

# 財團法人公共電視文化事業基金會

## 總 說 明

中華民國 103 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，103 年度政府編列預算捐贈 9 億元。爰依法編製公視基金會 103 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。

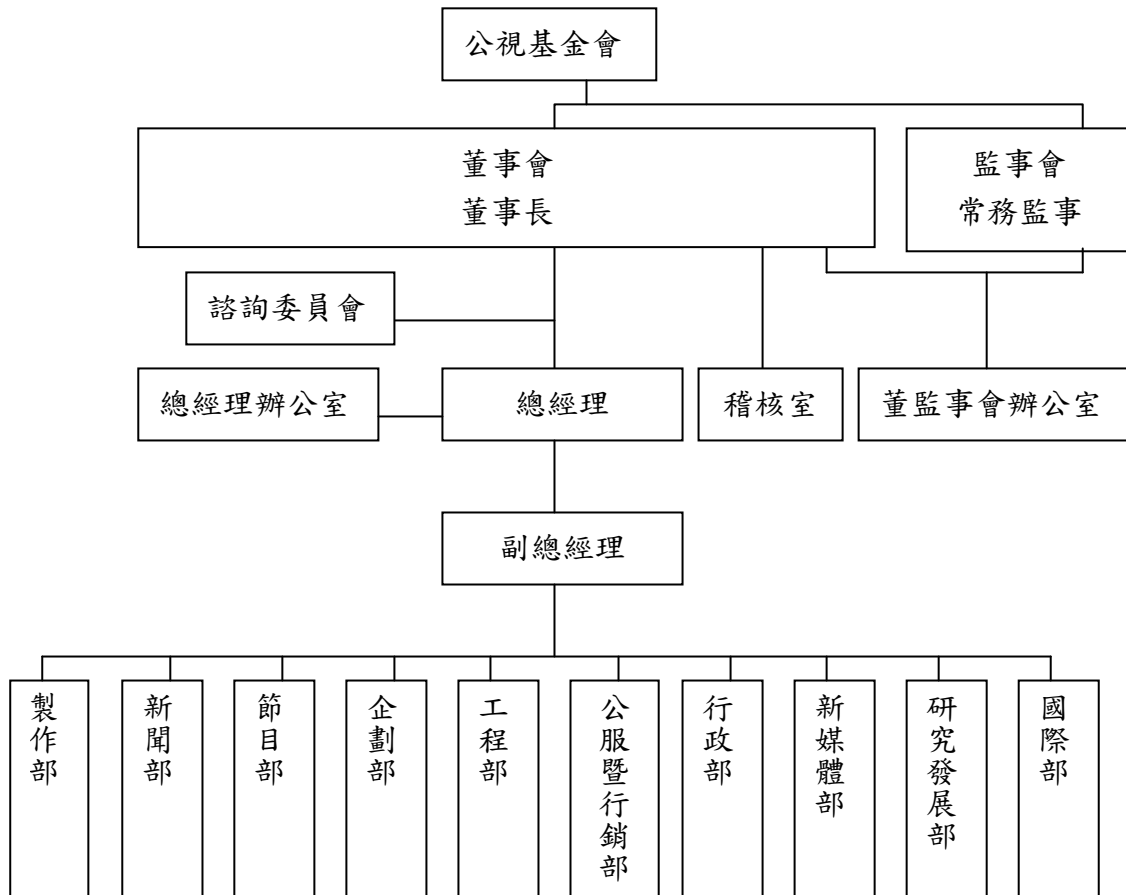
總經理為督導管理公廣集團之需，下設辦公室並置主任1人及必要人力推動相關事宜。

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。

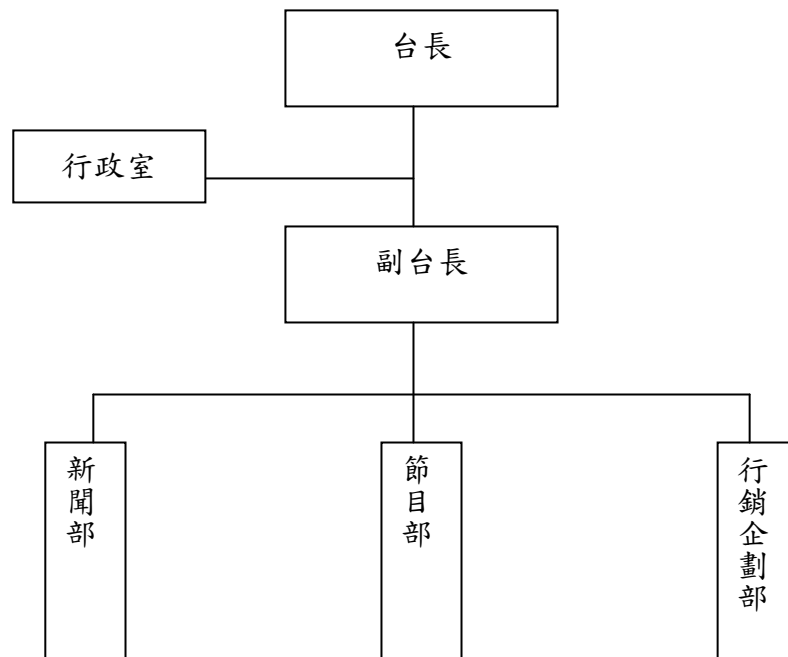
(10)國際部職掌：

- 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。

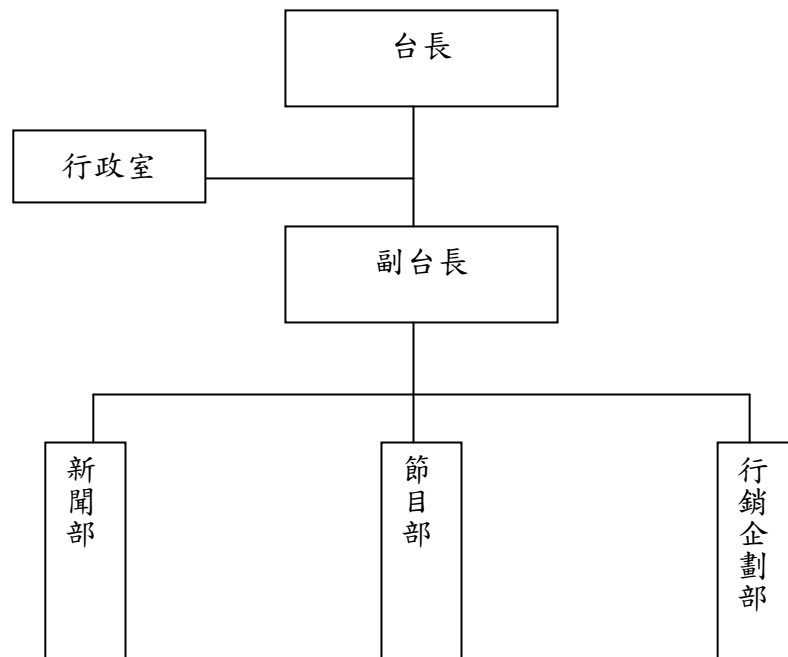
G、國內外節目影展參賽事宜之辦理。

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 3 項：

- (1) 實踐公共價值、貫徹公共問責，贏取全民信賴。
- (2) 精進數位能力及創新服務，建構文創製播平台。
- (3) 連結世界展現台灣，引介多元文化豐富國人視野。

#### 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「家族」為主軸呈現客家圖像

A、以客家「家族」精神出發，製作年度戲劇、紀錄片、行腳及新聞專題等不同型態節目，呈現家族的故事、脈絡與符合現代社會之詮釋。

B、購買與「家族」相關之優質節目，呈現不同角度與面向，提供觀眾不同的比較。

C、配合戲劇、新聞等節目規劃專屬之視覺頻道包裝，同時舉辦相關之行銷活動。

##### (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持續密切互動。

(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，並針對年度主題與電視傳播趨勢發展規劃相關教育訓練課程。

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，土地發展

A、關注原鄉脈動、守護土地權益。

B、傳遞生活資訊、拉近城鄉差距。

C、強化原民觀點、分享山林智慧。

(2)記錄傳統，文化扎根

A、建構多元平台、傳承文化精神。

B、記錄文化資產、保存影音資料。

C、傾聽部落聲音、提升族語運用。

(3)數位升級，培育人才

A、發展創新節目、強化數位創作。

B、提供暑期實習、培育傳播人才。

C、加強員工訓練、提升專業技能。

(4)開發網路行銷管道，連結國際合作平台

A、運用網路平台、提供新聞交換。

B、積極參與影展、提升頻道聲譽。

C、整合網路資訊、提供多元傳播。

## (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、提升頻道觸達率。
- B、增加高畫質製作之文化藝術節目時數。
- C、排播各國優質節目，拓展觀眾多元視野。

#### (2)節目部：

- A、公開徵選具公共價值精神的高畫質節目，讓國內優秀的製作團隊擁有優質的製播平台。
- B、提升質量、深耕公視戲劇品牌。角逐國際影展，以優質戲劇走進世界展現台灣。
- C、製播系列紀錄片探討台灣產業與人才的核心競爭力，和其所面臨的新挑戰。

#### (3)新聞部

- A、籌辦 2014 年六都市長選舉辯論。
- B、規劃重大國際與兩岸新聞事件採訪報導。
- C、發揮公視新聞影響。

#### (4)製作部：

- A、逐步更新高畫質製播設備、提升節目製作品質，與業界資源共

享、提升設備使用效益。

B、加強觀摩、研討及教育訓練，以精進高畫質節目製作品質。

(5)工程部：

A、優化公共電視傳輸服務品質，強化數位無線發射網路的穩定性。

B、整合改善現有自動播出系統暨影音伺服器與數位片庫間之連結，提供更具效率的播出平台。

(6)公服暨行銷部：

A、針對高畫質及重要標竿節目，進行跨平台整合行銷推廣。

B、發展多元服務及活動，與民眾溝通互動。

C、積極增加自籌經費，製作優質節目及辦理活動服務。

D、與數位化接軌，建構節目版權及產品多面向行銷。

(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，對會內各項管理制度，適時提出調整與建議。

C、規劃適切之教育訓練計畫，以提增職務專業知能。

(8)研究發展部：

A、舉辦公共問責座談，蒐集公眾意見，擬具公共價值評量體系研

修參考建議。

B、掌握國際廣電技術與政策趨勢，累積後數位電視再躍進潛能。

C、規劃教育訓練課程，強化組織體質。

(9)新媒體部：

A、提升新媒體開發技術，推出公視隨選視訊多平台服務。

B、進行館藏影音資料數位化工程，提升數位片庫檢索與節目製播效率。

(10)國際部：

A、規劃執行公視參與國際影展與競賽、國際廣電組織、論壇會議，推廣公視節目在國際頻道與國際影展放映。

B、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。

C、舉辦第六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。

## 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、規劃及製作年度主軸「家族」之戲劇節目，作為年度目標題材。

B、以「家族」為主題，透過紀錄片、行腳節目挖掘客家故事，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、持續廣邀各領域專業人士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與目標觀眾貼近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「家族」製作相關係列報導與專題，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、事件與重要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，讓公視基金會內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「家族」，規劃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。
- F、邀請各界關心客家電視發展之人士，討論進入公視後客家電視定位及未來方向。
- 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)新聞部

- A、 103 年規劃以“土地、教育”為主軸的各項新聞主題，檢視原住民土地多年來的流失爭議以及原住民語言、文化教育上的推廣。
- B、 提供即時之原住民新聞節目，製播深度專題報導及紀錄片，反映部落需求，達到守望原鄉之目的。
- C、 製作原住民討論之節目，關注原住民族重大事務的分析和探討。
- D、 製播各族之族語新聞節目，強化族語教育，傳承文化並發揚並保存傳統智慧。
- E、 建構數位影音資料庫之連結，強化數位製播及多媒體露出效益。
- F、 結合外部資源並透過產官學界之合作機制，提供多元的新聞視角。
- G、 製作 103 年七合一選舉專案特別節目。
- H、 強化新聞延伸議題的追蹤，提升社會影響力。
- I、 結合 WITBN 國際原住民廣電聯盟之新聞交換機制、提升台灣原住民族在國際間的新聞能見度。

## (2) 節目部

- A、 落實媒體社會教育功能，深入關懷生態環境及自然資源議題，持續關注原住民居住地區現況與問題。拉近與族人的距離，呼應族人的需求，傾聽都會及原鄉族人聲音。
- B、 關懷原住民族教育改革與社會發展，提升資訊多元化及多樣性，多面向紀錄保存文化，提倡文化生態永續及產業經濟優質經營。
- C、 強化多元製播策略，深化重點節目投資，對自製節目分級製作、分級分配預算。提升全族語製播能力，產製各類優質節目，以金鐘獎為目標，積極參加電視競賽。逐步提升戲劇節目投資，以增進頻道知名度。
- D、 擴大國際原住民媒體交流，強化國內跨頻道合製計畫，以提升頻道影響力。
- E、 接軌電視產業革新，加強製作網路新媒體及數位高畫質節目。落實節目創新精神，強化數位製作能力與培養電視創新技術。
- F、 加強節目督導及品管，持續提升委製節目製播深度，加強原住民製作團隊合作連結，積極培育原住民籍導演、演員、劇組，持續擴大頻道影響力。
- G、 落實部落價值及製作優質影像，辦理頻道宣傳及節目包裝業

務，並強化頻道節目排播策略，擴大觀眾收視忠誠度。

### (3)行銷企劃部

- A、 運用重點節目，規劃節目巡演活動，結合產業、環境及文化活動，促進族人對原視的信賴。
- B、 開發網路行銷多元管道，運用頻道和定位網站策略，傳遞多元化資訊，擴大原視影響力並縮減城鄉落差。
- C、 加強原視在職訓練之課程，積極推動多元學習管道，提升行銷專業能力。
- D、 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。
- E、 加強公共服務訊息之傳播，推廣原住民文化內涵，強化原視公共媒體角色功能。並規劃參訪活動，促進民眾對原視之認識。
- 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、 為建構南島民族影像連結平台，積極參與國際影展，並求合作舉辦的可能性，透過合作吸取經驗。

### (4)行政室

- A、 以良善的管理機制激發無窮動力，以科學的管理產生巨大效益。

- B、以創新的精神和積極性改革，落實人事制度，大力實施人才戰略。
- C、以全面預算管理對本台各部門、各單位的各種財務及非財務資源進行合理性分配、考核、控制，俾使有效地組織和協調全台的節目製播活動，完成既定的營運目標。
- D、在公廣集團資源整合架構下，因應頻道定位與分工，規劃切合全台同仁之專業教育訓練。

### (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 169,764 千元、公共服務暨行銷業務 190,292 千元、新聞節目製作購買 442,152 千元、一般節目製作購買 573,022 千元、節目企劃購買 62,219 千元、節目製作播映作業 396,450 千元、工程作業管理維護 315,521 千元、研究與發展 23,750 千元、新媒體業務 110,727 千元、國際事務推廣 155,746 千元及其他損費 2,000 千元，共計 2,441,643 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、爭取轉播眾所矚目之國際大型體育賽事，擴大公視各頻道觀眾群。

B、HD 頻道文化藝術節目時數持續提升，成為台灣與世界藝術文化的展演平台。

C、以策展的方式作規劃性排檔，引進各國多元文化節目，豐富國人視野。

###### (2)節目部：

A、規劃戲劇、音樂、兒少、美學文化等主題，公開徵選優質高畫質節目，讓公視成為國內製作人才的優質製播平台。

B、提升【公視人生劇展】、【學生劇展】系列單元劇的質與量，積極參與國際影展讓公視戲劇成為台灣多元文化和公民社會力的視窗。

C、以系列紀錄片和台灣社會共同面對全球化和區域產業分工的時代新挑戰，發揮公視的社會影響力。

###### (3)新聞部：

A、規劃 2014 年 10 月、11 月舉辦六都市長選舉辯論。

B、規劃國際與兩岸採訪，提供國人多元視野。

C、努力達成 2014 年收視率與收視質目標。

(4)製作部：

A、製播設備逐步更新，節目錄製作業能有更好的方便性及靈活度，並提升服務品質滿意度及設備的使用效益。

B、規劃攝影、轉播、後製、動畫、美術、燈光等各職項之教育訓練、觀摩以及技術研討會，提升同仁之高畫質節目製播能力與品質。

(5)工程部：

A、充分利用無線數位電視衛星訊號作為各站台發射系統之備援機制，以強化觀眾收視公共電視節目的穩定性。

B、加強片庫與主控間傳輸速率及播出容量並提供更有彈性及效率的工作流程。

(6)公服暨行銷部：

A、提升節目及頻道知名度，加強外界對公視的認同。

B、從各類觀眾服務中，創造活動觸達，提升公視的影響力。

C、積極爭取外界認同，創造自籌款收益。

D、建立節目與新媒體平台合作模式，增加節目附加價值。

(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、以提增職務專業知能為教育訓練重點，評定方式得以完訓時數方式辦理。

(8)研究發展部：

A、參酌各地公共問責座談所蒐集之公眾意見，完成公共價值評量體系研修建議。

B、邀請國內外專家，舉辦國際研討會，成果供國內產官學界分享。

C、以企業文化為主軸，規劃系列課程於會內舉辦教育訓練。

(9)新媒體部：

A、規畫公視影音中心隨選視訊(VOD)網頁版與行動版，提供多元收視管道，增加更多不同使用族群。

B、完成館藏影音資料 3000 小時數位化工程，供本會自動化播出與數位片庫檢索調用。

(10)國際部：

A、提升公視與國際廣電社群與影視機制的實質交流與互動，建立公視在國際影視平台的知名度與可信度。

B、確保國際合製節目在國外頻道或影展播映，向國際觀眾與影視專業人士展現台灣特色。



C、讓台灣兒童得以欣賞到來自全球多元優質的兒童影片，並讓公視成為全民親子與師生喜愛與信賴的電視台。

## 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、規劃 3 齣連續劇。其中以「家族」為主題之年度大戲 1 齣；以 15-25 歲年輕觀眾為目標觀眾群的戲劇 1 齣。期望成為年度行銷的話題，並可帶動客家電視收看比例。

B、拍攝關於家族或姓氏為主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，邀請居住不同客庄、不同世代的老中青歌手參與，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、持續經營兒少節目至少 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「家族」議題，於每日新聞中播出至少 10 則系列報導；「客家新聞雜誌」製作 5 個系列專題報導；「村民大會」節目製作 4 集探討不同家族習俗、典故的由來與差異。
- B、針對「七合一選舉」製作專題暨選舉特別節目，並針對客庄地區的政見與候選人製作深度系列報導。
- C、確定客家人事物相關新聞報導，須顧及北、中、南、東等不同區域，至少須符合年度目標之「客庄地區文化與產業傳播露出之區域比例」。
- D、增加新聞露出機會，提供 PC HOME、YAHOO、MSN、中華電信 Hi-net、新浪網等網路平台；並每週提供公廣新聞平台 2 至 3 則客庄新聞。
- E、積極培育 1 至 2 名客家後生記者，以厚實客家傳播專業人員。
- 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，不定期邀請傳播學者及專家深度探討納入公廣集團之「客家電視台」定位。

(3)行銷企劃部：

- A、年度主題「家族」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、持續增加網路影音播出平台，全年度與新聞、節目共同合作至少 1000 則上傳檔案，加強客家能見度。

C、拓展 3 家以上客家新聞網連結露出平台，增加客家新聞影響力；  
或是在客庄增加 1 所客家電視館，以加強客家能見度。

D、至少參與 3 次族群論壇會議或研討會或專題演講，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、規劃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劃。

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)新聞部

- A、 製作土地及教育議題之專題及論談節目各 10 次。
- B、 強化累積數位片庫之資料建置 200 小時。
- C、 透過族語顧問之新聞用語討論，彙整族群語彙至族語網站供討論和分享。
- D、 與國際原住民媒體進行新聞交換 35 則。
- E、 製作選舉議題節目 4 小時。
- F、 辦理新聞部各組各領域之專業教育訓練、提升專業技能。

#### (2)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 2 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。

#### (3)行銷企劃部

- A、 原視網站每月瀏覽人次達 38 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。
- D、 部落巡迴放映 10 次。

#### (4)行政室

- A、 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，強化同仁創新解決問題能力。
- B、 持續檢視各類經費支出的合理化，強化財務管理並積極創造節約節流的經濟效益，俾使預算達到最佳化之資源配置。
- C、 配合公廣創新多元之提升目標，建立更完善合作機制。

### 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 900,000 千元、有線廣播電視事業發展基金編列預算捐贈 109,531 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 326,700 千元、僑務委員會編列台灣宏觀電視製播經費 108,315 千元、公視基金會自行對外籌募資金 283,724 千元(公私機構、團體或個人捐贈 97,500 千元、孳息收入 16,892 千元、活動收入 20,000 千元、代製節目收入 40,000 千元、其他收入 109,332 千元)，共計 2,130,970 千元。

##### 2、營運支出

行政管理 169,764 千元、公共服務暨行銷業務 190,292 千元、新聞節目製作購買 442,152 千元、一般節目製作購買 573,022 千元、節目企劃購買 62,219 千元、節目製作播映作業 396,450 千元、工程作業管理維護 315,521 千元、研究與發展 23,750 千元、新媒體業務 110,727 千元、國際事務推廣 155,746 千元及其他損費 2,000 千元，共計 2,441,643 千元。

依行政院主計處 99 年 1 月 27 日處孝一字第 0990000526 號函，有關前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 103 年度需提列 310,673 千元折舊費用，致使本年度預算收支結紬 310,673 千元。

## (二)現金流量概況

本年度營業活動預計淨現金流入 147,433 千元，投資活動預計淨現金流出 85,804 千元，融資活動預計淨現金流出 2,060 千元，本年度現金及約當現金預計淨增加 59,569 千元。

## (三)淨值變動概況

本年度淨值預計為 6,936,953 千元，較上年度減少 310,673 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 1,897,969 千元，基金及投資 2,801,957 千元，固定資產 3,164,468 千元，其他資產 79,383 千元，合計 7,943,777 千元。

- 2、負債、基金及餘絀部分：流動負債 362,338 千元，其他負債 17,413 千元，基金及餘絀 7,564,026 千元，合計 7,943,777 千元。
- 3、收入預算編列 2,160,987 千元，執行數 2,191,556 千元，達成率 101.41%：包括政府捐贈預算數 901,000 千元，執行數 901,000 千元，達成率 100%；有線廣播電視事業發展基金捐贈預算數 105,935 千元，執行數 109,531 千元，達成率 103.39%；遞延政府捐助收入轉列捐贈收入 156,399 千元；製播客台、原視及宏觀頻道節目收入預算 861,652 千元，執行數 775,244 千元，達成率 89.97%；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 249,382 千元，執行率 85.29%。支出預算編列 2,491,603 千元，執行數 2,571,174 千元，執行率 103.19%。本年度因認列華視投資損失 145,651 千元，及前新聞局捐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下基金科目，上開設備提列折舊費用 315,571 千元，致本年度收支相抵後結絀 379,618 千元。
- 4、101 年度公共電視台的年度計畫目標共有 5 項，分別是成為公眾信賴之媒體、建全公廣集團運作發揮集團綜效、開創新媒體服務平台、連結世界展現台灣、前行政院新聞局捐贈計畫。各項計畫目標的執行成果說明如下。



(1) 成為公眾信賴之媒體

在此目標下主要的執行績效包括：

- A、2012 年公視全頻道觸達率為 86.4，代表過去一年中，有 86.4% 的台灣觀眾都收看過公共電視。
- B、節目部 101 年新製 HD 節目時數超過 600 小時，較 100 年增加超過 150 小時，成長 30%以上。
- C、101 年共錄製 41 場 HD 高畫質表演藝術演出，提供國內表演藝術團體作品展演的舞台，推廣表演藝術同時累積藝術教育傳承之素材。
- D、招牌兒童節目「水果冰淇淋」利用高畫質產出精緻動畫，國際獲獎連連。
- E、學齡兒童節目「下課花路米」榮獲 101 年電視金鐘獎兒童少年節目主持人獎。
- F、「流言追追追」提供高畫質收視品質，採用高速攝影拍攝科學實驗結果瞬間，讓觀眾清楚可見一般肉眼無法感受到的精彩畫面。
- G、於 2012 年 1 月 14 日開闢立委／總統選舉投開票特別節目並順利播出。
- H、順利播出 2 場總統候選人辯論及 1 場副總統候選人辯論會節目。
- I、因應高畫質節目製作之需要，全年安排教育訓練 28 場次，達 159

小時，共計 3,347 人次參與。

J、「2012 台灣國際兒童影展全國巡迴活動」活動遍及全國 23 縣市，與全國 38 個社教機構及 30 所小學合作播映，共舉辦 551 場，實際參與人數約 68,350 人次。

K、「小導演大夢想」之影展播映/頒獎及線上觀影共計觸達 28,315 人次。

## (2) 建全公廣集團運作發揮集團綜效

在此目標下主要的執行績效包括：

A、完成北中南東 12 個主站台，加上已執行 NCC 21 個優化改善站之 HD 訊號覆蓋率，HD 網路發射系統已達全國人口數之 91.64%。

B、全年持續辦理相關出租以及經費孳息，以充實自籌經費，達到挹注多平台營運及建置數位製播環境經費需求。

C、增益帳務處理品質與紀律，提昇人評會實益，提升會內採購作業法規遵循之效益。

D、製播台灣宏觀電視，除在宏觀頻道播映外，並在 Hi-HD、MOD、Dimo、中央廣播電台、原民台、華航與長榮航空國際航線、新加坡對全亞洲播放的亞洲新聞台播映。海外授權播映宏觀電視節目華文媒體達 42 家。經營台灣宏觀電視網站，結合新媒體，如 youtube、臉書、微博…擴展頻道知名度與製播效益。

### (3) 開創新媒體服務平台

在此目標下主要的執行績效包括：

- A、藉眾所矚目的倫敦奧運宣傳公視高畫質頻道，全天播出奧運賽事。7月獲 NCC 核發正式執照時，亦召開記者會宣傳 HD 頻道。
- B、提供線上隨選節目時數達 2,152 小時。
- C、微波雨衰及發射機故障等警訊除站台本身發出警報外，東湖總台主控室內監看系統也能及時提出警告，與站台同仁構成維護網路。
- D、經過量測及分析確認鎖碼衛星信號與微波信號的互換性調整方式，確保調整參數可以降低同頻干擾無法順利收視的人口涵蓋區域。確認衛星妥善率略低於衛星公司提供數據，備源訊號仍為提高收視涵蓋方案所需。
- E、完成 5 篇與節目多平台應用相關之研究專文。舉辦 2 場與聯網電視相關之教育訓練。
- F、舉辦 1 場技術實務研習會。完成 8 篇與國際趨勢、廣電、新媒體相關技術與應用最新發展之研究專文。完成 1 篇於國際專業論壇發表的研究論文。每週 5 天提供相關產業發展資訊彙編供主管及同仁參閱。
- G、完成『公視新聞』與『公視節目表』app 測試與上線。截至 101 年 12 月 31 日止下載量共計 12,512 次。

H、舉辦 PeoPo 公民記者進階工作坊；公民記者人數達 6,500 位，相較於前年度的 5,600 人，成長 16%。

#### (4) 連結世界展現台灣

在此計畫下主要的執行績效包括：

A、完成 15 則現場採訪專題報導。完成 7 則選手人物特寫報導。完成 85 則無線台合作採訪賽事新聞報導。其中本台記者獨家報導羽球放水事件，領先各大通訊社及媒體。

B、實際送件參與國際影展數量 50 項，其中 20 項入選得獎，比率為 40%。

C、參與 3 月：Asian Side of Doc(亞洲紀錄片論壇)、5 月：INPUT(世界公視大展)、7 月：亞洲紀錄片提案會(The Asian Pitch)  
9 月：Crossing Borders(歐亞紀錄片提案會)、10 月：大陸湖南衛視舉行之金鷹獎、11 月：PBI(世界公營廣電年會)。12 月：Tokyo TV Forum (東京電視論壇)等國際活動。

D、達成在國際頻道播出或影展得獎之成效：1. 台德合製「震撼地六感」在德國 ARD 與 ARTE 播出。2. 「美食人情味」：榮獲柏林影展美食單元大獎。3. 台法合作空拍台灣節目「戀戀我的家」在法國國家電視台(FRANCE TV)播出。4. 民國 100 年製作之司馬庫斯紀錄片銷售到法國與義大利電視台等，並榮獲美國電視節目最重要的獎項與匹堡第 Peabody Awards 與金鷹獎 Cine Golden Eagle

Awards 等大獎。

E、兒童影展結束後，公視選擇影展中的部份影片舉辦全國巡迴影展，參與總人次達到 6 萬 8 千人次。公視頻道也選擇兒童影展中最受歡迎的 7 部長片在公視頻道播映，以饗全國觀眾。

(5) 前行政院新聞局捐贈計畫(從民國 101 年 5 月 20 日起由文化部承接相關業務)

在此計畫下主要的執行績效包括：

A、「東部地區高畫質電視主發射站建置計畫」部分，已於民國 101 年 8 月 17 日完成結案事宜。本計畫完成東部宜蘭、花蓮與台東 3 座高畫質電視主轉播發射站台，配合通傳會委託本會執行優化前新聞局「數位無線電視共同傳輸平台計畫」所建置之 21 個數位電視改善站的 HDTV 發射系統建置工程後，公視高畫質電視訊號固定接收涵蓋率預估可達全國人口數的 91.2%，約 20,724,832 人。

B、「101 年度高畫質電視節目製播企劃」專案計畫部分，本專案依照合約共分為 4 期查核點，至第 3 期查核點(查核點時間為民國 101 年 10 月 31 日)為止，本會已完成倫敦奧運造勢與宣傳活動、40 小時以上購片、完成 33 小時以上體育賽事製播、完成「倫敦奧運」版權簽約(已播出)、完成本國製兒童動畫成案，規劃時數至少 13 小時(含)以上、完成「連續劇集」之連續劇及迷你連

續劇成案，規劃時數至少 26 小時（含）以上，及完成「藝文論壇節目」企劃案審查通過並成案，規劃時數至少 16 小時以上。

(二) 上年度已過期間預算執行情形（自 102 年 1 月 1 日至 102 年 5 月 31 日止）

- 1、資產部分：流動資產 1,867,498 千元，基金及投資 2,739,183 千元，固定資產 3,066,466 千元，其他資產 6,181 千元，合計 7,679,328 千元。
- 2、負債、基金及餘絀部分：流動負債 128,637 千元，其他負債 81,628 千元，基金及餘絀 7,469,063 千元，合計 7,679,328 千元。
- 3、102 年度收入預算編列 2,125,524 千元，至 5 月底止執行數 797,781 千元，達成率 37.53%：包括政府捐贈預算數 899,999 千元，執行數 419,334 千元，達成率 46.59%；有線廣播電視事業發展基金捐贈預算數 108,647 千元，尚未捐贈；客家委員會編列客家電視製播經費 402,700 千元，執行數 153,352 千元，達成率 38.08%，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，執行數 91,463 千元，達成率 29.00%；僑務委員會編列台灣宏觀電視製播經費 115,850 千元，執行數 45,848 千元，達成率 39.58%；另遞延政府捐助收入轉列捐贈收入 17,149 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 282,940 千元，執行數 70,635 千元，執行

率 24.96%。102 年度支出預算編列 2,441,924 千元，執行數 892,744 千元，執行率 36.56%。

## 五、其他

本年度無重大承諾事項暨或有負債。