

在 經 濟 和 技 術 之 間

現代奧林匹克運動的發展與電視的傳播密切相關，奧運會的電視轉播也打上了電視工業發展邏輯的烙印，媒介組織的商業化和新媒體技術變革，已經或正在給奧運會的電視傳播帶來深遠的影響。

奧運電視傳播的演變發展

一九三六年，奧運會首次電視轉播在德國柏林地區進行，大約有十六萬名觀眾。一九四八年倫敦奧運會首次採用轉播權收費的原則，英國BBC同意支付約三千美元，但由於BBC的財政壓力，該筆費用最終並未兌現。

在一九五六年墨爾本奧運會，電視台和主辦方在電視轉播權轉讓的問題上出現了第一次大的爭議，由於談判破裂，奧運會沒有在包括美國在內的國家轉播。電視轉播商抱怨，為什麼無線廣播台就享有以新聞的方式免費轉播奧運會的權利？這次爭議導致IOC (International Olympic Committee, 國際奧會) 將電視轉播權的問題納入《奧林匹克憲章》，一九五八年新增的第四十九條規定，「無論私人電視台還是電視網都可以播報奧運新聞，但是直接引用奧運會的現場內容不得超過三分鐘。電視台或電影可以在二十四小時內插播奧運會內容三段，每段三分鐘，段

與段之間至少還要相隔四小時」，「如果電視台播放的新聞越過了憲章規定的界限，就變成了『娛樂』，需要另外交費」。

這個時期，電視轉播機構支付的費用還很低。這種情況到一九六零年奧運會時發生了根本的轉變，美國CBS電視網的出現，使得奧組委從電視轉播權轉讓上第一次收到大筆的收入：CBS為轉播一九六零年斯闊谷冬奧會和羅馬夏季奧運會，分別支付了五萬美元和39.4萬美元。

四年後，東京奧運會第一次運用了衛星轉播技術，轉播的範圍更為廣泛。一九六八年，墨西哥城首次應用彩色電視轉播信號，並在直播中採用慢鏡頭技術。

轉播權費用持續飛漲

技術進步增加了奧運會電視轉播的吸引力，電視轉播費用也有顯著的增長。一九八四年洛杉磯奧運會帶來了奧運會財政預算和資金管理方式根本的改變。電視轉播權和贊助商成了奧運會的兩大支柱，而且留下一筆不小的

歷屆奧運會電視轉播權收入(萬美元)

	全球轉播權收入	美國電視轉播權收入		歐洲電視轉播權收入	
		轉播機構	轉播權收入	轉播機構	轉播權收入
1960	120			EBU	70
1964	160			EBU	n/a
1968	980			EBU	100
1972	1780			EBU	200
1976	3490	ABC	2500	EBU	660
1980	8800	NBC	7230	EBU	710
1984	28690	ABC	22560	EBU	2200
1988	40260	NBC	30000	EBU	3020
1992	63610	NBC	40100	EBU	9450
1996	89830	NBC	45600	EBU	24750
2000	133160	NBC	70500	EBU	35000
2004	149400	NBC	79350	EBU	39400
2008	173700	NBC	89300	EBU	44340

資料來源：www.olympic.org

盈餘收入。轉播權收入以佔總收入55%的比例，首次成為國際奧會最大收入來源，這是奧運史上的一個根本性轉捩點，從此以後，舉辦奧運會不再是一個賠本賺吆喝的買賣。

電視轉播權收入成為國際奧會的一個穩定的收入來源，對奧運會的舉辦也越來越重要。不同地區電視轉播的經濟貢獻不同，就世界範圍內而言，美國的廣播公司顯然對奧運會電視轉播權運作有著決定性的影響。NBC是

奧 運 轉 播 :

奧運會轉播權的最大買家，在與國際奧會簽署的協議中就有類似這樣的規定：盡最大努力將美國觀眾關心的賽事安排在NBC最高收視率的時段內。八八年漢城奧運會組委會就按照美國電視觀眾的需求，將游泳決賽、體操決賽、田徑決賽全部改在上午進行。

然而，歐洲電視系統也已經發生變化，如私有電視台的出現和壟斷市場的打破，這直接導致歐洲廣播聯盟(European Broadcasting Union, 簡稱EBU)轉播奧運會和其他大型體育賽事支付的轉播權費用持續高速增長。隨著電視轉播權費用的飛漲，各種形式的協作體變得越來越流行，因為這樣，廣播商就可以縮減涉足奧運會的成本支出。



國際奧會遵循「最大化」覆蓋原則。

有時候為了爭取到電視轉播權，跨國的電視機構也會成立臨時的聯合體(pool)，比如韓國和日本(SPA Miquel de Moragas, 一九九五)。

覆蓋「最大化」原則

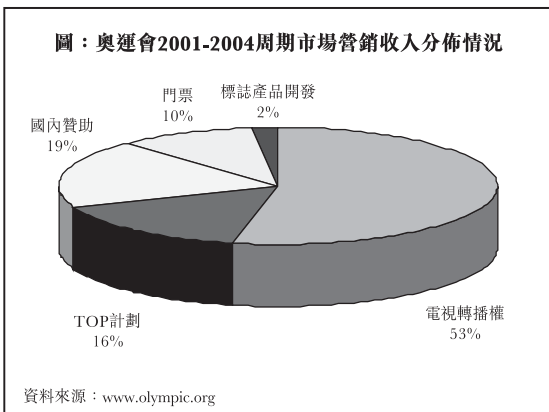
在電視轉播權銷售的歷史上，國際奧會一般遵循兩個基本準則：首先，最大覆蓋原則。「IOC採取一切必要措施以確保奧運會通過不同媒體，全面覆蓋到世界上最廣泛的可能的電視觀眾」(《奧林匹克憲章》第五十一條，二零零四年九月)。因此，奧運會的電視轉播權原則上都會銷售給那些在當地範圍能夠保證最大化覆蓋的廣播機構，以盡可能的將奧運會傳播給全世界的觀眾。其次，排它性原則。一般來說，在一個國家中只有一個廣播電視機構能夠獲得本國奧運會的獨家轉播權。

隨著多媒體和資訊高速公路時代的到來，頻道數量的增加將改變體育節目傳輸管道的結構。在這樣的背景下，IOC也允許特定的廣播聯盟和電視頻道二次轉讓他們獲得的轉播權，允許最初的買家贖回部份投資，同時，確保賽事得到更大範圍的傳播。這些改變很大程度上反映了全球電視業的變革，也反映了電視機構通過權利共用以降低獲得奧運

會電視轉播權成本的期望。

一九九二年巴塞隆納，美國、英國、西班牙等國的奧運會主轉播商，就將轉播權二次授權給其他有線和衛星電視轉播機構。美國NBC在傳統廣播方式之外，使用按次付費有線電視服務。NBC和有線電視運營商Cablevision合資成立一家名為TripleCast的公司，TripleCast開通三個頻道二十四小時迴圈播放奧運。雖然這項業務本身獲得了業內人士的好評，也給用戶帶來很好的欣賞體驗，但訂購者的數量卻僅僅有二十五萬，遠低於預期達到盈虧平衡的二百五十萬。這項業務推廣的失敗導致NBC和Cablevision一起損失了將近1.5億美元。一些觀察者指出，TripleCast的設備相對於有線電視公司的傳統頻道太複雜了，而且提供的節目也讓人不好選擇。事實上，在大部份人看來，這項業務的價格偏高。最後，NBC發現了大部份觀眾似乎並不願意再投入更多的時間和金錢成本，因為他們完全能夠欣賞到廣播網的免費轉播。

NBC的按次付費收看試驗，事實上提高了奧運會總的收視時間，但付費觀看奧運會這個主意讓很多奧林匹克觀察者覺得很不舒服，他們擔心像付費收看這樣的收入方式變成通行的策



略，將加劇社會分化，有的人有能力使用這樣的業務，有的人卻沒有，如果這樣的方式被普及，很多人將再也看不到他們喜愛的運動員或者體育賽事，這也損害了國際奧會「最大化」推廣奧運會的目標。如果依據電視機構的資金實力和資源限制形成不同的奧運傳播形態，那我們就必須問，怎樣才能使奧林匹克的總體發展目標受益 (SPÁ Miquel de Moragas, 一九九五)。

新媒體給奧運轉播帶來衝擊

與爭議同在，新媒體技術繼續不斷給奧運會轉播帶來衝擊。一九九八年長野冬季奧運會，奧運會轉播首次應用視頻點播 (VOD) 和 3D 高清晰電視技術。二零

零四雅典奧運會，首次可以在互聯網上看到奧運會的電視直播信號，但尚沒有合法的奧運會比賽視頻下載收看業務。二零零六都靈冬季奧運會，轉播商開始重視使用新媒體技術，向觀眾提供更多的接收管道如互聯網、手機和多頻道電視頻道，並首次提供高清電視轉播信號和手機電視信號。

鑒於傳統的電視轉播權收入仍然是國際奧會最重要的財政來源，二零零一至二零零四奧運會週期國際奧會的電視轉播權收入就高達二十二億美元。為了保障傳統電視機構高價格獨家轉播權的利益，國際奧會一直對網路視頻直播的授權相當謹慎，因為要保證互聯網、IPTV 和手機等新媒體接收端在電視轉播權範圍之內，比如說中國大陸網站拿到網路轉播權，在香港的用戶是不可以登錄的。因此，新媒體權利主要附著於傳統媒體，也就是說，電視機之外的視頻轉播權，原則上是要交給擁有電視轉播權的電視機構。

二零零八年北京奧運會期間，中國中央電視台除了五個免費頻道，還將動用網球和足球兩個付費頻道進行奧運會相關賽事轉播和報導，並在基於公共交通工具的地面移動數位電視平台上對奧運賽事進行直播，中央電視



央視國際網站獲國際奧會網絡視頻轉播授權。

台旗下的「央視國際」網站還正式獲得國際奧會的網路媒體視頻轉播授權，這也是奧運會歷史上首次出售該項權利。台灣的愛爾達科技是全球第一個單獨持有奧運賽事新媒體轉播權的公司，中華電信已經通過參股方式，間接獲得了愛爾達持有的奧運新媒體轉播權，並將通過互聯網、IPTV、手機等轉播二零零八年北京奧運比賽。而在香港，付費電視運營商香港有線電視 (CABLE) 則首次獲得新媒體平台的奧運會香港地區獨家轉播權。屆時能確保香港市民能夠免費看到奧運會轉播嗎？奧運會轉播是否正在經歷著新媒體革命？讓我們拭目以待。

北京體育大學體育傳媒系講師 **洪建平**