

107-109 年
重點產業人才供需調查及推估結果
摘錄

電視內容產業

辦理機關：文化部影視及流行音樂產業局

一、產業調查範疇

依行政院主計總處 105 年第 10 次修訂「行業標準分類」，電視內容產業屬行業標準分類中的「影片及電視節目製作業」(5911)、「影片及電視節目發行業」(5913)、「電視節目編排及傳播業」(6020)、「有線電信業」(6101)、「無線電信業」(6102)、「其他電信業」(6109)。本次調查範疇包括電視節目製作、線上影片及節目製作、電視節目發行、電視頻道、電視平臺及線上影片播送等，分述如下。

- (一) 電視節目製作：屬「影片及電視節目製作業」(5911)，定義為從事電影、電視節目、廣告影片等製作之行業。
- (二) 線上影片及節目製作：屬「影片及電視節目製作業」(5911)。
- (三) 電視節目發行：屬「影片及電視節目發行業」(5913)，定義為從事電影、電視節目及其他影片之發行權取得，並發行電影片及光碟影片等之行業；取得影片版權並授權他人發行，或從事影片版權買賣亦歸入本類。
- (四) 電視頻道：屬「電視節目編排及傳播業」(6020)，定義為從事電視頻道節目編排並透過公共電波或第三者（電信業者）傳播影像及聲音，供公眾收視之行業。電視頻道節目可採外購影片或自製影片（如地方新聞、現場報導）之方式取得；從事取得完整電視頻道節目並授權他人播送亦歸入本類。
- (五) 電視平臺：屬「有線電信業」(6101)，定義為從事以有線電發送、傳輸或接收符號、信號、文字、影像、聲音及其他有線電信相關服務之行業；透過提供有線電信傳輸服務，將電視頻道節目有系統地整合並傳送至收視戶亦歸入本類；亦屬「無線電信業」(6102)：從事以無線電發送、傳輸或接收符號、信號、文字、影像、聲音及其他無線電信相關服務之行業。
- (六) 線上影片播送：屬「其他電信業」(6109)，定義從事 6101 及 6102 細類以外電信相關服務之行業。

二、產業發展趨勢

(一) 內容發展端

電視劇題材類型有不同的嘗試，網路劇的質量也提升，但綜藝綜合節目面臨供需失衡的問題；內容發展將逐漸朝向分眾化發展。

(二) 播映 / 平臺端

內容播映管道之聯播、跟播現象愈來愈多；整體重視即時性及互動性；各平臺雖都會進行數據分析，但跨平臺之間的數據整合與應用尚待突破。

(三) 人才面

除因產業環境困境導致人才投入意願較低，產業轉型過程也因人才培育方向不夠多元，而遭遇人才斷鏈。

(四) 國內市場

原有的產業變現機制失靈，內容業者營運困難，價值鏈的改變也衝擊商業模式，未來將朝向跨產業鏈的商業模式，尋求創新突破的機會。

(五) 海外市場

海外市場影響力下滑，既有市場有限，需拓展其他新市場。同時也可能透過跨國合資合製，尋求新的資源挹注。

(六) 消費端

觀眾的分眾化更加明確，新舊媒體之間非競爭取代關係。

三、人才量化供需推估

由於電視內容類型相當多元，包含電視劇、綜藝綜合、新聞、紀錄片、兒少...等，其對應所需人才不盡相同，本次仍以當前最具海外市場發展性，以及影視政策著力重點的「電視劇專業人才」為主要推估標的，且為更貼近整體產業人力投入狀況，本次亦納入「綜藝綜合節目專業人才」近三年資料進行相關研析。

以下提供 107-109 年電視內容產業中，有關「電視劇專業人才」新增供給、新增需求推估結果，惟推估結果僅提供未來勞動市場供需之可能趨勢，並非決定性數據，爰於引用數據做為政策規劃參考時，應審慎使用；詳細的推估假設與方法，請參閱報告書。

依推估結果，每年平均新增需求為 820~1002 人、每年平均新增供給為 781 人，整體而言，電視劇製作人才供需尚屬均衡，無明顯人力缺口存在，惟產業普遍認為「製作相關人才」、「企劃」及「編劇」皆有供不應求的現象，同時「國內、外行銷」之人才也較為缺乏；此外，對於「跨界企製人才」、「跨平臺數據分析」、「新科技技術應用專業人才」等因應新媒體環境發展的職缺仍亦有較大

的缺口。探究其主要供不應求之原因，不僅來自於中國大陸因素，使既有產業資深人力不斷流失，而新進人員遞補除了數量問題外，尚存在素質上的斷層，另一方面，由於新媒體時代使內容產製模式及需求產生變化，相關人才類型也隨之改變，如因應網路媒體發展所產生的職務，包含製作端及行銷端(如網路社群經營、國內外行銷)，惟目前我國影視產業人才培育體系之內涵仍不夠多元，其中包含整體產業缺乏法律、財務、外語專業人才，專業支援能力不足，連結其他產業資源之架接能力亦有限，而在傳統媒體產業的思維下，新興人力亦難進入產業。

單位：人

景氣情勢	107年		108年		109年	
	新增需求	新增供給	新增需求	新增供給	新增需求	新增供給
樂觀	976	737	1,002	809	1,029	797
持平	887		911		935	
保守	798		820		842	

註：持平=依據人均產值計算；樂觀=持平推估人數*1.1；保守=持平推估人數*0.9。

資料來源：文化部影視局(2017)。「影視內容專業人力供需概況-第一部分、電視內容專業人力供需概況」。

四、欠缺職務之人才質性需求調查

以下摘述電視內容產業人才質性需求調查結果，詳細之各職務人才需求條件彙總如下表。

- (一) 電視內容產業所欠缺之「電視戲劇專業人才」類型包括：電視戲劇海外行銷人員、電視戲劇編劇人員、電視節目及戲劇製作企劃人員、節目內容製作人員、跨平臺收視數據分析人員等 5 類人才。
- (二) 在學歷要求方面，各職務均需大專學歷；在科系背景方面，除「電視節目及戲劇製作企劃人員」及「跨平臺收視數據分析人員」不限科系外，一般以「新聞學及傳播相關」學類為主，其中「電視戲劇編劇人員」及「節目內容製作人員」亦可為「視聽技術及媒體製作」學類背景，此外，由於編劇人員工作內容以劇本之編撰為主，因此可具「本國語文學」學類背景，而「電視戲劇海外行銷人員」則可具商業及管理相關學歷。
- (三) 在工作年資要求方面，各職務均需有 2-5 年工作經驗，整體而言，業者對人才之年資要求平均在 3 年左右；另除了年資之外，部份業者的考量重點在於實際執行經驗，例如曾經完成的案件量。
- (四) 在招募難易度上，「電視戲劇編劇人員」及「跨平臺收視數據分析人員」之招募較為困難，尤其在於具素質之人員，而對應於年資需求，目前能投入產業的人力多半年資較輕，因此就招募難易度而言，其餘 3 項職務於數量上並無

招募困難，惟亦面臨素質問題；另除「電視戲劇海外行銷人員」因其工作性質具海外攬才需求，其餘 4 項職務尚無海外攬才需求。

所欠缺之人才職類	人才需求條件				招募難易	海外攬才需求	職能基準級別
	工作內容簡述	基本學歷/學類(代碼)	能力需求	工作年資			
電視戲劇海外行銷人員	電視戲劇之國內/海外/新媒體平臺之版權販售，以及跨平臺媒體整合行銷能力。	大專/ 大眾傳播細學類(03211) 電子媒體細學類(03213) 傳播細學類(03214) 行銷及廣告細學類(04143) 一般商業細學類(04191)	1. 外語能力 2. 流行文化及趨勢掌握能力 3. 數位匯流媒體市場掌握、獲利模式估算能力	2-5年	普通	有	2
電視戲劇編劇人員	電視戲劇之劇本編撰	大專/ 大眾傳播細學類(03211) 電子媒體細學類(03213) 傳播細學類(03214) 視覺藝術細學類(02111) 表演藝術細學類(02152) 臺灣語文細學類(02321) 中國語文細學類(02322) 華語文細學類(02323)	1. 劇本寫作 2. 創意構想與實踐	2-5年	難	無	--
電視節目及戲劇製作企劃人員	電視節目創意構想及執行、戲劇節目製作，以及跨平臺多元媒體製作整合能力。	大專/ 不限	1. 創意構想與實踐 2. 流行文化及趨勢掌握能力 3. 數位匯流媒體市場掌握、版權估價及議價能力	2-5年	普通	無	--
節目內容製作人員	電視節目及多元媒體內容製作與技術執行能力	大專/ 大眾傳播細學類(03211) 電子媒體細學類(03213) 傳播細學類(03214) 視覺藝術細學類(02111) 視覺傳達設計細學類(02112)	1. 創意構想與實踐 2. 專業製作技術	2-5年	普通	無	--
跨平臺收視數據分析人員	跨平臺多元媒體之消費數據分析與解讀	大專/ 不限	1. 數據分析與解讀能力 2. 了解新舊媒體之不同平臺性質與收視行為特性	2-5年	難	無	--

註：(1)上表代碼依據教育部 106 年第 5 次修訂「學科標準分類」填列。

(2)本表基本學歷分為高中以下、大專、碩士以上；工作年資分為無經驗、2 年以下、2-5 年、5 年以上。

(3)職能基準級別依據勞動部勞動力發展署 iCAP 平台，填寫已完成職能基準訂定之職類基準級別，俾了解人才能力需求層級。「--」表示其職類尚未訂定職能基準或已訂定職能基準但尚未研析其級別。

資料來源：文化部影視局。

五、調查結果政策意涵

以下為業管機關就其調查結果，所綜整出的人才問題及其相關因應對策。

人才議題	因應對策
製作人才轉往大陸發展，相關科系人才投入意願	目前我國電視內容產業面臨數位化後頻道及播送平臺快速增加，稀釋廣告收益而導致外來節目入侵，同時亦顯現我國電視內容產業新媒體人才不足之現況；其次，缺乏大量及穩定的資金提高本國節目之產能及品質，間接導致產業人才受中國大陸優渥薪資及工作機會吸引出走，國內電視節目產製人才萎縮，呈現短缺狀態。未來因應策略將朝提升節目質量及厚植人才規劃，具體規劃如下： 1. 推動「投補雙軌制」，優化產業環境，強化我國原創內容競爭力；

人才議題	因應對策
低·面臨人才斷層	<p>(1) 文化部影視局各項電視內容補助措施已由過往單軌的「獎補助」轉型為「投資/補助雙軌制」，補助案一方面鼓勵內容創作者以自身文化土壤為基底，創新題材及劇種，強化本國節目之文化內涵及內容力；另一方面將具市場性及海外行銷潛力之補助案轉介媒合民間資金投資，藉引入雄厚民間資金，提升電視內容製作規格及市場競爭力，打造臺灣文化品牌，拓展國際市場並順利轉型。</p> <p>(2) 鼓勵節目產製及創新：持續補助產製多元、創新題材類型之連續劇、電視電影、綜藝節目及兒童節目之製作；除鼓勵開發原創劇本外，並鼓勵改編我國原創出版作品(如漫畫、文學等)，以延展原創作品之附加價值。另因應國際影集及新媒體平臺內容長度趨勢，調降長度並鬆綁播出平台限制；此外，並鼓勵製作口述影像版及研創節目模式(format)，以提升產製能量、國際輸出競爭力以型塑我國電視內容品牌。</p> <p>(3) 扶植電視產業產製升級，積極拓展國際市場：因應國際影視市場之製作趨勢，107 年度另推動「超高畫質電視節目」及「新媒體跨平臺創意影音節目」製作補助案，因應影音內容銷售平臺多元及閱聽眾收看行為改變，以輔導產業產製原創、優質且具差異化之內容，並鼓勵節目跨平臺國際合製與國際銷售。</p> <p>(4) 持續透過監輔平臺，與國家通訊傳播委員會就監理法令溝通，健全產業環境。</p> <p>2. 藉由產官學界協力合作，培植產業新興人力，革新從業人員企製思維，彌補人才斷層：</p> <p>(1) 強化產學合作、導入國際經驗，厚植產業人才：採「補助及採購雙軌制」，持續補助產業辦訓，導入國際經驗，提升從業人員國際視野，革新企製與行銷思維，強化專業技能。同時推動學校與產業合作辦訓，藉由業師指導及實務研習縮短學用落差並培植基礎人力，厚實基礎人力，並透過媒合機制為產業注入新血；在中高階人才培育面，則經由洽聘國際級師資導入國際趨勢與新興技術，強化人才源端對新媒體、多元載具、電子商務及營銷之專業知能與應用，接軌國際。</p> <p>(2) 持續辦理「電視節目劇本創作獎」，挖掘故事題材及編劇人才，並辦理作品媒合，協助編劇人才投入產業；另辦理「電視劇本開發補助」，鼓勵「電視節目製作業」將「電視節目劇本創作獎」入圍或得獎作品進行完整開發、開發符合國際市場需求之原創劇本、及改編我國優秀文學、小說及漫畫為實拍劇本，藉此開發多元劇種，並培育專業編劇人才，擴大影視節目製作及銷售能量。</p> <p>(3) 另透過各類電視節目製作補助要點，鼓勵獲補助者於節目製播期間進用學生實習跟拍及演出機會，以提高影視科系學生畢業後投入電視產業之意願及能力。</p> <p>3. 吸引國外影視業者來臺拍攝或投資合作：鼓勵國際戲劇節目導演及製作業者來臺取景拍攝，促成國內製作業接案協拍以及電視人才與技術交流，持續辦理「國外影視製作業在我國製作影視內容補助」。</p>

資料來源：文化部影視局。