

2025
小公視
年度報告

主任的話

守護童年的公共力量



2025 年的小公視，在光影流動之間完成許多夢想
我們不只製作節目，也為孩子鋪設通往世界的橋樑
每一檔節目，是一次溫柔而堅定的陪伴
每一場活動，是一次家庭彼此靠近的契機

從數位平台到實體活動，孩子與家長的信任，是我們最珍貴的成績單。YouTube 累積觀看破千萬、訂閱人數翻倍成長，社群互動持續升溫，顯示小公視不只是被看見，更被信任。

2025 年，小公視推出 17 個本土兒少節目，從環境教育、國際視野、生活探索，到青少年閱讀，內容多元而深入。《下課花路米—全球暖化系列》帶孩子走訪北極、挪威、帛琉，直擊氣候變遷現場，啟發孩子思考承擔與選擇；《小島同樂繪》將繪本化作神奇地圖，帶孩子走入台灣各地故事與文化；《反正你也不睡覺》在深夜提供青少年閱讀與對話出口；《什麼都沒有雜貨店》則用趣味戲劇安放孩子成長的失落與期待；我們還開發了兒童新聞《新聞超小號》，讓孩子解讀國內外新聞，並表達自己對時事的看法。

2025 也是動畫布局的關鍵之年。小公視推出《勇者動畫系列 2》等原創動畫，啟動國際合製模式，孵育創作團隊，打造本土動畫 IP 的長期發展基礎，讓臺灣故事能與世界對話。群眾集資與多平台上線成果，也反映觀眾對高品質動畫及周邊商品的支持。

在公共參與和教育推廣方面，我們全年累計觸及超過 30 萬人次，舉辦口袋影展、城市型開學派對、動物園公益路跑等活動，將教育、娛樂與社會議題串聯。公視兒少教育資源網累積兩千部影音、三百餘篇教案，提供教師與家長穩定的共學平台，橫跨生命教育、人權教育、安全教育與海洋教育，讓公共內容真正走入生活，成為陪伴孩子成長的力量。

從紮根的 2025，走向深化的 2026，守護童年不只是使命，而是我們選擇不斷前行的方向。小公視將持續與孩子、家庭及教育夥伴同行，把公共媒體的光與溫度帶到生活每個角落，讓知識、文化與價值在光影之外，落實於每一次的觀察、每一次的參與和陪伴。

公視兒少台主任

林護蓉

陪孩子 航向大世界

年度焦點

成長，是一步步展開的探索旅程。

作為以兒少節目服務為核心的專屬頻道，小公視持續以內容為引、以陪伴為本，透過節目製播、數位互動與教育推廣，為不同年齡的孩子開展多元而友善的探索路徑。從知識學習、情感理解到公共議題的認識，小公視不只是提供節目，更在日常之中，陪孩子慢慢看見世界、理解世界，也在成長的過程中，找到自己的方向。



1——數位亮點：從觀看走向連結

不只看人數，更看見信任

開台邁入第二年，小公視在數位平台展現明確成長動能。整體表現不僅反映觀看數據的提升，更顯示家長與孩子之間逐步建立的穩定信任關係。

從零起步，數位平台的影響力呈現階梯式成長，建立起家長的信任。小公視已成功在短時間內打響品牌、累積高黏著度社群，並持續擴大內容影響力。

為什麼家長選擇小公視

根據 2024 年的「公廣集團公共價值評量報告」，小公視已成為家長心中育兒的首選頻道，更被視為「唯一放心讓孩子收看的頻道」。在「信任度」與「需要度」兩項指標中皆獲高度評價，顯示小公視已與「高品質、可信賴」建立穩固連結。

這份信任，來自長期實踐公共媒

指標類別	表現數據	成長幅度	表現摘要
YouTube 累積觀看次數	1,162 萬次	+78%	成功建立高黏著度社群關係，內容確實打中孩子與家長的需求
YouTube 訂閱成長人數	5.2 萬人	+114%	成長動能強勁且持續攀升，品牌忠誠度翻倍成長
FB 連結點擊次數	14 萬次	+405%	數位導流效益極為顯著，家長不只按讚，更願意進一步點閱
FB 內容互動總數	16.7 萬次	+41%	受眾參與度高，成效具體可驗證，社群討論熱度持續加溫

2025 年公共價值評量成績

 **9.08** /10
觀眾評價「需要度」

 **8.03** /10
觀眾評價「可信度」

資料來源：〈公廣集團 2025 年公共價值評量〉，受委託單位：台灣艾傑比尼爾森媒體研究股份有限公司

體責任的累積：

- 實用與教育兼具：內容貼近生活，成為家庭教育的重要輔助
- 無廣告、無置入：排除商業干擾，建立純粹的收視環境
- 以兒童為主體：從孩子視角出發，提升共鳴與安心感

2——內容引路：打造兒少成長的多元地圖

建構產製能量， 開展本土兒少內容

2025 年，小公視推出 17 檔本土自製兒少節目，從不同面向陪伴孩子成長，回應環境、社會與文化議題。

同時，透過委製與培力機制，小公視持續帶動產業投入兒少原創內容，並透過國際大師講堂、短片工作坊與學生劇展等培力計劃，並與影展及國際製作單位合作，協助產業新秀深化製作經驗、連結國際市場網絡，逐步建構具規模與深度的兒少節目製作生態，並有效累積本土製作團隊之實戰經驗。

節目走向全球： 兒少內容的國際能見度

隨著產製量能提升，小公視作品於國內外專業評選中持續獲得肯定。2025 年「台灣兒童及少年優質節目評選」中，共有 16 檔節目獲推薦，《成仁高中偵探社》更榮獲年度最佳影視節目獎，並入選世界公視大展、入圍亞洲影藝創意大

獎最佳兒童節目獎，打開兒少節目國際能見度。

金鐘獎方面，小公視共獲 18 項提名，《歡迎光臨我的牧場》獲兒童節目獎與剪輯獎，學齡前節目《水果冰淇淋》獲美術設計獎，小

公視首部兒童戲劇《什麼都沒有雜貨店》則榮獲戲劇類節目創新獎，展現兒少內容在專業製作與創新表現上的實力，逐年厚實本土兒少內容之產業基礎。



《成仁高中偵探社》入選 2025 INPUT



《歡迎光臨我的牧場》榮獲金鐘獎「兒童節目獎」及「節目剪輯獎」雙料肯定

3——陪伴與互動：從觀看走進參與

數位創新， 打開青少年對話空間

面對青少年媒體使用習慣的轉變，小公視透過互動設計開展新的內容形式。

《青春發言人》推出互動專題《Re：Choice 三日間》，結合敘事

與遊戲機制，引導青少年在模擬情境中思考選擇與後果，提升青少年面對衝突時的判斷與行動意識。上線四個月累積逾 3 萬人參與，並藉由兒少資源網，進一步延伸為教學與公共討論資源，讓內容從觀看走向實際行動與反思。

原創動畫，為想像力開路

小公視持續發展台灣原創動畫，推出《勇者動畫系列 2》、《小黑啤美食大冒險》、《妖果小學第三季》、《莓吉幼兒園》等作品，打造兒少動畫品牌，正式啟動臺灣公共媒體動畫元年。



《勇者動畫系列》



《妖果小學第三季》

同時，透過「AllStar 學齡前動畫共同開發計畫」，與韓國、香港等國際團隊合作，以三階段大師講堂、提案培訓、共同開發的長時間孵育，導入國際成功產業經驗，培育創作人才，開發具全球性的臺灣原創動畫 IP，不僅豐富兒少節目版圖，更為台灣動畫產業建立了長期發展動能。

4——教育同行： 從節目走進校園

建構兒少教育支持系統

小公視已由頻道角色延伸為全方位教育支持平台。「公視兒少教育資源網」累積逾 2000 部影音與 311 篇教案，年流量達 71 萬人次，成為全國教師重要教學資源，會員數大幅成長。除線上資源外，透過 PTS MOVE 到校服務，深入全台與離島推動 14 場教師研習，涵蓋海洋、人權、CRC 兒童權利、幼兒教育及媒體素養等多元議題。

從議題出發，培養行動能力

2025 年，小公視將節目內容延伸為實際行動：

2025 小公視大事紀

1/4

《我們去公園玩》與《歡迎光臨我的牧場》聯手舉辦宜蘭特映會暨生態之旅。

1/17

水果奶奶攜手台日超人氣大偶皮擦與日本熊本熊拜年。

3/22

口袋影展高雄場。

3/29-3/30

小公視首度登上大港開唱，現場觸及人流總計 20 萬人。

4/11

音樂節目《古典魔力客》於基隆舉辦兩場校園巡迴。

4/27

《下課花路米：全球暖化系列》特映會於台北三創生活園區舉辦。

5/11

《動滋達滋森之島》舉辦母親節親子挑戰賽，吸引上百組參賽者。

5/13-18

「公視兒少教育資源網」於台北科教館舉辦《校園目擊者》人權教育桌遊展。

5/24

口袋影展南投場。

5/25

《小島同樂繪》於台北信誼親子館舉辦特映會。

6/26

越南語學習節目《越來越叻鯊》舉辦兩場新北市特映會。

7/25

小公視與高雄市政府教育局家庭教育中心，聯合舉辦《莓吉幼兒園》特映會暨情緒教育座談會。

8/2

由小公視及「公視+」主辦、台中市政府協辦的「當大人高校祭」，由 22 所高中獻唱各校創作畢業歌曲。

8/15-24

在台北華山文創園區，舉辦小公視週年活動，現場人流總計約 3.6 萬人。

一、於科教館舉辦《校園目擊者》人權教育桌遊展，以「目擊者視角」結合桌遊與互動裝置，推廣校園人權與反霸凌教育。

二、配合《下課花路米：全球暖化系列》推出的 LINE 線上活動「口袋小子 21 天減碳任務」，吸引逾 6,500 人參與，並入圍 LINE Biz-Solutions Awards 2025「最佳 ESG 貢獻獎」。

透過 LINE 社群、YouTube、實體展覽與政策合作，持續與教育單位連結，強化公共媒體於兒少教育推廣與公共對話中的關鍵角色。



科教館人權教育桌遊展

5——融入生活：從螢幕延伸到現場

品牌旗艦活動： 小公視動物園公益路跑

12 月與臺北市立動物園舉辦首屆「小公視動物園公益路跑」，吸引逾 3,500 名親子參與，活動結合動物保育教育、角色互動與舞台演出，並將 10% 盈餘投入動物認養與保育計畫，強化公益與教育意義。透過動物陪跑員與加油團設計，打造具辨識度的親子運動品牌，提升小公視公共服務與社會影響力。

城市級行動： 新竹封街開學派對

9 月與新竹市政府共同主辦「口袋小子開學祭—新竹封街派對」，於市府前廣場打造六大主題體驗區，將城市街道轉化為孩子的開學遊樂場。活動串聯口袋影展三日放映與節目 IP 演出，整合實體互動



「口袋小子開學祭—新竹封街派對」

與內容推廣，吸引大量親子家庭參與，成功建立小公視城市型品牌活動模式，強化地方合作與開學檔期品牌聲量。

品牌整合節點： 小公視 1 週年 × 口袋影展

8 月於華山舉辦小公視 1 週年「2025 口袋影展系列活動」，10 天放映 50 部國內外兒少作品，打造沉浸式觀影與互動體驗。主題館包含「發光小劇場」、「小公視動畫



妙妙屋」IP 互動展、「親子寵物音樂會」與戶外市集，並舉辦「妖果動盪盃」舞蹈大賽，整合影展與舞台活動。《妖果小學》跨界合作 GENBLUE 幻藍小熊推出主題曲，形成內容、IP 與現場體驗整合的年度品牌高峰。

從節目到生活，從觀看到參與，小公視持續陪孩子在成長的航道上，一步一步看見世界，也找到自己的方向。

節目聚光燈

以節目為航點， 為童年標記方向

《勇者動畫系列 2》

2025 年，《勇者動畫系列》推出第二季，持續展現台灣原創動畫在內容製作、跨平台發行與 IP 經營上的累積成果。

本季同步於小公視 YouTube 頻道、LINE TV 及巴哈姆特動畫瘋等平台上線，擴大公共內容在數位場域的觸及，其中 LINE TV 累積近 5 萬次點閱，成功吸引兒少與年輕觀眾觀看。在 IP 延伸方面，2025 年推出的「水妖雕像」群眾集資計畫達成率高達 530%，反映觀眾對本土動畫及其周邊商品的高度支持，也為台灣動畫 IP 的多元發展提供具體案例。

《下課花路米—全球暖化系列》

面對近年日益頻繁的極端氣候與環境災難，《下課花路米》於 2025 年推出「全球暖化」特別企劃，前往北極、帛琉、挪威等氣候變遷第一線，直擊冰川消融、海平面上升與生態衝擊，帶領觀眾理解全球暖化的真實樣貌與迫切性。

返國後，節目透過電視、網路、廣播與社群媒體分享第一手見聞，並於華山舉辦六場口袋影展，也在台北、台中、高雄三大科學場館辦理特映會與映後座談，進一步擴大公共討論。節目期盼觀眾在觀看之後，重新思考自身與地球的關係，理解每一個微小改變，都可能匯聚成守護環境的重要力量。



《下課花路米》帛琉／隨著海水溫度上升，珊瑚也逐漸白化

8/15-8/17

小公視徵募 15-18 歲青少年參與「青少年國際影展大使」工作坊。
活動照片

8/19

韓國《海豹看看》動畫團隊來台進行交流。

8/20

邀請荷蘭製片人 Jan-Willem BULT 來台合作 11 場兒少節目交流顧問會議。

9/14

與新竹市政府合辦《口袋小子開學祭》新竹封街派對與口袋影展新竹場。

9/21

科普節目《鹹魚小隊》於台北科教館「防災科普嘉年華」舉辦第二季「地震篇」播映暨映後座談。

10/6-10/19

《水果冰淇淋》受邀展出文化部舉辦的「金鐘 60/60 特展」。

10/10-12

參與公視兒少品牌活動「FUN 出大能力」台中場。

10/16

越南語學習節目《越來越叻鯊》舉辦兩場高雄特映會。

10/22

《節氣 X 六感實驗室》於屏東大成國小舉辦教師工作坊。

11/04

舉辦「ALL STAR: 青少年原創影集國際共同開發計畫」，邀請好萊塢編劇與製作人進行國際交流。

11/15

科普節目《鹹魚小隊》於台北科教館「台灣科學節」舉辦第二季「火場逃生篇」播映暨映後座談。

11/21

《反正你也不睡覺》於台北松菸文創園區「不只是圖書館」舉辦特映座談會。

11/22

口袋影展嘉義場。

12/20

與台北市立動物園共同舉辦小公視動物園路跑。

《反正你也不睡覺》

這是一檔小公視專為青少年打造的深夜閱讀節目，由作家吳曉樂、陳栢青與街訪主持人傑尼共同主持。節目推出以後，在社群間引發思辨，建立當代青少年的精神出口。

節目以三大系列與青少年對話：「先不跟你說晚安」精選 40 本跨媒介作品，從小說到電玩，以文學為入口，討論拒學、愛情、階級與媒體識讀等議題；「熬的不是夜，是青春」邀請 KOL 與創作者分享青春迷惘，以真實經驗與觀眾產生共鳴；「魚兒魚兒水中游」化身樹洞，廣納匿名來信，承接難以訴說的青春煩惱。在高度數位化的時代，成長重擔遠不同於過去經驗，本節目透過多元視角陪伴成長，開啟溫柔療癒的晚安對話。

《小島同樂繪》

精選 13 本台灣在地繪本，化作

13 張神奇地圖，帶著孩子走進繪本故事裡，上山找動物、下海看珊瑚，拜訪職人、認識傳統文化，也聽見關於土地與人權的真實聲音，讓繪本變身成為一扇通往台灣各個角落的任意門。

節目堅持從孩子視角出發，結合虛擬棚製作繪本動畫與實地外景拍攝，讓書中的世界變成立體風景。六位個性鮮明的小主持人組成「小島同樂繪社團」，每一集也邀請繪本作者或是達人專家同行，帶著孩子追蹤石虎足跡、夜潛守候珊瑚產卵，捕捉難得一見的珍貴瞬間。節目播出後廣受各界喜愛與好評，2025 年並入圍台灣媒體教育觀察基金會第 25 屆台灣兒童及少年優質節目之「年度主題～族群共融獎」。

《莓吉幼兒園》

《莓吉幼兒園》是由公視孵育計劃所開發的學齡前台灣原創動畫，

每集 7 分鐘。以情緒教育為核心，透過魔法與角色，協助幼兒期的親子理解與表達情緒，目前正進入第二季製作。節目以奇幻的魔法世界「莓吉幼兒園」為背景，小小魔法師們擁有的莓果徽章，會隨著小小魔法師歡樂、難過、生氣或委屈的情緒波動而跑出失控的莓吉，並透過「莓吉小百科」的線索，一同幫助失控的莓吉穩定情緒。同時，節目也實際走訪各個幼兒園，記錄孩子們對不同情緒的想法和安撫之道，呈現在每集片尾的討論中。



《莓吉幼兒園》

節目表現

2025 年新製首播各類型節目時數比例圖

2025 年小公視頻道總播出時數為 7,325 小時，新製時數為 1,823 小時，新製比例為 25%。

2025 年小公視新製時數 - 依節目型態分類

教育學習	638 hrs	35%	
戲劇	287 hrs	16%	
紀錄片	230 hrs	13%	
體育	463 hrs	25%	
新聞時事	41 hrs	2%	
綜合、表演、藝術	23 hrs	1%	
生活、資訊、服務	141 hrs	8%	

