

## NHK-HD 的現況與推廣

策發部 陳慶立 2008/3/17

NHK 無線數位電視於 2003 年 12 月開播，開播時的收視範圍只限於東京、名古屋、大阪三個都會區，2006 年 12 月時擴大到全國 47 個縣府所在地；2007 年年底總計全國有 92% 的收視戶能夠收看無線數位電視。預計 2011 年 7 月達到全面普及的目標，與此同時日本也將停止類比播出。

爲了達到 2011 年全面數位切換的目標，截至 2007 年 3 月爲止 NHK 在全國建立了 120 個轉播站或中繼站，讓全國收視戶的 85%，大約 4000 萬戶能夠進行無線數位電視接收。爲了讓剩下來的 15% 能夠順利收看，今後必須加建大約 2000 個中繼站台因應。此外，爲了改善訊號不佳問題，NHK 與地方團體共同營運了大約 8700 個設施，爲了加強無線數位電視訊號的接收，這些設施也正在進行相關工程的改修。

目前 NHK 的無線數位電視有 2 個頻道，分別是無線綜合台與無線教育台。無線綜合台有 90% 的節目爲高畫質播出，節目內容和類比綜合台相同。差別在於數位頻道有包含地區新聞、氣象以及地方資訊的資料(Data) 播出。數位教育台(可再分成標準畫質 3 個頻道)有 50% 爲高畫質播出，教育 1 頻道的節目與類比教育頻道相同。2、3 頻道則會播出圍棋・象棋、歌劇、美術・教養、國外連續劇等節目。此外也有資料播出。

2006 年 1 月爲止日本全國無線數位接收設備總共累計賣出 877 萬台，到了 2007 年 1 月成長爲 1794 萬台，2008 年 1 月已經突破三千萬台達到 3042 萬台，成長相當快速。3042 萬台當中，電漿和液晶電視機約有 1916 萬台，映像管電視機佔有 72 萬台，數位調波器約 636 萬台，有線電視機上盒(STB)約 518 萬台。

爲了順應政府智慧財產戰略本部所提倡的促進內容流通方針，NHK 於 2005 年 7 月透過子公司 NHK エンタプライズ開始了 VOD 的服務，至 2005 年 12 月底，總共提供給 8 家業者，播出 333 個節目。

NHK 看到 2006 年冬季時可接收衛星訊號薄型電視機熱賣，又預期衛星數位電視接收器在 2007 年的累積銷售將突破 3000 萬台，認爲這是積極推廣 HD 媚力的絕佳時機，因此在 2006 年進行了一連串的公關推廣活動。這些活動包括：

### 1. 配合 HD 節目的播出展開推廣活動

2006 年時，走遍大街小巷的現場直播節目「街道てくてく旅」播出時，與有線電視台業者，郵局，公路局合作，在街頭張貼海報，以 2000 萬名健行愛好者爲目標對象，促請他們跟 NHK 簽約。

「どうもくんワールド」這個兒童節目有效地提高擁有幼兒的家庭和 NHK 簽約的比例。

## 2.與民間電視台共同舉辦推廣活動

NHK 和 7 家商業電視台合作，在 6 月世足賽、衛星數位電視收視戶數達到 1500 萬及 2000 萬時，作了相關的 PR。

## 3.國內的 HD 推廣

爲了讓多數的收視大眾能夠體驗 HD 的臨場感、高畫質與高音質，恢復對 NHK 的信賴，在國內持續作了一整年的推廣活動。東京巨蛋的巨人隊棒球賽，國技館的大相撲轉播，配合由 NHK 共同主辦的高爾夫，路跑活動等，於現場作 HD 展示。「教育展」「蘭花展」時進行相關的 PR。此外，在大批觀眾參加的戶外節目拍攝現場，提供紀念品與紀念照，在照片的邊框上寫上「敬請理解繳交收視費的文字」，在親手交給現場觀眾時，配合口頭勸說，有效率地達到活動效果。

## 4.國外的 HD 推廣

2006 年於 7 個國家合計舉辦了 9 次的國際展示。NHK 在國外展出 HD 節目和器材主要有兩個目的：(1)PR 早於歐美各國由 NHK 所先行開發的 HDTV1080i 規格的優越性。(2)透過展示加強與國外電視台或製作公司的交流，以利相關的國際合製計畫的推動。

NHK 礙於舊廣播法的限制，無法提供「Video on Demand」服務，於是 NHK 將部分影音內容提供給其他業者使用。2004 年 7 月至 2005 年 6 月，大約有一年的時間透過 NTT 等電信業者以機上盒(STB)的形式作試驗播出。這項服務從 2005 年 7 月起商品化。此外，2006 年秋天至 2007 年 3 月，客戶可以透過電腦網路下載 NHK 提供給業者的影音內容(下載後經過一段時間將無法再看到畫面)，這項服務從 2007 年 4 月起商品化。目前 NHK 提供 600 支節目給 15 家業者(含 STB 與 PC)，其中有 4 家業者作 HD 播出。今年 4 月，日本開始適用新的廣播法，NHK 預計從 12 月開始推出自己的「NHK on Demand」。