



2012 年公共電視經營報告

2013.1

2012 年公共電視經營成績單

一、2012 年新製節目(詳見附件一)

1、戲劇節目

秉持鼓勵原創的精神，公視 2012 年製播了風格不同的連續劇，包括「小孩 大人」、「你是春風我是雨」、「歌謠風華 初聲」、「含苞欲墜的每一天」、「城市。獵人」共五部。「小孩 大人」(8 小時)是手法創新的懸疑推理劇；「你是春風我是雨」(20 小時)以宜蘭風光為背景，描述年輕人追求夢想的故事；「歌謠風華」(20 小時)則是台灣閩南語流行歌曲創作誕生時期人與歌的故事；「含苞欲墜的每一天」(6 小時)則寫實的希望反應時下女性對婚姻的想法；「城市。獵人」(6 小時)是以原住民在都市生活為背景的喜劇。

「公視人生劇展」一直是台灣影視人才的搖籃，許多國片新生代導演的第一部作品都來自這裡。2012 年製播 17 部人生劇展，其中包括以「台灣特色」為主題的 4 部 HD 單元劇，「老街狂想曲」講述盛興老街重生、「料理人生」為辦桌總舖師的故事、「空氣男的告白」講述女兒幫單親媽媽尋找另一半、「辣妹釘孤支」為創意鋼管舞女郎的故事。「他們的故事」系列，包括講述變性人故事的「淑女之夜」、以連動債糾紛為背景的「城市風裡的光」、講述一對姊妹花故事的「榆樹青朱槿紅」、以救護車司機為主角的「蛇杖」。

另外，每年對大專院校影視科系公開徵案的學生劇展，過去平均一年 3 至 9 部，今年也增加至 12 部，提供更多大專院校學子們製作短片的資金與機會。



2、紀錄片



紀錄片一直是公視長期經營努力耕耘的領域，2012 年「邊城啓示錄」、「時間之旅」、「蘭陵劇坊」等都獲得台北電影節的台北電影獎，獲得肯定。

生態紀錄片也是公視觀眾相當喜愛的節目類型，2012 年播出的節目包含「冰凍星球」、「鳥瞰地球」、「舌尖上的中國」、「生命物語」、「海洋之星」等。「鳥瞰地球」，透過攝影鏡頭，讓觀眾體驗鳥類眼中的世界，呈現前所未見的美麗景觀。「舌尖上的中國」介紹中國各地的特色美食與料理，從不同產地的食材、各地方獨特的烹調方式，以及各種類型家庭餐桌上的互動方式，呈現出中國多元且有趣的飲食文化。

「生命物語」是日本公視 NHK 與紐西蘭公視 NHNZ 共同合製的生態紀錄片，紀錄馬達加斯加、東非洲大裂谷、巴西、澳洲、紐西蘭、日本等六個國家或地區，絕無僅有的生態系統與特殊物種。「冰凍星球」是 BBC 所製作的紀錄片，近距離觀察兩極地帶的珍貴動物，包括北極熊、企鵝、狼和殺人鯨，全系列總共有超過一千萬隻野生動物入鏡。



此外，公視於 2012 年 7 月 31 日與日本 NHK、韓國 KBS、新加坡新傳媒在新加坡共同宣佈台灣公視將加入下一年度的「亞洲紀錄片提案會」(The Asian Pitch, 簡稱 TAP)，共同支持發掘優秀的亞洲紀錄片工作者，提供他們製作 HD 原創紀錄片的機會，並協助將具有亞洲特色與價值觀的作品推向全球舞台。公視參與 TAP，一方面可以協助台灣的紀錄片工作者參加提案，推向國際，並同時強化公視和亞洲最重要的公共媒體的合作關係。



全球有 14 億人每天的花費不超過 1.25 美元，每天因為貧窮致死的兒童高達 2.2 萬人，貧窮已經成為當今全球性的重要議題，也是公共媒體應該聚焦探討的社會題材。2012 年公視參與了全球最大的國際紀錄片合作案「為什麼貧窮」。本案由英國 BBC 與丹麥公視 DR 發起，包含八部長片與多部短片，從多個角度探討全球貧窮的現象和問題。

全球有四十多個電視媒體與基金會參與「為什麼貧窮」專題的製作，有 62 個電視台在去年 11 月底開始為期一個月的同步播映，涵蓋全球 180 個國家的五億觀眾。公視除了參與「為什麼貧窮」的製作，也播放全系列影片，並製作中文網站。



3、生活藝文節目



公視生活節目以貼近觀眾為目標。座談節目「爸媽冏很大」探討親子、校園、職場、兩性、時事、婚姻等多元議題，節目獲得許多觀眾的認同與共鳴。「誰來晚餐」邀請名人與影星到觀眾的家中作客，分享彼此的生命經驗與故事。

「我們的音樂故事」每集節目邀請一位知名歌手，講述他們生命中的故事以及代表的歌曲。

「那些年我們的歌」藉由老、中、青三個世代的流行音樂歌曲，帶領觀眾從 30 年代至 90 年代，回味不同年代歌曲，娓娓道來每個年代的歌曲以及當時有哪些音樂事件、音樂故事的發生與影響。

「美味縱貫現」以 HD 高畫質攝影機拍攝，主題式呈現台灣特色食材與料理美食資訊，HD 細膩的畫質，將美食節目提升至另一種境界，也帶給觀眾不同的美食饗宴。

「好好吃實驗室」以食品安全的角度出發，探討國人經常食用的國民美食、夜市小吃、飲品的安全性問題，將看不見卻無所不在的食品添加物還原，並將其對人體可能造成的傷害具體呈現。



4、兒少節目

在兒少節目方面，除長期由公視自製的「水果冰淇淋」、「下課花路米」、「流言追追追」外，更創新形式，製作了「到外婆家 fun 寒假」、「暑假就醬玩」、「成語賽恩思」、「青春法學園」、「加油！小廚師」等各類型兒少節目，也和同屬公廣集團的華視製作了「校園+-X 廚」。

公視今年也引進 NHK 的美學教育節目「啊！設計」，並邀請前政大附小人文藝術張麗華老師擔任顧問，擴充節目內容並發展互動教案，同時也針對節目樣帶進行焦點團體測試，以期達到最佳的播出效果，整體節目與教案預計於 2013 年正式推出。

兒童動畫「小王子」是法國電視台花費 7.7 億台幣所製作的精緻動畫節目，改編自聖艾修伯里所創作的同名童話小說，深富詩意與人生哲理，非常適合親子闔家觀賞。「暑假就醬玩」為暑假特別節目，以暑假出去玩為主軸，傳達在玩中學習的生活體驗及趣味，安排小朋友到不同區域或文化背景的小朋友家中作客，體驗完全不同的家庭與生活模式。「到外婆家 Fun 寒假」則是紀錄外籍配偶家庭小孩，隨著媽媽回到外婆家過寒假，體驗不同國家與民族文化的生活方式。

「成語賽恩思」從有趣的成語故事出發，延伸出故事中科學的原理，不但可以加深學生觀眾的印象，化解一般人認為「科學好難、好艱澀」的觀念，同時還兼顧文學、科學，與生活應用三方效益。

「動物冒險王」以科學實驗的方式告訴大家動物特性是如何的不可思議，每集節目中將選出十大致命動物，包括世界上最兇猛、最快速、最機靈、最毒及武裝最齊全的動物，分析動物特性並作出排行榜。



5、國際合製節目

此外每年與國際重要媒體的國際合製也持續進行，2012 年則播出了「震撼地六感」與和德國合作的紀錄片「美食人情味」，兩部紀錄片均在歐洲主要電視台播出。

「震撼地六感」探索動物預測地震的科學證據，特別在日本 311 地震之後，關於地震的預測與震災的預防等相關議題，得到各方的關注。

「美食人情味」以台灣各地美食文化為題材，透過異國導演新鮮的觀察眼光，呈現各族群飲食文化所代表的人文思維、文化結晶與人情趣味。



6、體育轉播

2012 年最受矚目的國際運動盛事就是倫敦奧運，公視主要由 HD 頻道以高畫質方式播出各項運動賽事，公視主頻、公視二台則播出「打造倫敦奧運」、「倫敦奧運村」兩個紀錄報導節目，讓觀眾了解奧運的準備工作。

除了奧運之外，公視也播出多項國際運動賽事，包括 2012 歐冠杯足球錦標賽、2012 美國網球公開賽、2012 第 26 屆亞洲棒球錦標賽、2012 威廉瓊斯杯籃球邀請賽、2012 世界女排大獎賽-台灣高雄站等。

此外，也播出 UBA 季後賽、HBL 季後賽、SBL 超級籃球聯賽-季後賽、2012 中華桌球國手排名賽等台灣重要體育賽事。

7、文化藝術節目

公視歷年來對於文化藝術推廣不遺餘力。長期經營的「公視表演廳」節目，持續錄製播出國內的各類表演藝術。從 2011 年開始更全面提升為全高畫質製作，2012 年全新錄製 39 場精彩演出。



以藝術文化為主題的訪談節目「公視藝文大道」，每月推出一個藝文主題，讓觀眾更深入了解該藝術文化領域中，有哪些焦點人物在努力追求自己的夢想，他們在逐夢的過程中曾面臨哪些困境，又是如何突破難關走出自己的路，讓文化藝術深植到觀眾的生活中。2012 年推出的「電影主題月」中，特別邀請李安導演分享他的電影故事，與拍攝「少年 Pi 的奇幻漂流」經驗談。

以介紹台灣新銳藝術家為主題的短片「藝起看公視」，2012 年完成 22 位藝術家、7 個藝文活動的作品介紹共 50 集，讓觀眾在收看公視節目的同時，也能迅速吸收最新的國內藝文資訊。由於每個藝術創作都是獨一無二的，為了呈現這些藝術原創，「藝起看公視」以廣告製作的概念拍攝，每支短片也因為作品不同而有風格多元的剪接與後製包裝手法。

為介紹各地民俗活動，公視團隊更深入各地製播了 11 支「台灣 Hi 起來」短片，呈現台灣地方之美。包括北港迎媽祖、茄荳王船祭、恆春搶孤、太巴壠豐年祭、客家義民祭、金門迎城隍等，深入各鄉鎮最著名的民俗慶典，用 HD 鏡頭記錄台灣豐富的鄉土人文。

以上各節目之子集細目詳見附件一。

二、績效數字

1、節目新製時數

2012年公視積極開發新節目，強調文化深度與表現創意，對本國節目製播人才的支持不遺餘力。今年新製時數達 3581 小時，創開台以來最高紀錄。

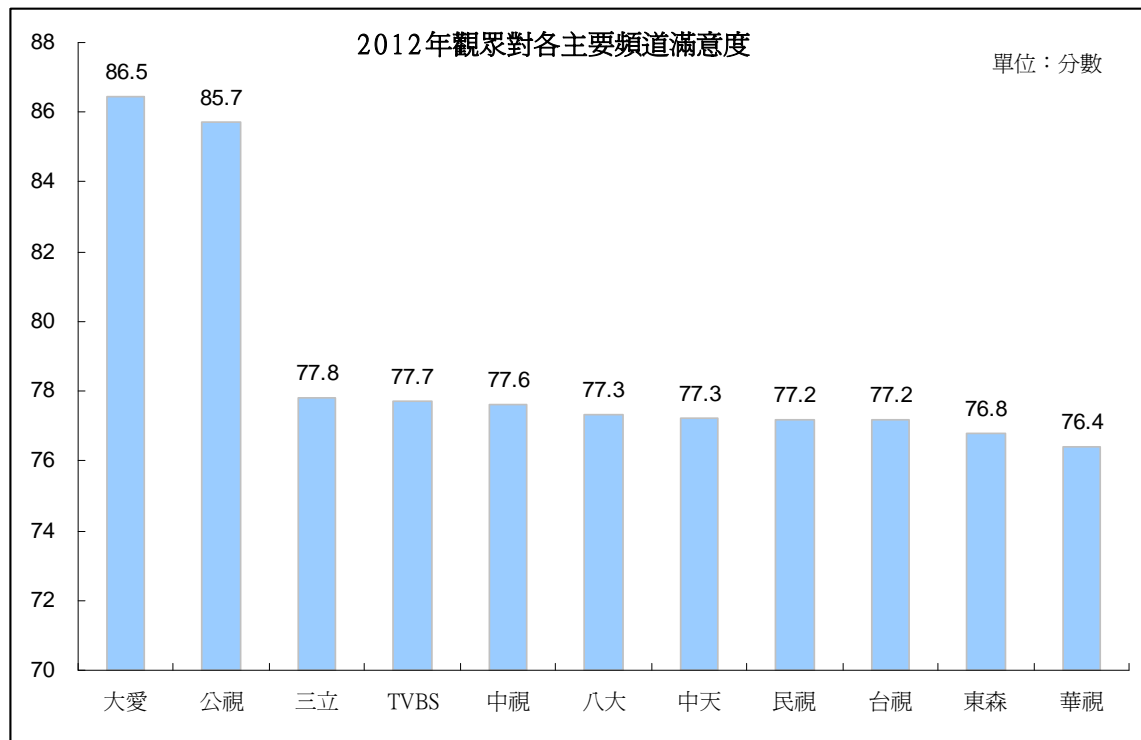
歷年播出時數統計				
播映時數統計	總播出	新製時數	新製比例	每日播出時數
1998年	3,056	1,460	48%	17
1999年	7,048	2,777	39%	19
2000年	7,387	3,055	41%	20
2001年	7,500	2,936	39%	21
2002年	7,811	2,984	38%	21
2003年	7,490	2,491	33%	21
2004年	8,760	2,558	29%	24
2005年	8,735	2,337	27%	24
2006年	8,686	2,721	31%	24
2007年	8,655	2,764	32%	24
2008年	8,677	3,024	35%	24
2009年	8,662	3,390	39%	24
2010年	8,607	3,384	39%	24
2011年	8,455	3,424	40%	24
2012年	8,482	3,581	42%	24

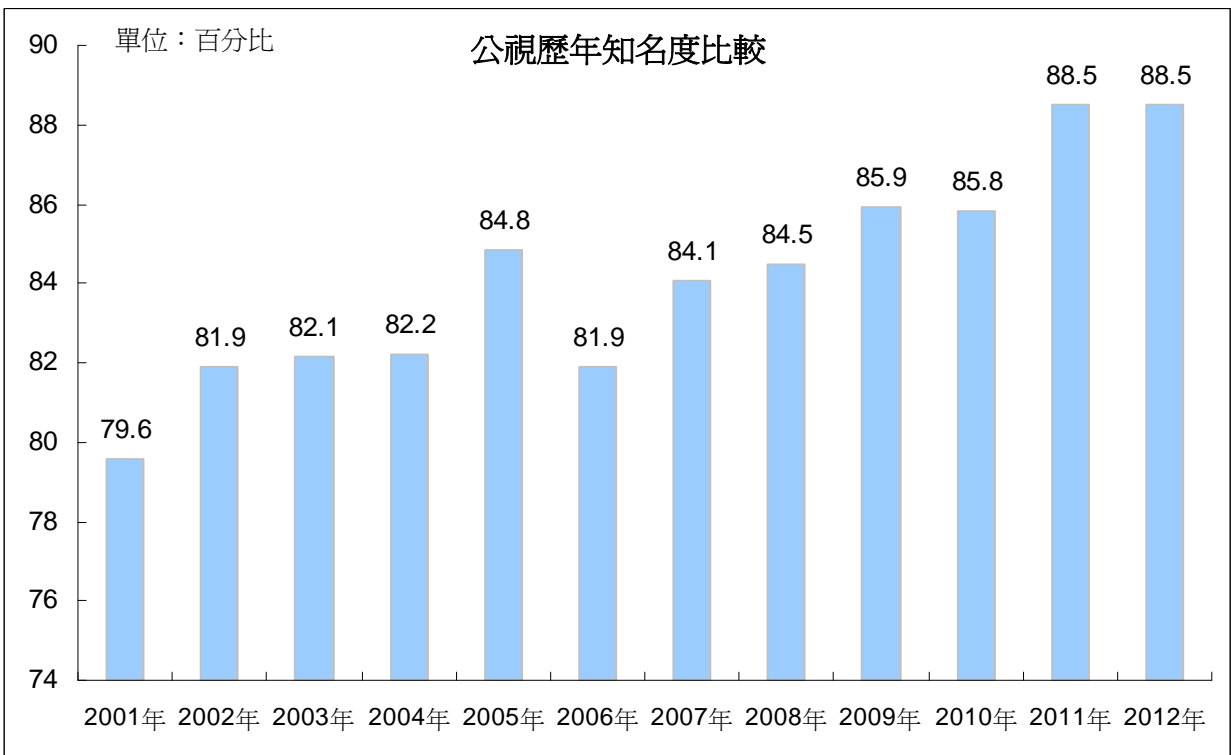
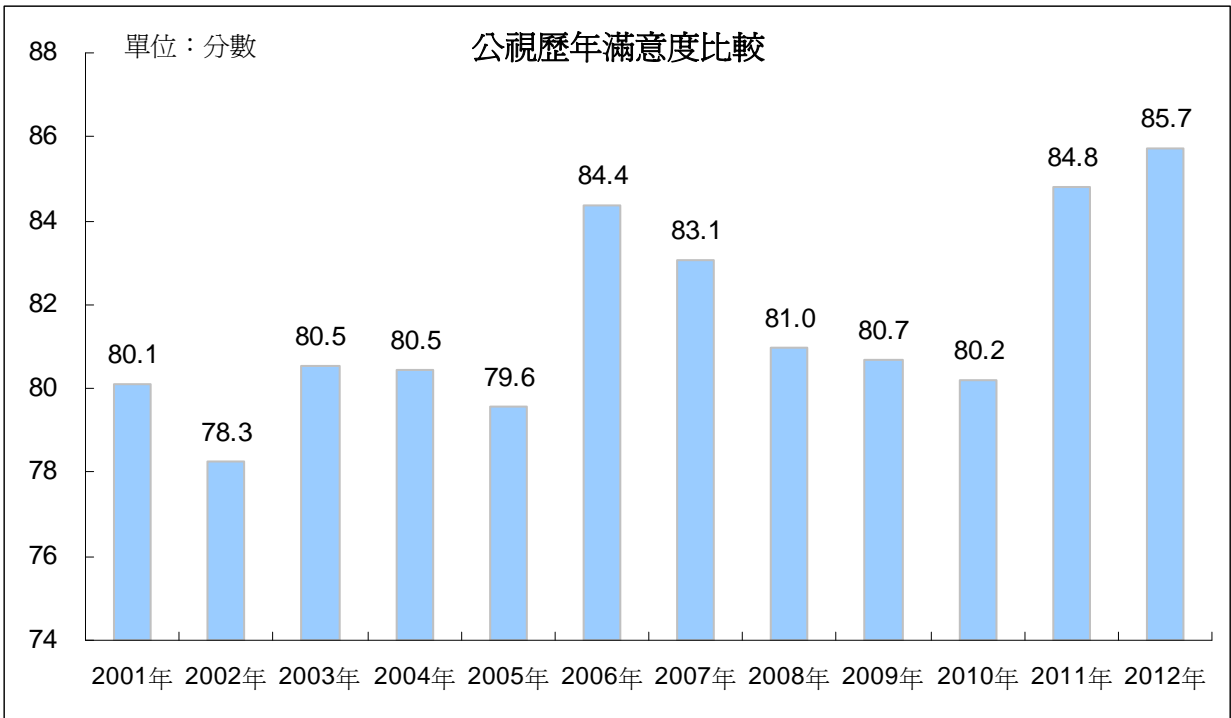
2、知名度、滿意度

公視定期委託市調公司進行公視頻道滿意度調查，研究方法採用電話訪問法，調查對象為年滿 10 歲以上，且最近 2 個月內曾經收看公視頻道的觀眾。調查內容包含公視知名度、整體頻道滿意度、各別節目滿意度等。

2012 年公視滿意度為 85.7 分，為歷年最好成績。與其他頻道比較，公視得分僅次於大愛台的 86.5 分，遠高於其他商業電視台的表現，顯示出觀眾對於公視的高認同度。

除了在滿意度獲得好成績，公視 2012 年知名度達到 88.5%，與 2011 年同列為歷年最高紀錄。





3、得獎紀錄

2012年公視在國內外影展競賽表現也非常優異，總計國內共入圍 123 項，得獎 28 項，國外共入圍 64 項，得獎 22 項。國內電視產業最受矚目的金鐘獎，2012年公視共入圍 56 項，得獎 11 項。

紀錄片「司馬庫斯」榮獲包括紀錄片至高榮譽的美國皮博迪獎在內共七項國際大獎。而全球教育節目競逐激烈的日本賞，今年公視也入圍四項，包括學齡前、兒童、青少年、成人教育四個項目全部均有節目入圍，並獲得兩個獎項，分別為「來我家 fun 暑假--當童仔遇到穆斯林」獲得兒童節目第二名，「公視學生劇展--背影」獲得青少年教育節目類第二名。

在亞洲電視節公視也以連續劇「小孩·大人」獲得最佳男配角獎、紀錄片「寄居蟹的諾亞方舟」獲得最佳導演獎、「水果冰淇淋」獲得最佳學齡前教育節目評審推薦獎。完整得獎紀錄請見附件二。

2012年公視金鐘獎得獎項目

節目獎

得獎獎項	節目名稱
科學節目獎	臺灣昆蟲.驚豔一百
綜合節目獎	誰來晚餐 3+1
動畫節目獎	卡滋幫

個人獎：

得獎獎項	節目名稱	得獎者
迷你劇集／電視電影男配角獎	公視人生劇展—老街狂想曲	喜翔
迷你劇集／電視電影導演獎	公視學生劇展—小偷	陳鈺杰
非戲劇類節目導播獎	戀戀金門—落番	唐振瑜
迷你劇集／電視電影編劇獎	公視人生劇展—公主與王子	蔡怡芬、朱家麟
兒童少年節目主持人獎	下課花路米	小兵【薛紀綱】、王湘涵、洪晨穎
綜合節目主持人獎	聽聽看	王曉書、陳康、陳濂僑
攝影獎	寶貝台灣系列：九九蜂鷹	李偉傑
美術設計獎	公視人生劇展—結婚不結婚	吳若昀

4、HD 頻道正式播出

公視高畫質頻道在 2012 年 7 月 27 日獲得正式執照後，立刻會同其他無線四台投入倫敦奧運的高畫質轉播工作，每日平均播出奧運各類比賽達 20 小時，奧運期間共完成各項賽事轉播 332.5 小時，2012 年新製高畫質節目時數達 2358 小時。

2012 年 HD 製作相關設備到位，公視也積極提高 HD 節目製播的時數，同時將旗艦節目以 HD 規格製作，使 HD 新製時數達到歷年新高。

除了透過機上盒以無線接收收看 HD 頻道，2012 年年中，HD 頻道也納入必載頻道，使其普及率上升。



HD 歷年播出時數統計				
播映時數統計	總播出	新製時數	新製比例	每日播出時數
2008 年	3,658	743	20%	16
2009 年	5,830	582	10%	16
2010 年	6,001	966	16%	16
2011 年	6,267	1,252	20%	18
2012 年	6,814	2,358	35%	18

5、小額捐款與教育服務

在公視自籌款中，小額捐款代表著觀眾對公視的認同與直接的支持。小額募款 2012 年捐款總額 30,550,710 元，較 2011 年(26,797,874 元)成長 14%；其中，電視募款部分再創新高，2012 年年中募款金額 5,751,542 元；歲末募款更高達 13,326,007 元，總計兩次電視募款捐款額共達 19,077,549 元，較 2011 年年中與歲末募款總額 17,281,439 元，成長 10.39%，年度捐款總額與電視募款捐款總額都有大幅成長。

2012 年教育服務致力於提升學童、青少年、成人、銀髮族、公民或一般觀眾媒體素養的提升、影像創作及親師生之交流，相關活動包括「小導演大夢想」工作坊、「卡通動畫營」、「小記者營」、「青少年數位計畫」、「成人影像創作營」、「樂齡影像創作營」及「換個角度看媒體」等活動。此外，也規劃寒暑假遊戲本及教育資源網改版，以延伸公視節目的再利用價值與延續性推廣，藉以提升師生生的互動與學習。

2012 年教服觸達 284,796 人次，較 2011 年觸達 187,954 人次，大幅成長 51.52%。

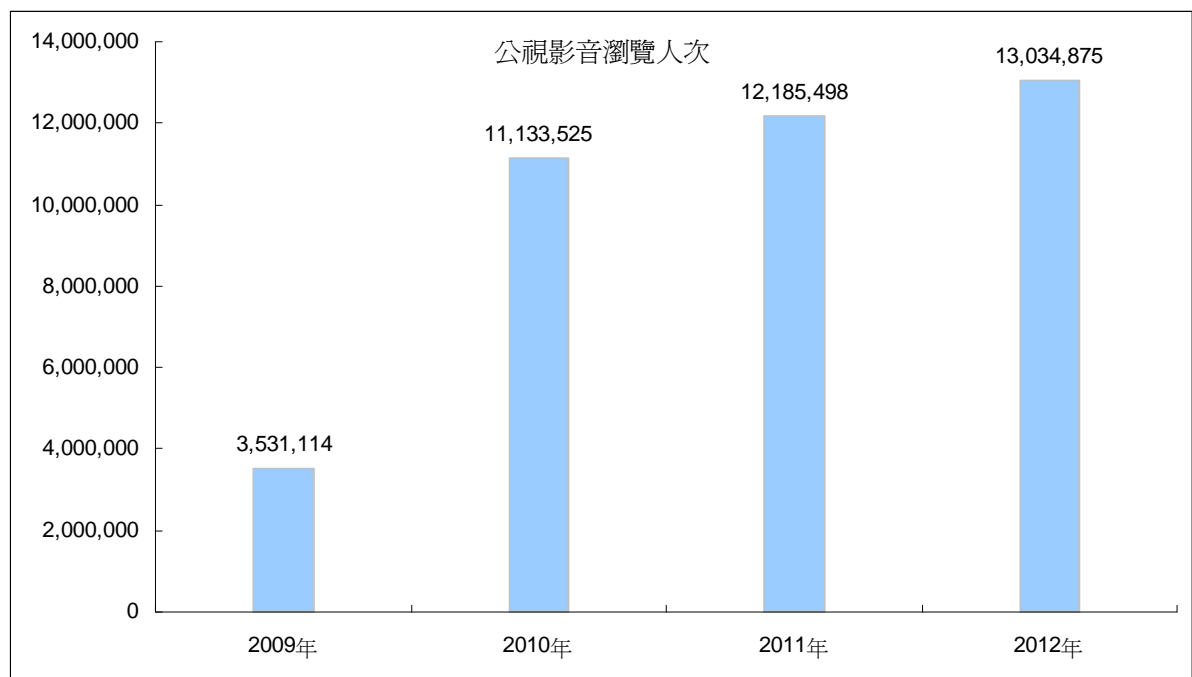


6、新媒體觸達

新媒體應可使公視節目擴大觸達族群，所以除了電視頻道之外，公視也深根經營網路與新媒體，提供觀眾更多元的資訊與服務。

線上影音服務平台提供觀眾在即時收看之外，另一種收看公視節目的選擇，同時也可以收看公視歷年來製播過的優質節目，藉此擴大公視對公共服務的基礎。在線上影音服務中，「+7」類節目為延續服務觀眾的精神與性質，在版權許可之下，提供觀眾免費收看公視一週內節目。2012年總計共有2337小時節目上網，提供觀眾隨選收看。透過影音中心收看公視節目的瀏覽人次逐年成長，2012年上升至1303萬人次。

隨著智慧型手機的普及，公視也提供加值服務，觀眾透過手機可下載公視節目表與「公視新聞」App，享受自訂節目表、收看文字影音新聞的便利服務。



三、結論

2012 年的公視，在 HD 頻道正式取得執照之後，戮力於提升高畫質節目的產量與品質。在新製節目時數、頻道滿意度與知名度、電視募款金額等項目，也創下歷年最好的成績。在獲獎紀錄部份，也拿下重量級國際獎項。這一年不論是在節目的質與量上，都有一定的成績。

在公視最重視的公共服務方面，觸達率的大幅成長代表我們更努力推廣公視節目的延伸服務，而這些服務也獲得大家的肯定。未來，公視將持續努力，以不負觀眾的期待。