

104 年度電視內容專業人力供需調查及推估成果 報告書

第一部分、電視內容專業人力供需概況

由於電視產業鏈跨足創作生產、發行行銷、播送平台等，所需人才類型相當複雜，本研究鎖定「電視內容專業人才」進行研析，且因影視內容的類型仍相當廣泛多元，包含電視劇、綜藝、新聞、紀錄片…等，所需的人才亦不盡相同，因此本研究之電視內容專業人才以當前最具海外市場發展性及影視政策著力重點之「電視劇專業人才」為主要探討標的。

1. 量化需求

在人才需求量化分析調查方面，考量在製作電視劇方面，往往以獨立契約方式招募演員、導演、編劇人才等製作團隊，節目拍攝完成製作團隊即解散。待下一個拍攝計畫執行時，再重新招募製作團隊，而非以編制內固定人員從事不同影片的拍攝。因此，對專業人才需求的調查透過地中海區域計畫法以及演職人員表盤點為主。

■ 地中海區域計畫法—利用產製節目數量的目標成長率，配合產業人力投入趨勢，推算勞動需求。

■ 演職人員表盤點—透過電視節目演職人員表的盤點，估算產製節目所需之編制人員與契約人員投入數量，配合地中海區域計畫法，推算勞動需求。

本局委託財團法人台灣經濟研究院連續四年執行《影視廣播產業趨勢研究》(以下稱本研究)，針對每年我國電視劇節目進行電視劇演職人員表盤點，了解過去每部電視劇使用之總人力及各類職務人力，並計算產製一部電視劇平均人力投入數量。再根據本局所設定的電視產業成長狀況，推估未來3年電視劇節目產量，求得製作電視劇的投入人次。

2. 電視戲劇內容專業人力

根據本研究盤點，下表中「C」的數值逐年升高，可能顯示電視劇呈現出產業人力專業分工的趨勢，或是產量增加時，同一名演職人員無法同時參與多部電視劇的製作，使 C 值增加。雖在此成長趨勢下，由於根據訪談，我國電視產業目前在中國大陸磁吸下，供需狀態吃緊，因此 C 值雖逐年成長，預估幅度將趨緩，故假設 2014 年為 1.99，2015 年後每年增加 0.05。

表 1、電視戲劇內容專業人力投入分析

	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
A. 電視劇節目產製時數(小時)	2,968	3,259	3,625	3,713	3,492
B. 總投入人次(人次)	4,007	4,770	5,949	6,349	6,949
C=B/A	1.35	1.46	1.64	1.71	1.99

資料來源：本研究整理

配合本局針對電視產業發展目標，產值每年成長 0.5%，108 年達新臺幣 1,355 億元(以下幣別同)。若所有節目類型同步成長 0.5%，電視劇節目產製時數以及對應的產業人力如下表。

表 2、未來三年電視戲劇內容專業人力需求

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
目標產製時數	3,544	3,562	3,580	3,598
C 值(如表 1，根據專業分工趨勢推估)	2.04	2.09	2.14	2.19
劇組總投入人力	7,230	7,445	7,661	7,880
新增產業人力	281	215	216	219

資料來源：本研究整理

3. 質性需求

在專業人才需求之質性分析調查方面，本研究歷年均會針對電視業者進行「關鍵職缺」的問卷調查，關鍵職缺的定義每年經過研究團

隊與產業主管機關討論調整，2014 年的關鍵職缺調查範圍如下表，較去年新增新媒體建構、主持人、導播、跨平台收視數據分析、社群經營等人才。

表 3、2015 年度影視內容產業關鍵職缺

電視內容關鍵人才需求類型		
a.製作企劃	h.音樂	o.主持人
b.編劇	i.錄音	p.導播
c.導演	j.剪接	q.跨平台收視數據分析
d.攝影	k.演員	r.社群經營人才
e.燈光	l.國內行銷	o.其他(_____)
f.美術設計	m.國外行銷	
g.造型設計	n.新媒體平台建構	

資料來源：本研究整理

在本研究質性調查中，可取得電視產業對專業人才供需狀況與經驗需求及來源的質性資料，並且調查這些製作公司與電視台頻道業者在引進國外影視專業人才的狀況，以了解電視產業界在針對電視劇內容產業專業人才需求的概況，做為後續影視人才供需缺口分析的輔助依據。

4. 電視內容專業人力質性調查結果

■ 供需現況

目前電視產業各類型人力的供需狀況，根據本研究問卷調查，多數業者對於各關鍵職缺均有供不應求的現象，供不應求最大的缺口在於「製作企劃」、「編劇」、「國內行銷」、「國外行銷」以及隨著新媒體發展而出現的「新媒體平台建構人才」。

■ 招募難易度與年資需求

招募難易度來看，「編劇」和「國外行銷」人員不論在數量或是素質上都顯示相當困難。從年資需求來看，業者對於「編劇」、「導演」、「剪接」以及「國內行銷」資歷的要求最高，但因為資深的導演以及

編劇許多都被中國大陸磁吸，也因此是導演在數量與素質上難以符合電視產業發展的需求。

■ 海外人才需求

對於海外人才需求方面，在「攝影」、「美術設計」、「造型設計」以及「演員」等四大類相對其他類型人才，在有海外人才需求上比重較高。

5. 短期人才供給路徑

人力供給路徑包含目前產業人才供給現況以及潛在人才供給。產業人才供給現況如前所描述，運用演職人員表盤點產業既有人力的投入概況作為產業人力的供給數量。

潛在人才供給係透過下列兩個途徑進行研究分析：

- (1) 透過訪談及抽樣調查(各級學校相關科系、研究所)，推估學校相關科系畢業生流向(就業比/投入各影視產業比)，取得畢業流向參數取得
- (2) 透過教育部相關科系學生人數了解未來畢業生人數，以推估未來可能投入產業的人才供給數量。

在專業人才潛在供給方面，由於產業人才的潛在供給來源不易界定，在相關統計資料上並無確定的母體範圍。但是，廠商招募人才多以其待聘職務相關科系之人員為招募對象，而各科系畢業生尋找工作也多從自身相關科系有關之工作職務開始尋找。此外，影視產業中，與創意相關的主創人員，如導演、編劇等，也非招募而來，而是與出資者之間屬於契約關係的自營工作者。此類主創人員的人才養成管道較為狹窄，除了學校本科系出身之外，自其他領域轉業或自學成功者雖有一定比例。但因這類人才數量稀少，其來源更無法從統計調查中加以預測並量化。

故此，在專業人才潛在供給量化資料的取得方面，本研究捨棄問卷普查的方式，而以教育部取得之國內大專學校電影電視、大眾傳播等相關科系、研究所畢業生人數為調查母體。根據《2011 年影視產

業趨勢研究》所執行的《影視專業人才之供需調查及資源評估》專題研究，抽樣調查相關系所，以取得畢業生流向等參數，如進修人數比例、服(退)役人數比例、未就業人數比例、進入與科系相關行業比例等。除了推估影視產業相關系所畢業生就業率資料之外，更從上述之抽樣取得參數中，推估出相關系所畢業生進入影視產業就業之比例，作為衡量專業人才供需缺口的量化依據之一。

按教育部科系代碼分類所列科系內容說明可知，除了廣播電視學系之外，其他與影視內容專業人才相關之國內大學院校系所，皆非專門培育本專題定義下之影視專業人才之所在科系。因此，在調查這些非直接相關科系的畢業生流向時，較難以精確統計出畢業生流向本專題定義之影視人才之參數。因此，《影視專業人才之供需調查及資源評估》以廣播電視學系為畢業生流向參數的調查母體。詢問該系主任或該校學務處生涯發展中心等單位，索取這些系所近三年畢業生中，進入影視產業相關職務工作之比例。

根據《影視專業人才之供需調查及資源評估》，我國廣電科系96~98學年度的畢業生流向調查結果統計。國內廣電科系大學部畢業生就業相關度統計結果顯示，若以98學年度畢業生為例，畢業一到兩年後回答所從事工作與在校所學高度相關的比例為40%，畢業三年後比例提升到50%。

因此往後估算畢業生至相關領域就業比率均採用50%的數據資料為基礎。

雖然電視劇節目僅占頻道總播映本土自製內容數量之10%左右，但其動用之人力遠高於其他節目類型，如新聞、綜藝、資訊類，故本研究估計廣電科系畢業生50%的就業比例中，有50%會投入電視劇內容製作。

表4、未來三年電視戲劇內容潛在人力供給

	2016 年	2017 年	2018 年
廣電相關科系畢業生人數	1,050	1,126	1,056
進入廣電相關領域	525	563	528

	2016 年	2017 年	2018 年
進入電視劇製作人力	263	282	264

資料來源：本研究整理

6. 小結

整體而言，未來三年電視劇製作人力根據相關系所畢業生人數，以及未來電視劇製作時數需求推估，加上電視產業專業化分工需求，未來三年在人力供需數量上，在製作時數保守、持平、樂觀¹成長的狀態下，供給呈現不足的狀況。

根據本研究盤點，近四年電視劇產製時數在 2013 年達到高峰後，2014 年有微幅衰退現象，顯示國內電視劇市場趨於飽和；另一方面，根據國際機構預測，在未來分組付費制度下，自製內容之資金來源將受到影響，在上述因素下可能使產業人力需求下滑，出現供過於求的情況。

惟根據業者深度訪談了解，中國大陸針對我國影視產業主創人才的磁吸效應，使既有產業資深人力不斷流失，儘管新進人員的遞補解決了數量上的問題，但仍存在素質上的斷層。

表 5、未來三年電視戲劇製作人力供需推算

景氣情勢	2016 年		2017 年		2018 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	237	263	238	282	241	264
持平	215		216		219	
保守	194		194		197	

資料來源：本研究整理

¹ 本研究將目前需求狀況視為持平狀態，並假設保守人力需求狀況為持平之 90%；而樂觀之人力需求狀況持平之 110%。

表 6、目前電視產業人力供需狀況

人才類別	供需現況(家數%)			招募難易度(數量)(家數%)			招募難易度(素質)(家數%)			年資需求	海外人才需求(家數%)		
	供過於求	供不應求	供需平衡	容易	普通	困難	容易	普通	困難	平均	有	無	無法回答
製作企劃	10.14%	40.58%	49.28%	27.42%	51.61%	20.97%	4.76%	49.21%	46.03%	3.07	6.78%	79.66%	13.56%
編劇	5.77%	46.15%	48.08%	17.02%	44.68%	38.30%	8.51%	38.30%	53.19%	4.06	7.84%	76.47%	15.69%
導演	18.64%	32.20%	49.16%	20.41%	57.14%	22.45%	8.33%	47.92%	43.75%	4.21	5.77%	78.85%	15.38%
攝影	10.34%	31.03%	58.63%	18.00%	56.00%	26.00%	12.50%	54.17%	33.33%	3.03	13.21%	69.81%	16.98%
燈光	7.55%	28.30%	64.15%	15.22%	54.35%	30.43%	15.22%	52.17%	32.61%	3.25	8.16%	73.47%	18.37%
美術設計	5.56%	29.63%	64.81%	13.33%	64.44%	22.23%	11.11%	53.33%	35.56%	2.93	10.64%	74.47%	14.89%
造型設計	8.33%	25.00%	66.67%	16.67%	64.29%	19.04%	11.90%	61.90%	26.20%	2.89	11.90%	71.43%	16.67%
音樂	16.00%	24.00%	60.00%	30.23%	55.81%	13.96%	20.93%	46.51%	32.56%	3.40	4.44%	75.56%	20.00%
錄音	10.20%	18.37%	71.43%	22.50%	60.00%	17.50%	20.00%	50.00%	30.00%	3.08	2.50%	82.50%	15.00%
剪接	7.35%	27.94%	64.71%	21.43%	55.36%	23.21%	11.11%	55.56%	33.33%	4.95	5.77%	78.85%	15.38%
演員	27.27%	22.73%	50.00%	29.73%	54.05%	16.22%	16.22%	37.84%	45.94%	2.50	11.90%	69.05%	19.05%
國內行銷	8.00%	38.00%	54.00%	24.44%	44.44%	31.12%	9.09%	47.73%	43.18%	4.41	6.00%	78.00%	16.00%
國外行銷	2.50%	47.50%	50.00%	5.41%	54.05%	40.54%	8.11%	40.54%	51.35%	3.90	8.89%	73.33%	17.78%
新媒體平台建構	13.89%	38.89%	47.22%	21.21%	48.48%	30.31%	3.03%	36.36%	60.61%	2.63	2.63%	84.21%	13.16%
主持人	14.71%	14.71%	70.58%	20.69%	65.52%	13.79%	16.67%	46.67%	36.66%	2.65	7.69%	74.36%	17.95%

導播	20.00%	14.29%	65.71%	25.00%	59.38%	15.62%	18.75%	53.13%	28.12%	3.20	2.44%	78.05%	19.51%
跨平台收視數據分析	12.90%	32.26%	54.84%	18.52%	48.15%	33.33%	3.57%	53.57%	42.86%	2.93	7.69%	74.36%	17.95%
社群經營人才	9.09%	34.09%	56.82%	28.21%	56.41%	15.38%	12.50%	57.50%	30.00%	2.27	2.44%	82.93%	14.63%
其他	0.00%	0.00%	100.00%	25.00%	75.00%	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	2.00	0.00%	73.91%	26.09%

資料來源：本研究問卷調查整理