

## 經濟部智慧財產局

臺灣電視事業股份有限公司、中國電視事業股份有限公司、民間全民電視股份有限公司與中華電視股份有限公司等4家公司申請審議社團法人中華音樂著作權協會(MUST)「無線電視台(一)概括授權公開播送使用報酬率」案

### 意見交流會會議紀錄

一、時間：112年2月17日(星期五)下午2時

二、地點：經濟部智慧財產局19樓簡報室

三、主席：毛組長浩吉

紀錄：楊雅蘭

四、出席人員：詳如簽名冊

五、主席致詞：(略)

六、承辦單位報告：(略)

七、出席代表陳述及意見交流：

#### (一) 主席

有關MUST在審議期間公告新費率，已經在100年著審會作成決議，新公告費率會作為審議參考，並將被審議決定取代，針對這個問題，大家可以不用再討論。

#### (二) 申請人代理人林聖鈞律師

1. 現行 MUST 費率包含計算基礎及費率兩個部分，申請人皆申請予以變更。有關申請審議的標的，目前是以全年總收入減掉 A、B、C、D 四個項目為計算基礎，A 為廣告佣金、B 為租金收入、C 為權利金收入、D 為利息收入。我們希望將現行「全年總收入減掉 A、B、C、D 項目」這樣的計算方式，用財務報表裡的「廣告收入」來取代，在此予以澄清。目前以全年總收入扣除各個項目的計算方式，其中扣除的項目包括廣告佣金、權利金、租金、利息，這些項目其實與音樂利用無關，卻作為計算費率的部分，我們認為像

權利金、租金、利息，這些與音樂利用行為完全沒有關聯，所以在討論如何計算音樂使用報酬時，其實不需作為減項或作為討論項目。

2. 目前四家電視台都有冠名贊助或置入性行銷的收入。冠名或置入的收入在 109 年智慧局函釋提到<sup>1</sup>，依照法規也好，或函釋的內容來說，這些都不是廣告的行為，基本上與音樂利用沒有關係，所以這部分不應作為考量收入或使用報酬的因素。這個在實務上也一直有爭議存在。
3. 有關扣除項目中的廣告佣金，廣告佣金是四家電視台從事廣告行為的成本，不是電視台收益。現在的計算方法是從廣告收入扣除 15%作為廣告佣金。用 15%我們認為有問題。在 2001 年時廣告業的會議紀錄，請注意是 2001 年，也就是現行費率制定前十年，廣告業在討論廣告佣金到底該多少的時候，那時候的數字是 17.5%。2001 年時電視台家數少，所以四家電視台給廣告商的佣金比較少，但隨著媒體多元化、開放化後，電視台給廣告商的佣金越來越高，目前是 25%到 30%以上。所以目前 MUST 費率的廣告佣金只有 15%是不正確的，現行的基礎已經產生很大變化。
4. 以現行的 MUST 費率而言，也就是全年總收入減掉廣告佣金、權利金、租金、利息，這樣的算法並不適合，應該作調整。怎麼調整呢？四家無線電視台中有三台為公開發行公司，基本上早就根據 IFRS，也就是國際會計準則，來編制財務報表。財務報表也都有向公眾公開，可在公開觀測站看到，財務報表中有廣告收入這個很明確的選項。現在國內電視台財務報表中如何呈現「廣告收入」，是用全年的廣告收入減掉廣告商的廣告佣金，就是廣告收入。所以我們的主張是，不要再用全年總收入減掉一些與音樂利用無關的項目來作為計算的基準，而應回歸財務報表，因為財務報表具有真實性、明確性，且與公眾訊息保持一致。這個是第一個部分，有關計算費率的部

---

<sup>1</sup> 本局 109 年 6 月 5 日智著字第 10900028320 號：「.....按『贊助』及『置入性行銷』於 105 年 1 月 6 日修正公布之廣播電視法第 2 條第 8 款及第 9 款增列，立法理由為『為保障消費者收視聽權益，並兼顧媒體產業發展，對於實務上日趨廣泛運用之贊助及置入性行銷等廣告手法，予以適當開放並加以規範』，同法第 34 條之 3 第 1 項規定：『置入性行銷及揭露贊助者之時間，不計入廣告時間。』本條立法說明為『按置入性行銷及揭露贊助者訊息，係為因應媒體生態及市場需求等所為，應屬節目之一部分而與廣告有所區隔，明定為置入性行銷及揭露贊助者之時間，不列入廣告時間之計算，爰增訂第一項。』.....查前揭審議期間內貴會及申請人雙方並未就置入性行銷及冠名贊助收入有所討論，關於其是否屬於使用報酬費率之扣除項目，建議參考前開廣播電視法規定，與利用人協商，如有爭議建議於該項費率調整時納入使用報酬費率架構中明確定義，以杜歧異。」

分。

5. 第二個部分是費率的部分，希望現行的費率減半。減半的理由，依據其他公協會公布的廣告的量，無線電視四台廣告的市場，在 2011 年左右大約是 604 億的規模；到了 2021 年，整體市場規模，包括所有數位及非數位的廣告，整體市場規模到 807 億，但是無線電視在其中的占比，也就是在廣告這個大餅中的占比，越來越小。換算起來，在 2011 年無線電視台占比大約 8.1%，到了 2021 年所占的比例只有 3.1%。這是在廣告營收的部分，我們舉證有衰退現象。
6. 接下來用財務報表呈現。台視在 100 年、101 年左右財報上的廣告收入，對照 10 年後，109 年、110 年廣告收入只有 10 年前的 4 成，衰退了 6 成。還有中視跟華視，這些都是引用公開財務報表的數據。可見 10 年間申請人廣告收入有嚴重衰退的情況，所以即使採廣告收入，也希望費率可予以調降。
7. 現在自媒體、網路媒體興起，畫質要求增加，電視台投入的成本不斷增加，但在廣告衰退的情形下，所要投入的成本，如人事，仍然存在，我們的利潤其實是很低的。再舉一個例子，依 111 年國稅局的數據，廣告業、媒體業實際的利潤只有 17、18%，也就是 100 元的收入，只有 17 或 18 元才是所獲利得。所以媒體業的收益沒有像以前那麼好。MUST 制定本費率是早期比較輝煌的年代，現在整個衰退，所以請各位委員應考慮對費率作調整。

### (三) 主席

你們申請的文字是希望改成「廣告淨收入」，「廣告淨收入」跟「廣告收入」是不一樣的，到時候請再補充說明。電視台這邊所提供書面的資料將會納入審議參考。現在請 MUST 針對申請人的問題作一個回應。

### (四) MUST 法務暨授權部 崔玉琪 主任

1. 前言的部分，主要是讓大家回顧本件費率審議的歷史，最早在 91 年時就已經與申請人合意費率架構。也就是相同的費率架構，是雙方同意延續沿用超過 20 年以上，更遑論在 101 年就相同的費率經過審議，在審議過程中也

經過智慧局的審視。

2. 第一個議題，針對申請人提出變更費率架構提出本會的意見。承前言所述，這個費率架構是早在 20 幾年前經過雙方合意一直適用的結果，沒有什麼好再做變更。在 101 年費率審議智慧局的理由也可以證明說，這是雙方實行多年且達到一定共識的結果。此外，這個費率架構也經過主管機關的審核確認，所以不需要再變動。在同一份審議理由書中也有說明，智慧局認為維持原費率的基礎是最恰當的情況。況且相同的費率架構在 105 年 ARCO 的費率審議中，ARCO 也提出了甚至是三方都同意把 ARCO 原本的費率架構變更為現在的費率架構。所以現在這個費率架構是經過不只是 MUST 以外，其他幾個國內重大集管團體共同適用，且與申請人也共同適用的費率架構，因此更證明沒有需要去變更這個費率架構。更何況我們有看了下一場一樣的申請人對 ACMA 無線電視台費率審議的申請資料，他們卻沒有去爭議費率架構變更的部份。這會讓 MUST 不由得疑惑這個費率審議針對這個費率架構的意義，是不是有特別的目的，還是單純只是為了審議而提審議。
3. 接下來針對費率考量經濟成長因素攀升作說明，也回應剛剛申請人說新公告費率沒有提出說明的理由，其實這個就是新公告費率考量的理由。首先，費率應審酌國內經濟相關因素，這是智慧局所明定應該要參考的因素之一，在 101 年審議理由中智慧局有明確說明訂定費率應參考國內的經濟狀況，因此我們整理了幾項國內經濟相關因素提出數據的說明。第一個是經濟成長率，2021 年經濟成長率大約是 2011 年的 1.79 倍，假設以這個為基礎，計算出來的費率結果可以看到右邊的框框（音樂頻道 1.79%、一般商業頻道 0.90%、新聞體育頻道 0.27%）。第二個部分，我們參酌國內生產毛額跟 GDP，2021 年個人 GDP 大約是 2011 年的 8.39 倍，假設以這個為基準，算出來的費率就是右邊的框的部分（音樂頻道 8.39%、一般商業頻道 4.20%、新聞體育頻道 1.26%）。第三個部分，參考物價指數，2021 年的物價指數大約為 2011 年的 1.13 倍，也就是以此為基礎換算為費率的話，大約就是右邊的框框部分（音樂頻道 1.13%、一般商業頻道 0.57%、新聞體育頻道 0.17%）。這個圖是我們綜整了前面三個重大國內經濟相關因素，綜合平均後，大約的平均

費率就是最右邊的數字（音樂頻道 3.77%、一般商業頻道 1.89%、新聞體育頻道 0.57%）。也就是說，本件的費率在使用了 12 年以後，參考國內相關經濟因素，勢必應該要作相當的調整。

4. 針對議題一的第二項，也就是利用人支付使用報酬遠低於費率的部分。在說明之前，請各位看本件費率的架構，如同剛才所說的，費率基礎是以全年總收入作為基礎，再扣掉 15%廣告佣金、權利金收入、租金收入、利息收入等特定項目，如同申請人所言，這些項目與音樂利用無關，當然列為減項，沒有什麼問題。在這個部分，我們整理了近兩年來根據本件費率所計算的結果，與申請人自行計算的結果作一個對照。這個表格可以看出來，其中有一台我們沒辦法從公開資料找到相關的資訊；單就另三台來作計算，每年每台根據費率計算應該要給付的，跟申請人自行計算的結果，就已經差距到 110 萬到 230 萬之間，假設以這三台來統計，每年的差距大約多達到 5 百多萬。
5. 議題二的部分，第一，主要針對來函詢問本會去年大會公告的新費率，也就是 B 費率中刪除音樂頻道作一個說明。第一個原因是因為我們查閱了申請人相關歷史資料，其實這幾位申請人電視台從開台到現在都沒有音樂頻道的設立，所以無須適用這個音樂頻道。第二個部分，其實在協會之前回覆的函裡有提到，申請人中很多有名、且收視率很高的音樂性節目，都是放在商業頻道中播放，並沒有單獨拉出來在音樂頻道中播放，例如在台視主頻播放的森林之王、或是中視主頻播放的原子少年、民視的台灣那麼旺、華視主頻所播放的上帝台灣歌 2.0。這些音樂性節目都是在一般商業頻道播放。因為費率制度是一個簡化授權的制度，也易於適用，如果一定要另外訂一個音樂屬性的頻道的話，應定義音樂使用量應達到多少或怎麼樣才能適用音樂頻道，或者是以頻道的性質來作區分。但事實上一般而言我們會認為是音樂頻道的 MTV 台，他在 NCC 登記的項目卻是綜合電視台，假設以頻道屬性來劃分音樂頻道的話，有可能造成適用上的混淆。另外法規上也沒有規定集管團體一定要訂定相同的費率類型，所以我們就提出了刪除音樂頻道這個選項，是沒有任何影響的。

6. 討論議題二的部分，針對新公告費率，也就是 B 費率備註的說明。在此先提供各位智慧局對無線電視台於有線系統或是 MOD 上播放無線電視台的節目的認定標準。這個函釋(108 年 10 月 18 日智著字第 10800063630 號函<sup>2</sup>)清楚寫到有線電視台接收無線電視台播放節目的廣告再去播放的話，還是屬於公開播送，還是要取得著作財產權人的同意或授權。因此我們在 B 費率所公告的備註中，就適用的範圍，有針對上架有線電視台跟 MOD 作說明。在有線電視台的部分，是依據有線廣播電視法第 33 條第 1 項、第 2 項<sup>3</sup>不需要付費的部分。但是屬於必載而不需要付費的部分到底有哪些，其實沒有很明確，我們找了立法歷程的立法院紀錄說「數位化以前不用付費可以看到的，這些應該必載」，也就是說這些必載不用付費的頻道其實是有一定限制，而不是沒有限制的；另外 NCC 有資料顯示「一家無線電視台必載到有線電視不用付費的只限一個頻道」，也就是說各家無線電視台屬於必載不用付費的頻道只有一個，因此其他的頻道應該要回歸法律及智慧局的解釋付費取得授權。
7. 另外針對 MOD 必載的部分，其實 MOD 並不像有線電視的必載，有法規明確的規範不用付費，而是自行規範在自己的營業規章裡面。在中華電信的營業規章裡面清楚的寫到，這些無線電視台的營運商事實上是可以跟用戶收費。就我們所得知的相關訊息，確實 MOD 也有分潤給無線電視台。也就是說無線電視台不是依法必須必載於 MOD，而且他有分潤，但他卻不願意取得授權。我們這邊有整理無線電視台依照實際取得授權的狀況，從這個表上可以看到，本件申請人在 MOD 上是完全沒有取得授權的，在無線電視台裡

---

<sup>2</sup> 本局 108 年 10 月 18 日智著字第 10800063630 號函「.....無線電視電臺原播送固屬公開播送，有線電視系統接收無線電視電臺播送之節目或廣告後，再透過其系統對訂戶播送，亦屬本法所定之『公開播送』，一般稱為二次播送或再播送。故不論原播送或再播送之行為，如涉及到他人音樂、錄音及視聽著作，原則上均應分別取得著作財產權人之同意或授權。.....所詢無線電視電臺之副頻若欲透過有線電視系統播送，應由何者取得公開播送權一節，揆諸上開說明，除有本法第 44 條至第 65 條所定合理使用之情形或其他法律另有規定（如旨揭有線廣播電視法規定）外，無線電視電臺及有線電視系統均應分別就各自之利用行為（原播送、再播送）取得同意或授權。另參考目前我國著作權集體管理團體對衛星電視電臺公開播送之授權費率，係包含自衛星廣播電視節目供應事業提供節目及（或）廣告至家庭訂戶收視之全程各階段公開播送行為所生使用報酬之總和，均由衛星電視臺一併付費，併此敘明。」

<sup>3</sup> 有線廣播電視法第 33 條：「系統經營者應同時轉播依法設立無線電視電臺之節目及廣告，不得變更其形式、內容及頻道，並應列為基本頻道。但經中央主管機關許可者，得變更頻道。(第一項)系統經營者為前項轉播，免付費用，不構成侵害著作權。(第二項)」

面其他有部分電視台（公視主頻、客家電視）在 MOD 上有取得授權。換句話說，這表示這些無線電視台要在 MOD 上架時是應該要取得授權的，但卻沒有取得授權。第二個是說相同的利用行為，有些人付費取得授權，有些人卻不願取得授權，這其實是有違公平的原則。

（五）主席：

因為已經超過10分鐘的報告時間，請議題討論的時候再補充說明。現在進行議題討論。兩造的第一個爭點，到底是要用現行的全年總收入扣減項目這個長期以來大家適用的費率來收費，還是如申請人講的，用廣告淨收入的方式收費，是今天討論的重點。因為剛剛MUST提到，這個費率其實適用三家集管團體，費率架構都是一樣的，如果這邊作了調整，是不是其他集管團體也要作適度的調整，這個我們在未來審議時都會納入考量。請申請人再就今天要討論的議題作簡要說明。

（六）申請人代理人林聖鈞律師

剛剛有提到，廣告收入基本上，從財務報表的角度計算出來的部分就是廣告淨收入。因為目前國內上市公司都是導入 IFRS 原則，必須經過會計師去作財務報表的編列。目前四家電視台其中三家是公開發行公司，也是上市櫃公司，財務報表裡面都有廣告收入。廣告收入的定義很明確，在財務報表裡面的定義，就是廣告收入等於全年的廣告收入減掉廣告商佣金的結果。既然在財務報表呈現，原則上在編制財務報表的過程中，相信會計師都會看憑證，你的廣告收入是多少？你的廣告佣金是多少？扣除之後再呈現在財務報表。所以如果要認為使用音樂對電視台所帶來的廣告收益，或是電視台廣告收益能夠反映出使用音樂所帶來的好處，財務報表上很明確就有廣告收入這四個字，廣告收入多少就可以來認定，大家就不會有爭議。剛剛有聽到 MUST 說這是多年合意的架構，其實我們提出審議就是因為這幾年我們認為不再是一個合意的架構，因為時空環境的變化，廣告的收入有變化。還有仔細看過去的費率，當年 MUST 制定費率時，是用全年總收入再去

減掉很多跟音樂利用無關的項目，何必這麼麻煩，直接回到財務報表一次就可以解決，也符合公眾資訊，也符合真實，也具備明確性。所以希望各位委員可以審酌，如果直接用廣告收入或廣告淨收入，是來自於財務報表，較直接明確。

(七) 主席

意思是以廣告淨收入的一定比例作為費率基準？其他都不列？還是說廣告淨收入還要去減廣告佣金、減權利金收入、減租金收入、減利息收入、減置入性行銷收入、減冠名贊助收入？

(八) 申請人代理人林聖鈞律師

就是以廣告淨收入乘以一定比例作為計算基礎。

(九) 主席

你們有沒有去算過，如果用廣告淨收入換算的結果，未來要支付的費用跟以前支付的費用相比大概會差多少？

(十) 申請人代理人林聖鈞律師

台視、中視、華視這三家在這幾年有財報可作為參考，將來如果用廣告收入來計算，是不會有影響的。事實上我們目前也是有參考財報來作為計算基礎。

(十一) 主席

我的意思有沒有計算出差額，到底廣告淨收入的比例是多少？是廣告淨收入的1%？還是幾%？

(十二) 申請人代理人林聖鈞律師

跟到場委員報告，廣告淨收入這個的數字我們希望直接參考財務報表中的

「廣告收入」這個數字。

(十三) 主席

那比例呢？

(十四) 申請人代理人林聖鈞律師

比例就是看費率，我們希望是從費率反映出來。

(十五) 主席

那就是廣告淨收入，如果是屬於一般商業頻道的話就是0.25%、新聞跟體育頻道就是廣告淨收入的0.075%？

(十六) 申請人代理人林聖鈞律師

對。

(十七) 主席

如果是這樣的話，有沒有去計算這樣的計算結果跟現行支付的差異多少？

(十八) 申請人代理人林聖鈞律師

差異的話，目前申請人有四家，有三家沒有差異，有一家會有大約5%的差異。

(十九) 主席

請申請人針對議題的部分繼續說明。

(二十) 申請人代理人林聖鈞律師

MUST有提到說經濟目前有成長，消費者指數也有上升，因此要推升他的收費。但事實上我剛剛也有針對這個部分的整體環境舉出數字及實際的證據，

經濟成長率也好，或是消費者指數上升，事實上整體的廣告收入並沒有成長，是在往下降，所以並沒有受到經濟成長或消費者物價指數的影響，這部分跟委員作補充。

#### (二十一) 主席

事實上電視廣告的營收下降這個有公開資料可查詢，數位媒體的廣告一直在成長，但是電視廣告則一直下降。針對申請人的說明，MUST對相關議題的部分有無要再補充？

#### (二十二) MUST法務暨授權部崔玉琪主任

1. 所謂的音樂使用，基本上有使用就應該付費，這是很基本的觀念。就像是今天租一個房子開店，不能說營收不好租金就不肯付，這是相同的概念。只要有使用音樂，基本上就要付費，而不是只看營收，甚至更把它下降為只看營收裡面的某一個很小的項目。這個部分我們提出一個相關說明，這個報表是申請人提供給協會的使用清單，在這個使用清單裡面就可以看到，不只是一般的節目、一般戲劇的片頭片尾有使用音樂，在廣告裡面、在新聞裡面都有使用到協會的音樂，這些使用理論上都應該要付費、要取得授權，而不能單純只說，你今天的收入就只限於廣告收入。
2. 此外，我們要強調的一點是，音樂不只單單促進廣告收入，其實對整個頻道都有收益，例如金鐘獎是就戲劇、節目一個很專業的獎項，假設音樂這麼不重要的話，那為什麼到現在都還有一個主題歌曲獎。這邊我舉一個很實際的例子，就是俗女養成記的例子。華視在官網上有介紹俗女養成記，蟬聯了十週的收視冠軍，是2021年的台劇的收視冠軍。在中視官網特別強調說，置入性行銷是他一個重要的收入來源，收視率越高，置入性行銷所放的就越多。換言之，我們可以下一個結論，音樂增加了戲劇或節目的效果，節目增加收視，收視帶動整體電視台的頻道收入，當然還有很多例子，這邊就不贅述。
3. 另外針對費率架構，如同我們前面所說的，是經過智慧局專業的審定，有

它一定的公平性；適用了這麼多年以後，也有一定的可適用度。另外申請人提到的公開資訊的部分，我們有提供相關數據說明，如果依照本件費率計算出來的結果跟利用人自己提供的資訊所計算出來的結果，差距的金額非常大。申請人說他覺得差異不大，那請問他說的差異不大是指跟他自行計算結果去比較？還是以費率去計算所得出的結果作比較？這應該是一個很重要須釐清的問題。再來財報的部分，我們依照財報的資料，依本件費率計算的結果就是差距這麼大，請問這些反差的部分到底是要如何去計算？

### (二十三) 主席

請教兩造，第一個，針對刪除音樂頻道這個部分，申請人有無意見？第二個，申請人希望用廣告淨收入作為費率計算的基礎，MUST是反對的，認為說這項費率已經沿用了多年，大家在費率基礎上都有共識，所以不應該輕易作調整，這個部分利用人有無其他意見？

### (二十四) 申請人代理人林聖鈞律師

針對B費率的部分，大家可能有發現我沒有對B費率特別陳述什麼。主要是如同主席提到的，審議A費率的結果，原則上會按照A費率的審議結果去實施，不管A費率的審議結果如何。所以在提出A費率審議過程中間，相對方提出了B費率，這個部分，我認為審議還是應該要先看A費率的審議結果是如何，所以我們認為B費率理論上不適合作為現在討論或審議的一個範圍。簡單講，B費率雖然有刪除頻道，但是又另外增加其他使用報酬項目，這當然還是必須要去作了解，基本上我們認為那個部分也不是非常恰當，所以我們希望本案目前來講還是先聚焦在A費率的部分。

### (二十五) 主席

針對MUST提出的B費率的「費率」增加了2倍，你們是表示不同意？

(二十六) 申請人代理人林聖鈞律師

當然是不同意。

(二十七) 主席

那針對刪除音樂頻道的部分呢？四台有沒有音樂頻道？

(二十八) 申請人代理人林聖鈞律師

沒有，都沒有，所以有刪沒刪實質上意義不大。

(二十九) 金世朋委員

1. 雙方的聚焦點有點偏了。申請人的主要要點，一個是計算基礎的改變，一個是費率的調降。計算基礎，是以全年總收入減掉廣告佣金、租金、權利金、利息，減掉的項目就是與利用音樂無關的，它的精神在這邊。只不過原來的計算基礎裡，廣告佣金減的為什麼是 15%？邏輯上按照實際發生數就好，可能低於 15%，也可能高於 15%，發生多少就課多少，這就是申請人剛剛講的廣告淨收入的概念，是把廣告收入減掉佣金，就是你的收入，應該是這樣才對。
2. 另外申請人說以廣告收入來看，可是我看三台的報表，像專案收入、節目銷售收入還有其他營業收入，其他營業收入大概就是利息收入、租金收入等等。這些收入裡面，是不是完全與音樂沒有關係？假如完全與音樂沒有關係，那就如同像租金那樣扣掉收入 OK；假如有關係的話，就不能純粹以廣告收入來看，這個是必須要釐清的。申請人現在僅限於廣告收入，我想 MUST 認為不合理就在這邊，因為申請人的其他收入是不是與音樂無關，這點是我比較質疑的。
3. 至於費率的降低，我個人目前是沒有看法。當然，因為廣告收入減少，成本並沒有減少，因此站在利潤的角度去看，會希望支付利用音樂的成本降低，這樣利潤就可以維持。但站在 MUST 的立場，我想他講的也有道理，你

利用我的音樂，是你的成本，租房子你生意不好就不付房租，這不通的，所以就要釐清多少成本才合理。如果說是節約成本的話，那就是如何在節目運作的時候少用音樂，但因為你付的權利金是概括型的，不是計次的，所以要 cost down 也困難。

4. 在整個費率的計算裡面，我認為計算的基礎要把它調整一下，因為原來的計算基礎的精神，是按照有利用音樂而產生的收入才來算。現在報表裡面，專案收入、影音收入、其他收入是不是與音樂無關，無關那當然就要扣掉，就純粹以廣告收入是 ok 的，所以這點必須要釐清，否則兩邊沒有交集。

### (三十) 李瑞斌委員

1. 首先我要先點一個問題，除了 RPAT 之外，其他幾個集管團體跟無線電視台費率的計算方式跟基礎，基本上是一樣的，這個也是經歷過幾次審議之後，我們有意的朝向讓集管團體的計算方式都一樣，唯一的差別只是數字，就是那個百分比而已。所以今天四家無線台單獨針對 MUST 作這樣一個審議申請，其實要思考的不會只是 MUST，勢必另外三個集管團體無線電視台的計費方式是不是也會改變，我想這個也是智慧局必須去思考的，它的一致性。
2. 第二點，我呼應剛剛金委員的意見，基本上電視台使用音樂是一個成本概念，你使用的音樂成本跟你的營收與廣告收入其實是不相干的。利用人的說明一直在強調音樂並沒有對他的廣告收益有所助益、有所增加，這個邏輯其實我沒辦法接受，因為那個就是你的成本，像你的水費、電費、音樂器材，這是必然的。所以如果要把廣告收入跟使用音樂當成一個某種程度連結的因果關係，我覺得說服力是不夠的。
3. 第三點，我比較關心的就是置入跟冠名。置入性行銷與冠名贊助，在一般人的看法裡頭，包括我個人，其實認為那也是某種程度的廣告，廠商的廣告置入或冠名到你的節目裡頭。可是我看到申請人的意見是置入跟冠名是要排除的，我不知道在整個的上市櫃公司的財報裡頭，廣告收入的項下，包不包括所謂的置入或冠名？我的理解是沒有，如果是這樣子的話，是不是實際上置入性行銷跟冠名贊助不應該被刪除，雖然它不叫廣告，所以回

到現有的總收入，其實會比較能接受。如果置入跟冠名不在廣告的項目下，那我沒辦法同意把置入跟冠名拿掉；且目前很多高收視率的節目，有置入跟冠名的節目，使用音樂的量都不少，也就是電視台置入性行銷或有廠商冠名的節目還是有在使用音樂，所以如果依照申請人的邏輯說跟音樂的相關性不大的要扣除，那置入性行銷跟冠名贊助使用的音樂量蠻多的，為什麼它要扣除，這個是我不理解的地方。

### (三十一) 賴文智委員

1. 我覺得這個問題蠻大的。一個是，其實無線電視台的收入結構跟營業模式已經跟十幾年前不一樣，這個是我們需要重視的。雖然我們不討論 B 費率的問題，但是我看 B 費率的備註，我猜 MUST 是要處理一件事情，就是無線電視台把他的主頻或者是其他的副頻，除了必載的部分之外，上架到 MOD 或者是副頻上架到有線電視，額外的要求他們要另外比照衛星頻道或是 MOD 的規定去付費，我個人覺得這個太複雜了。
2. 以前無線電視台除了必載之外，幾乎不會再授權給別人做節目的播放，所以當年無線電視台的費率是用總收入來處理，是因為無線電視台全部的公開播送只要付一次錢就好了，行為很單純。可是現在無線電視台的收入結構都已經改變了，既然收入結構已改變，我不覺得現在計費的標準一定不能改變。只是如果 MUST 認為不同利用的行為要支付不同的費用，就不應該用原來全部收入減掉跟音樂無關的項目作為計算基礎，因為這樣一定會有部分收入會被重複計費。
3. 所以我認為其實應該要先釐清我們在處理的費率，是要一次的把無線電視台所涉及公開播送行為一次搞定？還是無線電視台應該依據不同的公開播送利用行為逐一的去付錢？兩個模式會不太一樣。要先弄清楚今天在處理的是什麼樣利用行為的費率？大的原則是如果要作為費率的計算基礎，都應該要跟音樂利用行為是有關係的才可以。一種方式是說，只要是無線電視台公開播送的利用行為，包括授權到 MOD 公開播送、授權到有線電視副頻的部分，我們一併幫他處理掉；另一個方式就是剝離處理，把不單純的

部分剝離出來。MÜST 的 B 費率其實是剝離處理的，意思是 MÜST 都想收錢，如果 MÜST 都想收錢的話，那費率的計算基礎就不能用全部收入。因此討論的前提，就是計算的基礎要不要改變。如果是照 MÜST 的想法，合乎邏輯的話，他應該要主張要改變才對，只是怎麼變而已。

4. 接下來另外一個問題是針對 MÜST。按照一定的比例去作計算的，包括用營收的比例去作計算，其實經濟成長率、GDP、物價指數都跟那個沒有關係，就是說你不要拿經濟成長率、GDP、物價指數，跟我說因為它漲了 2 倍所以你的費率也要漲 2 倍。因為你所據以計算的，不管是全部的收入還是廣告的收入，它可能都已經受到經濟成長的影響、GDP 的成長、物價指數的影響，所以其實如果你是照那一類的比例的話，邏輯上是講不過去的，我是希望 MÜST 要提高要講合理性，這個絕對不是合理的。
5. 第三個我還是希望說，大家直接把數字攤開來看。我覺得權利金理論上不應該是秘密才對，譬如說，無線台說都是公開的，那理論上應該都算得出來。請大家把實際支付的費率直接攤出來看，實際付給 MÜST 的錢是增加還是減少。我認為我們要把支付給 MÜST，尤其是公開播送的這個權利金是當作成本來計算，那個是你經營的時候必須要支付的成本。如果照我們原先的費率，其實營收如果是下降，那支付的權利金應該也是會下降，這個時候沒有什麼不合理的，我們不會說公司什麼漲了吃掉你其他利潤就說權利金是可以降的。因為我們權利金沒漲，相較於其他成本都漲，你應該要感謝權利金沒有漲，怎麼會說因為它吃掉你的利潤，所以你今天要把權利金降下來，我們要把它當作成本的概念來看。但是因為費率審議的需求，我是希望大家直接把數字提出來，實際上到底各台支付給 MÜST 針對公開播送的權利金，這十幾年來有什麼變化。可以不要給我具體的數字，就跟我講變化就可以了，譬如說，如果以 99 年為基礎的話，每年上升還是下降。如果不想給精確的數字，那我還是要看到波動的變化，因為我覺得這次的審議會是一個很大的議題，我會希望有機會整個重新思考，但是我需要精確的資料，而不是大家的假設資料。

### (三十二) 李念和委員

1. 我剛剛聽到利用人林律師提到一點，我其實是表示質疑的。他提到以全年總收入計算或是以廣告淨收入計算，有三家電視台是沒差別的，有一家相差5%。我不知道我們現在這麼多人在這邊討論是為了這5%嗎？更何況我們其實在審議上是以使用報酬率為主，所以如果說三家是完全沒有改變的、一家差5%，那事實上是否運用全年總收入或是用廣告淨收入來計算，其實對費率來講，不是正相關聯的事情。所以像賴律師剛才講，應該要把這個部分說明清楚，不然我們為了其中一台的5%在這邊講這個事情，我覺得是消耗大家的時間。
2. 第二個提供大家作參考，我們現在講的是概括授權，是指在這個時間點裡面可以利用集管團體所管理的這些音樂內容。剛剛其實從相互的報告裡面，大家對音樂的利用上有極大的誤解。事實上在公開播送的項目裡面，以 MUST 這個作者的收益來說，通常排名在前面收益的作者，都不是大家認為知名的歌曲創作者，而是配樂、純音樂演奏的創作人，事實上在它分配的基礎上面，這些人在公開播送裡面有非常龐大使用率。如果我們換到現在平台上的使用來說，其實不是歌唱節目或音樂性節目，才是公開播送裡面音樂利用的大宗。所以事實上概括授權是跟節目運用的內容有關係，直接把它跟廣告作連結，其實非常牽強。如果說跨年晚會裡一個很紅的歌，在瞬間收視率爆紅，這個作者收到的公開播送的收益，也不會因為這樣而提高，所以這個基本上來講是沒有正相關聯的。

### (三十三) 章忠信委員

1. 剛才談到說，這個到底是水電費，還是什麼費？我有觀察到廣告收入降低，那廣告收入為什麼會降低？我在想，可能跟水電費就沒有關係了。也就是說，廣告收入會降低是因為廣告主他在思考到底誰會接觸到我的廣告，所以當無線電視台他的收聽者、收視者越來越少的時候，廣告就沒有理由在這裡放多，而是會越來越少。如果是這樣的話，那麼看起來就不是水電費

的問題，而是到底有多少人會聽到無線電視台所提供的節目裡面的音樂，而這個音樂是由 MUST 所管理的音樂。我想在邏輯上是這樣。

2. 當然我也很好奇，今天討論的是公開播送這個使用報酬率，那這是什麼意思？是指傳統的廣播電視呢？還是我們無線電視台的節目也放到網路上？是單向的還是互動式的？因為我也關切到，在 B 費率新增的備註欄，僅限於無線電視台，該無線電視台上架至有線系統業者之 MOD 之主頻，這個部分 MUST 是不是要說明一下是什麼意思？是無線電視台的無線電視節目，那有沒有包括透過網路？因為我們現在說互動式的是公開傳輸，那顯然就不在這裡囉？是不是也包括網路的單向式的傳輸？這個也希望它放在公開播送的費率裡面？所以這個部分，雙方應該釐清一下，我想這個部分是一個非常重要的關鍵。就是說，接觸節目、節目裡面有音樂的這些觀眾或聽眾，他是會改變的，它到底是原來的公開播送？還是已經到網路上面去？我們今天討論這個費率，時間不會有差別，因為就是 24 小時，可是如果人數有移轉的時候，那這個費率是顯然是要調整的。所以我總覺得這裡不是水電費的問題，而是到底多少人在收聽這個節目，而節目裡面有 MUST 的音樂。

(三十四) 詹文旭委員：

1. 呼應剛才律師提到的問題，就是整個電視台的收入結構已經產生變化，尤其像 NCC 現在主管的電信事業。很多電信事業像台灣大哥大，會認為他收入很多已經是 MOMO 那邊來的，所以像前幾天台灣大哥大跟台灣之星的合併案，他們的股權、股價的比，他就會去主張說這是不一樣。整個電視台的收入結構，是不是如剛才提到的轉向商城或是怎麼樣？會不會影響到利用人建議的費率？這個也是可以考慮的。
2. 至於置入性行銷及冠名贊助是不是應該納入基準，這一部分在申請人提出來的報表裡面，這兩項是列在廣告收入嗎？還是列在其他收入呢？究竟是列在哪一項？
3. 另外全年總收入改為廣告淨收入，這邊是不是剛才講的，音樂性的節目如果是冠名贊助，是不是應該列為計算基礎？或者是這裡講的廣告淨收入，

只講的是廣告裡面的音樂利用，裡面不含音樂的部分就不列入？這是屬於事實基礎的問題。

(三十五) 張志嵩委員

1. 現行費率計算基準是否因廣告收入減少、數位廣播的興起而有顯失公平情事？利用人營收下降非屬顯失公平情事。
2. 各頻道的費率各均調降 50% (分別為 0.5%、0.25%、0.075%)，理由何在？計算基準為何？

(三十六) 主席

今天的意見交流會，委員有點出非常多問題，包括成本的計算、整個費率架構的調整、備註等等。我想委員提的意見都非常具有參考價值，將來在審議委員會的時候，委員還是會針對這些問題來作費率處理。所以請雙方會後針對今天委員的問題再提供相關理由給智慧局，作為未來進一步審議的參考。

八、散會：下午3時30分