

NHK 內容策略推進潮 PTS 國際合製深耕行

【台灣航向太空】，【台灣新里山】，【騎鐵馬遊台灣】PTS*NHK

國際合製案相關洽談說明 & 心得報告

此行觀察心得：

NHK 的財務困境與應對策略

1. NHK 面臨的財務挑戰

近年來，NHK 的財務狀況持續惡化，核心收入來源——收視費收入，正以驚人速度下降。過去五年間，NHK 的收視費收入已減少逾 1,000 億日圓，且 2024 年進一步減少 429 億日圓，總收入較巔峰時的 7,000 億日圓縮減超過 1,000 億日圓。未來數年內，這一趨勢可能導致總收入跌破 5,000 億日圓，使 NHK 的經營面臨嚴峻考驗。

此外，《廣播法》於 2024 年 5 月修訂，將網路節目服務正式納入“必需服務”範疇，並確立了 1,100 億日圓的網路接收費標準。然而，由於尚未繳納電視收視費的用戶未必會主動支付網路接收費，NHK 若無其他收入來源，將難以維持其組織運作。

2. NHK 的應對策略：深耕本土、拓展國際市場

面對財務壓力，NHK 嘗試積極回應國內市場的收視需求，提升觀眾黏著度，並正視市場競爭壓力。同時，拓展海外市場勢在必行，藉由國際授權與合作，開發全球觀眾群，創造新的收入來源。

3. 內容策略與執行方式

國際部分，NHK 由內容策略推進中心為主導，發揮旗下子公司的技術製作能量，朝以下三大方向推動變革：

- **強化國際市場競爭力**：透過文化公司 NEP 導入 NHK 各子公司將人才匯入任務編組，導入製作能量並面向國際市場，運用自身先進映像(Advanced Imaging)如 8K 科技與長年影音技術優勢，融入與科普(如太空)生態(如恐龍)並融入當代

社會觀眾關注之焦點，進入歷史節目戲劇或動畫，重新包裝並在國際市場建立優勢。

- **經典節目轉型**：促進「大河劇」與「晨間劇」的內容革新，形式與說故事使其更符合當代觀眾的收視偏好，創造能夠感動人心且具有高收視率的 IP 內容。
- **擴大串流授權收益**：積極將內容上架至 Netflix、Amazon 等國際串流平台，以授權費作為新收入來源。

4. 創新發展：沉浸式媒體與場域營運

國內部分，透過實體活動(如百年巡迴展)，此外，並以內容策略推進中心為主導，利用技術優勢，發展並突破傳統媒體模式，尋找創新出路與觀眾實體交流活動，包括：

- **適地性 (Location-Based, LB) 媒體應用**：發展沉浸式體驗，結合數位與多元平台，以增強觀眾互動與參與感。
- **跨產業媒合**：透過授權與異業合作，讓 NHK 內容進入博物館、活動中心、商場、主題樂園、動物園等場域，擴展營收管道。

此行進一步確認台灣公廣集團與 NHK 的合作機會

在 NHK 大力推動數位內容策略的背景下，本部雖然資源十分有限，依然積極推動與其國際合資與合製計畫，藉此希望深化國際市場布局，並強化與 NHK 的合作關係。不僅作為 NHK 國際合作的重要夥伴，更能借鑒韓國在全球市場的成功經驗，避免在國際競爭中被邊緣化，進一步提升台灣公共電視的國際影響力。

以下是本次【台灣航向太空】，【台灣新里山】，【騎鐵馬遊台灣】PTS*NHK 國際合製案合約簽署與相關洽談內容重點：

1. 繼神木之森:阿里山森林鐵道之旅 8K 紀錄片與 NHK 合作成功經驗之後，本部積極推展國際合資合製計劃，其中有三案與 NHK 合作，三案內容部分簽約後業已展開田調作業，完成規劃雙方預算，出資比例，資源分配，分工與製作時程等項目。此次赴日本與 NHK 以及相關子公司分別洽談合作事宜並簽署相關合約，首先是與 NHK 總部科學節目部 Tomohiro Inoue 經理簽署，並由 NHK 文化事業子公司 NEP(NHK Enterprise)生態節目組負責製作的【自然之約:台灣新里山】，



(前排左起:NHK NEP 自然生態組 MASA 監製,科學節目部 INOUEI 部長, PTS 國際策發部國華經理, 筆者施悅文(台灣新里山製作人), 後排左起: 內容推進中心柴崎首席製作人, 生態組北誠製作人, 大野導演。)



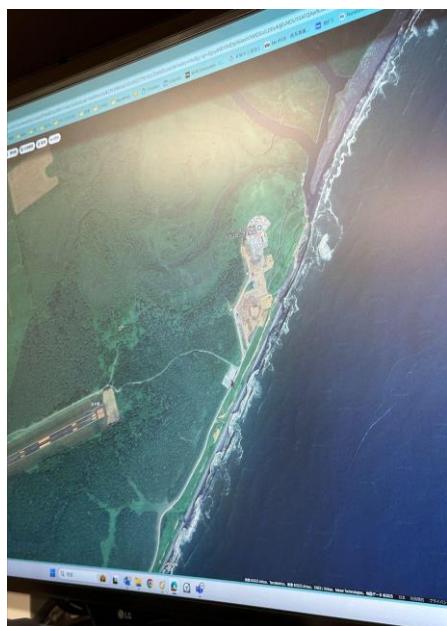
(圖說:自然之約:台灣新里山進行拍攝貢寮/南投/南庄 2025 年共 70 天之拍攝行程洽談)

2.其中【台灣航向太空】紀錄片有關台灣民間火箭於北海道發射部分, NHK 帶廣支局長業已於 2024 年來台拜會並簽署共同開發合約, 此行除與 NHK 總部國際內容策略中心確認正式合製合約之外, 亦與 NHK 總部柴崎製作人, 帶廣支局長, 日本當地委託製作公司與 NHK

Technology 工程師討論 2025 年台灣民間火箭於北海道十勝地區大樹町發射的拍攝技術之細節。



(左起: 日本製作公司安藤導演, NHK Technology 三橋資深工程師, NHK 帶廣松岡支局長, NHK 柴崎製作人)



(深度討論北海道發射地 4K 攝影機陣列架設位置與控制台訊號傳輸等技術與帶廣支局新聞報導外聘安藤導演後勤拍攝支援議題)

本行亦正式簽署本會與 NHK WORLD 頻道合作【騎鐵馬遊台灣】(60 分鐘*3 集)(Cycling Around Taiwan) 合約。本案在不同階段由不同 NHK 相關單位介入，因此洽談過程有些負責，本案由 NHK 總部內容策進部監製 Shin Yasuda 等顧問輔導協商，由子公司 NHK GM(Global Media)擔任委製編輯，委託日本當地 Telecom Staff 公司負責製作。此行確認台灣部分後勤與本會差旅支援費用支應標準，並與 NHK World 節目部 NHK GM& Telecom Staff 公司街風製作人以及第二集久米導演洽談 2025 年三月下旬來台勘景，台灣支援之後勤相關廠商分工與騎鐵馬路線等相關事宜。



(左起: Telecom Staff 久米導演，NHK World 節目部星井製作人，久保木經理，PTS 國際策發部何國華經理，筆者施悅文資深製作人，NHK Global Media 木內製作人)

除了簽約與洽談行成，星井製作人也帶領我們參觀 NHK WORLD 新聞部：



(參訪 NHK World 新聞棚，無法拍攝內部照片)

- **主要新聞節目**：NHK World-Japan 的主要新聞節目為《NHK NEWSLINE》，該節目以英語播出，主要向全球觀眾提供日本及亞洲的最新新聞、經濟資訊和氣象資訊。
- **播出頻率**：《NHK NEWSLINE》每天 24 小時逢整點播出，每次節目長度約為 15 至 20 分鐘（平日）或 10 分鐘（週末及假日）。
- **語言服務**：NHK World-Japan 的新聞內容主要以英語播出，旨在向全球觀眾傳遞日本及亞洲的最新資訊，含廣播網路共有 19 國語言的服務。
- **國際採訪網絡**：NHK 在全球共設有 31 個採訪據點，以確保新聞報道的即時性和廣泛性。
- **新聞部工作人員**：正式人力 200 人左右。包括定期和特約人力約 500 人左右。



其它洽談項目&公務行程：

1. 本會與世界多國公視國際合製的【登月再啟航】:太空國際版(Destination Moon)之沉浸式圓頂劇場(DOME) · 與經年與 NHK 合作的 DOME 製作公司 D&D Picture 商談 DOME 版本【Moon Rise】的製作進度與台灣版合製。
2. 受邀參與 NHK 100 周年於東京實體舉行的火星超體驗沉浸式特展活動:



參考 NHK 財務挑戰與策略及雙方公視合作結論:

1. NHK 財務困境加劇，轉型發展勢在必行

NHK 的收視費收入持續下滑，未來總收入恐跌破 5,000 億日圓，迫使其尋求多元化收入來源。除了深化本土內容影響力，NHK 正加快國際市場拓展，透過 8K 技術與科學、生態與戲劇類節目提高全球競爭力，並積極發展串流授權與沉浸式體驗，嘗試創造新商業模式。然而，這些策略的成效仍有待市場檢驗，NHK 發展後勢仍需觀察。

2. 本會與 NHK 洽談順利，但製作挑戰才剛開始

本次與 NHK 的國際合製案洽談與簽約進展順利，包括《台灣新里山》《台灣航向太空》《騎鐵馬遊台灣》等三大合作項目已敲定預算、分工與製作時程。然而，合製計畫進入執行階段後，將面臨跨文化製作協調、技術整合、資源分配等挑戰，如何確保高品質產出並兼顧雙方目標，是接下來的關鍵課題。

3. 台灣公視需加快數位轉型，提升市場競爭力

NHK 的發展顯示，公共媒體若無法適應市場變化，將面臨嚴峻挑戰。相比之下，台灣公視的資源更為有限，若不積極投入數位媒體創新，恐難以在全球市場或公廣社群立足。未來，公視應強化國際合作與跨平台內容發展，善用新技術（如沉浸式媒體、串流授權等）拓展觀眾群，確保自身在快速變遷的媒體環境中保持競爭力。