

劉文龍訪談 早期電視廣告工作者

計畫名稱：110 年台灣電視史口述訪談研究計畫

訪談日期：2021 年 10 月 1 日

訪談地點：政治大學新聞館

受訪者：劉文龍

主採者：劉昌德、王亞維

陪訪者：柯裕棻、翁珮恒、楊偉誠

劉文龍經歷：

1936 年(民國 25 年) 出生

1955 年(民國 44 年) 就讀台大商學系

1962 年(民國 51 年) 進入台視業務部營業組擔任廣告業務人員

1969 年(民國 58 年) 升任台視業務部營業組副組長

1972 年(民國 61 年) 升任台視業務部營業組組長

1975 年(民國 64 年) 升任台視業務部副理

1982 年(民國 71 年) 轉調台視節目部副理

1984 年(民國 73 年) 升任台視業務部經理

1990 年(民國 79 年) 升任台視副總經理

2001 年(民國 90 年) 從台視退休

大學時選修廣告學 退伍不久後台視開台即進入業務部

訪：首先我們想要知道副總豐富的個人經歷。請問您哪一年進入到台視？在台視之前，學校學習的經歷與主修是什麼？在台視之前還有哪些工作經歷？

劉文龍：好，謝謝。我是民國 25 年出生的。民國 44 年 9 月，我就考取台大的商學系，念商學方面的課程。經過四年下來，到了民國 48 年 10 月就是去預備

軍官。那個時候還是要抽籤，所以我們商學系的三軍都有，陸海空都有。我運氣也不錯，我抽到空軍的補給官。那一年的 10 月，我們就到岡山…不是岡山，是先到東港去受基礎訓練。然後再到岡山接受專業訓練，一共 7 個月。之後就要分派到地方的部隊去。我們空軍主要就機場。我運氣也不錯，就把我派到松山基地，台北的松山基地。我去報到的時候，基地的有關的這些同事就說，我們現在這裡沒有宿舍，麻煩你住在家裡好不好？我說好，太好了。因為一般都是空軍比較輕鬆一點，那我就是在那裡差不多 1 年 6 個月，到民國 50 年 4 月我就退伍了。

退伍前一年，台大招考商學系的夜間部考生。所以那個教授就找我說，你來幫幫忙。因為商學系有幾個課程，都有實習的課程，比如說會計學還有商用數學，都有實習的課程，需要有個助教來協助。所以我就到那邊去，等於找個工作做，退伍下來到那邊去當助教。到了民國 50 年…民國 51 年的 8、9 月，那個時候，台灣電視公司在籌備。在報紙登了一個招考的廣告，說要考業務員。我覺得說有點新興事業，因為電視台那個時候當然真的還沒有，只有教育電台有所謂實驗台之外，沒有正式的電視台。我就說不妨試一試，結果也湊巧，因為考試科目，它這樣子，因為它招考兩種人。一種是業務人員，廣告業務人員；一種是推銷人員。推銷人員就是那時候台灣剛好要開電視台，沒有電視機，所以我們台視需要把電視機推廣出去才有人看，所以就是兩個單位，一個業務部的廣告營業，一個是推銷的。所以就是兩種人才，就對外招考。我就一看說考什麼呢？就考商科嘛，一個是廣告學，一個是推銷學，反正看一看哪邊就這樣子，另外國文、英文還是日文，有這麼幾個科目。就這樣子，我就去報考了。因為我是考營業組的廣告，所以很榮幸也錄取了。錄取呢，我就 9 月，到 9 月學校這邊還沒有開學，這邊（指電視台）已經錄取試用。所以我就到台視去試用了。試用一個月下來，就變正式任用。既然是這麼一個新興事業，我就學校工作辭掉，專職來電視台工作。台灣電視台是在 10 月 10 號開播，民國 51 年 10 月 10 號開播。所以我剛好趕上台視正式開播前的 10 月 1 號正式成為台視的職員，就開始工作。

你在訪問題目裡頭提到說，有什麼機緣來加入電視台工作？題目不曉得是你出的，還是誰出的，很有意思，我看都很有意思。我唸商學系，很多課程，又是什麼經濟、又是會計、又是統計，又是什麼貨幣銀行，大概都是這些科目。到大三的時候，有一位老教授叫做楊進清，楊教授他開了廣告學課程，是選修課。我對廣告是有點興趣，就想說好啊，那我就選修個廣告學，因為

大三了比較可以選一點，我就去選修廣告學，一個學期 3 個學分。台視在招考的時候，裡頭有一科是廣告學，那我既然念了廣告學，有這麼一個機會，我就去考一考試試看嘛，就是這麼去考，就考上了。就是你提的問題，有什麼機緣，就是念了一科選修的，就這樣子去考，影響了我以後這麼多年，就在這一方面工作，所以很有意思。

台視我是進去之後，就是業務員。在營業組工作，主要就是招攬電視廣告業務，這是最主要的工作。那時候比較簡單，廣告組與營業組招考進來的大專學歷的有兩個，一個我、一個林先生，另外找一個是高商的，他是負責會計或是出納這些工作。原來還有一位就是籌備的時候進來。所以在營業組，一個組長，兩個業務員。一個是等於辦事員，一個是會計員，就這麼 5 個。就在那裡就開始工作。我在業務部營業組做業務員，也做了滿久。

到民國 58 年 8 月的時候，總算升到副組長。民國 51 年到 58 年，升到副組長。到民國 61 年，我就升組長了。到民國 64 年，也在業務部，我就升副理，在業務部升副理。民國 70 年石永貴來我們公司（擔任總經理），結果他就把我調到節目部去，把節目部副理徐剛夫，他也是政大畢業的，我們兩個對調。所以我從原來業務部副理，變成節目部副理，所以對節目部的作業情形也有所瞭解。

到了民國 72 年，剛好有個機會。一個經理升副總，所以我就代經理。經過一年之後，到民國 73 年了，我就升經理了，正式的經理。就是一直工作，工作到後來石永貴離開台視之後，換王家驊來，他來了一陣子之後，一兩年之後，剛好有一個機會，副總退休，就把我提上來了。所以很榮幸又升到副總，那已經是民國 79 年了

然後一直在副總的崗位上一直工作，督導業務部，還有督導節目部，還有督導人事室。因為我們有兩個副總，一位是後來那個誰…廖蒼松，他是負責督導新聞部。就這樣做了差不多 10 年吧，剛好 65 歲退休。我在民國 90 年 1 月退休。一直到現在，已經退休足足 20 年。

訪：副總在台視裡面的經歷非常豐富。剛剛你提到說是 10 月 1 號進入台視，今天 10 月 1 號，正好今天滿 59 年。

劉文龍：事實上我是 9 月 1 號進去。那個時候是所謂的試用，試用一個月。試用一個月，再下來就是決定要用還是不用，要用的話就變正式的，所以正式工作是 10 月 1 號。

訪：明年就正好 60 年。那接著下來，我們最主要是想要知道台視開播的那一段時間的狀況。所以想要問副總，在台視開播的初期，你剛剛提到業務部有兩個主要分工，您應該是廣告組？

劉文龍：是營業組。

台視業務部人員編制少 業務員收入佳

訪：您主要負責的工作內容，還有當時像薪水、工作時間這種工作條件怎麼樣，可以請你描述一下？

劉文龍：因為新開的開創的事業，它的組織編制不可能說很龐大，所以就很簡單的。業務部，主要就是等於做生意。我們台視就是兩種生意，一種就是廣告的生意、一種就是賣電視機。賣電視機在別的國家，有的電視台已經早就有的，大概電視台不一定賣電視機。因為台視剛出來的時候，市面上根本沒有電視機。所以我們有一個任務，要把電視機推廣出去。電視機賣得越多才有多人來收看，所以也是我們重要工作之一。營業組就是負責廣告的，一個推銷組就是在推銷電視機。

營業組主要的，有業務員推銷我們電視台製作的節目，是最主要的工作。那其他的，還有內部的這些廣告作業處裡、收帳的事，當然也有人在做。像我跟另一個林先生，等於營業組的主要業務。我負責節目的部分，林先生他負責插播。因為我們電視廣告，簡單地分下來，就是一種叫節目的廣告，在一個節目裡頭你做廣告。另一種插播，是在節目的外頭，或者是在節目裡頭也可以做插播廣告。

推銷組就是有兩位同事，負責電視機的推銷。電視機的推銷，是因為我們台視在成立的時候，有日方的股東來參與，有四家。一家叫富士電視公司、一家叫日立製作所，一家叫東芝電器，一家叫日本電器—就是我們大家一般知道的 NEC。富士是電視台，另外這三家日立、東芝還有 NEC 是電器商，所以他們有做電視機的零件。台視要成立的時候，他們可能也知道需要賣電視機，所以他們都參與我們成為股東。我們在公司成立製配廠，製造跟裝配，把三家公司他們十四吋的電視機零件運過來，然後台灣本地再配合買一些什麼機箱、或者一些台灣人做的零件，來組成一部一部的 14 吋的電視機。

我記得一部 14 吋電視機大概 4,500 塊。那個時候大學畢業的出來做事的人，大概一個月，一般啦，1,500 塊。所以 4,500 塊，等於要三個月薪水才能換一

部電視機。是那時候大概的一個情形。

像我們進來的時候，因為一個新興事業，待遇能不能說弄得太低。所以呢，我進去的時候因為資歷沒多，只有在學校那一年多，所以跟我核定一個月 2,800 塊，那個應該也不少了。我剛才講一般 1,500 塊，我那是 2,800 塊。我還在學校當助教的時候，才拿八百多塊錢現金，另外就是有米條啦，那個補給的，米、油…柴米油鹽。所以那個時候當助教，也不過加起來 1,200 塊左右。所以台視待遇也不錯啦，大概業務部的情形是這樣。

訪：我們這樣一聽，學校的收入真的不好。

劉文龍：對，那沒有辦法，因為學校等於公教人員，事實上就是樣子。

主責節目廣告 由廣告代理商負責招攬廣告商

訪：剛剛有一個地方，我可以再請教一下副總？您剛剛提到說營業組兩個，就是您跟林先生是負責業務。你負責的是節目，林先生負責插播？插播就是我們現在比方先播 10 分鐘的節目之後，再播 2 分鐘的廣告，這一種叫做插播，是不是？

劉文龍：好，我解釋一下。一個節目表排下來就是一段一段。比如 5 點到 6 點、6 點到 7 點半、6 點半到 7 點、7 點到 8 點。我剛才講的就是一個節目的時段。比如說，我們台視 7 點半到 8 點是新聞、8 點到 9 點是連續劇。新聞這一段半個鐘頭，比如說我們照當年政府的規定，我新聞只能做半個鐘頭，（插播廣告就）只能做 180 秒。新聞假定沒有人提供，這我等一下再解釋，假定沒有人提供 180 秒（的廣告），比如說，新聞要播之前，我弄到 90 秒（的廣告）。新聞播到氣象的時候，我把它切開來，先把廣告打個 90 秒，然後再播氣象。那前面一個 90 秒，中間一個 90 秒，兩個加起來 180 秒，180 秒就是 3 分鐘，就符合政府的規定，廣告就這樣排進去了。

如果新聞沒有特別有大的廠商說我吃下來，我做 3 分鐘的廣告通通是我的，這我們叫提供節目，可以打提供卡，就是說節目或以下新聞，是由張三李四他們提供的，然後打廣告，中間廣告都是你的廣告，180 秒。然後到最後結束，今天節目或新聞結束了，（就會有）以上節目是某某公司提供。這就是完整的節目提供，我做的就是這一部分。

不可能每一個廠商或是客戶有那麼多預算，或是也沒有需要做多廣告的話，他不可能做提供節目的這種方式，那它就買插播。我們最低 10 秒鐘，10 秒、

20 秒、30 秒這樣子。廣告我一個禮拜就排個 3 個 10 秒，也可以。要多一點，20 秒的排 2 個也可以。我們就是要設定幾個節目拿來賣東西。

假定，我現在再舉例，假定晚上連續劇，假定連續劇也做得很好，想要做的人也很多，而且連續劇因為成本也比較高，所以廣告費也多。幾乎沒有人說獨家來提供這一個晚上這一個鐘頭的節目，所以我們就把它分散。因為節目，有一個鐘頭。所以我們可以破口，搞不好破 3 個還 4 個的段落。每一個段落，假定是一個鐘頭。那個是等於（廣告有）360 秒。也就是說，假定我把它破成 4 段，4 個段口，都是 90 秒，那我就零賣。就是節目是 1、2、3、4，4 個空檔。你來，我排在第 1 檔，我把你的 10 秒放在這裡。所以等於把它弄到好像到火車站去買車票劃座位一樣。負責插播的，就是他們把廣告接收過來，然後就把這 4 個破口的地方，廣告把它插進去，把它弄滿，就是插播廣告負責的工作。

訪：兩種不太一樣。我們也知道有廣告代理這件事情。我們想要問的就是，在台視開播，特別在中視、華視成立之前，只有台視那個時代，大概有哪些主要的廣告代理商？這些廣告代理商會直接跟副總你接觸嗎？除了這樣之外，你們也會直接跟廣告主往來合作嗎？對我們來說有點複雜啦，也有廣告主也有廣告代理商，那合作大致情形是怎麼樣？

劉文龍：我們台視成立的時候，因為沒有前例，說業務部門要怎麼做，我們也沒有說可以學哪一家電視台，性質也不太一樣。因為日本富士電視公司投資我們，所以他們也有派顧問到我們台視來協助我們。所以那個時候業務部的制度，各種作業的過程，我們就向日本學習。託播廣告有一個託播單，節目要安排的時候，叫做「cue sheet」，cue 就是一個指令，sheet 就是一個進行表，像這種東西，當時我們也不必傷腦筋，就從日本那邊引過來，把它變為適合我們使用表格單據。所以我們就是用這樣子，把日本他們的一個制度引用過來。

你現在可能有一點不太了解，又有代理商，怎麼又有業務員。事情是這樣子，因為我們媒體跟一般的商品的代銷代理商情況不一樣。（一般是）我代理你這一家商品，我就全部精神把你這一家商品由我來賣。但是我們電視你也知道，代理商很多，而且一個代理商跟好多家都有合約。比如說國華廣告公司，是台視的代理沒錯，因為剛開始它是最先來；但是中視開播了，它去說，我做你的代理，中視也不會拒絕，多多益善。華視成立，民國 60 年華視成立，它去說我要做你代理商，（華視也說）那太好了。所以它變成好幾家

媒體的代理商。還有報社也一樣，一家一家（報社）它都可以去做他們的代理商。電台也是。所以他們（廣告代理商的）業務很多，他們叫 AE，跑客戶的，那是一個綜合性的。看客戶想要做哪一類節目，他再來內部再去看怎麼樣子安排他的預算。

所以在這種情況下，我們業務部如果純粹是用廣告代理商，會有所欠缺。什麼欠缺呢？我一個新節目出來，代理商願意幫我們多跑一下，我可能可以賣得多一點。如果代理商它不願意，或是說它自己覺得節目看不上眼，它也不見得會幫你很認真地推銷，是不是這樣？然後也許別台，中視它有另外一個什麼節目，可能看起來不錯，它可能精神用在那個上頭。本來客戶預算不是很多，也可以撥一部份到台視，撥一部份到別台。如果我不願意通通給你台視，我可能就給別台。在這種情況下，廣告的招攬你不能全靠廣告公司的業務員，所以電視台也有需要自己的業務員，一方面跟客戶聯繫，一方面推銷我們的節目，一方面也是作為廣告客戶代理商中間的一個橋樑。這中間，你要買節目，或者時間排不上去，你跟公司這邊的內部看怎麼樣來協調，業務員的作用是在這地方。

訪：所以業務員同時要面對廣告代理商，也要面對廣告商。

劉文龍：沒有錯。真正廣告業務的招攬，是廣告公司的事，不是我們業務部的事。業務部（的工作）是說，因為我今天有這麼一個節目出來了，我現在節目需要比如說 360 秒，或是一個特別節目像是棒球賽，那我要趕快去賣。我可能去找松下，找那個五洲製藥，我們要趕快去找。同時別台也可能有它的特別節目，比如說碰到奧運，以前還大家都可以同時去做的時候，你也要廣告我也要廣告，或者棒球賽，大家就要分配一下，因為我也要廣告你也要廣告。所以在這種情形下，業務員的作用在這地方，去跟客戶，或是平時是你跟客戶的關係打得不錯，我現在多弄一些預算到我台視來做。所以（電視台）業務員主要的就是這樣，不要光依靠廣告公司業務員，還是要我們自己來，從中間我們來推銷、我們來推動、我們來聯繫，這樣子。

廣告費區分為時間費與製作費 各有佣金比率

訪：再多追問一個問題，不管是自己的業務員或是外面的廣告代理，我拉到生意之後，通常就是有一定的業績獎金，那麼計算方式大概是怎麼樣？比方，廣告代理他們怎麼計算？你們電視台業務員要怎麼計算？

劉文龍：我們廣告費也都是從日本那邊學過來的，他們是台視開播之前已經有 10 年的經驗。所以我們呢，剛才我提到的，有節目廣告跟插播廣告，插播廣告很單純，就是我訂一個價錢，10 秒鐘多少、20 秒加 1 倍。另外一個節目廣告，以前剛開始的時候，因為廣告費不貴，所以有獨家提供、或是兩家聯合提供形式都有，到後來已經幾乎不可能這樣子做了。你看連續劇每天晚上 60 分鐘，連做 6 天、5 天，沒辦法說找節目提供，所以就會變成分散。但是要怎麼講呢，為了節目製作的費用要把它收回來，有一點比較複雜，就是說我們提供節目，比如說像我們後來就改為 30 秒可以做提供，當然不打提供卡。今天連續劇有 360 秒，甲來做 30 秒、乙來做 30 秒、丙來做 30 秒，我通通把它擺在節目裡頭破口的地方，然後我算錢是，你 30 秒，時間費，時間費就是播出的費用，有一筆；另外再收一筆叫做節目製作費，也收你一筆。我可以舉一個例子，像我留的舊的資料裡頭，有一個節目叫《群星會》，大家都知道，節目也很久。在民國 57 年那個時候，因為價錢也是隨著時間、隨著電視接收機越來越多，也會調整、慢慢調高。《群星會》30 分鐘，你要做 30 秒的話，我舉例民國 57 年，你要做 30 秒的話，時間費是 14,400 塊，製作費 7,000 塊。所以你要做這 30 秒，要付多少？你要付 21,400 塊。電視台把佣金拆成兩部分，14,400 塊的時間費的部分，20%；製作費的部分，10%。所以 21,400 塊，一個 14,400 塊是有 20% 的佣金；7,000 塊有 10% 的佣金。這就是構成 30 秒的廣告的佣金，這兩筆加起來。

我剛才講的插播 10 秒，（佣金）多少錢，假定他 10 秒的話，大概 8,000 塊，那就是一筆佣金，2 成，很單純。這就是你剛剛在問的佣金的算法。我再插一句，為什麼這樣分呢？就是一個成本的分攤。當時他們的理由就是說，插播人家的節目，等於搭人家的便車。就好像我現在要做一部車，我要找司機開、我要花成本來做這部車。（至於插播就是）想在某一個時段，到某某地方，說我搭你的便車，也讓你收一點車費，但是等於不必負擔做車的成本。這樣瞭解嗎？所以為什麼分成兩個？就是一個（插播廣告的）節目要做，我給你播出去，因為有效果，而且成本已經別人出了，你不（用）出了。因為做節目這一部分（已經）出了，製作費這一部分已經出了，所以只能收你搭便車的那個車費。

（節目提供的就像）比如說十個人一起出錢做這部車，他要做材料、要買車輪，要有…這人家已經出了。大概用這樣子去思考，（所以）為什麼叫做時間費、為什麼叫製作費，是這樣來的。就是說，真正花錢買節目、做節目的，

你要負擔製作費。電視公司不可能甚麼都我來出，那我哪裡去回收？所以這兩筆是一個節目的一個費用。

插播，就我剛剛才講像汽車搭便車的。因為你大筆錢你們都已經出了，我搭個便車，就給你一點費用。大概是可以這樣子去思考。

訪：很清楚，還有非常具體的例子。

劉文龍：那就是說，在有的節目製作上，像很多公司一樣，要算成本。到底節目是多花了多少，那個節目是不是比較省？它的製作成本（是否）比較低，也可以作為一個公司對哪些節目要留、還是要繼續做、還是要停下來，也是一種參考。你花（比較）多製作費，比如說，你節目花 10 萬塊、它花 7 萬塊，最後我結算到底誰賣得多，錢賣得多，我可以作為評斷，哪個節目比較會賺錢（的參考）。說不定，我節目如果不錯的話，我繼續再多做三個月。那我節目，算一算就只有（回收）成本而已，那算了，重新再另闢戰場吧。這樣子。

訪 2：如果買 30 秒的廠商多的話，獲利的可能性就高？

劉文龍：我講實在話，最終的結論，等於一個總帳。怎麼講，我現在舉一個例。現在你是一個製作人，送一個案子過來。好，我講「內製作」，不是《五燈獎》，內製作，比如說《群星會》（這種）內製作，要一起跟製作單位大家一起來開會。因為你要開一個節目，總要有個預算，否則我台視怎麼知道你這節目要花多少錢？就是製作費，你說，主持人 1 萬塊，什麼什麼營業、樂隊費多少，有一個成本數字。成本數字也就是可以作為一個（參考），我對你這種 30 分鐘這一類型的節目，也許我的標準可能是 10 萬塊。但是你現在開過來（的數字）有 12 萬。我覺得對我台視來講，我多花那 2 萬塊，做得起來可能還可以，做不起來的話我要多賠這 2 萬塊。所以可能也會跟你討價還價說，我花下去，不然部分不要，部分少一點。10 萬就已經到頂了，不要再加上去，你是不是可以接受或者怎麼樣。也許 10 萬塊錢給你做，可以。大概有這種用意，所以製作成本就在地方。

電視廣告製作與播出 以 cue sheet 統整

訪：眉角很多。我們就接著訪綱就是，有一些跳了啦，我再回到那個第五個問題。

劉文龍：講廣告流程之前，我先說明一下。我們電視台節目廣告播出作業有 1 張表，叫做 cue sheet，就是指令的 1 個表，我們管它叫做節目進行表。那個表

也是很有意思，1張表畫1條線，把它剖成2個。上面，是畫面部 video，下面是 audio 聲音部。然後，它就一個一個畫下來。比如說節目，假定《群星會》吧。廣告先排開，我先講節目本身。第一張群星會，節目卡出來了。然後第2、3張，主持人慎芝啦還有什麼誰、就是一個演員表。然後節目播出到中間打廣告，廣告有好多種材料。一種是叫圖卡，我們電視台叫 TELOP。另外一種是 Slide，就是我們照相機的幻燈片。還有 CF，就是 Commercial film 廣告影片，也就是我們16厘米的那種東西。這三種材料，沒辦法硬性規定。因為（可能）這一家公司它有錢，它也覺得有需要，我去拍1部影片。這一家因為廣告是臨時性的，（例如）中秋節要賣什麼東西，所以就找人家弄幾張圖片說中秋大特賣，做個5天就下來了，那不可能去拍影片，所以我可能做卡片、甚至於做 Slide 都可以。你這些東西，（有）張三李四、又是影片又是 Slide，通通送過來，我怎麼玩？所以需要有一張進行表，（列出）一個是 video、一個是 audio。根據這張表就曉得，材料要怎麼讓它呈現出來。它等於（是）一格一格啦，就是說，廣告（到底）是影片、（還）是什麼什麼畫面、或是 Slide，通通弄出來畫在上面，照播出順序。每天節目播出的時候，就需要有這麼一個表，讓大家共同遵守。到時候該開按鈕，或者該開啟動的，（否則）那你不按的話到時候沒有畫面，所以這一張表就是（讓）幾個有關的工作同仁一起來，跟著表在進行節目，叫做 cue sheet，我們叫「節目進行表」。很重要的東西。先曉得有這麼一個東西。

我剛才還漏了，就是節目本身。節目本身是錄影帶。比如說，早期《群星會》是現場播出，所以現場播出要（在這張表上面）顯現出來。（如果）現在是用錄影，錄影帶的，錄下來我也在上頭可以顯現出來，在 video 的部分把它顯現出來。所以這東西就是工作當天節目播出最重要的一個指令。

好，那我現在就講廣告託播的流程。我們每個月把下個月的節目表都印出來以後，分送給廣告公司，廣告公司就知道，一般繼續做的節目，都是不動的，（但）也有新的節目出來，有的（舊節目）下來，有的換新，有的（時間）調動，至少（預先）一個月的時間，作為一種調度作用（準備）。廣告公司有好多個客戶，有新來的要做，有的已經做（完）可以下來了，它就下來這樣，所以他們也要有安排。每一個業務員，比如說有3個客戶、5個客戶，做台視的某某這幾個節目，就是要去再去跟客戶確認說要不要繼續做、還是不做？經過客戶同意，要花錢，所以你要跟客戶去（簽）託播單，就是一個訂單，簽出來，（比如）那我現在10月份，每個週一、三、五晚上7點半的

新聞，我要多少，那就曉得大概要花多少的預算。廣告公司跑電視台的這些聯絡員，也是業務員，到電視台就把託播單交給我們電視台的有關工作人員，說客戶要做。他們手裡頭也有 1 個工作表，哪一個節目有多少秒（廣告）來了。就有一點像電影院要劃座位一樣的。（如果）好，可以接受；（如果）排不下，就要大家來調整，要排不下，那就換一個、或是不要做、還是怎麼樣（安排）。所以也有調整作業要做，就是廣告公司的聯絡員，跟我們業務部營業組的，我們叫排 cue 的工作人員，來安排。能夠接受就 OK，不能接受就改、要停、還是要怎麼樣，把（這個）月份的通通弄下來。這是第一步，廣告公司把託播單送到營業組來。

送來之後呢，他們要準備廣告材料，就是我剛才講的，是 Slide、TELOP、或是 CF。他們要送材料到我們營業組來，有兩個人或幾個人負責收材料的人，就把它收下來。（例如）節目部明天播出，我今天要把節目部的節目內容的進行表畫好，送給業務部。明天整天，比如說晚上 5 點鐘開播，一直到深夜 12 點，全部剛才我講的那些材料，你通通要弄好。前一天，明天要播的，今天弄來送給業務部。業務部就根據我剛才講廣告公司託播，你要做哪一天的哪一檔，我們也知道了，他也有一個本子，把這些都登記好在手邊。你表過來了，我排廣告的，（例如）就新聞第一檔…有這 5 個、第二檔…有這 3 個，多少秒都弄好。你就在那一張表，把這一部分插進去。這是業務部的責任。節目部（的責任）是把你節目的部分送來，業務部的部分，要把廣告插進去。插進去之後，這一張就退回給節目部。節目部就把業務部送來的這些東西整理一下，他要印（出來）。以前早期是寫鋼板。你們年輕的知道鋼板嗎？

訪：知道，有寫過。

劉文龍：那時候要用鋼板。像那個什麼王茂山，一位寫鋼板的朋友。那個時候還是用鋼板寫，後來可能用電腦可能比較好一點，一個一個把這些節目跟業務的，所有的要播出的材料混合進去，然後印出來。這就是節目部要做的一個工作。第二天早上上班以後，這些就已經都弄好了，該送給有關部門需要用到這張表的工作同仁，尤其是工程部。工程部那個主控室，需要根據表（操作）。還有我們業務部，他們也（把表）送過來。（業務部業務員根據）廣告材料不是給你畫上去了嗎？現在他（業務員）的工作，就是要把這些廣告材料 mix 起來。比如說這裡頭有節目，我有這幾張 Slide 或者 TELOP，就拿個盒子照順序排、排、排、排。影片就比較麻煩了。原則上，假定這一檔有 3

支影片，一定是想辦法把它連起來。否則你這 3 支一分開，那作業實在是很難做，又是停又是播、等一下又停又播，可能又會搞得畫面會切掉都說不定，所以把影片連起來。節目假定有三段破口，第一段破口的這幾支影片，跟第二段的這幾支影片，跟第三段，我把它放在（一起），例如是新聞部的新聞節目用的、或者例如是連續劇裡頭的要用的，這樣子。他們要把東西要通通排好，然後就交給節目部。節目部的同仁就送到工程部主控室，要把節目播出去，經過轉播站什麼，然後我們才能看到。主控播映組這些工作同仁的前面，都是一大堆電視機的 monitor，（對）一台一台都 monitor 都注意看，有的是 Slide 的 monitor、有的是 TELOP 的 monitor、有的是影片的 monitor，通通掛在那裡。然後主控導播（是）節目部的，負責指揮他們，現在要播這個、現在要播那個、現在要開動 video，要有人喊，否則怎麼曉得什麼時候要播，所以要有一個指揮，說現在要播哪一個、哪一個。以前還是用人工的、用嘴巴喊的，現在可能應該是比較好一些，可能用電腦來操作也說不定。

材料都送上去到主控室那邊，照著節目進行表就這樣子把它播出去。播完了之後，業務部的部分（在）第二天，節目部又把材料退給業務部。因為也許今天用、又也許今天不用，（總之）材料要通通退給業務部，這也是很麻煩的事。退給業務部（的同時），節目部還要寫一份播出確認書，就是說廣告我有播出去。因為（不像）報紙，有一張印好的報紙可以（在）第二天（之後）看，說你看廣告在這裡。電視除非說你有錄影把它錄下來，否則的話真的有點...。所以剛開始的時候，早期也只有用這種方式，表示說我有把你播出去。一個廣告、一個廣告你都要寫一個播出確認書，然後交給業務部。業務部根據播出確認書，然後在月底的時候，把你做了幾檔廣告、應該多少錢，都（做成）一個計算書。把你每個月的你某一個客戶，你（每個）月做多少，通通列出來。然後再開收據，把確認書附上去，交給廣告公司。廣告公司有 10 個客戶、或者多少客戶，就把它彙整起來，通通交給廣告公司。廣告公司就拿這一部份到客戶那裡去，（說）電視台已經播出去了，要收錢了。廣告公司的客戶收了，那他們之間就怎麼樣去計算，是他們的事了。經過一個半月還是兩個月，我們收支票，比如說 9 月份的廣告費，可能你開 12 月份（的支票），（中間隔了）有一段時間。廣告公司（當）時間到了，我們業務部就會有一個同仁，跟廣告公司的那一邊負責財務方面的人來聯繫，去收這些支票回公司。這樣子的過程，廣告播出，也算蠻複雜的。

熱門節目廣告滿檔 「搭配」冷門節目提升業績

訪：非常詳細。我只補充問一件事，剛剛副總沒有提到的，有時候廣告公司下很多單，排不進去，副總你有沒有什麼想到什麼例子來說明怎麼協調這件事情？

劉文龍：好。電視台有一句話叫做「搭配」。你買東西，要連帶那個一起買，叫搭配。一個很熱門的節目，廣告量總是就這麼一點，你也不能說馬上把價錢提得高高的。我們不像一般生意，說生意好馬上提高（價格）。像最近航運公司，猛漲航運的費用一樣。因為我已經沒辦法再接了，但是那邊大家急著要，（所以）漲價、漲價、漲價，我們電視台沒辦法這樣這樣子漲，收視群眾大概就是在這樣一個 level，不可能說我隨便亂漲，我們不能這樣子。那怎麼辦呢？大家都搶著要，那就搭配。今天我們舉一個例子，說《龍兄虎弟》，張菲兄弟（的節目），晚上看的人很多。好，你要做這一檔，可以，在另外別的地方找幾個節目，你也做一下。事實上也有達成漲價的目的，但是形式上我不是真正的（漲價）。我有給你，我也照樣給你廣告。只是說，你本來不想做那一檔，我就是要你來多做一點。（但）我也沒有說措你的油。

訪 3：我們很多冷門節目就是這樣救起來。

劉文龍：只有這樣，那麼多要來的人，我稍微把它檔一些，有作用。所以，意思也等於漲價，有點那個味道。電視台的時間沒有賣出去，就是什麼都沒有。所以，有機會讓大家來多做一點廣告，也可能會影響到別的廠商，（感覺）節目有人做廣告，（就覺得這節目）不錯喔，好像有人在看喔。

訪：我沒做過電視，這樣聽一聽好像也會做了。

廣告代理商應運而生 招攬廣告也製作節目

劉文龍：作業跟一般的公司的作業完全不一樣。（廣播）電台比較單純，不像電視這麼複雜啦。

關於你剛才提的我再講一下。就是說我們一般商品可以找什麼總代理。我找你做總代理。（例如）你只能賣我松下的電視機，別的電視機你不能作總代理，你只能做分銷。不管報紙、電台、電視都一樣，廣告公司他不是光做我們一台，他很多台都要做。所以等於每一家媒體都有很多廣告公司。廣告公司也要替客戶排廣告，難道（說）我台視排得進去，那中視我不夠力排不進去，那你還能開什麼公司？所以（這）東西是 open 的一個市場，大家都想

要做。

我們台視開播時候，差不多十幾家、不到二十家的廣告公司也是初創的時候。像國華（1961年，後來日系電通入主為大股東），你們應該知道。國華也不過在我們台視前一年成立。

還有一家叫東方廣告（根據資料於1958年創立），也是在我們台視成立前一年。這些廣告公司也是在我們成立之前。

以前的報紙廣告，聽說都是那些跑街的業務員，就是報社裡頭的那些業務員，自己去外頭去拉廣告，拉回來就在報社裡頭上，根本沒有廣告公司這一段。廣告公司成爲比較一個有制度的，也是可以這麼說，（是從）電視台開始。因為我們剛開始的時候，就說我們要採取廣告代理商制度，我不要自己業務員自己去拉。所以剛才你提到就是說，我們業務員沒有自己去拉廣告，只是做聯絡的工作、做維護的工作、做我們推銷的工作，是電視台的業務員。

三台很多的廣告公司，都是幾乎可以說有很多重疊。有一些小公司，當然也許就做你這一家就可以了，沒（太）多業務，所以我也沒辦法。剛開始的時候，電視台跟廣告公司簽約，還要他們拿房地產、或是保證人保證，最開始的時候。但是後來中視出來、華視出來以後，大概就慢慢鬆了，沒辦法要多（嚴格）。比如說，有一戶房子押給我台視，那不可能第二戶就押給中視，（然後）第三戶...，沒（那麼）多（房子）啊，？所以有時候變成人保，或是反正稍微鬆懈一點保證的方式來做。

我整理一下大概這幾十家，就是三家電視台都（是這些）業務量比較多的廣告公司。我大概唸一下（給你們）參考，有東方廣告、東洋廣告。

東洋廣告就是做很多外製節目，類似《五燈獎》那一種外製節目。《龍兄虎弟》好像就是它。一講到《龍兄虎弟》，費玉清跟他那個哥哥那個叫...張菲。聽說東洋跟他關係不錯，把他找來做《龍兄虎弟》。因為一方面我們電視台也實在沒辦法伺候這些大牌，太大牌了，他要的製作費、主持費很高。比如說一個90分鐘節目，我們假定說是標準一個鐘頭給20萬，他名氣很大，可能要40萬。所以我們電視台就不好用這種太高的、這種比較特殊的演員。所以在這種情況，他們也曉得你電視台不可能給我這麼多，電視台也沒辦法跟他談說你來跟我做節目，乾脆就找外製單位，他們可以多給一點錢給他。外製單位也有他們的經營之道，該給你多（一點）錢，我多給你。我該省的地方，我（再來）多省一點。就是比較他們彈性比較大，外製節目會生存，

就是跟（這種作法）有關係。外製節目也跟我剛才提的搭配做法一樣。比如說《龍兄虎弟》是外製節目，我們收的廣告費就收兩筆：一個是時間費，一個是播映費…我想起來，一個是播映費，另一是間接製作費，不曉得你這方面有沒有瞭解？會計上有分。我們製作費有直接費跟間接費。比如說這筆錢是在節目確實要用到的，叫直接費。我今天找節目，找他來演出，我要給他，算直接費。但是我電視台的這些工作人員他拿的是薪水，工作人員包含服裝道具什麼樂隊，都是拿公司的另外的一個薪水，假定要用到這些人的話，這筆費用就分攤進去，叫間接費用。假定今天外製做《龍兄虎弟》，直接費它要負責，間接費我要向它收。瞭解喔？直接費它要付，就是說張菲的錢你要付，我台視不付。但是呢，它向誰收？外製節目向客戶收兩種費用，一種是要給台視的費用多少錢，是照表去收。另外一個，就是你現在做 30 秒，直接費我要跟你收 2 萬。收錢的結構不太一樣。所以外製單位，（像是）《五燈獎》就是這樣。我除了替電視台來收錢之外，我還向你要一筆直接費，就是張菲的那個主持費，你來出。是這麼一個。

東洋，（還有）好幾家，變成專業化，（外製節目由）他們做，他們有辦法對付這些大牌的演藝人員。

還有欣欣（後來改名為華懋），以前背景就是有退輔會，這種特殊關係，軍方的關係之類的，所以也是有廣告（公司），有時候還做一些什麼特別節目之類的。

還有國華廣告（1961 年），就是五燈獎的那一家國華廣告。

還有國際工商（1962 年，1987 年易主改名為英泰廣告）。

還有國泰（國泰建業，後來美商人主改名為奧美），就是那個蔡辰威。當時國泰成立的時候，蔡辰威就是國泰的，掛董事，他們幾個兄弟。

還有華威（1975 年，後來美資入股，改名為華威葛瑞）。

還有華商也是很早（1962 年，2000 年易主改名為博達華商）。華商廣告公司的老闆是錢存棠，就是聯合報裡頭的高級主管。

還有清華（1968 年），清華也做過《五燈獎》。

還有劍橋。

還有一家聯廣（1974 年，中國信託為股東），聯廣很大，你們可能知道。

還有一家叫聯藝，早期有，後來就沒有開了。聯藝的老闆就是當年台灣，民

國 50 年左右的廣告公會理事長，周文同。現在已經沒有開了。因為他那個是小公司。

還有藍海，就是做《大千世界》，有一個主持人叫杜詩。

永泰、還有世界廣告、還有展望。

還有太洋（1962 年），後來改名叫太一（1984 年日資入主改名）。

還有台灣廣告（1961 年），也是滿大，後來就跟日本合作--跟日本電通，現在變台灣電通（1997 年）。

還有巨人，就是原先保力達 B 那家公司（保力達股份有限公司）自己開的廣告公司。

還有中華傳播，現在好像也沒有了。

還有國家、萬全。這些都差不多三台都有做。

另外有一些有做兩台的、有做一台的，很多。大概就這樣當參考。

開播時政府支援資金無虞 業務員壓力不大

訪：第六題我們是要問說，台視剛開始的時候，還有民股跟外資，老闆很多，而且一開始電視機的普及率也比較低，所以那時候財務壓力會不會很大？你們怎麼樣去面對？

劉文龍：台視成立的時候，我是從資料裡頭去查，因為成立我還沒有進來。那個時候三千萬，資本額。台視那個時候，背景不曉得當時是什麼政府官廳，跟日本什麼中日合作，又是經濟部的什麼、外資投資什麼會什麼，反正很複雜的一個情況下。台視的股份的結構。它要民營，所以政府的股份只能到 49%，不要搞到 51%。政府可以拿 49%，51%就給民股。51%民股裡頭也是很妙，像那個台灣水泥、台灣合會（現為台灣中小企銀），還有何壽川的永豐餘，還有林家的台灣玻璃，這幾個都是我們民股的大股東。再另外就是日本四社，就是富士、東芝、NEC、日立，這四家佔 2 成（應為日本四家業者各佔 10%）。另外剩的 31%就是這些民股（應為 11%）。所謂 49%，就是包括三商銀、合作金庫、台灣合會公司、台灣保險公司，這些算民股…不是，這些是算政府（省府行庫）。三家商業銀行就湊那 3,000 萬做資本金。所以在這種情況下，我們台視的股本結構，也很單純，沒有複雜，就這幾家，日本的四家廠商，還有另外就是台灣的這幾個大企業。

所以在剛開始的時候，他們日本的廠商，因為日本已經有十年的經驗了。所以他們知道，電視事業不是一般的商業性質濃厚，應該它本身也是有這種社教功能、教育功能，有種種這種傳播的功能。所以他們投資的這幾家廠商，據我的了解應該是，他反正推銷一些電視機也 ok 啦，倒不在乎說要賺多少錢。這幾家大廠商也不在乎說要賺什麼錢。所以台視在經營初期的壓力並不大。

（不過）在業務推廣是有困難，是原因在哪裡呢？第一個，沒有電視機。所以台視要趕快去推展電視機。那個時候電視機也不便宜，等於要普通的要 3 個月薪水才能買 1 部，所以也不容易。所以要趕快推廣電視機，是一條路子。還有剛開始的播時候，是在北部地區，大概最多到新竹那邊。所以我能賣廣告的對象也只能到新竹。台中的客戶說我要買也沒有用，到不了。所以服務的區域也是不夠廣大。當然剛開始的時候，也就是從點線面開始，你不可能一下子全部都做。所以先從台北開始做。也有計畫，中部、南部、花蓮還有外島，都要做中繼轉播的工作。所以為了推展業務，馬上他們就增資。所以我們民國 51 年開播，民國 53 年再增資，增資 3,000 萬。原來 3,000 萬，再增資 3,000 萬。幹什麼，趕快投資轉播站，讓全省各地都能看到電視。那這樣我的基礎就比較大了，廣告就好賣，收視的觀眾也多。所以在民國 53 年的時候，就增資 3,000 萬。趕快把設備、電視，趕快多普及一下。所以在這種情況下，業務量也開始增加，客戶也多了。中南部都去了，你怎麼會不買呢？所以業務也因為這樣子，很快地就增加起來了。台視在經營初期有點困難，但是壓力不大，沒有說沒賺錢不行，甚至要借錢都沒有問題，那個時候銀行都願意借錢給我們，因為我們後頭也滿有實力的，所以都不是問題。

訪：不是太大的壓力喔。

劉文龍：是，沒有關係。

訪：我們包含就是剛開播的那段時間，廣告計價的方式大概狀況怎麼樣？剛剛也有提到，廣告公司，也就是代理商。主要的廣告主會有哪一些？他們喜歡哪一些節目？有些特別節目，像國慶這種節目，廣告怎麼安排？

劉文龍：關於那個廣告的價格，剛才我也有報告了一些。應該差不多就是那些方式的處理，所以我想我就不再說。我們節目的安排是照著這些觀眾的年齡層、作息時間，或者是階層的特性來安排廣告。

所以像新聞，我們擺 7 點半到 8 點，差不多大家都回家來（的時候）。吃過

飯以後，大家看電視，那就排連續劇。稍微晚一點，深夜，10 點以後可能有些可以看看影片。小朋友學校放學回來，他們可以看看卡通片。所以 5 點到 6 點，小朋友的卡通片。6 點到 7 點我們可能就是安排歌仔戲，或是閩南語劇。所以等於配合這些觀眾的階層跟他們的作息時間來安排。禮拜六、禮拜天，當然就安排一些娛樂性節目比較多，或者單獨的一個禮拜一次的這種節目。整個安排的情形是這樣。

剛才也討論到，說是那些有些節目很熱門，有些節目那就是用搭配的方式來解決（廣告安排）。那些比較冷門或是收視率不太好的，或者是你想辦法把價錢稍微調整一下，或是時間稍微弄一下，假如這節目也不錯的話，你再播一陣子，真的不行的話就把它停掉，再換別的節目。電視台的習慣，一般節目要製作至少大概就是 13 次，等於 3 個月。就是說，你今天有一個節目企劃案來，你總不能做三次兩次就停掉，也不好。所以，原則是 13 次，就 3 個月。如果做得不錯，我另外再 3 個月。如果不好的話，說不定 3 個月就停下來了，就不繼續做了。或者是說你再改變一下，或說節目還不錯，需要加強。也許再來一個 13 次，再做做看。13 次是一個電視台跟製作單位製作人提出來，製作企劃的時候，至少就是一個基本的時間，大概 3 個月 13 次，大概安排。

廣告商初期以本地小品牌為主 後有日本藥廠及電器業者

訪：要請教副總主要的廣告商大概有哪一些？就是來下廣告的，不是公司是那個來做廣告的那些業者。

劉文龍：客戶是吧？你說主要的廣告客戶。在台視民國 51 年開播那個時候，台灣的講實在話經濟還不是很繁榮。因為，（國民黨）從中國大陸退來台灣，民國 38、39 年以後，沒有什麼大工廠，沒有什麼大工業。所以那個時候也沒有什麼大量的廣告可以做。你比如說那個時候廣告量最大的是，在北門口那裡有一家叫生生皮鞋，那個很大的招牌就掛在那裡。你想想看，現在有哪一家皮鞋店是這麼掛的。美國有名的也不會這樣。那個時候光是一個皮鞋店，就可以做。還有像電台，那個時候因為廣告費也便宜，很普遍的東西（也都可以買廣告）。還有延平北路有一家做服裝的，叫做「狗標合發服裝行」。狗標，畫一隻狗，合發是它的名字，然後它的廣告在電台裡做，「汪汪汪，狗標合發服裝行」。你說這種時代有什麼好的大廣告來，沒有，真的沒有。

在那個時候，一個生生皮鞋可以搞大，也是地方性的一個（大廣告客戶）。你說高雄人會來買（生生）皮鞋嗎？不可能，台中（人）也不可能來買。但是它可以在那個地方、還有它還做過報紙廣告整版，畫一個北門，然後畫個腳的腳印，「登登登，生生皮鞋」報紙廣告整版，圖案就是從北門口那裡「登登登登，這裡是生生皮鞋」。

我們講正題，台視成立的時候廣告來源實在是不多。那個時候，電臺裡頭廣告最多都是藥品。你也曉得台灣藥品很普及，很多人自己小毛病，自己就到藥房去買這樣子。有的都記不得了，還有什麼女生的靜安調經丸、姑嫂丸，都是這種藥品就對了。有的是真的沒辦法來上電視節目。只有張國周強胃散，後來還有綠油精，這家工廠比較大，在台中豐原，也來做一些。所以那個時候真的沒有什麼廣告，大廣告（客戶）沒有，電器商只有大同跟元山電風扇，好像也沒有什麼（其他）大電器商。食品工廠大概也就是做味精的味全，還有味王。那個時候也只有食品類，還有飲料，黑松汽水這些。這些多多少少都有到電視台來做，都不是大的廠商。

台視出來的時候，日方的電視台，富士，好像也跟台視有一個默契了，就是說他們曉得台灣廣告沒有（太）多量，所以日本願意幫我們台視把日本客戶的廣告弄一些到台灣來。還有就是台視成立之後，電視機的生意就出來了，所以有好多家電器廠商就申請要裝配電視。原來我們台視裝配的是 Hitachi、NEC、TOSHIBA，現在 National 也要進來了，就是 Panasonic，後來改 Panasonic。歌林也要來，還有三洋、聲寶、SHARP—日本的夏普，台灣合作的是聲寶，TOSHIBA 後來除了台灣電視之外，還有跟大同合作。然後經濟部也協助台視，說要設廠的電器廠商，你們要在台視做廣告，否則你的電視機賣給誰啊？所以要台視來做廣告，電器商廣告也開始陸續就開始進來了。

之後呢，民國 51 年台視那個時候，剛好經濟要起飛的時候，日本的藥廠也來設廠了，武田，合利他命，來台灣設廠。田邊也來台灣設廠，所以才有《五燈獎》東西。

我也可以這麼說啦，因為台灣電視公司的開播，真的也促進的廣告事業的繁榮，慢慢得就起來了。當然搭上那個時候的經濟起飛的關係很大。所以就這樣子，這些比較大一點的廠商，就這樣子開始一個一個出來了。

廣告內容經事前審查 廣告提供商製作節目或購片皆有

訪：這些廣告客戶，會不會對節目的內容有意見？

劉文龍：這一點你們好像很關心。事實上，我們成立的時候也不是說隨便就成立了。我們之前有電台，電台歸新聞局在管。電視出來的時候也照樣歸新聞局管。所以我們電視台也不能說我隨便想怎麼弄就怎麼弄，它（新聞局）還是規範電台，後來才加上，廣播及電視。

新聞局是電視廣播的主管單位，所以是他管我們。剛才我們有提到，我們的廣告影片也照樣要，不管你 10 秒、20 秒、30 秒一樣，3 分鐘也一樣，全部要送到新聞局去審查。審查通過了，給你執照。那個廣告要到我們台視播的時候，我們要他們拿執照給我們看。有沒有執照？有，播。沒有執照，NO。他們要發執照，也沒（那麼）容易，有時候一句話或是一個畫面，還是稍微暴露一點，稍微怎麼樣，那不行，回去改。所以也不是簡單的事情。

我看到你們提的（問題），對這方面好像很注意。其實我們那時候被管得死死的，乖乖地做。它（新聞局）也是一兩個月還是幾個月，就會找電視台開會。他們有監看，然後把紀錄拿出來，哪一台哪一天節目，你們這樣不行的，要改。（把）我們找去訓一頓。所以是大家都乖乖地照著這樣子做，不會說太離譜。因為之前已經有廣播的管理辦法。我唸給你聽，你看，「廣播及電視無線電台節目輔導準則」。原來它可能就是「廣播節目輔導準則」，現在有電視，它就加一個電視。「廣播及電視無線電台節目輔導準則」，是民國 52 年，我們台視出來的時候把它加進去，你乖乖地就要照來。到了民國 65 年，才正式電視廣播法出來了。那也是規規矩矩把以前的這些條文，一個一個把它整理好列進去。到民國 66 年，就是第二年，「廣播電視法」是民國 65 年。民國 66 年，廣播電視節目製播規範。廣告也有規範。節目規範裡頭也多少牽涉到廣告。因為它非常在意你廣告跟節目要截然分開，不能混為一談，不行的。所以不會有什麼那個…那個新的名詞…

訪 2：後來叫「置入性行銷」。

劉文龍：置入性廣告。沒那個事情啦，沒有啦，那個時候誰敢置入性廣告，不可能。我告訴你，你張三主持，替某一個客戶去拍廣告，把廣告片拿來我主持的節目，這樣也不行。我主持節目，然後我替某某人做廣告，廣告拿來在我的節目播，這樣也不行。你就知道說是要怎麼樣。現在你們覺得說啊（能夠

自己決定)，其實那個時候真的管得都乖乖的，沒有想那個歪念頭來，不可能。

訪：我就到第八題，除了我們剛剛看有點像插播的廣告時段以外，一直有提到像《五燈獎》這種是廠商製作的節目，到底以《五燈獎》或其他節目，到底怎麼做？廠商怎麼跟你們談？

劉文龍：真會找，找一個這麼好的節目。我都不太清楚，我也不知道是怎麼來的呢？早期剛開始那個《五燈獎》，那個主持的李…胖胖的…叫什麼名字（註：李睿舟），我沒什麼印象，（已經是）四、五十年前的事情、快六十年。我說叫什麼名字，我女兒就幫我去找維基百科。一調，非常清楚。連我都不太瞭解的事情全部都有，從頭到尾。你們有空可以好好去維基的那個五燈獎，裡頭通通非常清楚。

我簡單地講一下，節目是日本的廠商到台灣開始。我剛才講，不是台視開播以後，慢慢工廠也進來了。田邊有一個提神飲料，叫アスバラ。不曉得現在有沒有賣，我不知道。為了要廣告アスバラ，聽說啦，琉球，也是日本管轄的嘛，不曉得什麼客戶做一個節目，他們看了很滿意，說這種有觀眾參加的，一定可以吸引很多人。所以他們就找國華廣告公司說，我們是不是來做一個歌唱的比賽啦、或者怎麼樣，這種節目來。那時候剛台視也開播沒多久。他們就提出一個計畫案，到我們台視節目部來。我們節目部一看說案子很好，但是呢，因為日本那邊可能管理得比較不嚴，它就要求說，節目叫《田邊俱樂部》。以現在來講，有什麼了不起。那個時候，沒辦法，通不了的。後來內容我們覺得也不錯，節目部也看了（覺得）內容不錯，ok，但是名字不行，不能這樣搞。所以做一個副標題好了。正標題叫《週末劇場》，「田邊俱樂部」是一個副標題。這樣比較通，就這樣。節目就這樣子就開播了。

它是在民國 54 年 10 月 9 號開播，然後就是找那個李睿舟—我就是記不得，好久才想起來，來這裡就把節目做。慢慢慢慢，節目都很好，風評也好，收視率也好，大家也都喜歡看。尤其是那個時候，歌唱比賽大家也很有興趣。因為之前在電臺裡頭也經常聽到歌唱比賽，但是電台比賽，你只能聽到聲音，看不到人。但是電視一個歌唱比賽，人也可以看，歌也可以聽，不錯的。中間當然他也不是光是比賽，他也有專題性的什麼歌唱賽。（這）節目不得了，我剛才講（上）維基，資料一看，（做了）33 年，到 1998 年才結束。中間換了幾個代理商。第一次是國華，第二次是清華，第三個是百利。國華做的就是《週末劇場》。到清華呢，換了三次名字，還有什麼《新五燈獎》。還有什

麼才藝什麼五燈獎，然後叫什麼... 反正改了幾個名字，換了三次名字。再加前面一個，四次的名字。到了最後一棒，百利傳播公司製作，它才改叫《五燈獎》。所以最原始不是《五燈獎》。你們現在是講《五燈獎》，最原始是叫《週末劇場—田邊俱樂部》。中間就是什麼五燈什麼、五燈什麼，到最後(才)《五燈獎》。前後 33 年，所以我就很佩服你們能找到這麼好的一個 case 來研究一下，很有意思。

訪：只有《週末劇場》是直接掛名叫《田邊俱樂部》？只有（這）節目這樣，廠商直接掛名來做？別的節目沒有這種例子嗎？

劉文龍：這節目都是獨家提供。它可以打前面，「本節目由台灣田邊製藥公司提供」，最後，「以上節目由台灣田邊提供」。中間裡頭廣告都是田邊你自己的廣告，沒有別人。所以外製節目，就是我台視電視台收你時間費、收你間接製作費，直接費田邊你自己負擔。

訪：只有這一個例子嗎？還有沒有別的節目？

劉文龍：方式上大概是樣子，這中間也有不少啦。有的 30 分鐘，有的 60 分鐘，有的做一陣子沒多久就停下來了，有的不做了。方式大概就這樣，只有《五燈獎》是非常特殊的一個長壽節目。後面像《大千世界》也大概是這樣的一個做法。《大千世界》、《喜相逢》、《翡翠工坊》，這些名字講可能你們都沒有看到也不知道，只有《五燈獎》真的是長壽節目，而且大家都知道。所以可以作為一個很好的一個代表作。其他的有很多大大小小的。

我可以講一個大家可能都不知道的事情。在台視開播初期的時候，有一個教會，好像利用禮拜天還是禮拜六，我現在時段記不得...它買半個鐘頭時間。真的是第一個外製節目，它是教會，也不做什麼特別用，反正就是唱歌、唱詩歌，牧師講一些做人道理，信耶穌。那個時候我們也不曉得怎麼也同意。那個節目叫《天韻歌聲》，也做了好久一陣子。那個真的是第一個外製節目，而且是宗教性節目。但是以後大概就沒有這種 case 出來。

訪：所以會有不同的獨家贊助。

劉文龍：有一種獨家是不必做（節目），（而是）我們去買影片，它來提供。像以前（有影片）中文名字翻成叫《妙爸爸》，好像英文名字叫《Father knows best》，有這麼一個美國的电影，在美國電視台播了以後（買來台視播）。我們買很多，《影城疑雲》，Seven 什麼？七七街？（註：《77 Sunset Strip》）《影城疑雲》是早期的。《Father knows best》那個也是 30 分鐘的，一家客戶來提供。

還有那個什麼《八勇士》，戰爭片。還有《I love Lucy》，那個是開播的時候我們買，《我愛露西》。那個早期的。也是一個 30 分鐘的（影片）。（還有）也是反正綜藝性的，講話啦、鬧笑話這些。早期我們有獨家提供。到後來因為製作成本越來越多，然後電視台也多，所以大家都不可能說我一筆錢就丟在這麼一個時段上頭，一個禮拜（只）出現一次。他們會覺得說，乾脆我把他切成 10 個片子，找 10 個空檔來播，可能效果會好一些說不定。所以慢慢就沒有獨家提供、或是什麼聯合提供，這些都已經沒有了。

訪：副總你記憶力很好。

訪 2：《八勇士》那時是叫做《勇士們》。

劉文龍：普通啦。現在人的姓可能會記得，就剛才那個胖胖的姓李叫什麼名字，名字就，就是記不出來。所以我也怕說我講了半天。講不出來亂講一通，所以我就自己整理把他寫出來，免得講錯了。我跟我女兒講，我說做人以來沒有像昨天晚上那樣子的認真。還好我有一點資料。我自己都東找找西找找。剛好我沒有什麼太多資料啦。還好開播的時候事情比較單純一點，比較簡單一點。

首支電視廣告片黑人牙膏 香港製作動畫內容

訪：謝謝副總。到第九題了，要問一下廣告的內容。因為我們有看到第一部電視廣告是黑人牙膏，滿特別的。

劉文龍：第一部，黑人牙膏，很有意思。台視現在總經理，周法勛，好多年以前有一次打個電話給我，他（那時）已經升上來當經理了，他說我想請教你一下，聽說那個黑人牙膏（是）第一部台視播的廣告？我說，你怎麼會問？是第一部廣告沒有錯，在 10 月 10 號開播的時候，是有播出啦，檔次大概也是國慶紀念之類的，我印象深刻。但是這部片子不是台灣製作，是在香港做的。香港時候已經有 TVB 還是什麼。台灣是 TVBS，香港是 TVB。好像是在 TVB 播還是怎麼樣，我不太瞭解。我只知道這一部廣告片是從香港那邊弄過來的。而且我印象中它的畫面還有一點卡通化的做法。好像一個在洗臉盆，我們那個洗臉盆的前面，有人要刷牙還什麼，然後就一個黑人牙膏跳出來，然後黑人牙膏咚咚咚，就在那個洗臉盆上跳跳跳，還做了好像卡通片。我記得有一部，有沒有好幾部我不知道，我記得我看到的是那一部。在香港拍好送過來。台灣剛開始的時候，沒有真正製作公司，有一個製作公司，叫影人，老闆叫

陳幸惠。在師大有一個什麼社教館還是社教中心，他在那邊好像也拍東西、有關係還是什麼。台視開播的時候，他也成立一個公司叫影人公司。他就標榜說，我可以製作廣告片。影人跟太一、太洋廣告公司，好像也有合作，是最先的一個廣告影片的製作公司，叫太一。後來過一陣子，有一家叫桂氏，好像兩兄弟還什麼，好像是香港人。聽說桂氏，也是在拍廣告片。因為廣告片拍完以後，拿去檢查，檢查以後（才能）拿來播，所以我們對廣告片製作的人就比較不清楚。後來也有一家叫金太陽，Gold sun，也是在拍片。大概有幾家拍片，但因為我們接觸的不是拍片公司，所以不太了解。

訪：開播的時候，除了那一支黑人牙膏之外，有沒有什麼其他的廣告內容，副總你印象比較深刻？

劉文龍：那時候能做廣告的也只能用卡片、圖卡，跟幻燈片。（至於）拍影片，大家都還不曉得怎麼做。怎麼取畫（面），怎麼用廣告片來宣傳它的商品。那個時候大家都還沒有這一方面的概念。所以初期的時候，還是比較土一點，就是用卡片用幻燈片來播一播。他們也會覺得這樣已經不錯了，又有聲音又有畫面，而且又是彩色，剛開始（還）不是彩色、是黑白。大概到後來，就比較有廣告片出來，有人就在設計這種廣告片，要替人家做。開始也有廣告公司，會找日本人製作商，幫台灣的這些客戶設計廣告的題材。我印象深的有一個廣告，好像是叫克勞酸，也是跟アスバラ同類型的，日本話叫GURONSAN。我記得有一個廣告，很簡單的一個畫面，一個人，拿高爾夫的（球杆），畫面就照一個人拿（球杆），一甩過去，那個球就滾滾到洞，還沒有到洞的時候，從洞裡頭，就啪，GURONSAN 就跑出來了。5 秒鐘。廣告有時候就做得好，真的讓人家印象深刻。這樣到洞口的時候，你想說是不是會進去，結果不是，他從裡頭，趴一個（跑出來）。後來有幾個那個唱歌式的，（像是）大同大同國貨好。還有三洋。

訪 2：唱歌式也是日本引進的嗎？

劉文龍：唱歌的方式，日本很多，日本有。用唱歌的也有它的好處，容易記得。大同大同國貨好。你看我還是會念出來。但是你一般的廣告我不見得記得。如果唱得很好聽，大家會印象深刻。所以用廣告歌的方式，我覺得是不錯的。現在年紀也大了，有時候廣告看好多次，最後想，剛剛那一支是在做什麼廣告？尤其是現在電腦的方式製作、又有特技的製作，劈哩啪啦。我問我女兒那是什麼東西？她說就是 game 啦，在玩的那個，老子有錢。現在的廣告跟以前不一樣，不容易記得。

訪：我小時候記得的那個歌曲。

劉文龍：蘋果西打。

訪：還有摩托車野狼一二五。這幾個我記得，那比較後面，已經是有中視、華視。

產業環境變遷 電視廣告效果大幅下滑

訪：很有趣。最後剩下兩題，我先問第十一題，早期電視廣告是不是有受到廣播電台的影響？這部分的關係是怎麼樣？

劉文龍：我不太了解你所謂廣播的模式是何所指？我不太清楚。所以我準備答覆你的，我唸給你聽。依照廣電法，節目廣告製作規範的明文規定，節目內容與廣告應明顯劃分。沒有模糊混淆的空間。例如，節目內不應混入廣告，主持人不得為廣告客戶代言廣告等等。否則會受到新聞局警告或處罰。我沒有接觸過廣播電台，不知有什麼模式影響。

訪 3：7、8 年前我有訪問過劉宗元，做歌仔戲那個劉宗元。他過去是廣告業務出身的。我跟他訪問的過程裡面，好像他從廣告業務之後又跳下來，就可以做歌仔戲節目的製作人。因為他在廣播做很久了，好像把廣播裡面的那些他所熟悉的一些廣告的習慣、或者模式，也放到電視節目裡面來。像他權力好像變得大，可以譬如說安排哪些人上到節目，也可以安排哪一個廣告。好像整個連節目廣告他通通包了這種感覺。

劉文龍：我不太清楚。你說台視的歌仔戲，像什麼楊麗花啦，真的我不曉得是什麼。我們電視台一般沒有這樣子。

訪 2：我是感覺到他那時候對於節目的主導的力量很強，好像他可以帶進來廣告的收益，因此他就可以來跟電視台主張做什麼樣的節目，或者是他自己要下去做那個節目的製作人。

劉文龍：這種 case 也許比較特殊啦。說實在話，隔行如隔山。你像說顧輝雄，他當歌仔戲的導播，有的台語不會講的，以前也有人在當台語節目的導播。這方面我不了解，歌仔戲這一行的規矩怎麼樣我不知道。剛才我說的，我們被新聞局真的管得死死的，什麼理由？三家電視台的老闆是聽誰的？就這麼簡單。所以大家規規矩矩，你違規的話被警告什麼，那個總經理的位子也會沒有。所以，大家都很規矩。所謂置人性（行銷），是後來等到我差不多快退休的時候，我民國 90 年退休，差不多那個時候，因為電視台已經越來越不

行了。電視台的業績最好的高峰時期，是在民國 85 年。從民國 85 年以後，業績就開始漸漸地下降，為什麼？第四台出來了。它來搶你的生意。很多節目大家三台看膩了，換換口味。所以開始一直一直一直掉。掉到後來，真的電視台都都不好活了。所以到那個民國 80 快 90 年，台視後來那個誰來了，賴國洲。那個時候電視台就已經混不下去，因為預算被這些（第四台）挖了不少去了。混不下去怎麼辦呢？沒辦法，現在變成電視台主動找業務部說，你去跟客戶講，預算拿來，我們替它安排。所以置入性就從這裡開始。我們以前哪有什麼置入性，我們乖乖的，大家要守規矩。電視台混不下去，所以變成說要到客戶那裡去，客戶聽到說，以前就沒有這麼好，現在怎麼這麼好，好好我給你。所以就是說電視台就混不下去的時候，就變成要自謀生路。我最近也看民視有一個廣告叫娘家，它節目也叫《娘家》。那裡頭的廣告，民視是裡頭的大股東，說不定這些東西都是民視在 support。然後利用電視台空的時間，反正哪裡有空我就給你塞進去。所以天天在看《娘家》。電視要謀生路，用這種方式。那你只要不欺騙人家，藥品也不錯、有效，也 ok 啦，能賺錢這樣很好。所以電視台已經是窮途末路。

當時三台的時候，競爭很厲害。你客戶有一個新產品出來，就在晚上新聞播報的前插播廣告，三台把它插一個禮拜，廣告到全台灣都知道，大家都知道。效果很好，收視率很高。假定說晚上的八點檔，有 30 幾%，20 幾%也不錯。你（播）新聞的時候，大家都多少都會看，那時候大家都看新聞，除非你不看（電視），要看（電視）就是新聞。三台的收視率加起來有 7、80%。效果很好。真的有廣告在這一台，換另外一台還是它的廣告，換一台（也）還是。他就講明，跟業務說，你給我排前面這一檔。結果同時一看，幾乎都同一家。現在（電視廣告）已經沒效了。收視率 1%、2%就已經高興的要命。所以無線電視真的已經末路。

我們早年那個時候，客戶預算可以說，排台視新聞、排聯合報、排自由時報。我現在如果是客戶，廣告不曉得怎麼排。你看媒體之多，這怎麼講。以前是三家電視台三家報社，包山包海，做廣告效果就出來。現在不是，還有一些有線電視，還有一些網路，我請問你要放在哪裡？你要排在哪裡？真的現在客戶都不知道怎麼做。效果好壞，也不知道。所以，還是以前的電視好像比較有價值，現在已經沒有沒辦法了。

訪：現在電視環境很不一樣。我們就最後一題，副總在業務部這麼久，也在開播的時候就到台視來。廣告客戶、廣告公司，他們在台灣電視發展過程，你覺

得有什麼樣的貢獻、有什麼樣的影響？總結的一個題目，讓副總說說你的想法。

劉文龍：你剛才提到客戶會不會來干涉你節目製作。其實，客戶倒並不太在意你節目做好做壞，他們不太在意。他們在意的是，節目出來以後，我要看收視率，看廣告時段的收視的人跟我的銷售的對象是不是 **match**？如果沒有 **match**，你看的都是小朋友一大堆，（但）我（商品要賣）大人、老人的，（那麼）你收視率高沒有用。所以他們主要的是在看節目你出來以後，有多少人收看、看收視率，有調查公司收視率的資料，然後廣告公司分析一下。我不曉得現在什麼雲端、大數據有沒有應用在這裡，我不知道。我們那時候，沒有啦。現在是不是可以利用大數據來研究，到底節目哪些人看什麼節目，應該還有另外一種計算的方式，我不知道。但是呢，就是要這樣子來安排廣告。所以節目的好壞，他們並不太在意，那是你電視台的事。所以我也不會被干預，說你不好。我看大概也不會這樣子，最多只是說，建議說你那裡面是怎麼樣，還是說你們劇情怎麼樣。也許批評會有啦，但是你如果要干預，那你自已來做節目。（而且）也不是說你想要怎麼做就怎麼做，不是，也是有規範在那裡。

你說業務員，老實講，我們有時候會受到一些客戶的拜託。尤其是我們最容易碰到，像那個食品公司、食品廠，某些東西出了一點紕漏，東西壞掉啦、或是有人吃了拉肚子，記者會去採訪。客戶怕有哪一台記者來，他們都會去找業務員，說拜託晚上你們電視，（關於）我們那一段是不是不要播？是有碰到，但是呢，別台我不太清楚，在我們台視，不太容易說你幫我拿掉。

我還有跟你們提到，台視 5、6 年以後就開始賺錢了，中視出來就有一些競爭的，但是（競爭）還是沒（很）厲害。到民國 60 年，華視出來，三家，就是本來一鍋飯我一個人吃，後來一鍋飯兩個人吃，現在一鍋飯三個人吃。所以就變成大家要搶廣告。有一陣子變成說，贈送。剛才我們講說，節目很好，我可以搭配。現在倒過來，不管節目多好，尤其是華視它是第三家，當然它要搶生意。他們有一位副總，軍方出來的，他也厲害，雖然是軍人，也是很會做生意。他都去中南部客戶去拜訪。然後呢，他就會來一招，你做 200 秒我送你 200 秒。客戶說，怎麼這麼好？副總還親自出馬邀請，怎麼會說不要，那就排下去。廣告公司就來抱怨，你們能不能送？我們就被逼著也不能不送。他很大方買 200 送 200，那我這邊也許就送你 50 還是 80，我們只能從小量開始來回應。不然他說人家華視就這樣子啊，客戶說叫我來跟你們討，

你們要贈送。

三台拼過好幾次，拼了以後呢，廣告滿檔，那個節目的 cue 表都已經畫滿了。廣告材料不夠，趕快再多送一套來，這樣子反而生意減少。（因為）我本來準備做 200 秒，變 400 秒，（那）乾脆我做 100 秒，你送我 100 秒，我達到原來 200 秒目的，客戶的廣告費也可以減少。像這種就是惡性競爭，我們電視台有好幾次。後來覺得大家都受不了了，談和，大家不要送了。安靜一陣子。再過一、兩年，有一家生意好，差一點的受不了了，它又開始暗中送。這一送，馬上（其他台）就會知道，反應過來。就這樣搞了幾次。現在有沒有這麼搞我不知道。

訪 3：另外電視台從黑白變成彩色，這中間有沒有什麼困難？

劉文龍：台視開播的時候，外國已經在開始發展彩色電視。但是，我們那個時候從零開始，從簡單的開始。因為彩色的成本高，而且還沒有普及。所以呢，彩色電視機也貴，所以我們那個時候就從黑白開始。這樣子一直播播播播，這中間，彩色（技術）就慢慢就進步了，彩色的錄影也出來了。當時彩色的成本比較高，我們也在準備要播彩色的。因為這是時代的（趨勢），你不播也不行。剛好中視在民國 58 年要開播的時候，它就標榜開播我就要用彩色。他們一下子全部說彩色，我們也覺得不容易。中視就是以播彩色為號召，民國 58 年 10 月 31 號它開播就是用彩色。我們也沒有說落後，我們也該彩色的節目。比如說綜藝類節目我總不能再用黑白，新聞也該有彩色，所以我們彩色的節目也上來了。沒有什麼困難，這裡頭沒本錢就增資，沒有問題。所以慢慢地就是由黑白轉彩色，很自然地就這樣轉過去了。華視更不用說。他是民國 60 年 10 月 31 號開播，所以（彩色）都沒有什麼問題。

訪：廣告片本來是黑白的，也馬上可以轉彩色？

劉文龍：對，廣告廠商當然知道，比如說節目現在彩色播出，當然它能來得及或者要做，那當然做彩色的。有的來不及，還是說黑白也無所謂的話，那你黑白也播，兩邊都播。電視機的規格都是兩用的啦，彩色電視機是黑白、彩色都可以看。黑白電視機是（不管來源是）彩色（或）黑白，（播出來）全部是黑白。這兩邊都可以看，所以不影響收視。

訪：剛剛副總你有提到，像那時候播廣告最後要拿一個確認單，因為我們沒有錄影，沒有錄下來。那我們是什麼時候才開始有錄影把片子留下來的做法？

劉文龍：片子留下來是公司，公司是有帶子。像如果有糾紛的話，我們可以把帶

子調出來看，應該是這樣。

訪：一開始就有嗎？

劉文龍：沒有，我們沒有說播出的全部錄下來，沒有這樣子做。後來好像也沒有這樣子。但是應該是有錄影播出的部分。我倒不太了解保管的情況怎麼樣。但是好像也沒有什麼問題啦。因為有收視率調查公司，他們也有報告，所以有沒有廣告，他們那邊（應該知道）。做收視率（的公司都知道電視廣告）裡頭有哪幾家，甚至他們也統計廣告廠商，所以他們可以每天錄下來，然後（例如）松下做多少檔廣告、黑人牙膏做多少，他們那邊都會統計。有問題可以找他們那邊去 **check** 一下，所以沒有什麼問題。

訪 2：照剛剛副總描述台灣的電視廣告的業務模式，還有廣告內容，都受日本影響很大，是嗎？

劉文龍：當然我們學學日本的東西是有，沒有錯。但是人家好的東西我們當然可以學，也不是說你壞的東西都學。所以我們受日本的廣告影響是有。有好幾家廣告公司跟日本的關係也密切。像國華跟電通有合作關係，有些（廣告公司）跟日本也有來往，而且客戶裡頭有些是日本客戶。所以，受日本的影響是有。