

2024 客家電視台 年度報告

台長的話

盡顯歷史縱深、多元關懷 與國際視野的一年



如果有觀眾從 2024 年 1 月 1 日起到 12 月 31 日止，就只收視客家電視台，那麼這名觀眾一整年下來，定會重新認識客家，親眼見證這個曾被視為隱形人的族群，不僅大膽現身、展現自我，更努力獻聲、找回認同，讓這塊土地的多元與包容盡顯無遺，促使國際社會因為客家，看見臺灣。

首先，客家電視台歷時五年，由沈可尚導演執導的紀錄片《客人主人》正式推出。該部作品以臺灣客家族群三百年來如何面對族群競合，奮力求生存的故事為主述，切入漢原、閩粵、本島日本、本省外省，以至於臺灣中國各種分類系統的歷史緣由。也藉由說書、訪談、動畫、舞蹈等藝術表達，回應每個時代遭逢中，我們究竟是誰？「臺灣人」的意涵，又是什麼？它不僅點出了當代臺灣客家的身分命題，更向世界說明，何以臺灣的客家，會在全球客家族群中，扮演最舉足輕重的角色。

除了彰顯客家人的身分，我們更積極凸顯客語的角色。2024 年適逢第 16 任總統、副總統選舉，客家電視台從選前的政見發表會、辯論會，到大選當天以及就職典禮，皆安排專家學者用客語探討相關議題，並且針對我國元首所發表的關鍵談話，進行全程客語同步口譯，證明客家話的使用可無所不在，強化客語的國家語言印象。

正是因為客家在這塊土地上，身為相對少數，讓我們在提供服務時，更能設身處地從非主流族群的需求出發，照料到那些不易受主流價值判斷青睞的觀點。就拿我們的年度戲劇《女孩上場 2》來說，它是客家電視台首部拍攝第二季的劇集。內容主要探討女性職業運動員的養成，以及過程中所遭遇到的各式困難與挑戰，一舉打破傳統客家人重男輕女的刻板印象。我們對於 DEI/ Diversity, Equity, Inclusion 的具體實踐不僅

如此。客家電視台的《當晝新聞》原本一直是我國 Live 新聞中唯一全程呈現客語主播和手語主播者，就是希望即便是聾人朋友，也能同步掌握客庄大小事和國內外政經要聞，在推出手語主播 18 年後，我們又再往上跨了一階。自 2024 年 9 月 23 日「世界手語日」起，全面放大手語主播的螢幕占比，成為國內唯一以相同尺寸呈現手語和口語主播的電視台，再度開創先例，引領臺灣媒體。

2024 年更是客家電視台邁開大步、前進國際的一年。我們在過去這年分別踏上了越南、澳洲、紐西蘭、英國、愛爾蘭、加拿大、韓國、西班牙、義大利、印尼和新加坡等 11 個國家，從事新聞採訪、節目拍攝、專題演說，參加影視論壇、族群高峰會和頒獎典禮。其中，客台自製的兒少節目《小 O 事件簿》年中於電視界的奧林匹亞競賽「加拿大班芙洛磯獎 Rockie Awards」中獲獎，也讓臺灣成為亞洲唯一獲獎的國家。

Last but not least, 客家電視台 2024 年正式跨出跨國合製的第一步。我們與韓國合製的《廚師的迫降：客家廚房》，不僅將客家美食與客庄風情推向海外，更透過 Super Junior 的隊長利特等知名韓星開口說客語，拉抬客語的聲望及能見度，也讓客台成功打入最難觸及的目標族群——年輕觀眾，讓客家更加年輕化、國際化。

我在客台 20 週年時訂出 Hakka TV 邁入下一個 20 年的三大「超越」目標，分別是：Beyond Hakka, Beyond TV and Beyond Taiwan。經過過去一年的努力與實績，證實我們已走在正確的道路，朝向目標逐步邁進！

客家電視台台長

Hiong Siin Ngien ✓

向盛言 Hiong Siin Ngien^Y

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



《廚師的迫降：客家廚房》是首部臺韓合製客家實境節目

交流與創新， 連結客家與國際

年度焦點一：跨國合作

21 歲的客家電視努力實踐扎根地方，跨步國際的企圖心與經營目標，從節目、新聞入手，搭配有多元的行銷推廣，創作更吸睛、更有價值的影視音內容。

跨國合作， 邁向國際舞台的里程碑

客家電視與韓國 3Y CORPORATION 合作的首部臺韓合製的實境節目《廚師的迫降：客家廚房》集結了 Super Junior 隊長利特、韓國主廚李元日、女團 tripleS 成員 Nien、金鐘影帝溫昇豪、知名運動員江宏傑及韓國 YouTuber Judy 等多位明星共同出演，成為客家電視邁向

國際舞台的重要里程碑。

節目的籌備過程中，臺韓製作團隊透過密切的跨國會議和田野調查，建立了深厚的友誼，韓國團隊深入參觀臺灣最大的客家市集，親身體驗當地的美食文化，並帶著團隊一同體驗抓蝦活動。韓國導演李珍赫在此過程中表示，雖然他在國際影視領域擁有豐富的經驗，但這是他首次參與臺韓合製的節目，他對臺

灣團隊的敬業精神和創意感到驚豔，認為雙方在文化差異和語言隔閡中，共同創造了精彩的火花。

節目以「食物」為切入點，展示了客家與韓國飲食之間的共通性，例如客家的粄與韓國的年糕、鹹菜與泡菜，這些都展現了文化的融合，最終呈現的客家料理更是媲美米其林水準，成為兩國觀眾的味蕾盛宴，充分體現了客家文化的獨特魅力。

在行銷推廣方面，客家電視除了利用社群媒體、戶外廣告等傳播渠道外，還舉辦了國際開播記者會，邀請臺韓兩地的出演藝人及主創團隊共同參與，活動吸引了超過 20 家平面與電子媒體的報導；另於華山文創園區中的 7A 館設立專屬快閃店，展示節目影音、劇照，並提供拍貼機、特製漢堡及周邊商品銷售，開幕首日，藝人巡禮吸引了



拜訪英國威爾斯 S4C 交流產業經驗

千位粉絲，創造了超人氣的聲量，三場一日店長活動更拉近與觀眾距離，提升客家美食與節目的知名度，為期 12 天的展期共吸引了近 9 千位民眾參觀，展現了節目的高

人氣和觀眾的熱情。

除了節目製作，客家電視參加了紐西蘭毛利電視台舉辦的原住民內容大會，與各族群媒體交流並分享經營策略；此外，參加英國卡地夫凱爾特媒體節，並作為國際評審，觀摩少數語言族群的新作品，這些都進一步拓展了客家電視的國際視野，為未來的合作奠定了良好的基礎。客家電視還參與國際合製兒少節目《WEME》的製作計畫，除了展現孩子的觀點及臺灣豐富的自然樣貌，透過與不同國家的作品交流，也提升客家電視的知名度。



前往紐西蘭參與原住民內容大會

客家電視在國際合作方面的努力，不僅推動了客家文化的傳承與發展，也為臺灣的影視產業注入了新的活力，透過這些跨國合作，客家電視積極地將客家文化推向更廣闊的國際舞台，展現了其獨特的文化價值和魅力。

雙料肯定， 金鐘榮耀與國際榮譽

年度焦點二：作品肯定



《唱歌給你聽》獲金鐘獎 8 項提名，4 項肯定

在第 59 屆電視金鐘獎的激烈競爭中，客家電視台的表現可謂耀眼，入圍 25 項獎項，創下自 2003 年開台以來的歷史新高，在 48 項獎項中，客家電視的入圍數量超過一半，展現了多元領域的製作能力。

《唱歌給你聽》在電視電影獎、迷你劇集（電視電影）導演獎、男主角獎、女配角獎等獲得 8 項提名，展示了其在劇情與表演上的深度。此外，節目《蒼蠅歌手》也入圍最具潛力新人獎和戲劇類節目

原創歌曲獎，《女孩上場 2》則在戲劇類節目中獲得 5 項提名，包括導演獎和男配角獎等，突顯我們在劇集創作上的多樣性。在各類型節目方面，《小 O 事件簿》、《學學嘴學學鼻》、《吉日良辰客家封》和《活力新故鄉》的入圍突顯了客家電視在創作上的多元化，透過創新的故事呈現，獲得評審的高度肯定，展現我們對於社會、文化的關注與反思。

值得一提的是，客家電視首次跨足



《客家新聞雜誌》獲文創產業新聞報導獎



「天敵的逆襲」榮獲全球華文永續報導獎



《蒼蠅歌手》榮獲亞洲電視大獎肯定

廣播，與環宇廣播電台合作推出的《劇透客語》表現優異，入圍廣播金鐘獎生活風格節目獎，並榮獲生活風格節目主持人獎；主持人一顆梨子（羅亦婭）和阿凱翔（張凱翔）透過影劇連結客語，讓更多人認識客語文化，獲得廣泛支持與好評。在新聞類獎項中，《客家新聞雜誌》以報導「喜新不厭舊：雲林虎尾『糖都』不一樣」，榮

獲文創產業新聞報導獎中的電視新聞報導獎。同樣是《客家新聞雜誌》，聚焦於稻田中難纏害蟲稻黑椿象的報導「天敵的逆襲（一、二）」，則榮獲全球華文永續報導獎專業組影片類（長片）殊榮，展現深具社會關懷與專業深度的新聞品質。

在國際影視領域，客家電視的作品

在德國慕尼黑國際兒少雙年展、美國紐約電視獎、加拿大班芙電視節洛磯獎以及加泰隆尼亞國際影視內容節等獲得認可；亞洲地區則有印度國際兒童影展、亞洲影視內容大獎、亞洲電視獎與亞洲影藝創意大獎等，2024 年共計入圍 81 項，獲獎 23 項，充分彰顯了客家電視台在國際舞台上的競爭力。

族群與文化， 客台的使命與國際視野

年度焦點三：族群使命



《客人主人》彰顯族群認同，展開全臺巡迴放映活動

《客人主人》不僅回顧客家族群三百年的生存歷史，還深入探討臺灣族群關係的複雜性，反映當前社會對身份認同及文化共存的深刻思考。導演指出，拍攝這部紀錄片是五年的學習過程，旨在重新看待臺灣的族群關係，透過多元的藝術形式，如說書、訪談、動畫和舞蹈，展示了客家族群在不同歷史背景下的故事，並探討「臺灣人」的多重定義，提升觀眾對客家文化的關注與認識。

行銷以預告片及社群街訪短影音暖

身，並在臺北信義威秀泰坦廳舉行記者會暨首映，包括文化部李遠部長、客委會范佐銘副主委及業界知名導演、演員等共同參與，創造了良好的口碑與聲量。隨後展開全臺 12 場影廳及 6 場校園的巡迴放映活動，並透過數位敘事網站提高討論度。觀眾們覺得作品真實描繪了客家人的堅韌，並增強了他們對在地文化的認同感；也認為這部紀錄片提供了一個更全面的視角，使他們重新思考臺灣族群歷史及自身身份定位。《客人主人》亦獲得國內外獎項肯定，入圍桃園電影節、

榮獲亞洲影藝創意大獎最佳歷史紀錄片、非劇情類最佳導演臺灣優勝殊榮。

另外，借重他山之石的經驗來探討與促進族群語言復振是作為客家媒體長期以來的工作，客家新聞團隊繼續「行」出去，持續追蹤國際母語保存議題。2024 年 3 月、6 月以及 10 月，分別前往紐西蘭、

威爾斯以及西班牙，持續追蹤包括毛利語、威爾斯語以及加泰蘭語之保存與復振議題；尤其西班牙近幾年開始推動在國會當中使用加泰蘭語與巴斯克語質詢，這樣的政策與我國立法院現行的公事語言之推動有何異同？有哪些值得借鏡的經驗？相關議題報導，也隨著全國客家日推出，增添客家新聞的國際視野。



客家新聞前進西班牙採訪

數位創新， 透過 AI 應用 傳承文化

年度焦點四：數位發展

客家電視推出 AI 氣象主播「阿頻妹」與「阿賢牯」展現數位發展的推進。有別於現今各電視台的 AI 主播，我們透過擬真生成技術，模擬真人的口型、肢體語言及面部表情，讓觀眾感受到更生動自然的播報風格；「阿頻妹」用流利的大埔腔客語，以親和力十足的方式報導天氣，而「阿賢牯」則以活潑的四縣腔客語增添趣味性，讓觀眾在輕鬆愉快的氛圍中獲取氣象資訊。

客家電視 AI 主播的內容由專業的真人氣象主播撰稿與審核，確保了資訊的準確性與人文溫度；這種人機協作的模式充分發揮了各自的優勢，讓節目不僅具備專業性，

還能夠傳遞客家文化的深厚底蘊。此外，節目中穿插的客語詞彙與俗諺，讓觀眾在了解天氣的同時，也能學習到客家語言，進一步促進了語言的傳承。

客家電視網站與 APP 首度進行介面設計改版，整體色彩搭配和排版設計都經過精心考量，提升了整體的視覺吸引力，觀眾可以快速找到自己感興趣的節目與資訊，從而提高了使用者的滿意度。此外，我們還搭配《吉日良辰客家封》、《客人主人》節目行銷推出數位互動內容，透過心理測驗和知識性數位敘事的形式，吸引觀眾參與，增強了節目的趣味性與互動性。

另外，客家電視長期支持長問科技與聯合大學在客語語料的研究與應用，致力於推動客語轉譯 AI 的發展，這項合作不僅為客家語言提供了數位化的基礎，還實際進行了多項應用測試，探索客語在各領域的轉譯需求；透過這些努力，客家電視希望能夠提升客家文化的可見性，讓更多人受益於客語資源，進一步保障語言的傳承與發展。



大埔腔 AI 主播阿頻妹播報未來降雨機率

節目聚焦

從在地出發，看見更多客家樣貌



《吉日良辰客家封》展現客家文化的傳承與變遷

生活資訊類

透過多元創新的節目形式，生動展現客家文化的多樣性與豐富內涵。以《吉日良辰客家封》為例，聚焦客家飲食與四季的連結，描繪冬季的芥菜栽種、春天的柑橘採收、夏天的仙草清涼，以及秋季的柿餅製作，同時也記錄了友善土地、友善生產、友善鄰里的食物文化。節目呈現不同物產如何塑造客家人的生活方式，從先民渡海來台的艱辛歷程到現代客家的多元聲音，展現客家文化的傳承與變遷。

《啊喔！最 Kiang 駐村小隊》創新導入藝術家駐村概念，邀請洪都拉斯、施名帥、溫貞菱、高英軒組成「最 Kiang 駐村小隊」，深入苗栗獅潭，面對在地需求，他們成為村

民的好夥伴，協助修復古道、開辦共學堂、設計社區課程、宣導消防安全，甚至經營快閃小酒館，這支小隊的足跡遍布獅潭各地，融合藝術創意與實務行動，帶動村落的更新與活化。

從人性的溫暖出發，聚焦移工與新住民真實故事的《活力新故鄉》，

以柔軟的敘事手法探索僱傭問題，揭示移工不僅是供需關係的一部分，更是人權認同與自由意識的象徵，我們藉由新住民的生命歷程展現人性的光輝，從他們的逆境中找到希望與善意，這些動人的故事不僅感動了觀眾，也為我們的製作團隊注入繼續前行的力量。

為了吸引年輕世代，《客語半生熟》是客家電視首次進軍新媒體領域的創新之作，節目邀請 YouTuber 與 KOL（關鍵意見領袖）參與客語猜謎遊戲「拆文解字」，以新穎形式吸引年輕觀眾。來賓的多元背景與幽默表現，讓語言文化不再有距離，並將現場歡笑與真實反應轉化為強大的節目魅力，這次嘗試不僅突破了傳統節目形式，也成功為客語文化注入更多青春能量。

《誰來作客》由金鐘常客吳奕蓉擔任主持人，邀請各界客家名人，以



《啊喔！最 Kiang 駐村小隊》帶動村落更新與活化



《誰來作客》由吳奕蓉主持，邀請郭子乾暢談溫暖的故事

現今流行的 Podcast 風格，一起暢談那些溫暖、有力量、有淚水的故事，隨著節目的進行，逐漸嶄露他們不同凡響的人生故事。

音樂人文類

《怪客臨門》以創新的「現場喜劇」形式，徹底翻轉長久以來「小氣、低調、保守、傳統」等刻板標籤，每集邀請高人氣喜劇演員，為其量身打造專屬橋段，結合東西方喜劇元素，包括華人傳統的「說、學、逗、唱」、日本的漫才與落語，以及歐美脫口秀的幽默精髓。節目從山歌、俗諺、料理、信仰等深具代表性的客家文化出發，將其轉化為調侃笑點、諧音梗及文化包袱，讓笑聲成為文化傳承的載體。

節目主持人大膽諷刺刻板印象與傳統俗諺，與現場觀眾產生熱烈互動，展現客語背後的文化趣味與深度，進一步讓觀眾在輕鬆氛圍中了解客家之美。《怪客臨門》更以其獨特創意與文化融合的表現形

式，入圍第 45 屆加拿大班芙電視節洛磯獎喜劇與綜藝類節目，獲得國際肯定。

承接 2023 年《客家製課－Make Some Noise！》大型演唱會的功聲量，我們進一步策劃具有原創性與文化特色的旗艦音樂節目，邀請客家創作歌手與各界音樂人參與，打造一場跨界、跨國、跨族群的音樂盛典，透過多元化表演形式，展現客家歌曲的獨特魅力，突破既有框架，讓客家音樂被更廣泛地聽見。

《客家製課－初心。登場》特別記錄了八位客家創作歌手的創作歷程與挑戰。他們在堅守初心的同時，克服種種困難，最終登上演唱會舞台，用音樂展現文化的力量與突破的可能性，這不僅是音樂的盛宴，更是一場見證客家文化傳承與創新的旅程。透過這些創新內容，我們希望能將客家文化的深厚底蘊與現代趣味交織，讓更多人感受到客家文化的生命力與持續影響力。

青少年兒童類

一位面臨空巢期的爸爸，一個即將走進狂飆期的兒子，一台露營車，八個不同的臺灣美景，八個不可不談、不能不面對的親子議題。《帶爸爸離家出走》由羅文嘉及兒子羅亦恩一起四處露營、體驗生活，也讓親子間能設身處地、毫無保留地溝通、分享彼此的心情與想法。

長期經營青少年議題，並在國內外獎項屢獲佳績的《小○事件簿》，持續觸及青少年各種生活面向的主題。《小○事件簿》持續和青少年一起探討他們的生活議題。像是「你聽過的歧視玩笑？」，邀請青少年進行投票，挖掘他們在生活中實際聽過的歧視玩笑，或是與情感世界相關的「你遇過的 NG 告白與拒絕」，以及青少年為何會想花費大量時間在動漫和手遊上呢？因此推出了「Cosplay 全體驗」與「漆彈和線上團戰友情」兩集主題，從美到發泡與痛到流淚，帶大家走進青少年的二次元世界！

將一首首動人世界名曲，改編為客語版本的全新幼兒音樂節目《學學嘴學學鼻》，又找來了八首知名歌曲，包括造飛機、白浪淘淘、快樂頌…等朗朗上口的兒歌。我們邀請金曲獎得主黃子軒操刀，將這些名曲重新譜寫為客語版，然後團隊再將其中的關鍵歌詞，發展為一段又一段的演出橋段，再由臉上畫著五顏六色的搞笑小丑雙人組，帶著兒童到戶外四處遊玩，大聲唱歌，不管是抱著紙箱飛機四處跑，還是拿出顏料在馬路上畫公車，都是為了客家孩子所打造的音樂幻想世



《客家製課－初心。登場》記錄了八位歌手的創作歷程與挑戰



《帶爸爸離家出走》由羅氏父子一起體驗生活



《學學嘴學學鼻》將世界名曲改編為客語版

界，獨樹一格的主持風格也榮獲第 59 屆電視金鐘獎兒童少年節目主持人獎。

面對 108 課綱，孩子需要具備什麼樣的能力？臺灣少見的兒童戶外競賽節目《喔走！48 小時》推出了全新一季，包含了四大單元：城市、鄉村、山林、海洋四大單元的競賽，我們希望兒童能在多元地貌的活動設計中，展現出他們的團隊精神、解謎智慧、與肢體運動能力，同時也為電視前的兒童帶來一種示範性，讓他們更願意走出戶

外，親近自然，並從中學習到解決問題的多元思考。

戲劇與電視電影

呼應 2024 年世界盛事巴黎奧運，客家電視推出由安心亞、羅宏正、楊晴、黃騰浩主演，以女子籃球運動作為主題的《女孩上場 2》。該劇延續 2021 年《女孩上場》的校園女子籃球故事，從學生隊伍發展至女子職業籃球，透過運動來探討夢想與企圖心如何塑造人生的價值。戲劇為打造出職業籃球的專業

度，除邀請韓國國家隊選手來台客串演出外，劇組也特別拉拔至韓國釜山拍攝，提升戲劇的豐富度。作品再次喚起年輕族群與社群媒體對女子籃球的關注，並進一步推動女子體育風潮，使更多人認識臺灣女子籃球的發展與現狀。

《蒼蠅歌手》則是一部關於成長、勇氣和愛的動人故事。故事講述一位曾經獲獎無數的歌手，因為靈感枯竭和生活壓力，成為四處流浪的舞台歌手；與他相遇的是一位深受妥瑞氏症困擾、不敢在人前歌唱的少年。兩人的意外相遇，是否能共同創造屬於他們的音樂奇蹟呢？希望透過戲劇與音樂的融合，勾畫出人物的深刻情感，呈現一段在人生旅程中尋找自我的故事。

《唱歌給你聽》由陳文彬編導，夏靖庭、黃采儀、張寗、莊岳、吳采庭主演。故事講述一個北漂的家庭，浪漫天真的父親不切實際地為這個家帶來債務、困擾與紛爭。時常失蹤的父親只能由任勞任怨的母親咬牙把這個家支撐下去。多年後四處飄浪的父親癌末回來找長大後的女兒，女兒為了處理父親的臨終把本已瓦解的家庭關係，再次找回分散各地家人，並在父親臨終前相互道歉、和解道別，是一部關於家人彼此之間如何道愛、道歉、道謝到彼此道別的過程。

旅法新銳導演陳怡蓉帶領金鐘男女主角楊麗音、藍葦華，金馬得主張詩盈，及「非常新人」林思廷，創作了風格鮮明且帶有黑色幽默的作品《阿婆非死不可》。雖然是一部荒謬喜劇，但劇中探討了家



以女子籃球運動作為主題的《女孩上場2》



《唱歌給你聽》是關於家人如何道愛、道歉、道謝到道別的過程



《阿婆非死不可》探討家庭、傳統文化、女性及失智症等議題

庭、傳統文化、客家女性及失智症等議題，突破了這些主題的傳統沉重處理，通過奇幻場景、鮮豔服裝和略帶誇張的演出，成功吸引觀眾的目光。同時，本劇也受邀至高雄電影節進行世界首映、臺北三創生活園區舉辦特映暨映後座談，皆獲得滿場觀眾好評。

戲曲與購片類

新年開春之際、闔家團圓時，我們

推出精緻大戲《天涯海角》，以家喻戶曉的宋朝文豪蘇軾為主角，描述其被貶謫海南為背景，細膩詮釋其從有志難伸到泰然自若的心境轉折；以及取材經典神怪小說聊齋，將其內容新編的《狐狸兒媳 - 小翠的愛情札記》、以及以二戰時期日治下的大山背居民為故事藍本的《大山客》，敘說新竹偏鄉的客家先民們筆路藍縷、胼手胝足，在一片茫茫的未知途中，硬闖出一道道的希望。

為服務全體客家族群及全國觀眾，我們致力於提供多元類型與腔調的客語配音節目。今年，我們精選多部優質內容，包括全新動畫創作《小象飛飛》與《魔法小廚師》，以及結合奧運運動主題的《足球騎士》，更有學齡前兒童最愛的經典動畫《嚕嚕米》。

為向不懈努力的運動員致敬，我們推出熱血日劇《水球不良少年》，以及以拳擊運動為主題、感動人心



《天涯海角》以家喻戶曉的宋朝文豪蘇軾為主角



「村民號」駛入客庄過家寮聊正事

的《倒數的未來 10 秒》。同時，《通往世界的護照》與《荒野競技》帶領觀眾緊貼時代脈動；《上學路上》與《生命守護者》則呈現世界不同角落的感人故事。

此外，經典卡通《中華一番》以小當家的廚藝學習歷程，不僅帶來美食的視覺饗宴，更傳遞追夢與冒險的精神。熱血青春動畫《強風吹拂》生動描述東京到箱根之間的馬拉松接力比賽，而以水彩筆觸呈現的動畫作品《海岬的迷途之家》，則講述主角奶奶與河童等神怪聯手抵禦外來干擾的動人故事。

我們期望透過精心挑選的節目內容，結合多腔調的客語配音，不僅豐富頻道多樣性，更展現客語的優美與生命力，讓這份文化瑰寶以更活潑生動的方式與觀眾共享。

新聞與報導類

2024 年總統暨立委大選，客家電視製作四大專案節目，包括「第 16 任總統副總統辯論會客語同步口譯」、「總統暨立委開票特別節目」、「520 總統副總統就職典禮」

及「專訪新任客委會主委」。節目以客家觀點為核心，邀請專家學者剖析選情，關注新政府如何推動客家政策，呈現新聞事件的客家深度與多元面向。

為貼近客庄生活，客家電視在桃園魯冰花節、新竹新埔義民祭、客家小炒中區初賽及六堆秋收祭等四場重點活動中，將攝影棚搬到客庄進行《當畫新聞》直播，結合第二現場連線報導，提升新聞的臨場感與觀眾參與度，讓客家文化更為人所知。

母語傳承與客庄議題仍是報導重點，推出「世界母語日」、「客語高手」、「國會客語口譯」等專題，檢視客語環境現況，推動文化傳承。此外，報導聚焦地方關鍵議題，如「醫不到的地方」探討南投偏遠地區就醫困境、「現代方舟保種計畫」盡力降低物種消失的危機、「臺東慢食力」找尋臺東山海之間代代傳承的味蕾記憶、「跨越性別與同婚」從官方到民間，如何撕下性別二元標籤，「萬大神祕客」揭開橫跨雙北地區的捷運萬大線工程祕辛，展現對客庄

永續發展的關注與責任。

客家新聞團隊持續走向國際，推出「大洋驕客」系列，深入紐西蘭與澳洲，報導族群媒體挑戰、移民故事及環保行動。歐洲方面，走訪威爾斯、倫敦與愛爾蘭，探討族群語言復振及同性婚姻合法化的推動現況。同時《客家新聞雜誌》也實地採訪義大利慢城發源地，並參與慢食全球年會 Terra Madre（大地之母），觀察大家如何用慢食、慢城來改變世界，借鏡交流臺灣慢城的推動，展現客家文化在全球化中的角色與潛力。

經歷 17 年的《村民大會》，於 8 月改版為《村民大會 - 過家寮聊正事》，節目轉型為全外景錄影，結合行腳與訪談，邀請產官學界討論在地公共議題，延續媒體近用精神，為地方發聲。

透過這些努力，客家電視不僅傳遞了地方聲音，更拓展客家文化的國際視野，實現了媒體傳播的使命與承諾。

2024 客家電視台大事紀

1/2

講述妥瑞氏症少年故事，由詹家維執導，范逸臣、楊博智、那祈、今子嫣主演的電視電影《蒼蠅歌手》於宜蘭五結開鏡開拍。

1/12

向盛言台長受邀擔任亞洲電視大獎頒獎人，並出席主辦單位安排之亞洲廣電媒體 CEO 餐敘。並與同仁共同拜會駐胡志明市臺北文化經濟辦事處，及越南臺灣客家聯誼會。



1/13

製播特別節目《2024 大選看客家》，由吳詩禹及廖程錚分別以四縣腔以及大埔腔共同主持，並邀請多位客家籍專家、學者共同評析選舉結果。

1/15

戲劇《星空下的黑潮島嶼》邀請當年綠島新生訓導處受難前輩前往臺南岸內片廠參觀復刻場景，前輩們紛紛感嘆還原度十分驚人，並分享許多當年的小故事。



1/28

《可可樹下的奇幻小店》辦理粉絲見面會，邀請觀眾與主角群共同重現節目中製作的巧克力布朗尼。

2/3

飲食紀實節目《吉日良辰客家封》於北中南年貨大街發送特製紅包袋，與民眾共同賀歲。

2/9

「除夕看大戲」播出由臺灣梨園戲劇坊帶來客家戲曲新銳編劇墨茗、

恩誠所編創的《天涯海角》，講述蘇東坡第三次被貶謫，帶著小兒蘇過來到蠻荒之地瓊州的故事。

2/10

播出由羅時豐和吉那楊淑喻主持的年初一特別節目《迎龍打獅火旁新年》，除有眾多藝人參與演出，並由苗栗藝舞龍隊重現客庄年節傳統火旁龍技藝，以及來自馬來西亞的魔術師展現魔幻氣球秀。



2/24

《當畫新聞》轉播團隊於有「魯冰花的故鄉」之稱的桃園龍潭大北坑，連線報導魯冰花季，帶觀眾體驗客庄風情、漫遊客庄山林。



2/24

製播以經營、內容、科技三大核心主題，臺灣、紐西蘭、挪威、蘇格蘭、加拿大等各國族群媒體交流分享的《2023 族群媒體高峰會現場紀實》。

3/3

與公共電視・MOMO 親子台・原住民族電視台共同舉辦《WAWA 哇！》第二季親子特映會。

3/10

以溫潤影像傳達客家飲食之美，飲食紀實節目《吉日良辰客家封》上檔播出。

3/10

透過父子同行探討親子教養與世代關係的《帶爸爸離家出走》上檔播出，並與親子天下合作特別企劃 Podcast，邀請教養專家就每集節目內容進行討論與分享。

3/11

向盛言台長暨客家電視記者胡叻誌、林柏均前往紐西蘭毛利電視台，參加 2024 WITBN 世界原住民廣電聯盟大會，並拜訪紐澳地區之經濟文化辦事處代表與客家社團。

3/19

由陳怡蓉執導，楊麗音、藍葦華、張詩盈、林思廷主演，討論失智議題的黑色狂想喜劇《阿婆非死不可》正式開拍。

3/26

由吳宗叡導演，安心亞、羅宏正、黃騰浩、楊晴、蔡佳芸等人主演，客家電視首部續製戲劇《女孩上場 2》舉行首映記者會，並於 4 月 1 日起上檔播出。

3/27

以小丑默劇、音樂 MV 等結合知名童謠改編客語版的《學學嘴學學鼻》上檔播出。

3/27

由客家電視原創 IP《拉拉雜雜有土伯》延伸開發之動畫節目《拾光屋大冒險》上檔播出，除提供免費校園公播申請，並有教案及學習單等供學校教師應用。播出《奧林 P 客》兒童節特別節目「童玩內灣線」。



4/3

花蓮縣壽豐鄉發生芮氏規模 7.2 級地震，臺北與花蓮、臺東駐地總動員，前往第一現場連線救災情形及後續追蹤災後重建。

4/11

討論失能家庭的家人們，如何在面對生命最後一趟旅程時，學會放下與告別的電視電影《唱歌給你聽》辦理媒體茶敘，並於 4 月 20 日上檔播出。

4/23

講述喜歡音樂的妥瑞症少年與浪跡天涯的廟會歌手，兩人之間奇遇故事的電視電影《蒼蠅歌手》，舉辦媒體茶敘，並於4月27日上檔播出。

5/6

因應公共電視法修法客家電視正式納入公視基金會，客家委員會舉辦「客家電視加入公廣集團捐贈儀式」，將過去21年客家電視積累的許多珍貴影像紀錄、優質影音作品及重要設備，捐贈給公視基金會與客家電視。

5/19

四縣腔、海陸腔客語配音進階班舉行結業式，共有17名學員經過兩週共計32小時的課程與實作完成培訓。

5/20

製播第十六任總統暨副總統就職典禮特別報導，由主播錢薇如在府前廣場播報典禮實況、主播林秋伶客語口譯總統就職演說內容，並由主持人許儷齡與民進黨前立法委員吳宜臻、政治大學公行系教授江明修、國防安全研究院國防戰略與資源研究所助理研究員鍾志東，共同探討新政府未來的挑戰。

5/20

客家新聞連續三日播出「一棒接一棒 -- 與客委會主委有約」，專訪新任主委古秀妃，談客家事務的使命感、母語保存與推廣、客庄產經推動與發展。

5/23

由洪都拉斯、溫貞菱、施名帥及高英軒合體組成「駐村小隊」，前往苗栗獅潭駐點一個月的《啊喔！最Kiang 駐村小隊》舉行記者會，並於5月31日上檔播出。



6/1

向盛言台長與記者劉宜頻、黃映婕前往英國，除拜會英國臺灣客家會等當地客僑，S4C、BBC Wales等威爾斯媒體，並參加第45屆凱爾特媒體節。後續台長轉往加拿大參加班芙國際媒體節，記者續留英國，專訪愛爾蘭參議院議長及採訪國際語言專員協會年度大會。



6/2

南四縣腔客語配音進階班舉辦結業式，共有17名學員經過兩週共計32小時課程與實作完成培訓。

6/3

客家新聞推出「Kia Ora! Hakka 大洋驕客」專題系列報導，聚焦紐西蘭族群媒體主流化發展、澳洲智能交通城市永續以及海外客家鄉親打扮身影。

6/8

《啊喔！最Kiang 駐村小隊》於獅潭後角市集舉辦感恩同樂會。

6/9

向盛言台長代表參加「班芙國際媒體節」，大會首場活動即由「原住民影視高峰會」揭開序幕，別具意義。

6/19

紀錄片《客人主人》於臺北松仁威秀影城泰坦廳舉辦世界首映，隨後除6月29日頻道首播外，並陸續辦理影廳巡迴放映及校園巡迴放映。

6/30

大埔腔、饒平腔、詔安腔客語配音初階班舉辦結業式，共有10名學員經過3週40小時的課程取得結業資格。

7/3

由吳奕蓉主持，以Podcast風格

邀請各界客家名人暢談人生故事的《誰來作客》頻道首播，首集來賓為模仿天王郭子乾。

7/6

YouTube客家新聞頻道、FACEBOOK客家新聞粉絲頁新增「每週一客」，於每週六中午12:00推出「客文字新聞」，邀請網友邊看新聞邊學習客語，並透過報導看見在地客庄大小事。

7/28

《當畫新聞》轉播團隊於南投縣會展中心現場直播，報導客家小炒全國爭霸賽中區初賽。



7/28

舉辦客家製課「初心。登場」羅文裕、J HALL 專場演唱會。

8/4

客家戲劇語言指導培訓班舉辦結業式，共有12名學員經過3週40小時的課程取得結業資格。



8/4

延續《村民大會》精神，打造行動雜貨店駛入客庄大街小巷的《村民大會 - 過家寮聊正事》，正式頻道首播。

8/6

擁有醫師、詩人、社運人士多重身分，關懷土地且仁心仁術的詩人醫師曾貴海辭世，享壽78歲，客家新聞推出「緬懷詩人醫生曾貴海」系列報導，回顧詩人醫師曾貴海為土地、文學、社會與客家的付出與貢獻。

8/9

以《學學嘴學學鼻》為主題發想，參與在新光三越臺北信義新天地辦理之「2024FUN 出大能力公視遊樂派對」活動。

8/18

韓國知名男團 Super Junior 隊長利特，於臺北演唱會首透過將與溫昇豪、江宏傑、韓國女生 Judy 等，參加客家電視與韓國共同製作的客家實境節目演出，是《廚師的迫降：客家廚房》訊息首次正式曝光，立即引起各界高度關注。

8/21

紀錄片《客人主人》於桃園電影節台灣獎進行影廳放映，導演沈尚可出席映後座談。

8/23

《當畫新聞》移師新埔義民廟廟前廣場現場直播，報導北臺灣客家信仰盛事「義魄千秋-2024 全國義民祭在新竹縣」祭祀大典現場最新消息。

8/26

客家新聞推出「威愛發聲」專題系列報導，時隔 16 年再度踏上威爾斯，第一手觀察威爾斯語的復興與推廣政策、愛爾蘭同婚運動歷程與實例分享，以及移居倫敦的客家鄉親打拚故事。

8/30

2024《後生提攜計畫》辦理結業式，共有 12 名學員經過兩個月培訓取得結業資格。

9/15

舉辦客家製課「初心。登場」黃宇寒、Yappy 個人專場演唱會。

9/16

由客家電視委由 Double Pump 女



子籃球誌撰稿，梳理臺灣女籃發展及戲劇拍攝幕後故事的《女孩上場》專書開始預購。

9/23

《當畫新聞》自世界手語日起改版以雙主播播報型態呈現，客語主播與手語主播版面比例相同，落實語言平權，服務更多聾人觀眾。

9/28

由高擬真 AI 主播阿頻妹、阿賢牯擔任主持之《AI 主播講天時》正式播出。



9/30

於三創生活園區辦理電視電影《蒼蠅歌手》特映會，製作人、導演及主要演員皆出席放映及映後分享。



10/10

由主播陳郁心及錢薇如搭檔主持《113 年國慶大會特別報導》，並於電視頻道、YouTube、FACEBOOK 同步直播。

10/11

舉辦客家製課「初心。登場」黃子軒與山平快個人專場演唱會。

10/12

客家新聞記者陳郁心、徐榮駿於西班牙首都馬德里連線報導西班牙國慶日活動，由登基十週年的國王菲利佩六世親自主持閱兵大典，吸引超過十萬人共同參與。

10/13

舉辦客家製課「初心。登場」林曉培個人專場演唱會。



10/14

辦理電視電影《唱歌給你聽》媒體茶敘，晚間並於內湖啦啦影城舉辦兩廳聯映之特映會，導演陳文彬及主要演員皆出席與會。

10/15

台長向盛言暨同仁參加在西班牙巴塞隆納舉行之 2024 年全球客家文化會議暨臺灣客家懇親大會，共有六大洲約 250 位客家鄉親齊聚，針對客家文化、語言振興、社團經營等不同議題進行探討與交流，記者陳郁心、徐榮駿傳回第一手現場報導。此行並拜訪駐西班牙臺北經濟文化辦事處、西班牙臺灣客家會、加泰隆尼亞主要媒體 TV3 等，並就加泰隆尼亞語言保存及公事語言應用進行系列專題採訪。



10/20

舉辦客家製課「初心。登場」吉那楊淑喻個人專場演唱會。

10/25

全新實境節目《胡來旅行社》正式開鏡，由出身苗栗的綜藝天王胡瓜，搭配女兒胡盈禎、兒子胡釋安主持，也是三人首度合體主持。

10/26

電視電影《阿婆非死不可》於內惟藝術中心高雄電影節「臺灣越界」單元進行世界首映，陳怡蓉導演及主要演員出席映後座談。

11/8

客家電視與 TCCF 創意內容大會二

度合作設立之「客家電視獎」，由許智彥執導、徐譽庭編劇作品《抓隻蝴蝶到夢裡 Sweet Man》獲獎。



11/9

《當畫新聞》轉播團隊前進六堆客家文化園區現場直播，報導南臺灣特色客家節慶活動「2024 六堆秋收祭」。

11/14

即將於 2025 年上檔的旗艦戲劇《星空下的黑潮島嶼》於金馬影展進行 1、2 集世界首映，製作人羅亦堯、湯昇榮、鄭凱駿，導演王傳宗及五位主要演員王識賢、黃河、曹佑寧、吳念軒、夏騰宏，於映後座談精彩分享。



11/26

「成就完美、12 有夢」，於彰化永靖 LIVE 轉播第 12 屆徐生明全國少棒錦標賽冠亞、季殿決賽，由「熱血主播」徐展元負責賽事播報，「抗癌鬥士」潘忠韋擔任球評。



11/27

客家電視攜手韓國新媒體娛樂製作公司 3Y CORPORATION，共同打造首部臺韓合製客家實境節目《廚師的迫降：客家廚房》，於今日舉辦記者會。於華山文創園區之期間限定快閃店亦同時正式開展至 12 月 8 日。

11/30

向盛言台長應邀前往印尼雅加達擔任亞洲電視大獎頒獎人，並出席大會安排的亞洲廣電媒體 CEO 午宴，與印尼 SCM 集團、Metro TV、Rajawali，越南 Today TV，印度 Aha，菲律賓 PTV，及韓國 SBS、YTN News 等七個國家、十八名各國廣電媒體高層主管進行交流。

12/2

向盛言台長與亞洲電視大獎入圍者陳文彬導演、李嘉元製作人一同拜會駐印尼臺北經濟貿易代表處，及印尼臺灣客家同鄉會邱泳方會長等當地客家鄉親。



12/3

紀錄片《客人主人》沈可尚導演受邀於亞洲影藝創意大獎的會前論壇進行分享。

12/4

向盛言台長及同仁藉參加亞洲影藝創意大獎之便，拜訪駐新加坡臺北代表處，並與亞洲臺灣客家聯合總會第一任總會長鍾仕達等當地客僑餐敘。



12/6

客家電視與韓國 3 Y CORPORATION 共同合製的實境節目《廚師的迫降：客家廚房》正式首播。

12/7

《客家新聞雜誌》推出「慢食·慢城·慢」義拍系列報導，記者宋宇娥、蔡裕昌前進義大利觀察，在全球興起一股飲食文化革命，要找回人與土地的連結，以食物為出發來保護傳統文化，而後更衍伸到城鎮治理，發展出「慢城理念」經驗，作為臺灣慢城小鎮之借鏡。

12/11

胡瓜與女兒胡盈禎、兒子胡釋安首度合體主持實境節目《胡來旅行社》，於今日舉辦發佈會，將於 2025 年上檔播出。



12/17

電視電影《阿婆非死不可》於三創生活園區舉辦特映會，導演陳怡蓉及主演楊麗音到場進行映後分享。

12/21

與 PeoPo 公民新聞合作，於 2024PeoPo 公民新聞獎增設「客家新聞特別獎」，由余妙麗、陳昆龍以「返鄉青年守護家園」獲獎。

12/23

客家新聞推出「客家碧落角」系列報導，介紹八個「非傳統」客家縣市的公私部門如何推動客家政策，找回客家認同，挖掘隱身在其中的客家人、事、物。

12/28

全國客家日適逢還我母語運動屆滿 36 週年，全臺 15 縣市門鬧熱，73 個活動響應大聲講客，客家新聞各地客庄總動員，忠實呈現在地聲音。其中客家委員會舉辦客家青年論壇，有超過 230 位青年及專家學者齊聚，透過多元對話、專題演講，探討客家文化的傳承與創新。

節目表現

入圍與獲獎

- ★ 入圍 德國慕尼黑國際兒少雙年展 (Prix Jeunesse International) 6 歲以下非劇情類: WAWA 哇! - 爺爺的果園
- ★ 榮獲 德國慕尼黑國際兒少雙年展 (Prix Jeunesse International) 7-10 歲非劇情類: 登山總動員
- ★ 榮獲 布拉格電影獎 (Prague Film Awards) 最佳劇情片: 綠金龜的模仿犯
- ★ 榮獲 美國繆思大獎 (MUSE Awards) 繆思創意獎「活動 - 音樂會」類金獎: 客家製謔
- ★ 入圍 美國紐約電視獎 (New York Festivals - TV & Film Awards) 企業形象類 - 品牌形象: 聲景城市
- ★ 榮獲 美國紐約電視獎 (New York Festivals - TV & Film Awards) 娛樂節目類 - 電視電影銀獎: 綠金龜的模仿犯
- ★ 榮獲 美國紐約電視獎 (New York Festivals - TV & Film Awards) 紀錄片類 - 環境與生態銅獎: 世紀的寶貝 - 大茅埔之歌
- ★ 榮獲 美國紐約電視獎 (New York Festivals - TV & Film Awards) 娛樂節目類 - 教育 / 指導銅獎: 巷弄裡的吉光片羽 - 你好移工
- ★ 入選 世界公視大展 INPUT (International Public TV Conference): 小 O 事件簿 - 蘇菲與她的戰爭
- ★ 入圍 加拿大班芙電視節洛磯獎 (BANFF World Media Festival - Rockie Awards) 喜劇與綜藝類: 怪客臨門
- ★ 榮獲 加拿大班芙電視節洛磯獎 (BANFF World Media Festival - Rockie Awards) 實景真人 - 青少年類: 小 O 事件簿 - 蘇菲與她的戰爭
- ★ 入圍 加拿大班芙電視節洛磯獎 (BANFF World Media Festival - Rockie Awards) 長片: 綠金龜的模仿犯
- ★ 入圍 加拿大班芙電視節洛磯獎 (BANFF World Media Festival - Rockie Awards) 短片: 時間旅客
- ★ 入圍 印度國際兒童影展 (CMS Lucknow International Children's Film Festival, ICFF) 競賽單元: WAWA 哇! - 爺爺的果園
- ★ 選映 印度國際兒童影展 (CMS Lucknow International Children's Film Festival, ICFF) 世界電影院放映單元: 登山總動員 - 去神木國拍影片
- ★ 選映 印度國際兒童影展 (CMS Lucknow International Children's Film Festival, ICFF) 世界電影院放映單元: 喔走! 48 小時 - 厝糟一天又何妨
- ★ 選映 印度國際兒童影展 (CMS Lucknow International Children's Film Festival, ICFF) 世界電影院放映單元: 練習生, 衝一波 - 青春就要帥一波
- ★ 選映 印度國際兒童影展 (CMS Lucknow International Children's Film Festival, ICFF) 世界電影院放映單元: 音樂關鍵字 - 你好, 我是江東平
- ★ 入圍 CMS VATAVARAN 國際電影節暨環境與野生動物論壇 (12th CMS VATAVARAN International Film Festival and Forum on Environment & Wildlife) 國際組 - 生計與永續技術類: 米倉的孩子
- ★ 榮獲 亞洲影視內容大獎 (ContentAsia Awards) 單一亞洲市場製作最佳紀實娛樂節目銀獎: 把旅行變成一道菜
- ★ 榮獲 亞洲影視內容大獎 (ContentAsia Awards) 最佳亞洲脫口秀節目銀獎: 巷弄裡的吉光片羽 - 你好, 移工
- ★ 入圍 亞洲影視內容大獎 (ContentAsia Awards) 亞洲最佳聲音設計 (電視節目 / 連續劇): 時間旅客
- ★ 入圍 亞洲影視內容大獎 (ContentAsia Awards) 亞洲最佳兒童電視節目: 小 O 事件簿 - 蘇菲與她的戰爭
- ★ 入圍 桃園電影節台灣獎: 客人主人
- ★ 榮獲 文創產業新聞報導獎電視新聞報導獎: 許儷齡、左燕輝／《客家新聞雜誌》- 喜新不厭舊 雲林虎尾「糖都」不一樣
- ★ 榮獲 全球華文永續報導獎專業組 / 影片類 (長): 邱月華、羅應展／《客家新聞雜誌》- 天敵的逆襲 (一、二)
- ★ 入圍 金點設計獎 - 年度最佳設計獎視覺傳達類: 聲景城市
- ★ 入圍 廣播類金鐘獎生活風格節目獎: 劇透客語
- ★ 榮獲 廣播類金鐘獎生活風格節目主持人獎: 一顆梨子 (羅亦婁)、阿凱翔 (張凱翔)／劇透客語
- ★ 入圍 戲劇類金鐘獎戲劇節目導演獎: 吳宗叡／客家尋味劇場 - 女孩上場 2
- ★ 入圍 戲劇類金鐘獎戲劇節目男配角獎: 羅宏正／客家尋味劇場 - 女孩上場 2
- ★ 入圍 戲劇類金鐘獎戲劇節目最具潛力新人獎: 楊晴／客家尋味劇場 - 女孩上場 2
- ★ 榮獲 戲劇類金鐘獎電視電影獎: 客家電影院 - 唱歌給你聽
- ★ 入圍 戲劇類金鐘獎迷你劇集 (電視電影) 導演獎: 陳文彬／客家電影院 - 唱歌給你聽
- ★ 入圍 戲劇類金鐘獎迷你劇集 (電視電影) 男主角獎: 夏靖庭／客家電影院 - 唱歌給你聽
- ★ 入圍 戲劇類金鐘獎迷你劇集 (電視電影) 女配角獎: 黃采儀／客家電影院 - 唱歌給你聽
- ★ 入圍 戲劇類金鐘獎迷你劇集 (電視電影) 最具潛力新人獎: 楊博智／客家電影院 - 蒼蠅歌手



《女孩上場 2》

- ★ 入圍 戲劇類金鐘獎戲劇類節目攝影獎：陳貞文、潘建明／客家尋味劇場 - 女孩上場 2
- ★ 榮獲 戲劇類金鐘獎戲劇類節目攝影獎：馮信華／客家電影院 - 唱歌給你聽
- ★ 榮獲 戲劇類金鐘獎戲劇類節目剪輯獎：楊仕丞／客家電影院 - 唱歌給你聽
- ★ 榮獲 戲劇類金鐘獎戲劇類節目燈光獎：莊宏彬／客家電影院 - 唱歌給你聽
- ★ 入圍 戲劇類金鐘獎戲劇類節目視覺特效獎：潘胤余、徐廉傑／客家尋味劇場 - 女孩上場 2
- ★ 入圍 戲劇類金鐘獎戲劇類節目配樂獎：林生祥／客家電影院 - 唱歌給你聽
- ★ 入圍 戲劇類金鐘獎戲劇類節目原創歌曲獎：鹹魚／羅文裕／客家電影院 - 蒼蠅歌手
- ★ 入圍 節目類金鐘獎綜藝節目獎：怪客臨門
- ★ 榮獲 節目類金鐘獎生活風格節目獎：吉日良辰客家封
- ★ 入圍 節目類金鐘獎自然科學及人文紀實節目主持人獎：羅亦婭／巷弄裡的吉光片羽
- ★ 入圍 節目類金鐘獎兒童節目獎：WAWA 哇！
- ★ 入圍 節目類金鐘獎少年節目獎：小 O 事件簿
- ★ 榮獲 節目類金鐘獎兒童少年節目主持人獎：彭浩秦、陳韻如／學學嘴學學鼻
- ★ 入圍 節目類金鐘獎節目類導演獎：陳榮濱／活力新故鄉
- ★ 入圍 節目類金鐘獎節目類燈光獎：柯朝璋／吉日良辰客家封
- ★ 入圍 節目類金鐘獎節目類美術設計獎：賴德欽、鄭皓心、凌福揚／客家製謔
- ★ 入圍 節目類金鐘獎動畫節目獎：拉拉雜雜有土伯 - 拾光屋大冒險
- ★ 入圍 都會媒體人電影節 (Urban Mediamakers Film Festival) 短片：時間旅客
- ★ 入選 蔚山蔚州山地電影節 (Ulsan Ulju Mountain Film Festival, UMFF) Together 單元放映：
登山總動員 - 去神木國拍影片
- ★ 榮獲 亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards) 最佳生活風格節目：吉日良辰客家封 - 九降風吹
- ★ 入圍 亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards) 最佳歌舞節目：客家製謔
- ★ 入圍 亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards) 最佳預告片：吉日良辰客家封
- ★ 入圍 亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards) 最佳歷史紀錄片：客人主人
- ★ 入圍 亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards) 最佳導演 (非劇情類)：沈可尚／客人主人
- ★ 入圍 亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards) 時間旅客：最佳短片 (劇情類)
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳單元劇 / 電視電影：唱歌給你聽
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳導演 (劇情類)：陳文彬／唱歌給你聽
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳原創劇本：陳文彬／唱歌給你聽
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳男主角：夏靖庭／唱歌給你聽
- ★ 榮獲 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳單元劇 / 電視電影：蒼蠅歌手
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳原創劇本：張秀玲、蔡雙羽／蒼蠅歌手
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳男主角：楊博智／蒼蠅歌手
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳男配角：范逸臣／蒼蠅歌手
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳綜合娛樂節目：可可樹下的奇幻小店
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳音樂節目：客家製謔
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳學齡前節目：WAWA 哇！ - 伯公的泥土杯
- ★ 榮獲 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳脫口秀主持人：羅亦婭／巷弄裡的吉光片羽
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳社會意識節目：客人主人
- ★ 入圍 亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳喜劇節目：怪客臨門
- ★ 入圍 加泰隆尼亞國際影視內容節 (Zoom Festival Internacional de Continguts Audiovisuals de Catalunya)
最佳劇情類電視電影類：唱歌給你聽
- ★ 入圍 LINE Biz-Solutions Awards 最佳創意內容運用獎：2023 世界客家博覽會 - 客家電視館數位互動服務
- ★ 入圍 台灣兒童及少年優質節目評選年度最佳影視節目獎：蒼蠅歌手
- ★ 入圍 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
- ★ 入圍 台灣兒童及少年優質節目評選促進性別平等教育獎：巷弄裡的吉光片羽



《學學嘴學學鼻》榮獲金鐘
兒少節目主持人獎

隨時隨地與客家相遇

公眾服務

我們積極透過新媒體與各式平台與觀眾交流互動，透過網路、實體服務與活動，積極創造每個與觀眾接觸的機會，讓更多人看見客家電視的作品與服務理念，行銷客家文化與語言。

新媒體與多平台

客家電視網站以「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，2024 年全年瀏覽量逾 123 萬次。

除此之外，客家電視 YouTube 頻道包括：「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」，透過綜合、新聞、兒少、直播、音樂等不同類別提供分眾服務，尤其特別加入 Podcast 播放清單，製作《劇透客語》與《帶爸爸離家出走》等 Podcast 節



《廚師的迫降：客家廚房》帶動大量的討論互動

目呈現多元客家。2024 年全年瀏覽人次近 883 萬次，是看見客家、聽見客家的重要管道。

客家電視 Facebook 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。2024 年我們透過節目上檔與活動與觀眾多有互動，社群觸及人數達 228 萬人次，其中以《女孩上場 2》、《廚師的迫降：客家廚房》表現極佳，帶動大量的討論互動，同時在 IG 與 Threads 易引起廣泛關注與討論。

在拓展多元播映平台方面，客家電視提供多個平台隨選視訊節目，包括 LINE TV、LiTV、KKTV、四季線上影視 4gTV、CATCHPLAY+、MyVideo、Hami Video、friDay 等。此外，四季線上影視 4gTV 也提供客家電視直播頻道。113 年在「公視+」新增「客家專區」，播送戲劇、紀錄片等節目。另外，新加坡 meWATCH 線上平台、新加坡 Mediacorp 無線電視、YouTube 平台上的 Studio886 頻道皆可看到客家電視授權的節目，增加了客家文化的國際曝光度。

客家電視新聞在蕃薯藤新聞 Yam News 及 LINE TODAY 上刊出。與寶島客家廣播電台、新客家廣播電台、全球之聲廣播電台、大苗栗廣播電台、苗栗客家文化廣播電台、大漢之音調頻廣播電台及講客電台等多個廣播電台合作新聞播出，進一步擴大了客家電視的影響力。與均一教育平台、因材網及愛學網合作，提供國小至高中的教育學習資源，讓學生們能夠在課餘時間學

習客家文化，增加對客家文化的認識。

節目行銷與活動

旗艦戲劇《女孩上場 2》整合行銷傳播以推動戲劇深度與廣度為目標，拍攝期間安排記者前往桃園蘆竹及韓國釜山探班採訪以提升媒體聲量；舉辦首映記者會並於臺師大、崇光中學、城市科技大學、實踐國小等進行校園試片及座談；另安排演員至新竹御頂攻城獅、台新戰神、中信特攻、全家海神等八場職籃球賽現場進行宣傳，從運動領域入手，拓展戲劇知名度。另外，與 Aurastro 合作推出聯名禮盒，與國泰人壽企業球隊合作共同宣傳，與水靈文化合作出版以臺灣女籃發

展史及戲劇幕後紀錄為主的專書，推動戲劇 IP 應用。

預計於 2025 年春天上檔《星空下的黑潮島嶼》持續展開暖身宣傳，邀請張則周等 12 名政治受難者及家屬，前往臺南岸內片場，走訪碉堡、政治教室、司令台、新生宿舍等地，製作專題報導。同時與「2024 臺南人權月」合作，於臺南愛國婦人會館策展，展示劇中道具外，也分享美術人員如何搭設出早已消失的歷史場景。

節目入選台北金馬影展，在華納威秀舉辦世界首映暨記者會，共安排 3 場影廳放映活動，製作人羅亦堯、湯昇榮、鄭凱駿、導演王傳宗與主要演員王識賢、吳念軒、黃

《女孩上場 2》安排演員到職籃球賽進行宣傳



《星空下的黑潮島嶼》入選台北金馬影展，舉辦世界首映暨記者會





《可可樹下的奇幻小店》邀請粉絲與節目成員一起做甜點



《啊喔！最 Kiang 駐村小隊》回到獅潭鄉辦理感恩同樂會

河、夏騰宏、曹佑寧共參與，星光熠熠，獲得觀眾一致好評。

另外，客家電視電影於 2024 年電視金鐘獎大放異彩，我們為入圍 8 項的《唱歌給你聽》與 2 項《蒼蠅歌手》舉辦專場放映與媒體茶敘，邀請導演、演員一起觀影，三場影廳放映每每開放索票即秒殺，約計 400 人與團隊一起映後分享，場面熱絡溫馨。

2024 年是客家電視實境節目大爆發的一年。2023 年第四季上檔播出的《可可樹下的奇幻小店》邀請粉絲與節目成員柯有倫、江宏傑、李霈瑜、黃湘婷一起做甜點，有上百位粉絲報名。

《啊喔！最 Kiang 駐村小隊》則回到苗栗獅潭鄉辦理感恩同樂會，超過 500 位鄉親一起參加，熱鬧非凡宛如嘉年華會。首部臺韓合製客家美食實境節目《廚師的迫降：客家廚房》則展開多元宣傳，辦理開播記者、開設節目專屬快閃店、一日店長活動；此外，戶外媒體與網路廣告提升了節目的曝光量，而社群討論熱絡，展現了節目的高人氣。

兒少節目《帶爸爸離家出走》與「親子天下」合作邀請親子專

家就逐集內容錄製 8 集親子議題 Podcast，下載收聽次數達近 10 萬次，另製作 22 支街訪短影音進行社群宣傳，引發迴響。

《學學嘴學學鼻》參加公視「FUN 出大能力親子派對」，透過攤位活動及舞台表演與孩子們互動，同時利用 Line 之選單功能，提供歌曲欣賞清單及拍照濾鏡，讓唱歌更有趣。《拾光屋大冒險》透過校園公播、教師試教、提供教案與學習單等方式，加強於第一線教育現場之應用，深化 9-10 歲學童關於客家文化傳承與品格教育的認知，共累計 293 所國小申請，觀看人數達 8 萬人以上。

人才培訓

以提升語言傳播能力為目標開設「客語配音班暨戲劇語言指導班」共四個班別，包括四縣腔 / 海陸腔客語配音進階班、南四縣腔客語配音進階班、大埔 / 饒平 / 詔安腔客語配音初階班、戲劇語言指導班，共培育 54 位專業人才，結訓學員資料及作品均納入人才資料庫，並提供製作單位參考。

另外，藉由《客家戲曲》及多元化的客語重製配音作品，包括經典動畫，如《強風吹拂》和日劇等，

挖掘全台適合的幕前與幕後客家表演人才。客家電視致力於打造一個長期支持的舞台，讓更多願意投身客家表演事業的專業人士能持續成長並展現專業。

「2024 後生提攜計畫」共包括新聞採訪、新聞攝影、節目、行銷四組共 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、專題講座等，每位學員皆完成個人作品順利結業。另錄取學期實習 5 位，分別於新聞部、節目部、行銷部進行實習，奠定踏入職場的基礎。

客家電視與中央大學以產學並重為合作目標開設「客家媒體與傳播」、「客語新聞採訪與寫作」課程，由客家電視資深行銷與新聞人授課，46 位同學透過課堂經驗分享與實作，培養具備新媒體與新聞報導能力的客家傳播人才。

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，除到校授課外，亦進行整合行銷企劃競賽，22 位同學為行銷客家電視增添活力。

為培養學童的媒體素養，了解新聞播報，體驗電視職業，我們常態辦



「2024 後生提攜計畫」共 12 名學員結業



以提升語言傳播能力為目標開設「客語配音班暨戲劇語言指導班」

理「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、播報體驗等，並以網路直播方式供親友觀賞、分享播報畫面，2024 年共計 36 位小朋友參與。

為鼓勵客家原創作品，推廣客家語言及文化之優質戲劇，客家電視與文策院合作，於創意內容大會設立「客家電視獎」，鼓勵客家原創作品與提案，另與第四屆野草計畫故事創意大賽合作，徵集優良故事內容，共同孵育影視創作人才，開發適合融入或發展客家文化之故事。除此之外，藉戲劇《星空下的黑潮島嶼》，與台南市文化局合作岸

內製片所徵件活動，設立「客家獎」培育影視創作青年學子。於 PeoPo 公民新聞獎設置「客家新聞特別獎」，鼓勵公民記者以客語採訪報導客家事務。

觀眾意見與服務

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。2024 年共收到 108 件觀眾意見，其中 43.52% 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 61 件；意見的類型多以詢問節目或報導中的資訊為主佔 64.81%，其次

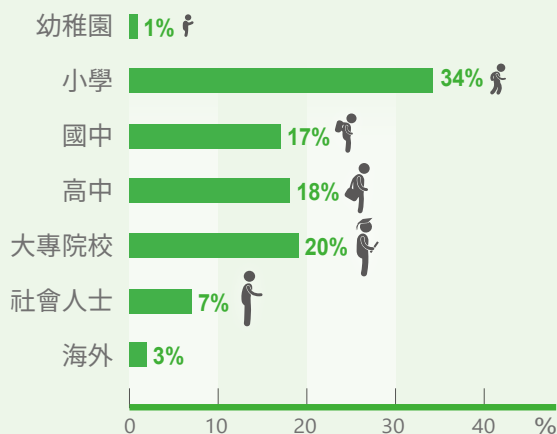
是建議佔 20.75%；三日內完服的比例達到 100%。除此之外，愈來愈多的觀眾透過網站 Messenger 與 FACEBOOK 詢問與表達意見，我們的社群小編站在第一線為觀眾服務，在文字應答上皆有專業表現，為觀眾即時解決疑難雜症。

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，由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。2024 年全年共接待參訪來賓 2,348 人，其中尤以小學生最多，其次為大專院校同學。



開放民眾參訪，讓更多人到作業現場認識媒體運作

2024 年參訪團體類型

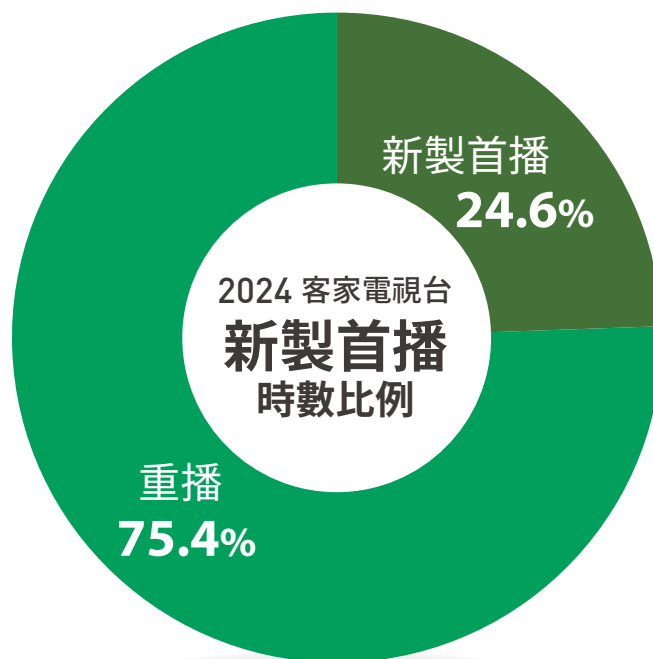


節目表現

節目統計

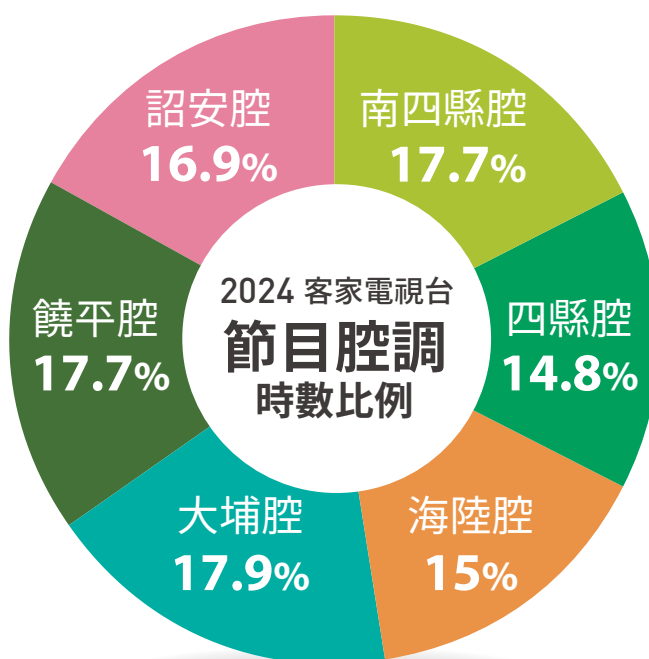
新製首播比例

新製首播節目製播時數共 2120.1 小時，其中新製首播比例為 24.6%。



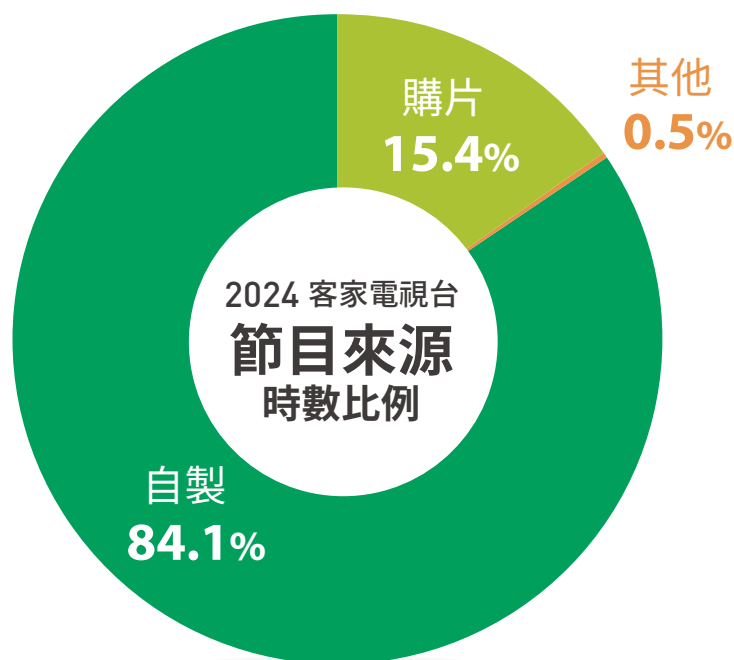
節目腔調比例

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。



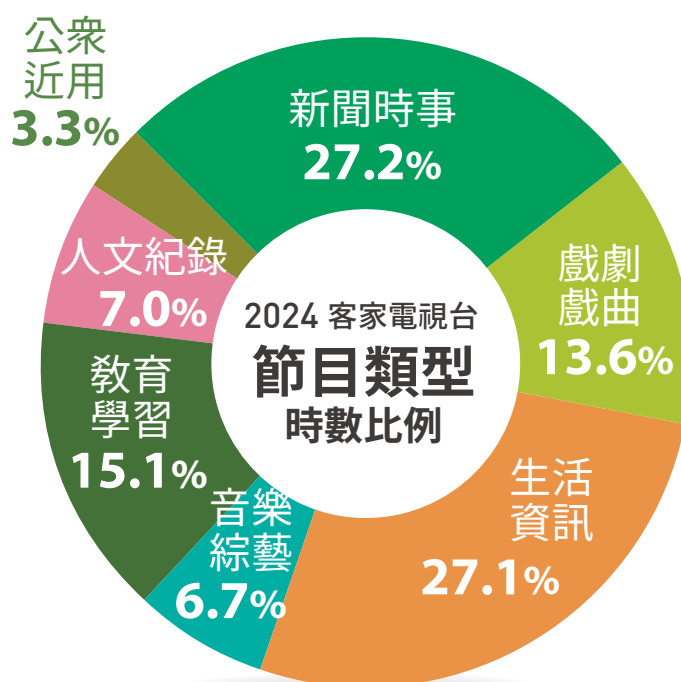
節目來源比例

為節目品質把關，節目自製率約占八成以上；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

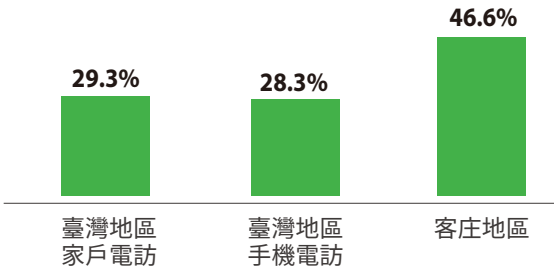
收視研究與品質

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 46.6% 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

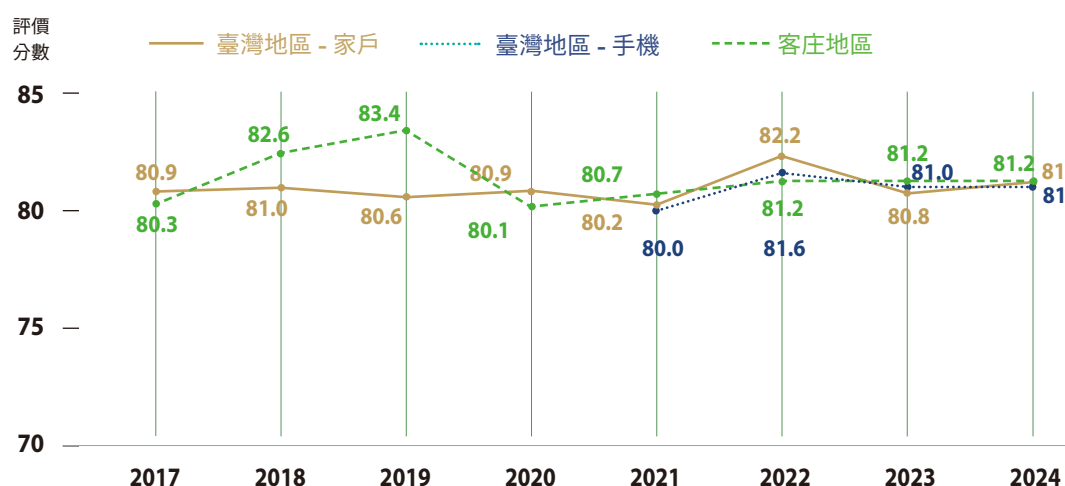
觀察近 2 年的收視方式，雖然臺灣地區及客庄地區觀眾收看客家電視的方式皆以「有線電視」較多，比例為七成左右，但比例逐年下滑，另 2024 年使用「數位無線電視」、「中華電信 MOD」及「行動裝置」的比例也略為提高。

收看方式	2023 年			2024 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	70.3%	70.9%	73.4%	65.1%	61.6%	71.1%
數位無線電視	11.6%	8.9%	10.2%	15.0%	15.7%	12.7%
中華電信 MOD	18.1%	16.2%	13.8%	17.6%	17.9%	15.5%
行動裝置	6.0%	5.4%	6.5%	6.2%	7.1%	7.8%
電腦網路	2.8%	2.3%	2.6%	3.7%	2.7%	2.4%
聯網或智慧型電視	1.2%	1.0%	0.7%	1.1%	1.2%	0.6%
直播衛星	0.3%	0.4%	0.4%	0.0%	0.1%	0.2%
車用電視	0.4%	0.3%	0.0%	0.2%	1.0%	0.1%

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。

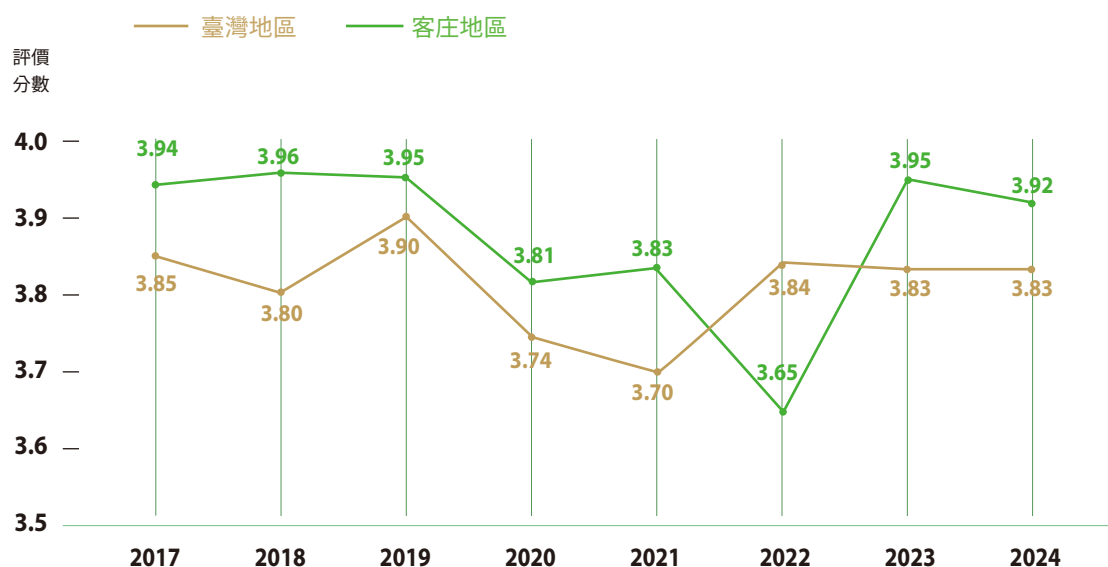
客家電視觀眾收視評價



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 3.92 分，不論臺灣地區或是客庄地區喜愛度都在 3.8 分以上，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，2024 年度，臺灣地區以「節目的製作品質」最為滿意，評分為 7.95 分，而客庄地區觀眾則是對於「提供深度、有意義的節目」、「節目內容公正客觀性」最為滿意，皆為 7.84 分；與 2023 年相較，臺灣地區及客庄地區今年各項評價整體分數皆有提昇，分數在 7.50 以上（滿分 10 分）。

收視評價	臺灣地區		客庄地區	
	2023 年	2024 年	2023 年	2024 年
節目的獨特創新面	7.49	7.63	7.52	7.54
節目類型的多樣性	7.63	7.70	7.69	7.70
節目內容的多元豐富性	7.59	7.66	7.59	7.65
提供深度、有意義的節目	7.81	7.91	7.81	7.84
節目的製作品質	7.77	7.95	7.82	7.82
節目內容公正客觀性	7.69	7.91	7.77	7.84
新聞報導內容的深度	7.44	7.69	7.63	7.70
新聞內容的公正獨立性	7.54	7.84	7.75	7.80

收視動機

臺灣地區調查部分，家戶及手機電訪收視動機皆以「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「節目的主題相當新穎有趣」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	40.55%	28.70%	29.30%
節目的內容提供了豐富的客家文化資訊	42.20%	41.40%	26.20%
喜歡節目中播放的客家音樂或歌曲	20.10%	19.30%	17.10%
喜歡節目中所講的客語，也可以跟著學習客語	6.75%	9.90%	4.30%
節目的整體品質很好或製作水準很高	19.00%	22.70%	12.20%
節目的內容報導很多客庄地區或活動的相關訊息	19.25%	26.50%	21.30%
節目的內容與表現手法相當的平實	12.55%	7.70%	3.70%
有特別喜歡的主持人、演員或歌手	6.10%	6.10%	12.80%

節目表現

多元指標評量

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與客家委員會捐贈作業規範，設定每年之關鍵衡量指標，以進行多元績效評估。

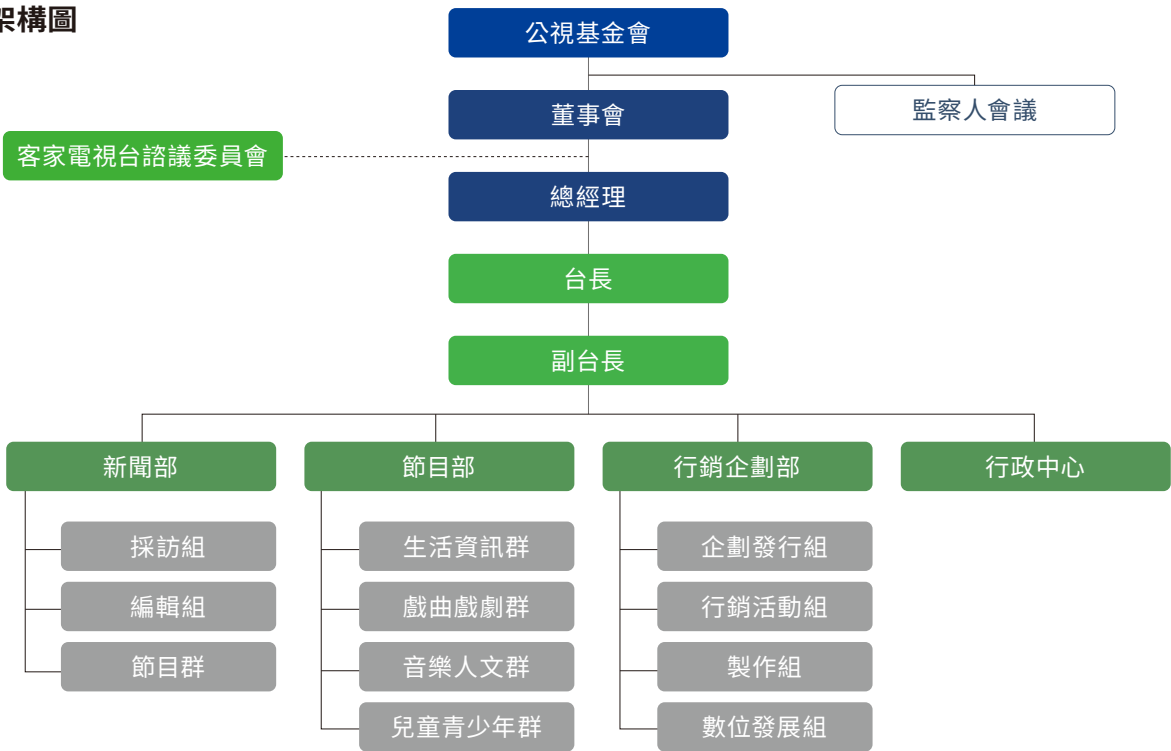
關鍵衡量指標

評估指標	衡量方式	目標	達成說明
客語表現	總體客語比例	80%	各類型節目客語表現比例為 81.1%。
自製比例	自製節目時數	50%	自製節目時數占全體新製節目時數之比例 84.1%。
本國自製比例	本國自製節目播映時數	70%	本國自製節目播映時數占全體播映時數之比例 85.1%。
戲曲產製	錄影與製播時數	10 小時	戲曲製播與國家級場館表演錄影共 15 小時。
戲劇產製	戲劇製播數量	1 部	啟動 1 部旗艦戲劇《 星空下的黑潮島嶼 》。
兒少產製	兒少製播節目	1 部	啟動 1 部旗艦動畫節目《 阿森山之旅 》。
人才培訓	客家傳播人才培育課程或活動	100 人	辦理各項內容產製、產學合作等傳播人才培訓課程，結業學員共 172 人。
營運諮詢	公聽會或座談會	2 場	針對頻道營運、內容產製、發展規劃與公共資源運用等事項，邀請專家、學者、公民與廣電團體，辦理 2 場諮詢與座談會。
新媒體觸達	新媒體平臺觸達人次	2,000 萬人	透過新媒體，包括客家電視官網、YT、FB 與 OTT 等多元平臺，觸達人次為 22,079,113 人。
滿意度	全臺觀眾整體滿意度	80 分	一般觀眾對客家電視整體頻道的滿意度為 81.15 分。
滿意度	客庄客家人觀眾整體滿意度	80 分	客庄觀眾對客家電視整體頻道的滿意度為 81.15 分。

年度行政

客家電視台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 (2023 年 4 月 28 日請辭)	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

2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日（單位：元）

科目	全年度 預算數	累 計 分配數	本月 收支數	累 計 收支數	累計分配數 執行率	截至本月止 分配 餘（絀）數	年度 預算數 執行率
收入							
政府捐贈 - 客委會	570,000,000	570,000,000	0	570,000,000	100.00%	0	100.00%
利息收入	0	0	0	1,777,816		1,777,816	
其他收入	0	0	476,636	1,258,483		1,258,483	
收入合計	570,000,000	570,000,000	476,636	573,036,299	100.53%	3,036,299	100.53%
支出							
行政管理	19,752,000	19,752,000	2,841,051	17,327,294	87.72%	2,424,706	87.72%
新聞節目製作購買	76,517,000	76,517,000	8,999,585	67,167,066	87.78%	9,349,934	87.78%
一般節目製作購買	389,539,000	389,539,000	74,106,641	415,251,478	106.60%	(25,712,478)	106.60%
公共服務暨行銷業務	63,403,000	63,403,000	8,477,896	52,531,328	82.85%	10,871,672	82.85%
工程作業管理維護	12,834,000	12,834,000	2,166,000	12,803,928	99.77%	30,072	99.77%
資訊服務業務	7,955,000	7,955,000	1,988,750	7,955,000	100.00%	0	100.00%
支出合計	570,000,000	570,000,000	98,579,923	573,036,094	100.53%	(3,036,094)	100.53%
收支餘（絀）數				205			

註：1. 本表不含合資收支數。

2. 113 年度節目《都市開基主》、《鬧熱打擂台》、《胡來旅行社》、《一家之煮》、《水鬼城隍》、《妙手仁心林杏花》、《懂吃懂吃來煮食》、《BILIBOLO 唱唱跳跳》、《2025 奧林 P 客》、《練習生衝一波》金額共計 1 億 7,863 萬 8,000 元跨年度依約執行付款。