

2021
客家電視台
年度報告

疫情下的樂線生活提案者

2021 年 COVID-19 疫情持續籠罩全球，臺灣也在五月中旬進入緊繃的三級警戒，社會、經濟、民生各方面皆遭受重大衝擊；疫情歷時兩年至今，病毒不斷變種且長期存在，「流感化」的態勢讓人們面對病毒的態度已從恐懼防堵轉為與之共存，也因此有了新現象、新對策、新日常。

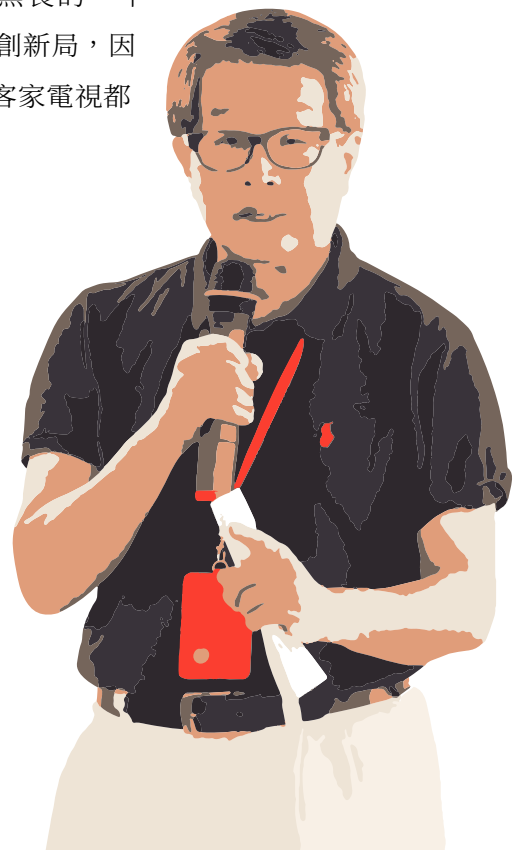
面對三級警戒，作為族群媒體、公共媒體，我們絲毫不敢懈怠，新聞部同仁想方設法，突破技術與人力的限制，《客家盡新聞》從網路節目躍上電視頻道，每日同步客語口譯中央流行疫情指揮中心記者會，與衛福部、疾管家的 LINE 官方帳號同步推播，提供鄉親即時疫情訊息；節目部更製作了近百支各行各業《感謝有你的每一天》短片撫慰人心，而行銷部快速整合資源，透過網路推出「停課不停學」專區、防疫日常懶人包與宅在家生活提案等；客家電視同仁總動員，即使遠距上班、即使分流辦公，我們都堅守崗位、全力以赴。

環顧這一年，我們以「樂線生活的提案者」自居，期望在防疫日常提供身心安頓的力量，《嗨客嘶》、《陪你 Online 做一餐》、《福氣來了》、《花漾同學會》、《一家之煮》等節目都希望透過客家視角、客家人情味帶給觀眾不同的生活選項與心靈滋養。除此之外，客家電視長期關心的女性、教育、長照議題，透過《女孩上場》、《光的孩子》的呈現獲得廣大迴響與海內外影展的肯定，客家電視也因此獲得亞洲電視獎頒發「2021 年亞洲最佳電視頻道」的殊榮。在防疫之外，客家電視依舊秉持信念用影像說故事、講議題，試圖讓我們的社會、讓每一個生命被關注、更美好。

2021 年是充滿不安的一年，也是體現無畏的一年，但客家人總是能順應自然、樂天知命的開創新局，因此，無論未來有再多的困難，屬於我們的客家電視都會陪伴大家、陪伴這片土地一起度過。

客家電視台長

張壯謀



營運理念

傳承、堅持、發揚、凝聚

因為唯一，使命更重

做為全世界第一個，也是目前唯一的客家電視頻道，相較於其他電視台，客家電視無疑有更多的責任及使命：

- （一）行銷客家族群文化之價值
- （二）呵護客家語言永續之流傳
- （三）維護客家媒體近用之權益
- （四）拓展國際族群文化之交流

營運理念三合一

客家電視的經費預算來自全體納稅人，我們從觀眾的閱聽需求出發，以媒體專業與客家專業，將客家文化呈現於螢光幕上，期能立基於以下三項理念：

- （一）人民為本
- （二）客家為體
- （三）專業為用

永續精進的年度目標

2007年起，公視基金會依《公股處理條例》營運客家電視，並依據客家委員會「客家電視頻道提供暨節目製播勞務採購案契約書」辦理；然而客家電視之年度目標與策略計畫，並不自囿於年度標案之限制，我們努力兼顧永續經營之發展，更要形塑客家電視的媒體藍圖。

2021年的客家電視邁入18歲，迎向「後疫情時代」，環顧這一年、面對新未來，我們將以順應自然、樂天知命的「樂線」態度為概念，制定年度目標與計畫，期望生活在这片土地的人們可以省思、可以有所選擇、有所改變，以嶄新的態度來面對自己與身處的環境。

- 目標一：身心安頓，樂線生活的提案者
- 目標二：傳遞交流，分享資訊的溝通者
- 目標三：結盟合作，善用資源的整合者

年度焦點

在戰「疫」中 不忘樂線

疫情打亂了生活的步調，同樣也衝擊了客家電視的節目製播。當所有拍攝戛然而止，我們仍想方設法希望提供觀眾不同的影音節目，結合視訊與料理的《陪你 Online 做一餐》在防疫警戒中就此而生，我們讓許多因防疫警戒而宅在家的觀眾，也能透過創新料理美食內容獲得新知和娛樂，同時感受即使無法在真實世界見面，也能透過線上溫暖彼此的人情味。

結合視訊與料理的《陪你 Online 做一餐》





《福氣來了》主持人遵守防疫距離與親鄉朋友分享新知

2021年5月19日全國進入防疫三級警戒，《客家盡新聞》在有限的人力與預算下，設法進一步做到與中央流行疫情指揮中心記者會同步客語口譯播出，並透過衛福部的Line官方帳號和疾管署的「疾管家」提供客語口譯連結，讓慣於使用客語的鄉親也可以在每日下午2點掌握最新疫情。更進一步，為了服務不善使用網路的觀眾，我們克服製播人力與工程的問題，將網路節目《客家盡新聞》搬上頻道，於每週一至週五同步播出，讓收視頻道的觀眾也能零時差掌握疫情指揮中心的記者會內容。

而製播超過十年的《福氣來了》兵分南北，換用視訊方式與各行各業、全球朋友保持互動，節目全方面從生理、心理、飲食、手作藝術，為鄉親朋友打造不出門即知天下事的廣度，同時也邀請海外客家鄉親，分享多國各地防疫生活經驗，也間接豐富防疫知識，一起守護全台灣。

《防疫大作戰》短片在疫情中扮演著政策與觀念宣導的重要角色，我們與行政院新聞傳播處、中央流行疫情指揮中心合作，提供客語版於全國其他電視頻道公開播送，讓更多的客家鄉親更快掌握重要防疫訊息，加強防疫正確觀念，這兩年已完成四縣腔與海陸腔各143支影片。

面對防疫宅在家的日子，客家電視FACEBOOK針對遠距上班、上課與防疫生活提供對策，讓大家有感之餘也能吸收實用資訊。包括製作「防疫特效框」鼓勵民眾表達宅在家的態度；製作「星座防疫」系列與「居家防疫歌單」貼文，讓追劇與聽歌多些趣味性。製作「防疫生活對策」系列貼文，例如：市場篇、外帶/外送篇、消毒篇等，提供民眾防疫生活指引。分享「感謝有你的每一天」系列影片，表達對前線防疫人員的感謝之意。

因應學生停課居家學習需求、配合各級學校實施線上教學，我們推出「停課不停學」專區，特別整理「客家電視兒童暨青少年節目十二年國教(108課綱)學習領域適用表」，透過網站、FACEBOOK、YouTube做整合性應用，希望藉由優質兒少節目提供學生線上免費收看，減輕家長與老師們的負擔。



配合學校實施線上教學，推出「停課不停學」專區



年度焦點

不同的人生階段 相同的客家女力

《女孩上場》除了對籃球的熱血，還有女孩間真摯的情誼

戲裡戲外，《女孩上場》

「當你想放棄的時候，記得當初開始的原因。」

一群熱愛籃球的高中女生，想望挑戰高中籃球的最高殿堂——小巨蛋；一群沒演戲的素人女孩，嘗試用戲劇呈現她們的青春。It's your turn! 戲裡戲外，《女孩上場》！

《女孩上場》敘述一支本為乙級的高中女子籃球隊，試圖越級打怪挑戰甲級賽事，彼此從散亂到凝聚，一步步挑戰過關並奮發向上的故事。在其中探討了城鄉差異對孩子成長、親情互動、同儕關係的對立拉扯，更真實體現了夢想、升學道路與親子間的矛盾衝突。

這是齣臺灣甚至亞洲少見以青少女籃球隊為題材的戲劇，劇中演員從百位球員裡海選而來，歷經表演、客語課程的磨練，8位「楠鄉小隊」女孩們除了球技100%，更是各有特色，深獲觀眾的喜愛。原因無他，因為這些籃球女孩演的就是自己的故事，也正在創造自己的故事。

為了跟同樣與女孩一樣有夢想有熱情的後

生人分享交流，在行銷上我們增加經營青少年最常使用的社群工具Instagram，透過與FACEBOOK分進合擊獲得良好成效；除了辦理記者會，我們安排劇中演員前往職籃P. LEAGUE+ 富邦勇士主場賽擔任中場活動嘉賓、中華職棒中信兄弟主場賽擔任開球嘉賓，同時還進行了6場高中校園女籃友誼賽，創造更多與觀眾互動與交流的機會。

製作人陳南宏說：「每個人生命中都曾有過很想堅持下去的一件事情，但無奈被環境、家人朋友所否定而放棄，因此《女孩上場》正召喚出這樣的記憶，讓觀眾能有共感，進而為此勇敢。」如此熱血、青春又感動的劇情獲得金鐘獎「最佳戲劇節目編劇獎」肯定，亦獲台灣媒體觀察教育基金會的年度最佳兒少節目獎，許多國高中女籃的觀眾因故事中的團隊精神與自身極為貼近而大受感動，進而受到劇中角色的鼓勵與啟發。



《女孩上場》演員擔任中信兄弟開球嘉賓



《女孩上場》前進校園進行友誼籃球賽

人生裡的每道陰翳，都是《光的孩子》

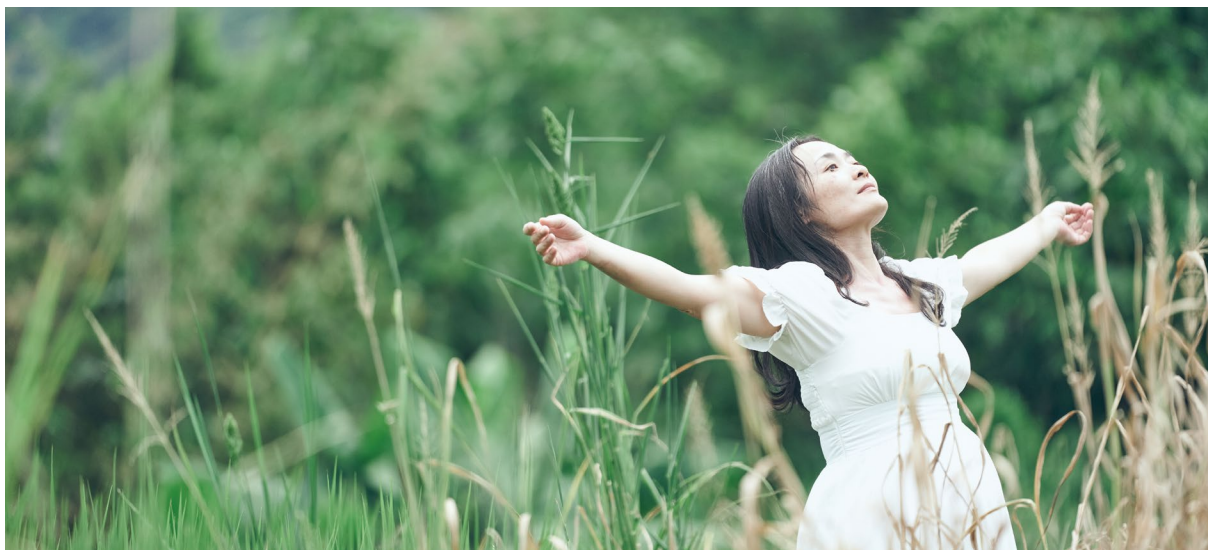
「出發即重返，起點亦終點；出生與死亡是緊鄰抑或遙望？

最終或許會知曉，人生裡的每道陰翳，都是光的孩子。」

《光的孩子》探討大齡女舞蹈家面臨親人死亡與試管新生命的人生課題，當女性已有社會成就，卻有不得不做的義務時，該如何抉擇。全片揭露長照、失智症、大齡生子、女性自我覺察等議題，推出後引發許多關注與討論，也獲得海內外影展與獎項的肯定，包括金鐘獎的「迷你劇集（電視電影）編劇獎」、「迷你劇集（電視電影）女主角獎」，台灣國際女性影展台灣競賽觀眾票選獎，亞洲電視獎最佳單元劇電視電影獎、最佳原創劇本獎、最佳女配角獎，以及亞洲影藝創意大獎最佳主題曲獎。

導演徐麗雯透過《光的孩子》想要表達的

是：「對長照的照顧者來說，長期抗戰中難免會有負面情緒及念頭，但終究還是能看見光。」在國際女性影展的多場巡迴場次中，觀眾每每在映後迫不及待地分享，對於劇中所呈現女性面對現實的掙扎、長期照顧者內心的煎熬都心有戚戚焉；大家都覺得這部片療癒了每一個照顧家人的心情，那種既愛又恨、想理性又失控的心境，讓照護者在混亂中感到自己並不寂寞。戲劇真實反應現實的社會與生活狀況，並能廣泛引發共鳴是客家電視所樂見的，我們希望越來越多的公共議題與弱勢族群能夠透過影劇的呈現被看見、被討論、被分享。



《光的孩子》期望每位照顧者，在黑暗之處也能看見光



《活力新故鄉》來自西班牙的恩里格（左一）與友人相聚

節目焦點

感受生命脈動 與客家共榮共生

雖然疫情讓節目製播產生許多新的變數與困難，2021 年客家電視仍持續製播生活資訊、音樂人文、兒童青少年、戲劇戲曲、新聞與客語配音等各類型節目，透過錄影、直播等各種形式，呈現最好的內容、最佳的品質，為防疫日常打造豐富的視聽饗宴。

生活資訊類

已於新住民間及網路引起熱烈迴響的《活力新故鄉》，持續發掘臺灣客庄新動能，紀實就在你我日常的故事，凸顯出原客與新客間竟然如此緊密，亦開展出更多生活面向的「新二代」，紀錄並呈現臺灣強大的包容性和無窮的生命力，像是面對疫情仍打拚經營餐廳的阮氏梅、教人拍電影說西班牙語的恩里格、來自菲律賓的超級斜槓新二代鄒佳晶等人，在臺灣的這片天空下，他們融入土地、克服萬般困難，在第二家鄉揮灑屬於自己的人生。

我們不忘持續陪伴樂齡族夥伴，《花漾同學會》依然加油添火燃起花甲銀髮的青春熱血，讓美麗人生的時時刻刻，都有美夢相隨。這次

挑戰的項目包括踢踏舞、騎馬射箭、水中美人魚等，無論是突破體力極限、克服心理恐懼或一圓青春美夢，花漾同學們都使出渾身解數的完成任務，他們全力以赴與積極樂觀都令人為之敬佩。

因應後疫情時代初期的國內遊玩風潮，深度探訪客庄的《嗨客嘶》悠遊「3+9」公路，以「台3線」和「台9線」沿線客庄作為探索對象，重新嚮導觀眾嗅嘗客家土地氣味，以「網紅背包客」為前導，搭配最低門檻的踩線方式，找尋最貼近當地生活的動線，融入在地節奏的片刻，細細咀嚼各方一隅的風味層次，感染深刻獨有氣息，原來，台灣處處是客家。



《嗨客嘶》探訪台三線上的大湖草莓園

《一家之煮》積極跟隨四方客家美味足跡，以主持人陳明珠與張柏謙的四縣、海陸雙腔混搭來拉近彼此距離，增添逗趣歡樂內容，更促進不同庄頭和家戶間情感交流，也提供所有觀眾最親切又吸睛的娛樂選擇。像是龍潭挑戰草魚料理，三灣「來自阿婆的好味道－蘿蔔錢」等都讓電視機前的觀眾不由自主食指大動，透過挑戰鄉親滿滿的料理魂與真感情，節目色香味俱全，值得一品再品。



《一家之煮》前往各鄉鎮進行美食交流

2021 客家電視大事紀

1/9

《鬧熱打擂台》進行內容調整，除以新賽制進行「寶座爭霸賽」，並推出「鄉親來展覽」、「鬧熱音樂會」兩個新單元，分別由鄉親團體及專業歌手進行展演。

2/10

配合農曆春節客家習俗，首次嘗試於新興網路廣播平台 Podcast 推出《客普拉斯+打八音+》節目。

2/11

「除夕看大戲」播出與國立臺灣戲曲學院臺灣青年劇團合作，結合多種表演形式，以媽祖林默娘得道一生為故事主軸的《天后-阿媽》。

2/12

播出以音樂家呂紹嘉老師專訪、紀錄，搭配 NSO 國家交響樂團音樂會演出的《遇見呂紹嘉與 NSO》。

2/27

《當畫新聞》於屏東萬巒五溝國小「六堆祈福尖炮城」進行現場播報。

2/28

以紀錄片及相關導讀、訪談為內容的新製節目《巷弄裡的吉光片羽》上檔播出。

3/13

以 YouTube 及 FACEBOOK 網路現場直播由客家委員會與紙風車劇團聯手製作的客家親子劇《雨馬》。

3/22

以高中女籃為題材，探討體保生學涯、職涯規劃的校園連續劇《女孩上場》首播。

4/17

《客家新聞雜誌》推出「你好嗎？小鎮警察」系列報導，走訪苗栗頭份、大湖，屏東內埔、萬巒，花蓮鳳林、光復，一探小鎮警察的日常勤務。

辦理四月份「小主播上場」活動，共有 8 名小朋友參加。



《巷弄裡的吉光片羽》在紀錄片裡探索重要議題

音樂人文類

《巷弄裡的吉光片羽》意喻為「隱於街道巷弄間的珍貴寶物」，播放臺灣在地的素人紀錄片，並邀請片中人物、導演，一起對談，同理關懷社會中被忽視的微弱重要議題；例如透過一位拒學少年，讓觀眾認識一名高中生有多大壓力？拒學少年的歷程，首次透過節目在媽媽面前展露，而父母放下執著，讓孩子離開明星高中後，更清楚自己的方向。節目入圍金鐘獎「人文紀實節目獎」、「自然科學及人文紀實節目主持人獎」、國人自製兒童及少年優質節目「中嘉數位股份有限公司企業特別獎」、「兒少發聲獎」、優質5星推薦等，獲得各方的關注與肯定。

《音樂關鍵字》是台灣首部客語發聲的音樂科普動畫微電影系列，將聲音相關的科普知

識，濃縮在短短十分鐘故事裡，以明快的劇情引導出科學原理，配搭原創音樂，讓觀眾感受到生活裡無處不在的「聲、音、樂」就是最浪漫的「科學」。其中〈吼〉一集針對「吼音」細說從頭，從真聲帶與假聲帶的發聲原理、音高清晰度，帶出物理學，再從吼叫式的音色，挖掘不為人知的心理學與生理學進行探究，在故事裡巧妙串連三者間的關係。同時，本片首創全台灣第一首以客語發音詮釋吼音的主題曲「愛上你的吼」，特別邀請到臺灣吼音女性演唱者第一把交椅林希研（小Kin），演繹重金屬搖滾中最有爆發力的「黑腔吼音」與「死腔吼音」兩種唱腔，寫下客家音樂里程碑。

人類之於大樹，是個短暫的過客；大樹之於人們，是個時空的指針。紀錄片《樹說新語》

從「樹」對人類的貢獻為出發點，重新索解他們與人的關係，也反芻客家先民惜物、敬天思想的根源！透過客家族群對樟樹、苦楝、油桐樹…的深入認識與高度利用，讓受眾重新認識這些曾經與我們緊密共存的樹種，省思「人」與「自然」的相互依存。歷時三年完成的《樹說新語》，入選亞洲獨立電影節、亞洲影藝創意大獎國家優勝「最佳系列紀錄片」。

我們推出以客家優秀指揮家呂紹嘉為主角，搭配其所指揮演出的交響演奏節目《遇見呂紹嘉與NSO》，此為呂紹嘉總監卸任NSO(國家交響樂團)總監的紀念之作，也是其首次親自為觀眾介紹他最思念的客家原鄉和母校，並全程以客語接受訪談，引領大家共同進入其音樂養成的脈絡。除此之外，我們網路直播由小野老師創作、紙風車兒童劇團演出的大型戶外兒童音樂劇《雨馬》，充滿客家元素的故事，期勉大家只要心存良善，總能突破萬難。客家電視亦主責《交響六堆-六堆300紀念音樂會》錄影轉播，伴隨台灣客家，並肩佇足在客家發展史重要的里程碑。



充滿客家元素的兒童音樂劇《雨馬》

4/28

公告 2021「後生提攜計畫」錄取名單，共錄取 13 名學員預計暑期參與培訓，惟因疫情影響於 6 月 7 日決定暫緩實施，部分學員改參加學期實習，其他保留明年優先培訓資格。

5/27

因應疫情警戒中小學生居家學習推出「停課不停學」活動，配合十二年國教(108課綱)學習領域，整理優質客家兒少節目之適用年齡與領域，提供老師及家長參考運用。另節目部亦邀請主持人、演員及鄉親，拍攝「有你的每一天」系列影片，表達在疫情中協助民眾維持正常生活的各行各業工作人員。

5/31

為服務更多鄉親與觀眾，客家盡新聞自 5 月 31 日起，週一至週五於頻道、網路以客語口譯播出防疫記者會，並自 6 月 12 日起新增星期六、日之網路播出。



7/25

以公路旅行為概念，透過摩托車尋訪「台3線」及「台9線」客庄的行腳節目《嗨客嘶》正式播出。

7/29

為提升網路影音及各項服務品質，網站全新改版上線，並增設個人化之會員服務。

8/1

邀請多次獲得客家流行音樂節、客家合唱比賽冠軍的B-MAX馬克筆人聲樂團，編曲、演唱〈客家世界〉阿卡貝拉(a cappella)版本，並配合播出新版MV。

8/18

Podcast 推出以六腔調口述故事及念謠為內容之兒童節目《客+細人仔細細聽》。

青少年兒童類

拉進幼兒與生長土地的距離，《GO！蔬菜小隊！》持續帶著學齡前幼兒走入農場，了解食物的原初樣貌，並以探險精神親手採摘，更再誘導孩子運用創意，在玩樂中將每樣原型蔬果，變成一道道美味佳餚，親身經驗「從地上到桌上、從泥巴到嘴巴」的生活哲學。從蔬菜到水果，從冬天到夏天，舉凡蘿蔔、芭樂、水梨、香蕉等，孩子們在果園農田裡穿梭探險，玩得開心，也吃得健康。

讓客語學習變成一場隨觸可及的遊戲，《奧林P客》在棚內以大型道具打造了一個未來感十足的客語應用遊樂場，邀請孩子們前來踢館一較高下。經過數年運作下來，已成功在全國各地小學創造極佳口碑，是每個新學年度，同學與老師都期待能再上場的梦想境地，節目不



《GO！蔬菜小隊！》帶著孩子認識蔬果

只有超過十年歷史，更是全國少有、累計上萬人次學齡兒童參與的兒童節目。除了遊戲，我們也透過《Bilibolo 唱唱跳跳》讓客家語言、文化學習成為一場 Show！今年除了小學組的

《喔走！48小時》前往海洋，挑戰高難度的重帆駕駛





《練習生，衝一波！》由主持人親身參與志工活動

說學逗唱藝術外，還邀請了畢業的學長姊，返校與學弟妹們一同上台表演，增加節目精采度；同時，鏡頭還走入校園，一探舞台幕後，了解孩子學習客語表演的過程與甘苦。

指標性兒童戶外競賽節目《喔走！48小時》，在今年新一季挑戰了高難度的重帆駕駛。孩子們經歷漁村海岸的初選，通過嚴格的水上求生訓練與帆船駕駛後，終於登上巨大的重型帆船，完成台灣、澎湖的往返航行。除此之外，今年雖受疫情限制，我們仍陪著孩子努力鍛鍊體能，鼓勵孩子勇敢迎向新的挑戰，攀越巔峰，克服極限奮力登頂，同時也培養親山愛海的知識和素養。

除了語言學習和自我挑戰，我們希望孩子要具備關懷社會的視野，《練習生，衝一波！》透過客家後生主持人的親身參與，帶觀眾切入多元面向，包括外來蜥蜴對環境影響產生的問題，疫情下的長者、弱勢長照問題，偏鄉身障者的生命困境等，不但拓展青少年的生命層次，也從付出關懷的過程中，得到反饋的力量。

8/21

以網路遠距互動為題材發想而來，透過視訊為朋友量身訂做一道家常料理的新型態料理節目《陪你Online 做一餐》正式播出。

8/27

《當畫新聞》移師新竹新埔義民節進行現場直播。

9/1

《客家畫新聞》由主播許儷齡以客語口譯方式，網路直播「Our Heroes！台灣英雄 凱旋派對」。

10/3

由客家電視與臺灣吧聯合製作的《客客客棧之啤劍闖世界》於網路播出，並提供客語發音、英文字幕版本。



10/5

紀錄片《神之器 - 礮之旅》於2021台灣國際民族誌影展進行公開放映。

10/10

製播 110 年國慶大會特別報導，由許儷齡、劉宜頻擔任主播，並提供總統國慶談話、大會主席與僑胞致詞客語同步口譯。

10/18

電影《光的孩子》10月18日及21日於臺灣國際女性影展進行世界首映，並自10月28日至2022年1月17日分別於新竹縣、新北市、臺中市、嘉義市、宜蘭縣等進行巡迴放映。

10/30

辦理十月份「小主播上場」活動，共有7位小朋友參加。

11/13

《當畫新聞》移師臺東好米收冬祭進行現場直播。



以媽祖為故事背景的春節精緻大戲《天后阿媽》

戲曲與配音類

鄉親深愛的戲曲類節目，我們在熱鬧的春節推出精緻大戲《天后阿媽》，以媽祖慈愛的故事背景，溫暖並撫慰人心；同時還陸續製作客家原形故事《花囤女》、經典劇碼改編的《天上、人間、桃花源》，還有廣受戲迷喜愛的《金蘭之契》與《孫臏下山》等知名歷史傳奇；值得一提的是，今年客家戲曲走入台北國家戲

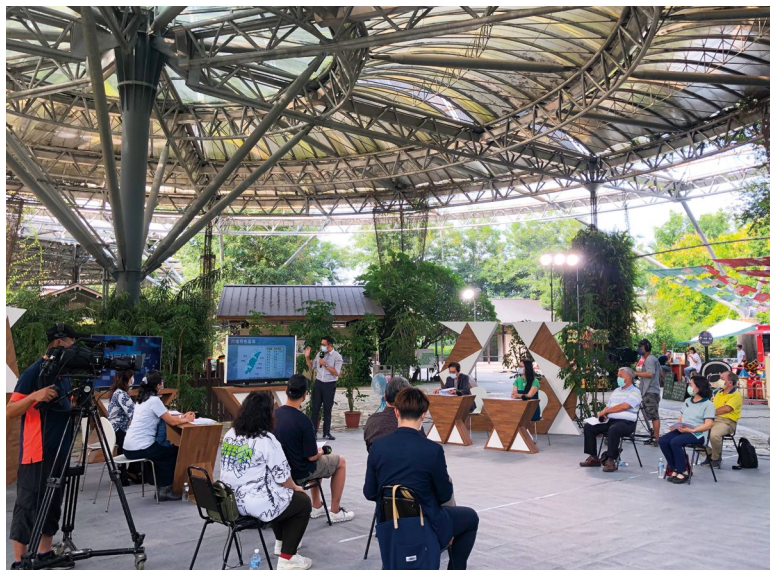
劇院、高雄衛武營國家藝術文化中心，高品質的表演殿堂、高水準的演出團隊，就是要讓觀眾欣賞精緻優美的客家傳統戲曲，提升文化表演的視聽享受。

客家電視推出的客語配音節目向來廣受觀眾一致好評。為提供小朋友和喜愛動畫的觀眾優質內容，我們推出全球經典動畫《史努比》；向辛勤的醫護人員致敬、彼此激勵鼓舞的嚴選日劇《小孤島大醫生》和《完美世界》，皆獲得觀眾喜愛與讚揚。除此之外，我們號召多位客家名人協力參與《半澤直樹》客語版錄製，包括徐堰鈴、徐哲緯、陳瑋儒等 27 位配音員共同獻聲、精準詮釋，同時首度搭配客語字幕，令人耳目一新。各式各樣的配音節目讓客家電視更為吸睛，也讓客家話就在你我日常之間。

新聞與報導類

2021 年適逢六堆 300 年，從高雄到屏東，各式紀念及慶祝活動，讓南部客庄從年頭到年尾，都是全臺關注的焦點。客家電視各節新聞有超過 60 則的採訪報導，節目群與 4G 直播小組亦透過不同的方式與角度，呈現六堆 300 的豐沛大款。

「六堆祈福尖炮城」是今年客庄 12 大節慶第一個舉辦的活動，《當晝新聞》將主播台移師至五溝國小現場 Live 直播，在新聞的呈現上，運用現場實景做主播播報背景，並搭配第二現場記者連線，訪問水球尖炮城、跌三鳥體驗民眾，分享參與活動的樂趣，讓觀眾藉由節慶、



《村民大會》邀請各方代表，討論六堆未來的發展

競賽及娛樂中認識六堆傳統文化，將客家精神永續傳承。歲末年終，我們再次將整個直播小組拉到「六堆300紀念大會」現場，帶領全臺觀眾一起見證這場南部客庄的世紀盛事。

《村民大會》和《客家新聞雜誌》則分別透過現場論壇和深入報導的方式，介紹六堆的歷史與現況，以及它不同於其他客家鄉鎮，自成一格的特色。《村民大會》在六堆客家文化園區的現場錄影，邀請多位來自產、官、學界的代表和當地的鄉親及產業代表一起討論六堆未來的發展。《客家新聞雜誌》則以「300NOW·鬧六堆」為題，從六堆的「加」、「減」、「乘」、「除」切入，以9個專題的篇幅，深入探討氣候、人口、產業、空汙等問題，完整呈現六堆的過去、現在和未來。

《聚焦國際》帶領客家鄉親看國際局勢，今年第一季側重在拜登上台後的局勢，以及緬甸突發政變事件；第二季議題則趨向多元，包括環保、人權、疫情的發展等；第三、四季則將重點聚焦美軍撤軍阿富汗的情勢發展，皆符合節目「發現新世界」的目標，期望未來增加與海外客家鄉親聯繫的機會，讓鄉親當我們的「眼」，以更在地的觀點，帶觀眾看國際大事件。



《客家新聞雜誌》製播【六堆加、減、乘、除】特輯

11/20

《當畫新聞》移師六堆300紀念大會進行現場直播。另《客家新聞雜誌》亦以「300NOW·鬧六堆」製作系列專題報導，《村民大會》則於六堆客家文化園區進行錄製，邀請產、官、學界代表進行相關討論。於11月20日、27日辦理《客家電視客文字幕節目研究計畫》焦點團體座談會，以了解各界對客文字幕的看法，共辦理3場30位來賓參加。

11/27

於新竹北埔慈天宮廣場舉辦海陸腔客語時代生活劇《茶金》感恩特映會，並於社群平台網路直播現場活動盛況。

11/30

以頻道與社群平台現場直播第九屆徐生明國際少棒錦標賽冠亞、季殿決賽。

12/4

於12月4日、5日辦理「客家力·線上講座」，邀請金鐘戲劇《女孩上場》導演吳宗叡及女主角蔡嘉茵，以「新手演員必修課」為題進行分享。

12/14

以青年返鄉、客庄青創為題材的連續劇集《船到橋頭不會直》，於桃園龍潭武德殿舉行開鏡儀式，預計將於2022年春季播出。

12/15

教育部公布111年表揚推展本土語言傑出貢獻獎獲獎名單，由客家電視推薦，長期致力於客家影視製作、演出及客語表演藝術的曾均崧先生（藝名：唐川）獲個人獎。

12/19

辦理十二月份「小主播上場」活動，共有7位小朋友參加。

12/28

還我母語運動33週年，於三節新聞推出「靚講客話」系列報導，探討國家雙語政策、沉浸環境學習、語言友善環境等多項議題。

節目表現

優質節目獲各界好評

入圍與獲獎精彩作品

★ 台灣媒體觀察教育基金會

- 獲 兒少發聲獎 喔走！48 小時
- 獲 兒少評審團獎 阿公阿婆神救援

★ 溫哥華國際電影獎 (Vancouver International Film Awards, VIFAwards)

- 獲 最佳敘事長片 大桔大利 闔家平安
- 獲 最佳導演 大桔大利 闔家平安／林志儒
- 獲 最佳編劇 大桔大利 闔家平安／林志儒、劉存菡
- 獲 最佳男主角 大桔大利 闔家平安／彭浩秦
- 獲 最佳女主角 大桔大利 闔家平安／吳奕蓉

★ 入圍臺灣生態環境影展

- 入圍 最佳編劇獎 大窩浪之歌
- 入圍 最佳攝影獎 力爭
- 入圍 最佳剪輯獎 力爭

★ 銀響力新聞獎

- 獲 電視及網路影音類 - 即時新聞獎 每日新聞 - 屏東全台首座樂智園區 讓長輩在地安老
- 獲 電視及網路影音類 - 即時新聞獎 客家新聞雜誌 - 足跡，走自己的故事

★ 紐約電視節 (New York TV & Film Festival)

- 獲娛樂節目類 - 教育 / 教學 音樂關鍵字 - 尋聲
- 獲工藝技術類 - 女演員 大桔大利 闔家平安／吳奕蓉
- 入圍 娛樂節目類 - 兒童 / 青少年 阿公阿婆神救援
- 入圍 娛樂節目類 - 教育 / 教學 練習生，衝一波 - 與傷疤同行
- 入圍 電影類 - 劇情長片 大桔大利 闔家平安

★ 入圍美國灣區國際兒童影展 (Bay Area International Children's Film Festival) 7 歲以上短片類入選放映 GO！蔬菜小隊！

★ 獲台灣國際女性影展台灣競賽獎 - 觀眾票選獎 光的孩子

★ 入選臺灣國際民族誌影展 (Taiwan International Ethnographic Film Festival, TIEFF) 放映

神之器 - 礮之旅

★ 入圍聖地牙哥國際兒童影展 (San Diego International Kids' Film Festival) 兒童短片放映

想飛的魚

★ 烏克蘭國際兒童影展 (DYTIATKO International Children's Media Festival)

- 入圍 最佳兒童電視節目 喔走！48 小時
- 入圍 最佳兒童電視節目 練習生，衝一波 - 當我們童在憶起

★ 社會光明面新聞報導獎獲電視新聞報導類佳作 客家新聞雜誌 - 溫暖將軍的食物箱

★ 文創產業新聞報導獎獲電視新聞報導獎 《進擊的掌中戲》系列報導

★ 入圍首爾國際戲劇獎 (Seoul International Drama Awards) 電視電影類 光的孩子

★ 入圍第 47 屆曾虛白先生新聞獎 - 信義房屋社區營造與地方創生報導獎 客家新聞雜誌 - 美濃小鎮的光與熱

★ 入選全亞洲獨立電影節 (All Asian Independent Film Festival) 紀錄片類放映 樹說新語 - 梅語

★ 獲財團法人氣象應用推廣基金會 2021 年度民間最佳氣象播報團隊獎 客庄氣象

展現諸多社會議題的
《大桔大利 闔家平安》，獲多影展肯定



★ 金鐘獎

入圍 戲劇節目獎	客家尋味劇場 - 女孩上場
入圍 電視電影獎	客家電影院 - 光的孩子
入圍 電視電影獎	客家電影院 - 窩卡
入圍 戲劇節目女主角獎	客家尋味劇場 - 女孩上場／蔡嘉茵
入圍 迷你劇集（電視電影）男主角獎	客家電影院 - 光的孩子／安原良
入圍 迷你劇集（電視電影）男主角獎	客家電影院 - 窩卡／曾均崧（藝名：唐川）
獲 迷你劇集（電視電影）女主角獎	客家電影院 - 光的孩子／徐堰鈴
入圍 戲劇節目導演獎	客家尋味劇場 - 女孩上場／吳宗叡
入圍 迷你劇集（電視電影）導演獎	客家電影院 - 光的孩子／徐麗雯
獲 戲劇節目編劇獎	客家尋味劇場 - 女孩上場／張逸寧、吳岱芸、吳宗叡、陳南宏
獲 迷你劇集（電視電影）編劇獎	客家電影院 - 光的孩子／徐麗雯
入圍 人文紀實節目獎	巷弄裡的吉光片羽
入圍 人文紀實節目獎	活力新故鄉
入圍 戲劇節目最具潛力新人獎	客家尋味劇場 - 女孩上場／高倩怡
入圍 自然科學及人文紀實節目主持人獎	巷弄裡的吉光片羽／羅亦嫻
入圍 自然科學及人文紀實節目主持人獎	老派美學的約會／溫尹嫻（藝名：米莎）

★ 亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards)

入圍 最佳紀錄片系列	樹說新語 - 樟語
入圍 最佳兒童節目	喔走！48 小時
入圍 最佳學齡前節目	GO！蔬菜小隊！
入圍 最佳女主角	光的孩子／徐堰鈴
入圍 最佳導演（劇情類）	光的孩子／徐麗雯
獲 最佳主題曲	光的孩子 - 無垢鳥／邱舒

★ 亞洲電視獎 (Asian Television Award)

入圍 最佳兒童節目	練習生，衝一波
獲 最佳單元劇／電視電影	光的孩子
入圍 最佳導演（劇情類）	光的孩子／徐麗雯
獲 最佳原創劇本	光的孩子／徐麗雯
入圍 最佳主題曲	光的孩子 - 無垢鳥／邱舒
入圍 最佳女主角	光的孩子／徐堰鈴
入圍 最佳男配角	光的孩子／安原良
獲 最佳女配角	光的孩子／涂台鳳

《光的孩子》描述高齡產婦的舞蹈家返鄉，面對親人的年老死亡及新生命的誕生，生命的起點抑是生命的終點

★ 台灣媒體觀察教育基金會

獲中嘉企業特別獎	巷弄裡的吉光片羽
入圍 110 年優質兒少節目 5 顆星獎	喔走！48 小時
入圍 110 年優質兒少節目 5 顆星獎	GO！蔬菜小隊！
獲 年度最佳兒少節目獎	女孩上場
入圍 110 年優質兒少節目 4.5 顆星獎	奔跑吧！阿公
入圍 110 年優質兒少節目 4.5 顆星獎	練習生，衝一波！
入圍 110 年優質兒少節目 4 顆星獎	奧林 P 客

公眾服務

虛實並行，「疫」起走過

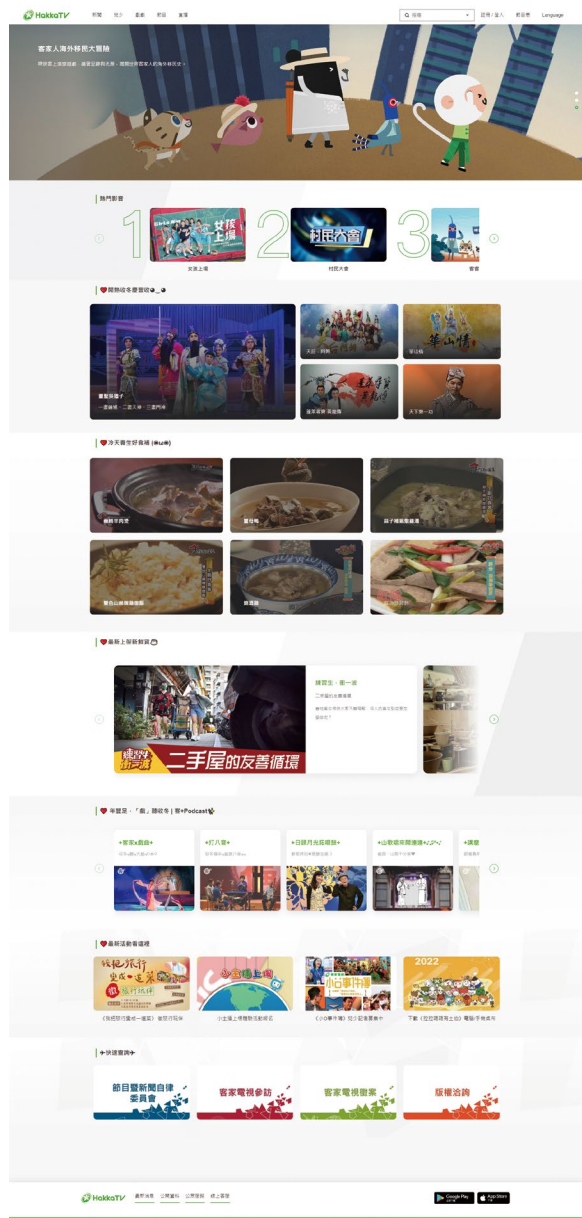
防疫改變了生活方式，也讓工作方法變得多元，客家電視的公眾服務更不會因疫情而打折，我們透過網路讓互動更為個人化，我們加強各平台與通路服務，即使不能常常在實體世界接觸，也可以時時在網路世界互動，我們積極創造每一個與觀眾溝通交流的機會，努力推動客家電視的服務與理念。

網站與多平台

為提供更好的服務，客家電視網站再度進行全新改版，以「一站多功能」的方式規劃新聞與兒少專屬網頁入口，並新增會員服務與APP，期能讓使用者能更方便、快速地搜尋、觀賞各式優質客家影音。

新聞及兒少節目是體現公共及族群價值的重要面向，這次改版我們強化了影音新聞，希望做到在「客家焦點」及各地客庄訊息都能有單則的影音新聞，方便網友觀看及分享。而兒少網除了頁面風格特別為孩子設計外，也將影音內容分成兩大項方便運用：一是依台灣地區客語六腔調區分，並搭配由專家編寫的各語腔「小學堂」提供更多學習資源；另一是依年齡及類型區分，讓不同學齡階段的孩子都能找到適合自己的節目。

改變過去羅列所有節目讓觀看者被動選擇，新網站透過勾選節目類型、內容型別、播出年代、腔調等，讓使用者快速找到自己需要的影音；所有影音也都依內容設定標籤，讓系統配合使用者偏好推薦相關節目。新建立的會員機制，可以透過「觀看紀錄」、「我的收藏」，打造自己的專屬清單，讓服務更趨向客製化，全年網站瀏覽量達 1,756,499。另外，我們以



網站以「一站多功能」全新改版上架



《客家盡新聞》提供中央流行疫情指揮中心記者會同步客語口譯

「一鍵到位」的概念推出專屬 APP，方便網友及長輩更容易地接近豐富的影音內容，不論是新聞或節目都可隨時隨地收看，優質客家節目隨身攜帶。

YouTube 已是國人甚至全球最大網路影音平台，也是傳播客家文化的重要管道，客家電視依內容及重點推廣，設有「客家電視 HakkaTV」、「客家電視精彩預告 Hakka SeeFirst」、「客家新聞 Hakka News」、「客家電視兒少頻道 Hakka Kids」及「客家電視網路直播 Hakka Live」、「暢歌實驗所 Music Lab」以及「拉拉雜雜有土伯」頻道，透過綜合、新聞、兒少、音樂、短片、直播等不同類別提供服務，進行分眾行銷；尤其因疫情升高，《客家盡新聞》自 5 月 31 日起除原有疫情資訊整理外，更進一步提供中央流行疫情指揮中心記者會同步客語口譯而備受關注，帶動「客家新聞 Hakka News」頻道在觀看人次上大幅提高，

訂閱人數也大幅成長達到 12,359 人，客家電視 YouTube 全頻道全年瀏覽人次達 14,252,593 次，較前一年度成長 53.7%。

客家電視 FACEBOOK 經營係採分進合擊的方式，除綜合性資訊的主要專頁外，亦依行銷需要設置各節目、活動專頁或社團。2021 年共觸達近 260 萬人次，以年度重點戲劇《女孩上場》、電視電影《光的孩子》表現最佳，常態節目則以《福氣來了》觸達人次最高，但各類型節目專頁皆有一定表現。在影片觀看部分，各專頁影片觀看人次達 80 萬人，長秒數觀看人次增加 40%，互動次數也增加 10%，顯示客家電視的 FACEBOOK 不僅是傳遞資訊，也是觀看影音的重要平台。

依據尼爾森媒體大調查顯示 2021 年已經有接近 10% 人有聽 Podcast，且有成長的趨勢。客家電視 Podcast 頻道，除了以客家傳統藝術為主軸的《客普拉斯》、新聞節目類的《客+ 聚焦



前進客庄積極推廣客家電視 Podcast 頻道

國際》外，2021 年推出特別單元《打八音》、《山歌唱來鬧連連》、《客家戲曲》與適合孩子的床邊故事《客+細人仔細細聽》。除了製作宣傳影片於電視頻道宣傳，於網站建置介紹頁面，亦透過《公視之友》月刊、FACEBOOK 進行社群宣傳，下半年疫情趨緩則積極執行客庄活動推廣，頻道曾列 Apple Podcast 台灣區表演藝術類第 4 名、兒童教育類第 6 名。

此外，客家電視亦積極拓展多元播映平台服務觀眾，讓觀眾可以隨時隨地接觸客家文化與語言。我們與國內外電視頻道、OTT 平台合作播映節目，包括公視三台、靖天電視、采昌影劇台、采昌影迷數位電視台、華視新聞資訊台、LINE TV、LiTV、KKTV、公視+、四季線上影視 4gTV、CATCH PLAY+、myVideo、Hami Video、friDay 等。臺灣好直播電視 APP、四季線上影視 4gTV、亞太電信 Gt 行動電視，也可以看得到客家電視直播頻道；此外，Taiwan+、東森美洲戲劇台、廣東 IPTV、新加坡 meWATCH 皆可收視客家電視所製作的節目。

與全國 6 家客語播出之廣播頻道及 Yahoo! 奇

摩網站、PChome OnLINE 網路家庭、Sina 新浪臺灣、中華電信、蕃薯藤等網路媒體合作新聞播出，擴大傳遞最新資訊。另與富邦文教基金會合作「親子電影院」播映計畫，藉由露天或實體電影院、OTT 平台（myVideo、飛行國際-教室電影院公播大平台）及有線電視頻道（MOMO 兒童台及 MOMOTV）等放映管道，播出客台兒童節目，讓觀眾可以親近客家。

節目行銷與活動

走進人群是客家電視必要的任務，雖疫情讓許多活動被迫暫停，但我們仍盡力爭取可以與鄉親互動的機會。公視時代生活劇《茶金》以 1950 年代為背景，述說新竹北埔的茶產業，如何在爾虞我詐的商場中，面對強大競爭起落浮沉，靠著茶葉創造經濟奇蹟。客家電視除了於頻道上跟播外，為了感謝北埔鄉親協助劇組拍攝，我們特別規劃《茶金》感恩特映會，邀請主要演員郭子乾、連俞涵、許安植至現場與鄉親互動，並由甫獲得金曲獎的春麵樂隊演出劇中插曲，期能凸顯本劇之客家意涵，活動當日



《茶金》北埔感恩特映會有近千位鄉親共襄盛舉

冠蓋雲集，有近千位鄉親熱情參與，同時也活絡地方觀光與產業。

《客客客棧之啤劍闖世界》以世界史的維度來觀看客家族群的歷史，當客家遇見世界，究竟會擦出什麼樣的火花？透過深入淺出、詼諧幽默方式，讓觀眾能輕鬆的了解客家海外移民史。此次內容共製作客英、華客、華英 3 個版本，並於客家電視、臺灣吧電視頻道與網路、社群上架與宣傳；值得一提的是，我們特別開放國中小學公播授權申請，短短兩週就有國中 165、國小 630 所提出申請，許多學校都將之列為本土語言、歷史文化輔助教材，像是苗栗中興國小提到「將生澀難懂的歷史文化透過動畫呈現，讓客家地區的學子從動畫中了解自己的



開放國中小學公播授權申請《客客客棧》

文化，坎坷的生活，進一步也能對自己文化的認同。」新竹建華國中提及「讓學校在本土語推動上可以變得更為生動。」

《拉拉雜雜有土伯》以客家獨有的文化特色形塑各主配角，再搭配一般人較少接觸的客語疊字，包裝成一則則趣味性兼具知識性的影片。2021 年初推出第二季系列動畫，延續以網路社群為主要宣傳平台，在 FACEBOOK、YouTube，以動畫影片、VTuber Show、番外篇及客語疊字卡等多元內容進行推廣，於 8 月初達成訂閱千人目標，累積觀看人次達 55 萬次，以 18-24 歲及 25-34 歲為主，分別有 41.5%、32.6%，對增進年輕世代對客家語言、文化的認識有相當助益。

繼 2020 年首先設置「詔安小學堂」資源網後，2021 年我們陸續完成四縣、海陸、大埔、饒平各腔調的小學堂內容，各腔調內容分為「學習主題」及「兒童影展」二大部分，其中學習主題將節目內容作「類別」及「分齡」規劃，搭配教案及學習單作為客語輔助教材，而兒童影展則將客家電視歷年製作之優質兒少節目上網供學童收看，五腔小學堂已備齊，期待未來深化內容，拓展使用對象。



透過參觀電視台，更瞭解電視產業與客家文化

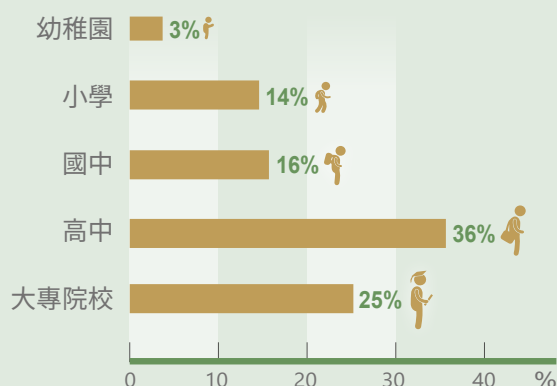
觀眾意見與服務

無論鼓勵、建議亦或是批評，觀眾的回饋永遠是經營團隊回頭檢視、向前邁步的動力。因此，我們提供多元的觀眾意見服務管道方便觀眾與我們交流與溝通，包括電話專線、網路、傳真與信函等方式。2021 年我們共收到 114 件觀眾意見，其中 59% 的意見來自於電話管道，其他管道包括網站線上客服、EMAIL、來信等共計 47 件；意見的類型多以詢問節目或報導中的資訊為主佔 84%，其次是建議佔 13%；三日內完服的比例達到 82%。

除此之外，由於觀眾使用網路的比例越來越高，因此，客家電視亦透過官網的 Messenger 與 FACEBOOK 留言等管道來服務觀眾，我們的社群小編站在第一線為觀眾服務，為觀眾即時解決疑難雜症。

客家電視是各級學校培養媒體素養的首選，除了認識媒體運作，同時進一步了解客家族群；我們專業的解說人員帶領來賓走訪攝影棚、道具庫房、主控室，並提供電視專屬的金鐘獎體驗。2021 年因 COVID-19 疫情升溫，有半年時間暫停參訪服務，即使恢復參訪服務，我們仍

2021 年參訪團體類型



嚴守防疫規範並降低接待團隊與人數，全年共接待參訪來賓 819 人，包括各級學校，其中尤以高中生最多，其次為大專院校同學。

人才培訓

唯有開放機會、提供舞台，才能不斷注入客家傳播新血。2021 年「後生提攜計畫」錄取 13 位，但因疫情嚴峻，為維護同學安全及健康而暫緩實施，保留錄取資格至明年可免甄試參加。惟其中 3 名同學因已屆大四，改以學期實習方式進行，另錄取行銷部學期實習同學 1 名，加上上半年學期實習同學 4 名，全年共計 8 名同學參與學期實習。在同仁的悉心指導下，學期實習同學無論是執行節目部《福氣來了》、在新聞部擔任實習記者或在行銷企劃部學習數位行銷都能提出完整、具水準的作品，為踏入社會奠定良好基礎。

客家電視與中央大學以產學並重為合作目標開設課程，上半年開設「客家媒體與傳播」課程，以透過「客家數位敘事專題製作」培養



客家電視提供暑期與學期實習，培養客家傳播人才

具備新媒體能力的客家傳播人才，13 位同學以「客家」為議題，從做中學產出 6 個充滿趣味與創意的數位敘事專題網站；而下半年開設的「客語新聞採訪與寫作」，提供具備客語口說與寫作能力的同學有接觸不同領域的機會，從新聞採訪、編輯到報導的練習與分享中，磨練 24 位同學客家採訪與寫作的能力，為客家傳播灑下種子。

我們也以業師方式與文化大學新聞系合作「媒體行銷」課程暨校園行銷推廣競賽，以培養學生認識客家電視與節目行銷的能力，除了到校授課六次分享客家電視媒體經營與行銷的經驗外外，亦讓同學以《音樂關鍵字》為主題進行整合行銷企劃，44 位同學透過充滿活力的創意與想像，為節目行銷增添多元性。

為培育對客家媒體、影視產業有興趣者，舉辦「客家力線上講座」，邀請金鐘戲劇《女孩上場》導演吳宗叡及演員蔡嘉茵從不同面向切入，分享有關演員的入門知識，出席人數兩場共計 60 人，大家對於從演員的養成到導演選角的觀點充滿了好奇，主講者活潑生動的講解與

互動，即使是線上分享也熱絡非凡，參與者也非常期待我們能繼續開設講座分享傳播媒體的經驗與知識。

為了培養兒童的媒體素養，了解新聞播報，體驗電視職業，我們每月辦理一場「小主播上場」體驗活動，內容包括認識新聞播報、讀稿練習、化妝技巧、播報體驗與主播面對面等，並以網路直播方式供親友觀賞、分享播報畫面，因受疫情影響，2021 年僅舉辦 2 場次共 19 人，但由於內容有趣、寓教於樂，未來也將持續辦理。



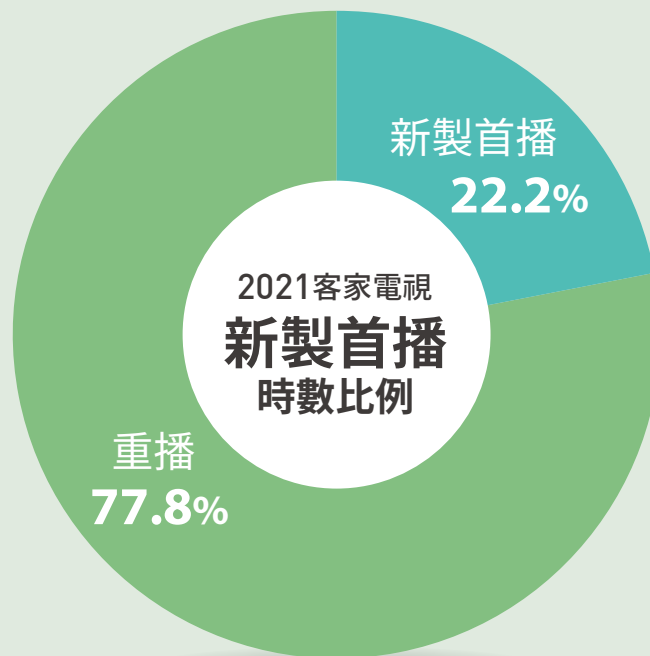
「小主播上場」活動培養兒童媒體素養

節目表現

有限預算創造最大質量

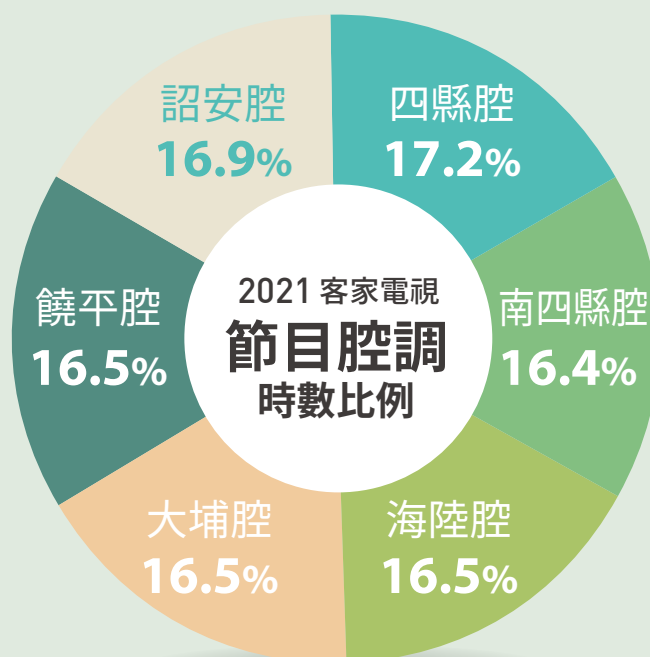
新製首播比例

新製首播節目時數共 1,910.4 小時，新製首播比例為 22.2%。



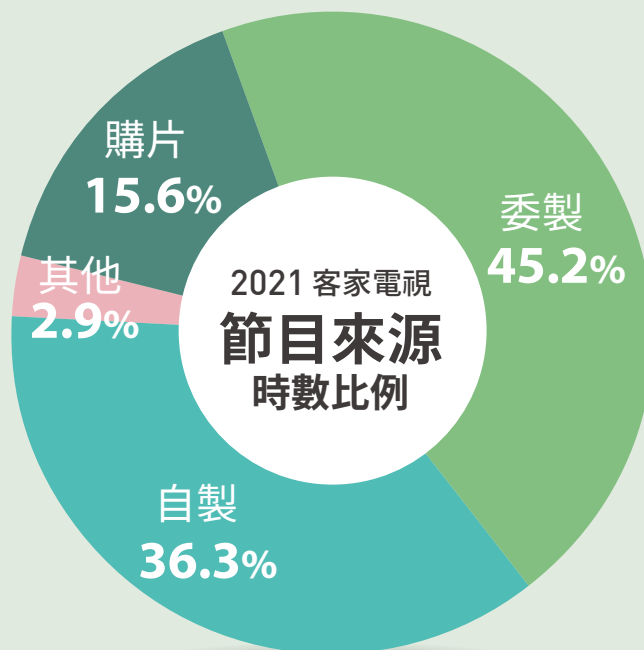
節目腔調比例

為服務族群，傳承客語，另闢單一腔調節目時段，包含四縣、海陸、大埔、饒平、詔安及南四縣，以呈現客家多元語腔之美。



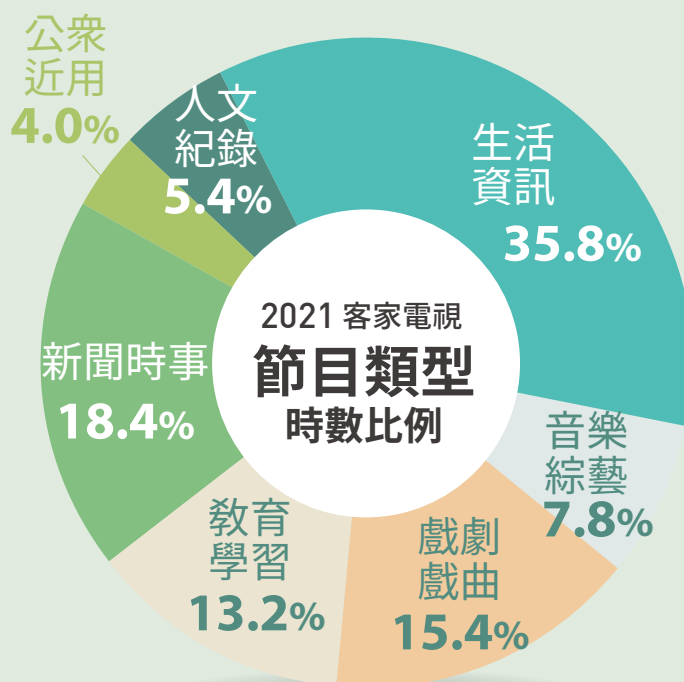
節目來源比例

為節目品質把關，節目自製與委製約占八成以上；其中委製節目則占四成，以落實身為客家影視產業平台的角色。



節目類型比例

為服務公眾，節目符合不同年齡觀眾的需求，兼顧新聞時事、戲劇戲曲、生活資訊、音樂綜藝、教育學習、人文紀錄、公眾近用等類型，其中，生活資訊類、新聞時事類、戲劇戲曲節目占比最多。



節目表現

收視研究與品質

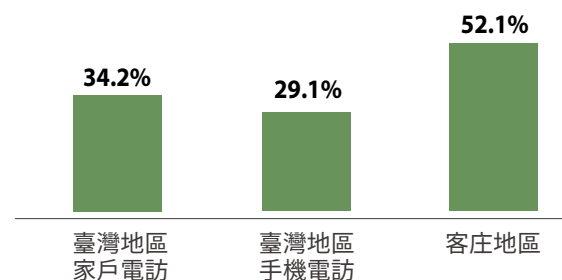
客家電視委託「山水民意研究股份有限公司」進行「客家電視台收視質研究」，每年分四季執行，分別針對臺灣地區 10 歲以上民眾、客庄地區 10 歲以上客家人進行電話訪問調查，詢問最近一次收看客家電視的時間，以了解客家電視的接觸度，每季民眾調查總樣本數至少 4,500 份以上。隨機電話訪問調查中，以『最近一個月內收看客家電視』的受訪者進行客家電視觀眾收視研究，追問其收視行為及對節目的滿意程度與整體評價，每季客家電

視觀眾成功樣本數在 1,068 份以上；另本年度起，考量通訊方式使用時勢，臺灣地區調查方式改為一、三季執行家戶電話訪問，第二、四季執行「手機電話訪問」。

客家電視在扮演客家族群溝通平台之角色一直不變，每一年度的調查成果顯示，客家電視扮演客家族群對外或對內的溝通角色愈顯重要，無論是客庄地區或臺灣地區觀眾對客家電視均給予肯定。

收看比例

臺灣地區平均有三成左右的民眾收看客家電視，客庄地區則有 52.1% 的客家人收看客家電視，客庄地區客家人收看客家電視人數比例較臺灣地區觀眾高。



收看方式

臺灣地區及客庄地區觀眾收看客家電視的方式都以有線電視為主，比例接近七成；此外，由於民眾收視載具更為多元，客家電視持續耕

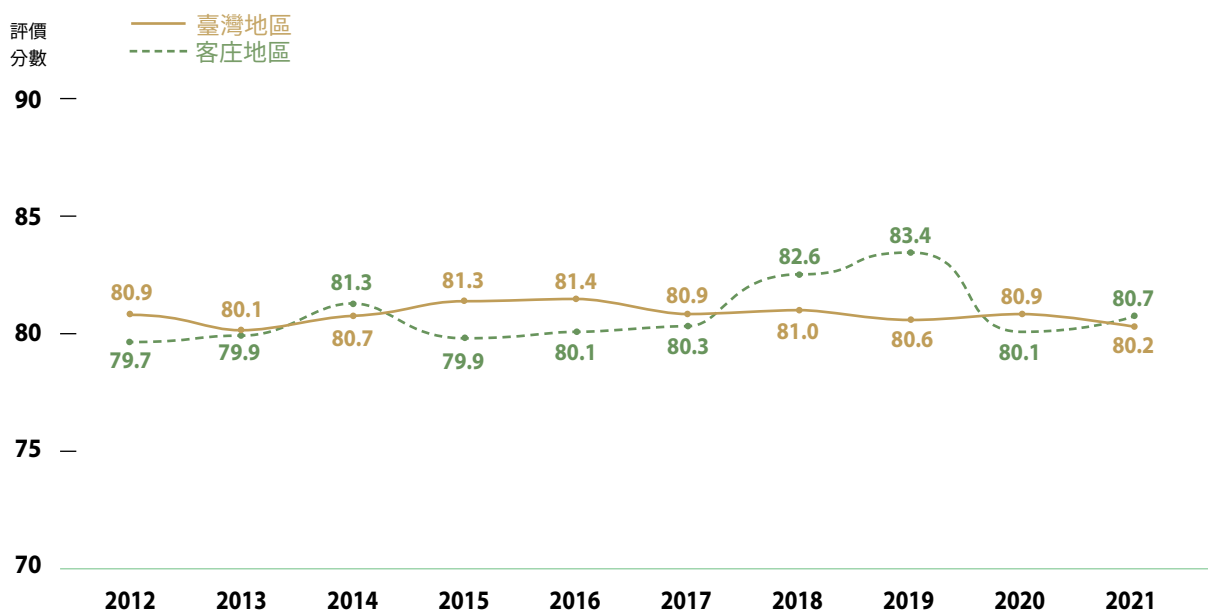
耘新媒體平台，觀眾透過中華電信 MOD、行動裝置及電腦網路收看客家電視的比例較去年提升。

收看方式	2020 年		2021 年		
	臺灣地區	客庄地區	臺灣地區 (家戶電訪)	臺灣地區 (手機電訪)	客庄地區
有線電視	65.4%	66.2%	68.3%	67.7%	71.2%
數位無線電視	19.2%	18.6%	18.7%	14.5%	20.1%
中華電信 MOD	12.1%	11.9%	23.2%	19.6%	23.7%
行動裝置	4.3%	4.7%	9.9%	14.7%	13.4%
電腦網路	2.8%	2.4%	6.3%	7.4%	7.2%
聯網或智慧型電視			3.4%	4.4%	4.0%
直播衛星	0.1%	0.3%	1.4%	1.8%	1.3%
車用電視	0.3%	0.0%	2.3%	2.8%	3.2%

收視品質

臺灣地區與客庄地區對客家電視的整體評價大多在 80 分以上的滿意程度，觀察歷年的調查結果，整體評價穩定維持，變化差異並不明

顯，其中，客庄地區觀眾的滿意程度較去年微幅提升。



收看時數

臺灣地區平均每次收看超過 1 小時的觀眾，約一成五左右，客庄地區平均每次收看超過 1 小時的觀眾占 22.1%；與去年相較，客庄地區

每次收視的平均時數超過 1 小時以上的忠誠觀眾比例，略為提升。

收看時數	臺灣地區			客庄地區	
	2020 年	2021 年 (家戶電訪)	2021 年 (手機電訪)	2020 年	2021 年
平均每次收看超過 1 小時	15.7%	14.8%	12.9%	21.6%	22.2%
平均每次收看 1 小時以內	82.8%	83.7%	85.3%	76.2%	75.7%

收視評價

在對客家電視各項指標的評價中，臺灣地區及客庄地區觀眾皆對於「提供深度、有意義的節目」最為滿意，與去年相較，臺灣地區今年各項評價都較去年提升，整體分數大都在 7.50 以上（滿分 10 分）。

收視評價	臺灣地區		客庄地區	
	2020 年	2021 年	2020 年	2021 年
節目的獨特創新面	7.45	7.48	7.64	7.42
節目類型的多樣性	7.3	7.35	7.63	7.37
節目內容的多元豐富性	7.45	7.63	7.76	7.57
提供深度、有意義的節目	7.82	7.89	7.95	7.96
節目的製作品質	7.86	7.8	7.86	7.75
節目內容公正客觀性	7.63	7.76	7.81	7.88
新聞報導內容的深度	7.47	7.6	7.76	7.69
新聞內容的公正獨立性	7.57	7.67	7.78	7.81

收看動機

臺灣地區和客庄地區觀眾收視客家電視的原因皆以「節目的主題相當新穎有趣」佔多數，都有四成以上；臺灣地區收視原因前三名的另兩項因素為「節目的內容提供了豐富的客家文化資訊」、「喜歡節目中播放的客家音樂或歌

曲」。而客庄地區觀眾收視客家電視的原因依序為「節目的主題相當新穎有趣」、「喜歡節目中播放的客家音樂或歌曲」、「節目的內容提供了豐富的客家文化資訊」，其中「喜歡節目中播放的客家音樂或歌曲」高於臺灣地區。

收視動機	臺灣地區 (家戶電訪)	臺灣地區 (手機電訪)	客庄地區
節目的主題相當新穎有趣	41.4%	49.2%	43.3%
節目的內容提供了豐富的客家文化資訊	24.5%	21.3%	13.8%
喜歡節目中播放的客家音樂或歌曲	18.0%	14.7%	28.1%
喜歡節目中所講的客語，也可以跟著學習客語	6.0%	6.0%	7.1%
節目的整體品質很好或製作水準很高	10.2%	11.7%	8.9%
節目的內容報導很多客庄地區或活動的相關訊息	8.3%	8.9%	54.0%
節目的內容與表現手法相當的平實	4.0%	3.2%	3.6%
有特別喜歡的主持人、演員或歌手	3.8%	4.7%	3.6%

節目表現

多元指標評量

行銷客家族群文化之價值、呵護客家語言永續之流傳、維護客家媒體近用之權益、推動國際族群文化之交流，是客家電視堅守不移的使命，因此客家電視的責任與價值，無法從單一指標來衡量。為建立客觀、具體可衡量的多元評量指標，客家電視依據公共電視文化事業基金會董事會通過之公共價值評量體系架構，設定每年之關鍵衡量指標，以進行多元績效評估。

客家電視關鍵衡量指標，以觸達、品質、公共服務等三大構面為目標，希望從質與量、公

共與族群服務面向進行全方位評估：

（一）觸達構面：以擴大客家電視接觸廣度為目標，包括觸達率以及新平台觸達率等衡量指標。

（二）品質構面：以製作觀眾喜愛的優質節目為目標，包括一般觀眾滿意度、客庄觀眾滿意度、得獎入圍數等衡量指標。

（三）公共服務構面：以實踐服務公眾與族群為目標，包括服務公民、提升客庄地區文化與產業、傳播人才培育等衡量指標。

關鍵衡量指標

構面	指標名稱	衡量方式	目標	達成
觸達	觸達率	全臺民衆收看比例	32%	34.1%
		客庄客家人收看比例	54%	52.1%
		全臺非客家人收看比例	30%	39.5%
		新媒體平台觸達人次 ¹	18,000,000 人	24,133,244 人
品質	節目品質	全臺觀眾整體滿意度	80 分	80.2 分
		客庄客家人觀眾整體滿意度	80 分	80.7 分
		全臺非客家人觀眾整體滿意度	80 分	79.7 分
		全年得獎獎項	8 項	24 項
		全年入圍獎項	30 項	64 項
公共服務	資源分享 服務公民	全年公民服務人次 ²	3,600 人	534 人
		全年行銷活動參與人次	80,000 人	16,278 人
		客庄地區文化與 產業傳播露出之區域比例 ³	北 46%	北 52.1%
			中 16%	中 16.4%
			南 14%	南 21.7%
			東 8%	東 9.8%
	提昇產業環境	客家傳播人才培育相關合作、 課程或活動	3 個	5 個

1. 新媒體平台觸達人次：包含網站、YouTube、OTT 等之瀏覽人次。

2. 全年公民服務人次：指參訪客家電視人次。

3. 客庄地區文化與產業傳播露出之區域比例：以節目內容在當地錄影為準，邀請各地來賓進棚錄影者不計。

節目服務

節目清單

戲劇戲曲節目

節目名稱	集數	時長	時數
船到橋頭不會直	12	60	12
客家精緻戲曲	20	30	10
天后 - 阿姆	1	150	2.5

兒少節目

節目名稱	集數	時長	時數
bilibolo 唱唱跳跳	60	30	30
GO! 蔬菜小隊!	4	15	1
奧林 P 客	70	30	35
奧林 P 客過年特別節目	3	60	3
喔走! 48 小時	16	30	8
練習生，衝一波!	13	30	6.5
神救援大飯店	13	30	6.5

生活資訊節目

節目名稱	集數	時長	時數
福氣來了	100	60	100
福氣來了南方篇	160	60	160
嗨客嘶	24	15	6
一家之煮	60	60	60
活力新故鄉	25	60	25
後生大聲公	30	60	30
花漾同學會	8	60	8
陪你 online 做一餐	16	15	4

教育文化節目

節目名稱	集數	時長	時數
世紀的寶貝	3	60	3
客家水美	1	60	1
神之器	1	60	1

音樂綜藝節目

節目名稱	集數	時長	時數
鬧熱打擂台	52	120	104
暢歌實驗所	24	10	4
牛氣沖天迎新春	1	120	2

公眾近用節目

節目名稱	集數	時長	時數
風神舞台	32	60,90,120	52

新聞節目

節目名稱	集數	時長	時數
客家新聞雜誌	51	60	51
村民大會	51	60	51
聚焦國際	52	60	52

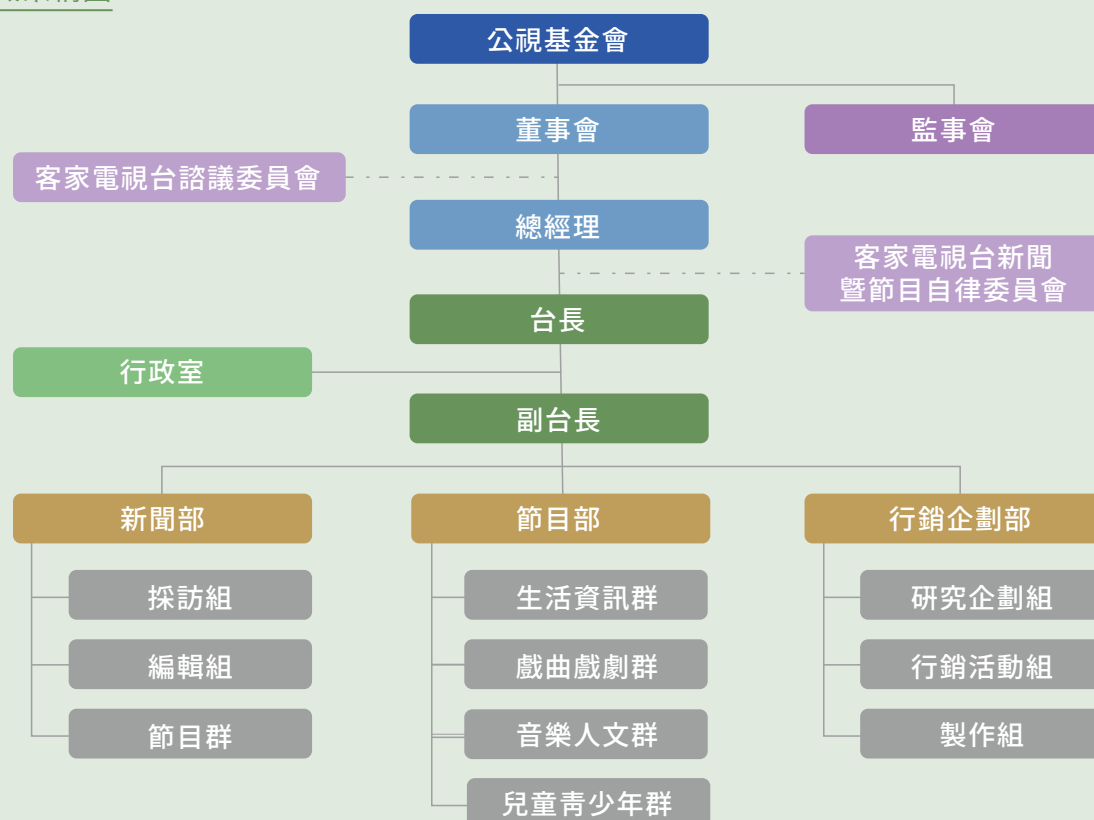
特別節目

節目名稱	集數	時長	時數
第九屆徐生明國際少棒錦標賽	2	120	4
110 年國慶大會特別報導	1	180	3
交響六堆心	1	120	2
雨馬來了 (幕後紀實)	2	30	1
雨馬	2	60	2

年度行政

客家電視組織架構與預算執行

組織架構圖



第四屆客家諮議委員會 2017 年 8 月起任期 3 年 (註)

召集人	湯昇榮	委員	(自 109 年 10 月 15 日請辭)
副召集人	洪馨蘭	委員	
委員	李 赫	委員	黃永達 委員
	李榮豐	委員	馮小非 委員
	胡愈寧	委員	廖重凱 委員
	陳貴賢	委員	(自 107 年 8 月 15 日請辭) 蔡政良 委員
	陳邦畛	委員	羅烈師 委員
	張芳慈	委員	

註：

1. 第六屆董事會推舉蔡政良、馮小非兩位董事參與客家電視台諮議委員會。
2. 本屆委員任期至 109 年 8 月 22 日屆滿，由於公視第七屆董事會尚未組成，無法進行改選事宜，依據《客家電視台諮議委員會設置辦法》第 4.6 規定：「客家電視台諮議委員任期三年，期滿得續聘之。必要時，得經本會董事會決議延長其任期。」故 109 年 7 月 16 日經公視董事會通過，延長本屆客諮會委員任期至第五屆委員上任為止。
3. 「財團法人公共電視文化事業基金會客家電視台諮議委員會設置辦法」請至客家電視網站查詢。

財團法人公共電視文化事業基金會

客家電視台收支報表

2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日 (單位: 元)

科目	全年度 預算數	累 計 收支數	占年度 執行比例	年度 餘 (絀) 數	年度 執行率
收入					
製播經費收入	400,918,000	401,189,466	99.50%	271,466	100.07%
其他收入	-	2,019,227	0.50%	2,019,227	
收入合計	400,918,000	403,208,693	100.00%	2,290,693	100.57%
支出					
行政管理費用	18,666,000	16,726,626	4.62%	1,939,374	89.61%
行銷業務推展費用	32,120,000	32,828,712	9.07%	(708,712)	102.21%
新聞製作費用	66,856,000	60,084,147	16.60%	6,771,853	89.87%
一般節目製作費用	262,487,000	231,944,770	64.07%	30,542,230	88.36%
工程作業管理維護費	12,834,000	12,803,928	3.54%	30,072	99.77%
資訊管理費用	7,955,000	7,640,144	2.11%	314,856	96.04%
支出合計	400,918,000	362,028,327	100.00%	38,889,673	90.30%
收支餘 (絀) 數		41,180,366			

說明：

* 本表不包含代管資產預算 426 萬 2,000 元，執行 167 萬 9,534 元。

* 出版品及版權銷售客台 7 成 71 萬 2,559 元，客委會 3 成 30 萬 5,386 元，合計金額 101 萬 7,945 元。