

2023  
客家電視  
年度報告



台長的話

## 聲亮影靚 破紀錄个一年

客家電視台長

*Hiong Siin Ngien*

向盛言 Hiong Siin Ngien

客家電視台今年歡慶廿歲，迎來大豐收。112 年客台共入圍了 11 項金鐘獎，並分別以《小 O 事件簿》拿到「少年節目獎」、以《綠金龜的模仿犯》榮獲「電視電影獎」。

我們的傑出表現不只在國內倍備受稱許，在國際上也不遑多讓，分別榮獲「紐約電視節」、「芝加哥兒童影展」、「法國台灣女性電影節」、「西班牙 ZOOM 影展」、「沖繩環太平洋國際電影獎」和「亞洲電視獎」…等大獎的肯定。客台過去這年共入圍 53 個國內外獎項，最終獲頒 25 個獎，創下開台以來的最高紀錄。

同時，客台邀請到來自四大洲的族群電視台齊聚臺灣，舉辦有史以來第一場「族群媒體高峰會 Ethnic Media Summit」，並在會中與挪威的薩米電視台 (NRK Sápmi)、紐西蘭的毛利電視台 (Whakaata Māori) 和公視臺語台以及原住民族電視台，一起簽署了【共同合作備忘錄 MOU】，帶頭打開彼此資源共享、節目交換和異地訓練的機會之門。

上述成績除了歸功於同仁與協力團隊的努力不懈，另一個關鍵因素在於今年起來自「國家語言整體發展計畫」的額外預算正式挹注至客台，讓我們得以更充裕的資源，嘗試各種可能性，將創意和技術發揮到極致，讓客家電視不侷限於電視，持續超越自我。

我們會以過去廿年所累積的基礎為本，持續向世界邁進，透過競賽、影展和各式互動，打響 Hakka TV 的品牌知名度，以期如同蔡英文總統在客台廿週年記者會所言：「未來的客台，不只做節目給客家人看，也給全臺灣人看、給全世界看。」

下一個廿年，客家電視將積極扮演連結客家跟世界的橋梁角色。Hakka TV, we connect Hakka and the world!

## 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

2023 年我們以觀眾的需求為核心，衡量當前客家文化語言發展、影視趨勢與媒體環境，並以實踐公廣集團的三年目標與策略方針為導向，以「有聲有影，諫起來！」作為全體同仁共同努力的目標與方向，其策略如下：

- (一) 深化內容，貼近受眾
- (二) 國際接軌，搭建網絡
- (三) 培育人才，產業共好
- (四) 數位優化，服務升級

我們除了要自信地產出富原創性兼備族群文化特色的影視創作外，也要探索出屬於客家的聲音，走出客家與多元族群交流的特色，與民眾一起互動、反響，來回碰撞，迴盪出更巨大的聲響。



客家電視 20 週年記者會嘉賓雲集，共同為客家電視啟動下一個 20 年

# 有聲有影， 讓起來！

年度焦點 1

「有聲有影」是客家電視作為影視創作媒體的本質與目標，同時也蘊含「客家電視經營得有聲有色」之意，而「讓起來」則有歡呼、眾口傳誦之意。20 歲的我們，為了展現繼往開來的經營成果與企圖心，從節目、新聞入手，搭配一系列的活動，要給觀眾耳目一新的感受。

## 邁向新里程，「20 週年記者會」

我們透過記者會邀請大家一起見證過去 20 年來，客家電視對臺灣以及對全球客家文化的貢獻，同時宣布啟動 20 週年重點項目持續傳播客家語言及文化，揭示「有聲有影，讓起來！」年度目標。

現場邀請蔡英文總統以及當年協助順利開台的葉菊蘭資政、楊長鎮主委及馮賢賢女士和公視基金會胡元輝董事長共同參與；並由羅時豐、吉那演唱長青節目《鬧熱打擂台》主題曲，別具意義。誠如總統的勉勵「期待客台的下一個 20 年，能夠把好的成果延續下去，也能繼續發展出更多優質作品，讓未來的客台，不只做節目給客家人看，也給全臺灣人看、給全世界看。」

## 族群與世代交融，「客家製讓 Make Some Noise」演唱會

「客家製讓 Make Some Noise」是台北流行音樂中心首場客家專場的大型演唱會，集結彭佳慧、羅文裕、羅時豐、Yappy、生祥樂隊、官靈芝、吉那罐子、Misa 米莎、謝宇威、謝銘祐、桑布伊、黃宇寒、彭柏邑、Vera、黃子軒與山平快、魏如萱等逾 20 組音樂人，更有「音樂關鍵字」虛擬樂團首度實體登台，高科技聲光效果的運用，讓整場演出更加富有未來感，就像一棵跨越時空的音樂時光樹，不僅讓 3000 位現場的觀眾領略客家音樂的魅力，也展現客家電視 20 年來傳播客家的努力。

「客家製讓」引起各界熱烈迴響，為回應中南部鄉親的期待，也延續臺北演唱會的效



客家電視 20 週年換新裝

應，又再規劃臺中、高雄兩場以 LIVE HOUSE 形式演出的表演，演出陣容更著重在地及新生代音樂人的參與，讓客家音樂能持續發聲。

## 聲音進入城市變成文化， 頻道包裝 Station ID

為了以嶄新面貌服務觀眾，我們以年度主軸與具有人的溫度、客家特色、科技質感、國際視野為方向，推出全新頻道視覺包裝，邀請橫跨金曲、金鐘、金馬的究方社創意總監方序中及團隊 BIOS monthly、COMPUTRFACE，由語言及文化發跡構築，將客家聲調「聲」，以及客家文化物件「景」，構築成一座處處細節接包含著客家精神的「城市」，把新的語彙跟傳統文化結合在一起，讓設計零距離，融入日常生活，榮獲時報金像獎視覺設計類識別系統項銅獎的肯定。除頻道視覺包裝外，也延伸運用至新聞鏡面設計上，讓三節新聞的資訊更清楚，整體視覺更有溫度、更貼近鄉親的日常，誠如方序中所說，「無需賦予客家文化符號，自然呈現，客家人就是這樣生活而已。」

## 時間一直站在我們這邊， 《時間旅客》形象短片

對 20 歲的客家電視來說，乘載的不只是 20 年來的時間片段，而是橫跨百年以上的時間長河。《時間旅客》藉由三位同樣的演員——孟耿如、王庭勻、莊岳，在四個時期、跨越百

年不同時代背景的轉換，所有過去、現在、未來，關於客家的人事物，可以透過影像「重現過去、紀錄現在、想像未來」，彷彿「時間，一直站在我們這邊」。形象短片由榮獲全球 Promax 廣告大獎的李鼎擔任導演，金馬獎最佳剪接指導賴秀雄先生擔任剪輯，音樂家 V.K 克擔任音樂創作，金鐘最佳音效得主余政憲擔任本片音效設計，透過影像傳達客家電視作為族群頻道、公共媒體存在的意義與未來的目標。

## 體驗媒體的魅力， 2023 世客博「客家電視館」

我們於「2023 世界客家博覽會」臺灣館一樓設置「客家電視館」，以「時間旅客」為策展主軸，民眾化身「時間旅客」，感受「客家傳播歷程」、「客家精選 100」、「Open Studio 攝影棚」、「金鐘獎體驗」、「數位伯公樹」等展區魅力。我們提供客語四、海、大、平、安五腔與華語、英語等語音導覽服務，其中「Open Studio 攝影棚」主播體驗活動最受民眾歡迎，另外我們也同步製播《世客來寮》網路節目錄製，介紹世客博最新資訊，同時安排《客語半生熟》、《怪客臨門》網紅與喜劇演員於館內與民眾面對面。66 天展期近七萬人來訪，1,200 多位參與主播體驗，貼心的導覽與服務，有趣的展覽與體驗活動，備受民眾佳評。

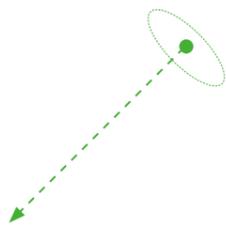
# 他山之石， 國際接軌，

年度焦點 2

## 借鏡與交流，客家新聞採訪報導

隨著疫後各國解禁、大開國門，我們依循「行出去」的年度主題執行 8 次海外採訪，並與當地客家社團恢復實體交流。上半年我們前往香港，探訪隱藏在香港「鄉下」的客家聚落；採訪團隊也跟著聯新醫療義診團隊遠赴尼泊爾，探訪客家醫生跨國行醫的故事；我們前往馬來西亞採訪當地的客家文化節及客家產業與故事；也跟著客家大縣新竹縣政府前往姊妹市 - 日本宮崎縣，一探兩地藝文、觀光交流；前往非洲臺灣客屬總會交接大會之際，除採訪之外，也到史瓦帝尼及模里西斯，針對跨國合作以及客家人在非洲打拚歷程製作專題報導。

下半年海外採訪主題則更著重於「取經」。我們前往位於中美洲的邦交國貝里斯進行採訪，一探當地對於馬雅文化以及海洋自然資源保育的經驗；此外也踏上了位於北極圈的冰島，檢視在數位浪潮下，遺世獨立的冰島語傳承的機會與挑戰；另外，隨客家電視新劇《女孩上場 2》前往南韓釜山拍攝之際，採訪製作即時新聞以及臺韓影視交流專題報導之外，團隊亦前往濟州島，採訪當地著名的「偶來步道」經營的經驗，並將與臺三線「樟之細路」做比較。我們期望透過國際採訪、海外客家社團交流等方式，提升客家電視能見度，宣傳客家文化精彩豐厚的多元特色，擴大客家文化的國際影響力。



客家新聞「行出去」採訪他山之石也與客僑交流



# 屢創佳績， 旗艦節目，

年度焦點 3



《綠金龜的模仿犯》獲多項國內外影展肯定

## 看見都會生活的人際互動， 《綠金龜的模仿犯》

《綠金龜的模仿犯》改編靈感來自於客籍魔幻寫實小說家高翊峰的同名短篇小說，描摹一隻幻化為人形的綠金龜在誤闖人類所居住的公寓後，如何觀察、模仿人類的行為。劇情試著帶領觀眾以綠金龜的視角觀察、窺視不同住戶不為人知的故事，最終也因為綠金龜無法理解人類各種複雜的私欲，於是在短暫的交會際遇中充滿疑惑、衝突與絕望。本片在魔幻寫實的手法下，更多了一些對於都市寓言的著墨，如此，讓普羅觀影者可在既有的生活經驗值下自然觀影，自然也能予以自身情感的投射。

優秀的演員與製作團隊獲得多項入圍與得獎肯定，包括入圍「桃園電影節」臺灣獎、「美國羅德島國際電影節」、「西班牙加泰隆尼亞國際影視內容節」劇情類、「亞洲電視獎」最佳單元劇 / 電視電影、編劇獎及最佳主題曲等三項，「金鐘獎」戲劇類入圍三項並獲得電視電影獎、榮獲「沖繩環太平洋國際電影節」最佳影片、「美國科幻恐怖與動作電影節」科幻故事片卓越獎暨化妝技巧類卓越獎、「時報金像獎」視覺設計類海報設計項佳作、「布拉格電影獎」最佳劇情片。

## 最溫暖的烏金滋味， 《可可樹下的奇幻小店》

客家電視與 LINE TV 攜手打造綜藝實境節目《可可樹下的奇幻小店》，由柯有倫、李霈瑜（大霈）、江宏傑、黃湘婷共同搭檔，化身為「小店合夥人」，在熱情的屏東創業開店，深入瞭解當地「烏金」可可，親手製作一道道充滿心意的甜點，參與從大地到餐桌的過程。四位藝人在質樸的客庄中尋覓靈感，加深自身對於客家文化的認同與親近感，最終，他們把屏東六堆文化的客家精神、土地氣息、可可的價值包裝在自產自銷的伴手禮盒中，要讓臺灣可可走向世界國際，讓臺灣人為自己的土地與客家精神感到驕傲。



《可可樹下的奇幻小店》是客家電視第一檔實境節目

首播後掀起熱烈迴響，在客家電視官網直播創下優秀點閱率，在 LINE TV 每週躍上週末熱播排行榜冠軍，開播一個月瀏覽量即破百萬。透過與 OTT 平台合作，我們為客家打開了新視野，也為節目開發了新群眾。

### 烏俄戰爭沉浸式體驗， 《小O事件簿》

2.0 進化版的《小O事件簿》帶著青少年的視角出發，打造了全新的主題內涵和視覺風格，特別將「社會實驗」或「劇場扮演」理念融入節目中，旨在引發青少年對當代議題的深刻思考。年度的重點議題聚焦於青少年與科技、社交媒體互動的真實生活，同時，為了開拓國際視野，推出烏克蘭和俄羅斯衝突的系列節目，透過訪談、戲劇及藝術展覽多樣化的呈現方式，以沉浸式體驗讓青少年呈現自身深刻的觀點，從而探討戰爭對青少年心理的影響。入選「KIDS FIRST! 電影節」短片放映，榮獲「金鐘獎」最佳少年節目獎、「印度兒童影展」120 分鐘內影片類評審團特別獎、「台灣媒體觀察基金會台灣兒童及少年優質節目評選」年度最佳影視節目獎。



《小O事件簿》引發青少年對當代議題的深刻思考



《女孩上場 2》為客家電視旗艦戲劇

### 蓄勢待發的好戲《女孩上場 2》、 《星空下的黑潮島嶼》

2024 年旗艦戲劇《女孩上場 2》以臺灣女子籃球職業隊以及中華臺北隊的職人為主角，結合女性成長、團體運動、運動職場三種元素，加上充滿熱血與速度感的籃球影像，拉出屬於臺灣特有種的故事類型。從製作期起就陸續創造聲量，我們海選與訓練真實職業隊與中華隊退役球員成為主要演員，搭配一線卡司擔任教練，遠赴釜山取景，並邀請韓國演員與職業球員參與拍攝，打造亞洲國際賽事，拉抬臺灣戲劇在運動類型上的高度，同時展現客家電視戲劇跨國拍攝與合作的企圖心。

而旗艦戲劇《星空下的黑潮島嶼》預計於 2025 年登場，講述 1950 年代因思想與政府當局不同，被羅織各種罪名移送到綠島囚禁的年輕醫師們，在白恐政治受難者主要監獄—綠島新生訓導處，如何在被剝奪人權自由及尊嚴並施以思想教育以及勞動改造下，如何保有自我、追尋新生的故事。客家電視首次投入上億元製作經費與金獎團隊陣容備受矚目，從發布會向各界介紹主要角色「五虎將」到拍攝期間的場景、演員等話題不斷，為客家電視開啟高規格戲劇製作與行銷的嶄新篇章。

## 文化力與號召力， 節目展新風貌

節目聚焦

客家電視 20 週年，以主動出擊的「主體」，自信大方地走向觀眾，並以「有聲有影，譟起來！」為概念，拋出兼備文化特性與號召力的內容，希望讓觀眾感受進入下一個里程碑的客家電視。

### 生活資訊類

《客語半生熟》，首度邀請眾多 YouTuber 一起拆解客文字，透過來賓豐富的想像力及搞笑解讀，重新發掘客語不同以往的魅力！以新媒體思維出發，不同於傳統的教學節目，用十分鐘的時間，介紹給閱聽人有點深度又具生活化的客語詞彙。在好笑又好玩的猜字過程中，還可以看到各個國家對語言使用的不同習慣，現場熱烈的討論讓節目毫無冷場。接著由電音芭比安苡葳和客家說唱藝術家張春泉分別帶入客語四縣腔、海陸腔的學習情境，以幽默、戲謔的動畫帶出輕鬆活潑的氛圍，更拉近年輕族群與客家文化的距離。



《客語半生熟》邀請眾多 YouTuber 一起拆解客文字



《活力新故鄉》關注新住民在臺灣生活的概況



《花漾同學會》維持不老精神，持續追夢



《怪客臨門》把劇場喜劇原汁原味帶入攝影棚

《活力新故鄉》紀錄焦點除了持續關注新住民在臺灣生活的概況、他們在面對群體時，因文化差異和正向價值觀，所帶來的融接力量，也進一步探討，新住民在這塊土地，因適應問題所要面臨的心理壓力和扎根尋夢的點滴辛酸。英國的薩洱瑪，因大學一次來臺參訪活動認識了身為消防員的俊儒，兩人截然不同的文化與個性，卻沒成為生活中的絆腳石。俊儒為了她一起信仰伊斯蘭教，而樂觀開朗薩洱瑪很快的適應臺灣文化，甚至能在俊儒家族事業中擔負責任！然俊儒在節目播出前，意外於屏東爆炸案中英勇殉職，節目紀錄拍攝他們倆的相處點滴，也為家屬留下溫暖美好的回憶。

《花漾同學會》維持以往的不老精神，打破年齡的限制、突破心理的框架，不僅追夢，更要再年輕一次！全新一季來賓年齡層從花甲、古稀、甚至到耄耋之年，不僅退休生活多采多姿，參與節目挑戰更是全心投入。如平均年齡 77 歲的三人志工爺爺團，挑戰芭蕾舞項目，更要穿上華麗芭蕾舞裙公開演出經典舞碼「天鵝湖」，雖然惡補的芭蕾舞步稱不上技藝精妙，卻也讓台下觀眾無不佩服他們的勇氣與堅持。節目中也分享爺爺們的生命體悟，開朗豁達的人生觀令人嚮往與學習，希望自己年老時也能像他們一樣。

### 音樂人文類

這幾年劇場喜劇在臺灣越來越流行，《怪客臨門》以客家文化為基底，巧妙融合笑點與包袱，運用劇場喜劇的各種元素：傳統曲藝的說、學、逗、唱，或者是日本的漫才、歐美的單口脫口秀，把劇場喜劇原汁原味帶入攝影棚，加上台下觀眾與台上表演者的自然互動，產生絕妙火花，吸引年輕族群，傳遞客家文化之美。來自日本的「漫才少爺」雙人組合，帶大家從日本俗諺認識經典的客家老古人言，最後現學現賣呈現一段富有客語元素的漫才段子，博得現場觀眾滿堂彩。由主持人宋明翰領軍的相聲男團「愛笑斯坦」更帶著團員挑戰客語數來寶，留下令人深刻的硬底子表演。

客家族群住在靠山地帶，雖近水而居，卻是灌溉困難的地區，因此造就客家人擁有極佳的土木工程技術，起造各式水利設施。因此，歷時三年製作的紀錄片《水路光影》系列從「上善引水」、「伏流長水」、「揚水出力」主題切入，細數順應自然的水路智慧（埤圳、湧泉、水車）、族群共存的課題、因水互助的組織及信仰，帶觀眾管窺臺灣水利文化，瞭解古人來時路，反思水利發展的歷史遺韻及在現今氣候變遷的環境中，我們該如何走下去。

### 青少年兒童類

由客家電視與公視、原民台、台語台四台合製的幼兒節目《WAWA 哇！》，是一個針對幼兒拍攝的實境紀錄影片，四台共十六集，每集都由各台針對各自的族群特色，挑選出生活各具特色的孩子。客家電視挑選了住在苗栗銅鑼、臺中東勢、高雄美濃的孩子，將他們徜徉在鄉間果園的美好生活，呈現在幼兒觀眾面前，同時節目也邀請知名導演徐麗雯，以母親的視角拍攝家中幼兒充滿哲思的生活浮光。本節目跳脫了幼兒唱跳的傳統節目範疇，將鏡頭放在與孩子等高的位置，捕捉他們靈動鮮明的生活體驗，宛如專為幼兒設計的紀錄片影展，在國內外影展都獲得一致好評，並入圍了金鐘獎最佳兒童節目。

客家電視最長壽的招牌節目《奧林P客》，在進行場景大改版後，持續了第二季的製播，在新設計的小丑遊樂園裡，來自全國客語生活學校的學童們，以五人小組的團隊，在遊樂園園長的陪伴下，面對小丑的干擾，逐一克服了精心設計的客語關卡。節目不斷收到全國小學師生的好評，對教師而言，這是一個絕佳的戶外教學；對學童而言，在攝影棚裡玩遊戲，也成為他們的重要回憶。節目每年大量邀



(上) 《WAWA 哇！》 (中) 《奧林P客》  
(下) 《登山總動員》



《暗夜微光》講述經商之道與諒解



(上)《最後一封情書》帶領觀眾重新省思生死議題  
(下)客家戲曲展現客家傳統唱腔與曲調，深受觀眾喜愛

請了不同孩子來參加錄影，不但發揮了公共媒體的公眾近用價值，同時也成了族群頻道的絕佳宣傳。

臺灣是個多山的國家，在客家族群的生活中心，山，更是一個親近且熟悉的場域。客家電視與富邦基金會合作，推出了全新的兒童登山節目《登山總動員》，每集由兩位十歲上下的孩子，用他們的雙腳與目光，帶著觀眾上山，節目以清新的風格，呈現出孩子在旅程中的自然對話，並透過逗趣的動畫，呈現他們的心情與想像，將孩子在山林中的樂趣與感動，完整細膩地傳達給目標觀眾。節目中有感情如蜜的兄妹，也有不斷吵嘴的孿生姊妹，在充滿綠意靈氣的山野中，學習與自己、與同伴、與大自然的相處。本節目入圍了媒觀會的年度最佳兒童節目，也在國外諸多影展上獲得肯定。

### 戲劇戲曲與配音類

現實若如暗夜，記憶的味道即是微光。暗夜微光，是永勝豆漿店，是徐家，一家店、三代人的故事，從小小的攤車起家，老徐與妻子雅玲，還有親如兄弟的好友老姜，在臺南府城落腳、扎根、開枝、散葉，「永勝豆漿」用

傳統早餐的滋味，成為街坊鄰居喜愛的老店。《暗夜微光》所要講述的核心是客家人的『經商之道』與家人諒解。透過劇情中所設置的『隔壁那間豆漿店』來帶出三代人對於情感倫理的衝突，透過角色之間的美味關係，和解了彼此間深刻的對立，只要攜手同心，就能克服困難、突破困局。而從舞台劇改編的電視電影《最後一封情書》邀請金鐘影后劉瑞琪、呂紹齊、林辰唏同台飆戲，內容以喜劇形式，用歡笑和淚水交織來談論沉重的「善終權」議題，帶領觀眾重新省思生死議題。

歷時三年全球疫情蔓延，各地醫護始終堅守在第一線，竭力維護大家的健康和平安，在客家鄉親最重視的節慶春節開端，我們在闔家團圓時推出精緻大戲《仁者之心》，本劇描述瘟神自天庭脫逃，玉帝派醫神轉世人間，以華人信仰之保生大帝為主角，希望藉此故事，向所有醫護人員致上最高敬意。客家電視持續推出由臺灣客家先民抵抗外辱故事《少年英雄》、以及南洋客家先民故事改編的《蘭芳傳》，還有本土客庄原創的《茶山情緣》和改編明朝章回小說《弁而釵·情奇記》探討性別議題的《鬚眉道姑》等知名野史和創新傳奇，期望讓海內外所有熱愛戲曲的戲迷，都

能不斷享受精緻優美的客家傳統饗宴。

為服務客家族群和全國觀眾，透過購片及重製節目，依節目屬性搭配不同腔調，藉優質內容將客家觸角伸入各領域，進而觸發更多討論和共鳴，循此途徑，同時促進客語多腔調交互流通使用。我們推出風靡全球的經典動畫《藍色小精靈III》、駱以軍原著改編的《小兒子II》，以及學齡前兒童最愛的《恐龍大牧場》；或是讓民眾及醫護人員，彼此激勵鼓舞的嚴選日劇《小孤島大醫生II》，以及當年風靡全臺的《月薪嬌妻》，皆獲得觀眾喜愛與好評。

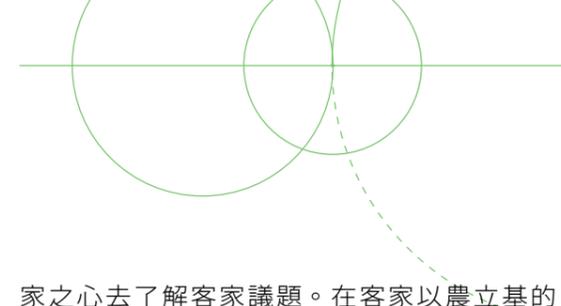
另外，富有人文與地方采風的《節慶的滋味》、《舞動全世界》、《築夢學堂》、以及《超越鏡頭的極境》，不僅帶來了國際視野，也讓觀眾看見不同地方與文化之美。

### 新聞與報導類

2023年適逢客家界的「大年」，除了客家電視20年、客家高教20年之外，在藝術文化方面，首屆世界客家博覽會以及第二屆浪漫台三線藝術季也熱鬧登場。新聞部規劃的專題緊扣這些主軸，包括「客家電視20年」、「還我母語運動35」、「世客博啟航」及「台三線藝術季」等系列報導，帶領觀眾透過回顧臺灣客家這20年來的筆路藍縷，並展望前瞻充滿亮麗的未來。

適逢客家電視20週年台慶，三節新聞鏡面全新改版上線，主題以聲音語言結合文化場景，打造「聲景城市」，並運用「藍染」、「茶園」、「竹編」三元素，以代表三節新聞各節的意象，展現全新風貌，希望傳達給閱聽眾生活客家視覺，增加客家文化的豐厚度與多元性。

《村民大會》和《客家新聞雜誌》分別透過現場論壇和深入報導的方式，不斷地用客



家之心去了解客家議題。在客家以農立基的歷史情懷下，企畫一系列客家地區農業問題，例如「稻稈不燒之後」、「推動抗旱省水新作物高粱」、「美濃野蓮產業 - 新住民撐起一片天」、「氣候變遷下 - 農試所水稻育種」等議題皆有詳盡報導。針對國家語言法，推出「奔跑吧！語言法」、探討流浪教師的「終結流浪！老師的轉型正義」，讓客語跟客家文化有更多討論被看見的機會。

《村民大會》持續秉持公共媒體公民近用權，為客庄議題發聲，今年6月新竹縣關西鎮鳳山溪取水口發生有機溶劑廢液汙染，造成關西鎮和新埔鎮總共6400戶停水事件，引起萬人連署陳情，《村民大會》走出戶外開講，藉由公眾論壇盼相關單位正視，改善問題。此外，《聚焦國際》持續深化「以客語討論國際新聞」的理念，透過學者專家訪談與外電新聞報導，掌握國際脈動。今年重點聚焦在美中臺三方相關議題。另外，國際重大變局，包括巴基斯坦爆炸、日韓關係、泰國大選、淨零碳排、西非局勢等持續關注，提供鄉親更多元的國際視野，讓節目更具備國際議題的深度與廣度。



《村民大會》持續秉持公共媒體公民近用權，為客庄議題發聲

## 2023 客家電視大事紀

1/3

由高翊峰作品改編，黃嫻嘉、謝章穎、楊宗樺、黃婕菲、李運慶、徐灝翔主演之異色喜劇《綠金龜模仿犯》開鏡。

1/21

播出除夕特別節目《新春看大戲 - 仁者之心》，由李文勳以臺灣師範大學國文學系鄭玉姍教授原創、並曾榮獲教育部文藝創作獎劇本《大道公傳奇》所改編，並擔任導演，國立臺灣戲曲學院青年劇團演出。



1/22

播出由羅時豐、楊淑喻共同主持之初一特別節目《揚眉兔氣過大年》。

2/6

客家新聞播出由記者胡叡誌、蔡奕輝前往香港採訪之「香港尋客」系列報導，介紹當地客家聚落語言傳承、使用之情形與後疫情時代香港社會經濟之展望。

2/7

土耳其、敘利亞邊境 2 月 6 日連續於清晨、下午發生兩起規模 7.8 與 7.5 地震，各地傳出慘烈災情，客家新聞首次與客新聞、講客廣播電臺合作，透過特派記者進行「土敘地動」連線報導救災最新資訊與搶救復原狀況。

2/11

籌製第二季之劇集《女孩上場》與 Double Pump 女子籃球誌合作，發表有關臺灣女籃的系列專文。

2/11

因疫情停辦三年的竹東山歌比賽恢復舉辦，《當畫新聞》前往活動現場進行 LIVE 直播。

2/18

參加由文化部主辦，2023 世界母語日國家語言生活節「母語·鬧熱·講」活動。

3/1

播出記者劉宜頻、黃映婕隨行桃園平鎮區聯新醫院義診團前進尼泊爾採訪之「送愛到尼屋下」系列報導，除介紹當地醫療情況與跨國醫療援助永續發展等議題，並採訪臺灣首位被 BBC 選入「2017 年全球百大女性」的林念慈為當地婦女創立手工坊以及月經衛生教育推廣之情形。

3/4

由公視、公視臺語台、客家電視、原住民族電視台合製的幼兒節目《WAWA 哇！》，於華山光點電影院舉辦首映會／手印會，並自 3 月 7 日起播出。

3/4

連續五年榮獲金鐘獎入圍肯定的兒少節目《小 O 事件簿》推出 2.0 升級版。

3/20

播出由記者胡叡誌、陳靖維前往馬來西亞採訪之「吉客馬來亞」系列報導。

3/27

由客家電視與富邦基金會合製之兒童實境節目《登山總動員》上檔播出。

4/3

播出《奧林 P 客》兒童節特別節目「童玩內灣線」。

4/12

以臺式早餐及都會客家人為題材，透過食物滋味探討家庭關係的劇集《暗夜微光》上檔播出，打造成早餐餐車型的「微光號」同步展開全臺巡迴宣傳。



4/22

播出由全民大劇團同名舞台劇改編，探討善終議題之電視電影《最後一封情書》。

4/28

參加由富邦文教基金會主辦之「momo mini 影視兒童節」，宣傳合製節目《登山總動員》及自製節目《GO！蔬菜小隊！》。

4/28

播出「新竹 - 宮崎友好」系列報導，為記者錢薇如、鍾志明前往日本宮崎縣，每日透過連線或傳帶即時報導臺日客家文化交流盛事。

4/29

由高翊峰同名短篇小說改編，充滿超現實色彩的異色戲劇《綠金龜的模仿犯》頻道首播。

5/14

適逢非洲臺灣客屬聯合總會年會暨換屆交接典禮，記者胡叡誌、林柏均前往南非約翰尼斯堡採訪，以現場連線及供稿每日新聞方式報導此一海外客家盛事。



5/26

《當畫新聞》於「頭份四月八」活動現場 LIVE 直播。

6/8

舉辦客家電視 20 週年記者會，總統蔡英文親臨致詞，並有客委會、文化部、公視基金會、客傳會等各界人士蒞臨參加。



6/17

於台北流行音樂中心舉辦「客家製課」演唱會，是北流首場客家專場演出，邀請逾 20 組歌手暨創作人參與，並於 7 月 2 日錄影播出現場實況。

6/25

以臺灣南部新興可產業為題材，由柯有倫、大霈、江宏傑、黃湘婷共同演出的實境節目《可可樹下的奇幻小店》，於屏東勝利星村創意生活園區開錄，預計 2023 年第四季播出。

7/3

於三節新聞推出「客台 20 年」系列專題報導，介紹客家電視成長點滴。

7/3

邁入第 14 屆之「後生提攜計畫」開訓，共有 12 名學員將分別在新聞部、節目部、行銷部展開為期兩個月的培訓。

7/15

《當畫新聞》前進客庄，於花蓮縱谷地區客家庄盛事「客鼓鳴心 - 鼓王爭霸戰」活動進行直播。

7/17

播出記者胡叡誌、林柏均前往南非、模里西斯及我國非洲唯一邦交國史瓦帝尼採訪之「非洲客觀點」系列報導，並獨家專訪中華民國駐南非代表廖文哲大使。

8/4

參加公共電視於宜蘭中興文化創意園區有料倉庫舉辦之「Fun 出大能力」親子遊戲派對，宣傳客家兒少節目。

8/6

由宋明翰主持，結合相聲、漫才、脫口秀等表演的現場喜劇秀節目《怪客臨門》正式播出。



8/11

首屆世界客家博覽會正式開展，客家電視除於臺灣館設有「客家電視館」展出多元內容，利用 Open Studio 進行主播體驗、網路節目直播、頻道節目宣傳等，並於頻道及網路 LIVE 直播開、閉幕式及連續三晚的「天光日个客家」開幕晚會。

8/14

戲劇《星空下的黑潮島嶼》於臺北艾麗酒店舉辦製作發布會，公布包括導演王傳宗暨主要演員王識賢、黃河、曹佑寧、吳念軒、夏騰宏等，預計於 2025 年播出。



8/19

以客語疊字詞為題材，邀約網紅、YouTuber 參加的全新節目《客語半生熟》播出。

8/26

《當畫新聞》於 2023 世界客家博覽會「客家電視館」進行現場直播，並透過記者連線報導，呈現臺灣第一個以「族群」為主題的博覽會的多元面貌。

9/4

《當畫新聞》前進客庄，由主播林秋伶於新埔義民祭典進行現場直播，並連線第二現場報導祭祀大典及爐主交接儀式。

9/17

實境節目《可可樹下的奇幻小店》於世界客家博覽會好客農市，由成員柯有倫、李霈瑜（大霈）、江宏傑、黃湘婷帶著親手設計的可可禮盒進行公益活動。

9/26

實境節目《啊喔！最 Kiang 駐村小隊》舉辦發布記者會，全體成員洪都拉斯、溫貞菱、施名帥及高英軒隨即前往苗栗獅潭進行為期一個月的駐點拍攝。

9/26

取材綠島新生訓導處故事，斥資逾億之時代劇《星空下的黑潮島嶼》，在國家人權博物館白色恐怖景美紀念園區舉辦開鏡儀式，主要演員夏騰宏與吳念軒並為戲落髮。

9/27

舉辦形象短片《時間旅客》記者會，導演李鼎及四位主要演員孟耿如、王庭勻、莊岳、方文琳均盛裝出席，隨即於網路平台公開完整影片，並於 9 月 30 日在頻道首播。

10/3

《綠金龜的模仿犯》於桃園電影節進行臺灣獎入圍放映暨映後座談，也是該作品的影廳首映。



10/7

電視電影《光的孩子》於法國台灣女性影展放映，編導徐麗雯受邀出席映後座談。

10/9

《活力新故鄉》播出屏東火警殉職消防員賴俊儒與其妻子薩洱瑪的故事，藉此表達對屏東火警傷亡者的哀思，及對所有消防人員的敬意。

10/10

由主播劉宜頻（大埔腔）及胡呖誌（四縣腔）擔綱，於總統府前廣場 LIVE 直播國慶大典《112 年國慶大會特別報導》。

10/25

實境節目《啊喔！最 Kiang 駐村小隊》由隊長洪都拉斯領軍，帶領成員溫貞菱、施名帥、高英軒，與苗栗獅潭鄉民共同於臺北客家音樂戲劇中心演出舞台劇，並側錄做為節目內容。

11/6

舉辦臺灣首次以族群媒體為主體的跨國影視論壇「2023



族群媒體高峰會」，進行「族群媒體現況及未來發展」、「在語言與文化挑戰下創造 IP」、「科技浪潮 X 族群媒體」三大主題討論，並由毛利電視台、薩米電視台與客家電視台、公視台語台、原住民族文化事業基金會共同簽署合作備忘錄。

11/7

播出記者陳郁心、徐榮駿前往我國拉丁美洲邦交國貝里斯採訪之「加勒比海烏托邦」系列報導，專訪苗栗出身的駐貝里斯首位女性大使徐儷文，以及苗栗客家子弟、我國駐貝里斯技術團團長潘才生。

11/10

客家電視與文化內容策進院合作，於 2023TCCF 創意內容大會設立「客家電視獎」，由《祝你幸福 I Wish You Happiness》獲獎。

11/20

播出記者劉宜頻、黃映婕遠赴北歐國家冰島，採訪當地語言傳承面臨的機會與挑戰之「冰島覓語」系列報導。

11/25

「客家製課」於臺中 Legacy Taichung 開唱，由龔德、邱淑蟬、林曉培、旺福現場演出。

11/27

《綠金龜的模仿犯》導演鍾侑霖及製作人、共同製作人前往沖繩環太平洋國際電影節參加入圍放映及映後座談。

11/28

直播第 11 屆徐生明國際少棒錦標賽冠亞、季殿決賽。

12/2

由李鼎執導，孟耿如、方文琳、王庭勻、莊岳主演的客家電視 20 週年影片《時間旅客》，於新北板橋府中 15 館慶特映主題影展放映，並進行映後座談。

12/10

「客家製課」於高雄後台 Backstage Live 開唱，由 VUIZE 王鍾惟、李東軒、曹雅雯、山狗大後生樂團現場演出。

12/17

戲劇《女孩上場 2》前往南韓釜山進行拍攝，並邀請韓國資深演員池大韓與釜山大學籃球隊共同參與演出。



12/21

實境節目《可可樹下的奇幻小店》舉行上檔記者會。

12/22

由客家電視與 LINE TV 共同合作，柯有倫、黃湘婷、江宏傑和大需為主要成員，以屏東可可產業為主題的實境節目《可可樹下的奇幻小店》正式播出。

12/23

《可可樹下的奇幻小店》重回拍攝地點屏東勝利星村，於耶誕市集進行宣傳及放映會，並由柯有倫、李霈瑜（大需）、江宏傑、黃湘婷代表捐贈節目中可可禮盒收入予六龜國小。

## 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	全臺民眾收看比例	32%	32.2%
		客庄客家人收看比例	50%	45.9%
		新媒體平台觸達人次 <sup>1</sup>	2,600 萬人	1,635 萬 8,746 人
品質	節目品質	全臺觀眾整體滿意度	80 分	80.8 分
		客庄客家人觀眾整體滿意度	80 分	81.2 分
		全年得獎獎項	8 項	25 項
		全年入圍獎項	30 項	52 項
公共服務	資源分享 服務公民	全年公民服務人次 <sup>2</sup>	1,000 人	2,068 人
		全年行銷活動參與人次	25 萬人	27 萬 6,200 人
	客庄地區文化與 產業傳播露出之區域比例 <sup>3</sup>	北 46%	北 51.9%	
		中 16%	中 17.5%	
		南 14%	南 19.1%	
東 8%	東 11.5%			
	提昇產業環境	客家傳播人才培育相關合作、課程或活動	4 個	4 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。



《綠金龜的模仿犯》



《暗夜微光》



《WAWA 哇！》



《登山總動員》

## 節目表現

# 入圍與獲獎

- ★入圍紐約電視節 (New York TV&Film Festival) 紀錄片類 - 文化議題: 米倉的孩子
- ★入圍臺灣生態環境影展最佳生態長片獎: 世紀的寶貝 - 羅紹麟的森林講堂
- ★獲美國科幻恐怖與動作電影節 (Sci-Fi Horror & Action Film Festival) 科幻故事片卓越獎: 綠金龜的模仿犯
- ★獲美國科幻恐怖與動作電影節 (Sci-Fi Horror & Action Film Festival) 化妝技巧卓越獎: 綠金龜的模仿犯
- ★入圍美國羅德島國際電影節 (Flickers' Rhode Island International Film Festival) 科幻與奇幻類: 綠金龜的模仿犯
- ★入選聖地牙哥國際兒童影展 (San Diego International Kids' Film Festival) 兒童短片放映: 小○事件簿 - 蘇菲與她的戰爭
- ★入選聖地牙哥國際兒童影展 (San Diego International Kids' Film Festival) 兒童短片放映: 音樂關鍵字 - 你好, 我是江東平
- ★獲平冤年度新聞獎影音組 - 即時新聞類 每日新聞 - 被遺忘的先烈 苗栗民主英烈公園荒蕪一片 / 胡呖誌、蔡奕輝、黃映婕
- ★獲社會光明面新聞報導獎電視新聞報導類佳作: 客家新聞雜誌 - 送愛到「尼」屋下 溫柔布革命
- ★入選 KIDS FIRST! 電影節 (KIDS FIRST! Film Festival) 短片類放映: 喔走! 48 小時
- ★入選 KIDS FIRST! 電影節 (KIDS FIRST! Film Festival) 短片類放映: 小○事件簿 - 蘇菲與她的戰爭
- ★入選 KIDS FIRST! 電影節 (KIDS FIRST! Film Festival) 短片類放映: 神救援大飯店
- ★入選 KIDS FIRST! 電影節 (KIDS FIRST! Film Festival) 環境與氣候變遷主題放映: 世紀的寶貝 - 大茅埔之歌
- ★入圍桃園電影節台灣獎 綠金龜的模仿犯
- ★入圍走鐘獎最佳動畫獎 客客客棧 - 啤劍闖世界
- ★入選 KIDS FIRST! 電影節 (KIDS FIRST! Film Festival) 短片類放映: 練習生, 衝一波 - 青春就要帥一波
- ★獲金鐘獎電視電影獎: 綠金龜的模仿犯
- ★入圍金鐘獎迷你劇集 (電視電影) 導演獎: 綠金龜的模仿犯 / 鍾侑霖
- ★入圍金鐘獎戲劇類節目聲音設計獎: 綠金龜的模仿犯 / 陳維良、蔡篤易、葉之聖、傅國賓
- ★入圍金鐘獎戲劇類節目編劇獎: 客家尋味劇場 - 暗夜微光 / 陳美珊、溫慧明
- ★入圍金鐘獎戲劇類節目女配角獎: 客家尋味劇場 - 暗夜微光 / 楊富江
- ★入圍金鐘獎人文紀實節目獎: 活力新故鄉
- ★獲金鐘獎少年節目獎: 小○事件簿
- ★入圍金鐘獎兒童少年節目主持人獎: 小○事件簿 / 向盛言 (藝名: 向日葵)
- ★入圍金鐘獎節目類剪輯獎: Hakka Night 我的觀點 - 天生考古家 / 鄧慶煜
- ★入圍金鐘獎節目類美術設計獎: 巷弄裡的吉光片羽 / 吳明昇
- ★入圍金鐘獎兒童節目獎: WAWA 哇!

- ★入選法國台灣女性電影節 (Forum des Images-Les femmes de Taiwan font des vagues) 邀請放映: 光的孩子
- ★獲 Cinema at Sea- 沖繩環太平洋國際電影節 (Cinema at Sea - Okinawa Pan-Pacific International Film Festival) 太平洋電影競賽 - 最佳電影: 綠金龜的模仿犯
- ★入圍芝加哥兒童影展 (Chicago International Children's Film Festival) 電視節目類: WAWA 哇! 一爺爺的果園
- ★入圍芝加哥兒童影展 (Chicago International Children's Film Festival) 電視節目類: 登山總動員
- ★入圍亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards) 最佳生活風格節目: 我把旅行變成一道菜
- ★入圍西班牙 ZOOM 影展 (Zoom Festival Internacional de Continguts Audiovisuals de Catalunya) 劇情 - 電視電影類: 綠金龜的模仿犯
- ★入圍西班牙 ZOOM 影展 (Zoom Festival Internacional de Continguts Audiovisuals de Catalunya) 劇情 - 電視電影類: 最後一封情書
- ★入圍西班牙 ZOOM 影展 (Zoom Festival Internacional de Continguts Audiovisuals de Catalunya) 娛樂類: 我把旅行變成一道菜
- ★獲時報金像獎視覺設計類識別系統項銅獎: 頻道包裝 - 聲景城市
- ★獲時報金像獎視覺設計類海報設計項佳作: 綠金龜的模仿犯海報
- ★獲印度兒童影展 (Chinh India Kids Film Festival) 120 分鐘內影片類評審團特別獎: 小○事件簿 - 蘇菲與她的戰爭
- ★入圍印度兒童影展 (Chinh India Kids Film Festival) 30 分鐘內影片類: 神救援大飯店
- ★入圍印度兒童影展 (Chinh India Kids Film Festival) 10 分鐘內影片類: WAWA 哇! 一爺爺的果園
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳單元劇 / 電視電影: 最後一封情書
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳單元劇 / 電視電影: 綠金龜的模仿犯
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳編劇: 綠金龜的模仿犯 / 鍾侑霖
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳學齡前節目: WAWA 哇! 一爺爺的果園
- ★獲亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳生活風格節目: 我把旅行變成一道菜
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳主題曲: 綠金龜的模仿犯 - 爬山 / 春麵樂隊
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳女配角: 暗夜微光 / 蔡亘晏
- ★入圍 WATER DOCS 影展 (Water Docs Film Festival) 放映單元: 水路光影 - 上善引水 - 陝川
- ★獲台灣媒體觀察教育基金會 - 台灣兒童及少年優質節目評選 - 年度最佳影視節目獎: 小○事件簿
- ★獲台灣媒體觀察教育基金會 - 台灣兒童及少年優質節目評選 - 年度最佳主題特別獎 - 數位平權: 巷弄裡的吉光片羽
- ★獲台灣媒體觀察教育基金會 - 台灣兒童及少年優質節目評選 - 總評審團看好獎: 小黑啤玩臺灣
- ★獲台灣媒體觀察教育基金會 - 台灣兒童及少年優質節目評選 - 總評審團看好獎: 登山總動員
- ★獲財團法人氣象應用推廣基金會 - 2023 年度民間最佳氣象主播獎: 客庄氣象 / 劉宜頻

# 推廣節目、 虛實並進、 服務觀眾

公眾服務

作為族群媒體、公共媒體的我們，積極透過新媒體與各式平台，隨時隨地與觀眾相遇；網路、實體的服務與活動隨時因應觀眾需求靈活轉換應變，積極創造每個行銷節目與觀眾交流的機會，努力推動客家電視的服務與理念。

## 新媒體與多平台

客家電視網站以「一站多功能」、「類 OTT」的方式呈現，並提供專屬會員服務與 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，獲得觀眾與專家學者一致認同，並透過不同主題策展介紹各類優質節目與新聞報導，讓觀眾可以一站欣賞客家影音內容，2023 年全年瀏覽量逾 96 萬次。

除此之外，客家電視 YouTube 系列頻道做為客家電視三大播映管道之一，亦是觀眾接觸客家文化語言的重要平台。目前我們設有「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，2023 年全年瀏覽人次近 680 萬次。

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。2023 年我們亦透過節目上檔與活動與觀眾多有互動，主要專頁觸及人數達 200 萬人次，其中以《暗夜微光》、《福氣來了》、《客家製課》表現極佳，帶動大量的討論互動。

此外，客家電視亦積極拓展多元播映平台，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、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。而四季線上影視 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，TaiwanPlus、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。另外，透過與柒拾



客家電視網站提供多樣影音服務



參與「MOMO MINI 影視兒童節」活動



《GO！蔬菜小隊！》在「FUN 出大能力-親子永續派對」陪孩子邊學邊玩



在高雄美濃以《登山總動員》為題辦理親子同樂登山體驗

陸號原子股份有限公司合作，將節目翻譯成英文版上架至該公司於 YouTube 平台上之 886 頻道播出，後續將陸續翻譯製作越南文、馬來文、西班牙文、葡萄牙文、日文與韓文等上架播出，以服務海外不同區域的觀眾，打破語言的隔閡傳遞客家文化。

在新聞方面，與全國 6 家客語播出之廣播頻道及 LINE Today、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，擴大傳遞最新客家資訊。此外，我們還與均一教育平台、因材網、愛學網合作播出，提供國小至高中教育學習資源，讓孩子、家長與老師可以透過不同管道收看客家電視節目。

## 節目行銷與活動

為客家文化與語言向下扎根是客家電視重點工作，我們透過各種形式的節目與活動為孩子創造認識與接觸客家的管道。

由公共電視、公視臺語台、客家電視、原住民族電視台聯合製作的學齡前節目《WAWA

哇！》，於華山文創園區光點電影院及穿廊舉辦首映/手印會，客家電視規劃「橘子疊疊樂」客語數字教學活動，亦邀請歌手黃子軒、導演徐麗雯等人帶著孩子與約計 200 位大小朋友一起欣賞影片、闖關玩遊戲、學客語。

與富邦文教基金會合製《登山總動員》，於松山文創園區舉辦「MOMO MINI 影視兒童節 Kid's TV Wonderland」活動，現場以《GO！蔬菜小隊！》內容規劃蔬菜客語教學活動，共計 300 人次參與體驗，也獲得極大迴響。除此之外，我們還在高雄美濃以《登山總動員》為題辦理親子同樂登山體驗，並於夜間安排戶外放映及表演，約計 70 位大小朋友一起享受登山的樂趣。

秉持公共媒體關心公眾生活、教育等議題的精神，客家電視歷年均選擇適當內容提供校園公播，以利第一線教育現場的老師們使用。2023 年符合社會領域課程綱要的《小 O 事件簿》，提供國、高中生討論生活與國際重要議題；另提供符合生活領域課程綱要的《登山總動員》，則讓國小生自訂目標前進山林，展開不同的歷程。藉由校園公播可補足課本無法



透過實習與體驗讓年輕學子認識與參與客家電視

帶給學生的情境體驗，透過影音引發更多的對話，落實人權、品德及生命教育，共計 900 間國小、國中及高中職申請，觸及人數 54,000 人。《客客客棧之嗨客任務》以探索臺灣客家的真實樣貌出發，透過討論當代客家問題來反思客家的下一步，也深獲國中小學教師喜愛，網路瀏覽次上看 80 萬人次，也將計劃於 2024 年授權學校作為教學輔助教材。

為響應文化部「國家語言文化生活節」，客家電視參與設攤進行節目推廣與客語體驗活動，鼓勵民眾學客語、說客語，450 人一起透過邊玩邊學接觸客家語言與文化。而每年集結公視各頻道之力的品牌活動「FUN 出大能力 - 親子永續派對」於宜蘭中興文創園區多功能展演場有料倉庫辦理，我們以《GO！蔬菜小隊！》做為活動攤位主題，安排球池尋寶、蔬菜客語圖卡翻翻版等遊戲，鼓勵小朋友認識蔬菜與學習客語，活動共計 6,000 人次參與。

## 人才培訓

客家電視期許能成為客家傳播的領航者，因此，每年會衡量市場人才需求與客家電視製播需求辦理各項人才培訓班。2023 年以培養

年輕學子為目標，透過實習與體驗讓他們深度認識客家傳播媒體，並享有發揮所學與展示自我的舞台。

第 14 屆「後生提攜計畫」共包括新聞採訪、新聞攝影、節目、行銷四組，來自 7 所大專校院、10 個系所共 12 名學員進行為期兩個月的培訓。課程內容包括基礎課程、實務操作、專題講座，及兩次讓後生同學練習活用客語的「客語 Show Time」活動等，每位學員結業時皆完成個人作品順利結業。另錄取學期實習 3 位，分別於新聞部、節目部、行銷部進行實習，為踏入職場奠定良好基礎。

客家電視與中央大學以產學並重為合作目標開設課程，開設「客家媒體與傳播」課程，以透過「客家電視專題行銷競賽」培養具備新媒體與行銷能力的客家傳播人才，21 位同學從做中學展現具創意的行銷方案。

另與文化大學新聞系持續合作「媒體行銷」課程暨校園行銷推廣競賽，以培養學生行銷客家媒體的能力，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，亦以「世界客家博覽會客家電視館社群行銷」為主題進行整合行銷企劃競賽，27 位同學的創意與想像，為行銷客家電視增添活力。

適逢「2023 世界客家博覽會」，我們與龍華科技大學文化創意與數位媒體設計系學生團隊進行客家電視館的「Open Studio 攝影棚」產學合作，由系上梁朝棟老師指導，除了進行民眾直播體驗之外，也同步執行《世客來寮》15 分鐘網路節目錄製，介紹世客博最新資訊。讓 12 位同學們實際參與節目製作與錄製，展現「學用合一」學習體驗。

為了培養學童的媒體素養，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，內容除了著重媒體素養外，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，2023 年共計 48 位小朋友參與。

## 觀眾意見與服務

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，包括專線客服電話、網路、傳真與信函等方式。

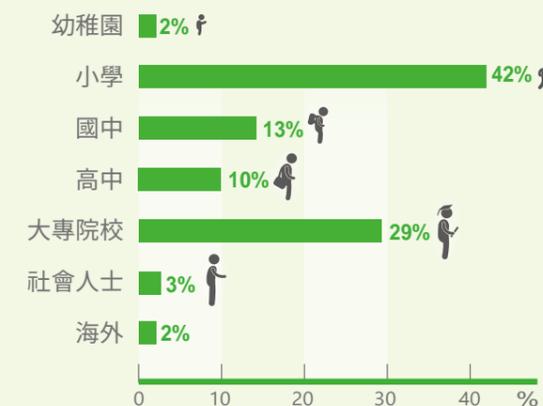
2023 年共收到 106 件觀眾意見，其中 60.38% 的意見來自於電話管道，其他管道包括網站線上客服、EMAIL、來信等共計 42 件；意見的類型多以詢問節目或報導中的資訊為主佔 69.81%，其次是建議佔 20.75%；三日內完服的比例達到 100%。除此之外，愈來愈多的觀眾透過網站 Messenger 與 FACEBOOK 詢問與交流意見，主責社群經營的行銷企劃部亦扮演觀眾意見服務的角色，我們的社群小編站在第一線為觀眾服務，在文字詢答上皆有專業表現，為觀眾即時解決疑難雜症。

客家電視負有公共服務之責，透過開放民眾前來參訪，除了讓更多人到作業現場認識媒體運作，同時能更進一步了解客家族群。2023 年我們推出《GO！蔬菜小隊！》認識常見蔬菜客語及《客客客棧》看見世界客家為參訪主軸，專業的解說同仁帶領來賓走訪攝影棚、道具庫房、主控室，並提供客語教學、電視業界專屬的金鐘獎體驗活動。2023 年全年共接待參訪來賓 2,088 人，其中尤以小學生最多，其次為大專院校同學。



透過參訪讓更多人更了解客家族群與媒體

## 2023 年參訪團體類型

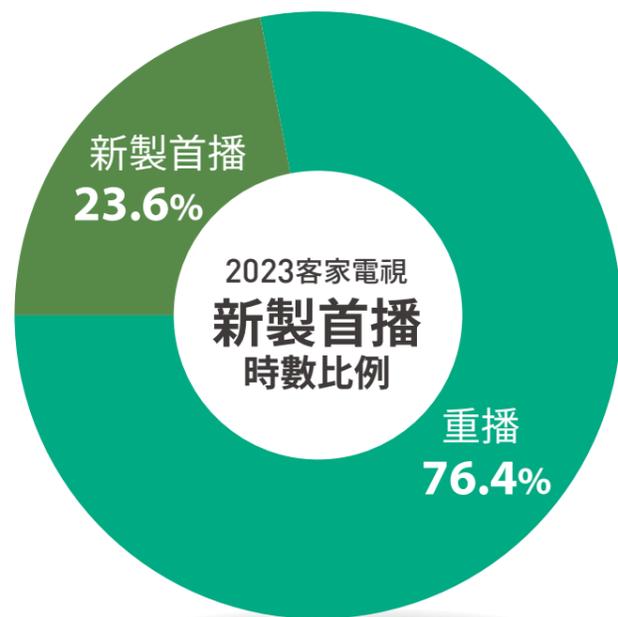


節目表現

節目統計

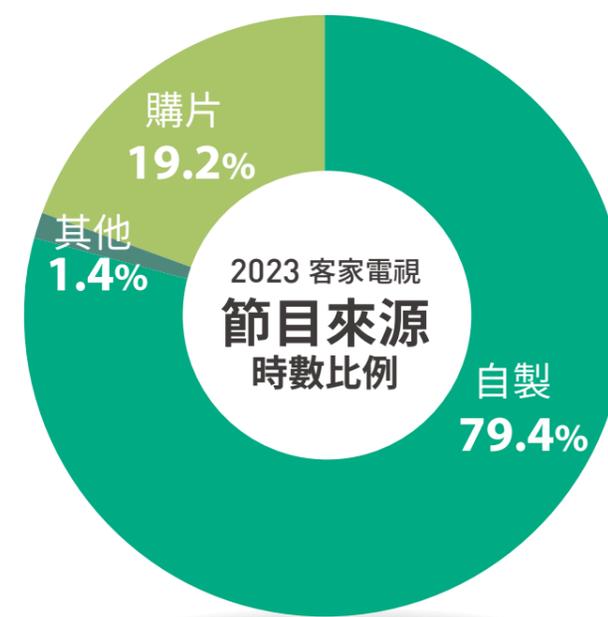
新製首播比例

新製首播節目製播時數共 2043.5 小時，其中新製首播比例為 23.6%。



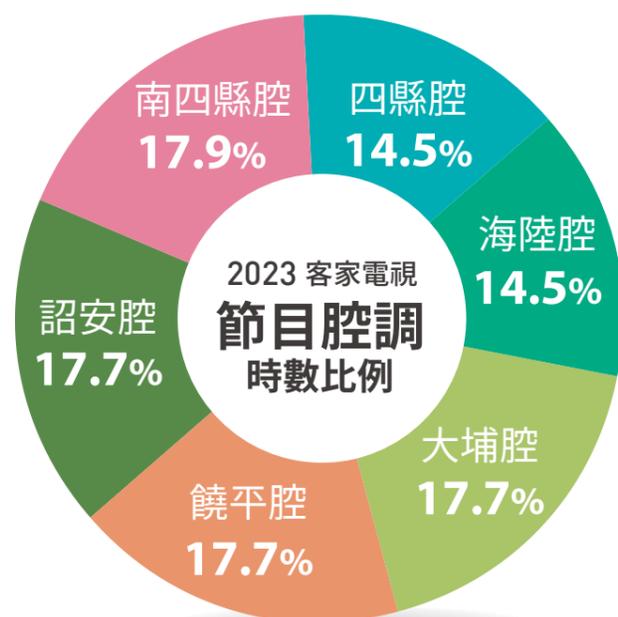
節目來源比例

為節目品質把關，節目自製率約占七成以上；客家電視肩負提升客家影視產業、培育客家傳播人才之重任，藉由合製、委製的方式與傳播公司合作提供外部人才參與，以落實身為客家影視產業平台的角色。



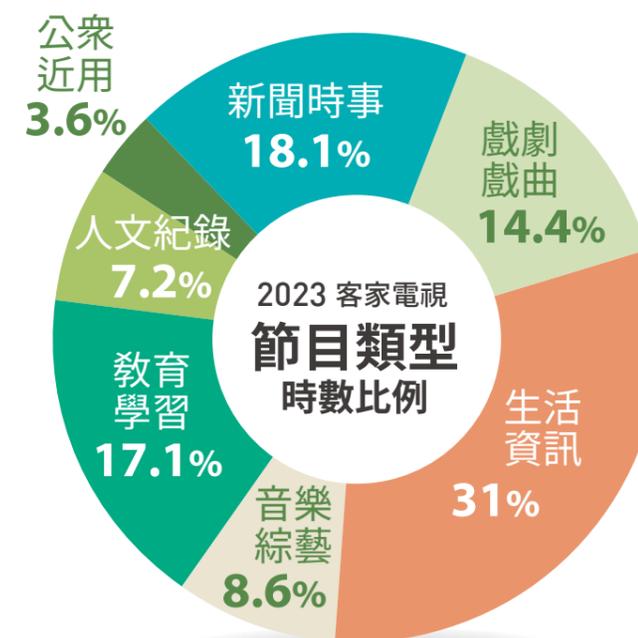
節目腔調比例

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、詔安及南四縣腔，以呈現客家多元語腔之美。



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、教育學習類節目占比最多。



收視研究

### 收視研究與品質

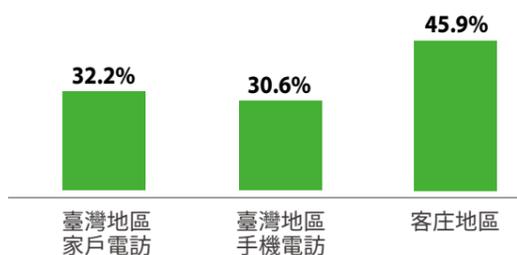
客家電視委託「台灣艾傑比尼爾森媒體研究股份有限公司」進行「客家電視台收視質研究」，每年分四季執行，分別針對臺灣地區 10 歲以上民眾、客庄地區 10 歲以上客家人進行電話訪問調查，詢問最近一次收看客家電視的時間，以了解客家電視的接觸度，每季民眾調查總樣本數至少 4,500 份以上。隨機電話訪問調查中，以『最近一個月內收看客家電視』的受訪者進行客家電視觀眾收視研究，追問其收視行為及對節目的滿意程度與整體評價，每

季客家電視觀眾成功樣本數在 1,068 份以上；另 2022 年起，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，第二季執行手機電話訪問、第四季執行客庄地區調查。

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 45.9% 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，2023 年使用「中華電信 MOD」及「行動裝置」也略為提高。

收看方式	2022 年			2023 年		
	臺灣地區 (家戶電訪)	臺灣地區 (手機電訪)	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	68.9%	64.6%	78.8%	70.3%	70.9%	73.4%
數位無線電視	11.9%	11.4%	8.9%	11.6%	8.9%	10.2%
中華電信 MOD	12.8%	14.5%	7.7%	18.1%	16.2%	13.8%
行動裝置	4.4%	10.6%	2.3%	6.0%	5.4%	6.5%
電腦網路	4.0%	4.1%	1.0%	2.8%	2.3%	2.6%
聯網或智慧型電視	1.6%	0.8%	0.6%	1.2%	1.0%	0.7%
直播衛星	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.4%	0.4%
車用電視	0.1%	0.1%	0.4%	0.4%	0.3%	0.0%

### 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，客庄地區和臺灣地區觀眾的滿意程度較去年微幅提升。

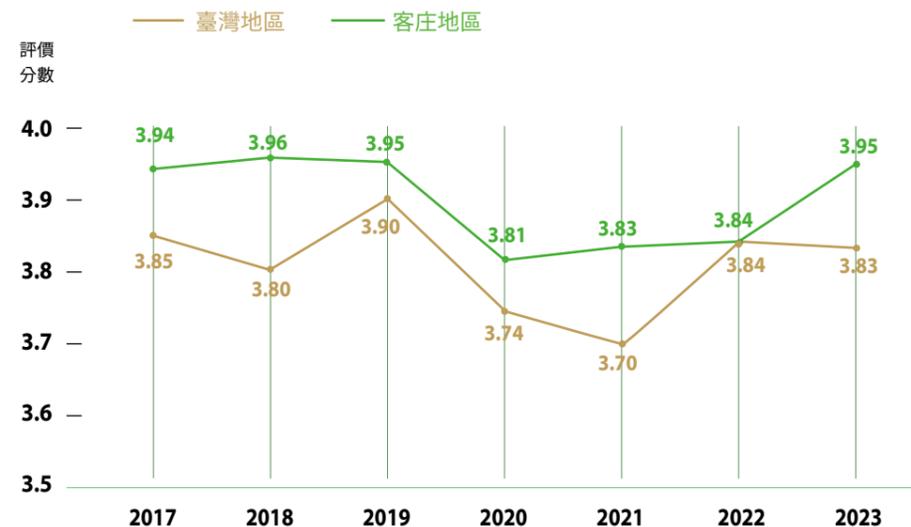
#### 客家電視觀眾收視評價



### 喜愛程度

2023 年臺灣地區的節目喜愛度為 3.83 分，客庄地區為 3.95 分，客庄地區與 2022 年相較成長 0.3 分，顯示客庄觀眾對客台製作節目的肯定。

#### 觀眾對客家電視節目喜愛度



## 收視評價

在對客家電視各項指標的評價中，2023 年度，臺灣地區以「提供深度、有意義的節目」最為滿意，評分為 7.81，而客庄地區觀眾則是對於「節目的製作品質」最為滿意；與去年相較，臺灣地區及客庄地區今年各項評價整體分數大都在 7.50 以上（滿分 10 分）。

收視評價	臺灣地區		客庄地區	
	2022 年	2023 年	2022 年	2023 年
節目的獨特創新面	7.44	7.49	7.47	7.52
節目類型的多樣性	7.49	7.63	7.66	7.69
節目內容的多元豐富性	7.48	7.59	7.73	7.59
提供深度、有意義的節目	7.62	7.81	7.80	7.81
節目的製作品質	7.80	7.77	7.85	7.82
節目內容公正客觀性	7.61	7.69	7.87	7.77
新聞報導內容的深度	7.66	7.44	7.89	7.63
新聞內容的公正獨立性	7.73	7.54	7.95	7.75

## 收視動機

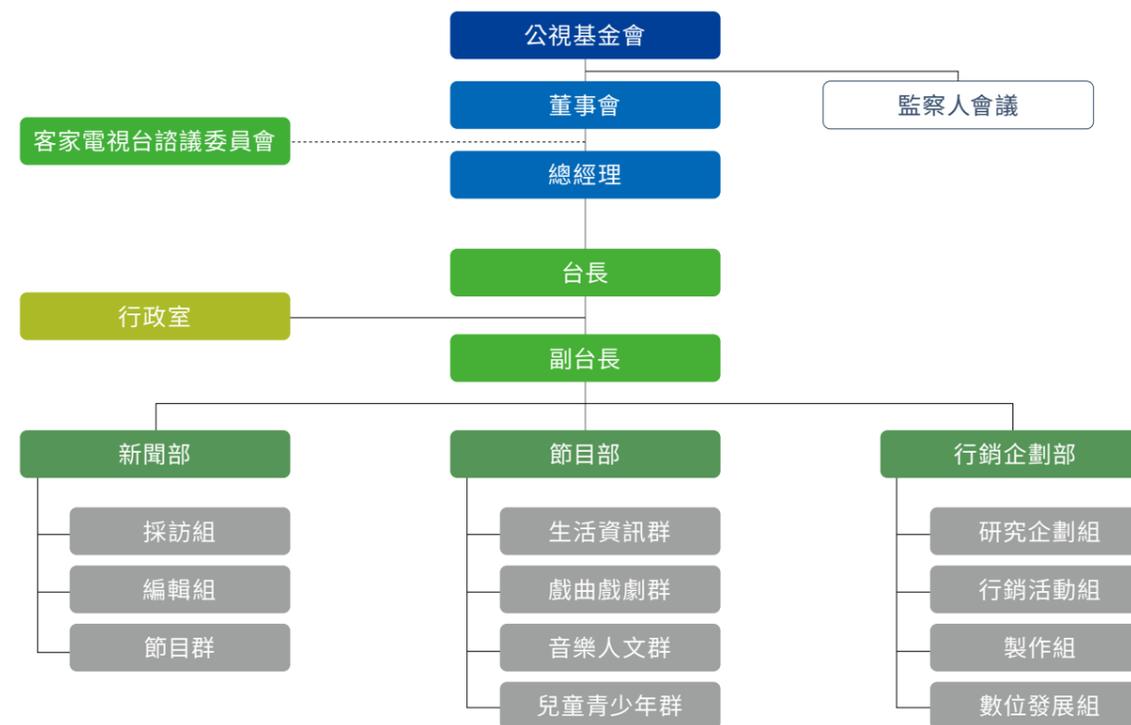
臺灣地區調查，家戶及手機電訪部分皆以「節目的內容提供了豐富的客家文化資訊」為最高，而客庄地區觀眾收視客家電視的原因則以「喜歡節目中播放的客家音樂或歌曲」占多數。

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	34.10%	28.7%	27.8%
節目的內容提供了豐富的客家文化資訊	45.40%	41.4%	32.1%
喜歡節目中播放的客家音樂或歌曲	26.55%	19.3%	43.5%
喜歡節目中所講的客語，也可以跟著學習客語	13.20%	9.9%	8.6%
節目的整體品質很好或製作水準很高	14.15%	22.7%	16.3%
節目的內容報導很多客庄地區或活動的相關訊息	14.60%	26.5%	23.9%
節目的內容與表現手法相當的平實	8.00%	7.7%	7.7%
有特別喜歡的主持人、演員或歌手	8.45%	6.1%	18.7%

## 年度行政

### 客家電視組織架構與預算執行

#### 組織架構圖



#### 第五屆客家諮議委員會 2022 年 8 月起任期 3 年 (註)

召集人	洪馨蘭 委員		
副召集人	劉慧雯 委員		
委員	吳尚樺 委員	曾鼎凱 委員	
	吳政龍 委員	葉晉玉 委員	
	吳淑倫 委員	葉曾孟 委員	
	林家齊 委員	廖坤猛 委員	
	徐彩雲 委員	鍾兆生 委員	
	黃心健 委員	Will Mounger 委員	

註：

1. 第七屆董事會推舉洪馨蘭、黃心健兩位董事參與客家電視諮議委員會。
2. 「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

2023年1月1日至2023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
<b>收入</b>					
製播經費收入	653,500,000	617,500,000	99.54%	(36,000,000)	94.49%
其他收入		2,883,262	0.46%	2,883,262	
收入合計	653,500,000	620,383,262	100.00%	(33,116,738)	94.93%
<b>支出</b>					
行政管理費用	19,402,000	19,285,347	2.94%	116,653	99.40%
行銷業務推展費用	64,465,000	64,880,495	9.88%	(415,495)	100.64%
新聞製作費用	76,223,000	64,738,557	9.86%	11,484,443	84.93%
一般節目製作費用	472,621,000	486,718,884	74.15%	(14,097,884)	102.98%
工程作業管理維護費	12,834,000	12,803,928	1.95%	30,072	99.77%
資訊管理費用	7,955,000	7,955,000	1.21%	0	100.00%
支出合計	653,500,000	656,382,211	100.00%	(2,882,211)	100.44%
原：收支餘(絀)數		(35,998,949)			
加：112/12/29 協議變更		36,000,000			
收支餘(絀)數		1,051			

說明：

\* 內含出版品及版權銷售收入 7 成未稅金額 532,326 元 (3 成未稅尚未繳回客委會 228,140 元) 及稅額 38,022 元。