發佈：2020-03-13, 週五 15:40
點擊數：18996



一、前言：中國銳實力的攻擊與分化

2020

Phoca PDF

發佈：2020-03-13, 週五 15:40
點擊數：18996

年台灣總統大選結果是由代表民進

黨的蔡英文與賴清德以超過8

百萬的高票當選正副總統，也創下了中華民國舉辦總統直選以來的最高得票數紀錄。雖然外媒大多都以「壓倒性勝利」（a landslide victory）來形容蔡英文在這場選舉取得的成果[1]。但其實這場選舉直到開票之前卻是充滿著各方角力、過程波瀾不斷，更可發現有中國影響力試圖介入台灣選舉的痕跡。

台灣從1996

年第一次總統

直選面對中國解放軍進行演

習並試射飛彈來進行武嚇，一直到上一次2018

年地方選舉前在台灣網路社群流竄的各種假訊

息（disinformation

），每

一次台灣的國

內選舉都可以明顯看到中國

不斷透過各種手段來影響選舉的結果。在2020

年總統大選前，國際智庫的專家學者就陸續針對該議題提出警告：全球台灣研究中心（Global Taiwan Institute）也發表了由美國企業研究院（American Enterprise Institute）研究員Gary Schmitt與Michael

Mazza（2019

Phoca PDF

）所共同撰寫的研究報告就將中國介入台灣選舉的途徑分為針對媒體、網路社群，以及透過地方組織與台商；此外，美國外交關係協會（Council on Foreign Relations）資深研究員Joshua Kurlantzick

也明確指出中國在選前操作台灣輿論的方式混合了多種手段，包括了在社群媒體上散布假訊息、加強對台灣傳統媒體的控制以及進行大量網路攻擊，以試圖影響選舉的結果[2]。

針對中國以操作輿論來介入台灣選舉並試圖影響其結果的行動，各界專家所使用的研究概念皆不相同

，過去就有學者從中共提出「三戰」之一的輿論戰來進行研究，近年也有人用混合戰（hybrid warfare）或資訊戰（information

operations

）的概念來分析，共通點皆是認為這是屬於非傳統戰爭的行動手段。本文則是採用美國國家民主基金會（National Endowment for Democracy）於2017年所提出的「銳實力」（sharp power

）概念來進行分析，強調威權國家會透過政治宣傳、輿論操作與傳播假訊息等方式來攻擊或分化民主國家的內部社會（Walker & Ludwig 2017

）。而中國近年來影響台灣民意的各種輿論側做手段，正是銳實力發揮影響的最佳例證。根據銳實力的名詞定義，本文將中國於2020

年台灣大選前各種影響國內輿論的手段分為攻擊與分化兩種不同類型，以及去區別不同行動的發起模式，並認為中國的銳實力影響正逐漸「進化」，不但相較以往更具針對性、影響力也更為細緻。

Phoca PDF

發佈：2020-03-13, 週五 15:40
點擊數：18996

二、中國以網路假訊息攻擊台灣的執政黨政府

根據網路媒體《報導者》於2019

年底的調查報導指出，在台灣事實查核團隊「MyGoPen

」的不實訊息資料庫中，有高達六成的不實與爭議性資訊皆來自海外的網站，這些網站的新聞或

文章不但充斥著簡體字內

文、中國用語，甚至還有中國官方的宣傳資訊[3]。例如在2020

台灣總統大選前，就有民眾於2019年11

月在台灣的社群媒體與通訊軟體開始散播中選會不中立且可能會作票的假訊息，包括指稱中選會

10：36，公告今年投票率75%，700

萬票即勝選。晚上開完票的投票率，正好是74.9%。」[4]

中選會立

刻出面闢謠與駁斥

這是不實資訊，並發布新聞稿指出將

會對惡意造謠人士提告[5]

。值得注意的是，雖然這類文章都在台灣

的臉書社團、LINE

群組流傳，但內文竟出現簡體字（例如绿營的「绿」），可以合理推測原文作者可能是簡體字使

Phoca PDF

用者或是來自中國。

然而，研究中國不實訊息攻擊台灣政府最困難的部分就是如何證實該則訊息是由中國官方有意進行傳播。例如在2018年9

月發生的日本關西機場假新聞事件中，即便「中國優先派車進入機場救出國民」這項訊息已經被證明是不實資訊，但經過中國網路媒體與網友、以及台灣在地媒體的傳播，仍在台灣社會引起輿論譁然與政治風暴。江旻諺與吳介民（2020

）的分析指出，這起事件發生的原因可能原本是中國政府所從事的對內宣傳，但卻因為台灣媒體、政治人物的協力傳播而成為又一起中國對台資訊戰的案例。但是，除非可以透過情報管道取得相關資訊，不然公開研究其實難以確定這起事件一開始就是中國政府有心規劃的假訊息攻擊行動。不過，以下兩則發生於2020

大選前的案例不但與中國相關，更與中國政府有直接連結，可以證明中國官方的確有意圖性在操作台灣民意以及民眾對公共事務的討論。

2019年7月，有台灣網友發現共有23

家網路媒體發布了內容一模一樣的文章來攻擊蔡英文政府，經確認後該文原始出處是中國國台辦下《中國台灣網》的投稿文章，標題

為〈今日蔡当局霸道拔“管”，明年民众轻松拔“蔡”〉，這23

家台灣網媒則是直接將文章轉換成繁體字再發布[6]

。根據調查，這些所謂的「網路媒體」不但大多數台灣民眾都沒聽過、非常冷門，甚至部分網站內容多半都是在報導兩岸交流成果或歌頌中國政府，其中包括指傳媒在內等過半數網路媒體都是由「指動傳播科

Phoca PDF

技有限公司」所擁有，明顯是有

心人士在幕後刻意進行輿論操作[7]

。指動傳播科技有限公司的登記負責人為

游勝鈞，他在2015年6

月成立指動傳播科技有限公司

後，就經常到中國去參加各式活動，2019年4月22

日還以《指傳媒》社長的身份前往上海參加「海峽兩岸新媒體產業發展研討會」，並在研討會上明確表態支持台灣及中國「和平統一」的立場[8][9]

。相較於關西機場假新聞事件，台灣網媒轉貼中國官媒文章來攻擊執政黨政府這起事件，出現了明確的台灣在地協助者，且是曾與中國進行統戰交流的人物，因此即便該事件不是由中國政府指使，也是由北京所收編的在地協力者有意圖性發起行動來影響台灣的內部輿論。

接著在2019年10

月，台灣的網路社群流傳著一部標題為〈蔡英文販賣『芒果幹』，讓全台灣人買單〉的影片，該影片是由YouTube

頻道「玉山腳下」（臉書粉絲專頁也名為玉山腳下）所發布，由於影片主人「希達」講話口音與台灣人非常類似，甚至還在影片中時常穿插台語，導致有不少台灣網友誤以為是台灣人所製作的影片而分享[10]

。然而，由於影片標題的「芒果幹」依照台灣人習慣用語應該是「芒果乾」，可以判斷應該是原本由簡體字的「干」在轉換成繁體字時變成「幹」，因此被台灣網友發現影片可能是由中國人所製作[11]

。由於「玉山腳下」所發布的影片在網路觀看次數非常高，具有一定影響力，加上內容明顯夾帶

Phoca PDF

發佈：2020-03-13, 週五 15:40
點擊數：18996

不實資訊並攻擊蔡英文總統與民進黨政府，因此引起台灣有關單位的注意。



圖1：「玉山腳下」發布的影片標題被發現是由簡體字轉繁體字而露出破綻。

根據法務部調查局假訊息防制中心的調查，YouTube

頻道與臉書粉絲專頁「玉山腳下」的影片主持人張希達，真實身分其實是中國中央人民廣播電台旗下的駐台記者，並非是台灣人，甚至在其對台宣傳網站《你好台灣網》上還可以直接查詢到張希達的相關資訊[12]

。由此可知，中國除了會收編台灣在地協力媒體來傳播訊息外，也會直接透過官媒來直接對台宣傳或進行輿論攻擊，而且還會在台灣人日常使用的網路社交媒體上成立平台，並包裝成台灣網友所熟悉的YouTuber

Phoca PDF

發佈：2020-03-13, 週五 15:40
點擊數：18996

影片形式來吸引關注，明顯手段較其它類型更為細緻、更具有目標性與針對性。



圖2：《你好台灣網》顯示張希達的身份是中國央廣的駐台記者。

三、藝人與網紅集體政治表態：「#宣告我的投票意志」

在2020年總統大選前一個月，台灣的臉書與Instagram

等以年輕人為主要使用者的社群媒體突然出現大量模特兒與直播主（以下簡稱網紅，即為網路紅人、網路熱門人物之意），在極短的時間內同時貼出同以單手握拳抱胸的照片，且均在貼文下方

Phoca PDF

發佈：2020-03-13, 週五 15:40
點擊數：18996

加上相同的「#宣告我的投票意志」、「#國家賺錢人民分紅」、「#
我要好薪情」等註腳，貼文的內容不外乎是批評台灣年輕人薪資普遍偏低，以及經濟不景氣等社會現象，並在貼文最後提醒要回家投票。由於這些模特兒與直播主，在平時的貼文或直播節目中均甚少提及政治性話題，此集體行為引起網友關注與懷疑，認為這批直播主與模特兒的動機並不單純，以看似中性的文字敘述，實則為激發年輕人對於低薪、就業不易等困境的不滿，進而攻擊當前之執政黨。而且貼文註腳「#
國家賺錢人民分紅」，更被認為是與中國國民黨總統候選人韓國瑜的競選口號「台灣安全人民有錢」暗中呼應，因此儘管這些貼文均沒有刻意公開支持特定候選人，但卻被懷疑實際上是在支持代表國民黨的韓國瑜。

Phoca PDF

發佈：2020-03-13, 週五 15:40
點擊數：18996



圖3：「#宣告我的投票意志」在臉書上的貼文

這波網紅的集體表

態最終激起部分網友自主仿效其作法

，在公開貼文中加註「#宣告我的投票意志」、「#

我要好薪情」，但在內容中卻反向操作，肯定當前執政黨的執政績效。網友的這一波自主反制作為很快地產生效果，除了使社群網路上支持執政黨的聲音再次成為多數，大部分的網紅與直播主均刪除了原本的貼文。而部分網紅（例如圖4

的「諾曼」與「紅豆」）則在刪除貼文之後道歉，並承認該篇貼文實際上是受經紀公司指示所張

Phoca PDF

貼，而貼文中討論低薪、鼓勵大家出

來投票的內容、乃至「#宣告我的投票意志」、「#

國家賺錢人民分紅」與「#

我要好薪情」幾則註腳，也均是受到其經紀公司的指示所撰寫的，然而這些網紅同時表示其行為

僅是接到經紀公司通知便按照指示操作，因此自己並不知道實際上背後的指使者與出資者[13]。

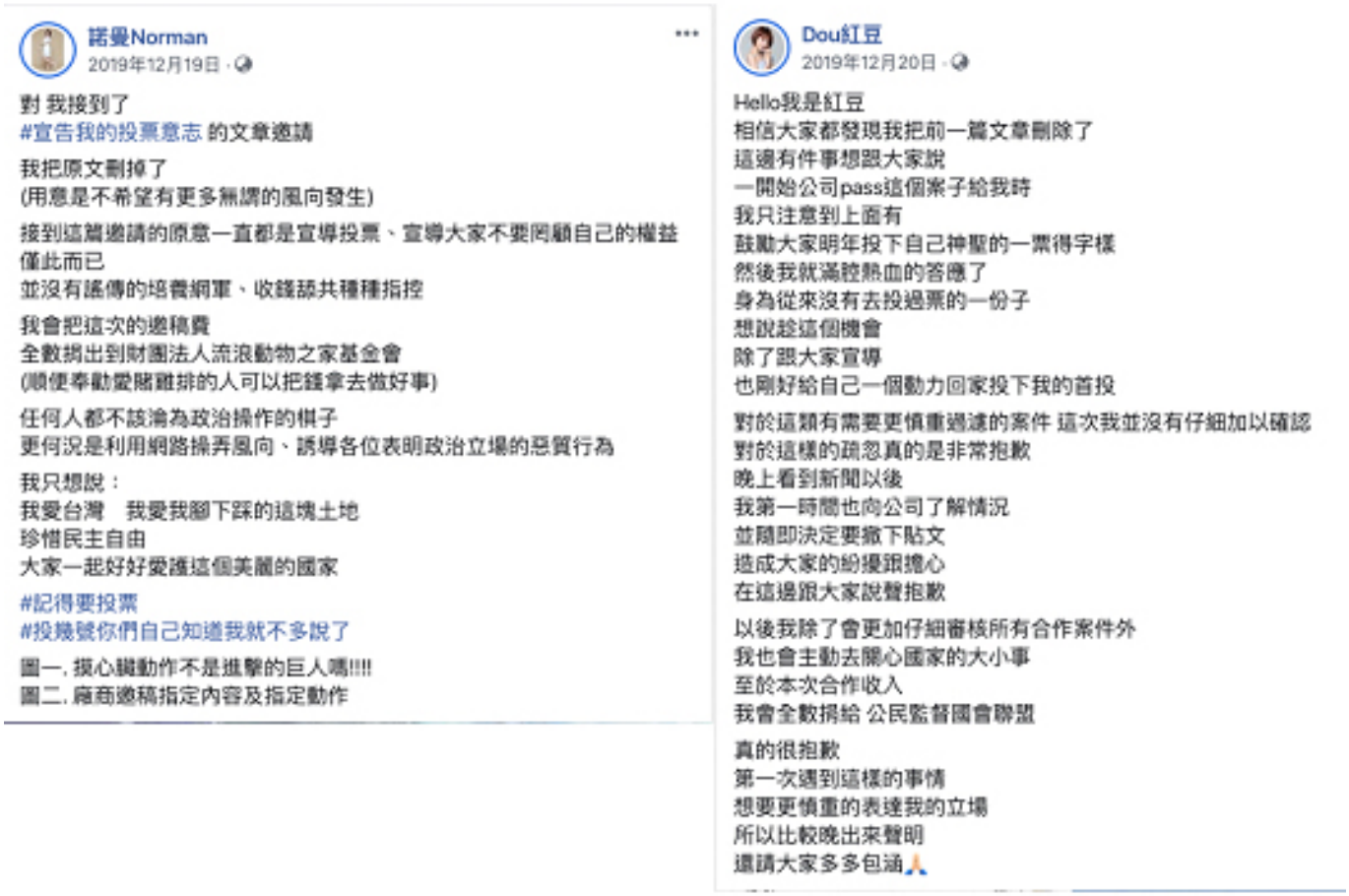


圖4：網紅諾曼與紅豆在臉書上所貼出的道歉文章

儘管部分網紅急於與這一行為劃清界線，然而也有網友指出其中幾位同步發文的模特兒，實際上

Phoca PDF

發佈：2020-03-13, 週五 15:40
點擊數：18996

均為數位行銷公司「魔競娛樂」的簽約網紅；而在魔競娛樂的官方網站上，亦可以發現本次涉入貼文活動的模特兒包括紅豆與諾曼都名列其旗下網紅[14][15]。



圖5：網紅諾曼與紅豆均屬於魔競娛樂旗下的藝人

該波

利用網紅

同時散播類似內容

貼文的分化模式，也與過去中國慣用

的宣傳手段類似。例如2018

年金馬獎頒獎典禮上，在傅榆發表「希望台灣成為一個真正獨立的個體」的言論後，中共共青團中央的微博貼出了一則名為「中國一點都不能少」的圖文，隨後在極短的時間內，許多中國與台灣藝人也都在微博上轉載或發表了類似的貼文，其中不少人甚至當時正在台灣參加金馬獎頒獎典

Phoca PDF

禮[16]

。這樣的作法，除了顯示了中共作為一個對於社會各領域滲透極深的政權，有能力在極短時間內引發民間「代位宣傳」，利用非黨國部門或人士出面表態，也能夠進一步包裝為「民間聲音」或「民意」，一方面降低其被辨識為中共組織性行動的機率，另一方面也賦予中共回應民意、採取強硬手段的正當性，這樣的操作模式，自然也能夠應用於對台宣傳工作上。

因此，透過多名網紅同步發布內容類似的貼文，以達到擴大輿論聲量、引導議題討論方向的行動模式，短時間引發的網路討論已達成分化台灣社會內部的目的，可以合理推測此事件是具有組織性的政治宣傳行動。雖然有國安人士指可能是中國對台「統戰網美培訓」已有成果，但該次行動背後是否受到中國官方指使仍有待更多資訊與進一步分析[17]。

四、以商業模式包裝統戰進行輿論操作

由於台灣與中國的經貿互賴關係，加上有許多的台資企業、資本家在中國有投資、設廠，或是需要中國的市場來發展事業，導致中國對台的統戰工作得以藉由延伸至商業活動，以經濟利益為誘因或懲罰來對台灣的企業或商人進行統戰。

吳介民（2017

）就以台灣的財團負責人支持「九二共識」、台商協會補助台商幹部回台投票，以及收購媒體來影響輿論的旺中事件等三個案例來分析中國是如何透過商業模式包裝來從事對台統戰，其共通點都是因為在中國發展事業、或是接受中國政府的利益補貼，因此在政治表態上主動或被動支持中共的立場，也容易在台灣國內選舉時被動員來支持中國屬意的候選人或政黨，如此的表態自然也會影響台灣社會的輿論方向。無論是支持九二共識的威盛電子王雪紅、旺中集團蔡衍明，還是被

Phoca PDF

動員返台投票的台商，他們在台灣社會所能發揮的政治影響力或輿論效應畢竟不可能完全深入不同的階層、團體與族群。特別是當網路社群媒體興起之後，許多年輕人或平常不關心政治議題的網路使用族群不但成為了台灣國內政黨亟欲吸引的對象，甚至是連中國政府都希望能夠影響的目標[18]。

台灣自2014年因為反服貿運動爆發的318

太陽花學運，以及同年底地方大選國民黨大敗，導致中共統戰部門調整對台統戰政策以強化吸引與攏絡台灣年輕人，因此在2014

年提出「三中一青」（中

小企業、中南部、中低收入、青年人），到了2017

年又擴大為「一代一線」（青年一代、基層一線），目標都是針對台灣的年輕人。另一方面，中共中央統戰部也於2016

年新成立名為「新的社會階層人士工作局」的第八局，主要是將「私營企業和外資企業的管理技術人員、中介組織和社會組織從業人員、自由職業人員和新媒體從業人員」等四種類別的族群都納入統戰對象[19]。甚至在2019

年中共中央統戰工作會議上，更明確指出要加強對於網路人士的統戰，包括網路產業從業人員、網紅（中國稱為網路「大V

」、個人網路「大號」）、網

路社群組織負責人與職業電競選手等[20]

。由此可知，中共所要統戰的對象不僅是台灣的年輕人，更可能針對廣受台灣年輕人歡迎的網路意見領袖、網紅或知名YouTuber

下手，並透過收買、攏絡上述人士來進行宣傳，此模式不但可行且可能成效相較於傳統媒體更能

Phoca PDF

打入年輕受眾。

2019年4

月，台灣網路上就傳出有許多知名且粉絲數量多的臉書粉絲專頁被詢問是否可以購買其經營權，這些被詢問的粉專在政治立場上多半為泛台派，包括「不禮貌鄉民團」與「姆士捲雜物誌」，甚至管理「我是中壢人」的桃園市議員王浩宇也自稱對方開出萬元以上的報價。不過由於購買的訊息內容明顯可以看出有中國當地用語，讓許多粉專管理員產生警覺，更認為可能是中共統戰部門在系統性收購台灣知名臉書粉專來替中國

官方進行宣傳[21]。同一時期，

也有媒體報導中國地方政府以標案之模式，希望培養政治立場支持「兩岸友好或統一」的網紅，並全額補助接案者前往中國接受當地經紀公司輔導培訓，此外，也允諾這些網紅得以在中國的各大網路平台上架。例如昔日台灣知名綜藝節目《大學生了沒》成員林珮瑩就在模特兒接案社團貼文，徵求「支持兩岸友好/

統一」之網紅，並於貼文中表明業主為中國四川省政府單位，還引起台灣相關單位的注意[22]。

此外，台灣知名網紅館長也表示，他在2019年的623

反紅媒大遊行之前還與原本所屬的直播平台「金剛直播」有合約關係，該平台當時還曾希望他之後網路發

言上替中國政府講

好話、不要再罵中共，更明白表示只

要照做的話簽約金就從500萬提高到1000萬，一個月30

萬元的酬勞更可提高到150萬元[23]

Phoca PDF

。最後由於館長不願意答應這樣的條件，便於

同年6

月底宣布與原本有商業合約關係的「金剛

直播」與「浪LIVE」解約[24]。由於「金剛直播」與「浪LIVE」早於2018

年初就開始進軍遊戲實況圈，並與ahq e-Sports Club電競俱樂部成為合作夥伴；而ahq e-Sports Club

背後的擁

有者就是競酷數位

股份有限公司，其負責人同時也是網

紅集體政治表態事件中

魔競娛樂公司的董事與實際主導者，由於「浪LIVE

」是由香港商駿

明數位科技有限公司台灣分公司

所擁有，其投資者也有中資背景

，因此這幾間公司彼此與中國政府或中共統戰單位之間是否有直接關係也自然也令人起疑[25]。

雖然2020

選前網紅與模特兒集體政治表態事件與館長收買事件背後的業主與中國官方的關係仍不明確，根據公開資料也難以確定是否是中共統戰單位出資。然而，由於上述案例皆是公司代為接案並轉為委託給合作或簽約的藝人、網紅，依照過往中國商業統戰的模式，其動機有可能是公司想發展在中國的事業，亦或是單純為商業接案。無論是何種方式，在台灣社群媒體與網紅產業如此高度發展的背景下，中國官方或統戰部門都可以輕易找到管道並以金錢利益為誘因讓這些在台灣擁有知

Phoca PDF

名度的網紅或藝人來代位宣傳，並達到類似這次網紅集體政治表態所欲達成的輿論分化效果。

五、結論：進化的中國銳實力

根據黃兆年（2019

）的分析，中國控

制海外媒體及操作輿論的途徑除了傳統相關研究常提到的「經濟吸納」（economic

co-option）之外，還有「規範擴散」（norm diffusion）與「假訊息輸出」（disinformation

operations

）等兩種方式。以經濟吸納途徑影響台灣輿論最知名的案例就是旺中事件，無論是旺中集團蔡衍明個人的言行，還是《中國時報》、中天新聞在易主之後日益親中的新聞報導立場，旺中媒體集團毫無疑問早已成為中共在台灣媒體及輿論場域的代理人，當然也會在選舉時替北京屬意的候選人宣傳，例如中天新聞在2018年地方

選舉前就因為報導

韓國瑜佔政治新聞比例高達八成而被

國家通訊傳播委員會（NCC）要求限期改善[26]

。由此可知，中國政府過去數十年間對於台灣傳統媒體的收編與經營早已出現成效，並在選舉時發揮影響輿論的關鍵協力

者角色，黃兆年在分析規範擴散時所舉的例子——

「兩岸媒體人北京峰會」，其背後的政治目的也是希望可以讓台灣的媒體在內部自我規範上與中國日趨一致。

Phoca PDF

本文所分析的兩種北京介入台灣選舉並影響輿論的兩種手法：攻擊與分化，其中的攻擊主要是以假訊息來攻擊台灣執政黨政府，也是屬於假訊息輸出途徑的一種，此波攻擊的主要特點就是透過網路與社群媒體為平台，不但有在台協力者成立的網路媒體，甚至還有中國官媒記者所經營的自媒體品牌與自製影片；後者在包裝與呈現上更符合台灣年輕網友的閱聽習慣與喜好，製作門檻低但卻容易鎖定收視族群而發揮輿論影響力[27]

。而中共將其觸角深入如臉書粉專、直播主等自媒體領域，不再如過去只集中在少數重要的傳統媒體經營者或從業人員，也意味著其宣傳代理人呈現更趨小眾且分散的狀態，對於閱聽人而言也更難以察覺。

然而，銳實力對民主社會公共事務討論的影響除了直接攻擊特定政黨或政治人物外，還會進行輿論上的分化，2020

台灣大選前的藝人與模特兒集體政治表態並引導其受眾、支持者來投票給特定政治人物就是一例。與中國記者張希達成立「玉山腳下」影片頻道的目的類似的是，中國政府透過標案或其它金錢、商業形式來讓台灣網紅、直播主或模特兒來進行宣傳，一樣是希望能夠觸及並吸引到台灣的年輕人與網路使用者。而透過標案、甚至利用看似無涉政治的企業層層轉包，尋找其宣傳代理人的方式，除了能夠一次性地吸納為數眾多的網路自媒體之外，也使其得以更輕易地規避台灣政府對於收受中國資金從事宣傳的監督作為，增加我方執法機構阻絕不明資金的難度。雖然目前沒有公開證據能夠證明此次網紅集體表態事件背後業主與中國官方有直接關係，但可以合理推測未來中共仍可以透過相同的手法以商業模式包裝統戰來影響台灣輿論，也因此，中國在進行操作台灣輿論時，從過去收編台灣傳統媒體到現在多樣化、多管道的手段，還有本文所提及的例子，都明顯可以看到中國的銳實力正在逐漸進化。

Phoca PDF

發佈：2020-03-13, 週五 15:40
點擊數：18996

儘管中國政府在輿論戰與資訊戰領域，其操作手段不斷進化日益精巧，然而這並不代表台灣作為其攻擊目標，只能單方面受傷害。相反地，在中國長年的「攻擊」下，台灣社會的各個層面，均已開始對於這類作為產生「免疫」與反制能力。小模與網紅集體表態事件中的台灣社會反應，便可以作為最好的例證：在這一「行動」甫開始不久，小模的集體行為便已受到網友關注，並在短時間內激起網友的集體反制，導致這一波輿論攻勢在不到一天的時間內便宣告失敗。而在國家行為的層次，中共對於台灣社會屢次見縫插針的行為，也促使政府做出反應：各部會除了開始密切針對網路上所流傳之各式假訊息進行澄清，也與Line、Facebook

、等社群網路、通

訊軟體合作，打擊流竄的假新聞，而

這些業者本身也開始與MyGoPen

、台灣事實查核中心等相關打擊假訊息的平台

合作[28]

。此外，透過修訂相關法規，強化對於散播假訊息的罰則，以及對於政治與選舉相關廣告的資金來源加以規範[29]

。雖然中國銳實力影響與假訊息攻擊並不會因為選舉結束就停止，但以上種種證據均反映了台灣社會在面對中國的輿論戰與資訊戰攻勢時，並非僅是脆弱的受害者，反而能將這些攻擊化為經驗並發展出應對之道，同時也顯示了台灣公民社會面對銳實力威脅時的韌性。

參考資料

江旻諺、吳介民，2020

年，〈

Phoca PDF

「戰狼主旋律」變形入台，解析關西機場事件的中國虛假資訊鏈〉，《新新聞》，1月24日。

吳介民，2017

年，〈以商業模式做統戰：跨海峽政商關係中的在地協力者機制〉，李宗榮、林宗弘編，《未竟的奇蹟：轉型中的台灣經濟與社會》，台灣：中央研究院社會所，頁676-719。

黃兆年，2019

年，〈「

紅色滲透」不只一種：北京對台媒體控制的三種途徑〉，《菜市場政治學》，5月27日。

Schmitt, Gary & Michael Mazza. 2019. Blinding the Enemy: CCP Interference in Taiwan's Democracy. Global Taiwan Institute.

Walker, Christopher. & Jessica Ludwig. 2017. From 'Soft Power' to 'Sharp Power': Rising Authoritarian Influence in the Democratic World. National Endowment for Democracy, Washington, DC.

[1]請參考：Lily Kuo, "Taiwan election: Tsai Ing-Wen wins landslide in rebuke to China," The Guardian January 11, 2020, available at: https://www.theguardian.com/world/2020/jan/11/taiwan-re-elects-tsai-ing-wen-as-president-in-clear-message-to-china

[2] Joshua Kurlantzick, "How China Is Interfering in Taiwan's Election," November 7, 2019, Council on Foreign Relations, available at: https://www.cfr.org/in-brief/how-china-interfering-taiwans-election
，該文也提到英國《金融時報》報導台灣旺中集團旗下的《中國時報》與中天電視台每天都會接收到中國國台辦的新聞編採指示，請參考：Kathrin Hille, "Taiwan primaries highlight fears over

Phoca PDF

China’s political influence,” Financial Times July 17 2019, available at: https://www.ft.com/content/036b609a-a768-11e9-984c-fac8325aaa04；此外，美國史丹佛大學胡佛研究所的祁凱立（Kharis Templeman）則提到中國在台灣2020大選之前使用了軟硬兼施的手段來影響台灣民意，一方面在對台灣當局進行政治打壓的同時給予台灣民眾前往中國工作或創業的經濟誘因，請參考：Templeman, Kharis. 2019. Taiwan’s January 2020 Elections: Prospects and Implications for China and the United States, New Geopolitics of Asia Policy Paper Series, Brookings Institution.

[3]劉致昕、柯皓翔、許家瑜，〈LINE群組的假訊息從哪來？跨國調查，追出內容農場「直銷」產業鏈〉，《報導者》，2019年12月26日，網址：https://www.twreporter.org/a/information-warfare-business-disinformation-fake-news-behind-line-groups。

[4]〈網傳作票假訊息！中選會嚴正駁斥、移送法辦〉，《自由時報》，2019年11月24日，網址：https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/2987901。

[5]請參考中選會新聞稿〈網傳中選會先知公告投票率假訊息，中選會嚴正駁斥〉，網址：https://web.cec.gov.tw/central/cms/109news/32436。

[6]我心飞扬，〈今日蔡当局霸道拔“管”，明年民众轻松拔“蔡”〉，《中国台湾网》，2019年07月09日，網址：http://www.taiwan.cn/plzhx/wyrt/201907/t20190709_12182194.htm。

[7]這23家網路媒體可以歸納成為兩大類：其中一類包括亮點新聞網、冠騰傳媒、民生報導、兩岸好報、亞傳媒、法訊時報、台灣全球新聞網、中國台灣網分別由冠騰國際事業有限公司、台灣好報社、宏為科技開發有限公司、台灣省地方文化研究學會、正華資訊股份有限公司、廈門納網科技股份有限公司與個人負責營運；第二類則是由「指動傳播科技有限公司」所經營的媒體，包括慈善新聞報、兩岸時報總社、城鄉新聞報、指傳媒、兩岸時報、民生新聞網、華民通訊社、中華時報、若水傳媒、兩岸好康報、海峽連線指導、村里新聞網、藝傳媒、台中生活大小事、台灣省新聞記者協會新聞網等網媒。請參考：〈轉貼國台辦新聞攻擊台灣政府 23家台灣網媒曝光！〉，《自由時報》，2019年7月11日，網址：https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/2850126。

[8]指動傳媒科技公司登記地址為台中市西區南屯路一段152之7號1樓，即是游勝鈞的住家，請參考台灣公司網：https://www.twincn.com/item.aspx?no=5489

Phoca PDF

3647
；相關新聞請參考：〈台網媒負責人曾是駭客
挨告公司登記在住家〉，《壹週刊》，2019年07月13日，網址：
https://tw.nextmgz.com/realtimenews/ne
ws/474144；林敬殷、張加，〈23家網媒貼國台辦文批政府
總統：這是台灣民主的很大威脅〉，《聯合報》，2019年7月12日，網址：
https://udn.com/news/story/6656/3924310。

[9]
游勝鈞在該會上表示：「身為中國人在臺灣的新媒體代表有決心與歷史必然，希望帶領新興媒體一同起身交流，盼透過兩岸新媒體合作與交流而成長茁壯，希望日後在和平統一路上，善盡社會責任！」請參考：張世昌，
〈新媒體產業發展研討會匯聚兩岸新媒體
共謀茁壯善盡共圓中國夢責任〉，《指傳媒》，2019年4月22日，網址：
http://www.fingermedia.tw/?p=707721。

[10]「玉山腳下」YouTube頻道訂閱數僅六千多，但是其於10月18
日公布的影片〈蔡英文販賣「芒果乾」
〉，觀看次數高達42,634次，10月9
日的影片〈蔡英文和民進黨認賊作父〉
，觀看次數更高達53,123次，影響力不可小覷，請參考：
https://www.youtube.com/channel/UCyx-N7RptKcBH9dDVm9RZDQ。

[11]
黃嘉儀，〈「乾」、「幹」分不清？中國記者冒充台灣人設假訊息頻道遭抓包〉，《民視新聞網》，2019年10月27日，網址：
https://www.ftvnews.com.tw/AMP/News_Amp.aspx?id=2019A27W0011。

[12]請參考《你好台灣網》：http://nihaotw.com/tbzbs/ztjz/。

[13]
陳政偉，〈臉書「宣告我的投票意志」貼文
遭疑統戰網紅證實有收費〉，《中央社》，2019年12月20日，網址：
https://www.cna.com.tw/news/firstnews/201912200142.aspx。

[14]請參考「魔競娛樂」網站：http://www.ment.com.tw/zh-tw/artists.php。

[15]
魔競娛樂公司的負責人雖然是陳彙中，但出資最多的人其實是該公司董事林呈洋，也應該是實際上公司業務的主導者，兩人的共通點皆是出身電競產業再跨足網紅產業；此外，林呈洋也是競酷數位股份有限公司的負責人，
而這間「競酷數位」同時是電競團隊AHQ
現在的所有者與金主，請參考台灣公司網：https://www.twincn.com/item.aspx?no=54706383
、https://www.twincn.com/item.aspx?no=42848561
；以及「競酷數位」網站：https://www.ahq.com.tw/members
。此外，林呈洋也曾就電競人才赴中議題時接受媒體訪問，請參考：何佩珊，〈全球電競商機正熱台灣卻鬧人才出走〉，《今周刊》，2019年8月28日，網址：

Phoca PDF

https://www.businesstoday.com.tw/article/category/80392/post/201908280020/。

[16]〈【金馬獎戰統獨】范冰冰表態「中國，一點都不能少」
胡歌、孫儷火速轉發〉，《上報》，2018年11月18日，網址：
https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=52267。

[17]黃佩君，〈小模統戰計劃收成？這個hashtag
引發台灣網紅大亂鬥〉，《自由時報》，2019年12月19日，網址：
https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/3014268。

[18]吳捨之，〈從三中一青到一代一線
台灣青年成為中國對台政策鎖定目標〉，
《信傳媒》，2017年5月30日，網址：https://www.cmmedia.com.tw/home/articles/4052。

[19]2015
年，中國發布了《中國共產黨
統一戰線工作條例（試行）》，共有12
種類的人士被列為統戰的目標與對象，其中就包括了「新的社會階層人士」，請參考：〈中共印發統戰條例留學人員列入對象〉，《端傳媒》，2015年9月23日，網址：
https://theinitium.com/article/20150923-dailynews-united-front/
；
〈新
媒體業者
等四類「新的社會
階層人士」被中國官方納入「統戰」
對象〉，《端傳媒》，2016年7月5日，網址：
https://theinitium.com/article/20160705-dailynews-china-united-front/。

[20]
中共所要加強統戰的網路人士包含：一、資訊訂閱、內容分發、門戶網站等新媒體資訊平台從業人
員。
二、社交
生活、文化娛樂、
網路技術、網路交易等網企和平台從
業人員。三、網路「大V
」、個人網路「大號」、網路社群組織負責人、網路作家、網路主播、影音紅人、職業電競選手等網路名人。四、與網路密切相關的其他企業和社會組織從業人員等，請參考：〈中共召開網路人士統戰工作會議加強思想引導〉，《中央社》，2019年11月29日，網址：
https://www.cna.com.tw/news/acn/201911290167.aspx。

[21]〈傳中國大肆收購台灣粉專「我是中壢人」被開價7
位數〉，《蘋果新聞網》，2019年4月6日，網址：
https://tw.appledaily.com/new/realtime/20190406/1546289/。

[22]〈她徵「支持統一」網紅
網友：竟是《大學生了沒》前班底！〉

Phoca PDF

，《自由時報》，2019年4月6日，網址：
https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2750959。

[23]〈挺國民黨很好賺！館長爆遭「統戰」利誘
超驚人價碼曝光〉，《三立新聞網》，2019年12月4日，網址：
https://www.setn.com/news.aspx?NewsID=647326。

[24]〈要繼續罵中共！
館長：與金剛直播正式解約〉，，《自由時報
》，2019年6月27日，網址：https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/2834887。

[25]陳耀宗，〈電競》浪LIVE投入電競實況
最怕「館長」開台爆流量〉，《自由時報》，2018年3月2日，網址：
https://sports.ltn.com.tw/news/breakingnews/2353791；彭子豪，〈M17收購MeMe
凸顯中國直播業者拓展海外困境〉，《經濟
日報》，2019年11月5日，網址：
https://money.udn.com/money/story/564
0/4146767
；或參考香港商駿明數位科技有限公司台灣
分公司在104人力銀行網站上的介紹：https://www.104.com.tw/company/1a2x6bjut4。

[26]劉力仁，〈NCC公布新聞台統計中天政治人物報導韓國瑜佔8
成〉，《自由時報》，2019年6月19日，網址
https://news.ltn.com.tw/news/life/br
eakingnews/2827285；NCC報告《108年3
月電視新聞報導觀測報告》請參考：
https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/19061/8_41565_190619_1.pdf。

[27]
相關分析
請參考：王泰俐，
〈政治微（偽？）網紅與假訊息的距
離〉，《思想坦克》，2019年11月29日，網址：https://www.voicettank.org/single-post/2019/11/29/112902。

[28]陳瑞麟，〈被假新聞弄怕了，LINE
與四大查核中心合作共同打擊假新聞〉
，《科技新報》，2019年3月28日，網址：http://technews.tw/2019/03/28/fake-news-makes-line-works-with-four-big-fack-check-organizations-to-fight-fake-news/。

[29]李欣芳，〈防制網路假訊息政院公布第二波5
項修法〉，《自由時報》，2019年4月18日，網址：
https://news.ltn.com.tw/news/life/paper/1282269。

Phoca PDF

發佈：2020-03-13, 週五 15:40
點擊數：18996

作者　普麟　為　　國立台灣大學政治學碩士、前國防安全研究院部會聯絡人，林玉城

為 國立清華大學中國研究學程碩士

Phoca PDF

發佈：2020-03-13, 週五 15:40
點擊數：18996

Phoca PDF