



從職棒八年至十年的 職棒轉播權利金創天價看 大眾傳播媒體對職業運動的影響

張良漢／國立聯合工商專校教師

一、前言

台灣職棒八年至十年（民國八十六年至八十八年）球賽轉播權利金，由和信傳播以三年十五億四千五百八十四萬元的天價標得，較原先職棒五至七年的九千萬元職棒轉播權利金，漲價達16倍之多。隨著十五億餘元的電視轉播權利金，職棒球團可望轉虧為盈；對球員來說，則象徵著職棒生態的改變，以及球員高薪時代的來臨。此外，由於球團財務困難在虧損狀況下不便或無法達成的，如：球員不足、自由球員制度以及擴充球團內部編制等諸多的問題，將可獲得改善。而傳播業者之所以會爭相競標，主要是台灣職棒球迷有愈來愈多的趨勢，及愈來愈依賴電視的轉播，使電視觀眾群成為未來職棒傳播媒體的新寵兒及相當可觀的廣告收入，為主要誘因所在。

二、各國電視轉播權利金之比較

一、中華職棒

台灣職棒的轉播史，自職棒元年以來，從看電視

台臉色，甚至以倒貼方式請求轉播，到職棒八至十年，電子媒體業者爭相競標，以超高價標得（如：表一），對球團來說可謂苦盡甘來，柳暗花明。

表一：職棒八～十年轉播權利金投標金額

編號	投標廠商	報價(元)
01	香港商星衛傳播(有)公司	375,000,000
02	緯來企業股份有限公司	1,545,840,000
03	力霸友聯全線傳播事業	1,229,999,998
04	天通股份有限公司	875,000,000
05	年代國際股份有限公司	684,000,000
06	金頻道有線傳播系統	930,000,000
07	後國有線傳播系統(股)	666,000,000

台灣職棒在民國七十九年正式在國人面前登場，



而職棒聯盟為了打響中華職棒的知名度及觀眾所接受，初期由聯盟出錢請電視台錄影轉播。但三家無線電視台礙於時段問題及職棒轉播前景並不被看好的情況下，紛紛擺起了高姿態，在職棒聯盟經過了一、二年的努力後，遂向三台酌收轉播權利金，但也僅是象徵性的收取三千元，除此之外還得供應電視台錄製人員的便當費用。

從職棒三年起，中視及華視開始在週末下午作現場實況轉播，但是實況轉播相對的對票房也引起了一定的影響，聯盟也是有苦水但卻難言。職業棒球因媒體的助長，觀眾的人次，由元年的八十九萬人次，到職棒二年已超過了一百萬人次。（鍾志強，民85）

職棒三、四年則由年代公司取得轉播權，以外包方式交由聯力公司拍攝球賽實況，而此時，聯盟每年還編列兩百萬元補助聯力公司。職棒球團首次分得電視轉播權利金，則是在職棒五年起，由TVIS以三年九千萬元的價格，獨家取得職棒五至七年的轉播權，對長期處於虧本的六支球團在赤字平衡上助益匪淺。而此次和信集團以十五億餘元超高價標得職棒八至十年的轉播金，對大部份來自門票收入的球團而言，無疑是彌補赤字的良機。

二、韓國職棒

韓國職棒成立於一九八三年，韓國職棒聯盟努力經營了十四年，同時以九三、九四年連續兩年都突破四

百萬人次的成績作為籌碼，在一九九五年時，將韓國三家主要電視台MBC（文化放送）、KBS（韓國放送）、SBS（漢城放送）的權利轉播金調升至十億韓幣（約台幣三千四百萬元），比MBC在元年所簽的一億五千萬韓幣足足調漲了六倍多，由於職棒發展較為熱絡，致使電視轉播權利金也隨著水漲船高。

三、日本職棒

日本在職業棒球發展較台灣及韓國來的早，觀看職棒比賽已是一般人的興趣及習慣，在票房上的收入比起韓國或台灣都較為可觀，各大電視台也不惜血本大力投入，以最吸引人、臨場感的轉播來服務廣大的球迷，而電視台更是大費心血的使用十三架攝影機（台灣六架）來轉播賽事，獵取各個角度，將最好的畫面一一呈現在觀眾面前，增添看球的樂趣。日本一位電視台主管曾表示，如果減少轉播一場巨人隊的球賽，約可省下二億日圓的開銷，但可能遭受兩千萬球迷的指責。他的一席話說明日本電視台轉播職棒的苦心，以及面臨了賠錢也得撐的無奈心情。

四、美國體壇

一九六〇年，美國CBS以近四十萬美元取得羅馬奧運會的轉播權。從此，電視權利金即淪為美國三大電視網—ABC、NBC、CBS競相追逐的遊戲。而三十年之後，NBC則以四億五千六百萬美元拿下一九九六年亞特蘭大奧運轉播權，而這百倍的差距說明了體



育轉播的遠景一天比一天看好，大有可為。至於利潤豐富的NBA職籃方面，NBC和NBA的六億美元合約原本將在九四年到期，後因雙方達成協議繼續約直到九八年為止，而金額更高達七億五千萬美元，而NBC願意付出如此高的代價，是因為他們評估後，將會有超過十億美元的廣告收入。一九九三年於亞特蘭大「喬治亞巨蛋」體育館舉行的第二十八屆超級盃美式足球決賽，NBC又以四千萬美元獲得獨家轉播權，而廣告以每三十秒喊價到九十萬美元，也創下歷史新高，從中不難發現和信傳播亦是看好未來職棒的前景，而不惜投入重資。

三、球團荷包飽、廉價勞工再見

從職棒八年起，國內轉播每一場價值，將高達一百六十六萬元，如果再加上轉播需付給約八萬元的費用，等於一場球賽轉播費用將至少花費一百七十萬元，而職棒球團從電視轉播權利金獲得的部份，正好可用來彌補虧損期間無法實現的事，諸如健全的球團、組織架構等問題。十五億餘元的轉播權利金就像及時雨，暫時紓解多年的旱象。

轉播權利金高，球團將分得較多的錢，對解決長期以來球團虧損情形，助益良多，而球員在要求提高薪水一事，球團再也無法以「球團仍在虧損，希望大家能共體時艱」的藉口加以搪塞。以九五年中華職棒後國熊為例，由於以房地產起家的後國集團，受到了

當時房地產不景氣與財力吃緊的影響下，再加上熊隊戰績不甚理想，使得熊隊球員的薪資為當時六隊中最低的，有一半更屬於「廉價勞工」。

和信傳播以超高價標得的電視轉播權利金，及時改善熊隊的窘境。熊隊在獲得可觀的權利金收益後，對其財務是一大挹注，再加上門票及其他如：職棒商品等收入，使得熊隊財務問題將可迎刃而解。其次是和信集團標得天價後，讓球團荷包飽，以往球團虧損的情形，短期內將不復存在；再則職棒球員工會成立後，工會以集體力量與球團談判，更加保障了球員本身的權益及利益，對球賽的品質，也具有提升的作用。

而傳播業者以十五億餘元獲得職棒八至十年電視轉播權，無疑是保障了球團每年約有八千餘萬元的權利金收益，而再加上球場廣告看板費用（九五年約兩千三百萬元），預料也將受到和信超高價的轉播權利金之影響，而產生天價效應，因此如果有關職棒聯盟個個權利金都調漲，那麼球團還以虧損當擋箭牌，不讓球員調整薪資，那就無法自圓其說了。

四、傳播業者相互競標，球團得利球迷受損

傳播業者相互競標，六隊球團均認為以十五億餘元的轉播權利金比起預估的利潤多太多。即以往擔心球團虧損像個無底洞，今後有機會填補，一下子也解決許多因財務上的困難及無法順利推展的諸多事項。



但事實上，球迷並未因轉播權利金轉中獲利，而且還得面對若干有線電視收費的漲價，甚至系統業者以斷訊加以要脅。可謂「羊毛出在羊身上」，球迷仍是最大的輸家。

更為離譜的事，由和信集團中的緯來體育台與TVBS頻道彼此撕破臉，使得球迷在屬於緯來系統播出的中華職棒聯盟賽事時，根本無法在同一頻道觀看台灣大聯盟的賽事；反之在TVBS的系統，觀眾絕無機緣看到中華職棒聯盟球員的精采演出，甚至觀眾必須在同一時段、不同頻道、不同聯盟的賽事，被迫擇一觀戰。這恐怕是當初有線電視業者競標電視轉播權利金時，始料未及之事。

此外，業者以高昂的價格取得轉播權，導致職棒聯盟分裂，而頻道系統業者更為此開戰，球迷往往在收看電視轉播時，遭系統業者斷訊，或蓄意將職棒頻道取消，影響球迷權利。這些都是大眾傳播媒體帶動職棒運動發展，卻屢屢以觀眾為要脅對象，動輒高喊收費將漲價的負面效應。

五、結語

此次職棒能在電視轉播權利金競標事件中掀起熱絡的現象，可說是職棒發展多年來的一大蛻變，而各球團也將因高額的電視轉播權利金中發了一筆意外之財，而減少了虧損，這可說是全世界職棒發展史中的一個奇蹟；這也證明台灣有線電視蓬勃發展所呈現的

特殊景象。

十五億餘元的電視轉播權利金不僅是為財務所困的球團帶來及時雨，更是提升球團水準的強心劑，對開拓球員、建立自由球員制度及擴充球團編制等問題將獲得改善。不可諱言，此次電視業者間的互相競爭而衍生日後台灣職棒團體的分裂、球團間更出現球員素質良莠不齊的現象及降低球賽的可看性，大眾傳播媒體也須負起一定的責任。

無辜的球迷在這次競標的事件中，竟也被無端的捲入成為了間接的受害者，業者以高昂的天價取得轉播權後，以掩人耳目的方式藉機將費用轉價給消費者或是系統業者因價碼談不攏，頻頻以斷訊要脅，讓球迷無法觀看球賽轉播，實有不當之處。如何在傳播業者的獲利考量下與有效解決球團的財務困難進而達到球迷的最大受益，為當前主管社會體育的專責單位所須省思的重要課題。

六、參考資料

1. 楊愛華、黃永熹、施茂福、李琢（民84）各國電視轉播權利金面面觀。中國時報，八十四年八月二十

日。

2. 賈亦珍、林以君、李國彥（民84）職棒轉播權利金創天價誰叫好。聯合報，八十四年九月一日。

3. 鍾志強（民85）職業棒球球迷俱樂部消費者行為之研究。運動休閒管理論文集。台北：品度書局。