

財團法人公共電視文化事業基金會

總 說 明

中華民國 107 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，107 年度政府編列預算捐贈 9 億元。爰依法編製公視基金會 107 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台，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。

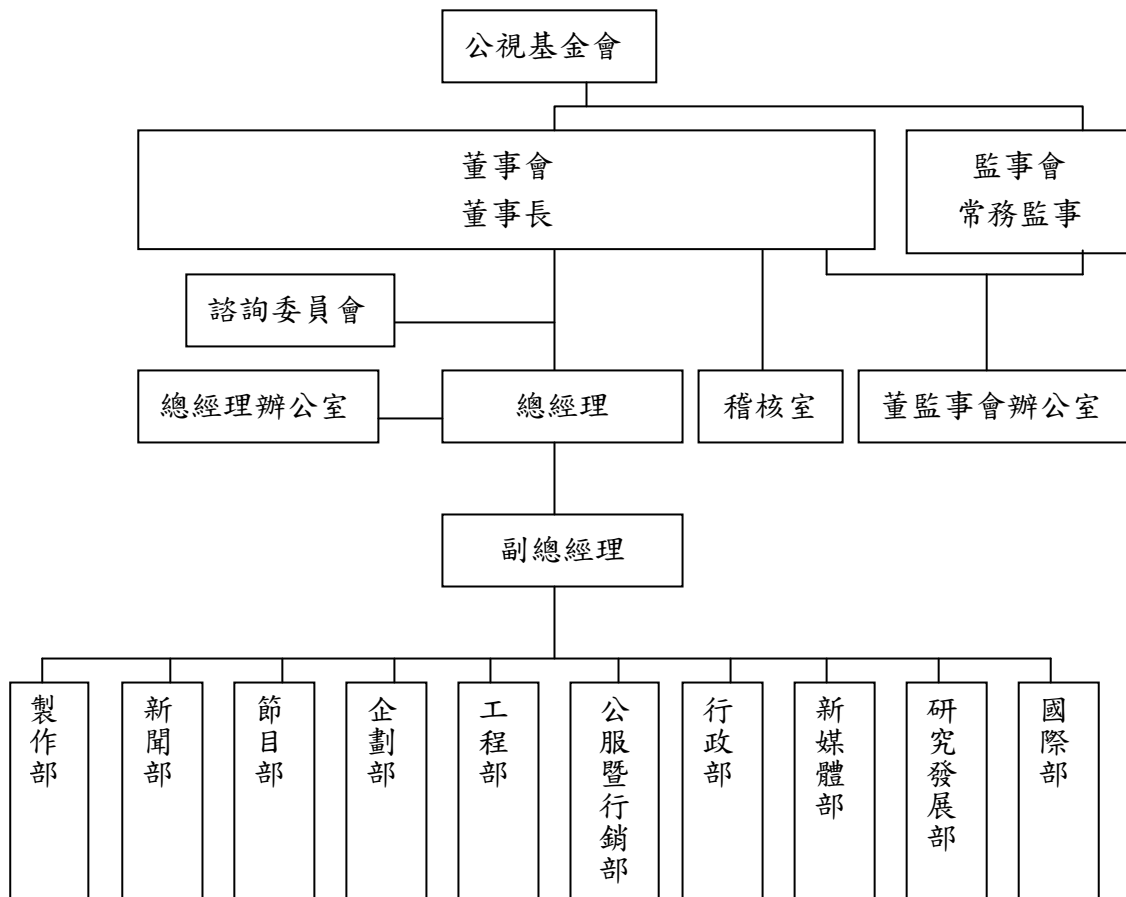
總經理為督導管理公廣集團之需，下設辦公室並置主任1人及必要人力推動相關事宜。

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，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。

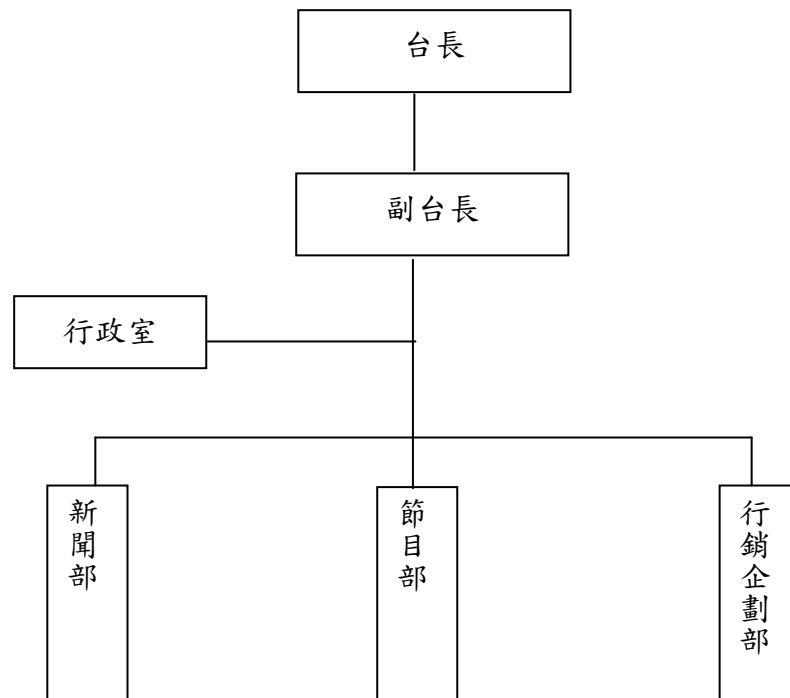
(10)國際部職掌：

- 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。

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) 行銷企劃部職掌：

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。

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) 展現台灣文化主體的獨特性，製作優質節目，推上國際平台。
- (2) 厚植影視人才實力，結合社會資源，深化青年參與，開發創新動能。
- (3) 因應數位化流程，推動組織再造，強化經營效能。
- (4) 積極開拓財源，豐富產製內容，提供多元服務。

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)以地球村概念出發，跨國界、跨城市展現在地客家文化
 - A、跨越台海、遠赴南洋，拍攝紀錄片、音樂行腳節目及新聞專題；
並啟動客家文學系列戲劇，藉互動交流深度展現在地客家文化。
 - B、配合新聞暨節目辦理行銷宣傳，展現全球客家多元樣貌。
- (2)掌握全媒體特性擴大年輕族群參與及收視
 - A、以全媒體概念出發，製作各類節目及企畫重大新聞議題。
 - B、掌握數位匯流趨勢、兼顧傳統頻道與社群影音平台，以全方位
思維開發各類平台與通路，強化行銷動能，擴大新聞與節目滲

透率、發揮文化影響力。

(3)積極尋求跨頻道、跨（國）界合作發揮影響力

A、透過國、內外平台，爭取節目合作或跨（國）平台露出機會。

B、積極參與並開拓影展管道、節目拍攝、新聞採訪之機會，建立跨域、跨界聯繫管道，提升客家國際能見度，發揮台灣客家文化影響力。

(4)深化客語使用並培力青年傳播人才

A、掌握節目客語使用比例，並鼓勵年輕人使用客語，落實客語生活化目標。

B、針對製播優化、傳媒趨勢，辦理台內人員教育訓練；另舉辦客庄在地公民記者培訓，培力採訪與製播（含海外）之青年人才。

(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、強化頻道主要時段節目競爭力。

B、強化多元收視評估機制，反應節目於多元平台上之真正收視情形。

C、選播各國多元類型節目。

D、擴大校園合作，提供青年作品展演平台。

(2)節目部：

A、達成每季一檔優質戲劇

開發台灣潛力 IP，取得授權發展劇本，規畫優質戲劇，至少每季一檔。

B、厚實《公視新創電影》平台內容力

持續向業界邀案／徵案，對焦公視議題領先和支持新導演創作。

C、強化藝術文化節目

厚實公視藝文節目深度及廣度，廣泛對外徵案，強化文化紀錄片質量，開展具國際市場賣相、展現台灣文化主體性的紀實藝術文化類節目。

(3)新聞部

A、面向新媒體時代，跨部門推出新媒體平台，並且製作以網路為發表平台之新型節目。

B、製播英語新聞，厚植未來製播多語新聞的能量。

C、強化國際新聞採訪，增加國際新聞在新聞時段中的佔比。

D、持續優化電視新聞製播流程並嚴控品質，成為獨立、客觀、可受信賴的公共媒體。

(4)製作部：

A、強化高畫質及更新超高畫質製播設備、提升於各平台的製作品質及設備使用效益。

B、加強教育訓練，研討及分享以精進節目製作品質。

C、配合新媒體發展趨勢，達成優化影音服務之目標，專注於高畫質與串流格式壓縮格式互換之研究，提升低頻寬高畫質之使用者體驗。

(5)工程部：

A、規劃建置主控 4K 測試頻道自動化播出系統。

B、規劃建置新的整合式傳輸系統取代傳統 ATM 系統。

(6)公服暨行銷部：

A、針對節目進行跨平台及新媒體整合行銷與宣傳。

B、發展多元服務、活動規劃及延伸觀眾服務，強化公視觀眾的回饋與服務，與民眾充分溝通互動。

C、以各種不同型式、平台進行募款，辦理各項活動服務增加自籌款項。

D、拓展節目版權及產品之行銷區域以及銷售面向。

(7)行政部：

A、導引本會資金進行多元運用以達穩健獲利之效益，並衡諸市場行情積極拓展相關資產出租業務，以增加自籌款收入。

B、配合組織發展與流程再造之需，增、修相關規章。

C、舉辦安全與衛生之演習與訓練課程，以利災害防救之準備及促進同仁身心健康。

(8)研究發展部：

A、推動公視法修法進度，協助落實策略目標。

B、因應新科技發展快速，規畫同仁培訓課程，培養更多領導人才，提升專業能力。

C、全力爭取專案預算。

(9)新媒體部：

A、自行開發「媒資管理系統」。

B、優化升級公務軟硬體系統。

C、整合全媒體影音，建立公共服務平台。

(10)國際部：

A、加強參與國際廣電組織、論壇會議與影展、競賽活動，建立公視與台灣在國際影視平台的能見度與知名度。

B、策劃執行並推廣國際合製節目，在國外頻道市場或影展中爭取露出，展現台灣國際競爭實力。

C、紀錄片平台持續與台灣具創作力導演合作，同時發掘紀錄片新秀；並選播全球優質紀錄片，與觀眾共同建立「立足亞洲、放眼世界」的視野。

D、辦理 2018 世界公視大展與 2018 台灣國際兒童影展。

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、配合年度主題，跨國界、跨城市展現在地客家文化，製作台灣在地客家紀錄片，另以行腳節目走訪東南亞，深入文化交流。
- B、製播文學連續劇，打造客家經典時代劇。
- C、因應全媒體時代來臨，策畫製作全媒體節目，以新的製播流程，結合各種媒介形式擴大客家電視影響力。
- D、與國立台灣戲曲學校合作，培育客家傳統戲曲後生人才。
- E、確實掌握並要求各類型節目客語比例。

(2)新聞部：

- A、自不同客家地域、城市出發，挖掘在地故事，探討共同面臨之全球性議題。
- B、因應媒體與訊息服務型態之變革，擴大運用網路與社群媒體。
- C、積極尋求與他國媒體人之合作機會，增加國際採訪之深度與廣度。
- D、持續加強記者與主播客語能力，培訓年輕媒體工作者。

(3)行銷企劃部：

- A、依據年度主題、新聞暨節目，辦理國內外各類型宣傳與行銷活動，擴大客家電視與國際接觸觸角，提升知名度。

B、著重全媒體整合行銷傳播，透過新聞及節目內容一源多用、多元平台整合與社群互動等方式，擴大議題與話題，提升年輕人參與度與收視。

C、跨（國）平台推廣客家電視品牌與節目，積極開發東南亞地區合作播映平台，提升客家電視新聞與節目在國際上的能見度。

D、透過辦理地方與學校之產學合作、學生實習、工作坊與影視專業人才培訓等方式，培養客家傳播人才。

(4)行政室

A、落實專款專用之原則，提升管理預算效能，俾使經費與資源達到最優化配置。

B、培訓行政人員參與專長訓練課程，提升行政人員多元專業能力。

C、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。

(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及台灣宏觀電視，宏觀電視於 107 年度停播。公共電視及客家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勞務成本 18 億 1,862 萬 1 千元、銷貨成本 2,982 萬 6 千元、管理費用 4 億 3,637 萬 9 千元、其他業務支出 100 萬元及採權益法認列之投資損失 2 億 3,380 萬 8 千元，共計 25

億 1,963 萬 4 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、提升主要時段節目新製時數，並依觀眾收視習慣，規劃有競爭力節目，提升頻道收視效益。

B、開發新媒體收視調查機制，以大數據進行觀眾分析與節目行銷，確實了解觀眾收視公視節目情形。

C、增加藝術文化等多元類型節目，提升國人文化素養。

D、影視人才育成向下紮根，提升公視在年輕族群心目中之品牌形象。

(2)節目部：

A、創作優質連續劇、電視電影，厚實產業經驗，並以高品質打進國際主流市場，於 OTT 平台及商業院線播放，拓展公視戲劇在頻道之外的國際能見度和市場競爭力，以戲劇內容對全球展現台灣。

B、除既有表演廳和藝文雜誌節目，擴充藝術文化類節目時數，以成立公視藝文專頻為目標，結合新媒體操作具有接軌國際的藝文平台。

(3)新聞部：

- A、完成公視新聞網改版，建構新媒體及社群媒體運作團隊，拓展網路及行動平台閱聽人口。
- B、藉助製播英語新聞，擴大公視服務範圍，未來評估擴充為多語（字幕）新聞，協助在台灣的非英語外籍人士更好地融入台灣社會，確保個人權益。
- C、藉助專題製作，強化國際新聞報導的深度與廣度。

(4)製作部：

- A、充實 4K 超高畫質製播設備，進行 4K 超高畫質節目實際拍攝、錄製及後製輸出；加強各頻道節目及網路平台所需的製作協助，及設備的使用效益。
- B、規劃攝影、轉播、後製、動畫、美術、燈光等各職項之專業訓練，觀摩製作新知以及技術研討，提升同仁節目製作之創意、能力與品質，並與業界分享經驗。
- C、兼顧媒體高便利性即時傳輸與超高畫質的兩極化發展趨勢，針對網路傳輸影音壓縮特性之研究，深入壓縮技術關鍵參數之掌握，如錯誤延續恢復(Error Resilience)等，達到降低頻寬同時提升畫質的要求。

(5) 工程部：

- A、提出主控 4K 播出系統檔案播出最適規格、流程及網路傳輸架構
 規劃建議。
- B、提出整合微波、衛星及光纖三項傳輸系統之規劃方案。

(6) 公服暨行銷部：

- A、提昇節目、頻道、公視品牌知名度，加強民眾對公視之認同。
- B、從各項觀眾服務中，擴大觸達，提高公視形象與影響力。
- C、積極與各界溝通，爭取各界支持，創造自籌款收入。
- D、透過網路建置提供影音服務，創造節目附加價值，突破時間空
 間的限制，向國際發聲，形塑品牌台灣。

(7) 行政部：

- A、提增資金及資產之運用效益，創造自籌款收益。
- B、因應組織發展及業務推動修訂相關管理制度，有助提增組織管
 理效能。
- C、透過各項醫學講座及防救演練，增強同仁職安辨識與防救技能。

(8) 研究發展部：

- A、加速公視法修法期程，促成三年內完成修法目標。
- B、塑造持續學習的組織文化，培育專業媒體人。
- C、爭取科技社發等專案預算，豐富公視資源。

(9)新媒體部：

- A、透過新系統開發可有效減少人力成本與系統設備維護費用，並提昇本會節目製播效率，未來亦將逐步建立影音分享機制將媒體資材提供給社會大眾。
- B、強化更新相關作業系統，提升整體軟體效能。提供會內辦公用系統環境更高的相容性。
- C、優化影音服務的使用者體驗，提升影音點閱數並與新興媒體合作共同策展或產製內容。

(10)國際部：

- A、選擇優質有競爭力的各類公視節目，參與國際影展與競賽、國際廣電組織、論壇會議、爭取國際社群與影視機制的實質交流與互動，提升公視整體形象與台灣節目在國際的競爭力。
- B、針對國際觀眾與影展競賽，整合會內資源，結合國內外製作人才，策劃執行並推廣國際合製節目，達成國際曝光的效益，並能夠在國際頻道與影展獲選，建立能見度。
- C、延伸紀錄片平台各節目之影響力，達成拓展觀眾國際視野，保護公民知的權利，體現公視精神等效益。
- D、透過大型影展活動，引進國際優質節目與作品，提供兼具娛樂性的優質內容，拓展觀眾國際視野，並刺激多元文化的理解與思考，帶動台灣的創作能量，協助和國際接軌。

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、跨國界、跨地域製作紀錄片【客樹】，並透過各類節目，如【作客他鄉】、【客家人有名堂】等，促成全球客家文化彼此交流。
- B、透過經典文學時代劇呈現，剖析客家文學家（如：賴和、呂赫若）深度文化內涵，並藉由文學人物編列，開展「客家文學系列」連續劇之先驅。
- C、以全新思維擾動節目製播流程，結合新媒介形式擴大年輕族群參與，並發揮族群媒體影響力。
- D、與台灣戲曲學校青年團及客家戲學系合作（依整體預算規模規畫製播一至兩齣傳統或精緻戲曲），培育傳統戲曲人才，維繫客家戲曲文化、保存傳統戲曲精髓。
- E、製作各類節目時，掌握並要求客語比例，促成母語普及與流通。

(2)新聞部：

- A、透過跨國專題，延伸台灣客家之觸角，增進各國客家族群之彼此理解。
- B、靈活運用不同網路平台與社群媒體，擴大客家新聞觸及率。
- C、將客家「在地」新聞延伸至國外，了解各國客家族群最新動態。
- D、增進「以母語思考」能力，新聞客語化更臻成熟。

(3)行銷企劃部：

- A、執行國內外各類活動、行銷宣傳、異業合作等，引發觀眾回響與上百則媒體露出，並達成年度目標之公民服務人次。
- B、整合客家電視節目播映平台，包括電視頻道、網路影音、社群等平台，以同源多用、分眾經營為策略，吸引各族群收視，全年影視音內容產出至少 1000 則。
- C、與東南亞地區電視頻道或 OTT 平台合作，推廣客家電視節目暨新聞，新增至少 2 個海外播映平台、節目授權時數至少 300 小時。
- D、持續與大專院校、客家學院或客家地方組織、社團合作，招考學期間實習生、辦理後生提攜計畫、客庄在地公民記者培訓等人才培訓班，預期培訓新血至少 150 人。

(4)行政室：

- A、建立透明與合理之財務規劃，每季進行檢討與修訂，期使有限資源配置得以充分發揮效能。
- B、行政人員專業培訓課程，鼓勵參與專業課程。
- C、每年於撰寫次年度營運計畫書前，提供客家媒體趨勢與頻道發展等建議報告。

三、本年度預算概要

(一)收支營運概況

- 1、本年度勞務收入 8 億 7,310 萬元，較上年度預算數 8 億 3,226 萬 9 千元，增加 4,083 萬 1 千元，約 4.91%，主要係文化部捐助計畫增加及宏觀電視停播。
- 2、本年度銷貨收入 9,500 萬元，較上年度預算數 7,900 萬元，增加 1,600 萬元，約 20.25%，主要係優質戲劇產出版權收入調增。
- 3、本年度受贈收入 1 億 700 萬元，較上年度預算數 1 億 2,300 萬元，減少 1,600 萬元，約 13.01%，主要係相較其他頻道媒體對贊助案之商業訊息回饋露出，本會贊助效益難以突顯，且地方政府近年連續辦理大型藝文活動及運動賽事，並直接向企業提案支持，分食有限贊助，減編捐贈收入。
- 4、本年度政府補助基本營運收入 10 億 1,120 萬 2 千元，較上年度預算數 10 億 1,047 萬元，增加 73 萬 2 千元，約 0.07%，主要係有線廣播電視事業發展基金捐贈增加。
- 5、本年度其他業務收入 2,184 萬元，較上年度預算數 2,506 萬 5 千元，減少 322 萬 5 千元，約 12.87%，主要係攝影棚租金減少。
- 6、本年度財務收入 1,788 萬元，較上年度預算數 1,779 萬 4 千元，增加 8 萬 6 千元，約 0.48%，主要係孳息收入增加。

- 7、本年度其他業務外收入 100 萬元，和上年度預算數 100 萬元同。
- 8、本年度勞務成本 18 億 1,862 萬 1 千元，較上年度預算數 18 億 2,906 萬 5 千元，減少 1,044 萬 4 千元，約 0.57%，主要係執行文化部捐助計畫、宏觀電視停播及折舊遞減。
- 9、本年度銷貨成本 2,982 萬 6 千元，較上年度預算數 3,242 萬 2 千元，減少 259 萬 6 千元，約 8.01%，主要係銷售產品成本調整。
- 10、本年度管理費用 4 億 3,637 萬 9 千元，較上年度預算數 4 億 3,134 萬 9 千元，增加 503 萬元，約 1.17%，主要係舉辦兒童影展活動。
- 11、本年度其他業務支出 100 萬元，較上年度預算數 200 萬元，減少 100 萬元，約 50.00%，主要係報廢資產損失減少。
- 12、本年度其他業務外支出 2 億 3,380 萬 8 千元，較上年度預算數 2 億 400 萬 3 千元，增加 2,980 萬 5 千元，約 14.61%，係認列受贈華視長期股權投資損失增加。
- 13、以上總收支相抵後，計短絀 3 億 9,261 萬 2 千元，較上年度預算短絀數 4 億 1,024 萬 1 千元，減少短絀 1,762 萬 9 千元，約 4.30%，主要係前新聞局專案計畫設備部分已屆耐用年限折舊遞減及認列受贈華視長期股權投資損失增加所致。

(二)現金流量概況

- 1、業務活動之淨現金流入 6,273 萬 3 千元。

2、投資活動之淨現金流出 2 億 4,793 萬 8 千元。其中現金流出合計 2 億 4,793 萬 8 千元，包括增加不動產、廠房及設備 2 億 4,242 萬 1 千元，增加無形資產及其他資產 551 萬 7 千元。

3、籌資活動之淨現金流入 1 億 4,885 萬 1 千元，其中現金流入合計 1 億 4,885 萬 1 千元，包括減少短期債務、流動金融負債及其他負債 114 萬 9 千元，增加基金及公積 1 億 5,000 萬元。

4、現金及約當現金之淨減 3,635 萬 4 千元，係期末現金 18 億 2,031 萬 7 千元，較期初現金 18 億 5,667 萬 1 千元減少之數。

(三)淨值變動概況

本年度期初淨值 74 億 9,349 萬 5 千元，減少本年度短絀 3 億 9,261 萬 2 千元，加計本年度捐贈基金增加數 1 億 5,000 萬元，期末淨值為 72 億 5,088 萬 3 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、決算結果：

(1)勞務收入決算數 7 億 516 萬 8 千元，較預算數 5 億 6,079 萬元，增加 1 億 4,437 萬 8 千元，約 25.75%，主要係本年度執行文化部捐助 104 年度、105 年度高畫質電視節目製播及 105 年度超高畫質電視示範製作中心及創新應用計畫經常門捐助所致。

(2)銷貨收入決算數 8,559 萬 1 千元，較預算數 7,950 萬元，增加 609

萬 1 千元，約 7.66%，主要係版權出售較預算增加所致。

(3)受贈收入決算數 7,515 萬 2 千元，較預算數 1 億 2,400 萬元，減少 4,884 萬 8 千元，約 39.39%，主要係國家通訊傳播委員會(NCC)通過「電視節目從事商業置入性行銷及贊助」辦法後讓商業電視台亦可操作節目贊助的合作方式，同時讓企業主經由贊助節目達到商品露出的目的。相對於本會贊助規範限制商業訊息露出部分，讓因應景氣而預算執行更重視效益的企業主對於本會提案有更多考量(例如:中華電信…等)。同時，地方政府近年連續辦理大型藝文活動及運動賽事，並直接向企業提案支持，分食有限贊助預算。

(4)政府補助基本營運收入決算數 10 億 1,120 萬 2 千元，較預算數 10 億 931 萬 9 千元，增加 188 萬 3 千元，約 0.19%，主要係有線廣播電視事業發展基金捐贈增加。

(5)其他業務收入決算數 2,233 萬 6 千元，較預算數 2,083 萬 9 千元，增加 149 萬 7 千元，約 7.18%，主要係增加台灣好大團 kNOw Stage Sessions 網路演唱會製播合作。

(6)財務收入決算數 1,805 萬 9 千元，較預算數 2,052 萬元，減少 246 萬 1 千元，約 11.99%，主要係央行自 104 年 9 月起四度降息，各銀行均調降存款利率，致孳息收入較預算數減少。

(7)其他業務外收入決算數 211 萬元，較預算數 100 萬元，增加 111 萬元，約 111.02%，主要係中華電信等行動共構分攤電費所致。

(8)勞務成本決算數 16 億 8,200 萬 3 千元，較預算數 16 億 4,568 萬 4

千元，增加 3,631 萬 9 千元，約 2.21%，主要係本年度執行文化部捐助 104 年度、105 年度高畫質電視節目製播及 105 年度超高畫質電視示範製作中心及創新應用計畫所致。

(9)銷貨成本決算數 3,132 萬元，較預算數 2,815 萬 9 千元，增加 316 萬 1 千元，約 11.22%，主要係收入超收，成本亦相對增加。

(10)管理費用決算數 3 億 9,574 萬 6 千元，較預算數 4 億 2,300 萬 8 千元，減少 2,726 萬 2 千元，約 6.44%，係撙節支出所致。

(11)其他業務支出決算數 8 萬 9 千元，較預算數 200 萬元，減少 191 萬 1 千元，約 95.56%，主要係固定資產處分及報廢損失較預計減少。

(12)其他業務外支出採權益法認列投資損失決算數 2 億 7,814 萬 3 千元，較預算數 1 億 7,451 萬 6 千元，增加 1 億 362 萬 7 千元，約 59.38%。華視公司說明因廣告 GRP 未達預計目標，收入較預算數減少 4.1 億元，相對佣金支出減少，致營業費用較預算數減少 0.98 億元；另原編預算規劃 2 檔自製戲，實際執行上無自製戲，營業成本較預算數減少 1.73 億元，致 105 年度虧損金額較預算數增加。

(13)以上總收支相抵後，計短絀 4 億 6,768 萬 3 千元，較預計短絀數 4 億 5,739 萬 9 千元，增加短絀 1,028 萬 4 千元，約 2.25%，主要係採權益法認列投資損失較預算數較高。

2、計畫執行成果概述：

105 年度公共電視台的年度計畫目標共有 4 項，分別是優化產製流

程提升品質效益、深耕多平台服務，實踐公共價值、提升員工專業知能，強化內容品質與創新能力，以及文化部捐助計畫。各項計畫目標的執行成果說明如下。

(1) 優化產製流程提升品質效益

在此目標下主要的執行績效包括：

- A、105 年規劃製播多檔優質並具影響力之國內連續劇，其中「燦爛時光」獲金鐘獎最佳戲劇節目編劇獎，「一把青」更為 105 年最具影響力之國內連續劇。
- B、排播各國不同類型優質節目，拓展觀眾多元視野。其中公視主頻週末「生態全記錄」為國內各頻道紀錄片收視最佳之時段，公視 3 台「藝文特區」國內外藝術紀錄片時段與「國際換日線」國外優質戲劇時段，在焦點團體研究中為觀眾滿意度最高之時段。
- C、目前全頻道皆以 HD 高畫質製播，並陸續建置 4K 外景單機及非線性相關之後製設備，使電視製作進入 4K 階段。
- D、配合本會所屬頻道無帶化製播流程改善計畫，優化數位片庫平台、提升各頻道送播作業效率。
- E、規劃高畫質製播環境，三月初新聞 HD 化上路。
- F、積極爭取多方的經費來源以製作優質節目，同時積極走入群眾，擴大效益。於年中、歲末舉辦二次電視募款，歲末電視募款更增加許多新嘗試，如現場歌手快閃 Live 演唱、社群網路直播等，企圖觸達更多族群。

- G、打開觀眾對公視節目的想像，打破現今電視節目長期同質化的傾向，向業界徵求跨界創新的節目案，打破既有的節目框架，為台灣影視產業激發出創新的活水泉源。
- H、啟動戲劇旗艦計畫，除了在類型上注重多元與創新之外，因應數位媒體發展，在技術規格與播映型式上亦展現突破。
- I、《誰來晚餐 8》跨越名人與觀眾間的鴻溝，呈現台灣不同族群、不同階級、不同地域的家庭生活實況，為了讓公視節目更適時反應時事、社會現況，拍攝內容擴大結合社會議題。

(2) 深耕多平台服務，實踐公共價值

在此目標下主要的執行績效包括：

- A、引進大數據多平台調查數字，提供節目觀眾的即時回饋，有助於隨時修正節目方向。
- B、聚焦策略方針，落實公共問責，分別在台北、嘉義、宜蘭、桃園舉行四場公共問責活動，共有各地 NPO 團體負責人 96 人參加。
- C、掌握世界公共媒體發展趨勢，105 年針對各國公視的研究報告共計 14 篇，都刊登在公視網站岩花館中。
- D、研究 4K 信號在無線電視平台播出可行性實驗，舉辦業界 4KUHD 電視播出平台研討會。
- E、舉辦第七屆台灣國際兒童影展，持續成為亞洲最具規模兒童影展，總座位數為 14,834 席次，到場觀影計有 13,369 人次，滿座率為 91%。另加總影展期間各活動參與人數，總計參與人次超

過 3 萬 5 千人次。本屆售票表現亮眼，兩階段售票迅速秒殺，師生場開放預約，也於 2 分鐘內全數預約額滿。參與觀眾佳評如潮。

- F、參與國際影展與競賽、國際廣電組織、論壇會議，建立公視在國際影視平台的能見度與知名度，全年入選 20 個影展或競賽，40 個單項節目以上入圍或得獎。參與高達 30 個國際影展，累計 53 筆國外入選/入圍/得獎佳績。
- G、與觀眾共同建立放眼全球的視野、與國際紀錄片同業交流，開拓國際合製節目。台法合製空拍紀錄片“Open Skies 台灣篇”，科學紀錄片”蜂狂續曲”，是繼 2014”蜂狂”於各國際影展大有斬獲後所推出的續集。全片以 4K 拍攝，與日本 NHK 電視台合作「FACE TO FACE- Global Anti-bullying project」（面對面，全球反霸凌）計畫，本系列短片於 2016 年攝製，預計 2017 年推出。
- H、規劃重大國際與兩岸新聞事件採訪報導。全年完成 18 項國際與兩岸採訪，如巴黎、布魯塞爾、阿姆斯特丹、慕尼黑歐洲恐怖攻擊與難民專題、越南河內、胡志明市 越南死魚事件-海洋浩劫之後、巴拿馬、巴拉圭、美國洛杉磯 蔡英文總統首訪邦交國。
- I、針對國內重大議題，全年完成 11 個系列專題報導，2016 年里約奧運採訪、2016 年里約帕運、採訪 APEC 領袖高峰會、日本核災

區食品叩關等專題。

J、針對節目進行跨平台及網路整合行銷，結合新媒體服務，積極經營臉書粉絲團，也於網路平台舉辦各類型活動，即時與觀眾互動。在活動現場拍攝影音，當日上傳網路平台，或進行網路直播，同步提供公眾獲悉各類節目或服務訊息多元管道。

K、繼 104 年公視節目與新媒體合作績效，105 年強力經營新媒體授權及露出，與台灣 OTT 平台（新媒體）合作，透過各種管道宣傳節目及產品，經營粉絲頁培養觀眾，帶動視聽產品買氣，成效斐然。

(3) 提升員工專業知能，強化內容品質與創新能力

在此目標下主要的執行績效包括：

A、加強觀摩、研討及教育訓練，以精進節目製作品質。全年共舉辦六十一場次，上課時數共 254 小時，共計 743 人參加。

B、規劃系列性講座課程內容，提升同仁專業能力，總共主辦了七場全會的教育訓練課程，邀請專家學者前來分享各項新知，邀請了余孝先、何昕明、李學文、徐健峰、許瓊文、連宏城和石原晋等專家前來，現場約有 150 人聆聽，另透過網內分享，提供未及到場的同仁教育學習。105 年三月間，進行組級以上主管的新媒體策略討論營，計兩天。

十一月間，進行組級主管的管理訓練課程，共分兩梯次，四天完成。

C、透過影展觀影與互動，帶動思考與內容創新新思維，「2016 世界公視大展精選」影展北高兩地總計觀眾達 4,183 人次，最高出席率達 74%。帶動觀眾思考及討論。

D、規劃員工與職能相關之教育訓練，提升新聞品質，全年度完成 12 場組內與跨組教育訓練。

E、規劃適切之教育訓練計畫，以提增職務專業知能，規劃性別平等及因應勞動法令等議題之教育訓練，以提增職務專業知能。

(4) 文化部捐助計畫

在此計畫下主要的執行績效包括：

A、「104 年高畫質電視節目製播」案於民國 104 年 3 月 16 日簽約，預計於民國 105 年 9 月 16 日結案，整體預算新臺幣 1.3 億元，文化部於 104 年 8 月 27 日發函公視基金會同意第一次修約。計畫時數從原訂之 728 小時，提昇至 767 小時。已於民國 105 年 12 月 30 日結案，原訂製播 767 小時節目時數，實際製播 1,050.8 小時(共超出 283.8 小時)。

B、「105 年高畫質電視節目製播企劃」於民國 105 年 2 月 15 日簽約，整體預算新台幣 2 億元，預計於民國 106 年 11 月 15 日結案，預計將製播 1195.25 小時節目時數。本會已於 105 年 10 月 15 日完成第三期查核點請款 6 千萬元，目前皆依工作查核進度辦理請款。

C、本會執行「105 年超高畫質電視示範製作中心及創新應用計畫」，

計畫採購高畫質攝影設備、後製中心設備、影像高速傳輸設備等；並完成超高畫質與高畫質節目製作時數 37.5 小時。已於 105 年 11 月 30 日完成第二期查核點請款 5 千萬元，本案預計於民國 106 年 9 月 30 日結案，目前皆依工作查核進度辦理請款。

(二)上年度已過期間預算執行情形（截至106年5月31日止執行情形）

- 1、勞務收入執行數 2 億 7,857 萬 9 千元，較預計數 2 億 9,272 萬 4 千元，減少 1,414 萬 5 千元，約 4.83%，主要係本年度文化部捐助 106 年內容產製與應用計畫及超高畫質電視示範製作中心及創新應用計畫調整及延續執行 105 年度高畫質電視節目製播計畫及超高質電視示範製作中心及創新應用計畫所致。
- 2、銷貨收入執行數 3,610 萬 6 千元，較預計數 3,241 萬 4 千元，增加 369 萬 2 千元，約 11.39%，主要係版權出售較預期增加所致。
- 3、受贈收入執行數 2,068 萬 8 千元，較預計數 2,063 萬 5 千元，增加 5 萬 3 千元，約 0.26%，主要係公視之友個人捐贈較預期增加所致。
- 4、政府補助基本營運收入執行數 4 億 1,933 萬 4 千元，與預計數 4 億 1,933 萬 4 千元相同。
- 5、其他業務收入執行數 778 萬 6 千元，較預計數 779 萬元，減少 4 千元，約 0.05%，主要係租金收入較預期減少所致。
- 6、財務收入執行數 650 萬 5 千元，較預計數 741 萬元，減少 90 萬 5 千元，約 12.21%，主要係存款利率較預期低所致。
- 7、其他業務外收入執行數 65 萬 4 千元，較預計數 41 萬 5 千元，增加

23 萬 9 千元，約 57.59%，主要係中華電信等行動共構分攤電費所致。

- 8、勞務成本執行數 5 億 9,185 萬 2 千元，較預計數 5 億 8,614 萬 5 千元，增加 570 萬 7 千元，約 0.97%，主要係本年度延續執行 105 年度高畫質電視節目製播計畫及超高質電視示範製作中心及創新應用計畫所致。
- 9、銷貨成本執行數 2,101 萬 1 千元，較預計數 1,520 萬 1 千元，增加 581 萬元，約 38.22%，主要係收入較預計增加成本支出亦相對增加所致。
- 10、管理費用執行數 1 億 5,299 萬元，較預計數 1 億 6,988 萬 4 千元，減少 1,689 萬 4 千元，約 9.94%，主要係擷節行政管理支出。
- 11、其他業務支出執行數 3 萬 3 千元，較預計數 83 萬 4 千元，減少 80 萬 1 千元，約 96.04%，主要係目前固定資產報廢損失較原預計減少所致。
- 12、業務外支出採權益法認列之投資損失執行數 6,611 萬 3 千元，較預計數 8,500 萬 1 千元，減少 1,888 萬 8 千元，約 22.22%，主要係本會按持股比例 83.24%預估認列轉投資事業關係法人華視虧損所致。
- 13、以上總收支相抵後，計短絀 6,234 萬 7 千元，較預計短絀數 7,634 萬 3 千元，減少短絀 1,399 萬 6 千元，約 18.33%，主要係業務外支出採權益法認列之投資損失較預計數減少所致。

五、其他

本年度無重大承諾事項暨或有負債。