

財團法人公共電視文化事業基金會



中華民國 115 年度預算

財團法人公共電視文化事業基金會 編

財團法人公共電視文化事業基金會
中華民國 115 年度預算
目 次

壹、總說明

一、概況

(一)設立依據.....	第	1	頁
(二)設立目的.....	第	1～ 2	頁
(三)組織概況.....	第	2～15	頁

二、工作計畫或方針

(一)公共電視

1.計畫重點.....	第	16～20	頁
2.經費需求.....	第	20	頁
3.預期效益.....	第	21～24	頁

(二)客家電視台

1.計畫重點.....	第	25～27	頁
2.經費需求.....	第	27	頁
3.預期效益.....	第	27～28	頁

(三)臺語台

1.計畫重點.....	第	29～34	頁
2.經費需求.....	第	34	頁
3.預期效益.....	第	34～38	頁

(四)國際影音平台

1.計畫重點.....	第	39～45	頁
2.經費需求.....	第	45	頁
3.預期效益.....	第	45～50	頁

財團法人公共電視文化事業基金會
中華民國 115 年度預算

目 次

三、本年度預算概要		
(一)收支營運概況.....	第 51~52	頁
(二)現金流量概況.....	第 52	頁
(三)淨值變動概況.....	第 52	頁
四、前年度及上年度已過期間預算執行情形及成果概述		
(一)前年度決算結果及成果概述.....	第 52~100	頁
(二)上年度已過期間預算執行情形.....	第 100~101	頁
五、其他.....	第 101	頁
貳、主要表		
一、收支營運預計表.....	第 102	頁
二、現金流量預計表.....	第 103~104	頁
三、淨值變動預計表.....	第 105	頁
參、明細表		
一、收入明細表.....	第 106~107	頁
二、支出明細表.....	第 108~109	頁
三、支出預算明細表.....	第 110~170	頁
四、固定資產投資明細表.....	第 171~174	頁
五、轉投資明細表.....	第 175	頁
肆、參考表		
一、資產負債預計表.....	第 176~177	頁
二、員工人數彙計表.....	第 178	頁
三、用人費用彙計表.....	第 179	頁
四、固定資產投資統計表.....	第 180	頁
五、出國計畫預計表.....	第 181~185	頁

財團法人公共電視文化事業基金會

總 說 明

中華民國 115 年度

壹、總說明

一、概況

(一)設立依據

本會係依據公共電視法規定成立，並以經營公共電視臺、臺語台、客家電視台、公視兒少台及國際影音平台為主要任務。同法第二十八、三十條則分別規定本會之經費來源為：文化發展基金之核撥、政府編列預算之捐贈與補助、公視基金會基金運用之孳息、營運之收入、投資他事業之收入、國內外公私機構、團體或個人之捐贈、其他收入等七項。本會之年度計畫及收支預算，由總經理編製後，報請董事會審議，及本會之年度經費需由政府捐贈部份，應附具年度事業計畫及收支預算，提請董事會通過後，報請主管機關循預算程序辦理。查本會係於民國87年7月1日成立並正式運作以配合政府會計年度，115年度政府編列預算捐贈27億2,185萬元。爰依法編製公視基金會115年度收支預算，以應實際作業之需求。

(二)設立目的

公共電視屬於全民所有，經營獨立自主並公平的服務大眾，以增進公共利益。

1. 強調非商業性的公眾服務：

不以營利為目的，重視公眾的意見和需求。

2. 秉持獨立自主的專業精神：

堅持營運、節目製播與新聞採編的獨立自主，避免政治力量及利益團體的不當干預，確保全體大眾的利益。

3. 追求卓越的服務品質：

提供全民完整、高品質的電視節目服務和收視機會，並介紹各種新知和觀念，使公眾能在巨變的時代中與時並進，並藉由多元節目呈現豐富的文化；並充實本土及國際文化的互動交流與融合。

4. 致力於多元性的均衡發展：

節目製播應保持多元、客觀、公平並兼顧族群之均衡性，提供公眾適當使用電台的機會，尤其保障弱勢團體之權益，提供或贊助各種民俗、文化創作和發表機會，幫助觀眾跨越種族、階級、立場的界線。

5. 提供終生學習的服務：

對每一個學習階段的個體提供服務，從學齡前到成人提供豐富的資訊。

6. 主動拓展服務的承諾：

公共電視臺對大眾的服務超越單純節目服務，同時也包含教育、告知以及主動結合社會資源來實踐公共服務的承諾。

7. 注重研究與發展：

定期進行科學化和深入的研究調查，以偵測環境變化，瞭解公眾和社會需求，進而在組織營運、節目製播上因應時空變化。

(三)組織概況

公視基金會依法經營公共電視臺，並依無線電視事業公股處理條例受贈華視股權。

公視基金會組織概況：

1. 董事會：

(1)本屆董事會設有董事15人，其中1人為員工代表，董事會置董事長一人，由董事互選之。

(2)職掌：

- A、決定本基金會之營運方針。
- B、核定年度工作計畫。
- C、審核本基金會年度預算及決算。
- D、決定電臺節目方針及發展方向，並監督其執行。
- E、決定分臺之設立及廢止。
- F、修正本會之章程。
- G、訂定、修正關於事業管理及業務執行之重要規章。
- H、遴聘總經理並同意副總經理及其他一級主管之遴聘。
- I、人事制度之核定。
- J、設立各種諮詢委員會。
- H、其他依《公共電視法》或章程規定應由董事會掌理之事項。

2. 監察人會議：

- (1)置監察人3人至5人，其中1人為常務監察人，由監察人互選。
- (2)職掌：稽察本基金會經費使用之情形，及有無違反本基金會經費財務稽察辦法與其他法律規定。

3. 公視基金會置總經理1人，受董事會指揮監督，執行基金會之業務；

視業務需要置副總經理1至3人，襄助總經理處理業務。

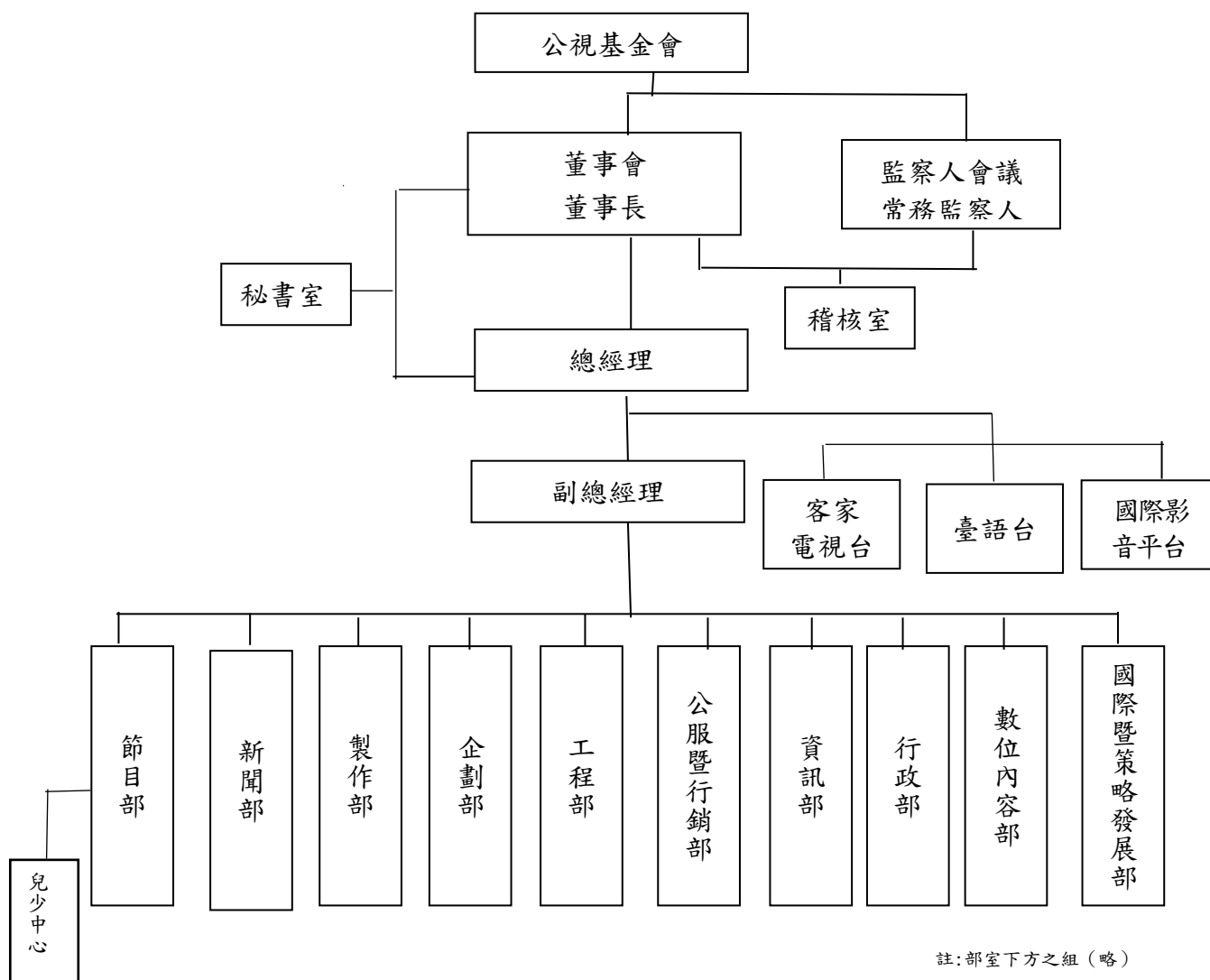
公視基金會：依法經營公共電視台、臺語台、客家電視台；執行營運國際影音平台。公共電視台設企劃部、節目部、新聞部、製作部、工程部、公服暨行銷部、數位內容部、行政部、資訊部、國際暨策略發展部，直屬總經理督導。

本會為執行客家族群之傳播服務，設立客家電視台，置台長一人。

本會為執行臺語族群之傳播服務，設立臺語台，置台長一人。

本會為執行國際傳播服務，設立國際影音平台，置執行長一人。

公視基金會組織架構圖及各部室主要職掌如下：



(1)製作部職掌：

- A、導播、副控、影棚、OB 車、外景及後製相關作業之辦理。
- B、各類節目製作技術人員及後製、音效技術人員之編組與調派。
- C、攝影棚、副控室、OB 車、剪輯室及錄音間等製作、後製場所之管理。
- D、系統轉換設備之操作與影帶之轉拷業務。
- E、場、棚、OB 車、道具及景片等外租業務之辦理。
- F、電腦動畫之設計製作與相關器材採購之規劃。
- G、平面設計相關作業，場景之設計、製作、搭景、拆景及資料建檔與相關佈景道具採購之規劃。
- H、服裝及佈景道具之保存及管理。

(2)新聞部職掌：

- A、國內外新聞報導及各類新聞性節目之規劃、採訪、編輯及執行。
- B、重大新聞事件之採訪規劃與特別報導。
- C、新聞/節目網路平台之內容整合與品質管理。
- D、新聞資料片入庫與轉借事宜之審核。
- E、SNG 及 4G/5G 車之操作、管理及調派。

(3)節目部職掌：

- A、按節目類型分設節目組，綜理各類自製、合製、委製節目規劃製作及重點節目經營策略之擬定與管理。
- B、兒少中心除設學齡前組、兒童青少年組、專案組，執行公視兒少台各類新製節目之開發，並設教服暨行銷企劃組，承辦兒少教育資源網之內容經營及教育運用開發，並提供數位學習、親子教養、社區教學資源推廣等服務。
- C、自製、合製節目之企劃、審查、執行、協調及品質管控作業。
- D、委製節目之徵案、邀案、審查、執行、協調及品質管控作業。
- E、辦理各類節目預算之核價、議價。
- F、本部節目製播業務成本與進度之管控。
- G、各類節目版權管理、資料出售或轉借協辦。

(4)企劃部職掌：

- A、全會年度節目策略、計畫與各類節目製播比例之擬定。
- B、本會節目播出排檔之規劃。
- C、國內節目影展參賽事宜之辦理。
- D、本會節目收視率與收視質之調查、整理及分析與整體效益評估。
- E、重點節目經營策略之擬定與管理。
- F、參與自、委製節目企劃案之徵求與審查。
- G、國內外節目之選購、議價及訂約。

(5)工程部職掌：

- A、製播系統及器材設備之規劃建設與修護。
- B、本會訊號播出與衛星接收設備之監控、操作與維修。
- C、發射站之運作與管理。

- D、衛星中繼地面備援網路之設置。
- E、協助觀眾與頻道系統業者收視品質之改善及其相關工程技術之提供。
- F、訊號中心與衛星 NOC 設備之操作與維修。
- G、收視不良地區之轉播發射改進與規劃實施。
- H、微波設備之管理、維護及架設。
- I、數位電視新媒體之前瞻性測試及技術導入。
- J、CATV 機房管理。

(6) 公服暨行銷部職掌：

- A、本會與公眾、媒體、機關及團體關係之開拓、公關、宣傳及推廣。
- B、社會團體參觀訪問之規劃與接待。
- C、建教合作及各類實習之協調與安排。
- D、個人、企業、團體、公部門之募資、募款、補助款之爭取及企劃、活動與執行。
- E、辦理公共問責相關業務。
- F、圖書館相關業務之辦理。
- G、教育影音出版品之編製。
- H、公民新聞之製作播出、教育推廣、宣傳。

(7) 資訊部職掌：

- A、會內資訊系統規劃、建立、維護及技術諮詢。
- B、資安系統建立與維運。
- C、網際網路資訊之蒐集與研究。
- D、會內資安規範訂定，管理與稽核。
- E、影音資料帶建檔與保存。
- F、強化影音資產異質與異地備份。

(8) 行政部職掌：

- A、各項器材購置、管理、文書收發、繕打、校對、檔案管理及建物設施營繕、維修與出租業務之辦理。
- B、本會各棟建物水電、消防、空調設備及中央監控系統之管理、維修與值班。

- C、勞工安全衛生及實體安全防護業務之辦理。
- D、職業災害防護計劃之訂定，員工健康檢查之規劃及職業傷害之急救。
- E、年度預決算、會計報告之編製、收支憑證之審核、預算執行之控管、傳票開立、帳冊登載、營業（所）稅等相關業務之辦理。
- F、財務調度、資金運用及各項現金、支票、有價證券之點收、登記及保管等出納業務之辦理。
- G、員工甄選、任免、調遷、待遇、考績、獎懲、退休、資遣、撫卹等人事業務之辦理。
- H、本會各類規章、契約之研擬、諮詢及審核。
- I、各類法律事項之諮詢與處理。
- J、勞工法令及著作權法規之研究。
- K、勞資爭議事件之處理。
- L、其他相關紛爭之處理。

(9)數位內容部職掌：

- A、經營 OTT 串流影音「公視+」平台服務及平台營運策略發展。
- B、YouTube 經營管理與維運。
- C、數位內容營運、開發、行銷與推廣。
- D、Vtuber 孵育計畫推廣與執行。
- E、利用新媒體科技，發揮公眾近用及公民服務。
- F、自、委製節目版權發行及衍生商品之開發、行銷販售及售後服務。
- G、合資合製業務之開發與執行。
- H、「公視購」平台營運策略發展。
- I、本會以外文化事業相關產品之代理銷售。

(10)國際暨策略發展部職掌：

- A、本會年度計畫之研擬編撰。
- B、本會電視執照之申請換發。
- C、國際研究或訓練之交流，執行國際會議活動之參與及發表論文。
- D、執行本會目標績效管理與品質管控流程作業。

- E、評估本會未來視聽科技之發展需求。
- F、國內外傳播環境與相關產業重要學術資料之蒐集、提供與研究。
- G、本會員工管理訓練、一般教育訓練及共識訓練之規劃主辦，建構 E 化教學環境。
- H、本會國際策略之規劃、制定與執行。
- I、規劃執行公視國際品牌行銷推廣，包括建置外文網站、文宣品製作等事宜。
- J、規劃執行參與國際影展與競賽、國際廣電組織、論壇會議，與國際公共媒體社群建立合作關係。
- K、規劃執行國際合製節目及相關事宜。
- L、協辦國際禮賓接待事宜。

(11)秘書室職掌：

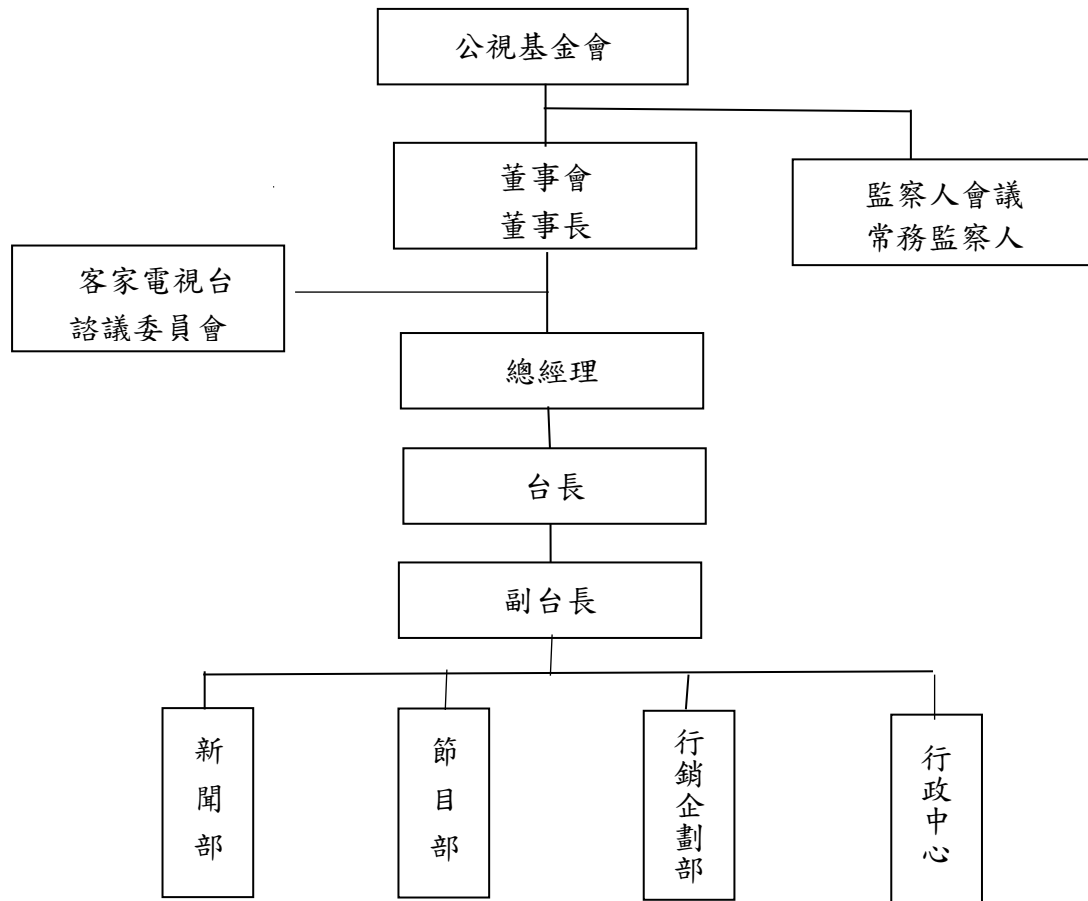
- A、董事會議、監察人會議及主管會報之會務事宜及決議事項追蹤管制。
- B、董事長、總經理及副總經理之祕書行政事務與交辦事項。
- C、主管機關及其他政府單位業務聯繫與詢問事項之彙整辦理。
- D、國會之公關聯繫與詢問事項之彙整辦理。
- E、本會關係法人營運相關事項之監理與評估。
- F、各族群頻道諮議委員會會務之辦理。
- G、本會各類諮詢委員會業務之推動。

(12)稽核室職掌：

- A、依風險評估結果訂定年度稽核計劃，辦理本會之財務及業務稽核。
- B、依稽核計劃確實執行，並將稽核執行結果，定期向董事會及監察人會議報告。
- C、本會關係法人內部控制制度之查核與評估。
- D、視業務需要辦理本會及本會關係法人之專案查核。
- E、必要時參與本會重大合約之審查，及重大採購案件之監標與驗收事宜。
- F、其他董事會、監察人會議交辦事項。

4. 客家電視台：置台長1人，執行客家台之業務；視業務需要置副台長1至2人，襄助台長處理業務。

其下設新聞部、節目部、行銷企劃部及行政中心，直屬台長督導，其組織架構圖及各部室主要職掌如下：



(1)節目部職掌：

- A、計畫與落實本部年度工作內容之規劃，目標成果之訂立。
- B、自製、合製或委製等節目的統籌與相關業務之辦理。
- C、數位化工作流程推動。
- D、客家傳播人才發掘與培養之合作。
- E、管理本部員工各項人事、文書、財務等行政業務之辦理。
- F、節目市場行銷之發動，與行銷部門合作各項平面、網路、活動等行銷業務。
- G、國內外節目購買策略之規劃與選購、議價、訂約。
- H、其他交辦事項。

(2)新聞部職掌：

- A、本部年度業務計畫、預算擬定，及工作報告之彙編與管控。
- B、新聞、新聞節目與新聞特別節目等相關規劃、製作，與品質管理等相關事項。
- C、進行網路後台新聞管理、新聞影音圖文數位資料庫建立與歸檔。
- D、新聞專業培訓規劃與執行。
- E、其他交辦事項。

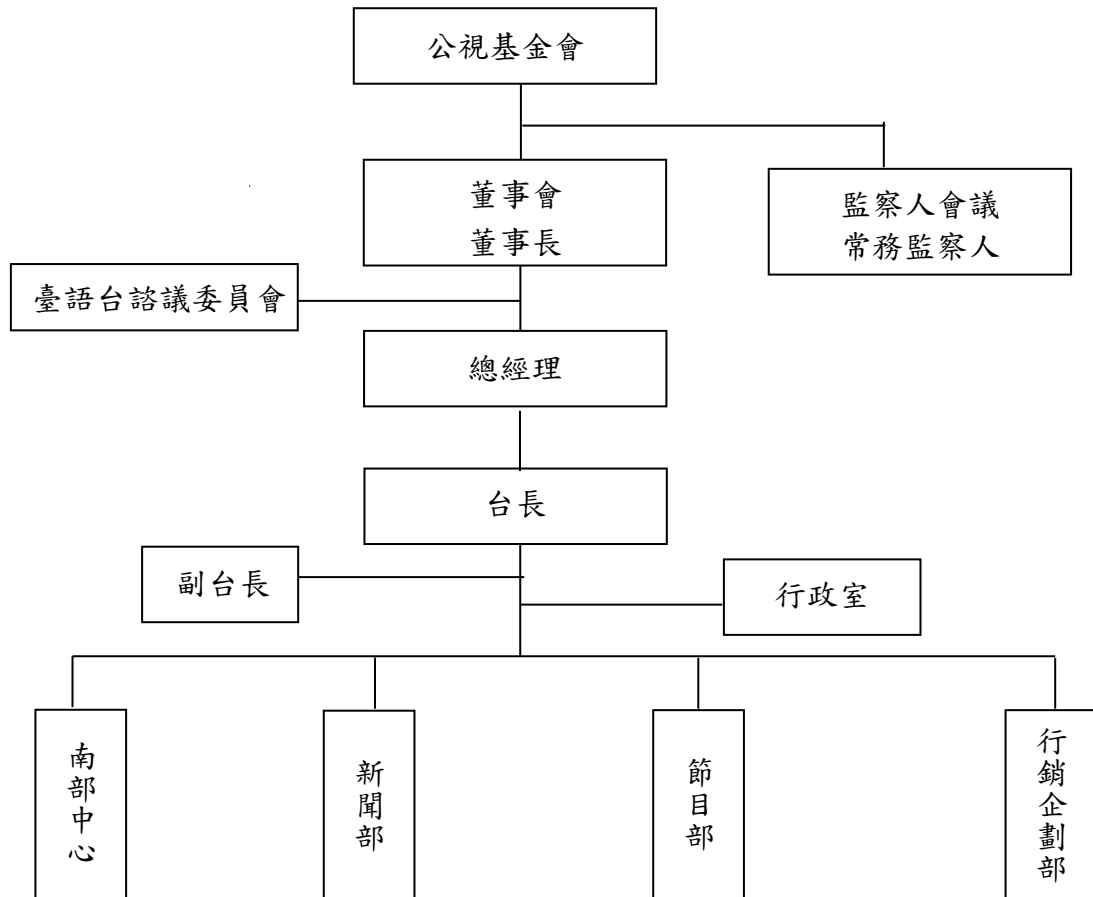
(3)行銷企劃部職掌：

- A、本部年度業務計畫、預算擬定，及工作報告之彙編與管控。
- B、本台整體策略與品質管理之規劃與執行，含頻道規劃、排檔策略、目標管理等。
- C、本台公關、宣傳、推廣與活動等相關事項之規劃與執行。
- D、本台發展與沿革之歷史資料蒐集、保存、建檔及展示等。
- E、本台數位技術與內容設計、規劃與推廣等相關事項。
- F、本台與行銷專業培訓規劃與執行。
- G、國內外節目影展參賽事宜之辦理。
- H、其他交辦事項。

(4)行政中心職掌：

- A、對本台電話、網站客服業務與對內容節目、報導或評論請求更正、答辯或申訴案之辦理。
- B、彙整每季工作計畫資料與外部單位作業之配合、協調。
- C、文書之收發、分文、稽催查詢、繕打及校對與收發文檔案之管理與保存。
- D、本台年度收支預算之籌劃、彙整及編製。
- E、年度業務計畫與預算之擬定及工作報告之彙編。
- F、本台各類招標業務與契約協助之研擬、審閱與協辦。
- G、協助本台節目預算之核價、管控與審查。
- H、會計財務有關之各項統計資料蒐集、整理、分析及編報。
- I、其他交辦事項。

5. 臺語台：置台長1人，執行臺語台之業務。其下設節目部、新聞部、行銷企劃部、南部中心、行政室直屬台長督導，其組織架構圖及各部室主要職掌如下：



(1) 節目部職掌：

- A、本部年度工作內容之規劃、目標成果之訂立。
- B、本部預算經費、行政業務之管理。
- C、自製或合製、委製等節目的統籌與相關業務之辦理。
- D、本部員工培訓及臺語傳播人才之培養與合作。
- E、監督節目播出內容之品質管控。
- F、節目市場行銷之發動，社群平台宣傳與活動之規劃。

(2) 新聞部職掌：

- A、擬定、推動及督導各該部年度業務計畫與預算。
- B、本部各節目之製播業務成本、品質與進度管控。
- C、本部跨群組合作案之指揮調度。

- D、跨媒體合作案、新聞性專案節目之規劃。
- E、本部年度工作報告之彙編。
- F、本部員工職能專業訓練之規劃執行。
- G、參與傳播科技之研究發展。

(3)行銷企劃部職掌

- A、擬定、推動及督導本部年度業務計畫與預算。
- B、督導專案節目、活動及宣傳等業務之品質與管控。
- C、本部跨組合作之指揮調度、臺語相關產業資料研究。
- D、本部年度工作報告之彙編。
- E、本部員工職能專業訓練之規劃執行。
- F、臺語傳播及影視人才之培訓與合作。
- G、頻道各網路平台之設計、規劃、管理與推廣等相關事項。
- H、國內外節目影展參賽事宜之辦理。
- I、其他交辦事項。

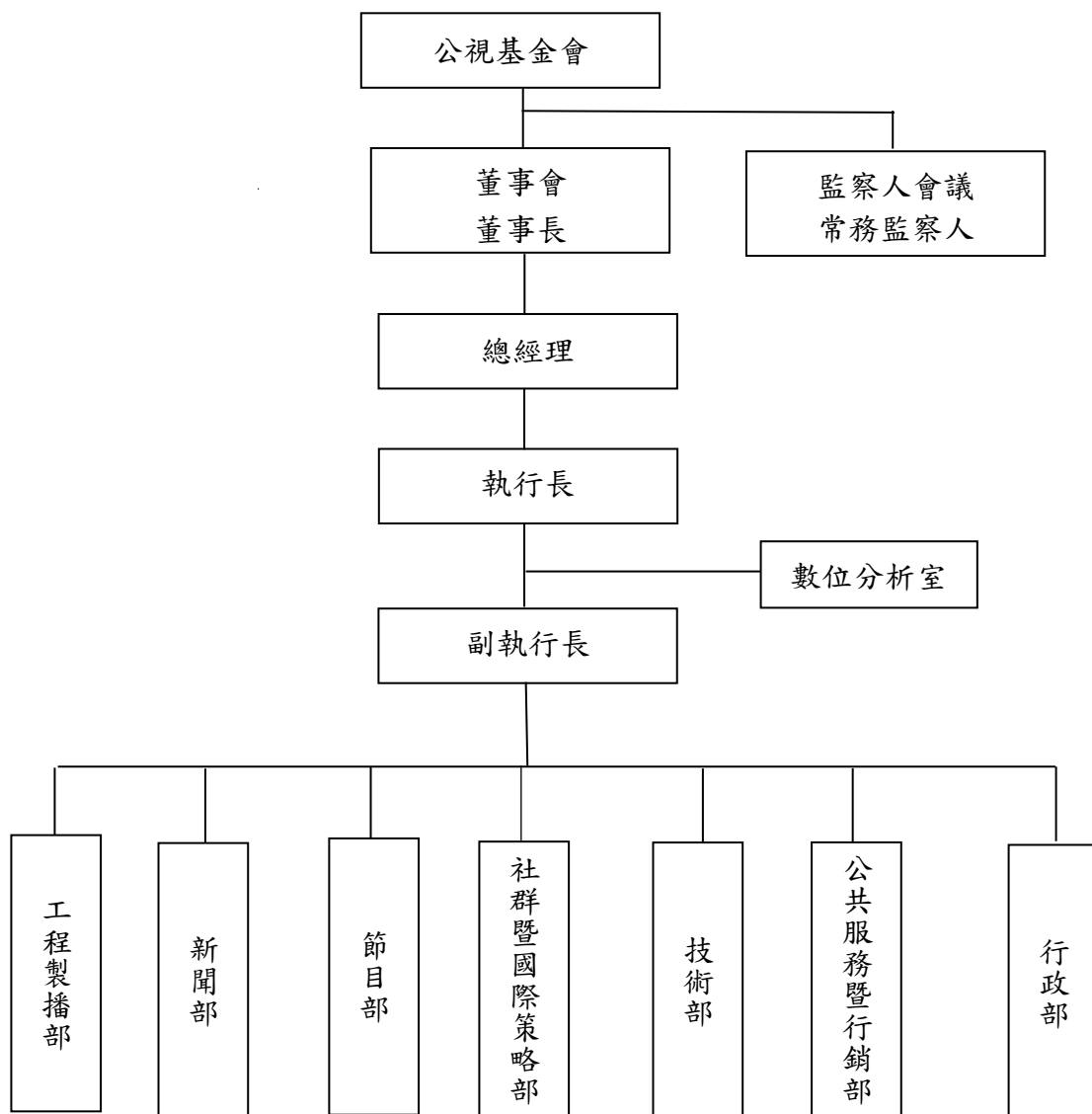
(4)南部中心職掌：

- A、本中心年度工作內容之規劃、目標成果之訂立。
- B、本中心預算經費、行政業務之管理。
- C、自製或合製、委製等節目之統籌規劃。
- D、本中心員工培訓及臺語傳播人才之培養與合作。
- E、監督節目播出內容之品質與管控。
- F、節目之宣傳與社群平台、活動等業務之規劃。

(5)行政室職掌：

- A、文書檔案之收發、管理與保存。
- B、人事、行政、總務、採購及財務等綜合業務之辦理。
- C、協助各類型採購案、標案辦理與管理。
- D、預算與零用金之規劃、編製、分析、審查及彙整。
- E、年度業務計畫、目標管理與工作報告之擬定與彙編。
- F、內控、內稽與各項業務管理系統等業務執行與管理。
- G、協調與安排建教合作與各類實習。
- H、其他交辦事項。

6. 國際影音平台：執行國際傳播服務及交流業務，置執行長1人，綜理平台各項業務之經營及管理，接受董事會及總經理指揮監督。另置副執行長1至2人，副執行長襄助執行長處理業務。其下設工程製播部、新聞部、節目部、社群暨國際策略部、技術部、公共服務暨行銷部、行政部等7個部門，直屬執行長督導。另外設置數位分析室，受執行長指揮監督。其組織架構圖及各部主要職掌如下：



(1) 工程製播部職掌：

A、新聞與節目之攝影棚調度與執行相關工作。

B、新聞及節目導播作業、播出檔案送播、新聞與節目排程、檔案資料管理、節目播出運行表之編輯、主控播出之側標與資

訊服務之鏡面製作與管理、主控播出作業之協調等工作。

C、平台內所有內容製作物、各項產品、品牌元素等視覺設計製作、頻道包裝之企劃、執行、製作、發包、頻道形象短片與節目預告片之企劃、製作、包裝。

D、其他交辦事項。

(2)新聞部職掌：

A、即時新聞與新聞專題之規劃與採訪。

B、企劃與製播各類新聞性節目、新聞紀實報導等內容。

C、新聞中心行政事務、庶務、財產清點與保管、新聞節目相關資料建檔及製播業務成本與進度管控。

D、其他交辦事項。

(3)節目部職掌：

A、自製、委製、合製節目發想、規劃、製作、進度品管作業，及相關合約管理。自製、委製、合製節目企畫案審查、樣帶審查。自製、委製、合製節目內容之校對核稿，建檔入庫事宜。

B、非新聞類節目企劃與執行，對外合作、購片規劃、議價訂約及業務成本與進度管控。頻道節目排檔、頻道與平台滿意度調查及焦點團體研究。

C、其他交辦事項。

(4)社群暨國際策略部職掌：

A、社群媒體營運業務，含社群內容製作、發文、宣傳、互動及社群媒體所需自製內容之產製與活動。偕同其他單位就數位內容及社群內容製作所需之相關業務。

B、數位內容策略分析與擬定、創意開發、自製或委製以數位串流為格式基礎之內容、或線上活動等。

C、平台與國際媒體、國際製作單位之內容交流或跨國合作事項；參與國際影音內容產業活動之策略發展事宜。

D、協調於海外所委聘或合作之國際特派員、自由撰稿者之相關業務。

E、其他交辦事項。

(5)技術部職掌：

- A、影音平台相關之產品設計、技術專案管理與數據分析。
- B、影音平台之網站、App 與內容管理平台之規劃開發與維運。
- C、平台之資訊安全規劃與管理。
- D、平台之資訊設備與網路系統之規劃與維護。
- E、其他交辦事項。

(6)公共服務暨行銷部職掌：

- A、平台與公眾、媒體、國會之公關、宣傳及推廣。
- B、國內外各類宣傳活動之籌辦。
- C、社會團體參觀訪問之規劃與接待。
- D、所屬平台及頻道之觀眾意見及申訴處理回覆。
- E、外界對平台反應之危機預警通報執行。
- F、大專院校學生實習業務之辦理。
- G、NGO、NPO 合作及版權授權事務之辦理。
- H、公關活動和視聽產品之鏡面宣傳企劃、執行、發包及品管。
- I、對外行銷、產品及市場分析與研究。
- J、各類播出節目之配合宣傳推廣。
- K、其他交辦事項。

(7)行政部職掌：

- A、人事差勤管考、員工職能專業訓練之規劃執行、建教合作及各類實習之協調與安排、合約審閱、法規制定。
- B、行政庶務、財產管理、業務商洽、採購業務，平台工作報告之彙編及專案管理等。
- C、平台專戶財務管理與會計、各項收支憑證之審核、出納等事務與預算之擬定與管控。
- D、其他交辦事項。

(8)數位分析室職掌：

- A、有關平台內容呈現數據資料統整、分析與研判，對平台經營及製作內容提供研究分析、策略建議、數位技術指導建議等業務。
- B、其他交辦事項。

二、工作計畫或方針況

(一)公共電視

本年度計畫達成的總體目標包括以下 10 項：

- (1)製播多語言節目，深耕國際交流，豐富台灣的多元文化，並讓世界看見台灣的文化魅力。
- (2)以數位優先策略驅動創新，結合人工智慧與數位資產，優化影音內容與服務，全面提升公視的數位轉型成效與品牌影響力。
- (3)前瞻布局影音市場，推動 IP 孵育、創意文化開發與全媒體人才培育，厚植競爭優勢，提升品牌價值。
- (4)專業製播各類新聞，樹立新聞生態標竿，持續成為受信賴的新聞品牌。
- (5)強化數位治理，全面提升資訊安全防護，確保關鍵基礎設施穩定運行，建立高度信賴的數位環境。
- (6)平衡區域發展，製播兼具多元觀點之優質節目，深化公共服務，促進社會共融。
- (7)建置兼具娛樂性、教育性與陪伴功能之高品質原生兒少內容平台，藉由優質內容促進親子共感與多元價值交流，提升兒少媒體使用品質。
- (8)成立兒少內容共創基地，提供系統化培訓與創作試作空間，扶植具潛力之創作人才，形塑具連結性與持續性的創作社群與內容生態。
- (9)推動多元教育議題展演，結合親子品牌聯名合作，擴大小公視兒少影音教育資源之應用場域，提升平台公共性與社會影響力，強化品牌正面形象。
- (10)發展國際合製動畫專案，推動台灣原創 IP 國際化，吸引海外資源與合作機會，提升創作團隊之國際協作能力，並促進兒少影視產業於全球價值鏈中占有主導地位。

1. 計畫重點

茲列舉各部門相關工作重點目標如下：

(1)企劃部：

- A、開發生活劇劇本 IP，提供本土戲劇主題與內容。
- B、關注新媒體收視調查研究最新發展與運用，有效協助節目在新媒體平台上之表現。
- C、精選來自國內外的兒童節目、動畫及紀錄片，選片除尋找各國公共媒體優質節目，也將引進兼具教育與娛樂的知名 IP，增加兒少節目多元與多樣性。
- D、爭取轉播台灣選手出賽的國內外重要體育賽事。

(2)節目部：

- A、以全媒體策略為核心，打造兼具公共性、知識性與娛樂性的優質節目，並探索 AI 等創新科技於內容製作的應用。
- B、強化戲劇開發與製作能量，發掘並培育新一代編劇人才，同時積極拓展國際合作與聯合製作的機會。
- C、打造高品質兒少內容平台，融合娛樂、教育與陪伴功能，促進親子共感與價值交流。
- D、成立共創基地，培育創作人才，建構永續且具連結性的內容生態。
- E、推動多元教育議題虛實展演，積極攜手親子品牌合作，以拓展影音教育資源應用場域。
- F、發展國際合製動畫，推動台灣原創 IP 國際化，強化國際協作能量與資源鏈結。
- G、攜手業界共同開發兒少節目、動畫及戲劇作品，聚焦當代兒少重要議題，提供具教育意義的服務，並持續製作小公視的高品質內容。

(3)新聞部：

- A、晚間新聞時段大幅改版，【公視晚間新聞】、【八點新世界】、

【尖鋒對話】三個節目內容取材和編排明顯區隔，強化國際記者功能，彰顯公視多元公正的價值。【公視午間新聞】改為華語播出，俾收早晨、午間、晚間三節新聞全天服務之效。

B、【東南亞語新聞】在現有良好基礎上，持續開發跨國議題，深化新住民與台灣的融合。製播系列報導或紀錄片，提高新聞內容的質量。

C、【我們的島】以「氣候、人口、環境、科學」為主題，製播深度報導。以環境生態科普知識為基礎，製作頻道節目和網路影音節目。除了落實全球共同的環境理念，同時也提供兒少深入淺出的環境教育。

D、【獨之特派員】以「釐清真相、探討政策、分析趨勢、彰顯人權」為主旨，製播新聞時事的深度報導。

E、【在地旅行】重新定位、增加播出頻率，以全國城鄉村鎮為主題，介紹地方生態保育、文史傳承、人與土地的情感。以實地導覽的輕鬆風格，報導各地居民耕耘家園的故事，更能深化青少年對台灣文史地理的情感認同。

F、【行走 TIT】走訪台灣 16 族 800 多個原住民部落，逐一介紹不同的族群文化、傳統祭儀，以及族人如何與土地共處、與現代共融。

G、【紀錄觀點】委製本土導演拍攝或向外洽購，有關青少年議題的紀錄片；也持續以學生影展為平台，鼓勵更多青少年創作短片。

(4)製作部：

A、進行超高畫質電視拍攝技術養成，強化內容製作效能及流程優化，提升數位化轉型與製作技術的整體效能。

B、攝影棚及副控室設備陸續換裝，確保設施穩定運行。

C、辦理數位製作教育訓練，強化全媒體人才及 IP 製作技術養成。

(5)工程部：

- A、持續建置「站台多頻道發射機 N+1 自動切換」系統。
- B、更新主控自動播出核心系統並利用汰舊設備自力發展主控異地備援設備以節省建置成本。
- C、導入 IT/IP 電視轉播技術，培養專業技術人員。

(6)公服暨行銷部：

- A、爭取公部門及外部單位資源挹注本會優質節目及活動合作，引進外部資源進行線下活動與服務，將公視 IP 導入贊助單位活動中，延續節目生命週期與宣傳效度，並擴大公視 IP 影響力。
- B、進行公視之友差異化服務，與募款方案，引進 ESG 有關的募款商品，提升個人募款及會員數。
- C、以「品牌」作為節目宣傳模式，以「系列性」、「週期性」特映、論壇、粉絲見面等內容規劃，達到曝光目標，建立公視品牌知名度。
- D、舉辦各類公共服務活動與民眾交流，透過公共問責座談會辦理傾聽各界建言，培力各地公民記者倡議在地公眾議題，扮演公共媒體的重要職責。
- E、透過舉辦聯合記者會、遊園會及各類實體活動（如座談會、首映會、校園推廣等），壯大節目聲量，擴大宣傳效益，深化與觀眾互動，創造口碑。
- F、透過線上活動及宣傳短片或口述說明等方式，吸引觀眾注意，增加黏著度，並協請合作獨立書店進行宣傳，擴大小公視品牌影響力。
- G、爭取補助款，舉辦各式活動，挹注教育資源網，延伸兒少 IP 生命力。

(7)行政部：

- A、強化本會各頻道的內部資源互惠使用機制。
- B、導入固資、財會 ERP 作業系統。

C、適時修訂人事與財物管理制度。

D、加強在職相關訓練，鼓勵同仁取得專業證照及參加教育訓練提升專業知識、技術及能力。

(8)國際暨策略發展部：

A、開發 AI 手語虛擬主播創新領域應用，增加資料庫詞彙量。

B、公視結合政治大學舉辦 RIPE 國際研討會和首屆 AI 手語國際會議，擴大公視國際能見度。

C、舉辦 2026 國際兒童影展（實體和線上），連結各國導演和製作人，提供豐富多元作品，展現公視國際連結實力。

(9)資訊部：

A、數位片庫系統汰換升級。

B、推動辦公室表單數位無紙化。

C、應用雲端技術簡化營運流程。

D、佈署 SIEM「安全資訊與事件管理」平台，搭配 AI 模型強化分析與推理能力。

(10)數位內容部：

A、啟動公視+多語字幕 AI 自動化 PoC 案，建立多語字幕輔助功能工作流程。

B、持續提升公視+市佔比例，本年度將以上架各類智慧型聯網裝置為目標。

C、打造全台首位結合 ESG 理念與 AI 科技的 Vtuber，以環保、永續、社會參與為主題，透過互動內容與虛擬直播，引領兒少世代共創綠色未來。

2. 經費需求

公共電視為製播優質節目及服務多元族群，預估總經費需求計有勞務成本 15 億 4,593 萬 5 千元、銷貨成本 5,256 萬 7 千元、管理費用 4 億 8,410 萬 6 千元、其他業務支出 100 萬元及採權益法認列之投資損失 1 億 6,726 萬 4 千元，共計 22 億 5,087 萬 2 千元。

3. 預期效益

茲列舉各部門相關工作重點目標之預期效益如下：

(1)企劃部：

- A、開發生活劇劇本 IP，培養編劇人才，提供生活劇拍攝基礎，以便進行未來合資合製的作業。
- B、強化新媒體收視研究分析機制，深入了解觀眾收視行為與各節目效益。
- C、提供適合兒少觀眾、親子共同收看的節目，帶入當今重要議題，鼓勵思考，與社會產生連結。
- D、擴大台灣體育實力展現，讓台灣看到世界，也讓世界看到台灣。

(2)節目部：

- A、攜手業界共育數位時代的傳播人才，擴大公視內容的傳播效益與社會影響力。
- B、從劇本開發出發，整合 IP 資源提升製播效能，促進台灣戲劇內容的質量提升、規模擴展與國際市場曝光。
- C、促進親子互動與多元價值認同，推動小公視多元平台觀看成長，整合學校家庭和社區的教育力。
- D、推動 CSR 合作與跨界聯名，透過倡議政策支持原創內容投資，以期建立全國性的兒少內容協作網絡。
- E、擴大教育資源影響力，促進跨領域合作與資源整合，提升公共性與品牌信任度，推動公平教育與跨界合作。
- F、透過國際合製、影展曝光與海外平台發行，推動原創 IP 進軍國際市場，提升台灣兒少內容輸出與國際辨識度。
- G、培育國內兒少影音內容人才，推動教育資源的共創與共享，致力於跨平台、跨族群、跨語言的發展，全面提升小公視品牌影響力。

(3)新聞部：

- A、以符合「近身性」的新聞原則，從國內到國際、從新聞到論

壇，帶領觀眾深入了解時事、面向世界。

- B、讓【東南亞語新聞】成為國人了解印尼、泰國、越南在台移民的橋樑，以及印尼、泰國、越南移民母國進一步了解台灣的重要平台。
- C、每週定期推出深度報導，運用網路力量拓展全球受眾。進行國際專題採訪，帶回他山之石，提供台灣民眾思索未來的參考，政府制定公共政策的借鏡。
- D、透過不同族群深耕各自家鄉的故事，展現台灣生命共同體的力量。
- E、讓節目單元成為中小學生，在課堂外的環境教育輔助教材；擴大網路內容，增加兒少群體的觸及率。
- F、善用紀錄片的紀實和敘事特性，呈現家庭、學校、同儕等各種人際關係的境遇，成為青少年自我探索的參考、架起家庭親子同理的橋樑。
- G、以地理為經、歷史為緯，鋪陳認識台灣的生活教材。這些生命故事從都市到鄉村、從現代到傳統，讓兒少感受台灣生命共同體。
- H、「多元和平權」是教育的重要價值。從了解原住民部落生活樣貌、認識族群文化差異，進而從小扎根多元和平權的價值觀。

(4)製作部：

- A、提升超高畫質電視拍攝技術，強化內容製作效能及流程優化，累積超高畫質影音素材及培育製作技術相關人才。
- B、強化新聞及節目製播能力，穩定製播設備妥善率。
- C、提升數位內容製作技術，養成全媒體人才，促進組織內部的知識共享和經驗傳承。

(5)工程部：

- A、(a)縮短設備異常處置時間，保障頻道播送品質。並在有限經費資源下，達到設備最大使用率且降低維修及電力成本並提升核心業務可靠性與妥善率。

(b)因應發射組各站台主要技術人員將於近年內陸續退休，藉由裝機作業積極進行新進工程師專業教育訓練。

B、(a)原主控設備使用已逾 10 年，現已無零件可供維運。更換核心設備以確保主控播出核心業務可靠性及符合資安需求。

(b)更換後的設備，可改裝移作異地備援使用，縮短建置主控異地備援時程及成本。

(C)藉由裝機作業積極進行新進工程師專業教育訓練。

C、配合 IT/IP 技術大量導入電視作業，培育相關電視轉播技術人員，強化專業技術實力。

(6)公服暨行銷部：

A、提昇節目、頻道、公視品牌知名度；拓展跨產業合作及宣傳；加強民眾對公視了解與認同。

B、提升頻道節目之外的線下服務範圍，擴大各項服務觸達，提高公視形象與影響力與認同感。

C、創造自籌款收入來源，提高小額定期捐款，爭取補助款及企業贊助，穩定自籌款來源。

D、深耕各地藝文及社區據點，創造在地連結，與各地藝文、社區據點、社區大學多元合作，展現公共媒體之社會使命，並提供民眾，媒體近用之管道。

E、藉由各式實體、線下活動，宣傳、開展小公視知名度。

F、成為國人知曉並信賴的兒少平台，擴散小公視影響力。

(7)行政部：

A、妥適運用資源，提升資源綜合效益。

B、加強固資及財會系統穩定性、業務處理 E 化，提升業務運作效率。

C、維持制度之有效性，提升管理效能，並強化法遵觀念。

D、透過教育訓練，提升同仁專業及工作效能。

(8)國際暨策略發展部：

- A、擴大 AI 手語服務，達到數位平權目的。
- B、舉辦國際研討會，將世界帶進台灣，也將公視帶進世界。
- C、透過國際兒童影展平台，滿足全國家長和兒童接觸世界目的，精選國際製作團隊作品，提供多元內容和多平台觸達機會。

(9)資訊部：

- A、強化數位管理機制，片庫檔案入庫與調用的可靠性和妥善率；並保護影音資料的機密性和完整性，提升片庫作業效率。
- B、節省紙張、墨水成本，提高作業流程效率，同時維護資料安全性和減少碳排放，響應聯合國的永續發展目標（SDGs）。
- C、雲端系統佈署具有快速、彈性、資源不浪費的特性，搭配網站後台管理平台建置，有效監控系統資安合規性與網站佈建需求。
- D、搭配 SOC 監控，整合資安防護力與資訊可視性，並提高事件分析推理能力，完善資安縱深防禦機制。

(10)數位內容部：

- A、啟動公視+多語字幕 AI 自動化 PoC 案，建立多語字幕輔助功能工作流程預期效益：
 - (a)降低人力翻譯與字幕製作成本，提高效率與時效性。
 - (b)提升節目普及性，讓不同語言背景的觀眾更易接觸公視內容。
- B、持續提升公視+市佔比例，本年度將以上架各類智慧型聯網裝置為目標：
 - (a)擴大平台曝光與使用者基礎，提升每月新增會員數。
 - (b)強化公視+與多平台通路之整合，提高公視+在家庭視聽市場的影響力。
- C、打造全台首位結合 ESG 理念與 AI 科技的 Vtuber：
 - (a)吸引年輕與兒少觀眾對環保永續議題產生興趣，並認同公視品牌價值。
 - (b)提升公視在 AI 與虛擬角色應用領域的創新品牌形象。
 - (c)建立可跨平台應用的虛擬 IP，有機會進一步拓展教育、遊戲與公益合作場景。

(二)客家電視台

本年度計畫達成的總體目標包括以下 4 項：

- (1)積極推動跨族群、跨國界的節目製作與合作，透過國際交流，讓客家電視成為世界認識客家的重要窗口。
- (2)深入客庄第一線，掌握地方脈動，提供最即時、最完整的客家新聞與資訊，讓客庄的多元樣貌被看見。
- (3)培養客家傳播人才，強化 IP 開發和內容製作的能量，擴大影視內容製作與參與機會。
- (4)善用科技，提升影音內容和平台服務的品質與效率，持續推動創新，打造族群媒體與客家數位服務第一品牌。

1. 計畫重點

茲列舉各部門相關工作重點目標如下：

(1) 節目部：

- A、專注打造兼具創意與深度的故事性戲劇，積極發掘展現客家特色的多元題材（含電視電影），不僅將客家文化融入現代議題，也藉由歷史劇呈現客家故事的厚度與精神，讓世界看見並理解客家的獨特價值。
- B、開發具有跨文化視野的節目內容，深入探索不同族群間的共通性與差異性，促進交流與理解，拓展節目觸及層面與觀眾版圖。
- C、根據目標閱聽群的年齡層、興趣偏好及媒體使用習慣，進行精準的分齡與分眾內容規劃，結合數位媒體應用與互動技術，打造專屬的內容服務，讓觀眾在多元數位平台中，深入體驗豐富多樣的客家文化內涵，提升文化參與度與認同感。
- D、持續推動多腔調客語配音節目製作，打造展現各地客語特色的新舞台，為年輕一代提供發聲與創作的空間。

(2)新聞部：

- A、以「客家最大條」、「客家優先」為核心，深耕國內客家議題，連線全球客家，強化國際合作，讓世界看見客家。
- B、強化社群平台即時新聞發布，雙十國慶等重大新聞直播客語同步口譯，提升傳播廣度，彰顯客語「國家語言」地位。
- C、善用 5G 技術提升新聞時效與新媒體製播應用，完善培訓實習機制，吸引年輕人投入新聞採編工作，培養客家傳播人才。
- D、運用 AI 技術提升新聞品質與效率，優化新聞社群平台，平衡區域報導，製播多元客家觀點新聞，強化品牌價值。

(3)行銷企劃部：

- A、透過跨國合作節目與多元行銷素材製作，搭配跨平台推廣，拓展客家 IP 的全球影響力，打造讓世界認識客家的品牌印象。
- B、結合地方特色節目與活動行銷方案，推動客庄內容再製與傳播；同步參與國際影展、市場與通路開發，推廣客家內容至全球市場。
- C、推動大專院校產學合作、實習與媒體創作工作坊，鼓勵青年投入客家影視行銷領域，並活化品牌創意輸出。
- D、導入 AI 協作工具與數據行銷平台，提升影音行銷素材效率與受眾精準度，深化自媒體經營、提升品牌互動與平台服務品質。

(4)行政中心：

- A、落實專款專用原則，強化預算效能管理，以促進經費與資源之最適化配置與運用。
- B、積極培訓客服人員運用新媒體及多平台影音工具之能力，提升其對節目內容的熟悉度，進而強化即時回應鄉親需求，提供準確且完整的節目資訊。
- C、鼓勵行政人員善用人工智慧技術，積極參與教育訓練課程，以提升其多元專業能力與行政工作效率。

D、蒐集並彙整客家電視節目之相關產業與學術領域研究報告與趨勢分析，作為擬定整體年度製作節目目標策略與規劃的重要參考依據。

2. 經費需求

客家電視台提供各類客語內容節目及服務，預估總經費需求計有勞務成本 5 億 6,373 萬 7 千元、管理費用 2,776 萬 3 千元及固定資產投資 1,000 萬元，共計 6 億 150 萬元。

3. 預期效益

茲列舉各部門相關工作重點目標之預期效益如下：

(1) 節目部：

- A、藉由具文化深度與藝術價值的客家戲劇，推動客家文化向外延伸，強化其國際識別度與文化影響力，並有助於客家內容產業進軍國際市場，創造文化輸出的新契機。
- B、透過跨文化取向的節目設計，吸引來自多元族群與文化背景的觀眾，拓寬受眾結構，不僅提升節目整體能見度，也深化文化間的交流與理解，建立相互尊重、包容共融的文化環境。
- C、擴展閱聽群輪廓，提升觀眾對節目的參與度與黏著度，並透過互動設計與數位應用，增強節目的吸引力與延伸性，擴大影響範圍。
- D、深化客家文化的保存與傳承，促進在地文化的連結與共鳴，進一步強化品牌文化價值，吸引對客語與文化感興趣的學習者，並建立語言使用者之間的交流平台，帶動合作與共創的動能。

(2) 新聞部：

- A、報導國內客庄重大議題、追蹤新聞時事深廣度，擴增國外採訪範圍，讓客家文化被更多人認識、理解並傳承。
- B、增加新聞短影音、圖文創作等方式呈現，加強 YouTube、

Facebook 觸及率並透過社群媒體推播客家新聞，創造客家聲量與影響力。

C、提升新聞團隊的新媒體素養與專業能力，讓各類製播人員的傳播力與時俱進。

D、落實 AI 人工智慧運用，持續推動創新內容，透過多元類型新聞與節目，打造客家新聞第一品牌。

(3)行銷企劃部：

A、透過跨國節目合作與整合行銷操作，擴大客家影視 IP 的國際能見度與辨識度，建立全球觀眾對客家文化的品牌認知，進一步鞏固客家電視作為國際了解客家的重要媒體平台。

B、結合地方行銷與社群操作，深化節目與在地連結，提升收視互動、社群參與與觀眾情感認同，讓客庄多元樣貌被更多群體看見與共鳴。

C、推動青年傳播人才的實作參與與創意培力，導入產學合作與多元參與機制，活絡行銷創意輸出，培養具文化視野與創新能力的影視行銷新世代。

D、導入 AI 工具與數據應用強化素材製作與觀眾輪廓分析，優化數位平台行銷效率與精準度，提升內容觸及與互動體驗，持續推進客家電視成為族群媒體與客家數位服務的第一品牌。

(4)行政中心：

A、建立透明且合乎理性的財務規劃機制，透過持續的討論與滾動式調整，期能有效發揮有限資源的最大效益。

B、培訓客服與行政人員運用人工智慧工具，以提升多元專業能力及新媒體操作素養，進而鼓勵主動參與，並有效且迅速地提供觀眾所需資訊。

C、每年於撰寫次年度營運計畫書前，提供提升節目規劃之精準度與前瞻性並強化節目內容與受眾需求之報告。

(三)臺語台

本年度計畫達成的總體目標包括以下 8 項：

- (1)因應〈新聞部〉及〈南部中心〉副控人力自主，以及數位轉型需求，擬調整組織編制與人力整編。
- (2)電視頻道與社群網路並進，規劃數位轉型之方案，同時，強化社群影音原生內容與製作，以因應數位影音平台之興起。
- (3)擴大影音社群平台(《DAY DAY 台語台》)之影響力，將節目原創內容再製、精華化、碎片化、趣味化，賦予新的生命力，符合現代人瀏覽短影音的習慣，開創台語短影音新浪潮。
- (4)開發學齡繪本走讀節目，以孩子角度走訪台灣本土繪本作者，探討該繪本之議題；結合民間台語現代兒歌創作徵集成果，輔以動畫 MV 製作、編舞唱跳，透過頻道及網路播放，擴大台語兒歌傳唱，深化兒童的母語記憶。
- (5)完成時代劇劇本孵育及開拍生活劇；台語電視電影及紀錄片徵案與拍攝企劃；跨年度旗艦紀錄片《1626-基隆》(基隆 400 年)之規劃與拍攝，型塑台語歷史與文化紀錄片之主體性。
- (6)建置「台語語音合成系統」，提供各節目華文翻譯成台文，台文再翻譯成拼音，然後合成語音之多元運用；持續建立台語常用字彙應用資料庫，及同步推廣供民間業者使用。
- (7)培訓年輕台語影視相關人才(如表演、配音等)，建置人才庫，提供影視產業挑選運用。
- (8)建置副控技術及編播人才與訓練，以充實南臺灣在地新聞製播能量；規劃議題性之時事、青年談話節目，扭轉台北為中心之議題方向。

1. 計畫重點

茲列舉臺語台各部門相關工作重點目標如下：

(1)節目部：

A、因應台語主流化政策，將台語元素自然而然融入到戲劇、綜

藝、兒青、生活、藝文、傳統戲曲、紀錄片……等多元的節目類型中，吸納更多願意以台語演出的偶像明星和演藝人員，突破同溫層，讓人們更樂於接受、觀看台語內容，讓全台語演出成為影視文化的另一股創作主流。並藉由節目部自行運營的影音社群平台《DAY DAY 台語台》擴大其影響力，將原創內容再製、精華化、碎片化、趣味化，賦予新的生命力，更易於傳播、收看、分享，符合現代人瀏覽短影音的習慣，盼望能夠開創台語短影音新浪潮。希望能在《DAY DAY 台語台》成立的兩年後(115.8.1)，突破 10 萬人次訂閱數、觀看數突破 2,000 萬次。並與更多的平台交流合作，讓台語影視內容被更多人看見。

- B、在戲劇節目方面，以自製、委製、合製、投資等更多的選項，投入台語戲劇節目的製播，將台語台有限的資源發揮到最大，內容將涵蓋電視電影、迷你劇、生活劇、時代劇等不同面向。在原創內容部分，將持續臺語戲劇節目原創內容及劇本開發的孵育，於 114 年完成孵育的 5 個劇本 IP，也將積極向市場推薦，吸引更多資金和業者投入台語影視內容產業。
- C、在綜藝節目方面，臺語台收視與口碑俱佳的《全家有智慧》、《HIHI 導覽先生》等，將持續升級轉型，維持收視熱潮，新開發的綜藝 IP，如大型選秀節目《TALK TALK 秀台語》、廣受歡迎的旅遊實境節目《來去恁兜洗魂舒》…等，將強化網路宣傳的力道，使其成為 YT 最受歡迎的熱播節目，不斷創造話題性，因為唯有塑造台語為最時髦的流行文化，降低台語文的進入門檻，才能大量傳播、快速蔓延，不斷擴大台語台的媒體影響力。
- D、在兒少節目方面，兒少群將更兼顧各個年齡層，在學齡前部分，將新製結合動畫、實景與新媒體技術的新創節目，在小學階段，除了棚內放入大量有趣台語教材的益智闖關節目《非常了不起》外，國外參展成績傑出，連獲韓國首爾、印度、俄

羅斯等國際影展肯定的《收成彼一工》、創下台語台兒少節目收視新高的《阿猴出任務》都將持續製播。開發學齡繪本走讀節目，以孩子角度走訪台灣本土繪本作者，探討該繪本之議題。

- E、在藝文及生活節目部分，繼《1624-大員》之後，跨年度旗艦紀錄片《1626-基隆》也將在今年進入拍攝期，臺語台的紀錄片第一次的徵案作品也開始進入驗收期，將讓觀眾看見台語台投入人文、紀錄片製作的用心和成果。台語音樂節目、台語行腳節目、生活美學節目，都將有耳目一新的作品推出，展現臺語台的多元與包容。
- F、在其他節目方面，兼顧兒少、婦女、熟年…等不同族群的需求，提供各族群需要的教育及生活、資訊、娛樂節目。延續傳統戲曲表演的錄影轉播，除了協助劇團的世代接班，更積極培養新一代的收視族群。不僅在地化、主流化，更要國際化，積極與其他媒體業者、國際平台合作，接軌國際影視製作水平，打造臺語台的品牌影響力。

(2)新聞部

- A、強化新聞內容，善用新聞連線，增進新聞即時性、豐富性。
- B、增加國際新聞採訪量能。增加台語新聞深度、廣度及國際觀。
- C、論壇節目開創多元議題，走出戶外。提升台語新聞能見度。
- D、新聞節目群發揮社會趨勢觀察影響力，建立台語新聞專業品牌。
- E、以「台灣優先」出發。重視台語、本土、轉型正義等議題報導。
- F、強化在地連結，實踐公共治理。透過新聞報導、公民參與，建立人民參與公共事務的機會與空間。
- G、電視網路並進，提升同仁數位能力與台語新聞在網路的能見度。
- H、培養更多元的台語新聞傳播人才，辦理內部教育訓練，提升新聞播報權威及同仁台語過音專業。讓年輕人接棒、傳承、

創新局。

I、持續優化副控設備，克服台文特殊字呈現困境，健全全台語文的製播環境。

(3)行銷企劃部

A、多管道人才培訓及媒合：深化與大專院校合作，進入校園舉辦產學課程，吸引學生加入台語影視產業。同時推出「台語表演班」等人才培訓課程，彌補現有市場人才的不足。並在《臺語台》官網建置台語人才資料庫，主動為台語影視產業媒合人才。台內亦將舉辦影視與網路技能課程，厚實《臺語台》員工多元製播能力。

B、持續蒐集、審定台語新詞，推廣台語常用字彙應用：召集學者定期、持續收集、審定日常生活中尚未標準化的台語新詞或流行詞彙，透過系統性蒐集分類建議用法，擴充新辭庫，將台文日常與流行語標準化。除透過節目活動推廣，並與民間台語辭典網站建立連結，以利傳播使用。

C、投資台語戲劇：投資民間優良台語文學創作改編劇本，並促進與其他平台及資金，合資合製優質台語連續劇。

D、結合 AI 開發各種實驗性台語文數位內容：結合 AI 科技開發實驗性、互動性、資訊性的新形態台語數位內容或應用，藉此吸引、培養更多台語網路原生族群。預計開發 AI 語音合成、辨識、生成之聊天系統 1 式。讓台語文變得更有趣，更容易觸及年輕族群以及學齡前兒童。

E、各影音與社群平台產製網路原生影音及頻道內容改製作短影音：全年製作至少 100 支網路原生影音及頻道內容改製短影音，兼顧資訊含量及趣味性。

F、持續辦理《咱的歌—台語囡仔歌創作徵選》，充實台語兒歌：徵集民間台語現代兒歌創作，並輔以動畫 MV 製作、編舞唱跳，結合頻道及網路播放、前進校園，擴大台語兒歌傳唱管道，深化兒童的母語記憶。此外，每年將選擇一至兩部經典或暢

銷卡通或戲劇以台語配音的方式，讓經典作品「台語化」自然融入兒童與民眾生活中。

- G、結合台語電影七十周年與台語台七周年，推廣台語影視經典並鼓勵電影創作：尋求與國家電影及視聽中心合作，策畫於頻道及線下展出台語電影七十年經典影視作品、與台語台成立以來徵集之新銳電視電影創作，讓民眾了解台語電影發展史、鼓勵影視人才投入台語電影創作。

(4)南部中心：

- A、運用南臺灣媒體製播資源，提升在地製作團隊能量。
- B、製作團隊進駐，傳播南臺灣地方多元觀點：聚焦南台灣新聞焦點之《新聞看南方》；尊重多元價值與紀錄地方人文發展之《文化相放伴》，關注地方藝文團體動態與議題。
- C、《公民，咱的新聞》提供大專生參與新聞產製及運用本土語言展演的平台，透過公民記者在地新聞題材的發表，呈現新世代的觀點與思維，讓南方新聞掀起一股文青風。
- D、打造台語表演與創作發表的基地：邀請以台語為創作元素的表演團體，小劇場攝影棚打造為台語樂團創作發表的基地，包括以各地樂團為對象，直接進棚錄影表演。新一季節目更豐富多樣，將延伸外景至南部地區各觀光景點拍攝，一方面行銷新世代，同時透過MV拍攝行銷南方城市，以擴大加乘協同效應。
- E、強化在地深耕連結，開放南部民眾參與錄影：「棚內台語生活資訊訪談節目」不僅廣邀中南部各類領域專家、民眾，參與節目錄影，探討南部生活議題與觀點，並規劃各單元外景深入南部地區村里拍攝，並融入在地產業資訊，以擴大服務南臺灣在地鄉親，將有助於南部中心收視族群及與地方連結的擴展。
- F、以文學大眾化包裝台語文化內涵之文學節目：利用「生活元素」來包裝台灣文學，並以行腳節目方式，實際走訪台灣各城市，

透過文學作品的台語表達方式，體會台語的優美與內涵。

G、發揚南台灣本土技藝、新行業語言文化接觸衍生的語言多樣性：走訪南部各鄉鎮介紹傳統老行業及新興行業，帶領觀眾認識台灣珍貴的傳承技藝文化，及隨著時代潮流新興發展的行業。不僅藉由各地即有的行業俗語或新創作行話俗語不僅認識各行業的特色，建立珍貴的影音語料庫；亦透過新行業的行話認識台語新詞，以擴增台語新詞詞彙的生成與傳播。

2. 經費需求

臺語台提供各類臺語內容節目及服務，預估總經費需求計有勞務成本 5 億 8,499 萬 6 千元、管理費用 3,485 萬 4 千元及固定資產投資 1,000 萬元，共計 6 億 2,985 萬元。

3. 預期效益

茲列舉各部門相關工作重點目標之預期效益如下：

(1) 節目部：

A、台語台為大眾傳播的重要媒介，除了傳播正確無誤的台語文資訊外，更要讓台語台節目成為各個不同母語的族群也都能喜愛的電視台，透過台語、透過台語製作的優質內容，認識台灣人的溫厚善良、認識台灣這塊土地的珍貴美好，讓台語透過節目的傳播，發揮主流媒體的最大影響力，讓台語在日常生活中自然而然地被聽見、被運用、被傳播、被喜愛、被自然而然地拿來溝通與交談。讓台語不要成為另一個艱難的、高門檻的語文學科，而是成為人人樂於運用、溝通、分享、傳播的流行文化。

B、戲劇是影視人才的重要搖籃，台語台將藉由台語戲劇的大量製作，培養優秀的演藝人才和創作團隊，讓台語戲劇成為台灣內容產業另一個亮點。短片徵選，在第一階段的培養新血；電視電影，進一步強化團隊的說故事能力；連續劇、類型劇、現代劇、時代劇…等的製播，則以更高規格創造出高質感、

好口碑的影視作品。

- C、透過兼顧各族群的節目類型製播，讓台語不再是中南部的、熟年的、鄉下的…專有名詞，而能成為各世代間溝通時所使用的語言。綜藝節目營造快樂的學習氛圍、兒少節目讓孩子樂於在台語的語境中學習、生活節目帶領觀眾到台灣的每個生活現場、藝文節目可以重現歷史現場與文化軌跡。傳統戲曲的轉播，則可以串聯一代一代的情感，讓歌仔戲、布袋戲的魅力永遠流傳。
- D、強化短影音平台《DAY DAY 台語台》的經營與推廣，主攻年輕族群的收視光譜，讓說台語成為一件很潮的事情。藉由優質節目製播的腳步，走入台灣各鄉鎮、各角落、各家庭中，讓台灣被看見、讓台語被聽見。

(2)新聞部

- A、讓媒體成為橋梁，引領政府在制定政策過程中聽見民意，達到公共治理的目標。
- B、讓台語透過新聞的傳播，發揮主流媒體的影響力，讓台語在日常生活中自然而然地被運用、被傳播、被喜愛。
- C、一源多用，透過社群媒體推播台語新聞內容，打破同溫層，接觸更多元的觀眾。
- D、藉由製作台語新聞，培養優秀的台語新聞人才。
- E、透過新聞內容，建構台語新詞，讓台語正常化，成為能論述萬事萬物的語言。

(3)行銷企劃部

- A、透過台語新聞傳播、台語新媒體企畫等完整學期課程規劃，從校園開始培養台語影視人才、吸引青年進入台語影視產業。另為擴大台語人才的培養管道，配合台語文影視產業需求持續推出「配音人員培訓」等課程，培養至少 20 名配音相關人才，並輔導至少 5 人投入台語台自委製、合資合製及各類頻道、新媒體影音製作配音。另在官網透過台語產業人才庫，

進一步促進媒合人才進入台語影視產業鏈。

- B、以年度新增 500 個新詞字彙為目標，系統性分類蒐集以增進台語文之豐富度及現代性。透過各類網路原生內容與快閃店、校園推廣、結合線上台語文辭典等方式，提升台語新詞使用率、增進台語現代性。
- C、透過合資方式，媒合優良台語劇本創作、民間影視製作團隊與外部資金，持續合製至少 2 部優質台語戲劇，除可以更充裕資金支持拍攝品質、降低台內成本壓力，並能借重外部經驗與視角，增加戲劇多元性，並促進台語影視產業間之良性合作互動。
- D、與學界、產業界合作，推動台語語言模型訓練，持續開發台語文字幕、資訊播報、文字記錄、台語文特定領域知識對話等應用，至少完成一式應用開發，將 AI 導入台語影視與新媒體製作流程，增加生產效率，並提升趣味性、知識性。
- E、製作 100 支網路原生內容、頻道內容改製短影音，上傳至台語台之各新媒體與社群平台，兼顧趣味性、知識性。YT、FB、IG 等各平台觀看數合計年增率 5 - 10%。
- F、透過持續徵集之 10 首台語新創兒歌，輔以動畫呈現及帶動唱等受兒童歡迎方式，推播至校園，使兒童自幼沉浸於優良母語歌曲，為母語扎根。
- G、配合台語電影七十周年及台語台七周年台慶，策畫至少三系列、至少 13 部經典台語電影及台語台自製之「台語有影」系列電視電影，於頻道及線下影展，輔以專業講評，使民眾了解台語電影史及語言文化傳承。

(4)南部中心：

- A、提升南臺灣的媒體製播資源。

目前南部中心正極力規劃具在地特色節目，及引進影視人力的回流及資源的長期駐留的節目。

- B、彰顯南臺灣的在地多元觀點。

南部中心的節目方向，是以彰顯南台灣的多元觀點為出發點，所以節目的發想及製作也是具南部特色。如：《光榮島轉來 PLUS》是以全家挑戰夜市遊戲來奪得全家的獎品。《黑白威廉 FIGHTING》是讓主持人坐著台灣唯一的透明巴士，前往台灣的各地社區跟民眾互動。《半點鐘 講人生》是邀請南台灣各行各業的人士，利用半小時來講他們的各式各樣的人生。這幾個節目都是利用南部的人事物來彰顯南部社會的多元觀點。

C、增加南臺灣民眾對於臺語台的接觸機會。

南部中心成立兩年來，極力拉近與民眾的距離，除了節目會與粉絲眾多的高雄市立圖書館合作及推廣(半點鐘 講人生)，現行的節目錄製更開放觀眾入場(光榮島轉來 PLUS)。同時南部中心也積極參與公共問責及開放攝影棚觀眾導覽活動。115 年更於原有的文藻學院的 MOU 活動外：更規劃增加義守大學的 MOU 課程，讓更多人更近接觸，進而更加了解公視臺語台。

同時目前兩個節目《光榮島轉來 PLUS》及《半點鐘 講人生》則是開放民眾入場參與節目錄製。

D、提供南臺灣在地製作臺語節目的專業環境。

臺語台除 114 年度在南部將新聞棚重新建置更完全，以迎接 115 年月開始《逐工新聞》(早起新聞、中晝新聞)兩節新聞將南移製播之外，115 年更將原有小劇場改善成多用途的攝影棚。在硬體的加強之餘，南部中心仍秉持著社會良心的職責，開設相關課程吸引年輕人外，也將製作節目的機會，開放給傳播媒體的年輕人，期待藉由實務經驗帶給新血不一樣的成長機會。

E、培養南臺灣在地臺語文創作及傳播人才。

南部中心新聞群，兩年來持續帶動台語文傳播。115 年將繼續辦理《小小主播營》活動。除此之外，將增加由在地年輕人所主持的《青年論壇》。南部中心節目群則積極在節目製作

環節陸續發掘在地喜歡台語文的創作者一起加入製作行列。

F、提高大眾對南臺灣地方文化活動與藝文發展的能見度。

南部中心開播以來開始製播的《文化相放伴》著重在南部藝文團體、個人及文化活動，至今已在南部地方建立不可撼動的重要地位，115 年度將持續製作本節目。此外，生活綜合類節目《幸福好厝邊》亦時常邀訪或是拜訪南部地區的重要藝文活動場地，大大提升南臺灣地方文化活動與藝文發展的能見度。

G、強化大眾對於南臺灣新聞事件與議題的理解。

南部中心擁有屏東、澎湖、高雄、台南及嘉義的駐地記者，每天回報最即時的新聞；同時各地駐地記者群皆為當地在地人，在當地長久蹲點，能以最在地的觀點，最貼近當地人感受的角度來製播新聞，強化大眾對於南臺灣新聞事件與議題的理解。

H、強化年輕世代參與南臺灣新聞事件與議題的參與與產製。

南部中心已錄製兩年的《新聞看南方》就是讓年輕人發聲的新聞論壇節目，《公民咱新聞》則主動發掘對新聞傳播有興趣的年輕人參與製作。115 年起將製作《青年論壇》及《新聞論壇》論壇節目，此二節目皆為年輕世代量身打造，促進青年參與的節目。在製作面上，115 年起將陸續開放年輕新血進入兩節目之製作，以實作代替上課。

I、深化大眾對於南臺灣地方文化發展脈絡的認識。

節目群製作之《文化相放伴》節目為南部中心持續製作、記錄台灣地方文化脈絡的節目。114 年下半年起製作之《半點鐘 講人生》節目內容設計主持人以當事人第一視角，深入介紹地方文化與人的故事，上述節目內容設計皆能深化大眾對於南臺灣地方文化發展脈絡的認識。

(四)國際影音平台

本年度計畫達成的總體目標包括以下 5 項：

- (1)基於現有平台內容多元與產製量能穩定成長，據此採取擴大與國際媒體平台的鏈結交流，提供新聞內容、製作跨國合作合製節目。基於公共媒體服務之任務與原則，增加多語文服務選擇、精選製作重點節目之不同語種版本，以利非英語國家觀眾之接觸及選擇。
- (2)強化 YouTube 頻道分眾策略與 KPI 管理，優化短影音 IP 開發與社群互動機制，掌握節目、新聞與網站內容的 AI 技術應用，包括自動摘要、語音轉譯與推薦演算法，提升內容生產效率與觀眾黏著度。
- (3)現有的先進數位主控中心、器材與系統軟硬體持續升級，可支援全球常用之多元直播訊號格式，包括 4K 高畫質播放。分階段重構網站技術架構與跨裝置觀看體驗，確保平台可用性與擴充性符合業界標準，並具若干領先性。
- (4)持續深化在職記者、製作人、數位節目製作、國際行銷人員等相關職能進修，以及管理流程檢視，建立有系統之訓練制度。除自有專業能力精進，持續建立與校園實習合作、提供業界導師課程，續向國際影音產製人才培育環境邁進。
- (5)藉由公廣集團資源之有效運用與整合，調整營運場域空間效能、精進組織管理，以有利於內容產製之穩定，善盡永續經營責任。因應平台之任務特性、地緣局勢變動與風險管理意識，持續強化數位資產備援、媒資管理、依規辦理強韌資安等三級防護，確保 TaiwanPlus 組織本體，及數位營運執行順暢穩定。

1. 計畫重點

本年度各部門相關工作重點目標如下：

(1)新聞部：

- A、全球新聞網絡布局，設立特約記者據點，以國際視野挑選全球戰略性城市（如華府、倫敦、東京、新加坡等），部署特約記者或自由特派，建立快速應變機制，強化 TaiwanPlus 的全

球即時新聞採集與報導能力。

- B、開發以社群為導向的英語新聞新節目，針對不同需求，開發社群導向的新聞節目，以更靈活的編播形式觸及多元受眾，提升節目多樣性與觀眾黏著度。
- C、拓展國際觸角，爭取成為 ENEX 等國際新聞夥伴聯盟成員，透過新聞共享、資源交換、聯合製播機制，提高 TaiwanPlus 在國際新聞供應鏈中的參與度與曝光率。與 CNN 等國際主流媒體共同製作特別企劃，安排 TaiwanPlus 與 CNN 記者針對區域、地緣政治、科技等重大議題對談，提升內容層次與國際信任感。
- D、優化數位新聞室及 AI 工具導入，運用 AI 工具進行語音轉譯與內容摘要，以及生成式 AI 與語意標記技術，推播新聞至各社群平台，提升新聞製播效率與內容擴散彈性。培訓記者使用 AI 技術進行國際資訊真偽審核，強化報導可信度。
- E、培養台灣英語新聞人才與內容創作者，建立 TaiwanPlus 英語新聞人才庫，提升台籍記者、主編、製作人比例，提供職能進階培訓與跨國工作坊，厚植英語內容製作能量。

(2)節目部：

- A、YouTube 策略再優化，製作人和企劃共同負責的 4 個 YouTube 頻道和官網，規劃節目和相關策展，全部一條龍操作，YT 頻道強調分眾化與短影音演算法驅動內容，精確設定頻道 KPI 目標。
- B、針對電視頻道前進不同國家的策略和 YT 頻道的不同需求，確認未來電視頻道僅限普級節目進行電視播出，強化內容與平台屬性對位。
- C、英文內容協助制度化，持續打造影音國家隊，優化英文內容製作過程，除了完成第一階段為合作團隊上課的 Styleguide 工作坊外，從節目前製企劃階段開始，即提供 Copyeditor 合作服務，包括製作期間和後製，全方位輔導。
- D、深化國際合作案，開發適合的題材和國際媒體合作。以「跨國

故事」、「議題共感」為導向主題發展合作企劃。

E、精選 TaiwanPlus 自製節目增加法文、西班牙文、德文和日文等多語版本字幕，擴大影響力，提高全球能見度。

F、根據不同華語學習需求，推出 Mandarin In TaiwanPlus 系列節目，逐步建立平台以外的夥伴關係。

(3)工程製播部：

A、更新擴充副控及攝影棚部分設備，加強新聞及節目錄製品質與豐富視覺運用。

B、規劃建置器材設備及系統軟硬體維護，確保與公視主控雙向訊號穩定。

C、提供 NCC、MOD 及相關系統業者數據及節目資訊，統整各製作單位自製及委製內容進行頻道排播，豐富頻道能見度。

D、全平台內部新聞及節目製作動畫、圖卡及各式圖表設計，對外之官網包裝、APP 行動裝置及公關活動等總視覺規劃。

E、電視轉播及社群平台製作專題報導之主視覺設計規劃。

(4)社群暨國際策略部：

A、強攻短影音內容，呼應全球社群平台內容趨勢打造針對國際受眾設計的高互動短影音，提升曝光與擴大非核心圈層觸及率，打造屬於 TaiwanPlus 原創短影音 IP 與品牌力。

B、強化台灣的國際連結，並深化台灣價值傳遞，也將台灣的故事融合國際脈絡，提升全球觀眾的共鳴感與提升台灣在國際社群上的能見度。

C、掌握全球社群平台演算法更新趨勢（如 YouTube Shorts 與 Instagram Reels 的新流量入口、平台介面調整），並導入動態策略調整流程。定期進行競品分析與話題熱度追蹤，建置快速製作與應變流程，確保 TaiwanPlus 內容在變動中仍具高反應力與時效性，維持社群熱度與話語權。

D、布局國際 KOL 與 TaiwanPlus 的內容共創機制，推動內容共創與社群合作，打造「台灣與世界對話」的開放型媒體社群網絡。

(5)公共服務暨行銷部：

- A、深化 TaiwanPlus 國際內容授權與合作網絡，延續 114 年國際授權成果，進一步拓展亞洲以外地區之合作機會，包含航空機上娛樂系統、國際媒體、國際 OTT 平台等多元管道，提升 TaiwanPlus 內容在全球媒體版圖的能見度。
- B、強化海外市場在地化行銷策略與年度主題規劃，針對優先市場（如印度、馬來西亞、歐洲等）擬定在地化年度行銷計畫，搭配節慶、國際議題等時機推出整合性品牌活動，並搭配社群互動專案，提升觀眾黏著度與品牌認同。
- C、提升 TaiwanPlus 整體品牌影響力與公眾參與，持續辦理具指標性之媒體活動、記者會與主題展覽，擴大新聞稿與電子報投遞對象群，善用多語平台進行跨國內容推廣；強化品牌敘事與故事行銷手法，積極經營媒體與公眾關係。
- D、建立策略溝通機制，積極管理品牌議題與危機，對多元利害關係人與社會關注議題，建構快速應變之議題回應與風險控管流程，定期進行內部危機模擬與外部輿情監測，確保 TaiwanPlus 品牌穩定發展並維持國內外信任基礎。
- E、與國內大專院校合作企業實習，強化國際傳播人才培育機制，及與國內大學相關科系建立長期合作夥伴關係，辦理實習說明會、業界導師課程及媒體參訪活動，提升 TaiwanPlus 實習計畫之可見度與吸引力，鼓勵學生參與實習並投入國際傳播領域，培育具備全球視野與新媒體素養之青年人才。
- F、運用精準廣告投放策略，擴大內容觸及與觀眾基礎，透過跨平台付費廣告，鎖定具潛力之目標觀眾群進行精準行銷，提升 TaiwanPlus 原創節目與新聞內容之曝光與觀看次數。依據不同平台特性調整內容策略，如：於 YouTube 聚焦影音節目預告與話題短片、X 推廣即時新聞與議題互動、LinkedIn 則強化品牌形象與政策倡議內容，結合數據分析持續優化投放成效，強化內容傳播力與平台影響力。

(6)技術部：

- A、提升平台數位主控中心訊號傳輸服務質量，因應未來平台與國外各 OTT (Over-The-Top) 平台之間的頻道傳輸合作需求，數位主控中心將計畫完成多種頻道直播訊號的傳輸方式建置準備，包括：一般的 SRT (Secure Reliable Transport) 頻道直播訊號、帶有 SCTE-35 廣告插入標記的直播訊號，以及支援對方主動呼叫模式 (Caller Mode) 的直播訊號類型，滿足外部平台對即時性與控制權的需求，也拓展 TaiwanPlus 頻道作為內容來源方的靈活性與技術對接能力。
- B、平台網站與 App 計畫新增會員登入功能，讓使用者可享有更一致且個人化的操作體驗。並規劃將提供多種登入選項及提供多項會員專屬功能，讓使用者能更輕鬆的管理個人內容與偏好，也讓平台能進一步理解使用行為，提供更具精準度與吸引力的影音內容。此一功能預計將對提升平台使用率與回訪頻率有助益，並為後續深度互動與會員經營奠定基礎。
- C、為提升 TaiwanPlus 網站整體效能與未來擴充性，將全面進行網站架構重構，由現行以 MVC (Model-View-Controller) 結合 Vue 2 的架構，轉換為以 Nuxt 框架搭配 Vue 3 的現代化技術架構，為網站長期發展奠定穩固基礎。除了有助於提升網站的 SEO 成效，進一步強化網站的可見性與流量表現，也讓網站的程式碼更加模組化與彈性，有利於未來功能開發與維護管理，提升整體開發效率與維運品質。
- D、平台規畫將支援解析度高達 3840x2160 像素的影片，搭配大尺寸螢幕裝置，如智慧電視、4K 顯示器與高階行動裝置，能呈現更細緻的影像層次與更真實的色彩表現，讓使用者在觀賞平台新聞或節目影片時，享有更具臨場感與沉浸感的視覺體驗。同時導入 H.265 (High Efficiency Video Coding) 影像壓縮技術，有效節省頻寬並減少緩衝等待時間，讓使用者即使在中等網速的情境下，也能享受穩定、高畫質的串流影

片。對平台而言，亦能降低整體影音儲存與傳輸成本，提升資源使用效率。

- E、為強化平台數位影音內容的儲存、管理與調用效率，將與公視共同規劃建置完整的媒資管理系統，並與現行已啟用的新聞製播系統進行整合。此系統將做為新聞與節目影音檔案、文稿等素材的入庫與存檔平台，提供穩定且具系統化的資源管理環境，便利後續平台內容製作與應用。
- F、為強化平台資安治理與營運韌性，首先將辦理業務持續運作演練與資通安全內部稽核，驗證應變能力並識別風險，提升制度落實成效。並定期召開由高階主管主持之資安管理審查會議，綜整檢討風險與改善進度，作為決策依據。另平台已通過 ISO/IEC 27001:2022 認證，並將辦理續評作業，同時規劃取得雲端資安國際標準 ISO 27017 認證。資安防護方面，持續維運防毒軟體、端點偵測與回應系統、資安弱點通報機制、網路防火牆、入侵偵測與防禦機制及應用程式防火牆等防禦措施，持續執行資安威脅偵測與通報機制，提供 7x24 即時資安威脅監控與事件研析。此外，將定期辦理安全性檢測與資安健診，即早發現並修復潛在資安風險，並透過教育訓練與社交工程演練，提升同仁資安意識與應變能力，全面降低人為風險。

(7)行政部：

- A、加強補助款預算專案管理機制，嚴謹控管追蹤支出比例，定期提醒各單位驗收與查核時點，並追蹤支出數據；推動耗材與辦公用品集體採購，有效降低預算支出。
- B、強化專業職能培訓，涵蓋消防、勞安、醫護、兩性平權、身心靈健康等領域，鼓勵員工考取專業證照，提倡安全使用 AI 工具，提升行政作業效率與智慧化程度。
- C、推動集團資源整合共享，包含共用工作空間規劃、硬體設施及軟體平台，以減少重複投資與資源浪費，提升整體營運效益。同集團資源共享機制，包含工作場域、攝影棚、硬體及軟

體等，善用租用減少浪費。

D、落實綠色辦公理念，於工作場所推行環保措施，積極倡導資源回收再利用、節能減碳，營造永續發展的工作環境。

(8)數位分析室：

A、延續 114 年之「國際策略發展研究委託案」第二期「美國、加拿大、澳洲與日本之電視產業發展與頻道上架研究案」結案，了解美洲及亞洲太平洋地區電視市場狀況、電視法規及最適合作上架業者，作為頻道落地之規畫參考。

B、啟動 115 年「國際策略發展研究委託案」第三期「印尼、菲律賓、馬來西亞與越南之電視產業發展與頻道上架研究案」，以了解東南亞地區電視市場狀況、電視法規及最適合作上架業者，作為頻道落地之規畫參考。

C、依文化部 KPI 要求執行 115 年度觀眾滿意度調查。

D、為確保節目部產製之內容符合國際觀眾興趣，將執行 6 場節目前置節目概念焦點團體對外籍人士進行意見調查。

E、配合執行公共價值評量。

F、觀察數位媒體產業發展趨勢及平台數位策略調整建議。

G、長期追蹤國際數位媒體趨勢，以了解產業最新發展動態，做為策略擬定之參考。

2. 經費需求

國際影音平台提供國際傳播服務，預估總經費需求計有勞務成本 7 億 7,000 萬元及固定資產投資 3,500 萬元，共計 8 億 500 萬元。

3. 預期效益

各部門相關工作重點目標之預期效益如下：

(1)新聞部：

A、建立 TaiwanPlus 國際新聞品牌，透過常設駐點與自由特派的靈活機制，有助於累積全球新聞報導實績，提升品牌在國際新聞圈的認可度。擴展議題涉獵範圍，派駐多元地理區域的

記者可深化報導區域政治、經濟、社會等議題，強化 TaiwanPlus 全球視角。

B、透過量身打造的新聞形式與內容，吸引不同語言、文化、年齡層的觀眾，擴大 TaiwanPlus 的受眾版圖，並促進節目創新與多樣性，社群驅動的節目形式鼓勵內容製作創新，有助於突破傳統新聞框架，活化 TaiwanPlus 內容生態提升節目多樣性與觀眾黏著度。

C、提升國際能見度與信任度，加入如 ENEX 等國際新聞聯盟，有助於 TaiwanPlus 與全球主要新聞網絡建立連結，擴大報導曝光與引用。透過新聞共享、資源交換、聯合製播機制，提高 TaiwanPlus 在國際新聞供應鏈中的參與度與曝光率。深化國際媒體合作關係，與 CNN 等國際主流媒體共同製作特別企劃，安排 TaiwanPlus 與 CNN 記者針對區域、地緣政治、科技等重大議題對談，透過合作模式，可共享影像、採訪資源及素材，節省成本、加速製作流程，提升內容層次與國際信任感。

D、導入 AI 工具進行語音轉譯與內容摘要，以及生成式 AI 與語意標記技術，推播新聞至各社群平台，提升新聞製播效率與內容擴散彈性。培訓記者使用 AI 技術進行國際資訊真偽審核，強化報導可信度。

E、建立人才庫與系統化培訓機制，確保 TaiwanPlus 未來具備穩定且專業的內容製作團隊，培養長期內容產製動能。深化國際合作與交流，舉辦跨國工作坊與培訓能提升內容團隊國際視野，建立與海外媒體與創作者的聯繫管道，促進雙向合作。

(2)節目部：

A、設定每頻道年度之成長目標（如觀看數、互動率、訂閱數等），提高觀眾黏著度，同時規劃 TaiwanPlus Docs 和 Arts and culture 的 YT 頻道在 115 年度各增加 20%訂閱人數。

B、依據紀錄片、教育學習、文化表演藝術、生活資訊、綜合等類型開發各種內容，除強化不同類型 YT 頻道特色外，同時提供

普級節目給電視頻道前進不同時區和不同國家。

- C、推動英文 Styleguide workshop 制度化，建立雙語製作人才養成機制。強化與優秀製作團隊的合作模式，建立內容共創平台。同時參考數據結果機動調整內容製作流程及市場推廣策略，保持合作方與 TaiwanPlus 平台內容的競爭力。
- D、至少完成三檔國際合製節目的規劃，透過與不同媒體/平台夥伴的合作，提升台灣內容在國際市場的曝光，除了打開 TaiwanPlus 的國際知名度，同時透國際合作的方式讓台灣創作團隊增進和國際製作團隊交流機會，與世界流行文化表現形式同步成長，用貼近國際觀眾的視覺語言敘述台灣動人故事。
- E、挑選瀏覽數表現出色或是搜索性高的自製節目，搭配多國的不同語版字幕，推廣台灣文化，在各國不同平台露出，建立國際品牌定位。同時強化 TaiwanPlus 作為一個國際化內容平台的品牌形象，並積極展現平台在亞洲及全球市場的競爭優勢。
- F、規劃和國際知名華語學習平台合作，將 TaiwanPlus 生產的內容，納入線上教材的一部分，快速進入國際華語學習市場，擴大影響力。

(3)工程製播部：

- A、更新擴充副控及攝影棚部分設備，加強新聞及節目錄製品質與豐富視覺運用。
- B、規劃建置器材設備及系統軟硬體維護，確保與公視主控雙向訊號穩定。
- C、提供 NCC、MOD 及相關系統業者數據及節目資訊，統整各製作單位自製及委製內容進行頻道排播，豐富頻道能見度。
- D、全平台內部新聞及節目製作動畫、圖卡及各式圖表設計，對外之官網包裝、APP 行動裝置及公關活動等總視覺規劃。
- E、電視轉播及社群平台製作專題報導之主視覺設計規劃。

(4)社群暨國際策略部：

- A、透過符合全球趨勢的短影音內容，有效觸及年輕、國際化的

非核心圈層觀眾。打造屬於 TaiwanPlus 原創短影音 IP 與品牌力，建立 TaiwanPlus 的短影音原創 IP，有助於在資訊流中強化品牌印象與差異化定位。設計高互動性的內容格式（如投票、留言、二創），提高觀眾停留時間與參與率。在符合社群平台演算法偏好的內容形式（如 Reels/Shorts）更容易被推薦與分享。

- B、台灣議題融合國際語境與價值觀，更容易引起全球觀眾共鳴並被主流社群接受，也將台灣的故事融合國際脈絡，提升全球觀眾的共鳴感與提升台灣在國際社群上的能見度，有助於國際公眾理解台灣的文化、歷史與現況，能有效串聯海外台灣議題。
- C、掌握全球社群平台演算法更新趨勢（如 YouTube Shorts 與 Instagram Reels 的新流量入口、平台介面調整），有助於內容持續取得自然流量曝光。並導入動態策略調整流程，在多變平台環境中維持 TaiwanPlus 的可見度與議題主導力。定期進行競品分析與話題熱度追蹤，建置快速製作與應變流程，確保 TaiwanPlus 內容在變動中仍具高反應力與時效性，維持社群熱度與話語權。
- D、透過 KOL 自身社群發酵 TaiwanPlus 內容，拓展至更多語言圈與文化背景受眾。與具國際影響力的 KOL 推動內容共創與社群合作，有助提升 TaiwanPlus 內容的公信力與分享意願。相較單向發布，KOL 共創可促進討論、回饋與再製，增強社群活絡性。

(5) 公共服務暨行銷部：

- A、提升 TaiwanPlus 國際內容能見度與傳播力。
- B、建立海外市場品牌認同與觀眾黏著度。
- C、擴大品牌影響力與公眾參與程度。
- D、培育具國際視野之青年傳播人才。
- E、強化內容精準行銷與跨平台影響力。

(6)技術部：

- A、強化與國際 OTT 平台技術接軌，支援多種串流格式與廣告標記規格，提升內容輸出彈性與國際合作機會，有助於與國外串流平台快速整合。
- B、強化跨裝置體驗與便利性，提升使用者黏著度與平台互動率，新增會員登入功能，會員帳號可跨平台使用，讓操作更一致、便利。優化推薦演算法與內容精準度，掌握使用者偏好行為，提供更符合興趣的影音內容，提升個人化體驗。
- C、網站架構重構，提升 SEO 表現與搜尋能見度。以前端的 Nuxt+Vue3 技術重構網站，增強網站維護效率與擴充彈性，支援未來多樣需求。加速開發流程與功能部署，現代化前端技術可快速推進新功能上線與迭代。
- D、支援 4K 與 H.265 壓縮技術，提升視覺體驗，降低頻寬與儲存成本，以高效率壓縮格式可減少傳輸與儲存資源使用。增強平台影音品質競爭力，藉由提供高畫質播放服務，吸引高端用戶並強化品牌形象。
- E、建置媒資管理系統，提升素材儲存、檢索與轉檔效率，強化內容再利用與製作支援，媒資系統有助於快速調用歷史內容，提高內容產製效率。確保資料安全與永續保存，具備權限控管與備份功能，降低遺失風險並保障長期可用性。
- F、強化資安治理，提升資安防護與應變能力。依循法規要求與國際標準，完成 ISO 27001 續評並規劃 ISO 27017 認證，強化合規基礎。增強平台營運韌性與信任度，結合防護技術與內部稽核機制，提升整體資安與營運穩定性。

(7)行政部：

- A、各單位補助款執行進度每月更新一次，並達成年度 12 次補助款執行進度。
- B、建立通用耗材與辦公用品集體採購，預期年度辦公用品成本降低 10%以上。

- C、全體員工每人每年完成至少 15 小時職能訓練，涵蓋急救、消防、勞安、兩性平權等主題。
- D、推廣共乘制度、鼓勵短程搭乘捷運，預計全年節省計程車費 8%以上。
- E、成立跨部門共享協調小組，每季舉行整合會議一次以追蹤執行進度。
- F、減少耗電與空調浪費，整體能耗年減少 5%以上。

(8)數位分析室：

- A、「國際策略發展研究委託案」第二期(美國、加拿大、澳洲、日本)與第三期(印尼、菲律賓、馬來西亞、越南)計畫，研究成果預計將取得研究標的國之電視市場現況、產業發展趨勢、相關電視法規以及頻道上架適合合作業者之資料，將可作為未來頻道落地不同市場之前期規畫參考。
- B、「觀眾滿意度調查」將延續過往之研究方向，將針對 TaiwanPlus 之三個目標受眾「海外外籍觀眾、在台外籍人士觀眾、在本國籍對於英語頻道有興趣觀眾」進行調查，預期可就三族群對於 TaiwanPlus 之品牌形象、對於新聞/節目內容產製滿意情況及期待調整方向進行瞭解及長期追蹤，作為內容產製及行銷推廣之參考依據。
- C、「節目前置概念焦點團體」預期將在節目產製前期，預先收集目標觀眾族群對於節目概念接受度與調整建議回饋予內容產製單位，強化節目走向更符合目標觀眾需求。
- D、配合執行「公共價值評量」，將提供 TaiwanPlus 之各項質化調查及量化成效資料，輔助公廣集團之公共價值評量調查能完整涵蓋 TaiwanPlus 資料，作為整體公廣集團是否符合公共價值之參考依據。
- F、國際媒體趨勢研究，將持續關注數位媒體產業走向、媒體科技發展趨勢、社群媒體及演算法變化，作為 TaiwanPlus 在快速變遷的數位媒體時代的媒體及社群策略基礎。

三、本年度預算概要

(一)收支營運概況

1. 本年度勞務收入 9 億 3,521 萬 3 千元，較上年度預算數 10 億 3,844 萬 1 千元，減少 1 億 322 萬 8 千元，約 9.94%，主要係文化部減少專案補助計畫收入所致。
2. 本年度銷貨收入 1 億 6,480 萬元，較上年度預算數 1 億 3,000 萬元，增加 3,480 萬元，約 26.77%，主要係預計推出多部戲劇等節目致版權收入增加所致。
3. 本年度受贈收入 7,000 萬元，和上年度預算數 7,000 萬相同。
4. 本年度政府補助基本營運收入 27 億 6,463 萬 1 千元，較上年度預算數 29 億 6,469 萬 2 千元，減少 2 億 6 萬 1 千元，約 6.75%，主要係文化部捐贈臺語台製播及有線廣播電視業發展基金捐贈減少所致。
5. 本年度其他業務收入 1,868 萬 8 千元，較上年度預算數 1,857 萬 4 千元，增加 11 萬 4 千元，約 0.61%，主要係轉播站機房及鐵塔租金收入增加所致。
6. 本年度財務收入 3,700 萬元，較上年度預算數 3,140 萬 4 千元，增加 559 萬 6 千元，約 17.82%，主要係預期資金存量增加致孳息收入增加所致。
7. 本年度其他業務外收入 110 萬元，較上年度預算數 100 萬元，增加 10 萬元，約 10.00%，主要係臺語台雜項收入增加所致。
8. 本年度勞務成本 34 億 6,466 萬 8 千元，較上年度預算數 37 億 4,470 萬 8 千元，減少 2 億 8,004 萬元，約 7.48%，主要係臺語台節目製播支出減少所致。
9. 本年度銷貨成本 5,256 萬 7 千元，較上年度預算數 4,646 萬 5 千元，增加 610 萬 2 千元，約 13.13%，主要係預期節目版權收入增加，權利金分成成本相對增加所致。
10. 本年度管理費用 5 億 4,672 萬 3 千元，較上年度預算數 5 億 3,629 萬 3 千元，增加 1,043 萬元，約 1.94%，主要係晉升調薪人事費用

增加所致。

11. 本年度其他業務支出 100 萬元，和上年度預算數 100 萬元相同。
12. 本年度其他業務外支出 1 億 6,726 萬 4 千元，較上年度預算數 1 億 4,086 萬 8 千元，增加 2,639 萬 6 千元，約 18.74%，係認列受贈華視長期股權投資損失增加所致。
13. 以上總收支相抵後，計短絀 2 億 4,079 萬元，較上年度預算短絀數 2 億 1,522 萬 3 千元，增加短絀 2,556 萬 7 千元，約 11.88%，主要係採權益法認列投資損失增加所致。

(二)現金流量概況

1. 業務活動之淨現金流入 1 億 6,168 萬 3 千元。
2. 投資活動之淨現金流出 2 億 2,474 萬 2 千元，包括增加不動產、廠房及設備 1 億 6,885 萬 4 千元、增加無形資產及其他資產 1,608 萬 8 千元及增加流動金融資產及短期墊款 3,980 萬元。
3. 籌資活動之淨現金流入 7,635 萬 9 千元，包括增加短期債務、流動金融負債及其他負債 525 萬 9 千元、增加基金及公積 7,110 萬元。
4. 現金及約當現金之淨增 1,330 萬元，係期末現金 11 億 2,919 萬 3 千元，較期初現金 11 億 1,589 萬 3 千元增加之數。

(三)淨值變動概況

本年度期初淨值 69 億 2,563 萬 7 千元，減少本年度短絀 2 億 4,079 萬元，加計本年度捐贈基金增加數 7,110 萬元，期末淨值為 67 億 5,594 萬 7 千元。

四、前年度及上年度已過期間預算執行情形及成果概述

(一)前年度決算結果及成果概述

1. 決算結果：

- (1)勞務收入決算數 14 億 7,093 萬 1 千元，較預算數 10 億 5,598 萬 1 千元，增加 4 億 1,495 萬元，約 39.30%，主要係 111 年及 112 年國際影音平台節目於 113 年驗收結案所致。
- (2)銷貨收入決算數 1 億 7,395 萬 3 千元，較預算數 1 億 7,000 萬元，增加 395 萬 3 千元，約 2.33%。
- (3)受贈收入決算數 8,167 萬 8 千元，較預算數 6,900 萬元，增加 1,267 萬 8 千元，約 18.37%，主要係教育部《112 安全教育影片製作暨公視教育資料網》於 113 年核結所致。
- (4)政府補助基本營運收入決算數 29 億 5,817 萬 5 千元，較預算數 30 億 151 萬 3 千元，減少 4,333 萬 8 千元，約 1.44%，主要係有線廣播電視事業發展基金捐贈較預算數減少所致。
- (5)其他業務收入決算數 2,124 萬 6 千元，較預算數 1,950 萬元，增加 174 萬 6 千元，約 8.95%。
- (6)財務收入決算數 4,220 萬 9 千元，較預算數 2,750 萬元，增加 1,470 萬 9 千元，約 53.49%，主要係資金有效運用(增加定期存款)及利率調升所致。
- (7)其他業務外收入決算數 464 萬 1 千元，較預算數 100 萬元，增加 364 萬 1 千元，約 364.10%，主要係增加《楊麗花紀錄片出資整合行銷宣傳》及《緯創-勇闖天際線 USB 製作》執行案所致。
- (8)勞務成本決算數 34 億 3,503 萬 7 千元，較預算數 38 億 1,879 萬 2 千元，減少 3 億 8,375 萬 5 千元，約 10.05%，主要係節目製作有跨年度情形所致。
- (9)銷貨成本決算數 6,246 萬 6 千元，較預算數 4,584 萬 1 千元，增加 1,662 萬 5 千元，約 36.27%，主要係合資節目《我的婆婆怎麼那麼可愛 2》及《不夠善良的我們》銷售分成支出較高所致。
- (10)管理費用決算數 5 億 359 萬 3 千元，較預算數 5 億 5,617 萬 7 千元，減少 5,258 萬 4 千元，約 9.45%。
- (11)其他業務支出決算數 6 萬 2 千元，較預算數 100 萬元，減少 93

萬 8 千元，約 93.80%，主要係處分及報廢不動產、廠房及設備損失較預計數減少所致。

(12)其他業務外支出決算數 1 億 9,290 萬 9 千元，較預算數 1 億 4,823 萬 4 千元，增加 4,467 萬 5 千元，約 30.14%，主要係華視廣告收入不如預期及電費、地價稅、借款利息調漲支出增加所致。

(13)以上總收支相抵後，計賸餘 5 億 5,876 萬 6 千元，較預算短絀數 2 億 2,555 萬元，由短絀轉為賸餘，主要係兒少、臺語台及客台執行項目有跨年度情形，本年度依契約責任及規劃項目保留 6 億 6,581 萬 1 千元，於以後年度執行。

2. 計畫執行成果概述：

公共電視

前年度計畫達成的總體目標包括以下 7 項：

(1)製播多語言優質節目，深耕國際交流，讓世界看見台灣。

A、製播貼近庶民生活產業的生活劇，提供本土戲劇內容。

2024 年 5 月推出原班人馬爆笑回歸的《我的婆婆怎麼那麼可愛 2》，百年餅店老闆娘蘇林彩香「鍾欣凌」帶領黃姵嘉、張書偉、Darren 邱凱偉、王少偉、楊銘威、蘇晏霈、林筳諭，以及一哥洪都拉斯、一哥媽媽 aka 彩香婆婆丁也恬演出。

公視因第一季獲得成功而接續製播第二季，取景地點位於臺南市。上映後平均收視率達到 1.36，在 OTT 平台成為熱播榜冠軍連續一週，上映平台包含公共電視臺、LINE TV、愛奇藝國際版、Hami Video、東森戲劇台、中天娛樂台、MyVideo。

《我的婆婆怎麼那麼可愛 2》獲得 2024 年亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards) 最佳喜劇節目及最佳喜劇主角 (鍾欣凌) 2 項入圍肯定。

B、製播神木の森へ台灣阿里山森林鐵道，不論自由廣場公開播映和頻道播出網路點擊都有不錯成績。持續執行太空計畫國際合資合製前置作業。

- C、完成 2024 國際兒童影展，實體觀影人數 12,000 人，公視+點擊數 20,000 人。
- D、參與 2024 年 INPUT 年會，舉辦公視 Special Session。
- E、首部台灣人視角之二戰時代劇「聽海湧」以日語為主要語言，全片主要演員由台英日美澳與馬來西亞組成，包括飾演澳洲軍事檢察官的周厚安、日本知名劇場演員塚原大助等。內容包含英語、台語。以不同角度讓其他國家看到世界二次大戰台灣的處境。本劇獲選具國際指標性的影展-法國里爾劇集展。成為台灣首部入圍國際全景競賽單元之作品。
- F、現代中年愛情劇集「不夠善良的我們」與台哥大合資合製，入選韓國釜山影展。林依晨打敗中國周迅、韓國朴寶英奪得最佳女主角。
- G、動畫「幽暗小徑的鬼」以台灣白色恐怖時期為背景，導演王登鈺以其詭譎的畫風，勇奪全球最大奇幻影展西班牙錫切斯影展之最佳動畫短片，入圍安錫動畫展競賽單元並入選奧斯卡長名單。
- H、《群山之島與不去會死的他們》藉由影展和版權販售走出台灣：第 2 季第 1 集「來自八千米的無氧告白」入圍第 30 屆維蘇亞洲國際影展（FICA）紀錄片類，將台灣高山之美及台灣登山家的冒險故事推廣至國際。維蘇亞洲國際影展是歐洲創辦時間最早的亞洲電影節，也是歐洲唯一專門介紹亞洲地區電影的電影節；本節目亦販售播映權至香港電訊(PCCW MEDIA LIMITED)。
- I、製播 81 集小公視越南語學習節目《越來越叟鯊》，由知名 YouTuber、越南語講師阮秋姮擔任主持人，結合教育部 12 年國民基本教育 108 課綱—新住民語文課程，讓孩子從小接觸多元文化、認識臺灣不同族群的語言。
- J、越南籍編譯 7 月回母國採訪，製作「湄公河上的台灣島」、「越南移工跨國勞動方程式」兩大專題系列報導，以華越兩語版本

在頻道和網路播出。

K、7月、8月美國共和黨、民主黨先後舉行大會，2位國際記者新聞露出共28次，訪問台灣選舉觀察團的三黨立委、友台議員、重要智庫成員，並且為不同節次新聞製作共不同版本內容，為台灣電視媒體獨有。

L、策略合作金馬影展、釜山電影節、Telefilm 越南國際電影及電視技術展覽會，提升節目品牌影響力，拓展國際知名度。

為了擴大節目影響力，本會也將國際醫療犯罪影集《The Outlaw Doctor 化外之醫》推向華語影壇年度盛事金馬影展中放映，不僅展現公視在國際級作品製作上的企圖心，更提升了公視的品牌形象。首映星光場票券瞬間秒殺，也顯示該劇的高話題性，吸引觀眾關注。

《The Outlaw Doctor 化外之醫》為公視攜手中華電信與瀚草文創聯合製作，金鐘導演廖士涵與詹淳皓聯手打造，結合醫療與犯罪題材，呈現醫療倫理與人性掙扎的複雜交錯，主演陣容包括張鈞甯、連炳發、楊一展、許安植、夏騰宏及蔡亘晏（爆花）等人出席金馬影展放映，星光熠熠，並舉辦映後座談，深化與觀眾的互動，同時提升品牌形象。透過金馬影展的亮相，體現了結合資源挹注與策略合作的能量，更有助於將優質節目推廣市場行銷。

另外，瀚草文創申請文化部影視及流行音樂產業局補助，6月7日於「Telefilm 越南國際電影及電視技術展覽會」舉行首場國際記者會，製作人湯昇榮、導演廖士涵，與演員連炳發、楊一展、Harry Lu 呂晉宇連袂出席，為公共電視首部台越合作影集重返越南，引起台灣及越南媒體大篇幅報導，以及片商的關注。該影集更於10月8日由瀚草文創於釜山影展舉辦該公司國際發布會，將該影集透過各國媒體、行銷國際。



11月9日《The Outlaw Doctor 化外之醫》於2024金馬影展首映，出品方公視、中華電信、瀚草文創代表與主創團隊、演員共同出席全球首映會。左起演員夏騰宏、許安植、越南影帝連炳發、導演詹淳皓、中華電信副總經理陳淑玲、公共電視總經理徐秋華、瀚草文創董事長暨本劇製作人湯昇榮、導演廖士涵及演員張鈞甯、蔡亘晏、楊一展。

M、《聽海湧》：一場影視與文化的成功交響曲。

由公共電視、高雄人與三餘創投聯合出品，看不見電影工作室與回甘映像製作的時代劇集《聽海湧》，自從在2023年高雄電影節首次亮相以來，便以其細膩的劇情和深厚的歷史內涵，成功吸引各界關注。

2024年《聽海湧》成為台灣首部，也是當年亞洲唯一入圍《法國里爾 SERIES MANIA 劇集影展》的作品，與來自全球的十一部頂尖影集共同角逐「國際全景競賽單元」的多項大獎，展現了台灣影視作品在國際舞台上的耀眼實力，不僅是對作品品質的肯定，更是台灣影視產業的一大里程碑。

在台灣播出時，《聽海湧》在北高兩地進行第一二集特映後，迅速口碑發酵。隨後，影集更在台北、嘉義、高雄、花蓮舉行五集馬拉松特映，吸引了眾多觀眾參與，映後座談現場氛圍熱烈。

此外，《聽海湧》不僅停留於影視作品形式，更透過多元方式擴展其影響力。包括與國立臺灣歷史博物館合作推出《聽海湧與它的時代：二戰下的臺籍戰俘監視員》特展，讓觀眾能以歷史角度重新審視影集的背景意涵；而與夢想動畫攜手製作的

沉浸式 VR 體驗《消失的戰俘營》，則將影集的故事以數位科技形式再現，並於高雄電影節的「XR Dreamland 台灣浪潮」展區免費開放，為觀眾帶來身臨其境的深刻體驗。



台灣時間 2024 年 3 月 19 日《聽海湧》於法國里爾舉行全球首映，場場爆滿。由公視總經理徐秋華（中）領軍，左起男主角黃冠智、導演兼製作人孫介珩，右二起為公視節目部經理於蓓華、製作人林佳儒。

N、與誠品生活南西合作，以電子螢幕版面宣傳拓展節目能見度。

為了擴大公視 IP 影響力，公視積極與外部單位合作，例如自 2021 年開始與誠品生活南西洽談電子螢幕版面宣傳合作。位於人潮聚集的中山捷運站外，百貨一樓西側入口的視界寓所，每月入店來客數超過百萬，藉此拓展節目能見度。合作方式包括在 34 面 15 吋固定式螢幕輪播年度新製重點節目介紹，包括三月份的《沈睡的水下巨人》及八月份的《聽海湧》，並搭配公視粉絲團等社群平台活動圖文宣傳，以提高宣傳效果。



0、攜手高雄電影館，整合資源合製新創電影，拓展影視創作新視野。

公視積極整合資源，與高雄電影館合作，共同推動「公視新創電影」短片企劃，扶植台灣影視原創製作，為新銳創作者提供發展平台。雙方結合各自的資源與優勢，共同分擔製作成本，並且透過高雄電影節等平台放映，擴大影片的影響力。

透過此次合作，不僅能有效運用資源，更能拓展影視創作的視野，讓觀眾看見更多元的題材和新銳導演的創作能量。2024 年，雙方第四度合製的《南國幻夢》便是一個成功的例子。該片邀請三位新銳導演張誌騰、蘇弘恩和王彥蘋，各自詮釋虛實幻境的故事，帶領觀眾在現實與幻境間穿梭，從不同角度看見社會真實。



(2)以數位優先策略，創新影音內容與服務，善用新科技與數位資產，提升公視數位轉型成效與品牌影響力。

A、關注新媒體收視調查研究最新發展與運用，有效協助節目在新媒體平台上之表現。

邀請網路輿情分析業者，包括 Qsearch、意藍資訊、尼爾森，針對公視社群行銷推廣、頻道節目網路聲量數據及多螢收視調查等相關議題，進行輿情分析工具的簡報及系統使用測試。

在社群行銷推廣方面，提供「善用 QSearch 找合作推廣夥伴以及應用 AI 協助企劃發想」的交流資訊。

小公視開台後，公視整體及小公視的網路聲量數據如何進行解析，由意藍資訊提供適合媒體產業應用的輿情數據資訊，與各部門新媒體業務相關同仁進行交流。

取得新媒體社群平台趨勢訊息，包括「社群板塊趨勢洞察及 Threads 流量密碼解析」數據分析，以及「意藍資訊 OpView_2024 上半年_媒體影響力報告」。

除了頻道收視率之外，持續關注數位收視調查方法，尤其是多螢收視調查的發展。

每季節目多元評量報告內，提供有關公視節目在公視 YT 頻道數據分析及公視 + OTT 影音平台節目排名資料，提供各節目製作及宣傳參考。

每季節目多元評量報告內，提供以 Qsearch 分析工具分析公視節目粉絲頁表現的影響力分數等數據資料，提供各節目製作及宣傳參考。

B、進行社群經營教育訓練與交流，提升同仁新媒體平台內容經營技能。

今年針對節目社群經營、網路輿情數據分析、頻道收視年度回顧，及 AI 在社群行銷推廣上的相關應用等重大議題，邀請 Qsearch、意藍資訊、尼爾森等新媒體平台輿情數據分析及數位收視相關業者，共舉辦五場教育訓練。

在社群經營方面，除了購買 Qsearch 臉書粉絲頁影響力分析工具，提供各部門粉絲頁編輯數據資訊，作為社群經營業務的依據之外，更針對不同節目類型例如新聞、節目或主題型的粉專編輯同仁，分別辦理社群經營討論會，由業界專家說明社群平台演算法的規則，如何善用 QSearch 找合作推廣夥伴，以及應用 AI 協助企劃發想等，提升公視社群經營成效，加強節目行銷推廣效益。

小公視開台後，為了解頻道網路輿情數據資訊，邀請意藍資訊解析公視與小公視網路輿情分析，提供適合媒體產業應用的輿情數據資訊。並持續關注數位收視調查方法，尤其

是多螢收視調查的發展。

- C、青春發言人充分瞄準 13~18 歲青少年的喜好，製作「青春網戀模擬器」互動網頁，以手遊方式模擬網路交友情境，讓青少年在遊戲過程中學習辨識詐騙者的伎倆。上架至今已超過 50 萬不重複人次造訪體驗。此網頁獲得多項影展肯定，包括「2024input 世界公視大展」、「紐約電視節」銅獎，入圍「2024 加拿大班芙洛磯獎」互動媒體獎，並入選厄瓜多 mini input，以及「全球華文永續報導獎」融媒體銀獎等肯定。
- D、《公視主題之夜 SHOW》為棚內論壇節目，為致力於 AI 應用，2024 年本節目設計一款 AI 虛擬公民名為「插嘴編」，由公視節目部與「能火動畫有限公司」合作開發，背後為 OpenAI ChatGPT 技術，具備語音辨識、語音生成等先進技術。AI 插嘴編在節目中幫未出席的公民發表想法，以及與主持人即時對話，補充主持人相關議題的背景知識。
- E、《一字千金》於第 17 季開發「一字千金跨屏互動 APP」，由委製單位「全能製作股份有限公司」設計 APP 遊戲四大關卡及遊戲題目內容；由線上遊戲研發公司「中華網龍」負責 APP 開發與上架、遊戲化系統設計。APP 核心內容包括：
 - (a)藉由遊戲增加用戶學習興趣。
 - (b)跨屏即時多人挑戰。
 - (c)iOS/Android 雙平台上架，共計 13 餘萬下載數。
- F、為推動公視數位轉型，《藝術很有事》推出數位先行網路特企：用閱讀跨年，由公視節目部與新經典文化共同合作，邀請八位當代知名作家公開接力演講，主題是各推薦一本書。於公視+YouTube 播出後，已累計共 250 萬次瀏覽。
- G、《誰來晚餐 15》在品牌影響力上的表現卓越，YT 頻道訂閱數較上一季成長 163%、YT 頻道總收益為美金 87,235 元(2024 年 10 月 11 日止)，較上一季成長 387%，占公視全會 YT 收入五分之一；FB 追蹤數較上一季成長 575%；IG 追蹤數較上一季成長 1,205%。
- H、5 月完成建置公視新聞網首頁、文章頁、專題等 PWA 漸進式網

頁應用程式，讓使用者能將網站新增至手機桌面，一鍵開啟更快速地閱讀新聞文章。提供推播通知服務，民眾可依需求自由選擇是否接收通知，掌握最新消息。

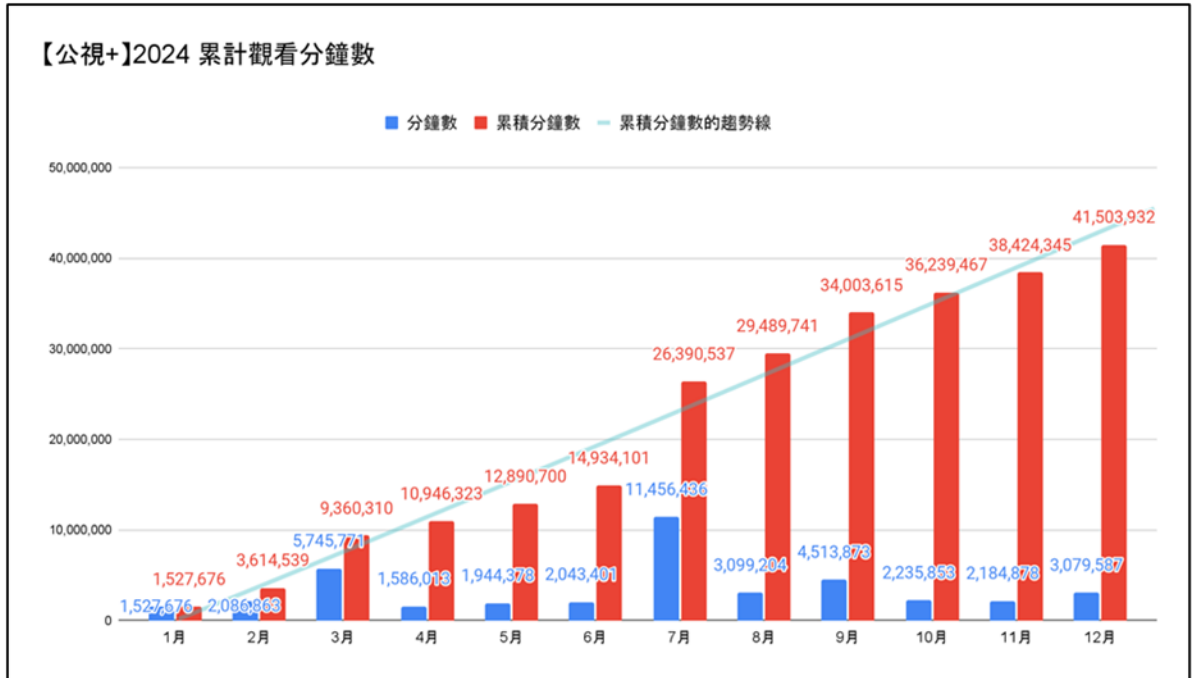
- I、成功串接「我們的島」網站內容，實現文章同步發布至公視新聞網，拓展新聞傳播的多元管道。
- J、生活在數位資訊爆炸的時代，人類與科技的融合愈發緊密，面對來勢洶洶的 AI 人工智慧科技，深度偽造技術正以驚人的逼真度，重新定義了我們對影像的可信度與真實性，如何做個耳聰目明、「識讀媒體訊息真假」的人，也就成為一件很重要的事。我們集結有關媒體素養的公視節目短片，以五大主題（網路成癮、網路與法律、假新聞和深偽技術、網紅直播主、國際觀點），將部分短片製作出節目《媒事就沒事》，讓民眾除了網路平台外，電視頻道也能邊看邊學媒體識讀。
- K、完成 IP EFP 電視系統建置，提升 IP 製播能力，發展製播作業在網路資訊上的應用。

製作部在「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫」完成 113 年 IP 遠端技術應用服務，除完成 IP 遠端電視轉播相關設備採購建置，並於 113 年 6 月 29 日使用相關設備完成公視「神木之森」節目戶外首映會現場轉播，並於公視 YT 平台直播，達成新科技的運用及發揮公視品牌影響力。

- L、為本會數位轉型，有效提升優化公視+串流影音平台使用體驗，開發更完整的產品線，以科技的力量，分階段達致公視+全產品包覆，並以多面向的策展策略，提升公眾能見度，帶動公視+會員註冊數、會員觀看時數的顯著雙效成長。繼完成網頁版介面改版後，再於 113 年完成「公視+」雙平台手機 app（Android，iOS）推出，以貼近國人媒體使用習慣，便利民眾下載使用，逐步擴大服務範圍，使公視的優質內容可以全面陪伴民眾的日常生活。

113 年（1-12 月），全年達成總收視時數為 691,732 小時，達成數相較 112 年同期（1-12 月）累積實績比較，成長率為 32.55%。公視+累積會員數達成數為 1,111,794，達成

數相較 112 年同期(1-12 月)累積實績比較，成長率為 15.65%。
根據第三方數據平台 SimilarWeb 數據顯示，每月不重複訪
客 (Monthly Unique Visitors, MUV) 為 155,100，跳出率為
35.38%。



M、根據資策會所做的「2024 台灣影音觀看行為調查」，關於串流
平台偏好與動機，調查結果顯示，「公視+」是台灣民眾在選
擇國內平台觀看串流影音時的重要選擇之一，特別是在觀賞
「長篇影音」時，整體達到 16.7%。

請問您偏好透過何種國內平台觀看「長篇」串流影音？(複選，至多5項)				整體
國內串流平台名稱	整體	KKTV		
巴哈姆特動畫瘋	32.3%	立視串流影音LiTV		12.6%
中華電信Hami Video	26.9%	民視四季線上4gTV		10.2%
遠傳friDay影音	18.0%	三立Vidol TV		8.5%
愛爾達ELTA TV	17.0%	麥卡貝網路電視		8.5%
公視+	16.7%	威望國際Catchplay		7.8%
台灣大哥大myVideo	13.6%	台視TOUCH TV		6.1%
				5.4%

註1：長篇影音內容包含影集、電影、動漫、節目等
註2：有效樣本為522筆，2.9%並未觀看長篇串流影音
資料來源：MIC，2024年4月

(3)引領影音市場需求，致力於 IP 孵育計畫、創意文化開發以及全媒體人才培育，以厚植營運競爭力與品牌價值。

- A、年度影集孵育計畫，選出六套題材各異又具話題之劇本，包括談晶片製造業崛起過程之「到，日正當中」、網路包養復仇劇「甜死人不償命」、遺產管理師追索債權人的「金財人生」、山難驚悚片「最後的薩魔仔」、中醫辦案之「子時前要睡覺」，以及時代劇「亂愛」，並為團隊舉辦「美劇思維編劇工作坊」，開發及培養台灣多元題材之編劇人才。
- B、「劇作家系列」邀請重量級編劇為公視撰寫劇本，厚植公視影集之品牌競爭力。包含邀請「我們與惡的距離」之呂蒔媛撰寫「我們與惡的距離」第二季、「不夠善良的我們」之徐譽庭，改編王定國小說「敵人的櫻花」。演而優則導的嚴藝文撰寫「欠妳的那場婚禮」；金鐘編導鄭芬芬撰寫青少年反毒影集「郵票與舒芙蕾」。透過重量級編劇之作品，打造優質影集環境，深化公視影集品牌價值，吸引各平台持續投資公視戲劇。
- C、國際記者駐點擴至 14 處，全年發稿 209 則。
- D、10 月蔡英文前總統赴捷克「公元 2000 論壇」演講，捷克記者和台北記者合作，即時完成獨家影音新聞報導。
- E、第 15 屆「感動久久全國校園短片徵選暨影像推廣計劃」，活動為公視與華碩文教基金會合辦，為順應新媒體潮流，並吸引更多國中小學學生參與，首次增設直式短片組及潛力之星獎，今年共有 385 件作品參賽，選出 18 件進入決賽。後續也將優秀作品及導演的創作視角帶入校園，鼓勵年輕學子持續影像創作。
- F、與臺北市勞動力重建運用處合作「2024 無限影展」，今年「我們一起同理共好」為主題，透過 9 部國內外影片，引領大眾看見身心障礙者不同的生命故事及真實處境，攜手打造平權、友善的職場環境。10 月 28 日至 11 月 10 日在台北三創生活園區策畫實體影展，舉辦 14 場次，計有 1,091 位民眾出席，

10 月 11 日至 12 月 6 日巡迴 15 所高中及大學，超過 2,600 位師生共同參與，期盼透過社會參與及向下扎根，擴大各界對於身障者之同理與接納。

- G、公視以服務為目的，讓大台北以外地區的親子、師生也有機會欣賞公視精心策畫的「2024 台灣國際兒童影展全國巡迴與校園巡迴」。分別與教育部國教署、新竹市文化局、新竹縣文化局、義美文教基金會、台灣期貨交易所及致茂文教基金會合作，巡迴映演時間為 6 月至 12 月，地點遍布離島地區及本島各縣市國小，實體映演計有 82 場次，總計有 8,576 位師生觀賞。

- H、辦理數位製作教育訓練，強化全媒體人才培育。

製作部因應 AI 等新科技發展蓬勃，積極進行內部員工在職教育訓練等相關課程，113 年度共計舉辦 63 場次，參加人數達 660 人次的教育訓練及製作經驗分享，充分運用本會現有製播設備及安排業界相關專業人才授課，因應影音市場的需求與趨勢，發展全媒體人才培育。

- I、IP 孵育：透過影音版權與 IP 衍生授權，行銷海內外，提升自籌款收入，把多部叫好叫座的熱門優質台劇帶往國內外知名的影音串流平台 Netflix、韓國 IMBC 平台、馬來西亞 Astro，以及前往釜山 ACFM、ACA OTT Award、坎城電視節等活動參展，把精緻好看的台劇「人選之人」、「不夠善良的我們」、「八尺門的辯護人」、「聽海湧」等，推向國際舞台，讓台劇實力獲得更多的國際目光，在國內市場，亦穩定的累積「公視選劇，必屬佳片」的台劇口碑競爭力，以及無可替代的台劇品牌價值。113 年（1-12 月），全年達成總金額為 173,710,580 元新台幣，該達成數相較 112 年同期（1-12 月）累積實績比較，成長率超過 40%。

- (4)強化數位管理機制，提高資訊系統資安防護和關鍵基礎設施之妥善率與信賴度。

A、進行新聞棚副控室視訊切換器換裝建置，強化新聞節目製播能力。

製作部 113 年 5 月完成第三及第四攝影棚副控室視訊切換器換裝建置，因視訊切換器為信號交換的核心，因此可強化新聞製播能力，汰換原本使用 15 年的舊有設備，提升關鍵基礎設施之妥善率與信賴度。

B、更續建置「公視站台多頻道發射機 N+1 自動切換」系統。

採用新技術降低電力消耗，符合 ESG 的精神。

C、因應 CIP 要求，建構訊號中心頭端及主控播出異地備援系統。

(a)建構完成異地備援 CH30、CH26 頭端編碼系統，並與中華電信簽定備援運作方式。

(b)完成主控異地播出設備建構及撰寫播程式。

(c)備援系統改裝為活動式機架裝設，除可作為備份系統外，亦可機動架設於其他地點使用，提升關鍵基礎設施運作韌性。

(d)可機動架設於其他地點使用，提升關鍵基礎設施運作韌性。

(e)制定裝機、測試、驗收和實際演練的計畫，規劃明年實際演練。

(f)提升核心業務可靠性與妥善率。

D、建立專業 HDR 螢幕調校技術。

(a)完成利用螢幕校正軟體檢測會內專業 HDR 螢幕。

(b)已進行高畫質螢幕調校工具採購，預計 114 年 2 月開始使用，可執行定期及即時校正檢測，增進剪接設備使用率。

(c)建立專業 HDR 螢幕調整流程，提升技術能力並可節省委外調整費用。

E、影音資料異質備份與異地備份。

遵循備份 321 基本法則「備份 3 份，採 2 種以上的備份方法，其中 1 份存放異地」。現行備份共 4 份，方法為藍光光碟備份、儲存櫃硬碟備份、磁帶備份與雲端備份，其中異地存放為雲端備份於 Google GCP。

雲端節目片庫備份進度已完成公視 96.04%(含臺語台)、客台 93.59%，目前常態性持續備份。

雲端新聞片庫備份進度已完成公視 98.47%、客台 32.34%、臺語台 25.40%。公視部分已完成，客台與臺語台部分，因資安作業要求與受限於上下載頻寬，預計 114 年上半年度可完成完整備份作業。

F、確實執行 SOC 資安監控、身分驗證及硬體與應用系統安全檢測。

(a)年度稽核:第二方(主管機關)1 次、第三方(SGS)1 次、內部稽核 2 次、轉播站(7 站)、新聞中心(2 站)、委外廠商(4 間)。

(b)教育訓練 16 場次。

(c)資通安全目標追蹤 4 次。

(d)弱點掃描 2 次、滲透測試 1 次、資安健診 1 次。

(e)社交工程開啟率平均低於 8%，附件開啟率平均低於 2%。

資安通報事件 2 件。

(f)升級 ISO27001：2022，程序書修訂 21 份。

G、定期進行相關職能、消防、醫護、勞安等教育訓練，培養同仁專業學習。

113 年度本會員工參加會內會外相關職能、消防、醫護、勞安等教育訓練共計 18,813 小時，達到職、訓相輔相成之成效。

H、加強環境教育和宣導辦公室節約能源重要性，養成同仁節約能源習慣並使用節能設備和再生材料，已達報廢年限器材用品，依可用效能程度調度使用。

113 年度本會員工參加環境教育訓練課程到訓率達 100%，訓練時數共計 5,438 小時；對辦公場域之裝修均採用環保或再生材料；對已達耐用年限之器材設備，若仍堪用即繼續使用，若已不堪用即拆當零件備用。

(5)開拓財源整合資源，支援數位內容產製量能，提升經營效能。

A、2024 年全球戰亂紛擾影響民眾經濟安全感，以致大環境整體慈善捐款下降，公視仍透過不同方式創造小額捐款來源。

(a)善用社群媒體與觀眾積極交流並嘗試各種不同募款形式，除邀請知名人士及演藝人員為公視發聲倡導募款之外，本年度特別製作「公視職人開箱」、「公視主題之夜 show 節目製作流程」等系列開箱影片，分享公視人的節目製作理念及堅持，呈現公視在節目製作上追求創新及堅持節目品質強烈企圖心。讓民眾認同公視的使命及存在重要性，進而激發捐款支持意願。

(b)有別於公視頻道播出的時長版本，特別製作因應網路媒體製作內容更豐富的長版募款影片，讓來賓有充分時間完整表達對公視的認同及期許，積極鼓勵民眾以實際行動捐款支持公視，透過在公視粉絲團、節目臉書及公視 YouTube 頻道播出觸及更多民眾。

(c)積極於公視各類活動場合露出捐款資訊並邀請現場民眾踴躍以實際行動捐款支持公視。例如於公視大型兒少活動「Fun 出大能力」、8K「神木之森-阿里山森林小火車」戶外特映及各類映後座談會中，適時宣導公視募款資訊，吸引現場參與活動的民眾對公視經費的重視並提供即時捐款的便利性，創造民眾捐款行動力。

(d)為開拓更多捐款管道，爭取國際人士認識公視並捐款支持，本會持續在 Benevity 平台正式接受各界捐款。Benevity 平台將來自各大企業(Google、Apple、Microsoft…等跨國企業集團)及其員工的捐獻，連結給世界各地的非營利組織及慈善機構，讓企業員工的捐獻，有更多開放的選擇。目前該平台已在超過200個國家以15種語言及7種貨幣，協助所需之非營利機構創造多元的捐贈方式。

(e)結合各類重點節目規劃捐款宣傳短片，增加觀眾對節目了解進而捐款支持本會。結合公視節目聯名商品並包裝募款

方案，透過實用贈品之捐款回饋不僅延伸節目影響並有效建立捐款人及公視之連結。

- (f)除洽談異業結盟招募相關贈品，並自行設計開發公視 Logo 專屬產品回饋捐款者，除有效增加捐款意願，透過商品的使用及流通推廣公視理念的訴求。例如公視浴巾、公視漁夫帽、公視神隊友傘、公視日誌…等，讓公視在不同的品項中出現在捐款者生活中。
- (g)於各類公共服務及會員活動中積極交流公視核心理念及未來遠景規劃，有效爭取民眾認同及提高贊助意願。
- (h)於本年度 12 月舉辦歲末電視募款，強調公視製播節目之成績及對資金的需求，並於公視頻道、網站、網路社群等通路強力宣傳，號召觀眾捐款。除展現公視多元的節目面向，並加強公視在新媒體的積極規劃，展現公視在頻道節目之外的產業領軍角色，提高關心台灣影視發展的民眾之捐款意願。
- (i)公視開放 NGO\NPO 團體申請影片免費公播，請求授權的團體，必須於正片播出前及播出後，播放公視募款短片並揭露公視募款相關資訊。

B、強化相關製播設備外租業務，提升本會收益。

113 年度製作部設備外租業務，共計收入預估約 788 萬元，達成年度預定目標，對提升本會收益有實質效益。

C、逐年更換攝影棚燈光改採 LED 燈具，實踐 ESG 永續發展。

113 年完成更換第六攝影棚 LED 場燈，於 11 月 11 日驗收啟用，A 棟四個攝影棚 LED 場燈已全數更換完畢，預估一年約可省下近 62 萬元的電費；另依 113 年度資本門計畫，另採購攝影棚 LED 棚燈，作為更換新聞攝影棚的棚燈使用，充分發揮 LED 省電等特性，使內容產製更有效能。

D、將電視節目內容轉化並整合為適於數位放送之內容格式，在社群平台上架，強化優質內容應最大化達致「一源多用」策略思考與執行能力，持續精耕 YouTube 等影音、社群平台，

以致力於觸達效果並強化被動收益。113 年（1-12 月）公視 YouTube 訂閱數為 1,760,782，相對於 112 年同期（1-12 月）實績，成長率為 24.81%；另來自各社群平台之被動收入，113 年（1-12 月）實績為新台幣 11,691,230 元，相對於 112 年同期（1-12 月）實績，成長率為 26.02%。綜上所述，各項績效數字顯示，113 年達成公視節目在社群平台的觸達提升之際，亦轉換為新媒體收益，完成經營效能提升之目標。

E、以安全性為前提，選擇最有利之資金配置，提高利息收益率；並積極活化資產租賃業務，以發揮資產效益。

113 年度本會對資金進行有效運用，並積極開發資產租賃業務等，全年財務及租金收入共達 63,455 千元，較上年度增加 23%，為本會創造更多元收益來源。

(6) 平衡區域並製播多元觀點之優質節目，完善國內各群體之公共服務。

A、對於視覺障礙者來說，享受影視內容是一項巨大挑戰，公視每年皆製作新的口述影像版節目和戲劇，促進民眾享有平等的文化權利。節目內容豐富，包含人文旅遊《浩克慢遊》、文化表演《公視表演廳》、職場探索《我在工場拍拍手》、實境節目《阮三个》、熱播夯劇《火神的眼淚》、《村裡來了個暴走女外科》，也藉此多元製作，支持口述影像從業人員及產業的健全性。另為服務弱勢，特規畫兩地不同形式之口述影像特映活動。北部於台北啟明學校推出「人生劇展-長假」口述影像版特映活動，以及台中啟明學校「妖果小學」口述影像版，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。

B、《公視表演廳》為平衡城鄉差距，提供無法前往演出現場的觀眾在家即可觀賞各類表演藝術的服務，拓展及培養國內閱聽大眾藝術視野，更為眾多表演團體留下珍貴的演出影像紀錄，是台灣目前唯一持續提供表演藝術演出在頻道上完整播出的

管道。2024 年《公視表演廳》共轉播 15 場藝文表演；並轉播 6 場專為兒少為觀眾的演出。

- C、公視致力於提供多元觀點，公視團隊全程轉播 2024 年「韌性亞洲」亞太社會創新高峰會，製播 16 集(共 16 小時)精彩論壇，包含柬埔寨、泰國等 13 個國家、超過百位講者，分享經濟、社會文化、環境等不同領域的案例，看他們如何運用創新，來面對人類生存困境，並且在呼應永續發展目標的前提下，集結亞太地區國內外案例，分享如何透過創新解決問題，營造改變、創造社會價值。
- D、為服務多元族群，公共電視《聽聽看》(Listening eye)是服務身障朋友 (the disabled)的節目，也幫助一般大眾更了解身障者，以手語為主要播出語言。為與數位接軌，本節目於 2024 年從電視頻道轉為網路 Meta 社群內容，自製許多短影音節目，例如：看戲學手語、手語小教室、第一手情報(介紹全球的身障相關最新資訊)。
- E、全年製播 19 集「南部開講-在地旅行系列」，深入閩客傳統聚落，呈現自然和人文特色，更呈現許多在地工作者的耕耘成果。
- F、全年製播 48 集「行走 TIT」，深入不同語族的原住民聚落，以去中心化的主旨，忠實展現各部落的發展與挑戰。
- G、「公視與您面對面-公共問責」系列座談：本會推動公共問責機制已行之數年，透過聽取各團體及民眾的意見，彙整不同族群對公視基金會的期許。除持續探討公共媒體在社會發揮的重要職責，因應「小公視」兒少平台的成立等規劃多元主題的座談，作為未來節目規劃、數位服務、頻道經營等參考方向。為落實公共媒體之職責，除實體活動之外，公視亦舉辦線上「公視與您面對面」座談活動廣邀各地民眾給予建議，作為未來工作規畫之參考。每一個建議及指教，座談會結束後，都會彙整重點並交由相關單位研究討論，並不定期針對座談議題相關進度更新與大眾分享。2024 年共計推出主題為

「攜手國內在各服務領域深耕的社福團體」NGO/NPO 專場、公視新聞暨紀錄片場、綜合節目類場及「真實與虛構—時代戲劇創作與相關法律問題，以《聽海湧》為例」、「小公視」主題及「2024 年度成果說明及 2025 年展望」線上座談活動。本會所舉辦的「公視面對面座談會」一直都有同步進行線上直播，讓無法參加本座談會的朋友亦能夠透過網路了解會議所討論內容。歡迎民眾透過留言進行提問，工作同仁們也會隨時觀看留言並轉達意見給與會者進行討論。網路直播會議除在「公視面對面座談會」臉書上進行，公視之友臉書、公視 YouTube 網路直播頻道也同步分享並邀請民眾隨時參與。

H、「公視在地夥伴計畫」：基於與非營利組織團體（以下簡稱 NPO/NGO）共榮共好之目的，落實公共媒體的職責，且推廣公視優質節目，本會擴大合作範圍，對於各團體申請公視影片公播之需求，規劃無償授權計畫，期望拓展更深、更廣的在地支持力量，招募更多「公視在地夥伴」及「公視之友」的加入。公共電視成立多年，除了不斷製播優質節目、提供可信賴資訊外，近年更開展多平台服務，帶動影視音產業的發展，且持續規畫辦理各式公共服務活動，以各種形式邂逅了更多的在地民眾。透過與獨立書店的深度合作，讓公視與在地的人事物產生更美好的連結！各自精采的在地獨立書店，有著與地方社區的緊密連結，充滿在地關懷、滿滿活力且各具營運特色，呈現出多元綻放的藝文風景。獨立書店豐沛的在地能量獨具吸引力，公視邀請經營有成之獨立書店一起努力，協助公視在地扎根，公視也將提供各式資源、與獨立書店一同成長，透過長期及深化的合作一方面帶動更多觀眾入店，一方面也協助推廣公視節目及公共服務內容，經由資源互補的合作模式，成為公共電視的「在地夥伴」！

透過全新合作模式，讓更多人認識公視的優質節目，也為地方文化集散地注入新的活水！目前夥伴名單：台北女書店、台北飛地書店、台北華山紅氣球書屋、台北現流冊店、新北雙

溪紅氣球書屋、桃園瑯嬛書屋、桃園首頁讀書館、桃園晴耕雨讀小書院、台中中央書局、雲林田納西書店、嘉義洪雅書房、台南烏邦圖書店(環河店、總圖店)、台南曬書店、台灣文學館藝文商店、高雄承風書店、高雄三餘書店、高雄-書店喫茶一二三亭、屏東繫本屋、屏東恆春紅氣球書屋、台東三省堂書局、池上書局(共 22 個單位)，較 2023 年成長 40%。

- I、「公視 x 獨立書店」活動：為了讓公視優質節目與社會大眾廣泛聯結，並促使創作者與民眾直接互動交流，透過各地深耕之獨立書店邀請在地民眾經由公視精彩節目深刻認識台灣土地及精彩人文風華。精挑優質並充分彰顯公視價值的「沉睡的水下巨人」、「我的婆婆怎麼那麼可愛 2」、「海之岸」、「藝術很有事—港人離散」、「換個爸媽過幾天 2」、「無事坐巴士」等多場特映活動；同時透過公視在各地的在地夥伴書店推出「藝術很有事 x 在地夥伴」巡迴特映會，精挑議題放映，豐富民眾視野並深刻解讀藝術。活動中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；透過活動不僅讓民眾充分理解公視對不同議題的重視及使命，獨立書店的特殊氛圍展現公視不同於商業媒體的特殊性，深入交流映後座談呈現公視強烈的社會使命感。
- J、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。搭配 PeoPo 公民新聞平台 Try 拍以《影像再生》為主題，結合公民記者與公視之友會員規畫參訪活動，以搶救老舊影像民間修復工程為題，讓公視之友會員關注台灣媒體產業環境變遷，讓參與者感受到活動特殊性與公視會員的獨享權益。同時辦理各節目會員特映活動，包含台灣首次 5 小時馬拉松「聽海湧」連續劇影廳放映、「我在工廠拍拍手 2」及「浩克慢遊第七季」會員搶先看特映活動…等，藉由活動的舉辦加強與會員互動、提高對公視的認同感，亦期待能有後續的捐款效應。

- K、配合「第十一屆台灣國際兒童影展」舉行「小導演大夢想」專案推出成片首映活動。2023 年初公視到全台灣各地舉辦活動說明會，分享歷年成果及說明活動主要核心意義。因應疫情迅速調整作法以線上方式推動，2024 年度完成八組團隊作品，包含：《小南和小雞工廠》、《阿爸底衝啥》、《時間的小偷》、《如果我變成男生！》、《愛思，你要去哪裡？》、《穿越困難的溪》、《阿公在煩惱什麼？》、《為你唱首歌》等 8 部作品。2024 年 4 月 4 日兒童節當日於台北松菸文創園區舉辦「小導演大夢想」首映專場活動。本屆作品除舉辦首映活動外，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。本會特別安排該系列部分影片參加國際影展，陸續在不同的國際兒童影展中展露光芒，充分讓國際友人能深刻了解台灣兒童豐富創意及獨特觀點。其中《阿公在煩惱什麼？》獲希臘 Camera Zizanio 小導演影展國際 A 組(4-12 歲小導演)大獎，非常值得鼓勵。
- L、公視教育服務每年於學童暑假，邀請專家及教師搭配公視優質兒少節目的播出，從節目中抽繹適用於國小階段的學習概念，發想構思設計可供孩子以玩樂或遊戲式自學的公視遊戲本，讓學童透過遊戲本達到學習目的，並可透過節目內容獲得啟發。此外，公視更進一步提供教師與家長教學建議，老師可利用遊戲本作為相關主題教學的備課資源參考，家長可利用遊戲本活動陪伴孩子一同探索與學習。2024 公視遊戲本針對中低年級使用版本主題為「跟著 The Tcup Showx 小孩酷斯拉情緒 COOL 練習」，以情緒教育為學習主軸。中高年級使用版本主題為「青春發言人x換個爸媽過幾天 陪你網路安全 See See 看」，以數位素養、網路安全、手機成癮為學習主軸。公視遊戲本提供學童在暑假期間自學的學習活動內容，並鼓勵學童觀看公視節目啟發視野；共計發行 23,340 本。(較 2023 年成長 12%)透過「公視遊戲本」網頁系統性彙整教案內容，

因應疫情期間兒童居家學習需求增高，公視主動分享「公視遊戲本」教案內容無償提供全國教師作為補充教學素材使用以嘉惠台灣各所需家庭學童。

- M、公視今年特別舉辦《「青春發言人」就是我～假訊息，是在哈囉？》2024 青少年媒體識讀工作坊，透過案例討論、事實查核練習和媒體產製體驗，幫助青少年提升辨識假訊息的能力，內容包含以媒體識讀概念切入的「媒體偵探事務所」、「社群時代的假訊息破解」、並透過「青春練習曲」、「『青春發言人』就是我」等課程，安排年輕學子了解如何將關注的議題做成節目，誰能決定觀眾最終看到的節目樣貌，並實際體驗媒體產製流程。整體活動回響熱烈並獲家長及青少年肯定。
- N、為支持國內藝文發展、鼓勵國人參與藝文活動，公視積極洽談藝文展演活動之宣傳交換，並將所交換之展演票券或贈品用以服務公視之友會員，同時促進臺灣藝術文化發展。相較往年，本年度因疫情取消大量藝術展演活動，但公視仍洽談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4,400張票券讓公視之友會員免費索取使用。透過專屬活動網站，將各類與公視合作的藝文活動訊息傳遞給民眾即時瞭解，並鼓勵參與意願。
- O、每月發行公視之友月刊，寄送會員及各機關團體宣傳公視節目訊息、研討會資訊及各項活動動態等，另也同步提供臺語台、客家電視、華視之重點訊息露出。同時為響應環保，鼓勵民眾訂閱公視電子報或公視之友月刊電子版，於寄送紙本月刊的同時將月刊電子版同步上傳網路供各界參閱。
- P、與教育部合作製播兒少節目《台灣囡仔、讚！》，內容呈現全新的教育現場，記錄著校園，每一張多元特色的設計藍圖，這張藍圖沒有標準答案，沒有制式規定，而是由校園的每位同學自己來填寫，透過這樣的形態，讓同學們面對未來能擁有更強大的自信與能力。
- Q、教育部與公視共同攜手以《交通、食藥及防墜安全》為議題，

製作各教育階段適齡適性之影片，將生硬的議題融入劇情中來吸引各年段學生觀看。其中，國小階段以公視《妖果小學》動畫 IP 呈現，國中及高中則以劇情(微電影)型態製作，12 部影片每部透過劇情事件傳達重點觀念，影片並以專業機構所提供之教案作為影片藍本，讓專業的語彙正確性更加完整。

R、與臺北市立交響樂團合作製播音樂性紀錄片《行走的樂章——臺北市立交響樂團》，片中訪談多位資深團員、聲樂家和舞台設計師，其中已故團長兼指揮陳秋盛是樂團發展史上重要人物。回溯陳秋盛領軍的 17 年間，樂團製作《阿依達》、《蝴蝶夫人》、《杜蘭朵公主》等多齣歌劇，深受觀眾好評，並於台北市中山堂舉辦台灣首見的戶外歌劇音樂會，為台灣音樂表演帶來新氣象。

S、公視【FUN 出大能力遊樂派對】：教育與歡樂的全新體驗。

第五屆【FUN 出大能力 公視遊樂派對】於 8 月 9 日至 11 日在台北信義新天地 A9 9 樓隆重登場。適逢小公視 8 月 20 日正式開台，本次活動特別回到大台北地區舉行，成功吸引約 3,000 名大小朋友參與，共同度過一個充滿歡樂與教育意義的三日盛會。

活動設計將小公視節目內容融入現場闖關遊戲和舞台互動，創造出與眾不同的體驗。「鹹魚小隊」的關卡中，小朋友不僅學會如何準備避難包，還了解了辨別假訊息的重要性；「金孫任務」則透過模擬祖孫兩代生活，增進參與者對家庭關係的理解。此外，「一字千金」推出的全新 APP 益智遊戲讓孩子在遊戲中拓展詞彙與知識，而「TCUP SHOW」和「動滋達滋森之島」則以充滿活力的律動活動，深受學齡前兒童與家長的喜愛。經典角色「水果奶奶」也在舞台區，與大小朋友開心互動，喚起不少人對童年的美好回憶。

除了豐富的節目互動，活動也展現了教育與科技融合的新可能。「小導演大夢想」透過動畫拍攝與視覺暫留技術，讓孩子體驗創作的樂趣；而「公視+」的新一代 VTuber 海月鄰

粼及藥師寺丹，則透過現場直播連線，與孩子進行猜拳遊戲，結合數位科技與親子互動，激發出無限創意與參與感。

本次活動集結公廣集團的客家台、臺語台，提供了多元文化的精彩體驗。例如「客家台」的兒歌教唱，用溫暖的客語傳遞本土文化；「公視臺語台」設計了情境式的台語借物遊戲，讓孩子在遊戲中學習台語，進一步感受地方文化的魅力。

公視【FUN 出大能力遊樂派對】成功結合節目內容、科技創新與文化特色，兼具教育與娛樂，透過多樣化的活動設計，讓公視兒少品牌深入人心。不僅成為一場歡樂的家庭聚會，更展現公視對推廣教育與文化的用心，為社會創造更多價值與感動。



(7)專業製播選舉、國際等各類新聞，樹立新聞生態標竿，持續成為受信賴的新聞品牌。

A、2024 總統大選，公視邀齊三方陣營參加由公視製播的總統/副總統電視辯論，兩場皆對國內外媒體免費供訊，實踐公共價值。

B、選前製作「大選觀察站」、選後製作「新政府新挑戰」系列專題，在各節新聞播出，兼顧多元聲音與重要政經民生議題。

兒少節目內容產製

前年度計畫達成的總體目標包括以下 4 項：

(1) 提出台灣兒少原生內容開發，增加各類型兒少內容產製。

A、小公視提出兒少新世代媒體理念，是專為台灣兒少而生的影音平台。開台後，舉辦各種徵案及孵育工作計畫，增加各類型兒少內容產製，並推動兒少內容產業前進，今年除開發 21 檔台灣原創兒少節目：《動滋達滋森之島》、《屋頂音樂派對》、《The Tcup Show》、《WAWA 哇》、《我們去公園玩》、《什麼都沒有雜貨店》、《古典魔力客—音樂時光之旅》、《鹹魚小隊》、《節氣 X 六感實驗室》、《歡迎光臨我的牧場》、《越來越叟鯊》、《下課花路米-北極探索系列》、《小島同樂繪》、《金孫任務》、《換個爸媽過幾天》、《成仁高中偵探社》、《少年願望事務所》、《青春發言人》、《莓吉幼兒園》、《水果冰淇淋》、《妖果動一動》之外，113 年並與資深電影團隊合作，用鄉野傳說、青少年成長來打造一個台灣版怪奇物語的兒童戲劇影集《長壽街的猴囡仔》，並續製大受好評的兒童戲劇情境喜劇《什麼都沒有雜貨店》，更與音樂人合作兒歌系列《為寶貝唱一首歌》，透過流行歌曲的商業脈絡，拓展小公視品牌形象，進一步擴大小公視的親子觀眾與互動。

B、兒少戲劇孵育

《說好不聽話》：青少年戲劇孵育，針對青少年校園議題，與資深編劇合作共同開發。

《家有 ABC》：青少年戲劇情境喜劇，利用文化差異與衝突，以喜劇的方式，從三個青少年的角度，來看一個美國家庭回到台灣重新出發的故事（菜鳥新移民的台灣版）。

《小公視原創戲劇孵育計畫》：兒少劇集孵育公開徵案，結合人才培育工作坊，孵育台灣原創兒少戲劇內容。

《小公視與富邦短片合作計畫》：兒少戲劇短片孵育與製作，結合小公視與富邦文教基金會資源，規劃執行大師講堂、人才培育工作坊，孵育台灣原創兒少戲劇人才。

(2)結合各界資源，持續優化兒少資源網，提昇使用率。

A、《AI 與生命教育》PTS Online Tutor

兒少資源網與國教署生命教育學科中心合作開發全新課程。本計畫邀請哲學系教授與中小學教師共同參與，深入探討並釐清有關 AI 議題的各種迷思。課程透過教師線上研習平台，以不限時間與地點的方式進行，為教師提供更便利的學習管道。同時，也期望藉此提升兒少資源網在教師群體中的知名度與實際應用價值。

B、《食藥安全教育動畫》

小公視《妖果小學》動畫與國教署合作推出《食藥安全教育動畫》。本動畫包含正片、教學影片及食藥安全教案手冊，旨在協助教師將食藥安全議題融入課堂教學，引導孩子深入了解相關知識，培養正確的安全觀念。同時，透過課程資源在兒少資源網的上架與推廣，進一步提升教師對該平台的認識與運用，為教育工作者提供更便利的教學支持與豐富資源。

C、《海洋教育資源發展與研習辦理》

兒少資源網與九所學校合作開發海洋教育教案，並拍攝課程微紀錄片。同時邀請海洋教育領域的專家教授，於北、中、南、東四地舉辦海洋教育教師研習活動。透過兒少資源網提供的影音內容與教案資源，教師、家長及關心海洋教育的民眾能夠將這些資源應用於校內教學或推廣課程，進一步深化海洋教育的實踐與影響力。

D、《CRC PTS MOVE x 公視人權桌遊》

兒少資源網結合北、中、南、東各地中學，共同推動《CRC 兒童權利公約》與人權教育。透過舉辦實體教學研習，課程中介紹兒少資源網及小公視相關影音資源，進一步提升教師對兒少資源網的認識與應用，促進兒童權利與人權教育的落實。

(3)開發台灣原創動畫影集，累積產業更全面動畫製作經驗。

- A、原創 IP 動畫影集《我是陳派派》：本案為公視兒少頻道「小公視」首次動畫影集公開徵案入選案，全系列共 13 集，目標觀眾學齡 7-11 歲，目前持續製作中；2024 年「小公視口袋影展」放映三場皆滿場，除小朋友外，家長及大學生師生對故事角色反應熱烈且喜愛；預計 2026 年第一季上架。
- B、原創 IP 動畫影集《星際女孩》：本案為「小公視」邀請台灣本地優秀動畫團隊合作開發案，目標觀眾為學齡 8-12 歲，目前持續製作中，預計 2026 年第一季上架。。
- C、《小黑啤美食大冒險》：本案為「小公視」邀請台灣本地優秀動畫團隊合作開發案，目標學齡前觀眾，目前持續製作中，預計 2026 年第一季上架。
- D、《島嶼故事原創 IP》青少年動畫開發公開徵案：目標募集兩個項目進入開發，並投入相關孵育資源，預計兩年開發期。
- E、《捉迷藏》目標學齡前觀眾，目前進入開發流程，2025 年第二季討論製作，預計 2026 年第四季上架。
- F、《AllStar 學齡前動畫國際共同開發計畫》一月份與韓國動畫公司與平台選出具有潛力學齡前動畫項目，共同投入開發。

(4)擴大當代兒少接觸優質內容，建置數位內容平台。

- A、為擴大品牌曝光，小公視開台後連續多項開台宣傳，如品牌事件，累積關注，創造話題。統計小公視線上總曝光數達 1,800 萬+，社群總觸及數達 400 萬+。
 - ◆FB、IG 文及 YT 影片總曝光：571 萬次。
 - ◆Google 聯播網：1,212 萬次。
 - ◆Google 關鍵字廣告：9.1 萬次。
 - ◆影片總曝光次數 237.9 萬次。
 - ◆影片總觀看次數 159.1 萬次。
- B、為建制帶狀節目 YT 專頻。

除了小公視 YT 頻道之外，全年集數較多的節目如學齡

前肢體律動遊戲《動滋達滋森之島》和新住民語言學習節目《越來越叻鯊》，皆另外經營 YT 專頻。

- C、考慮到各年齡層的收視習慣，特別是父母們常為了家中孩童的收視選擇，以及關於「親子共賞」的收視場景，並且要顧及各類行動載具、數位裝置的收視行為，以有效協助家長保護孩童，因此，「公視+」在既有的產品基礎下，迭代出公視 OTT 兒少快捷功能，也就是便利於兒少觀眾取得的優質內容與快捷功能服務；113 年 1 月，依照計劃，首先推出以兒少專門主題內容 FAST TV，內容係以公視節目、各類動畫、體育運動等豐富內容庫為基底，依照主題組合成 24 小時直播頻道，便利於觀眾在「公視+」環境下快捷使用；緊接著同年七月，推出親子鎖，協助家長們在選擇內容的時候，能有效做便利的分級過濾。綜上所述，各類友善親子家庭網路服務需求措施，搭配豐富多樣的高品質、同時具有教育與娛樂目的的優質內容，確保內容符合不同年齡段的兒少族群觀賞，使孩子開心，父母安心。

客家電視台

客家電視前年度計畫達成的總體目標包括以下 5 項：

(1)開發與創新客家影視技術與多元內容，創造客家族群語言聲望。

- A、《吉日良成客家封》走入客庄，發掘真實而豐富的客庄生活，分享各地客家美食與生活樣貌，展現客家文化的多元與深度，讓觀眾更深入了解客家的獨特風采。
- B、全明星實境節目《啊喔！最 Kiang 駐村小隊》以駐村服務為形式，深入苗栗獅潭鄉，展開文化探索與服務；明星隊伍以實際行動與當地居民互動，體驗客家生活，讓更多人藉由真實的交流親近並認識客家文化的魅力。
- C、《怪客臨門》節目將山歌、俗諺、料理、信仰等代表性的客家文化元素，轉化為具時代感的喜劇表演，運用諧音梗、包袱與 punch，創造兼具趣味與文化深度的內容。針對老舊俗諺和較

少見的客語詞彙，設計符合當代使用情境的應用方式。節目邀請主持人與喜劇演員，透過個人魅力與互動環節，結合現場喜劇與客語教學，讓年輕世代在笑聲中認識客家語言與文化之美。

D、電視電影《蒼蠅歌手》與《唱歌給你聽》均以客家視角切入，選取與觀眾能共鳴的題材，透過動人的故事與細膩情感，與觀眾展開深刻的對話。這些作品不僅探索了客家人在當代環境中的多元面貌，也致力於挖掘新銳創作者與演員，以創新手法賦予客家故事更多活力。

E、《第十六任總統副總統選舉政見會與辯論會》、《520 總統副總統就職典禮》、《113 年雙十國慶特別報導》等重大事件升規製播，皆以頻道和網路直播搭配客語同步口譯，並挖掘、培訓客語口譯人才，在國家重大議題上，服務廣大客家鄉親，提升國家語言地位與客家能見度。

F、《當晝新聞》與《暗夜新聞》頭條要聞排播落實「客家最大條」策略，來自客庄第一手消息，強調客家新聞的獨特性、客家主體性與使命感，從貼近客庄在地聲音為出發並搭配國內重大時事，推廣客家文化、語言、事務、產經、藝文等等，促進多元對話與共榮社會。

(2)善用新媒體、多平台，落實一源多用，擴大節目效益與影響力。

A、針對學齡前兒童推出《學學嘴學學鼻》，透過 MV 的創新呈現，讓每一首歌曲在不同平台上獲得更廣泛的曝光機會，進一步提升節目對兒童與家長的吸引力。《客語半生熟》採用新媒體思維設計，利用十分鐘的短時長內容，向閱聽人介紹既具深度又貼近日常生活的客語詞彙，進一步拉近年輕族群與客家文化的連結。

B、《AI 主播講天時》結合 AI 虛擬生成技術，模擬真人播報建模，強調嘴型吻合客語發音咬字、手勢動作自然流暢、臉部表情變化細微，並加入客家美學與特色，希望讓天氣預報更貼近生活，用聊天、類 Podcast 的方式，拉近與觀眾的距離。

- C、每週選材剪輯製作「客文字新聞」，透過「四海大平安」多元腔的轉譯、口語化的使用與書寫編輯，鼓勵民眾邊看新聞也能邊學客語，強化對客庄議題的認識，提升大眾對客家文化的理解與關注。
- D、透過 Podcast 開拓、增加年輕族群為目標，推出原生單元「劇透客語」，從影劇內容出發，從經典、熱門影劇連結客家、分享客語為目的，提供客語學習服務。與親子天下合作《帶爸爸離家出走》Podcast 節目，延伸影視節目內容，進一步探索親子關係。
- E、大量剪輯與創作短影音於 FB、YouTube 上架，包括《女孩上場 2》、《帶爸爸離家出走》、《廚師的迫降：客家廚房》、《誰來作客》等，達到落實一源多用、擴大效益的目的。
- F、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、CATCH PLAY+、myVideo、Hami Video、friDay、亞太電信等。此外，四季線上影視 4gTV 及亞太電信 Gt 行動電視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，增加客家文化的國際曝光度。
- G、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。

(3) 培育客家傳播人才，擴大影視內容製作與行銷參與機會。

- A、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。此外，客台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。

- B、透過內部教育訓練與實戰經驗交流，培養同仁在新聞內容產製與訊號傳遞上更有即戰力，提升新聞時效性、強化對議題的敏銳度和觀察力，擴大客家的影響力。
- C、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(Taiwan Creative Content Fest/TCCF)中 PITCHING 提案大會設立「客家電視獎」，鼓勵客家原創作品與提案。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。為鼓勵學生影視創作，與台南市文化局合作於岸內製片所設立「客家獎」。另外，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。
- D、辦理各語腔客語配音班及戲劇語言指導班，共計 54 位學員結訓；辦理「後生提攜計畫」，以客家語言、文化及電視實務進行基礎訓練，共計 12 位同學結訓；另全年學期實習共計 5 名同學。與中央大學客家學院合作開設「客家媒體與傳播」課程，共計 30 位同學參與。與文化大學進行產學合作，共計 19 位同學參與。辦理「小主播上場」體驗活動，提升孩子媒體素養與認識電視媒體，共計 36 人參加。

(4) 確立「客家電視-臺灣族群媒體第一品牌」的形象。

- A、年度客家重大議題，包括響應 221 世界母語日、520 獨家專訪新任客委會主委、緬懷曾貴海系列報導、全國客家日暨還我母語運動 36 週年，推出「客家碧落角」專題等，透過專題式深度報導，強化客家主體性與發聲權，表達中立、客觀立場，扮演守望客家的第一品牌形象與核心精神。
- B、推出大型紀錄片《客人主人》，以臺灣客家族群三百年來如何面對族群生存的故事切入，透過紀錄片宏觀的歷史視角與影像呈現手法，展現客家電視作為族群媒體的責任與能力。

C、《風神舞台》、《村民大會》等公眾近用節目，走進客家庄，提供客家鄉親展演的舞台、發聲的管道，貼近客家鄉親生活，探討公共議題。

D、《拾光屋大冒險》、《客客客棧》等兒少節目開放校園公播申請，及「客語小學堂」提供客家文化、語言教學教案與學習單等，作為鄉土語言學習輔助教材，近 700 所學校申請，觸及學生達 8 萬人。

E、以高規格舉辦《客家製課》演唱會，邀請羅文裕、林曉培、JHall、龔德、邱淑嬋等音樂人專場演出，透過跨界合作，提升客家流行音樂的質感，帶動客家流行音樂在年輕族群的風潮。

(5)透過國際交流與合作讓客家電視成為全世界認識客家的入口。

A、首部台韓合製客家實境節目《廚師的迫降：客家廚房》，由台韓藝人共同參與，將客家傳統美食與韓國料理融合，創造出別具特色的「客韓」風味。此節目不僅促進台韓文化的深度交流，展現飲食文化的多元樣貌，更成為國際技術與文化融合的重要典範，推動台灣影視產業的創新與進步。

B、《女孩上場 2》作為台灣首部聚焦女性職場籃球的旗艦戲劇，部分場景特別赴韓國釜山取景，結合視覺特效與國際影視技術，展現了卓越的製作規模，同時提升客家戲劇的國際能見度，為客家文化的影視創作打開更多可能性。

C、客家新聞前往澳洲、紐西蘭採訪世界原住民內容大會及紐澳客家鄉親打拚故事、智慧綠能交通借鏡，推出「大洋驕客」專題報導；前往英國及愛爾蘭採訪威爾斯語保存經驗及愛爾蘭推動性別平權、同婚議題，推出「威愛發聲」專題報導；前往義大利採訪 2024 全球慢食年，推出「慢食慢城慢義拍」專題報導；前往西班牙馬德里以及巴塞隆納採訪 2024 年全球客家文化會議暨臺灣客家懇親大會與加泰隆尼亞族群語言保存經驗，推出「進擊的加泰蘭」專題報導。海外專題播出後獲得關注，除了豐富客家新聞自製內容，也提升客家新聞在全球的影響力。

D、專訪駐布里斯本臺北經濟文化辦事處處長范厚祿，臺灣駐雪梨辦事處的處長吳正偉，愛爾蘭參議院議長 Jerry Buttimer，視訊連線中華民國駐歐盟兼駐比利時代表李淳，透過專訪大使、國會議員在公領域努力推動政策與國際時事觀察的分析，帶給觀眾更為「在地化」的觀點與全球的視野，強化臺灣客家和世界的連結。

E、透過參與國際影展與市場展推廣客家電視節目，將「客家」推動至世界。市場展部分，包括香港國際影視展（FILMART）、韓國釜山亞洲內容暨電影市場展（ACFM）、新加坡亞洲電視論壇暨市場展（ATF）等；影展部分，包括紐約電視獎、亞洲影藝創意大獎、亞洲電視獎、加拿大班芙電視節洛磯獎等，共計入圍 55 項，獲獎 22 項。

臺語台

臺語台前年度計畫達成的總體目標包括以下 6 項：

(1)因應公視法修法後，盤整臺語台相關法規與制度，以因應公廣集團之整合與分工。

A、因應公視法修法，臺語台總體營運經費調整為政府捐贈預算，為落實專款專用原則，已建立專戶專款管控，並提升管理預算效能，俾使經費與資源達到最優化配置。

B、已盤點相關法規，增訂臺語台自製、委製節目管理辦法、建立臺語台節目議價程序及制定南部中心攝影棚使用辦法及相關表單，以達公廣集團有效分工。

(2)完成時代劇及生活劇之劇本開發，並進行開拍。

A、現代生活劇《人生只租不賣》於 112 年完成徵案及簽約，113 年劇本修改定稿及選角籌備，於 113 年 10 月 26 日正式開鏡，預計 114 年 1 月殺青。暫定 114 年 9 月上檔。

B、時代劇《全心全意愛你》，112 年劇本開發，113 年 4 月 12 日通過企劃案審查會議，7 月簽訂製作合約，預計 114 年第二季開鏡。

C、台語劇本開發計畫，113 年完成徵選 5 部台語劇集劇本，開發期預定至 114 年 10 月。

(3)電視與網路並進，提升台語新聞網路能見度；規劃 AI 播報台語新聞之建置與訓練。

A、為擴大台語新聞影響力，113 年在社群媒體經營上也不遺餘力，《臺語台》逐工新聞官方 YT 及 FB 持續經營，各節新聞同步網路直播。立即剪輯即時新聞單則短影音上傳 YT，提升新聞即時性。電視與網路並進，提升同仁數位能力與台語新聞在網路的能見度。113 年 YT 總觀看次數已超過 200 萬次。臉書社群經營統計全年增加 3,000 名粉絲、總追蹤人數為 14,745，較去年多出 1 倍(去年底為 6,985 人)。

B、113 年度持續與陽明交大合作，提供語料訓練大型語言模型。預計 114 年下半年可無償取得台語語音辨識、台華語文互相轉譯系統、特定知識庫 AI 機器人、台語文聊天機器人等應用軟體系統。同時 113 年已委託外部廠商(長問公司)開發之台語語音合成系統，預計 114 年上半年將正式上線，將供新聞部及其他單位需求，應用於新聞播報及社群媒體傳播。

(4)推廣台語常用字彙應用，預計完成 1,000 個常用字彙，並建立資料庫及同步推廣其他民間業者使用。

A、113 年已完成 1,000 個常用詞彙建議用法的審查，已上架 1,300 條。其餘語音、例句陸續編修中。目前正進行辭庫改版，優化使用者介面。

B、新詞委員會今年特別邀請業界專家王月娥老師參與審議，年底並舉辦美妝「快閃店」活動，推廣化妝類台語新詞。

(5)發展短影音、網路原生內容，將數位影音內容效益極大化。

A、113 年臺語台網路 YouTube 頻道《DAYDAY TV》8 月 1 日上線。至年底總觀看次數已破 930 萬、訂閱數達 4.45 萬。最高觀看次數影片為《TalkTalk 秀台語》EP1 完整版，達 78 萬、網友留言數 1,169 則並持續成長。除緊跟上架電視首播節目，

也陸續重製上架臺語台開台以來廣受歡迎之節目，希望透過網路社群的力量讓臺語台內容觸及更廣。113 年共製作 360 支直式短影音，並廣發至各節目社群帳號，加總 YT 觀看次 656 萬、FB 觀看次共 1,867 萬、IG 觀看次共 307 萬。

- B、為推廣台語使用，展現台語使用作為正常語言於現代社會使用之可能性，113 年也積極發展趣味、知識資訊型短影音、親子動畫等網路原生內容，製作《新詞啥人知》、《是按怎按呢講》、《發現新台詞》、《動物伴點叮噹》、《看圖學台語》短影音，同時也系統性涵蓋日常生活寵物、美妝、早餐，甚至社會運動倡議的議題用語製作《裝予嬌嬌》、《台味早頓店》、《NGO 創啥物》等原生內容，讓台語不僅是「娛樂化」的語言，也能推廣於日常生活，發展成為「正常化」、「主流化」的語言。臺語台 YT 頻道訂閱數 9.5 萬，全年觀看次數 765 萬。FB 追蹤人數 20 萬人、全年觀看次數 1,342 萬、觸及 801 萬人。IG 追蹤人數 1.9 萬、全年觀看次數 195.2 萬。

(6)培養南臺灣在地臺語節目製播人才。

- A、臺語台南部中心 113 年持續與南台灣影視團隊合作製播各類型節目，共同開發製播人才，充實南臺灣人才資料庫。此外，113 年舉辦「學生主播」及「配音班」培訓活動，結訓學員已陸續參與臺語台新聞及節目製作，臺語台亦協助學員媒合相關工作。本年度也積極與學校接洽，已與高雄文藻大學合作，結合校內影視製播課程，培養學生對於影視教育的基本認識及進行實務操作訓練，學生反應熱烈，未來更可成為台語節目製播儲備人選，目前已進一步規劃與義守大學及其他南台灣學校合作開發影視相關培育課程。
- B、南部中心自 113 年起已著手規畫「南部新聞 Live 製播中心」（建置新聞自動化傳輸作業系統），預計自 114 年下半年，原於台北製播的兩節《逐工新聞》（早起新聞、中晝新聞）將南移製作。目前國內各家媒體在南部僅設南部新聞採訪中心，尚無製播整節每日新聞之設備與技術，透過臺語台兩節每日新

聞移至南部中心製播，將可擴大南部中心製播量能，平衡媒體的南北資源，培養南部即時新聞製播人才，因應「南部新聞 Live 製播中心」建置，南部中心自明年起，將計劃培訓並陸續增聘南部在地新聞製播人員。

國際影音平台

國際影音平台前年度計畫達成的總體目標包括以下 4 項：

(1)爭取國際意見領袖專訪機會，逐步建立印太地區駐地記者網絡，強化印太地區媒體的交流合作等。

- A、美國總統大選投票日隔天，在白宮前專訪德國馬歇爾基金會（GMF）學者葛來儀。
- B、獨家專訪維吾爾人權律師特克爾，揭露美國與中國協議換囚內幕。
- C、獨家訪問西藏流亡政府總理洛桑桑蓋，從國際視角談兩岸目前的關係、習近平可能對台灣的策略，以及未來中國在烏俄戰爭的角色。
- D、已與帛琉政府取得許可，一月中旬惠恕仁總統就職典禮後，接受 TaiwanPlus 新聞專訪。
- E、與哈佛甘迺迪學院訪問學者余文琦取得合作，規劃華府智庫學者專訪節目。
- F、亞洲紐西蘭基金會主動探詢，討論紐西蘭學人來 TaiwanPlus 交流事宜。
- G、與 Times of India 探討未來新聞合作模式，在 Times of India 平台上也能看得到 TaiwanPlus 新聞內容。
- H、與捷克 Bakala Foundation 合辦外媒交流活動，巴卡拉基金會安排的歐洲媒體訪問團成員來自 15 個歐洲國家及 16 個不同的媒體及機構，全團總共 20 人，以及路透社、彭博社等 8 名駐台外媒記者，共聚一堂進行交流聯繫。
- I、邀請英國天空電視台駐北京記者 Nicole Johnston 分享在中國與中東採訪經驗。

J、邀請香港TVB明珠台主播、主持人及製作人Melissa Gecolea，分享新聞紀錄片採訪製作及解析複雜財經議題之呈現方式。

K、七月下旬凱米颱風襲台，全台均受影響，美國有線電視新聞網CNN與菲律賓最大電視網ABS-CBN皆向TaiwanPlus提出要求，分享颱風畫面，並且在新聞播報中使用。

(2)持續提升臺灣文化新聞報導與節目製作的質與量，例如：從國際視角增加有關臺灣文化的報導數量，研議製作國際發光臺灣文化團隊的節目，推動國際合製跨文化內容節目等。

A、針對國際社會關注台灣半導體產業，特別製作「台灣超級工廠」(Taiwan's Mega Factory)原創系列產業紀錄片推出，首支「美光半導體」甫上架即創造高流量，熱度持續整年，迄今已突破230萬點閱，96%的觀賞來自國際觀眾，特別是自美國和印度。

B、特別於228當日獨家上線台灣電影「流麻溝十五號」，是台灣首部以女性為主體的白色恐怖歷史電影，透過TaiwanPlus平台，幫助國際觀眾了解台灣白色恐怖的歷史。

C、於蔡英文總統卸任前夕全球獨家首播國際紀錄片「Taiwan in Transition」，片中訪問到包括美國前眾議院議長裴洛希(Nancy Pelosi)等多位國際重磅受訪者評價台灣近年的轉變。

D、《Broken News》紀錄片系列探討近年全球共同面臨的假訊息與認知作戰挑戰。本系列深入研究台灣為何成為全球遭受假訊息攻擊的熱點，並以台灣之例分享民主體制所遭遇之挑戰。本片於製作過程中即已受日本NHK高度關注，更兩度來台採訪節目部團隊並製作專題新聞報導。

E、文化奧運紀錄片系列：今年巴黎奧運期間，台灣首度獲邀參與「文化奧運」展演活動，於拉維特公園設置台灣館，由24組團隊及122名藝術家帶來57場演出。TaiwanPlus攜手4位金鐘導演與法國Sombreo拍攝團隊，展開跨國全記錄，推出《Taiwan in Motion》系列，透過8支短片完整呈現24個表

演團體前進巴黎演出之路。

F、奧運策展：除了與國際團隊合製的內容之外，奧運期間本部門更釋出兩支相關紀錄片，拓展討論空間。其一為美國前 CNN 資深駐外記者 Mike Chinoy 所製作的人物傳記紀錄片《Decathlon:The C.K.Yang and Rafer Johnson Story 奧運傳奇：楊傳廣與強森》，介紹偉大運動員之間相知相惜的珍貴情誼。另外一部則為探討我國運動代表隊於國際運動賽事中使用「中華台北 Chinese Taipei」稱號由來之紀錄片《What's in a Name: A Chinese Taipei Story》，切入角度獨特犀利，並獲得高度關注。

(3)協助臺灣影視內容的國際交流與推廣，如加強報導臺灣影視內容的國際合作與得獎成果，購播國際得獎的臺灣製作影視內容，向國際媒體推介臺灣優秀影視內容等。

A、「2024 紐約電視電影獎」(New York Festivals TV & Film Awards)，TaiwanPlus 拿下一銀獎(Our Ocean)與一銅獎(Taste of Life)，成績亮眼。

B、台北電影節 2024 台北電影節「非常演員」個人全英文宣傳影片 TaiwanPlus 獨家首播，將台灣優秀影藝人才推向國際。

C、節目部製作「What's in a Name? A Chinese Taipei Story」紀錄片，配合奧運賽季推出，獲熱烈迴響，蕭美琴副總統也主動推文以英文推薦。

D、Jason's Table-Masterful Dishes 拿下 Content Asia「最佳亞洲製作的娛樂紀實節目（亞洲區域/國際市場）」銀獎。

E、與德法公共電視合製之「亞洲節拍心電圖」紀錄片入圍金鐘獎「最佳人文紀實節目」與「最佳剪輯」兩項提名。

F、亞洲代表性的新加坡「亞洲影藝創意大獎」(Asian Academy Creative Awards) 中，TaiwanPlus 以四個節目獲得入圍，最終以「Broken News」擊敗 BBC News, Bloomberg 彭博社等國際媒體，獲得「Best News/Current Affairs Program」獎

項，也是TaiwanPlus首度獲得此獎。

G、聶雲主持的「The Taipei Tonight Show」在印尼雅加達舉行的「亞洲電視獎」(Asian Television Awards, 以下簡稱ATA) 奪下 Best Talk Show 獎。

(4)持續開展美國、印太地區網路觸達與頻道落地。

A、持續執行美國旅館上架計畫，並上架至新加坡 EazieTV、馬來西亞 MyTV。

B、頻道上架印度 JioTV，成為臺灣唯一上架印度的電視台，每月活躍觀眾數量超過 1.29 億。

C、持續提供國際各大媒體與平台節目授權，如新加坡 Media Corp、Rock Entertainment，以及立陶宛公共媒體 (LRT)。

D、參加「亞洲電視論壇及內容交易市場」(Asia TV Forum & Market, ATF)，與超過 20 家潛在合作單位洽談。

E、節目授權中華航空、長榮航空、星宇航空機上娛樂系統，在全球航線上播放 TaiwanPlus 節目。

文化部捐補助計畫

在此計畫下主要的執行績效包括：

(1) 5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113 年)

文化部與財團法人公共電視文化事業基金會(以下簡稱公視)於民國 112 年 11 月 8 日簽訂「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113 年)」契約書，並依合約第八條第二點所載，溯及 112 年 1 月 1 日生效。

113 年 4 月 29 日簽訂「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113 年)第一次變更協議書」，新增《漂流之海》紀錄片與法、德、日、台公共電視「探月再啟航：太空旅程」(暫名)國際合製節目前製並期程展延至 114 年 6 月 30 日。10 月 4 日簽訂第二次變更協議書，增加六部國際合製紀錄片：《探月再啟航：太空旅程—臺灣版特輯》(暫名)、《奈米王國》(暫名)、《自然之約》(暫名)、《騎鐵馬遊臺灣》(暫名)、《民主烹飪課》、《冰封的記憶》前

製，並專案預算增加 8,000 萬元，新增第五期查核時間點為 114 年 8 月 29 日。

現公視已完成超高畫質生活行腳人文節目《浩克慢遊》(第七季)8 小時、大型互動節目《哈囉！你給問嗎？》48 小時、人文紀實節目《藝術很有事》(第六季)8 小時、5G 世代影視內容《不在我的世界當勇者》4 小時、外景綜藝及實境節目《歐吉桑騎士關於阿順阿忠的中年危機》5 小時、連續劇《不夠善良的我們》2 小時、PTS & NHK 阿里山 8K 合製《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》1 小時。並完成建置「IP 遠端製作系統」、公視+直播服務與設備擴充計畫、公視+台灣國際兒童影展主題直播頻道、8K 阿里山鐵道之旅紀錄片戶外首映記者會、AI 時代的全球公共廣電機會與挑戰國際研討會等活動。

其他如陳芯宜導演之 VR《雲在兩千米》與其他超高畫質節目，以及 TV APP 開發、公視新聞網 PWA 建置等刻正執行中。並已依照契約第二條「補助款付款方式」之約定，請領第三、四期補助款合計 1 億 8,500 萬元整。

(2)執行 112 年公共電視臺語頻道營運契約

2023 年新聞部執行 4 次國外採訪，包括法國尼斯嘉年華、匈牙利文化外交、菲律賓青年國際教育服務，以及烏克蘭難民服務報導。國內則推動高齡化與熱浪專題，提升台語新聞的內容深度與影響力。同時，透過戶外論壇活動與網路直播擴大新聞能見度。媒體經營成效顯著，YouTube 觀看數與訂閱數大幅提升。此外，透過主播甄選、教育訓練及台文課程，提升員工專業能力，並培育接班人才。

節目部致力於推廣台語主流化，推出多元內容如《全家有智慧》、《HIHI 導覽先生》和《無事 坐巴士》等節目，成功吸引觀眾，並多次入圍金鐘獎。在原創內容上，戲劇 IP《台語有影》聚焦社會議題，引發廣泛迴響，如政治迫害與勞工權益等議題。合作劇《鹽水大飯店》描寫美麗島事件背景，於 2024 年播出，成為時代劇開路先鋒。

南部中心專注南台灣特色節目，推出《新聞看南方》、《文化相放伴》、《上嬌ê花蕊》等，結合地方文化、藝文及人物故事，展現台語文化的多樣性。同時製播《海味 61 號》、《文學跳曼波》等，聚焦文學與音樂，促進文化傳承，讓新世代與傳統文化接軌。

行銷企劃部以活動與節目宣傳推廣台語文化，如音樂活動《雄雄出聲》及卡通《櫻桃小丸子》台語配音版，引發討論並吸引觀眾。多管道經營方面，擴展至 IG、Podcast 等平台，吸引年輕族群，Podcast 更成為台語學習者的熱門推薦。此外，透過產業合作、人才培訓與節目採購，如《匠人魂》和國際紀錄片，豐富內容並提升觀眾參與度。台語辭庫網完成建置，並推出《新詞啥人知》，普及台語新詞與流行語應用。

(3) 113 年國際影音平台營運與影音內容製作案

A、國際媒體與印太地區網絡拓展

- (a)專訪國際意見領袖，包括 GMF 學者葛來儀、維吾爾人權律師特克爾、西藏流亡政府總理洛桑桑蓋等，探討中國議題與區域情勢。
- (b)擴展媒體合作，例如與 Times of India 商討新聞合作模式，與捷克 Bakala Foundation 舉辦歐洲媒體訪問團等。
- (c)凱米颱風期間，與 CNN 和菲律賓 ABS-CBN 分享颱風畫面，提升國際能見度。

B、台灣文化與新聞內容提升

- (a)推出「台灣超級工廠」產業紀錄片，「美光半導體」系列達 230 萬點閱。
- (b)獨家播映台灣電影《流麻溝十五號》與紀錄片《Taiwan in Transition》，助國際了解台灣歷史與發展。
- (c)探討假訊息議題的紀錄片《Broken News》獲 NHK 關注。
- (d)文化奧運期間，拍攝《Taiwan in Motion》系列紀錄片，展現台灣藝術家在巴黎的演出。

C、影視國際交流與推廣

(a)TaiwanPlus 榮獲「紐約電視電影獎」銀獎與銅獎，並以《Broken News》擊敗 BBC 與彭博社，贏得「最佳新聞/時事節目」獎。

(b)推出與奧運相關的紀錄片《What's in a Name: A Chinese Taipei Story》，聚焦國際賽事中台灣的特殊身份問題。

(c)推廣優秀影藝人才，例如首播台北電影節宣傳影片，將台灣影視推向國際。

D、美國與印太地區頻道落地與網路觸達

(a)頻道成功上架印度 JioTV、新加坡 EazieTV、馬來西亞 MyTV，並透過中華航空、長榮航空等航線播放節目，每月觸及超過 1.29 億人。

(b)與國際媒體及平台合作授權，參與亞洲電視論壇，拓展節目海外市場。

(c)本計畫透過專業媒體製作與國際合作，強化台灣文化及新聞的全球影響力，逐步提升台灣的國際能見度。

國會頻道轉播

(1)提供 2 個電視頻道（國會頻道 1 台與國會頻道 2 台），進行國會議事轉播，立法院給付本會年度費用為 9,184.7 萬元。

(2)傳送國會頻道訊號，於無線電視、有線電視系統、中華電信 MOD 等平台上架播出，並負責設備維運事宜。

(3)負責國會頻道網站維運及 YouTube「國會頻道」直播服務，有利網路觀眾準確知悉會議狀態。

(4)為服務民眾收視節目無死角，全台共計 9 個主轉播站、24 個訊號補隙站，固定接收數位電視訊號之總面積涵蓋率為 62.98%，總人口涵蓋率為 95.03%。

(5)自 2017 年開播，至 2024 年 11 月底，依據 AC 尼爾森(AC Nielsen)收視調查報告，國會頻道總收視人口，已突破 1 億 3,924 萬人次。

(6)國會頻道官網的流量，從 107 年全年流量為 3.9 萬，到 113 年全年流量已提升到 56 萬，成長 14.35 倍，累計官網總流量達 163 萬。

(7)國會頻道在 YouTube 上的直播觀看人數，從 107 年總觀看人數是 7.2 萬，到 113 年總觀看人數是 216 萬，成長超過 208.8 萬，成長 30 倍，累計總觀看人數達 442 萬。

無障礙通訊傳播近用環境行動方案辦理情形

(1)節目製播現況－視障類

公視基金會營運各頻道－CH26(公共電視臺、公視臺語台)、CH30(公視 3 台、客家電視台)，2024 年 1 月 1 日～2024 年 12 月 31 日有關身心障礙權益保障(CRPD)節目製播現況－視障類，彙整如下：

A、2024 年播出連續劇(口述影像版)節目共 1 部，20 小時：

(a)我的婆婆怎麼那麼可愛(口述影像版)(每集 60 分鐘)

B、2024 年播出公視表演廳(口述影像版)節目共 2 部，4.5 小時：

(a)公視表演廳 李天祿的四個女人(口述影像)(180 分鐘)

(b)公視表演廳 半島風聲相放伴(口述影像)(90 分鐘)

C、2024 年播出行腳節目(口述影像版)節目共 1 部，5 小時：

(a)浩克慢遊(口述影像)(5 集 x60 分鐘)

D、2024 年 1 月～12 月播出總時數為 262 小時，其中新播時數 29.5 小時，首播時數 42 小時，重播時數 220 小時，如表 1 所示。播出頻道與時段，如表 2 所示。

【表 1】2024 年公視基金會口述影像節目播出統計

新播時數	首播時數	重播時數	總播出時數
29.5	42	220	262
11.26%	16.03%	83.97%	--

【表 2】2024 年公視基金會營運各頻道播出口述影像節目

劇 名	播出頻道	播出時間	備註
噬罪者(口述影像)	公視主頻	2024/2/25-11/6 (一至五)4:00	
我愛親家(口述影像版)	公視主頻	2024/11/25 (一)9:00	
戀戀木瓜香(口述影像)	公視主頻	2024/11/25 (一)9:00	

劇 名	播出頻道	播出時間	備註
當我們同在一起(口述影像版)	公視主頻	2024/11/27 (三)9:00	
登台(口述影像)	公視主頻	2024/11/28 (四)9:00	
紅鼻子與小女孩(口述影像版)	公視主頻	2024/11/29 (五)9:00	
艾草(口述影像)	公視主頻	2024/12/01 (日)14:30	
我們與惡的距離(口述影像)	公視主頻	2024/12/4-12/25 (一至三)23:00	
我的婆婆怎麼那麼可愛(口述影像)	公視 3 台	2024/01/01-01/26 (一至五)8:00	新播
浩克慢遊(口述影像)	公視 3 台	2024/01/13- 2024/02/17(六)13:00	新播
浩克慢遊(口述影像)	公視 3 台	2024/1/6-4/27(六)7:00、 24:00	
李天祿的四個女人(口述影像)	公視 3 台	2024/1/6(六)13:00- 16:00	新播
半島風聲 相放伴(口述影像)	公視 3 台	2024/02/03 (六)15:00	新播
桔醬的滋味(口述影像)	公視 3 台	2024/02/25 (日)7:00	
業務員之死(口述影像)	公視 3 台	2024/03/02 (六)13:00、 2024/03/02 (六)24:12、 2024/03/03 (日)7:00	
溫暖的憂傷(口述影像)	公視 3 台	2024/03/09 (六)13:00、 2024/03/09 (六)24:00、 2024/03/10 (日)7:00	
神算(口述影像)	公視 3 台	2024/03/09 (六)14:30、 2024/03/10 (日)1:30、 2024/03/10 (日)8:30	
溫暖的憂傷(口述影像)	公視 3 台	2024/03/09 (六)13:00、 2024/03/09 (六)24:00、 2024/03/10 (日)7:00	
戀戀木瓜香(口述影像)	公視 3 台	2024/03/16 (六)13:00、 2024/03/16 (六)24:00、 2024/03/17 (日)7:00	
海倫她媽(口述影像)	公視 3 台	2024/03/16 (六)14:30、 2024/03/16 (日)1:30、 2024/03/17 (日)8:30	

劇 名	播出頻道	播出時間	備註
6 局下半(口述影像)	公視 3 台	2024/03/23 (六)13:00、 2024/03/23 (六)24:00、 2024/03/24 (日)7:00	
阿蒂美髮店(口述影像)	公視 3 台	2024/03/23 (六)14:30、 2024/03/24 (日)1:30、 2024/03/24 (日)8:30	
失業陣線聯盟(口述影像版)	公視 3 台	2024/03/31 (日)1:10、 2024/03/31 (日)7:00	
艾草(口述影像)	公視 3 台	2024/04/06(六)13:00、 2024/04/06 (六)24:05、 2024/04/07 (日)7:00	
小偷(口述影像)	公視 3 台	2024/04/06 (六)14:30、 2024/04/07(日)1:30、 2024/04/07 (日)8:30	
依諾之歌(口述影像)	公視 3 台	2024/04/13 (六)24:00、 2024/04/14 (日)7:00	
一瞬之光(口述影像)	公視 3 台	2024/04/20 (六)13:00、 2024/04/20 (六)24:00、 2024/04/21 (日)7:00	
回聲(口述影像)	公視 3 台	2024/04/27 (六)13:00、 2024/04/27 (六)24:00、 2024/04/28 (日)7:00、 2024/05/04 (六)7:00	
紅鼻子與小女孩(口述影像版)	公視 3 台	2024/05/04 (六)13:00、 2024/05/04 (六)24:00、 2024/05/05 (日)7:00、 2024/05/11 (六)7:00	
仲夏夜府城(口述影像版)	公視 3 台	2024/05/11 (六)13:00、 2024/05/11 (六)24:00、 2024/05/12 (日)7:00、 2024/05/18 (六)7:00	
羊在火爐前走失了(口述影像版)	公視 3 台	2024/05/18 (六)13:00、 2024/05/18 (六)24:00、 2024/05/19 (日)7:00、 2024/05/25 (六)7:00	
人生浣腸(口述影像)	公視 3 台	2024/06/02 (日)7:00、 2024/06/08 (六)7:00	

劇 名	播出頻道	播出時間	備註
麥田投手(口述影像版)	公視 3 台	2024/06/08 (六)13:00、 2024/06/08 (六)24:00、 2024/06/09 (日)7:00、 2024/06/15 (六)7:00	
回家路上(口述影像版)	公視 3 台	2024/06/15 (六)13:00、 2024/06/15 (六)24:00、 2024/06/16 (日)7:00、 2024/06/22 (六)7:00	
蟹足(口述影像)	公視 3 台	2024/06/22 (六)13:00、 2024/06/22 (六)24:10、 2024/06/23 (日)7:00、 2024/06/29 (六)7:00	
事事達人(口述影像版)	公視 3 台	2024/06/29 (六)13:00、 2024/06/29 (六)24:00、 2024/06/30 (日)7:00、 2024/07/06 (六)7:00	
轉。大人(口述影像版)	公視 3 台	2024/07/06 (六)13:00、 2024/07/06 (六)24:30、 2024/07/07 (日)7:00、 2024/07/13 (六)7:00	
我愛親家(口述影像版)	公視 3 台	2024/07/13 (六)13:00、 2024/07/13 (六)24:20、 2024/07/14 (日)7:00、 2024/07/20 (六)7:00	
希望之鑽(口述影像版)	公視 3 台	2024/07/20 (六)13:00、 2024/07/20 (六)24:00、 2024/07/21 (日)7:00、 2024/07/27 (六)7:00	
夏風(口述影像版)	公視 3 台	2024/07/27 (六)13:00、 2024/07/28 (日)7:00、 2024/08/03 (六)7:00	
野模(口述影像)	公視 3 台	2024/08/03 (六)13:00	
當我們同在一起(口述影像版)	公視 3 台	2024/08/04 (日)7:00、 2024/08/10 (六)7:00	
藥笑 24 小時(口述影像版)	公視 3 台	2024/08/10 (六)13:00、 2024/08/10 (六)24:34、 2024/08/11 (日)7:00	

(2)節目製播現況－聽障類

公視基金會營運各頻道－CH26(公共電視臺、公視臺語台)、CH30(公視3台、客家電視台)，2024年1月1日～2024年12月31日有關身心障礙權益保障(CRPD)節目製播現況－聽障類，彙整如下：

A、服務聽障觀眾的手語節目：

(a)聽聽看(每集60分鐘，每月約播出20小時)

①公共電視臺：週六16:30首播、週日凌晨5:00重播。

②公視3台：週日17:00首播、週三7:00、12:30重播。

(b)公視手語新聞(每集30分鐘，每月約播出20小時)

①公共電視臺：週一至週五8:00。

②公視3台：週一至週五12:00首播。

B、服務聽障觀眾含「表情字幕」的節目：

(a)2024年製作「極樂世界3」(4集/4小時)及「極樂世界之好好出門」(10集/5小時)，預計2025完成並播出9小時附有聲音表情字幕節目。

(二)上年度已過期間預算執行情形(截至114年6月30日止執行情形)

1. 勞務收入執行數3億7,150萬元，較預計數6,377萬元，增加3億773萬元，約482.56%，主要係文化部補助「5G時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113年)」、「113年國際影音平台營運與影音內容製作案」展延執行及認列合資收入所致。
2. 銷貨收入執行數6,153萬5千元，較預計數4,150萬3千元，增加2,003萬2千元，約48.27%，主要係版權出售較預計數增加所致。
3. 受贈收入執行數1,438萬8千元，較預計數2,600萬元，減少1,161萬2千元，約44.66%，主要係企業及個人捐贈較預計數減少所致。
4. 政府補助基本營運收入執行數16億8,938萬4千元，與預計數16億8,938萬4千元相同。

5. 其他業務收入執行數 963 萬 2 千元，較預計數 922 萬 8 千元，增加 40 萬 4 千元，約 4.38%，主要係增加廣告交換案所致。
6. 財務收入執行數 2,361 萬 8 千元，較預計數 1,569 萬 8 千元，增加 792 萬元，約 50.45%，主要係資金存量較預計數增加所致。
7. 其他業務外收入執行數 1,099 萬 7 千元，較預計數 50 萬元，增加 1,049 萬 7 千元，約 2,099.40%，主要係中華電信等行動共構分攤電費及執行 DTA 影響力獎助計畫所致。
8. 勞務成本執行數 14 億 3,897 萬 2 千元，較預計數 12 億 5,360 萬元，增加 1 億 8,537 萬 2 千元，約 14.79%，主要係文化部補助「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113 年)」展延執行及合資節目製作成本增加所致。
9. 銷貨成本執行數 3,593 萬 3 千元，較預計數 1,258 萬 2 千元，增加 2,335 萬 1 千元，約 185.59%，主要係結算分成權利金支出較預計數增加所致。
10. 管理費用執行數 2 億 4,068 萬 9 千元，較預計數 2 億 6,189 萬 6 千元，減少 2,120 萬 7 千元，約 8.10%，主要係撙節行政管理支出所致。
11. 其他業務支出執行數 4 萬 9 千元，較預計數 50 萬元，減少 45 萬 1 千元，約 90.20%，主要係處分及報廢不動產、廠房及設備損失較預計數減少所致。
12. 其他業務外支出 1 億 661 萬 6 千元，較預計數 7,043 萬 4 千元，增加 3,618 萬 2 千元，約 51.37%，主要係本會按持股比例 83.24% 預估認列轉投資事業關係法人華視虧損所致。
13. 以上總收支相抵後，計賸餘 3 億 5,879 萬 5 千元，較預計賸餘數 2 億 4,707 萬 1 千元，增加賸餘 1 億 1,172 萬 4 千元，約 45.22%，主要係勞務收入較預計數增加所致。

五、其他

本年度無重大承諾事項暨或有負債。

本 頁 空 白

主 要 表

財團法人公共電視文化事業基金會
收支營運預計表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

前年度決算數		科 目	本年度預算數		上年度預算數		比較增(減-)數		說明
金額	%		金額	%	金額	%	金 額	%	
4,752,833	100.00	收入	3,991,432	100.00	4,254,111	100.00	-262,679	-6.17	
4,705,983	99.01	業務收入	3,953,332	99.04	4,221,707	99.24	-268,375	-6.36	
1,470,931	30.95	勞務收入	935,213	23.43	1,038,441	24.41	-103,228	-9.94	
173,953	3.66	銷貨收入	164,800	4.13	130,000	3.06	34,800	26.77	
81,678	1.72	受贈收入	70,000	1.75	70,000	1.64	-	-	
2,958,175	62.24	政府補助基本營運收入	2,764,631	69.26	2,964,692	69.69	-200,061	-6.75	
21,246	0.44	其他業務收入	18,688	0.47	18,574	0.44	114	0.61	
46,850	0.99	業務外收入	38,100	0.96	32,404	0.76	5,696	17.58	
42,209	0.89	財務收入	37,000	0.93	31,404	0.74	5,596	17.82	
4,641	0.10	其他業務外收入	1,100	0.03	1,000	0.02	100	10.00	
4,194,067	88.24	支出	4,232,222	106.03	4,469,334	105.06	-237,112	-5.31	
4,001,158	84.18	業務支出	4,064,958	101.84	4,328,466	101.75	-263,508	-6.09	
3,435,037	72.27	勞務成本	3,464,668	86.80	3,744,708	88.03	-280,040	-7.48	
62,466	1.31	銷貨成本	52,567	1.32	46,465	1.09	6,102	13.13	
503,593	10.60	管理費用	546,723	13.70	536,293	12.61	10,430	1.94	
62	0.00	其他業務支出	1,000	0.02	1,000	0.02	-	-	
192,909	4.06	業務外支出	167,264	4.19	140,868	3.31	26,396	18.74	
192,909	4.06	其他業務外支出	167,264	4.19	140,868	3.31	26,396	18.74	
-	-	所得稅費用	-	-	-	-	-	-	
558,766	11.76	本期短絀	-240,790	-6.03	-215,223	-5.06	-25,567	11.88	
折舊攤銷前賸餘(短絀)(預計)數									
前年度決算數		科 目	本年度預算數		上年度預算數		比較增(減-)數		
558,766		本期賸餘(短絀)	-240,790		-215,223		-25,567		
201,827		折舊及攤銷費用(排除不影響餘絀計算之折舊及攤銷費用)	193,605		186,392		7,213		
760,593		折舊攤銷前賸餘(短絀)	-47,185		-28,831		-18,354		

財團法人公共電視文化事業基金會
現金流量預計表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

項 目	預 算 數	說 明
業務活動之現金流量：		
稅前短絀	-240,790	
利息股利之調整	-37,000	
未計利息股利之稅前短絀	-277,790	
調整非現金項目		
折舊及攤提	193,605	
資產處分及報廢損失	1,000	
採權益法認列之投資損失	167,264	
資產及負債項目之變動		
減少應收款項	60,732	
減少預付款項	4,260	
增加其他流動資產	-42,755	
減少應付票據及帳款	-24,143	
增加應付費用	32,530	
減少其他應付款	-887	
增加負債準備	14,070	
增加預收款項	5,744	
減少其他流動負債	-8,947	
未計利息股利之現金流入	124,683	
收取利息	37,000	
業務活動之淨現金流入	161,683	

財團法人公共電視文化事業基金會
現金流量預計表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

項 目	預 算 數	說 明
投資活動之現金流量：		
增加不動產、廠房及設備	-168,854	
增加無形資產及其他資產	-16,088	增加遞延費用16,066千元； 增加存出保證金22千元。
增加流動金融資產及短期墊款	-39,800	
投資活動之淨現金流出	-224,742	
籌資活動之現金流量：		
增加短期債務、流動金融負債及其他負債	5,259	增加存入保證金5,259千元。
增加基金及公積	71,100	增加捐贈基金71,100千元。
籌資活動之淨現金流入	76,359	
現金及約當現金之淨增	13,300	
期初現金及約當現金	1,115,893	
期末現金及約當現金	1,129,193	
購置不動產、廠房及設備現金淨流出情形		
購置不動產、廠房及設備總額	156,814	
加：期初其他應付款	58,884	
減：期末其他應付款	-46,844	
加：期初其他應付租賃款	-	
減：期末其他應付租賃款	-	
現金支付數	168,854	

財團法人公共電視文化事業基金會
淨值變動預計表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

科 目	上 年 度 餘 額	本年度增(減-)數	截至本年度餘額	說 明
基金	5,829,656	71,100	5,900,756	
創立基金	2,297,375	-	2,297,375	
捐贈基金	3,527,357	71,100	3,598,457	一、文化部捐贈 1. 公視兒少節目內容 產製1,610萬元。 2. 臺語台1,000萬元。 二、文化部補助 1. 國際影音平台營運 與內容製作3,500萬 元。 三、客委會捐贈 客家電視台1,000萬 元。
其他基金	4,924	-	4,924	
公積	4,327,722	-	4,327,722	
受贈公積	4,327,722	-	4,327,722	
累積餘絀	-5,333,954	-240,790	-5,574,744	
累積短絀	-5,333,954	-240,790	-5,574,744	
淨值其他項目	2,102,213	-	2,102,213	
未實現重估增值-採 權益法之投資	2,102,213	-	2,102,213	
合計	6,925,637	-169,690	6,755,947	

明 細 表

財團法人公共電視文化事業基金會

收 入 明 細 表

中華民國115年度

單位:新臺幣千元

前 年 度 決 算 數	科 目 名 稱	本 年 度 預 算 數	上 年 度 預 算 數	說 明
4,705,983	業務收入	3,953,332	4,221,707	
1,470,931	勞務收入	935,213	1,038,441	
618,493	遞延政府捐助收入轉 捐贈收入	791,366	894,594	115年度編列文化部補助AI創新應用服務計畫2,136萬6千元、國際影音平台營運與內容製作7億7,000萬元。
34,286	製播客台頻道節目收入	-	-	113年度起改編列政府捐贈。
607,189	製播國際影音平台節目收入	-	-	113年度起改編列遞延政府捐助收入轉捐贈收入。
87,473	國會頻道轉播收入	91,847	91,847	115年度編列國會頻道9,184萬7千元。
12,995	活動收入	15,000	17,000	
110,495	代製節目收入	37,000	35,000	
173,953	銷貨收入	164,800	130,000	增編販售收入3,480萬元(含臺語台440萬元)
173,953	販售收入	164,800	130,000	
81,678	受贈收入	70,000	70,000	
81,678	公私機構、團體或個人捐贈	70,000	70,000	
2,958,175	政府補助基本營運收入	2,764,631	2,964,692	
2,873,010	政府捐贈	2,685,750	2,883,051	1. 文化部捐贈 公共電視臺營運9億元、 兒少節目內容產製5億8,390萬元、 臺語台營運6億1,185萬元。 2. 客委會捐贈 客家電視台營運5億9,000萬元。
85,165	有線廣播電視事業發展基金捐贈	78,881	81,641	依有線廣播電視法第四十五條第二項規定，有線廣播電視事業發展基金捐贈基金30%予財團法人公共電視文化事業基金會。 115年度編列7,888萬1千元。

財團法人公共電視文化事業基金會

收 入 明 細 表

中華民國115年度

單位:新臺幣千元

前 年 度 決 算 數	科 目 名 稱	本 年 度 預 算 數	上 年 度 預 算 數	說 明
21,246	其他業務收入	18,688	18,574	
21,246	租金收入	18,688	18,574	
-	廣告收入	-	-	
46,850	業務外收入	38,100	32,404	
42,209	財務收入	37,000	31,404	
42,209	孳息收入	37,000	31,404	因資金存量調升增編孳息收入559萬6千元。 (含客家電視台150萬元及臺語台350萬元)
4,641	其他業務外收入	1,100	1,000	
4,641	雜項收入	1,100	1,000	為不屬上項收入之其他各式雜項收入。(含臺語台10萬元)
4,752,833	總 計	3,991,432	4,254,111	

註:1. 文化部補助國際影音平台營運及內容製作資本支出3,500萬元(含稅)。

2. 文化部捐贈兒少節目內容產製資本支出1,610萬元及臺語台營運資本支出1,000萬元(含稅)。

3. 客委會捐贈客家電視台營運資本支出1,000萬元(含稅)。

財團法人公共電視文化事業基金會

支出明細表

中華民國115年度

單位:新臺幣千元

前年度決算數	科目名稱	本年度 預算數	上年度 預算數	說明
4,001,158	業務支出	4,064,958	4,328,466	勞務成本本年度預算數34億6,466萬8千元，較上年度預算數37億4,470萬8千元，減少2億8,004萬元，主要係 1. 公視節目製播減少7,793萬元， 2. 客家電視台節目製播減少824萬4千元， 3. 臺語台節目製播減少1億7,540萬4千元， 4. 國際影音平台營運與內容製作減少1,846萬2千元。
3,435,037	勞務成本	3,464,668	3,744,708	
1,671,021	公視節目製播	1,545,935	1,623,865	
518,948	人事費	580,796	578,948	
1,012,085	業務費	837,993	921,263	
139,988	折舊及攤提	127,146	123,654	
454,485	客家電視台節目製播	563,737	571,981	
91,211	人事費	116,642	105,725	
361,794	業務費	445,201	465,713	
1,480	折舊及攤提	1,894	543	
497,997	臺語台節目製播	584,996	760,400	
92,518	人事費	134,942	112,090	
405,440	業務費	445,981	645,910	
39	折舊及攤提	4,073	2,400	
811,534	國際影音平台營運與內容製作	770,000	788,462	
168,558	人事費	235,500	236,500	
642,681	業務費	534,500	551,962	
295	折舊及攤提	-	-	
62,466	銷貨成本	52,567	46,465	銷貨成本本年度預算數5,256萬7千元，較上年度預算數4,646萬5千元，增加610萬2千元。
62,466	公視節目製播	52,567	46,465	
15,767	人事費	18,707	20,295	
46,699	業務費	33,860	26,170	
-	折舊及攤提	-	-	

財團法人公共電視文化事業基金會

支出明細表

中華民國115年度

單位:新臺幣千元

前年度決算數	科目名稱	本年度預算數	上年度預算數	說明
503,593	管理費用	546,723	536,293	管理費用本年度預算數5億4,672萬3千元，較上年度預算數5億3,629萬3千元，增加1,043萬元，主要係 1. 公視節目製播增加1,188萬7千元， 2. 客家電視台節目製播減少45萬6千元， 3. 臺語台節目製播減少100萬1千元。
450,924	公視節目製播	484,106	472,219	
270,805	人事費	301,942	296,518	
120,117	業務費	122,370	116,006	
60,002	折舊及攤提	59,794	59,695	
25,272	客家電視台節目製播	27,763	28,219	
9,740	人事費	11,490	10,178	
15,532	業務費	15,663	18,041	
-	折舊及攤提	610	-	
27,397	臺語台節目製播	34,854	35,855	
7,774	人事費	9,908	8,490	
19,600	業務費	24,858	27,265	
23	折舊及攤提	88	100	
62	其他業務支出	1,000	1,000	其他業務支出本年度預算數100萬元，和上年度預算數同，係編列報廢資產損失。
62	其他損費	1,000	1,000	
192,909	業務外支出	167,264	140,868	業務外支出本年度預算數1億6,726萬4千元，較上年度預算數1億4,086萬8千元，增列2,639萬6千元，係其他業務外支出增加2,639萬6千元，為採權益法認列受贈華視長期股權投資損失。
192,909	其他業務外支出	167,264	140,868	
192,909	採權益法認列之投資損失	167,264	140,868	
	其他損費	-	-	
4,194,067	總計	4,232,222	4,469,334	

註:115年度起公視節目製播包含公視一般節目內容製播及公視兒少節目內容產製，前年度決算數及上年度預算數配合重分類編製。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
A				公視節目製播	公視	2,082,608	
	1			行政管理	行政部、秘書室及稽核室	134,653	
		1		行政維持		45,786	
			1	人事費-管理費用		37,934	
			1	薪資		27,620	薪資27,620千元：行政部員工及主管34名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		3,996	員工34名年終獎金3,996千元。
			3	超時工作報酬		804	加班費804千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		3,258	保險費3,258千元： 1. 勞保費1,733千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,525千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		2,256	退休金2,256千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-管理費用		7,852	
			1	租金		1,500	宜蘭、花蓮及三義轉播站用地及鐵塔等租金1,500千元。
			2	文具用品		318	文具紙張150千元及影印費168千元。
			3	運費		10	急送文件快遞運費10千元。
			4	郵電費		207	郵資34千元及電話費173千元。
			8	保險費		39	ABC棟公共意外責任險39千元。
			9	業務聯繫費		30	業務洽公聯繫費30千元。
			19	勞務費		1,094	常年律師顧問費及專案處理費344千元、會計師財務、稅務簽證費750千元。
			22	非消耗品		50	辦公事務器材50千元。
			25	材料費		70	識別證卡片、財產條碼片及郵資機片等70千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			26	清潔費	行政部、 秘書室及 稽核室	2,696	大樓外包清潔、外牆清洗、污水處理消毒、清潔用品，合計2,696千元。
			28	燃料費		200	小車5部、大車4輛及OB車發電機用油共計200千元。
			29	其他		212	其他雜項費用212千元。
			32	績效獎勵金		1,306	針對本會團體或個人之特殊表現或優異功績者即時獎勵之績效獎金1,306千元。
			33	車輛及辦公器具養護		80	辦公器具養護費年需80千元。
			38	國內旅費		40	財產盤點、安檢會勘之國內旅費及洽公車資40千元。
	2			行政暨製作大樓營運維持		45,298	
		2		業務費-管理費用		11,192	
			7	水電瓦斯費		3,850	水費250千元、電費3,600千元。
			8	保險費		2,000	1. 房屋器材設備保險費1,628千元。 2. 公務車輛保險費372千元。
			11	稅捐證照		300	公務車牌照稅及燃料稅等300千元。
			13	管理費		2,404	保全費用2,326千元、消防及建物等安檢費用78千元，合計2,404千元。
			33	車輛及辦公器具養護費		628	公務車輛、SNG及OB車年度維護628千元。
			34	設施及機儀設備養護費		840	A. B. C棟電梯委外維護840千元。
			35	房屋建築修繕費		1,170	辦公房舍及轉播站機房修繕費1,170千元。
		3		折舊及攤提-管理費用		31,093	提列設備折舊及軟體攤提31,093千元。
		3		折舊及攤提-勞務成本		3,013	提列文化部補助公共電視內容產製與應用計畫-台語頻道等設備折舊費用3,013千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
	3			水電空調及中央 監控設備維護	行政部、 秘書室及 稽核室	3,728	
		2		業務費-管理費用		3,728	
			22	非消耗品		100	中央空調監控器材等100千元。
			28	燃料費		63	750kw發電機5台燃料費63千元。
			34	設施及機儀設 備養護費		3,565	A. B. C棟大樓水電、空調、消防等維護， 全年度費用3,565千元。
	4			職工福利業務執 行		9,470	
		1		人事費-管理費用		5,096	
			7	福利費		5,096	端午及中秋2節獎金1,506千元、旅遊補助 2,711千元、托兒津貼737千元、婚喪津貼 142千元。
		2		業務費-管理費用		4,374	
			30	福利費		4,374	團體保險578千元、社團補助384千元、 年終聚餐3,000千元及其他412千元。
	5			秘書室及董監事 會業務執行		25,309	
		1		人事費-管理費用		21,697	
			1	薪資		16,832	薪資16,832千元：董事長、副總以上主管、 秘書室及稽核室共12名之全年12個月 薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		2,307	年終獎金2,307千元：董事長、副總以上主管、 秘書室及稽核室共12名。
			4	分擔保險費		1,452	保險費1,452千元： 1. 勞保費567千元，依據勞工保險條例規 定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。 2. 健保費885千元，依據全民健康保險法 規定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。
			5	退休及、卹償 金及資遣費		1,106	退休金1,106千元：依據勞工退休條例規 定，按薪資總額6%之比例提撥。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			2	業務費-管理費用	行政部、 秘書室及 稽核室	3,612	
			2	文具用品		38	董、監事會議等業務執行文具紙張及影印費38千元。
			3	運費		35	董、監事會議資料快遞費35千元。
			4	郵電費		105	業務執行電話費85千元及郵資20千元。
			9	業務聯繫費		700	業務餐費200千元、公關費500千元。
			19	勞務費		1,280	董事、監察人及其他會議出席費750千元、 內控資訊安全委外會計師稽核顧問費450千元、 法律諮詢服務費80千元。
			22	非消耗品		50	辦公器材及電腦週邊更新添購50千元。
			37	國外旅費		1,149	亞洲地區影視產業媒體數位發展及公共 廣電服務1人次、美洲地區影視產業媒體 數位發展及公共廣電服務1人次、歐洲 地區影視產業媒體數位發展及公共廣電 服務2人次及PBI國際公營廣電機構1人次， 合計1,149千元。
			38	國內旅費		255	國內交通膳雜費255千元。
	6			公視兒少節目 內容產製		5,062	
		1		人事費-管理費用		446	
			7	福利費		446	端午及中秋2節獎金132千元、旅遊補助 237千元、托兒津貼65千元、婚喪津貼 12千元。
			2	業務費-管理費用		4,616	
			30	福利費		342	團體保險42千元、年終聚餐等300千元。
			40	行政維運費		4,274	辦公大樓水電中控保全電梯空調等 設施養護4,274千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
2				公共服務暨 行銷業務 行政維持	公服暨 行銷部	190,266	
	1			人事費-勞務成本		41,974	
		1		薪資		11,337	
			1	薪資		8,556	薪資8,556千元：公行部員工12名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		1,170	員工12名年終獎金1,170千元。
			3	超時工作報酬		55	加班費55千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分攤保險費		1,010	保險費1,010千元： 1. 勞保費561千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費449千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		546	退休金546千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		1		人事費-管理費用		28,592	
			1	薪資		21,090	薪資21,090千元：公行部員工28名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		2,900	員工28名年終獎金2,900千元。
			3	超時工作報酬		275	加班費275千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		2,366	保險費2,366千元： 1. 勞保費1,252千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,114千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,961	退休金1,961千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
		2		業務費-管理費用	公服暨行銷部	1,511	
			1	租金		137	小客車租金131千元、影印機掃描卡租金6千元。
			2	文具用品		115	文具紙張57千元、影印費58千元。
			3	運費		23	急送文件快遞費23千元。
			4	郵電費		326	電話費176千元、郵資150千元。
			9	業務聯繫費		9	洽公餐費3千元及視聽產品等公關贈品6千元。
			12	公會費		422	電視同業工會及電視學會會費422千元。
			19	勞務費		398	企劃工作人員398千元。
			21	書報雜誌費		18	訂報費18千元。
			22	非消耗品		45	辦公傢俱及電腦週邊更新45千元。
			28	燃料費		9	洽公油料費9千元。
			29	其他		4	其他雜項費用4千元。
			38	國內旅費		5	國內洽公車資5千元。
		3		折舊及攤提-管理費用		404	提列設備折舊及軟體攤提404千元。
		3		折舊及攤提-勞務成本		130	提列文化部補助公共電視內容產製與應用計畫-台語頻道等設備折舊費用130千元。
	2			圖書館業務推展		341	
		2		業務費-管理費用		341	
			5	資料費		28	委外剪報費28千元。
			12	公會費		3	中華圖書資訊館際合作協會會費3千元。
			21	書報雜誌費		310	館藏書籍、期刊及視聽資料等310千元。
	3			公視之友招募		1,582	
		2		業務費-管理費用		1,582	
			3	運費		220	公視之友招募贈品寄運費220千元。
			6	廣告費		50	文宣品印製費50千元。
			14	手續費		450	銀行合作網路信用卡及劃撥捐款手續費450千元。
			19	勞務費		300	電視募款來賓、主持人及promo導演費等300千元。
			20	伙食費		80	電視募款工作人員及來賓餐費80千元。
			25	材料費		479	招募贈品及佈景材料費479千元。
			38	國內旅費		3	募款洽公車資3千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
	4	2		服務及活動	公服暨	2,838	
				業務費-管理費用	行銷部	2,838	
			3	運費		13	教服遊戲本、活動寄運費13千元。
			4	郵電費		114	教服活動電話費、教服節目、公視之友等刊物郵寄費114千元。
			6	廣告費		1,420	公視月刊、教服刊物文宣、日誌等1,420千元。
			8	保險費		20	成長營、公視之友活動及其他活動保險費20千元。
			19	勞務費		658	教服刊物製作538千元、教服營隊講師費等120千元。
			20	伙食費		60	教服營隊活動餐費60千元。
			25	材料費		234	教服用影帶及教材等234千元。
			38	國內旅費		319	教服活動及公務差旅費319千元。
	5	2		公民新聞		1,921	
				業務費-管理費用		1,921	
			19	勞務費		1,266	公民新聞營隊及活動評審、監製及獎金1,266千元。
			20	伙食費		150	營隊及活動餐費150千元。
			25	材料費		210	活動場佈及道具製作等210千元。
			38	國內旅費		295	公民新聞推廣活動及場勘等差旅費295千元。
	6	2		公關宣傳		1,918	
				業務費-管理費用		1,918	
			1	租金		608	記者會場地及器材設備、車輛等租金608千元。
			3	運費		14	急送文件及公關宣傳資料快遞運費14千元。
			4	郵電費		46	電話費及郵資46千元。
			6	廣告費		150	節目宣傳廣告150千元。
			8	保險費		20	記者會保險費20千元。
			9	業務聯繫費		110	記者聯誼餐費等110千元。
			19	勞務費		350	宣傳攝影及活動工作人員350千元。
			20	伙食費		200	記者會及活動餐費200千元。
			25	材料費		230	活動紀念品60千元及佈景道具等170千元。
			29	其他		10	其他雜項費用10千元。
			38	國內旅費		180	公關宣傳活動國內差旅費180千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
	7			行銷推廣	公服暨	7,017	
		2		業務費-勞務成本	行銷部	7,017	
			1	租金		400	行銷業務推展活動場地、器材設備、佈景道具及車輛租金400千元。
			2	文具用品		140	影印費140千元。
			4	郵電費		210	業務通訊費210千元。
			6	廣告費		324	標案及企業贊助所需之跨媒體整合平面、鏡面、廣播電視宣傳、文宣廣告費及贈品等324千元。
			8	保險費		59	代製案外景人員及國外拍攝器材保險費59千元。
			9	業務聯繫費		74	業務洽商餐費及公關費74千元。
			11	稅捐證照		180	契約印花稅180千元。
			19	勞務費		4,040	代製節目製作及活動辦理費4,040千元。
			25	材料費		200	企業贊助之視聽產品製作材料費200千元。
			27	權利金		300	企業贊助指定節目播映費等300千元。
			38	國內旅費		1,090	國內標案及尋求企業贊助洽商差旅費1,090千元。
	8			公視兒少節目	公服暨	40,828	
				內容產製	行銷部		
		1		人事費-勞務成本		4,211	
			1	薪資		3,063	薪資3,063千元：公行部員工4名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		421	員工4名年終獎金421千元。
			3	超時工作報酬		55	加班費55千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		349	保險費349千元： 1. 勞保費189千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費160千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		323	退休金323千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
		1		人事費-管理費用	公服暨行銷部	4,702	
			1	薪資		3,519	薪資3,519千元：公行部員工5名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		484	員工5名年終獎金484千元。
			3	超時工作報酬		65	加班費65千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		418	保險費418千元： 1. 勞保費234千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費184千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		216	退休金216千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-勞務成本		24,823	
			1	租金		690	行銷業務推展活動場地、器材設備、佈景道具及車輛租金690千元。
			2	文具用品		333	影印費333千元。
			6	廣告費		600	標案及企業贊助所需之跨媒體整合平面、鏡面、廣播電視宣傳、文宣廣告費及贈品等600千元。
			8	保險費		60	代製案外景人員保險費60千元。
			19	勞務費		21,000	代製節目製作及活動辦理費21,000千元。
			27	權利金		1,200	企業贊助指定節目播映費等1,200千元。
			38	國內旅費		940	國內標案及尋求企業贊助洽商差旅費940千元。
		2		業務費-管理費用		7,092	公視之友1,931千元、服務活動938千元及公開宣傳4,223千元。
			1	租金		1,095	記者會場地及器材設備、車輛等租金1,095千元。
			3	運費		245	1. 公視之友招募贈品寄運費150千元。 2. 教服遊戲本寄運費49千元。 3. 急送文件及公關宣傳資料快遞運費46千元。
			4	郵電費		52	電話費及郵資52千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			6	廣告費	公服暨行銷部	1,017	1. 文宣品印製費20千元。 2. 兒少活動宣傳及贈品、教服遊戲本材料包等597千元。 3. 節目宣傳廣告400千元。
			8	保險費		70	教服營隊、親子兒少活動及記者會等保險費70千元。
			9	業務聯繫費		372	記者聯誼餐費及公關贈品等372千元。
			19	勞務費		959	電視募款、兒少相關捐款promo製作、教材服刊、教服營隊講師、宣傳攝影及活動執行等勞務費959千元。
			20	伙食費		400	記者會及活動等餐費400千元。
			25	材料費		2,436	1. 兒少相關捐款方案贈品製作1,650千元。 2. 教服活動用影帶及教材等105千元。 3. 公關活動紀念品及佈景道具等681千元。
			29	其他		20	國會聯繫其他雜項費用20千元。
			38	國內旅費		426	教育及公關宣傳等活動國內差旅費426千元。
	9			國會頻道議事影音訊號委託轉播業務費-勞務成本		91,847	
		2				91,847	辦理國會頻道議事影音訊號委託轉播91,847千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
3				新聞節目製作	新聞部	317,328	
	1			購買			
		1		行政維持		21,458	
			1	人事費-管理費用		16,295	
			1	薪資		12,135	薪資12,135元：新聞部員工13名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		1,669	員工13名年終獎金1,669千元。
			3	超時工作報酬		150	加班費150千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		1,249	保險費1,249千元： 1. 勞保費609千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費640千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,092	退休金1,092千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-管理費用		5,163	
			1	租金		2,465	中、南部辦公室及辦公設備2,465千元。
			2	文具用品		144	文具紙張144千元。
			3	運費		30	急送文件快遞費30千元。
			4	郵電費		300	新聞資訊連繫電話費288千元及郵資12千元。
			7	水電瓦斯費		180	中、南部辦公室水電費180千元。
			9	業務聯繫費		240	新聞業務餐費及公關費240千元。
			21	書報雜誌費		54	新聞資訊書報雜誌訂購費54千元。
			22	非消耗品		346	汰換事務機器、電腦設備及辦公家具添購等346千元。
			27	權利金		804	音樂與影像資料版權費用804千元。
			29	其他		480	其他雜項費用480千元。
			33	車輛及辦公器具養護		60	辦公器具養護費60千元。
			38	國內旅費		60	國內公務差旅費60千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
	2			新聞節目製作	新聞部	274,870	主要新聞節目製作如下： 1. 晚間新聞：129,615千元。 2. 中晝新聞：765千元。 3. 晨間新聞：1,182千元。 4. 手語新聞：1,280千元。 5. 網路新聞：24,550千元。 6. 東南亞語新聞：10,212千元。 7. 國際新聞論壇與報導：7,724千元。 8. 環境生態報導：23,210千元。 9. 深度調查報導：24,707千元。 10. 公共論壇節目：9,208千元。 11. 原住民族文化與行腳類節目：21,893千元。 12. 紀錄片：9,930千元。 13. 專案節目(含國慶大會轉播)：150千元。 14. 折舊及攤提10,444千元。
		1		人事費-勞務成本		205,661	
			1	薪資		153,121	薪資153,121千元：新聞部員工198名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		20,975	員工198名年終獎金20,975千元。
			3	超時工作報酬		2,462	加班費2,462千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		17,317	保險費17,317千元： 1. 勞保費9,289千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費8,028千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		11,786	退休金11,786千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-勞務成本		58,765	
			39	節目製作費		58,765	新聞節目製作費用計58,765千元。
		3		折舊及攤提-勞務成本		10,444	提列公視設備折舊及軟體攤提6,412千元、文化部補助公共電視內容產製與應用計畫-台語頻道等設備折舊費用4,032千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公 共 電 視 支 出 預 算 明 細 表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
	3			公視兒少節目 內容產製	新聞部	20,000	
		2		業務費-勞務成本		20,000	
		39		節目製作費		20,000	1. 環境生態專題51集4,356千元。 2. 紀錄片51集15,644千元。
	4			AI創新應用服務 計畫		1,000	
		2		業務費-勞務成本		1,000	辦理AI創新應用服務計畫手語新聞全手語播出 節目製作費1,000千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
4				一般節目製作	節目部	530,162	
				購買			
	1			行政維持		21,625	
		1		人事費-管理費用		17,693	
			1	薪資		13,347	薪資13,347千元：節目部員工14名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		1,835	員工14名年終獎金1,835千元。
			3	超時工作報酬		96	加班費96千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		1,354	保險費1,354千元： 1. 勞保費654千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費700千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,061	退休金1,061千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-管理費用		3,932	
			1	租金		100	節目入圍、得獎等活動場地租金100千元。
			2	文具用品		324	文具紙張144千元、影印費180千元。
			3	運費		120	急送文件快遞費120千元。
			4	郵電費		1,020	節目業務聯繫電話費900千元及郵資120千元。
			6	廣告費		500	節目試映記者會、展覽攤位及宣傳品500千元。
			9	業務聯繫費		600	節目洽談及入圍、得獎等活動餐費500千元、紀念品100千元。
			11	稅捐證照		300	承攬契據等印花稅300千元。
			21	書報雜誌費		24	參考書籍雜誌購買及訂報費24千元。
			22	非消耗品		540	事務機器、電腦設備及辦公家具等540千元。
			29	其他		96	其他雜項費用96千元。
			31	夜間交通費		24	夜間逾時工作返家交通費24千元。
			33	車輛及辦公器具養護		70	辦公器具維護汰換費70千元。
			38	國內旅費		214	國內公務差旅費214千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
	2			一般節目製作	節目部	155,563	
		1		人事費-勞務成本		47,260	
			1	薪資		34,842	薪資34,842千元：節目部員工42名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		4,784	員工42名年終獎金4,784千元。
			3	超時工作報酬		720	加班費720千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		3,816	保險費3,816千元： 1. 勞保費1,987千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,829千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		3,098	退休金3,098千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-勞務成本		103,491	
			39	節目製作費		103,491	一、一般觀眾36,380千元。 1. 誰來晚餐：10,920千元。 2. 公視主題之夜SHOW：9,900千元。 3. 棚內益智節目：9,880千元。 4. 口述影像節目：2,600千元。 5. 新媒體談話節目：2,080千元。 6. 綜合節目社群經營優化：1,000千元。 二、戲劇節目48,100千元。 1. 公視人生劇展：22,500千元。 2. 連續劇：15,000千元。 3. 公視學生劇展：6,400千元。 4. 品牌連乘短片：3,200千元。 5. 戲劇社群經營與宣傳：1,000千元。 三、其他費用19,011千元。 1. 節目顧問諮詢費300千元。 2. 定期人員費用3,900千元。 3. 節目儲存裝置等週邊1,000千元。 4. 節目轉檔(DCP)及外語字幕翻譯：520千元。 5. 節目外景租車2,880千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
					節目部		6. 音樂著作公播傳輸及MOD公播權利金2,740千元、台影資料片權利金100千元。 7. 節目製作所需非消耗品1,500千元。 8. 節目佈景道具材料費1,000千元。 9. 外景保險費300千元。 10. 節目外聘人員費用3,500千元。 11. 節目公開徵案費用1,000千元 12. 公務車油料及通行費259千元。 13. 節目清消物資12千元
		3		折舊及攤提-勞務成本		4,812	提列設備折舊及軟體攤提4,059千元、文化部補助公共電視內容產製與應用計畫-台語頻道等設備折舊費用753千元。
	3			國內外參展		324	
		2		業務費-勞務成本		324	
			37	國外旅費		324	參加世界公視大展INPUT 2人次324千元。
	4			公視兒少節目內容產製		352,650	
		1		人事費-管理費用		9,211	
			1	薪資		6,865	薪資6,865千元：節目部員工7名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		945	員工7名年終獎金945千元。
			3	超時工作報酬		78	加班費78千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		691	保險費691千元： 1. 勞保費331千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費360千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		632	退休金632千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
		1		人事費-勞務成本	節目部	42,060	
			1	薪資		31,277	薪資31,277千元：節目部員工46名之全年12個月薪俸。
			2	獎金		4,301	員工46名年終獎金4,301千元。
			3	超時工作報酬		545	加班費545千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		3,757	保險費3,757千元： 1. 勞保費2,121千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,636千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		2,180	退休金2,180千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-管理費用		1,964	
			1	租金		500	節目入圍、得獎等活動場租分攤500千元。
			2	文具用品		120	文具紙張60千元、影印費60千元。
			3	運費		48	急送文件快遞費48千元。
			4	郵電費		440	節目業務聯繫電話費380千元及郵資60千元。
			9	業務聯繫費		300	節目洽談及入圍、得獎等活動公務餐費120千元、紀念品等180千元。
			11	稅捐證照		300	承攬契據等印花稅300千元。
			21	書報雜誌費		30	參考書籍雜誌購買及訂報費30千元。
			31	夜間交通費		24	夜間逾時工作返家交通費24千元。
			33	車輛及辦公器具養護		72	辦公器具維護72千元。
			38	國內旅費		130	國內公務差旅費130千元。
		2		業務費-勞務成本		298,036	節目製作297,122千元及國內外參展914千元。
			37	國外旅費		914	參加世界公視大展INPUT 2人次324千元、慕尼黑兒童影展 2人次324千元、亞洲影視節ATF 2人次152千元、NHK日本賞Japan Prize 2人次114千元，共計914千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			39	節目製作費	節目部	297,122	一、動畫基地76,370千元。 1. 臺灣動畫團隊合作案：26,420千元。 2. 動畫國際合製案：22,000千元。 3. 原創IP動畫影集-章魚熊的冒險故事：16,250千元。 4. 妖果小學2-尋找月暗公主：11,700千元。 二、學齡前兒童節目：39,680千元。 1. 少果冰淇淋：19,800千元。 2. 糖果星球大冒險：5,896千元。 3. The Tcup Show：5,031千元。 4. 幼兒詩詞欣賞節目：4,095千元。 5. 動滋達滋森之島2：3,162千元。 6. WAWA DADADADA：1,696千元。 三、學齡兒童節目83,157千元。 1. 合製兒少旗艦戲劇：31,600千元。 2. 下課花路米：8,000千元。 3. 古典魔力客-音樂的時光之旅2：7,020千元。 4. 兒童新聞帶狀節目：6,240千元。 5. 小一新生上學去：6,240千元。 6. 什麼都沒有雜貨店第2-3季：5,400千元。 7. 金孫任務2：5,100千元。 8. 歡迎光臨我的牧場2：3,900千元。 9. 兒童哲學節目：3,640千元。 10. 愛麗絲的難題：3,223千元。 11. 大山小腳丫：1,794千元。 12. 兒少口述影像節目：1,000千元。 四、青少年節目32,995千元。 1. 青春發言人：10,400千元。 2. 少年願望事務所2：9,880千元。 3. 成仁高中偵探社2：4,420千元。 4. 換個爸媽過幾天3：3,700千元。 5. 青少年文學療癒節目：3,300千元。 6. 青少年紀錄片：975千元。 7. 公視學生劇展：320千元。 五、人才孵育及內容開發24,200千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
					節目部		1. 多元內容/動畫開發(含IP授權)： 10,000千元。 2. 公視戲劇孵育計畫：5,950千元。 3. 公視兒少戲劇孵育計畫：5,250千元。 4. 製作人才/內容孵育工作坊：3,000千元。 六、其他費用40,720千元。 1. 宣傳行銷／社群經營／IP跨域開發： 23,000千元。 2. 兒少教育資源網：5,000千元。 3. 節目製作定期人員費用：3,900千元。 4. 音樂著作公播傳輸及MOD公播權利 金3,500千元。 5. 節目外景租車及保險費3,140千元。 6. 公開徵案相關費用：1,000千元。 7. 節目外聘勞務費：500千元。 8. 節目轉檔(DCP)及外語字幕翻譯： 500千元。 9. 節目顧問諮詢費：180千元。
		3		折舊及攤提 -勞務成本		1,379	提列設備折舊及軟體攤提1,379千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
5		1		節目企劃購買	企劃部	151,173	
				行政維持		45,710	
		1		人事費-勞務成本		24,307	
			1	薪資		17,979	薪資17,979千元：企劃部員工24名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		2,459	員工24名年終獎金2,459千元。
			3	超時工作報酬		241	加班費241千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		2,075	保險費2,075千元： 1. 勞保費1,134千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費941千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,553	退休金1,553千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		1		人事費-管理費用		18,993	
			1	薪資		14,283	薪資14,283千元：企劃部員工14名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		1,957	員工14名年終獎金1,957千元。
			4	分擔保險費		1,409	保險費1,409千元： 1. 勞保費661千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費748千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,344	退休金1,344千元：依據行政院勞工委員會規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-管理費用		2,410	
			2	文具用品		240	文具紙張120千元、影印費120千元。
			3	運費		300	急送文件快遞費300千元。
			4	郵電費		300	電話費240千元、郵資60千元。
			9	業務聯繫費		120	業務洽公餐費60千元、公關費60千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			19	勞務費	企劃部	627	1. 專案研究及審查案諮詢等507千元。 2. PTS種子及工讀生等120千元。
			21	書報雜誌費		200	參考書籍雜誌購買及訂報費200千元。
			22	非消耗品		100	文書作業用電腦升級及週邊添購100千元。
			29	其他		354	其他雜項費用354千元。
			31	夜間交通費		50	夜間工作逾時返家交通費50千元。
			33	車輛及辦公器具養護		19	辦公器具維護費19千元。
			38	國內旅費		100	國內洽公差旅100千元。
	2			節目購買		24,725	
		2		業務費-勞務成本		24,238	
			39	節目製作費		24,238	一、影片組購片7,174千元。 1. 紀錄片2,600千元。 2. 經典電影院3,900千元。 3. 短片及特別節目674千元。 二、影帶材料200千元。 三、公播音樂版權1,864千元。 四、生活劇節目製作費15,000千元。
		3		折舊及攤提-勞務成本		487	提列設備折舊及軟體攤提487千元。
	3			國內外參展		636	
		2		業務費-勞務成本		636	
			24	報名費		386	節目參展報名費386千元。
			25	材料費		100	參展節目製作材料費100千元。
			37	國外旅費		150	參加MIPCOM坎城電視市場展1人次、ATF亞洲電視節1人次合計150千元。
	4			視覺宣傳		2,000	
		2		業務費-勞務成本		2,000	
			19	勞務費		1,350	promo製作費用1,350千元。
			20	伙食費		100	勘景及外景餐費100千元。
			22	非消耗品		150	製播器材購置等150千元。
			27	權利金		200	音樂版權100千元、頻道ID等製作100千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
		5	38	國內旅費	企劃部	200	國內公務差旅費200千元。
			2	節目收視率研究		8,000	
			5	業務費-管理費用		8,000	
				資料費		8,000	1. AGB NIELSEN電視收視調查4,700千元。 2. 電視收視監播資料1,200千元。 3. QSearch網路影響力指標800千元。 4. 頻道滿意度調查500千元。 5. 小公視收視調查800千元。
		6		公視兒少節目		70,102	
			2	內容產製			
				業務費-勞務成本		70,102	節目購買66,102千元及視覺宣傳4,000千元。
			19	勞務費		2,700	形象短片、promo製作及配音等2,700千元。
			20	伙食費		200	勘景及外景等餐費200千元。
			22	非消耗品		300	剪輯用大容量硬碟、編表用電腦、 儲存硬碟、升級維修軟體等300千元。
			27	權利金		400	音樂製作及畫面版權200千元，頻道包裝、 視覺設計、形象短片等200千元。
			38	國內旅費		400	國內公務差旅費400千元。
			39	節目製作費		66,102	影片組購片66,102千元。 1. 兒童節目：36,152千元。 2. 生態與藝術文化紀錄片：5,200千元。 3. 體育賽事與特別節目：10,000千元。 4. 連續劇：8,750千元。 5. 其他類型節目：6,000千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
6				節目製作播映作業	製作部	292,178	
	1			行政維持		51,370	
		1		人事費-管理費用		50,152	
			1	薪資		36,677	薪資36,677千元：製作部員工42名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		5,036	員工42名年終獎金5,036千元。
			3	超時工作報酬		1,180	加班費1,180千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		3,899	保險費3,899千元： 1. 勞保費1,976千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,923千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		3,360	退休金3,360千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-管理費用		1,218	
			2	文具用品		27	文具紙張12千元、影印費15千元。
			3	運費		1	急送文件快遞費1千元。
			4	郵電費		73	電話費72千元、郵資1千元。
			8	保險費		134	執行公務人員之保險費134千元。
			9	業務聯繫費		5	洽公餐費5千元。
		13		管理費		260	保全費用260千元。
		21		書報雜誌費		1	節目製作參考書籍雜誌購買及訂報費1千元。
		26		清潔費		80	辦公大樓清潔外包80千元。
		33		車輛及辦公器具養護		24	辦公器具維護費24千元。
		37		國外旅費		247	國際廣播器材展InterBeel人次及世界公視大展INPUT1人次，合計247千元。
		38		國內旅費		366	國內公務差旅費366千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
	2			節目製作	製作部	215,808	
		1		人事費-勞務成本		162,597	
			1	薪資		119,009	薪資119,009千元：製作部員工152名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		16,331	員工152名年終獎金16,331千元。
			3	超時工作報酬		3,356	加班費3,356千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		13,306	保險費13,306千元： 1. 勞保費7,068元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費6,238千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		10,595	退休金10,595千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-勞務成本		12,858	
			7	水電瓦斯費		5,536	攝影棚使用水費475千元、電費5,061千元。
			8	保險費		347	器材設備保險費347千元。
			19	勞務費		1,666	搭景、攝影等勞務1,666千元。
			22	非消耗品		170	文書作業用電腦升級及週邊添購170千元。
			23	軟體		400	後製組、美術組動畫室及美指軟體擴充升級等400千元。
			25	材料費		700	美術材料、攝影棚燈光耗材及佈景道具費700千元。
			27	權利金		1,200	METRO、BEATBOX、SONOTON音效版權音樂費1,200千元。
			31	夜間交通費		670	夜間工作逾時返家交通費670千元。
			34	設施及機儀設備養護費		2,069	1. 攝影器材設備維護費用1,457千元：製作組1,157千元、美術組100千元、副控組100千元、後製組100千元。 2. 水電、空調、消防等維護612千元。
			35	房屋建築修繕費		100	攝影棚天幕及地坪維護100千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公 共 電 視 支 出 預 算 明 細 表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
		3		折舊及攤提 -勞務成本	製作部	40,353	提列公視設備折舊及軟體攤提19,169千元、 前新聞局補助公共廣電高畫質建置計畫及 文化部捐助推動超高畫質電視內容升級 前瞻等專案計畫設備折舊費用21,184千元。
	3			公視兒少節目 內容產製		25,000	
		2		業務費-勞務成本		25,000	
			7	水電瓦斯費		20,000	攝影棚使用電費20,000千元。
			19	勞務費		5,000	搭景、攝影等勞務5,000千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
7				工程作業管理 維護	工程部	169,288	
	1			行政維持		85,966	
		1		人事費-勞務成本		57,592	
			1	薪資		40,714	薪資40,714千元：工程部員工52名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		5,585	員工52名年終獎金5,585千元。
			3	超時工作報酬		3,655	加班費3,655千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		4,564	保險費4,564千元： 1. 勞保費2,431千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費2,133千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		3,074	退休金3,074千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		1		人事費-管理費用		26,632	
			1	薪資		19,943	薪資19,943千元：工程部員工21名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		2,742	員工21名年終獎金2,742千元。
			3	超時工作報酬		400	加班費400千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		2,041	保險費2,041千元： 1. 勞保費994千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,047千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,506	退休金1,506千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-管理費用		1,742	
			2	文具用品		67	文具紙張22千元、影印費45千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			3	運費	工程部	9	交寄轉播站材料貨運費9千元。
			4	郵電費		186	電話費176千元及郵資10千元。
			8	保險費		30	工程測試車保險費30千元。
			9	業務聯繫費		5	贈送有線電視業者禮品費5千元。
			11	稅捐證照		25	工程測試車牌照稅等25千元。
			21	書報雜誌費		9	業務用書籍購買及訂報費9千元。
			24	報名費		9	參加工研院等會外機構教育訓練報名費9千元。
			28	燃料費		60	工程測試車油料費60千元。
			31	夜間交通費		700	主控值班夜間交通費700千元。
			37	國外旅費		147	亞洲廣電聯盟(ABU)數位電視研討會1人次、國際廣播電視設備展(IBC)1人次，合計147千元。
			38	國內旅費		495	國內公務差旅費495千元。
	2			站台維運		72,238	
		2		業務費-勞務成本		25,763	
			1	租金		6,166	數位無線電視節目共同上鏈及衛星轉頻器租金4,456千元；微波中繼站、中視竹子湖站、民視店子湖站、民視枕頭山站、南港山及丹鳳山站租金1,710千元。
			2	文具用品		57	各地轉播站文具庶務用品費57千元。
			3	運費		10	零件調度支援各轉播站貨運費10千元。
			4	郵電費		906	轉播站電話費及網路電信費897千元、資料郵寄費9千元。
			7	水電瓦斯費		12,330	各地轉播站電費12,300千元、各地轉播站水費30千元，合計12,330千元。
			11	稅捐證照		5,301	無線電頻率使用費5,193千元、電臺執照等108千元。
			19	勞務費		264	澎湖站台、花蓮舞鶴站、東引微波中繼站委託管理費264千元。
			28	燃料費		484	轉播站機車及發電機燃料費484千元。
			29	其他		180	各轉播站生活雜費180千元。
			34	設施及機儀設備養護費		65	萬里、三義、中寮、宜蘭、花蓮轉播站道路維護，年需65千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
		3		折舊及攤提 -勞務成本	工程部	46,475	提列公視設備折舊及軟體攤提22,114千元、前新聞局補助數位電視共同傳輸平台計畫、公共廣電高畫質建置計畫、東部建置計畫、國家通訊傳播委員會補助數位優化專案、及文化部捐助推動超高畫質電視內容升級前瞻等專案計畫設備折舊費用24,361千元。
	3			製播器材維護暨 新購製播器材裝 機作業		11,084	
		2		業務費-管理費用		11,084	
			3	運費		5	製播器材運送費5千元。
			34	設施及機儀設 備養護費		11,079	1. 轉播站儀表維護2,000千元。 2. 轉播站發電機空調高低壓維護1,000千元。 3. 轉播站鐵塔維護2,264千元。 4. 轉播站一般維護器材800千元。 5. 主控室維護700千元。 6. 信號中心維護300千元。 7. NOC維護200千元。 8. 衛星天線維護200千元。 9. 副控設備維護1,300千元。 10. 攝影機維護300千元。 11. 腳架維護300千元。 12. 轉播車設備維護200千元。 13. 剪輯設備維護250千元。 14. 電腦繪圖維護100千元。 15. 後製成音維護200千元。 16. 燈光設備維護100千元。 17. 一般消耗性材料400千元。 18. 工程公務車維護50千元。 19. CATV設備維護350千元。 20. 綜合維修材料65千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
8		1		資訊服務業務	資訊部	84,073	
				行政維持		36,963	
		1		人事費-管理費用		36,853	
			1	薪資		27,548	薪資27,548千元：資訊部員工33名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		3,781	員工33名年終獎金3,781千元。
			3	超時工作報酬		560	加班費560千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		2,994	保險費2,994千元： 1. 勞保費1,555千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,439千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,970	退休金1,970千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-管理費用		110	
			2	文具用品		40	文具用品及影印40千元。
			4	郵電費		30	電話費、郵資30千元。
			22	非消耗品		30	辦公傢俱更新添購30千元。
			29	其他		10	其他雜項支出10千元。
		2		資訊管理業務		40,969	
			2	業務費-管理費用		3,670	
			4	郵電費		380	網路通訊郵電費380千元。
			17	訓練費		200	資通訊專業教育訓練200千元。
			22	非消耗品		30	電腦週邊之主機板、顯示卡、鍵盤、滑鼠等更新添購30千元。
			23	軟體		1,865	微軟軟體授權、ADOBE等相關軟體1,865千元。
			29	其他		20	其他雜項支出20千元。
			31	夜間交通費		30	夜間值班交通費30千元。
			36	資訊設備養護費		1,035	網路設備及主機系統維護1,035千元。
			37	國外旅費		100	美國NAB廣播電視器材展1人次100千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			38	國內旅費	資訊部	10	資訊維護公務差旅費10千元。
		3		折舊及攤提 -勞務成本		18,809	提列前新聞局補助公共廣電高畫質建置計畫及文化部捐助推動超高畫質電視內容升級專案計畫等設備折舊費用18,809千元。
		3		折舊及攤提 -管理費用		18,490	提列設備折舊及軟體攤提18,490千元。
	3			資通安全業務		650	
		2		業務費-管理費用		650	
			17	訓練費		73	資安ISO 27001改版換照專責人員專業證照教育訓練費73千元。
			23	軟體		105	資安管控、蘋果電腦安全管控等相關資安軟體105千元。
			29	其他		172	顧問輔導等資訊安全業務與其他雜項支出172千元。
			36	資訊設備養護費		110	資安管控系統與系統維護服務費110千元。
			37	國外旅費		160	新加坡RSA Conference資安大會1人次160千元。
			38	國內旅費		30	資訊安全外部查核公務差旅費30千元。
	4			媒體資材業務		1,300	
		2		業務費-管理費用		1,300	
			25	材料費		270	節目錄製播映影帶材料費270千元。
			29	其他		30	其他雜項支出30千元。
			36	資訊設備養護費		900	資訊數位片庫系統維護900千元。
			37	國外旅費		100	美國NAB廣播電視器材展1人次100千元。
	5			公視兒少節目 內容產製		4,191	
		2		業務費-管理費用		2,672	資訊管理1,200千元及資訊安全1,472千元。
			23	軟體		1,868	1. 管控MAC設備軟體1,200千元。 2. 資訊安全防護掃描、評估等軟體668千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公 共 電 視 支 出 預 算 明 細 表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			36	資訊設備養護費	資訊部	804	資安服務訂閱強化更新、情資等機制804千元。
		3		折舊及攤提-管理費用		1,519	提列設備折舊及軟體攤提1,519千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
9				數位內容暨行銷業務行政維持	數位內容部	143,020	
	1			人事費-勞務成本		53,293	
		1		薪資		25,771	
			1	薪資		19,637	薪資19,637千元：數位內容部員工22名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		2,687	員工22名年終獎金2,687千元。
			4	分攤保險費		2,035	保險費2,035千元： 1. 勞保費1,006千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,029千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,412	退休金1,412千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		1		人事費-銷貨成本		18,707	
			1	薪資		14,015	薪資14,015千元：數位內容部員工20名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		1,920	員工20名年終獎金1,920千元。
			3	超時工作報酬		50	加班費50千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		1,672	保險費1,672千元： 1. 勞保費940千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費732千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,050	退休金1,050千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		1		人事費-管理費用		5,850	
			1	薪資		4,489	薪資4,489千元：數位內容部員工5名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		617	員工5名年終獎金617千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			4	分擔保險費	數位內容部	470	保險費470千元： 1. 勞保費236千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費234千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		274	退休金274千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-管理費用		300	
			2	文具用品		120	文具紙張70千元、影印費50千元。
			3	運費		60	急送文件快遞費60千元。
			4	郵電費		120	電話費110千元、郵資10千元。
		3		折舊及攤提-勞務成本		349	提列文化部捐助推動超高畫質電視內容升級專案計畫設備折舊費用349千元。
		3		折舊及攤提-管理費用		2,316	提列設備折舊及軟體攤提2,316千元。
	2			互動媒體業務		800	
		2		業務費-勞務成本		800	
			1	租金		200	活動場地及器材租金200千元。
			4	郵電費		50	業務通訊費50千元。
			12	公會費		100	SSL金融憑證50千元、ISO開發者規費50千元。
			17	訓練費		100	內部教育訓練100千元。
			29	其他		50	其他費用50千元。
			38	國內旅費		300	國內公務出差旅費300千元。
	3			節目發行		33,860	
		2		業務費-銷貨成本		33,860	
			3	運費		60	視聽產品銷售國內、外貨運費60千元。
			4	郵電費		30	業務通訊費30千元。
			6	廣告費		205	大小型看版等文宣品製作205千元。
			9	業務聯繫費		85	業務洽談公關費85千元。
			11	稅捐證照		400	版權海外銷售稅捐及政府規費等400千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			14	手續費	數位內	60	信用卡中心及郵局代辦收款等手續費60千元。
			19	勞務費	容部	155	法律、財務顧問費80千元及承攬人員75千元。
			22	非消耗品		100	電腦週邊雜項購置及雲端租用等100千元。
			24	報名費		75	參展報名費75千元。
			25	材料費		1,060	視聽產品製作、包裝材料等1,060千元。
			27	權利金		30,960	影片發行權及節目分潤權利金等30,960千元。
			29	其他		60	其他雜支費用60千元。
			37	國外旅費		535	香港電視電影節3人次、 新加坡ATF影視節3人次、 首爾電視電影節2人次，合計535千元。
			38	國內旅費		75	國內影帶業務推展洽商差旅費75千元。
	4			公視兒少節目 內容產製		55,067	
		1		人事費-勞務費用		2,950	
		1		薪資		2,220	薪資2,220千元：數位內容部員工4名之全年 12個月薪俸。
		2		獎金		305	員工4名年終獎金305千元。
		4		分擔保險費		290	保險費290千元： 1. 勞保費175千元，依據勞工保險條例規 定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。 2. 健保費115千元，依據全民健康保險法 規定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。
		5		退休及、卹償 金及資遣費		135	退休金135千元：依據勞工退休條例規 定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-勞務成本		50,317	
		4		郵電費		8,300	網站專線600千元及CDN流量費用7,700千元。
		6		廣告費		3,000	兒少節目異業合作及宣傳3,000千元。
		19		勞務費		8,000	兒少專職社群體與產品測試人員、 兒少節目異業合作企劃人員及網站監測人員、 社群媒體等勞務費8,000千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			23	軟體	數位內容部	3,450	1. 小公視網站維運及優化版面850千元。 2. 公視官網維運及優化版費1,200千元。 3. 水果冰淇淋報名網站維運及優化200千元。 4. 劇夠及觀點同不同網站維運1,000千元。 5. 訂閱制軟體年費200千元。
			27	權利金		23,600	1. 國內外青少年體育賽事10,100千元。 2. 國內外兒少節目公視各數流串流播映12,000千元。 3. 仲團音樂播映權500千元。 4. FAST TV兒少類直播頻道代理費用1,000千元。
			29	其他		461	其他雜支費用461千元。
			37	國外旅費		506	參加Google Next大會1人次、 世界公視大展INPUT 2人次(含主持人)， 共計506千元。
			39	節目製作費		3,000	青少年節目：MeetUp! 高校生3,000千元。
		3		折舊及攤提 -勞務成本		1,800	提列設備折舊及軟體攤提1,800千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
10		1		國際事務推廣暨 策略發展	國際暨策 略發展部	70,467	
			1	行政維持		25,474	
			1	人事費-管理費用		18,846	
			1	薪資		14,249	薪資14,249千元：國際部員工15名之全年 12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		1,959	員工15名年終獎金1,959千元。
			3	超時工作報酬		150	加班費150千元：依據勞動基準法，員工 延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		1,445	保險費1,445千元： 1. 勞保費700千元，依據勞工保險條例規 定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。 2. 健保費745千元，依據全民健康保險法 規定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。
			5	退休及、卹償 金及資遣費		1,043	退休金1,043千元：依據勞工退休條例規 定，按薪資總額6%之比例提撥。
			2	業務費-管理費用		1,561	
			2	文具用品		164	文具紙張20千元、影印費144千元。
			3	運費		35	文件國內外快遞費35千元。
			4	郵電費		100	電話費80千元、郵資20千元。
			6	廣告費		20	整體活動宣傳文宣品等20千元。
			8	保險費		20	公務出差保險費20千元。
			9	業務聯繫費		150	業務洽談餐費及公關禮品150千元。
			19	勞務費		550	專案活動等臨時勞務人員550千元。
			21	書報雜誌費		30	業務用參考書報雜誌30千元。
			22	非消耗品		200	電腦及周邊、事務機器等更新200千元。
			25	材料費		15	參加國際影展DVD等耗材15千元。
			29	其他		177	其他雜項支出177千元。
			34	設施及機儀設 備養護費		50	辦公設施等維護費50千元。
			38	國內旅費		50	國內公務差旅費50千元。
		3		折舊及攤提 -管理費用		4,172	提列設備折舊及軟體攤提4,172千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
		3		折舊及攤提 -勞務成本	國際暨策 略發展部	895	及文化部捐助推動超高畫質電視內容升級 前瞻等專案計畫設備折舊費用895千元。
	2			節目製作		2,610	
		2		業務費-勞務成本		2,610	
		39		節目製作費		2,610	一、國際合製節目1,025千元。 二、節目宣傳費200千元。 三、音樂版權權利金及節目購片權利金 等1,385千元。
	3			國際交流		5,197	
		2		業務費-管理費用		5,197	
			1	租金		300	影展、其他活動場地及器材設備租金 300千元。
			6	廣告費		300	影展及其他活動宣傳費300千元。
			8	保險費		10	影展及其他活動保險10千元。
			9	業務聯繫費		45	專案、影展、活動人員餐敘費45千元。
			12	公會費		350	PBI、PMA、TAP等國際組織年會350千元。
			19	勞務費		940	影展及其他活動專案工作人員940千元。
			20	伙食費		40	影展及其他活動餐費40千元。
			25	材料費		125	影展活動佈景道具、耗材等125千元。
			27	權利金		508	影展播出之觀摩影片權利金508千元。
			29	其他		376	其他雜項費用376千元。
			37	國外旅費		1,938	1. PBI國際公營廣電機構年會 2人次。 2. 世界公視大展INPUT 3人次。 3. INPUT董事會 1人次。 4. NHK國際合作 1人次。 5. NAB國際最新發展之廣播器材展 1人次。 6. 歐美公共電視國合作亞作 2人次。 7. CES美國最大國際消費性電子展 2人次。 8. 亞洲公共電視國際合作 2人次。 合計14人次，1,938千元。
			38	國內旅費		265	影展活動國內差旅費265千元。
	4			國際參展		1,400	
		2		業務費-管理費用		1,400	

財團法人公共電視文化事業基金會
公共電視支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
	5		19	勞務費	國際暨策 略發展部	190	參展影片後製費190千元。
			24	報名費		1,200	節目參展報名費1,200千元。
			29	其他		10	雜項費用10千元。
			2	研究發展		3,020	
				業務費-管理費用		3,020	
			15	研發費		2,720	1. 公共價值評量調查專案委託研究 1,500千元。 2. 論文獎學金220千元。 3. 其他專案研究案1,000千元。
			19	勞務費		300	學位論文獎學金贊助審查費300千元。
			2	教育訓練		1,400	
				業務費-管理費用		1,400	
			17	訓練費		1,300	數位電視製播、管理講座、主管共識營、製播 環境與趨勢及各部門教育訓練費1,300千元。
			37	國外旅費		100	觀摩訓練差旅費NAB 1人次100千元。
	6		2	公視兒少節目 內容產製		11,000	
				業務費-管理費用		11,000	
			1	租金		1,220	兒童影展活動場地及器材設備等租金 1,220千元。
			2	文具用品		10	兒童影展活動文具紙張等10千元。
			3	運費		40	兒童影展活動文件國內外快遞費40千元。
			4	郵電費		10	兒童影展活動聯繫電話費、郵資10千元。
			6	廣告費		1,990	兒童影展及其他活動宣傳費1,990千元。
			8	保險費		130	兒童影展活動保險費130千元。
			9	業務聯繫費		132	影展、活動人員等餐敘費132千元。
			19	勞務費		2,821	兒童影展及其他活動專案工作人員2,821千元。
			20	伙食費		370	兒童影展及其他活動餐費370千元。
			25	材料費		165	影展活動佈景道具、耗材等165千元。
			27	權利金		1,050	兒童影展播出之觀摩影片權利金1,050千元。
			29	其他		647	兒童影展其他雜項費用647千元。
			37	國外旅費		1,761	1. 參加荷蘭兒童影展 2人次364千元。 2. 兒童影展外賓來台旅費等1,397千元。
			38	國內旅費		654	兒童影展外賓及活動國內差旅費654千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
公 共 電 視 支 出 預 算 明 細 表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
	8			AI創新應用服務計畫	國際暨策略發展部	20,366	
		2		業務費-勞務成本		18,366	辦理AI創新應用服務計畫系統建置、國際合製暨行銷推廣16,666千元及行政維運費1,700千元。
		2		業務費-管理費用		2,000	辦理AI創新應用服務計畫教育訓練費2,000千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
客家電視台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
C				客家電視台 節目製播	客台	591,500	
1				行政管理	行政中心	19,808	
	1			行政維持		19,808	
		1		人事費-管理費用		11,490	
			1	薪資		8,522	薪資8,522千元：台長及行政中心員工共10名之全年12個月薪俸。
			2	獎金		962	員工10名年終獎金962千元。
			3	超時工作報酬		50	加班費50千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		707	保險費707千元： 1. 勞保費344千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費363千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		416	退休金416千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
			7	福利費		833	端午及中秋2節獎金276千元、旅遊補助497千元、托兒津貼50千元、婚喪津貼10千元。
		2		業務費-管理費用		7,708	
			2	文具用品		120	文具紙張60千元及影印費60千元。
			3	運費		36	急送文件快遞運費36千元。
			4	郵電費		336	電話費312千元及郵資24千元。
			8	保險費		96	員工平安保險費96千元。
			9	業務聯繫費		92	業務洽公聯繫費92千元。
			19	勞務費		263	諮議委員出席費263千元。
			21	書報雜誌費		9	訂閱書報雜誌費9千元。
			22	非消耗品		48	辦公器材、電腦週邊等48千元。
			29	其他		90	其他雜項費用90千元。
			30	福利費		880	團體保險121千元、年終聚餐等759千元。
			32	績效獎勵金		130	針對客家台團體或個人之特殊表現或優異功績者即時獎勵之績效獎金130千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
客家電視台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
2		2	38	國內旅費	行政中心	100	公務出差旅費100千元。
			40	行政維運費		5,508	辦公大樓水電中控保全電梯空調等設施養護5,508千元。
			3	折舊及攤提-管理費用	行銷企劃部	610	提列設備折舊及軟體攤提610千元。
				公共服務暨行銷業務		65,376	
				行銷企劃		65,376	
			1	人事費-勞務成本		28,503	
			1	薪資		21,444	薪資21,444千元：行企部經理及員工共31名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		2,942	員工31名年終獎金2,942千元。
			3	超時工作報酬		200	加班費200千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		2,599	保險費2,599千元： 1. 勞保費1,474千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,125千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,318	退休金1,318千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
			2	業務費-勞務成本		35,900	
			1	租金		1,000	行銷活動場地、器材設備、佈景道具、車輛等租金1,000千元。
			2	文具用品		90	文具紙張及影印費90千元。
			4	郵電費		72	郵資72千元。
			6	廣告費		12,000	旗鑑戲劇節目鏡面及平面宣傳、試映記者會及各項文宣12,000千元。
			8	保險費		24	各項行銷活動保險費24千元。
			9	業務聯繫費		120	業務聯繫餐費及公關費120千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
客家電視台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
3			17	訓練費	行銷企劃部	700	員工教育訓練講師費、客家傳播相關訓練班及國際論壇等700千元。
			19	勞務費		10,710	旗艦節目設計、執行及活動辦理等10,710千元。
			22	非消耗品		300	辦公器材及電腦週邊等300千元。
			23	軟體		2,000	數位發展組精進客家電視網站等開發2,000千元。
			24	報名費		700	節目參展報名費700千元。
			25	材料費		500	參展節目材料及活動紀念品等500千元。
			27	權利金		3,000	精進頻道宣傳ID製作等版權3,000千元。
			29	其他		960	其他雜項費用960千元。
			36	資訊設備養護費		2,000	官網維護費2,000千元。
			37	國外旅費		1,657	國際獲獎參展、海外播映推廣以及客僑交流會議共18人次，合計1,657千元。
			38	國內旅費		67	公關宣傳活動、聯繫拜訪國內差旅費67千元。
			3	折舊及攤提-勞務成本	新聞部	973	提列設備折舊及軟體攤提973千元。
				新聞節目製作購買		109,233	
			3	新聞節目製作		109,233	
			1	人事費-勞務成本		55,103	
			1	薪資		40,859	薪資40,859千元：新聞部經理及員工共58名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		5,611	員工58名年終獎金5,611千元。
			3	超時工作報酬		1,200	加班費1,200千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		4,954	保險費4,954千元： 1. 勞保費2,811千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費2,143千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。

財團法人公共電視文化事業基金會
客家電視台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
4			5	退休及、卹償金及資遣費	新聞部	2,479	退休金2,479千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
			2	業務費-勞務成本		53,539	
			39	節目製作費		53,539	一、每日新聞：25,952千元。 二、新聞節目：27,587千元。
			3	折舊及攤提-勞務成本		591	提列設備折舊及軟體攤提591千元。
				一般節目製作購買	節目部	376,294	
			4	一般節目製作		376,294	
			1	人事費-勞務成本		33,036	
			1	薪資		24,624	薪資24,624千元：節目部經理及員工共39名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		3,372	員工39名年終獎金3,372千元。
			3	超時工作報酬		400	加班費400千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		3,133	保險費3,133千元： 1. 勞保費1,846千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,287千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,507	退休金1,507千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
			2	業務費-勞務成本		342,928	
			2	文具用品		60	文具紙張及影印費60千元。
			4	郵電費		12	電話費12千元。
			5	資料費		4,500	收視調查4,500千元。
			27	權利金		1,800	仲團音樂等各項版權1,800千元。
			29	其他		396	其他雜項費用396千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
客家電視台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
5			37	國外旅費	節目部	764	德國慕尼黑影展、INPUT共計4人次，合計764千元。
			39	節目製作費		335,396	節目製作335,396千元。 一、戲曲戲劇節目138,000千元。 二、兒童節目60,966千元。 三、教育文化節目13,262千元。 四、音樂與綜藝節目34,502千元。 五、生活與綜藝節目61,608千元。 六、公眾近用與特別節目6,658千元。 七、購片及重製配音20,400千元。
			3	折舊及攤提 -勞務成本		330	提列設備折舊及軟體攤提330千元。
				工程作業管理 維護	工程部	12,834	
			2	業務費-勞務成本		12,834	
6			1	租金		4,170	1. 數位無線電視節目共同上鏈4,170千元。
			34	設施及機儀設 備養護費		8,664	2. 工程主控設備機儀養護及勞務8,664千元。
				資訊服務業務	資訊部	7,955	
			2	業務費-管理費用		7,955	
			36	資訊設備養護 費		7,955	資訊、片庫設備、資安養護及勞務7,955千元。

財團法人公共電視文化事業基金會

臺語台支出預算明細表

中華民國115度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
D				臺語台	臺語台	619,850	
1				節目製播			
	1			行政管理	行政室	24,225	
		1		行政維持		24,225	
			1	人事費-管理費用		8,144	
			1	薪資		5,187	薪資5,187千元：台長及行政室員工共6名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		714	員工6名年終獎金714千元。
			3	超時工作報酬		23	加班費23千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		550	保險費550千元： 1. 勞保費278千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費272千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		411	退休金411千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
			7	福利費		1,259	端午及中秋2節獎金326千元、旅遊補助587千元、托兒津貼325千元、婚喪津貼21千元。
		2		業務費-管理費用		15,993	
			1	租金		10,150	南北中心辦公室(含人力)、攝影棚等及器材租金10,150千元。
			2	文具用品		100	文具紙張及影印費100千元。
			3	運費		108	國內外快遞、貨運等108千元。
			4	郵電費		150	電話費及郵資150千元。
			7	水電瓦斯		880	南部中心辦公室及二個攝影棚之電費分攤880千元。
			8	保險費		120	員工平安保險費120千元。
			9	業務聯繫費		120	業務洽公聯繫費120千元。
			11	稅捐證照		150	契約印花稅150千元。
			19	勞務費		500	諮議委員出席、採購案評審、會計師簽證及報告、臨時人員勞務費500千元。
			21	書報雜誌費		20	訂閱書報雜誌及線上訂閱費20千元。

財團法人公共電視文化事業基金會

臺語台支出預算明細表

中華民國115度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
2	1	1	22	非消耗品	行政室	387	辦公設備器具、專業器材、電腦及其週邊更新汰換及辦公室裝修等387千元。
			23	軟體		600	ADOBE、Office、視訊及業務所需軟體費600千元。
			26	清潔費		250	辦公室、攝影棚及茶水間等區域清潔費250千元。
			29	其他		311	其他雜項費用311千元。
			30	福利費		955	團體保險60千元、年終聚餐等895千元。
			32	績效獎勵金		400	針對臺語台收視達標、入圍國內外各大獎項、團體或個人等之特殊功績者即時獎勵之績效獎金400千元。
			34	設施及機儀設備養護費		60	事務機、電腦及週邊、茶水間設施等維修養護費60千元。
			37	國外旅費		382	亞洲地區影視產業媒體數位發展及公共廣電服務1人次、歐美澳洲公廣機構1人次及新加坡電視節1人次，合計382千元。
			38	國內旅費		350	公務差旅或其它支援單位服務旅費350千元。
			3	折舊及攤提-管理費用	行銷企劃部	88	提列設備折舊及軟體攤提88千元。
				公共服務暨行銷業務		102,475	
				行政維持		25,175	
				人事費-勞務成本		24,875	
			1	薪資		18,419	薪資18,419千元：行企部經理及員工共28名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		2,526	員工28名年終獎金2,526千元。
			3	超時工作報酬		512	加班費512千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		2,242	保險費2,242千元： 1. 勞保費1,280千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費962千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。

財團法人公共電視文化事業基金會

臺語台支出預算明細表

中華民國115度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			5	退休及、卹償 金及資遣費	行銷 企劃部	1,176	退休金1,176千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-勞務成本		300	
			1	文具用品		20	文具紙張及影印費20千元。
			3	運費		40	國內外快遞、貨運等40千元。
			4	郵電費		30	郵資及網路通訊費30千元。
			9	業務聯繫費		60	業務聯繫餐費及公關費60千元。
			22	非消耗品		150	辦公器材及電腦週邊等150千元。
	2			行銷活動		17,700	
		2		業務費-勞務成本		17,700	
			1	租金		4,200	活動場地、器材設備、佈景道具、車輛等租金4,200千元。
			6	廣告費		5,700	節目及各項平面及鏡面宣傳及各項文宣製作5,700元。
			8	保險費		50	各項行銷、公眾服務活動保險費50千元。
			17	訓練費		1,500	員工教育、人才培訓及各項訓練班講師1,500千元。
			19	勞務費		4,500	節目活動、公服服務活動執行人員、顧問等勞務4,500千元。
			29	其他		500	其他雜項費用500千元。
			38	國內旅費		1,250	節目宣傳、公眾服務活動國內差旅費1,250千元。
	3			企劃研究		52,600	
		2		業務費-勞務成本		52,600	
			9	業務聯繫費		100	業務洽公聯繫費100千元。
			15	研發費		1,000	收視調查、焦點團體及其他研究1,000千元。
			24	報名費		600	節目國內外參展報名費600千元。
			25	材料費		300	參展節目材料300千元。
			29	其他		2,188	其他雜項、製作設備租2,188千元。
			37	國外旅費		512	世界公視大展INPUT 1人次、 歐美澳洲市場展 1人次及 亞洲市場展 2人次，合計512千元。
			39	節目製作費		47,900	一、外購節目：15,000千元 1. 兒少節目 5,000千元 2. 紀錄片 2,000千元

財團法人公共電視文化事業基金會

臺語台支出預算明細表

中華民國115度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
3	4	2	19	全媒體營運 業務費-勞務成本 勞務費	行銷 企劃部		3. 布袋戲與歌仔戲 960千元 4. 戲劇 3,000千元 5. 經典電影 2,000千元 6. 其他類型 2,040千元 二、運動賽事轉播及台文重製節目 1,900千元。 三、專案節目(連續劇投資/合資) 28,500千元。 四、頻道包裝製作 2,500千元。
						7,000	
						6,849	
						6,500	1. 台語新辭委員、研究員、辭庫內容與 展示活動製作、AI語料訓練與應用 開發等勞務5,000千元 2. 自製新媒體內容1,500千元。
						349	官網及相關備養護費349千元。
						151	提列設備折舊及軟體攤提151千元。
						104,757	
						104,757	
						52,137	
						38,266	薪資38,266千元：新聞部經理及員工共59名之 全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
3	1	1	1	新聞節目製作 購買 新聞節目製作 人事費-勞務成本 薪資	新聞部		員工59名年終獎金5,242千元。
						5,242	
						1,393	加班費1,393千元：依據勞動基準法，員工 延長工作時應給付之工資。
						4,640	保險費4,640千元：
							1. 勞保費2,637千元，依據勞工保險條例規 定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。
							2. 健保費2,003千元，依據全民健康保險法 規定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。

財團法人公共電視文化事業基金會

臺語台支出預算明細表

中華民國115度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
4	1	1	5	退休及、卹償金及資遣費	新聞部	2,596	退休金2,596千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
			2	業務費-勞務成本		50,351	
			39	節目製作費		50,351	主要新聞節目製作如下： 1. 每日新聞：18,660千元。(含棚內人力) 2. 台灣新眼界：8,200千元。 3. 台灣記事簿：4,500千元。 4. 青春咱的夢：4,500千元。 5. 其他：採訪車租賃、梳化妝、外電支出14,491千元。
			3	折舊及攤提-勞務成本		2,269	提列設備折舊及軟體攤提2,269千元。
				一般節目製作購買	節目部	287,035	
				一般節目製作		287,035	
			1	人事費-勞務成本		28,815	
			1	薪資		21,218	薪資21,218千元：節目部經理及員工共31名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		2,898	員工31名年終獎金2,898千元。
			3	超時工作報酬		758	加班費758千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		2,549	保險費2,549千元： 1. 勞保費1,443千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,106千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,392	退休金1,392千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
			2	業務費-勞務成本		256,567	
			9	業務聯繫費		150	入圍獎等活動公務餐費及紀念品150千元。
			17	教育訓練		150	專業訓練及培訓節目人才等相關費用150千元。

財團法人公共電視文化事業基金會

臺語台支出預算明細表

中華民國115度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			27	權利金	節目部	2,000	仲團音樂等各項版權2,000千元。
			29	其他		1,045	國內外影展報名費及材料費、郵寄、運送及其他等雜項支出1,045千元。
			37	國外旅費		500	亞洲區影展2人次、歐美澳影展1人次，韓國KBS或其他機構2人次，合計500千元。
			38	國內旅費		250	國內公務差旅及交通費250千元。
			39	節目製作費		252,472	節目製作費含以下自委製/合製節目： 一、戲劇群節目：96,520千元。 1. 電視電影-臺語有影34,200千元。 2. 連續劇(1)-14,320千元。 3. 連續劇(2)-12,000千元。 4. 連續劇(3)現代劇-36,000千元。 二、綜藝群節目：57,000千元。 1. 棚內綜藝(1)20,000千元。 2. 棚內綜藝(2)13,000千元。 3. 棚內益智24,000千元。 三、兒少群節目：26,200千元。 1. 棚內兒少節目13,200千元。 2. 外景兒少節目8,000千元。 3. 學齡前節目5,000千元。 四、藝文群節目：28,500千元。 1. 棚內音樂節目15,000千元 2. 台語紀錄片6,000千元 3. 傳統戲曲節目2,500千元 4. 旗艦紀錄片1626-基隆5,000千元 五、生活群節目：12,000千元。 1. 外景行腳節目12,000千元 六、聯合業務：32,252千元。 1. 企劃案及劇本孵育、節目前期開發、田調費用、焦點團體座談相關費用12,000千元。 2. 戲劇節目側拍記錄及花絮製作、臨時人力勞務費4,552千元。 3. 網路社群短片製作及運營4,500千元。 4. 合製節目規格化轉檔、國際參展節目後期製作、製作設備租用及其他雜支11,200千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
臺語台支出預算明細表
中華民國115度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
5	1	1	3	折舊及攤提 -勞務成本	節目部	1,653	提列設備折舊及軟體攤提1,653千元。
				新聞及節目製作	南部中心	82,739	
				行政維持		2,674	
				人事費-管理費用		1,764	
			1	薪資		1,326	薪資1,326千元：南部中心員工共2名之全年12個月薪俸。
			2	獎金		182	員工2名年終獎金182千元。
			3	超時工作報酬		12	加班費12千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		163	保險費163千元： 1. 勞保費94千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費69千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償 金及資遣費		81	退休金81千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
			2	業務費-管理費用		910	
			2	文具用品		60	文具紙張及影印費60千元。
			3	運費		40	國內外快遞、貨運等40千元。
			4	郵電費		60	電話費及郵資60千元。
			9	業務聯繫費		60	業務洽公聯繫費60千元。
			13	管理費		40	南部中心辦公室及分攤大樓保全等40千元。
			17	訓練費		80	專業教育訓練、產學合作等報名費80千元。
			21	書報雜誌費		5	訂閱書報雜誌及線上訂閱費5千元。
			22	非消耗品		300	辦公設備器具、電腦及其週邊更新及辦公室修繕裝修等300千元。
			26	清潔費		50	南部中心清潔費50千元。
			29	其他		215	其他雜項費用215千元。

財團法人公共電視文化事業基金會

臺語台支出預算明細表

中華民國115度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
	2			新聞製作	南部中心	43,273	
		1		人事費-勞務成本		18,713	
			1	薪資		13,853	薪資13,853千元：南部中心員工25名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		1,898	員工25名年終獎金1,898千元。
			3	超時工作報酬		300	加班費300千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		1,817	保險費1,817千元： 1. 勞保費1,093千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費724千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		845	退休金845千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-勞務成本		24,560	
			38	國內旅費		100	國內公務差旅及交通費100千元。
			39	節目製作費		24,460	主要節目製作如下： 1. 每日早起、中晝新聞、新聞周報、公民新聞6,500千元。 2. 論壇節目2,500千元。 3. 其他：訊號傳輸、新聞編採系統租賃、梳化妝等勞務15,460千元。
	3			節目製作		36,792	
		1		人事費-勞務成本		10,402	
			1	薪資		7,742	薪資7,742千元：南部中心員工12名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		1,058	員工12名年終獎金1,058千元。
			3	超時工作報酬		165	加班費165千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		962	保險費962千元： 1. 勞保費556千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。

財團法人公共電視文化事業基金會

臺語台支出預算明細表

中華民國115度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
5			5	退休及、卹償金及資遣費	南部中心	475	2. 健保費406千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 退休金475千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
			2	業務費-勞務成本		26,390	
			38	國內旅費		100	國內公務差旅及交通費100千元。
			39	節目製作費		26,290	主要節目製作如下： 1. 訪談類型節目6,000千元。 2. 綜藝類型節目17,000千元。 3. 聯合業務費3,290千元： 企劃案孵育、田野調查、焦點團體1,800千元、網路社群短片製作及營運、文宣品製作950千元、製作設備租用、臨時人員及雜項等費用540千元。
				工程作業管理維護	工程部	10,664	
6			2	業務費-勞務成本		10,664	
			1	租金		2,000	1. 數位無線電視節目共同上鏈2,000千元。
			34	設施及機儀設備養護費		8,664	2. 工程主控設備機儀養護及勞務8,664千元。
				資訊服務業務	資訊部	7,955	
			2	業務費-管理費用		7,955	
			36	資訊設備養護費		7,955	資訊、片庫設備、資安養護及勞務7,955千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
國際影音平台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
E				國際影音平台	國際影	770,000	
	1			營運及內容製作	音平台		
		1		行政管理	行政部、	65,061	
				行政維持	數位分析	62,061	
			1	人事費-勞務成本	室	32,061	
			1	薪資		22,903	薪資22,903千元：執行長、數位分析室及行政部員工共28名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		3,143	員工28名年終獎金3,143千元。
			3	超時工作報酬		400	加班費400千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		2,509	保險費2,509千元： 1. 勞保費1,310千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,199千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,506	退休金1,506千元：依據勞工退休金條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
			7	福利費		1,600	端午及中秋2節獎金440千元、旅遊補助792千元、托兒津貼218千元、婚喪津貼150千元。
		2		業務費-勞務成本		30,000	
			1	租金		20,403	辦公房舍、公務車及器材租金20,403千元。
			2	文具用品		286	文具紙張286千元。
			3	運費		85	急送文件快遞運費85千元。
			4	郵電費		275	電話費200千元及郵資75千元。
			7	水電瓦斯費		1,160	辦公室水電費1,160千元。
			8	保險費		100	員工平安保險費100千元。
			9	業務聯繫費		100	業務洽公聯繫費100千元。
			11	稅捐證照		100	契約印花稅100千元。
			13	管理費		2,300	辦公室管理費2,300千元。
			17	訓練費		600	員工教育及訓練班講師費600千元
			19	勞務費		800	法律顧問、商標認證、會計師簽證費及臨時勞務費800千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
國際影音平台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
2	1	1	21	書報雜誌費	行政部、 數位分析 室	36	訂閱書報雜誌費36千元。
			22	非消耗品		550	辦公室傢俱器材及電腦週邊更新添購 550千元。
			26	清潔費		900	辦公室清潔費900千元。
			29	其他		450	其他雜項費用450千元。
			30	福利費		1,105	團體保險135千元、年終聚餐等970千元。
			32	績效獎勵金		50	針對平台團體或個人之特殊表現或優異 功績者即時獎勵之績效獎金50千元。
			35	房屋建築修繕		200	辦公室維護修繕費200千元。
			36	資訊設備養護 費		200	人資管理系統維護費200千元。
			38	國內旅費		300	公務出差及短程車資300千元。
			2	研究發展	公共服務 暨行銷部	3,000	
			2	業務費-勞務成本		3,000	
			2	文具用品		2	文具紙張2千元。
			3	運費		5	急送文件快遞運費5千元。
			4	郵電費		10	電話費8千元及郵資2千元。
			9	業務聯繫費		5	業務洽公聯繫費5千元。
			19	勞務費		2,950	數位研究發展計畫費2,950千元。
			29	其他		28	其他雜項費用28千元。
				行銷推廣及宣傳		68,712	
				行政維持		11,802	
			1	人事費-勞務成本		11,712	
			1	薪資		8,748	薪資8,748千元：公行部員工共11名之全年 12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		1,203	員工11名年終獎金1,203千元。
			3	超時工作報酬		300	加班費300千元：依據勞動基準法，員工 延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		976	保險費976千元： 1. 勞保費518千元，依據勞工保險條例規 定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。 2. 健保費458千元，依據全民健康保險法 規定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。

財團法人公共電視文化事業基金會
國際影音平台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
			5	退休及、卹償金及資遣費	公共服務暨行銷部	485	退休金485千元：依據勞工退休條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-勞務成本		90	
			2	文具用品		8	文具紙張8千元。
			3	運費		18	急送文件快遞運費18千元。
			4	郵電費		25	郵資25千元。
			9	業務聯繫費		20	業務洽公聯繫費20千元。
			29	其他		19	其他雜項費用19千元。
	2			公關宣傳		3,000	
		2		業務費-勞務成本		3,000	
			1	租金		700	新聞發布會場地、器材設備及佈景道具等租金700千元。
			9	業務聯繫費		2,200	籌辦活動、公關贈品、餐費等2,200千元。
			38	國內旅費		100	公務出差及短程車資100千元。
	3			國際行銷		5,500	
		2		業務費-勞務成本		5,500	
			3	資料費		700	國際媒體資料庫700千元。
			6	廣告費		3,800	1. 國際新聞發稿750千元。 2. 美國校園大學宣傳1,250千元。 3. 年度主視覺設計1,000千元。 4. 農曆新年動畫800千元。
			19	勞務費		515	諮詢顧問費及外包人力515千元。
			37	國外旅費		485	亞洲電視論壇及內容交易市場展(ATF)2人次、英國倫敦影視節展(MIP LONDON)2人次，共計485千元。
	4			其他行銷		11,410	
		2		業務費-勞務成本		11,410	
			3	資料費		2,100	社群聲量監控及數位串接服務2,100千元。
			6	廣告費		8,500	平台內容推廣及數位媒體行銷8,500千元。
			17	訓練費		10	教育講座訓練講師費10千元。
			19	勞務費		730	諮詢顧問費及外包人力730千元。
			29	其他		70	其他雜項費用70千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
國際影音平台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
3	5	2	1	國外頻道上鍊傳輸	公共服務暨行銷部	37,000	
				業務費-勞務成本		37,000	
				租金		35,000	國外頻道數位上鏈租金34,000千元、國內頻道數位上鏈租金1,000千元。
				勞務費		2,000	國際策略發展研究委託案2,000千元。
				社群行銷推廣	社群暨國際策略部	42,008	
				行政維持		18,478	
				人事費-勞務成本		18,208	
				薪資		13,909	薪資13,909千元：社群暨國際策略部員工共15名之全年12個月薪俸。
				獎金		1,913	員工15名年終獎金1,913千元。
				超時工作報酬		400	加班費400千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
	1	1	1	分擔保險費		1,436	保險費1,436千元： 1. 勞保費708千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費728千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
				退休及、卹償金及資遣費		550	退休金550千元：依據勞工退休金條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
				業務費-勞務成本		270	
				文具用品		5	文具紙張5千元。
				運費		10	急送文件快遞運費10千元。
				郵電費		13	郵資13千元。
				業務聯繫費		55	業務洽公聯繫費55千元。
				稅捐證照		51	印花稅51千元。
				其他		31	其他雜項費用31千元。
				國內旅費		105	社群宣傳活動國內差旅費105千元。
	2	2		社群行銷活動		23,530	
				業務費-勞務成本		23,530	

財團法人公共電視文化事業基金會
國際影音平台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
4	1	1	39	節目製作費	社群暨國際策略部	23,530	社群內容影片製作如下： 1. 社群原創系列短片內容：17,530千元。 2. 社群網紅合製內容：5,000千元。 3. 社群短片剪輯：1,000千元。
				新聞節目製作	新聞部	186,101	
				購買			
				行政維持		78,421	
				人事費-勞務成本		76,601	
			1	薪資		58,729	薪資58,729千元：新聞部員工共71名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		8,069	員工71名年終獎金8,069千元。
			3	超時工作報酬		500	加班費500千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		6,426	保險費6,426千元： 1. 勞保費3,351千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費3,075千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		2,877	退休金2,877千元：依據勞工退休金條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
			2	業務費-勞務成本		1,820	
			1	租金		1,461	採訪車租金1,461千元。
			2	文具用品		19	文具紙張19千元。
			3	運費		40	急送文件快遞運費40千元。
			4	郵電費		12	郵資12千元。
			9	業務聯繫費		60	業務洽公聯繫費60千元。
			24	報名費		48	節目參展報名費48千元。
			29	其他		180	其他雜項費用180千元。
				新聞節目製作		107,680	
			2	業務費-勞務成本		107,680	
			39	節目製作費		107,680	主要新聞節目製作如下： 1. 每日新聞：53,180千元。 2. 新聞節目：54,500千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
國際影音平台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
5				一般節目製作	節目部	275,149	
	1			購買			
		1		行政維持		28,559	
			1	人事費-勞務成本		27,149	
			1	薪資		20,431	薪資20,431千元：節目部員工共25名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		2,809	員工25名年終獎金2,809千元。
			3	超時工作報酬		300	加班費300千元：依據勞動基準法，員工延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		2,256	保險費2,256千元： 1. 勞保費1,181千元，依據勞工保險條例規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。 2. 健保費1,075千元，依據全民健康保險法規定，保險費按現行費率及投保單位負擔之比例計算。
			5	退休及、卹償金及資遣費		1,353	退休金1,353千元：依據勞工退休金條例規定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-勞務成本		1,410	
			2	文具用品		26	文具紙張26千元。
			3	運費		72	急送文件快遞運費72千元。
			4	郵電費		22	郵資22千元。
			9	業務聯繫費		101	業務洽公聯繫費101千元。
			19	勞務費		94	節目評選委員出席費及審查費94千元。
			24	報名費		355	節目參展報名費355千元。
			25	材料費		40	參展節目材料及後製40千元。
			29	其他		700	其他雜項費用700千元。
	3			一般節目製作		246,590	
		2		業務費-勞務成本		246,590	
			39	節目製作費		246,590	節目製作如下： 1. 一般節目製作：204,590千元。 （含紀錄片、文化表演藝術、生活資訊、綜合、教育學習節目。） 2. 節目購片與重製：12,000千元。 3. 國際合資/合製：30,000千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
國際影音平台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
6				工程作業管理	工程	47,324	
				維護	製播部		
	1			行政維持		35,124	
		1		人事費-勞務成本		34,624	
			1	薪資		25,427	薪資25,427千元：工程製播部員工共40名 全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		3,483	員工40名年終獎金3,483千元。
			3	超時工作報酬		991	加班費991千元：依據勞動基準法，員工 延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		3,164	保險費3,164千元： 1. 勞保費1,833千元，依據勞工保險條例規 定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。 2. 健保費1,331千元，依據全民健康保險法 規定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。
			5	退休及、卹償 金及資遣費		1,559	退休金1,559千元：依據勞工退休金條例規 定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-勞務成本		500	
			1	租金		252	轉播器材租金252千元。
			2	文具用品		28	文具紙張28千元。
			3	運費		26	急送文件快遞運費26千元。
			4	郵電費		18	郵資18千元。
			9	業務聯繫費		81	業務洽公聯繫費81千元。
			29	其他		95	其他雜項費用95千元。
	2			製播器材及養護		12,200	
		2		業務費-勞務成本		12,200	
			1	租金		4,390	1. 衛星轉頻器及數位上鏈租金2,200千元。 2. SNG衛星訊號租賃及台固乙太專線等 2,190千元。
			23	軟體		810	視覺動畫軟體810千元。
			34	設施及機儀設 備養護費		7,000	新聞採編播系統攝影棚設備維護及周邊 7,000千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
國際影音平台支出預算明細表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

款	項	目	節	名 稱	承辦單位	預算金額	說 明
7				平台技術暨 資訊維護 行政維持	技術部	85,645	
	1			人事費-勞務成本		35,465	
		1		薪資		35,145	
			1	薪資		26,333	薪資26,333千元：技術部員工共30名 之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		3,621	員工30名年終獎金3,621千元。
			3	超時工作報酬		800	加班費800千元：依據勞動基準法，員工 延長工作時應給付之工資。
			4	分擔保險費		2,796	保險費2,796千元： 1. 勞保費1,418千元，依據勞工保險條例規 定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。 2. 健保費1,378千元，依據全民健康保險法 規定，保險費按現行費率及投保單位負擔 之比例計算。
			5	退休及、卹償 金及資遣費		1,595	退休金1,595千元：依據勞工退休金條例規 定，按薪資總額6%之比例提撥。
		2		業務費-勞務成本		320	
			2	文具用品		8	文具紙張8千元。
			3	運費		2	急送文件快遞運費2千元。
			4	郵電費		4	郵資4千元。
			11	稅捐證照		35	印花稅35千元。
			22	非消耗品		81	電腦週邊等81千元。
			29	其他		180	其他雜項費用180千元。
			38	國內旅費		10	公務出差及短程車資10千元。
	2			資訊及資安管理		50,180	
		2		業務費-勞務成本		50,180	
			1	租金		13,504	雲端伺服器等基礎設施、影音轉檔與播放 及直播服務等13,504千元。
			4	郵電費		3,440	平台網踏相關線路等3,440千元。
			23	軟體		4,968	Office365及備份軟體、剪接軟體、文書軟體等 4,968千元。
			34	資訊設備養護 費		28,268	網路、機房等設備維護與資安防護授權及服務等 28,268千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
固定資產投資明細表
中華民國115年度

單位：新台幣千元

項 目	本年度預算數	說 明
不動產、廠房及設備	156,814	
公視節目製播	101,814	
行政管理	15,904	
非製播設備類	15,904	
房屋及建築	3,237	1. ABC棟屋頂防水修繕工程2,190千元。 2. ABC棟外牆防水處理571千元。 3. ABC棟外牆矽膠更新工程476千元。
機械及設備	8,200	1. A棟客用電梯系統及馬達8,095千元。 2. A棟揚水泵浦控制盤更新105千元。
交通及運輸設備	2,943	1. 不斷電系統120KVA*2並聯更新2,705千元。 2. ABC棟電話總機(計費)電腦更新238千元。
什項設備	1,524	1. ABC棟機電空調設備材料更換952千元。 2. B棟大廳入口筒燈572千元。
新聞節目製作購買	3,286	
製播設備類	3,000	
機械及設備	495	1. 非線性剪輯工作站1套357千元。(我們的島) 2. 影音及圖像處理用筆電2台138千元。(我們的島)
交通及運輸設備	2,505	1. 中、南部及節目攝影機及周邊配備2,381千元。 2. 電影級數位相機1組(含操作手把) 124千元。(行走TIT)
非製播設備類	286	
什項設備	286	新聞部辦公室與會議座椅汰換286千元。
一般節目製作購買	3,300	
製播設備類	3,300	
機械及設備	2,600	公視兒少節目內容產製 1. 影音剪輯工作站(含周邊、軟體)1,200千元。 2. 攜帶式儲存裝置900千元。 3. 電腦套組(含配件、軟體)500千元。
交通及運輸設備	700	公視兒少節目內容產製 攝影機套組(含周邊配件、麥克風、燈光設備) 700千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
固定資產投資明細表
中華民國115年度

單位：新台幣千元

項 目	本年度預算數	說 明
節目企劃購買	286	
製播設備類	286	
機械及設備	286	汰換NAS網路儲存硬碟286千元。
節目製作播映作業	26,390	
製播設備類	26,200	
機械及設備	7,857	1. B棟繪圖工作站及周邊2,714千元。 2. 數位混音平台及電腦工作站暨周邊1,810千元。 3. 大容量高速儲存系統及周邊工程3,333千元。
交通及運輸設備	18,343	1. 一棚及轉播車無線通話系統1,429千元。 2. 副控多視窗分割器暨周邊1,238千元。 3. 外景拍攝攝影機(含鏡頭等週邊配件)952千元。 4. 數位IP成音設備5,429千元。 5. LED燈光系統及棚燈更新3,095千元。 6. 公視兒少節目內容產製 LED燈光系統及棚燈更新6,200千元、
非製播設備類	190	
機械及設備	190	外景攝影機電池(含週邊配件)190千元。
工程作業管理維護	21,905	
製播設備類	19,619	
機械及設備	7,619	主控自動播出系統優化7,619千元。
交通及運輸設備	12,000	1. 數位發射機一套及其周邊10,476千元。 2. 微波天線1,524千元。
非製播設備類	2,286	
房屋及建築	952	機房站台營繕維修952千元。
機械及設備	667	站台電力系統維修工程667千元。
什項設備	667	站台空調更新667千元。
資訊服務業務	27,643	
製播設備類	14,286	
機械及設備	14,286	新聞製播系統14,286千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
固 定 資 產 投 資 明 細 表
中華民國115年度

單位：新台幣千元

項 目	本 年 度 預 算 數	說 明
非製播設備類	13,357	
機械及設備	13,357	1. 網名系統安全防火牆2,810千元。 2. switch更換2,571千元。 3. VMWARE虛擬系統建置4,476千元。 4. 公視兒少節目內容產製 小公視編制人員辦公室個人電腦汰換2,000千元、 兒童網站保護入侵防禦偵測系統1,500千元。
數位內容暨行銷業務	3,100	
製播設備類	3,100	
機械及設備	1,800	1. 公視兒少節目內容產製 轉檔備份用節目資料庫650千元、 出貨用節目資料庫150千元、 個人初階剪輯工作站及其週邊1,000千元。
交通及運輸設備	1,300	1. 公視兒少節目內容產製 網路直播4K串流編碼器及週邊1,300千元、
客家電視台節目製播	10,000	
行政管理	9,100	
非製播設備類	9,100	
房屋及建築	9,100	辦公室裝潢9,100千元。
新聞節目製作購買	900	
製播設備類	900	
機械及設備	300	1. 非線性筆記型剪轉工作站100千元。 2. 辦公型筆電200千元。
交通及運輸設備	600	4K UHD便攜型超高畫質攝影機及相關周邊設備 600千元。
臺語台節目製播	10,000	
公共服務暨行銷業務	500	
製播設備類	500	
機械及設備	500	網路影音製播直播相關設備500千元。
新聞節目製作購買	350	
製播設備類	350	
交通及運輸設備	350	影像製作相關設備350千元。
一般節目製作購買	650	
製播設備類	650	
機械及設備	650	影音剪輯和動畫工作站650千元。

財團法人公共電視文化事業基金會
固定資產投資明細表
中華民國115年度

單位：新台幣千元

項 目	本年度預算數	說 明
新聞及節目製作	8,500	
製播設備類	8,500	
機械及設備	3,500	節目與新聞片庫系統及周邊設備3,500千元。
交通及運輸設備	5,000	南部中心攝影棚設備更新與補強5,000千元。
國際影音平台營運與內容製作	35,000	
行政管理	3,400	
非製播設備類	3,400	
什項設備	300	辦公設備桌椅及公文櫃購置等300千元。
租賃權益改良	3,100	1. 辦公室區域改裝空間升級優化2,000千元。 2. 辦公室修繕、線路調整等700千元。 3. 辦公室節電與隔間改善400千元。
新聞節目製作購買	3,000	
製播設備類	3,000	
交通及運輸設備	3,000	1. 4K肩上型攝影機及周邊2,580千元。 2. 4K手持式攝影機一體機1套140千元。 3. 全片幅單眼相機及鏡頭137千元。 4. 麥克風腳架及外景燈具143千元。
工程作業管理維護	22,000	
製播設備類	22,000	
機械及設備	2,000	新聞採編播系統及其周邊2,000千元。
交通及運輸設備	20,000	1. AI自動化攝影棚採購13,000千元。 2. 點對點傳輸設備3,000千元。 3. 燈光系統採購2,000千元。 4. 遠端對講系統2,000千元。
資訊服務業務	6,600	
非製播設備類	6,600	
機械及設備	6,600	1. 直播與網路相關設備2,100千元。 2. 筆電與剪輯工作站及其周邊4,500千元。
總 計	156,814	

註：1. 公視購置固定資產預算85,714千元(未稅)。

2. 文化部補助國際影音平台營運及內容製作計畫35,000千元(含稅)。

3. 文化部捐贈兒少節目內容產製16,100千元及臺語台營運10,000千元(含稅)。

4. 客委會捐贈客家電視台營運10,000千元(含稅)。

財團法人公共電視文化事業基金會
轉 投 資 明 細 表
中華民國115年度

單位：新臺幣千元

投 資 事 業 名 稱	本 年 度 增（減－）數	累 計 投 資 淨 額	持 股 比 例	說 明
中華電視股份有限公司	-	4,327,722	83.24%	本表採權益法之長期股權投資金額不含採權益法之長期股權投資損失4,224,684千元及未實現重估增值-採權益法之長期股權投資2,102,213千元。
總 計	-	4,327,722		

參 考 表

財團法人公共電視文化事業基金會
資 產 負 債 預 計 表
中華民國115年12月31日

單位：新臺幣千元

113 年（前 年） 12 月 31 日 實 際 數	科 目	115 年 12 月 31 日 預 計 數	114 年（上 年） 12 月 31 日 預 計 數	比較增（減－）數
	資 產			
	流動資產			
920,628	現金及約當現金	1,129,193	1,115,893	13,300
2,063,817	流動金融資產	1,999,418	1,959,618	39,800
268,612	應收款項	74,685	135,417	-60,732
804,492	預付款項	478,435	482,695	-4,260
48,472	其他流動資產	95,279	52,524	42,755
4,106,021	小計	3,777,010	3,746,147	30,863
	投資、長期應收款、 貸款及準備金			
2,513,383	採權益法之投資	2,205,251	2,372,515	-167,264
-	非流動金融資產	50,000	50,000	-
2,513,383	小計	2,255,251	2,422,515	-167,264
	不動產、廠房及設備			
26,448	土地	26,448	26,448	-
1,507,252	房屋及建築	1,524,507	1,511,218	13,289
534,456	機械及設備	538,234	499,403	38,831
900,157	交通及運輸設備	904,952	891,687	13,265
66,808	什項設備	54,450	71,609	-17,159
15,794	租賃權益改良	21,594	18,494	3,100
156	購建中固定資產	-	-	-
-1,561,418	減：累計折舊	-1,583,150	-1,514,250	-68,900
1,489,653	小計	1,487,035	1,504,609	-17,574
	其他資產			
5,821	遞延資產	15,693	19,844	-4,151
5,821	遞延費用	15,693	19,844	-4,151
2,937	什項資產	2,236	2,214	22
2,937	存出保證金	2,236	2,214	22
8,758	小計	17,929	22,058	-4,129
8,117,815	資產合計	7,537,225	7,695,329	-158,104

財團法人公共電視文化事業基金會
資 產 負 債 預 計 表
中華民國115年12月31日

單位：新臺幣千元

113 年（前 年） 12 月 31 日 實 際 數	科 目	115 年 12 月 31 日 預 計 數	114 年（上 年） 12 月 31 日 預 計 數	比較增（減－）數
	負 債			
	流動負債			
444,864	應付款項	577,027	581,567	-4,540
295	應付票據及帳款	845	24,988	-24,143
418,682	應付費用	528,164	495,634	32,530
25,887	其他應付款	48,018	60,945	-12,927
32,421	負債準備-流動	40,479	26,409	14,070
79,611	預收款項	75,000	69,256	5,744
26,725	其他流動負債	18,904	27,851	-8,947
583,621	小計	711,410	705,083	6,327
	其他負債			
449,242	遞延負債	-	-	-
449,242	遞延政府捐助收入	-	-	-
55,498	什項負債	69,868	64,609	5,259
55,498	存入保證金	69,868	64,609	5,259
504,740	小計	69,868	64,609	5,259
1,088,361	負債合計	781,278	769,692	11,586
	淨 值			
5,718,250	基金	5,900,756	5,829,656	71,100
2,297,375	創立基金	2,297,375	2,297,375	-
3,415,951	捐贈基金	3,598,457	3,527,357	71,100
4,924	其他基金	4,924	4,924	-
4,327,722	公積	4,327,722	4,327,722	-
4,327,722	受贈公積	4,327,722	4,327,722	-
-5,118,731	累積餘絀	-5,574,744	-5,333,954	-240,790
-5,118,731	累積短絀	-5,574,744	-5,333,954	-240,790
2,102,213	淨值其他項目	2,102,213	2,102,213	-
2,102,213	未實現重估增值- 採權益法之投資	2,102,213	2,102,213	-
7,029,454	淨值合計	6,755,947	6,925,637	-169,690
8,117,815	負債及淨值合計	7,537,225	7,695,329	-158,104

財團法人公共電視文化事業基金會
員工人數彙計表
中華民國115年度

單位：人

職類（稱）	本年度員額預計數	說 明
董事長	1	公視置董事長1人，並置總經理1人執行基金會之業務， 副總經理2人襄助總經理處理業務。 客家電視台、臺語台置台長1人督導各台業務。 國際影音平台置執行長1人督導平台業務， 副執行長1人襄助執行長處理業務。 公視、客家電視台、臺語台、國際影音平台轄下 各部門置經理1人督導各部門業務，以下置各職務人員 執行各項業務。 本年預算編製人數公視819人(含兒少節目內容產製66人)、 客家電視台138人、臺語台163人、國際影音平台220人， 合計1,340人。
總經理	1	
副總經理	2	
台級主管	4	
主任	5	
理級主管	31	
組級主管	75	
編導類	83	
企劃類	203	
製作人	72	
執行製作	69	
師級	147	
指導類	44	
工程類	130	
記者	217	
編輯編譯類	88	
研究員	9	
行政人員類	128	
特殊勤務人員	3	
助理級	24	
工讀生	4	
總 計	1,340	

財團法人公共電視文化事業基金會
用人費用彙計表
中華民國115年度

單位:新臺幣千元

科目名稱 職類	薪資	超時工作 報酬	獎金	退休及、 卹償金及 資遣費	分擔 保險費	福利費	其他 (註)	總計
董事長	2,286	-	314	108	169	7	-	2,884
董監事	-	-	-	-	-	-	750 (註1)	750
委任人員	49,447	500	6,800	3,512	3,967	201	-	64,427
主管人員	94,820	1,030	13,037	7,622	9,207	612	-	126,328
行政人員	154,086	2,995	21,149	11,869	17,718	1,408	-	209,225
節目製播人員	726,316	19,026	99,592	52,033	84,383	6,871	-	988,221
節目發行人員	14,015	50	1,920	1,050	1,672	135	-	18,842
總計	1,040,970	23,601	142,812	76,194	117,116	9,234	750	1,410,677

註1. 為董監事參加董監事等會議之出席費，編列於秘書室及董監事會業務執行之勞務費項下。

財團法人公共電視文化事業基金會
固定資產投資統計表
中華民國115年度

單位:新臺幣千元

計畫名稱 \ 科目名稱	房屋及 建築	機械及 設備	交通及 運輸設備	什項設備	租賃 權益改良	合計
公視節目製播	4,189	57,357	37,791	2,477	-	101,814
行政管理	3,237	8,200	2,943	1,524	-	15,904
新聞節目製作購買	-	495	2,505	286	-	3,286
一般節目製作購買	-	2,600	700	-	-	3,300
節目企劃購買	-	286	-	-	-	286
節目製作播映作業	-	8,047	18,343	-	-	26,390
工程作業管理維護	952	8,286	12,000	667	-	21,905
資訊服務業務	-	27,643	-	-	-	27,643
數位內容暨行銷業務	-	1,800	1,300	-	-	3,100
客家電視台節目製播	9,100	300	600	-	-	10,000
行政管理	9,100	-	-	-	-	9,100
新聞節目製作購買	-	300	600	-	-	900
臺語台節目製播	-	4,650	5,350	-	-	10,000
公共服務暨行銷業務	-	500	-	-	-	500
新聞節目製作購買	-	-	350	-	-	350
一般節目製作購買	-	650	-	-	-	650
新聞及節目製作	-	3,500	5,000	-	-	8,500
國際影音平台營運與內容製作	-	8,600	23,000	300	3,100	35,000
行政管理	-	-	-	300	3,100	3,400
新聞節目製作購買	-	-	3,000	-	-	3,000
工程作業管理維護	-	2,000	20,000	-	-	22,000
資訊服務業務	-	6,600	-	-	-	6,600
合 計	13,289	70,907	66,741	2,777	3,100	156,814
占資本支出總額%	8.47%	45.22%	42.56%	1.77%	1.98%	100.00%

註：1. 公視購置固定資產預算85,714千元(未稅)。

2. 文化部補助國際影音平台營運及內容製作計畫35,000千元(含稅)。

3. 文化部捐贈兒少節目內容產製16,100千元及臺語台營運10,000千元(含稅)。

4. 客委會捐贈客家電視台營運10,000千元(含稅)。

財團法人公共電視文化事業基金會
出國計畫預計表(公共電視台)
中華民國115年度

單位：新台幣千元

類別	擬前往國家或地區	擬拜會機構	拜會內容	預計天數	擬派人數	旅費概算				備註
						交通費	生活費	辦公費	合計	
國際會議	歐美	PBI	國際公營廣電機構年會(PBI)	6	3	360	200	8	568	
國際會議	哥倫比亞	INPUT	世界公視大展 INPUT	8	9	720	720	18	1,458	
國際會議	哥倫比亞	INPUT	Input 世界公視大展：主持人	13	1	80	130	3	213	
國際會議	歐美		INPUT董事會	6	1	80	60	2	142	
國際會議	日本		NHK國際合作	5	1	25	45	2	72	
國際會議	新加坡	ATF	亞洲電視節(ATF)	5	2	34	114	4	152	
國際會議	日本		NHK日本賞Japan Prize	5	2	34	80	-	114	
國際會議	美國舊金山	Google	Google Next 大會	6	1	55	68	8	131	
國際會議	美國	RSA Conference 資安大會	RSA內容涵蓋各個面向資安，AI/ML在安全的議題、分析情報和回應、反詐欺、駭客威脅、身份驗證、行動化和物聯網、應用程式安全、隱私保護、資料保護和密碼學應用、風險管理等重要議題。	5	1	70	70	20	160	
國際會議	德國		慕尼黑兒童影展	8	2	160	160	4	324	
國際會議	荷蘭	荷蘭影展	荷蘭兒童影展	10	2	160	200	4	364	
行銷參展	香港		電視電影節	5	3	21	116	13	150	
行銷參展	新加坡		ATF影視節	5	3	90	173	19	282	
行銷參展	首爾		電視電影節	5	2	30	66	7	103	
購片	歐洲	MIPCOM〔坎城電視市場〕	全球最大最完整的電視節目販售採購市場	6	1	48	40	2	90	

財團法人公共電視文化事業基金會
出國計畫預計表(公共電視台)
中華民國115年度

單位：新台幣千元

類別	擬前往國家或地區	擬拜會機構	拜會內容	預計天數	擬派人數	旅費概算				備註
						交通費	生活費	辦公費	合計	
考察	亞洲	亞洲地區影視產業媒體	亞洲地區影視產業媒體數位發展及公共廣電服務	5	1	50	40	3	93	
考察	美洲	美洲地區之影視產業媒體	美洲地區影視產業媒體數位發展及公共廣電服務	6	1	200	80	8	288	
考察	歐洲	歐洲地區之影視產業媒體	歐洲地區影視產業媒體數位發展及公共廣電服務	6	2	320	160	4	484	
考察	亞洲	ATF	亞洲電視節(ATF)	4	1	16	42	2	60	
考察	日本	InterBee	國際廣播器材展-Inter Bee	6	1	25	58	2	85	
考察	荷蘭	IBC	國際廣播器材展-IBC	6	1	45	40	2	87	
考察	馬來西亞	亞洲廣電聯盟(ABU)	數位電視研討會	5	1	15	30	15	60	
考察	美國	National Association of Broadcasters, NAB 美國廣播電視展	(NAB Show) 由美國廣播電視設備製造商協會(NAB)主辦，為全世界最新發展之廣播電視器材展。	6	2	90	106	4	200	
考察	美國	Broadcast Asia	NAB國際最新發展之廣播器材展	8	1	80	80	2	162	
考察	美國		CES 美國最大國際消費性電子展	8	2	160	160	4	324	
考察	歐美		歐美公共電視國際合作	8	2	160	160	4	324	
考察	亞洲		亞洲公共電視國際合作	5	2	50	90	4	144	
合計					51	3,178	3,288	168	6,634	

財團法人公共電視文化事業基金會
出國計畫預計表(客家電視台)
中華民國115年度

單位：新台幣千元

類別	擬前往國家或地區	擬拜會機構	拜會內容	預計天數	擬派人數	旅費概算				備註
						交通費	生活費	辦公費	合計	
行銷參展	日本	TIFFCOM東京國際影視市場展	節目銷售	5	2	26	90	20	136	
行銷參展	越南	Telefilm越南國際電視電影及技術展覽會	節目銷售	5	2	20	54	20	94	
行銷參展	韓國	釜山亞洲內容及電影市場(ACFM)	節目銷售/參展	6	4	60	172	20	252	
行銷參展	新加坡	亞洲電視論壇及內容交易市場展(ATF)及亞洲影藝創意大獎(AACA)	節目銷售/參展	5	4	110	164	20	294	
行銷參展	亞洲	亞洲電視大獎(ATA)	節目參展	2	2	55	36	-	91	
國際會議	巴西	國際會議	客僑交流會議	9	2	260	150	20	430	
國際會議	歐洲	族群頻道交流	WIBN年會	8	2	160	180	20	360	
國際參展	歐、美洲	國際獲獎參展	INPUT	8	2	160	160	4	324	
國際參展	歐洲	國際獲獎參展	德國慕尼黑影展	10	2	180	260	-	440	
合計					22	1,031	1,266	124	2,421	

財團法人公共電視文化事業基金會
出國計畫預計表(臺語台)
中華民國115年度

單位：新台幣千元

類別	擬前往國家或地區	擬拜會機構	拜會內容	預計天數	擬派人數	旅費概算				備註
						交通費	生活費	辦公費	合計	
考察	亞洲	Asian side of Doc或日韓影展及影視機構	亞洲地區影視產業媒體數位發展及公共廣電服務	5	1	60	50	2	112	
參展/考察	新加坡	新加坡電視節	參與影展活動與考察	5	1	40	60	2	102	
考察	歐美澳	歐美澳洲公廣機構	拜會公廣機構及考察	8	1	85	79	4	168	
國際會議	歐洲	參加國際影視展覽	參與Input公視大展國際會議	8	1	80	80	2	162	
購片	歐美澳	歐美澳洲市場展	節目銷售與推廣	8	1	93	100	2	195	
購片	亞洲	亞洲市場展	節目銷售與推廣	6	2	56	95	4	155	
參展/考察	亞洲	亞洲區影展	參與影展活動與考察	6	2	56	95	4	155	
參展/考察	歐美澳	歐美澳洲影展	參與影展活動與考察	8	1	80	100	2	182	
考察	亞洲	韓國KBS或其他機構	拜會韓國KBS或其他機構洽談台韓合製案及拍片考察	8	2	75	80	8	163	
合計					12	625	739	30	1,394	

財團法人公共電視文化事業基金會
出國計畫預計表(國際影音平台)
中華民國115年度

單位：新台幣千元

類別	擬前往國家或地區	擬拜會機構	拜會內容	預計天數	擬派人數	旅費概算				備註
						交通費	生活費	辦公費	合計	
國際會議	新加坡		參加亞洲電視論壇及內容交易市場展(ATF)	5	2	34	114	4	152	
國際會議	英國倫敦		參加英國倫敦影視節展(MIP LONDON)	7	2	145	183	5	333	
合計					4	179	297	9	485	

