

計畫書編號：（申請及審查階段免填）

經濟部技術處
創新科技應用與服務計畫

主題式創新數位廣播服務

計畫期間： 自民國97年07月01日起
至民國97年12月31日止

申請類別： 個別申請 先期規劃計畫
 聯合申請 開發建置計畫

企業名稱： 好事數位生活廣播網

中華民國97年06月

目 錄

壹、 企業概況	1
一、 基本資料	1
二、 營運狀況	1
三、 經營理念及策略	3
四、 經營團隊	4
貳、 計畫背景說明	5
一、 計畫緣起	5
二、 產業發展趨勢與競爭分析	10
三、 先期規劃之規劃重點說明	24
參、 計畫執行說明	26
一、 計畫範疇與目標	26
二、 計畫架構與實施方法	29
三、 預定進度及查核點	42
四、 預期成果與價值創造	43
五、 風險評估與智慧財產權	49

壹、公司概況

一、基本資料

(一) 公司簡介

創立日期：84年3月

年實收資本額：新台幣伍仟萬元

負責人：倪蓓蓓

(二) 主要股東及持股比例

主要股東名稱	股份 持有股份	持 股 比 例(%)
孫國祥	700千股	14%
倪蓓蓓	2250000股	45%
合 計		59%

二、營運狀況

(一) 經營狀況

公司主要經營 服務項目	94年		95年		96年	
	營業額	市場佔 有率(%)	營業額	市場佔 有率(%)	營業額	市場佔 有率(%)
廣播廣告	109419796	30%	105783261	29.5%	97,473	28%
年度營業額(A)	109419796		105783261		97,473	
年度研發費用 (B)	500000		510000		550000	
(B)/(A)%	0.46%		0.48%		0.56%	

(二) 設備投資

近年無其他重大設備投資。主要設備為發射機及天線等發射設備、錄播音室及器材等成音設備，以及音樂資料庫使用之自動播放系統軟硬體等。

(三) 營運及服務方式、營業據點及分佈、通路與主要客戶

以廣告收入為主，主要客戶遍布地區各大行業及廣告公司。

(四) 最近三年財務狀況說明

簡明資產負債表 單位:千元

項目 \ 年度	最近三年度財務資料		
	94年	95年	96年
流動資產	31791	26961	24,250
固定資產	46514	44951	43,381
其他資產	922	961	2,062
流動負債	24531	19026	3,507
長期負債	16507	14841	11,688
其他負債	66	53	651
股本	50000	50000	50,000
保留盈餘	3191	2029	4,498
資產總額	79228	72874	69,694
負債總額	24531	19026	15,159
股東權益總額	54696	53848	69,694

簡明損益表 單位:千元

項目 \ 年度	最近三年度財務資料		
	94年	95年	96年
營業收入淨額	109126	105491	97,563
營業毛利	61046	62857	57,134
營業損益	4587	3000	2,692

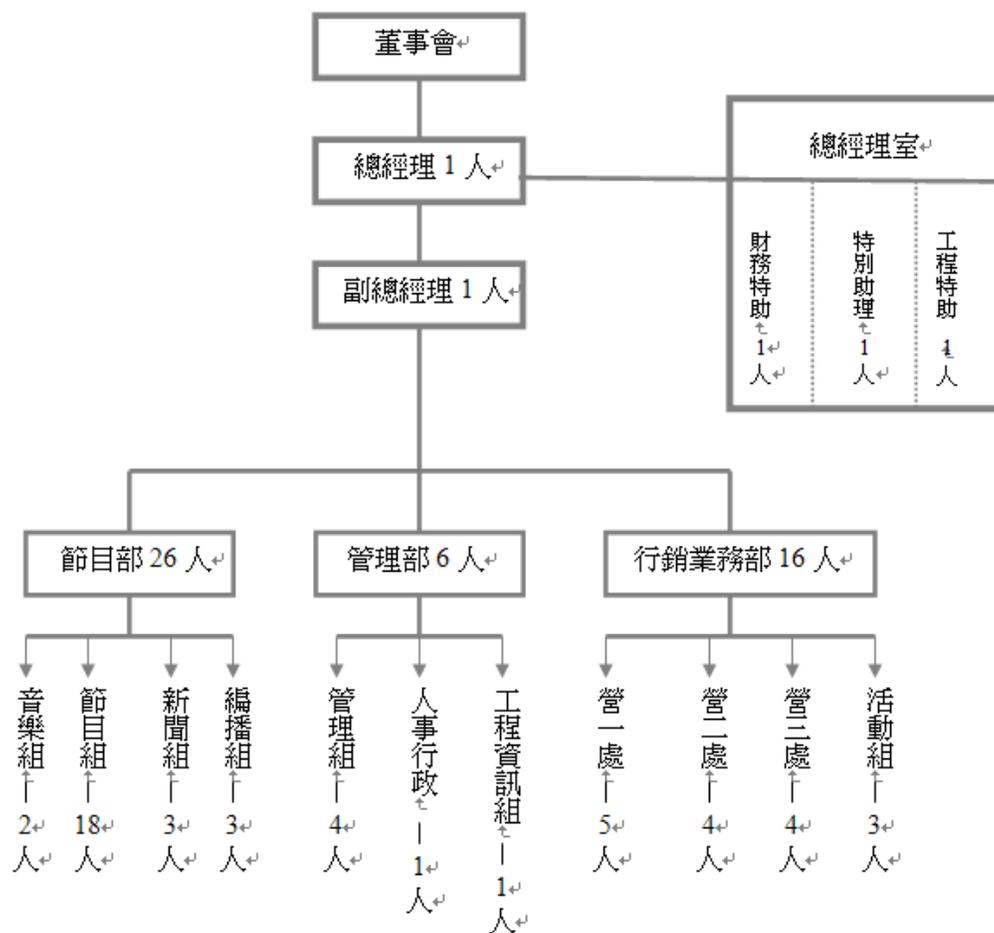
營業外收入	293	291	254
營業外支出	642	619	516
稅前損益	4238	2672	2,430
稅後損益	314	1978	1,799
每股盈餘(元)	0.63	0.4	0.36

三、經營理念及策略

- (一) 服務新勞工，提供生活化的資訊服務。
- (二) 發展高雄此一海洋城市優勢，創造廿一世紀港都國際都會。
- (三) 闡揚本土文化，開啟活潑、具有創造性的勞工文化。
- (四) 縮短南北差距，提升高雄縣市地位、影響力。
- (五) 建立真正以「聽眾導向」角度思考的專業性地區電台。
- (六) 積極推動大高雄社區發展，善盡社區電台的角色。

四、經營團隊

(一) 全公司組織架構



(二) 全公司人力分析

職稱	學歷					合計(人)
	博士	碩士	學士	專科	其他	
管理人員	0	2	3	2	0	7
研發人員	0	3	5	0	0	8
業務人員	0	1	12	15	4	32
其他	0	0	4	8	2	14
合計	0	6	24	25	6	61

貳、計畫背景說明

一、計畫緣起

(一) 需求與應用發展機會

二十一世紀是數位化的世紀，全球傳播科技因此而有匯流的趨勢。各種電子媒體都以數位化的技術，去產製、儲存、傳送、及分享資訊，數位化之後的數據資訊內容，可以在不同的媒體平台上，被多次分享使用，既可節約人力，也可以產生更大的經濟效益。

廣播原本只是傳輸聲音的媒體，邁向數位化之後，在數位廣播的技術裡，還可以傳輸圖片、文字、影音等資訊，成為多媒體傳輸平台。廣播業者所產製的數位化內容，由於可以和其他媒體平台共享，使跨業合作的可行性大增。數位廣播，不再只是聲音的傳輸媒介，而是進一步成為數位化資訊的傳輸平台。

相較於傳統的類比廣播技術，數位廣播除了可以提供媲美 CD 音質的音訊廣播外，最大的優點在於可以建立單頻網(SFN)，對於移動接收的開車族有更多使用便利性。在傳送數據資訊時，數位廣播的使用頻寬大、穩定性高，也是受到數據業者青睞的最大原因。

再者，由於數位廣播的頻寬有 1.5MHz，透過壓縮及分割技術，可以同時傳送多套音訊廣播節目及數據資訊，使業者在頻道的運用上更有彈性。這些新科技的優點，都將是整個廣播產業界在面對媒體競爭時，能夠化危機為轉機的機會點。

此外，廣播科技在邁向數位化後，成為一種新的資訊傳輸平台。訊息由於傳播及儲存技術而成為資訊，資訊是有價值的市場產物（程予誠,1999 年）。在數位化的時代裡，原本無形的訊息經過傳播科技的流通市場，變成易於流通、分享、再利用和有經濟效益的資訊。另一方面，二十一世紀也是消費者導向的時代，閱聽眾為要接收資訊而選擇視聽媒體時，往往按照自身對資訊取得的需求而作出決定，因此消費者與傳播業者對於傳輸平台的效率、穩定度、功能性等方面的要求

都較以往更為重視。而更多的媒體選項，也促使業者不斷研發創新，以滿足消費者的需求。

我國從 2000 年開始進行數位廣播硬體工程試播以來，就廣播科技的層面而言，在試播期間，參與數位廣播試播計畫的電台業者，早期便投入相當多的人力、物力、財力在國內外進行技術訓練與研發，對基礎建設工程的技術掌握大致沒有困難，所欠缺的則是商業營運模式的建構與實際運作的經驗。然而由於政府核發商業營運執照的時程一再向後推遲，使得國內的業者至今還處於試播階段，所投入的大量資金成本面臨回收無期的窘境。而截至目前為止，一般消費者對於數位廣播的知曉程度還非常低，更遑論接受或使用。

對廣播產業而言，在數位時代來臨時，改善廣播媒體的播音品質並且提供更多元的數位資訊服務，是廣播業者再創產業高峰的唯一機會點。科技發展始終來自於人性的需求，該如何掌握數位廣播的優勢建構出能滿足消費者需求、具有商業價值的營運模式，使數位廣播成為具有競爭力的媒體傳輸平台，是業者們最希望解決的難題。這也正是數位廣播是否能夠有效普及而被消費者接受的最重要關鍵。

職是之故，本計畫即是規劃以活動式數位廣播服務的方式為出發點，透過低功率數位廣播針對小範圍群眾活動推出適合該情境的廣播服務，藉以推廣數位廣播，讓一般民眾能在該活動中對數位廣播服務有初步認知，對數位廣播所提供的服務產生信心後，進而產生日後的消費動機與採用習慣，加速數位廣播在台灣的普及。

（二）解決方案與情境描述

科技的發展必須滿足消費者的需求，在數位廣播平台上可以提供的服務、其功能強項、與跨業結合的可行性評估等，都是業者研發的重點項目。而這些也都是當新科技出現時，要攫取早期跟進者目光焦點的關鍵吸引力。

由於數位廣播可以傳送音訊、影音、圖文，因此，業者未來經營數位廣播時，應該跳脫傳統類比廣播的思維，而要從「將數位廣播視為一種媒體傳輸平台」的角度思考，尋找出數位廣播在各種提供服務的項目、方便性、功能性等，和其他的媒體平台有何不同，對消費者有何說服力，以便找出更多的早期跟隨者，讓數位廣播在台灣的普及更加迅速展開。

本創新應用服務計畫，將以行動式的數位廣播車深入各大室外活動或是室內展場，並提供參加該活動的民眾租用數位廣播接收裝置，隨時提供活動即時資訊給租用裝置的民眾，讓一般民眾體驗數位廣播服務的方便性。

(1) 直播式透明行動廣播車概述

本專案所必需之直播式透明行動廣播車，計劃將由大型卡車改裝而成，後車廂大型貨櫃將模擬廣播電台內節目播音室的設計，其中一側改造為大型透明玻璃窗，除了使民眾能夠直接與廣播節目主持人及來賓在現場作零距離互動，還可透過這樣的設計來規劃更多元創新的廣播節目。



計劃之直播式透明行動廣播車外觀



行動廣播車內節目現場



直播式透明行動廣播車內之設計

(2) 服務流程描述



本創新服務計畫將由本公司打造全新的直播式透明行動廣播車，深入各大戶外活動會場以及室內展場作行動增值服務，衡量活動性質與流程，為該活動規劃一系列數位廣播節目來搭配，藉以炒熱活動氣氛，並提供活動參與民眾租用數位廣播接收機，利用數位廣播的特性傳達與活動相關的即時圖文資訊，透過現場節目搭配與資訊傳達，以雙管齊下的方式提升民眾的黏度，使民眾在活動過程中了解數位廣播的使用方式及特性，達到推廣數位廣播的目的。

在初期規劃階段，由於戶外數位廣播轉播車的建置預算有限，因此，規劃將現有的數位廣播硬體設備，以模擬數位廣播轉播車內環境的方式，在活動現場架設臨時實況轉播室（如下圖），來提供現場服務與節目訊息給租用數位廣播接收裝置的民眾。



臨時實況轉播室樣本圖

本計畫之初期規劃階段，預計分為「戶外活動式行動增值服務」以及「室內展覽式行動增值服務」兩種服務情境，舉辦一至二場實際活動，以達成情境式數位廣播服務的實際應用為此階段目標，進而透過此活動過程來評估情境式數位廣播創新服務的可行性，以作為開發建置階段改善之依據。

二、產業發展趨勢與競爭分析

（一）國外產業現況與發展趨勢分析

目前，數位廣播技術在歐洲已發展得十分成熟，廣播覆蓋率逐年提高，覆蓋區域包括歐洲各國和加拿大、澳洲等地，可以為共約一億五千萬人口提供各種創新服務。在歐洲，數位廣播發展最成功的國家是英國，在該國政府的全面主導與推動下，廣播產業價值鏈的上中下游業者都正在為數位廣播的發展而全力衝刺。

英國數位廣播的發展在歐洲各國中向來居於領先的地位，包括在發射涵蓋面、聽眾普及率、民眾認知程度等，都是最領先的。而在接收機普及率、接收機

促銷活動、接收機機種更新、接收機價格降低等方面，也都較其他國家腳步更快。究其原因，英國廣播產業界在國家政策的支持下，全體上下一心，為廣播科技數位化付出心力而其中一些帶動整合契機的單位更是功不可沒。

(1) 整合推動數位廣播產業的英國數位廣播發展局

1. 負責整合英國數位廣播相關業者卓有成效

成立於 2001 年的數位廣播發展局（DRDB, Digital Radio Development），是由英國國家廣播公司（BBC）、各商業電台、數位廣播平台經營者共同出資組成的非營利組織，也是促使英國數位廣播產業快速普及的重要機構。其主要功能與作用有兩大方向，分別是「整合數位廣播產業鏈各業者」，以及「掌握消費者需求」。

在整合業者方面，DRDB 結合英國廣播產業鏈各業者的力量，經常舉辦各類技術研討會，促使分享彼此在數位廣播研發的技術與應用心得，此舉除了確保英國數位廣播的電波發射能夠覆蓋更廣、信號接收更穩定外，並試圖藉由持續有效的市場行銷策略，使數位廣播在英國的普及率加速，間接帶動英國境內的廣播業者能夠快速而全面進入數位化平台，各業者也相當配合 DRDB 的整合策略運作。英國的業者們認為，目前還是電台業者必須攜手合作並和其他媒體產業爭取生存空間的時候，唯有當數位廣播的整體市場經濟規模到達一定程度後，電台業者才會真正展開彼此之間的良性競爭。

在面對消費者時，DRDB 也認知到，消費者是否能接受數位廣播新科技所提供的服務與功能，是推廣數位廣播成敗的關鍵點，而數位廣播接收機的市場普及化，必須引導業者朝向滿足消費者需求的方向去研發製造，因此經常對閱聽眾市場進行調查與研究，將調查結果與廠商分享，敦促廠商製造符合消費者需求的產品，並結合接收機廠商辦理各類新產品行銷推廣活動，期盼使英國民眾對於數位

廣播的知曉程度加速提升，使接收機普及率持續成長，帶動數位廣播產業的龐大市場商機（李蝶菲，2005年）。

2. 營運經費來自廣電收視費，運作機制公共化

根據英國廣電法，針對每一家戶收取廣電收視執照費（License fee），每一家戶按照擁有彩色電視機或黑白電視機的不同，應繳交的年費率在40~50英鎊（約為台幣2400元~3000元）到120英鎊（約為台幣7200元）之間。75歲以上的老人、視障者、或是家中沒有電視機者則可以免繳該項執照費。執照費用除了作為BBC各廣播電視頻道的節目製作費外，還被用來進行數位化平台的硬體建構、DAB節目的製作與推廣、網站網頁維護……等等工作上。值得一提的是，在收視執照費中有2%~5%被用來作為DRDB的營運費用，這也使DRDB在整合數位廣播業者的工作上有充足的經費來源。

DRDB成立以來，持續進行各項廣播聽眾的收聽行為調查，希望能找出數位廣播的潛在消費者，並針對他們的需求產製滿足其需求的各款數位廣播接收機，以吸引這批「早期採用者」的注意，進而帶動整體消費市場。



英國 DRDB 的展示室中陳列各款新型 DAB 接收機

(2) 全方位進行數位廣播推廣行銷有成的英國國家廣播公司（BBC）

BBC是英國的公共廣播電視公司，平日除製播各類型服務性節目外，在傳播科技的研發上，也在英國扮演最重要的角色。英國是歐洲各國最早、也是最積極發展數位廣播技術的國家，對數位廣播的技術研發工作就以位於倫敦近郊的BBC研發中心為主（李蝶菲，2001年）。早在1994年，BBC研發中心就已經完成數位廣播發射硬體設施，開始播出節目，並製造完成全世界第一台數位廣播接收機，跨出廣播科技發展史中重要的一大步。

英國至今只發出兩張全國性的數位廣播執照，BBC就擁有其中一張。初期傳送六套數位節目，其中有五套是將原有FM節目加上文字資料後再同時傳輸；只有第六套是數位廣播專屬節目，內容為包含運動轉播、時事評論、和對全球廣播的綜合性節目（李蝶菲，2001年）。從2002年7月開始，BBC調整各節目播出頻寬，在數位廣播頻道上規劃出11套不同的節目，其中有五套是專為數位廣播所製播的節目。除了在全國性頻道的節目外，還要負責製播27套地區性的數位廣播節目。為此，BBC廣播部投注250人及龐大經費來製作上述各項數位廣播專屬節目（李蝶菲，2004年。）BBC的努力帶動了地區性商業電台投資製作數位廣播專屬節目，使閱聽眾為了收聽特定節目而購買接收機的比例大幅提升。

此外，英國的數位廣播發射涵蓋硬體工程也由BBC主導建構，在英國境內的數位廣播發射覆蓋率，於2003年為65%，2004年則迅速提升到達84%，發射機的數量在2003年有46個，2004年底時則增加為76個。這些發射工程的基礎建設愈加完善與密集，數位廣播的發射電波就會愈加穩定，閱聽眾的接收品質也就愈加提升，形成良性的循環。

BBC在推廣數位廣播時所擁有的最大優勢是，可以彈性運用BBC本身擁有的全國性及地區性的電視台、廣播電台、網路等多元平台，免費使用各媒體平台的廣告時段宣傳進行整合行銷，以達到更有成效的推廣成果。每逢聖誕節前BBC結合數位廣播接收機製造廠商推出各種低價促銷活動時，英國電器市場中數位廣播接收機的銷售量就會有立即且顯著的成長（李蝶菲等人，2004年）。

由於英國政府認清「傳播媒體數位化」是廿一世紀的必然趨勢，因而在廣播數位化的過程中，政府始終扮演主導與推手的角色。而身為公共電台的BBC，更是全力與各民營廣播電台攜手合作，促進全英國的廣播數位化。這樣的努力，除了可以使數位化資訊有「多元再利用、產出加值利益」的機會，也可以使廣播業者和其他通信業者有跨業合作的機會，為民營廣播業者帶來新的商業契機。

（二）國內產業現況與發展趨勢分析

政府鑒於廣播科技邁向數位化平台是世界共同趨勢，交通部電信總局於1998年9月擬定數位廣播推動計畫草案，確立數位廣播推動時程，並於2000年1月14日由交通部正式公告進行我國的數位廣播試播實驗。按照最初設計時程，應於2001年12月31日結束實驗，不過，預定時程卻多次延後，雖然在2005年6月底已經核定釋出第一波電台營運執照，但仍然未結束實驗階段。

當時參與數位廣播試播的公民營電台業者對於技術升級都充滿興趣，經過甄選過程後，國內共有十九家廣播電台組成十組實驗電台取得試播許可，分為使用全國全區性及各分區地區性的頻道，包括：

（1）全國性—全區系統有兩組，其中「中廣公司」取得一組，另一組則由「中央」、「警廣」、「漢聲」、「教育」等四家公營電台組成之實驗台取得。

（2）分區性—北區系統共有三組，由「飛碟」加「正聲」、「台北之音」加「勁悅（原人人）」、「亞洲」加「台北愛樂」等三組配對成立後取得。

（3）分區性—中區系統共有兩組，由「真善美」加「台廣」，「全國」加「大苗栗」二組配對。

（4）分區性—南區系統共有三組，由「南台灣之聲」加「正聲」加「台廣」，「港都」加「高屏」，「大眾」等三組分別取得。（新聞局，2002年）

在上述各組系統中，全國性的系統加上地區性的系統（北區三組、中區二組、南區三組）共有十個頻道。各組系統在規定範圍內需構成單頻網（SFN），每一

頻道頻寬為1.536MHz。在實驗階段，每一頻道須傳送三套以上具有CD音質之節目，並提供一套以上之數據資訊傳送服務（交通部電信總局，2001年）。

在數位廣播試驗階段，市面上還沒有接收機，也就是完全沒有閱聽消費者，各電台為了測試數位廣播功能，除了自費架設軟硬體工程設施，還必須播出附有圖文資訊（PAD）的音訊廣播節目。但是由於試播截止時程一再延後，按照規定試播階段不得有商業行為，各廣播業者為了節省經費支出，只得播出無人主持的音樂節目，或是將其既有的 FM 節目同步在數位廣播平台上播出。

全國性全區頻道試播執照有兩張，分別由中廣公司和四家公營電台取得。中央、教育、漢聲、警廣等公營電台團隊在試播的全國性頻道的1.5M頻寬中，規劃出五套廣播節目和一個數據服務頻道。在音訊廣播部分，中央台負責兩套，其餘各台各負責一套，內容規劃分別如下：

- (1) CBS1 中央電台綜合網，針對不同年齡層而分別設計不同的節目單元。
- (2) CBS MUSIC 中央電台音樂網，為強調數位廣播優於類比廣播的最大特色——媲美CD音質，該台內容為不同性質的音樂節目，包含古典音樂、流行歌曲等。
- (3) NER AUDIO 教育電台教育網，節目內容包括：新聞資訊、進修學習、教育文化、休閒娛樂……等。
- (4) VHBN AUDIO 漢聲電台漢聲網，以三軍官兵為對象，配合部隊作息，節目內容包含新聞、藝文、音樂、戲劇、兒童以及教學節目等。
- (5) PRS AUDIO 警廣交通網，節目內容以治安、交通、緊急救難為專業定位，為民眾提供各項資訊服務。（電信總局，2001年）

在民營電台中，台北愛樂、亞洲、全國、每日、好家庭、城市、大眾等七家中功率電台還共同投資籌組了「優越傳信」公司，經營與數位廣播相關的網路廣播，該公司並在台北的台北愛樂電台、新竹的台灣廣播公司、台中的全國廣播、高雄的大眾（KISS Radio）等電台的機房架設數位廣播發射機。聽眾可以透過網

路連接，在電腦的螢幕上接收到各類節目及相關的圖文資訊。節目內容則區分為PC-radio的外國音樂節目；PC-university的新聞英語、健康、管理學等各種教學節目；PC-entertainment的MTV、電影介紹、新歌試聽等等；PC-information的鐵路飛機班表、股市資訊、天氣預測等等；PC-express的東森新聞報、電子書、電子型錄等等。

投入試播的廣播業者，認知到要想使聽眾轉移到數位廣播頻道上，除了必須在數位頻道中製播各類節目外，還必須吸引民眾購買接收機，當接收機夠普及後，才能進一步討論收聽率提升的問題。因此，在試播初期，廣播業者也結合數位廣播接收機製造廠商，舉辦各項促銷活動，利用FM頻道宣傳音質清晰的數位節目及接收機，包括中廣公司、飛碟電台等，都曾於2001年結合接收機廠商舉辦數位廣播接收機促銷活動。若對照於英國的數位廣播推展，國內業者在發展初期所作的各種努力，都是要傳佈推廣新科技的必要手法。所不同的是，英國政府對推廣數位廣播是抱持全力支持的態度，國內政府相關部門則始終抱持觀望態度，且多次拖延開放申請的時程。參與試播實驗的業者為建置發射機與頭端等硬體設施已經投下鉅資，卻一直無法正式營運，使經營者不看好數位廣播的發展前景，各電台業者也不願意繼續建構發射站台。當經營者態度轉趨保守，實驗電台不再投入新節目製播，行銷推廣數位節目與接收機的工作也停滯下來，殊為可惜。因此，也期望透過本專案計劃的創新應用實行，為台灣數位廣播的發展尋找到一絲曙光。

（三）直播式透明行動廣播車之應用現況

直至目前為止，在亞洲各國（如：日本、中國大陸與泰國），直播式行動廣播車的應用相當普遍（如下圖）。透過行動式廣播轉播車的應用，不但可以使廣播節目走出室內，成為「看得見的廣播」，還能夠與聽眾拉近距離，提供聽眾親身體驗廣播節目製播過程的機會，並且為主持人、來賓以及節目拉抬人氣。然而，

就國內而言，尚未有廣播電台嘗試此種應用服務的案例。因此，本公司欲藉由本專案的規劃，以直播式行動廣播車搭配數位廣播的創新科技應用服務型態，來突破廣播服務的窠臼，並且透由本計劃實施的過程來推廣數位廣播服務，為國內數位廣播的發展立下嶄新的里程碑，成為數位廣播應用的典範。



中國大陸發展主題式廣播轉播服務案例（以上四圖）



日本所發展之數位廣播直播車（以上二圖）

(四) 競爭分析

茲就數位廣播在數位匯流時代下，市場經營進行SWOT分析如下：

Strength 優勢	①無線接收； ②移動接收強； ③可同時多人大量下載資料； ④一般資料下載不付費； ⑤本身即為媒體，行銷上有一定之優勢。
Weakness 劣勢	①無上傳能力（需透過其它上傳線路）； ②接收機價格略高。
Opportunit 機會	數位廣播尚未發展出可行的商業模式，因此，對本專案的執行來說是一大機會。再者，由於政策獎勵，未來可申請電信執照經營電信業務，進行電子商務服務。
Threat 威脅	同質性替代產品多，是數位廣播進入市場的最大威脅。DVB-H 加入市場以及無線網路的發展都可能對數位廣播的發展產生排擠效應。

(1) 優勢

數位廣播的競爭優勢列舉如下：

1. 可以傳輸包括語音、圖文、動畫、影像等多媒體資訊，廣播不再只是「聽」的媒體。
2. 在高速移動時能穩定接收具有CD音質的廣播節目。
3. 數位廣播可以建構成為單頻網（SFN），搭乘交通工具時，不必像類比廣播因為各區頻率不依，而切換頻道。
4. 具有一對多、即時性與高機動性的廣播特性。
5. 消費者不需支付通訊及下載費用，相較於3G、Wi-Fi等無線上網技術更為經濟。

6. 廣播本身即是傳播媒介的一種，數位化後能夠以影音融合的方式呈現，勢必在廣告行銷上更具優勢。

(2) 劣勢

不具備上傳功能是推廣數位廣播的一大致命傷，無法進行雙向傳播，假如聽眾要將資訊回饋給電台端，則需另外透過簡訊或網路留言板等管道的運用，才能勉強達到所謂的雙向傳播。另外，接收機如果單只有接收數位廣播的功能，不具有其他吸引人的功能，且價格遲遲不能壓低，也是數位廣播無法快速普及的一大因素。

(3) 機會

科技的發展，最後成敗的關鍵在於「創意」，業者必須在「音訊廣播的規劃」、「數據資訊的傳輸與跨業合作應用」等方面，吸引更多策略合作夥伴，才能創造機會，將天馬行空的創意實際落實在產業面。當前國內尚未發展出殺手級數位廣播服務，因此，相對而言，是發展本計劃的良好機會。再者，由於政府政策獎勵，將開放數位廣播業者申請電信執照經營電信業務，進行電子商務服務，為數位廣播發展提供有利的機會。

另外，在大型活動、展覽或集會會場，由於人數眾多，同時有成千上萬民眾在該環境下使用手機，容易造成手機塞網，手機的機動性派不上用場；在參與人數眾多又具有即時性需求情況下，針對小範圍活動所設計、能夠同時傳輸聲音與顯示圖文資料的低功率數位廣播，便能發揮機動特性，如：會場活動預告、尋人啟示、失物招領等等，透過數位廣播的使用，除了可以帶來更大的經濟效益，還可提升該情境下的便利性，對數位廣播的發展來說無疑是一大契機。

(4) 威脅

作為一種電子媒體新科技，數位廣播所面臨的市場競爭者眾，民眾的選擇也隨之增加，就一般民眾來說，對於單純具有數位廣播接收功能裝置的需求程度也相對變得更低。尤其是最近即將上路的數位電視移動接收手持機種規格

(DVB-H)，對於同樣強調移動接收性質的數位廣播可能構成極大威脅。某些國際手機大廠（如Nokia、Motorola等）已經積極研究要將DVB-H列為未來手機內建選項，這對於數位廣播是否會形成排擠效果仍然有待觀察。

然而，換個角度來看，威脅也是一種機會，數位廣播製造業者必須掌握機先，與資訊內容產業界密切合作，針對消費者需求，製造出滿足需求的多功能接收機，並且儘速取得消費者的知曉、接觸、採用，才能讓數位廣播技術在電子傳播媒體市場有更多的機會。

(五) 企業執行優勢

很榮幸我們能有這個機會，站在這個引領變動的浪頭，貢獻我們的專業與經驗，為數位廣播的推展盡心力。藉著以往的試播經驗，我們整合了所有必需的強勢資源，以能夠順利推廣數位廣播，完成服務閱聽眾的使命。本團隊的優勢說明如下：

(1) 我們延續試播經驗，整合電信業及接收機業，達成技術整合團隊的目標：

申設團隊中除了台北人人廣播電台及高雄港都電台為原本的數位廣播實驗業者，威盛電子控股公司威浩投資及大眾電腦控股公司大學創投是台北人人廣播電台的主要股東成員。此外我們也與前四大的電信公司大眾電信及DAB接收機業者倡新科技進行合作，達成了技術整合的目標。

(2) 我們整合了各領域的數位內容業者，達成整合服務團隊的目標：

我們結合了聯合新聞網、中山大學管理學院、財團法人義大醫院、高雄線上、統一P-Mall、寰宇外語中心及灰姑娘音樂製作公司等數位內容業者，絕對能提供

南部地區所需的各種數位內容，達成整合服務團隊的目標。茲就合作的單位及合作內容說明如下：

產業名稱	公司名稱	合作說明
電信業者	大眾電信股份有限公司	提供電信相關技術支援於本籌設團隊，包括架站規劃及未來上傳技術指導及合作。
接收機業者	倡新科技股份有限公司	與本團隊共同開發及推廣數位接收機。
數位內容業者	聯合新聞網 〈聯合線上〉	提供該網相關數位內容。有關收費數位內容服務待取得廣播執照後再行議定。
	高雄線上 〈豪逸數位科技有限公司〉	提供南台灣生活、休閒、消費、娛樂相關之數位內容。
	統一集團 P-Mall 〈統立開發股份有限公司〉	提供購物資訊相關之數位內容及服務。其中有關電子商務部份待取得廣播執照後再行議定。
	中山大學管理學院	提供數位學習相關內容。
	財團法人義大醫院	提供醫療健康相關資訊之數位內容及醫療照護網路之互動機制。
	寰宇外語中心〈私立寰宇外語短期補習班〉	提供語言學習之數位內容。
	灰姑娘音樂製作有限公司	提供廣播劇等聲音著作之數位內容及版權音樂合作。

(3) 我們了解在地脈動，貼近聽眾生活需求：

我們的申設團隊大多為在地廣播媒體、在地教育及醫療機構、擁有豐沛地方資源；再加上獨一無二的在地生活資料庫，最能符合南台灣閱聽眾的需求。

(4) 多元的節目內容：

我們計劃於DAB頻道中提供三套聲音節目及一套資料廣播，分別為好事數位綜合台（192k）、好事數位生活台（192k）、好事數位音樂台（384k）及好事數位行動生活網（N-PAD）。將充份利用DAB多媒體單向傳播的特性，提供閱聽眾更多元、更豐富的內容服務。

（5）強勢的接收機推廣方案：

由於數位廣播的成敗掌握在接收機的推廣上，有效的接收機推廣方案是必要的條件。我們將與接收機廠商合作以強勢方案進行接收機推廣，以在短期間內增加接收機普及率及擴大媒體影響力。

（6）「城市行動生活」的理想實踐：

我們相信數位廣播對聽眾的真正意義不只在於科技的新鮮感，重點是要對生活產生正面的影響。我們依據DAB的特性定出了我們的目標：「城市行動生活」，希望能藉由DAB多元傳播、隨時隨地的新傳媒科技，帶給南區民眾一種新的生活理想。

「城市」代表的是符合現代需求，

「行動」代表的是「移動」及「隨身」的兩個概念，

「生活」代表的是符合大眾真實的需求及期盼。

我們希望能夠利用新傳播科技的媒介，提供新型態的聲音及資訊服務，以滿足在地民眾生活資訊上的需求，讓廣播接收變得更多元、更有趣。

(五) 服務關聯圖



三、先期規劃之規劃重點說明

本計劃分為兩個主題：（A）戶外活動式行動增值服務；（B）室內展覽式行動增值服務。為確認可行的營運模式，以及建構成功經驗以供其他同業複製，本計劃之規劃重點如下：

1. 全案分先期規劃及建置兩階段

1-1. 先期規劃預計從97/06~97/12供七個月，後續建置階段預計為十二個月。

1-2. 本計劃先期規畫主要在發掘市場之實際需求，試驗本創新應用模式之可行性，產生獲利模式，並提供建置示範。

2. 商業需求+營運模式分析

2-1. 本項目的在確認足以產生利益之創新服務。

2-2. 藉由活動過程進行市場調查、業者訪查與用戶需求分析等。

2-3. 此一階段預定完成下述產出：

（1）數位廣播產業市場推廣策略分析報告

（2）主題式創新數位廣播服務的商業營運與獲利模式分析報告

3. DAB 推廣活動設計

3-1. 本項目的在於依據上述之營運模式，提出實際之活動設計架構。

3-2. 此一階段預定完成下述產出：

（1）戶外活動式行動增值服務之DAB推廣活動設計

（2）室內展覽式行動增值服務之DAB推廣活動設計

4. 建置模擬雛型

4-1. 本項目的在於依據上述之系統架構，開發建置雛型示範系統。

4-2. 需進行系統開發、系統測試、模擬試作及調整。

4-3. 此一階段預定完成下述產出：

- (1) 直播式透明行動廣播車的雛型示範系統
- (2) 主題式創新數位廣播服務的雛型示範系統

5. 建置報告

5-1. 本項目的在於依據上述之分析及模擬建置經驗，提出務實可行的建置方案。

5-2. 需進行建置規模、人力、時程及技術等之規劃整理。

5-3. 此一階段預定完成下述產出：

- (1) 直播式透明行動廣播車的系統規劃建置報告
- (2) 主題式創新數位廣播服務的系統規劃建置報告

參、計畫執行說明

一、計畫範疇與目標

(一) 計畫範疇

本計畫之先期規劃階段執行團隊，由好事數位生活廣播電台內部工作人員組成，透過先期規劃階段執行過程，同時進行市場調查分析，並且從供需雙方的立場考量，歸納出具體可行之營運模式。

此階段必須完成以下幾點：

1. 產業市場推廣策略之評估報告
2. 產出具體可行的主題式創新數位廣播服務（戶外活動或室內展覽）之商業營運與獲利模式評估報告

之後，將依據所歸納出的可行營運模式，進一步發展主題式數位廣播服務與直播式透明數位廣播車的DAB推廣活動設計，建構成功經驗以供其他同業複製。

此一階段須完成以下幾點：

1. 產出具體可行之戶外活動式DAB推廣活動設計
2. 產出具體可行之室內展覽式DAB推廣活動設計

完成營運模式與DAB推廣活動設計之後，最後一個階段則是將依據系統架構、規格分析及相關建置報告，歸結出主題式創新數位廣播服務的雛形系統，同時完成先期規劃階段的試播報告。

此一階段須完成下述產出：

1. 完成所規劃之戶外活動或室內展覽的應用服務，並產出完整試播報告
2. 完成行動式廣播轉播服務之評估報告，作為開發建置階段設計之依據

經由上述資料蒐集、分析、實際試播等先期規劃所操作的成果，期待為數位廣播產業建立嶄新的服務應用模式，並且供同業複製成功經驗，提升國內數位廣播產業之水準。

(二) 計畫目標

目標項目	計畫前狀況	完成後狀況
產業市場推廣策略之評估報告	產業尚待提出務實之創新服務推廣策略	完成務實之市場推動方案
產出具體可行的數位廣播主題式創新(戶外活動式)之行動增值服務的商業營運與獲利模式評估報告	產業尚待提出務實之數位廣播主題式創新(戶外活動式)之行動增值服務的商業營運推廣策略	完成務實之數位廣播主題式創新(戶外活動式)之行動增值服務的商業營運推廣方案
產出具體可行的數位廣播主題式創新(室內展覽式)之行動增值服務的商業營運與獲利模式評估報告	產業尚待提出務實之數位廣播主題式創新(室內展覽式)之行動增值服務的商業營運推廣策略	完成務實之數位廣播主題式創新(室內展覽式)之行動增值服務的商業營運推廣方案
完成戶外直播式模擬透明行動廣播車之組裝,及架設戶外試播等裝置,並產出試播報告	產業尚待提出具體可行之戶外廣播行動車及架設戶外試播等裝置的具體可行方案	完成營運時所需的技術需求、規格、時程、建置規模等方案
完成展覽場地外之模擬直播式透明行動廣播車組裝,及架設於戶外試播等裝置,並產出試播報告	產業尚待提出具體可行之展覽場地外行動車及架設戶外試播等裝置的具體可行方案	完成營運時所需的技術需求、規格、時程、建置規模等方案
完成戶外活動式行動增值服務之系統規範建置報告	產業尚待提出具體可行之數位內容上架服務管理平台的系統規劃	完成營運時所需的技術需求、規格、時程、建置規模等方案

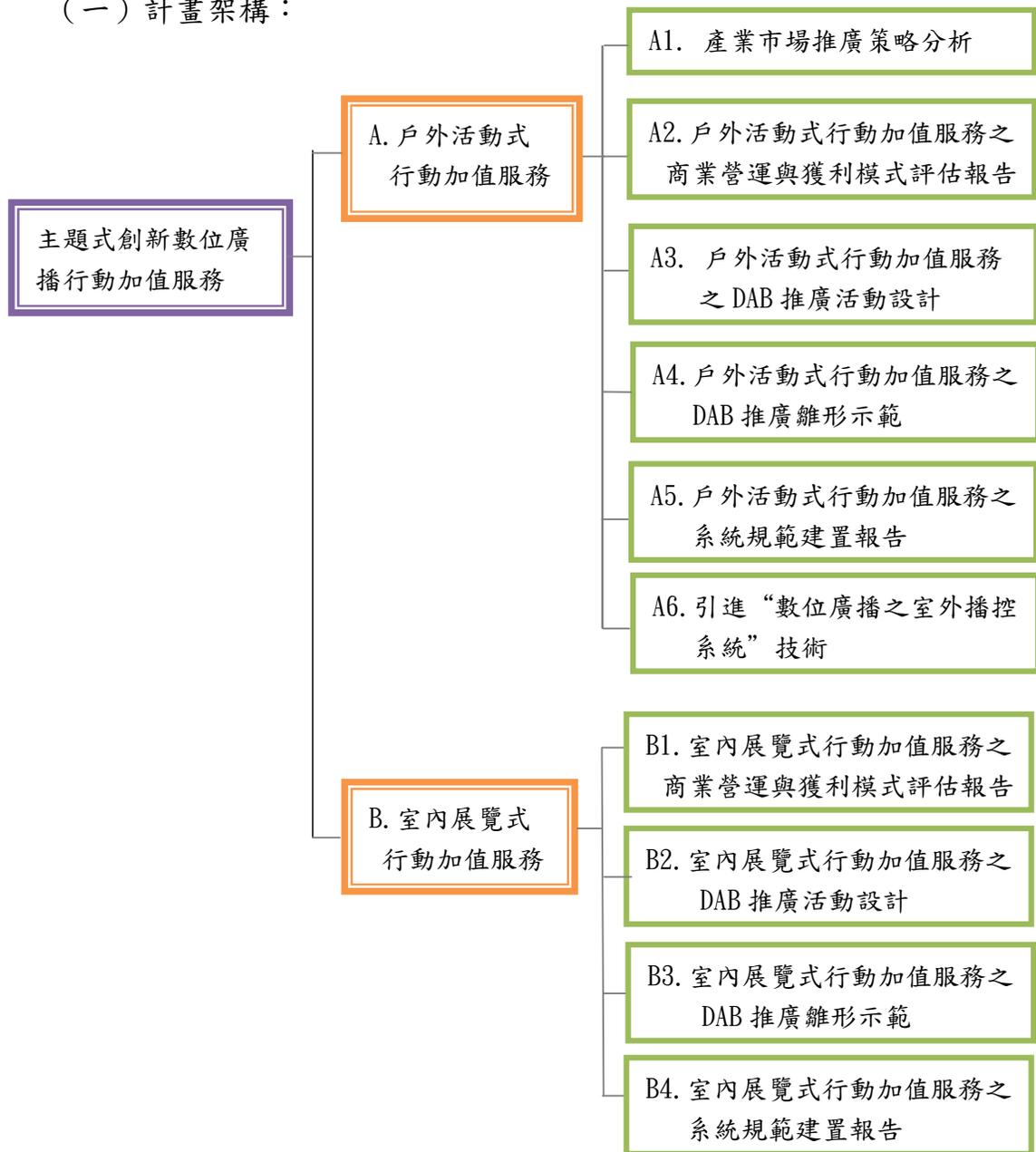
完成室內展覽式行動加 值服務之系統規範建置 報告	產業尚待提出具體可行 之數位內容上架服務管 理平台的系統規劃	完成營運時所需的技術 需求、規格、時程、建置 規模等方案
--------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

(三)達成計畫目標之限制與因應對策

達成目標之限制	因應對策
商業營運與獲利模式不確定	根據本計畫，進行具體之商業營運模 式與獲利模式分析，以形成具體可行 之市場策略

二、計畫架構與實施方法

(一) 計畫架構：



本先期規劃計畫預計期程從97/06~97/12共七個月，分為兩項子計畫（A）戶外活動式行動增值服務、（B）室內展覽式行動增值服務。目的在藉由此項計畫推廣數位廣播的應用，從產業現況之分析、雛形系統的建置，至營運獲利報告分

析其可行性，以供廣播業發展新技術、新創意、新應用與新服務。而以下將詳述

(A) 戶外活動式行動增值服務、(B)室內展覽式行動增值服務。



(A) 戶外活動式行動增值服務

本專案在戶外活動式行動增值服務的內項下，將分為大型活動，如2009高雄世運會或春吶、燈會等固定每年舉辦之盛會；與中小型活動：如大專高中校園之校慶、遊園會，或創意市集等戶外設攤活動。

(B)室內展覽式行動增值服務之DAB推廣的活動設計

以往許多室內展場常因為動線設計不良，或攤位繁多雜亂讓參展者無法快速的找到想參觀的攤位，或想瞭解的資訊。所以本專案希望結合DAB與室內展覽，讓使用者可以在擁擠的會場，有效率的導覽又不會錯過任何資訊

(二) 重點工作項目及其指標

重點工作項目	指標(服務指標/技術指標/產品規格)	完成年度
產業市場推廣策略分析	產出整體產業市場推廣策略之評估報告	97

戶外活動式行動增值服務之商業營運與獲利模式評估報告	產出戶外活動式行動增值服務之商業營運與獲利模式評估報告	97
戶外活動式行動增值服務之 DAB 推廣活動設計	產出具體可行之戶外活動式行動增值服務的 DAB 推廣活動設計	97
戶外活動式行動增值服務之 DAB 推廣雛形示範	完成戶外模擬直播式透明行動廣播車之組裝，及架設戶外試播等裝置，並完成試播報告	97
戶外活動式行動增值服務之系統規範建置報告	完成戶外活動式行動增值服務所需之技術規格、器材設備、人力配置，及試播規模等建置報告	97
室內展覽式行動增值服務之商業營運與獲利模式評估報告	產出室內展覽式行動增值服務之商業營運與獲利模式評估報告	97
室內展覽式行動增值服務之 DAB 推廣活動設計	產出具體可行之室內展覽式行動增值服務的 DAB 推廣活動設計	97
室內展覽式行動增值服務之 DAB 推廣雛形示範	完成展覽場地外之模擬直播式透明行動廣播車組裝，及架設戶外試播等裝置，並完成試播報告	97
室內展覽式行動增值服務之系統規範建置報告	完成室內展覽式行動增值服務所需之技術規格、器材設備、人力配置，及試播規模等建置報告	97

(三) 實施方法

1. 說明本計畫之進行步驟與實施方法

本計畫之實施由好事數位生活廣播電台主導進行，其進行步驟與實施方法如下：

1-1 組成計畫執行團隊

本專案由好事數位生活廣播電台主導進行，並藉由好事數位生活廣播電台豐富之大眾傳媒經驗的應用，以完成專案。

1-2 DAB推廣活動設計

經由市場調查分析，本團隊瞭解DAB數位廣播主題式創新之行動增值服務之市場定位，並從供需雙方角度考量，以下將提出具體可行之營運模式。而由於本專案強調以(A)戶外活動式行動增值服務、(B)室內展覽式行動增值服務，兩項子計畫協同並進，達到雙管齊下之成效，所以將分別詳述(A)、(B)之DAB推廣的活動設計。

(A) 戶外活動式行動增值服務之DAB推廣的活動設計

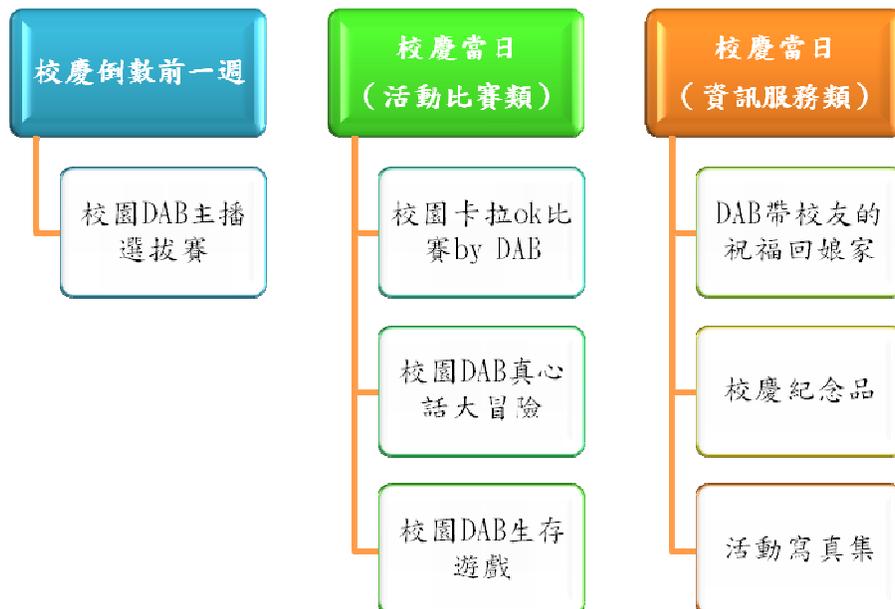
在先期規劃中，我們希望模擬直播式透明行動廣播車，架設至各大專院校，藉由年輕學子的高參與度、高接受度與勇於嘗試，背景則設定在充滿創新、活力的校園中，讓各大專院校的學生成為DAB數位廣播的最佳代言人。由於DAB之特點為提供圖片、文字、影音等資訊之傳輸，所以我們會先模擬直播式透明行動廣播車的裝置，在各大校慶、園遊會等以學校為主辦單位的場合與時機，建立與閱聽者之間的媒體傳輸平台。而在先期規劃中作，希望先以高雄市的高中為information purveyors，以下以高雄女中為協辦單位，配合校慶宣傳並推廣為DAB數位廣播。

時間：97年11月11日（確切日期將配合本年度高雄女中校慶）

地點：高雄市立女子中學（平面圖如下）



DAB 推廣（戶外式）的活動架構：



活動時程表：

97年11月2日--距離校慶還有9天	
校園 DAB 主播選拔賽	
時間	我們選定校運開跑前一週的週六，舉辦校園 DAB 主播選拔賽。活動對象為高雄女中全校師生，並推舉校園 DAB 主播選拔賽的前三名，在校慶日當一日 DJ，模擬實際電台情境，開放學生的心情點歌、訊息傳播、卡拉 ok 歌唱大賽等主持活動。希望藉由緊張的徵選競賽，為 DAB、校慶帶來話題，讓消費者認識 DAB，進而在校慶當日租借此裝置。
9：00~12：00	
地點	
暫訂會議室	
校慶開跑！！97年11月11日--活動比賽類	
校園卡拉OK比賽	
時間	藉由舉辦校園卡拉OK比賽，讓敢唱敢秀的學生，能夠有一展美好歌喉的舞台。而參賽者的資訊與其演唱歌曲將會 show 在 DAB 上，校園 DJ 也會全程轉播高雄女中校園歌唱比賽既緊張又精彩的比賽過程。
10：00~12：00	
地點	
暫訂舊音樂教室	
真心話大冒險	
時間	藉由舉辦校園真心話大冒險讓學生們將平常壓抑在心裡的話，不論是好是壞，想對老師說或是告訴同學，都可以透
12：00~14：00	



地點	過這個活動大聲將心內話呼喊出來。挑戰者的資訊與其演
暫訂學生活動中心	噲聲或告白內容將會 show 在 DAB 上，校園 DJ 也會全程轉播高雄女中真心話大冒險過程。希望利用本活動的話題性與學生們群聚的特性，吸引更多學生租用 DAB Device，讓學生熟悉 DAB 裝置，為將來的 DAB 市場鋪路。

校園 DAB 尋寶遊戲

時間		<p>利用 DAB 可隨時接收資訊如圖片、文字的功能，在校慶當日舉辦尋寶遊戲。凡報名參賽者，將藉由 DAB 傳遞之校園地圖(左圖)與訊息(下圖右)完成尋寶任務，最快找到寶藏者，將獲得由學校福利社或書局提供之免費禮券。讓除了傳統的園遊會、社團表演外，更多了緊張刺激的尋寶遊戲，不僅為 DAB、也為校慶帶來話題，讓消費者認識 DAB，進而在校慶當日租借此裝置。</p>
14:30~16:00		
地點		
校園內		

校慶開跑！！97年11月11日—資訊服務類

DAB 帶校友的祝福回娘家

校慶當天也會有許多雄女校園回來慶祝母校生日，面對浩瀚師恩，及感謝母校的栽培，DAB 替來不及報名校園真心話的害羞校友們傳達想給母校的祝福，校友的留言或想傳感謝教師的照片都會被 show 在 DAB 上，讓 DAB 替校園和校友搭起感恩的橋樑。

校慶紀念品

DAB 會將校慶紀念品的樣式詳細清單 post 在數位廣播上，讓共同參與校慶盛事校外人士，儘管非雄女師生，也可透過 DAB 的宣傳而購買紀念商品。



雄女儀隊手機吊飾



雄女紀念郵票

*圖片來源：高雄女中

活動寫真集

DAB 將會隨時傳遞最年輕活力雄女人的活動剪影，我們也期望與雄女的校刊社與攝影社合作，供同見證高雄女中古老校慶傳承與青春活力的結合。

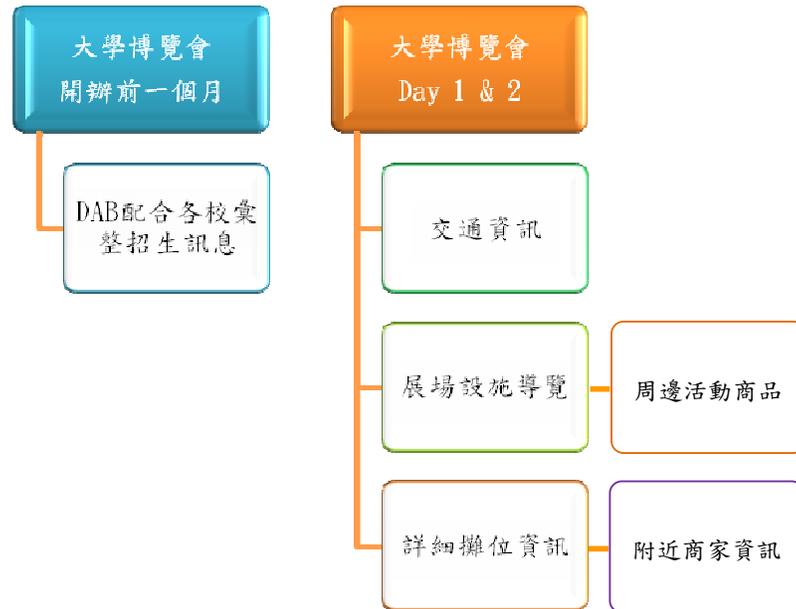


*圖片來源：高雄女中

(B)室內展覽式行動增值服務之DAB推廣的活動設計

由於本計畫初期會先以南台灣為服務地域，所以選定高雄工商展覽中心為協辦場地，且因為工商展覽中心常會不定期舉辦各式各樣的展覽，如就業展、服飾展、美食或電腦展覽等，需要DAB支援的場次較多，所以以下我們將以在工商展覽中心舉辦大學博覽會展覽為例。

DAB 推廣（室內式）的活動架構：



詳細活動內容：

全國大專校院暨研究所博覽會
博覽會開辦前一個月
<p>本團隊將與參展的學校聯繫，並取得他們在當天想強力放送最 Hot 的訊息，整合成資料庫，以求在活動當天有效率且有系統，呈現在 DAB 上。</p>
博覽會開跑囉！！
<p>模擬的直播式透明行動廣播車將會架設在場內入口處，方便學生師長與其他參展者提供資訊匯流，並提供豐富的服務內容和資訊頻道。</p>
DAB 提供交通資訊
<p>利用 DAB 提供附近交通資訊給使用者，甚至可以和公車、計程車合作，明確告知到場民眾下一班公車和接駁車的到達時間，以及</p>

計程車的叫車專線。以下詳細資訊都會 post 在 DAB 上。

大眾運輸：

一、火車、國光客運：在高雄火車站下車，如在前站可搭乘市公車 60 路；如在後站則搭乘 73 路；假日另有展場專線車。

二、飛機：由小港機場搭機場幹線至高雄火車站再轉乘市公車。

三、計程車：由火車站至展場約 10 分鐘；由機場至展場則約 30 分鐘。

自行開車：

一、高速公路南下：於九如交流道下，右轉九如路，即可到達。

二、墾丁、恆春、林園方面：於小港機場前中山路右轉上高速公路，在中正交流道下左轉中正路，至大順路右轉，在覺民路口左轉，即可到達。

三、省道台南、岡山方面：經民族路至大順路左轉，到覺民路右轉，即可到達。

四、屏東方面：由鳳屏路轉鳳山市建國路，接高雄市九如路，即可到達。

DAB 提供展場設施導覽（針對工商展中心）

使用裝置的民眾可以從 DAB 直接查詢展內地圖與相對應的參展攤位號碼或地理位置，取代既不環保又高成本的傳統 DM 或遠水難救近火服務台，不僅提高效率又可降地多餘人力配置，也提高主辦單位的服務水準。同時，還可以提供其他附加資訊如：工商展覽中心內同時還有哪些展覽、或替即將開幕的展覽做宣傳廣告以及休憩的場所位置，並且提供主辦單位 DAB 裝置，讓參觀的民眾可以跟服務台租借裝置。

DAB 提供詳細攤位資訊 (針對學校)

由於場地大，並且參展的學校數目眾多，再加上民眾對參展學校不熟悉，往往落入走馬看花的窠臼。因此我們想到將參展單位的詳細資訊，如學校簡介，預計招收人數，獎學金的不容消費者錯過的資訊，放在 DAB 頻道上撥放，讓 DAB 使用者成為展場達人。

DAB 提供周邊活動商品

攤位中各大學可能有許多優惠贈品想加值贈送給參展者，如學校馬克杯、筆記本等，可以透過 DAB 將商品圖像等即時資訊些。有些更可能是限量商品，參展者往往會因為資訊不對稱，錯過的獲得好康贈送禮的最佳時點，所以若能經由 DAB 傳遞給使用者，由現場的 DJ 告知大家這些訊息，這些問題就可以迎刃而解。而參展的學校，也不需要另外派學生們進行繞場宣傳來告知這些訊息，只需要將訊息告訴現場 DJ 即可，也省下不少人力。

DAB 提供展場附近商家資訊

展場附近的商店或是內部的商店，有時候會為了配合展覽活動，順勢推出一些優惠方案，而 DAB 提供一個管道讓他們在頻道上打廣告，讓使用 DAB 的民眾也可以接收到這些優惠的資訊及周邊商家的訊息。

範例說明

參展者可以接收即時資訊如下圖



以上為先期規劃實施方法中的DAB推廣活動設計含(A)戶外活動式行動加值服務、(B)室內展覽式行動加值服務。

1-3 進行DAB推廣雛形示範

在此階段將完成主題式創新數位廣播之行動加值服務的雛形系統，並實際操作室外播控等模擬情境，同時完成試播報告。

此一階段須完成下述產出：

- i. 完成模擬戶外直播式透明行動廣播車之組裝，及架設戶外試播等裝置，並產出試播報告
- ii. 完成展覽場地外之模擬直播式透明行動廣播車組裝，及架設於戶外試播等裝置，並產出試播報告

1-4 提出營運系統建置報告

經由上述資料蒐集、分析、試播測試等依先期規劃所操作的成果，將使廣播產業以新視野來審視數位廣播帶來之效益，並快速複製此模式。

此一階段須完成下述產出：

- i. 完成戶外活動式行動加值服務之系統規範建置報告
- ii. 完成室內展覽式行動加值服務之系統規範建置報告

三、預定進度及查核點

(一) 計畫預定進度表

本案先期規畫時程為7個月(97/6~97/12)，在先期規劃時期，著重在先期規劃與系統架構、雛形示範系統的建置，至營運獲利模式報告分析，其預定進度如下：

進度 工作項目	月份		97年											
	第一季			第二季			第三季			第四季				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
A. 戶外活動式														
A1. 產業市場推廣策略分析						▲								
A2. 戶外活動式行動增值服務之商業營運與獲利模式評估報告						▲								
A3. 戶外活動式行動增值服務之 DAB 推廣活動設計						▲								
A4. 戶外活動式行動增值服務之 DAB 推廣雛形示範							▲							
A5. 戶外活動式行動增值服務之系統規範建置報告												▲		
A6. 引進“數位廣播之室外播控系統”技術													▲	
B. 室內展覽式														
B1. 室內展覽式行動增值服務之獲利模式評估報告						▲								
B2. 室內展覽式行動增值服務之 DAB 推廣活動設計						▲								
B3. 室內展覽式行動增值服務之 DAB 推廣雛形示範							▲							
B4. 室內展覽式行動增值服務之系統規範建置報告												▲		

進度百分比%	10	60	80	100
	%	%	%	%

(二) 預定查核點說明

查核點編號	預定完成時間	查核點敘述	人員編號
A1	97/06	產業市場推廣策略分析	
A2	97/06	戶外活動式行動增值服務之商業營運與獲利模式評估報告	
A3	97/06	戶外活動式行動增值服務之 DAB 推廣活動設計	
A4	97/07	戶外活動式行動增值服務之 DAB 推廣雛形示範	
A5	97/11	戶外活動式行動增值服務之系統規範建置報告	
A6	97/12	引進“數位廣播之室外播控系統”技術	
B1	97/06	室內展覽式行動增值服務之商業營運與獲利模式評估報告	
B2	97/06	室內展覽式行動增值服務之 DAB 推廣活動設計	
B3	97/07	室內展覽式行動增值服務之 DAB 推廣雛形示範	
B4	97/11	室內展覽式行動增值服務之系統規範建置報告	

四、預期成果與價值創造

(一) 計畫創新性及可能衍生的價值

基於市場潛在需要及產業需求，本計畫提出主題式創新數位廣播之(A)戶外活動式及(B)室內展覽式兩大項服務。

本計畫目前為先期規劃階段，主題式創新數位廣播服務預期能增強與閱聽眾的溝通交流，為廣播媒體營造浩大的輿論聲勢。傳統廣播封閉的運作系統阻礙了

資訊增值，影響了傳播功能放大，因此，此服務可改善和優化傳播形態，從單向傳播變為雙向傳播，拉近主持人與閱聽眾間的心理和空間距離，讓科技為人們的生活帶來更好的享受及便利。

由於此服務鎖定移動人群，內容定位更具針對性，節目編排將更加專業化，因此對消費者而言，可以更方便的獲取活動中資訊，並及時獲取所需服務與主動參與。對業者而言，產出具體的商業營運模式後，不但可藉此推展DAB的使用，也可以有更完整的服務營運平台，讓新的應用服務源源不絕，完成產業永續經營的目標。對整體產業而言，此服務計畫帶給數位廣播產業新示範，增加數位廣播整體產業的影響性，同時可增加整體產業新的經濟增長點，綜上所述，此服務將可達到企業、消費者及整體產業三贏局面。



而於先期規劃階段，本計畫之執行將針對產業市場推廣做策略的深入研究分析，以其為整體產業環境提出更具體及有利的方向，並產生具體影響及效益。

此外此項計畫的商業營運與獲利模式，將確立此服務的完整系統架構，以利後續整體系統建置及產業發展。

而本計畫所產出之系統建置規劃報告，將完整建立出具體可行的主題式創新數位廣播（戶外活動式及室內展覽式）之行動增值服務的系統架構與規格分析及設計，可提供後續建置計畫最佳實務方案，並有利於產業相關業者參考。

（二）實際營運應用案例及計畫重要成果產出

本計畫分為主題式創新數位廣播之 (A)戶外活動式及 (B)室內展覽式兩大項服務。本先期規劃將產出如下的計畫重要成果：

成果報告

1. 進行營運獲利模式分析

經由市場調查分析，瞭解主題式創新數位廣播之行動增值服務之市場定位，從供需雙方角度考量，並提出具體可行之營運模式。

此一階段須完成下述產出：

- i. 整體產業市場推廣策略之評估報告
- ii. 產出具體可行的主題式創新數位廣播（戶外活動式）之行動增值服務的商業營運與獲利模式評估報告
- iii. 產出具體可行的主題式創新數位廣播（室內展覽式）之行動增值服務的商業營運與獲利模式評估報告

2. 進行營運模式之DAB推廣活動設計

將依據可行之營運模式，產出具體可行的行動增值服務DAB推廣活動，設計創新數位廣播的應用服務。

此一階段須完成下述產出：

- i. 產出具體可行的主題式創新數位廣播（戶外活動式）之行動增值服務的DAB推廣活動設計
- ii. 產出具體可行的主題式創新數位廣播（室內展覽式）之行動增值服務的DAB

推廣活動設計

3. 進行營運模式之DAB推廣雛形示範

依據系統架構、規格分析及相關建置報告，在此階段將完成主題式創新數位廣播之行動增值服務的推廣雛形示範，並完成模擬直播式透明行動廣播車之組裝，及架設戶外試播等裝置，同時完成試播報告。

此一階段須完成下述產出：

- i. 完成模擬戶外直播式透明行動廣播車之組裝，及架設戶外試播等裝置，並產出試播報告
- ii. 完成模擬展覽場地外之直播式透明行動廣播車組裝，及架設於戶外試播等裝置，並產出試播報告

4. 提出營運系統規範建置報告

經由上述資料蒐集、分析、模擬試播測試等依先期規劃所操作的成果，將完成數位廣播主題式行動增值服務所需之技術規格、器材設備、人力配置，及試播規模等建置報告，並使廣播產業以新視野來審視數位廣播帶來之效益，並快速複製此模式。

此一階段須完成下述產出：

- i. 完成戶外活動式行動增值服務之系統規範建置報告
- ii. 完成室內展覽式行動增值服務之系統規範建置報告

對後續開發建置計畫提案的助益

1. 可更準確評估後續開發建置計畫之規模與經費
2. 擴大數位廣播在閱聽眾中的影響力，創造廣播品牌
3. 完整的廣播傳播新形式報告，提供後續開發建置計畫之工作依據
4. 提出可行營運模式建置報告，降低後續開發計畫風險
5. 建立營運雛型示範系統，提供未來擴大規模佈建之依據

(三) 對企業所創造的價值

先期規劃階段

1. 營運獲利模式分析

- i. 產業市場推廣策略之評估報告
- ii. 產出具體可行的主題式創新數位廣播（戶外活動式）之行動增值服務的商業營運與獲利模式評估報告
- iii. 產出具體可行的主題式創新數位廣播（室內展覽式）之行動增值服務的商業營運與獲利模式評估報告

2. DAB推廣活動設計

- i. 產出具體可行的主題式創新數位廣播（戶外活動式）之行動增值服務的DAB推廣活動設計
- ii. 產出具體可行的主題式創新數位廣播（室內展覽式）之行動增值服務的DAB推廣活動設計

3. 建立DAB推廣雛形示範

- i. 完成模擬戶外直播式透明行動廣播車之組裝，及架設戶外試播等裝置，並產出試播報告
- ii. 完成模擬展覽場地外之直播式透明行動廣播車組裝，及架設於戶外試播等裝置，並產出試播報告

4. 系統規範建置報告

- i. 完成戶外活動式行動增值服務之系統規範建置報告
- ii. 完成室內展覽式行動增值服務之系統規範建置報告

上述分析報告與規劃階段預期將帶給好事數位生活廣播電台以下助益：

1. 可更準確評估後續開發建置計畫之規模與經費，降低風險
2. 可更精準判斷市場動態及消費者需求，提供公司營運模式新方向
3. 提供公司未來市場行銷規劃新準則
4. 主題廣播的新形式規劃，為公司累積後續開發依據
5. 藉著與其他產業進行業務上合作，可壯大自己的競爭實力。
6. 可預先準備所需資源及培育相關人才
7. 先期模擬營運雛型示範系統，提供未來擴大規模佈建之準備依據

(四) 對整體產業發展所創造的價值

先期規劃階段

1. 提出具體可行之營運模式及推廣策略
2. 此服務鎖定移動人群，內容定位更具針對性，節目編排將更加專業化。
3. 本計畫所產出之系統建置規劃報告，將完整建立出具體可行的數位廣播主題式創新（戶外活動式及室內展覽式）之行動增值服務的系統架構與規格分析及設計，可提供後續建置計畫最佳實務方案，並有利於產業相關業者參考。
4. 建立示範雛形系統，可提供未來擴大規模佈建之準備依據及營運之檢測方向。

建置階段完成後

1. 以此服務滿足閱聽人的多元需求，藉此推展DAB，累積聽眾數目，進而擴張媒體影響力及行銷力，完成產業永續經營的目標。
2. 主題式創新數位廣播（戶外活動式）之行動豐富了傳統廣播的傳播手段，有效聚集了閱聽眾的注意力，帶給數位廣播產業新示範，同時成為整體廣播產業媒體新的經濟增長點。
3. 舉辦豐富多彩的互動活動，能增強與閱聽眾的溝通交流，為廣播媒體營造浩大的輿論聲勢，增加數位廣播產業的影響性。
4. 廣播傳播的新形式，除藉此得到客戶的積極肯定外，另一方面也累積了寶貴的現場直播經驗，為產業提供最佳示範，有利相關業者快速複製。

5. 廣播業者，從傳統DAB發展延伸至主題式創新活動，創造數位廣播產業新營運模式。
6. 帶動合作產商周邊產業發展。
7. 主題式數位廣播業務的推出及建構，掀開了廣播發展歷史的新一頁，可創造行銷國際之機會。
8. 在用戶喜歡及有利可圖下，將激發更多的創新服務及內容，帶給消費者新體驗，有助公司營運及產業發展，形成企業、消費者及整體產業三贏局面。

五、風險評估與智慧財產權

(一) 風險評估與因應策略

本專案係藉由先期規劃等相關建置，以充分瞭解在各階段可能面對的困境與預期解決方法，所以我們歸納出了以下幾個風險與因應對策。

1. 消費者接受程度風險

消費者面對有別於傳統廣播系統的DAB數位廣播，就其提供之新應用、新服務、新創意與新技術，難免抱持觀望態度，接受度有待考量。且消費者可再分為兩大族群：

- (1) 單一消費者：如個人，因喜歡DAB擁有除了廣播系統以外的行動增值服務，而採買之單一消費個體。
- (2) 族群消費者：為結盟廠商如電腦展協辦廠商、校園或世運協辦廠商，在舉辦戶外活動式行動增值服務和室內展覽式行動增值服務時，廠商都需要透過DAB數位廣播以有效宣傳其活動或產品，此時可採取購買或租用DAB device，讓到場參與活動的

消費者對整個展覽會場和活動目的有更深層的認識。

因應策略

(1) 增加對市場需求的深入探討

本團隊期望藉由上述對DAB的市場作背景調查、探討與分析，訪問專家並和業界廠商開辦多場交流會，最後加上在97下半年度的試播體驗，完成試播成效報告，都將增加對數位廣播市場的供需瞭解與發展可能。

(2) 加強在推廣期的行銷策略：

DAB其實非新產品，但面對打入消費市場，卻存在一定難度和障礙，主要因素為消費者對DAB的不瞭解與不敢嘗試，所以我們希望藉由有效率的行銷策略如其如：**體驗式行銷**，除了在各大3C電子打開通路，讓消費者親身體驗，本專案所推廣的(A)戶外活動式行動增值服務、(B)室內展覽式行動增值服務，正強調體驗式行銷，藉由在校慶時提供師生族群使用，或在靜態展覽提供參展朋友試用，目的皆在於實際體驗DAB。或採**形象行銷**，請來具說服力的廣告明星代言，都將對年輕族群產生positive effect，最後若能保證DAB的保固期限，延長試用期，不僅讓消費者從不瞭解、不敢嘗試，漸漸導入認識、瞭解，甚至轉為認同、相信、推薦進而購買DAB數位廣播。

(3) 針對消費者試用報告建立檢討與回饋機制

本專案在97下半年度所規劃之(A)戶外活動式行動增值服務、(B)室內展覽式行動增值服務，在完成試播後，會建立消費者提供意見之管道，如意見箱或直接call in給好事數位生活廣播電台，並在好事數位生活廣播電台網站上，建立「DAB使用心得與建議」之專屬網頁和頻道，從中改善DAB的缺點，加強其優勢。

2. 技術提供風險

本專案為提供DAB數位廣播新的服務應用，所以需要行動播音車提供室外播控系統，所以面對新技術的整合仍存在技術面風險。

因應策略

(1) 採用業界認准的規格，以供其他廣播產業快速複製，提升新的經濟成長點。

3.公司財務與資源投入風險

本專案對於DAB數位廣播既有之資金技術等投入，都將存在公司財務與資源投入風險。

因應策略

(1) 好事數位生活廣播電台為一優質團隊

好事數位生活廣播電台擁有豐富的廣播經驗，對於數位廣播也研擬多年，所以對本專案的發展具有一定之規劃；且其經營穩健、資金充裕及收入穩定能提供本專案資源方面之支援。

(2) 建立DAB租用機制，以反應成本

本專案為了讓消費者更加瞭解何謂DAB數位廣播，所以希望在初期全面推廣DAB之試用，包含在試用期間，提供租用廠商或與會之參展者以較低廉的租金試用，以適度反應成本。

(二) 智慧財產權說明

本計畫所提出之行動加值服務之系統所獲得成果，可作為進行專利申請之依據。