

出國報告（出國類別：考察）

# 新加坡亞洲國際廣播年會與華語廣播電台參訪報告

服務機關：國立教育廣播電臺

姓名職稱：副臺長李方琪

派赴國家：新加坡

出國期間：106年5月23日至26日

報告日期：106年6月21日

## 摘要

台灣的數位廣告量從 2011 年時僅 102 億元，2016 年一路成長到 258 億元，推估，接下來的 5 年，數位廣告量最高峰將達到 400 億元，足見網路與行動裝置普及為傳統媒體帶來的衝擊。

新加坡為達成世界第一智慧國家的願景，透過組織調整與改造，除了推出「新加坡媒體融合計劃」，並執行推動「智慧國家數位政府」計畫，以建立具全球競爭力的資訊通信媒體生態環境。於是選擇參與在新加坡舉行的亞洲國際廣播年會，並參訪當地華語電台。

考察後反而對廣播的前景深具信心，由於網路的大量快速流通，思維 + 平台 的創新內容，將使傳統廣播發揮更大的效益。傳統與創新之間的碰撞，正締造新的價值，藉由網路，帶給網路應用更長的使用黏性、停留時間、重覆造訪，無疑是另個新的契機。

# 目次

緣起與目的·····	3
考察過程·····	3
考察心得·····	14
考察建議與結論·····	17

## 壹、 緣起與目的

科技的進步，網際網路與數位影音技術的發展，讓傳統媒體面臨轉型。本次出國考察主要係參加 2017(第 22 屆)亞洲廣播國際會議，並參訪新加坡二大媒體集團之華語廣播電臺，藉以了解廣播新趨勢的發展及面對新媒體的因應借鏡。

### 一、參與國際盛會吸取新知

亞洲廣播國際會議每年舉行，2017 如常於新加坡舉辦，由於它集結廣播及相關產業成功的頂尖專家、專業人員及從業人員分享彼此創新成果，在傳統媒體面臨新媒體數位匯流衝擊之際，本臺首次參加國際廣播會議，希望能吸取國際創新理念，掌握未來廣播發展環境與趨勢。

### 二、了解傳統媒體面對新媒體的因應之道

時代巨輪不斷往前，新聞、影音、資訊全都匯聚到網路，根據厄爾森統計，2016 年度國內傳統五大媒體廣告量為 367 億元，較 2015 年又再衰退 12%。網路與行動裝置的普及，為傳統媒體帶來新衝擊，面對閱讀、收聽、收視行為的改變，廣播這個傳統媒體如何因應因媒體時代的到臨，確實是個重要課題。

由於新加坡政府有計畫的建置新加坡成為全球媒體中心，目標將新興媒體科技、內容、服務及應用透過媒體城孕育、包裝、產業化及國際化；因此本臺規劃參與每年於該國舉辦的國際廣播會議，也透過外交部駐新加坡代表處協助安排新傳媒集團及報業控股公司旗下華語廣播頻道參訪取經。

### 三、尋求廣播跨國合作的可能

本臺擁有多元豐富文教節目與單元，與同樣華人社會的新加坡相容性和接受度應該較接近，藉此難得機會，與新加坡華語頻道洽談雙方合作可行性，合作方向包括：雙方節目互播、雙方於特定節目定期連線交流、雙方文教新聞交流及雙方節目置於官網連結。

## 貳、 考察過程

## 一、考察行程：

5 月 23 日 (星期二)	去程 (臺北→新加坡)
5 月 24 日 (星期三)	參加 2017 亞洲廣播國際會議 參訪新傳媒集團所屬 Capital 958 城市頻道
5 月 25 日 (星期四)	參訪新聞控股集團所屬 UFM100.3 頻道
5 月 26 日 (星期五)	返程 (新加坡→臺北)

## 二、考察紀要

此次考察共計 4 天 3 夜，由於至新加坡的飛行時間約 4-5 小時，扣除前後二天搭機時間，總計在二天的時間內分別參與 2017(第 22 屆)亞洲廣播國際會議及拜訪新傳媒集團華語廣播部門 (主要為 958 城市頻道) 及報業控股集團所屬 UFM100.3 頻道，以下按照考察時間順序敘述考察過程。

### (一) 2017(第 22 屆)亞洲廣播國際會議

此次參加 Broadcast Asia 2017， 22nd International Digital Multimedia & Entertainment Technology Exhibition and Conference，顧名思義，它是一個結合了廣播、電視、有線電視、衛星等產業的會議，利用研討和展示的方式，為志同道合的專業人士提供了一個良好的平台，分享他們對廣播和媒體行業的願景和關切。

今年的重點是“為廣播的未來而努力”，特別是在通過 VOD(隨選視訊系統)，IP 廣播，4K / UHD(超高清)和使用數據分析的 OTT 貨幣化方面，了解觀(聽)眾所需要的內容。

#### 1、會議時間地點

該會議 5/23-5/25 於新加坡新達會議中心舉行 3 天，分 2 個主要類別 (商業策略和技術) 和 2 個關於 UHD 和數據分析的研討會，同時配合有廣播、影像、網路整合平台等多媒體設備展覽；除展覽參觀免費外，3 天完整會議報名費新幣 1,850 元(約臺幣 40,700 元)，囿於此次出國考察經費僅臺幣 22,000 元，本臺擇定參與 5/24 策略類會議，報名費新幣 730 元(約臺幣 15,330

元)。

## 2、5/24 會議議程

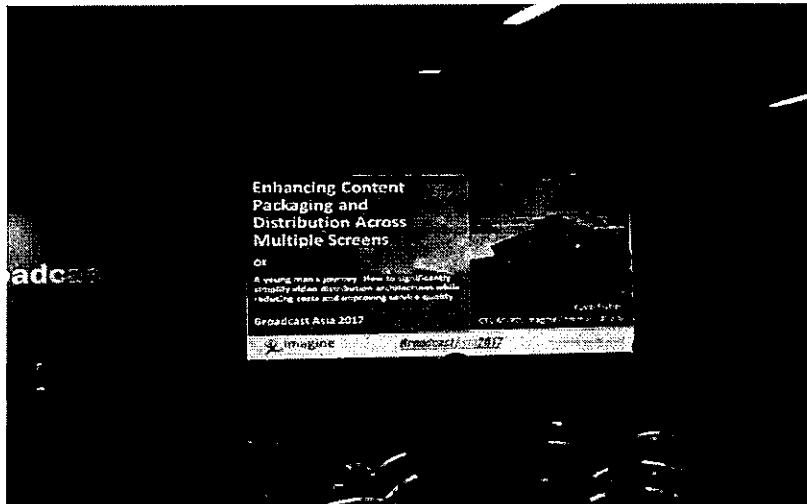
- 9：00 主席致歡迎詞 Mark Hukill，太平洋電信理事會專案顧問
- 9：10 新傳媒案例研究： 切換 - 強化娛樂的連結  
Anil Nihalani，新傳媒
- 9：40 主題演講： 如何用內容創造數以百萬和更多商機  
Chatri Sityodtong，One Championship™執行長
- 10：10 數位中斷： 是對立或是機會  
Angeline Poh，媒體發展管理局 (IMDA) 內容創新助理執行長
- 10：20 休息
- 10：45 總裁致歡迎致詞 Natan Edelsburg， Muck Rock & Shorty Awards  
執行副總裁、 The Drum's Found Remote 執行主編
- 10：50 線性電視的下一步是什麼  
採用新的廣告模式  
投資優質內容  
競爭力的價格和具吸引力的包裝  
Paul Berriman，CCW-HKTP 集團首席技術官
- 11：20 小組討論： 擁抱移動 OTT 作為未來的趨勢  
電信運營商、 OTT 服務提供者和適合在價值鏈中的其他在哪裡  
內容是金鑰或網路是金鑰  
怎樣才能有效地套現移動  
不斷發展的移動產品，增強使用者的無縫體驗  
主持人：  
Reuben Verghese，Diagnol 執行長  
小組成員：  
Peter Bithos 執行長 HOOQ  
Vaitea Cowan，SPB 電視東南亞業務行銷部主任  
Roghunath Mohanrao，COO 技術運營官

- 12 : 00 亞洲內容創新  
亞洲內容的影響  
亞洲電影特質的多樣性  
亞洲的內容消費行為  
Peter Bithos HOOQ 執行長
- 12 : 30 午餐
- 13 : 30 現場的生存  
利用社會媒體的現場直播  
提供即時的内容，與觀眾和人們連結在一起  
提供可靠和靈活的現場服務  
Natan Edelsburg， Muck Rock & Shorty Awards 執行副總裁、  
The Drum's Found Remote 執行主編
- 14 : 00 加強跨多螢幕的内容包裝配置  
尋求内容包裝新的新方式並運用多個螢幕分享  
確保内容與所有螢幕所有頻道連結在一起  
正確的時間做正確的事  
Yuval Fisher， CTO、 MVPD、 Imagine Communication
- 14 : 30 在所有螢幕上做廣告  
播放真正的時間，跨越所有螢幕個人化廣告  
運用程式設計細分消費市場將廣告鋪布不同螢幕  
廣告在所有螢幕持續與同步  
Joddy Hernady， Telkom Indonesia 媒體和數位業務創意技師
- 15 : 00 擁抱虛擬實境的新的可能性  
瞭解虛擬實境是一種新興的技術  
VR 跨各行業可以做廣播  
從概念到傳布--傳輸新形式  
瞭解虛擬實境價值的身臨其境體驗  
Lionel Chpk， Immersively 啟動創始人/創意技師

- 15 : 30 觀/聽眾互動，留續是最終的目標  
連結具相同使用興趣和經驗者創造粉絲  
提供各種不同的經驗，讓眼球變成鐵杆粉絲  
在正確時間做最大化觀眾互動  
合併的螢幕提供全面和出色的使用者體驗  
Victor Cui，One Championship 國際執行長
- 16 : 00 主席總結
- 16 : 10 下午茶 會議結束







上圖分別為會場及展示場

### 3、會議重點

(1) Broadcast Asia 2017 年的重點是“為廣播的未來而努力”，有來自全球各地的 500 多名與會者和 80 位演講嘉賓出席，大家在這個平台，交換分享對廣播的願景和關切，不過從會議研討的內容主題觀察，這裡所指的廣播，並非狹隘的傳統電台廣播，而已經是泛指所有媒體的傳播了。

(2) 面對全球線上影音需求不斷攀升，影音 OTT 平台(透過網際網路傳輸的線上

影音服務又稱為影音 OTT 服務 (Over the Top, OTT Media) 逐漸成為服務新主流，各平台業者無不絞盡腦汁尋找最有效的商業模式，企圖降低影音內容購置與傳輸成本、追求內容與服務形態的平台獨特性，以奪得市場先機。因此會議主要主題幾乎圍繞 OTT 2.0 和貨幣化、內容優化、品牌策略、螢幕最大化的體驗、工作流和自動化以及在運動和新聞上的運用等，每場時間大約 30 分鐘。

(3) 由於科技新技術正在擴大媒體的生態系統，並提供令人興奮的新的可能性，新傳媒展示其 Toggle 整合平台，HOOQ 執行長表示，亞洲豐富獨特的在地素材，可以創造內容優勢和消費內容，Muck Rock & Shorty Awards 執行副總裁分享許多運用社群媒體直播分享傳銷案例。

(4) 消費者的需求是碎片化且分散的，與消費者互動的競爭日益激烈，想要制勝市場，就必須提升行銷模式，用創意吸精方法與消費者連結，以滿足需求。為了幫助視頻業者解決新媒體的變革，亞馬遜網絡服務公司全球業務高級副總裁 Dan Marshall 說，該公司強化視頻製作，利用新的格式，如 UHD 和虛擬現實，包括內部和雲端，只有靈活的軟體內容和可擴展的雲端，才能確保內容的可用性並提供價值和動力。

(4) 展示會的部分，算是小型的 NAB (National Broadcaster Association, NAB) 展，人潮不若 NAB 擁擠，有來自 48 個國家/地區的 633 家國際參展商，展示內容則包括音響製品、遊戲設備、衛星系統、無線廣播設施、數位管理設備、行動電視和技術、電視、數位相機、郵政產品數位信號設備、網路電視、燈光燈具、節目製作設備、雷射音響設備、數位錄音錄相設備、多媒體電腦和軟體、通訊設備、行動電話、節目軟體、電信電纜、動畫製作、數位電視及照相裝備、各類廣播電台、電視發射裝備等。

## (二) 新傳媒華語頻道 CAPITAL 95.8(958 城市頻道)

1、時間：5 月 24 日 15：30 - 17：00

2、訪談人員：內容與聽眾服務部副總裁溫玉君、內容與聽眾服務部經理林芯怡、華語廣播新聞高級執行編輯莊澤芳。

### 3、參訪紀要：

新傳媒是上市公司，新加坡官股仍占大部分，目前旗下廣播頻道 12 個，其中華語廣播頻道 3 個，定位如下表

頻道名稱	頻道內容	目標聽眾	音樂定位
<b>CAPITAL 95.8</b>	華語新聞資訊頻道 每天 6：00~24：00 播出節目，提供華語新聞、路況、即時財經及生活資訊	以 40 歲以上者為目標聽眾	以播放 80 至 90 年代的經典華語歌曲為主
<b>LOVE 97.2</b>	女性頻道 提供親子、女性議題資訊	以 35 歲以上女性為目標聽眾	播放 90 年代至時下華語流行金曲
<b>YES 933</b>	流行音樂頻道 提供最新的音樂及娛樂資訊，也主辦音樂人的年度流行音樂盛事——新加坡金曲獎。	以 15-40 歲青壯年為目標聽眾	播放 2000 年後至當前華語流行歌曲 是新加坡收聽率最高的電臺

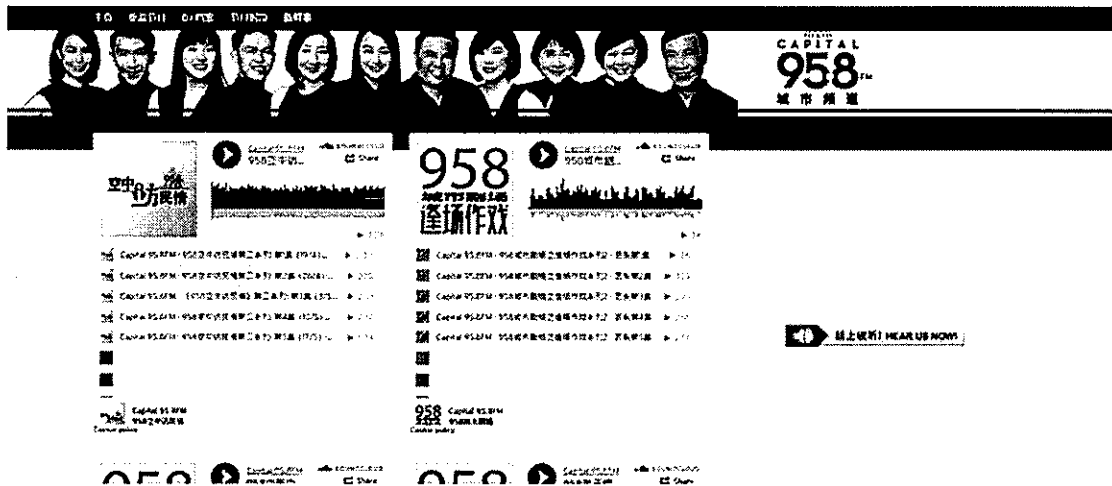
新傳媒集團在今(2017)年初搬遷至緯壹科技城內的媒體城，並進一步利用網路平台整合旗下所屬之平面、聲音、影像媒體；因應新媒體衝擊，廣播的推播形式也符應潮流，在臉書上推出影音版的廣播節目或預告，但是更新的並不積極，FB 通常 po 新聞，節目訊息較少，這與台灣的電台似乎大不相同。

在節目部分由於都採現場 Live，一個錄音室就是一個頻道，主持人除了主持節目外，也搭配外場大型行銷活動，因此溫副總裁曾提到，他們在進用新人時，顏值是很大的考量，必須要培養 super star。

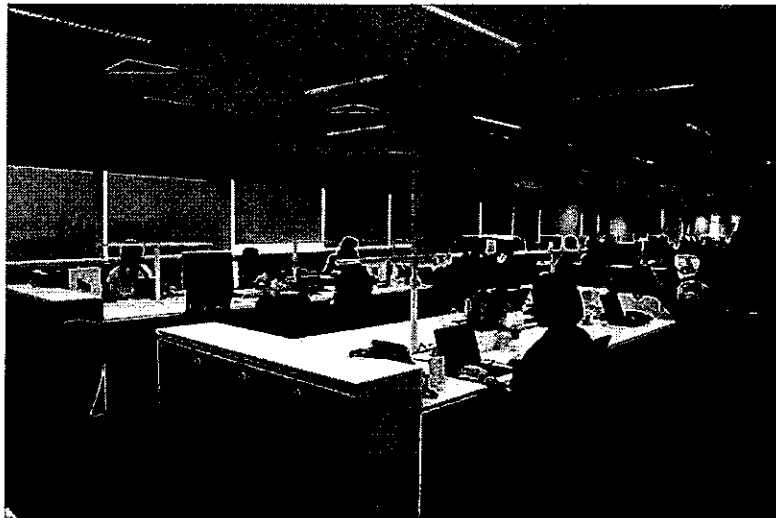
新聞部分，由於有電視台，在大編輯台的概念下供稿給各頻道，由主持人在整點播出 5 分鐘，除遇重大教育政策，文教新聞內容較少。

由於城市 958 有個重溫節目區塊，與本臺典藏資料庫及 Channel+類同，

將經典節目放置網站供聽眾反覆收聽，探詢雙方是否有合作可能，溫副總裁則表示希望合作能落實在節目播出的部分，目前該台正與台灣 Hit FM 洽談合作計畫中。



上圖分別為城市 958 頻道之 APP、官網及 FB



上圖分別為城市 958 頻道之錄音室、辦公室

### (三) 新加坡報業控股有限公司華語頻道 UFM100.3

1、時間：5 月 25 日 11：00 - 12：00

2、訪談人員：華文媒體集團華語電台營運總編輯蔡深江、助理營銷經理林登兩、UFM100.3 助理音樂總監胡天培。

3、參訪紀要：

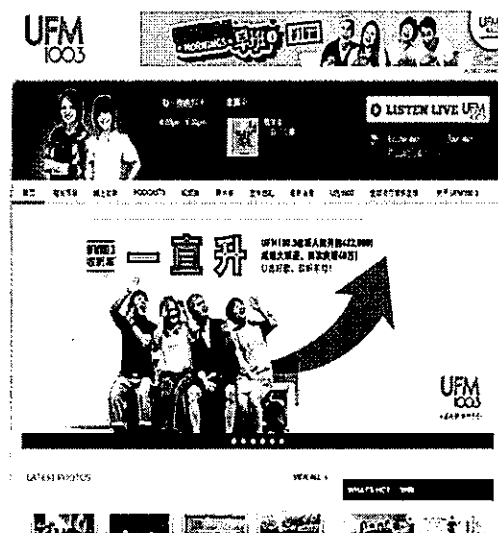
報業控股公司雖是私人公司，亦有官股成份，目前旗下經營 3 個廣播頻道，其中只有 1 個華語廣播頻道，目標聽眾鎖定 35-50 歲上班

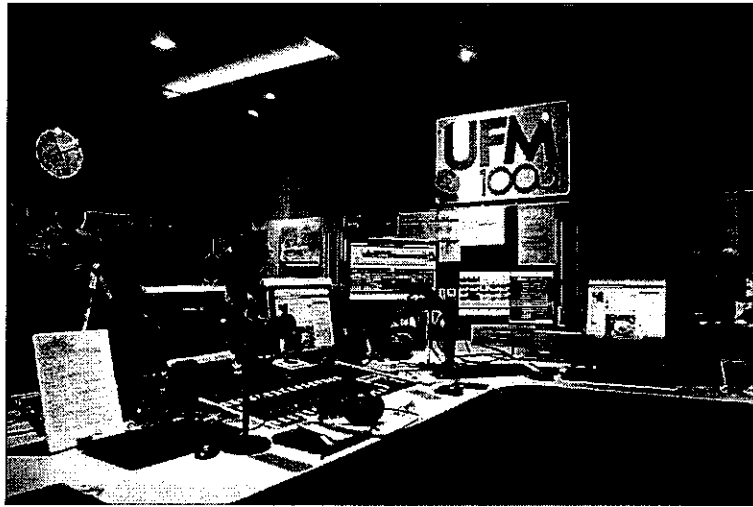
族，內容以迎合其生活之健康、理財及路況、即時資訊為主，並以 2000-2007 華語歌曲為頻道標識音樂。

UFM100.3 在成立之初，節目以談話性內容為主，與臺灣飛碟電台聯播，播出陶晶瑩、黃子佼之節目，收聽狀況平平，之後轉型為音樂包裝短版資訊類型，收聽率扶搖直上，現為新加坡華語頻道收聽率第二名之電台，目前除了與臺灣 Hit FM 合作舉辦全球流行音樂金榜活動外，每年亦自行辦理 U 選好歌。

6：00-24：00 節目均現場播出，輕鬆活潑，錄音室設有 3 架攝影鏡頭，現場各角度畫面均可藉由網路直播與聽眾即時分享，主持人獨自處理廣播、網路直播及與聽友互動等所有事宜。

該台也透過舉辦各類活動與聽眾互動，為更進一步強化聽眾忠誠度，DJ 們也會走出播音室，支援社區、非營利和慈善組織，提高正向知名度，並吸引潛在聽眾群。訪談過程中，蔡總編透露，該公司廣播部門年度營業淨額有 3 億新台幣，占該公司年淨收總額 10%。明(2018)年，新聞控股公司將另外增設一個華語頻道 96.3，與本臺屬性較為相近，或許雙方有合作可能。





上圖分別為 UFM100.3 官網、錄音室及手機接收現場直播影像

### 參、考察心得

本次考察共分為兩部分，一為參與廣播國際年會，另外則是參訪新傳媒集團所屬之958城市頻道，及報業控股集團的UFM100.3頻道，了解新加坡廣播電台因應新媒體所做的改變，以下分別就此兩部分說明此行考察心得。

#### 一、國際廣播年會部分

因應新媒體衝擊，廣播傳播的形式更多元，這項名為廣播的年會，其實更多探討在多媒體，而台灣參與此會的除本臺外僅有二家地方有線電視公司，分別為 IBC 台灣寬頻通訊以及台灣數位光訊科技的佳光電訊(原西海岸有線電視)。

以往，本臺曾多次參加免費國際年會展，特別是集全球傳播媒體、網路、電子、通信業界最負盛名的美國全國無線廣播電視業者協會（National Broadcaster Association，NAB）展，此次是本臺首度參加亞洲地區付費之國際年會研討會，受限於經費及配合其他行程的關係只參與 5/24 的研討會。由於是收費年會，所以沒參與的會議資料無法提供，甚至連參與會議的資料也僅限講者名單與議程而已，全程英文。

整體而言，許多講者多分享自己公司的數位平台，或產製的影音內容影片，告訴與會業者，現在的媒體已經不是一個可以明確定義或形塑的名詞，現在的媒體只要在足夠的受眾基礎上，可以是任何樣子，圖文、影音、直播平台、或內容聚合，都可以是一個新媒體。這個新媒體是很殘酷的，點閱率、觀看次數完全裸露，說明了影響力，因此在當前資通快速發展的時代，產業必須藉由科技創新及內容深化需求來拓展立基。

## 二、新傳媒華語頻道 CAPITAL 95.8(958 城市頻道)部分

### (一)新環境簡單務實

新傳媒在今(2017)年初搬遷至媒體城新園區，空間變大後的整體設計結合工作與參訪及員工休憩，簡單是最大特色，尤其電臺辦公室的辦公座位，每個員工桌上僅一台筆電，完全無任何雜物，原因是公司規定上班攜帶筆電上班，下班桌面完全清空，也沒有固定座位，任何員工只要攜帶筆電，有空位即可隨時入座工作，可見其數位化的徹底程度。

在錄音室的部分，亦配合各頻道定位與語言而有不同風格設計，一個頻道一間錄音室，由於新環境寬敞，提供的參訪動線角度也相形開闊。

### (二)內容及平台創新轉型

新傳媒集團迎合新媒體的挑戰，成立 Toggle 網站平台，整合其廣電媒體，民眾只要上網就可以同步看到或聽到該集團各頻道聲音、影像的內容，也有重溫節目，可以重看已經播過的節目，最新創舉則是提供觀眾可以提前收看播出前 5 天的電視節目(特別是連續劇)，廣播部分則是挑選精緻節目放於網站供聽友永久收聽，目前有廣播劇和中草藥介紹等，未來則希望提供更多內容，同時也是本臺與該台合作契機。



### (三)節目製播

新傳媒共有 12 個廣播頻道，每個頻道定位清楚，有各自目標族群，958 城市頻道收聽族群偏中高齡，節目每天 6 點至 24 點播出，均為塊狀現場播出，每個塊狀至少 2 小時，最長 4 小時，主持人 1-3 人，為了行銷廣播頻道中的節目，也在臉書上推出影音版的廣播節目或預告，可惜更新速度及頻率不高。電台線上收聽則運用 MeRadio 網站(APP)，更經常舉辦講座、活動、旅遊團，廣播節目主持人更走出錄音室，並經營社群媒體，希望吸引更多聽眾參與，進一步成為忠實聽眾。

## 三、新加坡新聞控股有限公司華語頻道 UFM100.3 部分

### (一)定位明確

UFM100.3 是報業控股華文媒體集團所屬的中文音樂電台。主要針對 35 歲至 50 歲的聽眾群，選播他們最喜歡、最熟悉的 90 年代至當下流行最 U 選的好歌。為了緊跟聽眾的聽歌品味，UFM100.3 每年都會舉辦《U 選 1000》活動，邀請聽眾票選最喜歡的中文歌曲，依據聽眾的票選來選播歌曲。此外，UFM100.3 也配合忙碌都市人需求，提供每小時新聞以及各類生活保健資訊，似乎有台灣類型音樂電台的身影。

### (二)互動活動留續聽眾

為積極吸引聽眾，UFM100.3 舉辦晚餐聚會和小型研討會等拉近與聽眾距離，主持人主持風格親切活潑，尤其年度 U-Shine 計劃，提高民眾公益慈善意識。蔡總編特別自豪該台主持人與聽友關係的深厚良好。

### (三)節目節奏輕快呈現強烈企圖心

一個感覺年輕的頻道，運用音樂風格定位，主持人語調輕鬆節奏快，且無特別口音，有計畫培訓主持人，節目製作主持、網路直播行銷完全不假手他人，不以塑造明星為主，反而更易與聽眾打成一片。同時官網資訊與 FB 訊息即時掌握頻道脈動更新，網站色調呈現語頻道分為一致，明顯受制官股色彩較少。

## 肆、考察建議與結論

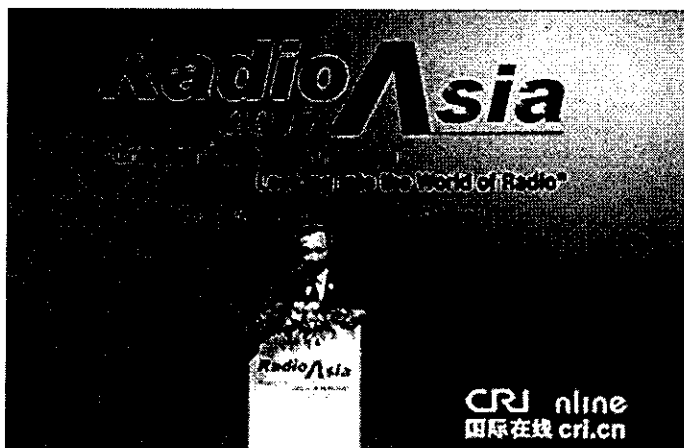
本次考察出席國際研討會並參訪新加坡華文廣播電台，時間行程雖然短促，仍然有許多收穫具參考價值，茲提出以下的建議作為參考：

### 一、 內容經管人員與資訊工程人員共同參與會議

本次參加 Broadcast Asia 2017，確實有助擴大視野，對於技術及多媒體影音匯流業者更具參考價值，對本臺的思考則是，廣播業不必限制為某一種特定形式，而是乘著匯流趨勢，提供新的不同的服務型態，廣播原本擅長的，人們依賴的，透過聲音給人們守望、教育和娛樂的基本服務就讓它持續。反而是未來在參與類此國際會議時，若經費許可，可由內容經營管理人員並同資訊或工程人員一同前往，特別是技術類研討會及展示會的部分，更能吸取專業技術的創思。

### 二、 可參加國際廣播專屬會議

個人此次參加之 Broadcast Asia 2017 會議，焦點已打破媒體界線，反倒是另一場以“用激情創造廣播”為主題，由亞洲太平洋廣播聯盟主辦、泰國民聯廳承辦的 2017 亞洲廣播大會(Radio Asia)2017 年 4/26-4/28 在泰國首都曼谷召開，與會代表就社區廣播、災難救援廣播、怎樣和聽眾互動、如何掌握廣播主動權等話題展開分組討論，似乎較將會議重點鎖定在廣播的功能發揮，未來若仍有參加國際會議的規劃，該會亦似可納入考量。



### 三、 傳統廣播的轉型

新媒體對傳統媒體的衝擊世界各國皆然，在多媒體整合的世代，圖文

新聞、影音新聞，直播平台、內容聚合等，只要有足夠的受眾基礎，它都堪稱新媒體，於是乎原本以聲音為主的廣播也揭開神秘面紗，讓主持人可以被聽眾看到，造成廣播人一片慌亂，這從新加坡廣播節目主持人的十項全能就可以感受到他們的壓力，但其實，即便在這個眼手併用的滑時代，廣播仍大可不必花太多心思用自己的弱勢去競逐電視影像的強勢，廣播的影像運用並不必那麼細緻，對廣播而言，影像是個行銷吸精的手段，反倒是創新精進節目的優質內容如何讓更多人聽到看到，電台多元行銷的使用者介面吸精充實好用更重要。

#### 四、 對本臺的省思

由於參訪的都是商業電台，與本臺任務功能導向的公營電台性質不同，但彼此企圖翻轉節目內容，創新收聽平臺，提升收聽的意圖是相同的，他們擁有的頻道數多，可以分別針對不同族群做頻道定位，容易留續聽眾，頻道行銷也較亦一致整體，同時，他們鎖定的聽眾群完全以成年中高齡人口為主，沒有兒童廣播節目，一方面兒童節目製作成本高，品質不易掌控，另一方面要打聽眾專屬頻道風險太高，收聽時間就是大問題，更何況兒童絕少收聽廣播。而本臺係屬公營電台，文教專業，定位為終身學習頻道，目標聽眾自幼至老，節目內容優質多元，尤其是屢獲金鐘獎肯定的兒少節目，如果集結各兒少親子節目在周末頻道播放，目標鎖定家有國中以下學生之親子，利用周末親子共遊的驅車時間收聽，或許可以另闢廣播藍海，同時更易於頻道行銷，並可樹立本臺在國內媒體市場中獨特的教育定位。

另外本臺官網除提供節目線上收聽外，更具節目 60 天內隨選功能，已經將廣播的傳遞從傳統收音機延伸至網路平台，但如能將網路平台變成資源聚合及關係轉換的平台，將能創造更多元服務。

#### 五、 結語

比爾·蓋茲曾經說過：「技術終將改變世界」，拜網路與科技所賜，傳播已經沒有邊界，移動網際網路時代為廣播提供了線性傳播 + 點播 + 個性化推播的契機，儘管如此，內容仍然是網路時代競爭的唯一法則，廣播人必須在節目

製播上更加專業，提供實用的資訊，創造與聽眾更為緊密的互動，求新求變，才能提升傳統廣播經營的競爭力，讓廣播的價值被重新挖掘。品牌要能引起關注，需要的是內容流動！

#### 伍、 附錄(會議資料)

Join Us and Exchange Knowledge With World-Class Professionals and Practitioners in the Broadcast, Media and Entertainment Industry!

Early Bird Rates Now Available

\*Register before 14 April 2017 and save up to SGD 500

# BroadcastAsia2017

## INTERNATIONAL CONFERENCE



From Vision To Action:  
Gearing Up For The Future Of Broadcasting

23 May – 25 May 2017 | Suntec Singapore  
www.Broadcast-Asia.com

### FEATURING 2017 SPEAKERS



**Chris Feiner**  
Director of Global  
Media Engineering  
and Partnerships  
NETFLIX



**Joddy Hemady**  
SVP Asia and  
Digital Business  
Telkom Indonesia



**Greg Peters**  
Chief Streaming and  
Partnerships Officer  
Netflix



**Christophe Hochart**  
CEO and Founder  
Roost Group



**David Goldstein**  
Head of Asia  
IFIX



**Adam Bechtler**  
Director of Business &  
Development  
TVRI



**Mark Wilson-Dunn**  
Vice President  
BT MEDIA AND  
BROADCAST



**Shahr Mornin**  
MD & CTO  
ZengTV



**Paul Berriman**  
Group CEO  
PCCW - HKT



**Richmond Exer Escobar**  
Customer Partnership  
Management Division  
Head  
ABS-CBN



**Dr Ahmad Zaki Mohd Salleh**  
Group General  
Manager Engineering,  
TV Networks  
Media Prima Berhad



**Jim Simon**  
Senior Director  
of Marketing  
Quantum Asia-Pacific

Evolving With The Changing Demands Of The Industry Through Innovation, Collaboration And Effective Implementation Of Holistic Business Strategies And Technologies

### KEY TOPICS FOR DISCUSSION AND DEBATE

- ✔ OTT 2.0 and Monetisation
- ✔ Content is Key, Content is King
- ✔ Maximising Experience on All Screens
- ✔ IP in Broadcasting, Delivery and Production
- ✔ UHD vs 1080p: Network Capabilities and Business Models
- ✔ HDR Delivery Roadmap For The Future

- ✔ Broadcast Standards, HBBTV 2.0.1 and Hybrid Delivery
- ✔ Sportscasting and Newscasting
- ✔ Maximising Revenue and Monetising Data Analytics
- ✔ Subtitling and Captioning Technology
- ✔ Virtual Reality as the Next Game Changer
- ✔ Video and Encoding Technologies



With Content by

**CommunicAsia2017**

**EnterpriseIT2017**

**SATComm2017**

Incorporating



BroadcastAsia2017 International Conference presents  
500+ attendees | 80+ speakers | 20+ hours of networking | 3 action packed days | 1 stellar event!

Register before 14 April 2017  
to save up to SGD 300



		NEW BUSINESS MODELS AND STRATEGIES	BROADCAST TECHNOLOGIES
<b>MORNING PLENARY SESSION</b> (Open to all conference delegates) Opening Address: The Evolution of the Broadcast Scene in Asia Visionary Address: Building the Future of Entertainment			
PROGRAMME AT A GLANCE	23 MAY	<p><b>TRACK 1</b> OTT - HOW TO WIN IN THE FUTURE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>The Elephant In The Room: OTT Monetisation</li> <li>Get To The Top with Over-The-Top</li> <li>Content Is Key, Content Is King</li> <li>Providing A Differentiated Brand Experience Amidst Fierce Competition</li> <li>Ultimately, It's All About The Consumers</li> <li>Where Some See Threat, Others See Opportunity - Broadcasters' and Telcos' Response to OTT</li> </ul>	<p><b>TRACK 11</b> SDI VS IP IN BROADCASTING FACILITIES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Special Fireside Chat with Dr Ahmad Zaki Mohd Salleh of Media Prima Berhad</li> <li>The Supply Chain of the Future</li> <li>SDI vs IP: Differing Use Cases and Best Fit Applications</li> <li>Is Content Important or are Delivery Systems important? How Can We Benefit?</li> <li>Maximising Revenue and Operational Efficiency Beyond Delivery - IP for Live and Post-Production</li> <li>Monetising with Hybrid Delivery Models: Broadcast and IP</li> <li>Beyond Technology for Technology's sake: Using Cloud Services to Supplement Existing Infrastructures</li> <li>Ensuring the Security of IPTV and Cloud Platforms for Safe Deployment and Stable Growth</li> </ul>
		<b>MORNING PLENARY SESSION</b> (Open to all conference delegates) Mediacorp Case Study: Toggle - Strengthening the Connected Entertainment Proposition Keynote Address: How to Make Millions and Reach Out to Millions with Your Content Ideas	
24 MAY	PROGRAMME AT A GLANCE	<p><b>TRACK 10</b> MAXIMISING EXPERIENCE ON ALL SCREENS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>What's Next for Linear TV?</li> <li>Embracing Mobile OTT As The Next Trend</li> <li>Go Live to Survive</li> <li>Enhancing Content Packaging and Distribution Across Multiple Screens</li> <li>Advertising on All Screens</li> <li>Embracing Virtual Reality for New Possibilities</li> <li>Audience Interaction, Engagement as the End Goal</li> <li>Innovation in Asian Content</li> </ul>	<p><b>TRACK 12</b> NEXT GENERATION BROADCAST TECHNOLOGY 1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>UHD vs 1080p: Network Capacities / Business Models / Device Reach / User Experience: What is the right trade-off?</li> <li>Upscaling from HD to UHD HDR Infrastructure to Stay Ahead of the Competition</li> <li>An Analytic Approach to Setting UHDTV Bandwidth and Video Quality Targets</li> <li>New Technology Shaping Content Creation and Delivery</li> <li>Building A HDR Delivery Roadmap For A Profitable Future</li> <li>4K Live Streaming Services of Rio Olympic games based on Hybridcast platform</li> <li>Airing 4K/8K SHV in Japan, and Driving Development Toward Tokyo 2020</li> <li>Why HbbTV 2.0.1? How to enable New Revenue Streams via Broadcast linked OTT and Interactivity</li> </ul>
		<b>CHAIRMAN'S WELCOME ADDRESS</b>	
25 MAY	PROGRAMME AT A GLANCE	<p><b>TRACK 13</b> HEALTHY COG/CM/OTTA/READY</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Data Thought Leaders Fire Side Chat</li> <li>Inside The Insights</li> <li>Cognitive Audience Insight</li> <li>Call Security: Making The Broadcast Industry Safe and Sound</li> </ul>	<p><b>TRACK 13</b> NEXT GENERATION BROADCAST TECHNOLOGY 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Efficiency, Functionality and Profitability: Competing Standards for the Next-Generation Video Compression</li> <li>Next Generation Workflows and Automation</li> <li>The Future Is Now: Sportscasting in the New World</li> <li>DVB Project on the Future of Broadcasting</li> <li>Enabling Subtitling and Captioning in Real Time to Enhance Viewer Satisfaction</li> <li>Technology Imperatives to Enable Mobile VR Uptake</li> </ul>
		<p><b>Workshop A on Data Analytics</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Assessing your current capabilities and preparing for future upgrades</li> <li>Utilising real time insights into how consumers are engaging with broadcasts and live streams</li> <li>Gaining a greater understanding of consumer behaviour and consumption patterns for strategic business decisions</li> <li>Improving consumer engagement and maximising viewers and revenue</li> </ul>	<p><b>Workshop B on UHD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Understanding and capitalising on the latest trends and developments in UHD</li> <li>Maximising opportunities and overcoming challenges in entering the UHD arena</li> <li>Optimising UHD and HDR workflows</li> </ul>

FOR CONFERENCE REGISTRATION AND ENQUIRIES  
Please call +65 6233 6623 or email Cheryl@sosallworld.com

Join us at  
<https://www.linkedin.com/groups/2505118>

Register before 14 April 2017  
to save up to SGD 300

## Morning Plenary Sessions

Open to all Conference Delegates

\*Registration begins at 8.00 AM every morning

DAY 1   23 MAY 2017   TUESDAY	9.00 AM	<b>CHAIRMAN'S WELCOME ADDRESS</b> Eric Bruzek, Partner, IBB Consulting
	9.10 AM	<b>OPENING ADDRESS:</b> <b>The Evolution of the Broadcast Scene in Asia</b>  Joint Presentation: Eric Bruzek, Partner, IBB Consulting Brendan O'Shaughnessy, APAC Head, Amazon Web Services
	9.50 AM	<b>VISIONARY ADDRESS:</b> <b>Building the Future of Entertainment</b>  • What's next for OTT? • How OTT is continuing to shape the broadcasting landscape • Opportunities and challenges for players in the industry  Greg Peters, Chief Streaming and Partnerships Officer, Netflix, Netflix
	10.20 AM	<i>Morning Break and Refreshments</i>
DAY 2   24 MAY 2017   WEDNESDAY	9.00 AM	<b>CHAIRMAN'S WELCOME ADDRESS</b> Mark Hukill, Program Advisor, Pacific Telecommunications Council
	9.10 AM	<b>MEDIACORP CASE STUDY:</b> <b>Toggle - Strengthening the Connected Entertainment Proposition</b> Anil Nihalani, Head of Connected Media, Mediacorp
	9.40 AM	<b>KEYNOTE ADDRESS:</b> <b>How to Make Millions and Reach Out to Millions with Your Content Ideas</b> Chatri Sityodong, Chairman of ONE Championship™
	10.10 AM	<b>Digital Disruption: Opponent or Opportunity?</b> Angeline Poh, Assistant Chief Executive – Content & Innovation, IMDA
	10.20 AM	<i>Morning Break and Refreshments</i>



FOR CONFERENCE REGISTRATION AND ENQUIRIES  
Please call +65 6233 6623 or email [Cheryl@sesallworld.com](mailto:Cheryl@sesallworld.com)




Join us at <https://www.linkedin.com/groups/2505118> 5

Register before 14 April 2017  
to save up to SGD 300



## New Business Models And Strategies

Conference Tracks

<b>NEW BUSINESS MODELS AND STRATEGIES</b> <b>TRACK C2: MAXIMISING EXPERIENCE ON ALL SCREENS</b> <b>DAY 2   24 MAY 2017   WEDNESDAY</b>	
9.00AM - 10.20AM	<b>Morning Plenary Session</b> <i>Kindly refer to page 3 for details</i>
10.20AM - 10.45AM	<b>Morning Break and Refreshments</b>
10.45AM	<b>Chairman's Welcome Address</b> Natan Edelsburg, EVP, Muck Rack & Shorty Awards; Executive Editor, The Drum's Found Remote
10.50AM	<b>What's Next for Linear TV?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Employing new advertising models</li> <li>Investing in premium content</li> <li>Competitive pricing and attractive packaging</li> </ul> Paul Berriman, Group Chief Technology Officer, PCCW- HKT
11.20 AM	 <b>Embracing Mobile OTT As The Next Trend</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Where do telecom operators, OTT service providers and other players fit in the value chain?</li> <li>Is content key or is network key?</li> <li>How can we effectively monetise mobile?</li> <li>Evolving mobile offerings for an enhanced and seamless user experience</li> </ul> <b>Moderator:</b> Reuben Verghese, CEO, Diagonal <b>Panelists:</b> Petar Bithos, CEO, HOOQ Vaileta Cowan, Director of Southeast Asia Business Development, SP8 TV AG Raghunath Mahanrao, COO, Prime Focus Technologies
12.00 PM	<b>Innovation in Asian Content</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>The influence of Asian content</li> <li>Diversity of film talent in Asia</li> <li>Content consumption behavior in Asia</li> </ul> Senior Representative, HOOQ
12.30 PM	<b>Networking Lunch and Exhibition Viewing</b>
1.30 PM	<b>Go Live to Survive</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Utilising live streaming on social media</li> <li>Delivering live content to please audiences and connect people</li> <li>Providing reliable and flexible live service</li> </ul> Natan Edelsburg, EVP, Muck Rack & Shorty Awards; Executive Editor, The Drum's Found Remote
2.00 PM	<b>Enhancing Content Packaging and Distribution Across Multiple Screens</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Finding new ways of packaging content and sharing it across multiple screens</li> <li>Making sure the content is linked on all the screens and across all the channels</li> <li>Doing everything in real time</li> </ul> Yuval Fisher, CTO, MVPD, Imagine Communications
2.30 PM	 <b>Advertising on All Screens</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Playing real time, personalised advertisements across all screens</li> <li>Using programmatic advertising tailored for different screens and consumer segments</li> <li>Syncing advertisements within all screens to maintain continuous engagement</li> </ul> Joddy Hernady, SVP Media and Digital Business, Telkom Indonesia
3.00 PM	<b>Embracing Virtual Reality for New Possibilities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Understanding VR as an emerging technology</li> <li>Direct applications of VR across various industries and verticals, and the difference it can make for Broadcast</li> <li>From concept to capture, post to delivery - a brand new form of delivery</li> <li>Understanding VR Headsets and the value of Immersive Experience</li> </ul> Lionel Chok, Startup Founder/ Creative Technologist, Immersively
3.30 PM	 <b>Audience Interaction, Engagement as the End Goal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Creating fans, uniting users with the same interests and experiences</li> <li>Providing differentiated experiences to transform just eyeballs into dedicated fans</li> <li>Maximising audience interaction in real time</li> <li>Merging screens to provide a holistic and excellent user experience</li> </ul> Victor Cui, CEO, Interational, ONE Championship
4.00 PM	<b>Chairman's Wrap-up and Closing Remarks</b>
4.10 PM	<b>Afternoon Coffee Break</b> <b>End of Conference Day 2</b>

FOR CONFERENCE REGISTRATION AND ENQUIRIES  
Please call +65 6233 6623 or email Cheryl@sesailworld.com

Join us at  
<https://www.linkedin.com/groups/2505118>

7



[www.broadcast-asia.com](http://www.broadcast-asia.com)

## BroadcastAsia2017 International Conference

The seismic shifts in the broadcast, media and entertainment industry present numerous opportunities and challenges for all players in the industry. We are witnessing an unprecedented growth of new markets, new players, new business models and new technologies all over the world.

Returning bigger and better than ever, BroadcastAsia2017 International Conference brings you top experts, visionaries and professionals from all over the region to exchange knowledge, network and collaborate in this ever-evolving broadcast, media and entertainment industry.

From OTT, TVE, VR and content to IP, UHD, broadcast standards and video technologies, join us in 2017 as the movers and shakers of the industry network, collaborate and exchange knowledge and implementable business strategies on gearing up for the future of broadcasting. Don't miss the chance to learn and carry out innovative business ideas in your organisation, on top of interacting and collaborating with industry visionaries.

See you in Singapore!

### SAVE THE DATES!

The top players in the broadcast, media and entertainment industry are convening from **23 May – 25 May 2017**, at **Suntec Singapore!**

To register, contact Cheryl Choy at +65 6233 6623 or [Cheryl@sesallworld.com](mailto:Cheryl@sesallworld.com)

## TOP 5 REASONS TO ATTEND

- 1** Hear insightful and implementable case studies from top broadcasters and industry players from all over the region
- 2** Gain access to world-class speakers and meet experts and influencers face-to-face
- 3** Encounter new vendors, suppliers and service providers and discover innovative products and services that add value to your business
- 4** Position your company and yourself as experts and know-hows in the field
- 5** Network with 500+ of your industry peers from 40+ countries

*"The case studies from top broadcasters around the world were eye-opening"*

Natan Edelsburg,  
Head of Asia, Samsung  
Shorty Awards and  
Mark Fisk

*"BroadcastAsia and its rich and versatile conference program is a mandatory item in my calendar every year"*

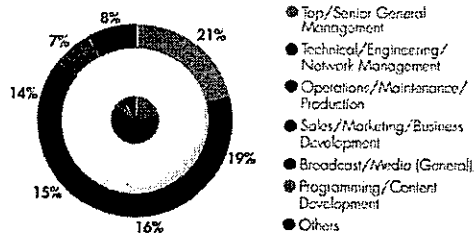
Alexander Zink,  
Head of Broadcast Operations  
at Virgin Media Australia

*"BroadcastAsia is a fantastic forum for the Asia Pacific region's most innovative and high performing broadcasters, studios, multichannel distributors, vendors and professional service providers to come together and shape this important and dynamic industry"*

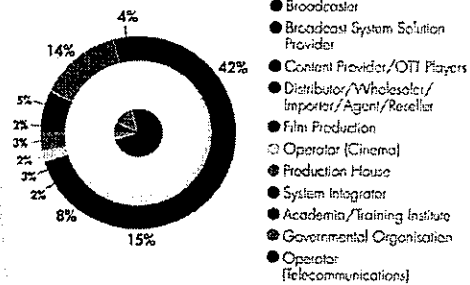
Eric Bruzek,  
CEO of Turner ICS

## Where the Global Broadcast, Media and Entertainment Industry Gathers

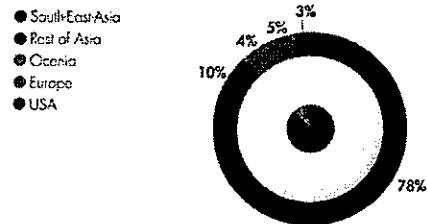
### Job Function



### Industry



### Country/Region



FOR CONFERENCE REGISTRATION AND ENQUIRIES  
Please call +65 6233 6623 or email [Cheryl@sesallworld.com](mailto:Cheryl@sesallworld.com)

Join us at <https://www.linkedin.com/groups/2505118>