

財團法人公共電視文化事業基金會

總 說 明

中華民國 101 年度

壹、總說明

一、概況

(一)設立依據

本會係依據公共電視法第二條規定成立，並以經營公共電視台為主要任務。同法第二十八、三十條則分別規定本會之經費來源有政府編列預算之捐贈等 6 項、本會之年度計畫及收支預算，由總經理編製後，報請董事會審議，及本會之年度經費需由政府捐贈部份，應附具年度事業計畫及收支預算，提請董事會通過後，報請主管機關循預算程序辦理。又同法第二條第三項規定本會由政府編列預算捐贈部分之金額，應逐年遞減第 1 年金額 10%，至第 3 個會計年度為止。而立法院審議通過公共電視法時，亦作成公視基金會成立第 1 年，依公共電視法第二十八條規定政府編列預算捐贈部分，由行政院編列預算 12 億元。查本會係於民國 87 年 7 月 1 日成立並正式運作以配合政府會計年度，101 年度政府應編列預算捐贈 9 億元。爰依法編製公視基金會 101 年度收支預算，以應實際作業之需求。

(二)設立目的

公共電視屬於全民所有，經營獨立自主並公平的服務大眾，以增進公共利益。

1、強調非商業性的公眾服務：

不以營利為目的，重視公眾的意見和需求。

2、秉持獨立自主的專業精神：

堅持營運、節目製播與新聞採編的獨立自主，絕對避免政治力量及利益團體的干預，確保全體大眾的利益。

3、追求卓越的服務品質：

提供全民完整、高品質的電視節目服務和收視機會，並介紹各種新知和觀念，使公眾能在巨變的時代中與時並進，並藉由多元節目呈現豐富的文化；並充實本土及國際文化的互動交流與融合。

4、致力於多元性的均衡發展：

節目製播應保持多元、客觀、公平並兼顧族群之均衡性，提供公眾適當使用電台的機會，尤其保障弱勢團體之權益，提供或贊助各種民俗、文化創作和發表機會，幫助觀眾跨越種族、階級、立場的界線。

5、提供終生學習的服務：

對每一個學習階段的個體提供服務，從學齡前到成人提供豐富的資訊。

6、主動拓展服務的承諾：

公共電視台對大眾的服務超越單純節目服務，同時也包含教育、告知以及主動結合社會資源來實踐公共服務的承諾。

7、注重研究與發展：

定期進行科學化和深入的研究調查，以偵測環境瞭解公眾和社會需求，進而在營運、節目製播上因應時空變化。

(三) 組織概況

公視基金會依法經營公共電視，並依公股處理條例受贈華視股權及製播客家電視、原住民族電視及台灣宏觀電視，公視基金會組織概況

1、董事會：

(1)置董事17至21人，其中1人為董事長。

(2)職掌：

A、決定本基金會之營運方針。

B、決定本基金會資產之取得、使用、收益及處分。

C、核定年度工作計畫。

D、審核本基金會年度預算及決算。

E、決定電臺節目方針及發展方向，並監督其執行。

F、決定分臺之設立及廢止。

G、修正章程。

H、訂定、修正關於事業管理及業務執行之重要規章。

I、遴聘總經理並同意副總經理及其他 1 級主管之遴聘。

J、人事制度之核定。

K、設立各種諮詢委員會。

L、其他依公共電視法及章程規定應由董事會掌理之事項。

(3)董事會下設稽核室，置主任1人，職掌相關業務。

2、監事會：

(1)置監事3至5人，其中1人為常務監事。

(2)職掌：

A、稽察本基金會經費使用之情形，及有無違反本基金會財務稽察辦法與其他法律規定。

B、審核本基金會年度業務報告書。

C、依民法第二十七條之規定監察本基金會事務之執行。

3、董監事會下設辦公室，置執行秘書1人，職掌相關業務。

4、本會置總經理1人，執行基金會之業務；視業務需要置副總經理1至3人，襄助總經理處理業務。

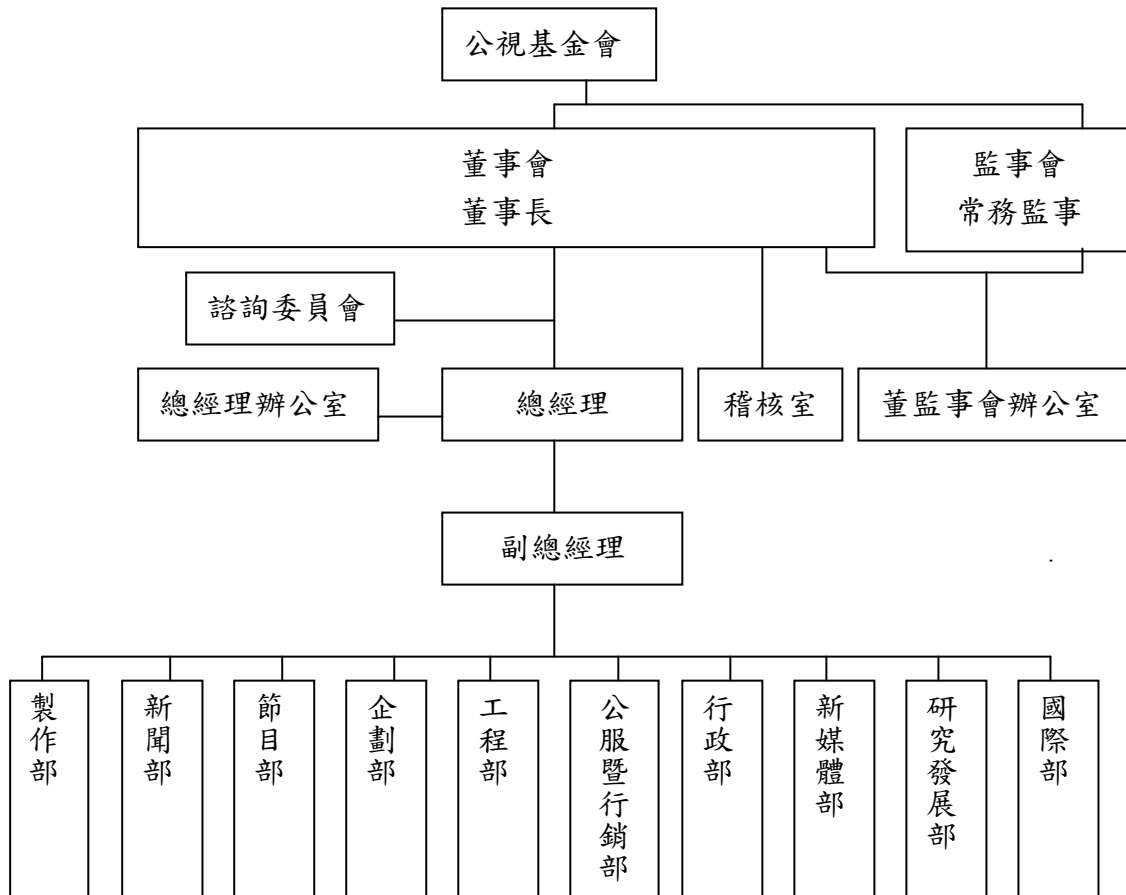
總經理為督導管理公廣集團之需，下設辦公室並置主任1人及必要人力推動相關事宜。

本會設製作部、新聞部、節目部、企劃部、工程部、公服暨行銷部、行政部、新媒體部、研究發展部、國際部，直屬總經理督導。

本會依法辦理之客家電視台及原住民族電視台，各置台長1人，其組

織管理及業務執行規章另訂之。

本會組織架構圖及各部室主要職掌如下：



(1)製作部職掌：

- A、導播、副控、影棚、OB車、外景及後製相關作業之辦理。
- B、各類節目製作技術人員及後製、音效技術人員之編組與調派。
- C、攝影棚、副控室、OB車、剪輯室及錄音間等製作、後製場所之管理。
- D、系統轉換設備之操作與影帶之轉拷業務。

- E、場、棚、OB車、道具及景片等外租業務之辦理。
- F、電腦動畫之設計製作與相關器材採購之規劃。
- G、平面設計相關作業，場景之設計、製作、搭景、拆景及資料建檔與相關佈景道具採購之規劃。
- H、服裝及佈景道具之保存及管理。

(2)新聞部職掌：

- A、國內外新聞報導及各類新聞性節目之規劃、採訪、編輯及執行。
- B、氣象資料之採訪、編輯、製作及執行。
- C、重大新聞活動之採訪規劃。
- D、洽商媒體互動等合作專案與特別節目之製作。
- E、新聞資料片出售與轉借事宜之審核。
- F、SNG車之操作、管理及調派。

(3)節目部職掌：

- A、按節目性質分設節目製作群，由製作人負責自製合製節目之企劃製作。
- B、自製節目作業之審查、執行、協調及品質管控作業。
- C、辦理自製、合製等節目預算之核價。
- D、兒童及青少年節目之自製與合製企劃執行。
- E、本部節目製播業務成本與進度之管控。
- F、自製節目資料出售或轉借之處理。

G、委製節目作業之規劃、徵案、審查、執行、協調及品質管控作業。

H、辦理合製及委製等節目預算之核價、版權之管理。

(4)企劃部職掌：

A、全會年度節目策略、計畫與各類節目製播比例之擬定。

B、本會節目播出排檔之規劃。

C、國內節目影展參賽事宜之辦理。

D、本會節目收視率與收視質之調查、整理及分析與整體效益評估。

E、重點節目經營策略之擬定與管理。

F、參與自、委製節目企劃案之徵求與審查。

G、國內外節目之選購、議價及訂約。

(5)工程部職掌：

A、製播系統及器材設備之規劃建設與修護。

B、本會訊號播出與衛星接收設備之監控、操作與維修。

C、發射站之運作與管理。

D、衛星中繼地面備援網路之設置。

E、協助觀眾與頻道系統業者收視品質之改善及其相關工程技術之提供。

F、工程器材之管理、登記、保管、送修及驗收。

G、訊號中心與衛星 NOC 設備之操作與維修。

H、收視不良地區之轉播發射改進與規劃實施。

- I、微波設備之管理、維護及架設。
- J、播映表之編輯與短期保存、播出帶之驗帶。
- K、數位電視新媒體之前瞻性測試及技術導入。

(6)公服暨行銷部職掌：

- A、本會與公眾、媒體及國會之公關、宣傳及推廣。
- B、統籌推動公視形象之規劃設計。
- C、社會團體參觀訪問之規劃與接待。
- D、建教合作及各類實習之協調與安排。
- E、公視之友團體之組成與各類服務推廣聯誼活動之辦理。
- F、個人及會員捐款之辦理。
- G、本會各類宣傳品、期刊及教育影音出版品之編製。
- H、本會年度報告彙編。
- I、圖書館相關業務之辦理。
- J、公視檔案之彙整、建立、保存及提供公眾查閱或索取。
- K、本會自、委製節目及相關產品之開發、行銷販售及售後服務。
- L、網路行銷與數位環境之規劃及數位行銷業務之開發。
- M、本會以外文化事業相關產品之代理銷售。
- N、節目贊助之企劃與辦理。
- O、機關及團體資料之蒐集與其關係之開拓。
- P、各類宣傳活動及募款活動之開發與籌辦。

(7) 行政部職掌：

- A、各項器材購置、管理、文書收發、繕打、校對、檔案管理及建物設施營繕、維修與出租業務之辦理。
- B、本會各棟建物水電、消防、空調設備及中央監控系統之管理、維修與值班。
- C、勞工安全衛生及實體安全防護業務之辦理。
- D、職業災害防護計劃之訂定，員工健康檢查之規劃及職業傷害之急救。
- E、年度預決算、會計報告之編製、收支憑證之審核、預算執行之控管、傳票開立、帳冊登載、營業（所）稅等相關業務之辦理。
- F、財務調度、資金運用及各項現金、支票、有價證券之點收、登記及保管等出納業務之辦理。
- G、員工甄選、任免、調遷、待遇、考績、獎懲、退休、資遣、撫卹等人事業務之辦理。
- H、本會各類規章、契約之研擬、諮詢及審核。
- I、各類法律事項之諮詢與處理。
- J、勞工法令及著作權法規之研究。
- K、勞資爭議事件之處理。
- L、其他相關紛爭之處理。

(8)新媒體部職掌：

- A、資訊系統之規劃、建立、諮詢及維護。
- B、本會網站與網頁之設計、規劃、執行及推廣。
- C、網際網路資訊之蒐集與研究。
- D、數位多媒體內容設計、規劃與管理。
- E、資料帶之內部建檔保存。
- F、拓展新媒體營運平台之服務與應用、數位多媒體內容設計與規劃。

(9)研究發展部職掌：

- A、本會年度計畫之研擬編撰。
- B、本會電視執照之申請換發。
- C、國際研究或訓練之交流，執行國際會議活動之參與及發表論文。
- D、執行本會目標績效管理與品質管控流程作業。
- E、評估本會未來視聽科技之發展需求。
- F、國內外傳播環境與相關產業重要學術資料之蒐集、提供與研究。
- G、本會員工管理訓練、一般教育訓練及共識訓練之規劃主辦，建構 e 化教學環境。

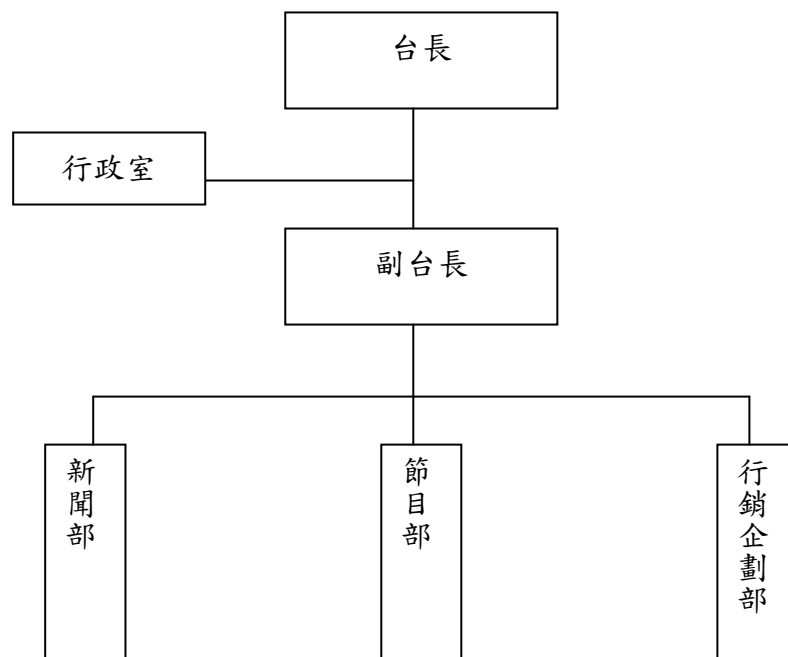
(10)國際部職掌：

- A、本會國際策略之規劃、制定與執行。
- B、規劃執行公視國際品牌行銷推廣，包括建置外文網站、文宣品製作等事宜。
- C、規劃執行參與國際影展與競賽、國際廣電組織、論壇會議，與國際公共媒體社群建立合作關係。
- D、規劃執行國際合製節目及相關事宜。
- E、協辦國際禮賓接待事宜。
- F、宏觀頻道節目企劃、採購、核價、製作、排檔、落地推廣及網路電視平台播出事宜。

5、客家電視置台長1人，執行客家台之業務；視業務需要置副台長1至2人，襄助台長處理業務。

其下設行政室、新聞部、節目部、行銷企劃部，直屬台長督導

其組織架構圖及各部室主要職掌如下：



(1)行政室職掌：

- A、本室年度業務計畫、預算擬定，及工作報告之彙編與管控。
- B、對本台節目、報導或評論請求更正、答辯或申訴案之辦理。
- C、彙整驗收資料與外部單位作業之配合、協調。
- D、本台文書之收發、分文、稽催查詢、繕打及校對與收發文檔案之管理與保存等相關工作。
- E、本台人事、物料、器材、文書及財務等綜合業務之辦理。

F、行政專業培訓規劃與執行。

G、其他交辦事項。

(2) 節目部職掌：

A、本部年度業務計畫、預算擬定，及工作報告之彙編與管控。

B、自製或合製、委製、購片、重製配音等節目相關業務之辦理，
與品質管理等相關事項。

C、客家傳播人才發掘與培養之合作。

D、進行客家影音圖文資料庫的建立。

E、節目專業培訓規劃與執行。

F、其他交辦事項。

(3) 新聞部職掌：

A、本部年度業務計畫、預算擬定，及工作報告之彙編與管控。

B、新聞、新聞節目與新聞特別節目等相關規劃、製作，與品質管
理等相關事項。

C、進行新聞影音圖文數位資料庫的建立。

D、新聞專業培訓規劃與執行。

E、其他交辦事項。

(4) 行銷部職掌：

A、本部年度業務計畫、預算擬定，及工作報告之彙編與管控。

B、本台整體策略與品質管理之規劃與執行，含頻道規劃、排檔策

略、目標管理等。

C、本台公關、宣傳、推廣與活動等相關事項之規劃與執行。

D、本台發展與沿革之歷史資料蒐集、保存、建檔及展示等。

E、本台網站與網頁之設計、規劃與推廣等相關事項。

F、本台與行銷專業培訓規劃與執行。

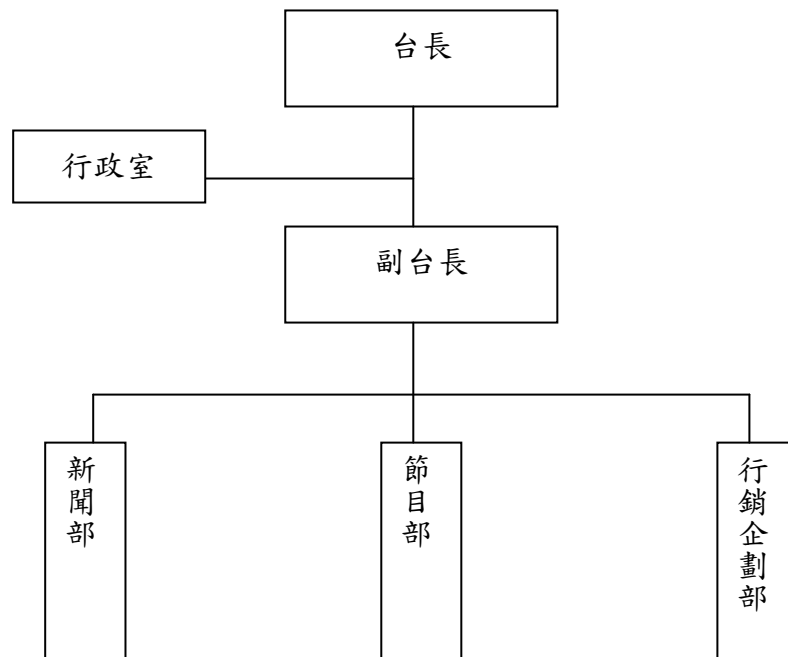
G、國內外節目影展參賽事宜之辦理。

H、其他交辦事項。

6、原住民族電視置台長 1 人，執行原民台之業務；視業務需要置副台長 1 至 2 人，襄助台長處理業務。

其下設行政室、新聞部、節目部、行銷企劃部，直屬台長督導

其組織架構圖及各部室主要職掌如下：



(1)行政室職掌：

- A、本台策略發展研究、年度計畫、目標與各類節目製播比例之擬定。
- B、節目創意、頻道包裝設計及節目之整體效益評估。
- C、執行目標績效管理與品質管控流程作業。
- D、人事、行政、文書及財務等綜合業務之辦理。
- E、協助各類法律事項之諮詢與紛爭處理。

F、本台人力資源之規劃，員工管理訓練、一般教育訓練及職能訓練之規劃辦理。

G、各項收支預算之管控。

(2)節目部職掌：

A、節目策略之規劃、執行、協調及品管作業。

B、節目企劃、採購、核價、製作、排檔等業務。

C、自製及委製節目企劃案之審查、樣帶審查會、製播會之辦理。

D、國內外節目購買策略之規劃。

E、專案節目與特別節目之企劃。

F、協調各項棚內外製播事宜及美術、場景等製作資源之整合。

G、節目相關資料建檔，製播業務成本與進度管控。

H、國內外節目之選購及後製作業。

I、委製節目相關資料、合約與著作權之相關事宜之辦理。

(3)新聞部職掌：

A、新聞節目之品質整合管制。

B、原住民新聞、國內外新聞、氣象資訊規劃採訪製播。

C、製作原住民各族之族語新聞及文化新聞。

D、規畫、執行媒體合作、行銷企畫專案、籌製新聞性特別節目。

E、重大新聞活動之採訪規劃及媒體合作專案與特別節目之製作。

F、協助部落服務及活動。

G、田野調查及文史資料蒐集。

H、論壇及雜誌型新聞節目製作。

I、原住民文化相關資料之蒐集、保存及內部建檔。

(4)行銷企劃部職掌：

A、建構原住民族資源網及服務支援體系，活化部落族人互動聯繫及向心力。

B、本台節目、短片、活動贊助及企業募款之統籌企劃及執行。

C、本台節目及相關產品之開發、行銷販售、託售及售後服務。

D、網路行銷與數位環境之規劃及數位商品之業務開發。

E、部落聯繫及活動策劃。

F、協助原鄉收視調查研究及訪談。

G、各類宣傳活動之籌辦及募款活動之協辦。

H、本台發展與沿革歷史資料之蒐集、建檔、保存及展示。

I、連繫國際原住民組織、與世界原住民社群建立對話關係。

J、原住民族電視台網站經營。

二、工作計畫或方針

(一)計畫名稱

1、公共電視

本年度計畫達成的總體目標包括以下 4 項：

(1) 成為公眾信賴之媒體

A、落實節目製播準則，規劃製作優質節目，贏取觀眾對公視節目內容之信任，提升頻道影響力。

B、提昇企劃創新能力，激發節目多元創意。

C、增加各類高畫質節目之製播，透過委製合作等方式，與業界分享資源，全面提升國內高畫質節目製作水準。

(2) 健全公廣集團運作，發揮集團綜效

跨頻道製播節目，增益公視媒體總體影響力。

(3) 開創新媒體服務平台

A、開拓於各類新媒體平台上提供節目播送與隨選服務。

B、在新媒體平台上經營與觀眾互動之各類影音社群，以擴大教育及服務功能。

C、建設東部高畫質轉播站，完成東西部高畫質電視收視無落差的服務網絡。

D、持續優化數位電視發射網路，提升節目收視服務品質。

(4) 連結世界展現台灣

- A、引進國外優質節目，開拓國人多元的世界觀點。
- B、以國際市場為導向，加強國際合製並與業界分享經驗。
- C、積極參與國際廣電組織之相關活動。

2、客家電視台

客家電視本年度計畫達成的總體目標包括以下 4 項：

(1)以客家角度關懷全球糧食議題

- A、因應氣候變異造成之全球性糧食危機，關注台灣糧食政策及彰顯客家在台灣農業發展中的角色出發，製作年度戲劇、紀錄片及新聞專題等不同型態節目，深度呈現糧食問題面面觀。
- B、尋找世界各國與環境、糧食等議題相關之優質節目，觀照多元角度。
- C、配合戲劇、新聞等節目規劃專屬之視覺頻道包裝，同時辦理以走向在地，關懷農業之行銷活動。

(2)持續建構族群內外交流之平台

- A、透過節目內容及行銷活動之機會，增進客家不同腔調客語鄉親間相互之理解。
- B、製作戲劇、紀錄片及新聞、新聞節目等各類型之節目，讓台灣各族群間了解不同之文化背景及傳統。
- C、參與「世界原住民廣電聯盟」WITBN，促進客家之國際視野，並

與世界各族群互動。

(3)進階培育客家影音編播之人才

A、辦理台內人員之相關教育訓練，強化同仁技術面及語言文化之專業能力。

B、辦理戲劇及新聞、行銷等相關之人才培訓班，厚實客家影視人才庫。

(4)推動進入公視及相關籌備工作

A、在戲劇等各類節目製作及購片策略時，與會內各頻道商談合作之可能。

B、製作新聞專題及節目，邀請學者及關心客家人士共同探討進入公視後，客家電視定位及未來方向。

C、籌備進入公視基金會之視覺及頻道包裝之改版，同時於客庄辦理活動時，主動向鄉親說明。

3、原住民族電視台

原住民族電視本年度計畫達成的總體目標包括以下 4 項：

(1)守望原鄉，提供新知

A、長期守望部落，關注部落生存發展。

B、多管道提供生活資訊，拉近城鄉落差。

(2)延續傳統，文化創新

A、多面向紀錄保存文化，傳承智慧與生態永續理念。

B、運用多元傳播平台，結合新科技，發展傳統文化。

(3)數位升級，人才加值

A、以高畫質與無帶化作業為目標，提升數位能力。

B、強化在職訓練與提攜大專種子，培育原住民傳播人才。

(4)連結部落，引領國際

A、建立網路服務平台，促進部落知識經濟發展。

B、落實 WITBN 合作業務，加強跨國交流，增加原視的國際影響力。

(二) 計畫重點

1、公共電視

茲列舉各部門相關工作重點目標如下：

(1)企劃部：

- A、提升公視節目觸達率。
- B、增加 HiHD 頻道節目新製內容及時數，強化高畫質頻道宣傳。
- C、擴大網路隨選收看公視節目服務，增進各類節目後續效益。

(2)節目部：

- A、增加高畫質節目新製時數，現有表演錄影轉播、兒少節目及其他棚內帶狀節目升級 HD 製播，提供觀眾更優質的視聽饗宴。
- B、尋找業界優秀的製播團隊共同投資拍攝高畫質戲劇，藉由相對投資、版權共享的方式，提高成本效益。
- C、完成高畫質紀錄片「故宮，精彩 100」製播，透過高畫質攝影機鏡頭讓觀眾和世界珍寶零距離，帶領觀眾細細品味重量級的國寶文物。
- D、製播表演藝術節目，提供大眾細緻多元的文化生活視窗。
- E、公視招牌兒少節目推出新企劃，用影音創意傳遞多元價值。

(3)新聞部

- A、製播立委選舉與總統選舉投開票特別節目。
- B、籌辦 2012 總統大選辯論。

C、採訪 2012 倫敦奧運。

D、2012 太陽黑子大爆發，規劃製播日環食特別節目。

(4)製作部：

A、加強規劃教育訓練，刺激創新思考，以因應高畫質節目製作需求。

B、對內提供高畫質節目錄製資源，對外提供高畫質設備與業界共享，提升高畫質設備使用效益。

(5)工程部：

A、加強維護播出系統及發射系統，照顧觀眾公廣頻道收看的權益。

B、提高高畫質頻道涵蓋範圍，擴大公廣群眾服務領域。

C、優化高畫質單頻網服務品質，降低因同頻干擾無法順利收視的人口涵蓋區域。

(6)公服暨行銷部：

A、針對年度主題和重要標竿節目進行跨平台行銷宣傳造勢推廣。

B、以教育服務為導向，選擇適當節目提供延伸教材及網路互動服務。

C、開發數位化商品行銷通路。

D、積極增加公視各項贊助、小額募款、代製和發行等收益，強化公視基金會之財務能量。

(7)行政部：

A、辦理基金、經費孳息與投資管理業務，以及辦公大樓與轉播站之出租業務，以增加自籌款收入。

B、因應本會總體目標之推展，檢視台內或集團內各項管理制度，適時提出調整與建議。

C、規劃適切之教育訓練計畫，訓練方向以養成創新思考及強化解決問題能力為重點，俾配合全會創新能力提升之總體目標。

(8)研究發展部：

A、因應環境變遷，完成節目製播準則修訂。

B、加強節目多平台應用之研究，探索開發新的服務模式。

C、掌握國際趨勢，彙整廣電、新媒體相關技術與應用最新發展，為各部門規劃未來軟硬體建置之參考。

(9)新媒體部：

A、開發行動裝置應用軟體，增加民眾接觸公視新聞、節目的平台與機會。

B、加強 Peopo 公民新聞網 <http://www.peopo.org> 的經營，持續 NPO、NGO 社群連繫及辦理教育訓練工作坊。

(10)國際部：

A、規劃執行公視參與國際影展與競賽，推廣公視節目在國際頻道與國際影展播出。

B、規劃執行參與國際廣電組織、論壇會議，與各國公視建立

合作交流關係。

C、針對國際市場與影展，整合會內資源，規劃執行國際合製節目。

D、舉辦第五屆台灣國際兒童影展與巡迴活動，並結合頻道播映，創造綜效。

E、製播台灣宏觀電視，向全球華語觀眾提供台灣多元的資訊與娛樂節目。

2、客家電視台

茲列舉各部門相關工作重點目標如下：

(1)節目部：

A、規畫及製作年度主軸「糧食」之節目，作為年度目標題材。

B、以「移民」「移工」為主題，挖掘、詮釋客家史觀並與當代社會議題對話。

C、延續客台長期對教育制度的關懷及檢討，製作相關節目，落實公共服務媒體之責。

D、持續紀錄現代客家文化風貌，呈現客家人的生命史觀，彰顯客家之文化價值。

E、為傳統尋覓新出路，為客家尋找新詮釋，為精緻戲曲與傳統山歌尋求新方法。

F、廣邀各領域專業音樂人參與，呈現客家音樂的獨特性，努力推廣客家音樂開發新市場。

G、提供不同思維的兒少節目，並持續製作腔調語言教學節目。

H、針對 15-25 歲年齡層的觀眾製作特定節目，做長期經營觀眾的基石

I、積極為銀髮族提供互動、學習、公共服務的節目。

(2)新聞部：

A、從國際糧食短缺、供需失衡、自產雜糧品質優劣、國人飲食習慣西化等角度切入，於每日新聞暨節目群聯手製播系列報導及特別節目，進而針對國家糧食安全政策提出「取得糧食主導權」應有的積極作為。

B、持續推動地方采風紀錄片拍攝，並加強品質監督控管，讓深耕客家文化之在地人士獲得重視。

C、將每日新聞之「客家焦點」單元上傳至網路平台，增加客家新聞露出機會。

D、增加客庄新聞在「公視新聞平台」露出機會，促進非客家族群認識、了解、欣賞客家文化。

E、培植客家後生新聞、氣象主播，積極培養客家後生傳播人才。

F、落實客家影音數位典藏工程，完整保存珍貴之客家文化精華內容，讓客家影音資料以數位檔方式典藏、再利用。

- G、因應年初總統大選，將透過專題、專訪，及協辦候選人政見發表（辯論會）等方式，檢視各陣營總統候選人客家政見，進一步觀照客家基本法、提升客家能見度。
- H、培植客家後生新聞、氣象主播，積極培養客家後生傳播人才。
- I、與公視各頻道間建立「新聞編輯平台」運作模式，期使製播資源與新聞素材得以相互分享。
- J、從客家族群的角度，邀請傳播學者及專家針對族群頻道肩負之公共價值進行深度訪談，並借世界各族群頻道經驗，為國內族群頻道重新定位。

(3)行銷企劃部：

- A、針對年度主題「糧食」之各類型節目進行跨平台行銷宣傳與推廣。
- B、參與國際影展競賽與論壇會議，跨越國界行銷客家。
- C、結合數位媒體與網路平台，尋求創新形式與各族群增加互動。
- D、運用新媒體平台，增加客家節目傳輸播放。
- E、建置節目產業資訊系統，以更有效運用產業影音資料。
- F、辦理客家影視人才進階培訓課程，提升客家傳播人才專業能力。
- G、與國內非營利組織與客家社團組織密切結合，善盡企業社會責任。
- H、加強客家電視公共化之頻道識別系統與頻道包裝呈現，推廣客

家電視為公共服務頻道之品牌印象。

(4)行政室：

- A、落實專款專用之原則。
- B、有效能的管理預算，俾使經費支出能達到最佳化之資源配置。
- C、建立合法、合理、合情之管理制度，發揮人力資源之高績效。
- D、客戶服務滿意度的目標達到 95%。
- E、研究相關產業與學術之報告，提供達成目標之策略與規劃。

3、原住民族電視台

茲列舉各部門相關工作重點目標如下：

(1)節目部：

- A、製播部落經濟產業的相關節目，以長期關注守望部落發展。
- B、提供生活資訊平台，推展多元知識教育功能。
- C、紀錄傳統文化並報導文化與環境生態之永續經營。
- D、節目力求創新，強化數位製作能力與培養技術人才。
- E、從部落出發並與外部媒體合作，擴大資源與影響力。
- F、經營族群特色節目，參加國內外影展，以增進頻道影響力。

(2)新聞部：

- A、提供部落訊息露出，滿足原鄉知的權益。
- B、強化族群間的對話，達到多元文化的了解和欣賞。

C、強化數位製播連結，提升數位製播效益。

D、擴大公民參與，提高新聞觸角。

E、接軌國際媒體平台，提供新聞交換與分享。

(3)行銷企劃部：

A、運用頻道包裝及公益廣告時段，製作系列短片，推廣原住民文化內涵，促進文化創新發展。

B、開發網路行銷多元管道，擴大原視資訊服務及影響力。

C、辦理原住民大專青年暑期實習計劃，提升原住民傳播人才專業能力。

D、加強公共服務訊息之傳播，強化原視公共媒體角色功能。

E、延續世界原住民廣電大會〈WITBC〉後續效益，透過 WITBN 組織進行跨國文化行銷。

F、運用頻道和定位網站策略，活動行銷，傳遞多元化資訊，縮減城鄉落差。

G、配合部內人員知識的提升，積極推動多元學習管道，達到專業能力提升。

(4)行政室：

A、有效能的管理預算，持續檢視各類經費支出的合理化，以落實執行創造節約節流的經濟效益。

B、增進各項行政與服務之品質，以強化室內同仁問題意識與解決

問題能力。

C、在公廣集團資源整合架構下，因應頻道定位與分工，建立更完善合作機制。

(三)經費需求

公視基金會經營之公共電視暨依無線電視事業公股處理條例第十四條規定製播之客家電視、原住民族電視及台灣宏觀電視，均每日實際播出 24 小時節目，12 個月共計播出 8,760 小時，預估總經費需求計有行政管理 172,462 千元、公共服務暨行銷業務 196,981 千元、新聞節目製作購買 422,505 千元、一般節目製作購買 546,700 千元、節目企劃購買 61,044 千元、節目製作播映作業 409,238 千元、工程作業管理維護 359,310 千元、研究與發展 27,890 千元、新媒體業務 114,523 千元、國際事務推廣 177,950 千元及其他損費 2,000 千元，共計 2,490,603 千元。

(四)預期效益

1、公共電視

茲列舉各部門相關工作重點目標之預期效益如下：

(1)企劃部：

A、全頻道觸達率達 90%。

B、HiHD 頻道年度新製時數 1,000 小時。

C、於公視網站設主題頻道，提供線上隨選收看公視各類節目達 300 小時以上。

(2)節目部：

A、增加年度各類高畫質節目新製時數，達 300 小時。

B、以嚴謹的製作，精緻的畫面風格與細膩、觸動人心之劇情與故事，建立公視高畫質戲劇製播之口碑與收視。

C、透過高畫質鏡頭拍攝故宮國寶，呈現全新的視覺饗宴。

D、a. 「公視表演廳」轉播畫質全面升級。

b. 「表演打天下」以外景報導形式賞析國內表演藝術作品，呈現演出精彩片段外，鏡頭也帶觀眾走入幕後一探表演創作的巧思。

c. 「日光大道」透過棚內座談、知名藝術家專訪的形式，讓觀眾廣泛認識藝術、新科技、建築、電影、設計、時尚…等文化活動和創作背後的故事。

E、a. 「水果冰淇淋」計畫將幼兒科普概念融入節目單元，讓小朋友也能對全球環境變遷有所認識。

b. 「展現兒童改變世界的行動力」已經成為國際性的串聯行動，「下課花路米」將推出新企劃，在節目中帶入國際觀點給公視的學齡兒童觀眾。

(3)新聞部：

- A、2012年1月14日製播立委與總統選舉投開票特別節目。
- B、2012年1月製播總統辯論。
- C、2012年倫敦奧運，規劃50則以上新聞報導。
- D、2012年5月製播日環食特別節目。

(4)製作部：

- A、於各職項加強高畫質製作之教育訓練時數及實作，預期將可提昇同仁更廣泛的思考方向及影像鑑賞力，以提升同仁專業的製作品質。
- B、高畫質轉播車、攝影棚及後製設備上線，將可提供會內高畫質戲劇、音樂會、戲曲、運動賽事、大型轉播等節目製作，以及提供業界一個完整及高品質的製作環境。

(5)工程部：

- A、維持有線無線電視系統中繼及播出正常，確保收視戶都能正常收視公廣頻道。
- B、增加東部高畫質發射站與西部合併播出，增加東部百萬以上民眾清楚收視高畫質頻道節目。
- C、測試並提案增訂高畫質電視接收器環場音效功能，提供觀眾高級聲光服務。
- D、適當調整高畫質播出參數，增加觀眾收視的便利性。

(6) 公服暨行銷部：

- A、藉節目之宣傳效益，爭取觀眾選擇公視並信任公視，提升頻道影響力。
- B、提升觀眾媒體素養，強化節目再利用價值，並增進與親子師生的互動。
- C、銜接影視產業數位化發展，擴大發行服務業務績效。
- D、年度小額募款、企業贊助、代製節目及活動、節目發行等收入達 2 億 4,800 萬元。

(7) 行政部：

- A、挹注本會自籌款 3,340 萬元。
- B、配合業務推動適時修訂管理制度，有助內控及法規遵循效益之提增。
- C、以養成創新思考及強化解決問題能力為重點，指派同仁參與教育訓練。評定方式得以完訓時數、主辦單位發給之合格證書、或證照、或測驗成績等方式辦理。

(8) 研究發展部：

- A、對內協調各部門修訂節目製播準則，並完成相關教育訓練；對外辦理相關討論或說明會，增進外界對公視節目製播自律嚴謹之了解。
- B、協助相關部門開拓更多元跨平台方式，讓公視節目服務更多的

民眾。

C、發表相關研究報告，並透過研討方式與同仁同業分享。

(9)新媒體部：

A、開發行動裝置多樣性應用軟體，貼近觀眾使用習性，提升群眾收視意願。

B、跨平台收視公視影音內容並擴大收視族群，便利全民影音分享與下載。

(10)國際部：

A、以節目為核心競爭策略，發揮台灣影響力。

B、加強公視與國際廣電社群實質的交流互動。

C、透過國際規格的節目將台灣特色在國際場域呈現，並藉由工作坊的方式，與同業分享製作經驗，提升國內影視製作水準。

D、讓台灣兒童得以欣賞到來自全球多元優質兒童影片，並讓公視成為全民親子與師生喜愛的電視台。

E、讓台灣與國際接軌，發揮台灣在全球的影響力。

2、客家電視台

茲列舉各部門相關工作重點目標之預期效益如下：

(1)節目部：

A、製作 20 集以「米」為主題之年度大戲，同時製作以 15-25 歲

年輕觀眾為目標觀眾群的戲劇，期望成為年度行銷的話題，並可帶動客家電視收看比例至 30%。

B、拍攝關於稻米、移民、客庄風采為題之紀錄片與行腳類節目超過 30 小時，留下更多客家的論述。

C、策劃製播傳統歌曲為主的音樂節目至少 10 小時，邀請超過 20 位北、中、南、東的山歌前輩參與，標明客家電視在傳統音樂播放平台的服務位置。

D、製播超過 20 小時以客家歷史人物為主的傳統戲曲，為傳統戲曲提供更扎實的文化底蘊。

E、凸顯公共價值，邀請超過 200 位，以社區為單位的客家鄉親參與公共服務節目。

F、培養至少 3 位年輕客籍演員參與籌劃中的戲劇擔任主角。

G、強化腔調時段的經營，包括自製腔調客家卡通動畫、少數語言腔調節目時數超過 30 小時。

(2)新聞部：

A、預計針對全球糧食危機現況及國內糧食政策等議題，於每日新聞中播出一週系列報導；派「客家新聞雜誌」記者前往日本、越南（暫定）等地，採訪鄰近亞洲國家面對糧食危機的因應之道；另於「村民大會」節目中開闢特別節目深度探討國內具體糧食政策及應有之作為。

- B、確定地方采風紀錄片至少二支之拍攝主題，並完成拍攝紀錄片之教育訓練，確定該紀錄片文本方向及拍攝大綱、時程。
- C、於每日暗夜新聞後錄製「網路版」客庄新聞 365 集，並經轉檔後上傳至網路平台 (youtube)，增加網路族群收視客家新聞之接觸率。
- D、積極培育一至兩名客家後生新聞及氣象主播，並以客家族群所關心的角度播報新聞暨客庄氣象。
- E、經由現行數位系統之 Ingest Center 及 Interplay Capture 介面，自動擷錄每日各節播出之新聞內容 (含播出及無字幕分軌)，並置於新聞片庫儲存，減少實體帶使用、節省購帶預算。
- F、於 2012 年元月製作總統大選暨立委選舉之專題報導，檢視各政黨總統候選人之客家政見；另針對總統大選客庄即時選情暨客籍立委開票情形設計特殊鏡面。
- G、與公視新聞平台共同召開編輯會議，並於重大採訪議題上緊密合作，減少新聞人力及資源不必要的浪費；並每週主動提供公廣新聞平台 2 至 3 則客庄新聞，增加客家露出機會。
- H、於各節目中 (如最夜新聞、村民大會、客家新聞雜誌)，邀請傳播學者及專家借取世界族群頻道經驗，深度探討族群頻道應肩負之公共價值，並為納入公視集團之「客家電視台」重新定位。

(3)行銷企劃部：

- A、年度主題「糧食」之行銷公關宣傳，預計達逾千人次之公眾接觸，並期待引發觀眾迴響與百則媒體露出。
- B、回溯建立與「糧食」、「產業」相關之節目資料庫，提供相關影音資料檢索。
- C、增加網路影音播出平台，加強客家能見度。
- D、拓展三家以上客家新聞網連結露出平台，增加客家新聞影響力。
- E、尋找大台北地區以外的重製配音合作單位，落實在地人才培訓。
- F、至少參與一次國際論壇會議，增加客家節目發表機會。
- G、培育客家傳播人員至少 20 人以上，為客家影視培訓新血。
- H、規畫與協助全台及部門教育訓練，平均每人全年教育訓練時數達 10 小時以上。
- I、以現有視覺識別系統為基礎，延伸規劃頻道新形象與包裝，加強公共服務頻道之品牌印象。
- J、全頻道形象、新聞與節目之鏡面之包裝改版，展現耳目一新的頻道視覺印象。

(4)行政室：

- A、建立透明、合理之財務規畫。
- B、各部門預算管控合宜，達成製播各類型節目。
- C、培養員工之多種職能，讓人力資源發揮最大效益。

D、以多管道的客戶服務，廣納多元族群觀眾之意見。

E、將客家相關研究納入節目製作之概念及內容，帶動客家之現代化，並發揮產學結合之最大效益。

3、原住民族電視台

茲列舉各部門相關工作重點目標之預期效益如下：

(1)節目部：

A、全年製作族語節目至少 60 小時，相關文化與生活資訊的節目至少 120 小時。

B、舉辦相關數位創新教育訓練兩場以上，並增加高畫質戲劇與紀錄片製播時數。

C、連結原住民傳播人才與廠商，共創資源與技術整合的力量。

D、參加國內外影展計 5 場次與國外影片交流至少 3 個節目。

(2)新聞部：

A、製播原住民立委、總統選舉相關專案特別節目 8 小時。

B、製播原住民即時新聞、族語、論壇等新聞節目。

C、整合數位平台，提高製播效益。

D、結合各地公民記者，提高新聞能見度至少 30 則。

E、建構 WITBN 網路平台，執行新聞交換機制至少 15 則。

(3)行銷企劃部：

A、全年製作頻道包裝及公益形象短片至少 100 支。

B、原視網站每月瀏覽人次達 30 萬人次。

C、培訓暑期實習生至少 30 名。

D、全年至少提供 50 則公共服務訊息。

(4)行政室：

A、強化財務管理並積極創造節約節流的經濟效益。

B、配合全會創新多元之提升目標，規劃本室人員參加會外專業教育訓練，以強化同仁解決問題能力。

C、因應頻道定位與分工，進行相關人力資源發展與調整規劃與執行。

三、本年度預算概要

(一)收支餘絀概況

1、營運收入

政府編列預算捐贈 901,000 千元、有線廣播電視事業發展基金編列預算捐贈 105,935 千元、行政院客家委員會編列客家電視製播經費 400,000 千元、財團法人原住民族文化事業基金會編列原住民族電視製播經費 329,500 千元、僑務委員會編列台灣宏觀電視製播經費 132,152 千元、公視基金會自行對外籌募資金 292,400 千元(公私機構、團體或個人捐贈 89,000 千元、孳息收入 15,350 千元、活動收入 20,000 千元、代製節目收入 35,000 千元、其他收入 133,050 千元)，共計 2,160,987 千元。

2、營運支出

行政管理 172,462 千元、公共服務暨行銷業務 196,981 千元、新聞節目製作購買 422,505 千元、一般節目製作購買 546,700 千元、節目企劃購買 61,044 千元、節目製作播映作業 409,238 千元、工程作業管理維護 359,310 千元、研究與發展 28,890 千元、新媒體業務 114,523 千元、國際事務推廣 177,950 千元及其他損費 2,000 千元，共計 2,491,603 千元。

依行政院主計處 99 年 1 月 27 日處孝一字第 0990000526 號函，有關新聞局補助建構數位無線廣播電視共同傳輸平台計畫、公共廣電

數位化發展及高畫質電視頻道建置計畫設備應列入資產負債表中
淨值項下基金科目，上開設備於 101 年度需提列 330,616 千元折舊
費用，致使本年度預算收支結紬 330,616 千元。

(二)淨值變動概況

本年度淨值預計為 7,954,660 千元，較上年度減少 260,140 千元。

(三)現金流量概況

本年度營業活動預計淨現金流入 198,050 千元，投資活動預計淨現金
流出 131,164 千元，融資活動預計淨現金流入 74,451 千元，本年度
現金及約當現金預計淨增加 141,337 千元。

四、前年度及上年度已過期間預算執行情形及成果概述

(一)前年度決算結果及成果概述

1、資產部分：流動資產 1,867,264 千元，基金及投資 3,176,647 千元，
固定資產 3,545,219 千元，其他資產 143,660 千元，合計 8,732,790
千元。

2、負債、基金及餘紬部分：流動負債 685,677 千元，其他負債 378,405
千元，基金及餘紬 7,668,708 千元，合計 8,732,790 千元。

3、收入預算編列 2,392,711 千元，執行數 2,814,956 千元，達成率 117.65%(含採權益法認列之投資收益 730,401 千元)：包括政府捐贈預算數 900,000 千元，執行數 900,000 千元，達成率 100%；有線廣播電視事業發展基金捐贈預算數 103,320 千元，執行數 105,935 千元，達成率 102.53%；遞延政府捐助收入轉列捐贈收入預算數 211,752 千元，執行數 23,125 千元，達成率 10.92%；製播客台、原視及宏觀頻道節目收入預算 909,647 千元，執行數 810,723 千元，達成率 89.13%；自籌款包括公私機構、團體或個人捐贈、孳息收入、活動收入、代製節目收入及其他收入合計預算數 267,992 千元，執行數 244,772 千元，執行率 91.34%；採權益法認列之投資利益 730,401 千元。支出預算編列 2,392,711 千元，執行數 2,275,032 千元，執行率 95.08%。本年度因認列華視投資利益 730,401 千元，致本年度收支相抵後結餘 539,924 千元；另本年度支出數較預算數減少 117,679 千元，主要係本年度因配合本會新聞部自華視搬回內湖，展延公廣計畫中「數位資料庫計畫」之建置時程，致設備折舊費用較原估數少。

4、99 年度公共電視台的年度計畫目標共有四項，分別是成為公眾喜愛信賴並習慣收視的標竿媒體、健全多頻道平台營運、完成數位化製播環境建置以及新聞局捐贈計畫。各項計畫目標的執行成果說明如下。

(1)成為公眾喜愛、信賴並習慣收視的標竿媒體

在此目標下主要的執行績效包括：

- A、99年新製時數3383.87小時，新製率為39%，黃金時段新製率為84%，較98年78%高。
- B、「扭蛋快跑」獲台灣媒體觀察教育基金會優質節目4顆半星推薦。播出期間獲得26家民間企業參與善款捐助，成功幫助21個社福機構及弱勢團體。
- C、「爺奶搶時間」入選2010年世界公視大展影片〔input〕觀摩，現場來自世界各地的公視團隊，給予此片概念及說故事的方法高度肯定。本片亦在99年金鐘獎入圍三項，表現頗佳。
- D、「表演打天下」榮獲99年度"台灣媒體觀察教育基金會"優質節目四顆星推薦。
- E、委製節目時數從98年194小時，成長到99年281小時，成長近45%。
- F、青少年奧運除了製作開幕典禮特別報導，全程實況轉播之外，每日各節新聞中亦針對青少年奧運製作專題介紹。
- G、實況轉播廣州亞運開幕典禮，新聞部並組成亞運採訪小組前往實地採訪與連線報導，自11月1日起至11月26日期間，共計發出即時新聞95則，專題與分析報導25則，重要賽事即時連線報導15次。

- H、五都選舉投開票作業，共有十五路訊號，透過光纖、Flyaway、SNG 等設備，匯集公視、華視、原視、客台的製播資源，於 11 月 27 日下午 4:00 播出至晚上 8:30。
- I、「活水溯源」及「森之歌」紀錄片，首度以 HD 高畫質製作，完整紀錄台灣四大流域環境現況，以及台灣山林百年變遷。
- J、總體見報 3,232 則、跨平台網路活動露出 396 則、電視 79 則、廣播專訪 171 則、雜誌專訪及報導 53 則、戶外媒體 91 則，舉辦記者會 27 場，活動 929 場，實體及網路活動觸達人次達 1,680,064 人次。成功提升節目收視率及能見度。
- K、共約 340 人次參與小導演大夢想計畫。166 人參與兒童評審徵選。230 人參與小導演大夢想首映場次。
- L、第四屆台灣國際兒童影展於四月份於台北信義誠品及信義威秀舉辦，約 33,500 多人次參與，拓展孩童國際視野。暑假全國巡迴共舉行 721 個場次，播放來自 13 個國家 57 部影片，活動參與人數超過 86,168 人次。
- M、公視之友捐款人數 8,875 人。整體而言會員人數維持穩定成長，電視募款捐款總額 13,214,401 元，較 98 年成長 5.08%。
- N、於全國 25 縣市文化局、圖書館舉辦 845 場影片欣賞，並舉辦 10 場「映後座談會」，累積觀賞人數約 15,000 人次。
- O、99 年公視之友月刊共計發行 225,690 本；較 98 年增加 79,542

本，擴大月刊與公視節目曝光度。

P、規劃並執行將頻道節目無網路版權疑慮的部分，進行網路直播，推出網路直播服務每日 5.5 小時。

Q、規劃並執行相關網路電視平台影音常態更新，每周八小時。並在 Youtube 平台提供了 16,214 則影片，服務 1,688 萬人次。

R、參與了 47 個影展，並達成 37%入圍入選率。本會 11 個節目於美西名校舉行巡迴展，獲得極好迴響。

S、「皇帝的玩具箱：多寶格」節目，入圍加拿大蒙特婁藝術獎並獲選為香港 SUNNY SIDE OF DOC 閉幕片，並已經在法國 ARTE 播映。「司馬庫斯」紀錄片獲得 IFA15%投資與緯創基金會 500 萬元贊助。「返家八千里：黑面琵鷺」於國內外入圍與獲獎。

(2) 健全多頻道平台營運

在此目標下主要的執行績效包括：

A、99 年 HD 頻道全年新製時數為 925 小時，較 98 年 533 小時增加 292 小時。

B、99 年維持每日 4 小時新製首播，並於特別節目播出期間（溫哥華冬季奧運期間每日首播 5 小時、美國網球公開賽期間每日首播 7 小時等）增加新製首播時數。

C、發包完成開始建設三義火焰山、南投鳳鳴站與南投集集大山三個站，預計 100 年 4 月加入高畫質頻道 HiHD 播出作業。

- D、自動化播出伺服器安裝完成，預計 100 年 4 月連結節目排成自動化系統完成無帶化播出作業。
- E、本年度持續支持公視的公民營單位共有 46 家，新客戶的開發也有成效，共計成功開發 19 家，總金額約為 1,685 萬元。
- F、全年採購節費成效預算總金額 222,735,777 元，決標總金額 181,412,002 元，節省總金額 41,323,775 元，節省總比例 18.55%。
- G、99 年中赴 NCC 做第二年試播結案報告，得到評審委員通過，並同意進入第三年試播。在修法通過前，本會以目前預算持續支應 HiHD 高畫質頻道之營運。
- H、建置公視創用 CC 網站，每日更新 15 則影片素材，並已經累積了 5,667 則影片。
- I、完成公民新聞教育資源網，提供包括相關課程的錄影 61 場影片，各地 45 位公民記者分享，及近 80 個地方議題分享與相關公民新聞研討會內容，讓公民新聞得以更深入的在地方紮根。
- J、建立公視網站影音中心，每週持續更新 56 個節目，提供國人優質的節目內容。
- K、推廣台灣宏觀電視於海內外露出，增進頻道能見度與全球影響力。經營台灣宏觀電視網站，結合新媒體，擴展頻道知名度與製播效益。

(3) 完成數位化製播環境建置

在此目標下主要的執行績效包括：

- A、製作部全年共完成教育訓練及技術研討會 72 場。
- B、於會內完成高畫質頻道形象短片。外租部分有好消息頻道及業界租用總金額超過一千二百萬元。
- C、攝影棚及 HD-OB 車視訊案建設完成。完成「建國一百年跨年轉播」18 機高畫質節目轉播。後製部分完成節目剪輯、合成、上字及節目 HD 輸出，國外 HD 影集包裝等。
- D、完成萬里站、店子湖站、三義、南投、集集大山、嘉義枕頭山、高雄中寮、高雄壽山各站微波系統、發射機系統各項參數的回傳與遙控作業。各站間也可以監控鄰站系統發射情形，避免數位電視單頻網產生同頻干擾情事。
- E、協助家電廠商完成高畫質機上盒測試，並成功導入新力索尼、國際牌網路看電視的合作事宜。
- F、寒假遊戲本觸達 29,025 人次。暑假遊戲本觸達 43,414 人次。黑面琵鷺學習光碟觸達 4,701 人次。活水溯源學習光碟觸達 332,989 人次。感恩教案達 90,272 人次。
- G、持續 DIMO 頻道續約海外播映至 99 年底；運用中華電信頻寬與技術與新媒體部合作建立本會影音中心。
- H、高畫質頻道建置計畫」：本案原訂產出 265 小時，實際產出 400

小時之節目。並陸續安排於 HiHD 頻道上播映。

- I、全年度的教育訓練成果，包括本會及會外產官學界超過 2 千 4 百人次的參與。多數的數位課程訓練，與趨勢發展中的 HD 高畫質電視、新媒體平台如 IPTV、寬頻網路電視、社群媒體發展等議題相關，讓各界探索國內外數位浪潮與產業因應之道。
- J、在數位電視與新媒體平台方面，完成多篇研究文章，提供本會與產業在新媒體發展趨勢下探索未來走向的可能性。
- K、因應廣電與通訊寬頻匯流的世界潮流，本會召集十餘次新媒體策略規劃會議，並邀請重量級講者來本會演講，探討未來發展趨勢及本會作為公共廣電因應之方向。

(4) 新聞局捐贈計畫

在此計畫下主要的執行績效包括：

- A、共同傳輸平台 95 年計畫：公視依原計畫完成金門站、台東綠島站、台中清水、馬祖站 4 個站台建置。96 年計畫：完成台中吊神山站、苗栗大湖站、宜蘭南澳站、高雄美瓏山站、台北石碇站、屏東貓鼻頭站、高雄壽山站共 7 個站台建置。98 年計畫：完成嘉義隙頂站、台北坪林站、澎湖西嶼站共計 3 個站台的建置。
- B、完成北部與南部發射站台後，北部地區 HDTV 發射系統，主要服務地區可透過本案建置站台正常收視高畫質數位電視服務總人

口數達 8,712,284 人。

C、「主控自動播出系統、HD 製播設備、傳輸平台管理系統」：本計畫整體而言皆依照計畫時程執行並辦理請款，除燈光購案因廠商延誤交貨外，其他完成驗收之系統陸續投入 HD 節目製播。

D、「95 年高畫質節目製作」：總計共產出約 412 小時，較原預定時數多出 145 小時。

E、「95、96 年度 DVB-H 行動電視與數據廣播建置計畫」：除完成頭端發射系統設備購置外，節目製作方面，重製節目原訂應產出 170 小時，實際產出 173 小時，新製節目原訂應產出 120 小時，實際產出 138 小時。

F、「數位資料庫建置計畫」：本案整體而言皆依照計畫查核點辦理設備採購與建置事宜。

G、「96 年度高畫質頻道建置計畫」：本案原訂產出 265 小時，目前已產出 400 小時之節目。並陸續安排於 HiHD 頻道播映。

H、小型南部製作中心建置完成，攝影棚雖受原有空間限制，無法提供具觀眾席之大型節目錄製使用，但具備完備之功能可滿足製作即時播出之新聞性或座談性節目，或提供資訊節目類、紀錄報導及人物介紹類之棚內節目錄製，讓未來在地的錄影功能更加全面與完善。

I、「發現南台灣」節目除題材以南台灣為本外，拍攝、後製期間

廣用南部的影視媒體從業人員參與工作，其中包括來自南部多所大專院校傳播相關科系的學生，讓同學增加節目製作實務經驗。「發現南台灣」於7月13日至29日期間，在公視頻道上午1100時段播出。

(二)上年度已過期間預算執行情形(自100年1月1日至100年6月30日止)

1、資產部分：流動資產 1,663,324 千元，基金及投資 3,099,587 千元，固定資產 3,653,902 千元，其他資產 8,578 千元，合計 8,425,391 千元。

2、負債、基金及餘絀部分：流動負債 250,676 千元，其他負債 680,272 千元，基金及餘絀 7,494,443 千元，合計 8,425,391 千元。

3、100 年度收入預算編列 2,175,893 千元，至 6 月底止執行數 905,411 千元，達成率 41.61%：包括政府捐贈預算數 900,000 千元，執行數 488,000 千元，達成率 54.22%；有線廣播電視事業發展基金捐贈預算數 103,320 千元，尚未捐贈；行政院客家委員會編列客家電視製播經費 400,000 千元，執行數 152,362 千元，達成率 38.09%，財團法人原住民族文化事業基金會編列原住民族電視製播經費 330,000 千元，執行數 79,857 千元，達成率 24.20%；僑務委員會編列台灣宏觀電視製播經費 141,118 千元，執行數 53,181 千元，達成率 37.69%；另遞延政府捐助收入轉列捐贈收入 25,077 千元。

自籌款包括公私機構、團體或個人捐贈、孳息收入、活動收入、代製節目收入及其他收入合計預算數 301,455 千元，執行數 106,934 千元，執行率 35.47%。100 年度支出預算編列 2,443,617 千元，執行數 1,079,676 千元，執行率 44.18%。

五、其他

本年度無重大承諾事項暨或有負債。