

全球瘋數位資產 NFT

區塊鏈是什麼？加密資訊新技術

以數位形式儲存到具有加密、防偽特性的區塊鏈物件稱作**非同質化代幣**（NFT，Non-Fungible Token）。

非同質化代幣三大特性：

- 不可替代：每個NFT價值不相等，不可替換。
- 不可分割：每個NFT無法被分割成更小單位進行交易。
- 獨特性：每個NFT都有其專屬的數位代碼，具防偽功能。

目前常見的NFT形式：



區塊鏈重點概念一次看

區塊鏈是一種用來紀錄**公開資訊**的技術，一個區塊裡記錄著多筆交易的文字記錄，每個區塊都會進行加密，**防止資訊被竄改或刪除**。

每隔一段時間會產生一個新區塊，區塊互相串聯形成區塊鏈。

區塊鏈交易工具

- 錢包地址**：一組可公開的亂碼，可想成是某人的銀行帳號。
- 私鑰**：一組不公開的亂碼，不可遺失或公開給他人知道。每筆交易都被個人私鑰加密。
- 公鑰**：一組公開的亂碼，交易認證人員會藉由帳戶的公鑰驗證私鑰與錢包地址是否吻合，認證成功後，交易就被寫進區塊裡。

NFT藝術品成交額Top3



比特幣vs.以太坊

兩大區塊鏈系統比較	比特幣區塊鏈	以太坊區塊鏈
代號	BTC	ETH
原生貨幣	比特幣	以太幣
區塊鏈功能	專為「交易支付」設計的區塊鏈，應用僅限於交易，未支援其他功能。	類似於手機的IOS、安卓系統，不僅可以進行交易，也支援許多「去中心化應用程式」(DAPP)。
應用場景	1. 交易支付 2. 投資 3. 替代法定貨幣	交易支付、運行智能合約 去中心化的社群、博弈、遊戲、金融、儲存醫療資料等多元運用。

製圖／葉香伶 註：區塊鏈不一定有原生貨幣。

YouTuber: Funck NFT相關 Q&A

同時作為NFT買家和賣家，有什麼心得或建議？

無論買方或賣方，我認為人們買賣NFT的動機有常見的**五種元素**：支持、佔有、虛榮、人情、套利。在購買或開發、設計NFT時，都不能太偏頗任何一種動機元素。另外，買家不要只聽信外在消息，賣家也要持續經營自己的品牌。

怎麼解讀NFT這項新技術？

個人認為NFT在現實社會中，可以很明確地代表一種新的社群（社交）行為，比如粉絲可以購買NFT支持喜歡的藝術家，它是人跟人之間另一種互動形式的選擇。

NFT投資是可以長期投資的項目，或只是跟風的結果？

NFT是一個新的技術和工具，它或許會泡沫化，但泡沫化後會有人再發展新的應用，有價值的部分會被留下，較無價值或意圖不單純的事情則被淘汰，這種現象將持續發生。

未來會希望政府公權力介入，立法規範或保障NFT市場嗎？

去中心化的交易機制讓人人都有機會參與買賣，反過來說人人都需要承擔風險。會期待政府規範交易平台公司，令平台有相應的責任跟作為去協助買家與賣家降低風險。



文／詹景涵

NFT買家究竟買到什麼權利

你買到的，不是藝術品的所有權

NFT的確可以將數位資料形成一種新權利，他人無法竄改在ERC-721智能合約上的紀錄。但這樣的在區塊鏈上公鏈上的記載，充其量只是說，數位資料形成一種數位資產，並且由買方擁有。但擁有記載著數位資料的數位資產是一回事，不代表買方也購買到NFT藝術品的所有權。

跟買了一幅實體名畫不同，當你用高價金買到的NFT藝術品，在一切相安無事下，NFT的確能表彰出唯一連結到該數位藝術品的證明，但也只是一種證明，如果發生【藝術品雙花】事件（就是將同一幅數位藝術品重複發NFT）時，原NFT持有者很可能拿畫家沒辦法，這時，原NFT持有者也無法證明其真的是藝術品的所有人。

買NFT到底買到什麼？

目前眾說紛紜，經我長期觀察NFT的各種應用市場，包括音樂著作、虛擬土地、遊戲寶物、數位藝術品，購買NFT所取得的權利，我認為最能夠精確描述的其實是【數位資產的冠名權】，你可以隨時對外界證明，這個NFT所表彰的數位資產，是由NFT擁有者來冠名，讓外界知道，在這個NFT藝術品旁邊，有NFT擁有者的名字。

註：以下內容引用比特幣及虛擬通貨發展協會理事長、果殼Mr.Shell林紘宇律師之文章〈NFT藝術品狂熱下，你究竟買到什麼權利？〉

Podcast商模探討

後台數據未透明 阻礙廣告合作

記者／李品葳、林珉靖、邱俊維

2020年被稱為台灣「Podcast元年」，截至2021年10月底，天下雜誌指出，目前台灣Podcast節目約有1萬檔。雖然節目量如此之多，但商業模式卻未建立完整，導致小型創作者因無透明的後台數據可供廠商參考，而無法有效吸引廣告主投入廣告預算。

代表廣告代理商的尚谷數位行銷公司總監陳芳儀表示，因為後台數據不明確的關係，造成他們在與廣告主協調預算時會有點難度，現在雙方也只能以創作者表面上的流量、數字及創作者自行提供的數據來做參考及評估，因此廣告主傾向選擇已自帶流量的創作者為主。

她也坦言，目前只有大咖Podcaster才有辦法快速變現，小型創作者很難透過Podcast賺取收入。

對此《青春愛消遣》的消化餅表示，由於後台數據未對廣告主公開，所以他們較會選擇排行榜前幾名的創作者，以確保商品未來流量。

《甲板日誌》也認同這樣的觀點，他們表示，在Podcast裡大家主要會收聽的節目都已

成型了，會脫穎而出較多是自帶流量的KOL，要異軍突起有些困難，小眾創作者較難有機會去接觸業配。由此可知，後台數據不透明對排名較後的創作者來說非常不利，讓他們難以在Podcast市場上嶄露頭角。

現今Podcast的創作者主要以「口播及業配」獲取利潤，這樣的方式讓新加入或是熱門榜排名較後的創作者難以變現，根據Yahoo 股市3月3日的報導中，KKBOX內容製作部資深經理柯亭竹分析，只靠目前的模式，廣告主的確只會將廣告投放在前幾名的節目上。

《甲板日誌》分享他們會跟廠商討論合情合理的價格，但因後台數據不透明，造成有些創作者即使流量不出色，仍會哄抬價格，以高額要求業配的金額，對整個創作圈是不公平的。

後台數據的不透明，造成廣告代理商與創作者在洽談合作上有許多困難，小型創作者也難以透過Podcast變現，因此他們皆期盼Podcast在後台數據的商業模式上能有所改變，讓Podcast能成為一個公平競爭的環境。

託管平台Firstory及SoundOn比較一覽表 (圖/邱俊維製)

託管平台	提供的數據	資費方案	斗內抽成	與廣告商合作模式 (仍有進步空間)	曝光機會
SoundOn	1. 下載數、不重複下載(綜合平台) 2. 播放數、聆聽30秒、訂閱者 (SoundOn APP數據) 3. 播放數、聆聽60秒不重複聆聽、訂閱者 (Spotify 數據)	完全免費	零抽成	1、聲浪原創：與平台簽署合作協議，版權將為平台所有。 2、聲浪Hosting：免費提供後台空間，不干涉創作者的商業行為或內容；若聲浪成功為創作者聯合廣告主，則抽部分分潤 3、委託聲浪製作：創作者提供製作預算，平台協助製播節目	1. New SoundOn 新人獎 2. SoundOn Playlist 主題 3. Podcast推薦(到社群平台貼文) 4. 新聲報到 5. 舉辦策展(App活動Banner)
Firstory	1. 下載數、不重複下載 2. 節目表 (Firstory Pro 限定) 3. 分類節目表現 4. 節目完聽率 5. 留言數、贊助金額、贊助人數、訂閱人數 (即將推出)	1. 免費 2. pro: 180/年 (US) 3. Enter prize 1908/年(US)	1. 單次贊助會 抽成20% 2. 訂閱式贊助 則是15%	「Podar」廣告主可使用 此平台搜尋Podcast、投放廣告	1. Instagram限時動態分享 使用 Flink 分享節目 自動生成個人網站 2. 舉辦策展

平台新服務 助Podcaster媒合廣告主

記者／張嘉萍、鄭茗方、劉懷襄

為改善Podcast後台數據不明的狀況，Firstory提出「Podar」服務，協助創作者和廣告主媒合，不過大部分Podcaster對此服務不熟悉，也還在觀望中；廣告主樂見有這樣的服務推出。反觀全台灣最大託管平台SoundOn，雖有推出相關功能幫助創作者，但與Firstory比較起來，服務卻略顯不足。

廣告主可以使用Podar，搜尋Podcast、投放廣告，找到最適合他們投放對象的節目。這些收聽數涉及隱私問題，只有創作者同意授權數據，廣告主才能在後台看見這些數據，也能隨時取消這項功能；創作者也能結合Podar，使用動態廣告插入，隨機在節目中插入廣告，即使廣告已過期也可將其下架，置換其他廣告。

Podar服務，對於Podcast廣告報價模式也有所改變，創作者可以以下載數而非單集為基礎向廣告主提出，同時將多個單集流量加總向廣告主報價。

這意味著多個不同單集的聽眾都能聽到同一檔廣告，這對下載數累積沒這麼迅速的中小型節目而言更有利。

這也打破了以往口播業配獲取利潤的模式，但Podar只提供給使用Firstory託管平台的創作者，使用此平台的《青春愛消遣》的消化餅表示，他希望託管平台提出廣告分潤機制，能像YouTube直接插入廣告，透過節目本身獲取利潤。《哈拉充能量》則表示，希望託管平台能直接提供代碼或是連結的存取機制給廣告主，可以直接看到創作者的數據，也能節省雙方接洽的時間。由此可知，創作者仍不熟悉目前已推出的Podar服務。

但使用Anchor託管平台的《喬西咖啡沙龍》認為，託管平台近幾年來，為幫助創作者營利，有持續在開發新功能，例如贊助、業配合作和訂閱服務都已經上線，Firstory也能將KKBOX資料庫中的音樂放入Podcast，是很好的功能，就不會有版權問題。

Podcast商模探討

數據+廣告合作 商業模式須完善

記者／張嘉萍、鄭茗方、劉懷襄

由於Podar剛上線，曝光度仍不夠，因此實際運作情形仍有待觀察；而SoundOn也有提出廣告媒合服務，透過廣告主在網路上留下資料，再由託管平台幫忙媒合，但只限於旗下的原創節目，也無從得知實際成效為何。

在廣告媒合服務普及之前，對廣告主而言，平台能提供越多數據當然越好，若沒有公布，也只能就現有的數據計算。尚谷數位行銷總監陳芳儀表示，一開始選擇適合的創作者給品牌端時，會依照他們的需求級及品牌定位、形象，判斷Podcaster的受眾是否符合品牌追求的消費者，因此會就目前能得知的數據，例如：互動率和流量高低，自行估算出最適合合作的創作者，或是使用口碑監測軟體，觀察討論聲量高的創作者，再行選擇。

而Podcaster《童話裡都是騙人的》也持相同看法，他們表示，平台方若能給出更多關於節目內容的數據，便更能精確鎖定受眾，在說服廣告廠商上也有一定的幫助，目前整個Podcast的商業模式都還在建立中，彼此也都還在培養看數據的默契。

晴天公關總經理王毓馨表示，對所有創作者來說，希望能藉由平台獲得更多的費用，這部分靠小的單一創作者來說蠻困難的。而對平台來說，希望創作者能夠有更多的創作能量來吸引更多的聽眾，才能有良性的循環。

她進一步解釋道，當行銷公司舉辦多種活動，且託管平台技術穩定，以及創作者持續做出好的內容，要使Podcast（商業生態圈）朝好的方向發展下去，這三方缺一不可。



TVBS 方念華：信任是定存 會不斷為你贏得新觀眾

記者／郭妍妤

說到TVBS就會聯想到主播方念華，21年來方念華已等同TVBS的招牌，她對外的形象嚴謹，播報的新聞也令人信服，她說，對新聞業而言，「信任是定存，它會不斷為你贏得新的觀眾」這也是她幾十年的堅持。

嚴謹對待新聞

因為這份嚴謹，T台內部都稱方念華為方老師，曾有一句話這樣形容她對新聞的要求，「寧願事前讓人覺得龜毛，不要事後遺憾。」她說，看電視是一種享受，不應該讓觀眾看到電視上的錯字或是差錯，一直挑錯造成分心，這樣就不是享受了，所以不管是助理、執行製作甚至是工讀生，她都會希望即使是再微小的錯誤，都必須要加以理解修正。

也因為方老師嚴謹要求新聞，反而成為她最有成就的事，她說，最自傲的是「造就別人」幫助別人達成人生在專業裡希望走到的地方。

自1989年投入在新聞工作以來，方念華已投入長達32年時間之久，如何看待新聞，她說，新聞每天都在

改變也在歸零，進棚的第一件事就是看收視率，如果覺得不滿意，她會告訴自己「過去了，那是昨天的事情」而今天就要針對不滿意的地方做調整或是去思考如何吸引觀眾。

如今，方念華回想初期進入TVBS時，剛好正值她人生上坡期，身為總編輯的她，公司給了很好的時段，要讓觀眾持續鎖定TVBS，都必須得全心全力投入。那年，她永遠記得要離開公司時，接到大園空難的消息，當下她馬上又回到工作崗位播報新聞到隔天。

樂於分享經驗

方念華的招牌節目《看板人物》為她拿下新聞類節目最後一座金鐘獎，訪談多年下來，她愈能體會，越是巨星，親和力越強，重點是他們願意敞開心胸分享，她也時常會因為對方一句話就覺得今天一切值得了。訪問那麼多人，當被問及是否出書，她笑著回答，出書目前「毋可能」。

不過長期從事新聞的她卻給了一個令人意想不到的

答案，她說，她最想要挑戰主持資訊綜藝類節目，訪談是一項專業也需要技巧，如果可以把這項能力運用到節目上的話應該會很有趣，加上搭檔主持的話也會有新的化學變化。



方念華等同TVBS的招牌，對新聞要求嚴謹，播報令人信服。(圖/方念華提供)

併購案還須通過NCC審查

台灣大併台灣之星 穩坐電信二哥

記者/李佳蕙、李品葳

台灣大哥大於上月30日宣佈，與台灣之星完成合併契約簽署，電信產業將邁入新局。NCC於7日針對台灣大哥大擬定合併台灣之星，後續審查將依據《電信管理法》裡規定之資源合理分配、消費者權益、市場競爭、產業發展、國家安全共5個面向來做審查。

台灣大表示，預計發行2.82億新股，合併台灣之星，雙方合併後形成之5G台灣隊，台灣大哥大為存續公司。成為業界最大之5G中頻容量，總共100MHz 3.5GHz 頻寬。

對於台灣之星用戶擔心影響原有合約，如終身188元4G吃到飽、以及299元5G不限速吃到飽的「終身低價」方案，台灣大總經理林之晨指出，既有用戶的合約，台灣大哥大都會尊重，預料應不會有變化。

未來合併後，林之晨也稱會以用戶為優先，視市場狀況推出合適的方案，但在兩家公司正式合併前不會再推出新資費方案。至於台灣大既有的「好事成雙」活動，及Disney+和myVideo、myMusic等相關優惠，也會提供給台灣之星用戶，對想提升影音需求的用戶則是另一個利多。

林之晨表示，在台灣大與台灣之星的網路合併後，台灣之星用戶將可享有更大的行動網路容量，在4G涵蓋亦會是現在的1.5倍，5G涵蓋則會是3倍，網內互打免費的範疇也會擴大至台灣大用戶。而台灣大哥大將如何保護既有消費者的權益、合併案要解約是否需賠償等爭議問題，NCC表示，將會請雙方在審查會中再提出詳細的細節。



台灣大董事長蔡明忠(左三)與台星董事長林清棠(右三)完成簽約儀式。(圖/台灣大哥大提供)

香港《立場新聞》遭查《眾新聞》停刊

記者/林珮靖、張宇皓

香港近期大動作以「串謀發布煽動刊物罪」清查網路媒體《立場新聞》後，許多民眾一致認為香港新聞自由已死。隨後，另一香港網路媒體《眾新聞》也宣布停止運作並且解散。港媒收攤的消息不斷，引起各界關注，現況也令人擔憂。

香港網路媒體《立場新聞》上月29日6名現任及前任高層被香港警方依涉嫌違反《刑事罪行條例》第9及第10條「串謀發布煽動刊物罪」遭到逮捕。《立場新聞》官網也宣布即時停止運作，包括網站及所有社交媒體立即停止更新，並將於近日移除。

被捕者為三男三女，包括前總編輯及董事鍾沛權、接任鍾的署理總編輯林紹桐，以及4名前董事周達智、吳靄儀、方敏生、何韻詩。

其中的何韻詩是香港知名藝人，過去幾年積極參與香港社會運動。她在被捕前於臉書分享《立場新聞》的年度回顧影音新聞：《告別2021》系列之二「2021禁語：JMGGJ(意為為什麼要這麼怕)?」現已被下架。被捕後於三小時也發文：「我心情OK，請各位關心我嘅朋友不用擔心。」

本月2日剛成立滿5周年的香港網路媒體《眾新聞》，指香港傳媒的生存環境惡化，宣布4日起停止營運，網站不再更新，一段時間後將會關閉。主筆楊健興坦言，此次停運決定原因，與《立場新聞》報導文章遭控告為

煽動刊物而停運有關。

楊健興表示，記者都是人，不希望新聞工作者在不安情況下工作，同樣不希望因工作讓新聞工作者處於困境。營運《眾新聞》5年以來，楊直言若未來不能做到想做的新聞，停運是無可奈何的選擇。

香港特首林鄭月娥強調，沒有任何事比香港法治重要，記者和傳媒機構須尊重及遵守法律，若他們恐懼自己未能遵守法律，應該盡快作出決定(make up their mind)。



眾新聞4日起停運，眾新聞團隊日前向讀者告別。(圖/翻攝眾新聞臉書)

陳世昌任泰國世界日報總編

記者/王詠宜

資深媒體人陳世昌將接手聯合報旗下「泰國世界日報」總編輯，他表示，泰國與東南亞擁有大量的華人，泰國世界日報除了是聯合報系所屬，也同時是華文最大的報紙，因長期觀察兩岸華人的脈動，才做出這樣的選擇，他將以多角化的形式經營泰國世界日報。

他說，目前台灣媒體內容侷限於資訊的傳

達，屆時他在接手世界日報時，將結合產業新聞、結合產業生態圈與民生事業，產製與讀者生活息息相關的新聞與議題，引起他們的共鳴。

日報服務對象多為當地華僑與華人，並以中高年齡層為主，陳世昌期許能吸引年輕人，將結合社群與生活型態等多元內容。

傳播櫥窗

NCC裁處違規節目 開罰三立80萬

記者/李品葳

國家通訊傳播委員會(NCC)去年12月29日召開第996次委員會議，針對三立新聞、三立都會台以及中天綜合以違反事實查證規定和妨害兒少身心健康規定進行開罰；另有4件發函改進。

NCC表示，三立新聞台於110年5月21日報導萬華茶室確診的卡拉OK店老闆娘違規

外出、路倒抽搐吐血等未經查證之內容，在疫情期間引發恐慌，致影響公共利益，予以核處80萬元罰鍰。

NCC再次呼籲業者，電視節目內容取材及編排均予以尊重，播出內容前應注意保護兒少身心健康，並落實規定，以符合法令規範，同時維護閱聽眾權益，共同建構健康環境。

杰德影音接迪士尼空缺 市占近7成

記者/劉致宇

台灣境外電視頻道代理商杰德影音旗下兩大兒童頻道「Nickelodeon尼克兒童頻道」、「Nick Jr.兒童頻道」，1日起分別進駐原來迪士尼頻道退出後的22台或23台有線電視頻道。

杰德影音強調，節目都提供全雙語播出，沒有廣告插播，希望提供父母安心選擇教育及娛

樂性兼具的優質節目。另外，也持續與中華電視MOD和IOTT平台Hami Video、台灣大哥大myVideo等合作，提供更多元的收看方式。

杰德影音表示，趁著這次有線電視頻道的變動更新，可望豐富有線電視節目樣貌，尤其是在兒童育樂節目方面突破。

前進元宇宙 奧丁丁推NFT新專案

記者/侯雨宸

看準NFT商機，區塊鏈企業奧丁丁集團上月29日宣布推出NFT發行方案，1美元即可發行專屬NFT，降低發行門檻，致力推廣NFT普及化。

NFT可作為私人收藏、定價販售或競標拍賣，並提供創作者每筆交易5%回饋，提供更多元的服務。

奧丁丁創辦人暨執行長王俊凱表示，NFT為進入元宇宙的鑰匙，本次與MomentX合作將NFT作品導入VR虛擬展示間，讓民眾感受NFT結合Metaverse的應用，希望讓民眾知道NFT及Metaverse乍聽遙遠的概念，其實就在每個人身旁，能輕易地參與其中。



台北市產業總會總幹事陳淑綸。(圖/周心慧攝影)

轟動陳淑綸：記者也是勞工 應主動爭取權利

記者/周心慧

記協上月11日舉辦「台灣新聞自由與記者權益監測計畫」系列講座，由台北市產業總會總幹事陳淑綸擔任講師，探討勞基法對記者的保障。她說，媒體產業工作者意識到自身權利受到損害時，有疑問時應主動尋求幫助，而不是等到事情已成定局時才行動，希望媒體工作者主動爭取，權利

是不會自己從天上掉下來的。陳淑綸表示，很多媒體工作者報導別人權益受損，卻沒有對自己的勞工權益進行深入了解，很多專業工作者其實不太認為自己是勞工，當自身權益受損時才會思考是否為勞工。她提到，為了讓雇主的違規行為被主管機關所抓到，因此向政府陳情。

但很多民眾在陳情的時候，因怕高層得知，多採用匿名方式進行檢舉，政府會盡量降低檢舉的識別度，再加上採用匿名是會不被受理的，因此建議盡量不要使用匿名檢舉，保障權益。最後陳淑綸呼籲，希望勞工遇到狀況時，能夠及時披露自己的遭遇，不能當作是行業常態或獨自隱忍。