

從公視到公廣

Q 1980

行政院長孫運璿先生提出公共電視台的主 張。

o 1983

新聞局提出公共電視節目製作中心計劃草 案。

o 1984

新聞局設立公共電視製播小組,向三家無 線電視台徵用時段播出。

O 1986

節目製作的任務轉由「財團法人廣電基金」下設「公共電視節目製播組」負責。

O 1991

行政院核定「公共電視台籌備委員會」設置要點,公共電視籌委會正式運作。籌委會委託7位專家學者組成《公共電視法》 草案立法小組,提出《公共電視法》草案。

1993

→ 行政院將《公共電視法》草案送交立法院 審查。

1996

→ 關心公視的文化界人士組成「公共媒體催生聯盟」。



o 1997

5月31日

《公共電視法》在立法院完成三讀。

O 1998

第一屆董事會依據《公共電視法》成立, 由 18 位董監事組成。

7月1日

財團法人公共電視基金會(以下簡稱公視 基金會)成立,公共電視台(以下簡稱公 視)同日開播。

O 2003

12月9日

立法院會三讀通過修正《廣播電視法》、 《有線廣播電視法》、《衛星廣播電視法》廣 電三法,宣布政府、政黨不得投資廣播與 電視事業。

O 2006

元月3日

立法院會三讀通過《無線電視事業公股處理條例》,為公共廣電媒體集團全面佈局 揭開序幕。

Public Television Service











元月 16 日

黎明基金會捐贈華視股份予公視基金會。

7月1日

台灣公共廣播電視集團(以下簡稱公廣集 團)揭牌成立。

2007

元月1日

原住民族電視台、客家電視台、台灣宏觀 電視(以下簡稱宏觀電視)加入公廣集團。

2009

○ 9月16日

行政院新聞局依《無線電視事業公股處理 條例》規定,辦理華視非公股股份收買作 業, 華視就行政院審議小組審定之收買價 格且申請程序完備之非公股股東完成股份 收買作業。

9月28日

財團法人原住民族文化事業基金會(以下 簡稱原文會)取得法人證書正式成立,執 掌原住民族廣播、電視專屬頻道之規劃與 普及服務的媒體自主權。

2014

元月1日

原住民族電視台離開公廣集團,由財團法 人原住民族文化事業基金會獨立營運。

2017

12月31日

在僑委會政策性考量下,台灣宏觀電視完 成階段性任務,停止對海外的衛星放送, 正式畫下休止符。

2019

7月6日

《國家語言發展法》在 2018 年 12 月 25 日 在立法院三讀通過,公視在此基礎下設立 「公視臺語台」,並在2019年7月6日開 播。

2022

6月10日

國際影音串流平台 TaiwanPlus 於 2022 年 6月10日起由公視基金會辦理營運。

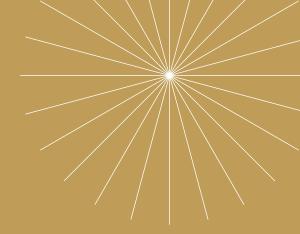
公廣願景

感動國民、躍動國際

(第七屆公視基金會董監事暨主管策略會議及第七屆第八次董事會議決議)







公廣使命

- 3. 提供高品質、可信賴資訊,引領優質資訊生態。
- 4. 製作高共鳴、受喜愛內容,共創國人日常美好。
- 5. 在地深耕,扣緊台灣脈動,促進公民社會發展。
- 6. 服務弱勢,推展終身學習,豐富多元文化。

公廣三年目標

- 2. 加速數位轉型,公視+成為國人最常使用的本土 OTT 影音平台。
- 3. 完成階段性組織再造,強化經營效能及數位管理機制。
- 4. 樹立新聞生態標竿,公廣集團的頻道及平台成為各收視族群最信賴的媒體品牌。
- 5. 扮演影視產業活水,公廣集團帶動台灣影視產業走出新路,耀眼國際。
- 6. 平衡台灣區域發展,公廣集團南部製作中心成為南台灣影視産業發展的關鍵基地。
- 7. 提升多元族群服務,其中臺語台與客家台成為多元文化數位服務的第一品牌。
- 8. 建構國際傳播網絡,TaiwanPlus 成為具國際影響力的媒體品牌。

策略方針

- 1. 凝聚並提出本會關於公視法修法意見,營造修法的有利環境與社會支持。
- 2. 開拓財源、整合資源, 挹注內容產製, 包括發展異業/同業多型態策略合作模式, 引導產業資金
- 4. 開發本土 IP, 創造多元應用。
- 5. 製作具台灣特色之科普、媒體素養等教育性節目,建立兒童與青少年學習領域的領導地位。
- 6. 爭取提高臺語台、客家台經費,強化其數位服務,並提升內容產製的品質。
- 7. 強化製播多語言、多族群新聞與節目,展現公共媒體的多元價值與公共性優勢。
- 8. 推動數位優先、員工為本的組織改造及教育訓練,並擴大數位內容及服務的資源配置。
- 10. 擴大公視 + 平台規模,以多元、動態的營運模式,擴大平台觸及率與影響力。
- 12. 深化公眾參與,開展內容產製、決策諮詢的線上參與機制。
- 13. 擴大與全球公共媒體的交流,互相取經,並發展合作關係。
- 14. 順應世界局勢變化,製播相關節目提升國人之國際觀。

第七屆董監事會成員(2022年5月20日上任)

職稱	姓名	現職
董事長	胡元輝	公視基金會董事長;中華電視股份有限公司董事長
董事	王俊博	智冠科技(股)公司董事長兼總經理;中華網龍(股)公司董事長(智冠法人代表); 藍新科技股份有限公司董事長(智冠法人代表)
董事	王燕杰	公視基金會製作部燈光師;台北市產業總工會副理事長;全國媒體產業工會理事
董事	朱國珍	臺灣師範大學講師;臺北藝術大學講師;廣播與電視節目主持人
董事	李志德	鏡文學副總編輯;台灣大學新聞研究所兼任教師(111年11月9日辭任)
董事	林寬裕	臺灣師範大學樂活產業 EMBA 學程兼任助理教授; 教育部健全公共圖書館營運輔導團委員兼高雄市組召集人; 台灣圖書館圖書館事業研究發展諮詢會委員;(112 年 2 月 1 日辭任)
董事	林耀南	天主教輔仁大學企業管理系教授、國際創業與經營管理碩士; 在職專班主任、MGEM 三邊雙聯創業管理碩士主任
董事	施振榮	財團法人智榮文教基金會董事長; 財團法人雲門文化藝術基金會董事長; 科文双融公司董事長
董事	洪馨蘭	高雄師範大學客家文化研究所教授;客家委員會委員; 高雄市政府客家事務委員會委員
董事	徐瑞希	臺灣外籍工作者發展協會創辦人;臺灣外籍移民足球聯盟會長; 新北市府體育事務委員
董事	孫嘉穗	東華大學民族語言與傳播學系教授;臺灣歐洲聯盟中心諮詢委員
董事	郭力昕	政治大學傳播學院兼任教授
董事	陳湘琪	臺北藝術大學劇場設計學系及電影學系教授
董事	黃心健	新媒體藝術家及 VR 導演;元宇宙大聯盟理事長; 臺灣師範大學設計學系特聘教授
董事	黃兆徽	臺灣人工智慧實驗室(基金會)內容執行長;臺灣事實查核教育基金會顧問; 臺灣大學新聞研究所實務教師兼任助理教授
董事	舒米恩·魯碧	歌手;阿米斯音樂節策展人;米大創意有限公司負責人
董事	廖嘉展	財團法人新故鄉文教金會董事長;埔里 Butterfly 交響樂團團長
董事	劉昌德	政治大學傳播學院新聞系教授;財團法人報導者文化基金會董事長
董事	盧彥芬	財團法人兒童文化藝術基金會執行長; 財團法人台北市良機文化基金會董事臺東縣故事協會總幹事
常務 監事	劉啟群	臺灣大學管理學院副院長暨 EMBA 執行長;臺灣大學金融研究中心主任元大銀行元大人壽獨立董事
監事	王毓莉	中國文化大學大眾傳播系教授; 國家通訊委員會「廣播/電視評鑑及換照審查諮詢會」諮詢委員; 中華民國電視學會節目自律委員會委員
監事	高文宏	電影製作
監事	馬秀如	政治大學會計系名譽教授及兼任教授;政治大學及東吳大學法律系兼任教授臺灣舞弊防治與鑑識協會第4屆理事長
監事	黃銘輝	臺北大學法律學院副教授;東吳大學法學院兼任副教授

(以上依姓氏筆劃排序,董監事學經歷詳參公視基金會網站)

公視組織與架構

組織概況

本會設董事會及監事會,並分置董事長及常 務監事各一人,其組成及職權悉依公共電視法 及本會捐助章程之規定。

本會置總經理一人,受董事會指揮監督,綜 理職務範圍內一切業務;置副總經理一至三人, 並得視業務執行所需,於副總經理中置執行副 總經理一人。

本會設企劃部、節目部、新聞部、製作部、 工程部、公服暨行銷部、數位內容部、行政 部、資訊部、國際暨策略發展部、秘書室、稽 核室。

本會依法辦理之客家電視台,其組織管理及

業務執行規章另訂之。

本會辦理臺語頻道製播業務,設立臺語台, 其組織管理及業務執行規章另訂之。

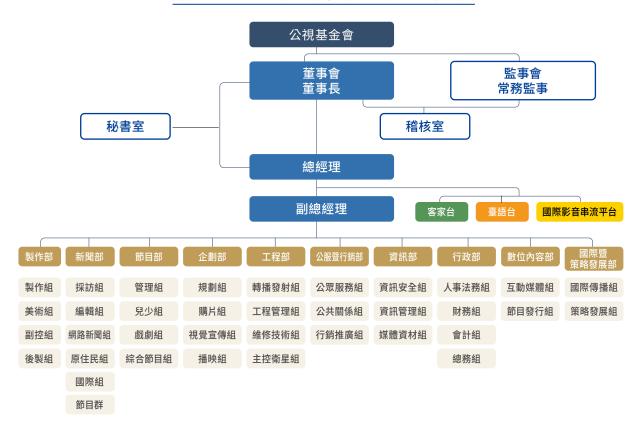
本會執行國際影音串流平台營運,其組織管理及業務執行規章另訂之。

本會組織架構如附圖所定。

人力資源

本會依《公共電視法》及《無線電視事業公 股處理條例》,經營公共電視台、客家電視台、 臺語台及 TaiwanPlus 頻道,員工共 1,120 人, 其中男 561 人、女 559 人。

財團法人公共電視文化事業基金會組織架構圖





董事長的話

邁向共好社會 的堅定支柱

第七屆董事長

胡礼锋

全球許多國家的公共媒體近年來都面臨經費不足及科技變遷的 挑戰,同樣的,這些國家的公共媒體無不創新求變,希望在數位 新時代展現公共媒體的價值。

毫無疑問,挑戰與機會也同時存在於台灣的公共電視,但我們 毋寧更重視機會的存在,並視之為擴大公共服務的轉型契機。以 「感動國民、躍動國際」為願景,董事會與經營團隊致力於未來 三年,讓國人深刻感受到公視是「我的公視」,是日常生活中不 可或缺的伴侶,是連結國際無可取代的橋梁。

為了達到這樣的目標,董事會通過了新的三年目標與策略方針,將全力推動公廣集團的數位轉型。從組織改造、資源配置、內容產製到公服行銷,都將加速數位化步伐。希望可見的未來,所有國人都能透過全方位、全媒體、全平台的服務,接觸到公廣集團所提供的內容,並且開展深度的參與及互動。

我們深深瞭解,提供大眾公正、可信的資訊,多元、創新的內容,乃是我們的核心任務。因此,過去一年來,我們不僅大幅擴充網路新聞編制、建構國際記者網絡、延長東南亞語新聞時間,並且持續製作高品質的戲劇、實驗新型態的綜藝節目,藉以提升台灣資訊生態的品質,活絡台灣影視製作的環境。

公廣集團所製作的各種內容已被證明是台灣傳播生態中不可取代的重要元素。未來幾年,我們將努力在不同平台創新內容,並將台灣內容帶向國際。公共媒體的存在源自於國民的協定,我們誠摯盼望經由公共媒體的運作,為國人帶來生活的美好,實現共好的社會。



總經理的話

數位轉型 擴大服務

公視總經理

智和

公視 2022 年 5 月參加世界公共電視年會 (INPUT),宣布舉辦 2023 年 INPUT 年會,全球逾 30 個國家,數百位影視專業人士齊聚 台北,這是台灣電視界的盛事,公視能力更是受到各國的肯定。在公 視同仁齊心努力下,2022 年也是公視的豐收年。

公視新聞一直受到國人信賴,為擴大數位服務,公視延續「台灣公廣新聞網三年實驗計畫」(2019-2021),開展「公視新聞網二階段優化成長計畫」(2022-2024),成立網路新聞組,倍增數位資源,服務更多人。

公視戲劇表現更是有口皆碑。時代生活劇《茶金》熱播,戲劇經典場景特展,五個月累計 12萬人次參觀。《茶金》同時榮獲亞太地區廣告指標獎項、第 31屆 4A 創意獎肯定,奪下最佳整合行銷溝通創意獎、最佳數位視覺設計獎及最佳海報獎佳作,刷新歷年影視紀錄。醫療喜劇《村裡來了個暴走女外科》,細膩刻劃台灣醫療現況,點出許多醫療議題和討論話題,叫好又叫座。

公視關心兒少,持續投入節目製作資源。《水果奶奶》是台灣每一個小朋友的人生記憶。《妖果小學——水果奶奶的大秘密》躍上大銀幕。聯名授權改編 Switch 遊戲實體片和 NFT,榮獲 2022 聖地牙哥國際兒童影展「最佳奇幻長片獎」。《青春發言人》推出的「傷痕底下的秘密——了解青少年自傷自殺」專題,全台舉辦座談,引起社會上廣泛回響,提供了青少年更多的情感支持。

2022年8月成立的「公視兒少教育資源網」,彙集上千優質 兒少節目影音,減輕教師備課負擔,縮短教育資源差距,共同落 實備課影音共享的公視價值。資源網推出短短半年,網站瀏覽人 次即累積逾88,500人,近四百所教育機構會員,陸續在課堂上陪 伴孩子釐清自己的思路,培育可貴的「生命韌性」,勇敢面對瞬 息萬變的人生。

公視的「台灣國際兒童影展」,配合防疫,結合「公視+」影音平台,不限場次、地點,透過線上影展,讓精彩好片走進台灣每個角落。「公視+」兒影播映,累積8萬次點擊,較上屆成長38%,影展各項活動觸達23萬人次。

2022 年 12 月 31 日,公視宣布迎向 2023 公視數位轉型的同時,公 視團隊也將依循第七屆董事會訂下的使命和目標,落實「感動國民、 躍動國際」願景,在地深耕,再創佳績。

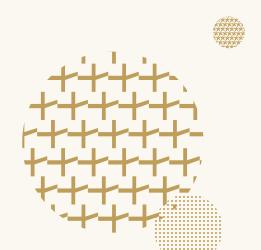
Focus

年度焦點

釀出數位時代新沢味

美好的事物,都是醞釀而成,對的時間,對的元素,對的心意,將各種素材深化成內斂豐富的滋味,並長久保留下來。食物如是,文化亦如是。作為公共服務媒體,公視亦是文化釀造的容器,廣而納之,與時俱進,擷取當代社會的各種元素,製作出各色精神食糧。

數位化的來臨,挑戰了當代電視產業,卻也提供新的創造條件。公視走出電視框架,在資訊爆炸的網路世界,闢出公共文化發酵空間,在兒少影音資源、數位平台與國際交流上大步向前,發揮公共服務影響力。



把造酒的原料、酒麯放進容器中製酒叫「釀」。把釀好的酒長期儲存使其酒味醇厚叫「醞」。公視多年在兒少領域的耕耘,是醞釀新時代公共媒體的底蘊,將這些長久累積的影音「原料」,投入數位平台中發酵,結合教育界、網路科技與 3D 動畫等「酒麯」來催化,這些優質節目化身教育新利器,並且在與孩子的互動中重生、再創造。

與公視一起建構有機的生命教室

自 2022 年 8 月成立的「公視兒少教育資源網」,於籌備期間邀請各地教育專家學者,共同彙整近二十多年所累積的優質兒少節目,與兩百多位熱情老師合作共編數百份創意教案,希望透過資源網產生有機教學的連結,幫助老師之間互相觀摩學習,減少教學負擔,共同落實備課影音共享的公視價值。

首推的生命教育影音素材和教案獲得眾多老師青睞,以生命教育作為整個知識系統的底蘊,與其他學科串聯,融合出更多元的教學方式,感謝總顧問徐永康老師一再鼓勵公視勇於成為教育團隊一員,資源網推出這半年來,網站瀏覽人次達88,500人,累積近四百所教育機構的會員,已陸續在課堂上陪孩子釐清自己的思路,培育可貴的「生命韌性」,以面對瞬息萬變的人生。



公視兒少教育資源網發表會





公視兒少教育資源網人權桌遊

近期續推的人權教育,結合公視所開發的反 霸凌桌遊和主題影片,也開始獲得各界關注, 感謝過程中參與資源網建置的師長們,願意陪 公視利用畫面說故事,讓更多人從影音獲得感 動,共創出學習無國界的大平台。美好事情的 背後總有一群美好的人,公視有幸與老師們並 肩同行,一起幫助孩子成為更好的自己,看到 未來教育的希望。

客廳裡的國際兒童影展

公視於2004年創辦兩年一度的「台灣國際兒童影展」,是亞洲第一個專為兒童所設立的電影電視展,2022年已經來到第十屆。本屆影展為配合防疫並兼顧推廣兒童影像教育的初衷,與「公視+」影音平台合作,以線上影展的方式和大小觀眾見面,讓親子皆可安心、安全的享受影展,並且不受限於場次、地點,讓世界各地的精彩好片走進台灣每個角落。

另也在新北市府中15動畫故事館,策畫「府中15藝童看電影」,辦理小場次實體映演活

動,讓觀眾們有機會用頂級影廳規格觀看高品質影片,並在映後座談中,透過兒少專家的引導,討論、探究各部影片帶給大家的生命體驗。除了上架各國精選影片,更策劃網路直播節目「電影候機室」、國外導演專訪、「小小影評大顯身手」徵文比賽、小導演大夢想等活動,豐富影展的體驗與互動性,本屆影片在「公視+」影音平台上收穫近八萬次點擊,較上一屆成長達38%,影展各項活動共計觸及229,679人次。





公視於 2004 年創辦兩年一度的「 台灣國際兒童影展 」,是亞洲第一個專為兒童所設立的電影電視展

台灣孩子永遠愛不完的老奶奶

一切從大家最熟識的一位老奶奶開始,自 2013 年起萌生將水果奶奶圖像轉為 3D 動畫的 想法,長達兩年的製作時間,終於讓水果奶奶華麗轉身並獲得眾人的喜愛,2022 年 1 月妖果小學躍登電影大銀幕,並榮獲美國聖地牙哥國際兒童影展(San Diego International Kid's Film Festival)最佳奇幻長片獎,也入圍台灣國際兒童影展台灣獎、美國芝加哥國際兒童影展動畫長片類,與俄羅斯 Big Cartoon Festival 國際動畫短片類等國際獎項。

小妖們趴趴走,從北到南拜訪過新竹動物園、日月潭、南美館 AR 特展、高雄與大家相見歡;還有總統府放映專場,此外也開發 AR 遊戲和體感遊戲機台,研發 Switch 遊戲和 NFT,並獲邀教育部邀請製作交通安全大挑戰系列動畫,結合妖怪和人類的力量,為孩子祈求平安。第二季妖果故事正在製作中,期許這是一個說不完的故事,只要孩子願意聽,我們就會繼續說下去。



妖果小學第一屆妖果盃歌唱大賽

面 貌

發酵的過程是某種化學反應,打破習以為常的既定認識,將我們手中熟 悉的事物,轉變為新樣態。當代公視要從線性頻道到數位媒體的轉化, 也需要這樣的發酵過程。過去這一年,公視雙管齊下,不論是紀實新聞 運作還是虛構戲劇作品,都有創新表現,激盪新舊元素、連結虛實空 間,塑造與時代接軌的公共服務媒體。

快狠準,新聞數位轉型

率先配合集團組織改造,新聞部延續「台灣公廣新聞網三年實驗計畫」 (2019-2021),開展「公視新聞網二階段優化成長計畫」(2022-2024),於 2022年7月1日正式成立網路新聞組,倍增投入數位轉型之資源,盼擴大公 視新聞為國內數一數二可信賴媒體的影響力。

期間國內外發生許多重大事件,公視新聞實驗室秉持突破創新深度報導之 精神,於俄烏戰爭後發表《戰地之聲:烏克蘭仍在人間》中英文雙語報導, 並即時跟進突發事件,推出「安倍晉三遇襲身亡」、「裴洛西訪台事件簿」 及後續中國軍演報導。年底九合一大選系列報導,特別企劃投票指南、圖解 選舉結果的互動式頁面,並推出「其實我也有選」線上政見發表會,邀集22 縣市、95 位首長候選人發表兩分鐘政見,質量均獲肯定。



《戰地之聲:烏克蘭仍在人間》



花蓮戲劇經典場景特展導覽

真善美,戲劇虛實交融

公視時代生活劇《茶金》自開播後,佳評 如潮。全劇從幕前演出到幕後團隊的設計規 劃,皆十分講究細節與美感,有「最美臺劇」 之稱譽。

故事靈感源自真實人物跟歷史的改編,全劇以二十處臺灣珍貴的歷史建築場景拍攝,忠實呈現出上個世紀五〇年代「和洋折衷」的經典美學。為戲劇量身打造完成的「日光辦公室」、「日光茶廠」、「審茶室」、「日光化肥辦公室」等,皆位於花蓮文創園區的第24棟建築(興建於1938年)。

戲劇播出後,本會策劃《茶金》戲劇經典場景特展,內容包括「日光總公司」主場景、審茶室、主要演員展區、製茶步驟與文化、劇中時代背景等。除了靜態觀賞之外,也融入有趣的沉浸式體驗,民眾會手捧一杯茶,透過聞香與品茗的風雅體驗,感受茶文化之美。許多在

地學校藉此機會到展場進行校外教學,在重視 細節復刻的《茶金》場景裡,認識臺灣早年的 歷史變遷與產業故事。參觀民眾絡繹不絕,突 破十一萬人次大關。除了靜態展之外,也舉辦 十多場座談會,包括演員製作幕後甘苦談、「茶 金時代美學講座」場景打造篇、服裝美學、郭 子乾與許安植演員見面會、影像視覺設計與網 路行銷分享等。場場報名滿座,迴響熱烈。

除了實體世界的互動,公視更運用數位科技,打造出虛擬世界裡的《查有此間》 空間美學線上特展,創作團隊採用 3D 數位技術所完成的線上展覽,還原《茶金》戲劇場景策劃細節,從空間美學到服裝道具,用科技完整保存實體的美感細節,更置入了《茶金》故事的靈魂,讓使用者彷彿身歷其境,穿越至七十年前的美麗時光。數位科技擺脫實體展覽的時空限制,進一步延伸並擴展戲劇與展覽的後續效應。

——向外延伸,與四位地風味飄香全球

台灣風土滋養出公視節目的獨特滋味,如何將台灣影視文化的豐沛創作 能量推上國際舞台,並且進一步激盪出更多火花,一直是公視念茲在茲 的努力方向。過去這一年,公視在跨國交流上有突破性進展,除了接手 TaiwanPlus 國際影音平台,觸及更多海外觀眾;並舉辦國際研討會,透 過全球公視的支持網絡,齊頭並進,掌握國際趨勢。

進軍國際,向世界輸出

公視努力將台灣影視作品輸出到國外,不僅提供給國外僑胞觀看,更透過語言文字的轉換也讓更多國外人士看見台灣,與國際接軌。TaiwanPlus為中華民國文化部提出的「國際影音串流平台計畫」,是台灣第一個面向國際的英語影音平台,經過一年多時間,於2022年6月正式加入公廣集團,成為公視大家庭的新成員。為了擴大公共媒體服務範圍,吸引更多閱聽眾,TaiwanPlus於10月3日凌晨12點起正式開播電視頻道。

公廣集團多年來以高品質節目引領台灣影視產業發展,TaiwanPlus 做為國際傳播要角,雙方攜手共組影音國家隊,協助推動台灣優秀豐沛的影視內容行銷全球。因應電視開播,TaiwanPlus 持續充實內容產製能量,積極製播國際新聞及原創節目,主題橫跨時事議題、自然生態、科技、美食、歷史人文等,期待將台灣觀點及多元文化傳遞給全世界。





TaiwanPlus 國慶大會英語實況轉播



《Master Class 師徒誌》



2022 公共電視國際研討會(由左至右)Kåre Vedding Poulsen、岩城正和、金大韓、胡元輝董事長、徐秋華總經理

TaiwanPlus 電視頻道 24 小時無間斷播送,滿足不同收視族群的需求與習慣。國內觀眾可以透過無線數位電視、中華電信 MOD 及有線電視系統業者的國際頻道區塊收看;國際觀眾則可以透過 TaiwanPlus 官網與 YouTube 頻道零時差接收訊息。閱聽眾無論身在何處或使用任何設備,透過電視、網站、APP 以及新世代常用的四大社群媒體,即可觀看由 TaiwanPlus 從台灣在地視角出發的世界級內容。

突破框架,全球公視互挺

2022年10月台灣邊境解封,公視隨即展開國際交流。當代影視音媒體數位轉型,IP 化是成功關鍵。疫情期間,日本 NHK 以IP 遠端製作回應節目需求,突顯IP 製作強大優勢,其經驗值得借鏡。2022年11月,公視以IP 遠端製作為主題,於台北、高雄舉行實體工作坊,邀請 NHK 代表與台灣媒體工作者分享交流。NHK 媒體總局媒體開發企畫中心北島正司,NHK 放送技術局報導技術中心直播部余越洗介,分享 NHK 的 IP 製作規劃進程,如何導入、推展、因應挑戰、培育人才,並分享 IP 製

作在 8K 大相撲實況轉播、足球賽事實況轉播 等實際案例。工作坊與會者來自南、北數十所 媒體機構,涵蓋主要媒體機構,專業議題參與 度廣。NHK 代表參訪公視東湖及南部製作中 心,與公視同仁深度專業交流。

時代瞬息萬變,全球公共服務媒體迎面數位 挑戰,2022年迎來歷史里程碑。英國 BBC 首 先百年紀念,其他公共媒體包括日本 NHK 在 內將陸續跨越百年歷史線。這些老牌公共媒 體,仍孜孜不倦地探究公共服務核心理念如何 在新時代欣欣向榮,提供新聞、教育、娛樂服 務,緊扣大眾生活,而這也是相對年輕的台灣 公視心念所在。

公視基金會本年度國際研討會於 2022 年 12 月 6 日舉行,以「擁抱改變——公共媒體數位轉型」為主題,邀請日本 NHK 放送技術研究所副所長岩城正和以公共媒體未來新科技主題演講,以及韓國 KBS 數據政策部副總監金大韓、丹麥 DR 製作人 Kåre Vedding Poulsen 分享數位轉型經驗。期許公共媒體在新時代茁壯繁榮,擁抱改變,永續成長。



發酵是科學,也是藝術。一樣的原料,透過不同的菌種、不同的條件啟動,可以轉變為迥異的鮮美滋味。發酵的英文「fermentation」的拉丁字根是「fervere」,有「發光發熱」(glowing)的意思——透過發酵,質樸的元素被賦予了神采——白米化作美酒和佳醋;黃豆成了味噌及醬油;牛奶轉為優格與乳酪……。公視以科學的精細態度,搭配藝術的敏銳度,從社會脈動中汲取出接地氣的題材,作為影音發酵原料,再撒入一點靈光作現,以多元節目形式、不同切入點,體現當代社會精氣神,創造豐富文化饗宴。

新聞類

在國內新聞的呈現上,公視精益求精,整合公廣集團的資源,發揮更大新聞力道。2022年九合一大選開票特別報導是公廣集團的大合作,此次主責的公視新聞部,在開票前半年決定要大膽廣設30個連線點,因為外場是開票報導重要主軸,歷經多次內外部會議,也獲得客台、台語台的合作奧援。

籌備期間,節目內容與鏡面各自規劃,但多次跨台整合人力、協調連線時間,也根據最新選情配置連線點。11月26日下午四點,公視開票特別報導



2022 年九合一大選開票特別報導

率先結合實景棚與虛擬棚,全程網路直播加手語服務。五點開始,客台、台語台加入現場連線的戰場,透過事前預排流程,各家記者依不同的語言在候選人競選總部做第一手的報導。晚間六點後畫面同步提供給同集團的華視、TaiwanPlus。

此次相關作業繁複與規模前所未有,不過, 投票當日,單是公視網路直播開票報導觀看次 數近三十八萬,在 Youtube 首頁名列前茅。看 到透過協調、資源整合、效果極大化,公廣集 團絕對擁有國內即戰力最強的新聞團隊。

在國際新聞報導上,公視緊抓國際脈動。 2022年2月24日,俄羅斯入侵烏克蘭,俄烏



公晚新聞持續深入報導俄烏戰爭、美國眾議長裴洛西訪台效應

2022 公視大事紀

) 1/21

水果奶奶躍上大銀幕!《妖果小學——水果奶奶的大秘密》上映。

2/18

《阮三个》第三季以台東成功的海邊 民宿做為據點,全新出發!



3/20

《音樂萬萬歲》系列推出《姐妹們的音樂萬萬歲》,由曾寶儀與 LuLu 黃路梓茵聯手主持,珍選不同音樂年代、相同情境的音樂歌曲及話題。



3/25

為推廣公視國際傳播服務,於台北 西門紅樓廣場舉辦「BANDO!辦桌 啦」活動,讓在台外籍人士體驗台 灣在地特有的熱情與文化饗宴。



4/4

2022 台灣國際兒童影展「小導演大夢想工作坊」頒獎暨首映會,偏鄉師牛團隊大放異彩。

4/10

時代生活劇《茶金》熱播,戲劇經典 場景特展人氣旺、一再延展,本日 閉幕,五個月近12萬人次參觀。

戰爭牽動全球安全、政經、能源與人道危機, 公視晚間新聞除持續多面向、大篇幅報導戰爭 真相與影響,三月更指派特約記者邱偉淳、攝 影記者謝政霖,搭檔採訪〈俄烏戰火難民潮〉 新聞與專題,他們趕赴波蘭首都華沙、第二 大城克拉科夫等多個城鎮,傳回第一手觀察報 導,並專訪了波蘭「國會友台小組」議員。 台灣長期受對岸中國威脅,俄烏戰爭爆發後, 「今日烏克蘭,明日台灣?」成為國際熱議焦 點,各國公開挺台灣民主自由的呼聲與行動升 高,8月2日至3日,美國眾議院議長裴洛西 旋風訪台,共軍隨即於8月4日起,展開逾一 週的「圍台軍演」,共機共艦穿越海峽中線、 擾台軍事行動不斷。公視晚間新聞藉由精確數 據、專家分析、離島前線採訪,輔以鏡面圖卡 解說,深入報導共軍演習動向、網攻資訊戰、 國軍整備應戰、台灣產業民生衝擊、國際反應 等,見證這些影響台美中關係與區域戰略的歷

史時刻。

此外,國際新聞節目《公視新聞全球話》也 有全新面貌。自6月6日起,從原本的深夜11 點時段、每周播出三天,提前至晚間六點半、 每周一到五帶狀播出30分鐘。改版前後,因 應時段與長度的改變,在編排與節奏上有所調 整,但維持節目原本的精神與特色。我們希望 讓觀眾看到的是:第一,國際與國內議題的結 合,以國際新聞為主,搭配國內重點事件;其 二,新聞速度與深度的平衡,兼顧當日即時新 聞與深入分析;其三,強化與觀眾的互動,運 用 AR 技術設計輔助理解的生動畫面,並設立 「新聞猜猜看」新單元;其四,提綱挈領的解 釋性報導,清晰而有系統地爬梳出有意義的重 點。電視新聞是培養民眾「國際素養」的重 要工具,《公視新聞全球話》帶領觀眾進入世 界各個角落,看看不同的社會、文化與觀點, 反思我們身處的時代與環境。



《公視新聞全球話》



《 我們的島 - 海之岸 》

紀錄片

《我們的島》在2022年推出柯金源導演執 導的《海之岸》, 這部紀錄片以跨領域、共創 的創作模式,與人劇團表演藝術工作者,一起 探索台灣海岸的各種意象, 詮釋目前的環境議 題。本片於2022年12月22日在台北華山光點 首映,表演藝術工作者化身為漫步在灘地上水 鳥,帶領觀眾進入會場,並用身體演繹水鳥築 巢、生物繁衍的樣貌; 片中呈現台灣多處海岸環 境的變遷,從景觀豪宅前的「弔唁」、藻礁與 能源爭議喧囂後的「蠕動」、廣闊灘地退潮後 的「物種演化」、填海造地上的「吶喊」、風 機與水泥堤防上的「天舞」、石化工業區的「味 覺」、地層下陷與污染地帶的「 感知」、以及自 然海岸的「體認」。這次《我們的島》嘗試 在影像和形式上進行突破,以肢體與環境意象 的表徵,呈現二元對比、隱喻、批判等符碼, 希望觀眾能感受到跨域共創所激盪出的浪花。

在俄烏戰爭即將滿一週年前夕,公視新聞部

4/16

《藝術很有事》推出全新第四季, 在「疫」外中挖掘超乎想像的藝術魅 力!

蔡淑臻升格製作人,製作醫療喜劇 《村裡來了個暴走女外科》首播,故 事改編自劉宗瑀醫師的同名小說, 細膩刻劃台灣醫療現況、點出許多 醫療議題。



5/8

O

邁入第八年的《一字千金》系列於本 日刷新公視益智節目收視最高紀錄。

O 5/14

公視由《無聲》代表參展 2022 世界 公視大展 (INPUT),宣布接棒籌辦 2023 年會。

5/16

公視進軍元宇宙,首推《茶金》「回 甘NFT」限量動態角色卡。

5/20

公視第七屆董監事預備會議選出董 事長由胡元輝、常務監事由劉啟群 出任。

6/6

《公視新聞全球話》拓展服務,移師 週間黃金時段播出。





《 征戰北極圈 —— 冰與火之道 》

《獨立特派員》節目推出《征戰北極圈——冰 與火之道》特別報導紀錄片,片名的「冰」代 表的是北極永凍層的冰川、冰原正快速融化, 帶來北極熊,北極馴鹿等生態浩劫;「火」則 代表的是,俄烏戰火的影響,以及因為融冰啟 動的航道及資源爭奪。

製作人陳廷宇與編導羅盛達深入北極圈,耗 時一個月,近距離觀察紀錄因為氣候變遷帶來 的融冰效應,讓美俄中等強權大國啟動了北極 航道爭霸戰;而俄烏戰爭帶來的能源危機,又 令各國聚焦在礦產資源豐富的北極圈,紛紛啟 動北極戰略計畫。此外,全球及臺灣的科學家 們,也正在這片北極大地上盡一份心力,希望 能在太遲之前,找出暫緩全球暖化的解決之道。

本月是《獨立特派員》在疫情尚未趨緩就開始規劃的大型企劃,經過半年多拍攝、製作, 希望帶給臺灣觀眾看見北極圈最新的情勢變 化,以及公視新聞一手觀察的獨特觀點。

《極樂世界》第二季歷時三年走訪台灣各地的 身障朋友和銀髮長輩,內容涵蓋性權、工作、 旅遊、銀髮、文化平權等五大主題,打破傳統 對障礙者的扭曲的社會觀感,譜寫出跨年齡、 跨性別、跨障別的生命之歌。為落實資訊平權,節目首播時,於第二聲道提供口述影像,在旁白字幕加註情境字幕,讓視障、聽障朋友第一時間獲得更完整的節目訊息。口述影像配音特別邀請該領域的名人黃子佼、郎祖筠等,並錄製推薦短片宣傳。節目還受邀至相關社福團體、長榮大學、嘉義市政府、無限影展等處播放,跟民眾互動,讓相關議題引起更多人關注。《極樂世界》於2022年入圍第57屆金鐘獎「人文紀實節目獎」,獲得第22屆台灣兒少優質節目推薦及「促進性別平等教育獎」。



《極樂世界》



《你的婚姻不是你的婚姻——尾號 1314》

戲劇類

由公視與遠傳 friDay 影音共同打造的影集《你的婚姻不是你的婚姻》,延續先前《你的孩子不是你的孩子》的微科幻風格,集結實力派金獎演員主演,由徐漢強、鄭文堂、何潤東、高炳權、徐麗雯五位導演執導。五個單元刻劃出讓結婚伴侶相當有感的「半幸福婚姻」,引起觀眾對現代婚姻的討論與反思。劇中試圖讓不同的科技發明,解決人類婚姻問題,產生各種近未來生活的想像。「科技來自於人性」,但當科技取代人類的感知後,將如何改變人類生活?科技又能否解決婚姻中盤根錯節的人際關係,甚至取代人類深沉的情感需求呢?



6/11

音樂紀實節目《滾動的詩》由金鐘紀 錄片導演符昌鋒,與王俊雄、吳俊 輝搭檔執導,15組台灣音樂人以詩 入歌。

O 6/18

公視、國家影視聽中心攜手,讓學 生影視作品躍上大銀幕!連續兩天 放映8部《公視學生劇展》作品。

O 6/19

《36 題愛上你》第三季活力回歸!以「愛的足跡」為名,啟用「大數據分析」設計專屬題目!

O 6/24

《青春發言人》推出「傷痕底下的 秘密——了解青少年自傷自殺」專 題,舉辦座談,期待提供青少年更 多的情感支持。

7/1

《妖果小學——水果奶奶的大秘密》影集版播出,並聯名授權改編 Switch 遊戲實體片、「妖果小學NFT」。

8/6

《茁劇場——滴水的推理書屋》 播出,改編自作家臥斧的原著小說 《FIX》。

8/13

推出「兒少教育資源網」, 彙集上千優質兒少節目影音, 減輕教師備課 負擔, 縮短教育資源差距。

9/16

第三屆「FUN 出大能力」親子同樂派對首次移師高雄,並擴大規模舉辦為期三天活動!精選公視、公視臺語台、客家電視台自製優質兒少節目,推出互動遊戲,體驗 360 度VR、體感互動新科技。







《村裡來了個暴走女外科》

《村裡來了個暴走女外科》劇情改編自女醫師劉宗瑀所撰寫的同名 暢銷小說,敘述一個女醫師到偏鄉醫院後的際遇,有前所未聞的急診 百態、偏鄉的醫療困境。劇情有歡笑有淚水,調性輕鬆詼諧,每集後 面還有醫學短片,寓教於樂的內容獲得廣大觀眾喜愛,開播收視率為 1.07,第五周完結收視率為 2.07,並在每周播出後,開一小時直播陪 伴所有觀眾。本劇提出台灣健保制度下醫院與醫師護理人員的困境, 如醫護人員的過勞問題等。本劇在 MOD、Hami Video、My video、 Line TV、NETFLIX、衛視中文台、民視上架播出,是 2022 年各大 平台戲劇節目的收視大熱門。

公視新創電影共 4 部短片。《念你如昔》由香港新銳導演陳淦熙創作,故事講述失智的「娟」(陸弈靜飾演),盡最後努力尋找失蹤多年兒子,而與計程車司機「鵬」一起踏上似真似假的公路之旅。作品詩意而充滿淡淡哀傷。

《 幽暗小徑的鬼 》是金馬最佳動畫導演王登鈺最新作品,內容講述 白色恐怖時間,情報幹員七號受到改革者施水芳感召,象徵黑暗時期 人性仍保有一絲光亮,畫面張力強大且情感動人。

《沙發是條 DOG》是由真人結合沙發動畫演出的成人童話,描述一張沙發為了保護女主人而殺人的故事,為妖怪人間導演馬毓廷再次出手的奇幻作品。



《 沙發是條 DOG 》

李佳芮導演繼《 拉格朗日甚麼辦法 》 再度推 出金山二部曲 《 還有很多魚 》,講述漁村男孩 撿到吉他視為珍寶,處心積慮地想存錢到台北 去换弦; 男孩的爸爸為了搶當爐主, 想要捕海 裡最大的魚送給神,兩人的願望都沒實現。全 片以五月天的歌曲〈金多蝦〉當背景,表現出 漁村家庭敬天又隨遇而安的生活。







9/17

與台北愛樂室內合唱團合作,以多 視角 LIVE 直播《印象台灣》多視角 線上音樂會。全程以 4K 超高畫影 音拍攝、5G 傳輸。

O 9/18

《茶金》榮獲亞太地區廣告指標獎 項、第31屆4A創意獎肯定,奪下 最佳整合行銷溝通創意獎、最佳數 位視覺設計獎及最佳海報獎佳作, 刷新歷年影視紀錄。

10/3

即將邁入第15年的《有話好說》, 薪火傳承,由陳信聰交棒給製作人 張志雄主持,搭檔屠乃瑋擔任共同 製作。

10/5

以知名畫家林玉山創作的國寶級膠 彩畫鉅作《蓮池》為藍本,運用 6K 超高畫質技術,高規格製作《林玉 山蓮池寫生——窺見生命的奧妙》 VR 互動影片,並與國立臺灣美術館 合作為期四週《畫我台灣——蓮池 VR》特展。



0 10/8

攜手國家影視聽中心,製播《影視 聽名人堂》講座節目播出,由第一 線影視工作者細說幕前、幕後故事。

O 10/21

第57屆電視金鐘獎首度連續兩天 頒獎,主題歌曲獎後改由《俗女養 成記 2》的〈蚵仔麵線〉獲獎,公廣 集團共獲21座金鐘,旗艦戲劇《斯 卡羅》為本屆最大贏家。

兒少類

《換個爸媽過幾天》是台灣第一個親子實 境節目,透過一項易子而教(換爸媽)的社 會實驗,讓有親子衝突的青少年短暫脫離原生 家庭,媒合一個他們理想設定的接待家庭去體 驗八天不同的家庭日常,希望有機會改善親子 關係,第一季進行三個主題系列,包括手機成 癮、寵物飼養、情緒困擾。

整個實驗過程困難重重,台灣社會「家醜不外揚」的傳統觀念讓願意參與實驗的家庭與小孩非常難尋,拍攝期間遭逢嚴重的新冠病毒疫情也增加拍攝上的難度,而八天換爸媽的過程如何真實自然地記錄小孩的情緒起伏以及實驗細節,更是一大考驗。節目播出後,獲得教育界廣大迴響,還有很多家長觀眾反應,帶著小孩一同觀賞本節目,不但增加親子互動且更能同理彼此,甚至還有家長觀眾想報名參加這項社會實驗。

本季的《神廚賽恩師》,除了用科學的方法,分辨中華料理不同的烹調手法外,味覺系列接續重點推出,讓大家瞭解味覺和美味、健康的關係。像傳統中醫歸納的味覺有五味,



《神廚賽恩師》

酸、甜、苦、辣、鹹,因此有「五味俱全」、「五味雜陳」等成語,是烹調中一定要有的感知,也是讓我們和美味、健康直接體驗的第一線。但近代科學界卻把「辣」除名了,為此,節目會有更深入的解說。

2022 年加入新主持人賈斯汀與廚藝科學家 史達魯搭檔,帶領小朋友邊吃邊玩科學。節目 中賈斯汀以外國人的角度來學習中華料理,其 中因文化差異,像皮蛋是老外眼中來自地獄的 蛋,覺得泡製材料像阿媽洗廁所的藥水味;創意 火龍果做蔬菜烹煮出整鍋「吊詭巫婆湯」等, 為節目增添更多的趣點。

《換個爸媽過幾天》





《藝術很有事》

藝術與人文類

《藝術很有事》第四季除了深入探索藝術創 作的內涵,更重視議題的開發與討論,《台灣, 醜嗎?》討論台灣的公共空間為何醜以及如何改 變,因為議題具公共性得到許多民眾共鳴和反 饋。近年台灣美術逐漸受到世人重視,人們欣賞 作品,卻不一定了解這些作品何以跨越百年、完 好保存至今,繼第三季拍攝《追尋不朽的青春》 後,《傳家寶的未知路》進一步拜訪藝術家後 代,到李梅樹、李澤藩、楊三郎美術館和陳進紀 念館,了解他們保存守護先人作品的困難與情 感。而《 消失的建築師 》則從社造和難民的角 度,追問建築、人和土地之間的關係。

《姐妹們的音樂萬萬歲》由台灣綜藝界當今 最紅的兩位主持人,姐姐曾寶儀與妹妹 LuLu 黃 路梓茵聯手主持,由性別角度出發,結合華語 流行歌曲與日常話題,展開跨世代對話。身為 公視的旗艦音樂節目,新一季的《 姐妹們的音 樂萬萬歲》除了維持高水準的音樂編曲演奏、 歌手現場演唱,也推出了「天臺音樂會」的形 式,將音樂融入在生活話題之中,邀請不同世 代傑出的歌手音樂人,來到姐妹們的家中,用 姐妹們的觀點重新詮釋演唱華語流行歌曲,開 拓台灣音樂節目的可能性。此外,節目完整取

10/26

《獨立特派員》製作「數位時代,言 論自由嗎?」單元,榮獲第48屆 曾虛白先生新聞獎「公共服務報導 獎——媒體素養獎」;《我們的島》製 作「生活裡的循環經濟」單元,則獲 頒 2022 台達能源與氣候特別獎肯 定。

11/5

《妖果小學——水果奶奶的大秘 密》於 2022 聖地牙哥國際兒童影展 榮獲「最佳奇幻長片獎」。



11/11

因疫情睽違兩年的世界公視大展精 選影展 (Best of INPUT), 連續三天 於台北登場,後續巡迴台中、高雄。



12/3

全新微科幻影集《你的婚姻不是你 的婚姻》,探討不同婚齡面對的難 題。



12/31 公視宣布,迎向2023,公視數位轉 꿱!







《 浩克慢遊 》

得詞曲授權,得以合法在串流平台上架,讓台 灣觀眾隨時隨地都可以和姐妹們一起「音樂萬 萬歲」。

由作家王浩一及劉克襄,引領觀眾細細品味台灣各地的人文風情。關心台灣文化與環境的綠色「浩克」,請大家作夥到熱情好客的城鄉作客。第四季《浩克慢遊》的旅行,以「久別重逢」的視角品味途中人事物,可以是人、地點、事件的重逢,也可以是氣味、時代的重逢。兩位主持人在每次旅行中,體驗在地智慧、季節變遷、歷史緬懷,還有兩位主持人的青春記憶和人生體悟,都是旅行中難忘的火花。節目播出後獲得觀眾良好回應,粉專FB、IG於2022年觸及人數皆顯著成長。

生活風格類

《36 題愛上你》第三季由三位金鐘主持人, 炎亞綸、唐綺陽與吳姍儒再度聯手合作,延續 了創新精神,從數位科技、5G 應用角度出發, 開展了二項突破。以「愛的足跡」為主題,與 大數據公司合作,將受訪來賓的新聞、社群、 PTT 上的相關資料,導入大數據系統中進行分 析後,轉化為 36 道問題;當冷冰冰的數據變身 為有溫度的訪談內容後,來賓在網路上最真實 的一面,也無所遁形。第三季的另一個節目亮 點,就是 5G 科技的創新應用。從現今流行的實 境內容概念出發,將三位主持人與來賓在後台 準備的過程,以「化妝間直擊」的設計,製作成多視角的直播內容;使用者可以自由點選想看哪一個化妝間的影像,增添了觀看體驗的互動性與趣味性,可說是影視製作的一大突破,並與 My Video 進行合作播出,創造了公視與相關產業共推 5G 應用的極大效益。

《阮三个》第三季的「阮三个民宿」把業務範圍擴展到美麗的東海岸,前進山海之間的漁村——台東成功。這次來體驗海味生活的成員,除了餐車系列的老班底:闆娘楊貴媚、廚師施名帥、小幫手温貞菱外,還加上本來是民宿客人,後來留下打工換宿的林柏宏,四人不但得張羅民宿大小事,還以海邊民宿作為據點,讓《阮三个》走向多角化經營……。

而延續系列節目中最療癒元素:美景與人情, 這次走訪臨海小鎮成功,不只欣賞海洋的壯闊, 見識海人的灑脫,更融入在地生活,學習台東人 「慢慢來」的美好。此外,本季也在節目中帶入 的趨勢議題(如:月經貧窮、世代價值觀差異 等),引起非常多討論聲浪。在觀影的同時,觀 眾不再只是單純的訊息接受者,反而能跟著節目 主題有所反思,並將討論度延伸至網路、社群, 建立媒體與觀影人的雙向溝通可能性。

每一個家庭都有獨一無二的故事,《誰來晚餐》 節目如實紀錄受訪家庭全家人各別的生命成長、 轉折經歷,也深入家庭成員之間的關係,拍攝他 們在理想與現實之間所面臨的課題。2022年《誰





《36 題愛上你》 《阮三个》



《誰來晚餐》

來晚餐 13》每集新增子題「我的私房小宇宙」, 希望透過對家鄉的物產、景點、鄰人的觀察,讓 台灣人對自己的鄉土,有了更多熱情與探索的動力。本季節目入圍 2022 年第 57 屆金鐘獎「生 活風格節目獎」,以及 2022 年媒體觀察教育基 金會「兒少評審團獎」。

新一季的《誰來晚餐 14》則關照當今台灣社會大家關注的議題,主打「香港新移民:來到台灣,異鄉生活甘苦談」、「銀世代:帶你看高齡生活百態」、「年輕人的選擇題:1990-2000年世代的生存之道」,三大系列主題,紀錄拍攝台灣各地的家庭。除了39集節目之外,更製作約20支以每集神秘嘉賓為主角的「明星小宇宙」短片,以不同的形式和網路觀眾互動。2022年,誰來晚餐整體網路播出表現成績亮眼,尤其在YT和FB的訂閱人數和觀看人數都大幅增加。

《公視主題之夜 SHOW》是一個從電影出發

的公民論壇實境秀節目,2022年獲得第57屆 金鐘獎「節目創新獎」 獎項。本節目旨在促成 社會各階層的對話,如:《我們進監獄做甚麼?》 這一集參與的公民,包括主持人彭仁郁、前受 刑人黑金城、柯柏榮, 監所管理員林文蔚、社 工師巫馥彤、法務部長蔡清祥, 他們都「進 過」監獄,彼此分享監所經驗。台灣監所管理 仍屬官僚主義,在節目的談話圈裡邀請大家卸 下頭銜,直接稱呼彼此的名字,前受刑人對於 直呼部長清祥感到尷尬,但也讓參與公民能卸 除位階,平等交流。本集並邀請匈牙利紀錄片 導演進行國際視訊交流。節目播出後,法務部 真的做了一些改變,部長打破以往的官僚管理 模式,成立跨監所跨位階的 LINE 群組「監所 工時改革還我健康權」,加入規則是你的所屬 單位必須真實,但可以用匿名來發表。從一開 始只有 10 位成員,到目前已有 37 所監所、189 位成員,這在台灣監所史上更是前所未見。



《 公視主題之夜 SHOW 》

節目表現

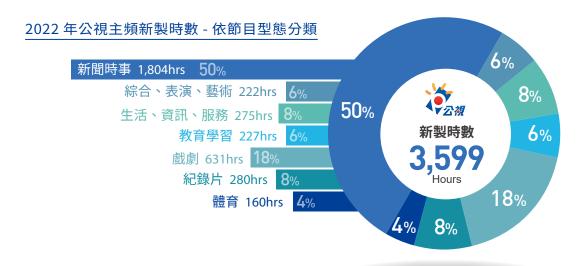
2022 年節目時數暨收視表現指標

新製首播各類型節目時數比例圖

2022 年公視主頻總播出時數 8,700 小時中,新製時數為 3,599 小時,新製比例 41%;公視 3 台總播出時數為 7,423 小時,新製時數為 2,760 小時,新製比例為 37%。

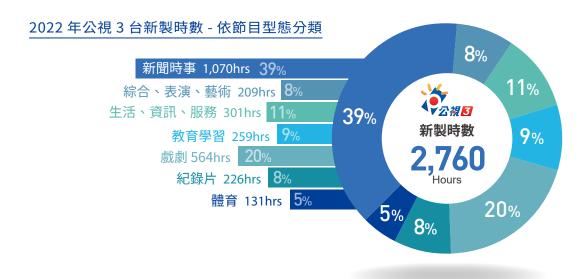
公視主頻

公視頻道為綜合性頻道,且作為公共媒體,製作節目的出發點,以公共利益為主,並需平衡關照各種族群的需求。節目涵蓋新聞、戲劇、藝文、學習、資訊、音樂歌唱、紀錄片等類型,以創新多變、貼近生活的展演形式,提供多元價值交流的平台,服務各類觀眾。



公視3台

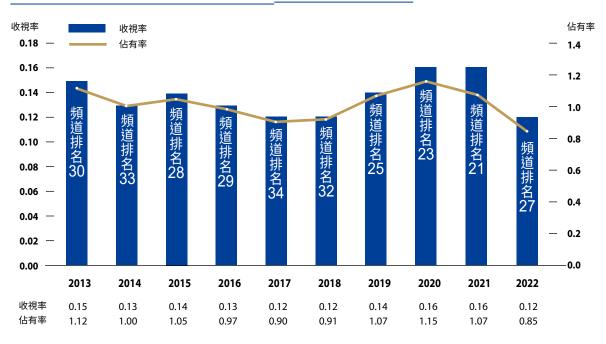
公視3台以文化、藝術及國內外體育賽事轉播為主,是國內藝術濃度最高、首重文化、藝術的電視頻道。在藝文節目方面,網羅國內外精彩藝文演出,另外提供身障節目及多元族群服務,包含新住民、客家、原住民、聽障、視障、身心障礙等社會服務節目。



收視表現指標

從跨年比較來看,公視主頻 2022 年全年平均為 0.12,頻道排名第 27 名。晚間時段 $(1830 \cong 2359$ 時段) 平均 0.24,頻道排名第 22 名。

公視主頻歷年年平均收視率與佔有率(四歲以上,0600-0159)



公視主頻歷年頻道晚間時段收視率(1830-2359)



節目表現

2022 年國內外得獎紀錄

國內獎項

★ 電視金鐘獎

戲劇節目獎:斯卡羅

電視電影獎: 辦你電影院 台北過手無瞑無日

兒童節目獎:下課花路米 壯遊闖天下

動畫節目獎:勇者動畫系列

一般節目類節目創新獎:公視主題之夜 SHOW

最具人氣戲劇節目獎:火神的眼淚

戲劇節目女主角獎:四樓的天堂(謝盈萱)

戲劇節目女配角獎:茶金(李杏)

戲劇節目最具潛力新人獎:斯卡羅(程苡雅)

迷你劇集(電視電影)男主角獎:迷你電影院降河洄游(吳朋奉)

迷你劇集(電視電影)男配角獎:迷你電影院降河洄游(黃冠智)

兒童少年節目主持人獎:下課花路米 壯遊闖天下(小兵【薛紀綱】、湘涵【王湘涵】、亞里【廖敏君】)

益智及實境節目主持人獎: 阮三个 3(楊貴媚、施名帥、温貞菱、林柏宏)

一般節目類導演獎:公視紀實下一站(楊孟嘉)

戲劇類節目剪輯獎:茶金(林姿嫺)

戲劇類節目燈光獎:斯卡羅(丁海德)

戲劇類節目視覺特效獎:斯卡羅(嚴振欽)

★ 金穗獎

影片獎 - 金穗大獎:公視學生劇展 陽躁男孩(導演:陳浩維 王韋喬)

個人單項表現獎 - 最佳演員:公視學生劇展 腸躁男孩 (鄭逸軒)

★第22屆台灣兒童及少年優質節目評選【年度特別獎】

兒少評審團獎(中嘉數位股份有限公司贊助):下課花路米 壯遊闖天下 3(製作人:朱孝權)

促進性別平等教育獎:極樂世界(製作人:陳傳惠)

★ 第 22 屆台灣兒童及少年優質節目評選──推薦結果

【影視類】0-6歲:水果冰淇淋

【影視類】7-12歲:

下課花路米 壯遊闖天下 3、神廚賽恩師、一百年後的我,你好嗎?、閻小妹大戰數學魔、台灣囡仔讚、

熊星人-蓋亞能源遺跡之謎

【影視類】13-17歲:

公視主題之夜 SHOW、誰來晚餐 13、青春發言人、聽聽看、極樂世界

★ 曾虛白先生新聞獎

媒體素養獎:獨立特派員數位時代,言論自由嗎?(鄭淑文、劉建邦)



《斯卡羅》獲金鐘獎戲劇節目獎



謝盈萱以《四樓的天堂》獲金鐘獎戲劇節 目女主角獎



《 公視主題之夜 SHOW 》



★ 台達能源與氣候特別獎

影音類:我們的島 生活裡的循環經濟 (呂培苓、賴冠丞、許中熹、顏子惟、陳添寶、陳慶鍾)

★ 消費者權益報導獎

專題報導獎 - 評審團特別獎:獨立特派員 車界帝寶專利戰 (萬真彣、黃政淵)

專題報導獎 - 佳作:獨立特派員 植物肉的是非題:為觀眾解密在全球成為風潮的未來肉 (鄭淑文、劉建邦、羅盛 達、陳廷宇)

專題報導獎 - 優勝: 我們的島 福食・輻事 (干立平、張岱屏、陳慶鍾、顔子惟、賴冠丞、陳添寶)

融媒體報導獎 - 優勝:P# 新聞實驗室 誰騙走你口袋的錢?解密一頁式詐騙(卓冠齊、董容慈、曾芯敏、陳柏逢)

★ 2022 全球華文永續報導獎

專業組融媒體類 - 社會價值: 青春發言人 小路的選擇: 一個自殺者的故事 (賴彥如、鄭淑麗、徐光慧、林孟欣、 黄志忠、王瀚德、胡道明)

★ 2022 年文創產業新聞報導獎

電視新聞報導獎:我們的島負碳木築構未來(陳佳利、陳添寶)

★ 台灣國際紀錄片影展

台灣競賽首獎:紀錄觀點 野番茄 (廖克發)

★ 4A 創意獎

C5 最佳整合行銷溝通創意獎:《茶金》全媒體整合行銷:女性成長 × 商戰 × 職人 × 時代類型電視劇

D9 最佳數位視覺設計獎:《茶金》從一片茶葉看大江大海,概念動畫

E1 最佳海報獎:《茶金》電視劇:系列海報

國外獎項

★韓國金浦國際青少年影展 (Gimpo International Youth Film Festival)

入圍 9 至 12 歲競賽類 小導演大夢想 -Delete! 橡皮擦

獲獎 優秀賞 小導演大夢想 - 夾縫中的小木偶

★美國舊金山國際影展(San Francisco International Film Festival)

入圍 小導演類 小導演大夢想 - 海口囡仔佇東石

★美國洛杉磯國際兒童影展(Los Angeles International Children's Film Festival)

入圍 水果冰淇淋 - 到底是誰:唱歌的人是誰?

入圍 一百年後的我,你好嗎?

★義大利威尼斯影展 (Venice International Film Festival)

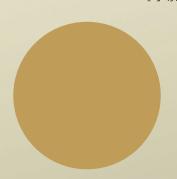
入圍 VR 沈浸式單元 紅尾巴

★美國野生與環境影展(Wild & Scenic Film Festival)

入圍新創紀實-嶼光同塵



《 小導演大夢想 - 夾縫中的小木偶 》



★美國西雅圖兒童影展(Children's Film Festival Seattle)

入圍短片類水果冰淇淋-到底是誰:唱歌的人是誰?

入圍 小導演大夢想 - 阿勇的疫想世界

入圍 小導演大夢想 - 海口囡仔佇東石

入圍 小導演大夢想 - 石獅子與布袋戲

★法國 Escales Documentaires 國際紀錄片影展(Escales Documentaires – International Festival of Creative Documentary)

入圍一百年後的我,你好嗎?

★芝加哥國際兒童影展(Chicago International Children's Film Festival)

入圍 妖果小學一水果奶奶的大秘密

入圍 水果冰淇淋 - 到底是誰:唱歌的人是誰?

入圍 音樂關鍵字:吼

★倫敦影展(BFI London Film Festival)

入圍 一百年後的我,你好嗎?

★聖地牙哥國際兒童影展(San Diego International Kids' Film Festival)

入圍 短片類 水果冰淇淋 - 到底是誰:唱歌的人是誰?

入圍 小導演類 小導演大夢想 - 石獅子與布袋戲

獲獎 最佳學生影片獎 小導演大夢想 -Delete! 橡皮擦

入圍 短片類 一百年後的我,你好嗎?

獲獎 最佳奇幻長片獎 妖果小學一水果奶奶的大秘密

★義大利 Giffoni 影展 (Giffoni Film Festival)

入圍 (ELEMENTS+3) 競賽單元 水果冰淇淋 - 到底是誰:唱歌的人是誰?

★法國新影像藝術節(NewImages Festival XR Competition)

獲獎 評審團特別提及獎(Special Mention)紅尾巴 Ep.1(上集)

入圍 競賽類別 紅尾巴 Ep.1(上集)

★翠貝卡影展(Tribeca Film Festival)

入圍 沉浸式作品單元 大師狂想曲

★瑞士真實影展(Visions du Réel)

入圍 炫光競賽單元 (Burning Lights Competition) 幻日手記

★ 2022 世界公視大展 (INPUT)

入選 無聲

★德國慕尼黑兒少影展 (2022 Prix Jeunesse International)

入園 11-15 非劇情片類 青春發言人 - 特別企劃: 我們的青春練習曲

入圍 聯合國兒童基金會特別獎 青春發言人 - 特別企劃: 我們的青春練習曲

入圍 7-10 歲非劇情片類 青春發言人 - What The 法



《 小導演大夢想 -Delete! 橡皮擦 》



《 小導演大夢想 - 石獅子與布袋戲 》



公視以高品質影音內容為利基點,進一步打破電視播映的限制與隔閡,延伸出各種公眾服務的 創新形式,將文化種子「廣」而「播」之,體現公共廣播的真正價值。

影音賦權,大家來當導演

「第十屆台灣國際兒童影展」舉行「小導演 大夢想工作坊」計畫,於2021年開始啟動, 由全國各地甄選八組團隊,經由基礎培訓課程 後, 透過專業監製的協助完成八則影片, 短片 主題包含:台灣傳統文化、親子關係探討、新 冠疫情衝擊的觀察及生活體驗分享等。

本屆作品除於 2022 年暑假於台北松菸文創園 區舉辦盛大首映活動外,也安排暑假期間於公 視頻道播出,且同步在「公視+」影音平台播 映,讓不同地區的觀眾都有機會看到團隊的作 品,讓觀眾更能體會兒童影像教育的重要性。 本系列作品擇優參加國際影展且成果豐碩,其 中《Delete!橡皮擦》榮獲美國聖地牙哥國際 兒童影展 (San Diego International Kids' Film Festival)的最佳學生影片獎;《夾縫中的小木 偶》榮獲韓國金浦國際兒少影展 (The Gimpo International Youth Film Festival) 優秀賞。多部 作品更獲各大國際兒童影展的入圍肯定,讓台 灣兒童豐富創意及影像掌握能力,透過作品於 國際上綻放耀眼的光芒。

除了以工作坊培養孩子的影像表達能力,公 視也透過各種作品徵選機制,提供年輕創作者 嶄露頭角的機會。今年度,公視與華碩文教基 金會合辦第13屆「感動久久全國校園短片徵選 暨影像推廣計劃」,共有216件作品參賽,且 國高中生參賽者的報名比例,創下歷年最高。 自媒體當紅的世代,不僅影像創作者年輕化, 更懂得如何說自己想說的故事,議題多元,創 意更天馬行空。後續也將優秀作品帶入校園, 邀請導演透過影像創作,分享人生故事。此 外,公視也協助華碩基金會舉辦影像創作坊, 傳授給華碩志工們影片製作技巧,將公益服務 過程的好故事也能記錄下來。

跨界合作,一加一大於二

公視把節目製作延伸至虛擬實境(VR)領域,包含科普類的兒少與戲劇節目。今年更嘗試將科技融入藝術,運用 VR 技術呈現林玉山膠彩畫鉅作《 蓮池》,首度把文化藝術的畫作帶進元宇宙的世界。並於 10 月份起,公視與國立台灣美術館合作舉辦為期一個月的「畫我台灣——蓮池 VR」特展,展開五天的 VR 及 AR 互動快閃體驗活動,原本只能遠觀的作品,成了可以身歷其境的世界,民眾戴上頭盔猶如置身於蓮池中,跟著林玉山老師的視角,走入畫中,從夜間到清晨遊賞蓮池,近距離與池中生命體驗美妙的互動,共吸引幾百人參與。

此外,公視透過異業結盟,放大節目宣傳的 文化效益。2022 年與台北市西區最大書店誠品 南西店洽談年度合作,包含《村裡來了個暴走 女外科》、《茁劇場》、《你的婚姻不是你的婚 姻》等節目,以劇本或改編小說為主題,延伸 該戲劇相關議題進行選書,搭配節目主視覺輸 出看板,以書展方式於書店陳列,節目預告或 精華影片於書店六面五米高的影像牆呈現;邀 請導演、製作人、演員等人員出席戲劇宣傳講 座,與觀眾面對面互動、暢談製作幕後,強化 節目宣傳的深度及廣度。



蓮池國美館體驗



2022 無限影展開跑記者會首度實體與線上雙軌舉辦

影展接力,走入大街小巷

公視與臺北市勞動力重建運用處合作舉辦 「2022 無限影展」,從平權、文化、共融等不同 層面,讓大眾能以不同視角瞭解身心障礙者所 面臨的相關議題,進一步落實工作與就業機會 平等。本屆首度採「實體」與「線上」雙影 展辦理,實體影展於10月7日至10月9日於 臺北三創生活園區舉辦,線上影展接力於10月 10日至10月23日於網路平台「Giloo紀實影音」 觀賞,總計10部影片(含口述影像版),網路 效益整體曝光 9,291,670 次,實體影展近 500 人 出席,線上影展共700個序號,上線一週內索 取一空。

今年台灣國際兒童影展 — 線上影展結束 後,本會緊接著推出「2022台灣國際兒童影展 全國巡迴及校園巡迴」,以服務為目的,採免 費入場,鼓勵大台北以外地區的親子、師生一 起欣賞公視精心準備的各類影視作品。攜手與 新北市政府文化局、文化部影視及流行音樂產 業局、羅東鎮公所等單位合作,分別在板橋府 中15、羅東展演廳、台東秀泰影城、台南真善 美戲院放映,總計觀影人次為3.342人;另外, 還與教育部國教署合作,為能彌合城鄉差距, 放映地點遍佈全島,包括離島地區如金門、馬 祖、澎湖、綠島、蘭嶼,及全國各縣市國小校 園,映演42場次,總計觀影人次為2,659人。



兒影巡迴列車首次至離島蘭嶼舉辦



「公視 x 獨立書店 」系列巡迴活動

《公視學生劇展》為台灣影視界培育出許多 新秀導演,國家影視聽中心為支持公視長期為 影視界栽培新秀的用心,首度與公視學生劇展 合作,舉辦放映交流,讓年輕導演的作品躍上 大銀幕。中心提供優質影視聽環境,以及網路 及會員相關平台宣傳,公視邀請創作團隊與業 界資深導演和知名演員對談交流,經驗傳承獲 得好評。

為落實公視對弱勢的服務,並讓民眾了解公視長期製播口述影像版的計畫,特規畫兩地不同形式之口述影像特映活動。北部於府中 15 推出《浩克慢遊——金瓜石》口述影像版特映活動,以及台中場《你的婚姻不是你的婚姻——聖笅》由現場報讀方式與觀眾同步搶先欣賞公視精彩節目,都讓視障朋友經由活動體會公視身為公共媒體對於弱勢朋友的用心服務。

特映交流,深化公共價值

公視除製播優質節目外,更致力讓這些影音 內容走出電視播映的框架,透過與觀眾互動交 流,發揮更立體的社會影響力。在疫情較為穩 定期間,公視特別規劃「公視x獨立書店」系 列巡迴活動,精挑優質並充分彰顯公視價值的 多場特映活動,安排影片製作單位及主角人物 蒞臨現場,於觀影前先行分享製作理念及公共 媒體的價值意義,並於觀影後與民眾分享影片 重要意涵及多元觀點;民眾不僅能藉著深入交 流映後座談,充分理解公視對不同議題的重視 及使命,透過獨立書店的特殊氛圍,也展露公 視不同於商業媒體的特殊性,體現公視強烈的 社會使命感。



「公視學生劇展 — 起點 」特映活動





「FUN 出大能力 」親子同樂派對

兒少學習,公視即教室

公視第三屆年度兒少品牌活動「FUN出大能力」親子同樂派對,2022年不僅首次移師高雄,更擴大規模,集結公視旗下自製品牌優質兒少節目《水果冰淇淋》、《妖果小學》、《神廚賽恩師》、《熊星人——蓋亞能源遺跡之謎》、《台灣特有種 VR》,與公視臺語台《非常了不起》、《收成ê彼一工》,以及客家電視台《GO!蔬菜小隊》等豐富兒少節目,希望透過由各節目推出展現節目特色之設計互動遊戲,讓親子更加認識公廣集團兒少節目。

本活動致力讓兒少可以從玩樂中學習、認識、提升自己的能力,達到公視堅持寓教於樂的理念,並強化科技元素,將公視原創 IP《妖果小學》科技互動魔方機及 Switch 遊戲、《熊星人》可愛電腦遊戲、《台灣特有種》生動VR 加入闖關行列,讓爸爸媽媽和小朋友有機會深入體驗遊戲的樂趣,從而達到教育學習的目的。

搭配兒少節目的播出,《公視遊戲本》激請

專家與國小教師設計遊戲式的學習任務,以情境引導思考探索,搭配任務激發創意想像,以節目內容為跳板,豐富學習視野,是國小學童的最佳自學教材。

2022 年推出的《公視遊戲本》滿足分齡不同學習需求,針對國小低中年級版與中高年級學童規劃不同版本。低中年級注音版結合《一字千金》及臺語台《收成ê彼一工》節目規劃「我的家鄉真美麗、作伙來溫叨做客」主題,包括語文學習並扣合台灣各鄉鎮地理天候物產,了解農事漁事、尊重食材,進而友善土地。中高年級版延伸《神廚賽恩師》、《我家住海邊》節目,規劃「跟著神廚賽恩師、探索永續海之味」主題,從學童的食魚識魚經驗出發,再連結到魚鮮的烹調與產地、食物鏈,引導學童認識海洋。讓綠色選購、永續餐桌的食育概念置入有趣的學習任務中,探索生活中可以一起為海洋永續努力的事。共計發行 27,978本,較 2021 年成長 15%。

跟公視做朋友

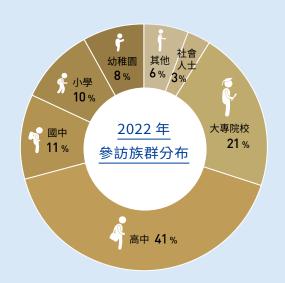
參訪服務

公視的大門向全民敞開,提供免費的參觀導覽,讓各年齡層對於電視台有興趣的人,都有更貼近公共電視的機會。2022年四月份更新公視簡介影片,讓民眾在最短時間內認識公視的最新作品,並納入公視數位化新焦點,針對公視+OTT影音平台、公視網路直播頻道都有更為詳細的介紹。

2012-2022 年間參觀公視累積總人數為 83,556人次,2020-2022 年因疫情關係,多次 暫停開放參觀,人數較為下降。本年度參觀族 群分布多為高中(41%)及大專院校(21%) 師生。師長們安排公視參訪行程,藉此激發學 生好奇心,建立對公視的初步了解;對於有興 趣從事媒體業的學生,也有助於他們規劃未來 生涯發展。

會員服務

公視為落實全民參與協贊,建立與民眾之溝 通管道,特設立公視之友會,凡認同公共電視 經營理念之公私立機構、團體或個人,皆可以





透過舉辦活動加強民眾對公視節目印象及所關懷之議題,讓 公視用自然的方式貼近觀眾

捐款方式成為會員。透過舉辦活動加強民眾對 公視節目印象及所關懷之議題,讓公視用自然 的方式貼近觀眾。

本年度推出活動包含:以特有的旅行方式走讀台灣大城小鎮的《 浩克慢遊》,邀請公視會員於電視播映前搶先收看精采影片,並安排重要製作團隊及主持人參與座談分享心得,體現公視用心挖掘台灣在地文化之美。推出結合在地生態人文的「 浩克慢遊—— 劉克襄的小山美學:走讀和美山」、「 無事坐巴士—— 北港、水林小旅行」等活動,結合節目主持人之特色及微旅行的別緻安排,讓民眾親自走訪並細細品味不同城市的文化風景。「藝術很有事—— 楊三郎美術館及中和韓國街巡禮」則帶領民眾深入了解新北市中永和區的文化脈絡及參訪楊三郎美術館,除認識台灣早期藝術家的作品及其營運理念,並探討私人美術館在台灣營運的難題。

為支持國內藝文發展、鼓勵國人參與藝文活動,本會積極洽談藝文展演活動合作,拉近民眾與藝術之間的距離。本年度洽談 30 個以上藝文展演相關活動包含:兒童劇、電影、音樂會及藝術展等,提供超過 6,000 張票券讓公視之友會員免費索取使用。

公眾服務

公視品牌創造自籌收益

2022 年,節目海內外發行成績斐然,透過 IP 跨界授權,強化公視品牌識別度。社群媒體經營 日漸穩固,以新的媒介與觀眾交流,盼以一點一滴的社會支持,凝聚公視獨特價值。

銷售長紅,節目全球放送

2022年公視戲劇表現亮眼,持續挹注版權收 入,合計收益超過新台幣 176,000,000 元,超越 原訂目標 12.4%。膾炙人口的《 我的婆婆怎麼 那麼可愛》、《茶金》、《天橋上魔術師》、《大 債時代》、《火神的眼淚》等作品,陸續銷售 加拿大、韓國、日韓、港澳、越南等地;非戲 劇節目如《阮三個》、《誰來晚餐》、《我家住 海邊》、《我們的島》、《下課花路米》、《勇者 動畫》、《歐米天空》、《度日》等,亦上架至 華航、長榮、星宇各大航空機上服務,大幅提 升公視節目能見度與知名度。

除影音授權外,今年戲劇 IP 轉授權與聯名商

品,品項與數量亦十分多樣,除授權改作《我 的婆婆怎麼那麼可愛》、《火神的眼淚》為舞 台劇,其餘如影視書、口罩、飲品、茶點、襪 子、水晶擴香燈、提袋、鍋具等推出,屢屢創 造話題與討論度,成功拉抬節目聲量與延伸 IP 價值。

近年受疫情影響,海外戲院與活動公播幾近 停頓,但公視仍積極跨部門整合國際參展上下 游,開拓活動公播以及海外教育公播市場之可 能,多數知名紀錄片作品,如《紀錄觀點-拉流斗霸》、《紀錄觀點——惡人之煞》、《公 視紀實——天亮前的戀愛故事》、《獨舞者的 樂章》等,則陸續推進瑞典、印度、荷蘭、香 港、新加坡等地影展,為版權收益挹注不少。





公視首推《 茶金 》「 回甘 NFT 」限量動態角色卡

版權銷售排行前十名

- 1 茶金
- 2 村裡來了個暴走女外科
- 4 火神的眼淚
- 5 我的婆婆怎麼那麼可愛
- 6 斯卡羅
- 7 你的婚姻不是你的婚姻
- 8 天橋上的魔術師
- 9 36 題愛上你
- 10 一字千金

家用視聽產品排行前十名

- 1 農村的遠見
- 2 我們的島
- 3 紀錄觀點
- 4 新創紀實(公視紀實)
- 5 台語台節目
- 6 人生劇展
- 7 下課花路米
- 8 畫我台灣
- 9 熊星人和地球人
- 10 我又在市場待了一整天

公播視聽產品排行前十名

- 1 吉娃斯愛科學:飛鼠學校
- 2 吉娃斯愛科學
- 3 天橋上的魔術師
- 5 人生劇展
- 6 古典魔力客
- 7 農村的遠見
- 8 紀錄觀點
- 9 下課花路米
- 10 鴿

有志一同,企業點亮善的力量

2022 年企業募款及委託業務等自籌收入共計 1 億 679 萬 2,667 元,影片包括:記錄一群國中小學生無懼追求夢想過程的《藝競青春》、從台灣在地國中小學呈現多元視角的《台灣囡仔·讚!》、讓防疫不停課、教育不停學的《疫起線上看》、第 25 屆臺北文化獎得獎者紀錄片《文化印記》、透過保存下來的古建築,講述在地故事的《返家·高雄驛事》,以及舉辦「110年全國性公民投票意見發表會」。並舉辦活動



「 疫起線上看 」節目棚內錄影現場

如:花蓮文化創意產業園區「茶金戲劇經典場 景特展」、「感動久久校園短片徵選」、「無限 影展」等活動。

社群立大功,小額募款深化公視認同

在疫情影響之下,公視與其他公益團體同樣面臨捐款收入下滑的嚴峻考驗。公視除於電視頻道持續露出捐款訊息外,因應數位媒體變革,積極擴大社群媒體合作,並以各種不同募款宣傳形式與觀眾建立多元交流機會。

除於公視主辦活動中說明公視經費需求外, 持續邀請知名人士及演藝人員拍攝影片為公視 發聲倡導募款,並因應網路媒體製作長版募款 影片,讓來賓有充分時間完整表達暢談公共媒 體的期許,以及對公視的認同及未來期許。透 過不同領域的意見領袖,跨大民眾對公視的了 解,積極鼓勵民眾以實際行動捐款支持公視。 本年度小額募款總額為: 2,493 萬 0,169 元。

年度行政

財務報告

公視創立時,由前行政院新聞局捐助現金新 台幣一億元,連同政府歷年編列籌設公共電視 台的預算所購之固定資產取得成本 18 億 9,874 萬 2,064.5 元,合計 19 億 9,874 萬 2,064.5 元, 已取得法人登記證書立案。惟於2001年4月 26 日經前行政院新聞局核准,受贈資產以基金 會成立時之未折減餘額 11 億 2,627 萬 6,682 元 入帳,因此基金總額減少7億7,246萬5,382.5 元,成為12億2,627萬6,682元;另於2001

年度間,前行政院新聞局捐贈行政製作大樓 A 棟資產計 10 億 7,109 萬 8,397 元。至 2002 年 10月22日止變更登記基金餘額為23億229萬 9,013 元。累計至 2022 年受捐助購置資本設備 之捐贈基金為 33 億 5,678 萬 8,238 元, 因此基 金總額為 56 億 5,908 萬 7,251 元。2006 年依據 無線電視事業公股處理條例受贈華視股票 1 億 4,072 萬 2,244 股計 43 億 2,772 萬 2,168 元。

2021 年度至 2022 年度收支一覽表

單位:新臺幣元

15 日	2024 左连	2022 年度		
項目	2021 年度	金額	年度增減率	
業務收入	2,773,960,106	2,533,858,490	-8.66%	
勞務收入	1,461,194,622	1,239,251,700	-15.19%	
銷貨收入	209,120,215	174,766,535	-16.43%	
受贈收入	88,420,376	107,410,720	21.48%	
政府補助基本營運收入	996,048,093	991,998,727	-0.41%	
其他業務收入	19,176,800	20,430,808	6.54%	
業務外收入	15,223,727	20,728,728	36.16%	
財務收入	13,031,469	18,712,455	43.59%	
其他業務外收入	2,192,258	2,016,273	-8.03%	
收入合計	2,789,183,833	2,554,587,218	-8.41%	
業務支出	2,813,565,607	2,699,204,612	-4.06%	
勞務成本	2,319,726,836	2,155,049,235	-7.10%	
銷貨成本	21,706,927	50,304,957	131.75%	
管理費用	470,916,349	493,350,598	4.76%	
其他業務支出	1,215,495	499,822	-58.88%	
業務外支出	105,197,921	121,279,234	15.29%	
財務費用	38,070	23,416	-38.49%	
其他業務外支出	105,159,851	121,255,818	15.31%	
支出合計	2,918,763,528	2,820,483,846	-3.37%	
收支短絀	(129,579,695)	(265,896,628)		

註 1: 2021 年倘不含華視投資損失 105,159,851 元、專案購置設備折舊 107,228,975 元及董事會通過之舊制退休金補提撥 126,574,278 元,則收支賸餘 209,383,409 元。

註 2: 2022 年倘不含華視投資損失 121,255,818 元、專案購置設備折舊 99,923,978 元及董事會通過之舊制退休金補提撥 113,889,072 元,則收支賸餘 69,172,240 元。

收入分析

政府補助基本營運收入

991,998,727元 38.83%

20,430,808元 0.80%

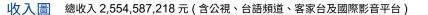
18.712.455元 0.73%

其他業務外收入 — 2,016,273元 0.08%

其他業務收入

財務收入

2022 年度收入總計為 25 億 5,458 萬 7,218 元,分為勞務收入、銷貨收入、受贈收入、政府補助基本營運收入、其他業務收入,以及財務收入和其他業務外收入。詳見收入圖。



受贈收入 107,410,720元 4.20% 銷貨收入 174,766,535元 6.84% — 勞務收入 1,239,251,700元 48.51% 單位:新臺幣元

收入來源最大為勞務收入包含(1)遞延政府 捐助收入轉捐贈收入,係指執行文化部 5G 時代 超高畫質內容創新應用計畫、2021 - 2022 年公共 電視台語頻道營運及 2021 - 2022 年內容產製與 應用計畫之經常門捐助,合計 4 億 9,245 萬 2,880 元。(2)2022 年製播客台頻道節目收入 3 億 7,159 萬 1,428 元。(3)2022 年製播國際影音平台節目收 入 2 億 1,581 萬 1,476 元。(4)國會頻道轉播收入 8,747 萬 3,333 元。(5)活動收入 1,146 萬 1,632 元。

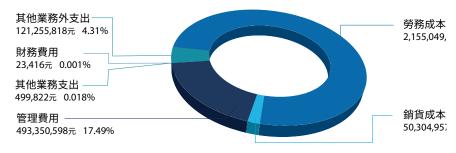
(6) 代製節目收入 6,046 萬 951 元。

其次,政府補助基本營運收入,包含(1)依公共電視法由政府每年編列捐贈預算9億元。 (2)依有線廣播電視法第45條規定,系統經營者應每年按當年營業額1%金額,提繳至中央主管機關成立之特種基金,基金中的30%捐贈給公共電視;2022年有線廣播電視事業發展基金捐贈9,199萬8,727元。

支出分析

2022 年度支出總計為 28 億 2,048 萬 3,846 元, 業務支出為 26 億 9,920 萬 4,612 元,包括勞務 成本、銷貨成本、管理費用及其他業務支出; 業務外支出為 1 億 2,127 萬 9,234 元,包括財務 費用及其他業務外支出。勞務成本 21 億 5,504 萬 9,235 元,佔總支出之 76.41% 為最多。詳見 支出圖。

支出圖 總支出 2,820,483,846 元 (含公視、台語頻道、客家台及國際影音平台) (US\$1=NT\$30.71) 單位:新臺幣元



全年財務實況

1. 資產、負債及淨值部分:

資產部分:流動資產 35 億 129 萬 1,779 元, 投資、長期應收款、貸款及準備金 29 億 5,978 萬 6,870 元,不動產、廠房及設備 15 億 650 萬 1,991 元,其他資產 1,039 萬 2,076 元,合計 79 億 7,797 萬 2,716 元。

流動資產中現金為 13 億 3,549 萬 8,207 元, 包含零用金 622 萬元、活期存款 8 億 6,226 萬 5,499 元,支票存款 19 萬 5,341 元、外幣存款 6,752 萬 4,331 元及約當現金-短期票券 3 億 9,929 萬 3,036 元。流動金融資產 17 億 6,487 萬 6.714 元,包含文化部補助 5G 時代超高畫質 內容創新應用計畫等專戶 3 億 4,047 萬 6,714 元 及3個月以上1年內到期的定期存款14億2,440 萬元(包含創立基金1億元)。非流動金融資產 5.800 萬元係指一年期以上之設質存期存單。

負債及淨值部分:負債及淨值部分:負債14 億 2,339 萬 2,004 元,包含流動負債 10 億 3,812 萬 2,737 元,其他負債 3 億 8,526 萬 9,267 元; 淨值65億5,458萬712元,包含基金56億5,908 萬 7,251 元,受贈公積 43 億 2,772 萬 2,168 元, 累積短絀 55 億 3,444 萬 2,186 元,以及未實現 重估增值—採權益法之投資 21 億 221 萬 3,479 元,合計79億7,797萬2,716元。

2. 收支營運部分:

收入部分:業務收入 25 億 3,385 萬 8,490 元, 包括勞務收入 12 億 3,925 萬 1,700 元,銷貨收 入 1 億 7,476 萬 6,535 元, 受贈收入 1 億 741 萬 720 元,政府補助基本營運收入 9 億 9,199 萬 8,727 元及其他業務收入 2,043 萬 808 元;業務 外收入 2,072 萬 8,728 元,包括財務收入 1,871 萬 2,455 元及其他業務外收入 201 萬 6,273 元,

合計收入為 25 億 5,458 萬 7,218 元。

支出部分:業務支出 26 億 9,920 萬 4,612 元, 包括勞務成本 21 億 5,504 萬 9,235 元,銷貨成 本 5,030 萬 4,957 元,管理費用 4 億 9,335 萬 598 元及其他業務支出 49 萬 9,822 元;業務外 支出 1 億 2,127 萬 9,234 元,包括財務費用 2 萬 3,416 元及其他業務外支出(採權益法認列之 投資損失)1億2,125萬5,818元;合計支出為 28 億 2,048 萬 3,846 元。

本期短絀數為 2 億 6,589 萬 6,628 元。

另加計本期其他綜合損益 729 萬 9.662 元, 本期綜合短絀 2 億 5,859 萬 6,966 元。

3. 現金流量部分:

2022年度業務活動之淨現金流入9億5,634 萬 9,203 元,投資活動之淨現金流出 4 億 1,074 萬 4,475 元,籌資活動之淨現金流入 1,147 萬 8,575 元,本年度現金及約當現金淨 增加 5 億 5,708 萬 3,303 元。

資產負債表

單位:新臺幣元

	2022年12月31日		2021年12月31日	
	金 額	%	金額	%
流動資產				
現金及約當現金	\$ 1,335,498,207	17	\$ 778,414,904	10
其他金融資產-流動	1,764,876,714	22	1,447,450,774	20
應收票據	434,086	-	1,431,652	-
應收帳款	62,557,296	1	78,566,308	1
應收帳款-關係人	110,838	-	-	-
其他應收款	71,288,482	1	291,278,020	4
其他應收款-關係人	305,519	-	176,412	-
預付款項	257,403,757	3	139,841,985	2
預付款項-關係人	278,033	-	279,558	-
短期墊款	3,840,190	-	-	-
其他流動資產	4,698,657	-	1,399,520	-
流動資產總計	3,501,291,779	44	2,738,839,133	37
非流動資產				
採權益法之投資	2,901,786,870	36	3,015,743,026	41
其他金融資產 - 非流動	58,000,000	1	50,000,000	1
不動產、廠房及設備	1,506,501,991	19	1,592,834,174	21
其他非流動資產	7,827,862	-	8,358,776	_
存出保證金	2,564,214	-	3,459,866	_
非流動資產總計	4,476,680,937	56	4,670,395,842	63
	\$ 7,977,972,716	100	\$ 7,409,234,975	100
	金額	%	金額	%
流動負債	<u> </u>	70	<u> </u>	, ,
應付票據	\$ 195,341	_	\$ 5,856,559	_
應付帳款	8,816	_	544,915	_
應付租賃款 - 流動	532,794	_	517,712	_
應付費用	406,136,743	5	233,514,895	3
應付費用 - 關係人	447,346	_	116,592	_
其他應付款	47,670,960	1	9,026,004	_
負債準備 - 流動	22,424,408	_	19,294,536	_
預收款項	498,626,105	6	28,852,591	1
其他流動負債	62,080,224	1	15,928,899	_
流動負債總計	1,038,122,737	13	313,652,703	4
應付租賃款 - 非流動	_	_	532,794	
遞延政府捐助收入	344,204,830	4	274,197,064	4
存入保證金	41,064,437	1	29,585,862	_
	385,269,267	5	304,315,720	4
-				
負債總計	1,423,392,004	18	617,968,423	8
淨值				
基金	5,659,087,251	71	5,637,176,125	76
公積 - 受贈公積	4,327,722,168	54	4,327,722,168	59
累積餘絀	((69)	(-5,275,845,220)	(71)
	(5,534,442,186)	(0)	(3,2,3,0 13,220)	(/ 1 /
淨值其他項目				
淨值其他項目 未實現重估增值	2,102,213,479	26	2,102,213,479	28
淨值其他項目				

淨值變動表

2022 年及 2021年1月1日至12月31日 單位:新臺幣元

	基金	公積	累積餘絀	未實現 重估增値	合 計
2021年1月1日餘額	\$ 5,605,499,191	\$ 4,327,722,168	(\$5,146,746,424)	\$ 2,102,213,479	\$ 6,888,688,414
文化部捐助購置資本設備轉列基金	31,676,934	-	-	-	31,676,934
2021 年度短絀	-	-	(129,579,695)	-	(129,579,695)
2021 年度稅後其他綜合損益	-	-	480,899	-	480,899
2021 年度綜合損益總額	-	-	(129,098,796)	-	(129,098,796)
2022年12月31日餘額	5,637,176,125	4,327,722,168	(5,275,845,220)	2,102,213,479	6,791,266,552
文化部捐助購置資本設備轉列基金	21,911,126	-	-	-	21,911,126
2022 年度短絀	-	-	(265,896,628)	-	(265,896,628)
2022 年度稅後其他綜合損益	-	-	7,299,662	-	7,299,662
2022 年度綜合損益總額	-	-	(258,596,966)	-	(258,596,966)
2022年12月31日餘額	\$ 5,659,087,251	\$ 4,327,722,168	(\$5,534,442,186)	\$ 2,102,213,479	\$ 6,554,580,712

收支營運表

2022 年及 2021 年 1月 1日至 12 月 31 日 單位:新臺幣元

科 目 收入	金額 \$ 1,239,251,700	%	金額	%
	¢ 1 220 251 700			
	¢ 1 220 251 700			
業務收入	¢ 1 220 251 700			
勞務收入	3 1,239,231,700	48	\$ 1,461,194,622	52
銷貨收入	174,766,535	7	209,120,215	7
受贈收入	107,410,720	4	88,420,376	3
政府補助基本營運收入	991,998,727	39	996,048,093	36
其他業務收入	20,430,808	1	19,176,800	1
業務收入合計	2,533,858,490	99	2,773,960,106	99
業務外收入				
財務收入	18,712,455	1	13,031,469	1
其他業務外收入	2,016,273	-	2,192,258	-
業務外收入合計	20,728,728	1	15,223,727	1
收入合計	2,554,587,218	100	2,789,183,833	100
支出				
業務支出				
勞務成本	(2,155,049,235)	(84)	(2,319,726,836)	(83)
銷貨成本	(50,304,957)	(2)	(21,706,927)	(1)
管理費用	(493,350,598)	(19)	(470,916,349)	(17)
其他業務支出	(499,822)	-	(1,215,495)	-
業務支出合計	(2,699,204,612)	(105)	(2,813,565,607)	(101)
業務外支出				
財務費用	(23,416)	-	(38,070)	-
其他業務外支出	(121,255,818)	(5)	(105,159,851)	(4)
業務外支出合計	(121,279,234)	(5)	(105,197,921)	(4)
支出合計	(2,820,483,846)	(110)	(2,918,763,528)	(105)
稅前短絀	(265,896,628)	(10)	(129,579,695)	(5)
所得稅費用	-	-	-	-
本期短絀	(265,896,628)	(10)	(129,579,695)	(5)
本期其他綜合損益				
採用權益法認列之其他綜合損益份額	7,299,662	-	480,899	_
本期其他綜合損益合計	7,299,662	-	480,899	_
本期綜合損益總額	(\$258,596,966)	(10)	(\$129,098,796)	(5)

2022 年及 2021年1月1日至12月31日 單位:新臺幣元

<u> </u>	2022 年及 2021年 1月 1日主 12 7	
	2022 年度	2021 年度
業務活動之現金流量		()
稅前短絀	(\$ 265,896,628)	(\$129,579,695)
利息股利之調整	(18,712,455)	(13,031,469)
未計利息股利之稅前短絀	(284,609,083)	(142,611,164)
調整非現金項目		
折舊費用	197,293,727	207,302,204
攤銷費用	4,130,612	3,026,098
財務費用	23,416	38,070
處分及報廢不動產、廠房及設備損失	499,822	1,215,495
採權益法認列之投資損失	121,255,818	105,159,851
營業資產及負債之淨變動數		
應收票據	997,566	(1,426,901)
應收帳款	16,009,012	19,327,898
應收帳款 - 關係人	(110,838)	-
其他應收款	220,437,708	(52,844,660)
其他應收款 - 關係人	(129,107)	43,116
預付款項	(117,561,772)	430,106,873
預付款項 - 關係人	1,525	(6,509)
其他流動資產	(3,299,137)	216,898
應付票據	(5,661,218)	5,778,937
應付帳款	(536,099)	(29,948)
應付費用	172,621,848	9,302,969
應付費用 - 關係人	330,754	(58,013)
其他應付款	5,416,761	(355,451)
負債準備	3,129,872	3,933,692
預收款項	469,773,514	(117,055,818)
預收款項 - 關係人	-	(3,809,524)
其他流動負債	46,151,325	1,046,335
遞延政府捐助收入	91,918,892	(285,082,083)
未計利息股利之現金流入	938,084,918	183,218,365
收取之利息	18,264,285	13,080,033
退還之所得稅	-	91,600
業務活動之淨現金流入	956,349,203	196,389,998
ロネスギアロケス自		
投資活動之現金流量	(70 774 200)	/ 110 150 264 \
增加不動產、廠房及設備	(78,774,299)	(118,158,364)
短期墊款(增加)減少	(3,840,190)	801,371
存出保證金減少(增加)	895,652	(349,880)
其他金融資產(增加)減少	(325,425,940)	35,146,610
其他非流動資產增加	(3,599,698)	(8,617,716)
投資活動之淨現金流出	(410,744,475)	(91,177,979)
籌資活動之現金流量		
	11 470 575	(6 564 222 \
存入保證金減少(減少) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本) (本	11,478,575 11,478,575	(6,564,223) (6,564,223)
籌資活動之淨現金流出(出)	11,470,373	(0,304,223)
本期現金及約當現金淨增加數	557,083,303	98,647,796
期初現金及約當現金餘額	778,414,904	679,767,108
期末現金及約當現金餘額	\$ 1,335,498,207	\$ 778,414,904
知不玩並及制	\$ 1,555,490,207	\$ 770,414,504
不影響現金流量之投資活動		
遞延政府捐助收入轉列法定基金數	\$ 21,911,126	\$ 31,676,934
增加不動產、設備及廠房現金淨流出情形		
增加不動產、設備及廠房總額	\$ 111,461,366	\$ 106,967,550
加:期初其他應付款	6,613,727	17,263,413
減:期末其他應付款	(39,841,922)	(6,613,727)
加:期初應付租賃款	1,050,506	1,553.564
加:期初應付租賃款		1,553,564 (1,050,506)
	1,050,506 (532,794) 23,416	