

財團法人公共電視文化事業基金會

總 說 明

中華民國 102 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，102 年度政府編列預算捐贈 899,999 千元。爰依法編製公視基金會 102 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。

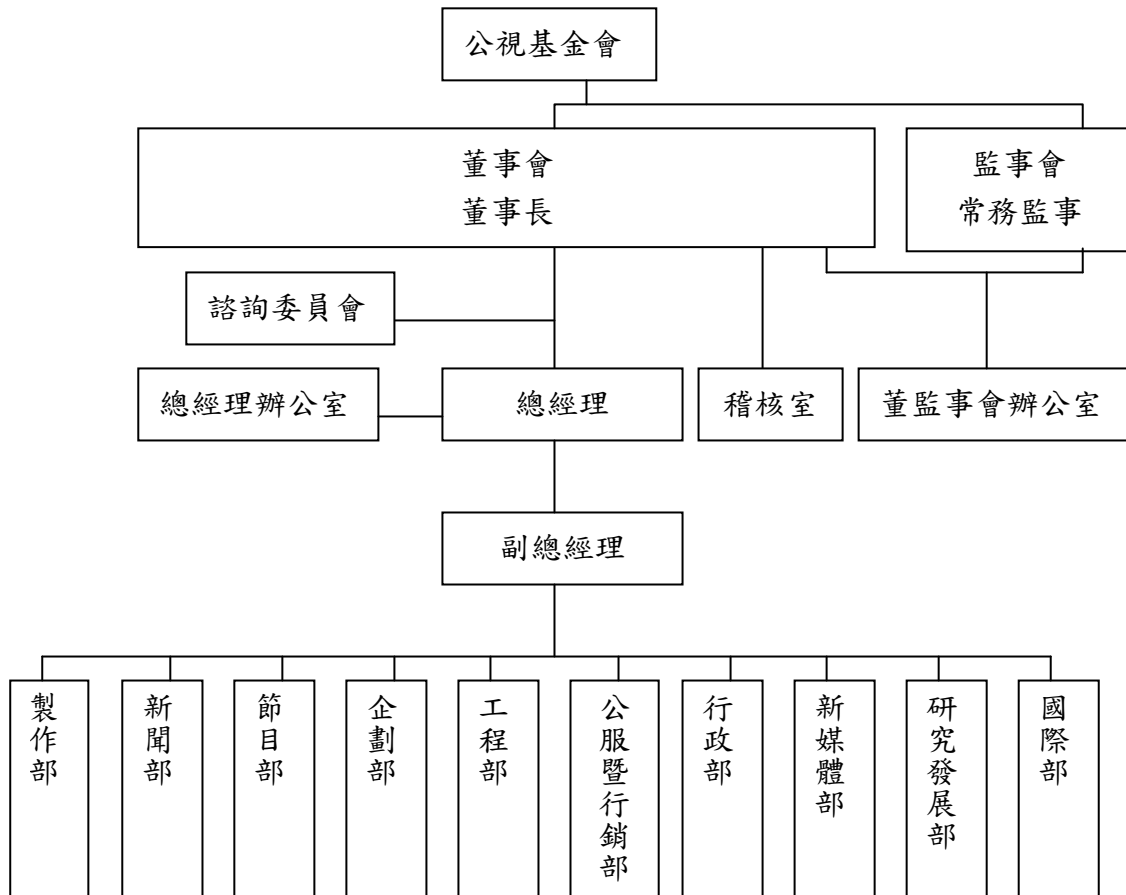
總經理為督導管理公廣集團之需，下設辦公室並置主任1人及必要人力推動相關事宜。

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。

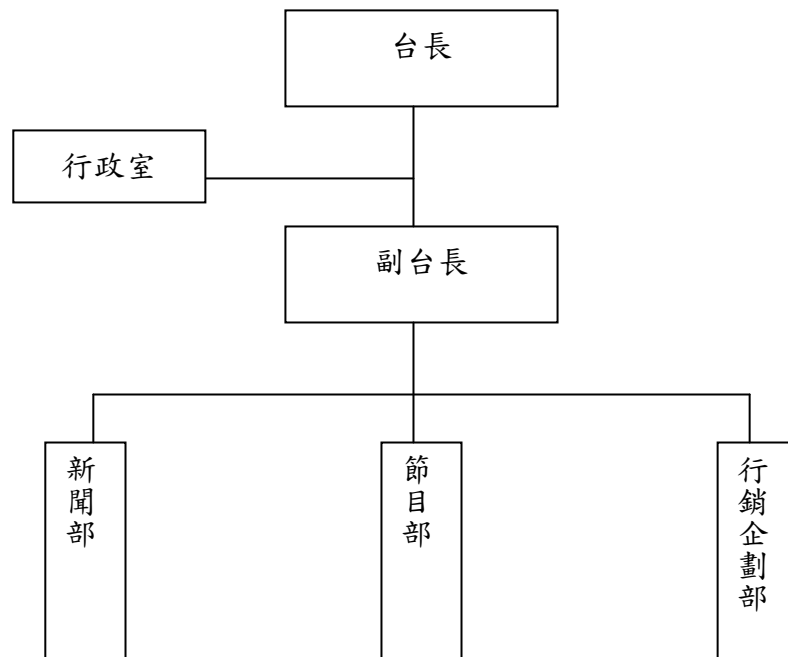
(10)國際部職掌：

- 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。

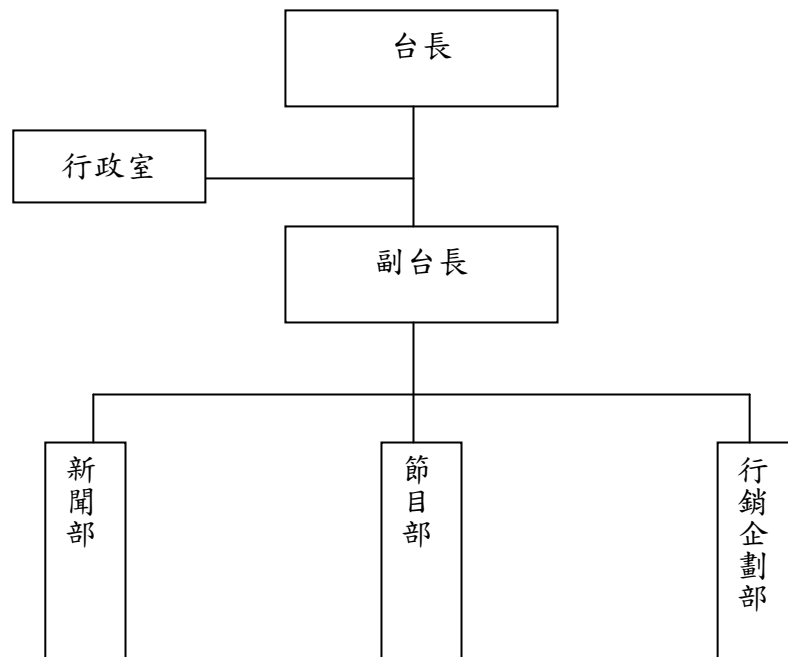
G、國內外節目影展參賽事宜之辦理。

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、強化觀眾對公視信任度，提升頻道影響力。

B、提升人員創新能力，激發節目多元創意。

C、成為國內高畫質數位影音節目的領導品牌。

(2) 整合公廣集團運作，發揮集團綜效

A、各頻道共用節目製播資源，增益集團總體影響力。

B、增加高畫質節目製播時數並持續提升品質。

(3) 開創新媒體服務平台

A、擴大各類新媒體平台節目播送與隨選服務功能。

B、落實數位資料庫儲存及影音檢索服務。

(4) 連結世界展現台灣

A、引進國外優質節目，開拓國人多元世界觀。

B、加強國際合製並與業界分享經驗。

C、積極參與國際廣電產業活動。

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「移動」為主軸呈現客家圖像

- A、以客家數百年來之「移動」精神出發，製作年度戲劇、紀錄片及新聞專題等不同型態節目，呈現不同時代、不同區域與不同家族對「移動」的脈絡與詮釋。
- B、尋找國際與「移動」相關之優質節目，呈現不同角度與面向，讓觀眾有更多不同的比較。
- C、配合戲劇、新聞等節目規劃專屬之視覺頻道包裝，同時辦理相關之行銷活動。

(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深耕客家，並增進客家不同腔調鄉親間相互之理解與尊重。
- B、展現台灣多元族群之特色，製作戲劇、紀錄片及新聞等各類型之節目，透過節目讓各族群間了解不同文化背景及精神。
- C、參與「世界原住民廣電聯盟」WITBN，促進客家之國際視野，並與世界各族群或少數語言頻道密切互動。

(3)進階培育客家影音編播之人才

- A、辦理台內人員之客家與電視相關教育訓練，並針對年度主題規畫教育訓練課程。

B、辦理台外人員之相關人才培訓班，厚實客家影視人才庫，以期能參與客家電視台之相關工作。

(4)持續推動進入公視及相關籌備工作

A、積極尋求基金會內各頻道合作之可能，包括共同製作節目與購片策略。

B、邀請關心客家電視發展之相關人士，包括產官學與一般大眾，共同討論進入公視後客家電視定位及未來方向。

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，關注環境

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，前進南島

A、以南島民族的原鄉角色，關懷南島文化發展。

B、多面向紀錄保存文化，傳承智慧與生態永續理念。

(3)數位升級，人才加值

A、強化同仁專業技能訓練並加強語言與文化的能力。

B、運用多元傳播平台，結合新科技，推廣傳統文化。

C、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、推展 WITBN 合作業務，加強跨國交流，增加原視的國際影響力。

C、積極參與國際影展並合作辦理尼泊爾國際影展。

(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、增加 HiHD 頻道、公視頻道新製節目時數。

B、提升全頻道觸達率。

C、提升各節目之觀眾滿意度。

(2)節目部：

A、激發多元創意，公開徵求優質的節目企劃案和製作單位，製播高畫質音樂節目、迷你電視劇集、高畫質單元劇，提供閱聽大眾更多元的節目內容。

B、持續增加高畫質節目製播時數，含括表演藝術、兒少、紀錄片、音樂、戲劇等各類型節目。

C、深耕具有公視特色的節目，發揮公視公共多元服務精神及角色定位，讓觀眾有更多元優質的節目選擇，並持續開發新的節目型態。

(3)新聞部

A、增加重大國際新聞事件採訪報導。

B、增加兩岸新聞採訪報導。

C、發揮公視新聞影響。

(4)製作部：

A、規劃教育訓練與工作經驗分享，刺激創新思維，以因應高畫質節目製作需求。

B、對內提供高畫質節目錄製及後製資源，對外提供高畫質設備與業界共享，提升高畫質節目製作水準及設備使用效益。

(5)工程部：

A、發揮站台發射設備備機使用機制，強化收視戶收視品質。

B、整合主控播出資源，提供公視/原/客/宏觀各平台交互使用與備源播出。

(6)公服暨行銷部：

A、辦理公視相關之服務及活動，加強民眾與公視互動機制。

B、針對年度重要高畫質節目進行跨平台行銷宣傳推廣。

C、開發建置版權數位化行銷通路。

(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，對於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、因應數位化製播環境建置已臻完備，協調各部門檢視並修訂製播流程及製播技術規範。
- B、掌握組織與時俱進之發展，進行會內管理辦法及法規之檢視與修訂。
- C、蒐集傳播科技、產業環境相關最新資訊，週知同仁並與業界分享研究成果。

(9)新媒體部：

- A、因應行動裝置不同之作業平台推出應用軟體，加強影音服務之功能。
- B、強化資料庫影音網路速度、品質管控，確實掌握資料庫內藏之正確性及檢索的服務品質。

(10)國際部：

- A、舉辦世界公視大展精選，紀錄片時段播放國內外優質紀錄片。
- B、針對國際市場與影展，整合會內資源與人才，規劃執行國際合製節目。
- C、規劃執行參與國際廣電組織、論壇會議與影展，與各國影視媒體建立合作關係。

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「移動」之戲劇節目，作為年度目標題材。
- B、以「移動」為主題，透過紀錄片挖掘客家移動史，並與現代社會對話。
- C、持續紀錄與製作客家文化風貌，呈現客家人的生命史觀，彰顯客家之文化價值，並與現代社會相連結。
- D、廣邀各領域專業人參與製作不同類型之節目，特別是具有客家特色的音樂與說唱藝術，努力推廣與開發客家新市場。
- E、針對不同年齡層提供多元的兒童與青少年節目，長期累積觀眾基石，並持續製作腔調語言教學節目。
- F、積極為銀髮族提供互動、學習、公共服務的節目。

(2)新聞部：

- A、針對年度主題「移動」製作相關系列報導與專題，除客家族群外，也包括新移民、原住民、河洛族群等相關報導。
- B、堅持族群頻道的精神，持續對族群與少數語言相關之活動、事件與公共議題等相關報導與探討。
- C、增加客家新聞露出機會，除將每日新聞之「客家焦點」單元上傳至網路平台，也爭取在「公視新聞平台」播出。

- D、培植客家後生新聞、氣象主播，積極培養客家後生傳播人才。
- E、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與再利用。
- F、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。

(3)行銷企劃部：

- A、針對年度主題「移動」，規畫各類型節目進行跨平台行銷宣傳與推廣。
- B、積極參與國內外影展競賽，或相關的論壇會議，跨越族群與國界行銷客家。
- 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、加強運用新媒體平台，增加客家節目傳輸播放，並提供海外客家鄉親多一種選擇途徑。
- E、持續建置節目產業資訊系統，以更有效運用產業影音資料。
- F、持續辦理台內外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、積極尋求與國內非營利組織密切結合，善盡企業社會責任。

(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、協助提供相關產業與學術之報告與趨勢分析，提供整體年度目標之策略與規劃的參考。

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、以原住民傳統智慧觀點、關懷台灣議題現況。
- C、提供生活資訊類節目，推展多元知識教育功能。
- D、報導傳統文化與人文感人趣事、傳承永續文化不滅。
- E、節目力求創新，強化數位製作能力與培養技術人才。
- F、從部落出發並與外部媒體合作，擴大資源與影響力。
- G、經營族群特色節目，連結南島文化，增進頻道影響力。

(2)新聞部：

- A、傳遞資訊，滿足原住民族觀眾基本知的權益。
- B、強化族群間對話，向非原住民族社群傳遞原住民族觀點，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。
- F、彌補台灣社會長期缺乏原住民族觀點之新聞的缺憾。

(3)行銷企劃部：

- A、守望原鄉產業，關注環境為年度主題節目，規劃節目行銷活動
融合產業及環境，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、加強原視人才進階培訓課程，提升原視行銷專業能力，配合部
內員工知識的提升，積極推動多元學習管道，達到專業能力提
升。
- E、加強公共服務訊息之傳播，強化原視公共媒體角色功能。
- F、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。
- G、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。
- H、積極聯繫尼泊爾國際影展主辦單位 IFA(Indigenous Film
Archive)，並規畫合作模式，成為長期合作夥伴及建構南島民
族影像連結平台。

(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，俾使預算能達到最佳化之資源配置。

B、提升各項行政與服務之品質，規劃適切教育訓練以強化同仁問題意識與創新解決問題能力。

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 168,831 千元、公共服務暨行銷業務 189,457 千元、新聞節目製作購買 426,037 千元、一般節目製作購買 571,670 千元、節目企劃購買 64,359 千元、節目製作播映作業 400,298 千元、工程作業管理維護 327,674 千元、研究與發展 24,244 千元、新媒體業務 109,343 千元、國際事務推廣 158,011 千元及其他損費 2,000 千元，共計 2,441,924 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、增加 HiHD 頻道新製時數達 1500 小時，公視頻道新製時數達 40%。

B、節目類型多元化，服務各族群觀眾，使公視全頻道觸達率達 90%。

C、舉辦節目焦點團體訪談，深化節目品質研究，使節目有效服務目標觀眾。

(2)節目部：

A、透過公開徵案製播迷你連續劇和 HD 單元劇，以及高畫質音樂節目，發掘影視優秀人才，提供台灣影視工作者更寬廣多元的創作空間，也提供觀眾更多元的戲劇主題和動人的故事。

B、節目部年度各類高畫質節目新製時數增加。

C、擴大公視主要時段節目的收視影響力，促進公民社會教育文化、民主人權以及科學的素養。

(3)新聞部：

A、規劃國際專題採訪，提供國人多元視野。

B、規劃兩岸專題採訪，提供政經發展趨勢。

C、努力達成 2013 年收視率與收視質目標。

(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多元的製作能力，以提升專業的製作品質。

B、高畫質轉播車、成音車、攝影棚及後製設備的整體運作，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、充分發揮站台發射機設備備機使用機制，以提升觀眾收視公共電視電視節目的穩定度。

B、充分發揮主控信號中心功能，降低軟硬體重複投資費用。

(6) 公服暨行銷部：

A、從各類互動中，強化觀眾對公視的信任，進而提升公視的影響力。

B、藉節目之宣傳，增強高畫質節目領導品牌形象。

C、擴大發行服務業務績效。

(7) 行政部：

A、提增各項資產(基金、經費以及固定資產如辦公大樓與轉播站)之運用效益，增益自籌經費規模。

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、或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、完成會內製播流程及製播技術規範必要之修訂，並完成佈達及相關教育訓練。

B、完成會內管理辦法及法規必要之彙整與修訂，並完成公告。

C、相關研究報告即時公布於官網特定服務頁面“岩花館”，便於各界參用。

(9)新媒體部：

A、提供觀眾跨平台收視公視影音內容，增加民眾接觸公視內容的便利性。

B、提升本會媒體資材管理與應用之效率。

(10)國際部：

A、邀請國外優質影片導演訪台，與國內觀眾及業界交流；在主題之夜時段，透過影片播映加上專家訪談，增加國人對多元世界的理解。

B、確保國際合製節目在國外頻道或影展播映，並透過舉辦工作坊的方式，與同業分享製作經驗，提升國內影視製作水準。

C、加強公視與國際廣電社群實質的交流互動，建立公視在國際影

視媒體間的知名度與可信度。

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 30 集以「移民」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。
- B、拍攝關於移民與客庄風情人物為題之紀錄片與行腳節目 50 小時以上，留下更多客家的珍貴影像與論述。
- C、策劃製播 2 至 3 種不同類型之客家音樂節目，邀請老中青不同世代以上北、中、南、東的歌手參與，並標明客家電視影片上傳其他網路平台播放。
- D、製播符合需求規範時數之客家傳統戲曲以滿足觀眾，並傳播客家傳統戲曲的文化底蘊。
- E、善盡族群頻道彰顯公共價值的責任，預計邀請超過 200 位客家鄉親與社區代表參與公共服務節目。
- 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、經營兒少節目至少 90 小時，包含強化腔調時段的經營，包括童謠、念謠與少數語言腔調節目等。

(2)新聞部：

- A、預計針對「移民」議題，於每日新聞中播出 5 至 10 則系列報導；「客家新聞雜誌」記者製作 4 個系列專題報導；「村民大會」節目探討國內移民政策及應有之作為。
- B、確定客家人事物相關新聞報導，需顧及北、中、南、東等不同區域，至少需符合年度目標之「客庄地區文化與產業傳播露出之區域比例」。
- C、將暗夜新聞錄製成「網路版」客庄新聞至少 300 集，並經轉檔後上傳至不同網路平台，增加網路族群收視客家新聞之接觸率；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。
- D、積極培育 1 至 2 名客家後生主播，以厚實客家傳播專業人員。
- E、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。
- F、於最夜新聞、村民大會、客家新聞雜誌等新聞時段與新聞節目中，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，並納入公視集團之「客家電視台」定位策略之參考。

(3)行銷企劃部：

- A、年度主題「移民」之行銷公關宣傳，並期待引發觀眾迴響與百

則媒體露出；並持續配合不同主題舉辦各式活動，以達成年度目標之公民服務人次。

B、增加網路影音播出平台，全年度與新聞、節目共同合作至少 400 則上傳檔案，加強客家能見度。

C、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；或是增加一處客家電視館，以加強客家能見度。

D、至少參與一次族群或國際論壇會議，增加客家電視發表機會。

E、持續開辦培育人員班別，希望培訓至少 20 人以上之新血。

F、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。

G、依據立法院審議公視法修法進度，適時邀請各界參與討論客家電視的未來發展與期待。

(4)行政室：

A、建立透明與合理之財務規畫。

B、持續管理各部門預算以達最佳化之配置，並以達成製播各類型節目為目標。

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、提供客家相關研究納入整體目標、節目製作之概念或內容之參考，以期更前瞻與創新客家電視之發展。

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，文化生活資訊及南島民族節目至少 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 3 場次與國外影片交流至少 3 個節目。

E、製作年度國內外紀錄片至少 5 小時。

(2)新聞部：

A、首開先例，族語新聞時段大量呈現各族原住民族文字，將族語文字化，傳承原住民族語言與文字。

B、因應本台 2013「前進南島」總目標，將製播前往東南亞南島民族地區之新聞專題。於每日新聞、新聞雜誌時段播出，並於族語新聞時段重播。

C、透過與世界各國原住民族電視台的新聞交換平台，交換製播世界各國原住民族電視台與水源、土地相關之新聞專題。

D、於論壇節目、新聞雜誌節目探索南島相關議題。

E、族語新聞時段擴大氣象服務範圍，14 族族語新聞時段播出該族

氣象預測，並與氣象局簽署合作備忘錄，建立長期合作機制。

(3)行銷企劃部：

A、原視網站每月瀏覽人次達 30 萬人次。

B、培訓暑期實習生至少 30 名。

C、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、配合公廣創新多元之提升目標，規劃適切全台同仁之專業教育訓練，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 899,999 千元、有線廣播電視事業發展基金編列預算捐贈 108,647 千元、客家委員會編列客家電視製播經費 402,700 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 315,388 千元、僑務委員會編列台灣宏觀電視製播經費 115,850 千元、公視基金會自行對外籌募資金 282,940 千元(公私機構、團體或個人捐贈 89,900 千元、孳息收入 15,760 千元、活動收入 20,000 千元、代製節目收入 38,000 千元、其他收入 119,280 千元)，共計 2,125,524 千元。

2、營運支出

行政管理 168,831 千元、公共服務暨行銷業務 189,457 千元、新聞節目製作購買 426,037 千元、一般節目製作購買 571,670 千元、節目企劃購買 64,359 千元、節目製作播映作業 400,298 千元、工程作業管理維護 327,674 千元、研究與發展 24,244 千元、新媒體業務 109,343 千元、國際事務推廣 158,011 千元及其他損費 2,000 千元，共計 2,441,924 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、小型南部製作中心規劃案、東部高畫質電視主發射站建置計畫及國家通訊傳播委員會補助數位電視改善站優化專案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 102 年度需提列 316,400 千元折舊費用，致使本年度預算收支結紬 316,400 千元。

(二)現金流量概況

本年度營業活動預計淨現金流入 192,278 千元，投資活動預計淨現金流出 87,743 千元，融資活動預計淨現金流出 877 千元，本年度現金及約當現金預計淨增加 103,658 千元。

(三)淨值變動概況

本年度淨值預計為 7,327,913 千元，較上年度減少 316,400 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 1,837,094 千元，基金及投資 2,947,608 千元，固定資產 3,542,815 千元，其他資產 131,698 千元，合計 8,459,215 千元。

2、負債、基金及餘絀部分：流動負債 535,713 千元，其他負債 19,050 千元，基金及餘絀 7,904,452 千元，合計 8,459,215 千元。

3、收入預算編列 2,175,893 千元，執行數 2,099,334 千元，達成率 96.48%：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 108,648 千元，達成率 105.16%；遞延政府捐助收入轉列捐贈收入 25,475 千元；製播客台、原視及宏觀頻道節目收入預算 871,118 千元，執行數 791,848 千元，達成率 90.90%；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 273,363 千元，執行率 90.68%。支出預算編列 2,443,617 千元，執行數 2,490,387 千元，執行率 101.91%。本年度因認列華視投資損失 229,039 千元，致本年度收支相抵後結絀 391,053 千元。

4、100 年度公共電視台的年度計畫目標共有六項，分別是成為公眾喜愛信賴並習慣收視的標竿媒體、節目製作高畫質化、節目傳播多平台化、擴大公共服務節目資源運用多元化、新聞局捐贈計畫以及國家通訊傳播委員會捐補助計畫。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、全年新製節目時數達 3,426 小時，為歷年新高；全年頻道市場佔有率達 1.11%。
- B、晚間九點大眾娛樂節目強調「親子要溝通，問題勇敢說」的精神深獲觀眾認同，除網站討論區反應熱烈，收視率亦為歷來表現最佳。節目與主持人均入圍 100 年度金鐘獎。
- C、「誰來晚餐」截至民國 100 年底，共播出 134 集，節目關注台灣社會各階層的家庭，在收視表現上日趨進步。
- D、HD 高畫質單元劇「最難忘的故事」播出後收視率創新高，並入圍 13 項金鐘獎。其中「歸·途」還獲得台北電影獎最佳男主角獎。
- E、HD 迷你連續劇「他們在畢業的前一天爆炸」榮獲 100 年電視金鐘獎 8 項入圍，獲得金鐘迷你劇集/電視電影「最佳節目、編劇、男主角、男配角、女配角」五項大獎。此外亦榮獲 2011 亞洲電視-最佳連續劇獎，FB 專頁超過六萬名粉絲，發行千套 DVD 全部售完。
- F、推出台灣第一部流行音樂產業紀錄片「聽時代在唱歌」，本節目是公視與滾石文化，歷時八年的籌備製作，訪問超過 150 位音樂人，搜羅超過 1,450 則的珍貴版權資料製作而成。
- G、100 年共錄製 41 場 HD 高畫質表演藝術演出，內容包括傳統戲曲及音樂演出，推廣表演藝術並累積藝術教育傳承之素材。

- H、進行非線性製播作業，達成每日新聞自動化系統上線目標。
- I、100 年度總體見報 3,201 則、跨平台網路活動露出 1,020 則、電視 83 則、廣播專訪 140 則、雜誌專訪及報導 19 則、戶外媒體 9 則、其他如海報、coolcard 等文宣品宣傳 63 則，共舉辦記者會 28 場，活動 64 場，實體及網路活動觸達 505,011 人次。
- J、進行「公視創作夢工場-學生劇展推廣計劃」，上下半年分為學生創作分享與業界先進傳承兩階段進行，安排導演前進校園，與師生進行作品經驗分享及創作心得交流，近 20 場的校園映後座談，觸達 5,000 人次。

(2) 節目製作高畫質化

在此目標下主要的執行績效包括：

- A、全年新製時數達 1,253 小時，較 99 年增加 328 小時。
- B、高畫質轉播車全年完成自用及合作錄影轉播共計 96 場次，四個高畫質攝影棚提供 411 棚次作為高畫質節目錄影及轉播之使用。
- C、規劃 HD 製作流程、5.1 環繞音場收音及後製實務、HD 成音系統、HD 音效系統、HDTV 攝影棚燈光、HD 錄放影機、皮克斯動畫燈光與製作流程等教育訓練，全年度執行完成 165 場。
- D、提供好消息頻道全年租用 HD 第七攝影棚錄製高畫質節目、轉播車部份提供福廣集團錄製「海峽梨園情」、NHK 錄製「歌唱 in 台灣 NHK 揚聲」、中視轉播「廣播、電視金鐘頒獎」、ESPN 轉播

「瓊斯盃男籃、女籃賽」及 TVBS 轉播「建國百年系列晚會」等，發揮設備資源的使用效益。

E、建設中部三義、南投兩個主站台及 22 個全國改善站增加高畫質電視服務區域，提高人口涵蓋率，全國人口涵蓋率約 87%。加高南投站天線 15 米改善台中南屯收視狀況。

F、舉行數位或製播技術專業相關的教育訓練 140 場次，共計 815 授課小時，總人數達 1,128 人次。

G、高畫質節目「司馬庫斯」獲蒙大拿最佳原住民節目獎、入圍亞洲電視節最佳紀錄片等、與法國藝文公視 ARTE 合製「話畫」，並在 ARTE 播出，「清明上河圖」獲選加拿大蒙特婁藝術影展。

(3) 節目傳播多平台化

在此目標下主要的執行績效包括：

A、完成 108 小時線上收看藝文節目服務，並於公視官網影音中心開闢「文化、藝術」專頁。

B、新聞部各個節目網站持續進行內容改版，以服務閱聽人。

C、與羅森公司簽約合作將「古典魔力客」節目推行至 App Store 新媒體銷售。

D、與益科公司合作將「福爾摩沙的指環」節目提供作為網路應用學習之用。

E、新聞及節目資訊等都在 Youtube 及中華電信網路上播出。

F、加入 iPhone 與 Android 手機的 APP 功能，讓觀眾在手機接收時可以收看公視新聞與節目 Promo。

G、依 100 年宏觀製播規範需求製播台灣宏觀電視，提供多元節目類型。海內外授權達 55 家媒體播出宏觀自製節目。經營台灣宏觀電視網站，結合 youtube、臉書、微博等新媒體，擴展頻道知名度與製播效益。

(4) 擴大公共服務節目資源運用多元化

A、於全國各縣市文化局、圖書館以及大學院校等共 134 個地點舉辦 1,328 場影片欣賞，並舉辦 14 場「映後座談會」，累積觀賞人數約 22,800 人。

B、共計 4,788 人次參與各項會員專屬活動。

C、「音樂萬萬歲」電視演唱會及「百年民與國」試映會共計 68 人參加。

D、生日卡共寄出 6,659 張。特殊節日或各項活動 EDM 共寄出 24,186 封。

E、公視之友月刊共計發行 231,420 本。

F、「小導演大夢想工作坊」暑假營隊共約 830 人次參與，產出的 10 支短片作品已於 2012 年 01 月 20 日交片。

G、成人影像創作營共計 45 人參與，為期 5 天，產出 7 支短片。整體滿意度部分，滿意達 61%，非常滿意達 39%。

- H、今年首度以議題式的方式規劃「卡通動畫營」課程，並開放八八風災重建區學童參與。台北場有 42 位學員，高雄場有 45 位學員；兩場次營隊平均有 89%的學員對整體安排及服務感到滿意。
- I、了解媒體產製流程的「小記者營隊」活動期間共計 273 人次參與，共有 84%學員對本次活動整體評價感到滿意。
- J、「行動報馬仔」手機數位創作營共計 316 位同學報名，125 位學員參與活動，全台來自 54 所國高中同學受益。共完成 21 支 1-3 分鐘的短片，並放置在 Youtube 上分享。
- K、「賽恩斯動物狂想假期」遊戲本教材為 99 年度跨 100 年度之計畫，100 年度共計觸達 29,173 人。
- L、暑假遊戲本「歡慶 100 看台灣看世界」國字版與注音版共發行約 44,400 本，寒假遊戲本「2012 馬雅文化之旅」為 46,000 本。
- M、「送給孩子的感恩小故事，品格互動教學手冊」感恩教材申請人次約 3,200 人。

(5) 新聞局捐贈計畫

在此計畫下主要的執行績效包括：

- A、95 年數位電視共同傳輸平台建置部分，已依計畫完成金門站、台東綠島站、台中清水站、馬祖(東引)站、花蓮舞鶴站共 5 個站台建置，並已辦理結案。連同 92、93、94、96、98 年(97 年

未編列計畫預算)共6個計畫,達成固定接收之數位無線電視(SD)訊號涵蓋全國土地面積 19,508.21 平方公里,服務全國人口數 19,324,716 人,人口涵蓋率達到 85.45%。

B、關於公共廣電數位化發展與高畫質電視頻道建置計畫,有如下的執行成果。

- a. HD 網路發射系統:北中南 9 站台之覆蓋人口數達 87.03%。
- b. 主控自動播出系統、傳輸平台管理系統及 HD 製播設備皆已開始上線支援 HiHD 頻道節目製播業務。部份設備如 HD OB 車曾轉播 2011 年雙十國慶晚會、100 年度廣播金鐘獎等活動。
- c. 數位資料庫子計畫之數位片庫、新聞自動化採編播系統亦開始支援本會新聞及其他節目製播業務。

(6) 國家通訊傳播委員會捐補助計畫

在此計畫下主要的執行績效為:

對於捐補助公視採購數位電視改善站優化設備專案計畫,本會除如期於預定工作時程完成本案外,21 個改善站配合北、中、南、東共 12 站主站台之 HD 訊號覆蓋,整體人口覆蓋率可達 91.64%。

(二) 上年度已過期間預算執行情形 (自 101 年 1 月 1 日至 101 年 5 月 31 日止)

- 1、資產部分:流動資產 1,799,135 千元,基金及投資 2,877,598 千元,固定資產 3,453,931 千元,其他資產 5,408 千元,合計 8,136,072

千元。

2、負債、基金及餘絀部分：流動負債 168,420 千元，其他負債 99,946 千元，基金及餘絀 7,867,706 千元，合計 8,136,072 千元。

3、101 年度收入預算編列 2,160,987 千元，至 5 月底止執行數 833,130 千元，達成率 38.55%；包括政府捐贈預算數 901,000 千元，執行數 420,086 千元，達成率 46.62%；有線廣播電視事業發展基金捐贈預算數 105,935 千元，尚未捐贈；客家委員會編列客家電視製播經費 400,000 千元，執行數 153,360 千元，達成率 38.34%，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，執行數 125,524 千元，達成率 38.10%；僑務委員會編列台灣宏觀電視製播經費 132,152 千元，執行數 47,943 千元，達成率 36.28%；另遞延政府捐助收入轉列捐贈收入 5,121 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 292,400 千元，執行數 81,096 千元，執行率 27.73%。101 年度支出預算編列 2,491,603 千元，執行數 869,905 千元，執行率 34.91%。

五、其他

本年度無重大承諾事項暨或有負債。