指出，NCC 阻擋豐盟進駐是屬於事先預防，不構成《有線電視廣播法》違法要件，因此NCC要有更堅實的理由，才足以證明豐盟壟斷花蓮有線電視市場。

史上首例 辦跨區聽證會

豐盟於去年8月向NCC申請跨區到花蓮經營，經歷了近1年的審查、補件，顯示出NCC對於此案有許多考量。此次聽證會中，由豐盟有線電視、凱擘與大富媒體以當事人身分在會上陳述意見。洄瀾有線電視、東亞有線電視、大新店民主有線電視、屏南有線電視、台固媒體等5家業者，以利害關係人身分出席。並由3位學者專家、花蓮縣政府與公平交易委員會擔任此案鑑定人。

呂理翔指出，《公平法》用於處罰濫用獨占市場地位，其訂定原則為獨佔市場超過二分之一，而《有廣法》則訂出反壟斷紅

線，也就是只要獨占超過三分之一市場，不管有無濫用就屬違法，兩條法律之間產生矛盾，NCC作為獨立行政機關，在執行時更要特別注意比例原則及必要性的要求。

豐盟踏入花蓮市場 動機待查清

當事人凱擘公司認為，有線電視除了內部競爭，還有MOD及OTT等視訊平台競爭，但僅有線電視有市占率三分之一上限，盼主管機關能拉齊視訊市場競爭規範的一致性。

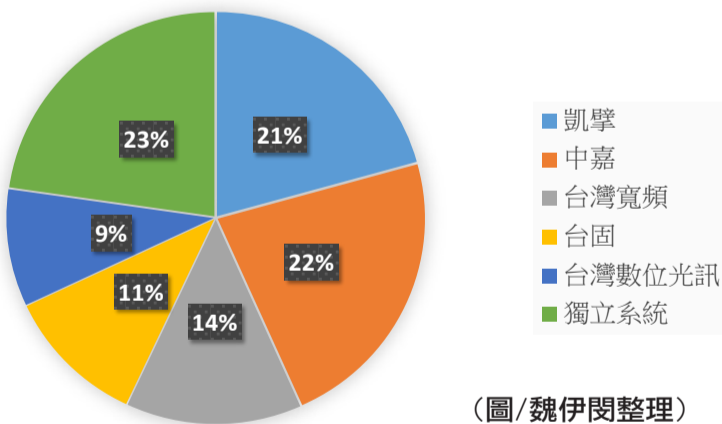
公平交易委員會代表說明，豐盟跨區經營確實會降低既有業者的市場占有率與集中度，新進業者初入市場時會透過短期或不定時的促銷措施，而有從事價格競爭的可能性。對於豐盟想要進入花蓮縣經營、競爭的動機與目的，仍需要進一步釐清。

依據過去資料說明，豐盟若要超過反壟斷紅線，除非吃下花蓮全部收視戶才有可能，而這一年多來的謹慎審查，也讓業界人士認為NCC這次標準非常嚴格，有NCC護航練台生獨占花蓮市場之可能性。



豐盟有線電視跨區到花蓮縣經營一案，國家通傳播委員會於10月25日舉行聽證會。(圖/中央社)

108年各家有線電視訂戶數比例圖
(108年6月公布)(%)



(圖/魏伊閔整理)

Tips:

《有線電視廣播法》

第三章第二十四條規：系統經營者與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者之訂戶數，合計不得超過全國總訂戶數。

豐盟跨區經營案四大爭議點

(表/魏伊閔 資料來源:信傳媒、ETtoday新聞)

豐盟跨區經營案四大爭議點	
1.	根據NCC在2019年第二季的統計，泛富邦集團(凱擘屬富邦集團旗下公司)關係企業的19家系統台總用戶數超過169萬戶，佔比33.81%，其實已超過有線電視法總戶數三分之一的規定。
2.	凱擘表示，其子公司並無持有台媒公司及其下子公司、大新店民主、屏南的股份。凱擘公司的法人，並無直接或間接控制大新店或屏南公司人事、財務與業務經相關決策。
3.	富邦股權分散，但凱擘的新唐城與大新店民主、觀昇與屏南系統台間採取聯合作業行動，包括人員、節目通用。
4.	《有廣法》採事後懲處法，但豐盟跨區經營案，NCC卻是採事前預防原則，更需注意比率原則與必要性。



圖為富邦集團董事長蔡明忠，10多年搶占有線電視市場，豐盟申請跨區經營案愈漸白熱化。(圖/信傳媒)

淘寶在台上線 疑慮多

記者／李詠欣、曾馨旻

阿里巴巴旗下的全新電商購物平台《淘寶台灣》10月23日正式在台上線，為歡慶平台上線和即將來臨的雙11，推出不少購物優惠回饋台灣消費者，其中1元清空百萬購物車最為吸引人。

阿里巴巴集團首席市場官董本洪表示，希望把淘寶模式帶到台灣落地生根。而《淘寶台灣》的誕生最重要是能夠讓台灣消費者的電子商務買得安心。

「淘寶台灣」以1元清空購物車的亮眼優惠加入台灣電商雙11戰局。針對淘寶落台投審會表示，將調查相關克雷達公司背後是否有中資疑慮，以及淘寶是否違反合作案的規範，若是查獲，最重可以處撤資罰則。

根據自由時報10月24日報導，淘寶在2017年被最高法院認定為中資，據當時判決，淘寶僅被允許經營資訊軟體服務業、



《淘寶台灣》10月23日正式在台上線。

(圖/李詠欣)

台北創意節 地圖結合血量 《捐血地標》拿雙獎



金像獎暨第20屆金手指獎得獎者大合照(上)與台北創意節「AD: NEXT未來創意」海報(下) (文/黃詩好、圖/台北創意節未來創意論壇&頒獎典禮提供)

記者／鄧穎莊

第42屆時報金像獎暨第20屆金手指獎頒獎典禮於10月24日圓滿結束，台北捐血中心與騰訊基金會獲得年度最佳金手指與金像獎等獎項肯定，成為本年度兩大贏家。頒獎典禮由廣告公會理事長鄧博文致詞時表示，光是時報金像獎歷年來就有4萬多件作品，絕對是華文創意的資產。

本年度最佳金像獎由騰訊基金會及中國人體器官捐獻中心《一個人的球隊》獲得，團隊發言人表示：「創意人很渺小，公益廣告也不是一個表演節目，希望透過一個人的籃球，讓大眾知道箇中意義。」

而本年度最佳金手指獎由台北捐血中心《台北捐血中心／捐血地標》獲得，金手指獎評審主席吳孝明表示，《台北捐血中心／捐血地標》將網絡地圖與即時血量作互動結合，極具「金手指獎」Click的意義。

從缺獎項 盼更完美

旺旺中時文化傳媒總經理林淑黛進說：「我們從廣告業也擴展到其他相關不同行業，只要是以創意為核心，重視創意的產業都很歡迎他們加入台北創意節。」

承辦人林麗萍表示，兩岸作品都不相上下，對於從缺的獎項，明年期盼有更好的

作品。頒獎及節目錄製將於11月進行，屆時會針對得獎作品作專題節目及採訪，更深入了解作品的製作及背後的意義。

創意永無止盡

由旺旺中時媒體集團、滾石文化主辦的2019時報世界華文創意大會台北創意節「AD: NEXT未來創意」論壇於10月24日落幕，邀請兩岸廣告行銷業者，分別就廣告界的營銷轉型、數位創意與文化創意作交流，一同探討數位內容、創意科技、數位行銷的現況與未來。

對於如何運用數位創意，網易傳媒戰略經營部暨營銷管理中心總經理李焱分享自身品牌案例，他提到，現在消費者對物質市場要求愈來愈高，導致客戶群多元化、難激發、不好懂。以大陸網民與台灣網民的互聯網普及率作比較，若兩岸全面互聯網化消費者能率先享受智能生活帶來的便利。

聯廣傳播集團創意長狄運昌也以「創意應勇無止境」為題主講，在訊息量爆炸的時代，讓大眾都缺乏想像力，但品牌不應再侷限於一個框架要勇於嘗試新科技，跨出同溫層和舒適圈重新定義，才能讓品牌有全新體驗。

Discovery慶25歲 前進南極點

記者／林欣穎

Discovery在10月27日慶祝來台開播25周年，最新節目《前進南極點》也選在當日探索生活節舉辦首映會。邀請導演楊力州、南極長征隊夢想導師宥勝、極地教練陳彥博和兩位大夢青年林語萱及吳昇儒。同時也首度於台北美堤河濱公園推出「探索生活節」，與民眾熱情互動，吸引12萬人次參與。

打敗困難 超越自我

歷經2年的籌備、二個月的挑戰，以越野滑雪的方式抵達南極點，同時也是首批復刻歷史上第一位抵達南極點的探險家之行徑路線的台灣隊伍。

導演楊力州表示，惡劣的天氣、團隊的磨合和器材的保護以及電池電力的問題，都是很大的挑戰。

南極長征隊的成員回想這趟旅程皆表示，從策畫到實地拍攝都經歷了無數的困難，不過也創下了台灣第一支

越野滑雪長征抵達南極點的團隊。

探索生活 發現熱情

今年首度在台北美堤河濱公園推出「探索生活節」，Discovery大中華區暨韓國分公司總經理邱煌在開幕記者會上表示，過去Discovery拼命製作各種不同主題的紀實娛樂節目，就是要讓觀眾對生活保有熱情、看到生命真實的感動。活動9小時不停歇，除了風格多樣的四大主題村，活動也首次採雙舞台設計，TLC舞台區邀請到歌手文慧如演出還把台灣版決賽時裝伸展台帶到活動現場。

而Discovery 舞台區除了有最新節目《前進南極點》的首映外，TLC當家主持Janet、鍍金主持人大霈、動物救星Amanda、高山冒險家Ryan及汽車達人迺哥也輪番上陣與粉絲互動，最後更由登月大使林宥嘉壓軸登場。



Discovery 10月27日慶祝來台開播25周年 (圖/Discovery提供)



風傳媒分別邀請郭家佑(左)分享數位外交經歷與前外交官劉仕傑(右)出席「外交實務講座」擔任客座講師 (圖、文/蘇頌婷)



外交新視界

網路跨國交流 開啟邦交新視野

記者／蘇頌婷

台灣數位外交協會理事長郭家佑於10月27日受風傳媒邀請，與民眾分享數位外交的經歷。她表示，國際外交不再局限於政府的責任，人們可以透過網路進行跨國交流，全民都可以是國際外交的一員。

數位外交 全民力拼

郭家佑強調，成為數位外交的第一步必須大量蒐集情報，了解當地人想些什麼，並依照他們使用網路的習慣建立溝通策略，接著利用網路打造彼此的信任度，找出潛在當地的合作夥伴，開啟新的合作關係。她建議民眾，多瀏覽國外的社群媒體，了解國外的想法，並建立友誼關係，影響他國對我國的態度與看法，數位外交並不是以上對下的姿態，而是一種互惠方式，兩個國家互相幫忙共同完成一件事，用自身的外交經驗，為台灣建立溝通的管道，開創了一個新的國際外交模式，讓其他國家對台灣有新的印象，每個人都可以是數位外交。

為了讓民眾深入了解外交官工作，風傳媒近期舉辦「外交實務講座」，並邀

請前外交官劉仕傑擔任客座講師。劉仕傑表示，在國際外交上，要懂得和他國打好良好的邦交關係，不能只求回報，才能讓台灣有更好的發展。

對於擁有11年國際外交經驗的劉仕傑離開外交部的原因，他表示，因為常在社交平台上發表對某些政府官員的評論，而被長官認為行政不中立，但在自己的角度上，他覺得這是身為公務人員要捍衛的言論自由。

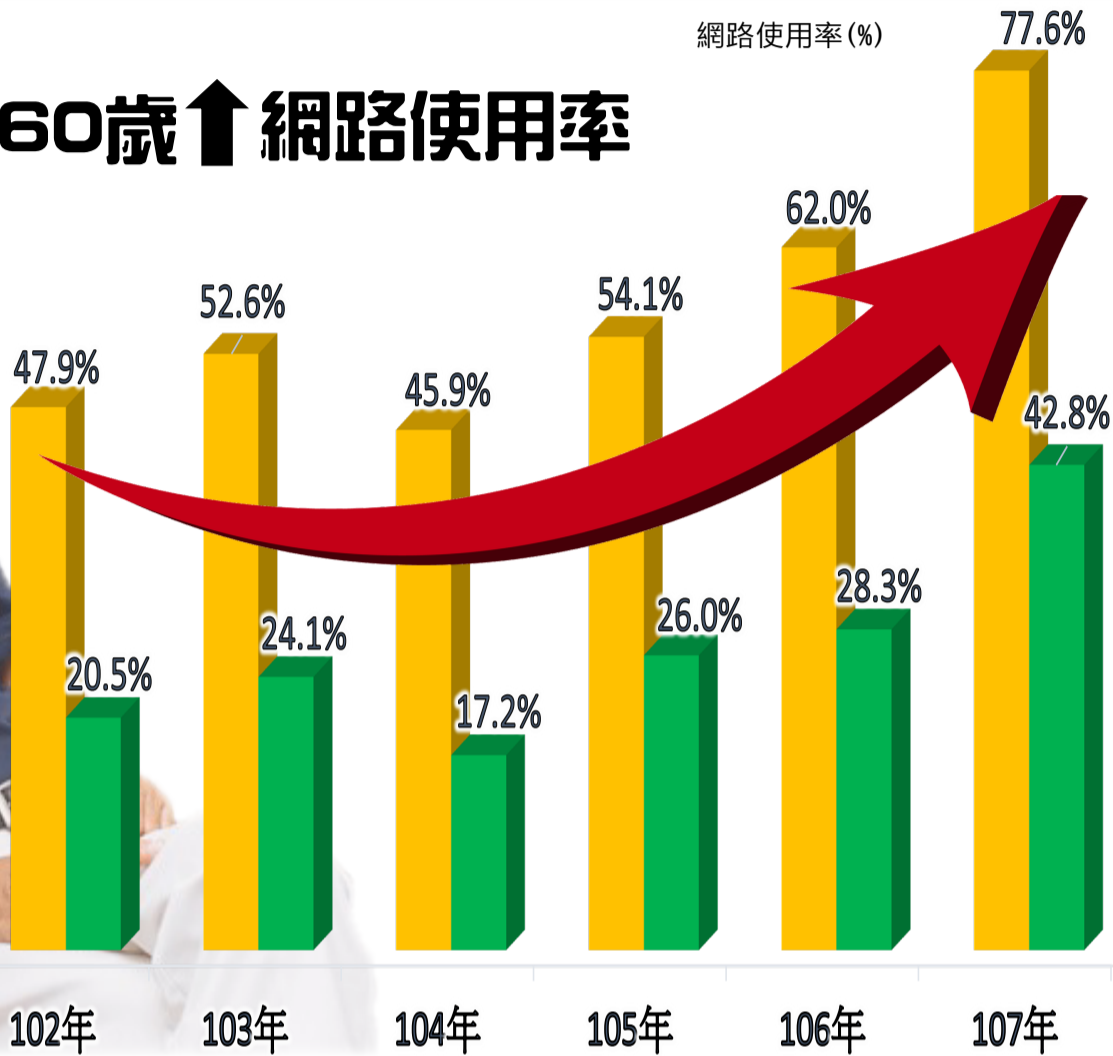
面對外交 喚起國民認同

此外，關於兩岸外交問題，劉仕傑表示，中國是台灣外交一直要面對的重要對象，因此兩岸的關係是密不可分的問題。當被問到前陣子失去兩個邦交國家，民眾對外交官的邦交工作表示質疑問題時，劉仕傑表示，邦交國一直以來都是一個假議題，而邦交合作是需要雙方的理念相同，如果無法達成理念也是無法改變的事情。同時，也向民眾呼籲，大家可以嘗試著觀察中國的狀況，培養自己的識讀能力，學會分辨事情的真實性。



近8成老人使用網路

60歲↑網路使用率



107年60-64歲有77.6%的網路使用率，五年內更快速上升29.7%，65歲以上也有42.8%，整體網路使用逐年上升。



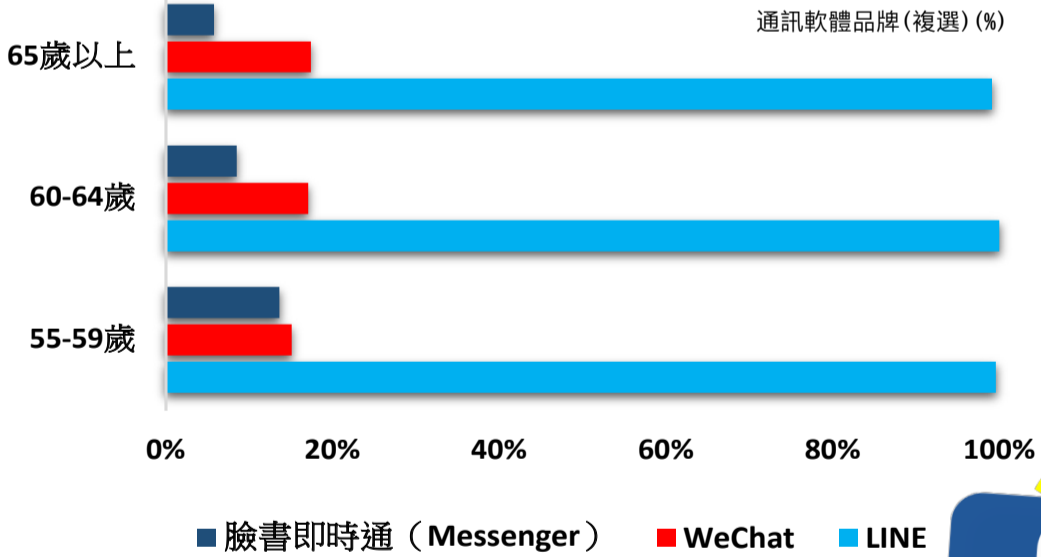
■ 60-64歲

■ 65歲以上

國家發展委員會 歷年數位機會落差調查 (圖/文 戴瑄)

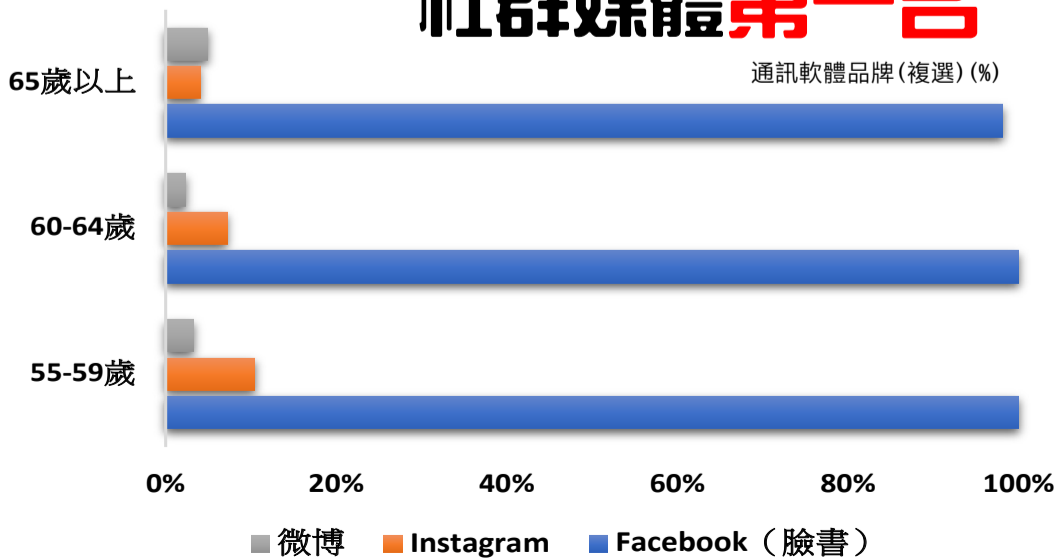


圖片來源:koodata網站



社群媒體第一名

圖片來源:funtop資訊網



Twnic財團法人台灣網路資訊中心 2018台灣網路報告 (圖/蘇頌婷)

LINE貼圖互道早安



戴女士(75歲)：《通常都是使用LINE比較多，很喜歡傳LINE貼圖跟早安的圖片，可以跟親朋好友互道早安跟他們聯絡。》

用臉書記錄生活



吳女士(67歲)：《接觸網路已經很久了，平常都用Line，因為很方便可以隨時看到親友的生活狀態，不用見面就能視訊聊天。也有使用社群媒體像是臉書，來看親友的近況和記錄自己的生活。》

LINE延續舊友誼



蔡先生(60歲)：《大概3年前開始使用網路，通常用來查養身或健康的資料，也用LINE跟朋友聯繫，國小到大學的人都找回來，還辦了30年的同學會。》

6攝影家集影叢書 喚民眾認本土文化



文化部次長蕭宗煌、國美館館長林志明與6位攝影家（家屬）合照。
(圖/沈怡貞)

記者/沈怡貞

《臺灣攝影家系列叢書》邁入第三年，國立臺灣美術館23日舉辦新書發表會。文化部次長蕭宗煌表示，歷史學家以史為鑑，攝影家則是以鏡寫史，透過攝影紀錄台灣土地與人民的風貌，期待透過《臺灣攝影家系列叢書》的出版，喚醒民眾對本土文化認同。

本輯收錄《劉安明》、《何慧光》、《翁庭華》、《黃季瀛》、《徐仁修》、《郭英聲》等六位攝影家專題，呈現過去臺灣攝影在紀實、專題報導、生態等面貌。

六位攝影家的題材、風格各自不同。91歲劉安明追求純真之美，以紀實之作述說屏東鄉俗風土人情，捕捉臺灣農村的珍貴縮影，90歲的何慧光靈活地運用構圖和光影，創造唯美的肖像，85歲的翁庭華長年致力於孩童、東北角海岸、九分礦坑等地

的專題攝影，晚期為圓夢而赴日鑽研沖印技法，將都市地景轉化為獨特的抽象風格，85歲的黃季瀛畢生擔任小學老師，閒暇捕捉校園孩童容顏，藉由鏡頭記錄學生的快樂與無奈，創辦荒野保護基金會73歲的徐仁修，以鏡頭深入雨林與蠻荒，宣揚生態保育意識；69歲的郭英聲，以超現實意象構築內心風景，早年曾為雲門舞團留下紀錄影像，更結合攝影與時尚創作，享譽海外。

評審委員蕭瓊瑞強調，即使從未親眼見過臺灣過去的面貌，但是透過攝影家的努力，能一同建構共同的記憶。他們的作品為我們保留祖先的足跡，更認識臺灣的風土與民情，在開幕式的最後，何慧光也警惕民眾，現今的拍攝作品大多都是「風花雪月」，千萬不要忽略攝影的本質「人文紀實」。

獨立出版首要抵抗孤立 林敬龍：社會看待最重要

記者/曾馨旻

針對獨立出版的特色及困境，「草率季」舉辦系列講座活動。韓國獨立書店經營者林敬龍說：「我的作品在社會上的價值，大家如何看待最重要」。

一年一度大型藝術書刊市集「草率季」19日舉辦講座，邀請韓國獨立出版書店The Book Society的林敬龍，讓現場聽眾了解獨立出版在韓國的發展面貌，以及他的經歷和想法。林敬龍表示，獨立出版面臨的首要問題就是要抵抗孤立，他們所製作的內容難以在大書店及大出版社印刷呈現，但獨立出版的意義在於有一個管道能發聲自己的想法。

林敬龍提到，獨立出版的藝術書刊，藝術家會運用不同形式、材質來製作書籍，讓呈現方式能更契合。透過獨立書店、市集展覽，讓顧客親手親眼碰到書籍。林敬龍更拋出疑問：「我們真的勝利了嗎？」他也舉例

說，這次參與台北「草率季」的攤位擺設，其中機票、住宿等成本開銷，都不是攤位賺取的錢所能平衡，但他透過活動和其他書攤交流、透過講座和聽眾分享，以這個角度思考他覺得就是勝利。



韓國獨立出版書店經營者林敬龍表示，大家如何看待自己作品在社會上的價值最重要。
(圖/曾馨旻)

傳播櫥窗

POPO華文創作大賞

POPO華文創作大賞今年邁入第五屆，10月中公布入圍名單，預計12月頒獎典禮中，公布得獎作品。

(文/朱俞臻)

全國電力宣導競賽活動

第二十屆全國校園電力宣導及競賽活動正式開始，透過創新作品從中建立電力知識的正常認知。

(文/鄧穎莊)

漫畫節超級英雄為主題

2019第三屆台灣漫畫節，以「超級英雄」為主題，藉由超級英雄概念，找出100個華人最具實力的IP。

(文/戴瑋)



《與惡》製作人 林昱伶：戲走到哪 都是創作者的努力

記者/陳樂珊

走進工作室，映入眼簾的人，帶著粗框黑眼鏡，旁分短髮，談吐生風，她是大慕影藝的負責人，也是《我們與惡的距離》製作人林昱伶。工作室裡幾乎都坐著新一代的年輕人，整體氛圍明亮舒適，偶爾還會蹦出兩隻小貓咪。在這輕鬆的環境裡，打破了以往埋頭苦幹上班族的刻板印象，這是林昱伶工作的地方，也是她跳出舒適圈後所成立的公司。

「培養年輕人是我的夢想之一，之所以會有這樣的一個夢想，是因為前人給予的幫助，現在也要以此為方向。」林昱伶推了推眼鏡，不疾不徐地說起人生中啟發她的貴人。踏入大慕影藝之前，她看過娛樂圈的起起落落，憶起當年自己身為藝人經紀人長期在幕後操盤，幫助有才華的年輕人發光發熱。

離開舒適 成就現在

她說，大約在6年前受到大陸友人積極勸說，並邀約一同合夥開公司，雖然自己並不是那麼容易踏出舒適圈的人，但在友人屢次的鼓勵下才離開原本公司。

「當時也覺得自己過得太舒服，想踏出舒適圈闖一闖。」林昱伶娓娓說道。於是成立大慕影藝並投資電影及電視作品，走向製作人之路。雖然最後和朋友並沒有合夥，但卻讓她踏出原本舒適圈，也感謝當初友人的激發，才能造就現在的她。

林昱伶眼神時而轉動邊思考的說，另一位啟發她的則是綜藝教父黃義雄先生。她表示，在大陸當經紀人的時候，是黃義雄先生帶她一起合夥開公司，教她經營公司與管理，其實人生中每個階段都會出現貴人，都能從他們身上吸取經驗。

這樣的過程並不是一個錯誤，而是一個開關，撬開了

她的心，也撬開了她的影藝的進路。林昱伶的創業感受也詮釋在《我們與惡的距離》，身為製作人的她從作品中呈現出專業細心的一面。林昱伶說，《我們與惡的距離》是一部「療癒」的電視劇，身為掌舵者的她，激勵團隊達到目標是她最大責任。

觀眾批評 學習消化

她談到，記得有一次，電視劇已定剪，但色調的部分在每個人手機上呈現都不一樣，她覺得還是少了些什麼，所以決定再修改，很慶幸的是大家語調不帶批評的完成了，即便有意見都因為團隊向心力足夠很快就能解決，而不是沉浸在自己作品有多麼的棒。

至於拍攝如此爭議性的話題，播放過程中難免會引來多方面地批評。林昱伶則保持開放的態度表示，作品呈現後剩下的就交給觀眾，面對批評一定要吸收，同時也要學會如何消化。她坦率地開玩笑說：「一部電視劇如果沒有人批評，好像也不太好。」

她補充說：「戲可以走到哪裡，都是創作者的努力」。臉上總是露出淡淡的微笑，描述著製作過程點點滴滴，而談到《我們與惡的距離》給她最大的收穫，她表示，從前期製作到後期作業與行銷宣傳，可以和心目中很棒的人才合作，是一個難得的機會。

療癒自己 就是強大

面對苦難，有些人選擇逃避，而林昱伶則義無反顧地面對。在傳播圈裡，她曾經因利益的問題而遭到友人的背叛。林昱伶回首過去說：「療癒自己的方式是唯有把自己變強大，證明當初的堅持是對的，那就足夠了。」

說起舒壓，林昱伶平時也喜歡和三五好友一同小酌幾杯。小酌幾杯，並不是喝到爛醉如泥、酩酊大醉，而是「療癒」自己的另一種方式，藉由酒精讓她紓解片刻壓力。她也說，空檔的時間會安排旅行，每次都會利用旅行把該看的戲或書消化完，在不同的國度放空自己。這一兩年，因為忙碌於工作，安排旅遊的頻率相對減少。

她提到，「工作超時」、「薪水微薄」是媒體工作常常被貼上的標籤，雖然過程中常常很容易進入厭世狀態，比較容易對一塵不變的事情感到厭倦，但她堅信年輕人都很有才華。

所以她也想送年輕人的一段話，林昱伶說：「做你喜歡的事，並保持你的熱誠。」即使迷茫或熱情消滅，也要透過一本書，一部電影找回屬於自己的熱誠。

採訪後，林昱伶抱起工作室的貓咪，與它玩耍，也請現場員工協助平面拍攝。她甚至開玩笑說：「你有女朋友，應該很會拍照吧，拍得好看點哦！」這樣輕鬆且愉快的氛圍瀰漫在工作室，這就是大慕影藝的日常。最後，林昱伶給記者一段話，就是「一起加油，變強！」



製作人林昱伶說：「培養年輕人是我的夢想之一。」
(圖/陳樂珊)