

STBA 講座

主題:新媒體與數位挑戰

時間: 2015/6/11 下午兩點至三點五十

主講人:王景弘(蔡玉玲政委辦公室研究員,資深網路工程師)

整理:STBA 秘書處

重點心得摘要：

1.網路盜版，從技術上/設備上是無法阻絕的，徒增成本。

任何試圖從設備端設計防盜的努力，終究會被破解，連APPLE TV是封閉系統從未公開過，也已經被破解了，中華電多屏一雲的策略著力在手機載具也會有這個問題；何況目前趨勢是技術元件共通化、公版化，有通用技術人才，差異只在於組裝，可以製作不同的產品，但若要从技術端差異化使人不容易複製，很難。

目前有一個相對可行的防影音盜版技術，在影片製作時於特定時點埋入高音頻，可以追蹤盜版軌跡，但是，對方還是可以在轉錄時消除高音頻，只能說增加盜版成本與不方便，無法禁絕。

過去廣電產業不易盜版的天險，在數位匯流時代趨於脆弱，有心人隨時可以將有線電視CABLE線傳送來的頻道內容上傳至YOUTUB，防不勝防。

2.建議進行盜版的災害控管，致力提升打擊盜版的效率、並健全網路版權市場：

一則有賴政策法規的調整。未免國內影視產業發展惡性循環，目前相關法規政策、與主管機關的專業，確實跟不上時代變化，有賴大家持續努力。這是一種文化需養成，還要一點時間，相信未來終究會出現網路聯合國，將跨國盜版業者引渡制裁。

二則有賴於網路版權市場交易合理化。目前CABLE授權市場相對成熟穩定，走網路線的所謂新媒體授權市場紊亂，影響力與收入不成比例，網路市場雖然習慣於免費，可以先試作一些網路上(平台商/使用者)比較能接受的收費/獲利模式，看好目前這個時機點，有從免費邁向付費的可能，比起十年前，用戶現在比較可能選付費而非盜版，因為越來越多人的工作與網路相關，網路經濟已然成形，漸漸接受虛擬財物的概念，花大錢買APP的事實已然存在，網路價格也已經不必然低於實體通路，所以，是時候可以嘗試上傳符合網友胃口的內容，而不是全部的內容。

至於何謂符合網友胃口(甚至足以讓他願意付費)的內容呢？歸納網路使用行為，只有能在水面上浮得起來的內容，才會被擴散(轉貼、分享、推薦、談論)，網路文化特性包括引起共鳴、幽默、正確與反人性直覺的矛盾(膠著的兩造沒人要看，雙方交戰且有一方明顯被認定為正確的情況下，正確方與不正確方的流量都會大增)，網友胃口偏好每年甚至每季都在改變，網路開放特性之下不夠強的文化很快被洗掉。所以網路上並不是砸大錢做廣告、做宣傳流量就會

大，也不是新增加網路這個管道就等於內容會擴散。某某電視台將其過去的節目都上傳 YOUTUBE，結果點閱率奇差無比。就像是每個電視台都想做自己的 APP 去推播內容進而帶動商機，結果有多少人下載你的 APP 呢？屏是整合不完的，所有的屏都要跟內容界接才有意義，況且支援”屏”的成本很高。

網路無國界，網路上的投資方/採購者，不限於台灣，可能不久就會有跨國而來的深口袋買主，誰準備好誰才有機會。

再者，過去音樂產業最早受到數位化衝擊，然而以 KKBOX 為例已然存活下來，他採取的就是收費模式(訂戶月費 200 元，50%歸平台 KKBOX，其餘依據平台總點閱數除以單曲點播數拆帳)，這就是讓網友低費用可取得合法內容，網友就不會要去費工搞技術門檻較高的盜版，還有網路支付越趨便利，甚至手機內建綁定，方便購買比下載盜版省事許多。

3. OTTV，技術已不是問題，須注意可能產生的著作權議題。

YOUTUBE 早已可數萬人同時線上收看，國產 LIVE HOUSEIN 也已經成功通過兩三萬人在線同時瀏覽，目前技術趨勢就是雲端伺服器，多採用動態負載架構，平台端的雲端錄影行為，以及 OTT 必備的 CDN(多點投放、各地近場複製一份)，是否都有侵權疑慮。也有業者發展電視節目 EPG 服務，是否也有授權問題。

4. 政府目前在推升台灣在國際能見度，回覆業界疑慮如下。

背景說明：

張善政副院長促建立華人影音平台，成立台灣資通產業標準協會，第一步已於五月訂定影音 METADATA 標準規格(文化部已公告、教育部下個月公告)，意味著即日起接獲政府補助之影音標案，在 METADATA 製作上必須符合此一共通的規格始能結案。下一步，將促內容商(以電視台為大宗)訂定 OPEN API，讓外界透過指向連結點選就可以產生 SML FILE, GSM FILE，達到搜尋就可以互通的結果。(詳參 stba 秘書逐次發出的 TAICS-TC4 會議三次工作會議紀錄)。

針對業界擔心平台的防盜防駭是否有保障？

以及促成內容商界接上去，是否能透過政府的資源(組織或預算)引進更大誘因？

第一點，大家自己設計 API 讓伺服器可以對外存取資料，不一定要連結各位公司的內網，甚至可以隔三層，不需要太過擔心。

第二點，要先克服政府組織的數位障礙。