

05 1962

台灣第一家電視公司成立

文：侯瑾瑜
受訪者：劉文龍、徐佳士、楊寶輝

台視籌備始於1961年，由當時中國廣播公司總經理魏景蒙擔任籌備處主任委員、台視成立後的首任總經理周天翔為籌備處處長；1962年4月28日台灣電視公司正式成立，同年10月3日起試播一週；10月5日於台北賓館舉行試播酒會，宣告台灣電視新紀元正式展開。

1962年10月10日上午，在當時的第一夫人蔣宋美齡女士的開幕剪綵與按鈕開台之下，台灣第一家民營商業無線電視台1台灣電視公司（TTV）正式誕生。

同日晚間7點，距離美國（1928年）電視開播的30多年後，從未有過電視媒體出現的台灣，在中華民國國歌及當時總統文告等影片播放下，正式進入電視媒體新世紀。

開播後的台視，初期每日播放5小時電視節目，於晚間18：00開播23：00點前收播，在黑白電視機尚不普及、民生經濟正處於起飛階段的年代，台視給了台灣民眾科技進步的感官震撼；台視成立不僅開啟了台灣電視史，亦是台灣廣告業大躍進的重要關鍵，使廣告媒體除了傳統的報紙、雜誌及電台之外，增加了

1962年10月10日 台視開播當天的節目表

18：50~19：00	檢驗圖
19：00~19：03	開播、國歌、節目報告
19：03~19：15	公司開幕實況
19：15~20：00	總統文告、國慶實況
20：00~20：15	新聞、氣象報告
20：15~20：30	卡通
20：30~21：00	國語歌曲——歌星演唱
21：00~21：20	電視節目膠片
21：20~21：55	憲光康樂隊演出
21：55~22：55	電視節目膠片
22：55~23：00	新聞、氣象報告
23：00~23：02	預播明日節目、收播

台灣地區無線電視台開播日期

中國電視事業股份有限公司：1969年10月31日
中華電視股份有限公司：1971年10月31日
民間全民電視股份有限公司：1997年6月11日
公共電視台：1998年7月1日
無線數位台：2001年12月

電視媒體，有了播放新興視覺媒體的管道。

台視因為是台灣第一家民營商業無線電視台，因此也是眾多電視媒體史上創新事件的領航員。台視開播次日，10月11日晚間20：30，第1次現場轉播中華隊與紐

西蘭隊在台北市兒童樂園體育館舉行的籃球賽。10月19日，播出台灣電視史上第1齣閩南語電視劇《重回懷抱》；11月18日，播出第1齣國語單元劇《浮生若夢》；同年《電視週刊》同步發行。而對廣告產業最大的影響則是首創廣告媒體代理制度，正式使台灣廣告業進入廣告代理業制度，建立了媒體與廣告代理商間的合理關係。

除了寫下黑白電視史首播記錄，台灣彩色電視史上的創始播放亦由台視拔得頭籌。1969年9月7日，台視發射了全台灣第1個彩色電視節目訊號，自該日起不定期試播彩色電視節目；同年9月25日，宣布彩色電視節目試播成功。11月19日，首次使用人造衛星以彩色節目訊號，轉播了太陽神12號太空人登陸月球實況。

全新電視媒體形態誕生

在台視開播之前，台灣的廣告媒體以報紙雜誌、電台為主，台視的成立使當時的廣告媒體生態有了重大轉變，也使廣告製作從平面設計正式進入影像創作時代，影像思考逐漸成為廣告傳播新興主流。

台視成立初期，以3,000萬新台幣為創立資本額，由台視與日本富士、日本東芝、日本電氣（NEC）、日立製作等4家商社共同合資成立，並由台視負責銷售來自日本的電視機。初期，台視業務部分為兩個組，一為廣告組，主要負責廣告業務，二為電視機推銷組，主要業務為推銷販賣電視機。

1962年進入台視業務部擔任業務員，2001年退休的前台視副總經理劉文龍表示在台視開播的前3年，電視廣告的播放量非常少，當年一台電視機要價4,500元新台幣，大約是一位大學畢業生3個月的薪資。電視機在當時極為稀有，電視

發射站也只有台北陽明山的竹子湖，電視媒體並非廠商迫切所需的播放平台；一直到3年後，中南部、東部陸續架設了轉播站，電視節目得以全省聯播，再加上適逢民生經濟起飛、電視機銷售日漸普及，電視廣告的需求與效果才逐漸顯示其重要性。

台視成立初期，電視廣告製作與播放的技術尚不成熟，主要技術來源來自日本經驗；在電視廣告（CF）製作初期，電視廣告播放形式上有兩種：1. 平面卡片（TELOP card）——以4乘3照片比例、灰底卡片為素材，於卡片上手繪製做廣告圖像及文案；2. 幻燈片（slide）——以照相機拍攝35釐米規格幻燈片為素材，單張形式播放；聲音由電視台配音員現場念文字稿，廣告文案長度介於10秒至3分鐘之間，每10秒鐘的文字稿約35個字。

對於早期的廣告影片製作經驗，劉文龍認為台視開播，讓廣告媒體變得更完整，電子媒體使廣告效果升級，對於傳統廣告帶來很大衝擊；平面廣告開始立體化，觀眾開始接受影像思考的概念，同時間也提供了部分廣告人轉業成立廣告影片拍片公司發揮的舞台；早期的電視廣告製作大多由日方技術支援，直到陳幸慧成立台灣第一家專業製片公司「影人製作」後，才開創了台灣獨立製作電視廣告風氣。

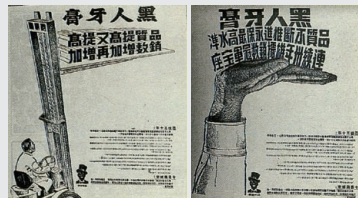
劉文龍印象中的第1支廣告，是來自香港、由港人製作的黑人牙膏動畫廣告，搭配著主題曲式的吟唱，給予觀眾耳目一新的感受，除商品受到注目，廣告歌曲的傳唱亦是風潮之一。台視初期的廣告來源以藥品、電器、機車為大宗，主要客戶為日商居多，分別有：田邊製藥、武田製藥、資生堂、大發汽車、東芝電器、聲寶、JVC、日立等廠商。

初期的電視廣告製作形式並無制式規範，廣告創意以服務客戶為導向，任何可以配合客戶要求的形式幾乎都嘗試了。早期傳播媒體沒有版權與著作權概念，因此以置入性行銷的現場廣告最為普遍。

當時電視台節目分為內製與外製兩種形態，外製節目由廠商買下播放時段並製作節目；第1個外製節目為田邊俱樂部、第1家外製節目廠商為田邊製藥、第1家外製公司為國華廣告。

台灣第1支電視廣告影片（CF）——好來化工「黑人牙膏」

台灣第1支電視CF出現在1962年10月10日，台灣電視公司開播當天，由好來化工所提供的「黑人牙膏」60秒廣告。這支廣告影片是由中華傳播公司由香港引進，可能是香港廣告代理商所拍攝。當時影片的畫面是一支牙膏一邊唱歌一邊在臉盆上跳來跳去，唱完後的畫面是一排「黑人牙膏」的字樣。而國慶日當天，台視轉播完國慶典禮的總統文告後，先打出10秒的平面稿說明節目由好來化工公司提供，隨後即打出此60秒的CF，之後是以10秒為單位的「黑人牙膏30週年紀念大贈獎」、「頭獎2斤金元寶」、「2獎大同電冰箱」、「3獎伍順腳踏車」、「黑人牙膏支支有獎」等反射卡。由於年代久遠，這支台灣電視史上第1支CF早已失傳，無跡可循了。



黑人牙膏的平面廣告

3台鼎立 電視廣告黑暗時期

台視成立，除了開創了電視媒體傳播管道之外，亦首創電視媒體與廣告代理商簽約制度；當時簽約的甲級廣告代理商計有：國華、台廣、大洋、國際工商、華商、聯藝、中華傳播、中外、中華電藝、明生電動、第一廣告等11家公司，此外，還有乙級廣告代理商如東方廣告等，台灣終於進入「廣告代理」時代。

在台視制定廣告代理簽約制度前，台灣廣告產業從未有過電視廣告代理經驗，對於制定簽約制度的規章，主要參考對象為日本，劉文龍表示初期廣告託播以3個月至6個月為期限；時段分為甲乙丙3級收費標準，計價方式以秒數與次數為單位；節目劃分為節目廣告與託播廣告兩種；廣告量被限制為節目長度的10%，1小時節目廣告量為6分鐘。

早期電視廣告不須送審，廣告規範由電視台內制定，主要規範參考日本，廣告內容界定於不迷信或怪力亂神為依據，並對於藥品廣告嚴守分際；在台視一台獨大的時期，一直嚴守著1小時節目6分鐘廣告的制度，直到中視、華視陸續成立後，電視廣告市場才開始發生各種亂象，劉文龍更稱之為「電視廣告黑暗時期」。

對於3台鼎立瓜分市場的亂象，劉文龍表示早期廣告內容的審查由電視台內部自定，直到3家電視台分別成立後，為了業務競爭造成了市場大亂，才有政府出面統一管理。初期在各台廣告長度不一、廣告內容雜亂無章、市場價格削價惡性競爭之下，新聞局才制定了廣告審查內容制度，並規定1小時節目廣告以10分鐘為限；因為電視市場大亂，3台也多次開會協議制定廣告規章，但3台對於規章的遵守並不嚴謹，造成約20年間的廣告價格大亂與惡性競爭的黑暗時期。

台視開播改變台灣媒體傳播環境

關於台視開播對於傳播環境的影響，前政治大學新聞系教授徐佳士認為台視的成立引進了日本技術與財力，主要影響是新增了媒體傳播的管道。但是，從另一個觀點來看也可以說是加強了當時執政政黨的宣傳工具，是一黨專政時期的新興宣傳管道，也是政府權力分配的展現；當時，政、教、軍各有其權力範圍，台視成立則是讓本土權力大增，早期許多政客與傳播學者受日本教育影響深厚，日系文化是本土勢力的根基，新興媒體的出現則展現了本土勢力的興起。不過，遺憾的是在政黨統治下的電視傳播環境，新聞工作者的思想、言論自由並未得以展現，只有在技術上得以展現創作空間與能力，在思想、看法本身以及引進西方新聞基本自由觀念上，則需憑個人本事。

台視的成立，刺激了廣告產業對廣告影片的需求，也加速推動台灣廣告產業在廣告製作上，從平面設計跨入影音立體的腳步，也鼓勵及吸引了部分廣告人才願意轉往及獻身於廣告影片製作的這個行業，對整體廣告產業也產生了另一個關鍵性的影響。聚點影視董事長楊寶輝也表示台視開播給予了廣告影片製作公司的創作舞台，廣告從平面變成活潑的動態，除了為民眾帶來新鮮感之外，也是廣告製作人才竄出的最佳時機；當時因為廣告量少，只要作品精彩就會受到重視，這是廣告影片從業人員成名的絕佳年代；不過，楊寶輝也提到在只有3台的時期，廣告影片製作的週邊配合產業極不普遍，大約從1962年到1981年間，可配合的影片沖片廠除了官方的中央電影公司之外，民間沖片廠與錄音室各只有一間；在資源不普及的3台獨大時期，廣告影片製作公司除了要維繫與合作單位的關係，對於新聞局發放准演執照時限也要嚴加注意，若一閃失無法取得准演執照，辛苦拍攝的作品無法上檔就會開天窗。

另外，與3台廣告業務單位的應對也是一門學問；楊寶輝回憶，在3台獨霸媒體市場長達15年的黃金時期，廣告影片製作公司的從業人員為了使工作順利，最

在意的就是與各台業務單位「關係」的拿捏，與現在科技發達、傳播管道自由多元的環境與生態，有著極大的差異。