

財團法人公共電視文化事業基金會



中華民國 116 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 116 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	20～23	頁

(二)客家電視台

1.計畫重點.....	第	24～26	頁
2.經費需求.....	第	26	頁
3.預期效益.....	第	26～27	頁

(三)臺語台

1.計畫重點.....	第	28～33	頁
2.經費需求.....	第	33	頁
3.預期效益.....	第	33～37	頁

(四)國際影音平台

1.計畫重點.....	第	38～39	頁
2.經費需求.....	第	39	頁
3.預期效益.....	第	39～40	頁

財團法人公共電視文化事業基金會
中華民國 116 年度預算
目 次

三、本年度預算概要		
(一)收支營運概況.....	第 41~42	頁
(二)現金流量概況.....	第 42	頁
(三)淨值變動概況.....	第 42	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 42~106	頁
(二)上年度已過期間預算執行情形.....	第 106~107	頁
五、其他.....	第 107	頁
貳、主要表		
一、收支營運預計表.....	第 108	頁
二、現金流量預計表.....	第 109~110	頁
三、淨值變動預計表.....	第 111	頁
參、明細表		
一、收入明細表.....	第 112~113	頁
二、支出明細表.....	第 114~115	頁
三、支出預算明細表.....	第 116~176	頁
四、固定資產投資明細表.....	第 177~180	頁
五、轉投資明細表.....	第 181	頁
肆、參考表		
一、資產負債預計表.....	第 182~183	頁
二、員工人數彙計表.....	第 184	頁
三、用人費用彙計表.....	第 185	頁
四、固定資產投資統計表.....	第 186	頁
五、出國計畫預計表.....	第 187~191	頁

財團法人公共電視文化事業基金會

總 說 明

中華民國 116 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，116年度政府編列預算捐贈32億4,211萬7千元。爰依法編製公視基金會116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)置董事11人至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。

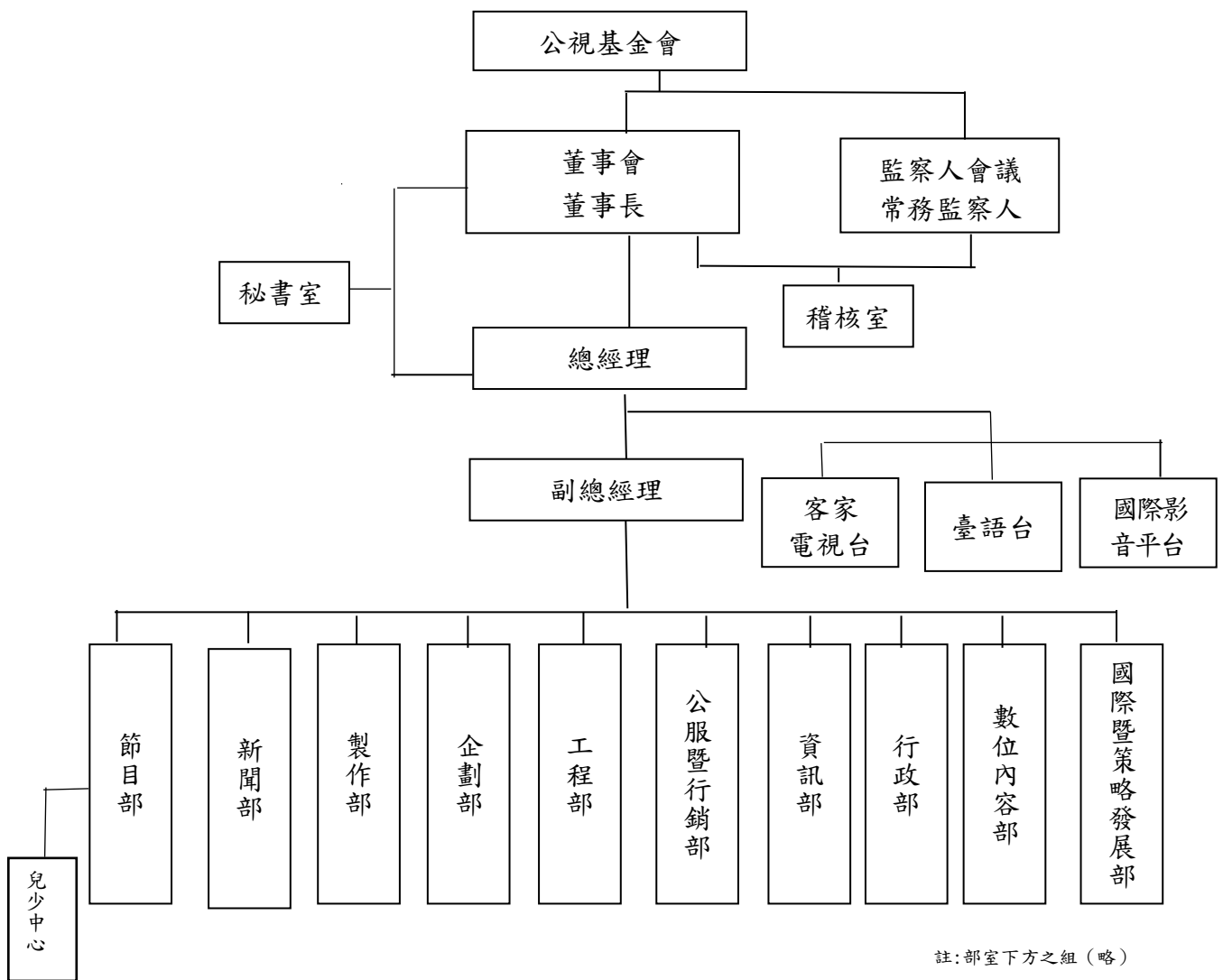
公視基金會：依法經營公共電視台、臺語台、客家電視台；執行營運國際影音平台。公共電視台設企劃部、節目部、新聞部、製作部、工程部、公服暨行銷部、數位內容部、行政部、資訊部、國際暨策略發展部，直屬總經理督導。

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：

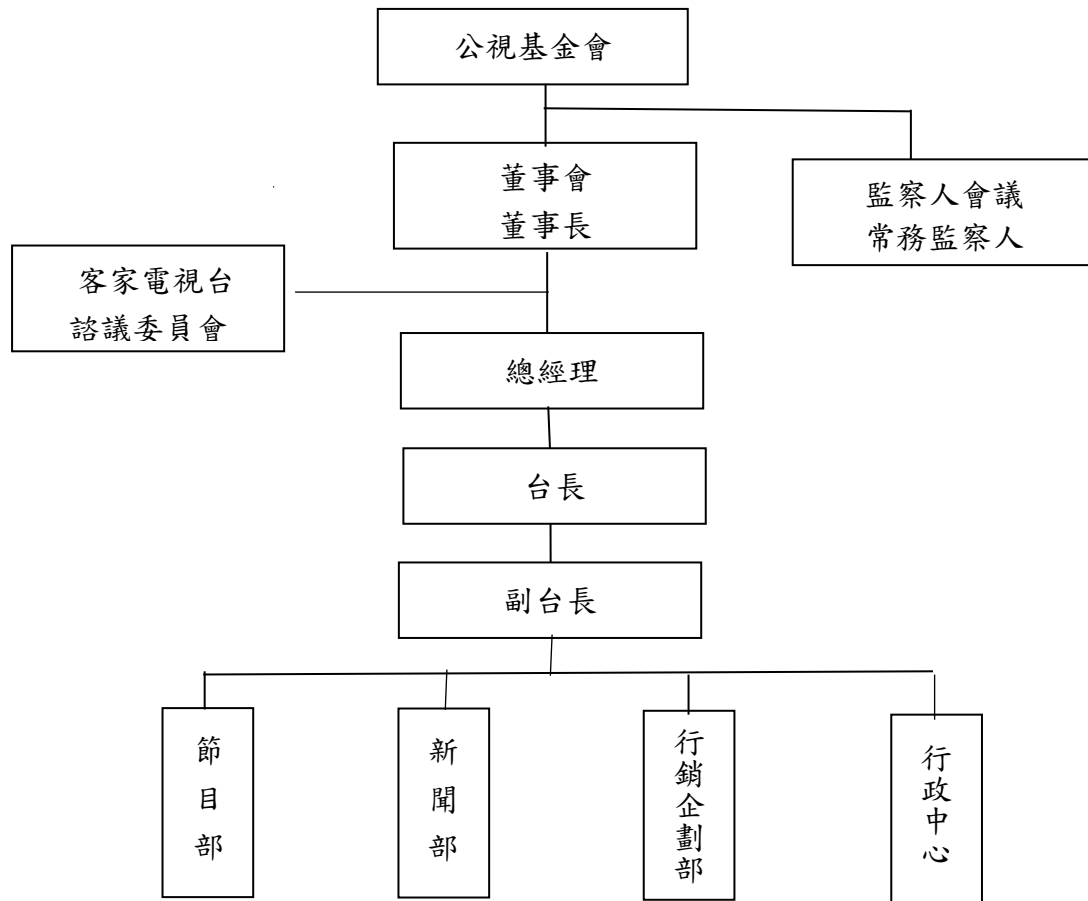
- A、董事會議、監察人會議及主管會報之會務事宜及決議事項追蹤管制。
- B、董事長、總經理及副總經理之祕書行政事務與交辦事項。
- C、主管機關及其他政府單位業務聯繫與詢問事項之彙整辦理。
- D、國會之公關聯繫與詢問事項之彙整辦理。
- E、本會關係法人營運相關事項之監理與評估。
- F、各族群頻道諮議委員會會務之辦理。
- G、本會各類諮詢委員會業務之推動。

(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。

其下設節目部、新聞部、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。

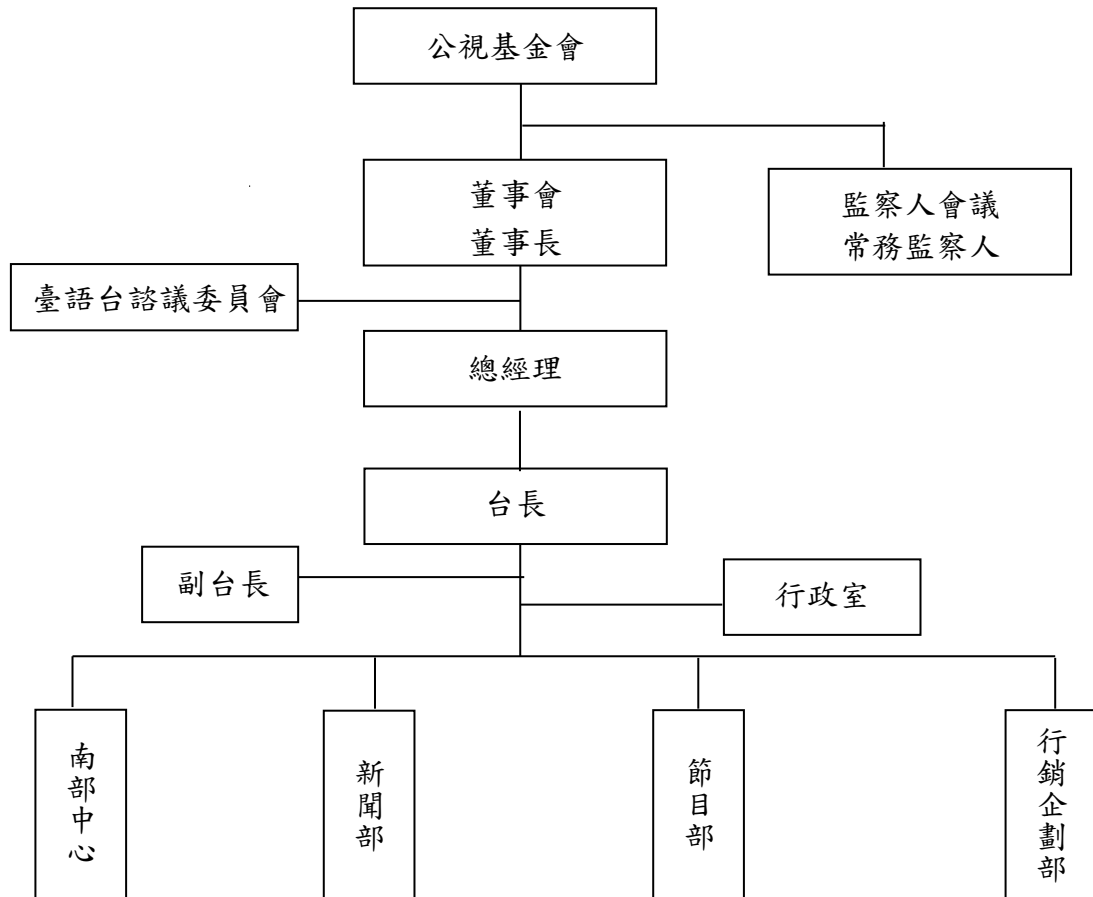
(3)行銷企劃部職掌：

- 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。

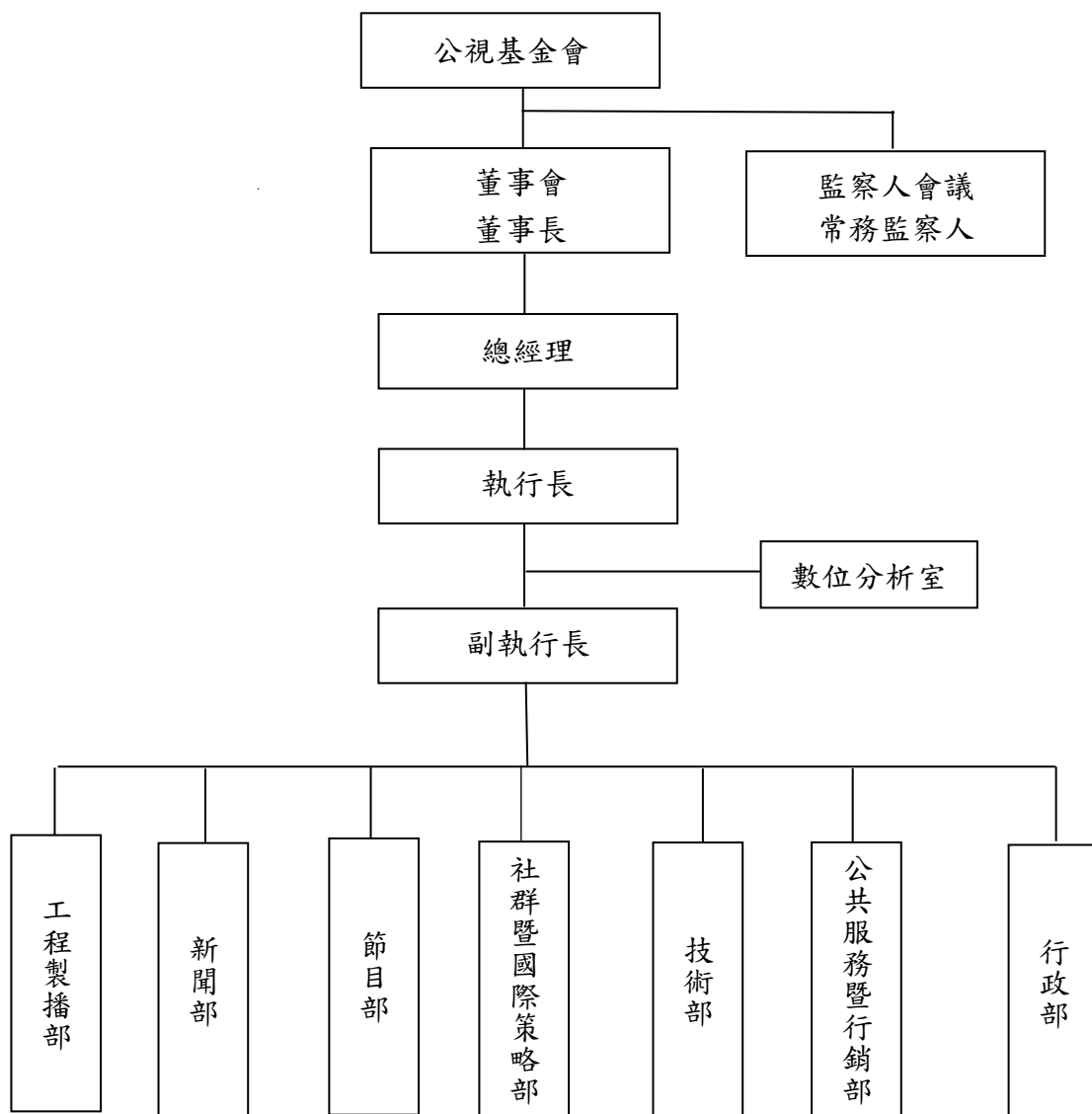
(4)南部中心職掌：

- 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、品牌與頻道策略合作統籌，包含頻道上架與內容授權。
- G、公關與行銷活動企劃與執行。
- H、對外行銷、產品及市場分析與研究。
- I、各類播出節目之配合宣傳推廣。
- J、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

(一)公共電視

本年度計畫達成的總體目標包括以下 9 項：

- (1)製播多語言優質節目，積極展現台灣文化主體性，深耕國際交流，讓世界看見台灣。。
- (2)結合人工智慧（AI）與數位資產，建立公共媒體主權 AI，優化影視音內容服務，落實資訊平權。
- (3)打造台灣原生文化內容，深化內容製作品質與影響力，厚植國際競爭優勢，成為台灣影視音產業領導品牌。
- (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)數位韌性升級，持續建構高度信賴的數位環境，以及全方位的資安治理架構。
- (6)平衡區域發展，深化公共服務，充分發揮公共媒體精神，促進社會共融。
- (7)以原創為核心，從兒少節目邁向「臺灣故事宇宙」，結合在地文化、多元議題與創新敘事，發展旗艦戲劇與動畫 IP，並以青少年影展為節點，讓世界聽見年輕世代的聲音，培養具國際視野之新世代創作者。
- (8)建構以實作為核心的人才培育與內容共創體系，串聯產學資源、地方基地與國際協作，導入跨域訓練，打造可持續輸出創意與專業的兒少影視產業動能。
- (9)推動教育、媒體與科技深度融合，打造 AI 驅動之兒少智慧學習平台，發展媒體素養與數位課程模組，串聯校園、家庭與社區，形塑跨域共學、全民共享的教育生態系。

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，整合節目在多元平台的表現，協助節目在新媒體平台上的經營。
- 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、整合戲劇、紀錄片與兒少內容開發，建立具台灣文化主體性之旗艦節目與 IP，強化跨平台與國際合製機制，提升內容輸出與國際合作能量。
- B、導入 AI 與數據分析於節目選題、製作與發行流程，強化內容決策與觀眾洞察能力，提升製播效率與內容精準度。
- C、整合兒少節目、教育應用與共創基地資源，推動跨域合作與人才培育，打造兼具公共性、教育性與創新性的內容生態系。

(3) 新聞部：

- A、【東南亞語新聞】運用網路傳播，成為移工、新住民，連結台灣和其母國的重要資訊平台。
- B、【公視手語新聞】推出 AI 氣象主播，先從天氣預報開始，進而增加地震速報。
- C、【紀錄觀點】以委製、合製、購片方式，支持本土導演拍攝紀錄片，呈現台灣敘事的多元面貌。
- D、【公視晚間新聞】、【8 點新世界】、【尖鋒對話】以符合「近身性」的新聞原則，從國內到國際、從新聞到論壇，帶領觀眾了解時事、面向世界。國際記者報導的加入，更彰顯不同於歐

美日媒體的台灣觀點。

E、【我們的島】、【獨立特派員】保持一貫專業標準，以氣候、生態、人口、環境、科學…為主題，製播頻道內容及網路節目。

F、【行走 TIT】持續走訪台灣 800 多個原住民部落，介紹不同族群的文化祭儀、生活與土地共處、傳統與現代共融的生命故事。

(4)製作部：

A、導入節目製作與 AI 動畫結合的可行性，優化製作效能及流程，提升製作技術的量能與效率。

B、持續投入新聞自動化製播系統的建置，優化新聞節目製播的流程，維持穩定的製播品質。

C、持續進行製播設備的汰換與升級，建構穩定信賴的製播環境，確保製播架構之完整性及系統韌性。

D、以 AI 及 IP 技術為核心，對接相關的產學資源，透過實作引領跨領域訓練，培育公共媒體內容的人才養成。

(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、建置行動訊號發射及接收系統。

C、持續進行主控播出系統更新優化。

(6)資訊部：

A、推動新聞自動化製播系統汰換升級、數位片庫系統汰換升級、人事系統專案汰換升級、ERP 專案汰換升級。

B、推動辦公室表單數位無紙化。

C、建置「安全資訊與事件管理」平台，強化分析與推理能力。

(7)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，同步將公視 IP 導入贊助單位活動中。

- 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，擴大公視節目在全媒體時代之觸達率及影響力。
- D、透過舉辦記者會、遊園會及各類實體活動、特展（如座談會、首映會、特映會、校園推廣等），拓展跨產業合作及宣傳共創互利，壯大節目聲量。
- E、與全台獨立書店密切合作，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。

(8)數位內容部：

- A、透過 AI 技術優化公視+影音平台內容管理系統，並結合數據分析（如 SEO 與 GSC 數據）提升使用者留存率與轉換率。
- B、Vtuber 與原生 IP 多元發展，推動台語教學並深耕在地文化，產製具互動性的網路原生節目，同時嘗試 AI 與觀眾互動協作的內容，實現虛實展演的可能性。
- C、強化 YouTube 與 Meta 等平台的影音內容經營，開發直式短影音（Vertical Video）策略，藉此驅動公視+會員成長並極大化廣告收益。
- D、推動公視+ 品牌與第三方單位之授權合作，結合實體與數位媒介擴大品牌影響力，實現 IP 授權收益之多元化。

(9)行政部：

- A、強化本會各單位內部資源互惠使用機制。
- B、持續推動固定資產與財會 ERP 作業系統導入。
- C、推動員工健康服務與職場安全維護。
- D、在合乎法規的前提下，規劃資金運用方式，建立資金管理流程。

(10)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，進行節目製播，與公廣集團資源共享。
- B、舉辦國際研討會，擴大公視國際能見度。
- C、舉辦台灣國際兒童影展論壇，連結各國導演和製作人，展現公視國際連結實力。

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 20 億 1,574 萬 3 千元、銷貨成本 4,457 萬 8 千元、管理費用 4 億 7,592 萬 4 千元、其他業務支出 100 萬元及採權益法認列之投資損失 2 億 270 萬 4 千元，共計 27 億 3,994 萬 9 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，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，擴大公視節目在全媒體時代之觸達與影響。
- 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、建立具市場延展性的節目 IP，提升國際合製與海外發行成果，強化台灣內容品牌辨識度。
- B、提升節目開發成功率與製作效率，建立跨平台觀眾數據整合能力，累積公共媒體 AI 應用實績。
- C、擴大兒少內容影響力與使用場域，建立創作人才培育與產業連結機制，強化公共媒體社會影響力與信任度。

(3)新聞部：

- A、借重印尼、泰國、越南三語編播人才，進行跨國採訪，製播深度報導，提高新聞內容的質與量。節目內容可讓東南亞三國對台灣有多面向觀察，也讓台灣對東南亞三國有更深入的理解。
- B、AI 技術結合氣象和手語專業，開拓公共服務新模式，強化對聽障朋友的服務，進一步落實資訊平權。
- C、114 年首播 22 部國片，其中有 8 部紀錄片在國內外影展中入圍或得獎；116 年將賡續此前努力方向，積極參與國內外重要影展，提高台灣作品的能見度。
- D、以取材和編排區隔綜合新聞、國際新聞、時事論壇的目標受眾。在晚間 19:00-21:00 時段，謹守公正多元準則，落實意見多元且平衡公正的公共價值。
- E、【我們的島】、【獨立特派員】分別以「守望環境」和「守望社會」為宗旨，成為公視深度報導的代表性節目。耕耘網路則有效擴大節目的影響力。
- F、打破城鄉差異、呈現部落生活樣貌、認識族群文化差異，落實多元和平權的價值，促進社會共融。

(4)製作部：

- A、提升 AI 技術於節目製作流程中的應用能力，縮短動畫與製播作業時間，降低人力與製作成本，強化內容製作效率與創新表現，逐步建立公共媒體 AI 製作應用模式。
- B、完成新聞副控室自動化製播系統無縫轉換，讓各新聞時段正常運作播出。
- C、提升製播設備穩定性與使用效能，降低設備故障風險與維運成本，強化製播系統的韌性與妥善率，建構安全順暢的運作體系。
- D、強化同仁跨域技術能力與實務經驗，落實經驗傳承與知識共享，導入前瞻技術的養成能量，提升公共媒體創新內容製作

與人才永續發展能力。

(5) 工程部：

- A、採用新技術降低用電量，節省電費。並整合現有發射機自動切換保護機制簡化系統流程。縮短異常處置時間，保障頻道播送品質。於有限經費資源下達到設備最大使用率，降低維運成本。
- B、因應 CI 韌性要求，將備機及汰舊設備整併改裝為行動訊號發射及接收系統，可於站台發生災害無法作業時緊急替代發射站功能。
- C、因主控系統更新費用昂貴，為避免一次支應龐大費用，將持續採用模組方式將設備逐年更新。

(6) 資訊部：

- A、穩固新聞產、編、播流程，提高作業效能，強化新聞製播安全性，建立支援新聞傳播所需之基礎平台。強化數位資產管理機制，提高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。導入人事管理系統，與 ERP 系統，提高人事、財務、會計與固定資產系統效能，提高資訊化作業效率。
- 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、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。

(7) 公服暨行銷部：

- A、因實體與線下宣傳與活動，提昇節目、頻道、公視品牌知名度；延續節目生命週期與宣傳效度。並擴大公視 IP 影響力。深化與觀眾互動，加強民眾對公視了解與認同。
- B、藉由各類線下服務活動，延長公視品牌與節目之影響力，藉由各項服務觸達，提升數位曝光與觀眾黏著度，提高公視形象與影響力與認同感，建立公視品牌知名度。

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，與各地藝文團體、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。

(8)數位內容部：

A、推動公視+ 註冊會員數與有效觀看時數穩定增長，並透過 AI 優化內容管理系統 (CMS)，藉以提升使用者滿意度。

B、Vtuber YouTube 頻道訂閱數穩定成長，並透過 AI 技術協作提升觀眾互動，製作多元節目內容增加新世代觀眾品牌影響力。

C、社群互動率提升帶動廣告分潤與 IP 授權金收入，並有效達成公視+ 品牌與第三方流量之導流轉換。

D、新世代閱聽眾黏著，成功吸引 Z 世代進入公視數位生態系。

(9)行政部：

A、妥適運用內部資源，提升整體運用效率，並促進跨單位合作氛圍。

B、在符合資安防護需求下，整合財會資訊，提升作業效能；落實年度工作計畫與預算控管。

C、提升員工關懷與職場環境，維持工作環境之乾淨舒適與安全，促進同仁身心健康。

D、確保資金調度得宜，維持營運所需的流動性，並在合法前提下增加孳息收益，以提升自籌款。

(10)國際暨策略發展部：

A、擴大 AI 手語服務，推動數位平權。

B、舉辦國際研討會，強化台灣/公視與世界的對話。

C、透過台灣國際兒童影展論壇，精選國際製作團隊作品進行討論與分享，提升兒少領域專業對話，並加強公視國際能見度。

(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)強化國際合作與內容輸出機制，拓展客家文化於全球市場之能見度與影響力。
- (2)深化客庄在地連結與新聞、節目服務，完整呈現地方多元樣貌與公共議題。
- (3)完善人才培育與內容產製機制，提升客家影視創作能量與參與機會。
- (4)整合 AI 科技與平台資源，提升內容傳播效率與服務品質，持續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、以「在地故事、國際視野」為核心，開發具全球共感性的客家劇集與動畫，藉由國際共同語彙打破文化隔閡，將客家原創 IP 推向全球市場，提升客家文化在國際影視產業界的能見度與影響力。
- B、深耕客庄在地故事，開發具備人文溫度的紀實與美食等節目。透過深入田野的鏡頭語言，完整呈現客家聚落的多元樣貌與生活美學，強化在地情感連結，並以此作為向大眾推廣客家生活文化的視窗。
- C、落實分眾內容規劃，針對不同年齡層（如 8-12 歲兒少）提供專屬節目；並持續推動多腔調客語配音舞台，廣邀各界參與配音與創作，為年輕世代打造展現才華的新舞台，進而為影視產業培育具備客家文化底蘊的專業人才。
- D、因應數位時代收視習慣的快速轉變，積極整合 AI 科技優化節目製作效能，產出符合當代社群偏好與多平台傳播特性的優質內容，提供觀眾更具互動感與便利性的收視服務。

(2)新聞部：

- A、以「客家最大條」、「客家優先」為核心，深耕國內客家公共議題，同時連線全球客家，與海外記者或媒體合作，提升族群議題國際能見度。
- B、優化社群即時新聞發布，透過圖文與「講新聞」單元，將公共議題轉化為易懂的生活資訊；深化在地連結的同時，落實客語媒體服務，彰顯國家語言地位。
- 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 科技進行圖文生成、語音辨識、字幕產製，落實客語數位平權。結合大數據分析受眾需求，製播多元觀點的深度報導，強化品牌價值。

(3)行銷企劃部：

- A、透過跨平台整合推廣，擴大客家 IP 於國際市場的觸及與影響力，強化「客家即內容品牌」之全球識別度。
- B、結合地方特色節目與實體活動，推動客庄內容多元轉製與再行銷，並串聯國際影展、市場展與通路拓展機制，提升客家內容於國內外市場之流通性與能見度。
- C、籌辦各面向客家影視傳播相關之產學合作、工作坊及培訓班等，培養新世代影視傳播人才，並促進創意內容與品牌應用之持續產出。
- D、導入 AI 應用與數據分析工具，優化客家電視影音平台，強化自媒體經營與用戶互動機制，全面提升品牌經營效能與數位平台服務品質。

(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、積極培訓客服人員導入 AI 協作工具與數據之能力，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 AI 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 3,419 萬元、管理費用 3,181 萬元及固定資產投資 3,800 萬元，共計 6 億 400 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、透過與國際影視團隊的成功合製經驗，建立穩定的跨國合作模式，不僅創造文化輸出通路，更厚植客家內容進入全球主流市場的競爭力。

B、藉由高品質的人文紀實與美食節目，建立與客庄的情感共鳴。使客家電視台成為在地文化的守護者與傳播者，提升觀眾對客家生活美學的認同感，擴大品牌在地方社會的影響力。

C、落實精準分眾的內容規劃，特別針對 8-12 歲等年輕受眾開發專屬節目（如兒少節目與跨國合製動畫）。透過高品質的產製平台，提供多元的演出與創作空間，吸引年輕世代參與客家影視產出，藉此活化客語傳承並厚植產業創作動能。

D、藉由 AI 與數位工具的應用，提升內容轉化為多平台素材的效率。精準對接當代受眾的收視偏好，擴大客家電視內容在數位社群中的擴散力，讓優質內容更有效率地觸及目標聽眾。

(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「講新聞」單元、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、透過跨平台整合行銷與內容轉譯，擴大客家 IP 於國際市場之觸及範圍，提升海外觀眾對客家內容的認識與接受度，逐步建立國際印象，並帶動後續授權合作與跨國發展機會。

B、藉由節目與活動整合行銷，強化客家內容之多元應用與再傳播效益，使地方議題與文化特色得以跨區域擴散，同時透過各式影展與市場通路串聯，提升內容於國內外平台之曝光與流通機會。

C、建立穩定之產學合作與培訓機制，吸引青年投入客家影視與行銷領域，擴大人才來源與產業參與度，同時促進創意提案與實作產出，逐步累積具市場潛力之內容與行銷案例。

D、透過 AI 導入，提升影音內容製作的效率與精準度，優化用戶體驗與互動機制，帶動自媒體平台成長與受眾黏著度提升，進而強化品牌經營成效與整體數位傳播效能。

(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 AI 協作工具與數據之能力，以提升多元專業能力及 AI 協作工具之素養，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 9 項：

- (1)因應〈新聞部〉及〈南部中心〉副控人力自主，重新調整組織編制與人力整編，並強化副控技術及編播人才之訓練，以充實南北兩地新聞製播能量。
- (2)加速數位轉型與新媒體經營，建置專職網路團隊：成立完整網路組編制，提升新聞影音曝光度，強化各節目在網路上的露出與傳播效應。
- (3)開創綜藝、戲劇、兒少、藝文等節目台語短影音新浪潮，同時將與更多的平台交流合作，讓台語影視內容被更多人看見。
- (4)延續原有節目的動能，新製以兒少心理議題為核心的新創節目〈神仙教母的點心時間〉，希望能成為療癒青少年心理的最佳廚房。
- (5)完成跨年度旗艦時代劇、跨國合製警匪片之拍攝；規劃生活劇上檔與宣傳；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)拍攝完成，型塑台語歷史與文化紀錄片之主體性。
- (6)規劃開發特定領域知識的台語 AI 聊天平台，加強節目宣傳影音製作、並持續製作網路原生內容。
- (7)媒合臺語台培訓之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；新年度〈咱的歌－台語囡仔歌〉創作徵選，製作 6-8 首台語兒歌 MV、並進行校園唱跳推廣。
- (8)製播南方〈青年論壇〉、〈新聞論壇〉，建立與年輕人對話、與在地民眾及團體溝通的平台；持續製作藝文節目〈文化相放伴〉完整呈現南方文化觀點，讓臺語台南部中心成為南部意見領袖發言中心及新聞品牌領導者。
- (9)結合南部資源，續製棚內生活資訊節目及外景文化節目，由南部在地生活出發，貼近南台灣生活，呈現多元類型節目。

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、116 年持續將台語元素自然融入戲劇、綜藝、兒青、生活、藝文、傳統戲曲、紀錄片……等多元的節目類型中，以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，也讓全台語演出成為影視文化的另一股創作主流。同時藉由節目部自行運營的影音社群平台《DAY DAY 台語台》YT 頻道擴大其影響力，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，盼望能開創台語短影音新浪潮，本年度亦將與更多的平台交流合作，讓台語影視內容被更多人看見。
- B、戲劇節目方面，116 年持續以自製、委製、合製等更多的選項，投入台語戲劇節目的製播，將臺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，將持續台語戲劇節目原創內容及劇本開發的孵育，吸引更多資金和業者投入台語影視內容產業。除了跨年度旗艦時代劇《北城百畫帖》、跨國合製警匪片《鎗聲》都將在 116 年進入緊鑼密鼓的拍攝、後期、宣傳階段，節目部自行孵育劇本拍攝的劇集，如《小孩才做選擇》、《不死鬼大丈夫》…等，也都會進入宣傳期。後續，也會有更多自行孵育的劇本 IP，進入實質拍攝規劃的階段。
- C、綜藝節目方面：號稱台文版一字千金的益智競賽節目《全家有智慧》已是學習台語文的標誌性節目，收視率不斷創新高，源源不絕提供台語文學習的養分。串聯全台灣導覽行銷人才的《HIHI 導覽先生》在未來將全面升級，投入 3D 舞台視覺設計，讓導覽先生的表演更有臨場感與震撼效果。全球第一個台語脫口秀選秀節目《TALK TALK 秀台語》已擁有不少來自海

外(如馬來西亞)以及僑胞的反饋，在網路平台的流量更是驚人，也為台語影視界培養喜劇表演人才。實境節目方面，由《菜鳥仔系列》、《來去恁兜洗魂舒》、《鬥陣出國去》、《台灣體能王》…開發喜歡實境節目的年輕觀眾群，116 年將積極提出新節目構想。

D、兒少節目方面，本年度兒少群將更兼顧各年齡層，學齡前有《穎仔穎仔育》和國際合製的兒童節目《地球隊好麻吉》，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》116 年都將持續新一季節目製播。另外，今年將新製探討兒少心理議題的新創節目《神仙教母的點心時間》，希望能成為療癒青少年心理的最佳廚房。

E、藝文及生活節目方面，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，臺語台的紀錄片持續徵案與播出中，將讓觀眾看見臺語台投入人文、紀錄片製作的用心和成果。116 年台語音樂節目《心所愛的歌》將全面轉型、台語行腳節目《無事坐巴士》、生活美學節目，將有耳目一新的作品推出，展現臺語台的多元與包容。

F、其他節目方面，為兼顧兒少、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。116 年將延續傳統戲曲表演的錄影轉播，除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、強化新聞即時性與重大事件即時轉播，善用連線即時反應重大新聞，並規劃全台語轉播國慶典禮。

B、提升新聞影響力與深度，透過世界母語日專案及新聞節目國

- 際採訪，豐富台語新聞的廣度與深度，樹立正規台語新聞的專業標竿。國內則深耕臺灣價值、台語發展與本土文化專題。
- C、落實媒體公共價值，關注多元議題，收集公民意見，提供人民發聲空間，促使政府在制定政策時能傾聽民意，達成公共治理與社會溝通的目標。
 - D、深化在地連結與公共治理，掌握在地議題，從地方出發，針對民眾關心議題進行蹲點與紀錄，扮演民意與政府間的溝通橋樑。擴大地方記者編制，補足駐地記者，深化台語新聞與各地方的緊密連結。
 - E、提升台語新聞能見度與外場互動，走出攝影棚、將主播台移至戶外播新聞，並結合重要傳統慶典「到在地播新聞」，深入常民文化。
 - F、擴大收視群體與網路觸達率，電視與網路雙軌並進，有效提升台語新聞在新媒體社群的影音觀看數、觸及率及整體品牌能見度。打破同溫層，接觸更多元的觀眾。加速數位轉型與新媒體經營建置專職網路團隊：成立完整網路組編制，提升新聞影音上傳則數，強化各節目在網路上的露出與傳播。
 - G、跨領域人才培育與專業提升雙向職能訓練：促進「台文背景」與「新聞背景」同仁相互學習，並要求同仁考取台語認證。
 - H、持續優化副控設備，克服台文特殊字呈現困境，健全台語文的製播環境。

(3)行銷企劃部

- A、延續 114、115 年度表演班、配音班等影視人才培訓成果，本年度將辦理進階媒合實作。與產學合作課程、台內教育訓練等合計辦理人才訓練時數 60 小時。
- B、定期邀請專家學者審定新詞、編寫例句、優化資料庫，同步推廣各界使用。年度新增台語新詞數目 500-800 詞條。
- C、以贈片、購片的方式豐富台語頻道的內容。將贈片、購片轉譯為台語文，至少 130 小時。

D、規劃開發特定領域知識的台語 AI 聊天平台，加強節目宣傳影音製作、並持續製作網路原生內容。製作 60 支網路原生影音與宣傳短影音。《臺語台》YouTube 等社群平台家族訂閱數或觸及數成長 8%。

E、辦理至少 10 場台語活動直播或協作錄製，項目包含台語戲曲比賽或演出、語言政策倡議會議、及各類台語文化活動、講座、演說等。

F、延續前一年度咱的歌－台語囡仔歌創作徵選活動，製作 6-8 首台語兒歌 MV、並進行校園唱跳推廣。並為年度新製節目宣傳。上述各項節目、台語囡仔歌宣傳，包含記者會、校園唱跳等活動至少 20 場。參與人次 3,000 人次。網路觸及至少 100,000。

(4)南部中心：

A、台語多元內容提升：116 年持續運用南台灣媒體製播資源，提升在地製作團隊能量，將台語文化元素融入多元節目類型中，並著重於以臺灣為主體論述，聚焦南臺灣人文歷史社會風俗及在地文化等多重議題，深入傳播南台灣多元觀點，讓混雜性、多樣性的台語文化及南臺灣在地性的多彩風貌。

B、具南部地方原創內容的產製：以在地觀點出發製播節目，新聞類型節目將持續以南臺灣為論述中心，製播《新聞看南方》、《公民咱的新聞》，及自 115 年起已將臺語台兩節新聞《早起新聞》、《中晝新聞》改由南部製播發送至全台灣，期望能夠以南部的觀點來詮釋新聞，另週末製播《南方青年論壇》、《新聞論壇》建立與年輕人對話、與在地民眾及團體溝通的平台。此外亦將持續製作藝文節目《文化相放伴》繼續完整呈現南方文化觀點；同時結合南部資源，續製棚內生活資訊節目及外景文化節目，由南部在地生活出發，貼近南台灣生活，呈現多元類型節目。

C、持續進行與地方相關機構的產官學合作：116 年於節目、後製及副控技術上，將持續與南部傳媒或製作公司合作，與各大

學院校相關科系、文化機構共同產製文教或文學節目，希冀透過民間製作單位與政府研究機構資源整合，提升節目人文內涵與知識性，延伸產業對接。近年有與高雄的文藻學院及義守大學兩個學校的傳播學系的 MOU 合作計畫，也有與高師大的不定期合作。同時《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，亦大量培養學生主播，有利實現日後媒體資源南流的願景。

D、南部中心影視資源與全民共享：以南部觀點出發，開發南部公共議題、在地文化論述、原創音樂及生活資訊等多元內容，讓南部鄉親有更多機會親近、使用公共媒體產業，享有媒體近用權及媒體論述的話語權，以發揮公共媒體承載語言文化傳播的功能與責任。目前《新聞看南方》、《文化相放伴》皆已朝著此方向進行，116 年更能讓臺語台南部中心成為南部意見領袖發言中心及新聞品牌領導者。打造台語表演與創作發表的基地。

E、強化南部中心製播能量，培植在地人才，並在地深耕連結：南部中心的新聞自動化傳輸作業系統，可強化南部中心製播能量，培植在地人才與相關產業聚落的凝聚，並大量引進新聞製播人才回流。

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 6 億 1,098 萬元、管理費用 3,987 萬元及固定資產投資 600 萬元，共計 6 億 5,685 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、臺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，更要讓臺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。兒童節目必須能兼顧從學齡前、學齡到青少年各個不同年齡層的需求，配合國家語言法的相關政策規定，以教育部九年國教的本土語言課綱為本，設計符合不同年齡階層兒少族群喜愛的節目內容，讓他們樂於學習及使用台語。

B、戲劇是影視人才的重要搖籃，臺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。演員訓練班培訓，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。除持續〈台語有影〉戲劇品牌經營，擴展不同戲劇類型，並積極開發台語原創劇本及文學改編劇本，累積台語戲劇能量。以新銳短片的徵案，發掘更多具潛力的戲劇編導人才。以現代劇和時代劇的製播，拉長台語影視作品的時間軸線，呈現更新的歷史詮釋視野。

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。結合綜藝、益智、實境、遊戲、脫口秀…等多元類型，讓臺語台成為台語觀眾娛樂的首選。配合 DAY DAY 台語台 YT 頻道的宣傳，突破臺語台原有同溫層，擴大對年輕族群的影響力，讓年輕人願意開口說台語。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，主攻數位時代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，透過無所不在、不受時空環境限制的網路載體，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、提升新聞影響力與深度：透過全台語轉播國家慶典、世界母語日專案及國際採訪，豐富台語新聞的廣度與深度，樹立正規台語新聞的專業標竿。
- B、落實媒體公共價值：透過駐地記者長期議題經營與蹲點，收集公民意見，提供人民發聲空間，促使政府在制定政策時能傾聽民意，達成公共治理與社會溝通的目標。
- C、擴大收視群體與網路觸達率：電視與網路雙軌並進，有效提升台語新聞在新媒體社群的影音觀看數、觸及率及整體品牌能見度。打破同溫層，接觸更多元的觀眾。
- D、建立高素質的台語新聞團隊：透過持續的教育訓練與台語認證機制，培育兼具「台語(文)能力」與「新聞專業」的跨領域優秀台語新聞人才。
- E、在資訊爆炸的時代，新聞與大眾日常密不可分。台語新聞期望透過新聞內容，建構台語新詞，實踐台語正常化，成為能論述萬事萬物的語言，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。

(3)行銷企劃部

- A、多管道人才培訓：持續與大學台文或傳播系所進行產學合作，從校園紮根培養認同台語、使用台語工作、創作的數位影視與社群平台傳播人才。並持續追蹤前幾年培訓的台語配音班、表演班結業人才，提供進階訓練與演出機會的媒合，深化培

訓成果。

- B、推廣台語常用字彙應用：持續每年新增 500-800 個台語建議詞條的目標，並積極推廣應用於體能、運動賽事及日常生活各種領域，活化台語、增加使用。並強化於校園、台語文界推廣。
- C、《臺語台》內容多樣化：除自製節目，購片項目也將持續嘗試拓展節目面向及內容深度，將世界各地多樣性的文化與精彩節目內容轉譯為台語文，豐富觀眾的視野。並視預算狀況投資台語節目產製，鼓勵業界以台語文製作優質節目。
- D、全媒體經營：原生數位內容製作推廣。視預算狀況結合 AI 科技，發展台語聊天互動應用，吸引更多網路原生族群使用台語。
- E、台語文化推廣：加強參與或協辦、直播各類型台語文化推廣活動、戲曲轉播等，協助民間推廣台語文化；並深入校園、地方單位（例如圖書館、動物園），將臺語台頻道節目、網路原生內容等優質內容介紹給民眾，增加民眾對台語文化的認同感。
- F、頻道與節目宣傳：發揮台語台作為母語電視台的影響力與號召力，延續前一年度辦理《咱的歌》台語囡仔歌創作徵選的成果，為入選歌曲創作 MV，豐富台灣兒少音樂的色彩與內涵、增廣流傳，積極尋求下一代受眾對台語台頻道品牌及影視作品的認同。同時 116 年臺語台持續有全新連續劇、電視電影、新銳導演短片上映，招牌綜藝、行腳節目也將換季推陳出新，將以主流影視娛樂的視角，為上述節目辦理放映會、見面會、記者會等重點宣傳活動。

(4)南部中心：

- A、提升南臺灣的媒體製播資源，提升台語多元內容預計 116 年製播的台語多元內容至少 220 小時，包括廣受民眾喜愛的綜藝、益智、實境、旅遊、戲劇節目以及新聞等。

- B、持續開發原創內容，彰顯南臺灣在地多元觀點持續 115 年度的節目走向，公開徵求以南部為題材的台語內容的節目，節目 IP 孵育或原創節目 IP 孵育，以擴展台與台在南臺灣的台語影視圈的影響力，彰顯南臺灣的多元觀點為出發點。
- C、增加南臺灣民眾對於臺語台的接觸機會。南部中心成立三年來，極力拉近與民眾的距離，除了節目與高雄市立圖書館合作，並持續推動節目錄製開放觀眾入場。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。除此之外，也持續舉辦與文藻學院及義守大學的 MOU 課程，讓更多人更近接觸，進而更加了解公視臺語台。116 年預計尋求更多機會加強與在地產業、製作團隊、地方政府…等的合作，強化在地性主題，深化大眾對於南臺灣地方文化發展脈絡的認識，增加南臺灣民眾對於《臺語台》的接觸機會，進而提振南臺灣的媒體製播資源與能量。
- D、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。
- E、強化年輕世代參與南臺灣新聞事件與議題的參與及內容產製。南部中心《新聞看南方》讓年輕人發聲的新聞論壇節目，《公民咱新聞》主動發掘對新聞傳播有興趣的年輕人參與製作。此二節目皆為年輕世代量身打造，116 年將持續製播，以促進青年參與節目內容製播。

(四)國際影音平台

本年度計畫達成的總體目標包括以下 6 項：

- (1)加強國際合製與海外落地，擴大台灣能見度。
- (2)製播多元節目，深化品質與影響力。
- (3)推進國際特約記者布局，提供多元視角。
- (4)結合公廣集團資源，創新節目內容。
- (5)連結外部資源，加強人工智慧(AI)分析與製播技術。
- (6)建構高度信賴數位環境與全方位資安架構。

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、持續推進國際特約記者布局。
 - B、善用公廣集團資源，充實平台新聞多元內容。
 - C、持續經營美國 CNN、歐洲 ENEX 新聞平台共享機制，強化雙方合作的頻率與內容廣度。
 - D、透過各類型論壇節目擴大台灣觀點影響力。
- (2)節目部：
 - A、持續國際合資合製，擴大台灣影響力。
 - B、提升節目訂閱率及受眾黏著度。
 - C、與公廣集團合製節目。
- (3)工程製播部：
 - A、強化副控及攝影棚製播系統韌性與妥善率，提升設備穩定性與使用效能。
 - B、確保與公視主控雙向訊號穩定，支援直播與遠端製作無縫切換。
- (4)社群暨國際策略部：
 - A、產製網路原創 IP 與二創短影音，增加品牌影響力。
 - B、增加與國際 KOL、創作者合作，開發多語字幕與跨平台分發策略。
- (5)公共服務暨行銷部：

A、經營與擴大頻道落地與內容授權。

B、多元管道與精準推廣，擴大內容觸達。

(6)技術部：

A、規劃多音軌切換功能，支援不同語言聲道需求。

B、結合 AI 技術提升平台內容搜尋體驗，使用者可透過文字方式，以自然語言查詢平台內容。

C、強化平台資安治理與營運韌性。

(7)行政部：

A、彙整與撰寫年度補助案計畫書與結案報告，盤點各年度總預算與工作項目 KPI。

B、規劃系統性的教育訓練，鼓勵同仁考取專業證照。

(8)數位分析室：

A、完成國際策略發展研究委託案第三期。

B、強化 YouTube 國際新聞媒體 AI 監測分析。

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 5,945 萬元及固定資產投資 4,555 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、提升在重大地緣政治事件中的國際話語權。

B、透過專業英語轉譯與脈絡化編輯，充實平台內容之廣度與深度。

C、由單向報導者轉型為國際新聞供應者，提升在全球媒體供應鏈中的參與度。

D、透過《Taiwan Talks》及財經、兩岸論壇節目，鞏固台灣在關鍵議題上專業形象。

(2)節目部：

A、提升產業製作能力與國際接軌程度，讓平台逐步成為國際媒體尋找「台灣內容合作」優先窗口。

- B、強化分眾經營與品牌辨識，提升節目訂閱率及受眾黏著度，將流量轉化為可量化的品牌資產。

(3)工程製播部：

- A、更新擴充副控及攝影棚部分版本，提升錄製品質與視覺動態運用。
- B、規劃建置器材設備及系統軟硬體維護，確保平台與公視主控雙向訊號穩定度。

(4)社群暨國際策略部：

- A、透過原創和二創提升整體社群觀看量、互動率與粉絲成長。
- B、增加 KOL、創作者合作，可進一步拓展不同語言圈與文化背景受眾。

(5)公共服務暨行銷部：

- A、有效提升海外用戶接觸點，達成內容落地覆蓋率。
- B、積極對外溝通，以多元管道執行內容與品牌推廣，擴大觀眾觸達與提升觀看次數，確保行銷預算效益最大化。

(6)技術部：

- A、影片播放器新增支援多音軌切換與播放速度調整，提升內容可及性與使用彈性。
- B、對話式內容搜尋體驗可降低使用門檻，吸引更多使用者主動探索平台內容，強化整體使用黏著度。
- C、透過 AI 技術導入，強化異常行為偵測與威脅預警能力，提升資安事件的即時辨識與應變效率。

(7)行政部：

- A、強化補助計畫之進度與支出控管，確保各項經費依規定執行，並提升計畫執行效率及整體資源運用效益。
- B、完備教育訓練與專業能力發展機制，提升員工法規遵循能力與行政作業效率。

(8)數位分析室：

- A、「國際策略發展研究委託案」第三期(印尼、菲律賓、馬來西亞、越南)計畫，作為未來頻道落地東南亞市場之前期規劃參考。
- B、透過 AI 監測國際新聞媒體之影片成效，協助新聞部找出具流量潛力同時符合 TaiwanPlus News 產製方向之新聞主題。

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 3,061 萬元，較上年度預算數 9 億 3,521 萬 3 千元，減少 460 萬 3 千元，約 0.49%，主要係文化部補助國際影音平臺營運與內容製作計畫經常門收入減少所致。
2. 本年度銷貨收入 1 億 4,691 萬 8 千元，較上年度預算數 1 億 6,480 萬元，減少 1,788 萬 2 千元，約 10.85%，主要係公視版權銷售收入減少所致。
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 32 億 5,910 萬 7 千元，較上年度預算數 27 億 6,463 萬 1 千元，增加 4 億 9,447 萬 6 千元，約 17.89%，主要係文化部增加捐贈公廣集團影視內容深耕及續航計畫所致。
5. 本年度其他業務收入 1,792 萬 3 千元，較上年度預算數 1,868 萬 8 千，減少 76 萬 5 千元，約 4.09%，主要係轉播站機房及鐵塔租金收入減少所致。
6. 本年度財務收入 4,100 萬元，較上年度預算數 3,700 萬元，增加 400 萬元，約 10.81%，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，和上年度預算數 110 萬元相同。
8. 本年度勞務成本 39 億 2,036 萬 3 千元，較上年度預算數 34 億 6,466 萬 8 千元，增加 4 億 5,569 萬 5 千元，約 13.15%，主要係增加執行文化部捐贈公廣集團影視內容深耕及續航計畫所致。
9. 本年度銷貨成本 4,457 萬 8 千元，較上年度預算數 5,256 萬 7 千元，減少 798 萬 9 千元，約 15.20%，主要係預期節目版權收入減少，權利金分成成本相對減支所致。
10. 本年度管理費用 5 億 4,760 萬 4 千元，較上年度預算數 5 億 4,672 萬 3 千元，增加 88 萬 1 千元，約 0.16%，主要係臺語台南部中心攝影棚租金支出增加所致。
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 2 億 270 萬 4 千元，較上年度預算數 1 億 6,726 萬 4 千元，增加 3,544 萬元，約 21.19%，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 4,959 萬 1 千元，較上年度預算短絀數 2 億 4,079 萬元，增加短絀 880 萬 1 千元，約 3.66%，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 1,167 萬 7 千元。

2. 投資活動之淨現金流出 1 億 1,338 萬 8 千元，包括增加不動產、廠房及設備 1 億 9,103 萬 5 千元、增加無形資產及其他資產 2,235 萬 3 千元及減少流動金融資產及短期墊款 1 億元。

3. 籌資活動之淨現金流入 1 億 1,317 萬 7 千元，包括增加短期債務、流動金融負債及其他負債 562 萬 7 千元、增加基金及公積 1 億 755 萬元。

4. 現金及約當現金之淨增 1,146 萬 6 千元，係期末現金 12 億 4,506 萬元，較期初現金 12 億 3,359 萬 4 千元增加之數。

(三)淨值變動概況

本年度期初淨值 67 億 1,899 萬 4 千元，減少本年度短絀 2 億 4,959 萬 1 千元，加計本年度捐贈基金增加數 1 億 755 萬元，期末淨值為 65 億 7,695 萬 3 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 13 億 4,387 萬 1 千元，較預算數 10 億 3,844 萬 1 千元，增加 3 億 543 萬元，約 29.41%，主要係 112 年臺語頻道

及 113 年國際影音平台節目跨年度於 114 年驗收結案所致。

- (2)銷貨收入決算數 1 億 410 萬 1 千元，較預算數 1 億 3,000 萬元，減少 2,589 萬 9 千元，約 19.92%，主要係版權銷售不如預期。
- (3)受贈收入決算數 5,126 萬元，較預算數 7,000 萬元，減少 1,874 萬元，約 26.77%，主要係教育部補助案跨年度執行情形所致。
- (4)政府補助基本營運收入決算數 29 億 4,099 萬 1 千元，較預算數 29 億 6,469 萬 2 千元，減少 2,370 萬 1 千元，0.80%。
- (5)其他業務收入決算數 1,918 萬 2 千元，較預算數 1,857 萬 4 千元，增加 60 萬 8 千元，約 3.27%。
- (6)財務收入決算數 4,797 萬 1 千元，較預算數 3,140 萬 4 千元，增加 1,656 萬 7 千元，約 52.75%，主要係增加臺語台及客台定期存款致孳息收入增加所致。
- (7)其他業務外收入決算數 1,267 萬 3 千元，較預算數 100 萬元，增加 1,167 萬 3 千元，約 1,167.30%，主要係增加《nDX 數位創新獎助計畫》執行案所致。
- (8)勞務成本決算數 39 億 963 萬 4 千元，較預算數 37 億 4,470 萬 8 千元，增加 1 億 6,492 萬 6 千元，約 4.40%。
- (9)銷貨成本決算數 6,919 萬 2 千元，較預算數 4,646 萬 5 千元，增加 2,272 萬 7 千元，約 48.91%，主要係合資節目《我的婆婆怎麼那麼可愛 2》及《化外之醫》銷售分成支出較高所致。
- (10)管理費用決算數 5 億 2,066 萬 3 千元，較預算數 5 億 3,629 萬 3 千元，減少 1,563 萬元，約 2.91%。
- (11)其他業務支出決算數 4 萬 9 千元，較預算數 100 萬元，減少 95 萬 1 千元，約 95.10%，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 2 億 2,611 萬 7 千元，較預算數 1 億 4,086 萬 8 千元，增加 8,524 萬 9 千元，約 60.52%，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，計短絀 2 億 560 萬 6 千元，較預算短絀數 2 億 1,522 萬 3 千元，減少短絀 961 萬 7 千元，約 4.47%，主要係臺語台及客台執行項目跨年度情形所致，本年度依契約責任及規劃項目保留 4 億 4,640 萬 2 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 6 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、開發生活劇劇本 IP，提供本土戲劇主題與內容。

(a)開發生活劇《糖金》劇本，戲劇以 1967-1977 年為時間軸，講述一座被精心規劃的小鎮建造起糖廠、火車站、醫院、公園、學校、市場、圖書館、食堂、員工宿舍等，民生物資和休閒娛樂一應俱全的糖廠，糖廠內烏托邦式生活自給自足，自成一個社區。故事從一群生活在此的家庭、子女成長、糖廠興衰道出，一顆糖，承載了一個時代、一個國家，和人們成長的滋味。劇中使用自然語，包含台語、華語、客語、英語等多元語言。

(b)開發生活劇《老闆好壞》劇本，故事描述北漂到台北生活的三姊妹，經歷職場的不順、老闆的刁難，此時媽媽由南部北上，以賣掉原有的養雞場投資台積電股票賺了錢為理由，吸引姊妹相聚，惡整三姊妹的壞老闆。在媽媽要分產時卻發現，之前的投資原來是投資詐騙，媽媽禁不起刺激失智了，姐妹們也失業了。回到故鄉埔里，姐妹們異想天開地想把被騙的錢要回來，展開一場與詐騙集團的鬥智鬥勇討錢之旅。劇情融入親情、友情、愛情，以及現下熱門的職場霸凌、投資詐騙、北漂生活、創業當老闆等議題。

B、開發以全媒體為導向，兼具公共性、知識性及娛樂性的優質節目內容，並學習創新科技於內容應用，如 AI。

- (a)大型談話益智節目《哈！真相大白了》以辨識真假資訊為核心，結合娛樂形式與公共議題，首度攜手台灣事實查核中心進行內容共製，導入專業查證流程與跨平台思維。節目透過生活化案例與互動設計，培養觀眾媒體識讀能力，兼顧知識性與可看性，播出後收視穩定提升，成功以輕鬆形式回應公共資訊需求。
- (b)外景實境節目《出去一下》以 IP 國際化為目標，跨國合資合製，集結台、日、韓、泰藝人共演，拓展公共內容的跨文化對話。節目以遊戲式實境敘事包裝永續旅行、環境保護與文化保存等議題，弱化說教、強化參與感，成功將公共價值轉化為具娛樂性的全媒體內容，回應國際與永續議題。
- (c)外景節目《歐吉桑騎士—阿順阿忠的中年危機》以中年生命經驗為切入點，結合行腳挑戰與深度紀實，將個人狀態轉化為公共議題的觀看視角。節目以高製作規格呈現臺灣社會現場，引導觀眾重新思考年齡、勞動與自我價值，播出期間於公視+綜合與藝文類排名第一，展現娛樂與公共性的結合成效。
- (d)持續投入 VR／XR 新媒介敘事，定期策劃原創 VR 作品，探索公共內容與創新科技的結合。《雲在兩千米》VR 改編文學文本，融合藝術與技術，榮獲威尼斯影展沉浸式競賽最高榮譽及高雄電影節 XR 大獎，成功提升台灣公共媒體於國際沉浸式內容領域的能見度，並為後續 VR 製作奠定基礎。
- (e)《誰來晚餐》於 2024 至 2025 年間，新媒體表現持續成長，【YouTube】訂閱數年增長 37.20%、【Facebook】追蹤數年增長 27.33%、【Instagram】追蹤數年增長 96.11%。第 16 季單集《除了錢，我什麼都擁有了》於 YouTube 創下 182 萬次觀看，顯示節目在數位平台上仍具高度社會共鳴。
- (f)《公視主題之夜 SHOW》亦持續強化新媒體經營，【YouTube】

訂閱數年增長 30.23%、【Facebook】追蹤數年增長 62.64%、【Instagram】追蹤數年增長 52.50%。其中《我 12 歲，你介意嗎？》聚焦未成年性犯罪議題，不僅於公視+創下高觀看數，亦引發廣泛社群討論，展現公共議題在數位環境中的延伸影響力。

(g) 青少年議題節目《青春發言人》於 114 年推出互動式數位專題《Re:Choice 三日間》，以校園暴力議題為核心，結合敘事設計與遊戲化機制，引導青少年於模擬情境中進行選擇與反思，提升其面對衝突時的判斷與行動意識。上架 3 個月內累積使用人數達 32,839 人，顯示互動式數位內容對青少年族群具高度吸引力，並具備延伸為課堂教學及公共討論資源之潛力。本專題亦將代表公視參與 2026 世界公視大展 INPUT NC' s Choice，獲得國際公共媒體同儕對其公共價值、創新形式與社會影響力之肯定。

C、整合戲劇開發、製作能力，挖掘培養編劇人才，並積極接軌國際市場及吸引業界合製。

(a) 二戰懸疑劇《聽海湧》以昭和 17 年（1942 年）臺籍青年前往婆羅洲擔任日軍戰俘監視員的故事為背景，深入探討戰爭帶來的傷痛與身分認同的複雜議題。入圍法國 SERIES MANIA 劇集展的國際全景競賽單元、入圍 114 年金鐘獎 14 項，並獲迷你劇集、導演、編劇、男配角、剪輯 5 項獎。

(b) 《The Outlaw Doctor 化外之醫》在 2025 年全球 OTT 大獎（Global OTT Awards）榮獲「最佳亞洲內容獎（Best Asian Contents）」，是釜山國際影展自 2019 年主辦以來，首部臺灣劇集榮獲此大獎。入圍 114 年金鐘獎 15 項，並獲戲劇類最佳男主角與男配角。作品同步登上印尼 Catchplay+、越南 K+ 平台並以越語播出，也是首部臺劇進入澳洲公視 SBS 的串流平台。

(c) 《我們與惡的距離 II》創下臺劇首部賣進 Amazon Prime

Video 全球(台港中澳韓除外)、入圍 2025 新加坡亞洲影藝創意大獎 AACA 最佳編劇(呂蒔媛)、最佳男主角(周渝民)。本劇與《郵票與舒芙蕾》同時獲得首屆文化部「匯聚臺流文化黑潮」補助及投資，得以國際臺劇經費規格打造公視影集、並擲節公視支出。

(d)公視新創電影《愛作歹》由公視邀約導演朱平開發劇本、公視全獨資製作，以台味的黑幫同志題材、小成本獨立電影，入選 2025 柏林影展「全景大觀 Panorama」並競逐「泰迪熊獎 Teddy Award」。《愛作歹》入圍 114 年金鐘 6 項獎項，並榮獲聲音設計與配樂獎。

(e)「公視學生劇展」為臺灣影視創作的重要起跑點，2025 年邁入第 20 年，公視節目部策畫「公視學生劇展」20 周年活動，重新設計主視覺、開發紀念品、強化品牌形象；訪談二十多位過往作品之編導、演員、老師，製作系列影片，凝聚創作者、學界對公視之向心力；整合跨部門資源，讓過往影片結合訪談，於電視、影廳、串流平台、電子報上映宣傳，活化公視品牌，發揮影響力。

D、透過國際合資合製，爭取國外頻道或影展露出，展現公視國際影視競爭力。

(a)《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》：

由臺灣公共電視與日本 NHK 共同製作的 8K 紀錄片，於 114 年 9 月 21 日在東京台場聯合影院 (United Cinemas Aqua City Odaiba) 舉辦日文版日本特別放映會。此次放映呈現阿里山森林鐵道的壯麗風景與人文故事，並與臺灣民眾以 AI 創作的短片共同播映，吸引台日政界、文化界及近四百名觀眾參與，為台日文化交流的重要活動。

《Destination Moon 登月再啟航》

兩集國際紀錄片由臺灣公共電視與法國 France TV、ZED 主導製作，並由臺灣公共電視、日本 NHK、德國 ZDF 等

多國公共電視協力完成。此案為台灣首次以太空科研為核心並成功進入多國主流公共頻道的科學紀錄片合製案，強化台灣登月研究的國際能見度。目前已確定將於法國 France TV2 黃金時段、日本 NHK、德國 ZDF、瑞典 SVT、美國 AMC、瑞士 SRF 等平台播映，覆蓋歐美與亞洲主要公共電視頻道。同時並行推動創新媒體內容，包括 VR 版《藍月》（與法國 Small Creative 合作）及圓頂劇場台灣版《月昇》（與日本 NHK 及 D&D Pictures 合製）。

《台灣航向太空》

由臺灣公共電視與 NHK Obihiro 帶廣台合作，並結合台灣金獎紀錄片導演共同製作，目前製作中，預計於 115 年完成。

《Invisible Kingdom 奈米王國》與《芯宇的風暴》

臺灣公共電視與新加坡 IFA/IMDA 合製紀錄片及沉浸式 VR 計畫持續進行中，包括國際紀錄片《Invisible Kingdom 奈米王國》與 VR 作品《芯宇的風暴》，預計於 115 年陸續完成。

《騎鐵馬遊台灣》

由臺灣公共電視與日本 NHK 國際頻道 NHK WORLD/NHK Global Media 合作的三集英文紀錄片，已自 114 年 9 月起陸續於 NHK WORLD 頻道及其官方 YouTube 全球頻道播映，透過國際公共媒體向世界展示台灣。

《自然之約：台灣新里山》

由臺灣公共電視與日本 NHK NEP 自然生態組合製，為人與自然共存的永續生態紀錄片。台日聯合團隊已於臺灣貢寮、宜蘭、南庄及南投等地完成石虎、穿山甲、食蟹獾等物種共 85 天拍攝，目前進入後製階段，預計於 115 年完成播映。此案為台灣首次與與 BBC NHU 齊名的 NHK 自然生態組（NHU）進行高技術自然生態影像合作，後續將展開台日聯合播映與多元推廣。

(b) 《地球隊好麻吉》

與德國慕尼黑國際兒少影展基金會 (PRIX JEUNESSE) 合作之大型國際合製案，來自廿餘國的 24 個團隊合力完成 12 集幼兒自然實境節目。透過本合製案，本會不僅能強化與國際重要兒少內容組織的交流，亦能透過節目提升台灣在國際的曝光度。由於反應良好，德國主辦方正規劃第二季的製作，本會亦將繼續參與。

《你好薩哇迪》

與泰國 Miracle Mushroom 製作公司合作的動畫短片，透過臺灣、泰國各一對姊妹透過 AI 輔助進行交流的故事，探討兒童以 AI 翻譯進行直接交流的可能。導演張吾青作品曾獲得許多國際影展肯定，包括公視之前與之合作的《一百年後的我，你好嗎？》。本次作品亦將以在國際影展露出為目標。

《大腦花園》

與澳洲 Storyland 製作公司合作的國際合製科普紀錄片，預計法國 Arte 電視等單位也會參與。澳洲導演 Randall Wood 以自身遭受腦創傷的故事出發，探討自然環境對腦傷病人的復健幫助。導演兩度來台取材拍攝，預計 115 年年底完成。

(c) 合製《初見出遊趣（暫名）》

完成選角、研究、場勘、腳本、行程規劃等前期工作，於 NHK 團隊來台期間製作側拍影片，作為國際交流及手語內容產製素材，結合台灣在地文化、跨界交流及手語／聽障平權。

預計於 115 年上半年完成 1 集台灣特集（約 30 分鐘）及衍生影片《看得見的聲音：台日手語旅記（暫名）》（約 30 分鐘）探討「手語的歷史與文化」，先於日本 NHK 播出，提升日本觀眾對台灣手語及聽障群體的認識，強化公視國際合作與多元文化影響力；下半年將啟動續集製作。

(d)人文紀實節目《列車人生》

為公視與新加坡新傳媒跨國合資合製之作，結合臺、新製作團隊與藝人共同參與，深化公共內容的國際合作模式。節目循鐵路展開敘事，貼近各地生活現場，呈現跨文化的人生觀察，並於海外頻道播出，成功將臺灣公共電視的人文視角推向國際，拓展公共內容的跨境影響力。

E、舉辦國內外工作坊和國際研討會，提供產業借鏡與學習機會。

3 月辦理「公視國際研討會——信任重建：事實查核的藝術與實踐」，匯集國內外專家，交流應對假訊息實務經驗，鞏固公共媒體信任基礎；12 月辦理「數位轉型 IP 化國際工作坊」，邀請 CBC 專家來臺分享轉型經驗，深化公視對數位轉型架構、流程與未來升級方向之理解。

(2)以數位優先策略，創新影音內容與服務，善用人工智慧技術與數位資產，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。

2025 年邀請尼爾森(Nielsen)與 QSearch 等專業機構，針對數位匯流下的「全媒體收視」與「社群變動趨勢」分享最新洞察，並從以下四大面向切入應用：

(a)全媒體收視行為洞察：根據尼爾森調查，2024 年台灣連網電視普及率已突破 50%。公視將藉此掌握電視與數位裝置間的收視流向，並發揮戲劇節目在尖峰時段後顯著的「延遲收視」長尾效應。

(b)兒少收視趨勢分析：針對「小公視」受眾特性，剖析亞太及台灣兒少收視偏好，藉以優化製播策略與數位推廣路徑。

(c)多螢數據解析與應用：持續追蹤「多螢收視策略 (Multi-Screen Strategy)」趨勢，整合不同載具（手機、平板、電腦、電視）的輿情聲量與收視表現，並透過季度評量報告提供 YouTube 與公視+平台的排名分析，作為製作參考。

(d)輿情工具精進應用：運用 QSearch 追蹤社群板塊移轉與媒體影響力，協助團隊精準優化宣傳素材，提升社群互動成效。

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。

因應社群演算法劇烈變動，2025 年辦理實作教育訓練，邀請專業數據機構與同仁深入交流如何運用 AI 內容生成技術，推動全方位的行銷創新：

(a)數位收視專業訓練：邀請尼爾森專家分享全媒體收視與多螢趨勢，厚植同仁對數位閱聽人輪廓的數據解讀能力。

(b)跨平台經營策略藍圖：運用 QSearch 剖析 Facebook、YouTube、Instagram、Threads 四大平台之定位與特色。透過「一源多用」策略達成分眾溝通，極大化優質內容的跨社群傳播效益。

(c)AI 協作實務應用：舉辦 AI 賦能實作課程，引導同仁利用 AI 工具進行輿情分析、自動化摘要生成、企劃發想及文案優化，全面提升作業效率。

(d)數據導向行銷決策：以戲劇節目為範例，整合網路輿情與 AI 分析，將數據轉化為可執行的行銷策略。精準鎖定關鍵意見領袖 (KOL) 並設計具「破圈力」的議題，強化公視社群品牌凝聚力。

C、導入動畫 AI 人工智慧技術，培育 AI 媒體人才，提升數位轉型及製作技術效能。

藉由電腦繪圖硬體設備的升級，推動 AI 數位轉型，經過持續的教育訓練，同仁多已具備將 AI 技術融入設計與製作流程的基礎能力，應用涵蓋影像生成、場景與角色設計及動態製作等多面向，並導入 AI 於節目專案及新聞 CG，推動製程創新，提升製作效能、品質與創作彈性。

D、溝通爭取專案預算，累積數位製作資源，擴增成長動能。

台灣影視產業擁有豐富內容資源及文化特色，但面臨人才分布不均、國際化經驗不足及跨平台整合能力有限的挑戰。公視主頻、小公視及華視的提案內容計畫，以 116~119 年 4 年 40 億元的「影視內容社會發展中長期計畫」為基底，委由文化部向行政院提案，希望行政院及相關單位支持本次由公視、小公視以及華視所規畫的內容，結合政策補助、技術創新與國際合作，建立完整影視生態系，推動台灣影視產業長期穩健及國際競爭力提升。

E、推動辦公室表單數位無紙化。

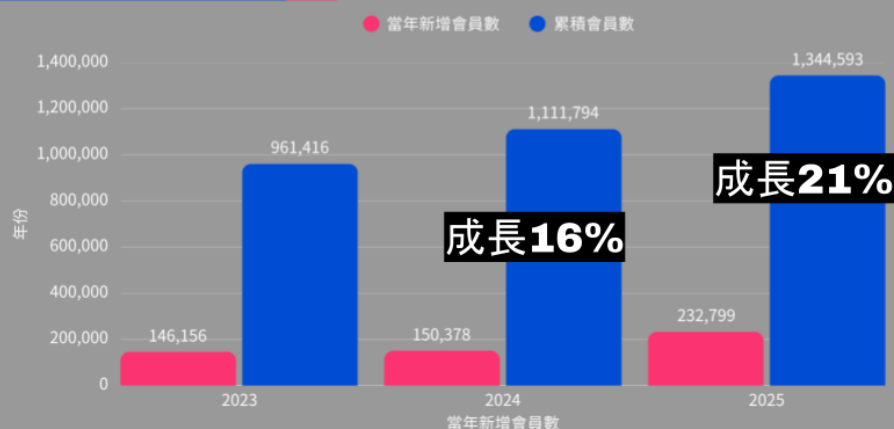
- (a)電子流程的總數量 120,644 份，以一份表單六頁三張 A4 紙計算，每包 500 張 A4 紙張約 3.08 kgCO₂，故共減少 361,932 張 A4 紙張，724 包，共減少 22,295 kgCO₂。
- (b)電子簽呈-公文 114 年度共有 8,107 份，以一份公文八頁四張 A4 紙計算，每包 500 張 A4 紙張約 3.08 kgCO₂，故共減少 32,428 張 A4 紙張，65 包，共減少 1,998 kgCO₂。
- (c)期中、期末考核人員共 2,370 人次，以一份考核表四頁裡兩張 A4 紙計算，每包 500 張 A4 紙張約 3.08 kg CO₂，故共減少 4,740 張 A4 紙張，9.5 包，共減少 292 kg CO₂。
- (d)節目片庫系統單據數量 28,669 筆，以一份筆數兩頁 1 張 A4 紙計算，每包 500 張 A4 紙張約 3.08 kg CO₂，故共減少 28,669 張 A4 紙張，57.5 包，共減少 1,776 kg CO₂。
- (e)以上總和，共有 159,790 筆，節省了 427,7695 張 A4 紙，855 包，總共減少 26,350.5 kg CO₂。

後續持續導入資訊系統如 ERP 系統，與持續擴大表單申請系統，推動數位無紙化應用。

F、優化「公視+」串流影音平台使用體驗，並以多面向的策展策略，提升公眾能見度。

優化「公視+」串流影音平台使用者體驗，並運用內容策展策略開拓市場，成果反映在「會員數成長」以及「觀看分鐘數變化」。

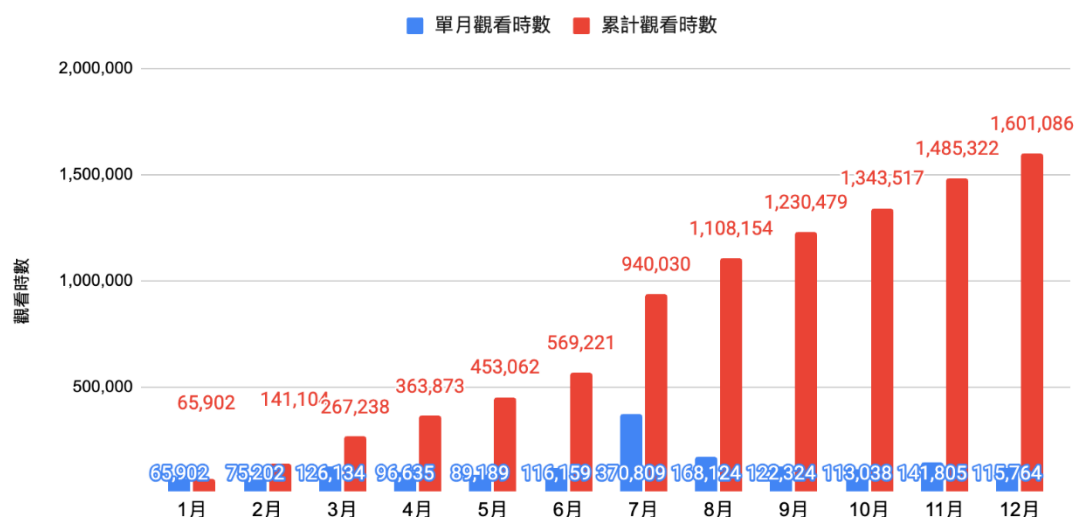
從2023-2025 公視+會員成長



概觀自 2023-2025 年，公視+會員數呈現複合式成長趨勢：2023 年至 2024 年成長率為 16%，2024 年至 2025 年成長率為 21%。2025 年 12 月底，會員數正式突破 135 萬，來到 1,359,317 名。收視量的成長，亦是國民對「安全且優質內容」的強烈需求展現。

其中「兒少體育」與「旗艦劇集」是帶動新用戶大幅成長的兩大內容板塊，經由內容議題策展搭配數位行銷方式，有效開拓公視+串流平台在國內的「知名度」與「能見度」。

【公視+】每月累積觀看時數



2025 年第一季總觀看分鐘數共計 16,034,295 分鐘（約 267,238 小時），較前一季（2024 年 Q4 約 125,009 小時）成長 1.14 倍。體育類成長由《EASL 東亞超級籃球聯賽》帶動。戲劇《化外之醫》流量表現持續成長並持續長尾效應至第四季金鐘獎；紀錄片《種土》在三月的觀看分鐘數為二月的八倍；蔡明亮導演的《西寧國宅》於二月底上架，讓三月份紀錄片類觀看分鐘數有明顯成長。另外，《浩克慢遊》、《不在我的世界當勇者》陸續上架，也使生活與藝文類節目在本季為各月微幅成長。於公視+YouTube 播出後，已累計共 250 萬次瀏覽。

進入第二季，總觀看分鐘數共計 18,118,981 分鐘（約 301,983 小時），較前一季（約 267,238 小時）成長 13%。戲劇類（44.5%）觀看量最高，其次為兒少類（30.1%），兩類別節目共計佔比已達 74.6%。旗艦劇《我們惡的距離》，S1+S2 分別佔總觀看分鐘數 4.83% 及 26.13%，兩者共計達 30.96%，帶來顯著觀看分鐘數同時亦帶動第二季會員成長。《紀錄觀點》描述刺蔣案歷史的《春雨 424》，亦有不錯的收視成績，六月份上架後，即佔據紀錄片館榜首。

進入第三季，總觀看分鐘數共計 39,676,147 分鐘（約 661,269 小時），較第二季（約 301,983 小時）成長近 120%。整體觀看分鐘統計中，以戲劇類佔 35% 為最多，體育類以 31% 居次，紀錄片類及生活&藝文佔比相當，分別為 7.3% 及 6.2%，成長歸因為直播【第 44 屆威廉瓊斯盃國際邀請賽】、紀錄片【我 12 歲，你介意嗎？】及【2025 台灣國際兒童影展】；其中 6 月又以台劇【我們與惡的距離 II】以及 8 月的【零日攻擊】流量最高，並延續聲量至九月。

其中體育部分，多場國際賽事直播包括【U15 世界盃女壘賽】、【第 44 屆威廉瓊斯盃】女子組及男子組、【2025 中華職棒明星對抗賽】、【U12 世界少棒錦標賽】、【LLB 世界少棒聯盟世界大賽_50/70】、【LLB 世界少棒聯盟世界大賽_次青少

棒】、【LLB 世界少棒聯盟世界大賽_少棒】、【U15 亞洲盃青少棒錦標賽】、【U18 世界盃青棒錦標賽】、【U18 女壘世界盃】等共計 11 場(含第 44 屆威廉瓊斯盃女子組、男子組兩場賽事)，掀起體育熱潮。

第四季總觀看分鐘數共計 21,994,751 分鐘。戲劇與兒少體育仍是兩大成長板塊。整體觀看分鐘統計，《就算一個人也可以好好的吃飯 S1+S2》、《人浮於愛》，體育《亞洲冬季聯盟 2025》直播，亦有不錯的 OTT 收視成績。

G、運用人工智慧技術發展數位內容創作之多元創新，與社會互動並發揮影響力。

持續開創新媒體應用，如 Vtuber、Podcast 數位內容創作之多元創新，展現在 VTuber 的內容創作上。其中 Vtuber 頻道在 2025 年 5 月中下旬集中發布了一系列由公視 2.5 期生 VTuber 海月波波主導的配音、繞口令等主題的短影音，成功創造了一波觀看高峰。



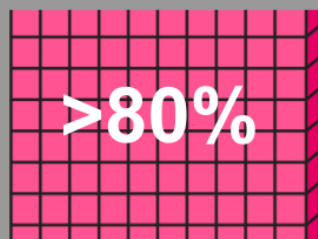
(a)《灌注波波靈魂的發音》和《大喜利挑戰又來啦!波波這次決定挑戰吉卜力!》等短影音在短時間內分別獲得了

28,366 和 17,848 次觀看，是頻道除了大型活動外，觀看數最高的影片。

(b)從總計數據來看，2025 年 5 月 20 日之後，頻道的每日觀看次數顯著提升，從數百或一千多，暴增至每日數萬次觀看。這與短影音的發布時間點高度吻合，證明了短影音「以量取勝」的策略能有效帶動頻道的整體流量。

公視自推出 Vtuber 虛擬主播後，已逐步突破同溫層，觸達並服務到學齡前、學齡後以及青少年之族群，更受邀參與德國公共電視台 BR(Bavarian Broadcasting Corporation) 旗下少兒收視研究單位「International Central Institute for Youth and Educational Television, IZI」之邀請，分享台灣 Vtuber 如何以虛擬主播提供少兒服務內容。公視 Vtuebr 更在 2025 年 INPUT 應邀於選片單元參展，足可窺見作品深具代表性與效益。

從2024-2025 公視+滿意度調查研究



整體而言，超過 80% 以上的會員，滿意公視+的平台服務、認同公視+是個重視多元文化與社會議題的平台、滿意平台對兒少議題的精神展現。

根據資策會接受本會委託所進行的「公視+滿意度調查」，整體而言，超過 80% 以上的會員對公視+的平台服務感到滿意，其中在兒少內容服務的部分，亦給受訪者留下深刻的優良印象與口碑。摘要如下：

(a)有 2 成 8 受訪者，每天至少一次觀看小公視，並以手機觀看比例最高。

(b)育有兒童子女的家長，有 5 成 3 是透過社群媒體得知公視+。

(c)育有兒童子女的家長，4 成 4 表示：使用公視+次數越來越多。

(d)小公視觀眾，有 8 成 8 會向親友推薦公視+。

(e)為兒童子女的家長受訪者，8 成 5 會向親友推薦公視+。

(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、辦理數位製作教育訓練，強化全媒體人才養成。

全年度共舉辦 49 場教育訓練與技術分享，包含 8K 攝影機外景拍攝教育訓練、4K 遙控攝影機操作教育訓練、大型演唱會燈光設計分享等，總計人次為 500 人次，精進數位製作的能力，提升全方位人才的戰力。

B、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，並擴大公視 IP 影響力。

(a)與國內影展合作，提升節目曝光與影響力。

114 年本會積極與國內重要影展合作，透過影展平台拓展節目觸及族群並深化觀眾互動。例如，兒童節目《什麼都沒有雜貨店 2》於台北電影節「親子 Fun 電影」單元搶先放映，並舉辦映後座談，讓親子觀眾得以在大銀幕上體驗溫馨幽默的兒童情境喜劇，強化公共電視兒少內容的社會影響力。

此外，高雄電影節與公視邁入第五年合作，共同出品「南國幻夢」系列短片輯，持續扶植新銳影像創作者。114 年推出《南國幻夢 II：請關閉預設》短片輯，集結朱建安、林倩仔與范文翰三位新銳導演，分別以獨特的影像語彙與敘事視角挑戰既有框架，引領觀眾暫時卸下觀影慣性，走進短片創作多元而自由的世界。

(b)海外放映《神木之森》，深化台日文化交流。

本會與日本放送協會（NHK）攜手製作之旗艦級紀錄片《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》，於 9 月 21 日在日本東京舉辦特映會，透過大銀幕向日本觀眾及僑界呈現阿里山森林鐵道的壯麗景觀與百年人文歷史。活動邀請台北駐日經濟文化代表處代表李逸洋、台灣維新基金會董事長謝長廷、NHK 國際內容策進部長加藤拓、台日產經友好促進會副會長原真、大宮鐵道博物館館長石田亨等貴賓，以及日本政界、文化界與影視產業人士出席，並舉行映後座談交流。

透過影像展演與交流對話，深化日本社會對台灣歷史文化的理解，並拓展未來跨國合製的合作契機。本次活動除獲台北駐日經濟文化代表處大力協助外，亦獲農業部林業及自然保育署、阿里山林業鐵路及文化資產管理處、台灣維新基金會、上銀科技、泓德能源科技、星宇航空、檜山坊及台日產經友好促進會等單位支持。

(c)《列車人生》於新加坡 ATF 發布，拓展國際公共媒體合作。

本會與新加坡新傳媒於 12 月 4 日在新加坡「亞洲電視論壇及內容交易市場展」（Asia TV Forum & Market, ATF）共同舉行人文紀實節目《列車人生》（Rail Life Story）發布會，正式宣布歷時兩年製作、橫跨八國拍攝的節目即將同步首播。此為台灣與新加坡兩大公共媒體首度攜手進行跨國合製，由新加坡堂堂映畫（August Pictures）與台灣製作團隊共同打造。

發布會上，曾寶儀、陳潔儀、李國煌、林明倫及楊君偉五位主持人首度同台，分享拍攝過程中的深刻體悟與動人故事，透過海外市場者之舉行，展現公共媒體跨國合作在人文紀實內容上的創作能量與國際影響力。

(d)與教育部及企業合作，辦理「2025 台灣國際兒童影展全國巡迴與校園巡迴」。

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「2025 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1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85場次，總計有8,854位師生觀賞。

- (e)結合公視原創節目《青春發言人》，辦理校園實際案例分享會。

與警政署刑事局合作，結合公視原創節目《青春發言人》的青年觀點與倡議立場，透過一系列真實案例影片播放與媒體導讀，引導青少年建立「辨識真假」、「警覺話術」與「保護自我」的三重防線。活動前往台北市、金門縣、台中市、台南市及花蓮縣國中及高中職，邀請各縣市縣警察局少年警察隊、中華民國解癮戒毒協會及臨床心理師，舉辦5場次實際案例之分享會，計有1,457位師生共同參與。

- (f)辦理各縣市身心障礙節目《極樂世界3 Happy together III》影片播放與座談活動。

與台北市、南投縣及金門縣合作公視身心障礙節目《極樂世界3 Happy together III》影片播放與座談活動，透過真實案例探討憂鬱症、躁鬱症、思覺失調症及失智症等面向。帶領民眾了解憂鬱症是什麼？是病了嗎？會不會好；感同身受思覺失調患者，他們渴望融入社會，卻常被拒絕在門外；理解失智就如同老化般是自然的事，就算得了失智症也能過上心靈富足生活。

- (g)與教育部與合作節目「2025 台灣囡仔，讚！」，國中小教育真的不一樣了。

教育部與公共電視合作節目「2025 台灣囡仔，讚！」已邁入第17季，以學生多元學習為題材，帶領觀眾走訪16所特色學校，透過該校學生帶領，深入體驗學校多面向的學習環境、生活故事及社團才藝，也讓觀眾透過鏡頭一起探尋

台灣在地多元的生活及文化，看見台灣教育的豐富與多元。
(h)與教育部共同攜手以《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。

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。後續更是與高雄市、宜蘭縣、台東縣、新竹縣、嘉義縣及連江縣教育局處合作校園巡演活動，活動結合大型人偶演出、動畫影片、短劇表演、互動唱跳及有獎徵答等，讓學生在生動有趣的環境中學習安全知識，總計舉辦 54 場次國小巡演活動，計有 8,630 位師生共同參與。

C、促進集團內人力交流。

為強化集團整體營運韌性與跨平台整合能力，本會以「跨單位轉調及內部工作輪調」為核心機制，推動集團內人力交流與人才再配置。建立可轉換之職務能力模型，並依專案需求進行支援、專案型轉調以及內部單位階段性輪調。

透過內部轉調制度，促使同仁在不同單位之業務情境中累積全媒體視角，縮短跨部門協作成本，並將各單位之實務經驗與最佳作法分享，形成組織知識擴散與複利效益。同時，轉調亦作為中高階接班梯隊培育的重要途徑，讓具潛力人才可在不同業務鏈節獲得完整歷練，提升整體人才厚度，進一步支撐品牌價值與營運競爭力。

以 114 年為例，整年度內部員工轉調共計 60 位，主要涵蓋跨頻道/跨單位之人力配置調整，包括轉調至客家電視台、臺語台，以及由各單位轉回本頻等情形，顯示本會已具體透過制度化轉調機制，促進集團內人才流動與資源共享，並有效支援各頻道與單位之營運需求與專案推動。

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技能。

為回應影音產業快速迭代及全媒體人才需求，本會內部設置「在職訓練＋專業證照」雙軌並進的能力提升機制，依不同職系規劃，並以年度訓練計畫方式落實執行。訓練內容除涵蓋產業趨勢與新技術應用，亦強化製播實務、跨平台整合與專案協作能力，以提升同仁即戰力。

另為強化專業性與可量化之能力認證，本會亦鼓勵同仁依職務需求取得相關證照，例如：資訊與資安類、資料分析/數據工具、數位行銷、影視製作/後製技術、以及與職務密切相關之法規合規訓練等。

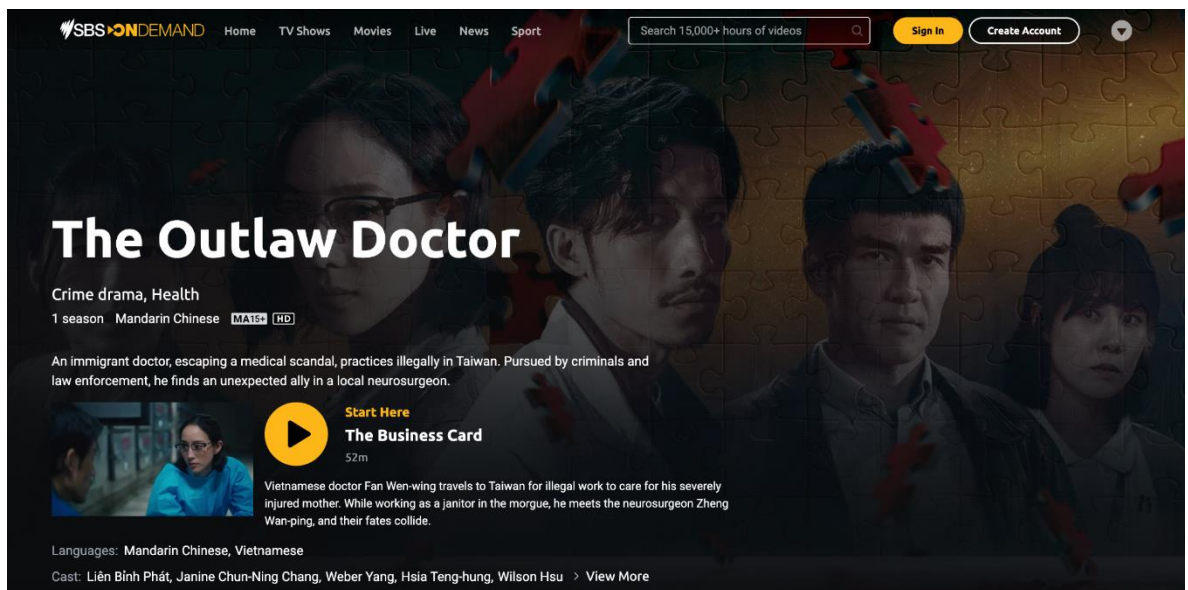
以 114 年為例，本會外訓總人數達 66 人次、外訓總時數達 770 小時，顯示整體培訓投入具體且持續；其中，以資訊/資安類訓練與證照取得為主要大宗，反映本會面對數位轉型、平台營運及資安合規要求，已優先強化關鍵基礎能力。藉由「訓練成果發表、課程完訓率與應用成效」等，建立可追蹤之培訓成效管理，確保訓練投資能實質轉化為工作品質提升、流程優化與創新能力，進而支撐 IP 孵育與品牌競爭力之長期建設。

E、持續推動公視節目海內外發行銷售，並強化新媒體收益。

2025 年，公視透過影音版權與 IP 衍生授權，將優質台劇推向國際舞台，成功創造自籌收入。叫好叫座的熱門劇集，如《不夠善良的我們》、《化外之醫》，以及《我們與惡的距離 2》等熱門台劇，不但登上 Netflix、在 Amazon Prime Video 等國際串流平台，以及香港 ViuTV、馬來西亞 Astro 等國際性地區市場，更參與多項國際展會，讓台劇實力獲得全球矚目。其中《不夠善良的我們》獲得韓國改作團隊青睞。

最值得一提的是《The Outlaw Doctor 化外之醫》，繼榮獲金鐘獎肯定後再創佳績，以國際犯罪醫療影集之姿成功進

軍澳洲，獲澳洲公共電視 SBS（Special Broadcasting Service）肯定，成為旗下影音平台《SBS On Demand》首部上架的台劇。



F、擴展 IP 授權文創商品與公視聯名商品的多樣性。

品牌 IP 多元應用，走入年輕世代與國際視野

2025 年開拓動漫祭於臺北花博公園爭艷館舉行，活動匯聚超過千組同人社團，展出內容涵蓋原創及二創漫畫、插畫等作品，以及公仔、明信片、掛軸、T 恤等各式周邊商品，充份展現臺灣動漫創作豐沛能量，主辦單位預估 3 天展期將吸引逾 10 萬人次。本活動年齡層主力為 16-24 歲男性之 ACG 愛好者，公視 Vtuber 亦參與擺攤並銷售 Vtuber 一番賞活動，所有商品皆完售。



宮氏海水浴場也與台北典藏咖啡在 2025 年 8 月共同合作推出聯名餐點，除了一樓有 1:1 大型立牌和

主視覺布置可以供與會者近距離拍照之外，三樓也設計主題用餐區。



G、透過劇本孵育與合資合製項目，與業界多方合作，延伸公視品牌力與價值力。

2025 年，透過劇本孵育與合資合製項目，與業界多方合作，誕生多部膾炙人口的台劇，如《化外之醫》與中華電信、瀚草文創合資，繼榮獲金鐘獎肯定後再創佳績，獲澳洲公共電視 SBS (Special Broadcasting Service) 肯定，成為旗下影音平台《SBS On Demand》首部上架的台劇。《不夠善良的我們》與台灣大哥大合資合製，不僅於愛奇藝國際站獲得好評，亦受到韓國製作公司青睞，取得我方 IP 改作版權預計改編為韓國劇集。《我們與惡的距離 2》與大慕影藝及威望國際合資合製，台劇首度登上 Amazon Prime Video 超過 240 個國家或地區。

(4)創新經營兒少內容平台，創作具有獨創性、多元、有趣及富教育價值的兒少影音內容。

A、與業界攜手孵化製作兒少節目、動畫、戲劇，關注當代兒少重要議題提供教育服務，製播小公視優質內容。

開台一年半以來，小公視持續帶動產業投入兒少原創內容開發，逐步建構具規模與深度的兒少節目製作生態，並有效累積本土製作團隊之實戰經驗。透過自製、邀案開發、孵育計畫及公開徵案等多元機制，小公視於 114 年順利上檔 17 個兒少節目，持續擴展兒少內容之題材深度與公共面向。

B、強化兒少平台宣傳，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。大量開發宣傳交換資源，以擷節會內資源並創造跨產業之宣傳目標。

(a)在公共推廣與文化參與方面，小公視已由開台宣傳階段，轉為以公共服務為核心之常態推動。114 年完成多項實體與線上公共參與活動，包括華山口袋影展、動畫品牌互動展覽、口袋影展巡迴五縣市，以及校園人權桌遊展、21 天減碳任務等，累計參與及觸及人次達數 10 萬人次，有效提升兒少及家庭對公共媒體內容之近用與認識。

(b)與科教館、科工館之合作，推動科普教育與公共知識傳播。

114 年公視與國立自然科學博物館（科博館）及國立臺灣科學教育館（科工館）合作，將公共媒體內容延伸至科普教育與文化場域。結合博物館專業策展與公視節目內容，提供寓教於樂的學習平台。

包括 9 月 21 日於科教館「國家防災月系列活動」，舉辦科學節目《鹹魚小隊》第二季地震篇放映座談活動，讓小朋友認識在地震來襲時，各種災難應對措施，學習如何保護自己。11 月 9 日於科工館「2025 臺灣科學節」放映《鹹魚小隊》第一季「飛彈來襲」篇，讓孩子學習面對空襲時的避難姿勢及背後的科學原理。11 月 15 日於科教館「2025 臺灣科學節」舉辦《鹹魚小隊》第二季火場逃生篇放映座談，並讓孩子實際操作心肺復甦術（CPR）之安妮人偶、學習基礎的急救知識。

透過此系列合作，公視不僅強化兒童及青少年的科學素養與環境教育意識，也提升節目 IP 在教育與文化領域的能見度與影響力。同時，活動亦促進公部門資源挹注與跨單位協作，擴大公視品牌的社會參與與公共價值。

(c)《2025 FUN 出大能力》移師台中舉辦，拓展兒少節目識別度。

公視第六屆年度大型兒少品牌活動《2025 FUN 出大能力》親子探索派對，於 10 月 10 日至 12 日在台中市文化部文化資產園區藝文展覽館舉行。本活動以「親子互動」為核心，結合小公視、公視台語台、客家電視台等旗下優質兒少

節目內容，設置互動遊戲與闖關體驗，讓觀眾在寓教於樂中感受節目魅力。

活動內容包括「口袋小子打卡牆」、「妖果小學—交通安全小學堂」、台語台任務挑戰，以及客語遊戲「學學嘴學學鼻」等。三天活動期間免費開放，吸引大量親子族群參與，並搭配舞台表演、抽獎與現場互動，有效提升兒少與家庭觀眾對公視品牌及節目的認知與參與度。

(d)小公視《口袋影展》、《動物園路跑》深化兒少品牌。

小公視以「口袋」作為品牌意象，打造專屬兒童與青少年的影像盛事—口袋影展。2025 年活動於 8 月 15 日至 24 日在華山 1949 文化創意產業園區舉行。本次影展展映 50 部以上適合 3 至 18 歲觀眾的國內外動畫與節目作品，並搭配親子音樂活動、互動展區與主題劇場等多元內容。

此外，也於 5 月 24 日在南投戲院舉辦口袋影展公益放映活動，並邀請南投國小及幼兒園的孩子前往觀影。9 月 12 日至 14 日在新竹市影像博物館及新竹市政府前廣場舉辦口袋影展與口袋小子開學祭，串聯戶外廣場與室內影廳，打造專屬於孩子們的創意嘉年華。11 月 22 日小公視口袋影展巡迴前往嘉義 IN89 豪華影城，象徵著小公視持續耕耘兒少內容、將影像教育向南推展的重要一步。

小公視於 114 年年末舉辦年度大型親子品牌活動—2025 小公視動物園路跑，活動於 12 月 20 日在臺北市立動物園舉行。本次親子路跑結合遊戲關卡與動物主題設計，透過寓教於樂的互動，倡議「守護原生動物與自然環境」的理念。參與跑者皆獲贈完賽獎牌、親子 T 恤及限量周邊，不僅強化小公視品牌曝光，也深化兒童與家庭觀眾對公共媒體教育與內容的認同感。值得一提的是，作為台慶一週年的公益活動，本次活動將 10%盈餘捐贈給臺北市立動物園，用於「動物認養」及「動物保育教育」相關計畫，邀請大小朋友一同守護動物，讓活動兼具運動、娛樂與社會公益價值。

(5)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 LED 燈具及主播用讀稿機更新建置，強化新聞製播能力，提升關鍵基礎設施之妥善率與信賴度。

完成新聞棚 LED 燈具，預計可節省 80%左右的電力，降低用電成本，落實節能減碳、成就 ESG 永續經營的目標；完成主播用讀稿機更新建置，改善新聞製播品質，提升副控室設備的妥善率。

B、持續建置「站台多頻道發射機 N+1 自動切換」系統。

(a)採用新技術降低用電，節省電費。

(b)整合現有 CH26、CH30 發射機自動切換保護機制，簡化系統流程。

(c)縮短設備異常時之處置時間，確保播出品質。

(d)有限經費資源下達到設備最大使用率，降低維運成本。

C、以三義站發射機改善工程之經驗，進行南投站發射機整修，以延長設備使用年限。

(a)援三義站之經驗執行改善工程，進行南投站發射機整修。預估可延長設備使用壽命 5 至 10 年，約可節省購置經費數百萬元。

(b)本改善工程由工程同仁自力進行，可自訓工程師，提升本會工程維運能力，降低委外成本。

D、擴增 UHD 超高畫質影音傳輸鏈路。

(a)增加超高畫質影音網路傳輸鏈路，提供會內同時多路電視訊號傳輸。

(b)可做為現有設備的備援，提高傳輸作業的可靠度。

E、主控播出系統周邊優化。

因應小公視頻道加入，為改善整體畫質，本年度執行主控頭端系統 CH30 性能改善。執行後

(a)維持傳輸設備穩定性，增進播出訊號品質，改善收視戶接

收畫質。

(b)替換設備可作為備援，增強韌性。

F、建立平台與本會各頻道的內部資源互惠使用機制。

為促進本會整體資源之有效運用並發揮綜效，已建立內部資源互惠使用機制，包含建立各頻道使用行政辦公空間、工程主控設備、資訊電腦設備、以及製作節目所需攝影棚、人力及相關器材設備等資源使用計價機制，並可真實反映出各頻道實際製作成本。

G、規劃導入固資、財會 ERP 作業系統。

現行固資、財會之系統仍需仰賴大量人工作業，為有效提升整體工作效率以及提高各類報表產出準確性、即時性，已規劃導入固資、財會 ERP 作業系統，現行進度係按所需之功能及報表，提出 ERP 作業系統之功能及報表需求。

H、數位片庫系統汰換升級。

(a)本會依 113.1.19. 第 7 屆公視董監事暨主管策略會議決議，啟動數位片庫系統汰換升級專案規劃。

(b)114.4.10. 完成廠商簽約，專案整體執行期程預估 2 年完成。

(c)114.6.8. 完成第一階段驗收，系統功能與執行成果符合規劃目標。

(d) 115.1 月進行第二階段驗收準備作業，目前專案進度符合預期。

I、應用雲端技術簡化營運流程。

(a)包含公視「在地夥伴」等 17 個靜態網站架構優化：

①顯著降低營運成本：

I. 成本降幅達 80% 以上，靜態網站從 GKE 遷移至 GCS 儲存體，由「固定租金制」改為「用多少付多少」的隨收隨付制，完全消除閒置主機成本。

II. 零維護人力支出：採用全代管(Serverless)架構，硬

體維護、磁碟規劃與韌體更新成本降至 0。

②系統穩定性：

I. 11 個 9 的資料耐用性：資料擁有 99.999999999% (11 個 9) 的年耐用性，近乎永久不遺失。

(b) 徵案網站架構設計、環境建置：

①營運成本優化：Cloud Run 最直觀的價值在於徹底消除「閒置資源」的浪費。

I. 閒置成本歸零：傳統 VM 即使沒人使用，每月仍需支付固定約 USD70~100+ 的底層主機費。Cloud Run 在無流量時會自動「縮減至零」，閒置費用為\$0。

II. 計費精密度提升：以 100 毫秒(0.1 秒)為計費單位，對於徵案系統這類低頻率或間歇性流量的網站，預計可節省 80% 以上的運算費用。

②開發與維運效率：透過無伺服器化，大幅減輕了工程師在基礎建設上的負擔：

I. 部署速度提升 95%：透過 Cloud Build 自動化，開發者完成代碼提交後，即可完成生產環境部署。

II. 運維人力釋放：無需更新作業系統補丁、監控節點健康度。系統管理效率提升 50%，團隊能專注於徵案功能的開發而非維修主機。

③極致彈性與穩定：應對 100 倍突發流量，徵案系統常有「最後一天繳件」的瞬間大流量，Cloud Run 是最佳解方。

I. 自動擴展機器：支援從 0 快速擴展至 1,000 個以上的執行個體，且反應時間僅需數秒。

II. 服務不中斷：內建「流量分流 (Traffic Splitting)」功能。部署新版本時，可先導 5% 流量測試，若無誤再全量切換，服務中斷風險降至趨近於 0%。

(c) 資源盤點：

針對公視現有的雲端資源進行了地毯式的盤點與優化建議。

- ①資源清晰化：詳細清查雲端資源的用途，確保資源沒被浪費。
- ②雲端應用程式：盤點出正在運行的 118 個工作負載（包含 61 個開發環境與 57 個正式環境），確保如《水果冰淇淋》等重點網站穩定運作，並移除已過時的網站、清除殘留的服務。
- ③審查權限：審查了 8 位關鍵使用者與多個服務帳戶，發現有 4 個預設帳戶權限過大，並提出具體減權建議以防被盜用。

(d)資安防護：

不僅建構了堅固的防禦堡壘，更透過制度與工具的引進，將資安的風險降至最低。

- ①機密完全遮蔽：引進 Secret Manager，讓資料庫密碼、API 金鑰等敏感資訊不再以「明文」顯示，駭客即使進入開發環境也找不到鑰匙。
- ②權限精細化：盤點並清理了 20 個以上的帳戶權限，建議刪除權限過大的預設帳戶，落實「最小權限原則」，確保每個人只拿必要的鑰匙。
- ③全數採用私有連線：確保 Cloud SQL（資料庫）與 MemoryStore（快取系統）皆透過私有網路（VPC）傳輸資料，外網無法直接連線攻擊。

(e)監控與維護：系統有問題，自動會通報：

建立了自動化監控與告警系統，讓維運從「被動處理」轉為「主動管理」。

- ①智慧過濾：系統會自動將成千上萬條重複的錯誤日誌彙整為單一項目，幫助工程師快速抓出真正嚴重的問題。
- ②即時通報：當系統出現異常時，會立即發送 Email 或手機通知給指定維運人員，縮短修復時間。

J、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。

公視基金會委由外部廠商建立 SOC 監控平台，SOC 利用 SIEM 平台進行事前辨識與保護、事中偵測與事後回應與復原等資訊安全措施。提供下列各項服務：

- (a)持續威脅監控：網絡攻擊無時無刻，SOC 提供 7x24 小時監控，確保任何時間點都能發現異常活動。
- (b)事件快速偵測與回應：透過自動化工具和人工分析，快速識別惡意軟體、入侵企圖等，並即時採取封鎖或隔離措施，縮短攻擊者的暴露時間。
- (c)集中可視性：整合來自不同系統和環境（地端、雲端）的資安資訊，提供統一的威脅態勢，讓管理人員全面了解網路狀況。
- (d)專家知識與效率：提供經驗豐富的資安專業團隊，不必自行招募和培訓，降低人力成本，同時優化安全工具，減少誤報。
- (e)主動威脅狩獵：不只被動等待警報，還會主動搜尋潛在威脅，了解攻擊者行為，強化預防能力。
- (f)提升合規性與透明度：協助組織滿足各種資安法規要求，並提供詳盡報告，增加運營透明度。

114 年公視基金會 SOC 運作正常，統計防堵各類資訊安全警報共計 18,029 件，有效協助公視基金會建構全會之安全資訊環境。

(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、《我們的島》運用環境影像資料庫，產出多樣數位影音，強化數位轉型。製作具有台灣特色的優質環境紀錄片，加強國際參展與推廣。

- (a)《我們的島》以「水」為主題，製作台灣環境變遷記錄片，114 年底如期完成，排定 115 年初上檔，同時著手向國內

外重大錄片影展投件。

(b)114 年推出「我們的島環境 X 檔案」、「聽專家怎麼說」網路原生節目。全年製播長影音 90 支、短影音(10 分鐘以內含 shorts)83 支。

B、《獨立特派員》虛擬棚景換新，網頁及社群媒體改版；製播 4K 超高畫質紀錄片，培養數位產製技術人員。

(a)114 年初政策決定公視晚間新聞、8 點新世界、尖鋒對話時三個節目 內容、棚景、時段全面大改版，獨立特派員因應調整時程，將虛擬棚改景改至第四季啟動，115 年 2 月完成。

(b)7 月後接連天災，颱風、豪雨、堰塞湖潰壩，故而更動製播 4K 超高畫質紀錄片計畫，改以各地重災區重建為主題，製作專輯追蹤報導。迄至年底已完成災情特別報導共 120 分鐘。

C、國際記者群之海外駐點增至 15 處，保持穩定供稿，報導更見深廣度。

(a)由於駐烏克蘭記者為中央社網羅，目前海外駐點共 14 處，並持續開拓歐洲其他城市駐地記者人選。

(b)114 年各駐地國際記者全年發稿共 251 則，同時製作包括「AI 浪潮」、「全球缺工」、「氣候變遷」等系列專題。

D、印/越/泰三語族群在台人口日增，不再只是小眾。公視晚間新聞強化與東南亞語新聞合作，實地走進新住民與移工工作與生活現場，增加特定議題之系列報導。

(a)越印泰三語全年自製新聞專題共 65 則，皆於公視晚間新聞播出。

(b)4 月中旬印尼發生規模 8.6 強震，《東南亞語新聞》善用當地上傳的第一手消息畫面，供各節新聞使用，同時作成追蹤系列報導服務在台移工。

(c)推出「印泰越移工返鄉創業」深度報導共 30 分鐘。

E、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。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。

(a)2025 年國際關稅問題讓民眾經濟支出以保守加上重大天災時大量捐款湧入，使得非自賑災的一般性捐款大量下降，本組仍透過不同方式創造小額捐款來源。

(b)善用社群媒體與觀眾積極交流並嘗試各種不同募款形式，除邀請知名演藝人員從公視傾聽各角落民眾聲音為題製作系列募款之外，本年度特別邀請知名 YouTuber 共同合作推出一系列「星期天的尋人啟事」系列開箱公視各領域工作人員，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。

(c)2025 年公視小額捐款網頁進行改版，不僅在網頁美術設計進行更加活潑並呈現電視台特色，在整體捐款使用上更加便捷，同時新增多種多元電子支付方式(例如 Linepay、Applepay…等)，讓捐款人能用最迅速的方式完成捐款。另新增會員查詢功能，方便會員確認年度累積捐款金額等資訊。

(d)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」、「當大人高校祭」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。

(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。例如公視環保餐具/餐盒、公視零錢包、公視神隊友傘、公視日誌…等。不僅自製公視商品並與其他單位共同合作出品，例如有機無毒的友善米、環保餐具、餐盒、保溫杯等，所製作推出的品項幾乎多為台灣製作，並強調友善土地、生態永續等意念，透過不同的品項中連結該觀點於捐款者生活中。
- (g)積極舉辦各類公共服務及公視之友專屬會員活動，活動中誠摯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。公視之友續捐率高達八成，顯示公視之友對公視理念的高度認同及公視推出各類會員服務的肯定。
- (h)與臺北市勞動力重建運用處合作「2025 無限影展」，今年以「感受、交流、擁抱不同；邀請你，我們一起」為訴求，透過 11 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 23 日至 11 月 2 日在台北三創生活園區策畫實體影展，舉辦 20 場次，計有 2,186 位民眾出席，10 月 17 日至 11 月 25 日巡迴 15 所高中及大學，超過 3,272 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。
- (i)第 16 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，增設直式短片組及潛力之星獎，今年共有 399 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，足跡遍布全台各校，鼓勵年輕學子持續影像創作。

F、深耕各地藝文及社區據點創造在地連結，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，培育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。

(a)「公視與你對面-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，因應公視使命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。2025 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 台中專場、公視新聞暨紀錄片場、綜合節目類場、PeoPo 公民記者場、及「TaiwanPlus 成果與展望」線上座談活動。本會所舉辦的「公視面對面座談會」一直都同時進行線上直播，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，工作同仁們也會將不同管道收看直播的留言意見即時轉達給與會者進行討論。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。

(b)「公視與非營利組織團體共榮互惠計畫」：獨立書店「公視在地夥伴」推廣計畫使本會在各地持續耕耘，創造影響力，增加與各地觀眾接觸的機會，獲得民眾的直接回饋，往更貼近社會大眾期許的道路邁步前進。基於與非營利組織團體(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。

(c)為落實公視對弱勢的服務，並讓民眾了解公視長期製播口述影像版影像的計畫，特規畫兩地不同形式之口述影像特映活動。北部於台北及台中啟明學校推出「什麼都沒有雜貨店」口述影像版特映活動，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。

(d)「公視在地夥伴計畫」：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：基隆見書店、台北飛地書店、現流冊店，新北雙溪紅氣球書屋，桃園瑯嬛書屋、首頁讀書館、晴耕雨讀小書院、小兔子書坊，新竹或者書店、新州屋、或者咖啡、或者工藝櫥窗，苗栗掀冊店，台中中央書局、野人讀冊店，彰化南方書店，南投籃城書房，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)、曬書店、台灣文學館藝文商店、台南政大書城，高雄承風書店、三餘書店、書店喫茶一二三亭，屏東繫本屋、恆春

紅氣球書屋，宜蘭城鄉潮間帶、moku 旅人書店，花蓮孩好書屋，台東三省堂書局、池上書局(共 34 個單位)，較 2024 年成長 55%。

(e)「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「極樂世界 2」、「節氣第六感」、「西寧國宅」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「公視兒少節目 x 在地夥伴」巡迴特映會，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得重視及使命，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。

(f)為回應公民記者的期待並接軌數位時代，PeoPo 公民新聞平台歷經一年多的深度規劃與技術攻堅，於 2025 年正式完成大改版。開發團隊透過訪談彙整第一線需求，克服多項技術難題，打造出更直覺、專業的報導環境。本次改版首重視覺品質與資訊效率。簡潔的版面設計讓報導焦點更集中，且影片全面支援 HD 高畫質播放，配合新增的 SRT 字幕功能，讓影像倡議既美觀又具無障礙便利性。此外，新設的「新聞專題」分頁能高效聚合議題；優化的「訂閱機制」則強化了記者之間的互動連結。值得關注的是，本次特別新增「社大專屬平台」，讓社區大學的在地報導能以專頁形式呈現，深耕地方能量。全新的 PeoPo 將以更強大的功能，陪伴公民記者發揮社會影響力。

(g)2025 年共計舉辦四場 PeoPo Try 拍+活動，分別在 1 月份於南投、3 月份於台北、4 月份於嘉義及 11 月份在新北，

各場次的拍攝議題連結地社區復振、生態環境還有歷史脈落為主。在議題主導加強活動聚焦的內容後，公民記者更能從不同面向來看事情。更有積極長期參與的公民記者，在經驗的累積下，活化自身對議題的看法，不拘泥於活動方的準備，讓視野有更深一層的進步。甚至在報導後，長期關注議題的走向，並再次前往現場拍攝，也促進議題方和公民記者的連結，讓這樣的互動有更多意義。此外，公民記者上傳作品 PeoPo 也會精挑納入每日「公民新聞報」或 PeoPo 臉書社群分享，增加公民記者製作動力。

- (h)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。為推廣環境教育與永續理念，公視推出國小中低年級為主的《我的大自然朋友 很高興認識你》與國小中高年級適用的《跟著下課花路米 我的暖化探索之旅》兩版的趣味遊戲本。遊戲本內容分別延伸自小公視全新兒少節目《小島同樂繪》與《下課花路米》的全球暖化專題，以寓教於樂的方式，帶領孩子從遊戲中深入了解節能減碳的重要性，並思考在日常生活中，能為地球永續盡一份心力。透過趣味互動與實作體驗，公視希望培養孩子們對環境議題的敏感度與責任感。每一個小小的行動，都可能悄悄改變我們的未來環境。讓孩子從遊戲中培養與自然成為好朋友，一起為永續地球努力。

- (i)為支持國內藝文發展、鼓勵國人參與藝文活動，本會積極洽談藝文展演活動之宣傳交換，並將所交換之展演票券或贈品用以服務公視之友會員，以間接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，但本會仍洽談 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 5,000 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。

(j)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，另也同步提供台語台、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。

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，執行成果如下：

(1)徵求與邀請業界參與兒少原生內容開發，達成節目多樣性。

- A、透過自製、邀案開發、孵育計畫及公開徵案等多元機制，小公視於 114 年順利上檔 17 個兒少節目，持續擴展兒少內容之題材深度與公共面向。
- B、新製節目涵蓋多項公共關注議題，包括展現兒童永續行動力的《下課花路米全球暖化系列》、結合防災與民防教育的《鹹魚小隊》、融合虛擬科技與外景探索的《小島同樂繪》、培養兒童世界公民素養的《新聞超小號》，以及深夜陪伴青少年的閱讀節目《反正你也不睡覺》等，展現小公視持續以兒少視角回應社會議題、實踐公共價值之成果。
- C、114 年「台灣兒童及少年優質節目評選」中，小公視共有 16 個節目獲得推薦，並由《成仁高中偵探社》榮獲年度最佳影視節目獎。該節目為台灣首創之沉浸式推理實境節目，並代表公視入選世界公視大展、入圍

亞洲影藝創意大獎最佳兒童節目獎，顯示其內容品質與創新形式具備國際能見度。

D、114 年金鐘獎評選中，小公視共有 13 個自委製節目入圍，獲得 18 項個人及節目獎提名。其中，由富邦文教基金會孵育、透過徵案機制開發之年輕團隊作品《歡迎光臨我的牧場》榮獲「兒童節目獎」及「節目剪輯獎」雙料肯定；學齡前節目《水果冰淇淋》則以整體美學設計，獲頒「節目類美術設計獎」。

E、青少年議題節目《青春發言人》於 114 年推出互動式數位專題《Re:Choice 三日間》，以校園暴力議題為核心，結合敘事設計與遊戲化機制，引導青少年於模擬情境中進行選擇與反思，提升其面對衝突時的判斷與行動意識。

該專題突破傳統影音單向傳播模式，透過互動網頁深化使用者參與，上架四個月內累積使用人數達 32,839 人，顯示互動式數位內容對青少年族群具高度吸引力，並具備延伸為課堂教學及公共討論資源之潛力。本專題代表公視參與 2026 世界公視大展 INPUT NC' s Choice，獲得國際公共媒體同儕對其公共價值、創新形式與社會影響力之肯定。

(2) 創建數位學習網，從學校至家庭與社區，推廣公視影音資源。

A、公視兒少教育資源網持續深化與教育單位合作，114 年平台造訪人次達 717,453 人次，會員數較前一年成長 234%，累積 2,037 部影音內容與 311 篇教學教案，提供全國教師免費運用於教學現場，並透過社群與 YouTube 平台擴大教育議題之公共討論與社會影響。相關實體展覽與政策合作亦持續推進，強化公共媒體於兒少教育推廣與公共對話中的角色。

B、在公共推廣與文化參與方面，小公視已由開台宣傳階段，轉為以公共服務為核心之常態推動。114 年完成多項實體與線上公共參與活動，包括華山口袋影展、動畫品牌互動展覽、口袋影展巡迴五縣市，以及校園人權桌遊展、21 天減碳任務等，累計參與及觸及人次達數 10 萬人次，有效提升兒少及家庭對公共

媒體內容之近用與認識。

(3) 廣邀台灣原創動畫合製夥伴，增強質量以拓展國際能見度。

- A、勇者動畫系列 2」改編漫畫家「黃色書刊」作品，描繪人類與魔族對立的奇幻世界。當勇者被迫成為魔王，龍族為了生存被迫放棄身分，隨著正邪翻轉，舊有秩序全面瓦解。第二季擴展群像視角，探討魔族反擊與人類信任危機。融合幽默、動作與隱喻，打造獨具臺味的動畫宇宙。
- B、「妖果小學第三季」已完成 24 集整體內容與製作藍圖規劃，穩健推進至市場化階段。在深化妖怪世界觀、強化角色魅力的同時，全面導入新世代遊戲引擎製作流程，提升動畫敘事與音樂表現的整合度，並邀集王希文老師共同參與，開拓音樂型動畫的創作可能，為 IP 跨足商業市場與多元應用奠定關鍵基礎。
- C、「小黑啤美食大冒險」：「世界上所有的美食，我全都要！」，熱愛冒險與美食的小黑啤，為了把世界上所有未知的美食都蒐集到手，與他的超級拍檔小餐車，齊心協力踏上蒐集美食的大冒險！引導孩子在冒險中學習食物知識與文化認知。
- D、「莓吉幼兒園」則是小公視孵育計劃的重要成果，專為學齡前幼兒打造，以情緒教育為核心理念，幫助孩子理解自己與他人的情緒、建立社交技能。節目運用鮮明色彩、趣味的人物個性吸引幼兒們的關注並透過日常生活情境來引導幼兒學習同理心與情緒調節的方法，展現公共媒體在幼兒心理發展教育上的創新實踐。
- E、匯集年輕世代創作人才，「AllStar 學齡前動畫共同開發計劃」，由小公視聯手香港 AR、韓國 The Pinkfong Company、Capfire、Iconix、SAMG 及韓國教育電視台 EBS 共同合作，以三階段大師講堂、提案培訓、共同開發的長時間孵育，導入國際成功市場經驗，開發具全球性的臺灣原創動畫 IP。第一階段大師講堂；第二階段小公視與韓國合作方選出兩個臺灣項目進行共同開發，計畫朝國際市場募資，拓展 IP 潛力。

(4) 落實兒少戲劇人才孵育及內容開發，聚合創作力與經驗傳承。

- A、小公視首部兒童戲劇《什麼都沒有雜貨店》改編自兒童文學作品，以情境喜劇形式開創兒童戲劇新類型，並榮獲「戲劇類節目創新獎」，顯示兒少戲劇內容於整體戲劇市場中的創新潛力。整體而言，小公視持續展現兒少節目在教育意義、製作專業與文化創新上的成果，並逐年厚實本土兒少內容之產業基礎。
- B、視持續推動國際大師講堂、短片工作坊及學生劇展等培力計畫，並與影展及國際製作單位合作，協助產業新秀深化製作經驗、連結國際市場網絡。針對學齡前動畫內容，小公視結合國際平台與韓國動畫公司資源，共同開發具市場潛力之原創 IP；於青少年戲劇項目，則導入國際劇本顧問與共同開發機制，培養貼近目標觀眾之戲劇內容。

客家電視台

客家電視台前年度計畫達成的總體目標包括以下 4 項，執行成果如下：

(1) 立足客家影視，跨族群、跨國界製作節目與合作，並透過國際交流，讓客家電視成為世界認識客家的入口。

- A、戲劇《星空下的黑潮島嶼》以 1950 年代綠島政治犯歷史為背景，結合人權、醫療與知識份子處境等普世議題，並透過客家角色的生命經驗切入，成功將客家文化置於全球皆可理解的歷史與人文語境中，展現客家影視作品在國際敘事上的深度與格局。
- B、電視電影《阿婆非死不可》以家庭與世代關係為主軸，透過黑色幽默與日常衝突，描繪傳統價值與現代觀念之間的拉扯，讓客家文化不以標誌化呈現，而是自然融入角色關係與生活選擇之中，成功吸引跨族群觀眾，展現客家影視貼近當代社會的敘事能力。
- C、《廚師的迫降：客家廚房》為臺灣首次與韓國製作團隊共同開

發的原創實境節目，結合韓國綜藝節奏與視覺語言，並融入客家飲食文化的創意詮釋。第二季前往首爾與臺灣多地拍攝，成功示範客家文化如何透過跨國合作轉化為具國際市場潛力的節目內容。

D、《吉日良辰客家封》第二季前往馬來西亞客家村落拍攝，呈現海外客家飲食文化與在地生活的融合樣貌，拓展客家文化的國際視野；同時搭配新媒體平台推廣，觸及更廣泛的數位族群，展現客家電視在跨文化交流與公共傳播上的實質成果。

E、積極拓展國際組織連結，正式加入 WIBN 世界原住民廣電聯盟，與來自紐西蘭、澳洲、加拿大、挪威等國家的族群媒體人進行新聞、節目工作交流。透過與國際族群媒體結盟，共同致力於保存少數族群文化與語言，進而讓客家電視成為世界認識臺灣客家文化的重要門戶與合作窗口。

(2) 守望客庄第一線，傳遞在地視野，提供全球最即時、完整的客家新聞與訊息。

A、每日新聞採訪與規劃年度客家重大議題，透過專題或系列報導，強化客家主體性與發聲權，扮演守望客家第一品牌形象與核心精神。面對突發與重大事件，例如馬太鞍溪堰塞湖潰壩、立委罷免案與核三公投，堅守媒體守望職責，提供客庄最即時、深入的報導。

B、實踐「新聞走入客庄」，透過主播現場播報與公共議題探討，建構多元發聲平台，落實客家鄉親媒體近用權，傳遞最貼近在地的聲音。《114 年雙十國慶特別報導》升規製播，搭配客語同步口譯，提升國家語言地位與客家能見度。

C、客家新聞採訪足跡橫跨大溪地、馬來西亞與奧地利，透過深度專訪與交流，展現客家族群在全球的影響力。

D、透過與多元平台的新聞內容提供，打破單一載體限制，極大化傳播效益。包括在蕃薯藤新聞 Yam News 及 LINE TODAY 刊出；於寶島客家廣播電台、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合作播出。

E、前進客庄，重要活動與文化推廣不缺席，包括完成全年 5 場重大活動連線採訪報導，直播「第 13 屆徐生明國際少棒錦標賽」、《燈怪》等大型賽事與展演，並製播深入客庄的實境節目《胡來旅行社》、《啊喔！最 Kiang 駐村小隊》，成功將節目內容轉化為在地觀光能量，強化客庄人文采風與大眾的連結。

(3) 培育客家全媒體人才，提升客家 IP 孵育與產製能量，擴大影視內容製作與參與機會。

A、藉由《客家戲曲》及多元化的客語重製配音作品，包括經典動畫和日劇等，挖掘適合的幕前與幕後客家表演人才。此外，客家電視致力於打造一個長期支持的舞台，讓更多願意投身客家表演事業的專業人士能持續成長並展現專業。

B、持續提供大專院校學子實習機會，包括辦理「2025 後生提攜計劃」、學期實習與文化大學產學合作，透過多元的課程、經驗分享與實務操作，為客家傳播產業儲備未來的新血與專業人才。

C、辦理「客家公民新聞記者工作坊」，從挖掘議題、邀約採訪到手機影音拍攝實作，推廣公民新聞理念，培養更多人加入報導客家議題的行列，共計 42 位學員結業。

D、針對國小學員辦理三梯次「小主播上場」夏令營，54 名學員在三天活動中學習播報技巧並實際上場操作，從小扎根客語與傳播教育。

E、辦理內部教育訓練與實戰經驗交流，培養同仁在內容產製與訊號傳遞上更有即戰力，提升對節目與新聞製播的專業能力，同時強化對議題的敏銳度和觀察力，擴大客家的影響力。

(4) 善用人工智慧，創新影音內容與平台服務，打造族群媒體與客家數位服務第一品牌。

A、《星空下的黑潮島嶼》打造 Web3D 互動敘事網站，利用

Matterport 實景建模系統完整重現岸內影視基地醫務所、碉堡、宿舍等九大場景。透過 360°環景空間讓觀眾以第一人稱探索場景並解鎖藏於物件中的故事線索，展現科技結合族群媒體敘事的創新能力。

- B、推出〈手語 AI 主播講天時〉單元，結合客語四縣腔與 AI 技術應用，擴大服務族群，實現資訊平權。
- C、規劃節目延伸內容短影音，精選新聞時事、節目片段，透過剪輯大量短影音於 YouTube、FB 社群平台，提升擴散力，讓客家的影像聲音進入更多人的行動載具。
- D、針對不同節目屬性進行精準數位推播，例如《小 O 事件簿》安排 IG 社群推播，透過 Podcast「劇透客語」，從影劇內容出發連結客家、分享客語，展現客家電視在不同社群媒介上，精準運用數位工具推廣族群語言與文化產品的能力。
- E、客家電視提供多個平台隨選視訊節目，包括 Netflix、公視+、LINE TV、LiTV、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。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、韓國 TVING 皆可看到客家電視授權的節目，增加客家文化的曝光度。

臺語台

臺語台前年度計畫達成的總體目標包括以下 7 項，執行成果如下：

- (1)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。

因應公視法修正公視基金會執行業務項目「因應多元族群服務及國際傳播服務之需求，且保障經費及專款專用」之修法精神，已盤整臺語台相關法規與制度，設立臺語台收支專戶，並制定「臺語台節目暨新聞自律委員會設置辦法」、「臺語台自製節目管理辦法」、「臺語台委製節目管理辦法」、「臺語台平時送案管理辦法」

等辦法及相關臺語台專屬表單，以確保臺語台財務及台務運作之獨立自主性。同時配合公廣集團各項資源整合，共享行政、節目、製作等資源以提高公廣集團運作效益。

(2)完成時代劇及生活劇之劇本孵育並開拍；進行短片及紀錄片徵案與拍攝企劃，型塑台語文化紀錄片之主體性。

A、青春職人劇《人生只租不賣》將於 115 年 1 月 11 日正式於電視及網路平台播放。114 年自行孵育之劇本 IP 現代劇《小孩才做選擇》於 114 年 12 月 1 日開拍。自行孵育之劇本 IP 現代劇《不死鬼大丈夫》已完成議價簽約，預定 115 年第一季開拍。

B、時代劇《派娜娜》劇本開發案於 114 年 5 月 22 日簽約，13 集劇本孵育中。

C、114 年「台語有影-電影短片」公開徵案於 114 年 9 月 10 日完成評選結果公告，7 部短片籌製中。

D、114 年投資民視職人劇《阿松與阿暖》預定 115 年 3 月殺青，115 年第二季(暫定)播出。自行孵育劇本 IP 時代劇《烏狗兄的畢業旅行》於 114 年 9 月 18 日委製簽約，預定 115 年第二季開拍。

E、節目部紀錄片計畫分為自製及徵案兩部分。114 年紀錄片徵案為 114-115 跨年度計畫，一共有四部紀錄片入圍並開始製作，預計 115 年六月結案。歷史旗艦紀錄片自製部分，113-114 跨年度計畫的《風起 1624·大員》現在正在進行最後的後製階段。114-115 跨年度計畫的《起點 1626·雞籠》，則進行前期調研計畫，預計 115 年開拍。

(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、114 年包含每日新聞(早起、中晝、下晡、下暗、新聞世界通)、新聞論壇(台灣新眼界)、新聞專題節目(台灣記事簿、青春咱的夢)共完成 1,543.5 小時的自製時數。其中《青春咱的夢》

新聞專題【流離失所：俄烏戰爭 500 日】獲得「紐約電視獎——持續新聞報導獎」銅獎，也入圍第 39 屆吳舜文新聞獎——「國際新聞報導獎」。【恩綉的民主課】獲得「亞洲影視內容大獎——新聞時事節目獎」銅獎。《台灣記事簿》新聞專題【偏鄉小學的廢校惡夢】入圍曾虛白先生新聞獎公共服務報導獎。

B、114 年每日新聞共完成 2 場《在地播新聞》，一場為配合嘉義鹿草、余慈爺公聖誕，把主播台搬至戶外，結合全台獨有的戲班大會，上百棚戲謝神盛況。另一場為配合嘉義文創園區「2025 鬥陣趣」活動，將新聞現場搬到活動現場 live 播新聞。不但活動主辦方為台語新聞宣傳，讓台語台走入在地，在網路的反應也很好，外場播新聞的整節新聞點閱數都高於平時表現，提升台語新聞的能見度。

C、114 年度 YouTube「公視台語台新聞」頻道訂閱人數已超過 2 萬，成長約 31%。總觀看次數 2,229,583，成長 18.5%。Facebook 公視台語新聞（逐工看新聞）粉絲頁追蹤數超過 2.6 萬，成長 52%。另於 114 年 8 月起新增新聞短影音，明顯帶動 FB 點閱數，在 FB 超過 10 萬點閱的新聞短影音共 11 則，其中「全國頭一間台語實驗小學開學」最高，點閱超過 90 萬。

D、配合公廣集團與工研院合作開發「AI 手語氣象主播」，臺語台 114 年 12 月 8 日起在《中晝新聞》開播 AI 手語氣象新聞，也搭配 114 年 5 月上線的「台語台 AI 語音合成系統」，做為 AI 主播的配音。從影像(AI 手語主播)到聲音(台語配音)皆透過 AI 生成。

(4)發展短影音、網路原生內容，將數位影音內容效益極大化。

A、臺語台官方 YouTube 頻道「公視台語台」，專責台內所有節目宣傳，以及台語語言知識文化推廣平台，展現台語使用作為正常語言於現代社會使用之可能性。114 年除上架臺語台頻道活動《咪電影》、《車頭》、《台語台表演班》、《囡仔歌》系列影片，另新製台灣史學普及影片《灣來是按呢》、《法現大代誌》、羅馬字吉祥物《在地ê阿文》影音，同時持續製作生活資訊及知

識型影音《妝予嬌嬌》、《NGO 創啥物》、《是按怎按呢講》系列，讓台語推廣於日常生活，發展成為「正常化」、「主流化」的語言。「公視台語台」YT 頻道訂閱數達 11.2 萬，全年觀看次數 634 萬。FB 粉絲專頁追蹤人數 22.3 萬人、全年瀏覽次數 4,612 萬次、影片觀看 1,081 萬次。IG 追蹤人數 2.7 萬、全年觀看次數 211.5 萬。

B、臺語台另一 YouTube 頻道「DAY DAY 台語台」，以節目及短影音內容為主，114 年觀看次數為 3,310.1 萬，較去年成長 244%；訂閱數新增 7.3 萬，較去年成長 270%，達 11.7 萬，成為臺語台訂閱數最多 YT 影音平台，第三季更達成公廣集團所有 YT 頻道排名第三的亮眼成績。「DAYDAY 台語台」114 年在 YouTube、Facebook 及 Instagram 網路社群平台，全年觀看數共計為 1.33 億。DAYDAY 台語台積極使用協作功能，有效提升觀看數，達成台語影音內容在網路社群之曝光度及影響力。

(5)推廣台語常用字彙應用，建立資料庫及同步推廣民間業者使用。

A、114 年公視新詞委員會審議完成 1,090 條建議使用之台語新詞（累計新詞詞庫共審議完成 3,165 條新詞。目前已上架 1,956 條，其餘持續製作例句、發音檔後上架）。辭庫改版初步完成，持續進行測試中。亦持續製作相關新詞相關影音、臉書教學字卡，於社群平台推廣。

B、新詞委員會特別邀請棒球專家曾文誠、黃國洲等人開審議會議，審議建議台語棒球專業術語，將於台語棒球轉播中推廣使用。另舉辦六場校園健身新詞帶動跳推廣、六場新詞辭庫校園及民間社團推廣活動。

(6)培植各類型配音人才，建置〈聲音學院〉人才庫。

A、為厚植台語文影視傳播產業製播基礎，臺語台陸續辦理各項人才培訓，並於 114 年度起建置配音、表演、主播與主持人之育成與培訓資料庫，將有意願披露相關資訊的各類課程結訓學員資料登錄於官網(<https://www.taigitv.org.tw/Database>)，

促進學員與業界的媒合。

B、114 年度持續媒合配音班學員加入台語節目配音工作。另亦於台北、高雄辦理表演班。其中台北表演班 12 人已於 8 月結業公演，並陸續投入台內外戲劇演出。高雄班 9 月開課，預計 115 年 1 月結業演出。

(7)培養南臺灣在地臺語節目製播人才，規劃智能攝影棚，因應數位時代之變遷。

A、114 年底的每日新聞《早起》《中晝》兩節新聞改由南部中心製播，南部中心補齊了主播、編輯、導播、視訊等新聞新聞的製播人才。

B、南部中心新聞攝影棚重新規畫並因應新節目安排而重新製景。同時也活絡小劇場，完備相關錄影設備，並曾加燈光的配置，讓小劇場朝更專業攝影棚邁進，並讓更多有需要的製播單位可以善加使用小劇場攝影棚。

C、為活化南部地方的影視活力，南部中心在節目上製播具南部特色節目《幸福好厝邊》、《光榮島轉來 PLUS》、《半點鐘講人生》、《阿媽的灶咖》等；以及籌備可以引領地方意見的論壇單元《青年論壇》、《時事論壇》等。

D、持續進行學生主播甄選，113 年的學生主播已畢業，故 114 年再甄選兩位。

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，執行成果如下：

(1)增加台灣與南亞、東南亞地緣關係、財經產業發展、藝文交流及民間活動等議題之新聞報導與節目製作，擴大對該區域之影音串流、傳輸落地服務，以利投放平台內容與相關訊息介紹。

設立「數位傳輸主控中心」，與公視主控工程鏈結，分擔集團製播工程業務，同時建立平台數位訊號傳輸自主作業、有效資安流程管控，達成各項對外國際傳播發送任務。

- A、《Taiwan Talks》節目主題與內容討論涉及南亞以及東南亞各國相關集數占比達 28.6%；其中因與中國在南海諸多爭議以及與台灣地緣政治距離最近之故，以菲律賓相關集數最多；與中國邊境問題、蘇俄友好與美國關稅等等國際事件的印度次之；第三名則為越南相關內容討論。
- B、Taiwan Talks 節目點閱排行榜前 10 名中，印度相關有 7 集、菲律賓佔 3 集；其中排名第一名「Akash Defenses: India Destroys Pakistani, Chinese Drones and Missiles」訪問「印度台北協會會長 葉達夫」高達近 76 萬次點閱；第 2 名則是菲律賓相關議題的討論，前兩名點閱都超過 70 萬次點閱，也是《Taiwan Talks》YT 頻道目前的最高紀錄。
- C、《Taiwan Talks》2025 全年 1,967 萬次點閱中，前兩名國家為印度的 28.3%與菲律賓的 26.0%，代表超過 54%(逾 1,062 萬次)來自南亞與東南亞國家的觀眾朋友，顯示節目取材角度與討論內容，逐漸與當地觀眾接軌而獲得青睞點閱。
- D、Taiwan Talks 獨家專訪印度前海軍中將曹伯狄 (Pradeep Chauhan)〈台海若有事，俄羅斯、印度與區域大國可能角色評估〉。
- E、北車無障礙設施新聞獲得菲律賓觀眾大量分享，在菲國國內造成迴響，促使菲國交通部官員視查首都馬尼拉捷運無障礙措施。
- F、TaiwanPlus 採訪團隊受邀前往帛琉，報導帛琉總統就職典禮，並且取得惠恕仁總統獨家專訪。
- G、適逢星國建國 60 週年，Zoom In Zoom Out 新聞團隊 8 月前進新加坡，採訪台灣駐新加坡代表童振源大使和崇越科技新加坡代表之外，亦深入新創園區探討其 AI 戰略藍圖。
- H、114 年於官網和 YouTube 頻道共規劃 18 次策展，透過創意構思和資源整合，針對不同主題選片，傳達台灣理念、觀點或價值；如建築紀錄片主打旗艦節目《黑潮》系列，官網獨家展映中英文兩種版本，效果卓越，創造來自國內外之流量，更獲得

2025 ContentAsia Awards 的 Best Factual Programme Made in Asia for Multiple Asian and/or International Markets 最佳亞洲製作紀實節目(亞洲區域/國際市場)金獎，及金鐘獎節目類攝影獎的殊榮。

I、完成「數位傳輸主控中心」建置，每日製作 10 至 30 分鐘不等之新聞與氣象節目，並錄製兩檔 30 至 60 分鐘專題訪談。製作流程涵蓋場景設計、鏡面規劃，提供平台節目拍攝、錄製、播映及後製使用，視覺創意支援平台內外動畫製作與整體包裝。

J、「數位傳輸主控中心」與公視主控工程建立分工協作機制，由公視負責製播主控，平台數位主控負責透過網際網路將頻道訊號傳輸至國外。數位傳輸主控中心同時設置完整之排播系統與傳輸編碼設備，利用 SRT(Secure Reliable Transport) 高效和安全的串流技術，將頻道訊號發送至國外的 OTT(Over-The-Top) 平台。並導入完整訊號與網路即時監控機制，並設立異常告警機制，確保頻道進行 24 小時不中斷且安全之國際傳輸服務。另數位傳輸主控中心亦部署資安防火牆及相關安全機制，確保訊號與資料傳輸安全。

(2)針對兩岸關係與中國政經情勢發展，增加新聞報導幅度與分析，藉由新聞與論壇節目之討論等方式，提供國際觀眾對於中國現況與兩岸情勢等議題可信賴之內容。

A、《Frontline Taiwan》四集系列專題，深入剖析中國可能對台發動入侵的情境與風險，訪問多位國防與安全領域專家，拆解可能的中國侵台路徑，並對照台灣如何準備；討論面向涵蓋空中、陸上、海上與網路，探討中國可能採取的策略與行動，更聚焦台灣如何因應威脅、強化防衛準備，在變動的區域局勢中守住安全防線。

B、菲律賓 Balikatan 軍演採訪，獨家訪問菲國海軍發言人崔尼代，他表示：「菲台軍方目前距聯合演練僅一步之遙」，後來撤

回此一發言，但北京仍為此與菲國放寬台菲官員交流一事，召見菲國大使。

C、ZIZO 獨家專訪眾議院中共問題特設委員會首席民主黨議員克里希納莫蒂，談美國烏克蘭政策大轉彎對台灣的影響。

D、分析中國「九三大閱兵」對台軍事威嚇意涵，並對照台灣和平紀念歷史的立場。

E、專訪美國自由記者 Chris Horton，透過其新書觀點深化國際對台灣歷史、處境與政治身分的理解。

F、Taiwan Talks 獨家專訪美海軍退役少將 Mark Montgomery：烏克蘭政策轉向對美方台海介入意願的連動影響。

G、Taiwan Talks 獨家專訪 AIT 前理事會主席卜睿哲 (Richard Bush)：川普第二任期下台灣安全與經貿政策風險評估與因應。

H、Taiwan Talks 獨家專訪前美國國防部發言人、《Chinese Political Warfare》作者 Kerry K. Gershaneck：以海域活動／海纜事件解析中國灰色地帶「不戰而勝」與防範重點。

I、Taiwan Talks 獨家專訪前日本海上自衛隊幕僚長武居智久：台海衝突下日本可能角色與中國軍力擴張的區域風險警示。

J、Taiwan Talks 獨家專訪前美國駐緬甸大使 Derek Mitchell：中菲摩擦與菲美同盟連動，對南海升溫及台灣因應的影響。

K、Taiwan Talks 獨家專訪前美國國防部印太事務助理部長薛瑞福 (Randall Schriver)：日本「台海有事」效應與中共航母戰力提升對台美警示。

L、Taiwan Talks 獨家專訪前美國海軍陸戰隊上校 Grant Newsham：中日緊張下中國海上挑釁與輿論操作，對台防衛提醒。

M、解放軍「正義使命—2025」對台軍演：專訪 INDSR 沈明室，解析軍演可能與美對台軍售、日方「台灣有事」立場相關。

N、「漢光 41 號」演習現地紀實：專訪 Tony C.T. Hu、Mark Montgomery，深入探討灰色地帶戰爭對台威脅。

O、賴總統強化國防訊號：追蹤投書《華郵》、400 億美元國防特別預算與 M1A2T 部隊成軍；專訪楊太源解析嚇阻與佈局必要性。

- P、日台安全連動與中日緊張：聚焦高市早苗「台灣有事即日本有事」及賴清德聲援象徵；專訪蔡錫勳剖析日本對台政策與長期支持。
- Q、北京「九三大閱兵」與台灣敘事對照：報導賴清德忠烈祠談話，並追蹤美參院軍委會主席 Roger Wicker 等友台議員訪台動向。
- R、關鍵基礎設施與跨境民主威脅：解析海纜七法與國安風險，專訪曾怡碩；獨家專訪 EUDS 主席 Nathalie Loiseau 談俄中對民主的跨境威脅。
- S、六四 36 週年報導：在中國淡化／抹除背景下，擴大呈現台灣社會對民主自由的記憶與燭光守夜現場。
- T、達賴喇嘛 90 歲誕辰專題：報導「從雪山到海洋」人權特展，回顧李登輝接待達賴喇嘛，連結台藏在人權與民主價值的共鳴。
- U、DC Insiders 專訪 CSIS 高級顧問葛來儀：川習會後美中關係與台灣議題戰略意涵，評估灰色地帶升高下的台海風險。
- V、DC Insiders 專訪前 CIA 反情報分析師、Jamestown 研究員彼得·馬提斯 (Peter Mattis)：解析中國對台軍力與「戴維森窗口」，強調美方屬長期威脅評估、非戰爭預測。
- W、DC Insiders 專訪前副國務卿、前國防部印太安全事務助理部長薛瑞福 (Randy Schriver)：評估美國對台政策走向，點出防衛、韌性與盟友合作為穩台關鍵。
- X、DC Insiders 專訪 CSIS 副主任、印度與新興亞洲經濟講座主任 Erin Murphy：以海纜切入，剖析台灣科技／數位戰略地位與關鍵基礎設施風險。

(3)增加紀錄片規劃製作，包括紀實影片、人文藝術類、政經科技發展題材等多面向領域，透過自製、合製，購片等其他方式，增進與國內與國外紀錄片製作團隊合作經驗。透過技術開發擴充，強化產製符合數位影音特性及社群趨勢之內容。

- A、與新加坡知名製作公司 The Moving Visuals Co.、韓國媒體巨擘 CJ Media 共同合作，將以 CJ 旗下得獎節目《Hidden Gem》IP 製作台灣系列，介紹台灣不為人知美食文化背後的職人精彩故事給國際觀眾。
- B、與新加坡 Mediacorp 合作原創製作《Double Yummy》美食行腳節目，以雙方常見的共同食材，透過不同的料理風格，帶出兩地不同的歷史影響與文化底蘊。同時也是第一次推薦 TaiwanPlus《Wow!Taiwan》主持人周厚安和新加坡知名藝人 Yasminne 一起主持本節目。讓全球觀眾領略跨文化的美食與風味。完成後 MediaCorp 將透過其平台和 CNA 頻道觸及亞洲 29 個國家、中東與澳洲，並以發行方式擴散到全球媒體。
- C、與日本富士電視台合作的《May I Stay Tonight?》紀錄片，節目播出前的宣傳新聞稿全日本總共露出 74 篇，第 1 集在同時段收視率排名第 3 名，第 2 集(臺灣拍攝內容)則是同時段收視第 2 名；另外針對在大阪舉行的萬國博覽會，特別製作一集 2025 年大阪世界博覽會《Taiwan Pride》紀錄片，是台灣唯一記錄世博台灣館相關展覽和活動的紀錄片。同時鑑於富士電視台於日本境內與國際影響力，本案合作也提供 TaiwanPlus 精選節目內容 6 小時上架 Fuji TV 平台通路播映。
- D、與日本朝日電視台合作節目《Take a Walk With Jun》來台拍攝製作 10 週年特別節目，播出後收視率為同時段第 1 名；另一個《BooStar》是介紹臺灣新創產業，來台製作一週年特別節目，主持人內山教授對台灣的新創產業推崇備至，成績斐然。本案合作也提供 TaiwanPlus 精選節目內容 6 小時上架朝日電視台平台通路播映。
- E、透過台灣 Volos Films 與德國 Berlin Producers Media 和德法公共電視台 ARTE 共同合作有關台灣自然景色的《Uncovering Taiwan》紀錄片，走訪台灣的本島與外島，探索台灣豐富的山海與島嶼地景，包括玉山、陽明山、太魯閣、綠島、澎湖等處，介紹給德法公共電視台的國際觀眾。

F、和丹麥 DK4 電視台的合作團隊簽約，共同製作《The Bikeman In Taiwan》節目，將跟著丹麥冒險家和自行車愛好者的名主持人 Niel 環島騎行，體驗台灣令人驚嘆的風景，結識台灣人民，並深入了解台灣豐富的歷史、美食、傳統和現代生活。本案合作也成功爭取 TaiwanPlus 精選節目內容 6 小時上架 DK4 頻道播映，為此次合作之一大亮點。

G、和馬來西亞 8TV 合作節目《Taiwan Dekat Je》，節目將跟著馬來西亞 8TV 當家女主播王菁憶如何從自馬來西亞規劃來台，延伸至文化共鳴與各種異同的驚喜等的跨國旅遊節目。同時鑑於 8TV 於馬來西亞與東南亞的影響力，本合作案也提供 TaiwanPlus 精選節目內容 6 小時上架 8TV 平台通路播映。

H、首次與英國知名媒體公司 Fremantle 旗下亞洲知名製作公司 Beach House 合作《Order Up ! S2》系列。《Order Up!》是獲獎 IP 節目，由美國影集《菜鳥新移民 Fresh Off the Boat》台裔演員 Hudson Yang 擔綱主持，本次 TaiwanPlus 共同參與第二季節目的開發製作與推廣，Hudson Yang 將分別回到台灣與走訪加拿大，探尋兩地豐沛多元的美食文化。

I、製作與發布超過百支以台灣文化為主題之原創短影音，包括「台灣創意悠遊卡」、「台灣飯」、「台灣的聲音」等影片破百萬觀看。

J、完成平台新聞頁面全新改版，新增新聞主題事件即時更新專頁 (Live News) 功能，讓使用者能夠快速掌握最新的重大新聞事件；完成 TaiwanPlus TV App 建置，上架 Apple TV、Android TV、Roku 三大主流智慧連網電視平台，增加觀眾觸及並擴大平台影響力；網站與 App 增加 AI 個人化內容推薦功能，提升使用者操作體驗與影片觀看數。

(4)持續經營國際受眾，並拓展至國內觀眾與在台外籍人士，以量身打造的内容或服務，不斷提升 TaiwanPlus 能見度與影響力。

特別製作中華隊在競爭激烈的 Premier 12 國際錦標賽首次勇奪冠軍的紀錄片，影片特別訪問總教練、球星、以及相關情蒐人員，揭曉奪冠背後的團隊付出，上架 YouTube 頻道不久，瀏覽數馬上衝破 20 萬次，是 114 年下半年表現最佳的紀錄片。

國會頻道轉播

國會頻道轉播前年度執行成果如下：

- (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)114 年國會頻道網站正式取得無障礙認證標章，真正落實數位人權，讓身心障礙者藉著電腦與行動裝置打開國會大門，使更多不同族群能夠輕鬆參與公共議題。
- (6)自 2017 年開播，至 2025 年 12 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 5,213 萬人次。
- (7)國會頻道官網的流量，從 107 年全年流量為 3.9 萬，到 114 年全年流量已提升到 41.5 萬，成長 10.64 倍，累計官網總流量達 205 萬。
- (8)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 114 年總觀看人數是 141 萬，成長 19.58 倍，累計總觀看人數達 583 萬。

文化部捐補助計畫

文化部補助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」；10 月 4 日簽訂第二次變更協議書，新增第五期查核時間點為 114 年 8 月 29 日。

本計畫現已結案。公視完成「IP 遠端遙控作業系統」、「專業型片庫擴充」、「公視+直播服務與設備擴充計畫」，以及「超高畫質節目製作:8K 攝影機暨播放設備」採購案。超高畫質生活行腳人文節目《浩克慢遊》(第六季)10 小時、(第七季)8 小時；大型互動節目《哈囉！你給問嗎？》60 小時；人文紀實節目《藝術很有事》(第六季)8 小時、《我在工場拍拍手》(第二季)4 小時、(第三季)2 小時；5G 世代影視內容《不在我的世界當勇者》10 小時；外景綜藝及實境節目《二呆流浪記之完全大人手冊》13 小時、《歐吉桑騎士 關於阿順阿忠的中年危機》13 小時；連續劇《不夠善良的我們》8 小時、《化外之醫》11 小時；紀錄片《漂流之海》1 小時；PTS & NHK 國際合製《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》1 小時，總計 149 小時節目。並完成陳芯宜導演之 VR《雲在兩千米》、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、8K 拍攝與後製經驗分享教育訓練、8K 實務工作坊、AI 時代的全球公共廣電機會與挑戰國際研討會等活動，各年度績效指標均順利達成目標。

其中，《化外之醫》榮獲 2025 全球 OTT 大獎(Global OTT Awards)「最佳亞洲內容」(Best Asian Contents)；《雲在兩千米》VR 榮獲 2025 第 82 屆威尼斯影展「沈浸式內容競賽」(Venice Immersive-In Competition)威尼斯沈浸大獎 Venice Immersive Grand Prize 以及 2025 高雄電影節「XR DREAMLAND」國際競賽單

元 XR 金火球大獎；《不夠善良的我們》榮獲 2024 亞洲內容大獎暨全球 OTT 大獎(Asia Contents Awards & Global OTT Awards) 最佳主角 (Best Lead Actor)：林依晨以及 2024 亞洲內容大獎暨全球 OTT 大獎(Asia Contents Awards & Global OTT Awards) 最佳歌曲 (Best Song)；《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》榮獲 2024 Lumiere Japan Awards 8K 部門優秀作品賞。

(2) 5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(114 年)

本計畫依據文化部補助財團法人公共電視文化事業基金會辦理之「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫 (114 年) 契約書」進行執行。原計畫為 114 年單一年度計畫，結案時間原訂為 114 年 8 月 29 日。然而，本案簽約時間為 114 年 5 月 19 日（文影字第 1143014027 號），預算數亦於 6 月 13 日經立法院三讀通過，使得自簽約至原定結案時間間隔不足四個月。雖本會已加速資本門採購及節目製作，但外景實境節目、國際合製跨域應用版本及資本門採購等項目，因製作及採購特性、難度及節目整體完整性因素，在短期內難以完成。

因此，本計畫經申請，第三期結案時間延至 114 年 12 月 19 日，以利各項工作順利完成。對應修正內容包括企劃書第 67 至 69 頁「伍、計畫時程與工作內容」的期程，以及第 70 頁「陸、工作項目與查核點」第三期查核時間，同時依契約書規定修正第二期查核點。

在第三期請款時，本會檢附經會計師簽證之整體計畫執行收支明細表及決算報告，其中含補助款所產生之利息及其他衍生收入所完成之項目。

(3) 執行 112 年公共電視臺語頻道營運契約

公視辦理「112 年公共電視臺語頻道營運」，112 年度企畫書預計製作總時數為 2,234 小時，實際製作總時數為【2,455】小時。

項次	節目類型	112 補助款結案 時數統計	
		112 年度企畫書 (應完成時數)	(實際完成時數)
1-1	新聞 (Daily)	1,288	1,379.5
1-2	新聞節目	313	327.5
1-3	兒少節目	113	122
1-4	文化/藝術	173	226
1-5	生活/綜合	207	227
1-6	其他類型	141	173
總計		2,234	2,455

全案已依據「112 年公共電視臺語頻道營運」契約，於期限內辦理第四期請款作業，並按「112 年公共電視臺語頻道營運」契約書第二條（四）之規定，提出結案報告，全案已完成結案。

(4) 114 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) Taiwan Talks 入圍亞洲電視大獎 ATA 最佳新聞節目獎，Connected On TaiwanPlus 主持人 Divya 入圍 ATA 最佳主持人獎，以及 AIB 年度主持人獎。
- (b) Connected 節目製作之「巴勒斯坦棒球隊在台灣」獲提名角逐 2024 年 AIPS 體育媒體大獎。
- (c) 記者南下採訪鳳凰颱風災情，花蓮泥人救援 reel 在臉書上累計有 178 萬人觀賞，並提供相關影音畫面分享給 CNN、ENEX 等外媒，CNN 即在新聞中使用 TaiwanPlus 畫面。
- (d) 澳洲 ABC 要求授權本平台一段關於中國認知作戰之新聞連線畫面，供「After the Fact」節目使用。
- (e) 駐加拿大臺北經濟文化代表處使用 TaiwanPlus 新聞影片，

並加註中文字幕在臉書上分享，波士頓代表處亦提出要求希望未來也能分享 TaiwanPlus 新聞影片。

(f)割蘿蔔外電譯站 Global News For Taiwan 把 Taiwan Talks「中國戰士在烏克蘭累積戰爭經驗，對台灣有何影響？」整集節目翻譯成中文，內容大獲好評，有超過 400 次分享。

(g)美國 PBS Newshour 製作台灣軍事韌性相關新聞，使用 TaiwanPlus 提供之台灣國軍訓練畫面。

(h)Taiwan Talks 討論南韓相關議題，有超越 22 萬訂閱的南韓 YT 軍事頻道 Kevin's Military Channel:KKMD！翻譯成韓文引用。

(i)接待海地駐台大使 Roudy Stanley Penn 與美國前眾議員 Scott Murphy 在內的兩團 Political Tours，前來 TaiwanPlus 參訪，介紹 TaiwanPlus 新聞部運。

(j)台灣雙十節當天，CNN 使用 TaiwanPlus 協助提供的國慶遊行與煙火畫面。

(k)傳統基金會研究員 Michael Cunningham 來訪，商討未來合作方案，並安排 TaiwanPlus 採訪團隊前往美國華府報導美國總統川普就職典禮時，專訪傳統基金會學者葉望輝。

(l)美國前副總統彭斯來台訪問，公開表明美國挺台立場，TaiwanPlus 為少數前往採訪之媒體，自由時報與台視皆洽詢授權使用畫面。

(m)Zoom In Zoom Out 節目專訪重要國內外來賓，如 10 月薛瑞福(Randy Schriver)訪台期間專訪、奧運金牌拳擊手林郁婷書籍專訪及花蓮光復災後重建等涉及外交政經、在地人物特寫等多元議題。

B、台灣文化與新聞內容提升

(a)新聞諮詢小組課程六月起，每月至少兩次，由自由亞洲電台事實查核中心主任李志德與中央社總編輯王思捷輪流分享討論。

- (b)平台文字記者參加 CNN 台北 Workshop，由主播 Kristie Lu Stout 與製作人 Eric Cheung 主講，分享主播與製作人之專業技巧與實戰經驗。
- (c)記者跟拍今年的大甲媽祖遶境，完成全長 23 分鐘之紀錄片，上架官網與 YouTube。
- (d)前進大阪世博會，實地採訪報導展示台灣科技實力的「Tech World 館」。
- (e)善用客語台、臺語台新聞素材重製為英文版，向國際社會推廣台灣在地文化與客家文化。
- (f)政大徐美苓教授為新聞部同仁舉辦「Covering Taiwan For Int'l Audiences」講座，以個案方式討論如何處理爭議新聞。
- (g)Connected 陸正專題受到台灣冤獄平反協會的「平冤年度新聞獎」肯定，獲得影響組深度類佳作。
- (h)政論家暨英文《台北時報》創辦人江春男，分享台灣在國際輿論場域中所面臨之挑戰與機會；前自由亞洲電台總編輯、歪腦網路雜誌(WhyNot Media)創辦人李弘敏，分享歪腦內容策略，以視覺與影像為核心新聞表達手法。
- (i)新聞部教育訓練課程：TVBS 前副總詹怡宜受邀分享，如何用影像說個有力道的故事。
- (j)持續以「數位先行」概念於社群發布針對社群用戶的社群內容，包括推廣台灣文化與台灣意識之原創直式短片與重製節目內容二創短片。

C、影視國際交流與推廣

- (a)本年度獲獎內容呈現多元發展趨勢，除過往屢獲肯定的紀錄與紀實類型作品外，藝文表演類型節目亦展現強勁競爭力，成為本年度的重要亮點；多檔節目受到歐美影展青睞，入選或獲獎之影展包括斯洛伐克 Europe Music Video Awards、柏林 Film Haus 影展、義大利 Moon Arts Film Festival，以及北美 Global Film and Music 影展與

Lunenburg Doc Fest。

- (b)114 年度總共榮獲 10 項獎項、26 項提名，並有 4 項作品入選影展，包括紐約電視獎 (New York Festivals)、亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards)、亞洲電視獎 (Asian Television Awards)、亞洲影視內容大獎 (ContentAsia Awards)、美國好萊塢 The Taste Awards，以及第 60 屆電視金鐘獎，皆屬具高度指標性的國際級電視與影視獎項。
- (c)介紹台灣酒品文化為主軸的節目《Taiwan on the Rocks》入圍第 60 屆電視金鐘獎主持人獎項，並於美國好萊塢 The Taste Awards 榮獲三項大獎，以素食餐廳為主題的《Veggie Island》系列同樣於該獎項獲得肯定的。
- (d)金鐘獎導演符昌鋒領銜創作之紀錄片系列《Deep Current: The Architecture of Taiwan》，於第 60 屆電視金鐘獎獲得節目類攝影獎，亦榮獲亞洲影視內容大獎 (ContentAsia Awards)「最佳亞洲製作紀實節目獎 (亞洲區域／國際市場)」金獎殊榮。
- (e)《Taiwan in Motion》文化奧運表演者紀錄片系列，榮獲美國 Zepstone International Film & Music Festival「最佳紀錄短片」金獎殊榮。

D、美國、印太與大洋洲地區頻道落地與網路觸達

- (a)強化 TaiwanPlus 優質內容的曝光度，除透過海外頻道落地與節目授權，擴張品牌與節目的能見度，已完成美國旅館、馬來西亞、印度、帛琉與馬紹爾群島落地。
- (b)透過國際節目授權到國際媒體與平台，以接觸到不同收視習慣的國際觀眾。114 年度已成功完成將 158 部影片，曝光於包括中華、長榮、星宇、紐西蘭航空以及 Mediacorp 等共 7 個國際平台。
- (c)藉由數位廣告精準行銷之特性，於各大社群平台上推廣 TaiwanPlus 優質內容，114 年度成功觸及超過一千萬人次。

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(公共電視台、公視臺語台)、CH30(小公視、客家電視台)，2025 年 1 月 1 日～2025 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、2025 年播出連續劇（口述影像版）節目共 2 部，20 小時、幕後紀實 1 部，1 小時：

(a)村裡來了個暴走女外科(口述影像版)(每集 60 分鐘)

(b)村裡來了個暴走女外科幕後紀實(口述影像版)(每集 60 分鐘)

(c)火神的眼淚(口述影像版)(每集 60 分鐘)

B、2025 年播出公視表演廳(口述影像版)節目共 1 部，1.5 小時：

(a)公視表演廳-大風吹什麼(口述影像)(90 分鐘))

C、2025 年播出實境節目(口述影像版)節目共 1 部，5 小時：

(a)阮三个(口述影像)(5 集 x60 分鐘)

D、2025 年播出紀錄片節目(口述影像版)節目共 3 部，12 小時：

(a)我在工場拍拍手(口述影像)(8 集 x30 分鐘)

(b)群山之島與不去會死的他們(口述影像)(4 集 x60 分鐘)

(c)群山之島與不去會死的他們 2(口述影像)(4 集 x60 分鐘)

E、2025 年播出兒少節目(口述影像版)節目共 3 部，13.5 小時：

(a)什麼都沒有雜貨店（口述影像）(6 集 x15 分鐘)

(b)金孫任務(口述影像)(8 集 x60 分鐘)(小公視)

(c)換個爸媽過幾天(口述影像)(4 集 x60 分鐘)(小公視)

F、2025 年 1 月～12 月播出總時數為 168.5 小時，其中新播時數 53 小時，首播時數 59.5 小時，重播時數 109 小時，如表 1 所示。播出頻道與時段，如表 2 所示。

【表 1】2025 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
53	59.5	109	168.5
31.45%	35.31%	64.69%	--

【表 2】2025 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
村裡來了個暴走女外科(口述影像)	公共電視	2024/12/30-2025/1/21(一至三)2300	新播
村裡來了個暴走女外科幕後紀實(口述影像)	公共電視	2025/11/8(六)0503	新播
火神的眼淚(口述影像)	公共電視	2025/3/25-4/15(一至三)2300	新播
當我們同在一起(口述影像版)	公共電視	2025/4/16(三)0900、隔日凌晨 0200	
含苞欲墜的每一天(口述影像)	公共電視	2025/4/16-4/29(一至三)2300	
登台(口述影像)	公共電視	2025/4/17(四)0900、隔日凌晨 0230	
紅鼻子與小女孩(口述影像版)	公共電視	2025/4/18(五)0900、隔日凌晨 0200	
青苔(口述影像版)	公共電視	2025/4/21(一)0900、隔日凌晨 0200	
當你微笑時(口述影像版)	公共電視	2025/4/24(四)0900、隔日凌晨 0200	
關老爺(口述影像版)	公共電視	2025/4/28(一)0900、隔日凌晨 0200	
夏風(口述影像版)	公共電視	2025/5/5(一)、6/4(三)0900	
小孩(口述影像版)	公共電視	2025/5/8(四)0900	
衣櫃裡的貓(口述影像版)	公共電視	2025/5/9(五)0900	
野模(口述影像)	公共電視	2025/5/13(二)0900	
我們與惡的距離(口述影像)	公共電視	2025/5/14-6/4(一至三)2300	
海豬仔(口述影像版)	公共電視	2025/5/16、7/11(五)0900	
希望之鑽(口述影像版)	公共電視	2025/5/19(一)0900	
愛情替聲(口述影像版)	公共電視	2025/5/20(二)0900	
征子(口述影像版)	公共電視	2025/5/21(三)0900	

劇 名	播出頻道	播出時間	備註
靠近(口述影像版)	公共電視	2025/5/22(四)、6/11(三)0900	
阮三个(口述影像)	公共電視	2025/5/25-6/22(日)1800	新播
麥田投手(口述影像版)	公共電視	2025/5/27(二)、7/10(四)0900	
十七號出入口(口述影像)	公共電視	2025/5/29(四)0900	
曖昧時代(口述影像版)	公共電視	2025/6/2(一)0900	
麻醉風暴(口述影像)	公共電視	2025/6/2-6/4(一至三)1400、1500	
桔醬的滋味(口述影像)	公共電視	2025/6/6(五)0900	
麻醉風暴 2(口述影像)	公共電視	2025/6/5-6/13(一至五)1400、1500	
我在工場拍拍手(口述影像)	公共電視	2025/6/7-8/2(六)1730	新播
靠近(口述影像版)	公共電視	2025/5/22(四)、6/11(三)0900	
仲夏夜府城(口述影像版)	公共電視	2025/6/16(一)0900	
比利時賽鴿基金(口述影像版)	公共電視	2025/6/17(二)0900	
無敵戰艦協和號(口述影像版)	公共電視	2025/6/18(三)0900	
母親練習曲(口述影像版)	公共電視	2025/6/20(五)0900	
事事達人(口述影像版)	公共電視	2025/6/23(一)0900	
人生浣腸(口述影像)	公共電視	2025/6/25(三)0900、隔日 0245	
愛情的盡頭(口述影像版)	公共電視	2025/6/27(五)0900	
失業陣線聯盟(口述影像版)	公共電視	2025/6/30(一)、7/8(二)0900	
數到十，讓我變成沈曉旭(口述影像)	公共電視	2025/7/1(二)0900	
銀河戰士特訓班(口述影像)	公共電視	2025/7/2(三)0900	

劇 名	播出頻道	播出時間	備註
AR 盜夢事件(口述影像)	公共電視	2025/7/3(四)0900	
家事提案(口述影像版)	公共電視	2025/7/4(五)0900	
失業陣線聯盟(口述影像版)	公共電視	2025/6/30(一)、7/8(二)0900	
找到(口述影像版)	公共電視	2025/7/9(三)0900	
什麼都沒有雜貨店 (口述影像)	公共電視	2025/8/9-8/23(六)1730-1745	新播
	小公視	2025/5/30(五)1300 7/13-7/27(六、日)1330	
群山之島與不去會死的他們(口述影像)	公共電視	2025/8/10-8/31(日)1700	新播
群山之島與不去會死的他們2(口述影像)	公共電視	2025/9/7-9/28(日)1700	新播
大風吹什麼(口述影像)	公共電視	2025/10/25(六)2300	新播
浩克慢遊(口述影像)	公共電視	2025/11/2-12/7(日)1800	
金孫任務(口述影像)	公共電視	2025/11/8-12/27(六)1500	新播
換個爸媽過幾天(口述影像)	小公視	2025/12/6-12/27(六)1200、隔日凌晨0100	新播

(2)節目製播現況－聽障類

公視基金會營運各頻道－CH26(公共電視台、公視臺語台)、CH30(小公視、客家電視台)，2025 年 1 月 1 日～2025 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)

公共電視台：1-3 月週六 16:30 首播、週日凌晨 5:00 重播。

6-12 月週一至週五凌晨 4:00。

(b)公視手語新聞(每集 30 分鐘，每月約播出 20 小時)

公共電視台：週一至週五 8:00。

B、服務聽障觀眾含「表情字幕」的節目：

2025 年服務聽障觀眾含「表情字幕」節目之執行成果：

(a)已完成並播出「極樂世界 3」(4 集/4 小時)，為擴大服務，亦同步在 YouTube 頻道播出。

(b)已完成「極樂世界之好好出門」(5 集/2.5 小時)；預計 2026 年完成並播出(10 集/5 小時)，亦同步在 YouTube 頻道播出。

(二)上年度已過期間預算執行情形(截至115年6月30日止執行情形)

1. 勞務收入執行數 2 億 9,605 萬 8 千元，較預計數 6,610 萬 4 千元，增加 2 億 2,995 萬 4 千元，約 347.87%，主要係文化部補助「115 年國際影音平台營運與影音內容製作案」配合進度辦理所致。
2. 銷貨收入執行數 4,531 萬 9 千元，較預計數 4,465 萬 2 千元，增加 66 萬 7 千元，約 1.49%。
3. 受贈收入執行數 1,819 萬 1 千元，較預計數 2,410 萬 9 千元，減少 591 萬 8 千元，約 24.55%，主要係公視之友捐款不如預期所致。
4. 政府補助基本營運收入執行數 15 億 8,064 萬 1 千元，與預計數 15 億 8,064 萬 1 千元相同。
5. 其他業務收入執行數 932 萬 5 千元，較預計數 901 萬 5 千元，增加 31 萬元，約 3.44%。
6. 財務收入執行數 2,227 萬 4 千元，較預計數 1,818 萬元，增加 409 萬 4 千元，約 22.52%，主要係資金存量較預期增加所致。
7. 其他業務外收入執行數 161 萬 1 千元，較預計數 55 萬元，增加 106 萬 1 千元，約 192.91%，主要係中華電信等行動共構分攤電費及增加 Vtuber 演唱會門票收入所致。
8. 勞務成本執行數 14 億 4,904 萬 1 千元，較預計數 12 億 8,308 萬 9

千元，增加 1 億 6,595 萬 2 千元，約 12.93%，主要係文化部補助「114 年國際影音平台營運與影音內容製作案」展延跨年度執行及臺語台執行 114 年保留數所致。

9. 銷貨成本執行數 3,764 萬 1 千元，較預計數 3,230 萬 9 千元，增加 533 萬 2 千元，約 16.50%，主要係結算分成權利金支出較預計增加所致。
10. 管理費用執行數 2 億 5,236 萬 1 千元，較預計數 2 億 6,492 萬 4 千元，減少 1,256 萬 3 千元，約 4.74%。
11. 其他業務支出執行數 208 萬 5 千元，較預計數 50 萬元，增加 158 萬 5 千元，約 317.00%，主要係認列火災報廢資產損失所致。
12. 其他業務外支出支出 1 億 4,417 萬 4 千元，較預計數 8,363 萬 2 千元，增加 6,054 萬 2 千元，約 72.39%，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 8,811 萬 7 千元，較預計賸餘數 7,879 萬 7 千元，增加賸餘 932 萬元，約 11.83%，主要係撙節管理費用數增加所致。

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116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	%	
4,520,049	100.00	收入	4,466,658	100.00	3,991,432	100.00	475,226	11.91	
4,459,405	98.66	業務收入	4,424,558	99.06	3,953,332	99.04	471,226	11.92	
1,343,871	29.73	勞務收入	930,610	20.83	935,213	23.43	-4,603	-0.49	
104,101	2.30	銷貨收入	146,918	3.29	164,800	4.13	-17,882	-10.85	
51,260	1.13	受贈收入	70,000	1.57	70,000	1.75	-	-	
2,940,991	65.07	政府補助基本營運收入	3,259,107	72.97	2,764,631	69.26	494,476	17.89	
19,182	0.42	其他業務收入	17,923	0.40	18,688	0.47	-765	-4.09	
60,644	1.34	業務外收入	42,100	0.94	38,100	0.95	4,000	10.50	
47,971	1.06	財務收入	41,000	0.92	37,000	0.93	4,000	10.81	
12,673	0.28	其他業務外收入	1,100	0.02	1,100	0.03	-	-	
4,725,655	104.55	支出	4,716,249	105.59	4,232,222	106.03	484,027	11.44	
4,499,538	99.55	業務支出	4,513,545	101.05	4,064,958	101.84	448,587	11.04	
3,909,634	86.50	勞務成本	3,920,363	87.77	3,464,668	86.80	455,695	13.15	
69,192	1.53	銷貨成本	44,578	1.00	52,567	1.32	-7,989	-15.20	
520,663	11.52	管理費用	547,604	12.26	546,723	13.70	881	0.16	
49	0.00	其他業務支出	1,000	0.02	1,000	0.02	-	-	
226,117	5.00	業務外支出	202,704	4.54	167,264	4.19	35,440	21.19	
226,117	5.00	其他業務外支出	202,704	4.54	167,264	4.19	35,440	21.19	
-	-	所得稅費用	-	-	-	-	-	-	
-205,606	-4.55	本期短絀	-249,591	-5.59	-240,790	-6.03	-8,801	3.66	
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		
-205,606		本期賸餘(短絀)	-249,591		-240,790		-8,801		
193,731		折舊及攤銷費用(排除不影響餘絀計算之折舊及攤銷費用)	184,799		193,605		-8,806		
-11,875		折舊攤銷前賸餘(短絀)	-64,792		-47,185		-17,607		

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 116 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	-249,591	
利息股利之調整	-41,000	
未計利息股利之稅前短絀	-290,591	
調整非現金項目		
折舊及攤提	184,799	
資產處分及報廢損失	1,000	
採權益法認列之投資損失	202,704	
資產及負債項目之變動		
減少應收款項	32,443	
增加預付款項	-72,551	
增加其他流動資產	-75,840	
增加應付票據及帳款	11,059	
增加應付費用	16,421	
增加其他應付款	320	
減少負債準備	-3,307	
減少預收款項	-60,441	
增加其他流動負債	24,661	
未計利息股利之現金流入	-29,323	
收取利息	41,000	
業務活動之淨現金流入	11,677	

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116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	-191,035	
增加無形資產及其他資產	-22,353	增加遞延費用20,853千元； 增加存出保證金1,500千元。
減少流動金融資產及短期墊款	100,000	
投資活動之淨現金流出	-113,388	
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	5,627	增加存入保證金5,627千元。
增加基金及公積	107,550	增加捐贈基金107,550千元。
籌資活動之淨現金流入	113,177	
現金及約當現金之淨增	11,466	
期初現金及約當現金	1,233,594	
期末現金及約當現金	1,245,060	
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	197,550	
加：期初其他應付款	46,844	
減：期末其他應付款	-53,359	
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	191,035	

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116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	5,851,341	107,550	5,958,891	
創立基金	2,297,375	-	2,297,375	
捐贈基金	3,549,042	107,550	3,656,592	一、文化部捐贈 1. 公視兒少節目內容產製1,300萬元。 2. 臺語台600萬元。 二、文化部補助 1. AI創新應用服務計畫500萬元。 2. 國際影音平台營運與內容製作4,555萬元。 三、客委會捐贈 客家電視台3,800萬元。
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	-5,562,282	-249,591	-5,811,873	
累積短絀	-5,562,282	-249,591	-5,811,873	
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	6,718,994	-142,041	6,576,953	

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116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
4,459,405	業務收入	4,424,558	3,953,332	
1,343,871	勞務收入	930,610	935,213	
1,131,857	遞延政府捐助收入轉 捐贈收入	785,473	791,366	116年度編列文化部補助AI創新應用服務計畫2,602萬3千元、國際影音平台營運與內容製作7億5,945萬元。
87,473	國會頻道轉播收入	93,137	91,847	116年度編列國會頻道9,313萬7千元。
17,880	活動收入	15,000	15,000	
106,661	代製節目收入	37,000	37,000	
104,101	銷貨收入	146,918	164,800	1. 公視1億3,701萬8千元，因版權收入減少，減編販售收入2,338萬2千元。
104,101	販售收入	146,918	164,800	2. 臺語台890萬元。 3. 客家電視台100萬元。
51,260	受贈收入	70,000	70,000	
51,260	公私機構、團體或個人捐贈	70,000	70,000	
2,940,991	政府補助基本營運收入	3,259,107	2,764,631	
2,859,728	政府捐贈	3,185,117	2,685,750	1. 文化部捐贈 公共電視臺營運9億元、 兒少節目內容產製5億8,700萬元、 公廣集團影視內容深耕及續航計畫 5億26萬7千元、 臺語台營運6億3,585萬元。 2. 客委會捐贈 客家電視台營運5億6,200萬元。
81,263	有線廣播電視事業發展基金捐贈	73,990	78,881	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。 116年度編列7,399萬元。

財團法人公共電視文化事業基金會

收 入 明 細 表

中華民國116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
19,182	其他業務收入	17,923	18,688	
17,806	租金收入	17,923	18,688	
1,376	廣告收入	-	-	
60,644	業務外收入	42,100	38,100	
47,971	財務收入	41,000	37,000	
47,971	孳息收入	41,000	37,000	因資金存量調升增編孳息收入400萬元。 (含客家電視台300萬元及臺語台600萬元)
12,673	其他業務外收入	1,100	1,100	
12,673	雜項收入	1,100	1,100	為不屬上項收入之其他各式雜項收入。(含臺語台10萬元)
4,520,049	總 計	4,466,658	3,991,432	

註：1. 文化部補助AI創新應用服務計畫資本支出500萬元。

2. 文化部補助國際影音平台營運及內容製作資本支出4,555萬元。

3. 文化部捐贈兒少節目內容產製資本支出1,300萬元及臺語台營運資本支出600萬元。

4. 客委會捐贈客家電視台營運資本支出3,800萬元。

財團法人公共電視文化事業基金會

支 出 明 細 表

中華民國116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
4,499,538	業務支出	4,513,545	4,064,958	勞務成本本年度預算數39億2,036萬3千元，較上年度預算數34億6,466萬8千元，增加4億5,569萬5千元，主要係 1. 公視節目製播增加4億6,980萬8千元， 2. 客家電視台節目製播減少2,954萬7千元， 3. 臺語台節目製播增加2,598萬4千元， 4. 國際影音平台營運與內容製作減少1,055萬元。
3,909,634	勞務成本	3,920,363	3,464,668	
1,829,007	公視節目製播	2,015,743	1,545,935	
542,341	人事費	591,795	580,796	
1,154,826	業務費	1,312,826	837,993	
131,840	折舊及攤提	111,122	127,146	
654,579	客家電視台節目製播	534,190	563,737	
95,093	人事費	118,210	116,642	
558,417	業務費	413,441	445,201	
1,069	折舊及攤提	2,539	1,894	
785,406	臺語台節目製播	610,980	584,996	
100,726	人事費	133,646	134,942	
683,780	業務費	471,566	445,981	
900	折舊及攤提	5,768	4,073	
640,642	國際影音平台營運與內容製作	759,450	770,000	
204,873	人事費	235,720	235,500	
435,769	業務費	523,730	534,500	
-	折舊及攤提	-	-	
69,192	銷貨成本	44,578	52,567	銷貨成本本年度預算數4,457萬8千元，較上年度預算數5,256萬7千元，減少798萬9千元。
69,192	公視節目製播	44,578	52,567	
15,042	人事費	20,899	18,707	
54,150	業務費	23,679	33,860	
-	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116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
520,663	管理費用	547,604	546,723	管理費用本年度預算數5億4,760萬4千元，較上年度預算數5億4,672萬3千元，增加88萬1千元，主要係 1. 公視節目製播減少818萬2千元， 2. 客家電視台節目製播增加404萬7千元， 3. 臺語台節目製播增加501萬6千元。
460,044	公視節目製播	475,924	484,106	
283,702	人事費	300,320	301,942	
116,482	業務費	114,943	122,370	
59,860	折舊及攤提	60,661	59,794	
26,452	客家電視台節目製播	31,810	27,763	
10,467	人事費	11,229	11,490	
15,985	業務費	15,963	15,663	
-	折舊及攤提	4,618	610	
34,167	臺語台節目製播	39,870	34,854	
8,224	人事費	10,534	9,908	
25,882	業務費	29,245	24,858	
61	折舊及攤提	91	88	
49	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。
49	其他損費	1,000	1,000	
226,117	業務外支出	202,704	167,264	業務外支出本年度預算數2億270萬4千元，較上年度預算數1億6,726萬4千元，增列3,544萬元，係其他業務外支出增加3,544萬元，為採權益法認列受贈華視長期股權投資損失。
226,117	其他業務外支出	202,704	167,264	
226,117	採權益法認列之投資損失	202,704	167,264	
4,725,655	總計	4,716,249	4,232,222	

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116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	2,536,245	
	1			行政管理	行政部、 秘書室及 稽核室	132,486	
		1		行政維持		45,032	
			1	人事費-管理費用		37,549	
			1	薪資		27,256	薪資27,256千元：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		3,951	員工34名年終獎金3,951千元。
			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		3,262	保險費3,262千元： 1. 勞保費1,788千元，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1,474千元，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		2,276	退休金2,276千元：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		7,483	
			1	租金		1,320	宜蘭、花蓮及三義轉播站用地及鐵塔等及公務車租金1,320千元。
			2	文具用品		390	文具紙張222千元及影印費168千元。
			3	運費		3	急送文件快遞運費3千元。
			4	郵電費		189	郵資30千元及電話費159千元。
			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116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	2,100	大樓外包清潔、外牆清洗、污水處理消毒、清潔用品，合計2,100千元。
			28	燃料費		180	小車4部、大車4輛及OB車發電機用油共計180千元。
			29	其他		276	其他雜項費用276千元。
			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		60	辦公器具養護費年需60千元。
			36	資訊設備養護費		336	無紙化系統及會計系統維護336千元。
			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		42,639	
		2		業務費-管理費用		10,347	
			7	水電瓦斯費		3,243	水費243千元、電費3,000千元。
			8	保險費		2,236	1. 房屋器材設備保險費1,916千元。 2. 公務車輛保險費320千元。
			11	稅捐證照		234	公務車牌照稅及燃料稅等234千元。
			13	管理費		2,207	保全費用2,160千元、消防及建物等安檢費用47千元，合計2,207千元。
			33	車輛及辦公器具養護費		600	公務車輛、SNG及OB車年度維護600千元。
			34	設施及機儀設備養護費		827	A. B. C棟電梯委外維護827千元。
			35	房屋建築修繕費		1,000	辦公房舍修繕費1,000千元。
		3		折舊及攤提-管理費用		31,557	提列設備折舊及軟體攤提31,557千元。
		3		折舊及攤提-勞務成本		735	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735千元。

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116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	3,063	
		2		業務費-管理費用		3,063	
			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		2,900	A.B.C棟大樓水電、空調、消防等維護， 全年度費用2,900千元。
	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1,510千元、旅遊補助 2,718千元、托兒津貼731千元、婚喪津貼 137千元。
		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		25,136	
		1		人事費-管理費用		21,774	
			1	薪資		16,893	薪資16,893千元：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		2,315	年終獎金2,315千元：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		1,467	保險費1,467千元： 1. 勞保費586千元，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881千元，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		1,099	退休金1,099千元：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116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	3,362	
			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		25	董、監事會議資料及公關禮品等快遞費25千元。
			4	郵電費		95	業務執行電話費85千元及郵資10千元。
			9	業務聯繫費		600	業務餐費200千元、公關費400千元。
			19	勞務費		1,180	董事、監察人及其他會議出席費680千元、稽核室內控資訊安全委外顧問費400千元、法律諮詢服務費100千元。
			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		225	國內交通膳雜費225千元。
	6			公視兒少節目 內容產製		5,646	
		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		5,200	
			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		4,858	辦公大樓水電中控保全電梯空調等設施養護4,858千元。
	7			AI創新應用服務 計畫		1,500	
		2		業務費-勞務成本		1,500	辦理AI創新應用服務計畫行政維運1,500千元。

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116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	186,194	
	1			人事費-勞務成本		41,117	
		1		薪資		10,827	
			1	薪資		8,196	薪資8,196千元：公行部員工11名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		1,120	員工11名年終獎金1,120千元。
			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		948	保險費948千元： 1. 勞保費531千元，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417千元，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		508	退休金508千元：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		28,405	
		1		薪資		20,987	薪資20,987千元：公行部員工27名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		2,886	員工27名年終獎金2,886千元。
			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		2,338	保險費2,338千元： 1. 勞保費1,257千元，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1,081千元，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		1,919	退休金1,919千元：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116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		267	提列設備折舊及軟體攤提267千元。
		3		折舊及攤提-勞務成本		107	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107千元。
	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116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	2,793	
				業務費-管理費用	行銷部	2,793	
			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		1,375	公視之友月刊、教服刊物文宣、日誌等1,375千元。
			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		466	記者會場地及器材設備、車輛等租金466千元。
			3	運費		3	急送文件及公關宣傳資料快遞運費3千元。
			4	郵電費		45	電話費及郵資45千元。
			6	廣告費		150	節目宣傳廣告150千元。
			8	保險費		35	記者會保險費35千元。
			9	業務聯繫費		130	記者聯誼及採訪餐費等130千元。
			19	勞務費		400	宣傳攝影及活動工作人員400千元。
			20	伙食費		250	記者會茶點及活動餐費250千元。
			25	材料費		231	活動紀念品80千元及佈景道具等151千元。
			29	其他		18	其他雜項費用18千元。
			38	國內旅費		190	公關宣傳活動國內差旅費190千元。

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116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	2,123	
		2		業務費-勞務成本	行銷部	2,123	
			1	租金		190	行銷業務推展活動場地、器材設備、佈景道具及車輛租金190千元。
			2	文具用品		33	影印費33千元。
			4	郵電費		210	業務通訊費210千元。
			6	廣告費		50	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50千元。
			8	保險費		8	代製案外景人員及國外拍攝器材保險費8千元。
			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		18	契約印花稅18千元。
			19	勞務費		1,000	代製節目製作及活動辦理費1,000千元。
			25	材料費		100	企業贊助之視聽產品製作材料費100千元。
			27	權利金		130	企業贊助指定節目播映費等130千元。
			38	國內旅費		310	國內標案及尋求企業贊助洽商差旅費310千元。
	8			公視兒少節目	公服暨	41,262	
				內容產製	行銷部		
		1		人事費-勞務成本		4,437	
			1	薪資		3,283	薪資3,283千元：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		355	保險費355千元： 1. 勞保費195千元，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116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	4,910	
			1	薪資		3,731	薪資3,731千元：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		420	保險費420千元： 1. 勞保費240千元，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180千元，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		210	退休金210千元：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		25,773	
			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		1,890	國內標案及尋求企業贊助洽商差旅費1,890千元。
		2		業務費-管理費用		6,142	公視之友1,680千元、服務活動810千元及公開宣傳3,652千元。
			1	租金		995	記者會場地及器材設備、車輛等租金995千元。
			3	運費		114	1. 公視之友招募贈品寄運費80千元。 2. 教服遊戲本寄運費32千元。 3. 急送文件及公關宣傳資料快遞運費2千元。
			4	郵電費		23	電話費及郵資23千元。

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116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	926	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556千元。 3. 節目宣傳廣告、新媒體與社群行銷350千元。
			8	保險費		40	教服營隊、親子兒少活動及記者會等保險費40千元。
			9	業務聯繫費		351	記者聯誼採訪餐費及公關贈品等351千元。
			19	勞務費		731	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731千元。
			20	伙食費		430	記者會及活動等餐費430千元。
			25	材料費		1,969	1. 兒少相關捐款方案贈品製作1,554千元。 2. 教服活動用影帶及教材等15千元。 3. 公關活動紀念品及佈景道具等400千元。
			29	其他		100	公關宣傳其他雜項費用100千元。
			38	國內旅費		463	教育及公關宣傳等活動國內差旅費463千元。
	9			國會頻道議事影音訊號委託轉播業務費-勞務成本		93,137	
		2				93,137	辦理國會頻道議事影音訊號委託轉播93,137千元。

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116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		1		新聞節目製作	新聞部	390,390	
				購買			
		1		行政維持		21,895	
			1	人事費-管理費用		17,320	
			1	薪資		12,916	薪資12,916元：新聞部員工13名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		1,776	員工13名年終獎金1,776千元。
			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		1,350	保險費1,350千元： 1. 勞保費678千元，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672千元，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		1,128	退休金1,128千元：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		4,575	
			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		180	文具紙張180千元。
			3	運費		36	急送文件快遞費36千元。
			4	郵電費		324	新聞資訊連繫電話費312千元及郵資12千元。
			7	水電瓦斯費		204	中、南部辦公室水電費204千元。
			9	業務聯繫費		64	新聞業務餐費及公關費64千元。
			21	書報雜誌費		48	新聞資訊書報雜誌訂購費48千元。
			22	非消耗品		60	汰換事務機器、電腦設備及辦公家具添購等60千元。
			27	權利金		768	音樂與影像資料版權費用768千元。
			29	其他		378	其他雜項費用378千元。
			33	車輛及辦公器具養護		24	辦公事務設備等養護費24千元。
			38	國內旅費		24	國內公務差旅費24千元。

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116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	272,195	主要新聞節目製作如下： 1. 晚間新聞：136,276千元。 2. 午間新聞：853千元。 3. 晨間新聞：1,230千元。 4. 手語新聞：1,302千元。 5. 網路新聞：26,898千元。 6. 東南亞語新聞：9,913千元。 7. 國際新聞報導：6,301千元。 8. 環境生態報導：23,513千元。 9. 深度調查報導：23,529千元。 10. 公共論壇節目：8,076千元。 11. 原住民族文化節目：12,405千元。 12. 紀錄片：8,770千元。 13. 折舊及攤提13,129千元。
		1		人事費-勞務成本		205,817	
			1	薪資		153,438	薪資153,438千元：新聞部員工198名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		21,005	員工198名年終獎金21,005千元。
			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		17,357	保險費17,357千元： 1. 勞保費9,524千元，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7,833千元，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		11,555	退休金11,555千元：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		53,249	
			39	節目製作費		53,249	新聞節目製作費用計53,249千元。
		3		折舊及攤提-勞務成本		13,129	提列公視設備折舊及軟體攤提9,217千元、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3,912千元。

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116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3,756千元。 2. 紀錄片51集16,244千元。
	4			公廣集團影視 內容深耕及續航 計畫		74,300	
		2		業務費-勞務成本		74,300	
			39	節目製作費		74,300	一、國際合資合製：5,000千元。 1. 多元創作紀錄片：3,000千元。 2. 調查報導節目：2,000千元。 二、數位創新內容：17,500千元。 1. 事實查核內容：7,000千元。 2. 網路媒體識讀內容：10,500千元。 三、一般節目：51,800千元。 1. 綜合類節目(包含環境紀實檔案、多元創作紀錄片、調查報導節目及全球觀點報導節目)：51,800千元。
	5			AI創新應用服務 計畫		2,000	
		2		業務費-勞務成本		2,000	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2,000千元。

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116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	746,773	
				購買			
	1			行政維持		22,662	
		1		人事費-管理費用		18,730	
			1	薪資		14,157	薪資14,157千元：節目部員工15名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		1,946	員工15名年終獎金1,946千元。
			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		1,446	保險費1,446千元： 1. 勞保費725千元，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721千元，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		1,085	退休金1,085千元：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116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	145,512	
		1		人事費-勞務成本		47,148	
			1	薪資		34,750	薪資34,750千元：節目部員工41名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		4,772	員工41名年終獎金4,772千元。
			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		3,798	保險費3,798千元： 1. 勞保費2,003千元，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1,795千元，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		3,108	退休金3,108千元：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		94,184	
			39	節目製作費		94,184	一、一般觀眾25,630千元。 1. 誰來晚餐：10,530千元。 2. 公視主題之夜SHOW：9,900千元。 3. 口述影像節目：2,600千元。 4. 新媒體談話節目：1,600千元。 5. 綜合節目社群經營優化：1,000千元。 二、戲劇節目49,700千元。 1. 公視人生劇展：22,500千元。 2. 連續劇/公視新創電影：15,000千元。 3. 公視學生劇展：6,400千元。 4. 戲劇孵育與內容開發：3,000千元。 5. 品牌連乘短片：1,800千元。 6. 戲劇社群經營與宣傳：1,000千元。 三、其他費用18,854千元。 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：470千元。 5. 節目外景租車3,120千元。

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116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、錄音、視聽著作公播傳輸及MOD公播權利金2,400千元、台影資料片權利金100千元。 7. 節目製作所需非消耗品1,200千元。 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1,300千元 12. 公務車油料及通行費259千元。 13. 節目清消物資5千元。
		3		折舊及攤提-勞務成本		4,180	提列設備折舊及軟體攤提4,022千元、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158千元。
		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		358,075	
			1	人事費-管理費用		8,598	
			1	薪資		6,429	薪資6,429千元：節目部員工6名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		882	員工6名年終獎金882千元。
			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		619	保險費619千元： 1. 勞保費293千元，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326千元，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		590	退休金590千元：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116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	44,920	
			1	薪資		34,033	薪資34,033千元：節目部員工47名之全年12個月薪俸。
			2	獎金		4,411	員工47名年終獎金4,411千元。
			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		3,856	保險費3,856千元： 1. 勞保費2,293千元，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1,563千元，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		2,075	退休金2,075千元：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		301,080	節目製作300,120千元及國內外參展960千元。
			37	國外旅費		960	參加世界公視大展INPUT 2人次324千元、安錫國際動畫影展 2人次354千元、亞洲影視節ATF 2人次164千元、NHK日本賞Japan Prize 2人次118千元，共計960千元。

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116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	300,120	一、動畫基地79,230千元。 1. 臺灣動畫團隊合作案：38,488千元。 2. 動畫國際合製案：20,502千元。 3. 妖果小學2-尋找月暗公主：10,500千元。 4. 原創IP動畫影集-章魚熊的冒險故事：9,740千元。 二、學齡前兒童節目：47,308千元。 1. 幼兒生活情意節目：15,840千元。 2. 棚內大型益智體能節目：9,600千元。 3. 棚內兒歌律動節目：7,280千元。 4. 幼兒音樂教育節目：6,400千元。 5. 幼兒系列動畫節目：3,200千元。 6. 幼兒詩詞欣賞節目：2,925千元。 7. 糖果星球大冒險：2,063千元。 三、學齡兒童節目42,880千元。 1. 兒童新聞節目：12,480千元。 2. 戲劇孵育開發製作：10,000千元。 3. 兒少科學節目：6,760千元。 4. 學齡新創外景節目：6,240千元。 5. 兒童外景實境節目：3,200千元。 6. 小一新生的機智生活：1,800千元。 7. 長壽街的猴囡仔：1,200千元。 8. 兒少口述影像節目：1,200千元。 四、青少年節目50,585千元。 1. 大型競賽實境節目：20,800千元。 2. 親職棚內談話節目：8,320千元。 3. 青春發言人：8,320千元。 4. 未來放映室：5,620千元。 5. 青少年文學療癒節目：4,900千元。 6. 青少年紀錄片：2,625千元。 五、人才孵育及內容開發11,980千元。 1. 兒少戲劇、動畫孵育徵案/邀案：7,960千元。 2. 製作人才/內容孵育工作坊：3,000千元。 3. 114年公視戲劇孵育計畫：1,020千元。

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116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		六、其他費用68,137千元。 1. 品牌年度行銷活動：25,000千元。 2. 周邊商品/聯名宣傳、社群行銷：15,000千元。 3. 兒少教育資源網：8,000千元。 4. 小公視表演/競賽活動：5,000千元。 5. 節目製作定期人員費用：3,900千元。 6. 節目外景租車及保險費3,377千元。 7. 公開徵案／提案會相關費用：3,000千元。 8. 音樂、錄音、視聽著作公播傳輸及MOD公播權利金2,660千元、台影資料片權利金20千元。 9. 國際購片翻譯／後製製作／宣傳、節目轉檔(DCP)：1,500千元。 10. 節目外聘勞務費：500千元。 11. 節目諮詢顧問費：180千元。
		3		折舊及攤提-勞務成本		1,513	提列設備折舊及軟體攤提1,513千元。
	5			公廣集團影視內容深耕及續航計畫		220,200	
		2		業務費-勞務成本		220,200	
			39	節目製作費		220,200	一、戲劇旗艦系列：122,000千元。 1. 時代歷史劇集A、B：50,000千元。 2. 旗艦類型劇集A、B：60,000千元。 3. 公視新創電影：12,000千元。 二、一般節目：98,200千元。 1. 50+多元型式之綜藝節目、身心障礙節目、益智節目、論壇節目：69,100千元。 2. 文化表演藝術類節目(包含人文紀實類與藝術轉播類)：8,300千元。 3. 綜合類節目(包含生活行腳、實境類及口述影像類)：15,800千元。 4. 公視戲劇孵計畫及其他專案：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116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	218,227	
				行政維持		45,431	
			1	人事費-勞務成本		24,331	
			1	薪資		18,056	薪資18,056千元：企劃部員工24名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		2,482	員工24名年終獎金2,482千元。
			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		2,092	保險費2,092千元： 1. 勞保費1,172千元，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920千元，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		1,460	退休金1,460千元：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		18,690	
			1	薪資		13,966	薪資13,966千元：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		1,913	員工14名年終獎金1,913千元。
			4	分擔保險費		1,393	保險費1,393千元： 1. 勞保費684千元，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709千元，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		1,418	退休金1,418千元：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116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		24,726	
		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		488	提列設備折舊及軟體攤提488千元。
	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		67	參展節目製作材料費67千元。
			37	國外旅費		183	參加MIPCOM坎城電視市場展1人次、ATF亞洲電視節1人次合計183千元。
	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116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	企劃部	200	國內公務差旅費200千元。
	5			節目收視率研究		5,332	
		2		業務費-管理費用		5,332	
			5	資料費		5,332	1. AGB NIELSEN電視收視調查3,332千元。 2. QSearch網路影響力指標1,000千元。 3. 頻道滿意度調查1,000千元。
	6			公視兒少節目 內容產製		70,102	
		2		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。
	7			公廣集團影視 內容深耕及續航 計畫		70,000	
		2		業務費-勞務成本		70,000	
			39	節目製作費		70,000	戲劇旗艦系列(糖金、六堆客家)：70,000千元。

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116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	288,993	
	1			行政維持		50,693	
		1		人事費-管理費用		49,487	
			1	薪資		36,233	薪資36,233千元：製作部員工41名之全年 12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		4,975	員工41名年終獎金4,975千元。
			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		3,854	保險費3,854千元： 1. 勞保費1,989千元，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1,865千元，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		3,245	退休金3,245千元：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		1,206	
			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		61	電話費60千元、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116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	208,300	
		1		人事費-勞務成本		167,687	
			1	薪資		123,179	薪資123,179千元：製作部員工156名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		16,904	員工156名年終獎金16,904千元。
			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		13,742	保險費13,742千元： 1. 勞保費7,487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6,255千元，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		10,506	退休金10,506千元：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-勞務成本		7,688	
			7	水電瓦斯費		1,304	攝影棚使用水費426千元、電費878千元。
			8	保險費		392	器材設備保險費392千元。
			19	勞務費		1,000	搭景、攝影等勞務1,000千元。
			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		600	美術材料、攝影棚燈光耗材及佈景道具費600千元。
			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		500	夜間工作逾時返家交通費500千元。
			34	設施及機儀設備養護費		2,022	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565千元。
			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116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	32,925	提列公視設備折舊及軟體攤提20,390千元、 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12,535千元。
	3			公視兒少節目 內容產製		30,000	
		2		業務費-勞務成本		28,939	
		7		水電瓦斯費		27,228	攝影棚使用電費27,228千元。
		19		勞務費		1,711	搭景、攝影等勞務1,711千元。
		3		折舊及攤提 -勞務成本		1,061	提列設備折舊及軟體攤提1,061千元。

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116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	工程部	163,622	
				維護			
	1			行政維持		88,629	
		1		人事費-勞務成本		60,529	
			1	薪資		43,092	薪資43,092千元：工程部員工54名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		5,912	員工54名年終獎金5,912千元。
			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		4,789	保險費4,789千元： 1. 勞保費2,601千元，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2,188千元，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		3,081	退休金3,081千元：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		26,330	
			1	薪資		19,733	薪資19,733千元：工程部員工20名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		2,713	員工20名年終獎金2,713千元。
			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		1,990	保險費1,990千元： 1. 勞保費977千元，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1,013千元，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		1,494	退休金1,494千元：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		1,770	
			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116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		175	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175千元。
			38	國內旅費		495	國內公務差旅費495千元。
	2			站台維運		64,658	
		2		業務費-勞務成本		21,028	
			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		7,521	各地轉播站電費7,491千元、各地轉播站水費30千元，合計7,521千元。
			11	稅捐證照		5,375	無線電頻率使用費5,193千元、電臺執照等182千元。
			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116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	43,630	提列公視設備折舊及軟體攤提25,929千元、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17,701千元。
	3			製播器材維護暨 新購製播器材裝 機作業		10,335	
		2		業務費-管理費用		10,335	
			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		10,330	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2,100千元。 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200千元。 7. NOC維護150千元。 8. 衛星天線維護150千元。 9. 副控設備維護1,350千元。 10. 攝影機維護200千元。 11. 腳架維護200千元。 12. 儲存設備維護200千元。 13. 電腦剪輯設備維護300千元。 14. 成音設備維護100千元。 15. 燈光設備維護200千元。 16. 一般消耗性材料300千元。 17. 工程公務車維護50千元。 18. CATV設備維護300千元。 19. 綜合維修材料30千元。

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116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	88,874	
				行政維持		37,315	
		1		人事費-管理費用		37,215	
			1	薪資		27,914	薪資27,914千元：資訊部員工32名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		3,825	員工32名年終獎金3,825千元。
			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		2,976	保險費2,976千元： 1. 勞保費1,560千元，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1,416千元，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		1,940	退休金1,940千元：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		100	
			2	文具用品		30	文具用品及影印30千元。
			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		37,227	
			2	業務費-管理費用		1,126	
			4	郵電費		380	網路通訊郵電費380千元。
			17	訓練費		50	資通訊專業教育訓練50千元。
			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		260	微軟軟體授權、ADOBE等相關軟體260千元。
			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		246	網路設備及主機系統維護246千元。
			37	國外旅費		100	美國NAB廣播電視器材展1人次100千元。
			38	國內旅費		10	資訊維護公務差旅費10千元。

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116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	資訊部	10,409	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10,409千元。
		3		折舊及攤提 -管理費用		25,692	提列設備折舊及軟體攤提25,692千元。
	3			資通安全業務		1,455	
		2		業務費-管理費用		1,455	
		17		訓練費		1,000	員工與專責人員專業證照教育訓練費1,000千元。
		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		60	驗證委外廠商證書與其他雜項支出等60千元。
		36		資訊設備養護費		100	資安管控系統與系統維護服務費100千元。
		37		國外旅費		160	國際資訊安全會議(RSA Conference) 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		1,610	
		2		業務費-管理費用		1,610	
		4		郵電費		900	GCP雲端儲存、GCS平台使用費900千元。
		22		非消耗品		80	電腦週邊等更新添購、USB離線掃毒設備等80千元。
		25		材料費		270	節目錄製播映影帶材料費270千元。
		29		其他		60	媒體資材其他雜項支出60千元。
		36		資訊設備養護費		200	公共媒體人工智慧系統、高速SAN磁碟陣列等維護200千元。
		37		國外旅費		100	美國廣播電視器材展(NAB)1人次100千元。
	5			公視兒少節目 內容產製		4,500	
		2		業務費-管理費用		3,560	資訊管理2,362千元及資訊安全1,198千元。
		23		軟體		3,560	1. 管控MAC設備軟體2,362千元。 2. 資訊安全防護掃描、評估等軟體1,198千元。
		3		折舊及攤提 -管理費用		940	提列設備折舊及軟體攤提940千元。

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116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			公廣集團影視 內容深耕及續航 計畫	資訊部	6,767	
		2		業務費-管理費用		6,767	
			23	軟體		4,767	AI Agent平台費用4,767千元。
			36	資訊設備養護 費		2,000	AI Agent模組與系統整合維護2,000千元。

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116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	147,074	
	1			人事費-勞務成本		52,180	
		1		薪資		23,001	
			1	薪資		17,506	薪資17,506千元：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		2,394	員工20名年終獎金2,394千元。
			4	分攤保險費		1,836	保險費1,836千元： 1. 勞保費932千元，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904千元，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		1,265	退休金1,265千元：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		20,899	
			1	薪資		15,690	薪資15,690千元：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		2,151	員工22名年終獎金2,151千元。
			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		1,877	保險費1,877千元： 1. 勞保費1,071千元，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806千元，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		1,131	退休金1,131千元：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		5,960	
			1	薪資		4,585	薪資4,585千元：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		630	員工5名年終獎金630千元。

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116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	475	保險費475千元： 1. 勞保費244千元，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231千元，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		270	退休金270千元：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		71	提列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71千元。
		3		折舊及攤提-管理費用		1,949	提列設備折舊及軟體攤提1,949千元。
	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		23,679	
		2		業務費-銷貨成本		23,679	
			3	運費		120	視聽產品銷售國內、外貨運費120千元。
			4	郵電費		30	業務通訊費30千元。
			6	廣告費		100	大小型看版等文宣品製作100千元。
			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116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	230	法律、財務顧問費80千元及承攬人員150千元。
			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		120	參展報名費120千元。
			25	材料費		2,080	視聽產品製作、包裝材料等2,080千元。
			27	權利金		19,630	影片發行權及節目分潤權利金等19,630千元。
			29	其他		60	其他雜支費用60千元。
			37	國外旅費		569	香港電視電影節3人次、 新加坡影視節(ATF)3人次、 首爾電視電影節2人次，合計569千元。
			38	國內旅費		95	國內影帶業務推展洽商差旅費95千元。
	4			公視兒少節目 內容產製		53,415	
		1		人事費-勞務成本		3,098	
			1	薪資		2,271	薪資2,271千元：數位內容部員工4名之全年 12個月薪俸。
			2	獎金		354	員工4名年終獎金354千元。
			4	分擔保險費		319	保險費319千元： 1. 勞保費187千元，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132千元，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		154	退休金154千元：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		48,702	
			4	郵電費		15,350	網站專線750千元及CDN流量費用14,600千元。
			6	廣告費		2,500	兒少節目異業合作及宣傳2,500千元。
			19	勞務費		5,000	兒少專職社群體企劃、 兒少節目異業合作企劃人員、 網站監測人員、社群媒體等勞務費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116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	4,250	網站維運計畫4,000千元： 一、公視官網： 1. 公視官網維運保固1,200千元。 2. 公視節目表保固800千元。 二、節目網站： 1. 劇夠及觀點同不同網站維運1,000千元。 2. 水果冰淇淋500千元。 3. 小勇士500千元。 訂閱制軟體年費250千元。
			27	權利金		18,000	1. 國內外青少年體育賽事8,000千元。 2. 國內外兒少節目公視各數流串流播映權9,000千元。 3. 仲團音樂播映權1,000千元。
			29	其他		432	其他雜支費用432千元。
			32	績效獎勵金		150	公視+數位收視獎勵金150千元。
			37	國外旅費		520	參加世界公視大展INUPT(評審)1人次、 世界公視大展INPUT 2人次(含主持人1人次)， 共計520千元。
			39	節目製作費		2,500	Vtuber節目製作費2,500千元。
		3		折舊及攤提 -勞務成本		1,615	提列設備折舊及軟體攤提1,615千元。
	5			公廣集團影視 內容深耕及續航 計畫		17,000	
		2		業務費-勞務成本		17,000	
			39	節目製作費		17,000	數位內容轉型與新世代對話節目17,000千元。

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116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	173,612	
			1	行政維持		21,989	
			1	人事費-管理費用		19,810	
			1	薪資		14,936	薪資14,936千元：國際部員工16名之全年 12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		2,054	員工16名年終獎金2,054千元。
			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		1,543	保險費1,543千元： 1. 勞保費774千元，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769千元，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		1,127	退休金1,127千元：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		664	
			2	文具用品		110	文具紙張20千元、影印費90千元。
			3	運費		20	文件國內外快遞費20千元。
			4	郵電費		54	電話費50千元、郵資4千元。
			6	廣告費		20	整體活動宣傳文宣品等20千元。
			8	保險費		5	公務出差保險費5千元。
			9	業務聯繫費		50	業務洽談餐費及公關禮品50千元。
			19	勞務費		200	專案活動等臨時勞務人員200千元。
			22	非消耗品		100	電腦及周邊、事務機器等更新100千元。
			25	材料費		5	參加國際影展DVD等耗材5千元。
			29	其他		50	其他雜項支出50千元。
			34	設施及機儀設 備養護費		20	辦公設施及器具等維護費20千元。
			38	國內旅費		30	國內公務差旅費30千元。
		3		折舊及攤提 -管理費用		256	提列設備折舊及軟體攤提256千元。

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116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	1,259	提列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1,259千元。
	2			節目製作		3,800	
		2		業務費-勞務成本		3,800	
		39		節目製作費		3,800	一、國際合製節目2,720千元。 二、節目宣傳費100千元。 三、音樂版權權利金及節目購片權利金 等980千元。
	3			國際交流		4,000	
		2		業務費-管理費用		4,000	
			1	租金		350	影展、其他活動場地及器材設備租金 350千元。
			6	廣告費		200	影展及其他活動宣傳費200千元。
			8	保險費		10	影展及其他活動保險10千元。
			9	業務聯繫費		20	專案、影展、活動人員餐敘費20千元。
			12	公會費		311	PBI、PMA、TAP等國際組織年會311千元。
			19	勞務費		740	影展及其他活動專案工作人員740千元。
			20	伙食費		20	影展及其他活動餐費20千元。
			25	材料費		120	影展活動佈景道具、耗材等120千元。
			27	權利金		100	影展播出之觀摩影片權利金100千元。
			29	其他		170	其他雜項費用170千元。
			37	國外旅費		1,839	1. PBI國際公營廣電機構年會 2人次。 2. 世界公視大展INPUT 2人次。 3. 廣播與影音產業展IBC 2人次。 4. NHK國際合作 1人次。 5. 歐美澳公共電視國合作亞作 2人次。 6. 亞洲公共電視國際合作 2人次。 7. 科學紀錄片影展 1人次。 以上合計12人次，1,689千元。 8. 影展活動外賓來台旅費等150千元。
			38	國內旅費		120	影展活動國內差旅費120千元。
	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116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	2,500					
			業務費-管理費用	2,500					
			15	研發費		2,200	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480千元。		
			19	勞務費		300	學位論文獎學金贊助審查費80千元及各項研討會 翻譯、審稿、來賓出席車馬費等220千元。		
			6	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。			
	7		公視兒少節目 內容產製			4,000			
			2			業務費-管理費用	4,000		
		6	廣告費			1,120	兒童影展及其他活動宣傳費1,120千元。		
		9	業務聯繫費			20	影展、活動人員等餐敘費20千元。		
		19	勞務費			1,172	兒童影展及其他活動專案工作人員1,172千元。		
		20	伙食費			20	兒童影展及其他活動餐費20千元。		
		27	權利金			1,000	兒童影展播出之觀摩影片權利金1,000千元。		
		29	其他			274	影展及其他雜項費用274千元。		
		37	國外旅費			294	1. 德國Schlingel兒少影展1人次、 2. 釜山國際兒童與青少年電影節(BIKY)1人次、 3. 日本Kineko兒少影展1人次， 合計3人次，294千元。		
		38	國內旅費			100	影展活動國內差旅費100千元。		
		8				公廣集團影視 內容深耕及續航 計畫		112,000	

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116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-勞務成本	國際暨策	109,500	
			39	節目製作費	略發展部	109,500	一、國際合資合製：9,500千元。 二、華視精緻劇集：100,000千元 1. 原著IP改編劇集31,200千元。 2. 原創劇集25,000千元。 3. 原創通俗劇集43,800千元。
			2	業務費-管理費用		2,500	
			1	租金		500	國際研討會及工作坊活動場地租金500千元。
			19	勞務費		1,200	國際研討會及工作坊專案工作人員800千元、 翻譯費400千元。
			29	其他		200	國際研討會及工作坊其他雜項費用200千元。
			37	國外旅費		300	國際研討會工作坊邀請外賓來台機票等300千元。
			38	國內旅費		300	國際研討會工作坊邀請外賓來台住宿等300千元。
		9		AI創新應用服務計畫		22,523	
			2	業務費-勞務成本		20,523	辦理手語語料庫與AI手語虛擬主播系統、 AI手語網站內容製作19,000千元及行政維運費 1,523千元。
			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116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	客家電視台	566,000	
	1			行政管理	行政中心	23,855	
		1		行政維持		23,855	
			1	人事費-管理費用		11,229	
			1	薪資		8,324	薪資8,324千元：台長及行政中心員工共10名之全年12個月薪俸。
			2	獎金		934	員工10名年終獎金934千元。
			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		688	保險費688千元： 1. 勞保費334千元，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354千元，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		400	退休金400千元：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		8,008	
			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		192	業務洽公聯繫費192千元。
		19		勞務費		580	諮議委員出席費430千元及會計師查核分攤150千元。
			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		93	其他雜項費用93千元。
			30	福利費		880	團體保險121千元、年終聚餐等759千元。

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116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	1	32	績效獎勵金	行政中心	10	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10千元。
			38	國內旅費		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		4,618	提列設備折舊及軟體攤提4,618千元。
				公共服務暨行銷業務	行銷企劃部	61,323	
				行銷企劃		61,323	
			1	人事費-勞務成本		29,341	
			1	薪資		22,188	薪資22,188千元：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		3,045	員工31名年終獎金3,045千元。
			3	超時工作報酬		100	加班費100千元：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		2,647	保險費2,647千元： 1. 勞保費1,486千元，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1,161千元，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		1,361	退休金1,361千元：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		31,000	
			1	租金		1,500	行銷活動場地、器材設備、佈景道具、車輛等租金1,500千元。
			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		8,000	旗鑑戲劇節目鏡面及平面宣傳、試映記者會及各項文宣8,000千元。
			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116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	600	員工教育訓練講師費、客家傳播相關訓練班及國際論壇等600千元。
			19	勞務費		8,446	旗艦節目設計、執行及活動辦理等8,446千元。
			22	非消耗品		300	辦公器材及電腦週邊等300千元。
			23	軟體		6,000	數位發展組精進客家電視網站等維運6,000千元。
			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		1,000	精進頻道宣傳ID製作等版權1,000千元。
			29	其他		960	其他雜項費用960千元。
			36	資訊設備養護費		1,000	官網維護費1,000千元。
			37	國外旅費		1,621	國際獲獎參展、海外播映推廣以及客僑交流會議共16人次，合計1,621千元。
			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	982	提列設備折舊及軟體攤提982千元。
				新聞節目製作購買		118,074	
			3	新聞節目製作		118,074	
			1	人事費-勞務成本		56,414	
			1	薪資		41,893	薪資41,893千元：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		5,747	員工58名年終獎金5,747千元。
			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		5,015	保險費5,015千元： 1. 勞保費2,804千元，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2,211千元，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116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	2,559	退休金2,559千元：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		60,717	
			39	節目製作費		60,717	一、每日新聞：26,039千元。 二、新聞節目：34,678千元。
			3	折舊及攤提-勞務成本		943	提列設備折舊及軟體攤提943千元。
				一般節目製作購買	節目部	341,959	
			4	一般節目製作		341,959	
			1	人事費-勞務成本		32,455	
			1	薪資		24,153	薪資24,153千元：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		3,308	員工39名年終獎金3,308千元。
			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		3,112	保險費3,112千元： 1. 勞保費1,847千元，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1,265千元，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		1,482	退休金1,482千元：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		308,890	
			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116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		301,358	節目製作301,358千元。 一、戲曲戲劇節目104,000千元。 二、兒童節目60,966千元。 三、教育文化節目14,000千元。 四、音樂與綜藝節目34,394千元。 五、生活與綜藝節目61,608千元。 六、公眾近用與特別節目5,990千元。 七、購片及重製配音20,400千元。
		3		折舊及攤提 -勞務成本		614	提列設備折舊及軟體攤提614千元。
				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116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
D				臺語台	臺語台	650,850	
	1			節目製播			
		1		行政管理	行政室	28,041	
			1	行政維持		28,041	
				人事費-管理費用		8,710	
			1	薪資		5,530	薪資5,530千元：台長及行政室員工共7名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		761	員工7名年終獎金761千元。
			3	超時工作報酬		14	加班費14千元：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		620	保險費620千元： 1. 勞保費336千元，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284千元，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		425	退休金425千元：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		1,360	端午及中秋2節獎金324千元、旅遊補助584千元、托兒津貼434千元、婚喪津貼18千元。
		2		業務費-管理費用		19,240	
			1	租金		11,980	南北中心辦公室、攝影棚等及器材租金11,980千元。
			2	文具用品		100	文具紙張及影印費100千元。
			3	運費		40	國內外快遞、貨運等40千元。
			4	郵電費		280	電話費及郵資280千元。
			8	保險費		120	員工平安保險費及空拍機等保險120千元。
			9	業務聯繫費		40	業務洽公聯繫費40千元。
			11	稅捐證照		30	契約印花稅30千元。
			19	勞務費		750	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750千元。
			21	書報雜誌費		7	訂閱書報雜誌及線上訂閱費7千元。
			22	非消耗品		160	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160千元。

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116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	23	軟體	行政室	500	ADOBE、Office、視訊及業務所需軟體費500千元。
			24	報名費		450	節目國內外參展報名費450千元。
			27	權利金		2,500	年度仲團音樂等各項版權2,500千元。
			29	其他		154	其他雜項費用154千元。
			30	福利費		895	團體保險120千元、年終聚餐等775千元。
			32	績效獎勵金		650	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650千元。
			34	設施及機儀設備養護費		14	事務機、電腦及週邊、茶水間設施等維修養護費14千元。
			37	國外旅費		370	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370千元。
			38	國內旅費		200	公務差旅或其它支援單位服務旅費200千元。
			3	折舊及攤提-管理費用		91	提列設備折舊及軟體攤提91千元。
				公共服務暨行銷業務	行銷企劃部	137,110	
				行政維持		26,315	
			1	人事費-勞務成本		24,480	
			1	薪資		18,382	薪資18,382千元：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		2,521	員工28名年終獎金2,521千元。
			3	超時工作報酬		170	加班費170千元：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		2,265	保險費2,265千元： 1. 勞保費1,324千元，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		1,142	退休金1,142千元：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

臺語台支出預算明細表

中華民國116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-勞務成本	行銷	1,835	
			4	郵電費	企劃部	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。
			15	研發費		1,000	收視調查、焦點團體及其他研究1,000千元。
			29	其他		428	印花稅、會議行政費及雜費428千元。
			37	國外旅費		317	歐洲地區國際影展及市場展1人次、亞洲市場展2人次，合計317千元。
	2			行銷活動		18,200	
		2		業務費-勞務成本		18,200	
			1	租金		3,800	活動場地、器材設備、佈景道具、車輛等租金3,800千元。
			6	廣告費		6,500	節目及各項平面及鏡面宣傳及各項文宣製作6,500千元。
			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		1,000	員工教育、人才培訓及各項訓練班講師1,000千元。
			19	勞務費		5,500	節目活動宣傳、公服服務活動執行人員、顧問等勞務5,500千元。
			29	其他		500	其他雜項費用500千元。
			38	國內旅費		850	節目宣傳、公眾服務活動國內差旅費850千元。
	3			企劃研究		84,930	
		2		業務費-勞務成本		84,930	
			39	節目製作費		84,930	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 3. 戲劇 4,000千元 4. 經典電影 2,000千元 5. 其他類型 2,000千元 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) 63,530千元。 四、頻道包裝及製作設備租賃等 4,500千元。
	4			全媒體營運		7,665	
		2		業務費-勞務成本		7,500	

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116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	1	1	19	勞務費	行銷企劃部	5,300	1. 台語新辭委員、研究員、辭庫內容執行員、AI語料訓練與應用開發等勞務900千元。
			36	資訊設備養護費		2,200	2. 自製新媒體內容4,400千元。 官網及相關備養護費2,200千元。
			3	折舊及攤提-勞務成本		165	提列設備折舊及軟體攤提165千元。
				新聞節目製作購買	新聞部	101,447	
				新聞節目製作		101,447	
			1	人事費-勞務成本		56,877	
			1	薪資		42,401	薪資42,401千元：新聞部經理及員工共65名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		5,811	員工65名年終獎金5,811千元。
			3	超時工作報酬		665	加班費665千元：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		5,235	保險費5,235千元： 1. 勞保費3,058千元，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2,177千元，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		2,765	退休金2,765千元：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		40,367	
			39	節目製作費		40,367	主要新聞節目製作如下： 1. 每日新聞：8,570千元。(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14,597千元。

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116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	3	折舊及攤提 -勞務成本	新聞部	4,203	提列設備折舊及軟體攤提4,203千元。
				一般節目製作 購買	節目部	279,898	
				一般節目製作 人事費-勞務成本		279,898	
			1	薪資		27,198	
			1	獎金		20,377	薪資20,377千元：節目部經理及員工共29名之 全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	超時工作報酬		2,783	員工29名年終獎金2,783千元。
			3	分擔保險費		270	加班費270千元：依據勞動基準法，員工 延長工作時應給付之工資。
			4				
			5	退休及、卹償 金及資遣費		2,446	保險費2,446千元： 1. 勞保費1,399千元，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	業務費-勞務成本			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。
			9	業務聯繫費		1,322	退休金1,322千元：依據勞工退休條例規 定，按薪資總額6%之比例提撥。
			17	教育訓練		252,306	
			37	國外旅費		150	入圍獎等活動公務餐費及紀念品150千元。
			39	節目製作費		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116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	1	3		節目部		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:24,000千元。 1. 棚內音樂及談話節目16,500千元 2. 台語紀錄片4,000千元 3. 傳統戲曲節目3,500千元 五、生活群節目:12,400千元。 1. 外景行腳及風格節目12,400千元 六、聯合業務:34,716千元。 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. 節目網路社群運營5,000千元。 3. 臨時勞務及製作設備租賃17,000千元。 4. 其他雜支716千元。
				折舊及攤提 -勞務成本		394	提列設備折舊及軟體攤提394千元。
				新聞及節目製作	南部中心	85,735	
				行政維持		3,874	
				人事費-管理費用		1,824	
				1 薪資		1,374	薪資1,374千元：南部中心員工共2名之全年 12個月薪俸。
				2 獎金		189	員工2名年終獎金189千元。
				3 超時工作報酬		13	加班費13千元：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		167	保險費167千元： 1. 勞保費98千元，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。

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116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	南部中心	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		2,050	
			2	文具用品		50	文具紙張及影印費50千元。
			3	運費		30	國內外快遞、貨運等30千元。
			4	郵電費		50	電話費及郵資50千元。
			7	水電瓦斯		1,070	南部中心辦公室及二個攝影棚之水電費1,070千元。
			8	保險費		40	南部中心火險及公共意外險40千元。
			9	業務聯繫費		60	業務洽公聯繫費60千元。
			13	管理費		110	南部中心辦公室及分攤大樓保全等110千元。
			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		100	辦公設備器具、電腦及其週邊更新及辦公室修繕裝修等100千元。
			26	清潔費		340	南部中心清潔費340千元。
			29	其他		115	其他雜項費用115千元。
	2			新聞製作	南部中心	38,901	
		1		人事費-勞務成本		17,791	
			1	薪資		13,328	薪資13,328千元：南部中心員工22名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		1,826	員工22名年終獎金1,826千元。
			3	超時工作報酬		123	加班費123千元：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		1,704	保險費1,704千元： 1. 勞保費1,024千元，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680千元，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		810	退休金810千元：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
臺語台支出預算明細表
中華民國116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-勞務成本	南部中心	21,110	
		39		節目製作費		21,110	主要節目製作如下： 1. 每日早起、中晝新聞：4,110千元。 2. 新聞周報、公民新聞及論壇節目： 6,150千元。 3. 其他：訊號傳輸、新聞編採系統租賃、 採訪車及梳化妝等勞務10,850千元。
	3			節目製作		42,960	
		1		人事費-勞務成本		7,300	
		1		薪資		5,467	薪資5,467千元：南部中心員工9名之全年 12個月薪俸。
		2		獎金		752	員工9名年終獎金752千元。
		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		704	保險費704千元： 1. 勞保費425千元，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279千元，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		327	退休金327千元：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		34,654	
		39		節目製作費		34,654	主要節目製作如下： 1. 訪談類型節目6,500千元。 2. 綜藝類型節目26,660千元。 3. 聯合業務費1,494千元：
	3			折舊及攤提 -勞務成本		1,006	提列設備折舊及軟體攤提1,006千元。

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116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				工程作業管理 維護	工程組	10,664	
		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。
6				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116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	759,450	
	1			營運及內容製作	音平台		
		1		行政管理	行政部、	66,018	
				行政維持	數位分析	62,518	
			1	人事費-勞務成本	室	27,218	
			1	薪資		19,294	薪資19,294千元：執行長、副執行長、行政部及數位分析室員工共24名之全年12個月薪俸、主管加給及召集人津貼。
			2	獎金		2,646	員工24名年終獎金2,646千元。
			3	超時工作報酬		330	加班費330千元：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		2,178	保險費2,178千元： 1. 勞保費1,166千元，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1,012千元，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		1,204	退休金1,204千元：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		1,566	端午及中秋2節獎金428千元、旅遊補助771千元、托兒津貼217千元、婚喪津貼150千元。
		2		業務費-勞務成本		35,300	
			1	租金		24,753	辦公房舍、公務車及器材租金24,753千元。
			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		2,800	辦公室管理費2,800千元。
			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116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		835	其他雜項費用835千元。
			30	福利費		1,120	團體保險135千元、年終聚餐等985千元。
			32	績效獎勵金		100	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100千元。
			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	3,500	
			2	業務費-勞務成本		3,500	
			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		3,450	數位研究發展計畫費3,450千元。
			29	其他		28	其他雜項費用28千元。
				行銷推廣及宣傳		68,334	
				行政維持		12,214	
			1	人事費-勞務成本		12,124	
			1	薪資		9,060	薪資9,060千元：公行部員工共11名之全年 12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		1,246	員工11名年終獎金1,246千元。
			3	超時工作報酬		250	加班費250千元：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		1,011	保險費1,011千元： 1. 勞保費536千元，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475千元，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116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	557	退休金557千元：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		7,300	
		2		業務費-勞務成本		7,300	
			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。
			6	廣告費		250	文宣廣告費及宣傳贈品等250千元。
			9	業務聯繫費		150	業務洽商餐費、公關費等150千元。
			19	勞務費		6,100	特別節目設計、執行及活動辦理等6,100千元。
			38	國內旅費		100	公務出差及短程車資100千元。
	3			國際行銷		10,200	
		2		業務費-勞務成本		10,200	
			6	廣告費		9,588	1. 海外宣傳活動(參展、線上線下行銷)2,088千元。 2. 相關活動視設計費1,500千元。 3. 平台內容推廣及數位媒體行銷6,000千元。
			19	勞務費		450	諮詢顧問費、國際行銷活動承攬人員450千元。
			37	國外旅費		162	參加亞洲電視論壇及內容交易市場展(ATF)2人次162千元。
	4			其他行銷		2,410	
		2		業務費-勞務成本		2,410	
			3	資料費		1,700	社群聲量監控及數位串接服務1,700千元。
			17	訓練費		10	教育講座訓練講師費10千元。
			19	勞務費		680	諮詢顧問費、其他行銷活動承攬人員680千元。
			29	其他		20	其他雜項費用20千元。

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116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	36,210	
				業務費-勞務成本		36,210	
				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		1,210	國際策略發展研究委託案1,210千元。
				社群行銷推廣	社群暨國際策略部	41,331	
				行政維持		17,801	
				人事費-勞務成本		17,531	
				薪資		12,939	薪資12,939千元：社群暨國際策略部員工共14名之全年12個月薪俸。
				獎金		1,973	員工14名年終獎金1,973千元。
				超時工作報酬		330	加班費330千元：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		1,434	保險費1,434千元： 1. 勞保費684千元，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750千元，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		855	退休金855千元：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116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：16,030千元。 2. 社群網紅合製內容：6,500千元。 3. 社群短片剪輯：1,000千元。
				新聞節目製作	新聞部	188,767	
				購買			
				行政維持		80,587	
				人事費-勞務成本		78,767	
			1	薪資		59,947	薪資59,947千元：新聞部員工共70名之全年12個月薪俸及召集人津貼。
			2	獎金		8,237	員工70名年終獎金8,237千元。
			3	超時工作報酬		330	加班費330千元：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		6,539	保險費6,539千元： 1. 勞保費3,406千元，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3,133千元，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		3,714	退休金3,714千元：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。
	2	2		新聞節目製作	新聞部	108,180	
				業務費-勞務成本		108,180	
			39	節目製作費		108,180	主要新聞節目製作如下： 1. 每日新聞：48,180千元。 2. 新聞節目：60,000千元。

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116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	245,869	
	1			購買			
		1		行政維持		30,824	
			1	人事費-勞務成本		28,869	
			1	薪資		21,657	薪資21,657千元：節目部員工共25名之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		2,978	員工25名年終獎金2,978千元。
			3	超時工作報酬		230	加班費230千元：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		2,356	保險費2,356千元： 1. 勞保費1,221千元，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1,135千元，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		1,648	退休金1,648千元：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		1,955	
			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		900	節目參展報名費900千元。
			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		215,045	
		2		業務費-勞務成本		215,045	
			37	國外旅費	節目部	308	參加INPUT世界公視大展及1人次、INPUT董事會1人次，合計308千元。
			39	節目製作費		214,737	節目製作如下： 1. 一般節目製作：170,692千元。含紀錄片、文化表演藝術、生活資訊、教育學習節目。 2. 節目購片與重製：14,045千元。 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116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	56,972	
				維護	製播部		
	1			行政維持		35,692	
		1		人事費-勞務成本		35,272	
			1	薪資		25,955	薪資25,955千元：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		3,555	員工40名年終獎金3,555千元。
			3	超時工作報酬		886	加班費886千元：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		3,284	保險費3,284千元： 1. 勞保費1,924千元，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1,360千元，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		1,592	退休金1,592千元：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		420	
			1	租金		253	轉播器材租金253千元。
			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。
			29	其他		95	其他雜項費用95千元。
	2			製播器材及養護	工程	21,280	
		2		業務費-勞務成本	製播部	21,280	
			1	租金		13,390	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。 3. 搬遷時期租用攝影棚9,000千元。
			23	軟體		810	視覺動畫軟體810千元。
			34	設施及機儀設 備養護費		7,080	新聞採編播系統攝影棚設備及周邊維護 7,080千元。

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116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	技術部	92,159	
	1			行政維持		36,259	
		1		人事費-勞務成本		35,939	
			1	薪資		26,998	薪資26,998千元：技術部員工共30名 之全年12個月薪俸及主管加給。
			2	獎金		3,712	員工30名年終獎金3,712千元。
			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		2,875	保險費2,875千元： 1. 勞保費1,464千元，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1,411千元，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		1,634	退休金1,634千元：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		51	電腦週邊配件等51千元。
			29	其他		210	其他雜項費用210千元。
			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		55,900	
		2		業務費-勞務成本		55,900	
			1	租金		16,224	1. 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。 2. 網路設備與線路租賃費用2,720千元。
			4	郵電費		3,440	平台網路相關線路等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		31,268	1. 網路、機房等設備維護與資安防護授權及 服務等28,268千元。 2. 設備搬遷及系統轉維護3,000千元。

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116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	197,550	
公視節目製播	108,000	
行政管理	19,665	
非製播設備類	19,665	
房屋及建築	4,365	1. 防水工程3,365千元。
		2. C棟機械停車場停車位H型鋼中立柱外翻補強及向上補強1,000千元。
交通及運輸設備	2,800	不斷電UPS系統更新2,800千元。
什項設備	12,500	1. ABC棟機電空調設備材料及AB棟招牌LED更換1,000千元。
		2. 空調系統設備老舊汰舊換新9,000千元。
		3. 本會消防設備更新2,500千元。
新聞節目製作購買	3,535	
製播設備類	3,535	
機械及設備	2,450	1. 新聞中心剪輯工作站1,800千元。
		2. 剪輯用筆記型電腦150千元。(行走TIT)
		3. 對接公視+Apple TV直播串流所需之伺服器系統升級500千元。
交通及運輸設備	1,085	1. 攝影機+鏡頭+電池、記憶卡周邊配備350千元。(獨立特派員)
		2. 4K業務級攝影機640千元。(行走TIT+我們的島)
		3. RF變焦鏡頭95千元。(我們的島)
一般節目製作購買	1,600	
製播設備類	1,600	
機械及設備	1,600	公視兒少節目內容產製
		1. 儲存設備1,200千元。
		2. 電腦套組(含配件、軟體)400千元。
節目企劃購買	400	
製播設備類	400	
機械及設備	400	擴充NAS硬碟周邊儲存空間400千元。
節目製作播映作業	24,800	
製播設備類	23,500	

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116年度

單位：新台幣千元

項 目	本年度預算數	說 明
機械及設備	8,900	1. 成音工作站及周邊700千元。 2. 繪圖工作站及周邊3,500千元。 3. 大容量高速儲存系統暨周邊工程3,500千元。 4. 數位混音平台及工作站電腦主機暨周邊1,200千元。
交通及運輸設備	14,600	1. 棚內攝影機手臂周邊系統及配件更新1,100千元。 2. 新聞棚視訊切換器及周邊8,500千元。 3. 公視兒少節目內容產製 攝影棚LED棚燈更新5,000千元。
非製播設備類	1,300	
機械及設備	1,000	公視兒少節目內容產製 美術指導繪圖電腦1,000千元。
交通及運輸設備	200	外景攝影機電池(含週邊配件)200千元。
什項設備	100	除濕機及空氣淨機100千元。
工程作業管理維護	15,300	
製播設備類	12,900	
機械及設備	450	製播設備維修用工具450千元。
交通及運輸設備	12,450	1. 數位發射機一套及其周邊10,650千元。 2. 頭端系統優化1,000千元。 3. PGM視訊路由器800千元。
非製播設備類	2,400	
房屋及建築	1,000	機房站台營繕維修1,000千元。
機械及設備	700	站台電力系統維修工程700千元。
什項設備	700	站台空調更新700千元。
資訊服務業務	34,400	
製播設備類	25,300	
機械及設備	25,300	1. 新聞製播系統25,000千元。 2. 驗帶工作站300千元。
非製播設備類	9,100	
機械及設備	9,100	1. 公視異地及本地備份系統7,000千元。 2. 公視兒少節目內容產製 (1). switch更換1,500千元。 (2). IPG系統硬體主機600千元。

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116年度

單位：新台幣千元

項 目	本年度預算數	說 明
數位內容暨行銷業務	3,300	
製播設備類	2,200	
機械及設備	2,200	公視兒少節目內容產製 1. 體育直播用筆電及配件200千元、 2. 影音剪輯與製圖用電腦2,000千元。
非製播設備類	1,100	
房屋及建築	1,100	公視兒少節目內容產製 1. 數內部人員座位擴充與裝修1,100千元。
國際事務推廣暨 策略發展	5,000	
非製播設備類	5,000	
機械及設備	5,000	AI創新應用服務計畫 1. 建置高效GPU伺服器5,000千元。
客家電視台節目製播	38,000	
行政管理	32,000	
非製播設備類	32,000	
房屋及建築	20,000	辦公室裝潢20,000千元。
機械及設備	9,000	電腦桌機(含外接網路系統等)9,000千元。
什項設備	3,000	辦公家具3,000千元。
新聞節目製作購買	6,000	
製播設備類	6,000	
機械及設備	6,000	桌上型剪輯工作站6,000千元。
臺語台節目製播	6,000	
新聞節目製作購買	3,850	
製播設備類	3,850	
機械及設備	850	影音剪輯和動畫工作站850千元。
交通及運輸設備	3,000	台北新聞棚攝影棚設備更新3,000千元。
一般節目製作購買	600	
製播設備類	600	
機械及設備	600	影像製作相關設備600千元。

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116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	1,550	
製播設備類	1,550	
機械及設備	1,050	節目與新聞片庫系統及周邊設備1,050千元。(節目群)
交通及運輸設備	500	南部中心攝影棚設備補強500千元。(節目群)
國際影音平台營運及內容製作	45,550	
行政管理	10,000	
非製播設備類	10,000	
租賃權益改良	10,000	辦公室搬遷空間整修工程採購10,000千元。
新聞節目製作購買	200	
製播設備類	200	
交通及運輸設備	200	全片幅單眼相機鏡頭200千元。
工程作業管理維護	20,300	
製播設備類	20,300	
機械及設備	4,300	1. 新聞剪輯工作站1,300千元。 2. AI即時字幕設備3,000千元。
交通及運輸設備	4,000	行動式轉播設備(EFP)4,000千元。
租賃權益改良	12,000	辦公室搬遷攝影棚整體規劃建置12,000千元。
資訊服務業務	15,050	
非製播設備類	15,050	
機械及設備	6,450	1. 文書筆電1,450千元。 2. 資訊基礎平台伺服器5,000千元。
租賃權益改良	8,600	1. 辦公室搬遷機房建置與電力佈線6,600千元。 2. 辦公室搬遷網路設備與佈線2,000千元。
總 計	197,550	

註：1. 公視購置固定資產預算90,000千元。

2. 文化部補助AI創新應用服務計畫5,000千元。

3. 文化部補助國際影音平台營運及內容製作計畫45,550千元。

4. 文化部捐贈兒少節目內容產製13,000千元及臺語台營運6,000千元。

5. 客委會捐贈客家電視台營運38,000千元。

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116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4,509,792千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116年12月31日

單位：新臺幣千元

114 年 (前 年) 12 月 31 日 實 際 數	科 目	116 年 12 月 31 日 預 計 數	115 年 (上 年) 12 月 31 日 預 計 數	比 較 增 (減) 數
	資 產			
	流動資產			
1,220,294	現金及約當現金	1,245,060	1,233,594	11,466
1,694,618	流動金融資產	1,534,418	1,634,418	-100,000
36,737	應收款項	42,242	74,685	-32,443
674,603	預付款項	742,294	669,743	72,551
122,170	其他流動資產	232,989	157,149	75,840
3,748,422	小計	3,797,003	3,769,589	27,414
	投資、長期應收款、 貸款及準備金			
2,290,111	採權益法之投資	1,920,143	2,122,847	-202,704
150,000	非流動金融資產	150,000	150,000	-
2,440,111	小計	2,070,143	2,272,847	-202,704
	不動產、廠房及設備			
26,448	土地	26,448	26,448	-
1,507,942	房屋及建築	1,549,262	1,524,435	24,827
496,766	機械及設備	484,274	535,597	-51,323
841,526	交通及運輸設備	738,109	854,791	-116,682
74,526	什項設備	72,530	57,367	15,163
16,403	租賃權益改良	50,103	19,503	30,600
3,204	購建中固定資產	-	-	-
-1,517,829	減：累計折舊	-1,492,623	-1,604,929	112,306
1,448,986	小計	1,428,103	1,413,212	14,891
	其他資產			
11,298	遞延資產	43,060	25,347	17,713
11,298	遞延費用	43,060	25,347	17,713
2,355	什項資產	3,736	2,236	1,500
2,355	存出保證金	3,736	2,236	1,500
13,653	小計	46,796	27,583	19,213
7,651,172	資產合計	7,342,045	7,483,231	-141,186

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116年12月31日

單位：新臺幣千元

114 年（前 年） 12 月 31 日 實 際 數	科 目	116 年 12 月 31 日 預 計 數	115 年（上 年） 12 月 31 日 預 計 數	比 較 增（減－）數
	負 債			
	流動負債			
548,103	應付款項	594,301	559,986	34,315
18,477	應付票據及帳款	11,904	845	11,059
486,320	應付費用	527,544	511,123	16,421
43,306	其他應付款	54,853	48,018	6,835
34,364	負債準備-流動	37,172	40,479	-3,307
10,888	預收款項	14,559	75,000	-60,441
43,565	其他流動負債	43,565	18,904	24,661
636,920	小計	689,597	694,369	-4,772
	其他負債			
55,495	遞延負債	-	-	-
55,495	遞延政府捐助收入	-	-	-
70,073	什項負債	75,495	69,868	5,627
70,073	存入保證金	75,495	69,868	5,627
125,568	小計	75,495	69,868	5,627
762,488	負債合計	765,092	764,237	855
	淨 值			
5,780,241	基金	5,958,891	5,851,341	107,550
2,297,375	創立基金	2,297,375	2,297,375	-
3,477,942	捐贈基金	3,656,592	3,549,042	107,550
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	-
-5,321,492	累積餘絀	-5,811,873	-5,562,282	-249,591
-5,321,492	累積短絀	-5,811,873	-5,562,282	-249,591
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	-
6,888,684	淨值合計	6,576,953	6,718,994	-142,041
7,651,172	負債及淨值合計	7,342,045	7,483,231	-141,186

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116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821人(含兒少節目內容產製66人)、 客家電視台138人、臺語台162人、國際影音平台214人， 合計1,335人。
總經理	1	
副總經理	2	
台級主管	4	
主任	5	
理級主管	32	
組級主管	75	
編導類	87	
企劃類	203	
製作人	69	
執行製作	75	
師級	155	
指導類	43	
工程類	133	
記者	209	
編輯編譯類	86	
研究員	8	
行政人員類	122	
特殊勤務人員	3	
助理級	18	
工讀生	4	
總 計	1,335	

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116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	170	7	-	2,885
董監事	-	-	-	-	-	-	680 (註1)	680
委任人員	48,582	300	6,682	3,345	3,894	194	-	62,997
主管人員	96,186	1,570	13,222	7,725	9,264	606	-	128,573
行政人員	153,206	2,900	20,997	11,806	17,610	1,378	-	207,897
節目製播人員	736,547	16,208	100,934	52,730	85,567	6,968	-	998,954
節目發行人員	15,690	50	2,151	1,131	1,877	148	-	21,047
總計	1,052,497	21,028	144,300	76,845	118,382	9,301	680	1,423,033

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116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	6,465	57,100	31,135	13,300	-	108,000
行政管理	4,365	-	2,800	12,500	-	19,665
新聞節目製作購買	-	2,450	1,085	-	-	3,535
一般節目製作購買	-	1,600	-	-	-	1,600
節目企劃購買	-	400	-	-	-	400
節目製作播映作業	-	9,900	14,800	100	-	24,800
工程作業管理維護	1,000	1,150	12,450	700	-	15,300
資訊服務業務	-	34,400	-	-	-	34,400
數位內容暨行銷業務	1,100	2,200	-	-	-	3,300
國際事務推廣暨策略發展	-	5,000	-	-	-	5,000
客家電視台節目製播	20,000	15,000	-	3,000	-	38,000
行政管理	20,000	9,000	-	3,000	-	32,000
新聞節目製作購買	-	6,000	-	-	-	6,000
臺語台節目製播	-	2,500	3,500	-	-	6,000
新聞節目製作購買	-	850	3,000	-	-	3,850
一般節目製作購買	-	600	-	-	-	600
新聞及節目製作	-	1,050	500	-	-	1,550
國際影音平台營運及內容製作	-	10,750	4,200	-	30,600	45,550
行政管理	-	-	-	-	10,000	10,000
新聞節目製作購買	-	-	200	-	-	200
工程作業管理維護	-	4,300	4,000	-	12,000	20,300
資訊服務業務	-	6,450	-	-	8,600	15,050
合 計	26,465	85,350	38,835	16,300	30,600	197,550
占資本支出總額%	13.40%	43.20%	19.66%	8.25%	15.49%	100.00%

註：1. 公視購置固定資產預算90,000千元。

2. 文化部補助AI創新應用服務計畫5,000千元。

3. 文化部補助國際影音平台營運及內容製作計畫45,550千元。

4. 文化部捐贈兒少節目內容產製13,000千元及臺語台營運6,000千元。

5. 客委會捐贈客家電視台營運38,000千元。

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116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	1	190	80	4	274	
國際會議	歐美	PBI	國際公營廣電機構年會(PBI)	8	2	154	160	10	324	
國際會議	愛沙尼亞	INPUT	2027世界公視大展INPUT	8	8	688	568	45	1,301	
國際會議	愛沙尼亞	INPUT	2027世界公視大展INPUT(主持人)	10	1	86	90	10	186	
國際會議	波蘭華沙	INPUT	2027世界公視大展INPUT(評審)	10	1	86	71	10	167	
國際會議	新加坡	ATF	亞洲電視節(ATF)	5	2	34	126	4	164	
國際會議	日本		NHK日本賞Japan Prize	5	2	34	84	-	118	
國際會議	法國		安錫國際動畫影展	9	2	180	174	-	354	
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	71	19	160	
國際參展	歐美澳	Broadcast Asia	公共廣電服務國際合作	8	2	154	160	10	324	
國際參展	歐美		科學紀錄片影展	8	1	77	80	5	162	
國際參展	日本	Kineko兒少影展	國際電影節	5	1	20	52	5	77	
國際參展	德國	德國Schlingel兒少影展	國際電影節	8	1	77	80	5	162	
國際參展	南韓	釜山國際兒童與青少年電影節(BIKY)	國際電影節	5	1	14	36	5	55	
行銷參展	香港		電視電影節	5	3	27	142	3	172	

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116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	新加坡		ATF影視節	5	3	90	190	4	284	
行銷參展	首爾		電視電影節	5	2	30	81	2	113	
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	66	2	116	
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	180	80	8	268	
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	350	160	4	514	
考察	亞洲	ATF	亞洲電視節(ATF)	4	1	16	49	2	67	
考察	日本	InterBee	國際廣播器材展-Inter Bee	6	1	30	52	3	85	
考察	荷蘭	IBC	國際廣播器材展-IBC	7	1	45	56	2	103	
考察	馬來西亞	亞洲廣電聯盟(ABU)	數位電視研討會	6	1	15	42	15	72	
考察	美國	National Association of Broadcasters, NAB	(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	86	110	4	200	
國際考察	日本		NHK國際合作	5	1	20	52	5	77	
國際考察	亞洲		亞洲公共電視國際合作	5	2	44	100	10	154	
國際考察	荷蘭		廣播與影音產業展IBC	8	2	144	170	10	324	
合計					50	3,039	3,222	209	6,470	

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116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	韓國	韓國首爾國際電視節(BCWW)	節目銷售	5	1	13	45	10	68	
行銷參展	韓國	釜山亞洲內容及電影市場(ACFM)	節目銷售	6	2	36	98	20	154	
行銷參展	日本	TIFFCOM東京國際影視市場展	節目銷售	5	2	33	93	20	146	
行銷參展	亞洲	亞洲電視大獎(ATA)	節目參展	2	3	64	68	23	155	
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	5	98	249	64	411	
國際會議	澳洲	族群頻道交流	WIBN年會	10	2	200	250	50	500	
國際會議	美國	西南偏南(SXSW)跨域展示	產業交流	10	1	50	110	27	187	
國際參展	愛沙尼亞	國際獲獎參展	INPUT	8	2	172	142	10	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					20	846	1,315	224	2,385	

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116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	亞洲區公廣媒體及其他機構	亞洲地區影視產業媒體數位發展及公共廣電服務	6	1	40	60	2	102	
參展/考察	新加坡	新加坡電視節	參與影展活動與考察	6	1	40	60	2	102	
參展/考察	歐美澳	歐美澳洲公廣機構	拜會公廣機構、考察或參與影展活動	8	1	85	77	4	166	
購片	歐洲	參加國際影視展覽及市場展	節目銷售與推廣	8	1	80	80	2	162	
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	2	160	200	4	364	
考察	亞洲	亞洲區公廣媒體及其他機構	亞洲區公廣媒體或其他機構洽談合製案及拍片考察	8	2	68	95	8	171	
合計					12	585	762	30	1,377	

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116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	ATF	參加亞洲電視論壇及內容交易市場展(ATF)	5	2	34	125	3	162	
國際會議	愛沙尼亞	參加INPUT年會	參加INPUT年會	9	1	50	86	18	154	
國際會議	愛沙尼亞	參加INPUT董事會	參加INPUT董事會	9	1	50	86	18	154	
合計					4	134	297	39	470	

