



## 台灣OTT的內憂與外患

記者 廖珮茹 報導

2020/06/07

Over-The-Top ( 簡稱OTT ) 是指建構在開放性網路上的內容或服務，特別是影音服務，如Youtube、Netflix等。網路的普及與網速的進步，使大眾的收視行為逐漸轉移到OTT平台上。

網路無弗屆的特性，使OTT業者更有機會發展至全球各地，更少了傳統電視所需的上架費及電視盒，讓觀眾收看的門檻降低。且近期全國最大盜版網站「楓林網」被查封後，台灣OTT用戶明顯增加，根據資誠聯合會計師事務所分析，預計2023年台灣OTT的營收將達到11億美元。看似一片榮景的產業，但台灣業者仍有重重困難需要面對。



台灣本土較為知名OTT平台。( 圖片來源 / 廖珮茹重製 )

### 國內業者眾多 缺乏規模化

在探討問題前，先簡單了解OTT。OTT平台播映的內容來源大致可分為：使用者創作內容 ( user generated content，簡稱UGC )，以及專業生產內容

( Professionally-generated Content，簡稱PGC )。UGC指的是創作者並無影  
國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

(Professionally-generated Content，簡稱PGC)。UGC指的是創作者並非影像專業製作學識，最簡單的例子就是Youtube，任何人都能將影片上傳分享；PGC則指電視劇、電影等，由專業團隊所製作之作品。而目前多數OTT平台以PGC為主，透過收購播映版權，或是自行投資製作影劇，充實平台的內容。

由於OTT業者眾多，且付費方案通常是以月計算，使觀眾的流動性高，要如何吸引觀眾顯得更為重要。跟據凱度洞察的調查，有近一半的觀眾期待OTT有更多獨家內容。因此許多業者會靠買斷版權，或是自行製作戲劇，以吸引觀眾，像是《Netflix》有一系列原創影集，如：《紙牌屋》、《誰是被害者》等。

而目前台灣有十多家本土的OTT平台，其中較常聽到的有：《LiTV立視》、《friDay影音》、《CATCHPLAY+》等。乍看下，平台多元讓消費者有更多選擇，但這也代表著難以規模化。台灣市場本來就小，眾多業者使觀眾分散，資金不夠充裕下，也就難購買到更多熱門影視的版權，更別提自製影視。而競爭對手是具雄厚資金的歐美中等大國業者，在無法透過內容吸引觀眾訂閱下，便會持續惡性循環。

## 對影音平台的期待



49% 提供更多獨家內容



41% 比其他平台的內容更多元化



41% 能透過電視觀看



40% 有強大個人化推薦功能



31% 能與電信業者提供整合服務

民眾對影音平台的期待。(圖片來源 / 廖珮茹重製) 資料來源：凱度洞察

### 法條不完善 消費者權益難保障

面對洶湧來潮的OTT業者，卻無相關法律規範。目前影音平台的法律，主要以訊號提供的方式來區分，像是「[廣播二法](#)」，[《廣播電視法》](#)、[《有線廣播電視](#)  
國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

況提供的方式不迴刀，像是「廣播法」、「廣播電視法」、「有線廣播電視法」、「衛星廣播電視法」，分別指以「無線電」、「有線廣播電視系統」、「衛星」提供訊號之媒體。面對利用網路傳輸的OTT，僅能以包含所有訊號傳送的《電信法》管理。然而此法條的規定範圍過於廣泛且不明，像是Line等通訊軟體可用來通話，算是通訊服務，但不在《電信法》規範裡面；Youtube上的新聞電視節目等，也無法規範。

而網路是開放環境，就算有違法的網站，國家通訊傳播委員會（簡稱NCC）目前也僅能限制不能刊登廣告，使這項法律無過多效用。在無完整法條規範下，也難以保護消費者。中華民國文教消費者基金會於2019年調查後，發現多家OTT平台在服務條款上，都並無重視消費者權益，像是沒有取消及退費的說明，或不提供猶豫期保障，而法律就可以規範契約應記載和不得記載的事項。

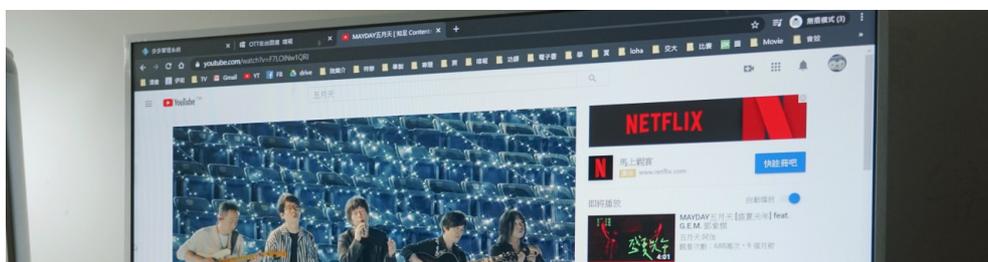
## 中資OTT 該開放還是提防

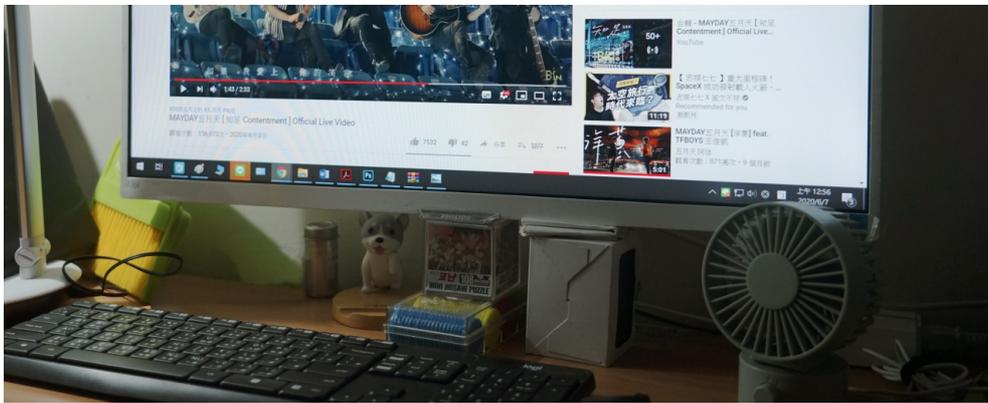
今年五月，愛奇藝因違法被要求將所有廣告下架，因為根據《大陸地區投資人來臺從事證券投資及期貨交易管理辦法》，中國不得來台投資電視、電影等傳播產業。面對兩岸議題上，多數人會抱持著較謹慎的態度，特別是兩岸在影視產業規模上有相當大的差距，況且台劇若要進入中國市場得符合許多規範及潛規則，而愛奇藝要播放陸劇卻不會有困難。加上中央社報導中，大陸委員會曾接獲中國大陸國家新聞出版廣電總局，要求中國OTT業者積極輸出至台灣的消息。

但不可否認的是愛奇藝所購買的台劇的確相當多，文化部影視及流行音樂產業局的報告顯示，愛奇藝是中國業者中，購買最多台劇的，在愛奇藝台灣站中也並無太多政論節目。若要說開放陸劇就會因此被文化入侵，可能也過於牽強。況且一昧的在法律上禁止，仍無法阻絕網路的傳達，更會面臨逃稅、消費者權益保障等各種問題，應要思考的是該如何管理。

## 擁有完善規劃 才有更好發展

2017年，14家線上影視平台、3家線上音樂平台共同成立了台灣線上影視產業協會（簡稱台灣OTT協會），除了積極推廣正版、打擊盜版外，更與政府爭取經費以扶植本土原創戲劇，並推動相關法案來維護本土業者。目前有與NCC正研擬《網際網路視聽服務法》草案，期許能讓境外OTT有規範。而今年經濟部也研擬《著作權法修正案》，預計將非法數位重製等納入非告訴乃論罪刑，希望打擊盜版，讓民眾養成付費收視的習慣。





面對收視行為的轉變，政府需思考因應方法。(圖片來源 / 廖玥茹攝)

關鍵字：OTT、台灣影視、盜版、中資、台灣線上影視產業協會

縮圖來源：廖玥茹攝



記者 廖玥茹



編輯 周容萱