

# 財團法人公共電視文化事業基金會

## 總 說 明

中華民國 108 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，108 年度政府編列預算捐贈 9 億元。爰依法編製公視基金會 108 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。

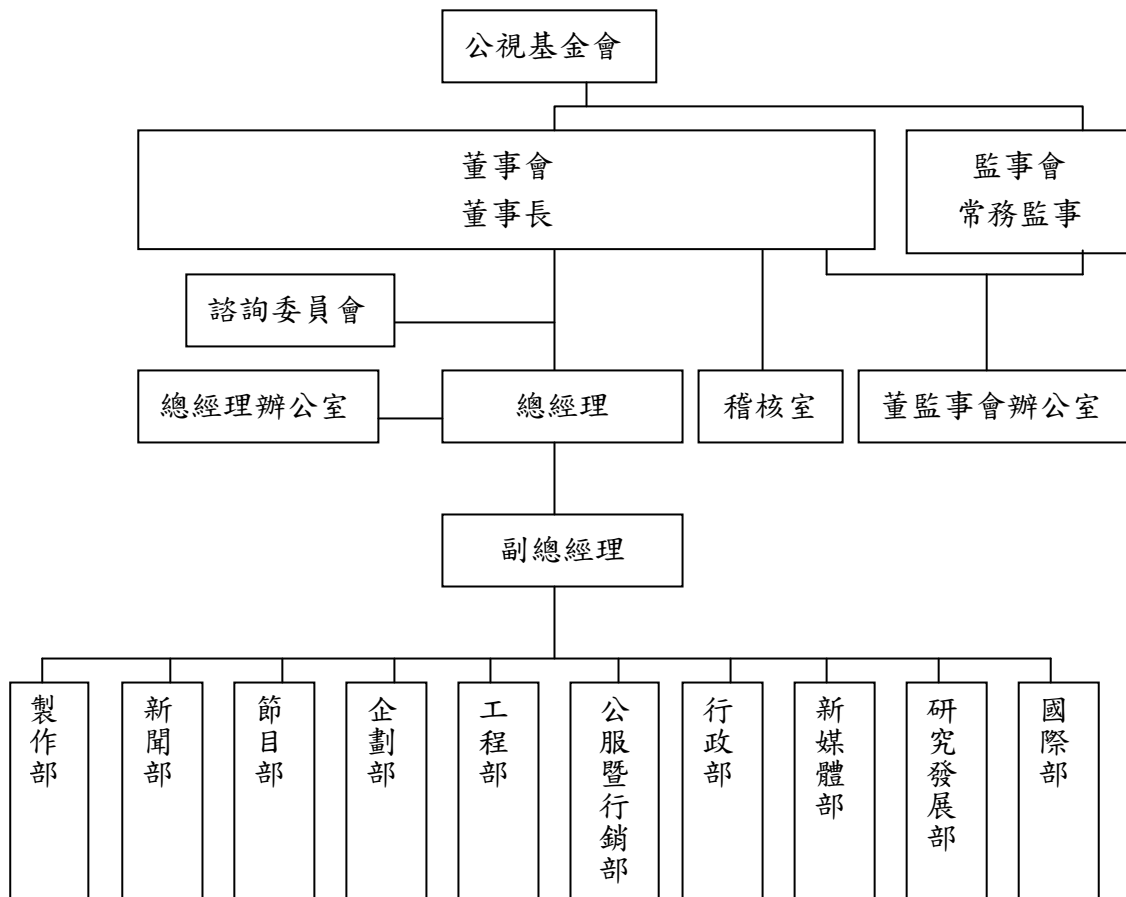
總經理為督導管理公廣集團之需，下設辦公室並置主任1人及必要人力推動相關事宜。

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。

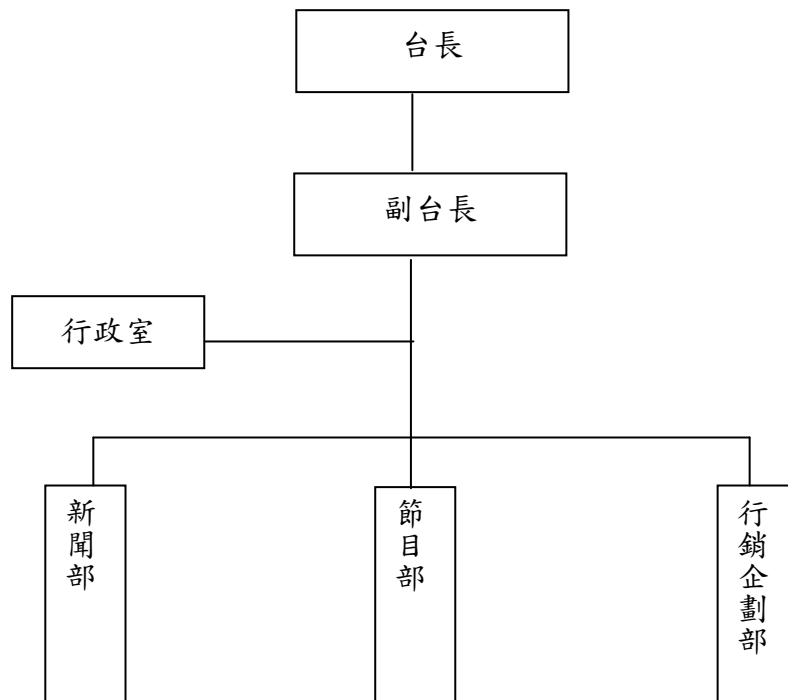
(10)國際部職掌：

- 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，深化青年參與，開發創新動能，與產業共好。
- (3) 因應數位匯流，推動全媒體經營，提升內容於各平台之觸達率。
- (4) 積極開拓財源，提供多元服務，活化組織，提升經營效能。

#### 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) 跨平台、跨（國）界、跨族群合作，促進國內外客家與其他族群交流，提升客家能見度。
- (2) 深化客語使用，立足傳統客庄，走入各地客族新聚落，累積客家聲量，拓展客家媒體近用。
- (3) 厚實全頻道內容，優化詮釋客家內涵，全媒體廣泛應用，提升觸達率與互動率。
- (4) 積極推動青年、新世代多元參與，培力客家全媒體幕前幕後專業傳播人才，引領客家新經濟。

## (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、開發多元收視評估機制，反應節目於新媒體平台上之收視情形。
- C、厚植影視人才，提供青年作品展演平台。

#### (2)節目部：

- A、積極轉型製作影視全媒體內容，強化內容新媒體觸達。
- B、建立戲劇產業扎根發展的基礎工程，創作出具有國際市場競爭力及台灣文化涵量的優質戲劇。

#### (3)新聞部

- A、優化電視新聞製播流程並嚴控品質，力求成為獨立、客觀、受信賴的公共媒體。
- B、精進外語新聞製播，為在台外籍人士提供資訊服務。
- C、強化國際新聞採訪，加強自製國際新聞在新聞時段中的佔比。
- D、面向新媒體時代，強化新媒體平台新聞服務，部分節目網站進一步轉型為原生網路媒體。

#### (4)製作部：

- A、更新超高畫質製播設備、配合各單位製作需求，提升於各平台的



製作品質及設備使用效益。

B、擴大辦理 4K 設備教育訓練及製作經驗研討分享。

(5) 工程部：

A、完成整合式傳輸系統建構案以取代傳統 ATM 系統及本島東部地區單一衛星系統。

B、規劃 4K 主控訊號中心傳輸系統。

(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、有效運用本會資金穩健獲利，並衡諸市場行情，拓展資產出租業務，增加自籌款收入。

B、配合組織發展與作業流程之需，增、修相關規章。

C、規劃適切訓練計劃，促進部門同仁專業知能提升。

(8) 研究發展部：

A、關注並協助公視法修法進度，協助落實策略目標。

B、因應新科技快速發展，擴展同仁視野，規畫同仁培訓課程及國際研討會事宜，以提升專業能力。

C、全力爭取專案預算。

(9)新媒體部：

A、提升資安分析能量及升級公務軟硬體系統。

B、運用新媒體技術，推動全媒體經營。

C、優化數位片庫系統，多元運用影音資產。

(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 2019 世界公視大展與台灣國際兒童影展相關活動。

## 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、配合年度目標，跨國界、跨聚落展現台灣客家文化特色，製作在

地客家題材紀錄片，另以行腳節目深入探索東亞、南亞等與台灣互動密切，亦有客家足跡的場域，促進異地客家文化交流。

B、持續製播台灣文學連續劇，打造客家經典時代劇，回顧台灣客家歷史，梳理客家精神顯隱脈絡，警示客家語言、文化受侵蝕情況，紀錄客家與非客競合共存關係。

C、因應全媒體時代，策劃製作以頻道為母體及全媒體多元應用之節目，以新企劃架構、製播流程，發揮新媒介優勢，累積客家視角之聲量，擴大客家觀點之影響力。

D、與各大眾傳播、表演藝術及台灣戲曲學院等電視影音和表演藝術相關學校、科系合作，發掘熟諳客家語、並具影藝專業修習訓練及具有投入客家影視、表演、創作熱忱之優秀後生人才。

E、紮實客語傳播功能，結構企劃以客家、客語思考出發，企編內容客語化為路徑，落實日常客語於節目中自然呈現，並適時輔以自然語交錯為用，拉近客語和觀眾距離。

## (2)新聞部：

A、從客家族群角度探討國際議題，提供國內相關政策或客家事務多元觀點。

B、挖掘客庄議題，以新媒體宣傳手法，強化與在地之連結。

C、靈活運用新媒體，擴大新聞觸及度，將客家新聞閱聽眾年齡層往下延伸。

D、增進主播與記者客語能力，加強實習學生接軌職場能力。

### (3)行銷企劃部：

A、跨平台、跨國界整合行銷推廣節目，積極開發海外合作平台，參與國際性競賽活動或影展，擴大國際接觸觸角，提升知名度。

B、走入客庄辦理各式宣傳活動，透過自媒體與鄉親交流，優化官網，打造鄉親影音、資訊交流平台。

C、跨部門合作共同推動全媒體經營，加強各平台行銷宣傳以提升觸達率，著力新媒體創新應用以提高聲量，提升社群互動。

D、辦理大專院校產學合作、學生實習與客家影視專業人才培訓班，開辦全媒體教育訓練課程，提升同仁專業能力。

### (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。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

14 億 3,842 萬 7 千元、銷貨成本 3,046 萬 4 千元、管理費用 4 億 4,550 萬 2 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 1,974 萬元，共計 21 億 3,513 萬 3 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、提升頻道主要時段新製時數，並規劃有競爭力與創新內容，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、影視人才育成向下扎根，提升公視在年輕族群心目中之品牌形象。

##### (2)節目部：

A、以新媒體平台為節目首要製播目標，製作兼具內容創新及國際市場導向內容，輸出台灣文化。

B、促進影視內容產業升級，開發台灣原生題材和多元戲劇類型，提供青年創作者創作平台，並積極接軌國際市場及國際合製。

##### (3)新聞部：

A、強化國內新聞採訪及節目製播，提供專業、優質的新聞服務。

B、持續製播英語及東南亞(印尼、越南、泰國)語新聞，提供電視及

網路多平台服務，擴大收視群體。

C、選擇重要國際事件派出記者現場採訪，或徵募在地特約記者採製重要新聞或專題，以第一手報導及資訊反映「台灣觀點」。

(4)製作部：

A、使本會成為 4K 製播設備使用經驗之領頭羊，提升本會節目製作品質。

B、提升國內影視產業製播能力。

(5)工程部：

A、提升傳輸網路系統穩定度，降低因天候影響致使節目播放中斷之機率。

B、規劃 IP 與 SDI 混合型架構的訊號中心，同時具備 IP/SDI 訊號交換/處理的能力，以因應本會 HD 與 4K 訊號交換的需求。

(6)公服暨行銷部：

A、提昇節目、頻道、公視品牌知名度；拓展跨平台合作及宣傳；加強民眾對公視認同。

B、增廣服務範圍，擴大各項服務觸達，提高公視形象與影響力。

C、創造自籌款收入來源。

D、建構網路影音服務提供多元收視管道；推廣跨區域收視平台合作，強化節目國際能見度；透過多元開發，優化並創造節目之附加價值。

(7)行政部：

- A、提增資產運用效益，創造自籌款收益。
- B、適時修訂規章制度，有助提增組織效能。
- C、透過相關訓練課程，增強同仁專業知能。

(8)研究發展部：

- A、關注公視法修法期程，促成儘早完成修法目標。
- 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、提供安全穩定與信賴的資訊基礎架構及會內辦公系統環境更高之相容性。
- B、利用新媒體創新應用技術，結合節目產製、流量分析、影音及各平台雲端運應，將可有效協助會內建構全媒體流程。
- C、升級片庫軟硬體，結合新媒體相關技術，活化影音資源加強產學界合作。

(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、持續製作台灣客家人物、主題、議題相關紀錄片，忠實刻畫當代客家樣貌；並同時將觸角再伸入台灣客庄及東南亞之客家聚落，建構客家串流，記實客家發展異同，促成全球客家文化彼此交流。

B、透過經典台灣文學作家故事及其作品，以時代劇方式呈現客家未曾隔離於台灣歷史發展之外，剖析台灣文學之父賴和的深度文化內涵，並藉由文學人物編列，持續累積「客家文學系列」連續劇。

C、以厚實頻道內容為基礎，並發展全媒體多元應用為目標，全新思維擾動節目製播流程，運用新世代年輕人流通之符碼，更積極深入接觸年輕族群、廣為熟知，讓客家無所不在、隨躡即是，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為立基，並與國內其他各大眾傳播、影視製作、表演藝術等電視影音相關學校科系合作，提供傳統戲曲演藝或對客家影音有熱情的後生朋友，一個傳承文化、展現自我的逐夢平台。

E、以在地客家經驗為題材，製作多面向綜合性節目，以客家觀點出發、客家思考為經緯，並以掌握應用常民客語為目標，讓客家母語的恢復，於日常間在客家電視逐步普及流通，透過語言，讓文化樣貌更為立體、層次更為豐富。

## (2)新聞部：

A、延伸台灣客家之觸角，並以他山之石探討台灣因應之道。

B、客庄重要議題兼具深度與廣度，吸引年輕族群收看。

C、擴大與閱聽眾之互動與聯繫，強化好奇心與黏著度。

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、積極拓展海外合作播映平台，積極報名、參與國際競賽或影展，將客家影音推至國際，與各族群或各國同業進行交流。

B、辦理節目或服務性活動與鄉親交流，加強經營客家電視自媒體，優化客家電視影音網站，提供鄉親影音展演、活動資訊露出平台。

C、跨部門合作全媒體專案以奠定全媒體工作流程，運用一源多用、多元形式、社群互動等方式以提升觸達率與互動率。

D、持續與大專院校進行產學合作，招收學期間實習生，辦理後生提攜計畫，對外開辦影音相關人才培訓班，對內辦理全媒體教育訓練課程。

(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 13 億 9,023 萬 7 千元，較上年度預算數 8 億 7,310 萬元，增加 5 億 1,713 萬 7 千元，約 59.23%，主要係文化部捐助計畫增加。

2、本年度銷貨收入 1 億 1,200 萬元，較上年度預算數 9,500 萬元，增加 1,700 萬元，約 17.89%，主要係優質戲劇產出版權收入調增。

3、本年度受贈收入 9,500 萬元，較上年度預算數 1 億 700 萬元，減少 1,200 萬元，約 11.21%，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 852 萬 3 千元，較上年度預算數 10 億 1,120 萬 2 千元，減少 267 萬 9 千元，約 0.26%，主要係有線廣播電視事業發展基金捐贈減少。
- 5、本年度其他業務收入 2,068 萬元，較上年度預算數 2,184 萬元，減少 116 萬元，約 5.31%，主要係新媒體平台應用所產生之廣告收入重分類至販售收入。
- 6、本年度財務收入 1,588 萬元，較上年度預算數 1,788 萬元，減少 200 萬元，約 11.19%，主要係利率持續處於低檔及資金存量減少，減編孳息收入。
- 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 22 億 9,761 萬 7 千元，較上年度預算數 18 億 1,862 萬 1 千元，增加 4 億 7,899 萬 6 千元，約 26.34%，主要係執行文化部捐助計畫。
- 9、本年度銷貨成本 3,046 萬 4 千元，較上年度預算數 2,982 萬 6 千元，增加 63 萬 8 千元，約 2.14%，主要係販售收入增加，相對成本增加。
- 10、本年度管理費用 4 億 4,700 萬 2 千元，較上年度預算數 4 億 3,637 萬 9 千元，增加 1,062 萬 3 千元，約 2.43%，主要係人員重分類所致。

- 1 1、本年度其他業務支出 100 萬元，和上年度預算數 100 萬元同。
- 1 2、本年度其他業務外支出 2 億 1,974 萬元，較上年度預算數 2 億 3,380 萬 8 千元，減少 1,406 萬 8 千元，約 6.02%，係認列受贈華視長期股權投資損失減少。
- 1 3、以上總收支相抵後，計短絀 3 億 5,250 萬 3 千元，較上年度預算短絀數 3 億 9,261 萬 2 千元，減少短絀 4,010 萬 9 千元，約 10.22%，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減少所致。

## (二)現金流量概況

- 1、業務活動之淨現金流入 1 億 866 萬 5 千元。
- 2、投資活動之淨現金流出 1 億 7,182 萬 8 千元。其中現金流入合計 268 萬 2 千元，包括減少無形資產及其他資產 268 萬 2 千元；現金流出合計 1 億 7,451 萬元，包括增加不動產、廠房及設備 1 億 7,451 萬元。
- 3、籌資活動之淨現金流入 1 億 199 萬 1 千元，其中現金流入合計 1 億 199 萬 1 千元，包括增加短期債務、流動金融負債及其他負債 177 萬 9 千元，增加基金及公積 1 億 21 萬 2 千元。
- 4、現金及約當現金之淨增 3,882 萬 8 千元，係期末現金 19 億 4,346 萬 4 千元，較期初現金 19 億 463 萬 6 千元增加之數。

### (三)淨值變動概況

本年度期初淨值 73 億 800 萬 5 千元，減少本年度短絀 3 億 5,250 萬 3 千元，加計本年度捐贈基金增加數 1 億 21 萬 2 千元，期末淨值為 70 億 5,571 萬 4 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 8 億 1,354 萬 5 千元，較預算數 8 億 3,226 萬 9 千元，減少 1,872 萬 4 千元，約 2.25%，主要係 106 年度編列之文化部捐助計畫係為跨年度執行所致。
- (2)銷貨收入決算數 1 億 546 萬 8 千元，較預算數 7,900 萬元，增加 2,646 萬 8 千元，約 33.50%，主要係版權出售較預計增加所致。
- (3)受贈收入決算數 6,826 萬 7 千元，較預算數 1 億 2,300 萬元，減少 5,473 萬 3 千元，約 44.50%，主要係臺灣企業多半是中小企業，日常營運多以市場行銷為主，少有編列贊助科目，而大型企業雖有編列贊助款項，但多用於急難救助等特殊目的；另外，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，商業電視台可操作節目冠名或產品置入行銷，可讓企業主經由節目贊助達到商品露出之目的，相對於本會贊助規範處處限制商業訊息露出，在一片市場不景氣中，更難滿足企業效益評

估的期待值；同時，中央或地方政府也積極向企業募款，補齊各項業務經費不足之窘境，進而分食有限的贊助預算。

- (4)政府補助基本營運收入決算數 10 億 852 萬 4 千元，較預算數 10 億 1,047 萬元，減少 194 萬 6 千元，約 0.19%，主要係有線廣播電視事業發展基金捐贈減少。
- (5)其他業務收入決算數 2,812 萬 1 千元，較預算數 2,506 萬 5 千元，增加 305 萬 6 千元，約 12.19%，主要係本年度執行 2017 臺北世大運轉播增加租金收入。
- (6)財務收入決算數 1,636 萬 5 千元，較預算數 1,779 萬 4 千元，減少 142 萬 9 千元，約 8.03%，主要係 105 年 7 月各銀行再度調降存款利率，致孳息收入較預算數減少。
- (7)其他業務外收入決算數 226 萬 7 千元，較預算數 100 萬元，增加 126 萬 7 千元，約 126.68%，主要係中華電信等行動共構分攤電費及保險理賠所致。
- (8)勞務成本決算數 17 億 4,612 萬 7 千元，較預算數 18 億 2,906 萬 5 千元，減少 8,293 萬 8 千元，約 4.53%，主要係 106 年度編列之文化部捐助計畫係為跨年度執行所致。
- (9)銷貨成本決算數 3,564 萬 3 千元，較預算數 3,242 萬 2 千元，增加 322 萬 1 千元，約 9.93%，主要係收入超收，成本亦相對增加。
- (10)管理費用決算數 3 億 9,185 萬 3 千元，較預算數 4 億 3,134 萬 9 千元，減少 3,949 萬 6 千元，約 9.16%，係擲節支出所致。

- (11)其他業務支出決算數 194 萬 3 千元，較預算數 200 萬元，減少 5 萬 7 千元，約 2.84%，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 1 億 4,460 萬 3 千元，較預算數 2 億 400 萬 3 千元，減少 5,940 萬元，約 29.12%。  
華視公司說明主要因年度專案收入較預計增加及用人費用較預算減少，致 106 年度虧損金額較預算數減少。
- (13)以上總收支相抵後，計短絀 2 億 7,761 萬 2 千元，較預計短絀數 4 億 1,024 萬 1 千元，減少短絀 1 億 3,262 萬 9 千元，約 32.33%，  
主要係採權益法認列投資損失較預算數較低。

## 2、計畫執行成果概述：

106 年度公共電視台的年度計畫目標共有 3 項，分別是深化多元內容，提升品質與創新，贏得全民信賴、精實頻道定位，深耕多平台服務，實踐公共價值以及展現台灣特色，掌握國際新思潮，豐富國人視野。此外，尚包括文化部捐助計畫之辦理。各項計畫目標的執行成果說明如下。

### (1) 深化多元內容，提升品質與創新，贏得全民信賴

在此目標下主要的執行績效包括：

#### A、推出公視主創戲劇系列，開發台灣戲劇多元題材。

##### a. 單元劇、短片方面：

開闢全新品牌「公視新創電影 PTS Originals」，希望能夠

開啟 更自由的創作空間、進而為台灣電視電影開拓新局，並接軌國際市場，強化競爭力，在 106/3/1 品牌記者會中，侯孝賢導演更站台力挺。《最後的詩句》、《濁流》共入圍金鐘 12 項，奪五項。

《最後的詩句》入圍釜山國際影展「新浪潮」單元、入選斯德哥爾摩電影節衝擊單元、入選多倫多亞洲國際電影節展望銀幕單元、入選聖地牙哥亞洲電影節 Asia Pop！入圍新加坡亞洲電視節最佳單元劇或電視電影獎。

《濁流》入選達拉斯亞裔影展、入圍加拿大蒙特婁世界影展「世界競賽單元」、入圍新加坡亞洲電視節最佳戲劇導演獎、最佳原創劇本獎、最佳男配角獎、獲新加坡亞洲電視節評審團推薦獎。

b. 在新創電影-短片方面：

《短片獨立時代》6 部作品，已於 106/10/21 與高雄電影節合作「雄影 X 公視新創」觀摩單元中世界首映。6 部短片在電影節中獲得廣大的迴響，其中陳潔瑤導演的作品《黑白鍵》同時獲得雄影雲端人氣獎。

c. 在新創電影-類型方面：

本系列以 4K 製作，提升影音製作規格。《乒乓》、《林投記》於光點華山舉辦「恐怖來自深沉的愛」影展，進行六天售票



放映與導演映後座談。《乒乓》更創公視+開台當月點閱率高峰。《乒乓》、《林投記》、《魚男》、《再看我一眼》於深夜 11:30 播出，引發網友討論熱烈。其中《乒乓》收視表現 0.29，創深夜同時段節目收視高峰。

d. 在 4K 迷你劇方面：

《他們在畢業的前一天爆炸 2》，其節目官方臉書突破 22 萬，並以電視影集受邀 2016 台北電影節特別放映。更因本劇觸及太陽花學運等議題，愛奇藝於第二集播出前一日下架爆炸 2，更引發輿論關注討論。

e. 在 4K 連續劇方面：

《麻醉風暴 2》創公視開台以來版權銷售金額最高的戲劇節目，首播日均收視率破 1，創公視開台以來紀錄。醫護場、高雄場及媒體首映時，場場開放臉書索票皆秒殺，反映觀眾期待度。《你的孩子不是你的孩子》全片已殺青，進入後製剪接階段，宣傳計畫已啟動。《我們與惡的距離》10 集劇本已完成，並公開徵求製作團隊中，預計 107 年 1 月完成評選。

《天橋下的魔術師》，本劇結合歷史與魔幻寫實，充分結合動畫、美術、搭景、特效…再現現實的虛構幻想，其高難度的旗艦製作，有助提升台灣戲劇技術與格局。《傀儡花》藉由本案重啟影視創作人才對臺灣歷史劇的想像，挹注台灣歷

史劇製作動能，期待能打入國際 4K 戲劇市場。

B、4K 內容攝製元年，促進影視製播技術升級。

與國際影視音新技術接軌，促進影視製播技術升級，透過戲劇與紀錄片製作，推動超高畫質 4K 之拍攝與後製技術整合。

在戲劇類方面：

4K 迷你劇方面，《起鼓出獅》是台灣首部以醒獅為主題的戲劇，也是公視首部 4K 超高畫質規格製作的迷你劇集。《魔幻對決》一劇集結魔術、懸疑、推理與動作片等元素，是有別於以往台灣電視劇的類型劇。

在時代迷你劇方面，《奇蹟的女兒》改編自楊青矗小說《工廠女兒圈》，該劇刻劃 1970 經濟起飛年代，少女雨鵑離開農村到城市，在加工口出口區紡織廠工作，奉獻青春生命與愛情的故事。透過歷史來映照現今，並帶入勞動議題的省思。《憤怒的菩薩》以戰後初期台灣社會為場景，將錯綜複雜的國族議題轉為精彩的推理小說。

另規劃製作多檔主題多元、風格迥異之 4K 連續劇，希望透過計畫性的佈局與開發，提昇戲劇產業在 4K 技術和內容上的眼界和能力，擴大台灣戲劇國際能見度與創作的能量。包括：教育議題：《你的孩子不是你的孩子》。探討無差別殺人事件：《我們與惡的距離》。歷史劇《傀儡花》。魔幻寫實文學劇《天橋下的魔

術師》。

在紀錄片方面：

《農村的遠見》為有關農業永續發展之紀錄片共 10 集。身障紀錄片《極樂世界》，本系列影片共四集，內容涵蓋「遊戲權」「性權」「自立生活權」「居住和通用權」等四大面向，從跨年齡、跨性別、跨障別到跨族群，來一一解碼身心障礙者的「人權」。

另製作兩檔歷史紀錄片，其中《不羈—歷史時刻行動巨人》影片以世界史的角度開始，以賴和在文學上、殷海光在哲學上、李雙澤在音樂上、陳定南在政治與環保上為代表，將台灣意識、鄉土文學、民歌運動、黨外運動的崛起與發展相互扣連成歷史的時間軸。另，《團隊：形塑台灣近代史的這群人！》影片，則以四個團隊參與台灣近代發展的四個重要事件為主軸，包括如何建立數字化管理的人口調查、影響至今的土地與農業政策是如何開始、美國對台援助政策背後的政治意涵、以及台灣退出聯合國十二年來爭取進入 WTO 的演進過程。

C、開發符合網路世代收視習慣的創新內容。

《青春發言人》，是鼓勵青少年針對重大議題發表意見，培養思辨能力的新聞議題性節目，其社會意義，為帶領青少年討論社會很爭議的話題，挑戰主流價值。本節目在網路成效方面，網路收看以及臉書影片瀏覽經過 11 個月的線上與播放測試，

18-34 歲的青年，影片觸及率也非常高，最好的影片被分享將近 6 萬次，觸及超過八百萬人。

《藝術很有事》是公視首次製作有觀點、多單元的藝文節目，是全外景的藝文周報。《一呼百應》則為全新開發之全媒體視訊直播互動節目，融合「直播」與「跨界創新內容」IP，開發設計出一款名為“一呼百應”的 APP。

- D、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。採用 Qsearch 系統，針對主要新製節目做新媒體影響力調查，每季追蹤。
- E、紀錄片平台致力於自製、委製與購片業務，與觀眾共同建立「立足亞洲、放眼世界」的視野。並與台灣具原創力與影像敘事觀點的導演合作，共同於國際紀錄片影展獲得肯定。自、委製紀錄片本年度共有 7 部片獲得重要國際紀錄片獎項肯定。另持續製作紀錄觀點與主題之夜節目，並選播全球優質的紀錄片。公視紀錄片平台多元的內容與深層探討，固定的觀眾群已經養成，反應在今年收視上，表現十分穩定，
- F、加強新聞即時性。晨間新聞組納入建制，固定製播晨間新聞，使公視新聞具備晨、午、晚全時段播報能量，強化即時性。另，英語新聞亦納入建制，固定製播。
- G、鏡面多元化呈現。以虛擬棚新科技製播節目，豐富呈現方式完

成並強化虛擬棚相關製播人員訓練。

H、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，屢獲觀眾及業界好評，收視率亦相應成長，成果豐碩定。另主動提供各式製作資源等，供應內部及業界，滿足外租各類型節目及大型轉播的製作需求。

I、針對節目進行跨平台及新媒體整合行銷。

針對本會不同類型標竿及高畫質、4K 節目，以跨媒體整合行銷，持續擴大頻道影響力，並提高民眾關注度，增加外界對於公視認同。106 年本會更積極拓展與外部的異業合作，如與電影節、台北市影委會、電影院等多元合作，拓展行銷資源，打響品牌知名度，增加品牌效益。

積極開發創新行銷，增加與觀眾互動管道，開拓年輕觀眾群。發佈公視電子報、公視最新消息及公視各類活動頁面。經營「公視粉絲團」等主要節目臉書，在行動通訊發展蓬勃環境下積極與觀眾互動溝通。

(2) 精實頻道定位，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、落實頻道分工，增加各頻道新製節目。

公視 PTS、PTS2、PTS3 分別以新聞時事、兒少多元、文化藝術與體育做為黃金時段排檔主軸，落實頻道分工，並以頻道包裝

強化觀眾印象，同時增加新製時數，以優質內容服務目標觀眾。

B、透過舉辦國際性實體影展競賽觀影與互動，擴增觀眾國際視野帶動公民思考，並提升民眾認同公視獨特的價值。

「2017 世界公視大展精選」分別於台北(12 月 1-3 日，台師大禮堂)及台中(12/15-17 日，台中市政府集會堂)兩地舉行。放映作品共 12 部，本次策展主題為「真理的叛逃」，議題包含霸凌歧視、國際難民、網路社群的危機與現象等；片類則包含紀錄片、短片與電視電影，並邀請外國導演及國內專家進行映後座談，透過影像促進對相關議題的深入討論。

辦理 2018「第八屆台灣國際兒童影展」，本屆播映 31 國 87 部作品，以「信念與希望」做為年度影展主軸，與歐洲最大慕尼黑兒童影展合作，提高兒童影展國際能見度。

C、發展多元服務、活動規劃及延伸觀眾服務，強化與民眾溝通互動。結合各類重點節目規劃捐款方案及傳愛助學方案等，以期增加觀眾認同。

結合原文會針對偏鄉地區舉辦公視巡迴電影院活動，將公視人生劇展、紀錄片、兒少或生活類等優質節目直接推廣予偏鄉觀眾，讓更多觀眾瞭解公視節目的優質內容並豐富他們的生活。

以觀眾重視之議題舉辦活動加強民眾對公視印象，本年度特別舉辦結合「運動、生態、親子關係」的公視「就是愛運動-親子

健行趣」活動，並邀請公視之友會員及大眾共襄盛舉。

舉辦適用成年人之「影像創作營」，藉由影像從業人員專業的引導，使學員得在為期五天的學習中，掌握基礎的影像創作技能，落實媒體素養教育之賦權概念。

針對銀髮族群規劃為期三天之「樂齡影像創作營-平面攝影梯」及為期四天之「樂齡影像創作營-短片創作梯」，期能引領銀髮族學習影像技能、培養記錄及創作樂趣，以充實生活。

辦理適合國高中生參加，以戲劇表演與特效化妝為特色的「青少年創意表演營」；同時規劃「微電影票選活動」，提供青年學子運用手機隨手拍攝及剪輯的機會。

針對親師生統整本會教育服務之「教育資源網」，提供教材活動訊息、教師教學資源、各分齡營隊學員所產製的短片等內容服務。

#### D、強化體育新聞，報導重要賽事。

增加體育新聞篇幅，晚間新聞增列「運動天下」單元，由專任體育主播鄭惟仁播報當天重要運動新聞。報導國內外重要體育賽事，新聞部 106 年於世界大學運動會、世界棒球經典賽及美國職棒大聯盟賽季，均於新聞中重點報導台灣選手戰績。

#### E、強化多平台服務，加強網路新聞製播及推送。

公視新聞網(本網)：瀏覽量 407 萬 5 千次，較去年同期成長

61.9%，公視新聞網（YouTube 平台）：瀏覽量 963 萬 1 千次，較去年同期成長 45.0%，有話好說（YouTube 平台）：瀏覽量 523 萬 2 千次，較去年同期成長 43.8%，我們的島（YouTube 平台）：瀏覽量 402 萬 8 千次，較去年同期成長 35.5%，獨立特派員（YouTube 平台）：瀏覽量 300 萬 4 千次，較去年同期成長 26.6%。

持續經營「公視議題新聞中心」（PNN）網站，PNN 為公視新聞部運營的原生網路媒體，關注司法、人權及弱勢團體議題。106 年全年流覽量 339 萬 8 千次。

### （3）展現台灣特色，掌握國際新思潮，豐富國人視野

在此目標下主要的執行績效包括：

#### A、排播各國不同類型優質節目，拓展觀眾多元視野。

除本國節目外，亦播出來自加拿大、英國、法國、奧地利、日本、美國、德國、巴西、新加坡、馬來西亞、瑞典、韓國、泰國、越南等 14 個國家的優質影視作品。

#### B、規畫國內外重大議題系列報導，針對國內重大新聞事件製播專題報導或特別節目。包括，晚間新聞方面，二二八事件 70 年專題報導、日本核災食品追蹤專題報導、金門博弈公投專題報導、宜蘭農舍專題報導、新南向政策專題報導。特別節目方面，解嚴 30 年特別節目及專題網站、於地方現場製播「空汙周」系列報導，並製作專題網站。



C、規畫國外重大議題系列報導。新增國際新聞報導節目。「新聞全球話」於 106 年 7 月 31 日開播，除播報每日最新、重大國際新聞外，另有專家論壇解析各類議題。另針對國際間重大新聞事件製播專題報導或特別節目。

在獨立特派員節目專題報導方面，德國轉型正義、香港特首選舉及民主化之路。晚間新聞：香港主權移交中國 20 年、香港特首選舉、中共十九大特別報導及專題網站、蔡英文總統出訪中南美洲及南太平洋邦交國(共兩次)。

D、參與國際影展與競賽、國際廣電組織、論壇會議，建立公視與台灣在國際影視平台的能見度與知名度。

2017 年本會有兩部作品入選世界公視大展，另繼續積極派員與國際間的廣電組織、紀錄片提案論壇進行實質交流並洽談國際合製與節目產製經驗分享。

為提升本會作品的國際能見度，遴選有國際影展參賽潛力之作品，並統籌規劃本會節目之國際影展露出。循「劇情片」、「兒少節目」、「紀錄片」三大影展路線執行參賽計畫和策略，並超越原設定全年入選 21 個影展或競賽，創造 42 個單項節目以上入圍或得獎之目標，參與高達 34 個國際影展，累計 50 筆國外入選/入圍/得獎佳績。

E、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，向國際觀眾與影視專業人士展現台灣國際競爭實力。

公視引領全台灣產業風潮，首度與國際頻道 HBO ASIA 合製「通靈少女」6 集迷你劇集，推動台灣人才接軌國際，從導演、製片到拍攝團隊組成皆為不到 30 歲的年輕人，企圖以台灣文化軟實力攻佔國際市場，台灣特有文化元素結合青春通俗戲劇，突破舊有戲劇框架思考，開展台灣戲劇發展的版圖。

4K 科學紀錄片”蜂狂 2”，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，國際部第一部自製科學紀錄片。於 2016 年初開拍，2017 第 3 季推出。也透過 4K 分享會，協助產業在提升 4k 的過程中交流。

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，製作 3 則 2 分鐘的反霸凌短片，作為國際間一系列反霸凌短片的部份作品，藉此呼籲大家正視霸凌普遍存在於不同國籍、年齡、性別、階級的問題。並透過各國的參與，給予被霸凌者正面的能量，協助抒解霸凌所帶來的各種問題。

慕尼黑影展主席瑪雅歌慈博士來台進行「全球兒少說故事工作坊」，並發起以「那一天，我變勇敢了」為主題，拍攝全球兒少的生命困境，以及從中所獲得的復原力。

F、整合線上影音服務平台，改善影音服使用者介面。

公視於 106 年 8 月與工研院及 YouTube 合作，於世大運舉辦期間，嘗試以 4K 網路直播世大運開閉幕，俾提高國人觀看網路直播品質，並獲得網友好評。開閉幕 4K 影片共吸引 60 多萬民眾觀點閱瀏覽。網友留言踴躍，並於 PTT 版上貼文宣傳及支持，擴大公視 4K 推廣。

PeoPo 公民新聞平台於 106 年邁入第 10 年，舉辦公民新聞論壇，並且將會議內容翻譯英文字幕，也提供國際了解公視推動公民新聞的努力，以及民眾報導公民新聞發揮的力量。

#### (4) 文化部捐贈計畫

在此計畫下主要的執行績效包括：

##### A、105 年度高畫質電視節目製播計畫。

「105 年高畫質電視節目製播」案於民國 105 年 2 月 19 日簽約，後於 105 年 8 月 3 日進行第一次修約，修約於民國 106 年 11 月 15 日結案，整體預算新臺幣 2 億元。計畫時數為 1,195.25 小時。已於民國 106 年 11 月 15 日結案，實際製播 1,329.45 小時(共超出 134.2 小時)。

##### B、105 年超高畫質電視示範製作中心及創新應用計畫。

本會已完成「105 年超高畫質電視示範製作中心及創新應用計畫」，完成超高畫質電視示範製作中心之高畫質攝影設備、後製中心設備、影像高速傳輸設備等建置；並完成超高畫質與高畫

質節目製播時數 52.43 小時，較原預計 47.5 小時為多，業已如期完成結案。

C、106 年內容產製與應用計畫製播計畫。

「106 年內容產製與應用計畫製播計畫」於民國 106 年 4 月 21 日簽約，後於 106 年 12 月 13 日進行第 1 次修約，預計製播 861.5 小時節目時數，已於 106 年 12 月 21 日完成第三期查核點請款 9 千 5 百萬元，本案預計於民國 107 年 11 月 30 日結案，本案目前皆依工作查核進度辦理請款。

D、106 年超高畫質電視示範製作中心及創新應用計畫。

本會執行「106 年超高畫質電視示範製作中心及創新應用計畫（含影視音數位內容特效技術及創新應用計畫—內容產製創新應用計畫）」，計畫採購超高畫質攝影設備與後製中心設備、UHD 超高畫質動畫系統、超高畫質轉播車設備、建置高畫質與超高畫質影音專區等；並完成超高畫質與高畫質節目製作時數共 12 小時，以及原著改編劇本 6 集(每集長度 1 小時)。已於 106 年 12 月 25 日完成第 2 期查核點請款 1 億元，本案預計於民國 107 年 10 月 25 日結案，目前皆依工作查核進度辦理請款。

E、推動超高畫質電視內容升級前瞻計畫第 1 期。

本會執行「推動超高畫質電視內容升級前瞻計畫第 1 期」，計畫建置超高畫質攝影棚、傳輸網路及影音伺服器；擴充動畫系統、

新媒體應用系統等；並預計完成超高畫質節目製播時數 137.5 小時。已於 106 年 12 月 28 日完成第 1 期請款 2 億 6,250 萬元整，本案預計於民國 107 年 12 月 20 日結案，本案目前皆依工作查核進度辦理。

(二) 上年度已過期間預算執行情形 (截至 107 年 6 月 30 日止執行情形)

- 1、勞務收入執行數 2 億 8,038 萬 1 千元，較預計數 4 億 5,033 萬 1 千元，減少 1 億 6,995 萬元，約 37.74%，主要係文化部捐助推動超高畫質電視內容升級前瞻等專案計畫執行數較預計數低所致。
- 2、銷貨收入執行數 4,217 萬 6 千元，較預計數 5,247 萬元，減少 1,029 萬 4 千元，約 19.62%，主要係節目帶及版權出售較預期減少所致。
- 3、受贈收入執行數 1,491 萬元，較預計數 2,211 萬 8 千元，減少 720 萬 8 千元，約 32.59%，主要係公視之友個人捐贈及企業募款較預期減少所致。
- 4、政府補助基本營運收入執行數 4 億 8,800 萬元，與預計數 4 億 8,800 萬元相同。
- 5、其他業務收入執行數 1,041 萬 3 千元，較預計數 1,037 萬 8 千元，增加 3 萬 5 千元，約 0.34%，主要係 Google 網路廣告點擊收入較預期增加所致。
- 6、財務收入執行數 814 萬 3 千元，較預計數 894 萬元，減少 79 萬 7 千元，約 8.91%，主要係資金存量較預計數低所致。
- 7、其他業務外收入執行數 90 萬 5 千元，較預計數 49 萬 8 千元，增加

40 萬 7 千元，約 81.73%，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 6 億 8,308 萬 9 千元，較預計數 8 億 5,173 萬 8 千元，減少 1 億 6,864 萬 9 千元，約 19.80%，主要係文化部捐助推動超高畫質電視內容升級前瞻等專案計畫執行數較預計數低所致。

9、銷貨成本執行數 2,980 萬 4 千元，較預計數 1,730 萬 1 千元，增加 1,250 萬 3 千元，約 72.27%，主要係因去年度銷售收入超收，結算分成權利金支出相對增加所致。

10、管理費用執行數 2 億 2,140 萬 3 千元，較預計數 2 億 340 萬 7 千元，增加 1,799 萬 6 千元，約 8.85%，主要係提繳本會 107 年度勞工退休準備金差額所致。

11、其他業務支出執行數 16 萬 2 千元，較預計數 50 萬 2 千元，減少 34 萬元，約 67.73%，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 1 億 3,026 萬 6 千元，較預計數 1 億 1,690 萬 4 千元，增加 1,336 萬 2 千元，約 11.43%，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 2 億 1,979 萬 6 千元，較預計短絀數 1 億 5,711 萬 7 千元，增加短絀 6,267 萬 9 千元，約 39.89%，主要係提繳本會 107 年度勞工退休準備金差額及業務外支出採權益法認列之投資損失較預計數增加。

## 五、其他

本年度無重大承諾事項暨或有負債。