



5G 時代超高畫質內容創新應用計畫  
(112-113 年)  
結案報告

財團法人公共電視文化事業基金會

114 年 8 月

# 目 錄

第壹章 計畫緣起.....	1
第一節 計畫背景.....	1
第二節 修約說明.....	1
一、第一次修約說明.....	1
二、第二次修約說明.....	4
第貳章 執行項目成果說明與經驗分享.....	7
第一節 設備資本門.....	7
一、IP 遠端遙控作業系統.....	7
二、專業型片庫擴充.....	27
三、公視+直播服務與設備擴充計畫.....	41
四、超高畫質節目製作:8K 攝影機暨播放設備採購.....	48
第二節 業務經常門.....	65
一、超高畫質節目製作.....	65
二、公視+串流影音平台服務升級.....	344
三、創新應用服務.....	362
四、教育訓練.....	423
第參章 效益評估及政策建議.....	431
第一節 績效指標達成情形.....	431
第二節 國外入圍得獎績效.....	459
第三節 政策建議.....	461



## 第壹章 計畫緣起

### 第一節 計畫背景

本計畫為前瞻基礎建設計畫第4期「推廣數位公益服務」之文化部「影音場域之5G創新應用領航計畫」項下計畫。文化部於112年11月8日簽約補助財團法人公共電視文化事業基金會執行「5G時代超高畫質內容創新應用計畫」。

### 第二節 修約說明

本計畫經費原為247,418千元。本案經過兩次修約，經常門由原217,186千元增修為295,853千元；資本門由原30,232千元增修為31,565千元，計畫經費合計為327,418千元。

#### 一、第一次修約說明

本會依「文化部補助財團法人公共電視文化事業基金會辦理『5G時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113年)』契約書」第一條，於113年3月22日發函(公視基字第1130000494號)文化部申請「5G時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113年)企劃書」內容變更，並展延第四期結案期限日期至114年06月30日止。

文化部於113年4月30日回函(文影字第1133011372號)，同意本會「5G時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113年)」企畫書內容變更，並展延履約期程至114年6月30日。以下為第一次修約內容說明：

- (一) 本計畫為112-113年兩年度計畫，相關節目規劃均依2年期程辦理。惟本案簽約時間為112年11月8日，較原訂期程延

後半年以上。本會雖已戮力加速各節目製作，惟部分節目因節目型態、跨國拍攝、製作難度以及整體完整性等因素，以本案簽約後之執行期程實無法完成。茲對應簽約日程調整本計畫第四期結案時間至 114 年 6 月 30 日，以利各節目原規劃之作業順利進行。

- (二) 113 年外景綜藝及實境節目：在外景實境節目的類型創新上，公視一直走在最前面，不斷開拓表現形式與內涵。本案將以「跨界」作為設計亮點，希望帶給觀眾最出奇不意的節目風格及亮眼內容；因為新形式需較長開發時間，亦需與跨界主持人充分溝通及磨合，故於 113 年第四季始能進行拍攝，114 年第二季方能完成製作。依此將連動修正第三期本案須完成之工作項目與完成工作內容。
- (三) 連續劇 A 化外之醫屬國際移工醫療之特殊題材劇集，除後期剪輯階段需補拍如主播、移工及環境空鏡…等相關內容，視覺特效、音樂、音效亦須更多時間完成。另，為讓故事更加完整，本案正評估新增一集，各集內容需做調整編排，故需延長製作時間。
- (四) 連續劇 C 原訂 113 年 12 月前成案 2 檔，惟因目前仍處於劇本孵育及田野調查階段，俟劇本開發完成後，始能據以洽詢並爭取外界合資製作之意願，故延長成案時間。
- (五) 新增《漂流之海》紀錄片：本案為延伸 5G 計畫(110-111 年)時代劇集《聽海湧》情節核心，以紀錄、重演、訪談與歷史畫面交織爬梳之方式，呈現二戰臺籍日本士兵鮮為人知的歷史。

- (六) 新增法、德、日、台公共電視「探月再啟航：太空旅程」  
(暫名)國際合製節目前製：本案由法國 France TV 德國 ZDF、日本 NHK、台灣公共電視 PTS 以大型紀錄片聯合出品方式，合製「探月再啟航：太空旅程」(暫名)紀錄片。由法國的著名大型科學與人文紀實片製作公司 ZED 負責製作，結合最新的實景拍攝、專家訪談，加上 3D 呈現這項計劃的未來進程，同時將由歷史照片，讓觀眾了解人類登陸月球的歷史。將進行內容洽談與簽約事宜，國際版內容也將呈現台灣元素。此外，除紀錄片外另規劃新媒體計劃包含，VR 虛擬實境計劃以及 Dome 圓頂劇場計劃。也將一併於本計畫期程內進行前製作業。
- (七) 有效運用預算並擲節開支增加 113 年大型互動節目製作時數。
- (八) 創新應用\_XR(VR/AR/MR)創作《雲在兩千米 VR》：陳芯宜導演之 VR《雲在兩千米》為吳明益原著授權改作，本案包含多元媒材，為讓美學形式與不同媒材的內容相輔相成，主創團隊需多方探索、實驗各種掃描與實景重現之 VR 技術，以期達成讓觀影者於虛實交融中如臨其境的感官觸動，故需更多時間完成。
- (九) 因應新技術(FAST TV)興起以及推廣，原國際兒童影展數位串流直播計畫改以公視+台灣國際兒童影展主題直播頻道呈現，降低操作門檻、觸及更多觀眾，提升本計畫效益。
- (十) 公視+串流影音平台服務升級計畫之「TV APP 開發」：目前 TV APP 市場最大的作業系統為 Google TV，本階段將率先以

Google TV 系統為主要上架平台。惟使用者終端/載具的情境眾多，諸如智慧型電視或智慧型機上盒等，種種變數都有可能影響使用者體驗，故需更多的使用者終端量測與除錯時間，藉以最優化之使用體驗與介面設計。

(十一) 於行政維運費項下增加國外參展或宣傳費項目。本計畫為「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(110-111 年)」之延續，上該計畫產出節目將陸續展開國外推廣與宣傳作業，將台灣影視內容輸出國際，開創與延續台灣影視品牌，達成讓國際認識台灣之目標。以目前 110-111 年度預算製作之劇集《聽海湧》為例，該劇榮獲「法國里爾 SERIES MANIA 劇集展」肯定，成為臺灣首部入圍 INTERNATIONAL PANORAMA（國際全景競賽單元）作品，也是今年唯一入圍競賽的亞洲劇集，與全球其他 11 部優秀影集共同角逐該單元獎項，並競爭最佳影集、導演、男女主角以及觀眾獎。茲建議於行政維運費項下增加國外參展或宣傳費項目，以利國際推廣與宣傳。

## 二、 第二次修約說明

本會依「文化部補助財團法人公共電視文化事業基金會辦理『5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113 年)』契約書」第一條，於 113 年 9 月 4 日發函(公視基字第 1130001671 號)文化部申請「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113 年)企劃書」內容變更，並契約展延至 114 年 08 月 29 日止。

文化部於 113 年 10 月 9 日回函(文影字第 1133027115 號)，同意本會「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113 年)」企畫書內容

變更(包含提增辦理戲劇及國際合資紀錄片經費新臺幣 8,000 萬元；經費表經、資門勻支及相關工作項目與查核點變更)，並契約展延至 114 年 8 月 29 日。以下為第二次修約內容說明：

- (一) 本計畫為透過國際合資合製紀錄片彰顯臺灣影響力，擬增加六部國際合製紀錄片：《探月再啟航：太空旅程－臺灣版特輯》(暫名)、《奈米王國》(暫名)、《自然之約》(暫名)、《騎鐵馬遊臺灣》(暫名)、《民主烹飪課》、《冰封的記憶》。
- (二) 原「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113 年)」中開發之兩部連續劇(原連續劇 C)，現經評估為《暴走女外科 2》、《欠妳的那場婚禮》兩部戲劇，合計約需 1.9 億元製作費。原規劃由「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113 年)」(2,000 萬元)、「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(114 年)」(6,000 萬)之經費支持，亦僅能負擔部份製作費用，擬請增額補助。並公視除擬運用法定捐贈預算支應，亦需對外尋求合資對象挹注，方能順利製作完成。
- (三) 綜因上述兩點，擬請於 113 年度之「超高畫質節目製作」項下增額補助 80,000 千元，113 年度預算調整為 190,000 千元，總預算連動調整為 327,418 千元，以利上述六部國際合製紀錄片並兩部連續劇順利啟動。《暴走女外科 2》、《欠妳的那場婚禮》兩部戲劇於增加補助後原本查核點工作項目將由原「成案」調整為「提供 60～120 分鐘拍攝順剪檔案」。
- (四) 另，本會於 5 月 2 日去函(公視基字第 1130000734 號)所擬將「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫(112-113 年)」業務經常門流用為資本門併資本門標餘款共計 169 萬元辦理超高畫

質節目製作之 8K 攝影機暨播放設備採購案。規劃利用資本門標餘款並行政維運費流入之經常門，進行 8K 攝影機與 8K 投影機及相關周邊建置，作為公視先期測試及技術前導使用，有利於整體 8K 節目製作的工作流程優化以及節目完成後的影像輸出解析度和色彩空間(SDR/HDR)正確對應。貴部於 113 年 5 月 24 日回函文影字第 1133013879 號函同意本會所擬。並本會又於 8 月 26 日去函(公視基字第 11308261576 號)，提請將本案由原 169 萬元預算增加至 205 萬元。故扣除原資本門之標餘款後，由行政維運費用流入 1,333 千元，一併調整預算表。

- (五) 就本次新增之六部國際合製紀錄片，增加預期效益說明。並依上述修正內容對應計畫調整工作內容暨時程。
- (六) 依各節目製作週期，擬展延結案期限至 114 年 08 月 29 日。並調整第四期查核時間點為 113 年 12 月 9 日，新增完成工作項目、查核工作內容及撥款金額。新增第五期查核時間點為 114 年 8 月 29 日，新增部分應完成工作項目與查核工作內容。

## 第貳章 執行項目成果說明與經驗分享

### 第一節 設備資本門

#### 一、IP 遠端遙控作業系統

##### (一) 現況說明

##### 1. 國內 IP 製播環境發展現況略敘

IP 網路的電視製播架構，目前在台灣發展進程，初步在電視台或是製作公司升規到 4K 的製播環境時，才會考量在 IP 網路或是傳統的 SDI 之間選擇，而主要會選擇 IP 網路架構時，通常是因為 4K 信號傳輸時，需要更大的傳輸資料承載量，而卻不是為了 IP 遠端電視製播所需，例如公視目前因前瞻計畫的挹注，就已經規劃建置了一個 4K 攝影棚及戶外轉播車，是採用 IP 網路架構做為 4K 電視製播的傳輸使用，但並未考量 IP 網路作為遠端製作的規畫，因此目前戶外轉播或是運動賽事等等，都還是以戶外轉播車直接到轉播現場旁來進行直播節目的轉播作業。

後因為 COVID-19 疫情發生後，在戶外轉播部分，開始有遠端轉播作業的需求及想法，戶外轉播作業開始有打破傳統大規模的人員及設備的移動概念，讓轉播人力及設備可以有更大的效益。人們開始思考及規劃，未來可能的透過網路進行遠端遙控作業模式，使其工作更有效率。但是這樣的遠端遙控作業模式難道沒有任何瑕疵？這也是我們目前所有廣電從業人員心中最大的疑問，與必須要面對的挑戰。

## 2. 公視目前在 IP 製播環境的發展現況

面臨電視節目畫質不斷提升，需傳輸的資料量相對增加，龐大的資料流讓電視業者開始思考未來如何運用網路時代的訊號交換與傳輸架構。目前全世界的廣電業者都在評估與規劃 IP

（Internet Protocol）傳輸的可行性，超高畫質電視製作流程逐漸捨棄傳統 Baseband（SDI）方式，往數位 IP（Internet Protocol）化、檔案式技術邁進。

IP 製播技術日益成熟的此時此刻，公視評估 IP（Internet Protocol）網路的頻寬優勢、高效率、技術成熟與靈活性後，擬於 112 年開始規劃以公視現有戶外轉播車，配合增購一 IP 遠端製作及編碼/解碼等設備，使戶外轉播車除平日可做為電視外景節目錄影播出使用外，當需要進行遠端節目製作時，可將另一遙控端的攝影及收音等設備架設於演出場地，以高速網路架構串接兩端設備，構成遠端作業之型態。未來可因應各類節不同需求，彈性人力調配，將節目錄製作業以不同形態充分運作，亦充分發揮設備器材的使用型態。

## 3. 現今國外 IP 遠端製作技術的現況發展

遠端製作，通常稱為 REMI（REmote Integration Model）或在家製作(at-home production)，是一種越來越多人採用的廣播工作流程，其中從遠端地點（例如體育場館）即時拍攝影音畫面跟收音，而內容製作則在電視台副控室中進行。IP 技術的發展與最近需求發展的作業形式相結合，進一步改變了這種模式，以分佈在多個廣播設施和遠端作業的分散模式或去中心化的電視製作工作流程，取代了傳統大型攝影棚和副控室的基礎架構。

IP 技術採用安全可靠的網路串流，使遠端可進行廣播製作，從



使用價值數百萬美元的戶外轉播(OB)車、昂貴的衛星上行鏈路和大量工作人員的傳統方法，演變為更靈活、更有效率的遠端製作工作流程。在消費者對更多現場直播（無論是新聞、體育還是音樂活動）的需求不斷增長的推動下，電視台越來越多地轉向靈活的遠端製作工作流程，這些工作流程依賴公共網路進行廣播傳輸、回送和監控等作業。正確實施的 IP 遠端製作可以減少人員和設備的移動，提高資源利用率，並最大限度地提高製作團隊的效率，使電視台能夠靈活地以更少的資源製作、傳送更多影音內容並從中獲利。

在競爭日益激烈和商業模式不斷發展的時代，電視台和內容所有者正在尋求優化效率並降低成本。採用遠端製作模式可以減少準備現場活動廣播所需的時間、成本和資源，從而使電視台能夠事半功倍。IP 遠端製作為電視台提供了製作更多創收內容的機會，以滿足快速成長的需求，同時提高效率。透過 IP 網路（包括公共網路）以低延遲路由直播影音，電視台還可以整合製作資源和人力，無論是在集中式廣播設施中還是在分散式的廣播團隊中。

很多電視台考慮每年需要報導數百場小型賽事的二級體育電視台的任務上，這些小型賽事無法以與大型體育賽事相同的規模實現盈利。採用 IP 遠端製作無需衛星設備和現場資源，若同時能夠透過幾乎無處不在的互聯網來傳輸低延遲影音內容，從而大幅降低製作成本。

另外根據於 2020 年 9 月在 COVID-19 疫情大流行期間，對廣播和媒體專業人士進行的問卷調查，57%的受訪者表示，其組織中 50%或更多的製作人員當時是在家工作。此外，79%的受訪者表

示，疫情加速了其組織向智慧財產權的轉換。率先使用這樣的形態的有線體育電視台 ESPN 為 14 個大學體育賽事部署了 IP 整合的遠端製作解決方案，這些解決方案已用於透過低成本網路連線製作 2,200 多場賽事，而不是使用成本高達 8 百萬美元以上的傳統衛星上鏈服務。

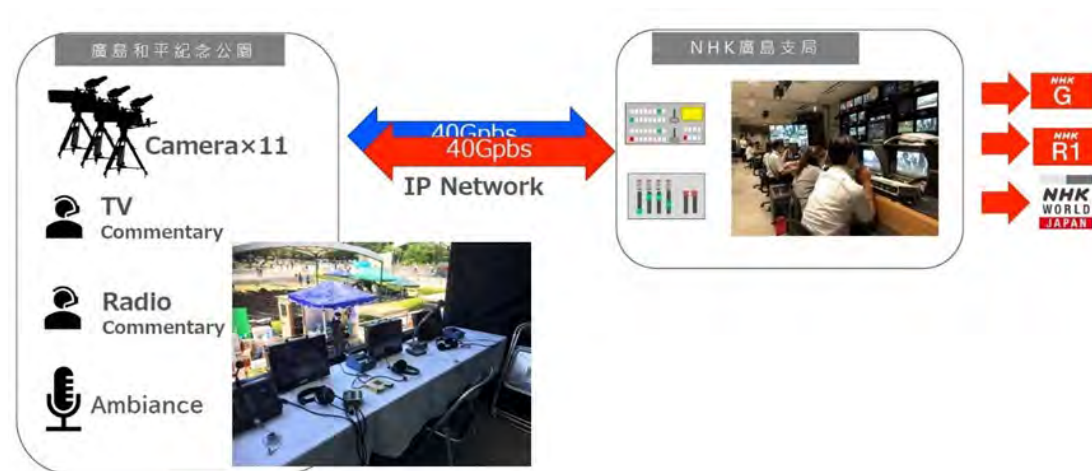
以日本 NHK 發展為借鏡，NHK 這幾年來也積極的進行 IP 遠端節目製播的技術導入及研究測試，初期先由地方支局的人員及設備投入，藉由進行遠端節目的轉播作業，進行人員 IP 技術養成及技術導入。以廣島電視台為例，他們自 2021 年起，將每年廣島原爆紀念典禮，進行 IP 遠端實況轉播迄今已經有 3 年，即便廣島原爆紀念公園與 NHK 廣島支局僅只有大約 200 公尺的直線距離，同時 NHK 人員亦表示這樣的技術導入測試，也曾發生不少錯誤與技術認知上的衝突，但藉由一場大型紀念典禮的轉播，經由 IP 網路進行遠端節目製作，讓轉播作業的人，如導播、技術指導、視訊、助理導播、成音、字幕等工作人員，不用侷限在一個狹小的空間進行操作，而是在電視台的副控室遠端控制，經網路 IP 的大量資料傳輸，使整個轉播作業如同在攝影棚內一樣順暢。





廣島和平紀念公園與 NHK 廣島支局地理位置圖

這場紀念典禮儀式是在廣島和平紀念公園舉行，同時由 NHK 負責轉播作業，進行現場直播，轉播作業示意圖如下：



日本 NHK 廣島和平紀念公園音樂會轉播作業示意圖

## (二)計畫目標

公視為發展 IP 遠端製作技術，規劃建置 IP 遠端製作的設備建置，先期在封閉的光纖網路上，進行遠端信號傳輸等節目製播測試。測試的主要目標內容如下：

- 對電視即時轉播作業時，在 IP 傳輸編碼/解碼的傳輸評估及相關服務運作測試。

－ 對 4K 電視 IP 遠端製作與傳統模式在現場轉播的電視作業下差異比對測試。

期能藉由這次測試內容的有效執行及計畫目標的達成，可獲得下列的主要效益：

1.以 IP 作為基礎架構，除可遠端進行影音信號及控制等監控作業外，初期測試以一個可控的網路環境下，配合 IP 化整合成一完整遙控製作環境，讓信號可以完整傳送，無需太多的轉換程序，即可進行遠端製作的作業模式進行電視轉播測試。

2.未來 IP 網路製播環境及遠端製作的技術導入，將有效提高影音內容傳輸的效率和靈活度，並進而實現網路進行異地遠端製作的作業模式，使得將來製作人力的調配更具彈性，製作作業及環境更具靈活度。

### (三)實施方法

#### 1.測試型態

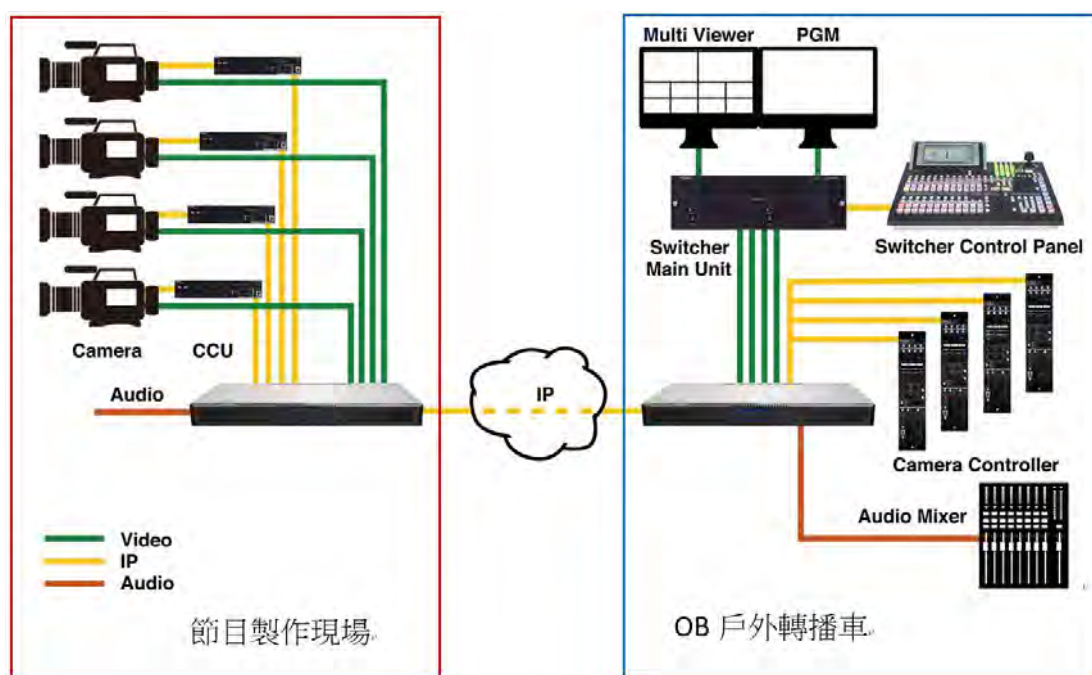
##### (1)建置期間

因此建構一 IP 架構的高畫質節目遠端製播的作業測試環境是必需的，配合目前我公視現有一部 4K OB 戶外轉播車，進行系統改善及增購設備方式，將 OB 車加上一遠端製作設備，將攝影機及音訊等製作設備架設於節目現場，可以於遠端透過光纖或網路形式將訊號傳送回 OB 車上，導播等製播人員可以於遠端進行節目錄播，只有攝影師、現場指導

及助理等必要人員於現場進行作業。

以 IP 作為基礎架構，除可遠端進行影音信號及控制等監控作業外，初期測試以一個可控的網路環境下，配合 IP 化整合成一完整遙控製作環境，讓信號可以完整傳送，無需太多的轉換程序，即可進行遠端製作的作業模式進行電視轉播測試；待測試成果穩定後，在網路長度可逐漸延伸後，便可大幅應用遠端製作來進行相關節目製播作業。

IP 遠端製作設備中擬計畫採購超高畫質廣播級 IP 製播設備，從拍攝、畫面選取、畫面監測到最後訊號錄製，使其達到 IP 遙控的電視測試作業。



## (2)計畫時程及內容

本次 IP 遠端遙控測試期共計分系統安裝架設及進行現場實地測試，主要目的作為電視節目在 IP 遠端遙控轉播時的技術測試與使用人員的實際作業時體感差異，除利用公視現有

4K OB 轉播車的現況進行設備擴充、改善及技術調整，並應用在公視現場轉播作業，除了工程 IP 技術的提升並向下推展外，也讓實際轉播作業人員，在設備操作及影音信號傳送上，比較與傳統電視作業模式下，信號在外景作業是否有所差異？

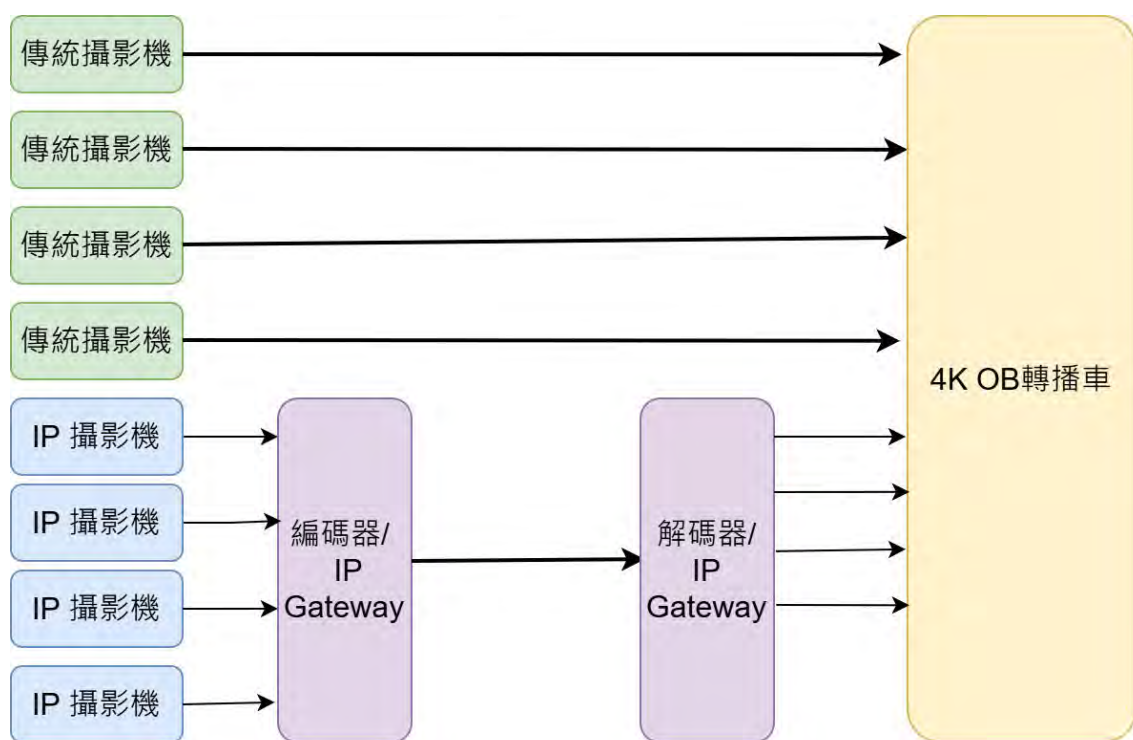
	起 訖 日 期	時間	作業內容
第一階段	2024 年 05 月 1 日 ~06 月 27 日	09:00~17:00	4K OB 車系統 改裝及 IP 遙控 測試作業及教 育訓練。
第二階段	2024 年 06 月 29 日	19:00~21:00	公視 4K 節目 IP 遙控轉播作 業： 「8K 神木之 森：阿里山森 林鐵路紀行」 節目戶外首映 會

## 2.研究方式

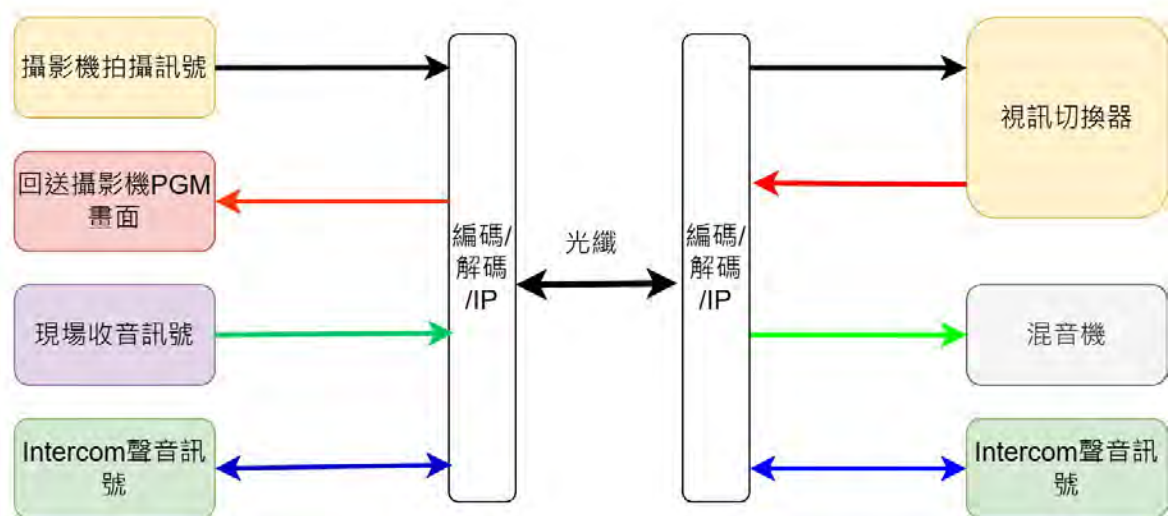
為達到本計畫之目標，本計畫首先進行「IP 遠端遙控作業



系統」採購，取得 IP 遠端遙控等相關硬體設備，並依計畫納入公視現有 4K OB 戶外轉播車的系統進行整合，並於裝機測試期間的相關工程建置中，進行與傳統 SDI 訊號進行影像畫面、聲音及時間延遲等等比對，使兩者間的訊號可以交叉切換而順利播出 4K 訊號，讓導播攝影師等作業人員在實際轉播作業上不會感受到差異。



轉播車與攝影機訊號傳送示意圖



IP 遠端遙控於現場轉播作業示意圖

而建構本計畫之測試及具體實地演練，讓節目轉播作業人員進行現場轉播作業，然後進行作業人員口頭訪查，針對影音品質、Intercom 對講系統、PGM 畫面回看及現場時間延遲等問題，提出本計畫之研究結果、結論與建議；此外，本計畫除進行 4K 電視節目現場轉播外，同樣進行於公視 Youtube 頻道上進行網路節目訊號直播，推廣除無線電視接收外的媒體，如網路在 4K 影音服務內容。

### 3.變數衡量

有關本計畫的變數衡量主要分為四部分；在進行 4K 節目遠端遙控轉播的測試中，重點考慮的變數主要集中在影音品質、設備 IP 的效能、現場節目轉播作業以及系統整合性的差異性等方面。以下是詳細的衡量變數說明：

首先是轉播的影音品質相關變數，在色彩準確性，應檢視傳輸過程中是否發生色彩偏移或畫質損失。畫面細節上在於影像能否保持 4K 的解析度，是否有編碼或傳輸引起的畫面模



糊或解析度損失。而影像與聲音的同步情況，尤其是在 4K 高解析度影像下，影音同步更容易受影響。

在設備性能與穩定性方面，編碼/解碼效率是一大考驗，編碼器和解碼器是否能穩定處理 4K 資料串流，以及編碼效能(如 H.265 編碼是否穩定)。設備散熱與運行穩定性是否因戶外轉播現場的條件下，長時間轉播作業時，設備是否會因過熱或性能限制導致畫面卡頓或畫面資料丟失。在時間延遲補償能力上，儘管專用光纖上傳輸的延遲低，仍需注意編碼/解碼和處理設備的內部延遲是否造成製播上的問題。

另外在現場操作與流程，現場轉播信號的切換穩定性，在多路信號源切換時，是否出現夾格、卡頓或影音不同步現象。在多路 IP 攝影機的訊號切換測試上，交叉與傳統 SDI 攝影機訊號切換時，是否會因各信號時間延遲，造成節目製播時的問題。各機位之間信號的協同與同步性是否可以讓轉播作業人員靈活操作也是一大變異數。

系統整合上的變異數，除了影音特性及各系統兼容性外，轉播作業時，Intercom 的雙向通話信號，是否在 IP 架構傳輸上，能符合相關傳輸協議(如 SRT、RTMP、RTP)，使能穩定傳輸資料。

(四)執行情形及差異分析

項次	預定工作項目	執行情形	預定工作與實際執行差異分析
1	進行「IP 遠端遙控作業系統」案採購，並完成設備安裝架設。	IP 遠端遙控作業系統採購案於 113/2/1 招標公告，113/3/6 完成開標發包，廠商於 113/6/26 前完成到貨安裝並進行測試運作。	無差異
2	對電視即時轉播作業時，在 IP 傳輸編碼/解碼的傳輸評估及相關服務運作測試。。	IP 遠端遙控作業系統採購案設備於 113 年 5 月起陸續進行公視 OB 轉播車改裝及進行測試運作，規劃遠端轉播運作的作業流程，以避免影響轉播作業人員的節目播出運作，確保節目轉播正常播出外，影音品質亦不會有所影響。	無差異

3	<p>對 4K 電視 IP 遠端製作與傳統模式在現場轉播的電視作業下差異比對測試。</p>	<p>我們建置 IP 遠端設備進行實地運作測試，並與傳統 SDI 傳輸的轉播訊號比對，即便 IP 訊號經過編碼/解碼及 IP 光纖網路的傳輸，與傳統 SDI 訊號延遲差異僅在 5 個 Frame 裡 (<math>\leq 80\text{ms}</math>)，這樣的延遲時間經過系統調校，我們可以同時與 SDI 的訊號傳輸上，讓作業人員如導播、AD、攝影師在作業時沒有感覺到兩者的差異，不論是轉播畫面與聲音、回送 PGM 畫面及 Intercom 的通訊對談。因此我們可以確認 IP 遠端作業對於現場轉播作業，是完全可行的。系統架構圖如附件。</p> <p>113/6/29 於中正紀念堂完成「神木之森」晚會的 IP 遠端戶外轉播測試，並進行網路直播作業。</p>	無差異
---	-----------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

(五)成果效益檢討

項次	預期成果效益	成果效益檢討
1	對電視即時轉播作業時，在 IP 傳輸編碼/解碼的傳輸評估及相關服務運作測試。	<p>本案是除了以 Sony NXL-ME80 LAN/WAN Media Edge Processor 作為 IP 閘道器外，也作為編碼及解碼來處理 4K 影像 (3840x2160)的傳輸，採用 H.265/HEVC 編碼，在 60 Mbps 傳輸速率下，其畫面可以預期為高品質的呈現，當然其具體效果取決於影像內容的複雜度與觀察條件。</p> <p>由於採最新的 H.265/HEVC 的編碼效率，相較於 H.264/AVC，編碼效率大幅提升了約 50%，當以 60 Mbps 傳輸速率進行 4K 編碼時，HEVC 編碼格式可提供與 H.264 格式使用約一倍的速率下相當的畫質。這在編碼效率和畫質之間提供了良好平衡；在靜態場景或低運動畫面，幾乎無可察覺的細節損失；而在高運動或高細節場景下，可能會出現少量編碼失真，如輕微的模糊或塊狀效應，但對大多數人而言，依然能達到視覺滿意的水準。</p> <p>在主觀畫質評估方面，編碼比對畫質的影響，通常會根據一些方式來進行評</p>

		<p>估，採用 60 Mbps 傳輸 4K (3840x2160, 60fps) 時，對於這樣的解析度，60 Mbps 則屬於較高的編碼效率。最新的主流編碼器 H.265/HEVC，在此傳輸速率下，當可以提供優良的畫質。即便透過人員現場的主觀測試，畫質評估都可以達到相當優良的回應，整體主觀評量要取決於場景的複雜度。如果是靜態或低動態場景，H.265 編碼效率更高，此時畫質更接近無編碼的水準。若是在高動態或高細節的場景下，畫面也許會出現輕微的編碼失真（如方塊效應或平滑效應），但對一般使用者來說這樣失真幾乎無法察覺。</p> <p>總結來說，在 H.265/HEVC 編碼下以 60 Mbps 傳輸 4K 影像，對於一般影像使用情境下，影像畫面非常接近未編碼來源，因此總體而言，運用 H.265 編碼技術在這現場節目轉播條件下的 4K 影像畫質，能滿足低延遲、高畫質的轉播作業需求。</p>
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2	<p>對 4K 電視 IP 遠端製作與傳統模式在現場轉播的電視作業下差異比對測試。</p>	<p>4K 電視的現場轉播作業，不只是畫質的要求，連同多種信號傳遞回送，均透過 IP 網路，在這一次轉播的作業中，我們透過實際驗證下可以比對出 IP 與傳統 SDI 的時間延遲差異，也透過設備，讓這兩者間調整後，整個作業模式讓轉播人員感到無差異性，對於未來 IP 遠段轉播作業可以有十足的信心。</p> <p>在現場操作與轉播作業，現場轉播信號的切換都相當穩定，在多路信號源切換時，IP 攝影機的訊號切換測試上，不斷的交叉與傳統 SDI 攝影機訊號切換時，不會因各信號時間延遲，而造成節目製播時的問題。各機位之間信號的協同與同步性可以讓轉播作業人員靈活操作，不會感覺到 IP 遠端與傳統 SDI 的差異。</p> <p>除了影音特性及各系統兼容性外，轉播作業時，Intercom 的雙向通話信號同時在 IP 架構傳輸，能使通話順暢無間斷。</p>
---	-----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## (六)結論與建議

本計畫係以 IP 網路及 H.265 訊號編碼/解碼做為傳輸架構，用來傳送 4K 電視影音訊號供 IP 遠端遙控轉播作業作為測試對象，主要的研究議題有：對 4K 電視 IP 遠端製作與傳統模式在現場轉播的電視作業下差異比對測試，主要針對 4K 影音信號在 IP 遠端遙控作業下的整合測試及差異性測試評估。另外針對 4K 電視傳輸編碼/解碼的傳輸評估及相關服務運作測試調查。探討未來影響國內電視戶外轉播作業下，IP 遠端遙控的影音服務成功運作的關鍵因素。根據實證結果本計畫提出的研究建議詳述如下。

在使用公共網路進行 IP 遠端節目製作時，雖然成本降低且更具靈活性，但仍存在技術和操作上的挑戰和問題必須要克服，首先要克服網路穩定性和頻寬限制的因素；公共網路的不穩定性便會導致網路延遲、封包丟失和訊號抖動（jitter）等問題，這會影響遠端遙控及直播節目的品質。這種不穩定性特別在高流量時間或網路擁擠的地區更加明顯。另外 IP 遠端製作通常需要大量頻寬來處理高品質的視訊和音訊串流，尤其是使用影音編碼等技術時。公共網路上的頻寬可能不夠可以滿足高解析度、低延遲的傳輸需求，特別是在需要多路視訊串流的情況下，頻寬會是一個重大的限制因素。

而延遲和同步上的問題，由於互聯網的廣域性和不同的網路節點，延遲問題可能會影響即時互動的效果。這對於需要即時回應的節目製作，如直播活動和遠端訪談，可能會導致一些延遲上的問題；當使用多路視訊串流來進行製作時，保持聲音和影像的同步會是一個挑戰。不同的視訊串流可能因為

傳輸路徑長度和網路狀況的差異而出現不同步的情況發生。

面對互聯網上的資安風險，一般來說，IP 遠端遙控轉播作業，大部分是使用”專網”或是”專用光纖”，若需要使用公共網路進行傳輸，則會存在潛在的資訊安全風險，因為可能會遭到網路攻擊、攔截或數據洩露。因此，保護傳輸的數據不被未經授權的第三方訪問至關重要，這相對也會有更多的網路傳輸問題而產生。因此考慮使用加密機制和防火牆之後，即使一些特定的網路協議可以提高安全性，但仍需要在防火牆穿透和數據加密方面進行額外的配置和維護，以確保資料的安全，相對有提高了網路傳輸的成本。

故障排除和技術支援的考量，面對遠端技術問題解決方案，當遠端設備或網路發生問題時，技術支援的難度比傳統的製播方式要大很多。遠端團隊可能無法即時處理現場問題，這會延長問題解決的時間並影響節目製作的進度，這一部分會是在遠端製作時，就必須要有的風險控管。另外在一些基礎設施較差的地區，公共網路的品質可能無法支持高品質的IP 遠端製作，這對於遠端的直播節目來說是一個挑戰，相對來說網路建置也會是一個遠端節目製作上的成本。

整體來說，雖然 IP 遠端製作通過公共網路提供了巨大的靈活性和成本優勢，但也伴隨著網路不穩定、延遲、同步、數據安全 and 技術支持等多方面的挑戰。這些問題需要在實施時進行仔細規劃和有效控管，做好必要的備份機制，以確保節目製作的品質和可靠性。

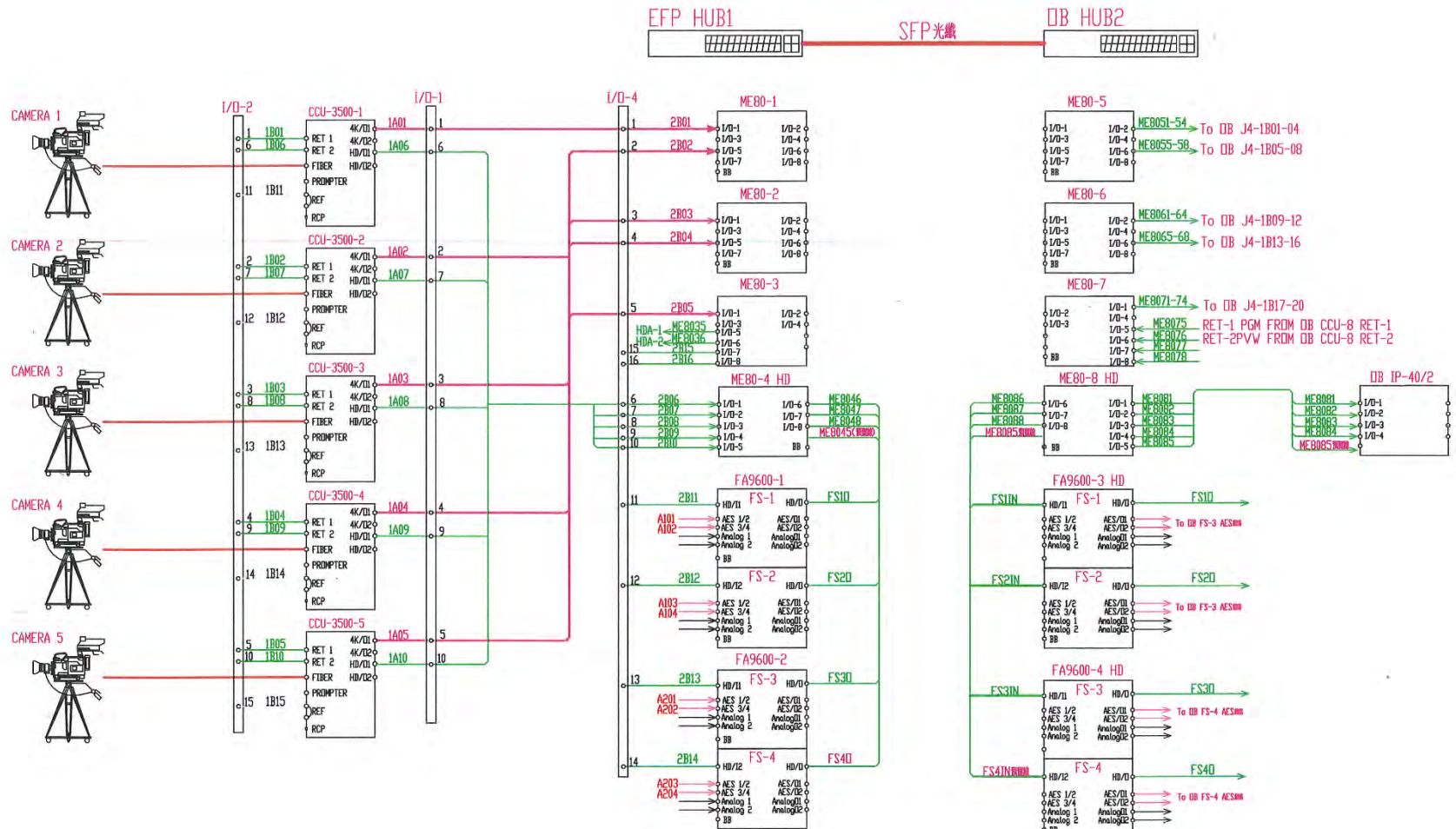
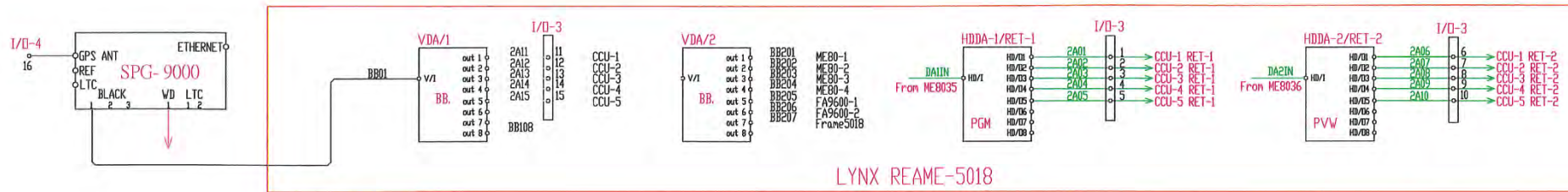
隨著網路條件和技術的成熟，IP 遠端節目製作將對戶外轉



播作業（Outside Broadcasting, OB）將會帶來多方面的變革，未來主要體現在以下幾個方面：

- (1) **設備和基礎設施會簡化**，日漸減少傳統 OB 車的依賴，未來隨著 IP 遠端製作的成熟，傳統的 OB 車可能不再是必需的核心設備。面對戶外轉播作業時，製作團隊可以利用更輕便的設備，如便攜式編/解碼器、IP 攝影機等，在戶外進行高品質的現場轉播，這將大大減少設備運輸和器材安裝的負擔。製作流程也將虛擬化，許多製作工作未來將可以在雲端進行，如即時混音、視訊切換、圖形畫面疊加等，這將進一步簡化現場的技術需求，並提高工作效率。
- (2) **在成本和資源的優化**，專業人力和資源的減少，未來的遠端製作技術將使得一個小型的現場團隊就能完成過去需要大量人員的工作。技術人員可以遠程監控和控制現場設備，從而降低人力成本並提高工作效率。
- (3) **製作成本效益更高**，利用公共網路進行傳輸將顯著降低衛星傳輸和專用光纖連接的成本，讓更多的中小型機構能夠負擔高品質的現場製作。而隨著網路技術的進步，製作團隊可以在全球任何地方靈活地進行現場製作，而不再受制於特定地點或設備的限制。這將允許更豐富的內容創作和即時報導。
- (4) **必須提升的可靠和安全網路連結**，未來隨著網路技術的進一步提升，如 5G 的普及和雲端技術的發展，IP 遠端製作的可靠性將大幅提高，減少目前因網路不穩定帶來的風險；在安全性的加強：在技術成熟後，IP 遠端製作將能夠更加有效地保護數據傳輸的安全，減少數據洩露和網絡攻擊的風險。

附件：系統線路圖



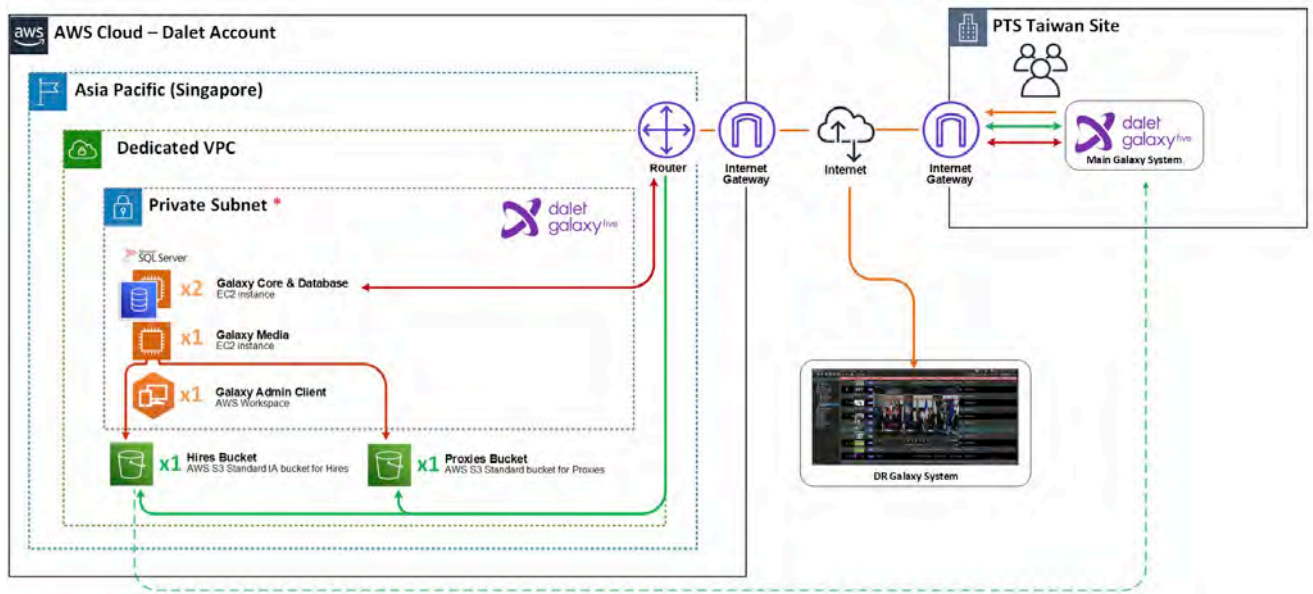
## 二、專業型片庫擴充

### (一)緣起

公共電視需要建立一個災難備援系統，可以存取公共電視的雲端備份儲存空間的節目影音檔案，並且在需要的時候可以將此檔案拉回線上暫存，並且提供給指定的播出備援系統位置進行使用

#### 1.目的

- ✓ 本計畫之雲端備援系統採購案，透過在雲端建立一套簡易的媒體資產管理系統與地端的系統進行資料交換，將必要的播出影片檔案事先上傳到系統中進行管理，當事故發生時使用者可以在任何地方連上網路並且操作媒體資產管理系統繼續進行必要之作業並將成品匯出到指定的位置或是進行下載作業確保播出功能可以在最短時間內復原。



- ✓ 同時建立雲端詮釋資料輸入架構，使用者可以在災難發生時仍舊持續進行資料的輸入與整理並且確保災難復原之後系統可以將這段時間接收的資料匯出並在地端系統進行重新匯入作業。
- ✓ 透過使用 AWS 系統與雲端 Dalet 系統可以在未來依據需求持續進行擴充，並且可以完成例如雲端製作以及建立臨時性的媒體資產管理系統作為活動使用，例如為了奧運或是世足等短期集中的活動。

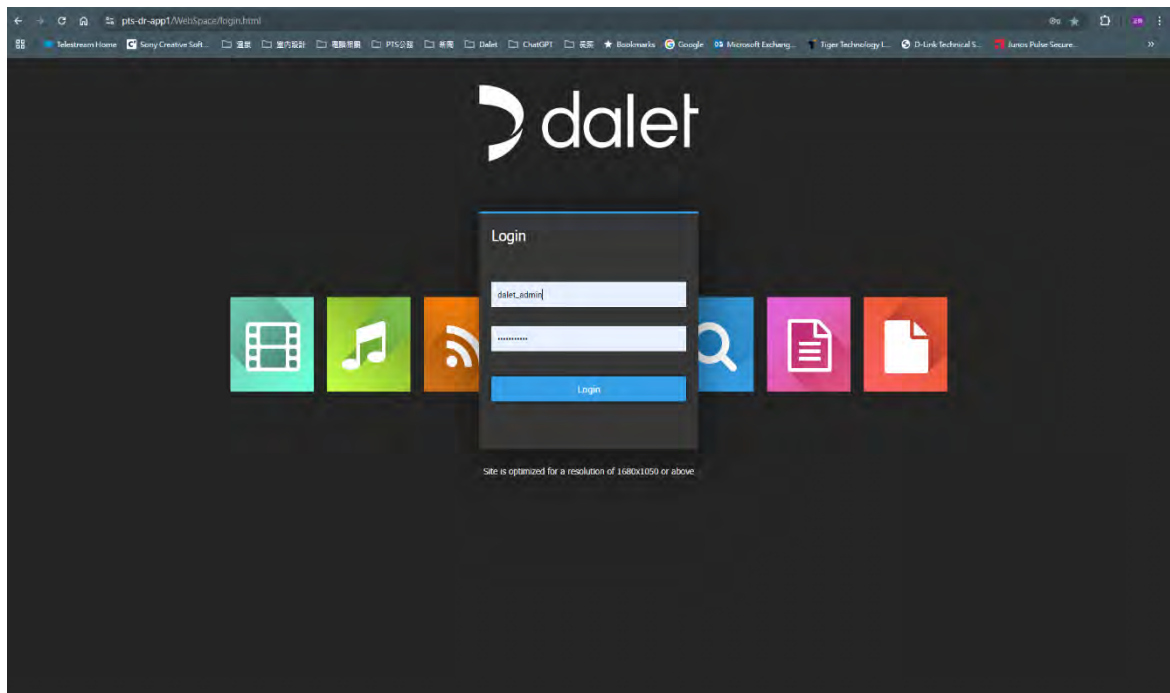
## (二)Dalet Galaxy 媒體資產管理系統相關作業建立

本專案需要將媒體資產管理系統建置在雲端，透過部署在 3 台不同的雲端伺服器來完成相關的建置，其中包含資料庫伺服器以及兩台運算用的伺服器，三台設備上面各自配置需要的 Agent 來執行作業，並且需要配合已建置的地端伺服器執行檔案與 Metadata 的匯出作業流程

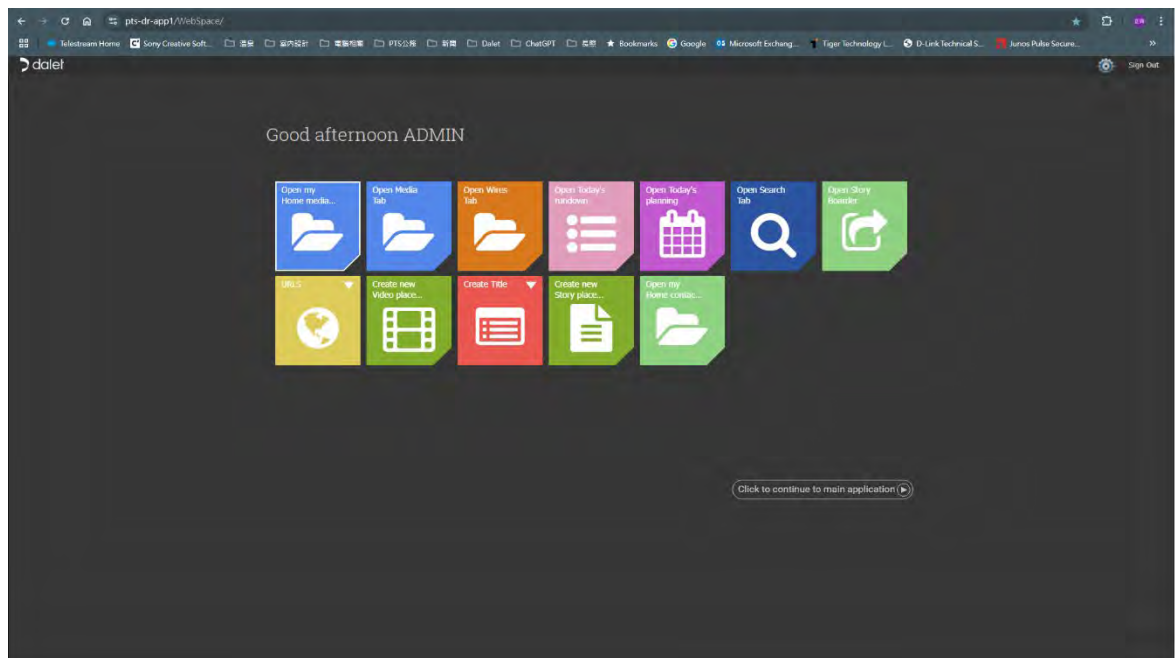
## 2.Dalet Galaxy 媒體資產管理系統

本次主要的核心系統，作為整個運作環境的基礎，處理以及儲存相關的資產與 metadata 並且運作必要的工作流程以及程序。可以執行 Galaxy 系統的基本功能以及調整整個雲端系統的各種配置以及建立流程，負責接收從地端傳送上來需要同

步之影片檔案與 metadata 並且將資料匯入到雲端系統以及建立與地端相應的資料夾結構以及影像和 metadata 等資料。



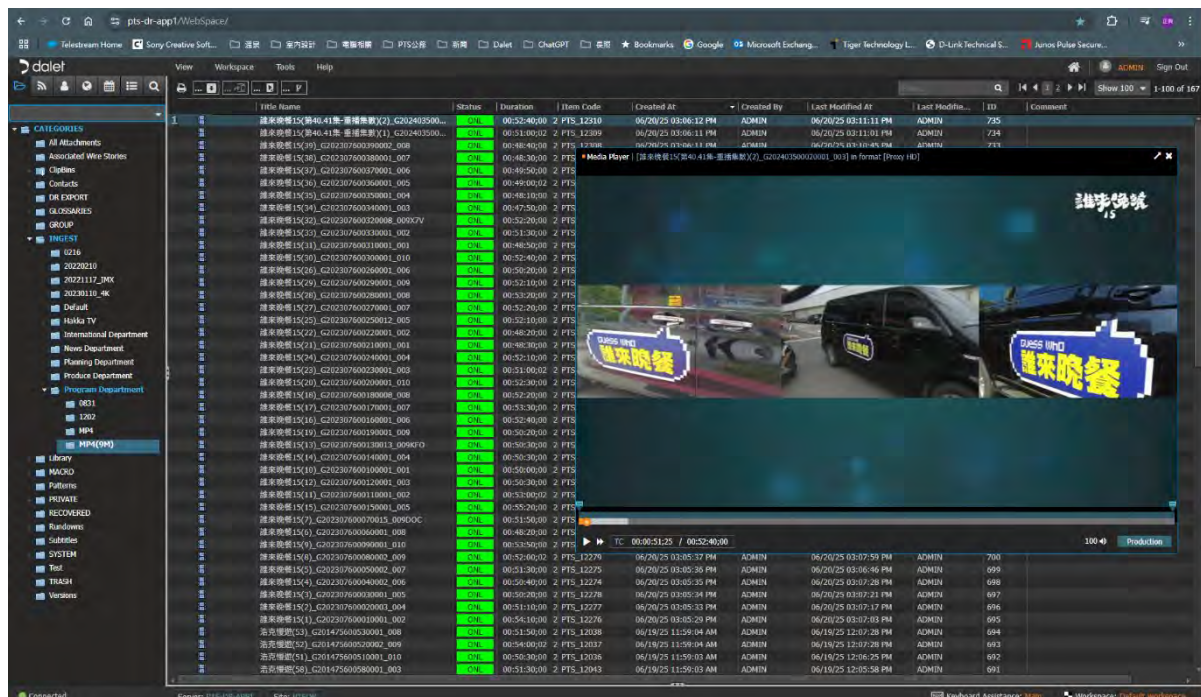
雲端系統登入畫面



雲端系統登入畫面



## 2.Web Space 授權

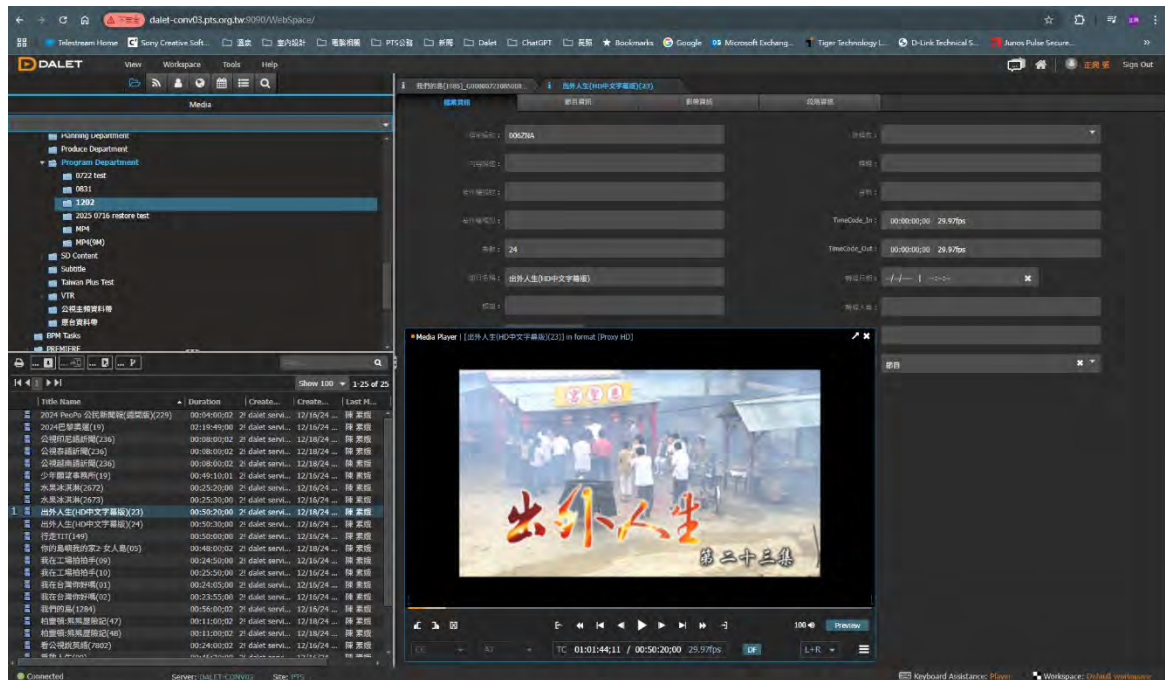


## 雲端系統操作畫面

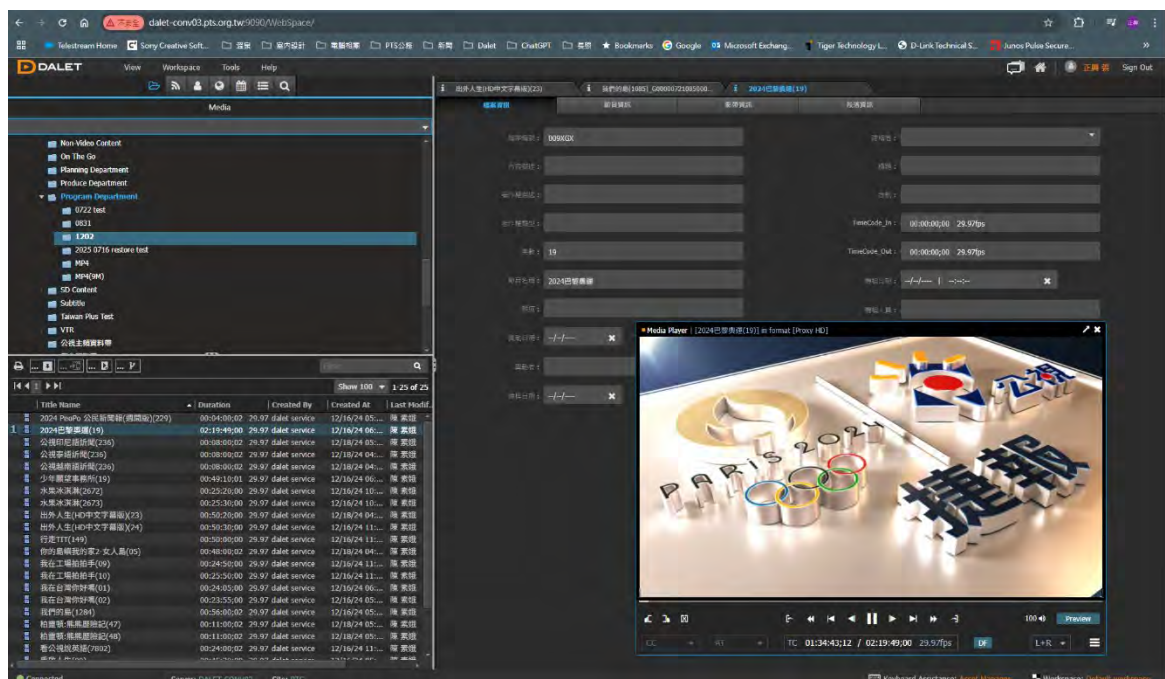
雲端操作介面，使用者主要使用的平台，透過建立相關 Domain 的控制以及 IP 控制，具有帳號的使用者可以在任何有網路的環境下連接到操作介面進行檔案的處理，包含預覽已上傳的影片檔案以及查看 metadata 資訊或是編輯與新增相應的 metadata 資料

### 3.檔案 ingest 與 export 授權

透過這個授權系統才可以讓地端以及雲端的系統可以交換資料並且匯出到指定的雲端儲存空間進行其他應用



地端 ingest 操作畫面



#### 4.上傳用伺服器

為確保既有地端系統之安全性以及不增加原有系統之承載，因此獨立建置一台伺服器專門作為資料上傳之用，與其他設備處於不同網段且不直接相連。



片庫機房上傳伺服器

#### 5.對外網路

為了不影響地端原本工作環境以及不佔用對外頻寬，新建置兩條對外對稱式光纖網路確保有足夠的頻寬可以進行檔案之上傳。





110  
台北市松仁路130號  
台北營運處台北東區服務中心

1 / 6



114065  
台北市內湖區新湖二路26、28號2樓

宜沛科技股份有限公司

寄送序號:申裝通(11309)字第TP3N11403777號

先生  
女士  
寶號

親愛的客戶，您好：

您於113年09月11日申租的光世代電路，目前已裝妥啟用，在此特別感謝您對本公司的支持與愛護。本次新申租之網路設備號碼列示如下，請您確認是否確為您所申辦：

227-Y379601(速率:500M/500M)(聯單:TP3N11403777)

227-Y379603(速率:500M/500M)(聯單:TP3N11403779)



對稱式光纖網路 1

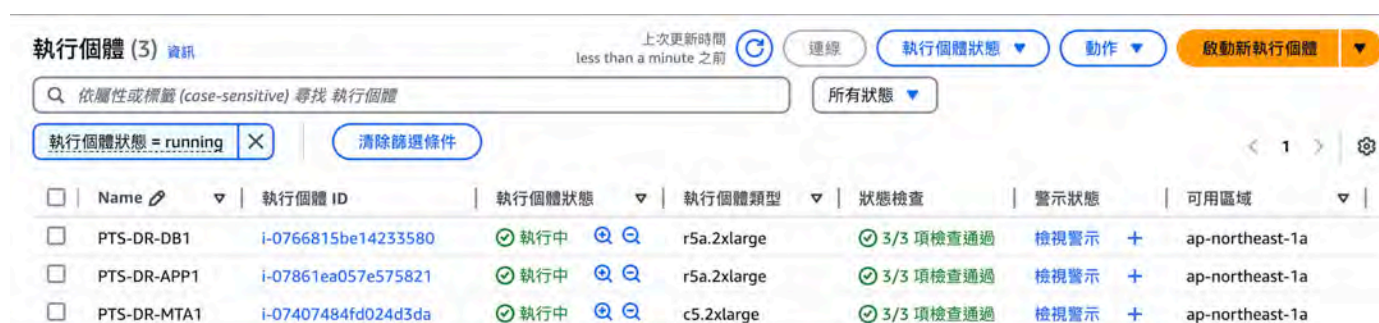


對稱式光纖網路 2

### (三)雲端運算資源建立

#### 1.AWS 運算資源建立

依據需求建立了 3 組 AWS 的資源，其中包含一台給 DB 使用的 r5a.2xlarge 設備跟另外一台給前端程式使用的 r5a.2xlarge 加上一台 C5.2xlarge 設備來處理影像或是圖片的相關作業，透過將這三台設備設定在同一 VPC 中使他們可以互相溝通與進行資料交換來實現相關底層服務



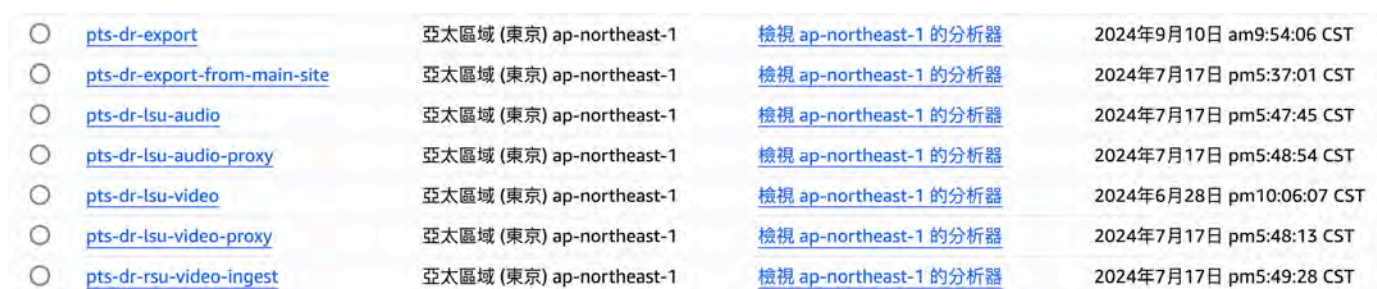
The screenshot shows the AWS Management Console 'Instances' page. It displays three running EC2 instances: PTS-DR-DB1, PTS-DR-APP1, and PTS-DR-MTA1. All instances are in the 'running' state and are located in the 'ap-northeast-1' region. The instance types are r5a.2xlarge for the first two and c5.2xlarge for the third.

Name	執行個體 ID	執行個體狀態	執行個體類型	狀態檢查	警示狀態	可用區域
PTS-DR-DB1	i-0766815be14233580	執行中	r5a.2xlarge	3/3 項檢查通過	檢視警示	ap-northeast-1a
PTS-DR-APP1	i-07861ea057e575821	執行中	r5a.2xlarge	3/3 項檢查通過	檢視警示	ap-northeast-1a
PTS-DR-MTA1	i-07407484fd024d3da	執行中	c5.2xlarge	3/3 項檢查通過	檢視警示	ap-northeast-1a

雲端伺服器清單

#### 2.AWS 儲存空間建立

依據需求建立相關的儲存空間來進行不同類型的檔案的儲存與處理，其中包含負責接收檔案上傳的儲存空間以及存放處理完畢的儲存空間以及匯出給外部使用的儲存空間



The screenshot shows a list of S3 buckets in the AWS Management Console. All buckets are located in the 'ap-northeast-1' region. The buckets are: pts-dr-export, pts-dr-export-from-main-site, pts-dr-lsu-audio, pts-dr-lsu-audio-proxy, pts-dr-lsu-video, pts-dr-lsu-video-proxy, and pts-dr-rsu-video-ingest.

Bucket Name	Region	Created
pts-dr-export	亞太區域 (東京) ap-northeast-1	2024年9月10日 am9:54:06 CST
pts-dr-export-from-main-site	亞太區域 (東京) ap-northeast-1	2024年7月17日 pm5:37:01 CST
pts-dr-lsu-audio	亞太區域 (東京) ap-northeast-1	2024年7月17日 pm5:47:45 CST
pts-dr-lsu-audio-proxy	亞太區域 (東京) ap-northeast-1	2024年7月17日 pm5:48:54 CST
pts-dr-lsu-video	亞太區域 (東京) ap-northeast-1	2024年6月28日 pm10:06:07 CST
pts-dr-lsu-video-proxy	亞太區域 (東京) ap-northeast-1	2024年7月17日 pm5:48:13 CST
pts-dr-rsu-video-ingest	亞太區域 (東京) ap-northeast-1	2024年7月17日 pm5:49:28 CST

儲存空間一覽

Amazon S3

一般用途儲存桶

目錄儲存桶

資料儲存桶

Access Grants

存取點

物件 Lambda 存取點

多區域存取點

批式作業

適用於 S3 的 IAM Access Analyzer

此帳戶的「封鎖公開存取」設定

▼ Storage Lens

儀表板

Storage Lens 設定

AWS Organizations 設定

功能測試 1/1

臥龍(111年度內容產製與應用計畫)(1)\_G202338500010001\_002.mp4

屬性

許可

版本

物件概觀

擁有者

hans091624

AWS 區域

亞太區域 (東京) ap-northeast-1

上次修改時間

2024年9月20日 pm5:06:59 CST

大小

3.4 GB

類型

mp4

索引鍵

臥龍(111年度內容產製與應用計畫)(1)\_G202338500010001\_002.mp4

S3 URI

s3://pts-dr-lsu-video-proxy/臥龍(111年度內容產製與應用計畫)(1)\_G202338500010001\_002.mp4

Amazon Resource Name (ARN)

arn:aws:s3::pts-dr-lsu-video-proxy/臥龍(111年度內容產製與應用計畫)(1)\_G202338500010001\_002.mp4

實體標籤 (Etag)

0ec1df695d6fa0c2d46bb5308d0e5a4-434

物件 URL

https://pts-dr-lsu-video-proxy.s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/%E8%87%A5%E9%8E%BD(11%E5%B9%84%E5%B4%A6%E5%A7%E5%AE%B9%E7%94%A2%E8%A3%B0%E8%B8%B7%E6%B7%B9%E7%94%A8%E8%A8%B8%E7%95%AB)(1)\_G202338500010001\_002.mp4

## 儲存之影片資訊

pts-dr-lsu-video

物件

屬性

許可

指標

管理

存取點

物件 (267)

複製 S3 URI

複製 URL

下載

開啟

刪除

動作

建立資料夾

不上傳

物件是存放在 Amazon S3 中的基本實體。您可以使用 [Amazon S3 儲存](#) 取得儲存桶中所有物件的清單。若要讓其他人存取您的物件，您需要明確授予這些許可。 [進一步了解](#)

依前順序找物件

1

<input type="checkbox"/>	名稱	類型	上次修改時間	大小	儲存體類別
<input type="checkbox"/>	ctest/	資料夾	-	-	-
<input type="checkbox"/>	idx/	資料夾	-	-	-
<input type="checkbox"/>	00000006.mxf	mxf	2024年8月14日 pm6:00:24 CST	450.6 MB	標準
<input type="checkbox"/>	PTS_8145.mxf	mxf	2024年8月20日 pm6:45:42 CST	450.6 MB	標準
<input type="checkbox"/>	00003D52.mxf	mxf	2024年8月22日 pm9:26:55 CST	52.5 GB	標準
<input type="checkbox"/>	PTS_5865.mxf	mxf	2024年8月27日 pm12:03:47 CST	3.3 GB	標準
<input type="checkbox"/>	D201404000710001.mxf	mxf	2024年8月27日 pm5:15:31 CST	4.7 GB	標準
<input type="checkbox"/>	D201404000750001.mxf	mxf	2024年8月27日 pm5:40:00 CST	6.4 GB	標準
<input type="checkbox"/>	D201404000110001.mxf	mxf	2024年8月27日 pm7:58:19 CST	7.6 GB	標準
<input type="checkbox"/>	D201405000380001.mxf	mxf	2024年8月29日 pm5:26:37 CST	2.1 GB	標準
<input type="checkbox"/>	PTS_8857.mxf	mxf	2024年9月4日 am11:17:43 CST	143.8 MB	標準
<input type="checkbox"/>	PTS_8167.mxf	mxf	2024年9月4日 pm12:42:32 CST	21.3 GB	標準
<input type="checkbox"/>	D201307000980001.mxf	mxf	2024年9月10日 am9:03:15 CST	450.6 MB	標準
<input type="checkbox"/>	008PO2.mxf	mxf	2024年9月10日 pm6:05:25 CST	214.9 MB	標準

## 資料夾內影片清單



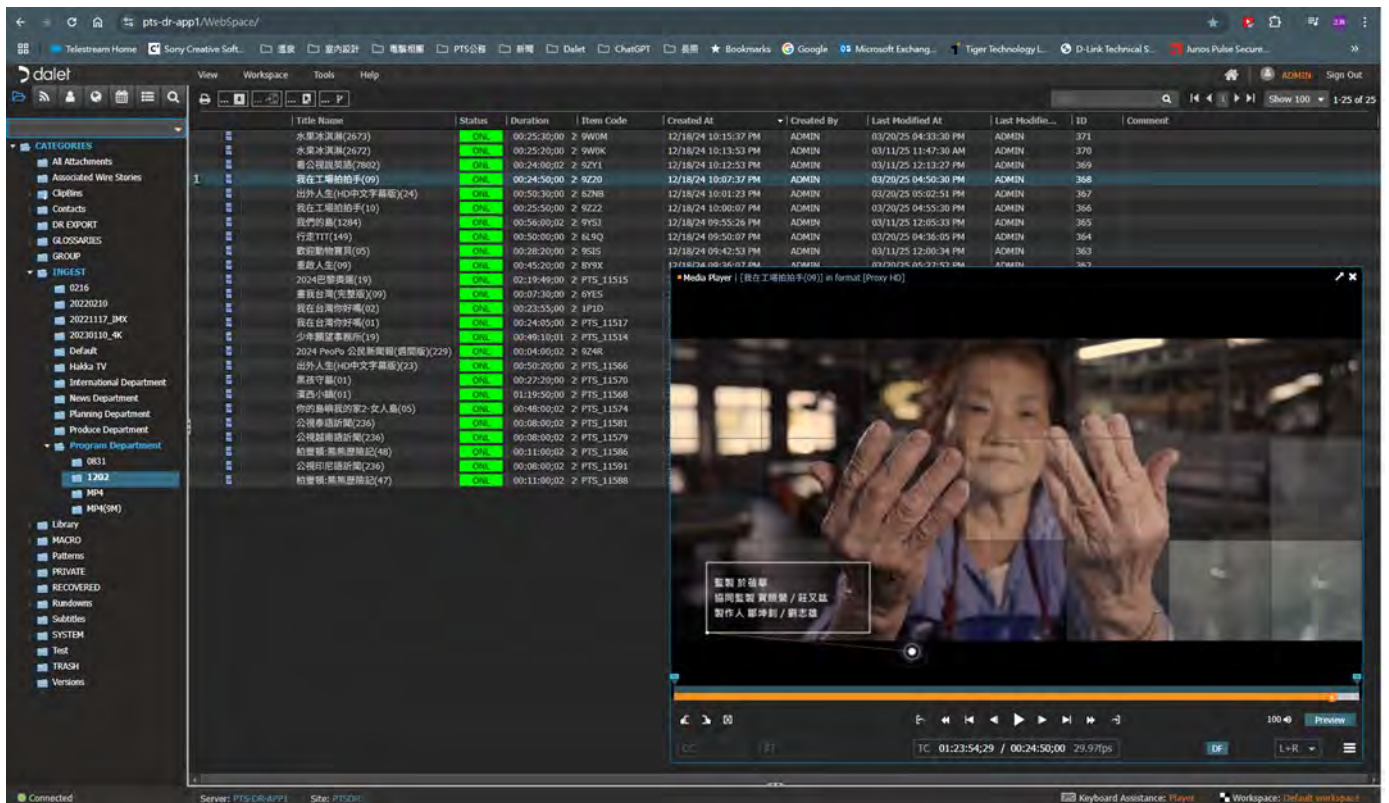
#### (四)建置效益

##### 1.Dalet Galaxy 建置效益

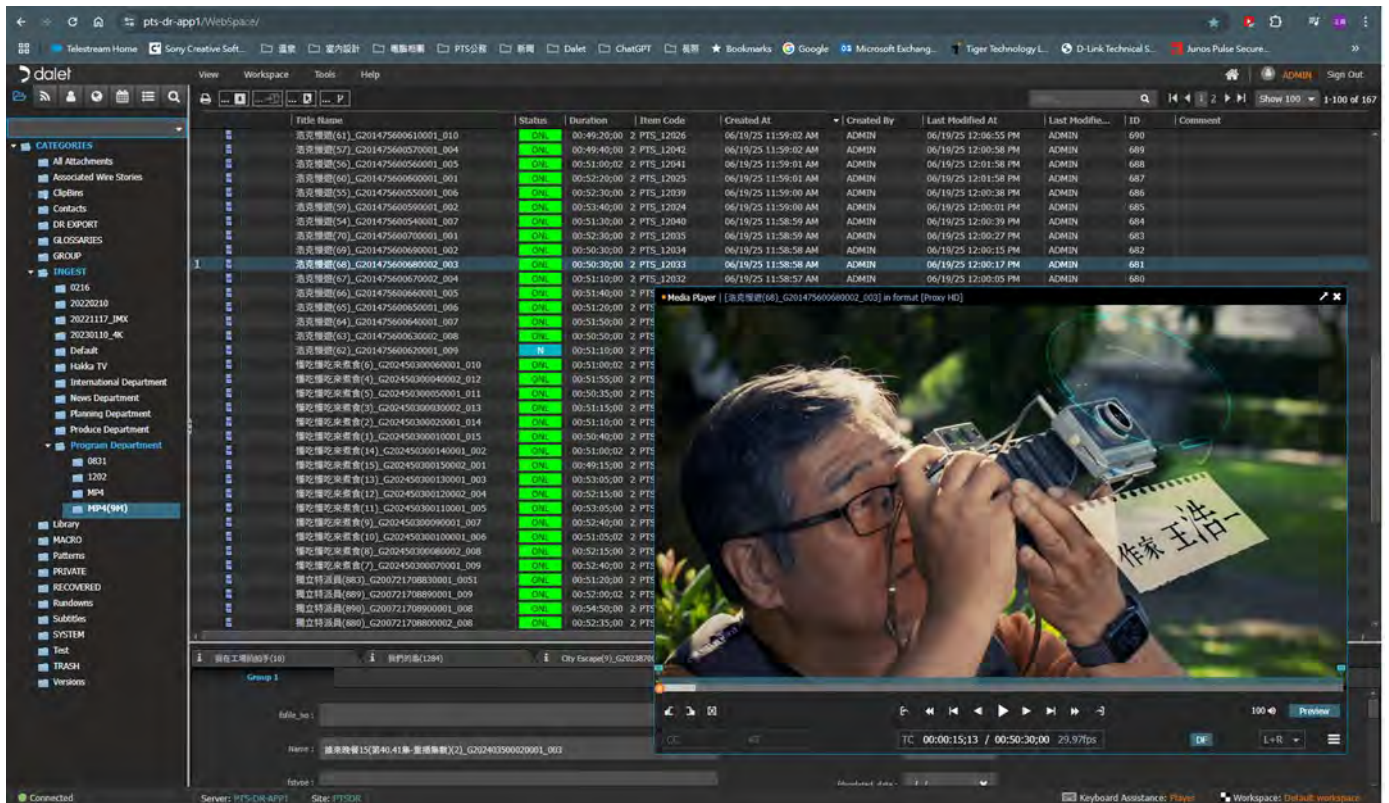
透過建置這個系統，可以確保地端系統中需要保護且最近需要被使用的資料可以在任何時候任何地方讓許可的使用者可以存取，確保業務連續性以及資料備援和系統備援的概念，不同於僅備援資料，透過雲端備援系統可以讓這些資料可以被正確的找出以及取用相關的 metadata，因為電視播出需要的除了檔案還有相關的 timecode 以及 metadata 都有可能是需要的一環，同時當災難真的發生時系統應該要能夠讓使用者除了可以存取檔案以及確認資料外，還能夠進行新的檔案的作業確保業務不會因為系統暫停而完全影響。

The screenshot displays the Dalet Galaxy web interface. On the left, a sidebar shows a tree view of categories including 'All Attachments', 'Associated Wire Stories', 'Clips', 'Contacts', 'DR EXPORT', 'GLOSSARIES', 'GROUP', 'INGEST', 'Library', 'MACRO', 'Patterns', 'PRIVATE', 'RECOVERED', 'RunDowns', 'Subtitles', 'SYSTEM', 'Test', 'TRASH', and 'Versions'. The main area features a table of video assets with columns: Title Name, Status, Duration, Item Code, Created At, Created By, Last Modified At, Last Modified By, ID, and Comment. The table lists various video files, some with status indicators like 'ONLINE' or 'OFFLINE'. Below the table, a media player is embedded, showing a video frame with Chinese text overlays. The text includes '台灣人民 自民國三十四年十月二十五日起 恢復中華民國國籍 即日起 海外台灣人 皆以中國國民身份對待' and '提出一個問題 propose a question.' The media player controls at the bottom show a progress bar and a 'Production' button.

20240831 公視頻道播出之節目及 metadata



20241202 公視頻道播出之節目及 metadata



存放於雲端備援系統之高解影音及 metadata



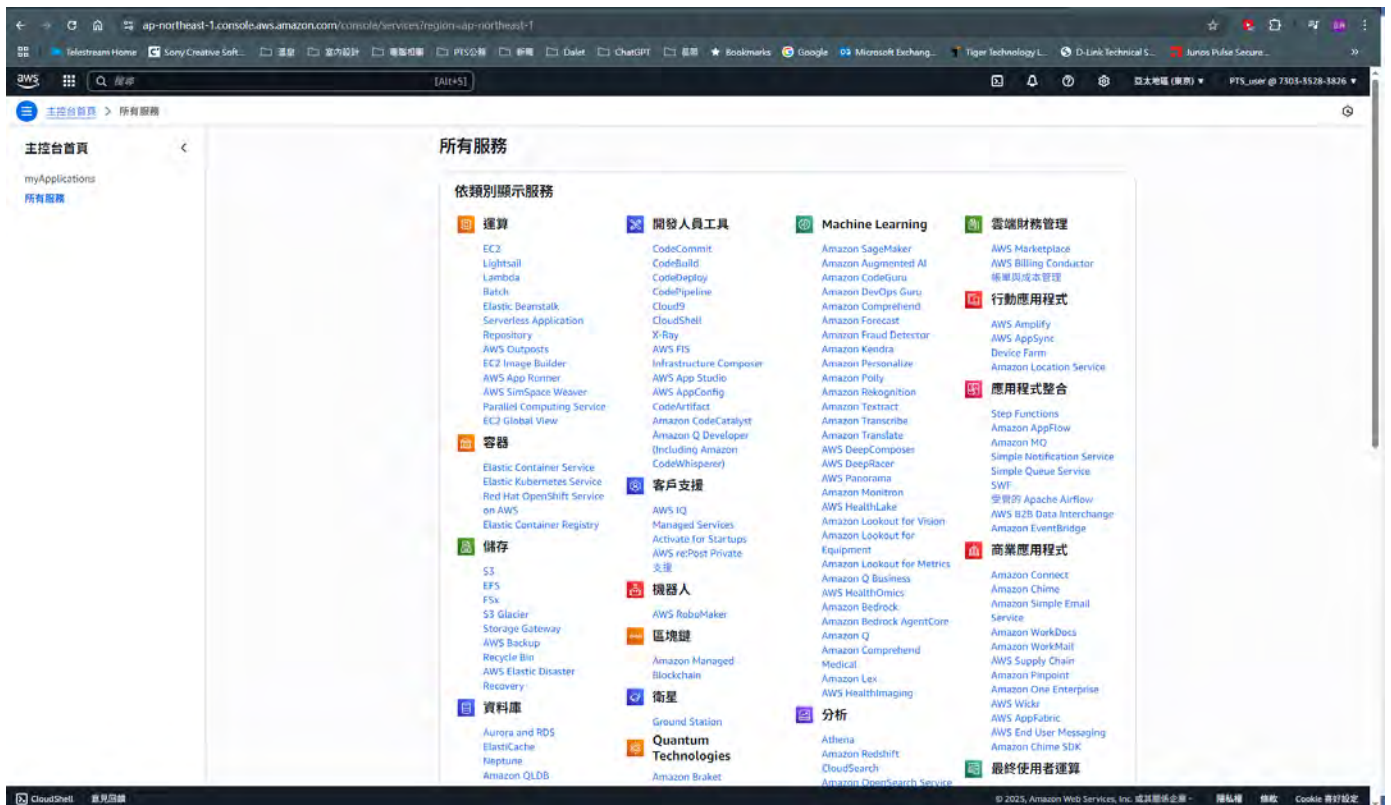


雲端備援系統之低解瀏覽影音

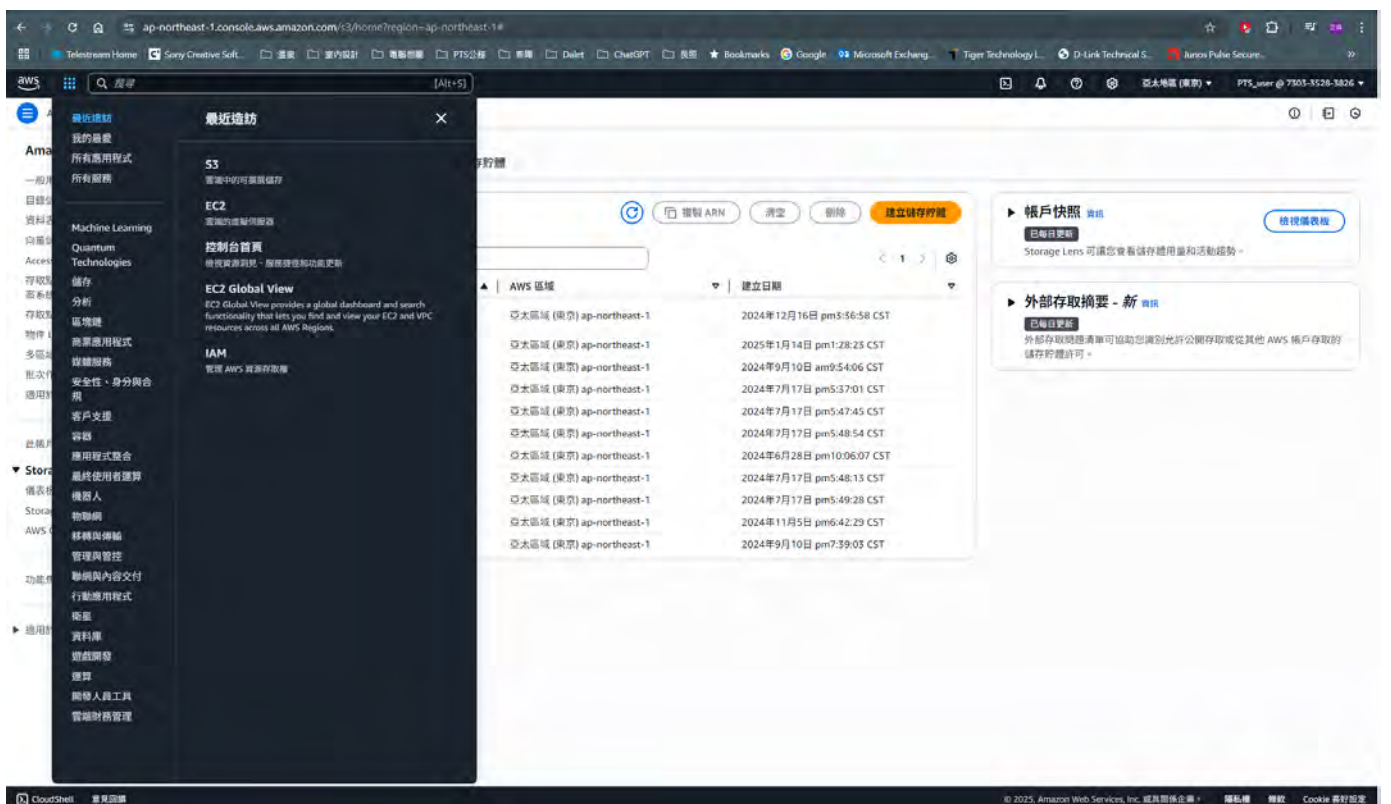
## 2. 雲端運算資源建置效益

雲端資源建立之後讓建立雲端的 Dalet Galaxy 系統變為可能，同時雲端資源於必要時也可以作為其他用途，例如透過 S3 進行檔案的交換以及備份，或是透過相應的運算資源未來可以擴充其他的功能或是應用程式。

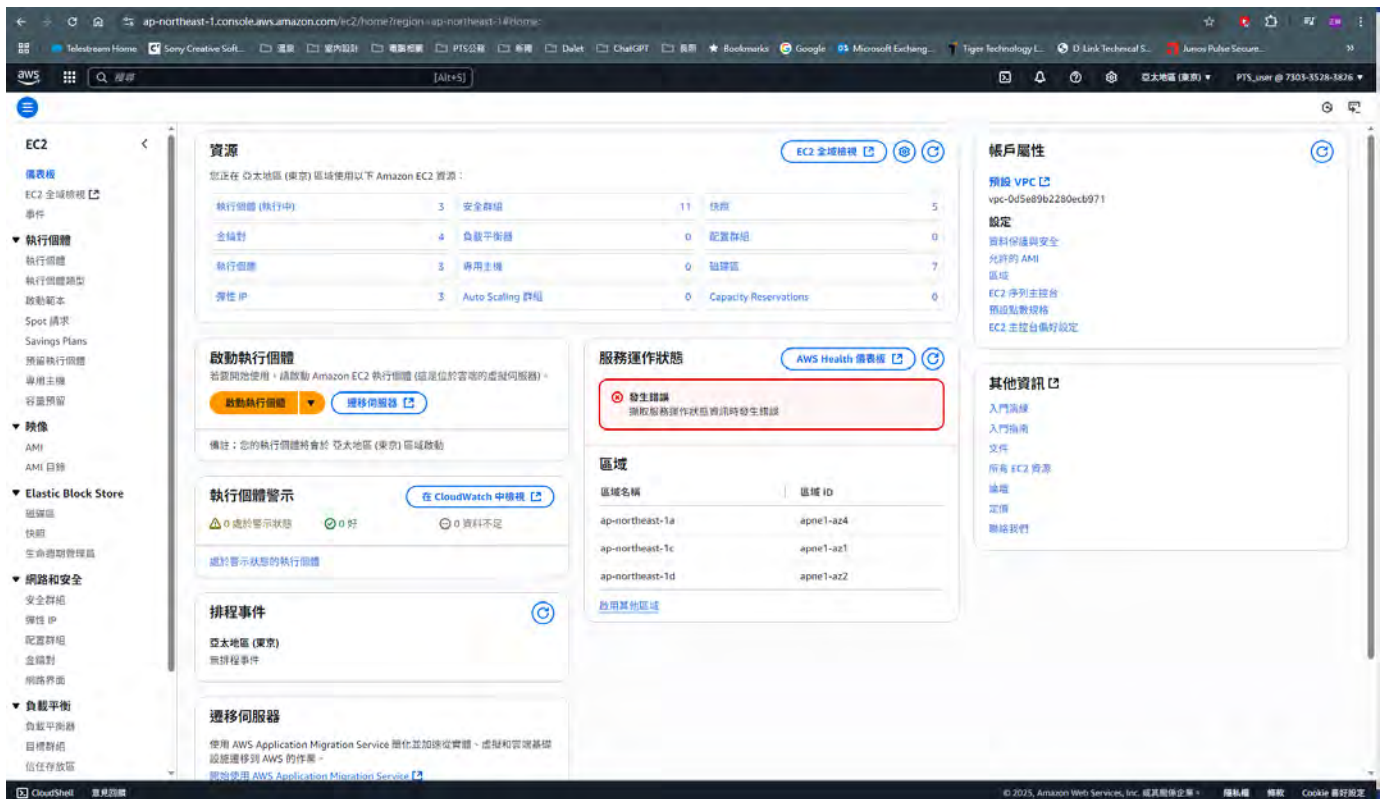
因雲端資源與儲存體建立於亞太地區日本東京，公視節目影音及資料庫備份充分符合異質與異地原則，讓建立雲端的 Dalet Galaxy 系統成為災難與戰時也可以作為其他應用。



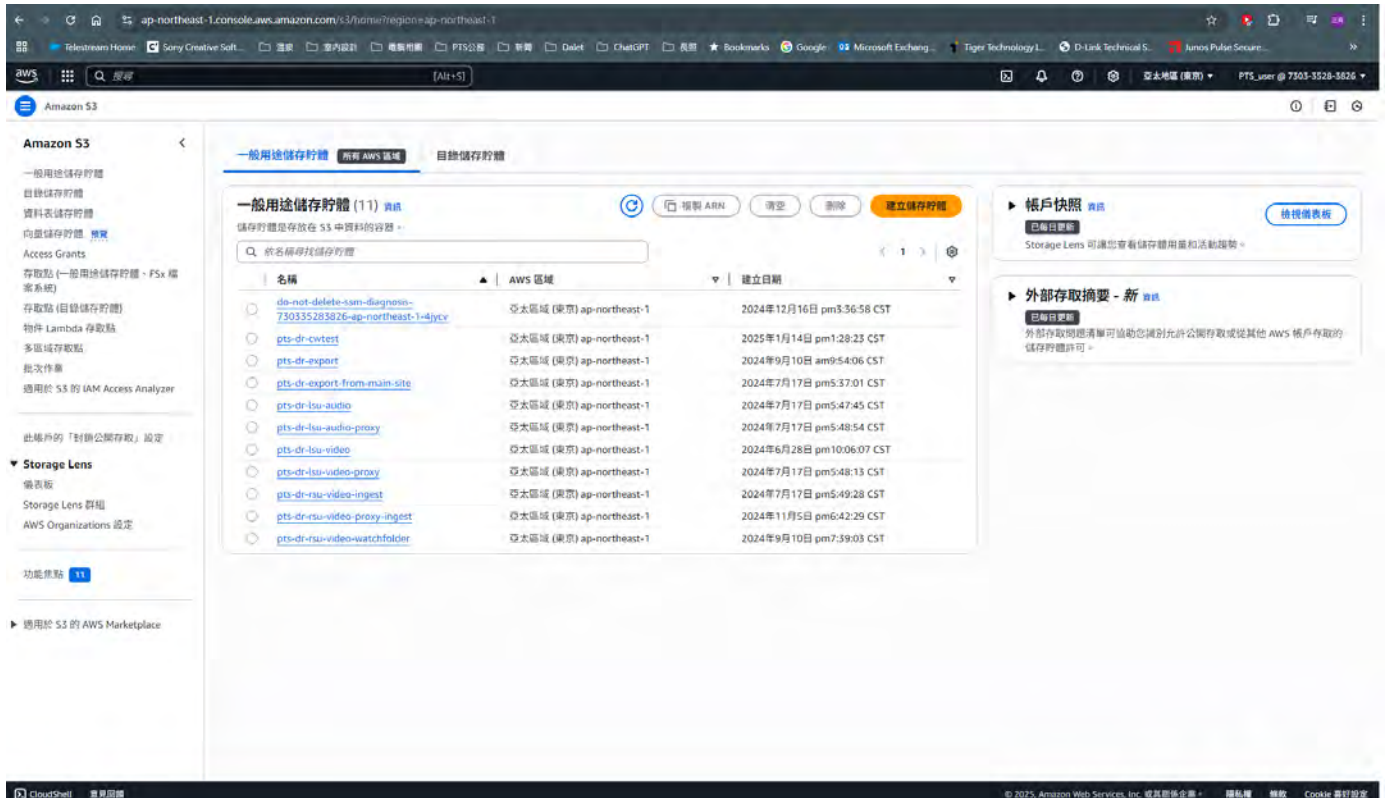
AWS 雲端平台提供之服務



雲端備援系統專案 AWS 雲端使用之服務



雲端備援系統專案 AWS 雲端使用之 EC2 資源



雲端備援系統專案 AWS 雲端使用之 S3 儲存體-亞太地區(東京)



### 三、公視+直播服務與設備擴充計畫

#### (一)背景

考量公視網路社群媒體短影音，以及網路事件直播活動之被動收益為本會重要收入來源，為減少本會影音侵權有無法營收之風險，故本會建立社群平台（Youtube/Facebook）版權管理標準作業流程，並配合軟硬體系統佈建已達到控管成效。

#### (二)執行方式

未來節目上架或直播前，擬上傳無聲版影音至 YouTube（機制為 Content ID）與 Meta（機制為 Rights Manager）進行比對並藉以宣告影像版權。經與資訊部討論後，相關比對用影音建議儲存於獨立的網路儲存系統中（Network Attached Storage，NAS 中）。基本執行流程如下：

- 採購獨立 NAS 設備
- NAS 中建立製作單位交播用「檔案夾 A」
- 透過抓取程式自動抓取「檔案夾 A」
- 完成轉檔後存於「檔案夾 B」，格式如下：
  - 轉檔格式為 480p
    - 版權比對用，僅需低解析畫質
  - 無聲檔案
    - 僅宣告影像版權，音樂/聲音版權不在本會宣告範圍

在此基礎下，提供本會佈建之系統規格，包括：

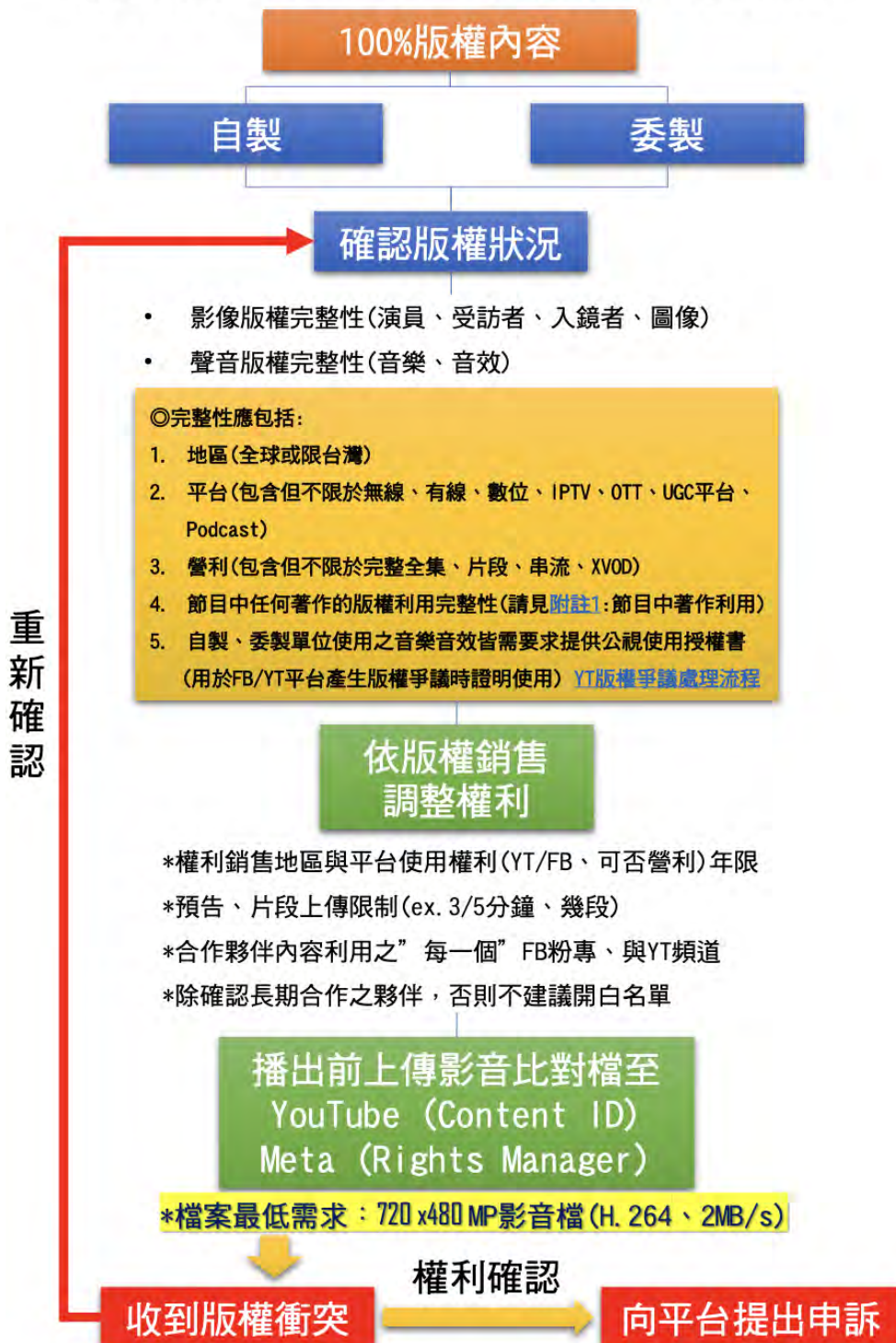
- CPU 採用 Intel® Xeon®Quad-Core Processor 處理器
- 磁碟陣列系統需提供 16GB(含)以上 DDR4 記憶體
- 需提供單顆 12TB(含)以上 SATA 企業級硬碟 9 顆(含)以上
- 磁碟陣列系統須有 RAID 0、RAID 1、RAID 5、RAID 6 之磁碟陣列等級
- 支援 RAID 快速重建(Fast Rebuild)或同等級功能，加速資料回復時間
- 提供異地備援(Remote replication)、快照(Snapshot)、SSD 快取(SSD Caching)等軟體功能
- 支援 WORM 功能，有效保護資料安全
- 提供 2 個 10 Gb/s 網路埠，並支援 Port Trunking/NIC Teaming 功能
- 提供 4 個 2.5 Gb/s 網路埠，並可向下相容 1 Gb/s
- 提供 2 個 USB 3.0 連接埠
- 提供二組 Redundant 電源供應器
- 提供完整的 Web GUI 管理功能
- 為維護產品品質，整機設備需符合 CE, FCC, BSMI 安規認證

本案於重要採購時程整理如後：

- 112.11.16 完成行政公文流程
- 112.12.7 比價完成
- 113.1.5 交貨與安裝
- 113.2.1 正式啟用

### (三)版權資產宣告機制

## 社群平台(YT/FB)版權管理SOP



# 社群平台(YT/FB)版權管理SOP



\*協請協調爭取社群可營利



另節目中相關物件/著作之利用，也提供附錄作為授權取得之參考依據，詳如下表：

類別	說明	授權取得
語文著作	包括詩、詞、散文、小說、劇本、學術論述與演講等，以數位（如純文字檔、圖檔）或類比（如口述錄音檔案）方式存在者，亦同。	須授權
音樂著作	包括曲譜、歌詞等。 【你是我的花朵(詞:伍佰/曲:伍佰)】	須授權
錄音著作	包括任何藉機械或設備表現系列聲音而能附著於任何媒介物上之著作。 【伍佰專輯CD、midi、kala、MP3】	須授權
視聽著作	包括電影、錄影、碟影、電腦螢幕上顯示之影像及其他藉機械或設備表現系列影像，不論 有無附隨聲音而能附著於任何媒介物上之著作。 【MV、伍佰演唱會專輯DVD】	須授權
美術著作	包括繪畫、版畫、漫畫、連環圖（卡通）、素描、法書（書法）、字型繪 畫、雕塑、美術 工藝品及其他之美術著作。	須授權
攝影著作	包括照片、幻燈片及其他以攝影之製作方法所創作之著作。	須授權
戲劇、舞蹈著作	包括舞蹈、默劇、歌劇、話劇等。	須授權
建築著作	包括建築設計圖、建築模型、建築物及其它建築著作。如中正紀念堂、國家戲劇院、台北101大樓	無須授權

#### 四、成效說明

透過本系統轉檔並上傳影音資產共258集節目內容參考檔案，分別上傳至YouTube、Meta等頻道/後台，透過YouTube Content ID/

Meta Rights Manager執行比對工作，比對到相符之影片數量如下表：

YouTube Content ID	Meta Rights Manager
1,024	1,395

比對政策均「長度超過5分鐘以上即封鎖、5分鐘以下人工審核內容」，透過相關後臺數據分析，比對出內容約略如下：

1. YouTube多為網友上傳全集部分，比對到最多內容之節目為「苦力」，共229隻影音。
2. Meta(Facebook粉絲專頁/Instagram)多為網路媒體擷取片段報導，比對到最多內容之節目為「我的婆婆怎麼這麼可愛2」，共927隻影音。
3. 透過YouTube Content ID功能，2024年2月1日至11月30日止，透過比對所衍生的相關廣告營收分潤約為\$8,191.92美元，其中由今年度上傳之節目所衍生之收益約\$598.15美元。
4. Meta Rights Manager於Facebook於Facebook粉絲專頁/Instagram僅以保護公共電視所屬版權內容為主要目的，未因此衍生相關廣告分潤營收。

#### 四、超高畫質節目製作:8K 攝影機暨播放設備採購

##### (一)前言

8K 攝影機因為拍攝畫面解析度高達 7,680×4,320，在攝影機的規格要求甚高，目前市面上 8K 攝影機相較於 4K 攝影機的選擇性不多，NHK 人員也建議我們應採用較新的 8K 攝影機做為未來節目拍攝使用，經過不斷評估市面新一代的 8K 攝影機機種當中，並考量佳，藉此能在設備的使用上會更有彈性跟應用的空間，將預算發揮最大的效益。

目前市面上相關的 8K 機型，經評估以 Sony Burano 攝影機比較能符合我們目前 8K 節目拍攝使用，且該機身亦可搭配本現有鏡頭及相關配件，使設備達到最大使用效益。



圖一、8K 影音採/編/播 流程示意圖

這次 8K 影像品質評估，除了是進行對 SONY Burano 8K 攝影機拍攝及最終畫面播放的影像品質，進行評估和比較，這包括對比不同拍攝設定下的影像品質，以及與其他解析度的影像進行比較，確定 8K 解析度的優勢和可能的情境的使用慣性。解析度和影像品質上，包括動態範圍和細節保留能力等等；色彩表現上可測試攝影機的色彩準確度和動態範圍，特別是在不同色彩配置（例如 LOG 格式）的影像表現，確定最適合後期調色的選項等等。



在整體 8K 節目製作的工作流程優化，必須評估整個工作流程中可能存在的瓶頸和改進空間，並尋找解決方案進行優化。這可能涉及到檔案儲存、後期製作流程的改進及畫面最後的播放。而為確保能夠使 8K 影音可以完整的呈現，在外部錄製及播放設備相容性也是重要的一環，測試攝影機與外部錄播設備（如外部錄影機或播放設備）的連接和訊號是否正常，使外部錄製設備能夠正確地接收和記錄 8K 影音信號，並且不會出現任何相容性或訊號轉換上的問題。

在後期製作軟體相容測試上，也須測試攝影機拍攝的 8K 影音檔案在後期製作軟體中的導入和編輯過程是否順暢。確保後期製作軟體能夠正確識別和處理 8K 影音檔案，並且支援相應的編輯和最終檔案匯出功能。

節目完成後的影像輸出和 8K 監視器相容性測試亦是重點之一，最終在測試 8K 播放器的影像輸出接口規格（如 HDMI、SDI）與外部監視器或投影機的連接是否正常，須確保外部監視器或投影機能夠正確顯示 8K 影像，並且支援相應的解析度和色彩空間 (SDR/HDR) 正確對應等，都必須有一整個完整的測試與流程的重複確認。

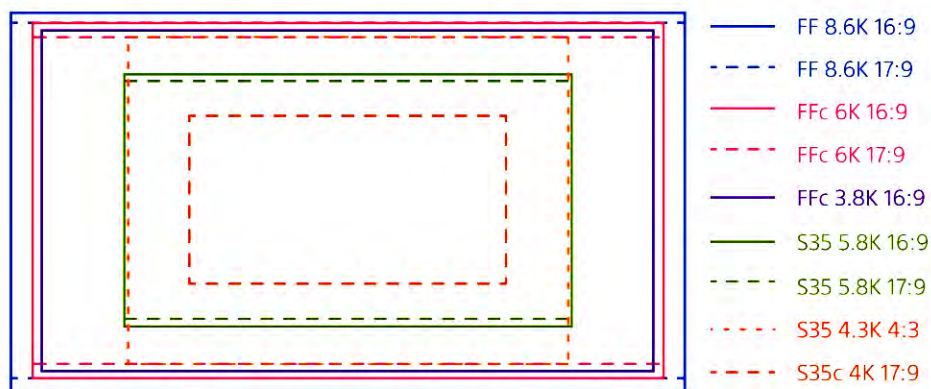
## (二)拍攝

### 1. 8K 攝影機拍攝測試



圖二、SONY BURANO 8K 攝影機

SONY BURANO 8K 攝影機與一般 4K 攝影機在拍攝時確實存在明顯的差異，無論是在技術層面還是影像風格上。以下從幾個主要面向做比較與分析：



圖三、BURANO 感光元件的比例選擇

### 1. 解析度：8K vs 4K

項目	SONY BURANO (8K)	一般 4K 攝影機
解析度	8192 x 4320	4096x2160 或 3840x2160
畫素總數	約 3300 萬像素	約 880 萬像素
畫面細節	更細膩、利於後期剪裁或縮放	細節較少，後製空間有限

風格差異：

- 8K 更適合製作電影、廣告，後期可進行「無損裁切」。
- 4K 較自然柔和，對膚色容錯率較高。

### 2. 色彩科學與動態範圍

項目	SONY BURANO (8K)	一般 4K 機 (如 FX3、A7S III)
色彩	膚色還原準確、電影感強	色彩偏向消費級自然感或較鮮艷
動態範圍	高達 16 stops	約 13~15 stops

HDR 支援	支援 S-Log3、X-OCN（高階編碼）	支援 S-Log3，但資料量較少。
--------	-----------------------	-------------------

風格差異：

- BURANO 拍出的畫面更電影感、層次豐富。
- 4K 攝影機可能較適合網路影片、YouTube 類型，較少電影質感。

3. 感光元件與畫質風格		
項目	SONY BURANO	典型 4K 攝影機（FX3 等）
感光元件	全片幅 8.6K CMOS，支援全畫幅與 Super35 切換	全片幅 4K 感光元件，較偏向混合攝影
影像風格	更接近膠片質感，細節豐富	數位感稍重，處理過的感覺較強

4. 專業性與操作設計		
項目	SONY BURANO	一般 4K 攝影機
機身結構	專業電影級設計，內建 ND 濾鏡、PL 卡口、模組化，適合手持或穩定器使用拍攝格式 支援 X-OCN（原始格式）	多為 ProRes、XAVC、BRAW 等壓縮格式，部分支援外錄 RAW，較偏向混合攝影
對焦系統	首台支援自動對焦的 PL-mount 電影機（使用 Sony FE 鏡時）	多數提供自動對焦（特別是使用原廠電子鏡頭），雖較強但不一定自然

資料對比小結：

	BURANO (8K)	一般 4K 攝影機
解像力	極高（可裁切、保留細節）	相對有限
動態範圍	更廣（電影級）	較窄
色彩風格	膠片風、電影感強	偏清晰、數位感
工作流程	適合電影、廣告、	適合網路、活動、輕製作
機動性	稍重但模組化強	較輕便、靈活

以下是關於 SONY 8K BURANO 攝影機的拍攝操作優缺點、後製剪接效果比較、外景拍攝便利性，以及小結分析：

SONY 8K BURANO 攝影機拍攝操作優缺點與後製剪接效果比較

優點：

- (1) 高畫質（8.6K 全幅感光元件）：
  - 提供極高動態範圍（超過 16 級），適合 HDR 製作。
  - 支援 8K、6K、4K 等多種解像度錄製，靈活應用於劇情片、紀錄片、廣告等。
- (2) 內建電子可變 ND 濾鏡 + 自動對焦（E-mount 支援）：
  - 提高現場拍攝效率，能快速適應光線變化。
  - 自動對焦對於少人手或快速拍攝場景非常有幫助。
- (3) 機身輕巧（比 Sony VENICE 攝影機輕約 33%）：
  - 適合手持或搭配無人機、穩定器使用。
  - 內建防震功能（首次出現在電影級攝影機）減少手持抖動。
- (4) 色彩與後製相容性：

- 與 Sony VENICE 攝影機系列使用同樣的色彩科學（S-Cinetone/S-Log3），便於混剪與色彩匹配。
- RAW 格式（支援 X-OCN LT）後製彈性極高，適合高端調色需求。

缺點：

(1) 後製檔案龐大：

- 8K 檔案需強大的後製設備與儲存空間，檔案轉碼與剪輯成本較高。
- 非專業剪接環境（如一般筆電）難以順暢剪接。

(2) 散熱與電力消耗高：

- 雖然設計改良，但在長時間拍攝下仍需注意機身溫度與電池續航力。

(3) 自動對焦在某些專業使用上受限：

- 雖有自動對焦，但高階劇組仍偏好手動控制焦點以符合導演視覺需求。

SONY BURANO 8K 攝影機對於現代影像創作者來說，是一部兼具高畫質、機動性與現代化操作的電影級攝影機。其操作便利性、輕便性、自動化功能使它成為劇情片、外景紀錄、商業拍攝與小型劇組的理想選擇。







圖四、8K 攝影外景作業 1



圖五、8K 攝影外景作業 2

### (三)後製剪輯

隨著影像技術的不斷進步，8K 解析度逐漸成為影視產業追求的高品質標準。8K 影像具備 7680×4320 的超高解析度，是 4K 的四倍、HD 的十六倍，能夠呈現極為細緻的畫面細節與高度真實的視覺體驗。然而，儘管 8K 內容的需求與日俱增，其實際製作與後製流程仍面臨諸多挑戰，特別是在剪輯階段，由於 8K 原始素材檔案容量極大，對於儲存空間、運算資源與剪輯效率皆構成不小壓力。

目前業界普遍採用的解決方式是將 8K 拍攝素材進行離線轉檔（down-convert），轉換為 4K 甚至更低解析度的 proxy 格式，以進行前期的 off-line 剪輯。這種方式能大幅減輕剪輯系統的負擔，提升剪輯流暢度與作業效率。當剪輯完成並確定剪接點、節奏與節目結構後，會再回溯至原始的 8K 素材進行 on-line 套片（conform）與後期製作，如調光、視覺特效與字幕套入等，最終輸出成完整的 8K 成品。這種工作流程在目前仍屬於主流模式，尤其在高端紀錄片、戲劇及大型活動轉播等製作類型中格外普遍。

然而，這種代理剪輯（proxy editing）與套片的流程，也伴隨著一定的風險與挑戰。例如，素材轉檔與回套過程中可能發生畫格錯誤或時間碼對應不準的情況，若未謹慎處理將影響最終成品的準確性與品質。此外，8K 套片與後期輸出所需的硬體效能與儲存空間仍具高度門檻，對製作單位的技術能力與資金投入提出更高要求。



圖六、超高畫質後製剪輯/調光室作業示意圖



展望未來，隨著電腦硬體持續升級、儲存成本下降與影像壓縮技術（如 HEVC、AV1 等）的成熟，整體 8K 後製流程有望逐步邁向更即時與高效率的環境。例如，雲端剪輯平台的發展與高效能 GPU 運算資源的普及，將使即使是原生 8K 素材也能直接進行即時剪輯與處理，進一步簡化工作流程，縮短製作時間。此外，AI 與機器學習技術的應用也將提升素材管理與自動剪輯的智能化水平，有望改變傳統的後製模式。

總體而言，雖然目前 8K 節目的剪輯尚需倚賴降轉與套片的傳統流程以克服技術與成本的限制，但隨著產業鏈的成熟與科技的演進，未來的 8K 內容製作將更為靈活、高效，為觀眾帶來更豐富且高品質的視覺體驗，也為影視產業開啟更多創新與發展的可能性。

#### (四)播映

目前 8K 影像技術雖已逐步成熟，並在特定高端市場中展現其影像品質的優勢，但在實際播映與訊號傳輸的應用層面，仍存在不少限制與挑戰。首先，市面上支援 8K 解析度的電視機種雖已陸續推出，然而整體數量仍然有限，價格偏高，加上 8K 內容來源稀少，使得消費者的普及意願較低，亦間接影響了 8K 電視在市場上的滲透率與製造商的積極佈局。

在訊號傳輸的技術面上，目前主流的 8K 播放機與電視機之間的傳輸方式並未形成一致標準。以專業廣播環境而言，通常使用 4 條 12G-SDI 的訊號線進行 8K 傳輸，此方式雖能穩定且高效地傳遞高解析度影像，但所需硬體設備複雜、成本高昂，主要應用於電視台、後製工作室等專業環境。相較之下，民用市場則較多採用 HDMI 作為主要的傳輸介面。早期的 HDMI 版本（如 HDMI 2.0）尚無法支援完整的 8K@60p 訊號，因此 HDMI 2.1 或 HDMI 2.2 規格才開始支援單線傳輸 8K 內容的能力。然而，由於不同設備之間支援的規格與端口設計不一，仍常常面臨訊號不相容或傳輸失敗的情況。

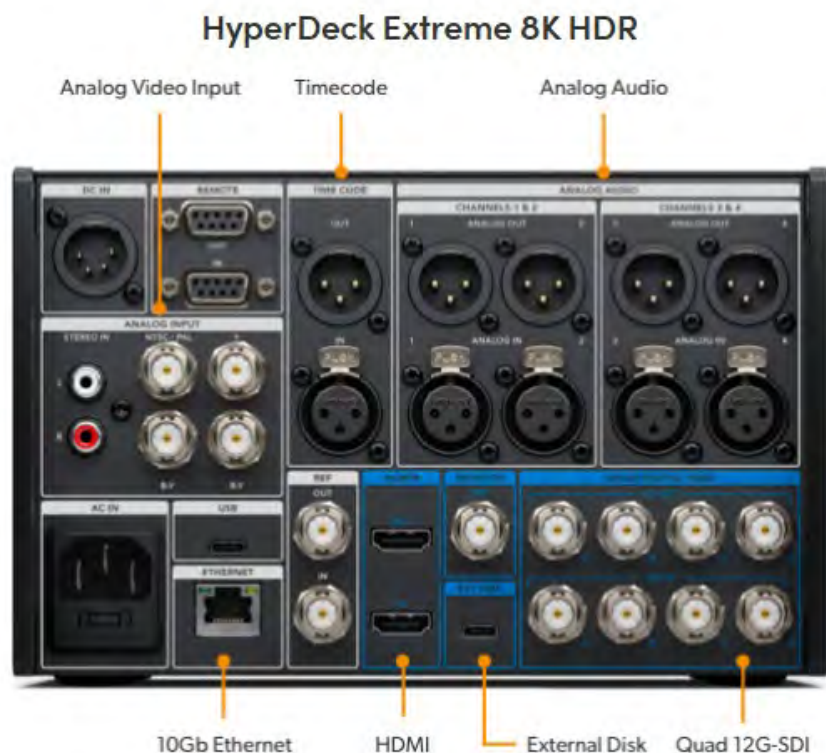
這樣的差異使得在 8K 播放機與顯示設備之間，往往需要透過訊號轉換器或轉接裝置來橋接不同的輸出與輸入格式。例如，某些播放機僅支援 SDI 輸出，而市售的 8K 電視則多數僅提供 HDMI 輸入，這使得在訊號接續時需經過 SDI 轉 HDMI 的過程，而這不僅增加了建置成本，也可能對影像的同步與品質造成影響。此外，不同品牌與型號之間對 HDMI 版本的支援度不一致，也使得播放設備與顯示器的配對更具挑戰性。



展望未來，隨著 HDMI 2.1 與更高階的影像壓縮與傳輸技術的推廣，預期可望逐步減少對多條傳輸線與轉接裝置的依賴，使得 8K 播放系統朝向更簡化、更標準化的方向發展。同時，DisplayPort 與 IP-based（網路傳輸）技術的發展亦可能成為未來 8K 傳輸的重要選項，特別是在高頻寬需求與遠距播放場景中。此外，為因應日益增長的超高解析度內容需求，未來的晶片與電視內建解碼器也預計將持續提升效能，強化對 8K 訊號的原生支援能力，縮短設備之間的相容性差距。

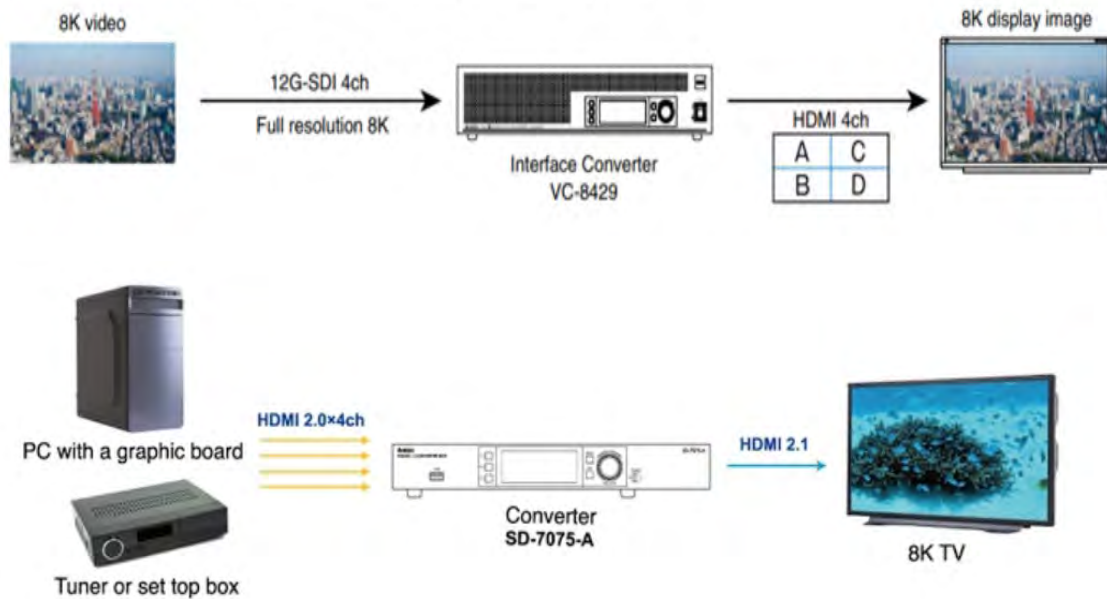
總體而言，雖然目前 8K 訊號播映在硬體端尚存在接口多元與傳輸方式不一致等技術困境，但隨著標準逐漸統一、設備效能提升與市場需求增加，8K 播映的技術瓶頸將逐步被克服。未來，從製作端到消費端的 8K 影像傳遞流程將更為順暢，也將推動超高解析度影像技術的全面應用與普及。

現階段，我們在播映上就遇到不少的瓶頸，目前最新一代 8K 電視機，輸入端為一個 HDMI2.1 的連接埠輸入，但少數專業 8K 播放器輸出埠為 4 組的 12G-SDI 或 HDMI2.0 輸出，因此就必須加裝一組轉換器，但其所費不貲，該轉換器價格高昂。



圖七、市售 8K 錄放影機輸出入埠

VC-8429 is an interface converter that converts 8K signal to HDMI 2.0 × 4ch.



圖八、4 條 12GSDI 或 HDMI2.0 轉換成一條 HDMI2.1 後連接 8K 電視

後來 NHK 建議我們可以採用 Apple M2 24 核心電腦加上影像顯示卡，除能流暢的播放 8K 檔案外，同時只需要一條 HDMI2.1 的傳輸線即可連接上 8K 電視機，無須轉換器。

本會本次採購之 Apple 電腦主機規格如下：

Apple M2 Ultra 配備 24 核心 CPU,60 核心 GPU,32 核心神經網路引擎

- 128GB 記憶體
- 內建 2TB SSD 儲存裝置
- 影像擷取卡:HDMI2.1 輸出，支援 SD，HD，4K，8K 格式影像擷取及播放



圖九、APPLE MAC Pro 電腦主機(示意圖)



圖十、8K 電視機 HDMI2.1 輸入埠

#### (五)總結：

本次針對 8K 攝影機的測試與評估報告，涵蓋了從拍攝、後製剪輯到播映各環節的完整流程，並深入比較了 Sony BURANO 8K 攝影機與一般 4K 攝影機在實務應用中的差異。透過本次測試，確認 Sony BURANO 8K 攝影機不僅在解析度、色彩還原與動態範圍等硬體規格上具備明顯優勢，更在實際拍攝操作中展現出高機動性及現代化便利性。該機型採用全片幅 8.6K CMOS 感光元件，不僅畫面細節豐富，還支援全幅與 Super35 格式切換，提供極高的靈活性。此外，其內建電子可變 ND 濾鏡、自動對焦系統及防震功能，讓現場拍攝的效率與便利性大幅提升，特別適合小型劇組或外景拍攝。然而，儘管 8K 攝影機在影像品質上的提升令人滿意，隨之而來的龐大檔案量也帶來儲存與剪輯上的挑戰，對於硬體設備的規格要求顯著提高，特別是在後期製作環節。

目前業界普遍透過代理剪輯（proxy editing）與套片（conform）的方式來處理 8K 素材，即先將 8K 素材降轉為較低解析度進行初剪，再回溯至原始檔案進行後期處理。這樣的流程雖可有效降低剪輯時的系統負擔，但仍伴隨如時間碼錯誤、素材對應失準等潛在風險。此外，後製過程中對於儲存空間與電腦運算效能的需求，對製

作單位是一項不小的成本負擔。儘管目前技術尚未完全克服這些限制，但隨著高效能剪輯軟體、硬體設備以及雲端剪輯平台的發展，未來 8K 素材的即時剪輯與後期製作流程預期將更加順暢且普及。

在播映層面，8K 訊號的輸出與顯示設備間的相容性，目前仍是限制 8K 內容普及的重要因素之一。市面上多數 8K 顯示器支援 HDMI 2.1 作為主要輸入介面，但專業 8K 播放器多採用 SDI 輸出，導致播放過程需額外添購高價的訊號轉換器，增加整體建置成本。透過本次測試發現，採用 Apple M2 Ultra 高效能電腦搭配影像擷取卡後，僅需一條 HDMI 2.1 傳輸線，即可順暢播放 8K 影片，為目前在成本與操作上的一個有效解決方案。這不僅簡化了訊號傳輸流程，也降低了昂貴設備的依賴。

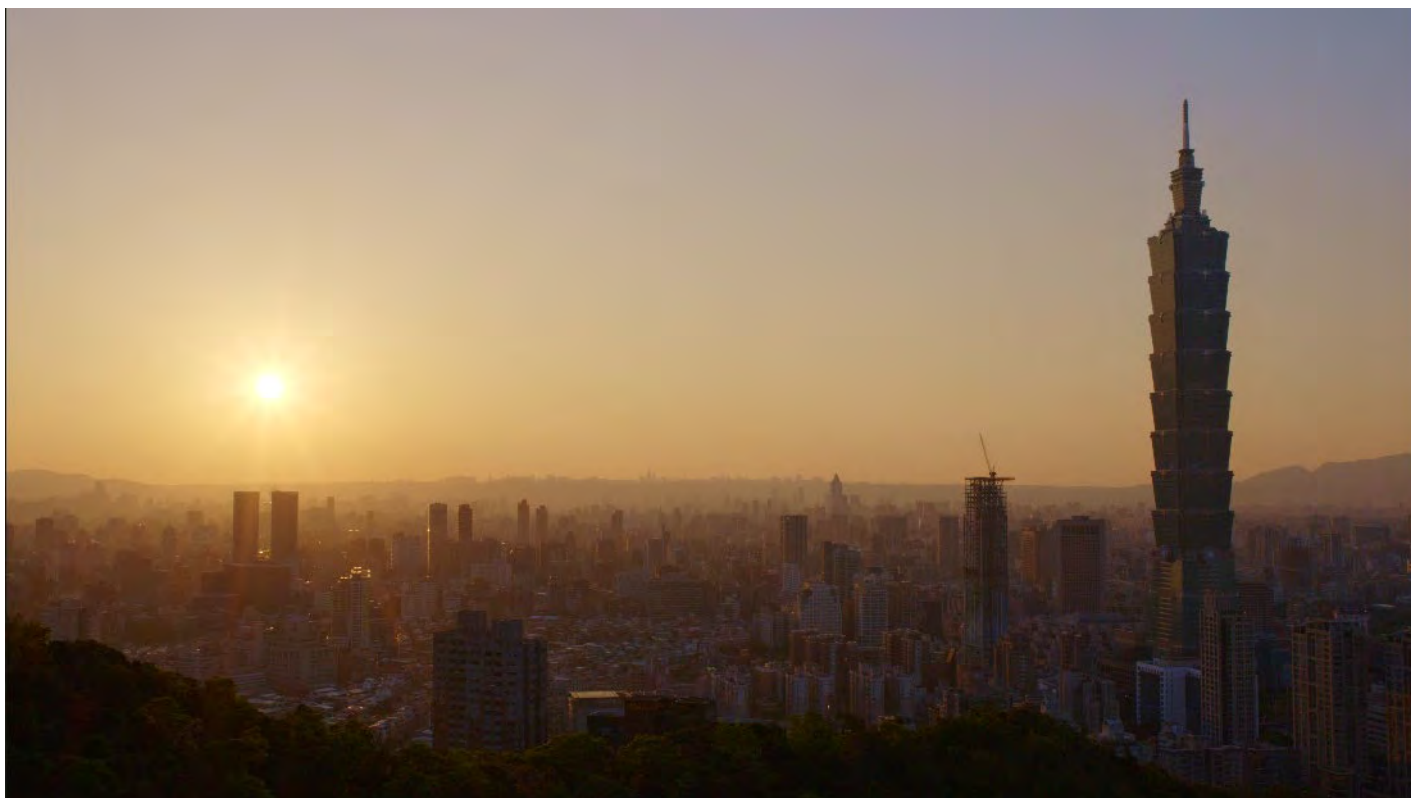
總結而言，本次測試確認 Sony BURANO 8K 攝影機在高畫質拍攝上的優勢明顯，具備高度專業性、靈活操作性及良好的後製相容性，特別適合電影、廣告、紀錄片等高畫質製作需求。然而，8K 整體製作流程仍處於技術門檻較高的階段，儲存、剪輯、播映等環節尚有優化空間。隨著未來硬體效能提升、傳輸技術成熟，以及消費市場逐步接受 8K 內容，相關的製作與播映瓶頸將有機會被全面突破，屆時 8K 影像技術將更廣泛應用於各類型節目製作，帶來更精緻的視覺饗宴。



附錄： 8K 拍攝畫面(調光/調色前後畫面比對)



8K 畫面調光/調色前



8K 畫面調光/調色後



8K 畫面調光/調色前



8K 畫面調光/調色後





8K 畫面調光/調色前



8K 畫面調光/調色後





8K 畫面調光/調色前



8K 畫面調光/調色後

## 第二節 業務經常門

### 一、 超高畫質節目製作

#### (一) 112 年《生活行腳人文節目》

由作家王浩一及劉克襄，引領觀眾細細品味台灣各地的人文風情。關心台灣文化與環境的綠色「浩克」，請大家作夥到熱情好客的城鄉作客。節目以文化行腳的形式，引領觀眾細細品味台灣的老房、古樹、舊舖、新市、美食、人情...，慢遊文化的軌跡，體驗生活的智慧，在創新與懷舊間思索未來。

節目每集規劃兩天一夜或三天兩夜的小旅行，讓觀眾在作家劉克襄和王浩一的帶領下，體驗一次次不一樣的旅行。

- 111 年 12 月 28 日《浩克慢遊》第六季企劃案審查通過
- 112 年 1 月 18 日預算陳核通過（成案）
- 112 年 12 月：本季 10 集全數拍攝完成，第 1~8 集後製完成，第 9 集剪輯中，第 10 集拍攝檔案整理中
- 113 年 2 月：第 9~10 集輸出調光、製作音效中；2 月 22 日本季上檔播出
- 113 年 3 月：持續播出中（3 月 28 日播至第 6 集）
- 113 年 4 月：4 月 25 日播出第 10 集（本季播畢）；已入庫





## 執行成果及里程碑：

1. 《浩克慢遊》以 4K 規格拍攝製作，並以 4K 調光後製，呈現 4K 細膩的畫質及更廣的色域、更高的光度對比。
2. 第 6 季第 1 集起，節目以強化 HDR 表現的拍攝模式，讓 4K 的色域和層次更立體豐富。
3. 第六季《浩克慢遊》(共十集)於 113 年 2 月 22 日起首播，113 年 4 月 25 日播映完畢。

## 5G 應用說明：

每集外景拍攝時運用 5G 直播，讓外景實況傳輸給觀眾，並即時與觀眾互動，回覆觀眾的提問。主持人以 5G 手機及 4K 訊號直播，若觀眾接收端在 5G 訊號涵蓋範圍，且使用 5G 手機接收，則可觀看 4K 畫質直播。透過 5G 的運用，讓觀眾即時、不延遲與主持人互動，體驗 4K 高品質的直播經驗，直播台灣各地現場美景與美食。

第六季直播地點為：大埤、苗栗公館、台東長濱、集集、金山、挑園拉拉山、澎湖、北門、將軍、七股等地，內容為主持人就景點、事物、美食的觀點，與觀眾分享。觀眾也能即時問問題，或提出看法與主持人互動。



## 大埤直播

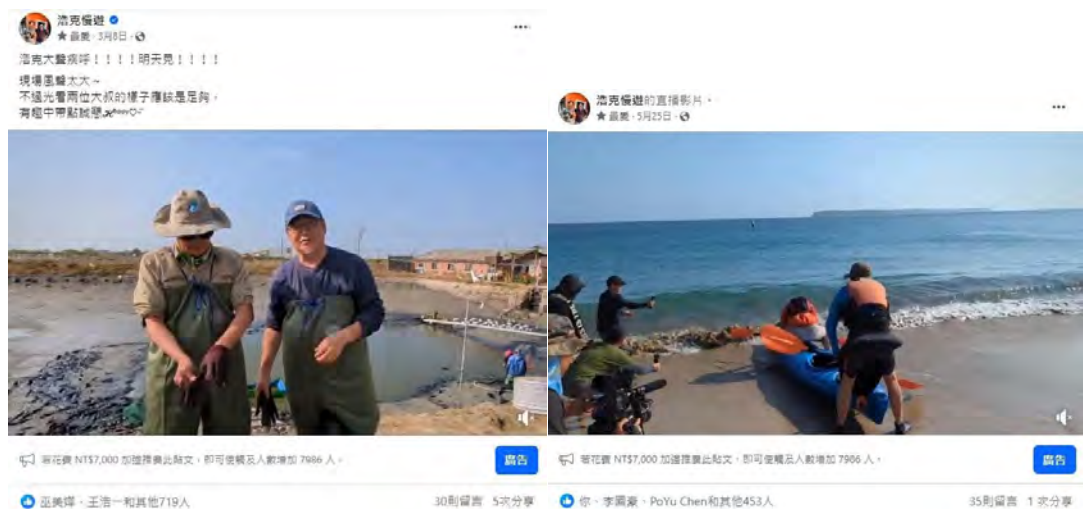
## 直播過程觀眾留言互動



## 北門、將軍、七股直播



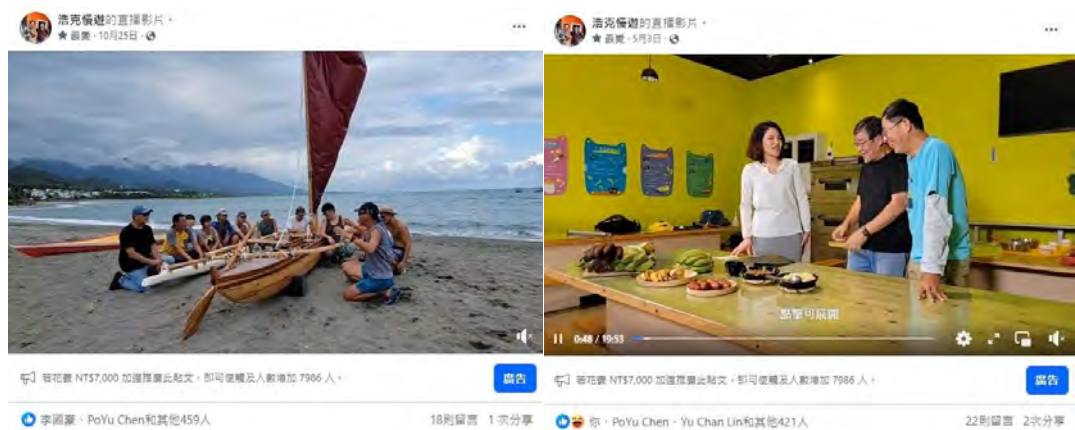
澎湖直播



## 金山、挑園拉拉山直播



台東長濱、集集直播





## 苗栗公館直播



2023 年於《浩克慢遊》粉專舉辦浩克文學季徵文，增加與粉絲互動。





浩克慢遊

★ 最愛 · 11月6日 ·

#浩克文學季得獎作品

■ 吹過鹽埕埔的風 文/低調的海

來自海上的風一直不停地吹著..... 查看更多



浩克文學季

<吹過鹽埕埔的風>

文/低調的海

📌 寄花費 NT\$7,000 加強推薦此貼文，即可使觸及人數增加 7986 人。

廣告

👍 巫美輝、黃志忠和其他 578 人

4 則留言 2 次分享



浩克慢遊

★ 最愛 · 11月10日 ·

#浩克文學季得獎作品

■ (浩島無盡藏) 文/林秀蓉

難行，夢想的光亮..... 查看更多



浩克文學季

<浩島無盡藏>

文/林秀蓉

📌 寄花費 NT\$7,000 加強推薦此貼文，即可使觸及人數增加 7986 人。

廣告

👍 巫美輝、林克隆和其他 427 人

2 則留言 3 次分享



浩克慢遊

★ 最愛 · 10月27日 ·

浩克文學季，收到50+的作品~つゝ太厲害了~  
感謝眾粉的參與，充滿驚喜與感謝，將陸續與大家分享得獎作品，  
也請得獎者關注自己的信箱~、(〃〃)!!!!

浩克文學季 || 評選結果公告

散文組

盧O湧	<行板如歌>
張O達	<我的台灣地形圖>
劉O麟	<菊島之夏,海水正藍>
林O成	<臉外的窺看>
許O欽	<在八掌溪畔追尋>

◎請得獎者留意信箱領取獎品◎

公視 浩克慢遊

浩克文學季 || 評選結果公告

新詩組

李O杰	<開始>
徐O林	<祂和他所庇佑的>
葉O昇	<吹過鹽埕埔的風>
陳O靜	<回家的路>
林O蓉	<浩島無盡藏>

◎請得獎者留意信箱領取獎品◎

公視 浩克慢遊

📌 寄花費 NT\$7,000 加強推薦此貼文，即可使觸及人數增加 7986 人。

廣告

👍 李國豪、Wei-Chih Fu和其他 390 人

4 則留言 1 次分享

《浩克慢遊》第六季劇照：











## (二)人文紀實節目～我在工場拍拍手 2

### 節目介紹

節目將延續《我在市場待了一整天》的細緻影像美學，走訪臺灣各地的人文故事或場域，不以敘事作為單一主軸，而是把配樂、MV、動畫都視為影片的重點。

臺灣最美的風景是人，節目以人的故事做為主軸，佐以哲學、文學、藝術、歷史、語言、風土等不同角度的切入點，除了建立節目獨特渾厚的基底，讓內容更有深度和廣度。

為求真實呈現，將運用多鏡頭的方式紀實拍攝，在拍攝器材上，亦開發更多的 4K 攝影設備，也收錄現場工作場域聲音，還原現場讓觀眾彷彿進入工廠內。



追隨「在地化即全球化」的風潮下，人文紀實類型影片成為影音平台上，世界各國爭相製作的類型之一，因為它是最容易彰顯地域的獨特性，並且能深度論述的節目類型，期待藉由本節目，可讓全球觀眾更加認識台灣的文化。

在第一季的《我在工場拍拍手》節目中，製作團隊走訪了全台超過三十個工“場”，包括：飛機維修廠、遊艇製造廠、酪農場、螺絲廠、麵包廠、伐木場、米酒廠、玻璃工廠、家具工廠…等等，以 360 度全視角，記錄下產品製造過程的每一個細節美學、以及職人們追求精進的態度堅持，從生硬的產業題材提煉出溫柔又迷人的故事。



在第二季的節目中，將透過多視角鏡頭的敘事手法，繼續前進力小工廠的生產前線，經歷一場工業美學和人文紀實相交織的旅行，同時在每個單元，也會繼續拍下紀錄每位職人的雙手特寫，因為正是這一雙雙實實在在的雙手，擎起了台灣的力力小小產業，成就了跨世代的生活風華！

本節目在 112 年邁入第二季，在第二季的拍攝與企劃構想中增添了不同的產業鍊，將切入點換個角度敘事，題材更貼近生活，讓《我在工場拍拍手》全新第二季，帶你進入另一段溫柔的故事裡。



## 112 年執行成果及里程碑

112 年是《我在工場拍拍手》節目很重要的一年，今年獲第 58 屆金鐘獎「生活風格節目獎」的肯定，對製作團隊來說無疑是很重要的肯定及力量，在生硬的題材中將職人及產業溫柔呈現，是我們最想帶給觀影者的。

112 年製作團隊在臺灣更深入挖掘不同的題材，其中包含戲劇片場，近幾年台灣的劇越來越走向國際，一部戲劇的產出，除了幕前的演員之外，更是幕後無數工作人員的辛苦付出，從導演、攝影、編劇、道具、美術、場務、服裝、化妝……等等，正可謂是台上一分鐘，幕後百人工。

但事實上，這些在片場默默工作、成就幕前精彩的幕後人員，他們卻很容易被忽略，他們往往是第一個抵達片場工作，卻是最後才離開的人，甚至有的離開片場後，可能還要去倉庫卸貨……，拍電視劇如此，拍電影也是如此，從開拍前的一切準備，拍攝中包括訂便當等繁雜瑣事，到殺青完成的後製過程，一直到被觀眾看見，這之間累積了許多的「幕後」職人。

這一次，讓我們挺進幕後，來看看戲劇的幕後，有哪些不被看見，卻在幕後移山倒海的狠角色。

第二季的題材也有深入到地底下以及高空中，台電電纜鋪設，現代人生活離不開電，為了讓力家不管颶風下雨，都有電可用，有一群職人越是天候惡劣，就得要出外工作，那就是電塔的檢修人員，然而台灣因為地形關係，這些退出民眾生活市區的高壓電塔，多半隱身在人煙罕至的山林裡，而為了用電安全和供電暢通，除了故障事後的維修外，更必須在天災來臨前，事先加緊勘查，然而前往這些電塔的路，有些根本連路在哪都不知道，只有滿地泥濘和比人高的雜草樹木，好不容易披荊斬棘到了電塔所在的地方，還必須膽力心細的爬上幾十



公尺的高空進行維修作業，用專注工作取代代恐懼，除了高壓電塔外，還有數不清的電桿也要靠他們維修，這時他們不僅得耐夏天和冬天的高溫、寒冷氣候，也要耐高壓，為穩定電力的供應，這群被稱為蜘蛛人的電力技術人員，得上山下海、全年無休不分晴雨冒險工作。

第二季《我在工場拍拍手》更貼近生活，也帶大家看見不同的各行各業。

## 5G 應用說明

充分利用 5G 高速傳輸特性，於拍攝完畢即同步資料更新與編輯，並利用 5G 手機剪接搭配音樂，即時發布社群影片，擴增 5G 效益。

另外也利用 5G 高速傳輸特性，於拍攝完後同步將檔案傳輸上雲端硬碟，使位於台北公司內部的同事可以同時使用當天拍攝素材，進行後製，製作短影片、素材調整。

### (三)112 年外景綜藝及實境節目《二呆流浪記之完全大人手冊》

112 年夏天，兩個人氣男演員決定去流浪！去見見世面，也去長長智慧，踏上屬於他們的「登大人」之路。

針對二呆規劃了「關於大人的 6 堂課」。沒有闖關、無需解謎，只要求兩人認真去「過生活」。旅程中紀錄下的兩人相處日常，即便是沒重點的閒聊、講冷笑話、自言自語，抑或是說不出口的焦慮情緒，都真實反映了這個世代年輕人的樣貌，不需刻意製造效果，卻出乎意料的自然可愛。

「二呆流浪記」看似是驊朱兩人的影像遊記，但節目背後更期待能開啟一種對話可能，幫助年輕世代能「被理解」，理解他們的壓力與不安，也理解他們的感受與價值觀，還有那些大家 get 不到的笑點……。

- 112 年 3 月 21 日《二呆流浪記之完全大人手冊》企劃案審查通過；本節目邀請兩位備受矚目的新生代演員曾敬驊、朱軒洋，參與一場實境之旅，共同經歷「轉大人」的人生課題
- 112 年 4 月 21 日與用力拍電影有限公司議價簽約
- 112 年 5 月 7 日開拍，6 月 17 日拍攝完畢
- 112 年 9 月 14 日樣片跨部門審片通過，其餘集數持續後製中
- 公視 112 年 12 月 17 日起每週日晚間 9 點播出，當天晚間 10 點公視串流平臺「公視+」、Netflix（台灣）、八大綜合台跟播；113 年 3 月 17 日播畢
- 113 年 5 月 6 日辦理全案驗收，已全數入庫

#### 執行成果及里程碑

本節目於 112 年 5 月 7 日開鏡，歷經 1.5 個月的移動式拍攝後，在 112 年 6 月下旬殺青。之後經過半年的剪接、後製，終於完成了 60 分鐘 13 集的一季節目。112 年 9 月初第一集審片完成後，在公視努力推廣下，順利談妥八大綜合台、Netflix、華視等平台上

架事宜。112 年 12 月 17 日節目首播，公視主頻、公視+及八大綜合台、Netflix 均拿下不錯成績（八大數據為同時段綜合節目收視冠軍、公視+是當日收看次數最高節目），官方社群討論留言多達 600 則，上檔後更有專業影評人口碑推薦，是近年難得一見叫好又叫座的優質作品。

## 5G 應用說明

用力拍電影多年來致力於製播 4K 影視內容，執行實境節目《二呆流浪記之完全大人手冊》拍攝計畫時，除了對高品質影音的堅持依舊不變外，更充分利用 5G 技術帶來的高速、低延遲、多連結等優勢，擴充拍攝器材及檔案的相容性，為觀眾提供絕佳的觀影體驗。

製作過程中因應各種上山下海需求，採用的拍攝器材相當複雜，除了基本款的高畫質攝影機、空拍機、水下攝影機外，還加上運動攝影機、gopro，甚至部分畫面是運用內建電影級規格的手機拍攝而成。多樣又多機作業的拍攝方式（8 機以上）讓素材容量大且複雜，此時檔案是否能順利傳輸？連線監看時會不會斷訊？都必須仰賴 5G 技術支援。再者，這次節目的外景前往了兩個離島及高山，製作組常需要利用視訊通話溝通拍攝事務（節目中藝人們也常利用視訊即時互動），或者多方連線網路會議，5G 的便利性也為大家節省了許多寶貴時間與溝通成本。

## 本 IP 具台灣在地特色內容之介紹

《二呆流浪記之完全大人手冊》節目看似是二呆的遊記，但包含其中的除了「登大人」這個課題，更蘊藏了許多台灣深具特色或意義的人事物。

第一站。節目從兩個主角回家開始，身為台中人的小朱，選擇用食物帶領好友認識自己的家鄉。冬山長大的敬驊，豐富的校園生

活加上純樸真誠的爸媽，都讓宜蘭的美好真實呈現。

第二站。離開台灣本島前進蘭嶼，二呆嘗試踏出舒適圈，完成學潛水的夢想，也跟達悟族朋友學習如何與海共處！

第三站。花蓮瓦拉米，兩人透過執行高山協作任務，了解布農族遷徙的足跡，以及找回文化主體性的重要！

第四站。東莒島換生活，在馬祖離島上蓋樹屋，這件事有意義嗎？選你所愛，愛你所選，就是價值所在！

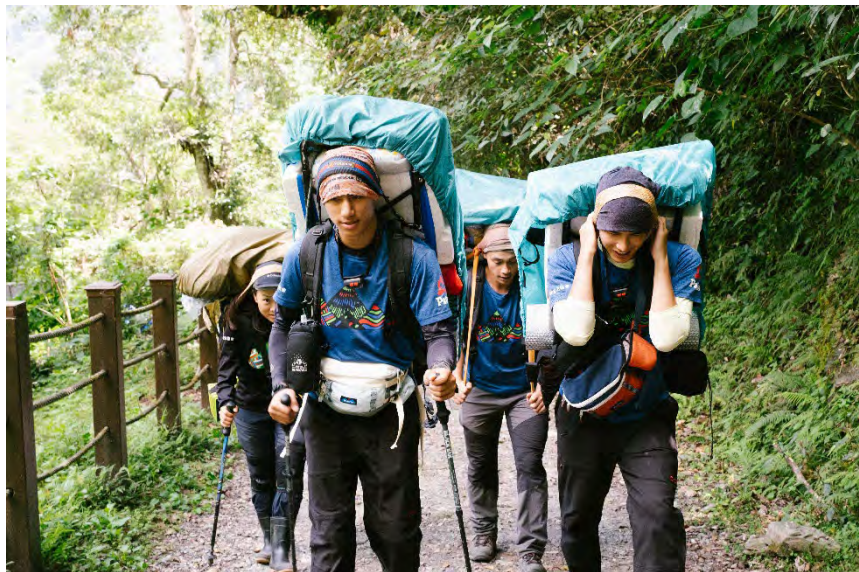
第五站。飛行少年生活營，跟著志工進入新竹誠正中學（少年矯正學校），見識什麼叫「助人為快樂之本」，並從中摸索出「大人的模樣」。

第六站。小我到大我距離有多遠？用自己賺的旅費幫偏鄉小學生製作畢業紀念冊，再用打工換得跳跳屋讓全校一起玩！流浪最終站，二呆要用自己的雙手幫小朋友圓夢！

#### 開發過程說明

《二呆流浪記之完全大人手冊》節目企劃的開端，是想透過一段旅行了解年輕人在想什麼？進而確認主持人選為曾敬驊、朱軒洋後，經過多次訪談溝通，最終整理出這兩個 25 歲大男孩現階段的人生大哉問。從勇氣、舒適圈、妥協、放棄、面對壓力、社交圈、情緒管理、自我認同...等許多關鍵字中，再進一步篩選、比對出最核心的「登大人命題」。對照著主題，企劃組開始搜尋全台適合的題材，或者報章雜誌上的文章故事，歷經多次修改後，終於誕生了目前節目中看到的...關於大人的六堂課。

\*主視覺、照片







#### (四)生活行腳人文節目～浩克慢遊(第七季)



節目名稱：《浩克慢遊》

節目介紹：

由作家王浩一及劉克襄，引領觀眾細細品味台灣各地的人文風情。

關心台灣文化與環境的綠色「浩克」，請大家作夥到熱情好客的城鄉作客。

節目以文化行腳的形式，引領觀眾細細品味台灣的老房、古樹、舊舖、新市、美食、人情……，慢遊文化的軌跡，體驗生活的智慧，在創新與懷舊間思索未來。

節目每集規劃兩天一夜或三天兩夜的小旅行，讓觀眾在作家劉克襄和王浩一的帶領下，體驗一次次不一樣的旅行。



113 年執行成果及里程碑：

1. 《浩克慢遊》以 4K 規格拍攝製作，並以 4K 調光後製，呈現 4K 細膩的畫質及更廣的色域、更高的光度對比。
2. 節目以強化 HDR 表現的拍攝模式，讓 4K 的色域和層次更立體豐富。
3. 目前第七季《浩克慢遊》（共 8 集）已攝製完成。

第七季《浩克慢遊》於 114 年 1 月 2 日起公視首播，114 年 2 月 27 日播映完畢。

「浩克慢遊」第七季 8 集主題(地名)：

浩克慢遊 (#63) 森，山，遙映的日夕 -- 羅東、太平山

浩克慢遊 (#64) 念舊是一種浪漫 -- 台中舊城區

浩克慢遊 (#65) Mihummisang 山與雲的邀請 -- 南投信義

浩克慢遊 (#66) 百果山下 鹹 酸 甜 -- 員林

浩克慢遊 (#67) 只在此山中 -- 深坑、石碇

浩克慢遊 (#68) 我嘉，流影舊語 -- 大林、民雄

浩克慢遊 (#69) 八卦山夏，田頭有夢 -- 田中、社頭

浩克慢遊 (#70) Masalu 之旅 -- 大鳥、台坂、土坂

5G 應用說明：

每集外景拍攝時運用 5G 直播，讓外景實況傳輸給觀眾，並即時與觀眾互動，回覆觀眾的提問。主持人以 5G 手機及 4K 訊號直播，若觀眾接收端在 5G 訊號涵蓋範圍，且使用 5G 手機接收，則可觀看 4K 畫質直播。透過 5G 的運用，讓觀眾即時、不延遲與主持人互動，體驗 4K 高品質的直播經驗，直播台灣各地現場美景與美食。

第七季直播地點為：羅東、太平山、台中舊城區、南投信義、員林、深坑、石碇、大林、民雄、田中、社頭、大鳥、台坂、土坂等地，內容為主持人就景點、事物、美食的觀點，與觀眾分享。觀眾也能即時問問題，或提出看法與主持人互動。



太平山直播



台中舊城區直播



員林直播



大林直播



大鳥部落直播



深坑直播





社頭直播

### 直播過程觀眾留言互動

**史瑞克** 要順道尋太平山櫻?? 期待哩

1年 讚 回覆 已編輯

**He Chen Tank** 太平山

1年 讚 回覆

**彭協源** 有安全才有太平!

1年 讚 回覆

**Coco Ch** 哇~~ 是太平山的蹦蹦車耶

1年 讚 回覆

**陳怡慧** 太平山耶~~

1年 讚 回覆

**Cherry Chen** 太平山蹦蹦車!

1年 讚 回覆

**吳仕賢** 太平山蹦蹦車

1年 讚 回覆

**施志忠**

1年 讚 回覆

**浩克慢遊** 有人也喜歡吃蜜餞嗎

1年 讚 回覆 13

**許雅玲** 浩克慢遊 +1

1年 讚 回覆

**Sue-Ching Wu** 浩克慢遊 彰化長大的我從小吃

1年 讚 回覆

回覆浩克慢遊

你正在使用 Bearr Polarr 身分筆

**Yoshikawa Yamada** 這家，我們常去買耶!

1年 讚 回覆

**Coco Ch** 蜜餞好吃

1年 讚 回覆

**Fox Ko** 小時候常常去啊

1年 讚 回覆

**Pegi Huang** 百果山是我外婆家~ 小時候常常吃~ 很懷念以前的長長溜滑梯

**蕭惠燕** 歡迎老師來到我們的家鄉~ 社頭 推薦可以順遊廟宇、古蹟宋祠

49週 讚 回覆

**紀志豪** 我剛剛才去社頭

49週 讚 回覆

**Jack Shih** 清水岩理事長

49週 讚 回覆

**俊杰** 樓子的故鄉

49週 讚 回覆

**字音音樂安頓學苑** 歡迎劉老師蒞臨社頭

49週 讚 回覆

查看 1 則回覆

**Peng Shu-chu** 歡迎來我們彰化社頭

49週 讚 回覆

**陳玉好** 歡迎二位老師蒞臨彰化社頭~ 黑仔仔裝豆油。

49週 讚 回覆 已編輯

**Momoko Chi** 讚啦! 張家傳承, 真又純。



《浩克慢遊》第七季劇照：









#### (五)《大型互動節目》



政治應是眾人關心的事，越多人關心政治，社會才能更進步。《哈囉！你給問嗎？》每集邀請一或兩位政治人物來節目中接受訪問，舉凡政府官員、縣市首長、各級民意代表、政治名嘴等，只要夠親民、有膽識都是本節目邀約對象，並由 16 名國小高年級、國中、高中生組成的最萌問政團學生群，在兩位主持人視網膜與大霈的帶領下，跟來賓進行一場單純且真誠的對話，希望藉由這樣的對話，能幫助沒投票權的年輕人更關注台灣政治。

- 112 年 3 月 6 日《哈囉！你給問嗎？》企劃案審查通過
- 112 年 3 月 27 日預算陳核通過（成案）
- 112 年 5 月 24 日召開製播會議；6 月 10 日進棚錄製一集樣片
- 112 年 6 月 21 日宣布與本節目主持人炎亞綸終止合作
- 112 年 8 月 25 日完成節目場景採購案驗收
- 112 年 9 月 14 日樣片跨部門審片通過（主持人大霈、視網膜）
- 112 年 10 月 13 日與原主持人炎亞綸解約
- 112 年 10 月 30 日起每週一至三播出
- 113 年 2 月執行二場 5G 應用 AR 直播內容
- 113 年 3 月 25 日播畢；已全數入庫

執行成果及里程碑：



(一)各集在公視主頻播出的收視率，以及公視+ 播放量如下表：

集數	播出日期	來賓	PTS 收視率	公視+ 觀看分鐘數	公視+ 點擊次數
1	112/10/30	王世堅	0.10	18547	2106
2	112/10/31	游淑慧	0.16	4210	458
3	112/11/1	黃國昌	0.10	20145	2566
4	112/11/6	高嘉瑜	0.12	6857	528
5	112/11/7	李彥秀	0.09	2568	459
6	112/11/8	吳欣岱	0.08	3568	587
7	112/11/13	吳沛憶	0.02	1574	158
8	112/11/14	鍾小平	0.11	1087	102
9	112/11/15	賴品妤	0.12	4528	254
10	112/11/20	廖先翔	0.05	1025	156
11	112/11/21	吳思瑤	0.10	2541	124
12	112/11/22	張斯綱	0.02	1024	104
13	112/11/27	林昶佐	0.10	1,273	158
14	112/11/28	謝國樑	0.09	2142	124
15	112/11/29	謝龍介	0.09	3201	254
16	112/12/4	戴湘儀 呂家愷	0.06	985	99
17	112/12/5	陳學聖	0.02	785	87
18	112/12/6	黃靜瑩	0.15	8576	986
19	112/12/11	秦慧珠	0.07	1021	67
20	112/12/12	陳時中	0.06	874	85
21	112/12/13	翁章樑	0.11	987	96
22	112/12/18	黃暉瀚	0.08	1025	65
23	112/12/19	林為洲	0.11	785	75
24	112/12/20	呱吉	0.12	5874	754
25	112/12/25	林亮君	0.09	2684	632
26	112/12/26	吳志揚	0.10	687	56
27	112/12/27	詹為元 林杏兒	0.07	547	55
28	113/1/1	饒慶鈴	0.05	876	84
29	113/1/2	應曉薇	0.13	1098	102
30	113/1/3	柳采葳	0.07	987	130
31	113/1/8	戴瑋珊	0.02	878	85
	113/1/9	停播			
32	113/1/10	白喬茵	0.06	1036	102

33	113/1/15	鄭運鵬	0.05	17894	2014
34	113/1/16	苗博雅	0.10	25467	3026
35	113/1/17	鍾沛君	0.05	987	154
36	113/1/22	林靜儀	0.10	1065	132
37	113/1/23	蔡壁如	0.10	987	96
38	113/1/24	葉元之	0.05	1564	127
39	113/1/29	趙怡翔	0.05	854	85
40	113/1/30	賴香伶 林珍羽	0.04	657	45
41	113/1/31	洪孟楷	0.13	1006	241
42	113/2/5	李眉蓁	0.15	879	119
43	113/2/6	簡舒培	0.05	786	95
44	113/2/7	楊寶楨 陳宥丞	0.10	5746	985
45	113/2/19	吳秉叡	0.08	857	54
46	113/2/20	林義豐	0.05	985	84
47	113/2/21	吳崢	0.07	3528	667
48	113/2/26	鄭寶清	0.04	375	32
49	113/2/27	蔡正元	0.11	965	91
50	113/2/28	許甫 陳智菡	0.04	1549	78
51	113/3/4	呂秀蓮	0.13	965	64
52	113/3/5	羅智強	0.11	6532	684
53	113/3/6	黃捷	0.10	9856	457
54	113/3/11	王淺秋	0.14	754	74
55	113/3/12	黃建豪 廖偉翔	0.08	985	87
56	113/3/13	王義川	0.12	16875	587
57	113/3/18	黃珊珊	0.06	6532	129
58	113/3/19	吳欣盈	0.06	6587	368
59	113/3/20	徐巧芯	0.12	9856	685
60	113/3/25	陳玉珍	0.04	7564	457

註：以上「公視+」數據統計截至 113/4/15 止。

## (二) IG 總數據：

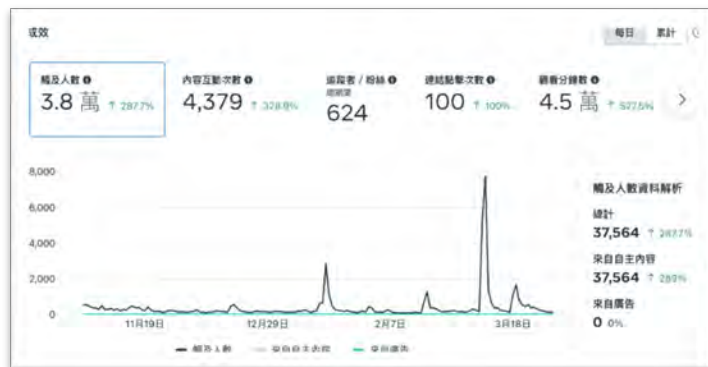
IG總數據					
數據					
粉絲數	1,345				
總觸及人數	237,867				
互動次數	2萬				
觀看最高前五內容					
苗博雅模仿柯文哲	發布時間1/16	影片長度1'32"	觀看次120,273	觸及帳號67,259	互動數7,986
林靜儀：課堂上的黃色笑話為男生設計	發布時間10/11	影片長度0'49"	觀看次93,479	觸及帳號58,360	互動數3,285
鄭運鵬30s預告	發布時間1/14	影片長度0'31"	觀看次81,669	觸及帳號52,031	互動數1,401
賴清德找吳崢	發布時間2/21	影片長度1'12"	觀看數77,353	觸及帳號51,794	互動數2,985
苗博雅30s預告	發布時間1/15	影片長度0'31"	觀看數38,415	觸及帳號26,760	互動數656



### (三) 臉書總數據

10/30(一)~3/31(日) FB數據					
數據					
粉絲數454	追蹤數624				
臉書觸及人數	3.8萬				
臉書瀏覽次數	3萬				
貼文觸及人數	2.5萬				
互動次數	4,379				
追蹤者資料					
追蹤者年齡分佈	35-44歲占	25-34其次			
追蹤者性別	女性58.5%	男性41.5%			
追蹤者城市	新北市26%	臺北市17.6%	臺中市10.7%	高雄市10.4%	桃園市桃園區5.8%
追蹤者國家	台灣95.2%	中國1%	美國0.8%	香港0.6%	新加坡0.5%
按次數排序互動					
觀看總分數數4.5萬，非追蹤者觀看次數10.9萬					
節目 teaser	發布時間10/11	影片長度1'01"	觀看分數數10,531	觀看3分31,896	觸及37,867
宣傳推廣物料文宣	發布時間1/15	影片長度1'32"	觀看分數數2,487	觀看3492,847	觸及4,307
橫置鏡，擁有金30s預告	發布時間2/2	影片長度0'30"	觀看分數數3,946	觀看8分7,531	觸及12,813
直擊金30s預告	發布時間12/5	影片長度0'31"	觀看分數數1,507	觀看3分9,399	觸及10,439
highlight 點播點 宣傳 縣市訂	發布時間1/8	影片長度2'39"	觀看分數數1,197	觀看3分1,339	觸及4,848

### (四) 臉書成效總覽



### (五) 臉書觸及人數



### (六) 臉書瀏覽次數







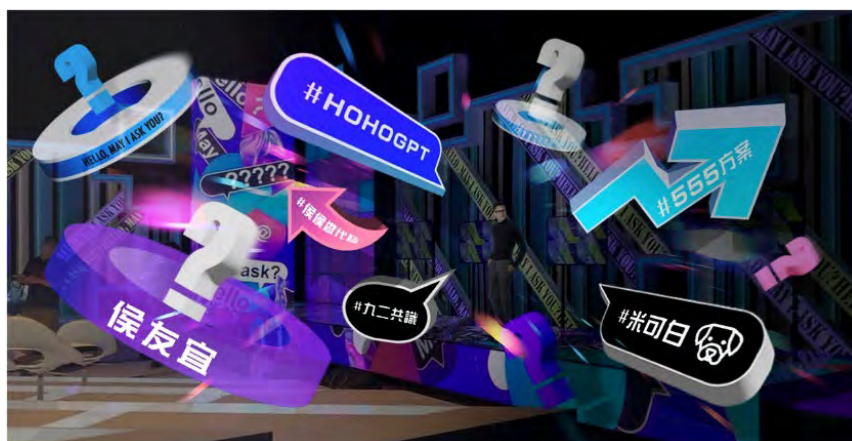


T 型舞台拍攝視角示意圖

2. AR 將會在一個小時的節目內容中，配合訪談內容適時呈現，如：內容提及來賓的網路聲量數據，此時導播就會 Take 搖臂攝影機，畫面就會呈現出以 T 型舞台為主的構圖，AR 視覺將會結合 T 台，呈現出具科技感的 3D 數據圖表，在原先的場景中創造出富科技感的視覺氛圍。
3. 配合訪談內容，將網路溫度計分析「誰最關注本集來賓？」的各項分析表，以 3D 動畫結合 T 台視覺意象，呈現出具科技感的 3D 數據圖：



4. 將整集可能出現的照片或圖檔全部放在 3D 循環播放螢幕動畫裡，配合訪談內容，再停格在相關話題的段落。此套 3D 動畫會重複使用，但是最後停格的畫面會配合話題內容；如下圖：



5. 節目訪談初階段，主持人詢問提問團學生「對本集來賓有什麼印象？」時，還有在訪談尾聲，主持人問說「對本集來賓有什麼改觀的印象」時，現場 16 名學生都可以透過手機在內網網頁留言表達真實的想法，主持人再挑出有趣的留言念出來。現場提問團留言訊息會以「3D 留言板」影像呈現給螢幕前的觀眾。

(六) 113 年人文紀實節目《藝術很有事》(Inside the Arts)



節目簡介

《藝術很有事》(Inside the Arts) 為每周半小時的塊狀藝文節目，2017.8.12 首播，六季共製作 113 集，不僅關注國際重要展演、事件和具代表性的個人創作，也廣泛探討具時代性及公共價值的藝文專題，回應藝術和當代社會的複雜面貌。

節目製作六季以來，拍攝許多國內外重要的藝文專題，比如；「白色恐怖」專輯、2017 威尼斯雙年展、鄭問三部曲、榮光燦爛、臺灣美術史系列、私人美術館專題等專題。

第六季總共製作 8 集半小時與 4 集一小時節目，其中重點規劃「山、雲與部落」系列，為三支長度達一小時的深度紀錄片，包括《穿梭時間巨木林的泰雅史詩 Lmuhuw》，了解泰雅古調 Lmuhuw 之流佈與現狀——久居臺灣中部瑞岩部落的泰雅族人，沿著山脈陵線、河川尋找新

的居住地時，透過古調 Lmuhuw 口耳相傳大祖宗在分散前的訓誡及遷徙路徑。《安聖惠，翻山越嶺的追尋》拍攝魯凱族藝術家安聖惠，挖掘她如何在離鄉、流浪與思念部落的往復中，展開尺度宏大的創作，並廣受國際邀約、現地製作作品。《岳人的愛情絮語 劉克襄致鹿野忠雄》深入作家劉克襄的內心，探討縈繞其一生、追尋探險家鹿野忠雄的壯遊與書寫。此外具實驗性、以實境方式拍攝的《我們與藝術的距離》也是一小時長度，本集將攝影棚打造成美術館，引領十位平時不進美術館的觀眾進棚看作品，真實記錄他們面對當代藝術的第一反應，探究觀眾和藝術的距離是遠或近。

### 節目亮點

節目以 4K 規格拍攝製作並調光後製，呈現 4K 的高品質畫質及寬廣色域，節目完成後也以 4K 畫素上傳 Youtube，讓觀眾可隨時以行動裝置、數位電視和電腦看到細膩且高質感的節目。一小時長片可以有 37.3 萬曝光次數及 3,583 觀看小時(岳人的愛情絮語 劉克襄致鹿野忠雄)，半小時影片有 20.8 萬曝光次數及 872 觀看小時(過於喧囂的寧靜 東港迎王平安祭典的聲音風景)。

此外我們也以節目為素材，擷取亮點內容製作許多短影音推播節目，比如〈藝術家教你如何定價錄像作品〉、〈當儀式被空拍機的聲音影響，我們還在聽甚麼？〉，〈《旭日東昇》搬運過程搶先公開！〉等等，IG 瀏覽次數皆在五千至以上，甚至超過 2.6 萬。





(七)「5G 世代影視內容」公開徵案  
結案報告



節目中文名稱：不在我的世界當勇者  
節目英文名稱：Not a Hero in My World  
類型：益智及實境節目

# 壹、製作企畫

## 一、基本資料

劇名/節目名稱	不在我的世界當勇者		
節目類型	益智及實境節目		
發音語言	國語、台語、原住民語		
總集數	十集	每集長度	50 分鐘【不含廣告】
全案總長度	500 分鐘【不含廣告】		
製作期程：112 年 8 月至 113 年 8 月(1 年)※籌備期至完成期			
製作成本總金額：新臺幣 19,760,000 元(含稅)			
我國原創作品	是		

## 二、企劃概念與核心主旨

### 1. 節目核心理念

在這個充滿標籤化與從眾壓力的社會中，我們常常追求主流價值以獲得認同，但真正的認同感，往往來自對自身獨特性的接受與肯定。《不在我的世界當勇者》企圖透過一場身心歷練的原住民運動營隊，引導八位來自不同背景的藝人進入陌生的部落生活，挑戰不熟悉的非主流文化、競賽規則與人際結構。

節目以「我不在我的世界」為題，象徵參與者脫離熟悉領域，進入一個由文化傳統與原始挑戰構成的空間；而「當勇者」不僅是遊戲角色，更象徵每位成員在認識自我、接受差異、理解彼此過程中的內在勇氣。

**我們都一樣，都可以不一樣。**

是這場節目旅程的最終價值與文化主張。

### 2. 節目目的與核心議題

節目設計不僅追求娛樂，更希望以「文化體驗 + 人物成長 + 認同探索」為三軸，產生以下社會關照層面：

● **非主流文化關注**：聚焦原住民族運動會中鮮為人知的比賽項目（如：負重賽、擲矛、敬酒儀式等），藉由藝人實際參與訓練與比賽，引發觀眾對台灣在地族群文化的重新理解與興趣。

● **偏鄉生活反思**：整體拍攝場域位於台灣偏鄉，節目完整呈現當地生活節奏、自然環境、語言文化與世代關係。讓都市觀眾能以節目為介質，理解偏鄉的美與限制。



● **運動心理與成長旅程**：節目角色在競賽中經歷身體壓力與團隊衝突，在音樂與對話中產生感性共鳴。透過「鬼故事夜談」、「自我介紹之歌」、「勇者獨自在天台練習」等真實片段展現個體如何突破自我、建構認同。

## 二、節目形式與結構安排

「不在我的世界當勇者」為結合**益智挑戰與實境生活**的混合類型節目，主體架構為夏令營形式之營隊生活，融合原住民族文化、運動競技與個人成長歷程。節目以**文化體驗任務為主線**，透過一系列設計精密的實境挑戰、群體互動與心理推演，展現參與者在離開舒適圈後，面對文化差異與內在掙扎的真實過程。

節目共十集，每集約 50 分鐘，架構具備以下特點：

- **主題任務驅動節奏**：每集圍繞一項主要文化挑戰任務展開，例如泥濘摔角、製矛與擲矛、負重挑戰、狩獵、營火之夜等。
- **成員關係與情緒為輔線敘事**：以成員互動、投票選擇、夜談與訪談內容，鋪陳內心變化與角色張力。
- **任務與訪談交叉剪輯**：運用蒙太奇與非線性敘事強化節奏與情感連結，使觀眾隨著任務推進同步感受角色情緒變化。
- **漸進式情感堆疊**：節目安排從初入營地的陌生探索，逐步進展至競賽磨合、情感交織與最終的勇者定位與自我肯定。

### 三、節目介紹與特色

#### 1.節目介紹

在一座融合神秘與科幻元素的科技莊園中，一群來自各領域的跨界菁英被召喚展開一場挑戰極限的實境冒險。他們之中有演員、歌手、主持人、YouTuber、喜劇演員、音樂人、偶像、奧運國手，每個人都帶著獨特的專業背景與人生經歷，試圖在陌生的環境中尋找自己的定位。在這個充滿未知與驚喜的場域裡，每一關卡都是對身心意志的挑戰，也是一場自我對話的旅程。

節目不只是體能或智力的比拚，更強調團隊間的協作與默契的建立。當看似格格不入的個體被迫攜手合作時，往往激盪出超乎想像的火花。他們在彼此的支持中重新認識自己，也逐步打破過往的框架與偏見。節奏明快的遊戲設計結合真實情感的流露，讓觀眾在歡笑與淚水交織中感受到人性最溫暖、最動人的一面。

隨著故事推進，挑戰的強度與情感的深度同步加劇，勇者們不僅要戰勝任務，更要直接面對內心的恐懼與矛盾。他們的成長與轉變，逐步串連成一條關於勇氣、信任與理解的心靈旅程。這不僅是一場實境挑戰，更是一齣描繪當代多元價值觀與情感連結的真實紀實。

## 2.節目特色與觀看亮點

### 特色一：文化沈浸式營隊設計

首創以**原住民族文化與非主流運動**為核心的營隊實境節目，場景設定於**台灣偏遠山區**，由在地文化領路人引導八位參與者完成一系列文化任務與體能挑戰。任務設計貼合傳統儀式與族群故事，使節目內容兼具教育性與體驗感。

### 特色二：真實人物情緒曲線

節目注重呈現參與者在陌生文化情境下的心理變化與人際動態。包含林莎夜間練習時的壓力釋放、大霈在負重比賽中的情緒崩潰、票選時的價值衝突等，都強化了人物敘事與觀眾情緒連結，形塑一條從探索、自我懷疑到勇者覺醒的成長曲線。

### 特色三：視覺語彙建構節目世界觀

透過原住民族圖騰轉譯與數位代碼（如 000111）為概念的視覺設計，搭配片頭動畫、任務裝置與節目美術風格，營造出超越現實的「異世界」氛圍。節目融合神秘傳送、時空裝置與儀式感，建立自身宇宙觀，強化辨識度與戲劇性。

### 特色四：5G 技術應用 × 擴展科技互動可能

節目於偏遠山區搭建高速 5G 網路架構，解決地理環境的網路限制，讓現場能穩定運行多項科技載具。包含使用 MR 頭盔進行沉浸式任務（如密室解謎）、傳送裝置互動等，皆建構於高穩定傳輸能力之上，成功導入虛實融合元素，增添節目科技與娛樂融合亮點。

## 特色五：音樂作為文化與情感交匯點

音樂橋段不僅作為節奏與氛圍的調節，更成為成員彼此情感共鳴與文化認同的載體。從即興彈唱、團體創作，到阿爆壓軸演出，每個橋段都形成節目中的情緒巔峰，強化節目人文溫度與文化深度。



## 四、節目說明

### 1.節目角色

類型	角色	原始身份	角色定位
主要成員	胡宇威	演員	橫跨多領域的全能型藝人
	李霈瑜	主持人	橫跨多領域的全能型藝人
	喬瑟夫	喜劇演員	具備網路聲量的喜劇演員
	楊奇煜	偶像團體	具備運動專長與綜藝感的偶像
	林莎	主持人	具備網路聲量的網美甜心
	超認真少年	YouTuber	工業知識型 YouTuber 代表
	文姿云	奧運國手	奧運空手道得牌選手
	郭芝吟	音樂人	新生代原住民籍創作型歌手
特別來賓	MATZKA	音樂人	南島文化音樂代表人物，為節目定調文化基礎與音樂風格
	范逸臣	演員/歌手	傳遞原住民族儀式文化的來賓
	巫苡萱	人氣啦啦隊 /主持人	節目中段來賓，具親和力與陪伴性格，帶來遊戲輕鬆氛圍並參與重要互動橋段
	蘇達	演員/導演	分享原住民族文化理念，擔任文化說書人
	薩基奴	演員/主持人	與蘇達一同引導文化故事與互動遊戲
	小薰 (黃瀞怡)	演員	帶領勇者認識自我與內在情感的重要引導角色

	李宣榕	演員/歌手	與小薰共同引導勇者反思內心、重新理解自身價值與生命定位
	阿爆 (阿仍仍)	音樂人/文化推廣者	最終晚會重磅嘉賓，帶領族人與歌聲為節目劃下情感總結與文化傳承的高潮
	那屋瓦 少女隊	音樂人	最終回壓軸演出，象徵文化傳承與南島精神的總結與祝福



主要演員合影





競賽花絮-泥濘摔角



阿爆、那屋瓦少女隊

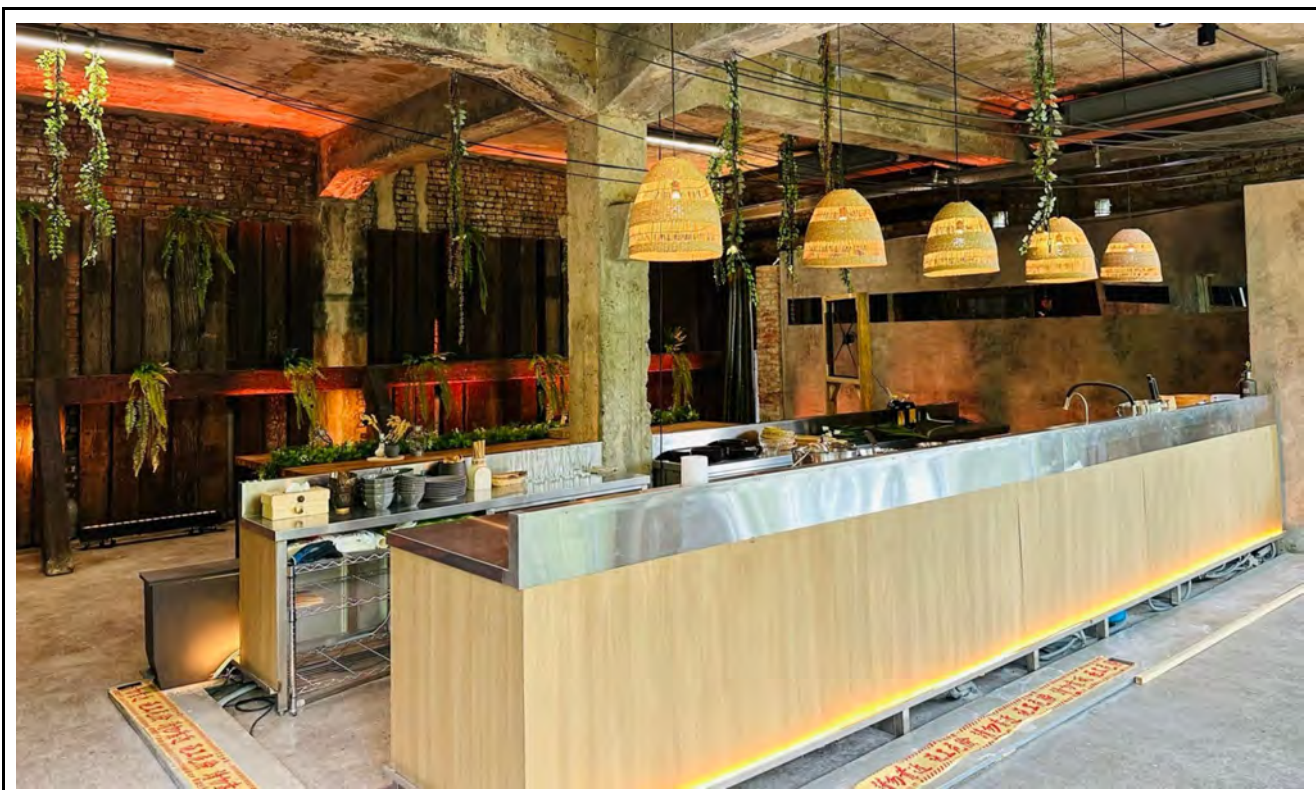
## 2.節目場景

以全封閉沉浸式環境為設計核心，目的在於隔絕現實干擾，使參與者能自然展現本我狀態。空間設計融合故事世界觀，構築出一致的視覺語境，讓角色行為更具說服力。場景內部配置多處隱藏攝影孔與自動錄影設備，以利不干擾前提下長時間觀察藝人互動與心理變化。此外，部分場景具備機關設計與任務轉場功能，提升節目推進節奏與驚喜感。整體場域兼具敘事功能與拍攝效率，是節目真實與劇情交織的重要載體。



▲火炬之路，進入拍攝場景的第一個視覺畫面，賦予節目沈浸式氛圍





▲開放式廚房（左右兩側設有拍攝孔）

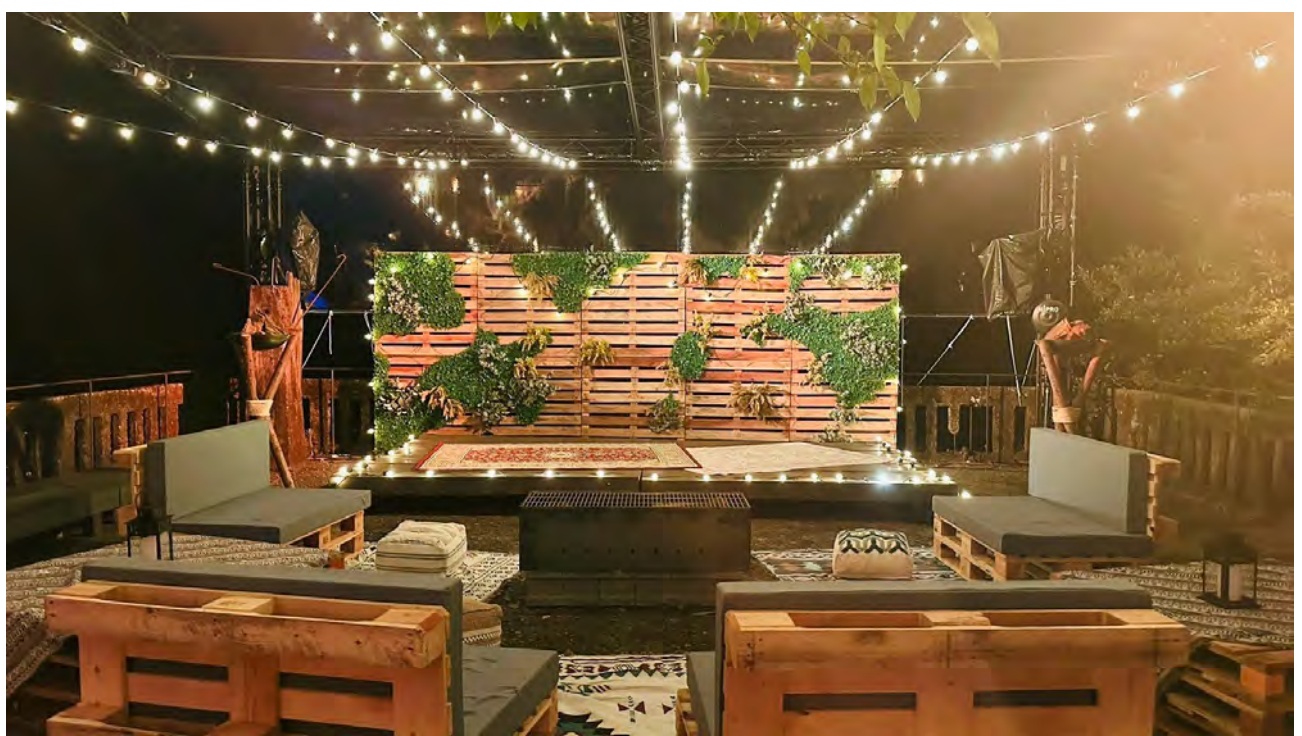


▲宿舍（單面透鏡，鏡子後可拍攝房內事件）





▲交誼廳（大量窗戶採光、利於機器拍攝）



▲露台



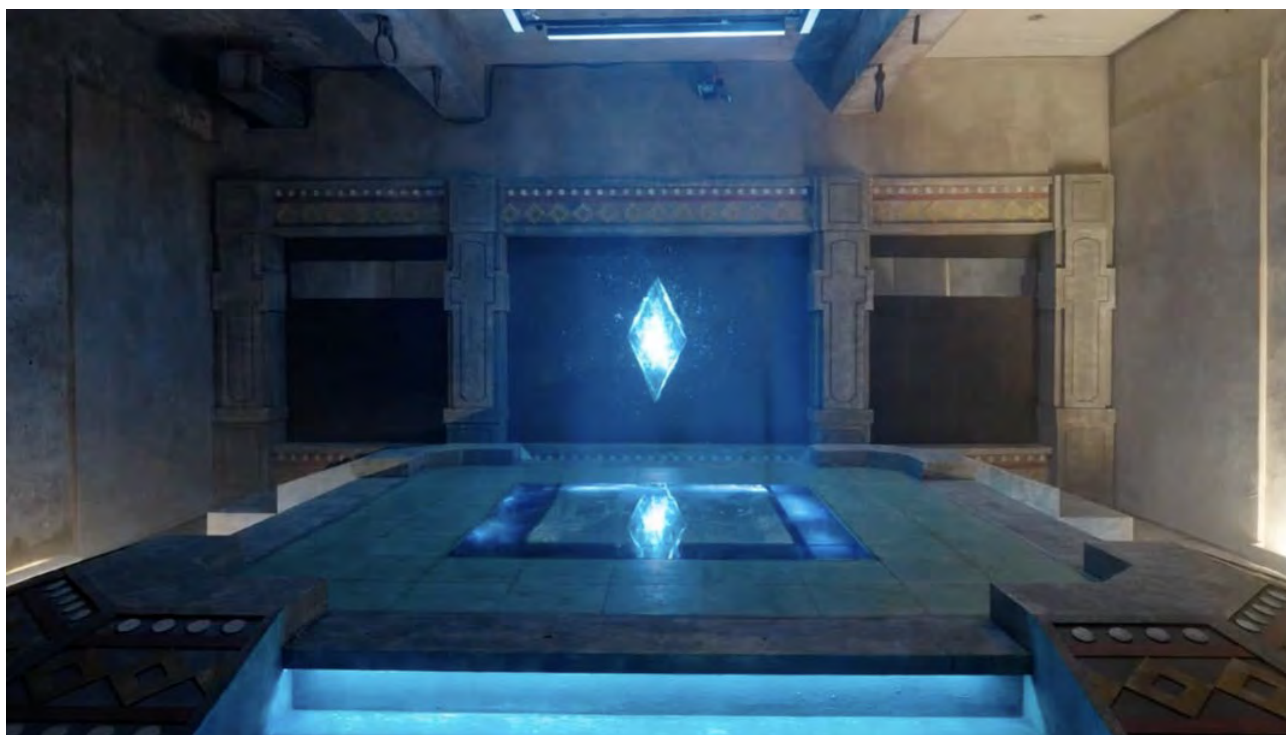


▲任務密室，以圖騰元素加上燈光線條帶出異世界氛圍感



▲全密閉式之任務密室，藝人解謎之場所（牆面內可躲藏攝影機）





▲神秘區，以全息投影裝置，傳達每日任務



▲神秘區，戶外裝置效果



## 五、目標觀眾

### 1. 近年體育實境節目熱潮結合「非主流運動」

「不在我的世界當勇者」以實境方式呈現，透過探討不同非主流運動作為主題，帶出文化、體育及生活等不同面向的體悟。期望藉由近年熱門的實境節目形式，吸引喜歡看運動節目觀眾，對非主流運動之關注。

### 2. 「傳統藝人」結合「新世代網紅/KOL」，傳統與創新結合的時代！

本節目是由八位勇者所組合，這些勇者來自不同的領域，有傳統的藝人，也有具網路影響力的新世代網紅，透過他們的交叉對談，由淺入深，為觀眾提供不同世代想法的交流與觀影體驗。

### 3. 族群跨界、身份認同、文化認同

本節目以「族群跨界交流」為核心策略，透過不同背景的藝人、運動選手與原住民文化代表共同參與，以真實共處與挑戰任務為舞台，展現文化衝突、對話與融合過程。節目不僅提供娛樂內容，更深化觀眾對**身份認同與文化理解**的反思。

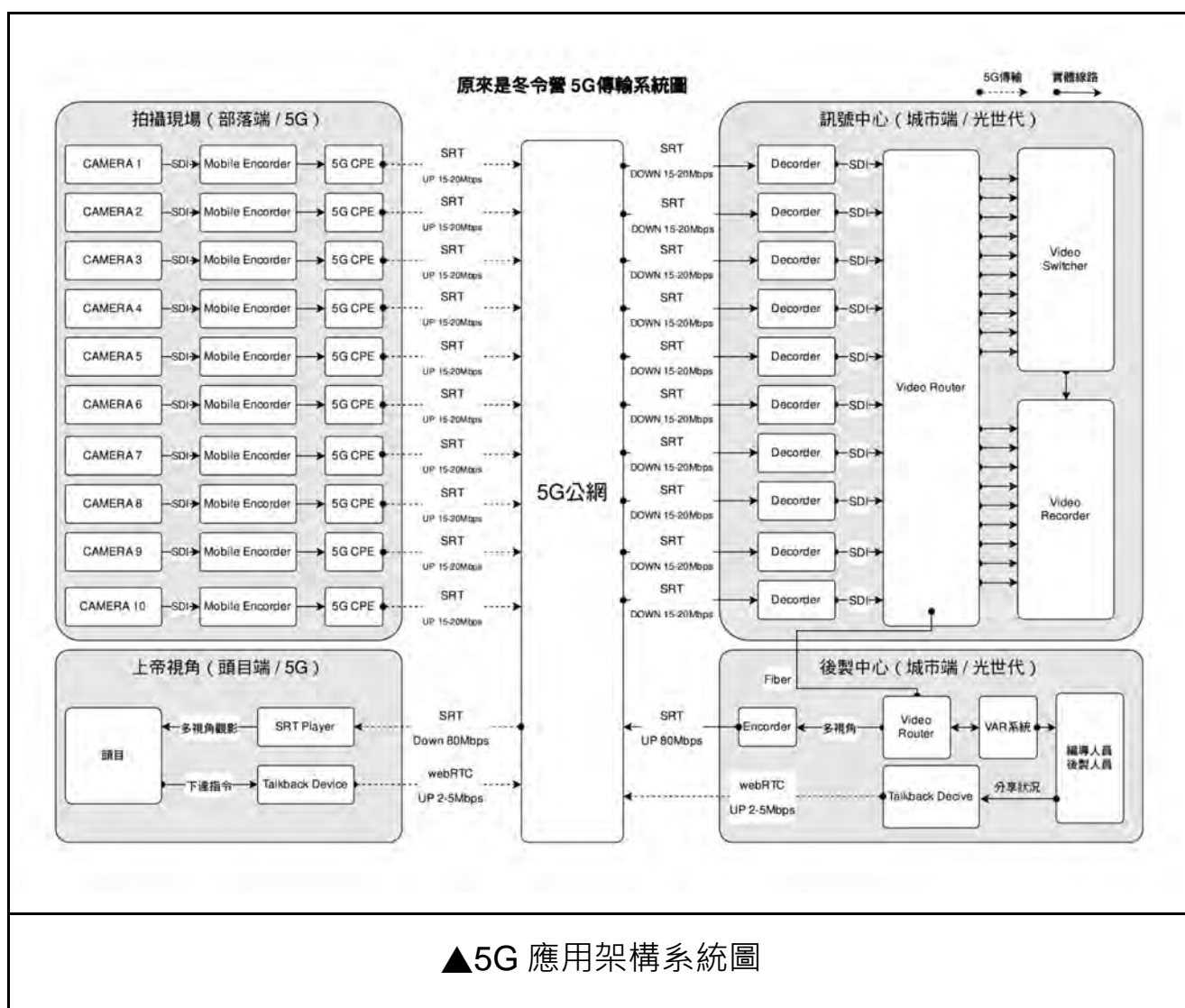
節目中的**運動選手與藝人混編隊伍**設計，成功吸引熱愛運動競技的觀眾族群，同時導入**原住民族運動會**的非主流運動元素，讓專業知識與競賽趣味並存，創造高張力的實境觀看體驗。而\*\*文化引路人與素人領導者（如部落頭目、傳統技藝者）\*\*的參與，則有效擴展節目的文化深度，使觀眾不僅是旁觀者，更成為理解與共感的參與者。

節目透過參與者在陌生文化情境下的真實反應，呈現身份的掙扎與轉化，觀眾將隨著角色經歷從「標籤化」到「理解彼此」的過程，進而產生對不同族群與價值觀的包容力。節目藉此實踐「娛樂 × 教育 × 跨文化交流」的節目初衷，讓文化內容在休閒娛樂中自然滲透，達成寓教於樂之目標。

## 貳、5G 創新應用製作說明

### 一、5G 拍攝應用架構

導入 5G 高速傳輸、MR 混合實境與類全息投影技術，打造跨場域、沉浸式敘事的實境挑戰節目。



## 二、5G 拍攝應用架構

「不在我的世界當勇者」為台灣首度於實境節目中整合 5G 高速行動網路、MR 混合實境應用與類全息投影技術，突破傳統製作對空間、素材與觀賞視角的限制，打造全新實境敘事形式：

### 1. 5G 高速傳輸突破場域限制

本節目拍攝地點位於偏遠山區，為營造異世界的沉浸氛圍，又保有深山、原始場景的真實質地，同時還需實現高度科技感的任務設計。在這樣「自然與科技並置」的製作挑戰下，高速網路成為關鍵基礎建設。

初期製作團隊評估過以光纖或實體有線網路架設作為解決方案，然而因地形複雜與工程成本過高，施工難度與時間成本皆不符合節目拍攝節奏。最終改採 5G 公網技術進場部署，在基地台覆蓋與調校後，成功使拍攝現場獲得媲美光纖的高速與穩定網路環境，讓包括 MR 混合實境裝置的即時運算與內容同步得以順利運作。

這項應用證明 5G 技術可在高難度地形場域中實現虛實整合的影像製播需求，為未來「深度地景實境製作」開創全新可能。





▲取景地環境空拍圖



▲場景空拍圖



▲基地台



▲基地台與拍攝位置說明

## 2. MR 頭盔導入任務系統，建立沉浸式敘事環境

密室解謎內容採用 Meta Quest 3 混合實境頭盔作為任務體驗工具，將虛擬資訊與實體場景進行結合，讓參賽者在真實空間中以 MR 形式接收任務提示與線索。

在任務設計上，我們不再單純依靠傳統的實體道具或場景標示來傳遞資訊，而是透過 MR 技術直接於參賽者視野中投影提示內容，例如文字、圖像、符號等，使節目在視覺呈現上更加靈活與多元。

這樣的應用也讓虛擬內容能夠根據空間規劃進行整合，例如在特定場域內對應特定提示位置，讓實體建築的動線與虛擬訊息的投影位置相互配合，增加參賽者在解謎與探索過程中的臨場感與方向引導。

雖然目前應用仍以資訊提示為主，但這樣的設計已有效提升任務內容的沉浸感與視覺創新，並為未來虛實整合的任務敘事提供可行的參考範例。





▲混合實境頭盔應用片段



▲頭盔內的主觀視角



### 3. 「類全息投影」技術創造真實與幻象交錯的視覺效果

本節目特別應用「類全息投影」技術，藉由特製透明玻璃面板、精準控制的投影角度與觀眾視角差異，營造出無需特定硬體即能呈現的浮空影像效果。

與傳統全息投影需搭配封閉空間、黑色背景或特殊裝置不同，類全息技術可直接應用於開放式任務場景中，提升拍攝彈性，同時增加角色在面對「虛擬召喚」或「任務提示」時的視覺戲劇張力。觀眾亦能透過拍攝畫面感受到影像從空氣中顯現的未來感，強化節目異世界與現實疊合的核心美學。



▲節目場景 - 類全息投影舞台



▲類全息投影舞台上視圖

#### 4. 技術融合強化節目世界觀建構能力

本節目以「進入異世界進行自我探索」為核心敘事概念，所有技術的應用皆為了服務節目的世界觀建構與敘事表現，並結合後製強化視覺語言，使觀眾更易進入節目設定的沉浸情境。

首先，透過 5G 公網網路建設深山場域，讓科技感任務能實現在原始地貌之中，形成極具衝突感的空間設計基礎。接著，混合實境頭盔的導入，讓參賽者能在實體空間中接收虛擬任務提示，這種虛實共存的感知方式，補足傳統道具提示的限制，也加強了任務情境的臨場感。

在部分場景中，節目亦運用類全息投影技術，以玻璃反射與視差角度創造浮空視覺效果，呈現如「異世界召喚」、「神秘訊息」等情節所需的視覺

事件，增強觀眾對虛構空間的信服度。

除了現場拍攝技術，後製視覺特效亦扮演關鍵角色。部分虛擬元素在後期透過畫面強化，例如：MR 頭盔中的畫面同步模擬、任務資訊的資訊圖層包裝、或是類全息內容的觀眾視角轉譯等。這使得觀眾不僅能看到參賽者互動的真實反應，也能理解其所經歷的虛擬體驗，進一步達成虛構世界觀的視覺轉譯與敘事支撐。

整體而言，本節目非單純堆疊技術呈現，而是將拍攝現場的實景、即時的互動裝置與後製視覺策略一體設計，構成可被角色參與、觀眾理解的節目宇宙。這樣的整合方式，為節目帶來前所未有的結構性沉浸體驗，也為台灣實境節目的世界觀構築方法，建立了一套可持續發展的製作典範。

## 二、5G 後期製作與內容管理實際應用

本節目以「全沉浸式異世界實境」為核心製作定位，採用節點式敘事設計、極大量多機位拍攝系統與雲端協作後製流程，建構出一套兼具彈性、效率與技術整合的製作流程，突破過往實境節目製程的框架與規格。

### 1. 48 機 4K 59.94P 高規錄製與即時影像管理技術

本節目拍攝總共動用 48 台攝影機，以 4K 59.94fps 高幀率規格錄製，是目前國內實境節目中極高規模的多機製作。為管理此龐大影像資料，我們導入應用於體育賽事的即時回放系統，轉化其「慢動作重播」功能為「節目現場的回放管理工具」。

此系統在拍攝同時可即時錄製監看影像，並提供現場編導團隊即時回

放稍早畫面，協助釐清事件經過、確認內容補拍與安排情節延伸，而不影響錄影進行。此舉有效解決現場資料調閱的困難與備份作業的風險分散，建立起多工並行且安全的資料處理流程。

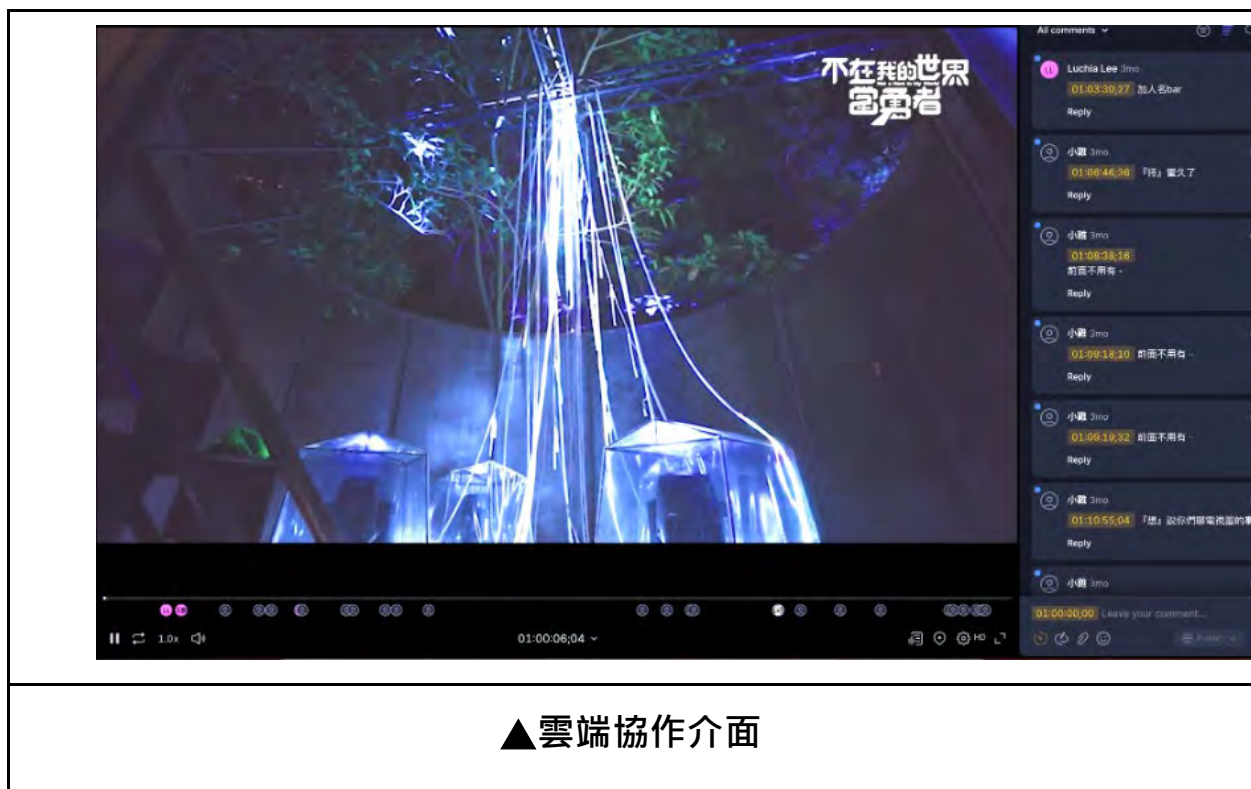


## 2. 多方後製協作的雲端整合流程

本節目由三個製作單位共同製作，後製意見橫跨多方，且製作人員分散不同地點，無法仰賴傳統實體工作流程。在後期階段，我們建構一套雲端導向的協作流程，透過雲端平台上傳樣帶、分享意見，讓導演、企劃、製作人可在行動裝置或筆電上進行即時審片。

得益於 5G 高速網路與雲端媒體管理技術，4K 高畫質樣帶也能順暢播放與標註。審片意見能透過平台直接對時間碼加註，或匯出 XML 檔供剪接師導入剪輯軟體，有效降低來回溝通錯誤，提升修改準確率與團隊溝通效率，大幅縮短後期修正時程與人力成本。





## 參、節目成效

### 一、整體成效概覽

《不在我的世界當勇者》自上線以來，即成功登上 公視 + 串流平台熱播節目前十名，在無強力主流宣傳資源下，憑藉鮮明的節目風格與角色魅力快速打入觀眾視野。節目透過雙頻道同步上架策略與多平台社群操作，有效推升討論熱度與曝光聲量，成為一檔結合娛樂性與文化探索的高話題實境節目。

在短短兩個月操作期間內，本節目整體 跨平台累積總觀看次數已突破 500 萬次，顯示節目具備高度吸引力與社群擴散潛力，以下分為完整版觀看表現與社群影音數據進行詳述。

十大熱播排名  
POP TOP 10



2025.0505-0511



2 日本人的養成



1 凡爾賽玫瑰



3 間諜家家酒  
(台語版)

4 黑箱日記

5 重啟人生

6 日麗

7 宮崎駿的十年瞬間

8 美味午餐大作戰

9 在車上

10 不在我的世界當勇者

▲公視 + 串流平台熱播排行榜

## 二、YouTube 完整節目表現 | 雙頻道佈局擴大觸及

節目前三集完成版影片同步上架於「公視 YouTube 頻道」與「不在我的世界當勇者」官方頻道，有效發揮雙平台策略優勢，擴大觀眾觸及：

集數	公視頻道觀看數	勇者頻道觀看數	合計觀看數
EP01	100,000+	35,000+	135,000+
EP02	19,000+	42,000+	61,000+
EP03	13,000+	25,000+	38,000+
總計	132,000+	102,000+	234,000+

- 首集即突破十萬人次觀看，證明開播話題成功建立，觀眾接受度高。
- EP02 勇者頻道表現最佳，單集觀看數超過 4.2 萬，搭配泥漿角力等高視覺衝擊力內容，極具話題效應。
- 雙頻道上架策略顯示出觀眾分層與平台習慣差異，有效擴大內容涵蓋面。



### 三、社群影音推廣表現 | 短影音多平台發酵，精準吸粉

節目社群同步經營 Instagram、Facebook、TikTok、YouTube

Shorts、Threads 等五大平台，期間操作持續十週，累積社群觀看數已超過數百萬次。尤其短影音策略成效顯著，精準擊中年輕觀眾習慣。

#### 1.TikTok：短影音爆發平台，為流量關鍵

TikTok 是本次節目的最大流量來源之一。根據後台數據顯示，自 2025 年 02 月至 2025 年 6 月，官方帳號總觀看次數達 1.1 百萬次，總觀眾數 88.7 萬，新觀眾 43.8 萬，按讚數逾 40,000 次，影片分享次數超過



1,200 次。

- 自 3 月下旬起觀看數爆發式成長，單週最高達 25.3 萬觀看次數。
- 「山羌怎麼叫？」觀看 10 萬次，帶動數百位新粉絲。
- 「撒基努與蘇達講鬼故事」短片觀看近 10 萬次，展現原民文化 + 綜藝趣味的擴散潛力。
- 粉絲總數自 100 以下迅速躍升至 1,600+，成為社群成長主引擎。

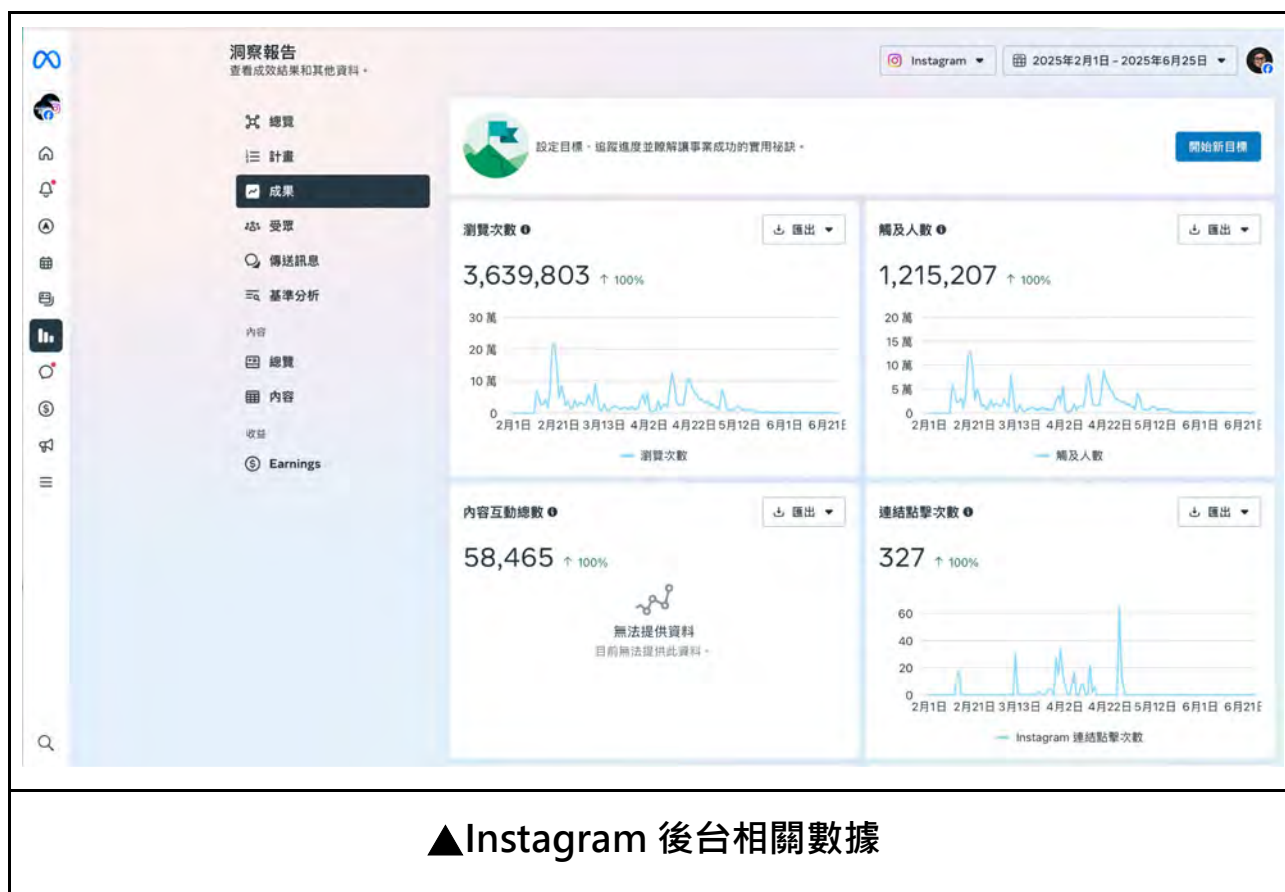
短影音內容多以原民題材搭配趣味呈現為主，極具擴散力，特別是「撒基努」「文姿云」「大霏」等角色的短片均表現亮眼，成功創造用戶討論與轉傳行為。



▲Tiktok 平台相關數據

## 2. Instagram | 穩健操作，迷因吸睛

- 從初期 135 粉絲，成長至 656 粉絲，互動次數最高達 16,836 次，單週觀看數破 83 萬。
- 「沒有開瓶器怎麼辦」迷因貼文突破 80 萬觀看數，引發網友廣泛共鳴與轉傳。
- 社群操作策略聚焦「貼近生活」、「藝人個性呈現」與「即時互動」，有效累積品牌好感。



▲Instagram 後台相關數據

 <p>Instagram Analytics Screenshot (11:10):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>觀看次數: 789,578</li> <li>日期: 2月16日 - 2月22日</li> <li>自訂: 自訂</li> <li>Donut Chart: 4.2% 粉絲人數, 95.8% 非粉絲人數</li> <li>觸及的帳號數量: 296,544 (+139.3%)</li> <li>依內容類型區分: <ul style="list-style-type: none"> <li>全部 (selected)</li> <li>粉絲人數</li> <li>非粉絲人數</li> </ul> </li> <li>Content Type Breakdown: <ul style="list-style-type: none"> <li>連續短片: 47.6%</li> <li>貼文: 38.4%</li> <li>限時動態: 14.0%</li> </ul> </li> <li>依熱門內容區分: 查看全部</li> </ul>	 <p>Instagram Video Insights Screenshot (9:55):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>連續短片洞察報告</li> <li>Video Title: 那是魔法嗎？怎麼就這樣打開了</li> <li>Date: 4月12日, Duration: 0:23</li> <li>Engagement: 1.1萬 (likes), 81 (comments), 462 (shares), 553 (saves)</li> <li>總覽: <ul style="list-style-type: none"> <li>Meta 驗證: 利用「Meta 驗證」為連續短片取得更多觀看次數。平均來看，訂閱者獲得了更多連續短片觀看次數。立即註冊</li> </ul> </li> <li>Summary: <ul style="list-style-type: none"> <li>觀看次數: 895,366 (Instagram: 894,890, Facebook: 476)</li> <li>觀看時間: 118 天 23 小時 38 分 32 秒</li> <li>互動次數: 12,513</li> <li>個人檔案活動: 178</li> </ul> </li> </ul>
<p>▲Instagram 開播首週數據</p>	<p>▲單支短影音觀看數據</p>

### 3.Facebook | 藝人效應帶動觸及高峰

雖相對成熟但仍具藝人導流優勢。藝人貼文轉發（如胡宇威動態）有效刺



激觀眾互動與觀看。部分主題貼文（如節目片段、訪談卡段）可突破數萬

觸及與觀看，具補位與熟齡觀眾鏈接之策略價值。



## 肆、製作人員培訓暨成果發表

### 一、研討交流會：推動實境內容創作的文化對話

為回應節目在播出期間引發的討論熱度與文化認同議題，製作團隊於節目結束後規劃舉辦《不在我的世界當勇者》製作交流暨內容研討會，邀請來自不同領域的參與者共同對話：

#### ● 交流重點：

- 原住民文化詮釋與媒體再現的反思
- 主流 / 非主流框架下的觀眾接受度
- 社群平台如何協助非主流文化破圈
- 實境節目作為文化傳播的敘事策略
- 技術導入（如 5G、MR、沉浸設計）對節目型態的啟發與挑戰

研討會將以座談 + 案例回顧方式進行，不僅回顧節目的創作歷程與成效成果，也將探討內容製作在跨領域實踐中的可能性，進一步擴展台灣實境內容產業的對話空間與創新視野。



### ▲研討會紀錄


## 二、製作人員心得回饋

	姓名	詹于珊
	職稱	製作人
製作心得		
<p>回顧這次的製作，最令我感動的是八位成員之間微妙的化學反應。每個人進來的時候都有他們的個性與背景，我們在選角階段就是以「有真實驅動力」為標準來挑人。我不會說是我們選了他們，更像是他們「被這個世界召喚」來了這個莊園。他們真的把自己交出來了，也因為他們夠真實，我們才能在沒有劇本的狀況下，創造一個充滿故事的節目。這是製作前期最賭的一步，但也是最值得的冒險。</p>		
改進心得		
<p>我們對實境秀的真實感過於執著，所以在前期與藝人之間的溝通其實沒有很充足。我們希望他們自然發展、不被干預，但回頭看，其實「讓他們知道多一些框架」不會破壞真實，反而能讓他們更安心地展現自我，少了對節目節奏、任務設計的猜測與焦慮。我也學到，真實感的建立，不是來自資訊的遮蔽，而是來自信任的建立——包括製作單位對藝人、藝人對場域，以及藝人對彼此的信任。</p> <p>如果有下一次，我會選擇花更多時間在「彼此理解」上：讓成員理解節目的邏輯、讓製作人理解他們的心理需求。這樣的理解，才是讓節目進入深層交流與情感堆疊的關鍵。</p>		



	姓名	吳達恩
	職稱	製作人
製作心得		
<p>在這個計畫裡，我最重要的挑戰來自於整合現場製作流程與科技應用，特別是在原始環境裡架設密室、裝置 MR 頭盔與資料傳輸，必須要與技術限制共處，又不能犧牲節目內容的完整性。我們思考如何將現場變成一個有邏輯、可以被角色驅動的世界，而不是只是攝影機掃過的景。我印象深刻的是節目的拍攝方式與節奏經常需要即時應變，我們也反覆調整影像、音訊與角色互動的方式，讓技術不再是輔助，而是內容的一部分。</p>		
改進心得		
<p>這次在攝影機部署上多達 48 機，後期的檔案管理與剪輯資料量也極為龐大。但實際操作中，我們發現即便有高度覆蓋，若攝影機的調度不夠彈性，仍無法即時捕捉到角色最真實的情緒瞬間。過多的固定機位在面對突發互動時反而有盲點，限制了剪接素材的層次感與敘事彈性。</p> <p>未來若再進行類似的高密度拍攝計畫，我會優先考慮「關鍵區域的動態部署」與「拍攝機位的劇情預判配置」，並整合導播視角與編導腳本思維，從內容節奏回推技術部署策略。同時，也會強化拍攝與後期的協同規劃機制，減少冗餘影像、提升有效鏡位轉換率，讓整體製作更有效率也更貼近節目的核心表現力。</p>		

	姓名	許凱翔
	職稱	導演
製作心得		
<p>身為導演，我一開始其實擔心的是「如果沒有劇本，他們會不會亂來？」但結果證明是我想太多。這群藝人與素人不只沒有「失控」，反而在設定的規則裡玩出了很多我意想不到的情節。我的工作反而變成觀察與引導，而不是控制。這種非線性的敘事邏輯讓我重新學會「等待」——等待一個自然發生的高潮、等待某個人突然的真心話、等待一段對話讓所有觀眾都沈默。這種節奏很難控制，但一旦抓到，你就知道節目「活」了。</p>		
改進心得		
<p>這是我第一檔實境節目，在經驗不足上，的確我沒有太多的框架，但也讓我在現場的引導上，沒有相當充分。很多時候我選擇放手讓事情自然發展，雖然捕捉到了真實感，但也錯過了部分節奏上的精準控制，特別是在橋段推進、情緒堆疊與觀眾期待之間的平衡掌握。</p> <p>未來若有機會再次操作實境節目，我會更重視「情節節點」的事前預設，以及與編導團隊、攝影現場的即時溝通。尤其是如何在「放」與「收」之間找到動態節奏，是我這次學到最寶貴的事。實境節目不是沒有劇本，而是每一個人都在書寫自己的劇本，作為導演，我要學會的是——在混沌中讀懂秩序，並在適當時候，推一把、接一手，讓故事自然開花。</p>		

	姓名	王品絜
	職稱	編導
製作心得		
<p>我會說這檔節目是「邊拍邊寫」的過程，我們每一天都在「蒐集原始素材」，再從中找出故事。我曾經因為某位藝人一句很平凡的話而重新編排整集節目，因為那句話剛好道出了這整集的主題感。在後期，我們甚至是用角色的視角去剪接內容——「如果我是這個角色，我會怎麼感受這個瞬間？」這種剪接方式以前我沒做過，但它讓我們更靠近觀眾的視角，也讓節目情感更立體。</p>		
改進心得		
<p>我們事前對於各種可能性安排了許多方案與想像，但在現場實際操作中，一旦事情沒有照著導向走，這些精心設計的情節與備案常常瞬間失效，甚至成為現場的負擔。這也讓我重新意識到，與其全面鋪排所有可能性，不如設計更具策略性的「節點式」內容架構——抓住幾個關鍵時刻或行動目標，讓整體內容即使在自由發展中，也能朝一個明確方向前進。</p>		

	姓名	陳韋中
	職稱	美術指導
製作心得		
<p>這次我們不是在做道具，而是在創造一個「可以呼吸」的場景。我們要讓藝人真的可以住、可以走、可以玩，甚至可以在這裡受傷或感動。我們用了很多在主流節目裡不會用的材料和機關，例如鏡頭孔、可開關的地面機關，甚至連燈光位置都設計成讓攝影師能更靈活地拍出視角。這不是布景，這是生活場域，它讓角色活起來，也讓觀眾忘記這是拍攝現場。</p>		
改進心得		
<p>這次在實景設計與搭建上，我們面對極高的挑戰：場景必須兼具真實感、機關功能性與拍攝需求，且多數場地都必須配合自然環境與節目機制彈性調整。然而，由於整體時程緊湊，我們常常在非常有限的時間內完成布置與測試，也難以在每一個設計細節上預先模擬演員動線與攝影視角的交錯結果。這讓我深刻意識到——充足的設計與施工時間，是讓創意真正落地的基本條件。</p> <p>如果下次有機會再次參與類似專案，我會爭取更早介入製作流程，並在前期參與更多關於場景調度、拍攝設計與節目機制的整合討論。這樣不僅能提升設計效率，也能讓美術真正成為敘事邏輯的一部分，而不只是後勤支援部門。</p>		



	姓名	史宸豪
	職稱	新媒體科技應用編導
製作心得		
<p>我參與的是 MR 頭盔與 5G 技術整合，坦白說，這對於一個在山上拍攝的實境節目來說是非常困難的。我們必須確保裝置的穩定運作，還得兼顧內容的趣味性。我們最後設計了沉浸式的密室任務，不只是讓藝人戴上裝置，而是真的讓他們「相信」這是一個世界。我覺得這樣的技術應用不是炫技，而是讓觀眾體會到：科技可以是文化載體，可以成為說故事的方式。</p>		
改進心得		
<p>這次的技術整合讓我學到，科技要真正服務內容，必須先懂內容的語言。MR 頭盔在密室中的應用，雖然最終成功讓藝人進入情境，但過程中我們其實面臨非常多的摩擦點——從設備熱當，到藝人不習慣裝置操作等，都是影響沉浸感的關鍵因素。尤其在戶外、地形起伏的環境中進行即時渲染與追蹤，我們等於在模擬一場不可能的任務。</p> <p>若有下一次，我會更早參與腳本設計與藝人培訓流程，讓技術能從「任務需求」開始思考，而不是事後貼合。此外，也會考慮設計更輕量化、模組化的技術部署方案，降低技術門檻，讓藝人與觀眾都能更自然地投入這場科技與文化交會的體驗中。</p>		

## (八) 113年外景綜藝及實境節目《歐吉桑騎士-阿順阿忠的中年危機》

### 「最有挑戰、最有深度、最溫暖的硬漢之旅」

李銘順，52歲，從原民律師到幹話工人，演什麼像什麼的亞洲影帝

李銘忠，47歲，老被叫阿順的弟弟，但其實演技一點也不輸給哥哥

成長背景揉合了華人文化與東南亞風土，來自星馬的兩人，來台發展已超過十年，看似對寶島熟門熟路，其實去過的地方屈指可數。2024夏天，李氏兄弟要騎著最接地氣的歐兜賣，展開屬於他們的台灣之旅，雖然眼有點花、肚有點大、髮際也微微上升... 但探索世界的熱情與好奇心，非但未減反而像好酒一樣愈陳愈香。

身為兄弟，兩人卻很久沒有一起旅行，相處起來會有什麼摩擦呢？面對製作組設計的任務，究竟會是「兄弟齊心，齊力斷金」？還是「親兄弟，明算帳」？？除了要一起合作，製作組也分別設計不同類型的任務給兩兄弟。哥哥李銘順擅長料理，負責擔起各種做菜場面。弟弟李銘忠有工程相關的工作經驗，敲敲打打的活就交給他。兩人在遊歷台灣的同時，也用自己的長才回饋給一路上幫忙朋友們。

兩位大叔在台灣會有什麼發現？兼容多元民族的土地，國語、台語、客語、原民語通通有；台灣菜、外省菜、客家菜，還加上新住民風味！？星馬來的兩人會遇上什麼樣的文化衝擊，「原來台灣是這樣！？」一趟顛覆他們想像的旅程即將開始！

各站來賓：切地瓜-洪都拉斯、雷嘉納、林輝瑋 / 高雄-范少勳 / 澎湖-施名帥 / 小琉球-瑞莎 / 台東-白癡公主 / 彰化-游安順、莊凱勳

## 「歐吉桑旅行指南」

第一站，壯遊的起點！在朋友洪都拉斯及後輩雷嘉汭、林輝瑋的陪同下，歐吉桑一圓騎車夢。從台灣極北出發縱切台灣，到高雄美濃鍛造一把屬於自己的「刀」。大叔一路上嘻嘻哈哈，一邊感嘆原來台灣高山這麼美！

第二站，遊艇王國歷險記。歐吉桑們與來賓范少勳化身遊艇廠實習生，一起下場參與盛大的陸上行舟，在師傅們身上見證台灣遊艇旺盛的生命力與創造力。

第三站，離島出走，揚帆出海！與在地青年一起舉辦魚灶快閃店，吸引不少民眾慕名而來，好在有副廚施名帥相助～兩人忙碌之餘，還在國手的訓練下，成功完成風帆跨島的壯舉！

第四站，移地訓練「琉」學趣。瑞星體操隊在小琉球展開巡迴課程，一起推廣體操之美！同時也與環「球」大使們合作，一邊讓小選手們放鬆玩水，一邊認識可愛的小琉球！

第五站，別愛我，沒結果。大叔們前往野灣動物醫院擔任實習保育員，和資深Youtuber白癡公主一起奮力手舞足蹈，將保育觀念傳遞出去。

第五站，壘起一磚一瓦，為弱勢家庭蓋一個家。參與台灣心義工團的修繕工程，跟著師傅敲敲打打，也為義工料理三餐。工程之浩大，連好友游安順、莊凱勳也來相助！

最終站，辦桌感謝趴。為了感謝一路上幫忙的朋友，歐吉桑們來到高級餐廳「態芮」，準備宴請大家，讓他們見證什麼是米其林三星台菜！

## 超高畫質節目製作技術與最佳製作流程(SOP)報告

以實境節目《歐吉桑騎士-阿順阿忠的中年危機》為案例說明

### 企劃發想階段

1.構思節目企劃走向	<input type="checkbox"/> 從新聞.趨勢.社群平台中取材
2.角色設定.藝人選擇	<input type="checkbox"/> 確立節目的形象及定位
3.設計情境.來賓.任務	<input type="checkbox"/> 策劃事件觸發藝人反應
4.檢視設定使否可執行	<input type="checkbox"/> 可執行 <input type="checkbox"/> 開始撰寫拍攝腳本大綱 <input type="checkbox"/> 無法執行 <input type="checkbox"/> 重新設計事件

### 前製期

1.節目視覺風格確定	<input type="checkbox"/> 從節目企劃及主持人特色進行發想
2.攝影師及器材選定	<input type="checkbox"/> 依視覺風格選擇攝影師及器材(含測試.試拍)
3.後製流程規劃	<input type="checkbox"/> 依試拍素材及檔案量預估人力.設備及工作排程
4.拍攝前製準備	<input type="checkbox"/> 定裝.場景.道具.路線場勘.器材測試.二次試拍等

### 拍攝期

1.擬定拍攝計畫	<input type="checkbox"/> 通告.食宿交通安排.檔案管理流程.各集雨備等
2.正式拍攝	<input type="checkbox"/> 進度調配.人力調度.素材確認.狀況應變處理等



3.補拍(含片頭尾及平面)	<input type="checkbox"/> 通告.食宿交通安排.溝通視覺方向等
---------------	--------------------------------------------

#### 後製期

1.素材整理	<input type="checkbox"/> 檔案備份.影音同步處理.檔案分類
2.內容順剪	<input type="checkbox"/> 挑出各機適合畫面.拉出主架構
3.內容定剪	<input type="checkbox"/> 確認敘事走向及每CUT畫面安排
4.ES/調光/字幕	<input type="checkbox"/> 標題.動畫製作/ 畫面光TONE調整 /字幕製作
5.音樂音效	<input type="checkbox"/> 配音樂.音效

#### 5G應用相關說明

用力拍電影多年來致力於製播4K影視內容，執行實境節目《歐吉桑騎士-阿順阿忠的中年危機》拍攝計畫時，除了對高品質影音的堅持依舊不變外，更充分利用5G技術帶來的高速、低延遲、多連結等優勢，擴充拍攝器材及檔案的相容性，為觀眾提供絕佳的觀影體驗。

製作過程中因應各種上山下海需求，採用的拍攝器材相當複雜，除了基本款的高畫質攝影機、空拍機、水下攝影機外，還加上運動攝影機、gopro、360度攝影機、專業車拍架等，甚至部分畫面是運用內建電影級規格的手機拍攝而成。多樣又多機作業的拍攝方式（8機以上）讓素材容量大且複雜，此時檔案是否能順利傳輸？連線監看時會不會斷訊？都必須仰賴5G技術支援。再者，

這次節目的外景除了縱切台灣高山之外，還去了兩個離島，製作組常需要利用視訊通話溝通拍攝事務（節目中藝人們也常利用視訊即時互動），或者多方連線網路會議，5G的便利性也為大家節省了許多寶貴時間與溝通成本。

## 節目製作人才培訓報告

### 製作人

在初見面的企劃會議中，兩位歐吉桑主動分享雖然在台灣工作近十年，也常在各縣市奔波拍戲，但其實一直沒有機會好好認識台灣。聽到這樣的許願，我不禁反思，我們對於台灣的瞭解是否不足，對周遭的人事物過於習以為常。也許，這個節目可以讓兩個外國人透過他們的視角，重新認識這座寶島。以致後來得知騎摩托車是馬來西亞人的共同回憶時，企劃組立刻迸出一個想法：騎車環島。

「環島」，探索台灣的第一選擇，經典又熱血，是最多人用來認識台灣的方式。節目規劃初期，製作組也被這題卡住許久，苦思除了沿著海岸線移動外，還有別種可能性嗎？最後，我們決定來趟「切地瓜」之旅！考量台灣除了四面環海，更是群山之島，起點將從極北的富貴角出發，沿著高山公路一路往南，縱切崇山峻嶺後抵達高雄！

結果人算不如天算，《歐吉桑騎士》拍攝首日就遇上壞天氣，兄弟倆一出發就體驗了在雨中奔馳的快感（痛感？），好在有摯友洪都拉斯、林輝瑄、雷嘉汭，義氣相挺全程陪騎。即便淒風苦雨，一路上滿滿的大叔笑話與中二打鬧，卻意外成為歐吉桑騎士節目的獨有風格。

定調從順忠觀點看台灣後，接下來企劃組為兩人設計的挑戰也是緊貼這樣的路線：透過前進造船廠實習，從師傅身上看見台灣遊艇的生命力；與澎湖在地青

年合辦快閃市集，看見地方創生的可能性；在彰化與義工一起蓋房子，見證什麼是台灣最美的風景.....。

## 導演或編導

有了阮三个幾季的操作經驗後，也和攝影師培養出不錯默契，歐吉桑騎士在拍攝上嘗試了較多的可能性。節目中增加了大量戶外拍攝行程，這非常考驗人力調度安排，但隨著越來越熟悉實境節目的操作，團隊更能配合突發狀況，即時調整拍攝行程，應對靈活度提升也讓拍攝節奏更順暢，內容隨之變得更豐富多元。

歐吉桑的行程中，「車拍」及「水上活動」比例相當高，拍攝時的交通、天氣、海況、潮流等因素也讓製片及技術團隊傷透腦筋。特別是海上作業難掌握每台攝影機捕捉的畫面，連機位都只能靠攝影師臨機應變，或是機車在雨中移動的收音斷訊問題，對導演來說是相當大的挑戰。因此，團隊進行了多次事前場勘，反覆構想可能拍攝的角度，更模擬了兩位大叔可能會發生的狀況，希望透過這些溝通準備，盡力克服海上的拍攝困難。

## 企劃

這次是以「看見不一樣的台灣」為核心主軸，希望能藉著兩位主持人的外國身份，用不同的視角看台灣：踏上少為人知的切地瓜路線、認識台灣遊艇產業、帶台灣的小小體操隊出遊、去東部唯一的野生動物醫院實習、品嚐米其林三星台菜.....過程中收穫的不只是主持人，所有工作人員也認識了不一樣的台灣，期待提供觀眾更多元且豐富的節目內容。

## 攝影

這次有風帆跨島跟機車在高山間穿行的畫面，如何在確保自身安全外，還要兼顧運鏡操作攝影機並保護器材，是攝影師要克服的狀況！海上收音也是一大難題，收音師需要搭乘小艇跟著藝人們移動，面對風浪時還得舉著Boom收集各種聲音，相當考驗平衡感及體力，感謝技術團隊的努力，留下許多美好珍貴的拍攝成果。

## 後製剪接

實境節目是沒有明確的腳本可參考的劇情式敘事，這次的拍攝內容比以往又更複雜、豐富，如何精準掌握說故事節奏，在過於大叔感的梗與熟男魅力之間取得平衡，放大兩位歐吉桑的閃光點，並將每段旅程所表達的意涵在時間內傳達給觀眾，是剪接時的最大挑戰，特別是第一集，更是經過多次修改，才完成滿意的成品。

## 調光

這次為了拍攝運動時的動態畫面，且人數多，不得不增設GoPro的數量捕捉活動細節，因此導致後期調光遇到了不少問題，ex:前後畫面光調不一、能調整的範圍有限等...，希望下一季能在製作經費上提升，補足拍攝時的器材完整度，除了可減輕後期調光負擔，也能在節目企劃面更自由的發揮，創造更多更好的節目內容。



## 電腦動畫

這次片頭以全動畫的方式製作，設計上用「機車」的元素作為主軸，採漫畫風格彰顯趣味感，並配合節目主要內容製作片頭，包括：機車在行駛在道路上、鍛刀、遊艇、風浪板、蓋房子、黑熊等畫面；而片尾設計道路不斷往後移動，表現車輛移動間的路程景，並且播放下集片段，意味著旅程持續地前進。

## 梳化妝

騎行、做工、水上活動，髮妝都需要重新整理，相當考驗造型師的技術與速度，如何適當安排梳化順序提升整體效率，並且因應節目中的突發狀況，隨時調整工作節奏，都是本季工作中必須調配考量重點。

## 檔案管理

拍攝期每天平均都有3~5T的檔案量需要儲存，為了將團隊的心血妥善保存，檔案管理在拍攝期間需要同步進行檢查素材、備份檔案等工作，並即時刪減出新的記憶卡空間，讓攝影師能無後顧之憂地進行拍攝。這次依舊規劃雙備份的操作準備，避免檔案有遺失等緊急狀況發生。

## 節目預期效益

《歐吉桑騎士-阿順阿忠的中年危機》節目甫推出，便吸引不少熱愛機車車友收看，連同公視粉專和節目官方粉絲團都收穫廣大迴響。

節目已於公視、公視+、LINE TV、MOD/Hami Video 影劇館+ 等平台播映，並在第一集首播時於多家平台獲得當週點閱前三名！

兩位來自東南亞的歐吉桑，以自己的生長背景出發，探索我們習以為常台灣，帶來不同的華人視角。並藉由每一站的人物故事與互動，帶出許多趨勢議題、價值觀差異。觀眾在收看時，不再只是單純的訊息接受者，能跟著節目主題有所反思，並將討論度延伸至網路、社群，建立媒體與觀影人的雙向溝通可能性。

觀眾可跟藝人們上山下海，看見各地的美景美食、純樸人情，還有專屬於台灣的多元文化。

(九)連續劇影集《The Outlaw Doctor 化外之醫》



【結案報告】

## A. 全案執行概要

### ● 節目名稱：

The Outlaw Doctor 化外之醫

### ● 節目長度：

16小時57分40秒/共11集

### ● 劇情大綱：

隻身來到異地的越南醫師范文寧，為賺取母親在台的醫藥費，隱身街頭替「逃逸移工」看診。在一場氣爆急救現場，他協助救治傷患卻被指控為醫死人的密醫，害怕被遣返的范文寧自此成為「逃跑外勞」，更在逃亡期間意外捲入人蛇集團的非法網絡，成為幫兇。面對黑白勢力進逼，一心計畫帶母親回國的范文寧，將如何做出抉擇？

### ● 製作時程表：

開發-2022年Q3

籌備-2022年Q4

拍攝-2023年Q1

後期-2023年Q2~2024年Q4



## ● 主要演員介紹：

### 張鈞甯 Ning Chang

1982年出生，中央大學產業經濟研究所畢業。最初因電視劇《白色巨塔》而受矚目，曾以《情非得已之生存之道》入圍金馬獎最佳女配角。戲劇、電影及廣告等眾多作品而為海內外所知，在《查無此心》首次同時擔任監製及演出，其他作品則有《緝魂》、《默殺》、《瞞天過海》、《武媚娘傳奇》、《軍師聯盟》、《The Outlaw Doctor 化外之醫》等。



### 連炳發 Liền Bình Phát

1990年出生，34歲的連炳發2017年出道，首部作品就是擔任電影《雙狼》男主角，獲得越南影帝殊榮，而後為累積知名度參加越南版《披荊斬棘的哥哥》綜藝節目。《The Outlaw Doctor 化外之醫》是連炳發第一部參與的國際製作作品。

移工仲介 劉天誠



楊一展

新科檢察官 周傳蕙



許安植

外事警察 吳振華



夏騰宏

鄭婉平前夫 王奎智

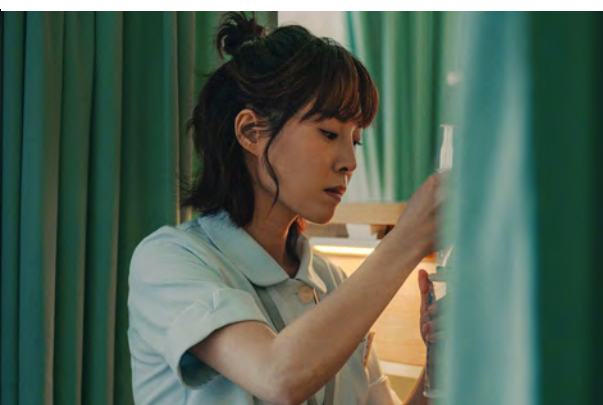
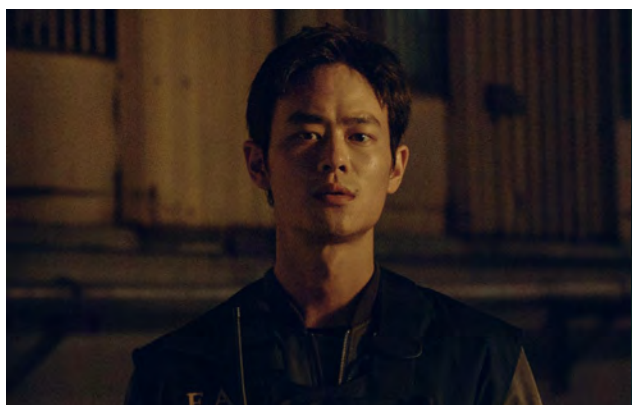


溫昇豪

急診室護理長 林靜鈺



蔡亘晏（爆花）



## B. 超高畫質製作數位影像技術軟硬體之應用

### ●節目概要

本劇以公視PO053超高畫質(UHD)節目製作及交檔規範 6.0執行。

### ●拍攝之軟硬體配置

本劇拍攝設備使用RED V-RAPTOR™ 8K VV-新一代 DSMC3™ 產品是迄今為止功能最強大、最先進的 RED® 電影攝影機。

採用突破性的多格式 8K 傳感器 – 能夠拍攝 8K V V 或 6K S35，隨著畫幅的切換，也能帶給客戶更多的鏡頭選擇，並讓使用者能夠始終以超過 4K 的速度拍攝。該傳感器還擁有所有 RED 攝像機中記錄的最高動態範圍和有史以來最快的電影質量掃描時間。動態範圍超過 17 檔，同時運算影像的速度比任何以前的 RED 攝影機快 2 倍，因此使用者能以 2K 的速度捕捉高達 600 fps。V-RAPTOR 還將繼續採用 RED 專有的 REDCODE RAW 編解碼器，允許用戶捕獲 16 位 RAW，並利用 RED 最新的 IPP2 工作流程和色彩管理。

除了新的旗艦傳感器外，V-RAPTOR 還配備了一個現代化的平台，機身外觀非常緊湊，機身本體重量僅略高於 4 磅(約1.82KG)。

### ●後期製作之科技運用

本案色彩管理流程採用學院色彩編碼系統 (The Academy Color Encoding System，簡稱ACES) 是由美國電影藝術與科學學院 (Academy of Motion Picture Arts and Sciences) 主持開發的一個免費、可擴展、獨立于設備的顏色管理和圖像共享系統。



此流程幫助我們最大地保留了色彩和光影的寬容度，在整體畫面的深度、色彩呈現和光影細節都有巨大提升。與此同時，受益於ACES的色彩管理流程，讓我們很完美的統一了電腦特效合作夥伴們的畫面，ACES讓大家在一個更統一且準確的色彩環境中工作，做到了輸入輸出一致且與後期調光同步，大大縮短了繁複的檔案往返與重複QC (Quality Control) 色彩的情況發生，得益於這些技術細節的調整，最中才能將化外之醫的世界呈現給觀眾。



備註：ACES旨在制定以直線伽瑪為基礎的新標準，拍攝、存儲和製作均在直線空間完成，製成母版後再根據需要把直線伽瑪轉換成電視（或對數）伽瑪。硬體技術的發展使高速資料傳輸、記錄以及存儲成本不再成為數位攝影機的瓶頸。IIF-ACES是基於16Bit直線伽瑪的高精度母版製作標準。直接採用成像器件的原生直線特性，實現高寬容度、大色域圖像製作。

### ●電腦動畫與特效合成等科技運用

本片最大的視覺賣點在於極其真實的醫療手術畫面，這些醫療畫面所呈現出的效果完全依靠於醫療專家、現場特殊化妝以及後期電腦特效三個部門無間的合作才能夠完成。

我們可以這樣比喻，50%來自於所有醫療顧問們的專業帶領我們進入到專業的醫療領域；加上30%現場特化做出的真實特殊化妝及道具，為拍攝現場及演技帶來巨大幫助；最後20%，依靠電腦特效做細節的修補以及更加深入的血肉質感增強。綜前所述，集合眾人的專業技術，我們最終得以呈現給觀眾身歷其境的真實感受。





## C. 高畫質戲劇製作技術與最佳製作流程 (SOP) 報告

### 1. 劇本開發期

#### 揭開真實的角落

《The Outlaw Doctor 化外之醫》源自於編劇過去在醫院工作時的真實經歷出發。在題材元素和戲劇調性的開發過程中，團隊希望竭盡所能的貼近真實，揭開難以被看見的現實角落，而非模擬一個世界換取刺激與憐憫，於是盡力採用日常的方式呈現，讓人物與情節所產生的情感撼動能夠久留於觀眾心中。故事根植於豐富紮實的田調基礎，帶入醫病衝突、醫療量能窘迫、移工資源匱乏與長期照護等議題，並起用符合角色設定國籍的演員，涵蓋越南、印尼、菲律賓、泰國，以及馬來西亞等國，透過本劇的多元群像，真切表現當下台灣國民與新住民的緊密關係。



#### 沒有醫院的醫生

在開發過程中，我們現過往醫療劇的撰寫會將主要角色醫生英雄化，強調疾病的困難度以及醫生在對抗疾病的歷程，或是以「醫院」為主場景，講述「醫生」與醫療「體制」之間的對抗，如2006年的《白色巨塔》與2015年、2017年的《麻醉風暴》。在塑造人物與劇情的鋪排上可能漸漸脫離生活。《The Outlaw Doctor 化外之醫》在創作中以「移動」為核心，所以也刻意將主角帶離開醫院，成為一個沒有歸屬於任何一個醫院的越南籍密醫，在沒有法律或是體制的限制下，聚焦醫生與病人之間的關係，進而討論面對疾病之前的人性。



### 台灣戲劇的南向延伸

過去台灣的偶像劇與八點檔深深影響東南亞觀眾，至今仍有不少當地人印象深刻，而之後的台劇作品雖然曾經淡出東南亞視野，近年也透過串流平台回到了非本國觀眾的選擇之中，包括《誰是被害者》與《模仿犯》等劇，都在東南亞市場獲得廣大迴響。《The Outlaw Doctor 化外之醫》以自然語忠實呈現越南語等外語，由越南當地知名影星連炳發擔任主角，以角色臉孔與語言呈現的親切感，吸引當地及遍及全球的海外越南裔觀眾。

本劇也不只是片段的將移工放在弱勢的位置，是同等為人的方式做為主角與眾多配角，有深度的人物背景刻畫、有渴望、有需要，並組織強烈的人物關係拉扯各層面的生存掙扎，創造出普世共鳴。《The Outlaw Doctor 化外之醫》除了在國內由公視、公視+、中華電信MOD和與 Hami Video 等平台播映，也透過愛奇藝國際版、越南K+、印尼CATCHPLAY+ 於海外播送，希望透過本劇讓更多人關注台劇，進而拓展未來台劇的收視幅員。

## 2. 拍攝期

### 拍攝視角

一般的觀眾在看劇時不希望像看新聞那樣接受沉重的內容，所以整個拍攝過程中團隊不斷自我提醒，要用不同的視角切入角色和故事，讓故事的內核必須以人的情感為主。這部戲從多角度講述移工故事，希望能讓觀眾感受到移工的現實狀況。



### 故事的反作用力

劇本是我們設計出來的，理當最了解每個故事細節和角色，但現實卻不斷給劇組全體上課。尤其在拍攝在台外籍素人演員時，從他們的每次反應、對話甚至不經意的一個眼神中感受到，在這裡他們有多不容易，即使是自己寫的人物，其厚度卻不斷從演員們的每個動作中不斷進化，這種真實感經常讓整個劇組動容。





### 在障礙中演繹障礙

語言的極限很有趣，在與外籍演員和幕後工作者共事時，雖然能用英文溝通，但克制不住地經常使用身體語言和非語言的方式溝通，這反而從中感受到對方的意圖，雖然語言有局限，但共同目標能夠超越語言的障礙，這是我們拍攝過程中的一大收穫。



### 原汁原味

團隊也參考了很多國外的醫療劇，希望能做到像他們一樣真實，包含場景、演員和道具，希望這些場景能原汁原味地呈現在觀眾面前。越南小吃店就是租下一個真實的外籍小吃店後整個重新陳設到我們希望有的戲劇成果；尤其本片定調為犯罪「醫療」影集，該見血的場面也絕不馬乎，深入器官的幾場手術場景都是在特化方面下了極大工夫，希望能夠讓觀眾看到最真實的醫療過程。





### 3. 後製期

#### 剪輯

在影集開始時，我們都無法精準掌握到觀眾會喜歡哪一個、哪一組角色，所以必須花費20分鐘左右的時間（大約半集）好好的鋪墊每一個角色的後續發展，並且要讓觀眾感覺不到時間的流逝與不耐，說話要點到為止，製造出觀眾雖然感到滿足，卻又想要看到更多的情緒。因此，當觀眾在看每一組角色的結局時，都能回憶起每一集裡的每一個細節，並且細品每一位角色的成長歷程，以及角色和觀眾共同經歷的這個故事。

#### 音樂

影集跟電影的配樂有個微妙的不同，是我們要長時間進入角色的內心。

這次很好的起手式是大家一致認同用「吉他」作為本劇配樂的主要配器，這讓我們很快的就能進入狀況，開始尋找角色的內心想法並用音樂來幫助他們。同時間，對配樂來說的挑戰也是這部影集的節奏感，醫療加上犯罪並且節奏明確的劇情中，我們集合了眾多音樂工作者和各種非主流的手法來跟上並且幫助到劇情。

#### 配音

在後期執行方面也在配音環節花了大功夫，我們在所有的環境裡都墊上大量且生活感十足的外語對白，包含越南、菲律賓、印尼、馬來西亞和泰國，所有的語言老師都在這個環節起到至關重要的作用。另一方面，也有賴於各移工團體的幫忙，讓我們得到了各式各樣音色的外語聲音，讓戲劇環境和立體度更加的飽滿。



## D. 戲劇製作人才培訓報告

### 「集合所有人員的專業帶領觀眾進入TOD的故事中」

本劇於前期籌備就做了非常充分的田調，尤其在醫療、法律和移工群體這幾個方面，這幫助團隊的故事在寫實層面與情理法衝突的表現上，真正做到扎實並且深刻。

#### ● 醫療專業

由導演和製片組統籌所有製作部門接受醫療顧問的訓練，才真正模擬出真實手術的過程及視覺成果，包含術前準備、消毒、開刀過程甚至到傷口內部的細節呈現。並且在每個過程都不斷重複向醫療顧問確認正確性，才做出足以呈現給觀眾的高品質。拍攝完成後這些工作並沒有因此結束，後期的電腦特效製作過程也下了相當多的心力，仔細看了不下百遍的手術影片，將皮肉切開後的肌肉紋理、脂肪層以及流血程度都用電腦特效補強的方式再次將拍攝畫面完善，最終得到讓觀眾看了覺得吃痛的效果。





## ● 法律專業

田調過程中，法律顧問們相當大程度地幫助建立世界觀，抑或是說真實反映出社會對於角色們的壓力為何？是什麼造成移工逃逸或是衍生出的非法情事？顧問和執法人員們也表示，短短幾行法律文字絕對不足以涵蓋到幾萬名移工在台灣的人生處境，但又該如何平衡這兩者之間的關係，在未來還有很長一段路要走，這也是本劇故事核心所探討的重點。



## ● 移工及相關群體

本劇故事情節有很大一部分是取材自數百位移工及相關團體提供的真實故事，逃跑、黑戶、死亡，這些詞不斷在各個真實案例中重複，團隊理解到台灣為何處於當前現狀，也希望觀眾在欣賞故事的過程中，也能意識到「我們並沒有不一樣」。拍攝過程啟用近千位演員，其中外籍演員就超過六百人次，在這些外籍演員當中，絕大部分都是在台灣的「外籍移工」，選角組在極短時間於各種地方找到了這些最自然的演員，外籍小吃店、商場、工業區以及火車站...等等，導演也用了最自然的方法將他們的真實面貌呈現給觀眾，造就了這部劇最有真實、貼切的「人」。



#### D. 主創人員於本影集實作之心得



監製 | 湯昇榮

*「期望這部作品能讓大眾深入了解移工、新住民的生活，關注他們真實的處境，並思考我們的社會是否真的多元，還是只是表象？」*

《The Outlaw Doctor 化外之醫》的創作背景除了源自於我擔任記者期間採訪移工，所以持續關注這個議題外，也是因為五年前一位護士編劇跟我分享她在手術室遇到非法菲律賓醫師，啟發了她想創作關於外國人在台灣的密醫故事，也成為這部劇作的起點。

原先我們打算從犯罪的角度切入，展現移工在台灣的生活，但在田野調查中，訪問仲介、外事警察、移工等人，發現更多社會潛在的故事，像是移工和新住民面臨的誤解、歧視，或身份認同的衝突，這也改變了劇作的方向。

我們希望透過這部劇真實傳達社會現狀，讓觀眾看到人在情理法中的抉擇，思考如何與不同背景的人溝通。即使台灣號稱多元，實際上對彼此的理解可能仍停留在表面。我希望觀眾不僅能看到一部犯罪劇或醫療劇，還能對移民與移工有更多的理解與包容。





編劇 | 張世嫻

*「醫療是不分國界的。每個醫師的貢獻對全球都是寶貴的，不應該因為國籍而被抹殺。」*

我的親身經歷是有關密醫的，以前在醫院工作時，有一次我們去幫忙教學研究，發現有位醫師看起來不像本地人，後來才知道那是一位菲律賓籍醫師，他的月薪是六萬塊，負責的工作範圍很廣。他幫助院方減少了很多成本，但也因此揭露了外籍醫師在台灣的工作狀況。

透過《The Outlaw Doctor 化外之醫》我想傳達，一個人對於他最摯愛的親人願意做出多大犧牲的故事，當遇到瓶頸時，他們又該如何走出來。



導演 | 廖士涵

*「希望《The Outlaw Doctor 化外之醫》能讓觀眾感受到真實的氣氛，傳達出『身份認同』的核心價值，去引發觀眾對相關議題的思考」*

不管在角色的刻畫、醫療的呈現，還是特效和拍攝上，我們都下了很多功夫，像是如何透過運鏡呈現越南醫師在台灣의生存困境、處理冰櫃的大體來拍攝開腦手術等等，就是希望能讓觀眾感受到真實的氣氛，一起緊張、投入每個場面。在拍攝期間，畢竟這部劇有多種語言、牽涉多元議題，所以我們在溝通、處理每個細節都十分謹慎。我認為每位演員都投入了全力用心準備台詞，深入理解角色的核心，並隨著劇情的發展，演員們不論是在自己的角色中尋求認同，或是互動間都迸發火花，演出了很好的效果。我期望這部劇能傳達出「身份認同」的核心價值，藉由探討在這片土地上的人們，尤其是外籍移工他們如何尋求認同和尊重，去引發觀眾對相關議題的思考。



導演 | 詹淳皓

*「這部劇的內核是人的情感，希望大家可以用特別的角度去理解台灣這塊土地上生活的一群人，打破對未知的隔閡」*

製作《The Outlaw Doctor 化外之醫》時，我們很注重這部劇的風格和世界觀的設定，所以在處理劇本的過程中，考量到台灣移工的情況在這十年間變化劇烈，我們將背景調整成2017年，讓故事更符合現代台灣的狀況。在拍攝時當我們更深入了解某個議題或事件，就不僅是工作，也是自我領悟的過程。我自己在田調時，不只參考新聞議題或訪談移工來了解社會樣貌，也在因緣際會下拍攝了告別式，感受到那種客死異鄉的悲傷。我知道觀眾在看劇時大多不想面對沉重的內容，因此我們用了醫療、移工和犯罪等類型來包裹這些議題，觀眾能先進入角色和故事，再去理解台灣的社會事件，讓故事的內核是人的情感。在這部劇當中，希望大家可以用特別的角度去理解台灣這塊土地上生活的一群人，打破對未知的隔閡，進而關注這些議題。





攝影指導 | 李鳴

### 鏡頭會痛：《The Outlaw Doctor 化外之醫》的影像如何逼近真相

在《The Outlaw Doctor 化外之醫》中，攝影不只是捕捉現實，更以鏡頭之眼製造出幾近可觸的影像質感。畫面不再只是背景，而成為情緒本身的延伸：帶有濕氣的空氣、悶熱急促的病房氣味、移工逃竄時的心跳與喘息，甚至連冷光手術燈下的金屬反光，都成為觀眾能「感覺」到的敘事線索。

手持攝影是攝影師最強力的語言。這不只是風格的選擇，更是一種立場——貼近角色的搖晃、不穩、前傾，是對現實失控的投射。觀眾跟著角色一同顫抖、錯愕、奔跑；鏡頭偶爾失焦、偶爾猶疑，彷彿也在場，也害怕，也無法理解，為什麼真相總是被掩埋在冷靜的制度背後。



這種強烈的現場感，在第一集的火車站段落定錨：長鏡頭穿梭在人潮中，如實記錄，也如夢穿行，不斷轉換視角、貼身緊跟人物。觀眾彷彿成為某種見不得光的共犯——見證著一切，卻無力干預。這是李鳴鏡頭語言最獨特的力量：他用運鏡本身建立「主觀性」，讓觀眾以角色的眼睛觀看這個世界，並對它產生情緒。

這樣的鏡頭運動極具挑戰。拍攝現場往往空間狹窄、人員複雜，無法預先排除變數，攝影團隊必須在混亂與秩序之間遊走。尤其在醫療場景中，為了呈現最細膩的醫療細節與人物反應，攝影機需穿梭於醫療器械與演員之間，捕捉極近距離的手術動作與面部表情，稍有閃失便可能錯過關鍵情緒。這種幾近「同步呼吸」的拍攝方式，需要極高的技術與專注力。

當鏡頭進入手術室，攝影師更大量使用極近距離的特寫，不放過任何一滴血、一道切口、一聲沉重的呼吸。他讓觀眾「被迫靠近」身體，並將這種生理上的不適，與劇情中對權力、倫理的質疑，緊密重疊。

攝影與燈光團隊的配合亦是成敗關鍵。燈光必須極度靈活，既要補足手持運鏡所可能產生的陰影，又不能限制鏡頭的自由流動。柔光與硬光的切換、光影的斜角處理、霧氣與髒污空氣的折射……這些都讓畫面充滿層次，甚至帶有一種「觸覺感」——觀眾幾乎能感受到一間房間的濕冷，或是一場夜雨的沉重。光線成為壓力的重量，影子成為角色無法逃避的道德陰影。

更重要的是，《The Outlaw Doctor 化外之醫》的鏡頭從不中立。在關於器官販賣、移工受害、醫療倫理的重大情節中，攝影機選擇如何靠近、如何逃避、如何凝視，都是有意識的倫理表態。有時，鏡頭貼近受害者的眼睛，是陪伴；另一些時候，選擇靜靜觀望，則讓觀眾成為無聲共犯。攝影以鏡頭參與角色的選擇，也逼問觀眾的選擇。



美術指導 | 鄭之涵

「無中生有的現場，用美術實現寫實風格。」

《化外之醫》在美術設計上採取多元且精緻的**寫實風格**，旨在打造與劇情氛圍緊密呼應的真實世界。設計團隊不僅在角色、場景與道具細節上悉心雕琢，更融入了多元移工文化元素，深刻展現跨文化交融的豐富層次。

由於劇情需求，許多場景與空間必須「無中生有」，因此美術設計追求超越現實的視覺再創造，呈現出前所未有的場景體驗並協助營造出極具說服力的醫療畫面，使觀眾能更深刻地沉浸於角色情感與處境之中。

《化外之醫》的場景設計不僅作為故事背景，更作為敘事主體的一部分，成為傳遞角色情緒與社會議題的關鍵視覺語言。

## 一、威大醫院整體視覺設計

### 1. 設計理念

威大醫院的識別系統（CIS）以英文首字母「W」象徵心跳曲線，結合雙十字標誌代表醫療與生命救援。

色彩選擇上，以藍色（冷靜、專業）與綠色（生命力）為基調，並延伸至院內外各處細節——

—包括官方文件、識別證、網站介面、電腦螢幕、床包、棉被、隔簾、辦公室玻璃腰帶乃至建築外觀，整體風格統一且具高度辨識度。

## 2. 色彩與材質風格

空間整體以冰冷的灰色調搭配銀色金屬質感，強化現代化醫療機構的高效與科技感。

藍、綠色系作為點綴，為理性空間注入一絲生命溫度。

## 3. 空間語言

走廊設計開放、方正且規律，呈現宛如「機器般運作」的空間節奏，強化制度化、機械化的氛圍。

此設計意圖與范文寧在人道行醫之間形成鮮明對比，突顯制度與人性之間的張力，使角色的脆弱與孤立感更為深刻。

---

## 二、威大醫院急診室與留觀區

### 1. 設計特色與視覺語言

**整體氛圍：**乾淨、有秩序、冷調、效率至上。

**材質選用：**大量使用玻璃、不鏽鋼、明亮LED照明、塑料隔簾與潔白牆面，搭配藍色標誌元素，塑造出理性與規範的空間感。

**空間配置：**急診區域採開放式床位設計，分區清晰，護理站設於中央，以利即時掌控與調度。

**聲音設計：**搭配急促腳步聲、輪床移動聲與對講機響聲，營造出醫療戰場般緊張的節奏感。

**技術層面：**急診大廳以可拆式搭景與活動景片建構，方便靈活支援各種拍攝需求。

### 2. 象徵意涵與敘事功能

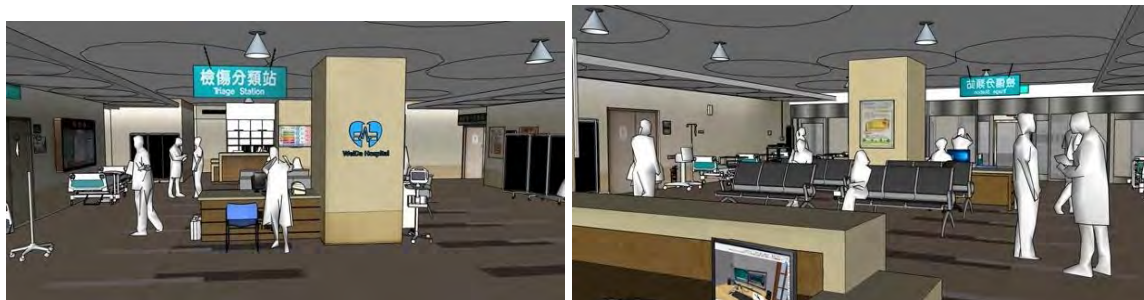
急診室象徵「正規醫療體系」的冷酷與效率，表面理性，內裡冷漠。

病人被編號標籤化，個體性消失。

對照范文寧非法但溫暖的人道行醫，更突顯體制內情感流失。

同時，鄭婉萍身處此環境，急診室冷調設計亦映照她外冷內焦的心理狀態。

急診室搭景3D圖







急診室留觀區氛圍圖



急診室搭建後照片





## 實拍效果畫面



### 三、范文寧臨時棲身的地下「被服室」

#### 1. 設計特色與視覺語言

**整體風格：**昏暗、封閉、潮濕與雜亂，融合「庇護所」與「被遺棄空間」的雙重感受。

**場景物件：**堆積如山的床單、塑膠包覆的被褥、泛黃燈管、老舊鐵櫃與推車、漏水痕跡與裸露通風管道，堆疊出破敗、臨時且危險的氣氛。

#### 2. 象徵意涵與敘事功能

地下被服室作為范文寧藏身地，具體象徵社會底層與隱藏真相。

這裡與威大急診室形成鏡像對比：急診室是公開而冰冷的制度象徵，被服室則是黑暗中蘊含人性溫暖的避難所。

范文寧在此孤獨自救，默默承受恐懼與孤寂，這個空間成為他堅持與無奈的情感投影。

此空間與威大醫院急診室形成鏡像式對比：

急診室是公開透明、冷酷無情的制度象徵；

地下被服室則是非法、黑暗，卻蘊含人性溫情的避難所。

范文寧在此空間內包紮自己、整理醫療器械、孤獨地面對恐懼與焦慮。他沒有銀行帳戶，僅靠一個簡陋的鐵盒儲存微薄的現金，默默為母親高昂的醫療費用努力。這個被遺忘的角落，成為了他內心孤寂、堅持與無奈情感的具象延伸。

## 范文寧棲身之處氣氛圖



實拍效果畫面



## 四、移工宿舍與生活空間設計

### 1. 設計重點與視覺語言

設計重點：

移工宿舍的空間設計著重於呈現「擁擠」、「多語言」、「多文化共存」的生活樣貌。視覺上強調角色的邊緣身份與文化隔閡，使觀眾直觀感受到這群人的孤立與努力生存的狀態。

色彩與文化元素：

宿舍內混搭多種色彩，穿插來自越南、印尼、泰國、菲律賓等不同國家的文化裝飾。宗教符號、國旗、明星海報與家鄉照片交織其中，展現出強烈的異國情調與多元文化氛圍。

空間安排與細節：

宿舍位於工廠最深處，入口堆滿工廠貨物，鐵皮屋外晾曬著密集的衣物。狹小的公共廁所與擁擠的走廊上，堆積著裝滿來自各國食物的紙箱。宿舍分為男、女區域，室內排列著不同方向的上下鋪，破舊的床墊、水桶、塑膠便當盒、衣物吊架等個人衣物。每個床位即代表一個移工的微小世界。

小小的個人空間裡，懸掛著家鄉旗幟、親人照片與祈禱用品，象徵著他們對故鄉的思念與對信仰的依靠。牆上有以前工人留下的塗鴉、標語、工作分配表；空氣中充滿濕氣與悶熱。

## 2. 象徵意涵與敘事功能

移工宿舍的設計細膩刻畫了角色在異地求生的掙扎。雜亂而有秩序的擁擠感，不僅呈現出生活環境的艱辛，也暗示著移工在制度裂縫中求生的現實處境。牆上的裂痕、生鏽的鐵窗、潮濕剝落的牆面，皆呼應角色處於「看不見的社會底層」的命運。

每一位移工在極小的個人空間中，竭力維持一份微小的尊嚴與自我認同。整體場景不僅具備真實生活的觸感，也深化了角色情感與社會議題的描繪。

實拍效果畫面



## 五、紅雲小吃店：避風港式的移工交誼場

## 1. 空間結構與美術設計特色

### 整體風格：

紅雲小吃店融合濃厚生活感與東南亞異文化色彩，打造出一個介於家庭與街頭之間的「第三空間」。此場景不僅是移工日常聚集地，更是情感支持、文化認同與地下網絡運作的複合型場所。

### 空間分區：

**前區：**用餐空間，設置簡單的塑膠與金屬桌椅，牆面貼有越南文菜單與母語海報。

**中區：**櫃檯與料理區，布置有冰箱、塑膠筐、越式湯鍋與各式香料罐，呈現家庭式廚房氛圍。

**後區：**較為私密的生活延伸空間，隱約有床鋪或休息區，強化小店亦為紅雲居所延伸的設定。

### 色彩與材質運用：

空間採用昏黃燈光，搭配塑膠桌椅、吊扇、紅白燈籠與斑駁油煙牆面，營造出混亂卻溫暖的氛圍。越南國旗、會安燈籠、宗教供桌與小神龕穿插其中，展現出強烈的文化認同感。

### 場景細節設計：

使用象徵越南擋雨女神的斗笠製作「斗笠燈」，作為空間特色標誌。

紅色招牌連接室內外空間，形成自然流動的動線。

顯眼陳列家鄉食材（魚露、香茅、椰糖），展現文化自信。

空間右側設有越式KTV，左側為公共廁所，後方為開放式廚房，並暗藏范文寧進行秘密手術的小房間。

場景中融入報紙、香煙盒、藥袋、收據、護照影本等多元道具，體現生活與地下網絡交織的日常性。

### 聲音設計：

播放越語歌謠與電視新聞，使空間成為移工文化再認同的媒介場。

## 2. 性別融合的空間設計意涵

### 女性主體性空間：

紅雲作為經營者與庇護者，空間中的每一處細節——如適合女性身高的料理台、親手書寫的備忘字條、家常布簾——皆透露出「由女性為女性設計」的溫柔堅韌。

### 女性移工的庇護所：

小吃店提供女移工下班後卸下武裝、用母語交流、共享食物的安全空間，相較於公共宿舍，這裡更具尊重與包容。

### 隱性照顧與地下連結網絡：

紅雲雖不直接行醫，但她作為中介者、物資提供者與訊息傳遞者，承載了女性在弱勢社群中



多重身分與隱性照顧角色的力量。空間中不僅有鍋碗瓢盆，也藏有地下診療所需的藥袋與證件副本，象徵著女性在微光中持續支撐整個移工社群。

### 3. 象徵意涵與敘事功能

紅雲小吃店在劇中承載多重敘事功能：

作為移工社群的情感庇護與歸屬地；

作為資訊流通與地下醫療網絡的節點；

作為東南亞文化認同的微型縮影。

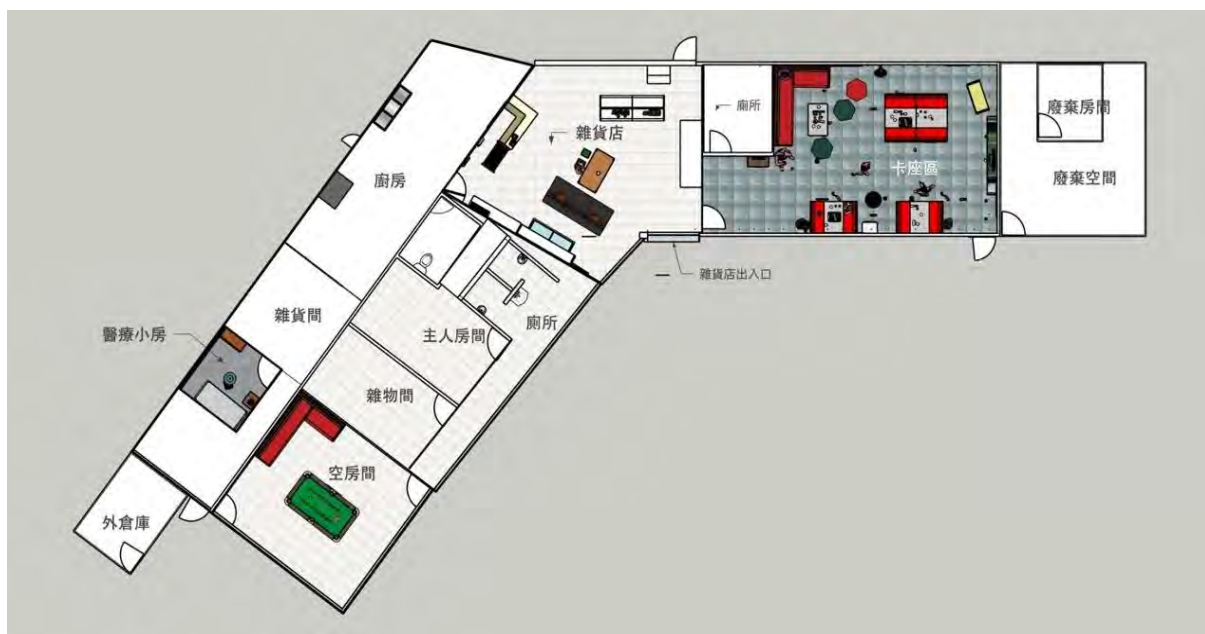
小吃店的存在，讓角色們即使身處異鄉，也能短暫重建身份與情感的歸屬。

透過極具生活感的細節設計，即使無需台詞，觀眾也能直覺感受到這裡是漂泊者共同築起的「精神原鄉」。

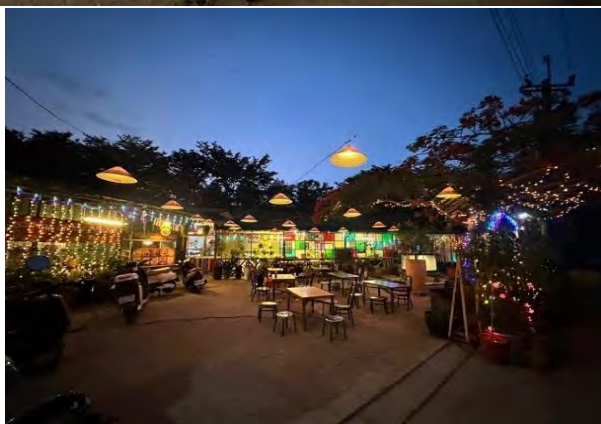
紅雲小吃店氛圍圖



室內空間格局動線



完成後的照片







拍攝效果





## 六、劉天誠的家：通海人力仲介公司

### 設計特徵

整體風格：劉天誠的家和通海人力仲介公司是一體的，是屬於早期台式風格長條型的空間，前面的公司門面兼客廳，略顯雜亂但不是破舊，混搭現代中產與「賺快錢」式品味。後面是餐廳和木作和室，給劉天誠的媽媽和外勞活動的空間，象徵生活與工作的息息相關，

### 場景細節：

門口的人像招牌，牆上掛著書法「一勞永逸」，桌上擺有半空的威士忌酒瓶、未收拾的文件、仲介表格與移工護照，地上有來自東南亞國家的物品紙箱。

空間中隱藏大量「權力道具」——收據、印章、合約、收押金的信封等。象徵含義他家是地下交易與移工流動的節點，不只是住家，更像一個半公開、半非法的「業務據點」。

美術設計在空間佈局上故意模糊了家與辦公室的界線，暗示他生活與道德早已混在一起。空間壓迫感不強，反而強調一種「鬆散但不安的舒適」，對應角色外鬆內緊的控制欲。

### 劉天誠人力仲介公司和住家氛圍圖



完成後的場景照





實拍效果畫面





## 七、鄭琬平的家：失衡與重建中的女性空間

### 1. 美術設計特徵

#### 整體風格：

鄭琬平與父親同住的住所帶有日式建築風格，散發出濃厚的年代感。空間乾淨整潔，簡約中展現品味與格調，木質建材賦予環境穩重與歷史感，不同區域依照實際需求進行功能劃分。

#### 色彩與材質運用：

空間主要採用白色與綠色牆面，搭配木頭腰帶裝飾，米色布面沙發結合木質框架，以及木製餐桌。燈光偏向自然柔和，營造出溫暖但不喧鬧的居家氛圍，象徵生活秩序中暗藏的情感節制。

#### 場景細節設計：

玄關處貼有兒子的學校通知與交代外籍看護的事項。

書桌上整齊擺放著醫學書籍、兒童照片與法院相關文件。

客廳連接至鄭父的房間與廚房，廚房兼具起居功能，呈現生活動線的延續性。

書櫃上陳列著生活照片，牆面掛滿鄭父年輕時擔任醫師所獲得的各類獎狀。

二樓空間則配置有鄭婉平的運動器材與浩浩復健用的各式輔具。

### 2. 象徵意涵與敘事功能

鄭琬平的家象徵著她人生中「失衡與重建」的過渡狀態。

整齊有序的居家環境映照出她對秩序、自律與專業形象的堅持，但空間中的空曠與過度安靜，卻同時暗示著她因失去兒子而留下的情感真空與孤獨感。



在這個空間裡，琬平努力保持理性與堅強，然而家中各種細節——無論是兒子的照片、法院文件，還是復健器材——皆無聲訴說著她內心的傷痕與難以言說的脆弱。

鄭婉平家的氛圍圖



完成後的照片



完成後拍攝效果



## 八、地下醫院：非法行醫的灰色地帶

### 1. 空間總體設計與美術特徵

#### 整體風格：

地下醫院是整部劇中最具壓迫感與象徵性的場景之一。此空間兼具醫療、犯罪與人道救援的矛盾感，將角色內心創傷與社會制度的破碎，具體化為視覺敘事。

#### 色彩風格：

以灰白與綠色為基調，穿插各國移工國旗元素。燈光昏黃，環境瀰漫霉味與金屬氣息，烘托出壓迫、逼仄與危險氛圍。

#### 場景細節設計：

場景堆滿醫療廢棄物與臨時拉起的布簾，暗示醫療行為的即興與不穩定性。



使用舊鐵櫃、老式手術台、簡陋照明設備，強化「生存即違法」的氛圍。  
空間混亂與擁擠，象徵移工醫療困境與社會邊緣化。

## 2. 空間結構與隱藏動線設計

### 表面合法層：達衛醫療器材公司（地上層入口）

現代感混合老派醫療行業氣息，設有玻璃門、接待櫃檯與展示櫃。

牆面貼有 ISO 認證、法規公告與企業標語，營造制度化表象。

隱藏電梯設置於雜物間或儲藏室，作為通往地下的秘密通道。

象徵意涵：此層象徵主流醫療產業的規範與偽善。

### 垂直連接：隱藏電梯 → 地下二、三層

灰色密室電梯，無樓層指示，需輸入密碼或感應卡啟動。

電梯內為昏暗工業風，出口直達地下醫院主走廊。

象徵意涵：從制度表層滑落至道德邊緣地帶，象徵角色的墮落與掙扎。

### 患者動線：地下停車場 → 倉庫偽裝 → 地下醫院

停車場昏暗老舊，設有監視器與密語識別。

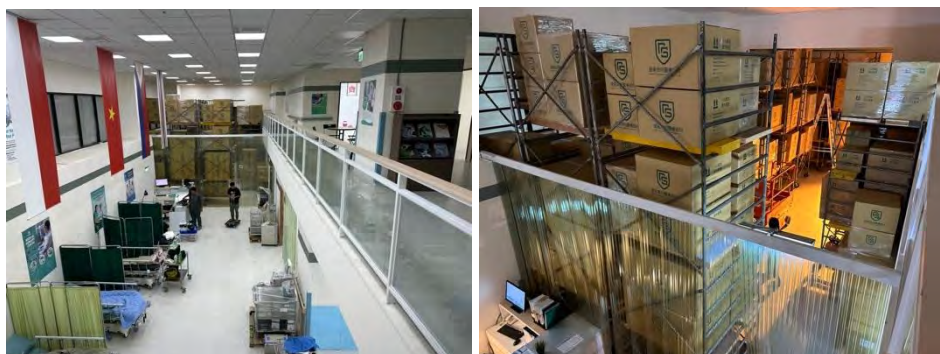
仿物流倉庫偽裝，深處設有活動牆板通向秘密診療空間。

象徵意涵：從制度縫隙滲透出的求生之路，隱喻非法醫療的組織化與精密運作。

### 地下醫院3D設計圖

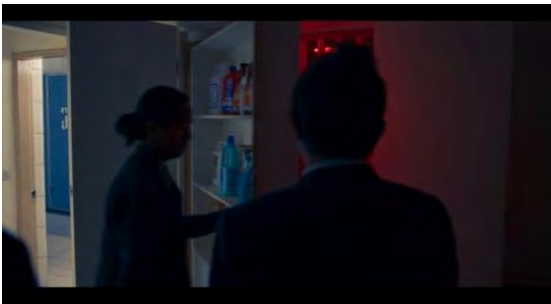


### 完成後效果





拍攝效果



## 九、行動醫療車：移動中的非法醫療基地

### 1. 空間設計概念與美術特徵

整體概念：

行動醫療車結合「非法醫療」與「游擊式人道關懷」的雙重象徵，透過車內有限空間與靈活配置，讓「不可能的醫療行動」成為「移動中的希望」。



## 2. 外觀設計：偽裝與暗號的雙重語言

美術設定特徵：

車輛為通海人力仲介公司的老舊箱型貨車，經過簡單改裝。後門安裝隱藏式暗鎖，車側窗貼上深色隔熱膜並內掛窗簾，遮蔽內部活動，防止外界窺視。

象徵意涵：

車輛外觀偽裝象徵「體制視而不見卻真實存在的行醫行動」。

天誠從剝削者轉為協助者，這台車正是其角色贖罪與轉變的具體化表現。

## 3. 車內空間配置與道具設計（可拆解式功能規劃）

診療區（車尾區）：

拆除原本座椅，設置可折疊式手術床或擔架，下方裝有滾輪便於拉出使用。

床旁配置小型燈臂或USB充電式檢視燈，並在牆邊安裝簡易醫療夾板與繃帶架。

藥品儲藏與急救設備（側邊櫃）：

多格藥品櫃，透明壓克力材質，分類標示（抗生素、止痛藥、生理食鹽水等）。

小型車載冷藏箱，保存需冷藏藥品（疫苗、胰島素等）。

上層配置氧氣瓶、小型吸入器、電子血壓計、折疊式IV架、縫合工具等應急裝備。

物流車改裝為醫療車

天誠從「剝削運送者」昇華為「救援承載者」的角色轉變



拍攝效果



## 設計理念總結

不是用「貧窮」來強化苦難，而是用「細節」來表達人格與文化存在。

不同國籍移工的宿舍美術，是「異鄉的微型祖國」，這種「文化遺留的空間再製」，展現了每個群體對生存、連結與記憶的不同解法。

同時，這些空間的臨時性與雜亂性，也無聲控訴著現代社會對於這些移工「只看功能、不給歸屬」的殘酷真相。

## 補充其他搭建場景照片







#### 選角指導 | 臺台

*「雖然語言不通，但只要表演真誠，大家都能感受到這份感動。」*

我是喜歡挑戰的人，可能是天蠍座的個性吧，所以第一次看到這個劇本的時候，就覺得哇！這好精彩，想要挑戰自己一下。

這部戲難度在於它的周邊角色非常多，可能一場戲的角色們需要講的故事背後有很多需要觀眾去想像的東西，所以不能只是隨便找一個人，角色的樣子需要符合、表演能力也需要符合...等等。

因此這次選角我們真的全台灣物色，不管是台灣角色還是外籍角色，都是全台灣調度去尋找到最適合的人。除了外籍角色以外，也有非常多的小孩子，所以開發了蠻多的新人，關於開發這些演員，我們用了蠻多方式，除了臉書物色、各單位的協助廣發、LINE群組，甚至開始用抖音找人。也會到路上一些移工會聚集的地方，例如火車站、東協廣場、緬甸街的餐廳等地，問移工朋友有沒有興趣拍片，我們用地毯式搜索和網路上的各種管道流傳。在收到他們報名後，我們還是需要去篩選，條件、時間是否能配合等等，絕對超過三百人次以上。

只要他們的表演真誠，能感動到人，語言上的隔閡就不是問題。這部戲中，人與人之間的真誠才是最重要的，這也是我們在整個製作過程中的一個核心概念。



特化指導 | 張丞寧、張貝帆

### 「謹慎的態度造就如此真實的手術場景」

首先，我們在前置的時候就先跟導演組溝通了非常久，他們非常用心，不斷地找相關的影片，或者是跟醫生訪談，每個步驟都非常謹慎。我們討論了三個月之久，涵蓋所有的手術過程每個細節裡都會反饋給醫生確認後再回來製作。

塵爆的部分，我覺得是蠻有趣的體驗，因為它和我們平常接觸到的燒燙傷不太一樣。平常想到的燒燙傷就是紅和水泡，但深入了解後發現，塵爆的傷者皮膚不會有水泡，會直接脫皮。在高溫情況下，整層皮瞬間脫落。所以我們花了很久時間想如何呈現皮膚脫落的狀況，測試了很多方法，還要考量上妝時間等因素。最後我們選定了一些材質來達到皮膚脫落的感覺，並且請導演和醫生提供很多真實案例，不斷測試效果，做到導演要求的衣服拉開時皮還黏在衣服上的效果。



後期剪輯指導 | 高鳴晟

*「意見收集差不多了，就可以開始動手。好像魔法的原料一樣。來源複雜，靠的是化學反應。鍋子冒泡了，魔法的青煙就會跑出來。」*

對我來說，《化外之醫》是一部新潮又刺激的好戲，也是我第一次在案子裡實踐了碎片化敘事的剪輯手法。剪輯期間，印象最深刻地就是與兩位導演，還有製作人湯哥，一起在剪輯室裡吵架、辯論的時候。湯哥是很厲害的製作人，每次我們吵起來的時候，他不會制止，反而鼓勵我們繼續吵下去，還心平氣和地說：「很好喔！請大家繼續發言，我們重視每一個人的意見。」然後湯哥就會用詭異的微笑，看著我們吵得面紅耳赤。

在這樣的火爆的氣氛下，當我們試出一個更好的剪輯辦法時，頓時、瞬間、突然地！所有的人都會消火，大家會帶著姨母笑看著螢幕，然後竊竊私語：「不錯耶，這樣讚！這樣可以！好看！」彷彿剛剛的吵架都沒發生過一樣，還可以討論等一下要去吃什麼好料，或是訂哪一間飲料。這是最美好的瞬間了，在剪輯《化外之醫》的時候一直在發生，難忘，且珍惜。最後，《化外之醫》的每一個畫面都是我們所精心規劃的，請各位觀眾好好享受我們的安排！



調光師 | 馮鈞稜

**「你們拍戲真的很瘋，很厲害」**

第一次看到化外來到我的調光階段，第一反應是很驚訝，天啊！這鏡頭數也太多了，而且一集裡面有超過50場戲。冷靜下來工作，開始看片後覺得，這真的是一個很厲害的故事，很多特別的說故事方法我得好好想想怎麼處理。在調光過程中最有意思的是當我們順利進行到一集的結尾，導演突然會說「我們到前面那場去試試另一個效果」，這時候可能會發生天翻地覆的變化，在導演飛躍思考的同事，攝影師理解並且轉換其中的目的成為一種攝影美學，雖然這種討論十分花時間，但這也是醞釀出好作品的必經過程。

特效總監 | 涂維廷

**「真實感是讓人信服這個故事的一大要素，而《化外之醫》很大程度做到了這件事。」**

我們在拿到一些手術畫面時候，還提問了這些我們還能夠做什麼，想不到後期製片提供了所有手術的真實影片給我們，並鉅細彌遺的標註了哪些地方的哪些人體組織需要特效加強或替換，我才意識到，這齣劇很不一樣。在反覆研究真實影片過程中，我和組員們數次覺得反胃，但這也讓我更能理解醫師們每天在經歷的事情，而這也是《化外之醫》所呈現的另一種真實感吧。





## E. 子集內容

### / 第一集：名片 /

街頭滿溢跨年氣息。一名越南工人范文寧隱身在威大醫院太平間清洗屍櫃，掙著比越南醫師高薪的血汗錢。過去，范文寧在越南是一名整形外科醫師，他靠著母親李紅玉來台灣當看護工賺錢，一路念到醫學院，並爭取來台當臨床進修醫師，只為盡快與母親重逢、接她回家，卻沒料到李紅玉發生燒傷意外後，計畫都變了調。

### / 第二集：逃亡 /

發生重大氣爆意外，大量傷患陸續送來威大醫院。范文寧在鄭琬平求援下，加入急救行列。另一頭，周傳蕙把昏迷的父親周柏民送往急診，范文寧意外接手搶救，卻仍舊因出血性中風腦死。家屬周傳蕙要求會見有外國口音的醫師，鄭琬平決定隱匿范文寧，迫於情勢仍說服范文寧離開威大，怕被遣返的范文寧只能答應。

### / 第三集：差異 /

范文寧在越南小吃店出診，遇吳振華在附近爆竹工廠抓非法移工，眾人四散躲避追捕。范文寧堅持將手術完成，卻也因此被吳振華發現。范文寧被吳振華緊追，也在現場的鄭琬平於是使計讓范文寧順利逃離，卻讓劉天誠成了代罪羔羊。鄭琬平在壓力包夾下，只得先把范文寧安置在自家。

### / 第四集：距離 /

周傳蕙以手上的人蛇集團案為由，找上吳振華，並說明急救父親的醫師可能是逃跑移工，兩人決議合作。吳振華和周傳蕙發現威大醫院監視器資料均被銷毀，轉而調閱醫院周邊監視器，發現他們要找的醫師正是是同一人，而且對方疑似是威大的越南籍清潔工。吳振華從出入境資料一一比對可疑姓名，終於找出當晚急救周柏民的男子叫做「范文寧」。

### / 第五集：代價 /

范文寧答應鄭琬平請求協助皓皓動手術，卻在幫助劉天誠的外傭莉娜時，診斷疑似是腔室症候群，須立即就醫，但莉娜害怕非法身分見光，拒絕送醫而逃走。范文寧再次找到莉娜並緊急再無器材情況下執行手術，卻遭莉娜男友阿雞撞見，和移工同夥群起圍毆，警察也因而追趕而來，范文寧遭到逮捕。與鄭琬平約定的手術合作也因而失約。

### / 第六集：手銬 /

范文寧在看守所中被獄友霸凌見識到真正的絕望。同伴們同時都在想盡辦法要把他弄出獄。與此同時，再一次監獄霸凌事件中，一位惡霸被刺重傷，范文寧發揮醫德救治並陪同到醫院

趁機逃脫只為了見上母親一面。另一方面劉天誠找到鄭琬平希望她能代替范文寧作非法醫療，卻不知這是開啟另一個違法的深淵。

### / 第七集：交易 /

范文寧決定與處處針對自己的檢察官周傳蕙交易，在鄭琬平醫療疏失一案作證指控。而鄭琬平因私下執行皓皓手術而離開醫院，發現兒子被前夫接走，在得知兒子為了不讓自己擔心而故作勇敢與隱瞞病情後崩潰，回家後又遇父親無暇照顧父親雙重打擊。最後在法庭上，范文寧是否為了自由會出庭作證指控鄭琬平？

### / 第八集：壞人 /

范文寧出庭後獲得假釋資格，同時也與鄭琬平和解，再加上劉天誠、林靜鈺四人一起組成行動醫療小隊，開著改裝的醫療車從南到北四處行醫。在檢警方面，周傳蕙帶隊搜捕賣淫據點，逮捕數十名非法移工從事賣淫行為，再逮捕過程中卻被小孩指責自己是壞人，讓他意識到另一個不同的面相。

### / 第九集：黑戶 /

在行動醫療過程中，范文寧與鄭琬平到了山中一間移工療協助骨折傷患，在過程中又有婦女分娩，鄭琬平不得不直面過去心魔，當年因為自己關係造成皓皓現狀，但在范文寧不斷鼓勵與身為醫師的責任，琬平最終克服並救下難產的移工嬰兒，兩人也在之後的徹夜長談中感情更進一步。

### / 第十集：船證 /

加入地下醫院之後的范文寧，又遇周傳蕙查人口販運案約談，被警告只要涉案就再也回不了越南，這樣的刺激之下他決定鋌而走險——偷渡，想不到卻上了PALO安排的賊船，船上埋伏了殺手要取他性命。

### / 第十一集：拼圖 /

獲漁民而救的范文寧連絡上林靜鈺並與夥伴們重逢，在為平安而高興的同時，范文寧決定與處處針對他的周傳蕙合作，要救出因人口販運而被PALO綁架的小孩們。在解決所有事件之後，范文寧決定暫留台灣，與夥伴們一同在這塊土地上努力，他說：「人還是要善良，不管世界怎麼對待我們」。

## F. 行銷成果

### 1. 行銷專案成果簡述

#### 專案目標與背景

為推廣犯罪醫療影集《The Outlaw Doctor 化外之醫》，啟動了結合社群聲量、媒體露出與實體廣告與活動的全方位行銷專案，目標為擴大節目能見度、引導觀眾透過公視主頻道與串流平台收看，並激發觀眾對片中所涉及重大社會議題的關注與討論。

#### 情感導向的三波推進策略

本片聚焦移民工、長照、腦麻病童、人蛇集團等台灣社會邊緣議題，主角為一位來自越南的醫師，對多數觀眾而言較為陌生。為降低觀影門檻、拉近距離，我們將行銷節奏分為三波：前期強調「製作品質與國際合作」以建立信任感，中期主打「類型與國際卡司」吸引戲劇受眾，中後期則透過「親情、友情」等普世情感作為共鳴切入點，最終導向對硬核社會議題的深度討論。

#### 全媒體操作成效亮眼

媒體操作成效顯著：全期發布22則新聞稿、獲得超過370則媒體刊登，安排近48場深度專訪與媒體；3月6日舉行的記者會與首映會吸引所有主流媒體參與，一共產出44則新聞露出，創造約新台幣300萬元媒體價值（PR Value），為活動預算的五倍以上。社群面則透過釋出劇情片段、演員訪談與議題貼文，帶動觀眾關注，特定素材互動表現顯著。

#### 行銷成效與資源配置

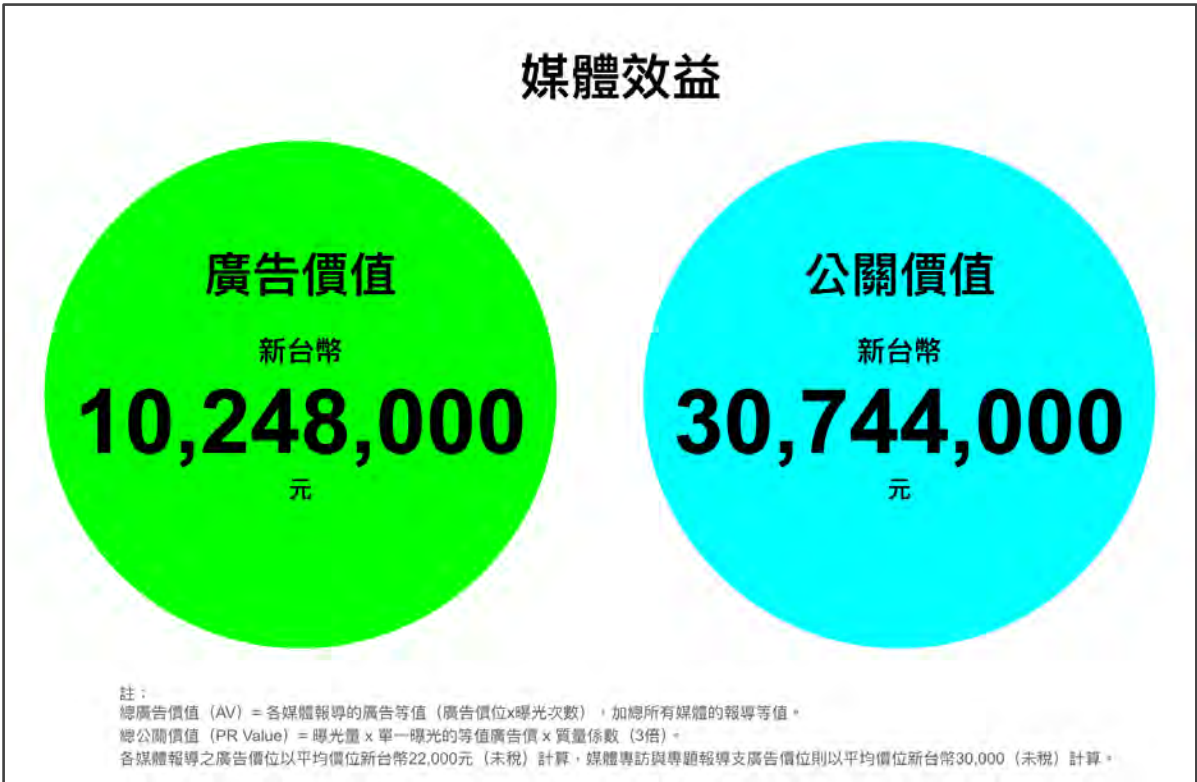
透過媒體發稿、活動、社群經營、廣告投放與通告安排等多元策略，全方位推廣本片。從成效來看，這些努力確實帶來了超出預期的成果，無論是媒體曝光量還是觀眾互動率，都顯示出在資源配置上的高效率。

#### 收視成績揭示平台轉移趨勢 與 收視轉換的挑戰

儘管在頻道端收視未如預期，但反映出台灣觀眾收視習慣已明顯轉向串流。本片於 Hami Video 與 iQIYI 國際版皆登上台劇冠軍，顯示內容具高度吸引力。然因未能在於主流平台 Netflix 首輪上架，聲量集中與轉化受限，觀眾多處於觀望狀態。在有限資

源下，行銷團隊仍成功提升影集聲量與曝光，但實際收視轉化仍需仰賴平台後續推動，行銷團隊所能專注為聲量鋪路與話題營造。

2. 成效總結與媒體效益





自2024年10月至2025年4月，長達半年的宣傳期，行銷團隊一共執行了7場實體活動、22則媒體發稿、48場的專訪通告安排，其媒體露出一共有370則以上與6則時尚專題露出，總計創造了新台幣10,248,000元的廣告價值，以及新台幣30,744,000元的公關價值。此外，在社群經營部分，行銷團隊共自製了130則以上的社群素材（包含平面與動態），經營期間雙社群平台（FB、IG）一共總觸及人次共累積100萬人次以上。

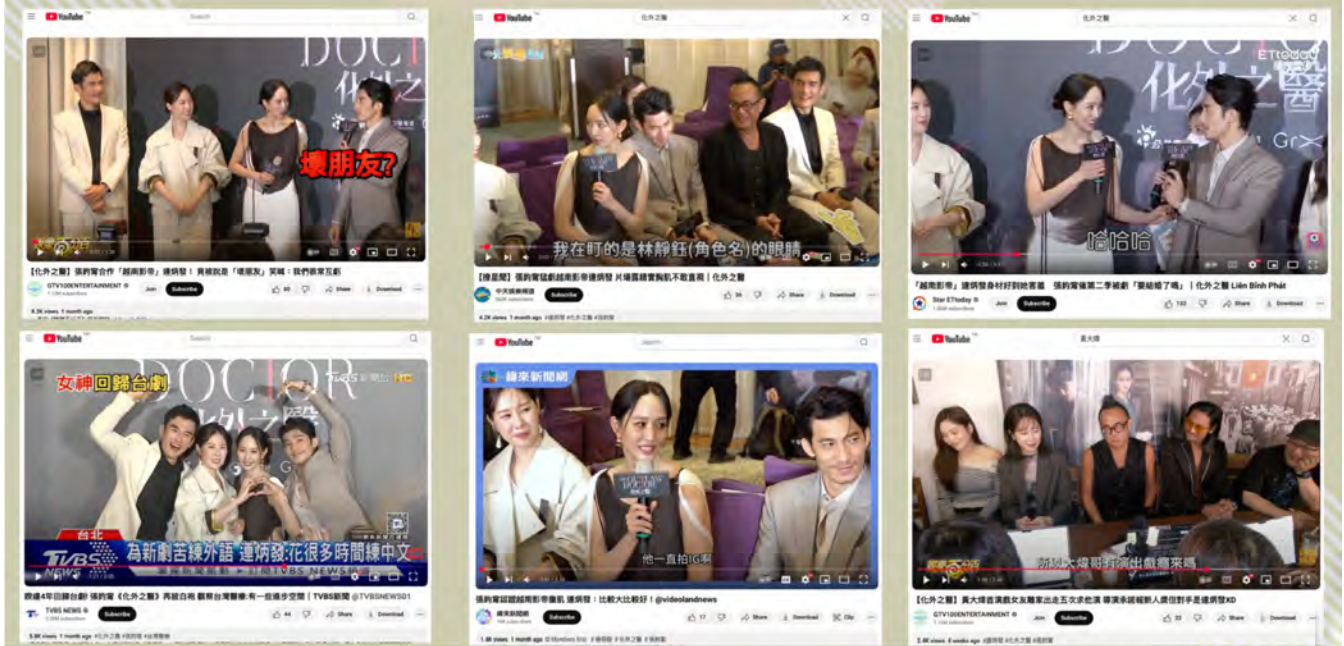
3. 活動成效及紀錄

實體活動總覽

NO.	主題	日期	出席者
1	釜山造勢記者會	10/7	製作人湯昇榮、主演張鈞甯、連炳發
2	金馬影展	11/9	製作人湯昇榮、導演廖士涵、詹淳皓、主演張鈞甯、連炳發、楊一展、許安植、夏騰宏、蔡亘晏
3	上檔記者會 + 星光放映	3/6	製作人湯昇榮、導演廖士涵、詹淳皓、主演張鈞甯、連炳發、楊一展、許安植、夏騰宏、蔡亘晏、黃大煒
4	中南部特映	3/8	製作人湯昇榮、導演廖士涵、主演連炳發
5	南西誠品特映講座	3/15	製作人湯昇榮、導演詹淳皓、主演許安植、夏騰宏
6	口碑媒體茶敘	3/27	製作人湯昇榮、導演廖士涵、詹淳皓、主演夏騰宏、蔡亘晏、阮秋姮、黃大煒、POLO WL
7	大結局直播同樂會	4/12	製作人湯昇榮、導演廖士涵、詹淳皓（線上）、主演張鈞甯、連炳發（線上）、楊一展（線上）、許安植、夏騰宏、蔡亘晏、黃大煒、POLO WL



## 特映會、茶敘影音新聞



## 特映會、茶敘平面新聞







#### 4. 媒體露出

### 自由時報

**張鈞甯飛車逃亡 停車技術差卡住進度**

【本報記者王曉/台北報導】張鈞甯在日前播出的《OUTLAW DOCTOR》中，飾演一名飛車手，在劇中有一段飛車逃亡的戲份。張鈞甯在拍攝這段戲份時，因為停車技術差，導致拍攝進度卡住，最後不得不重拍多次。

### 中國時報

**張鈞甯飛車用驚 停車掉漆害劇組難收工**

【本報記者王曉/台北報導】張鈞甯在日前播出的《OUTLAW DOCTOR》中，飾演一名飛車手，在劇中有一段飛車逃亡的戲份。張鈞甯在拍攝這段戲份時，因為停車技術差，導致拍攝進度卡住，最後不得不重拍多次。

### 自由時報

**張鈞甯啾咪小8歲 影帝虧連炳發老海等**

【本報記者王曉/台北報導】張鈞甯在日前播出的《OUTLAW DOCTOR》中，飾演一名飛車手，在劇中有一段飛車逃亡的戲份。張鈞甯在拍攝這段戲份時，因為停車技術差，導致拍攝進度卡住，最後不得不重拍多次。

### 自由時報

**越南影帝連炳發戲張鈞甯 打開培養默契**

【本報記者王曉/台北報導】張鈞甯在日前播出的《OUTLAW DOCTOR》中，飾演一名飛車手，在劇中有一段飛車逃亡的戲份。張鈞甯在拍攝這段戲份時，因為停車技術差，導致拍攝進度卡住，最後不得不重拍多次。

### 聯合報

**張鈞甯搭檔越南影帝 看見不一樣的幽默**

【本報記者王曉/台北報導】張鈞甯在日前播出的《OUTLAW DOCTOR》中，飾演一名飛車手，在劇中有一段飛車逃亡的戲份。張鈞甯在拍攝這段戲份時，因為停車技術差，導致拍攝進度卡住，最後不得不重拍多次。

### 自由時報

**張鈞甯啾咪小8歲 影帝虧連炳發老海等**

【本報記者王曉/台北報導】張鈞甯在日前播出的《OUTLAW DOCTOR》中，飾演一名飛車手，在劇中有一段飛車逃亡的戲份。張鈞甯在拍攝這段戲份時，因為停車技術差，導致拍攝進度卡住，最後不得不重拍多次。



## 播前新聞稿



## 播出新聞稿

### 自由時報





## 播出新聞稿



## 自由時報

## 大結局新聞稿

## 中國時報

## 自由時報



## 時尚專題



## 時尚專題





## 頻登LINE TODAY熱搜



## 頻登LINE TODAY熱搜



## 媒體社群大量曝光

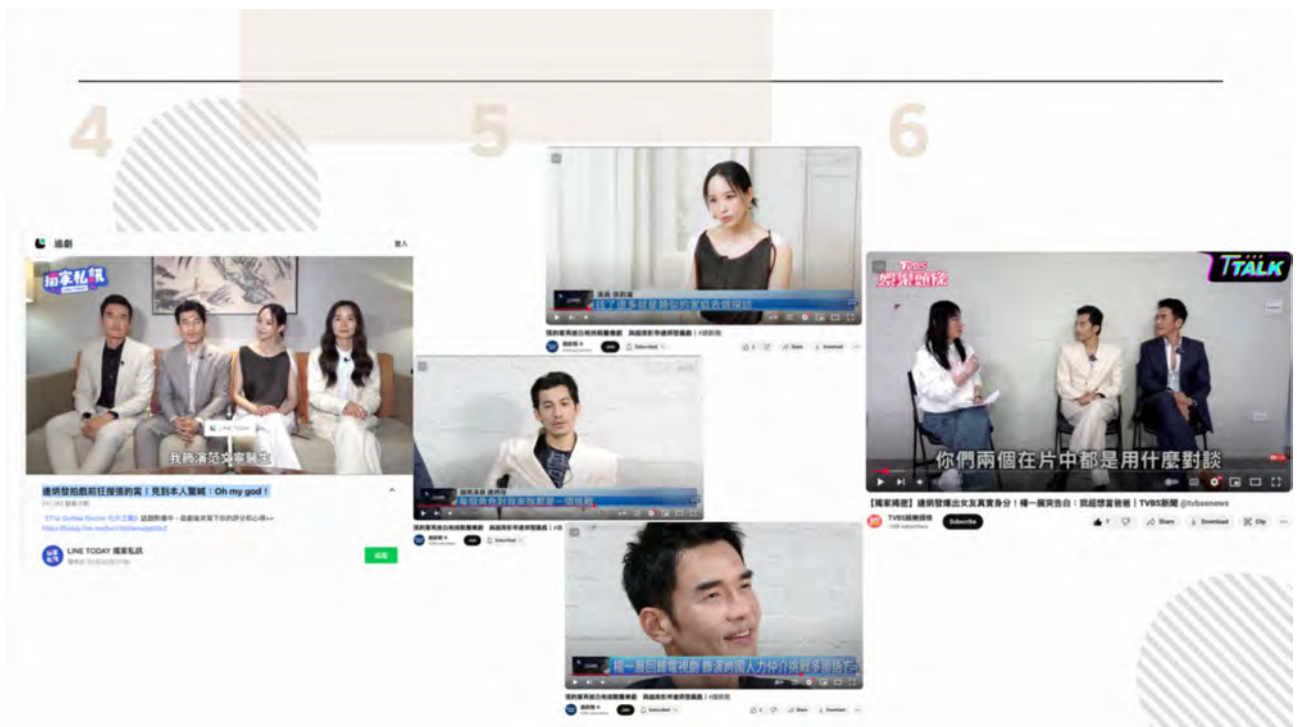


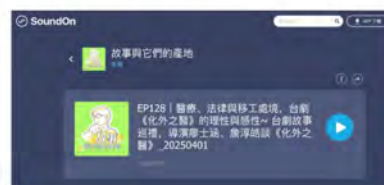
## 媒體社群大量曝光





## 5. 媒體通告與主創專訪









## 專訪《化外之醫》地下黑醫「連炳發」，27歲大齡出道爆紅成越南影帝，他說：我不怕晚出道，重點是你走得多遠

第一次演戲就拿影帝！連炳發：「人是宇宙的中心，所有成果都是不斷努力而來的」

BY HELLIE / 採訪時間：2023/03/11



## 化身怪獸黑傑克，首度挑戰醫生角色！



剛開始往角色轉變，《化外之醫》是越南最難演的主題，范文華在各種非醫療環境的特殊場合，就地取材進行手術和治療，角色是擁有高超醫術的怪獸黑傑克，開始前特地前往醫院實習，學習如何縫紉傷口，我好奇他為何選擇這個第一次拿手術刀的角色呢？「對我來說手術刀，看到血和膿是不可以怕，最難的是他用手術刀縫紉傷口。」開始前一個月，連炳發每天花很多時間練習。



《化外之醫》幾乎每集都有手術場面，連炳發看到連日連演，真實的體驗多麼痛苦，連炳發如此描述其境，「很想保護這具軀，其後大大小小的傷痕設計非常逼真，還真到連自己都不相信。」連炳發也向我們分享，演戲有份參與人全部都很重要，當下明知傷口

## 不急著評論、批評任何人事物！



一個人來到陌生的環境，語言又不通的異國工作，對任何一名外籍移工來說都是一大挑戰，范文華是越南的頂尖整形外科醫師，為了支付母親高額的醫療費用，跨國隨身攜帶醫療移工從事非法醫療，這個角色不僅有精湛的醫療技能，同時也凸顯非法醫療、外籍移工的深刻探討。



超越越南電影市場，受到國際《化外之醫》海外發燒台灣連續的口碑



▲范文華以模特兒出道近10年。(圖/公視、中華電信、潮草文創提供)

## 9歲謝以樂 哭戲有天份 嘴甜得人疼

謝以樂從6歲開始演戲，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》，接下來是魏德聖導演執導的《BIG》，第一部挑戰的影視便是《The Outlaw Doctor 化外之醫》，最近還出演了韓國YOUNG POSS的新歌（COLD）MV。

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

## 謝以樂演腦麻兒說哭就哭 母子戲揪心虐爆

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)

謝以樂以童星出道，第一部作品是即將上映的電影《刺心切骨》。(圖/記者黃庫岸攝)





張鈞甯專訪 | 享受緊張和興奮的那種心跳加速，一件事累積100次經驗就能和自己相處融洽



焦點人物 | 連納發專訪：只有在沒人的地方，強者才會允許自己脆弱



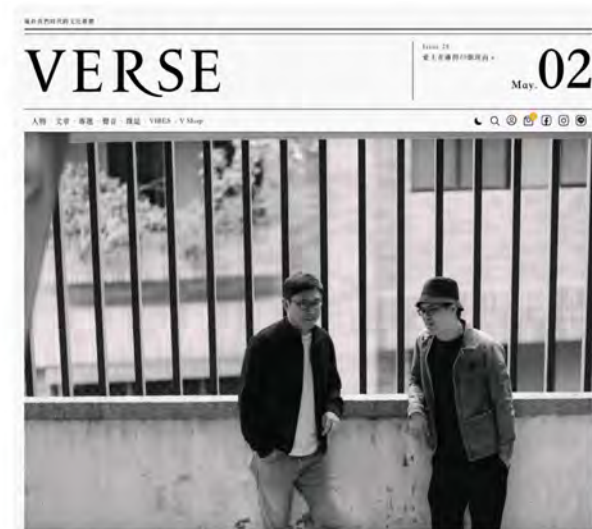
楊一展專訪 | 封印心中叛逆的搖滾少年，享受當下就能阻止腦中胡思亂想的影子



蔡亘晏專訪 | 繁花易謝不如綠葉久長，演技女那一哭徹底打開心房



幕後 | 《化外之醫》范文事國籍原為菲律賓，故事年代從2007改為2017藏玄機



2025/02/08

### 專訪《The Outlaw Doctor 化外之醫》執導團隊：當人性與法律衝突

由公共電視、中視電視與緯基文藝共同打造的台劇《The Outlaw Doctor 化外之醫》，集結越南影串導演暨和導的齊主筆，融合醫療、犯罪和非法移工等社會議題，企圖開闢不一樣的台劇風格。在 2025 年春天正式上線之前，《VERSE》獨家專訪聯手執導的廖士涵和鄭澤浩，揭露拍攝過程中的各種挑戰。



2025/02/08

### 獨家專訪／越南影帝連納發，跨海搶網台劇《化外之醫》主演：透過角色為移工撕去負面標籤

台灣觀眾或許對他有點陌生，但在越南，他是家喻戶曉的大明星——連納發 (Lien Binh Phat)。這位 27 歲才開始演戲，第一次演出就擔綱主角，還直接登上影串寶座。傳聞後對他不滿意，選擇更謹慎地接戲。這兩部作品是由台灣製作的越南醫療犯罪影集《The Outlaw Doctor 化外之醫》，演出打工的越南醫生，與張鈞甯有精彩的對手戲。

6. 社群經營成效

社群成效總覽-Facebook



社群每週成效總覽-Facebook

FB	貼文觸及人數	貼文觸及WoW%	貼文互動次數	貼文互動WoW%	粉專瀏覽次數	粉專瀏覽WoW%	粉專新增追蹤數	粉專新增追蹤WoW%
1/17-1/23	16,095	8%	1,320	57.4%	75,504	35.8%	47	30.9%
1/24-1/30	10,908	36%	657	52.4%	22,543	70.9%	16	66.7%
1/31-2/6	18,054	65.5%	2,798	325.9%	41,936	86%	69	331.3%
2/7-2/13	15,242	38.1%	2,334	44.6%	42,995	21.7%	39	550%
2/14-2/20	12,233	14.3%	1,038	43.2%	32,003	23.1%	53	13.1%
2/21-2/27	38,557	104.4%	2,621	44.6%	88,984	57%	72	60%
2/28-3/6	19,723	44.9%	2,525	22%	64,049	18.9%	161	56.3%
3/7-3/13	71,644	283.3%	5,884	133%	211,473	230.2%	535	232.3%
3/14-3/20	19,796	72.7%	3,816	35.7%	97,277	56.4%	191	64.3%
3/21-3/27	64,527	212.5%	4,399	10.8%	180,050	75.9%	213	7.6%
3/28-4/3	159,554	113.6%	18,855	158.2%	625,273	158.2%	1126	174%
4/4-4/10	69,680	203.8%	4,319	0.5%	183,490	52.8%	277	36.5%
4/11-4/17	255,127	113.5%	14,042	178.2%	687,808	174.7%	413	36.8%



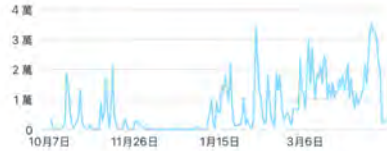
社群成效總覽-Instagram

Instagram

2024年10月7日 - 2025年4月23日

瀏覽次數

145.7 萬



Instagram 瀏覽次數  
內容的播放或顯示次數。內容包括連續短片、貼文、限時動態和廣告。

內容互動總數

4.9 萬 ↑ 100%



內容互動次數  
你的內容（包括廣告）獲得的按讚數或心情數、儲存次數、留言數、分享次數和回覆次數。內容可能包括貼文、限時動態、連續短片、影片和其他格式。

觸及人數

31 萬 ↑ 899.1%



Instagram 觸及人數  
此衡量指標會計錄你的 Instagram 內容（包括加強推廣的貼文和限時動態）透過自主或付費數據所觸及的人數。如果內容透過自主和付費數據觸及同一人，則只會計入一人。此衡量指標為估計值。

瀏覽次數

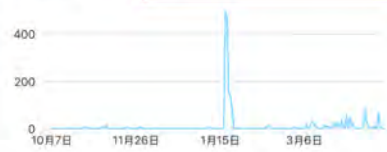
2.5 萬 ↑ 535.3%



Instagram 商業檔案瀏覽次數  
用戶瀏覽你個人檔案的次數。

連結點擊次數

2,052 ↑ 100%



Instagram 連結點擊次數  
限時動態或廣告內的連結點擊。點按或滑動瀏覽次數（且連結導向 Instagram 或其他網路空間上的目的地或體驗）。

追蹤人數

1,406 ↑ 1,937.7%



Instagram 追蹤人數  
帳號在所選時間內追蹤你的次數。

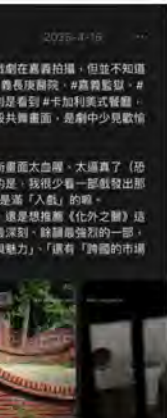
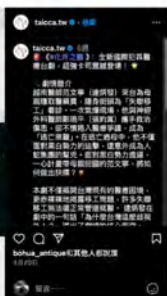
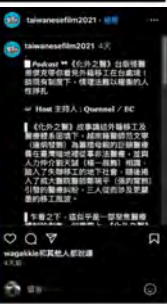
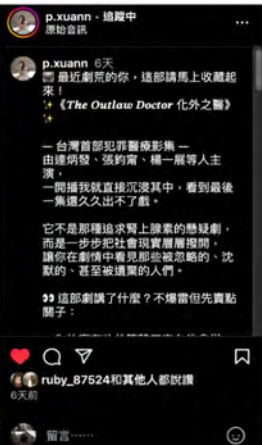
社群每週成效總覽-Instagram

IG	貼文觸及人數	貼文觸及WoW%	內容互動次數	內容互動WoW%	瀏覽次數	追蹤數	新增追蹤數	新增追蹤WoW%
1/17-1/23	85,048	78.8%	1,338	13.3%	1,778	5,056	129	222.5%
1/24-1/30	13,556	76.6%	360	73.4%	253	5,066	10	93.5%
1/31-2/6	32,105	136.8%	1,295	269.7%	821	5,070	1	90%
2/7-2/13	26,887	29.6%	1,173	30.6%	51,116	5,094	27	53.4%
2/14-2/20	29,899	402%	1,174	10.1%	55,502	5,098	6	68.4%
2/21-2/27	35,750	54.2%	760	56.4%	28,949	5,101	19	26.9%
2/28-3/6	32,388	40.3%	1,424	116%	81,583	5,172	71	195.8%
3/7-3/13	47,910	60.5%	2,979	109.5%	131,916	5,327	102	2450%
3/14-3/20	32,857	33.2%	2,675	11%	118,699	5,414	65	69.2%
3/21-3/27	25,102	26.8%	1,757	39.8%	82,692	5,463	67	109.4%
3/28-4/3	100,837	44.3%	10,392	44.3%	461,897	5,519	485	223.3%
4/4-4/10	18,567	37.4%	2,344	8.2%	69,138	5,540	20	87.9%
4/11-4/17	66,523	200.5%	17,880	543.4%	201,400	5,644	123	178.5%

## 7. KOC/KOL 分享露出



NO.	KOC/KOL 標籤	KOC/KOL	露出
1	影評	<a href="#">祖寧</a>	<a href="#">YouTube</a>
2	律師	<a href="#">蘭天律師</a>	<a href="#">FB</a>
3	網紅	<a href="#">珮璫</a>	<a href="#">IG</a> 、 <a href="#">FB</a>
4	網紅	<a href="#">艾米希莉 Amesily</a>	<a href="#">FB</a> 、 <a href="#">IG</a>
5	網紅	<a href="#">追劇便利商店</a>	<a href="#">IG</a>
6	網紅	<a href="#">R 級影評</a>	<a href="#">IG</a> 、 <a href="#">Threads</a>
7	網紅	<a href="#">1095</a>	<a href="#">FB</a> 、 <a href="#">IG</a>
8	網紅	<a href="#">我是馬鈴薯小姐雁靈</a>	<a href="#">FB</a>
9	網紅	<a href="#">AG 喜劇外來種</a>	<a href="#">IG</a>
10	醫師	<a href="#">一葉草的白袍手札-帶你貼近醫學</a>	<a href="#">Threads</a>
11	網紅	<a href="#">新二代留聲機:移民青年倡議陣線</a>	<a href="#">FB</a>
12	影評	<a href="#">管中祥</a>	<a href="#">FB</a>
13	影評	<a href="#">贏淇看電影Winki Life</a>	<a href="#">FB</a>
14	獨立評論總監	<a href="#">廖雲章</a>	<a href="#">FB</a>
15	影評	<a href="#">B-W 劇新瘋</a>	<a href="#">FB</a>
16	媒體	<a href="#">美麗佳人 Marie Claire Taiwan</a>	<a href="#">FB</a>
17	作家	<a href="#">簡永達</a>	<a href="#">FB</a>
18	作家	<a href="#">冬陽一直推</a>	<a href="#">FB</a> 、 <a href="#">Spotify</a>
19	影評	<a href="#">再不台就悲劇</a>	<a href="#">IG-1</a> 、 <a href="#">IG-2</a> 、 <a href="#">IG-3</a>
20	影評	<a href="#">六六 LiuLiu</a>	<a href="#">IG</a>
21	文策院	<a href="#">taicca.tw</a>	<a href="#">IG</a>
22	影評	<a href="#">走阿一起去看戲</a>	<a href="#">IG</a>
23	影評	<a href="#">KK帶路看影劇   追劇•電影•綜藝</a>	<a href="#">IG</a>
24	小寶媽	<a href="#">小鳥衣櫃</a>	<a href="#">Threads</a>
25		<a href="#">瑪格</a>	<a href="#">Threads-1</a> 、 <a href="#">Threads-2</a>
26		<a href="#">陳大寶與爺爺的日常</a>	<a href="#">Threads</a>
27		<a href="#">Caroline TEFL Journey</a>	<a href="#">Threads</a>
28		<a href="#">壁花阿伯Tang tǎng</a>	<a href="#">Threads</a>
29	影視似顏繪	<a href="#">Ooh ~ yes</a>	<a href="#">IG</a> 、 <a href="#">Threads</a>
30	活動速報、影音照片 分享	<a href="#">孟</a>	<a href="#">Threads</a>







(十)《連續劇 B》(《不夠善良的我們》)



製作公司：有花影業製作股份有限公司

編劇導演：徐譽庭

製作人：詹子誼

主演：林依晨、許瑋甯、賀軍翔、柯震東

簡慶芬發現自己的生活只是日復一日的�原因，是她再也找不到下一個目標了。那些當初設定的目標：房子、車子、兒子、好老公，在經歷了許多痛苦之後，她全抵達了，那下一個目標該是什麼呢？

想到這裡的簡慶芬笑了一因為她發現，為了抵達目標的那種剎那間的快樂，我們一次又一次的經歷好多痛苦，所以會不會是我們誤會了自己啊？我們以為我們想得到快樂，但其實我們真正熱愛的，很可能是「痛苦」！所以為了下一次的快樂，簡慶芬必須幫自己找到一份痛苦，於是她想起了那個被自己打敗的情敵—Rebecca！

她好嗎？生活精彩嗎？自己的老公還愛著她嗎？痛苦果然發生了，但它真的通往快樂嗎？

- 111 年 11 月 28 日與有花影業製作股份有限公司議價簽約
- 112 年 2 月 5 日開鏡並發布新聞稿，2 月 8 日開拍，台灣部分  
4 月 25 日殺青，4 月 29 日~5 月 6 日赴義大利拍攝，全劇殺青
- 112 年 7 月公視、台哥大簽訂投資合約
- 112 年 7 月 20 日樣片跨部門審片通過；持續進行其餘集數特效、配音配樂、調光、混音作業中



- 本影集獲 2023 金馬影展邀請，於 112 年 11 月 16 日、17 日、25 日（加場）首映第 1~2 集，編劇導演徐譽庭與主要演員於映後與觀眾面對面交流
- 113 年 2 月 27 日發布正式預告，3 月 21 日舉辦記者會與首映會
- 公視 113 年 4 月 6 日起每週六晚間 9 點播出 2 集，MyVideo、愛奇藝國際站 4 月 6 日起每週六晚間 10 點播出 2 集，八大戲劇台 4 月 7 日起每週日晚間 8 點播出 2 集；串流平臺 Viu、Astro QJ 頻道 4 月 14 日起每週日晚間 10:15 播出兩集
- 113 年 4 月：4 月 27 日本劇播畢（公視）；辦理入庫作業中
- 113 年 7 月：全部集數入庫
- 113 年 8 月：8 月 1 日辦理全案驗收

#### 期程說明

112 年上半年，製作團隊完成拍攝，主要拍攝地在雙北，第八集拍攝地在台東，另外亦遠赴義大利拍攝。

在本劇籌備前製與拍攝期間，特效團隊完整參與規劃和執行細節，劇組與第 60 屆金馬最佳視覺效果獎得主「罡風影像製作有限公司」，經與徐譽庭導演『誰先愛上他的』、『我沒談的那場戀愛』兩部電影作品後，再度攜手合作，打造台灣優良影視作品。透過前期與特效討論如何在拍攝期可以減少後期製作時程，為戲量身訂製專屬社群網站供拍攝使用。也因在拍攝期已完成社群網站的設計運用到拍攝期時，反而可以讓攝影師視角更加真實，像是角色在觀察社群網頁另一頭的狀態、產生窺探感。

此劇主要演員皆為第一線明星演員，從 111 年 5 月開始面談男主角與女主角人選，直到 111 年 11 月進行第一波演員讀本訓練，導演徐譽庭接著按照讀本後將演員角色融入到劇本台詞中，

讓演員可以在拍攝前熟悉彼此，加快拍攝期進入角色狀況。同時間讓製作人/執行製作人/副導加入演員分組讀本，可以提早判斷每場戲可能需要給演員準備的時間與解讀劇本需求，正確傳達指令給接下來的大組各單位工作人員。

因《不夠善良的我們》製作時正逢影視圈工時提倡一日拍攝時數 11 小時不含車程，一日拍攝不得超過 12 小時（含車程），以及勞動部推動公共安全需長備 EMT 在現場與安全評估人員。在有限的時間及預算下，必須提前規劃演員的訓練與排練、主創團隊提早進組規劃與分配，提供導演調整拍攝內容以達不失戲劇內容又可達拍攝時程規劃，本劇組非常緊實的落實工作時數與現場安全規劃。為了讓影視工作環境更加良善，本劇組在開拍前皆上安全講習，並在有危險疑慮的場景加強安全措施，例如：山中步道請攀岩教練與吊繩教練在場先就場地安全做佈線，工作人員與演員皆使用菜瓜布黏綁在鞋底來止滑，攝影師與攝大助與攝影助理皆全程繫上安全吊繩與安全帽，現場無時無刻提醒大家放慢腳步小心行走。也因應安全規劃，每日工作車輛皆需做出發前的基本檢查、胎壓、煞車、方向燈…等，場務組使用發電機、用電測試、用油紀錄皆按照勞動部公安標準規範進行，車拍皆戴上安全帽與反光背心及掛繩背帶，海邊拍攝工作人員皆穿上救生背心。現場 EMT 常備確實有讓演員可以安心演出，工作人員有任何身體不適可以有專業的救護人員提供即時與正確的支援。

此劇因劇情需求遠赴義大利與當地拍攝劇組共事，收穫良多。導演組看到義大利第二副導在控場臨演的精準度與提早安排下個場景調度，都讓台灣副導在現場更能順暢的拍攝，讓導演有時間引導演員入戲拍攝，台灣團隊導演/製片/攝影師/副導/妝髮在短短拍攝期程中便受益良多。

本劇幕前幕後工作人員含金量超高，並很榮幸在第 60 屆金

馬影展，播放《不夠善良的我們》第一、二集，在 112 年 11 月完成了四場全滿的首映，以一部影集的姿態，在眾多精彩的參展電影之中，蟬聯了 8 日的觀眾票選第二名，甚至有香港、新加坡、馬來西亞、韓國粉絲特地飛來台灣觀賞金馬影展版！

為滿足觀眾迫切期待，本劇於 113 年 2 月 27 日發布正式預告，3 月 21 日舉辦記者會與首映會，公視 113 年 4 月 6 日起每週六晚間 9 點播出，My Video、愛奇藝國際站 4 月 6 日起每週六晚間 10 點播出，八大戲劇台 4 月 7 日起每週日晚間 8 點播出；串流平臺 Viu、Astro QJ 頻道 4 月 14 日起每週日晚間 10:15 播出。在各平台播出期間，皆獲得廣大迴響及正面評價。

#### 具台灣在地特色內容之介紹及開發過程說明

影集《不夠善良的我們》，原來在劇本階段的劇名是《彼岸有花》，是編劇徐譽庭(後來亦任導演)的原創故事。

編劇徐譽庭在 2021 年下半年寫下故事初始的大綱，但事實上，她已在心中醞釀此一故事已久，她觀察人們一直在為人生找各種目標…「我要拍一部電影、我想去歐洲自助旅行、我想要買房子…為了達成目標，我們經歷了許多痛苦，只為了達成後「剎那」的快樂，當快樂如煙火般熄滅了，我們又開始替自己找下一個目標。所以那些生日快樂、新年快樂、佳節快樂，會不會都只是我們欺騙自己的說法呢？而我們真正喜歡的，其實是痛苦。而目標有時候也可能是一個假想敵只要我過得比她好，我就不會那麼失落。但萬一你發現彼岸的風景比較好呢？我們在賽跑的時候，總是被提醒看著前方，不要看你的對手，但這個邏輯往往被踩在人生跑道上的我們遺忘，我們就是忍不住想要張望一下那個假想敵的狀況，以激勵或證實自己。」以此為創作靈感，寫下劇本。因此特效團隊透過 2D 與 3D 的特效製作，也將這個理念運用到本劇開場影片與片頭中。

籌備前製與拍攝期間，特效團隊完整參與規劃和執行細節，透過特效製作呈現『量子力學』中的『疊加態』（薛丁格的貓）、『雙縫實驗』將玄泛科學簡單扼要地搭配導演徐譽庭金句文字與愛情/人生考題結合呈現在戲劇中。

提前事先製作拍攝規劃，對於整體製作是有幫助的，有副導經驗的人擔任執行製作人可以與各單位間橫向溝通並提前按照初版劇本拉出一份拍攝大表，供副導進組時有基本架構，再來重新分配與調整，導演可以安心修改拍攝劇本與瞭解各環節拍攝技術來規劃安全的執行製作人，讓所有工作人員提升了解自身工作安全的敏銳度，萬事起頭難但起碼大家有往良善的方向前進。未來希望可以將這些經驗繼續累積與創造好的工作環境，早日成為堅強的影視中堅份子，共同面對強勁的國際市場。

此劇首創將資深副導與資深攝影/燈光師提升進到製作行列，擔任執行製作人一職，如上述在說明提升優質影視製作上是有明顯加強工時規劃與拍攝環境安全提升，而不在是紙上談兵無法落實，對現行法規的提倡與調整也有實質的幫助讓影視環境與產業發展可以更加良善，而不是甲乙方互相對立。有事先的拍攝規劃，可以讓導演有足夠的時間讓劇本更扎實，也因應拍攝需求要一場大型的市集活動，導演有時間可以南下田調將羅貝卡角色職人狀態寫得更加真實，也讓劇組提早了解與搭配市集活動時間陳設與拍攝，一環扣一環精準控管時間與製作預算，達到優質內容製作。

此劇因提倡良善工時又需拍攝精準，演員的演出到位只有少數機會，因此攝影師需要挑戰雙機調度拍攝，讓最好的演出可以一次到位，所以前製期與拍攝期每週都會進行當週拍攝鏡位討論與調度，讓拍攝上可以更精準的執行文字轉化成影像構成富有劇情設計的內容。導演組與美術組與特殊化妝也因應劇本需求提早與醫療顧問討論，增加戲劇效果與醫療真實性。



此劇首創與台灣設計師合作為戲量身打照雙女主角服裝，設計師與劇組一同讀本了解角色個性，進一步為角色打照專屬戲劇製作的服裝，讓台流也能讓全世界看到。

本劇榮獲 2024 金鐘獎四項大獎，包括最佳女主角（許瑋甯）與最佳男配角（柯震東），並在釜山國際影展舉辦的第 6 屆亞洲內容暨全球 OTT 大獎摘下女主角獎（林依晨）、最佳原創歌曲獎（蔡健雅）。徐譽庭的細膩劇本與蔡健雅的動人配樂，為本劇注入深度與藝術性。

《不夠善良的我們》以寫實情感剖析善良與遺憾，成為 2024 年台灣戲劇的代表作之一。

## (十一)漂流之海

### 漂流之海大綱

長綱：

紀錄片延伸《聽海湧》的劇情核心，讓觀眾跟著台籍戰俘監視員新海志遠—演員吳翰林從進到角色到殺青後的這段旅程，再重新出發回到故事的起點—北婆羅洲，在追尋這段鮮為人知的歷史時，也發現歷史正不斷在每個人的生活發生著，越深入就越能理解我們自己，到底二戰末期的台灣人在遙遠的北婆羅洲上經歷了什麼？在回溯《聽海湧》的幕後製作中，我們也重新思考在二戰下甚至是現在的台灣人，我們的處境是什麼？

This film will be an extension of "Three Tears in Borneo", taking viewers on a journey from the first day on set to the wrap through the eyes of a Taiwanese POW monitor, Shion Shinkai, or Han Wu, the actor. In this documentary, viewers set out again on a journey to the starting point of the story - North Borneo, and follow Han Wu as he traces the little-known history of that period of time, and discovers that history is repeating in everyone's life even today. The deeper we delve into history, the more we understand ourselves. What did Taiwanese experience before and after World War II? In going back to the behind-the-scenes production of "Three Tears in Borneo", we also rethink the situation of Taiwanese people under World War II and even now.

短綱：

跟著飾演新海志遠的演員吳翰林一起回溯《聽海湧》的幕後製作，也重新思考在不同時空下的台灣人，我們的處境是什麼？

We follow Han Wu, the actor of Shion Shinkai into the behind-the-scenes production of “Three Tears in Borneo”, and also rethink the situation of Taiwanese people in different time and space.

導演的話：

從 2021 到 2024 年，沒有想過《聽海湧》可以帶我們走這麼遠，甚至走向歷史的起點。紀錄幕後的每一刻都十足珍貴，尤其當飾演主角新海志遠的演員吳翰林在詮釋一場日軍戰俘營準備撤退的戲時，對著幕後的鏡頭分享曾經聽阿公講過跟著國軍撤退來台灣的故事，竟然在此刻從戲劇中連結到自己類似的家族記憶。

於是紀錄片《漂流之海》的核心也從這一刻誕生，一位演員如何在戲劇中揣摩八十年前的台籍戰俘監視員，又在過程中產生哪些矛盾與掙扎，最後才得以接近歷史與理解自己。如同《聽海湧》最後新海志遠從北婆羅洲回到台灣，現實中的演員吳翰林則在殺青後決定前往北婆羅洲。

我們跟著吳翰林一起回到山打根戰俘營，沿路上經過台籍戰俘監視

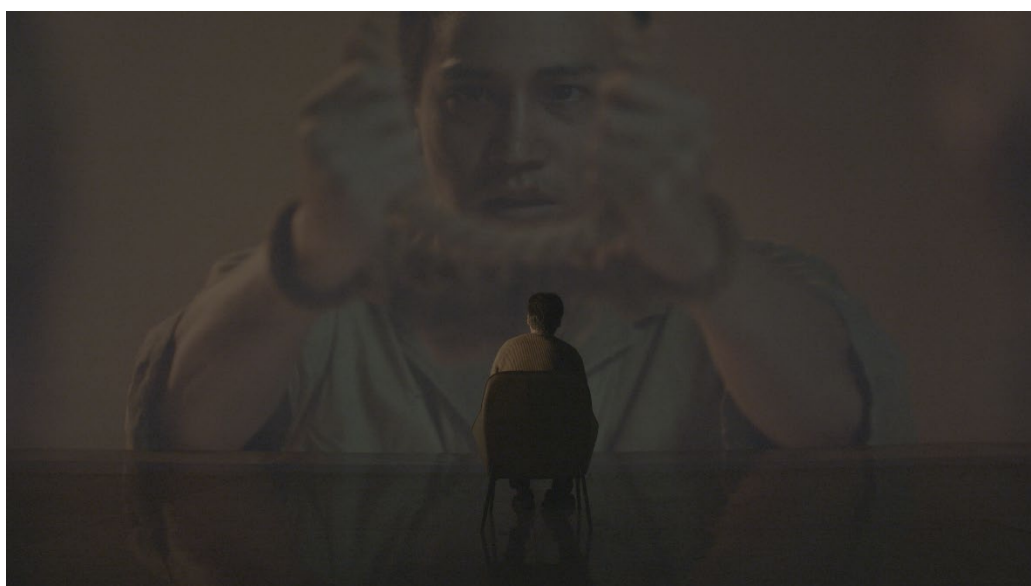
員曾經帶著俘虜走過的路線，也是歷史上記載有名的「死亡行軍」，嚮導譚耀光表示我們是台灣第一批想了解這段歷史的人，我們跟著他多年的研究走在這條路途上彷彿真的感受到八十年前的台灣人與外國俘虜在炎熱潮濕的叢林、河流裡行軍的過程。

也透過導演、編劇、攝影、藝術和美術等主創們從田調中還原歷史場景，在台灣打造出八十年前北婆羅洲的戰俘營；編劇導演與歷史顧問藍適齊更不斷地針對劇本討論，試圖在真實歷史的脈絡下呈現一個虛構且寫實的故事。《漂流之海》帶著觀眾走一趟《聽海湧》誕生的過程，也希望跟觀眾產生一些連結，去認識與理解這段歷史。



















## (十二)連續劇—《村裡來了個暴走女外科 2》

### 節目介紹

《村裡來了個暴走女外科》第一季以其獨特的醫療喜劇風格，成功征服觀眾，平均收視率達 1.53 至最高 2.07，更在 Netflix、最後一集登頂第一，LINE TV、MyVideo、Hami Video 等平台週週稱霸。該劇不僅入圍第 58 屆金鐘獎 7 項大獎，最終抱回 4 項，包括戲劇節目獎、導演獎、女主角獎及最具潛力新人獎，證明其在劇情深度與娛樂性的完美平衡。第二季延續這股熱潮，由十三月股份有限公司製作，金鐘導演賴孟傑，再度率領原班人馬挑戰第二季。預計帶來更瘋狂、更深刻的醫療世界。

劇情賣點升級，聚焦「每場手術都是一次靈魂審判」的核心主題。第二季不再只是醫療鬧劇，而是深入探討醫生在生死邊緣的道德困境與人性掙扎。女主角小劉在外國義診時救下賣肝卻即將喪命手術台的凱亞，卻在愛人生病時違背誓言，選擇接受背離醫德的黑暗道路。郝達偉面對隱瞞的醫療失誤，反思外科醫師的真正價值；小玉為父親的後遺症求公道，卻發現傷害遠超醫療層面；奇奇為隱瞞母親誤殺家暴父親的真相，不惜威脅醫院，甚至刺傷醫護，直到小劉引導他承認真相。心血管主治醫師緹娜，面臨病人想在生命盡頭完成亡子百岳挑戰的抉擇；院長豆伯則在兒子氣爆事件後成立基金會，卻為醫院存亡試圖阻礙小劉出庭。這些故事交織出「當醫生不再全能，他們能否承擔選擇？」的哲思，融合瘋狂醫療喜劇與動人生死情感，讓觀眾在笑鬧中反思生命價值。

## 節目亮點

角色發展更立體，小劉醫師已成為「黑大女主」的代表，她不僅醫術高超，還在情感與道德上展現堅韌。第二季除了姊弟戀，更增添職場中惺惺相惜的浪漫張力。如郝達偉的自我救贖、小玉的公道追求、奇奇的家庭陰影，都以真實醫療案例為基底，預計帶來更多荒誕橋段，讓觀眾淚中帶笑。新加入的演員有金鐘影帝薛仕凌、金馬影帝蔡政南、歌壇偶像婁俊碩、流量啦啦隊員吳涵崙、脫口秀演員怡岑。

本劇將前往馬來西亞拍攝，呈現異國風貌，將利用遠端拍攝與即時傳輸，5G 的高速傳輸將須製作特效的鏡頭傳遞給再現，第二季劇情涉及多角色、多線敘事，製作需要跨國團隊協作。5G 的邊緣運算與高頻寬能支援雲端剪輯和即時協作。導演賴孟傑與製作團隊將透過 5G 網絡，遠端檢視高畫質素材，與剪輯師、特效師即時討論，無需等待檔案傳輸，加速後期製作。

目前正如火如荼的製作當中，預計 2025 年第四季殺青，上映檔期將配合整體行銷宣傳政策。





### (十三)連續劇\_《欠妳的那場婚禮》

類型：奇幻／喜劇／愛情／婚姻

規格：48~50 分鐘/集，共 10 集

製作公司：禧歡創作有限公司

製作期程：

籌拍期 113 年 12 月~114 年 03 月

拍攝期 114 年 03 月~114 年 05 月

後製期 114 年 06 月~115 年 04 月

完成期 115 年 04 月~115 年 05 月

#### 故事概要：

曾經在演唱會上發光發亮的「馬子狗樂團」帥氣主唱周可傑，16 年後的現在卻只是個寫不出情歌的廢中年。眼看過氣歌手事業停滯、婚姻搖搖欲墜、與青春期兒子關係疏離...周可傑卻仍像一個長不大的男孩。在老婆陳立璇提出離婚後，他只能被迫搬回老家，和嫌棄自己的老爸大眼瞪小眼。同時又發現好兄弟團員一直以來，竟然都以版稅收入為幌子暗中接濟自己！連環遭受巨大打擊，面臨愛情、友情、親情諸多瓶頸，42 歲的周可傑彷如跌入人生谷底。

與此同時，25 歲的年輕可傑莫名其妙來到 2025 年，起初一頭霧水的他，終於漸漸得到「答案」。原來自己會穿越到未來，是因為眼前憔悴的失婚婦女——也是他這輩子最好的朋友、最親密的青梅竹馬——陳立璇，需要他的「拯救」。但他卻還不知道，陳立璇口中咒罵不停的「前夫」，原來就是自己。而所有立璇的「不幸」，都要從新郎

落跑的那場婚禮開始說起.....年輕可傑要怎麼扭轉自己的魯蛇未來？中年可傑能否好好修復破碎的婚姻？當浪漫愛情摻入柴米油鹽，可傑與立璇兩人還能繼續當彼此最好的朋友與情人嗎？

### 亮點：

嚴藝文曾獲得金鐘獎最佳女配角，近年「演而優則導」，初執導筒即以《俗女養成記》奪得金鐘最佳迷你劇集導演獎，續作《俗女養成記 2》亦創佳績與收視好評，足見嚴藝文作品的續集發展潛力。嚴藝文擅長以幽默喜劇手法描繪台灣女性成長，廣受海內外觀眾喜愛，近期作品《影后》描寫女演員職人生態，於Netflix 全球獨家上線播出，並獲選於釜山影展 on screen 單元全球首映，達成台劇史上第一次。經歷前作幾部以女性為主的題材，嚴藝文將在全新編導作品《欠妳的那場婚禮》挑戰以男性視角出發，攜手默契絕佳的《影后》主創團隊，以獨有的溫馨喜劇節奏，帶領觀眾笑看家庭、婚姻、中年難題，開創愛情穿越的新品種戲劇。

### 角色簡介：

#### ● 周可傑

22-25 歲 | 42 歲

身為馬子狗樂團的帥氣男主唱兼吉他手，周可傑出道即巔峰，在舞台上呼風喚雨，圈粉無數。但歷經成員退團、單飛轉型為偶像歌手後，唱片不再熱銷，現在只是個不想離開音樂圈又寫不出暢銷情歌的廢中年，靠著過氣主打歌偶爾接到一些活動通告。在老婆陳立璇提出離婚的同時，16 年前在婚禮當天搞消失的年輕可傑，莫名其妙穿越到 2025 年的現在。可傑漸漸明白這些年來，他的人生多麼依賴馬子狗團員們與陳立璇，自己也是時候該長大了.....

● 陳立璇

22-25 歲 | 42 歲

從高中開始暗戀周可傑，但看著台上閃閃發亮的大明星，立璇不敢奢求與可傑有進一步發展，只是安分地當他「最好的朋友」。大學期間，立璇和馬子狗團員們合租公寓，經過朝夕相處，立璇與可傑終於確認彼此心意，不久後意外懷孕，匆匆走入家庭，並放棄了出國念研究所的夢想。現在的立璇擔任出版社編輯，支撐家計，與周可傑育有一子。在好友 Terry 海外留學歸國並邀請她為電影長片擔任編劇後，42 歲的陳立璇開始思考自己的人生是不是要有所改變……

● 王永貴

22-25 歲 | 42 歲

馬子狗樂團貝斯手。被父親要求接手家族事業後退團，進而導致馬子狗解散。好好先生一枚，長期擔任周可傑的義工經紀人，甚至偷偷補貼音樂版稅讓他繼續留在音樂圈圓夢。人生願望是和太太小柔擁有自己的孩子。

● 韓其森

22-25 歲 | 42 歲

馬子狗樂團鼓手，在永貴退團後，也被迫離開。雖操各國語言、變魔術等才藝，但顏值老在那裡等，年輕時平凡宅男樣貌不受歡迎，沒想到老來俏，中年時反而變成把妹高手。現在經營一家居酒屋，雖然女伴換不停，但心中一直忘不了初戀 Terry。

● Terry

22-25 歲 | 42 歲

陳立璇唯一的閨蜜兼 mentor。快人快語，前衛洋派。年輕時與韓其森短暫交往，為了出國留學則狠心分手。回台灣後先擔任 MV 導演，深知陳立璇的才華，推薦她寫自己首部電影長片的劇本，希望助陳立璇走出婚姻低潮。

### 主創團隊及得獎紀錄：

#### ■ 導演/編劇 嚴藝文

演員、編劇、導演。活躍於劇場界，多次入圍金鐘，以公視人生劇展《天使的收音機》獲金鐘迷你劇集女主角獎。編導演作品《俗女養成記》第 1 季，入圍第 55 屆金鐘獎迷你劇集／電視電影導演獎、編劇獎等八項大獎，最後獲最佳迷你劇集獎最高殊榮。《俗女養成記》第 2 季為收視為第 1 季 3 倍之多，看哭兩岸觀眾，獲豆瓣 2021 評分最高港台劇集第一名/9.3 分。編導影集《影后》入選釜山影展 onscreen 全球首映，並於 2024 在 Netflix 全球獨家播出。

#### ■ 製作人/協力編劇 丁長鈺

監製及製作影集《影后》入選釜山影展 onscreen 全球首映，並於 2024 在 Netflix 全球獨家播出。《不良執念清除師》獲豆瓣 2023 評分最高港台劇集第一名，口碑熱議。

監製及製作電影《詭扯》、《愛的噩夢》獲富川奇幻國際影展評審團大獎。《詭扯》獲 2021 金馬獎八項提名並獲得最佳男配角獎，個人亦以編劇身份入圍第 58 屆金馬最佳改編劇本獎，亦獲得台北電影節最佳男配角、最佳女配角獎等殊榮。

參與製作 | 投資電影《月老》、《複身犯》、《切小金家的旅館》、《KANO》、《劍雨》等作品。曾任好風光執行長，推動植劇場短



片拍攝、演員甄選及戲劇課程等。

#### ■ 攝影指導 周宜賢

專事攝影工作，其作品包含電影、廣告、MV 等領域，曾數次和九把刀導演合作，2020 以《罪夢者》獲戲劇類節目攝影獎、以《騷人》獲得台北電影節最佳攝影獎之肯定。並以《詠晴》、《月老》、《消失的情人節》、《返校》入圍最佳攝影。

2026 《功夫》

2024 《愛愛內含光》、《影后》

2023 《請問還有哪裏需要加強》

2021 《月老》

2020 《消失的情人節》、《罪夢者》

2019 《返校》、《真愛神出來》

2017 《報告老師怪怪怪物》、《十二夜》

2013 《阿嬤的夢中情人》

2012 《騷人》、《南方小羊牧場》

2011 《那些年我們一起追的女孩》

#### ■ 造型指導 葉竹真

曾以《有生之年》入圍第 59 屆金鐘最佳造型設計獎  
影劇集作品—

《影后》《仿生人間》《愛很美味》

《她們創業的那些鳥事》《摩天大樓》

電影作品—

《盛夏未來》《緝魂》《秘密訪客》

《送我上青雲》《蕎麥瘋長》《地球最後的夜晚》

《記憶大師》《重返二十歲》

■ 美術指導 林雅玲

2025 影集 《血拾人生》

2024 影集 《華麗計程車行》、《讓我看見你是誰》

2022 影集 《國際橋牌社外傳一和平歸來》

2021 電影《台灣三部曲》

影集 《俗女養成記 2 》(入圍第 57 屆金鐘獎美術設計獎)

2020 影集 《誰是被害者》(第二階段)

2019 影集 《俗女養成記》(主景部分)

2018 短片 《可可的旅行》

2016 短片 《毀》

2015 影集 《燦爛時光》

■ 配樂指導 侯志堅

2024

影集 《影后》導演嚴藝文

電影 《老狐狸》導演蕭雅全

2023

影集《人選之人-造浪者》導演 林君陽

影集《台灣犯罪故事》導演導演蕭力修洪子烜徐瑞良范揚仲

電影 《請問，還有哪裡需要加強》 導演 九把刀

2022

電影 《想見你》 導演 黃天仁

電影 《你在我心上》 導演 林錦和

電影 《童話·世界》 導演 唐福睿

影集 《我家浴缸二三事》 導演 張熙明

2021

電影 《我吃了那男孩一整年的早餐》 導演 杜政哲

電影 《修行》 導演 錢翔

電影 《月老》 導演 九把刀

電影 《跟你老婆去旅行》 導演 林孝謙

作品繁多，2021 以前作品略

#### ■ 特效指導 郭憲聰

曾以《返校》電影視覺特效－榮獲金馬 56 屆「最佳視覺效果獎」，再現影像匯集一群來自電影開發、視覺特效、美術設計應用、科技研發的菁英人才，製作團隊累積了豐富的製作經驗，將紮實的動畫及 VFX 視覺特效經驗與後製技術結合，投身於各種令人驚艷的電影視覺特效製作，以及發展 VR、AR、MR 互動多媒體應用內容，更透過專業水準之 VFX 視覺特效、3D 動畫內容製作、TVC 廣告影片內容製作，提供多樣化最高品質的視覺效果。

#### ■ 選角指導 陳靜媚

2026

電影《功夫》 導演 九把刀

2025

影集《忘了我記得》導演 劉若英

電影《大濛》導演 陳玉勳

2024

影集《影后》導演 嚴藝文

電影《鬼才之道》導演 徐漢強

影集《正港分局》導演 程偉豪 殷振豪

影集《愛愛內含光》導演 黃婕妤

美國電影《Love boat Taipei》導演 陳駿霖

日本電影《青春 18x2》導演 藤井道人

2023

電影《關於我和鬼變成家人那件事》導演 程偉豪

電影《請問還有哪裏需要加強》導演 九把刀

電影《查無此心》導演 曾英庭

影集《台灣犯罪故事》導演蕭力修 洪子烜 徐瑞良 范揚仲

2022

電影《我的麻吉 4 個鬼》導演 謝沛如

電影《黑的教育》導演 柯震東

電影《煞塵爆》導演 林君陽

2021

電影《詭扯》導演 許富翔

電影《月老》導演 九把刀

電影《初戀慢半拍》導演 陳駿霖



影集 《她的她和她》導演 卓立

電影 《當男人戀愛時》導演 殷振豪

作品繁多，2021 以前作品略

### 卡司陣容：

#### ■ 朱軒洋 | 周可傑 (22-25Y)

2022 獲金馬獎 最佳男配角《黑的教育》

2022 入圍金鐘獎 最佳男主角《逆局》

2021 入圍金鐘獎 最佳男配角《天橋上的魔術師》

2022 入圍台北電影獎 最佳男配角&最佳新人獎《下半場》

#### ■ 張孝全 | 周可傑 (42Y)

2012 獲台北電影獎 最佳男主角《女朋友。男朋友》

2012 入圍金馬獎 最佳男主角《女朋友。男朋友》

其他電影作品《盛夏光年》《被偷走的那五年》《罪後真相》《念念》

其他劇集作品《孽子》《醉後決定愛上你》《台北女子圖鑑》《罪夢者》《誰是被害者 1&2》

#### ■ 蒲禾菲 | 陳立璇 (22-25Y)

2024 台北電影節 非常新人

短片《如果時間在此刻停下》

MV《Without You》高爾宣

#### ■ 蘇慧倫 | 陳立璇 (42Y)

歌手出道的蘇慧倫以玉女清新形象廣為人知。1993 年第一次參與了電影《只要為你活一天》演出，並且在 2002 年公視人生劇展《童女之舞》中突破演出女同志的角色，而 2003 年公視人生劇展《終身大事》的演出亦入圍了該年度的金鐘獎單元劇女主角。2005 年的《深海》飾演一名憂鬱症患者，入圍亞太影展上最佳女主角。婚後淡出演藝圈多年，2024 年以《誰是被害者 2》薛法醫一角回歸演員身分。

■ 姚淳耀 | 韓其森

2020 獲金鐘獎 最佳男主角《鏡子森林》

2023 入圍金鐘獎 最佳男主角《模仿犯》

其他電影作品《親愛的房客》《一頁台北》《初戀慢半拍》《我的天堂城市》

其他劇集作品《她們創業的那些鳥事》《影后》《我願意》《不良執念清除師》《燦爛時光》

■ 黃迪揚 | 王永貴 (42Y)

2023 獲金鐘獎迷你劇集/電視電影 最佳男配角《看海》

2024 入圍金鐘獎迷你劇集/電視電影 最佳男配角《鹽水大飯店》

其他電影作品《江湖無難事》《鬼才之道》《周處除三害》

其他劇集作品《影后》《逆局》《用九柑仔店》《火神的眼淚》

■ 裴子齊 | 王永貴 (22-25Y)

2024 台北電影節 非常新人

短片《龔困》、《午夜節拍》

■ 謝盈萱 | Terry (42Y)

2018 獲金馬獎、台北電影獎 最佳女主角 《誰先愛上他的》

2022 獲金鐘獎最佳女主角獎《四樓的天堂》

2022 入圍金鐘獎最佳女主角獎《俗女養成記》

其他影劇作品《人選之人—造浪者》《孤味》《魂囚西門》《麻醉風暴》

■ 王渝萱 | Terry (22-25Y)

2021 獲金馬獎、台北電影獎 最佳女配角獎《該死的阿修羅》

2023 入圍台北電影獎 最佳女主角獎《小藍》

2019 入圍金鐘獎 迷你劇集/電視電影 最佳新進演員獎《你的孩子不是你的孩子—孔雀》

其他影劇作品《死了一個女記者之後》《愛愛內含光》《我願意》



## 開拍工作照1-2

開鏡大吉



## 開拍工作照3-4

周可傑欲與女友分手 及 Winnie (林艾璇) 練習潑水



## 開拍工作照5-6

演唱會拍攝現場 三機搖臂及工作人員大合照





## 開拍工作照7-8

居酒屋外 導演與韓森（姚淳耀）和Terry（謝盈萱）走戲



## (十四)台灣公共電視與日本 NHK 合製

### 「神木之森：阿里山森林鐵道紀行」



#### 一、合製過程概述

##### (一) 合作緣起與目標

本紀錄片製作緣起於 2023 年雙方合作的 8K 超高畫質電視工作坊，台灣公共電視與日本 NHK 均希望共同推動 8K 超高畫質拍攝、紀錄台灣風土人情之作品；雙方選定具國際高知名度之阿里山森林鐵道為拍攝核心，企圖將這條台灣高山鐵道與森林之美，以及鐵道沿線人文景觀呈獻給世人，讓世界透過阿里山鐵道認識台灣。

同時本片之拍攝與製作、播出，也促進雙邊影視人才技術交流，台灣－日本關係友好；公視也藉由與 NHK 合作，推動媒體數位轉型與國際接軌。



▲2023 年公視舉辦 8K 影像實務工作訪座談，NHK 的 8K 內容製作中心負責人柴崎壯（Takeshi Shibasaki）介紹自己與臺灣的淵源來自 NHK 拍攝高雄小林村紀錄片

## （二）團隊組成：

本紀錄片台日雙方皆派出經驗豐富的影視團隊：日方 NHK 由曾製作 4K/8K/VR/Dome 內容和南極洲的第一個 4K 直播節目之國際合作首席製作人柴崎壯、導演安藤良美、攝影指導松下猛，以及兩位立體成音師栗野将基、伏見雅子為核心團隊。

台灣公共電視由國際暨策略發展部經理何國華，會同曾與 BBC、HBO ASIA 等國際媒體合作之資深製作人施悅文，以及公視曾拍攝過《軌道傳奇》、《浩克漫遊》等阿里山題材，也獲金鐘獎肯定之攝影、成音、燈光團隊，以及台灣頂尖的 AKfly 空拍團隊共同參與本片製作。

此外，本片亦邀請曾為動畫電影《跳躍吧！時空少女》配樂的知名音樂人、日本作曲家吉田潔負責原創配樂。而公視也邀請到台灣知名國際演員桂綸鎂擔綱本片之中文旁白。





▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》(左起)監製何國華、NHK 製作人柴崎壯、台灣公視製作人施悅文



▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》導演安藤良美





▲（左起）NHK 攝影指導松下猛、現場副導黃春源、攝助陳凱權、攝影師胡登賀在《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》開拍前於公視內部測試 8K 攝影機



▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》導演安藤良美（中）與台灣 AKfly 攝影團隊空拍師何文欽（右）



▲台灣知名國際演員桂綸鎂擔綱本片之中文旁白



▲台灣知名國際演員桂綸鎂擔綱本片之中文旁白

### （三）拍攝過程：

1. 本片使用 8K 超高畫質（一般電視高畫質的 16 倍）可在視覺上呈現更遠，更細膩及層次的

畫面。8K 指螢幕或顯示器解析度。一般高畫質(FULL HD)解析度為 1920x1080 像素，而超高

畫質(UHD 或 Super Hi-Vision)4K 是 3,840 x 2,160 像素，約是 HD 的 4 倍，而 8K 則又提

高到 7,680 x 4,320 像素，約是 4K 的 4 倍，也就是 HD 的 16 倍。除像素外，超高畫質也包

含高動態範圍成像(HDR)，與廣色域(WDR)旗艦級別的技術規格。攝影機拍攝、紀錄，並結合

日本 NHK 聲音團隊開發之 22.2 聲道收音技術捕捉山林、鐵道間的聲音。宛如置身在森林立體

場域中。NHK 團隊帶來大量器材，加上公視的器材，共計 35 大箱，交通和搬運均需大量運力，而 8K 素材檔案總計 61TB，檔案備份也是拍攝過程一大挑戰。

●攝影器材是使用-RED 相機將在三腳架上使用。僅使用 FIX 影像。沒有平移和縮放。

-以廣角和長焦鏡頭等不同視角同時拍攝，以增加拍攝數量。-Z9 相機將用於移動拍攝。

#### **[Equipment List]**

##### **Filming**

Type	Device	Quantity
CAMERA	RED digital cinema V-raptor s35 8K	1
	NIKON Z9 Digital camera	1
PL LENS	Canon CN7X17 KAS S/P1	1
	Canon CN-E30-300mm T2.9	1
	SIGMA Lens HighSpeed PRIME 14mm T1.5	1
	SIGMA Lens HighSpeed PRIME 20mm T1.5	1
	SIGMA Lens HighSpeed PRIME 40mm T1.5	1
	SIGMA Lens HighSpeed PRIME 85mm T1.5	1
	SIGMA Lens 60-600mm F4.5-6.3 DG	1
Nikon F Mount lens	Lens set	1set
TRIPOD	TRIPOD sachtler VIDEO20S1	1
	TRIPOD sachtler VIDEO25	1
CAMERA ACCESSORIES	DJI Ronin(RS3)	1
	ifootage SHARK SLIDER	1
	EASYRIG(selane)	1
	TERIS CarbonCLANE	1
	TILTA Nucleus-M WL focus kit	1

	Cineview SE WL VIDEO Tx	1
	RRI Matte Box MB-25 set(ND Filter set)	1
	Chtosziel Matte Box set(ND Filter set)	1
Battery	BATTERY IDX Imicro-98	20
	BATTERY CHARGER VL-2000S	2
Video ACCESSORIES	Monitor atmos SUMO	1
	MD Ultra Studio 4K mini	1
	Offload SSD samsung T5 2TB	40
	Macbook pro (intel)	1

#### Audio Recording

Type	Device	Quantity
For Interview		
Microphone	Sennheiser MKH-416 (for interview)	2
Recorder	Sounddevices 788T (for interview) (1 for spare)	2
Battery	Battery for 788T	4
Battery Charger	Battery Charger for 788T	1
For Stereophonic recording		
Microphone	DPA4060 (for Train driver's seat)	8
Microphone	DPA5100 (for spare)	1
Microphone	16ch Microphone (Developed by NHK)	1
Microphone	Schoeps WMS Microphone	1
Microphone	ZOOM H2n	1

Recorder	Sounddevices Scorpio	1
Recorder	Sounddevices 788T	1
Recorder	ZOOM F6	1
Accessories	Tripod	5
Accessories	Headphones Sony CD900ST	3
Battery	Battery	9
Battery Charger	Battery Charger	3
Accessories	Audio Accessories Cables	



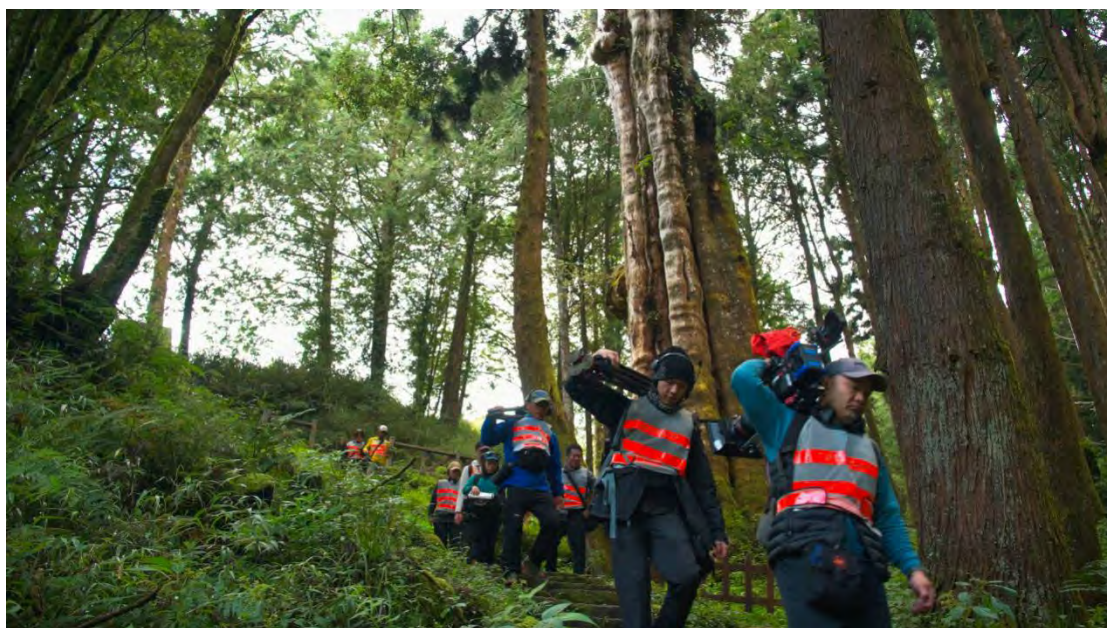
## 2.拍攝內容：

本片主要以「火車」和「鐵道」為主軸，記錄「福森號」、Shay 式蒸汽火車頭、獨立山 8 字型鐵道爬山、水社寮馬蹄形鐵道等。同時走訪奮起湖、水社寮、樟腦寮、阿里山站等特色車站，以及訪問當地居民，展現阿里山的人文風情。

此外，本片亦拍攝阿里山日出、茶園、神木下的婚禮等自然美景與人文活動。團隊克服天候因素，多次追蹤拍攝祝山日出，最終成功捕捉到壯麗景象。



▲為了《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》 NHK 團隊帶來 35 大箱攝影、收音器材預備拍攝



▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》攝製團隊在森林裡搬運機器拍攝



▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》攝影指導松下猛拍攝蒸汽火車頭發車前整備作業





▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》攝製團隊在森林裡拍攝蒸汽火車穿出隧道畫面 下方為空拍攝影機



▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》成音師收錄福森號行經鐵軌的聲音



▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》片中阿里山林業鐵路及文化資產管理處處長黃妙修受訪



▲立體成音師伏見雅子運用 NHK 開發的 22.2 聲道收音在祝山頂上配合攝製團隊拍攝日出收音





▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》攝製團隊在祝山車站拍攝

（四）成果與影響：

- 1.《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》於 2024 年 7 月 4 日在台灣公共電視頻道首播，同時也於 8 月 8 日晚間於公視臺語台播出臺語版。同時也於 TaiwanPlus 頻道與影音平台上架播出英文版紀錄片。
- 2.而公視於 6 月 29 日在兩廳院廣場，邀請到台、日雙方合作團隊，共同舉辦 8K 大型戶外首映會，邀請灣聲樂團和藝術家吳哲宇進行表演，有超過 2 千多位民眾現場參與觀影、搶先看。
- 3.該片不僅是一部紀錄片，更是一個跨越國界的合作典範，為台日文化交流搭建了橋樑。製作團隊希望未來能繼續製作更多高品質的 8K 節目，保存台灣重要的文化資產。



▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》公視邀請國際合製團隊於兩廳院廣場進行首映，現場有超過 2 千多位觀眾參與

二、收視率與網路表現

(一) 公視頻道

本片於 2024 年 7 月 4 日於公視頻道首播，平均收視率達 0.36，成為當日頻道播出收視最高節目；翌日中午 1 點重播，平均收視率達 0.21。均有水準表現。

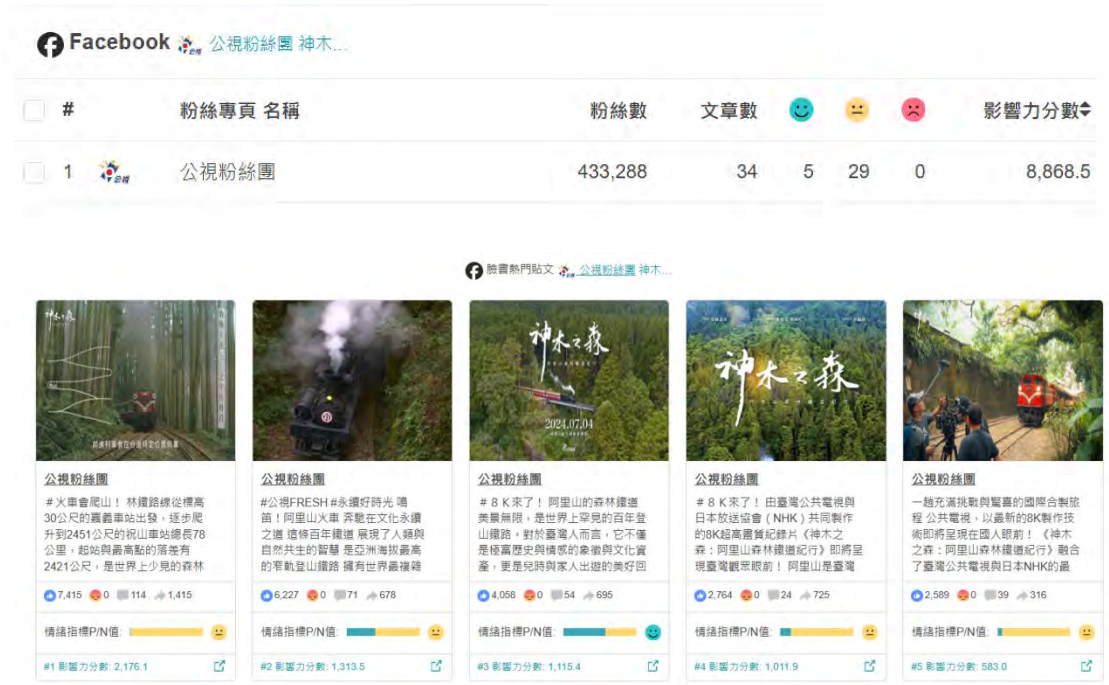
(二) 公視臺語台

公視臺語台 8 月 8 日頻道首播台語版，收視率達 0.4；翌日下午 4 時重播，收視率為 0.07。

(三) 數位平台

1.公視粉絲團

本片上映前後，於公視官方臉書「公視粉絲團」上傳各類精華影音，獲致觀眾好評與高度關注。





公視粉絲團

#今晚9點 公共電視《神木之森》：阿里山森林鐵道紀行》629集啟，看著林鐵蒸汽火車從隧道開出時，那種感動是不可言喻的；桂綸鎂的聲音溫暖地陪伴，吉田潔的配樂，

1,646 0 78 206

情誼指標P/N值

#6 影響力分數：381.5

公視粉絲團

#百年蒸氣火車！世界公認為最會爬坡的SHAY式蒸汽火車頭，經過阿里山林鐵及文宣管理處內部專業職人精心修護，為已達百壽的蒸汽火車延年，讓它還能很勇健

1,209 0 13 217

情誼指標P/N值

#7 影響力分數：341.4

公視粉絲團

#神木之森 #一起來看阿里山！倒數12小時台灣電視播，《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》一場視聽盛宴即將登場，欣賞阿里山的壯麗景觀與森林鐵道文化的同

581 0 355 192

情誼指標P/N值

#8 影響力分數：286.1

公視粉絲團

#8 K來了！由臺灣公共電視與日本放送協會（NHK）共同製作的8K超高畫質紀錄片《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》即將呈現臺灣觀眾眼前。阿里山是臺灣最

997 0 10 179

情誼指標P/N值

#9 影響力分數：261.2

公視粉絲團

#神木之森幕後 #導演篇 日籍導演安藤良美希望營造出「真正想去阿里山看看」的感受，影像製作、導演經驗豐富的她從事大量的海外拍攝工作，擅長科普與科學節

1,075 0 15 157

情誼指標P/N值

#10 影響力分數：268.3

公視粉絲團

#絕美阿里山！日出、神木、壯麗山景，自然景觀的奇蹟、百年森林鐵道，看見特色車站、探訪人文聚落，一部時間協力高品質人文旅遊紀錄片，一趟充滿挑戰與驚喜

1,292 0 8 69

情誼指標P/N值

#11 影響力分數：200.7

公視粉絲團

#見證一部講述我們美麗島嶼故事，用著最高攝影規格8K拍攝的作品《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》誕生。公視製作人施悅文「為什麼台灣需要去學習8K？我

813 0 23 114

情誼指標P/N值

#12 影響力分數：199.3

公視粉絲團

#神木之森幕後 #攝影篇 攝影指導松下達來自NHK，擁有豐富的國際節目製作經驗，擔任公視金獎攝影團隊，再加上台灣頂尖的AKiTy空拍團隊；台日緊密合作，

656 0 12 61

情誼指標P/N值

#13 影響力分數：128.7

公視粉絲團

#神木之森首映！公視開台26周年，於昨（6/29）晚在兩廳院廣場舉辦與日本NHK合製8K超高畫質紀錄片《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》特映會，現場有超過2千

687 0 10 34

情誼指標P/N值

#14 影響力分數：104.9

公視粉絲團

#神木之森 #線上直播搶先看《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》特映會 | 公共電視 x NHK 2024年是公視開播屆滿26周年，為了感謝支持、陪伴公視共同成長

445 0 24 37

情誼指標P/N值

#15 影響力分數：84.6

公視粉絲團

#神木之森的音樂 神木之森配樂吉田 潔（Kiyoshi Yoshida），日本作曲家、編曲家與音樂製作人，動畫電影《跳躍吧！時空少女》、《大魚海棠》作曲。電視動畫《創

205 0 4 45

情誼指標P/N值

#16 影響力分數：57.4

公視粉絲團

#神木之森幕後 #成音篇 立體成音樂野村基與NHK的收音師們開發出彷彿是串狀般向外輻射的麥克風，他開快見雅子擔任公視的成音團隊，將阿里山林鐵車廂裡、軌道

343 0 2 31

情誼指標P/N值

#17 影響力分數：65.7

公視粉絲團

#每個人到阿里山的理由都不一樣「你來過阿里山嗎？是不是有朋友這樣問過你，在雲與霧之間搭乘火車的经验，是一輩子都忘不掉的回憶。」這是早期介紹阿里山鐵道影

140 0 0 36

情誼指標P/N值

#18 影響力分數：50.5

公視粉絲團

#他們是蒸氣修復小組！阿里山林鐵即將在2024年7月全線通車，我回會參與修復蒸氣Shay-21百年蒸汽火車的過程，從僅有一般常識上的理解開始，與團隊一

157 0 2 18

情誼指標P/N值

#19 影響力分數：34.3

公視粉絲團

公視粉絲團 updated their cover photo: #阿里山的森林鐵道美景無限，這是世界上聞名的百年登山鐵道，對於臺灣人而言，它不僅是極高歷史與情感的象徵與文化寶

162 0 2 9

情誼指標P/N值

#20 影響力分數：25.6

公視粉絲團

#神木之森 歷經15年修復的阿里山林鐵將於7月1日全線通車，成為台灣觀光產業及地方大事，日本放送協會（NHK）為此接受公共電視邀請，跨國合製8K

86 0 0 7

情誼指標P/N值

#23 影響力分數：15.7

公視粉絲團

#從鐵道迷變成森林人 火車重回阿里山不僅是國人的期待，更是林業人的成就，2024年四月參與首次嘉義至阿里山的試車時，列車行駛近四個鐘頭終於抵達阿里山的那

83 0 0 3

情誼指標P/N值

#24 影響力分數：11.3

公視粉絲團

#林業人的驕傲 阿里山林鐵道是世界知名的百年登山鐵路，建於日治時期，至今已超過百年歷史，它不僅是重要的交通運輸工具，也是台灣珍貴的文化資產，公

81 0 0 3

情誼指標P/N值

#25 影響力分數：11.1

公視粉絲團

#神木之森 阿里山林鐵道誕生於1912年，主線不過短距72公里，從平地爬升到海拔2274公尺，沿途歷經熱、暖、溫三個林帶，沿途風景美不勝收，享譽國

116 0 0 11

情誼指標P/N值

#21 影響力分數：23.1

公視粉絲團

#神木之森 日治時期規劃興建的阿里山林鐵道1912年開通營運，至今有112年歷史，功能也從運送林木轉為文化觀光，2009年，莫拉克風災造成林鐵本線崩

112 0 0 10

情誼指標P/N值

#22 影響力分數：21.5





## ▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》於公視粉絲團上之貼文表現

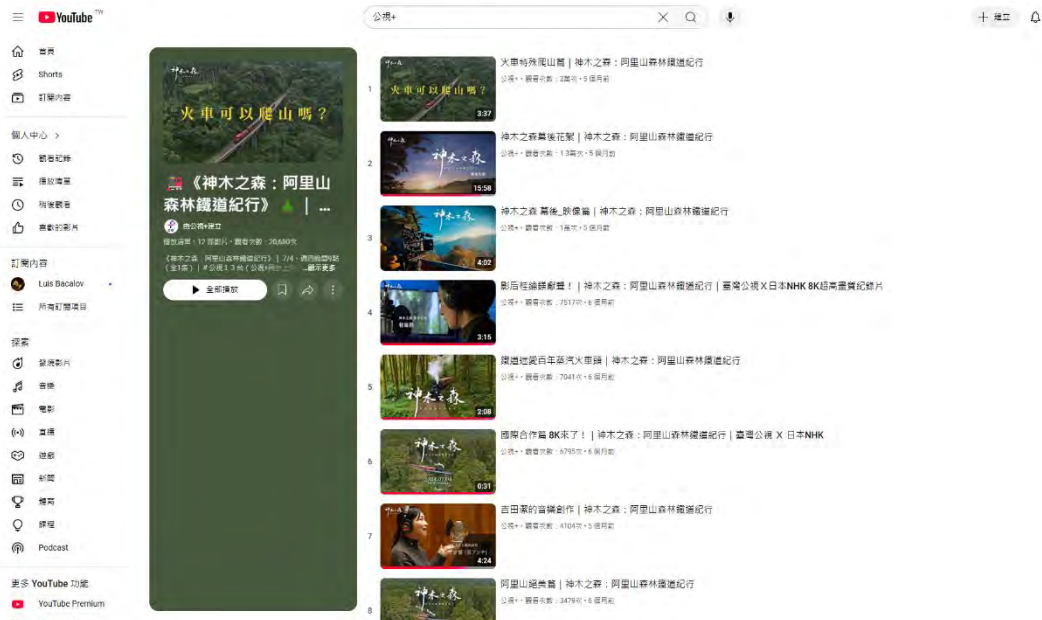
### 2.YouTube 頻道：

本片於 6 月 29 日兩廳院廣場首映活動時，同步於公視網路直播頻道進行活動定版限時觀看，當日累計次數達 5,740，直播期間同時觀看人數峰值達 754 同時上線觀看，最終累計觀看時間 973.3 小時。

本片也於紀錄片播映前後，於 YouTube「公視+」頻道上架短影音，以達行銷推廣效益，共計上傳 12 支影音短片，累計約 81829 次觀看數

	短影音名稱	累 計 觀 看次數
1	火車特殊爬山篇   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	2 萬次
2	神木之森幕後花絮   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	1.3 萬次

3	神木之森 幕後_映像篇   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	1 萬次
4	影后桂綸鎂獻聲！   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	7516 次
5	鐵道迷愛百年蒸汽火車頭   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	7035 次
6	國際合作篇 8K 來了！   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	6791 次
7	吉田潔的音樂創作   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	4101 次
8	阿里山絕美篇   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	3477 次
9	神木之森幕後_成音篇   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	3117 次
10	林鐵人的臉孔   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	2463 次
11	神木之森幕後_導演篇   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	2448 次
12	神木之森幕後_攝影篇   神木之森：阿里山森林鐵道紀行	1881 次
總計約 81829 次 (統計至 2024.12.16，來源：YouTube「公視+」頻道)		





### 3.公視+影音平台



《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》於 2024 年 7 月隨電視首播上架，觀看分鐘數計 109,248 分鐘，累計觀看次數 8,665 次。成為 7 月份公視+平台最高觀看分鐘數之紀錄片。

## 公視+第三季紀錄片

前五影片數據分析





### 三、特映會活動

#### （一）兩廳院戶外特映

本片播出時間恰為公視開播屆滿 26 週年，為了感謝支持、陪伴公視共同成長的觀眾們，特別於 2024 年 6 月 29 日當天在台北國家兩廳院藝文廣場，舉辦《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》大型戶外首映會，讓觀眾們在夏夜的星空下一同體驗視覺與聽覺的饗宴。

現場除搭設 8K 戶外大型螢幕播放 8K 超高畫質的紀錄片，表演節目邀請了以臺灣音樂文化為價值、由傳藝金曲獎得主李哲藝帶領「灣聲樂團」及新生代跨領域新媒體生成藝術家吳哲宇，以台灣及阿里山意象為創作素材，跨界合作共同演繹帶來精彩的表演節目。



▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》首映，金曲獎得主李哲藝與「灣聲樂團」會同新生代跨領域新媒體生成藝術家吳哲宇，以台灣及阿里山意象為創作素材，跨界合作共同演繹帶來精彩的表演節目

特映會中，公廣集團董事長胡元輝、農業部政次長胡忠一、林業署長林華慶，立委林月琴、張雅琳、監委葉大華，以及日本台灣交流協會台北事務所副代表岡島洋之、NHK 文化內容策進總長田中良憲，公視製作人施悅文、NHK 製作人柴

崎壯先生、導演安藤良美與製作團隊都到場參與。而聲寶公司總經理許經朝、玉山銀行資深經理蕭啟偉以及臺灣電影導演楊力州、劉建偉，製作人湯昇榮等人都出席、支持紀錄片特映。當天活動累計超過 2000 位熱情觀眾參與。



▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》首映國際合製團隊上台接受觀眾致意





▲特映會中，公廣集團董事長胡元輝（中）、以及日本 NHK 文化內容策進總長田中良憲、農業部政次長胡忠一、林業署長林華慶，以及阿里山林鐵處處長黃妙修等人合影



▲特映會中，公廣集團董事長胡元輝（中）、農業部政次長胡忠一、林業署長林華慶，以及日本 NHK 文化內容策進總長田中良憲等人合影

## （二）嘉義林鐵處特映

為迎接期盼多年林鐵全線通車的來臨，阿里山林業鐵路及文化資產管理處於全線通車前夕，特別於 113 年 7 月 1 日、2 日晚上 7 時，於嘉義市文化中心音樂廳邀請台灣公視與日本 NHK 國際聯合製作團隊，包括本片製作人柴崎壯（Takeshi Shibasaki）、施悅文、導演安藤良美，進行《神木之森：台灣阿里山森林鐵道紀行》紀錄片嘉義特映，並邀舊打狗驛故事館館長古庭維、知名導演麥覺明，進行映後座談活動。兩場活動也有近 1100 位嘉義地區對鐵道、森林等文化感興趣的觀眾參與。



▲為迎接林鐵恢復全線通車，《神木之森：台灣阿里山森林鐵道紀行》紀錄片於嘉義特映



▲《神木之森：台灣阿里山森林鐵道紀行》紀錄片團隊於嘉義特映，現場與民眾QA 互動





▲《神木之森：台灣阿里山森林鐵道紀行》紀錄片團隊於嘉義特映與嘉義市長黃敏惠合影



▲《神木之森：台灣阿里山森林鐵道紀行》紀錄片嘉義特映獲得當地觀眾熱情支持

#### 4. 發行銷售





▲行銷團隊洽談多樣商品品牌合作，進行整合行銷。

本片播映時，行銷推廣團隊特別洽談多樣商品，進行整合行銷，以增加節目推廣效益，並藉紀錄片魅力吸引觀眾洽購，商品開發包括《神木之森》紀念數字油畫、神木之森×林園製茶 聯名阿里山瑤華金萱茶葉禮盒與蜜香紅茶茶葉禮盒、神木之森 × 檜山坊 聯名檜木球精油禮盒等。

此外，本片同時也授權華航、星宇及香港 Now True 紀錄片 OTT 平台。

產品名稱	視聽產品	版權收入
《神木之森》紀念數字油畫	8,604	
神木之森 × 林園製茶 聯名阿里山瑤華金萱茶葉禮盒	3,450	
神木之森 × 林園製茶 聯名阿里山蜜香紅茶茶葉禮盒	3,450	
神木之森 × 檜山坊 聯名檜木球精油禮盒	4,320	
神木之森-阿里山森林鐵道紀行		80,000
合計（含稅）	19,824	80,000

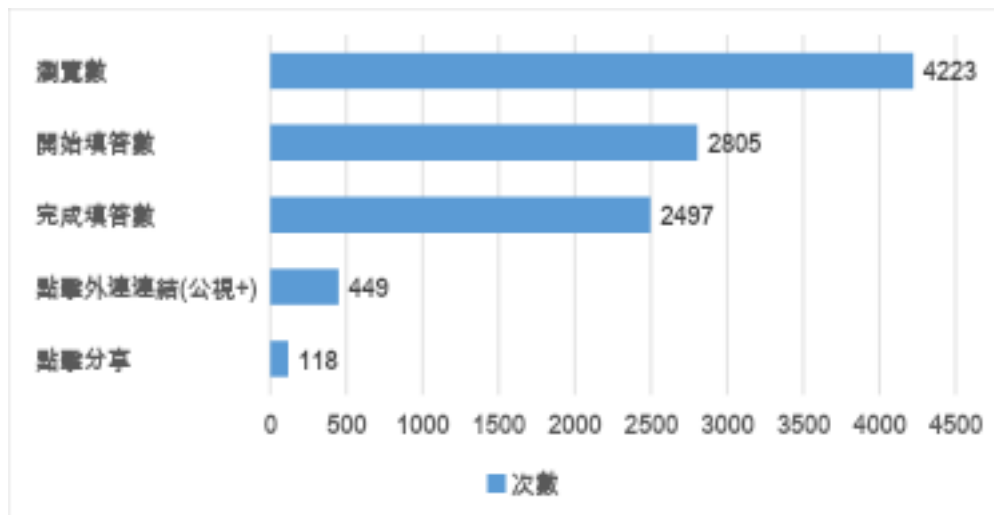
統計截止日：2024/12/12

## 五、多元應用：

為吸引更多年輕觀眾關注，也讓節目獲得更多元的開發應用，節目製作團隊同步開發公共電視首個自製心理測驗互動遊戲，搭配 8K 紀錄片《神木之森》推出，帶來優秀的導流成果。「《神木之森》心理測驗」，運用「何倫碼」的六型人格，推薦六種森林風景給所有玩家，創造有趣、新奇的紀錄片體驗。

### （一）心理測驗簡介

「小精靈發給你神秘的森林邀請……穿上舒適的衣服和鞋子，一起進入森林吧！」  
數據轉換率：超過 4,000 次曝光瀏覽，帶來近 2,500 次填答，449 次公視+導流。



平均答題時間：2 分 26 秒。完成率：89.02%

#### 測驗結果

測驗結果	何倫碼類型	人數	你的專屬風景	別人眼中的你
正午時的茶園	<b>Realistic</b> 實用型	326	陽光從天空灑下，照耀在嫩綠的茶葉上。茶園一角，你一邊欣賞美景，一邊品嚐冰鎮過後的高山青茶。	行動能力很強的你，喜歡實際解決問題的過程。你習慣直接動手操作，如果某件事自己來好像比較快，就不會假手他人。
綠意盎然的神怡流瀑	<b>Investigative</b> 研究型	887	陽光穿過樹蔭，溪水撞擊岩石，四濺的水花展出一道絢麗的彩虹。你坐在石階上，聆聽流水悠揚，享受這份寧靜和美好。	你喜歡思考的過程，喜歡透過問題來探究事物的本質。超過常人的觀察力，讓你能夠透過邏輯推論，尋找下一步的行動方案。
日出時的雲海	<b>Artistic</b> 藝術型	639	第一縷日光穿透雲層，原本銀白色的雲逐漸染上耀眼的金色、橙色和粉紅色。身處在這樣的美景中，你心中有一種無法形容的悸動。	你追求美感與平衡，擁有豐富的想像力和敏銳的感受力。你與生俱來的魔幻創造力，讓你習慣跳脫框架思考，不喜歡循規蹈矩。
山谷間的吊橋	<b>Social</b> 社交型	143	你腳下的吊橋，橫越翻騰的溪流，狂風吹過時隨之搖晃。你一邊害怕，一邊享受這種刺激感，保有與大自然和諧共生的敬畏之心。	你善於與人相處，喜歡與團隊一起挑戰不可能的任務，並為此燃燒自己。你溫暖的性格，讓你成為大家低落時第一個想到的朋友。



月光下的神木	Enterprising 企業型	146	夜幕降臨，皎潔的月光穿透樹葉的縫隙，映照在古老的神木上。冰涼的空氣中，你感到心靈寧靜，忘卻世俗的煩惱。	你熱愛冒險，能夠迅速判斷情勢，做出精準的洞察與判斷。同時你也願意承擔風險，展現出強烈的企業家精神。
清晨的車站	Conventional 規律型	356	清晨的陽光照在車站月台，有人匆匆走過，有人準備踏上新的旅途。遠處飄來咖啡的香味，你在月台上散步，享受早晨的美好時光。	你注重所有細節，清楚的架構與前人的經驗，都讓你感到安心。面對挑戰，你仍能冷靜地建立流程，並按照規劃執行，穩定地往下一步前進。

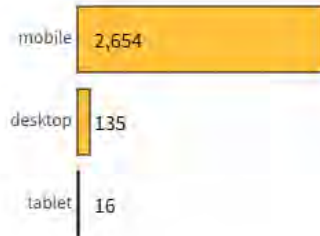
### 流量來源與分析

來源	說明																										
<p><b>流量</b></p> <p>觀察流量來源，再比較各自的轉換率就可以優化測驗的投放資源配置</p> <p>裝置流量                      渠道流量</p> <table border="1"> <caption>裝置流量 (Device Traffic)</caption> <thead> <tr> <th>裝置</th> <th>流量</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>mobile</td> <td>2,654</td> </tr> <tr> <td>desktop</td> <td>135</td> </tr> <tr> <td>tablet</td> <td>16</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <caption>渠道流量 (Channel Traffic)</caption> <thead> <tr> <th>渠道</th> <th>流量</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>IG</td> <td>1,128</td> </tr> <tr> <td>FB</td> <td>455</td> </tr> <tr> <td>Line</td> <td>160</td> </tr> <tr> <td>629現場</td> <td>154</td> </tr> <tr> <td>其他轉傳管道</td> <td>111</td> </tr> <tr> <td>KOC-嚴0</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>KOC-若筑</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>KOC-Lyn</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>	裝置	流量	mobile	2,654	desktop	135	tablet	16	渠道	流量	IG	1,128	FB	455	Line	160	629現場	154	其他轉傳管道	111	KOC-嚴0	16	KOC-若筑	12	KOC-Lyn	2	<p>此心理測驗無論版面、選項與美術設計，皆以直式行動裝置（手機、平板）為主要目標對象。其中以裝置流量來源進行分析，超過 <b>94.6%</b> 來自行動裝置，符合設計目標。</p>
裝置	流量																										
mobile	2,654																										
desktop	135																										
tablet	16																										
渠道	流量																										
IG	1,128																										
FB	455																										
Line	160																										
629現場	154																										
其他轉傳管道	111																										
KOC-嚴0	16																										
KOC-若筑	12																										
KOC-Lyn	2																										
各管道流量 共 2,038 次	以管道而言，由公視+或用戶端 IG 分享的數據表現																										

## 流量

觀察流量來源，再比較各自的轉換率就可以優化測驗的投放資源配置

裝置流量



渠道流量



最佳 (55.3%)，FB 居次 (22.3%)。其中 6/29 公視台慶現場亦有超過 150 次填答 (7.5%)，顯示現場帶動效果。

值得注意的是，因應現代社群操作潮流，此次亦與 3 位 IG 粉絲數在 1000-2000 之間的年輕 KOC 合作，其中 1 位無償，2 位提供數字油畫作為互惠項目，帶來 30 次陌生填答 (1.4%)，未來可考慮擴大此面向之操作，可觸及原先紀錄片或是公視沒有觸及到的群眾。

## 六、獲獎與成績

由台灣公共電視與日本 NHK 共同製作的 8K 紀錄片《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》，由金馬影后桂綸鎂配音，日本作曲大師吉田潔操刀音樂；透過 8K 超高畫質拍攝，並結合了 22.2 聲道收音技術，細膩呈現阿里山森林鐵道的百年風華，以及沿線的壯麗山景。讓觀眾探索鐵道歷史文化與自然生態，更記錄沿線居民與林鐵深厚的情感。

紀錄片在台灣播出後廣受好評，並於 2024 年 11 月 13 日宣布榮獲由好萊塢各大片廠共同成立的先進影像協會日本分會（Advanced Imaging Society Japan Committee，AIS-J）頒發的 2024 盧米埃爾獎（Lumiere Japan Awards）8K 部門優秀作品獎。當天活動由 NHK 製作人柴崎壯與施悅文共同上台領獎。

AIS 盧米埃爾獎以表彰娛樂藝術和科技結合的傑出作品而聞名。此次《神木之森》能從眾多作品中脫穎而出，不僅是對台灣與日本團隊在 8K 超高畫質影像製作技術上的肯定，更彰顯了台日合作在文化交流上的豐碩成果。



▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》紀錄片獲頒 2024 盧米埃爾獎（Lumiere Japan Awards）8K 部門優秀作品獎，由 NHK 製作人柴崎壯（前排右二）與施悅文（前排左二）共同上台領獎。





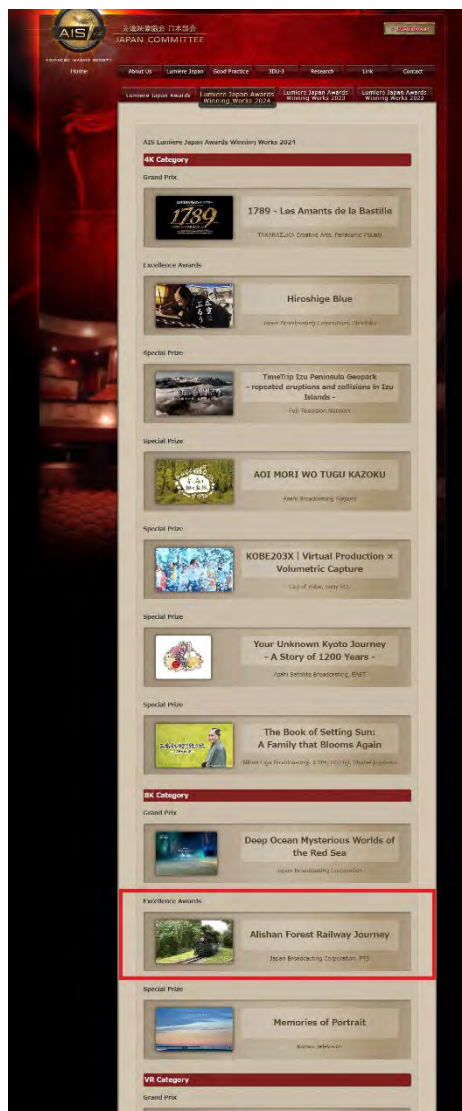
▲ 《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》紀錄片獲頒 2024 盧米埃爾獎（Lumiere Japan Awards）8K 部門優秀作品獎，國際團隊在頒獎典禮現場合影。



▲ 《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》紀錄片獲頒 2024 盧米埃爾獎（Lumiere



Japan Awards) 8K 部門優秀作品獎，由 NHK 製作人柴崎壯（前排右二）與施悅文（前排左二）共同上台領獎。



AIS 盧米埃爾獎係由好萊塢各大片廠、科技公司共同成立的先進影像協會（Advanced Imaging Society）所頒發，旨在表彰運用媒體影音高科技，結合創意藝術表現的作品。

## 七、結語

《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》是由台灣公共電視和日本 NHK 共同推出的 8K 超高畫質紀錄片上乘之作，記錄了阿里山森林鐵道的美景和人文風情。台日雙方團隊在製作過程中克服了各種挑戰，最終呈現出一部高品質的紀錄片，展現了台日合作的成果，也為台灣公視的數位轉型和國際合作開啟了新的里程碑。



▲《神木之森：阿里山森林鐵道紀行》國際合製團隊合影



COPRODUCTION

France TV

ZDF Studios GmbH

NHK

PTS

# 探月再啟航：太空旅程

## DESTINATION MOON

人類再次瞄準月球，展開新世紀的太空征途

《探月再啟航：太空旅程》是一部由法德日台瑞美等多國公視共同合製的大型紀錄片，以NASA「阿蒂蜜絲計畫」為核心，聚焦新時代國際太空合作與人類探索宇宙的願景。節目集結France TV、ZED、NHK、PTS 等世界公媒共同投入，透過戲劇重演、實景拍攝與高規格CGI動畫，呈現現代太空任務的挑戰與夢想。此專案不僅涵蓋NASA的技術與任務，也特別納入台灣太空科學的發展與在地故事。紀錄片並計畫延伸製作台灣特輯、Dome版與VR沉浸體驗版本，期盼以5G科技支援創新影像應用，擴展全民太空教育，啟發年輕世代投入國際航太行列。



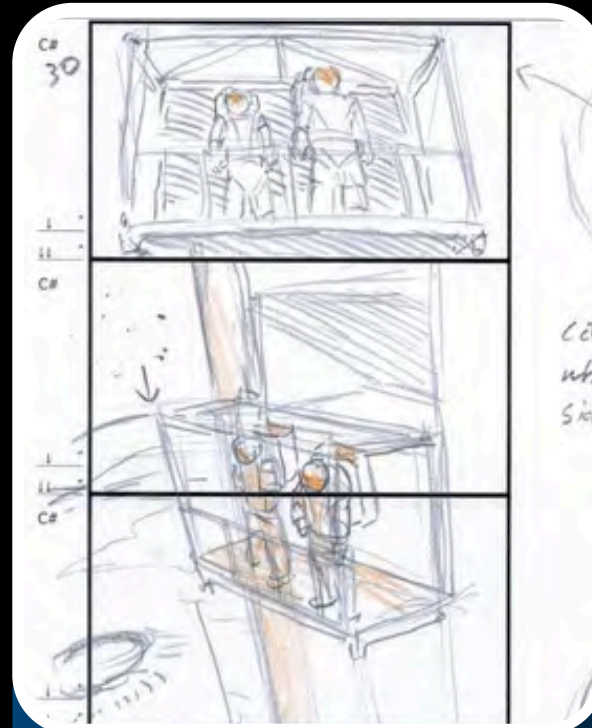
# 探月計畫三大版本：紀錄片 × Dome × VR

國際紀錄片版本  
Docu (Destination Moon)



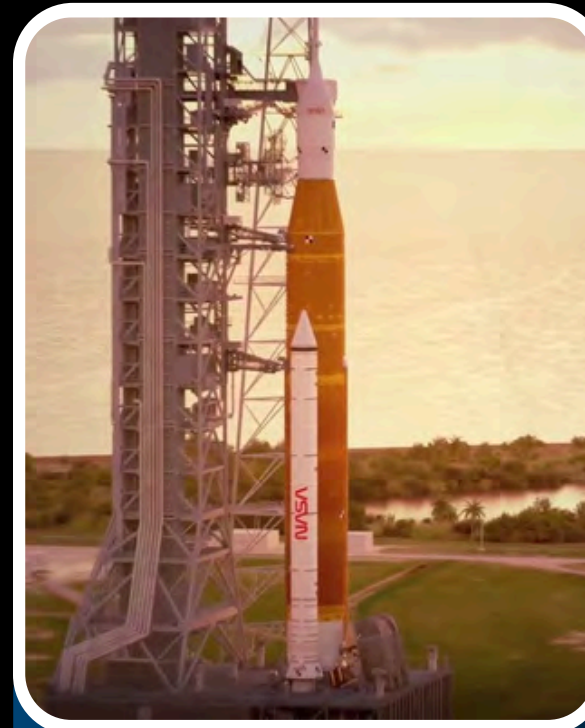
- 60分鐘 × 2集，4K高規格
- 戲劇重演 + 實景拍攝 + 訪談 + 3D動畫
- 以NASA「阿蒂蜜絲計畫」為主軸，描繪全球如何攜手重返月球
- 合製：France TV, NHK, ZED, PTS, ZDF, SVT...

Dome版本  
MoonRise



- 40分鐘環形巨幕影片 (Dome Planetarium)
- 穩定鏡頭 + 宇宙特效，搭配大銀幕沉浸式展演
- 將台灣火箭科技與宇宙觀融入大型放映劇場
- 與日本D&D Pictures 製作，與科教館及天文館放映合作

VR版本  
Once on a Blue Moon



- 25分鐘沉浸式動畫體驗
- 純CG建構360度頭戴式場景，體驗登月歷程與情感轉折
- 以女性視角打造故事主軸，結合科學現實與感性敘事
- 與HTC洽談發行事宜，推動5G+VR應用於科普與文化，

DESTINATION  
MOON



# 國際協作 × 前製

## ■ 2024年12月 | 法方導演來台勘景

↳ Laurent Lichtenstein 導演來台，進行前期勘景與內容確認，走訪中央大學生醫系／太空科學系、國原院輻射實驗室，與「台灣太空世代 (TSG)」青年代表互動，除此之外也參訪Tensor Tech、國家太空中心(TASA)等機構，了解台灣太空發展脈絡。



# 執行過程

FRANCE TV

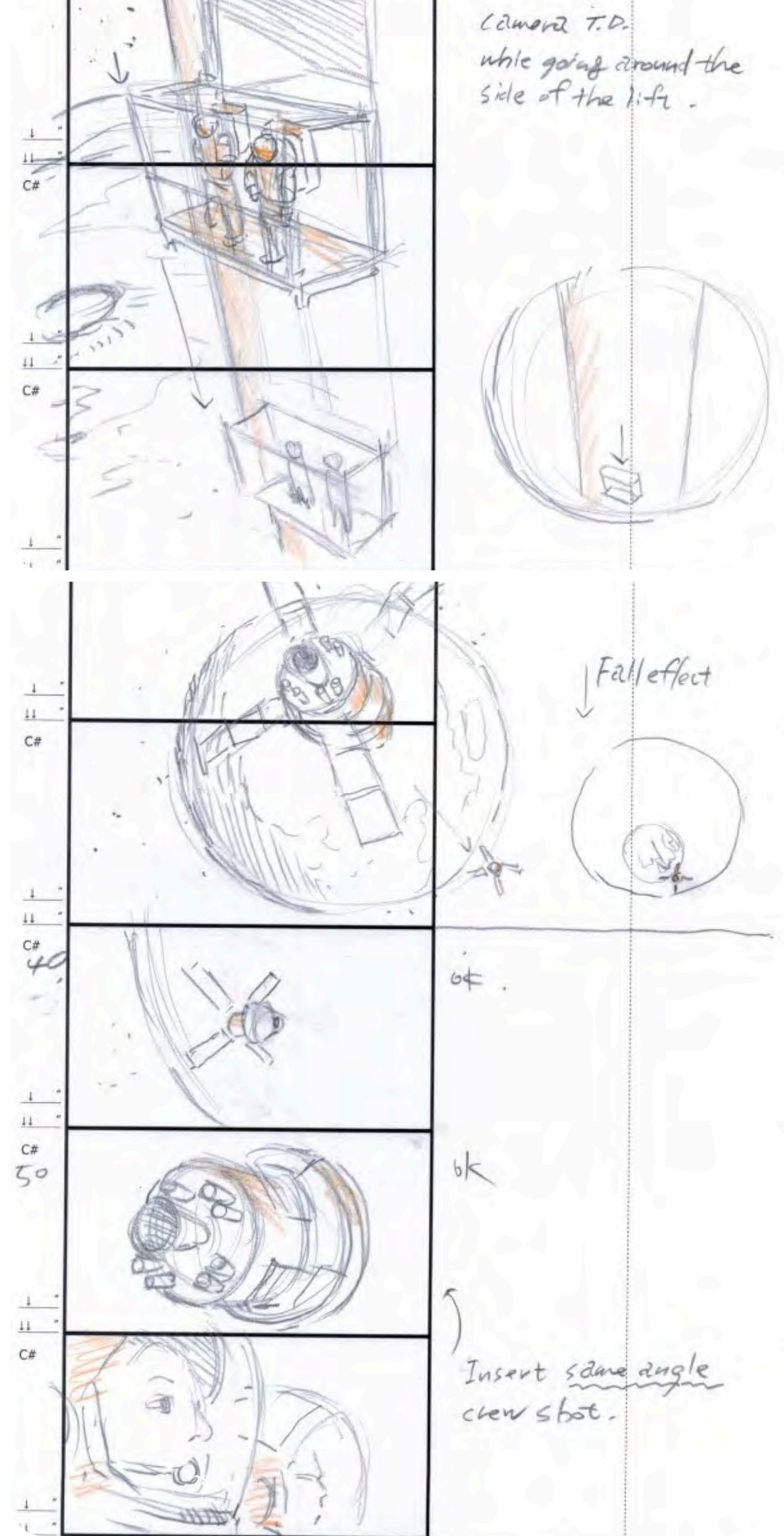
Learn More →



# 國際協作 × 前製

## ■ 2025年7月 | Dome 分鏡草圖初步確認

- ↳ 日本動畫製作師提供Dome動畫構圖草圖
- ↳ 建立初步動畫腳本節奏與鏡位視角安排，確認後續沉浸版本方向，與D&D Pictures洽談後續配音與發行計畫，合約擬訂中。



# 執行過程

D&D PICTURE

Learn More →



# 科研現場 × 太空新世代

## 國家太空中心

參訪台灣火箭酬載發展與輻射酬載任務，呈現航太科技研發實況



## 台灣太空世代

中央大學師生熱情參與，展現台灣太空新世代風采



## 國家原子能研究院

追蹤太空輻射實驗過程，揭示台灣在深太空環境模擬上的科研實力



## 市景

Laurent 導演於台北街頭試拍城市氛圍素材 (B-roll)



本節聚焦台灣太空新世代的參與與科研成果，涵蓋生醫研究、輻射模擬與火箭任務等真實歷程。



COPRODUCTION

France TV

ZDF Studios GmbH

NHK

PTS

# 5G應用與高科技內容亮點

## ● 1. 多版本內容設計，強化沉浸體驗

紀錄片首度延伸出 VR 與 Dome 版本，融合全景動畫與虛擬實境，打造更具未來感的觀影方式。

## ● 2. 高解析畫面處理，挑戰素材傳輸

Dome 與 VR 需製作 8K、360 度高解析影像，即便目前以硬碟傳輸為主，也展現未來 5G 在大型資料傳輸上的應用空間。

## ● 3. 多版本剪接與國際協作

國際版、台灣特輯、VR、Dome 各版本需同步協作，跨國分工、版本管理與多語剪輯，為未來大型國際製作累積實戰經驗。



OUTER SPACE



# 結語

France TV

ZDF Studios GmbH

NHK

PTS

## 台灣首次參與國際太空紀錄合作， 踏出5G內容創新第一步

### ■ 跨越語言與地域，與國際共製太空影像

這是台灣首次與法國FRANCE TV、ZED、日本NHK、德國ZDF等媒體攜手拍攝大型太空紀錄片，並從國際版延伸出VR、Dome、台灣特輯等多版本製作。

### ■ 融合科技與人文，打造未來內容原型

結合高畫質影像、8K動畫與全景沉浸技術，為未來科普教育與跨國共製建立實例基礎。

### ■ 內容即外交，影像即國力

透過5G應用與高科技製作挑戰，台灣在太空科學與影視共製的角色逐漸被世界看見。

「未來將持續深耕太空教育、跨國紀錄片與新媒體內容製作。」

[Learn More](#)





COPRODUCTION

NHK OBIHIRO

PTS

# 台灣特輯：《台灣太空啟航》

## TAIWAN: FLY TO SPACE

台日 PTS × NHK 國際合製 聚焦台灣太空產業與年輕科研世代

《台灣太空啟航》（暫名）是台日公共電視攜手推出的 60 分鐘 4K 紀錄片，作為《探月再啟航：太空旅程》的延伸篇，聚焦台灣在全球新太空時代的角色。影片串連中央大學太空與生醫團隊、國家太空中心（TASA）、台灣民間火箭公司 TiSPACE、jtSPACE、日本 iSPACE 及北海道 HOSPO 宇宙港實地發射等關鍵現場，記錄年輕科研世代如何把創新思維落實於衛星、火箭與太空醫學。透過多機實景拍攝、高解析 CGI 與跨國合作製作流程，本片展現台灣從科研到產業的整合能力，並為未來 VR、Dome 等沉浸式版本奠定素材基礎，旨在啟發全民太空素養、連結國際太空社群，讓「航向太空」成為下一個世代的共同願景。



# 台灣特輯版

## 《台灣太空啟航》

- 類型：60分鐘台灣觀眾專屬版本
- 特點：延伸國際版精神，聚焦本土太空科技成就
- 內容：記錄台灣參與國際太空合作，包括中央大學太空系、生醫系、國原院、國家太空中心(TASA)、晉陞太空(TiSPACE、jtSPACE)、ispace
- 拍攝地點：台北、新竹、桃園、屏東、北海道札幌、帶廣
- 現階段拍攝中

FLY TO SPACE  
FLY TO SPACE





# 台灣版前製內容

NHK OBIHIRO

PTS



中央大學生醫系學生操作實驗

台灣未來世代在生醫領域的研發潛能，為登月計畫中長時間太空任務的人體健康保障奠基。



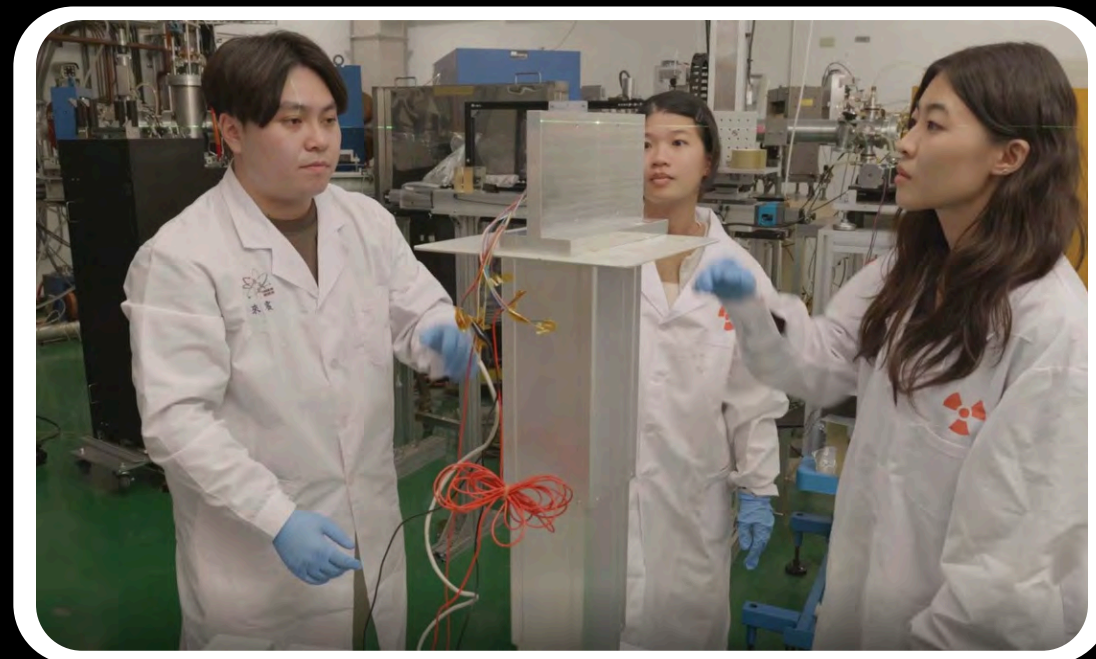
中央大學太空系學生在國原院操作實驗儀器

他們是台灣最具潛力的一群年輕人，正在參與實際任務的前期測試與訓練。



中央大學太空系 張起維 特聘教授 & 研究生 Monday

張教授長期投身太空探測與衛星計畫，是國際版與台灣特輯的關鍵敘事人物，象徵台灣太空實力的代表。





# 國際協作 × 預訪

## ■ 2024年11月 | 台灣製作勞務採購啟動

↳ 先決影像完成評選 → 行政部進入議價簽約，  
後續結合台日成案

## ■ 2024年11月 | NHK簽約 + 合製啟動

↳ 柴崎壯製作人、NHK帶廣松岡準志局長來  
台洽談完成合約簽署，台日同步發布新聞稿

## ■ 2024年11月 | 專案成案呈核

↳ 《台灣太空啟航》正式納入5G計畫並核定預算



NHK OBIHIRO

# 執行過程

Learn More →



# 國際協作 × 預訪

## 2024年12月 | 國際太空年會預訪專家

↳ 完成田調，預訪 AFRL 國際事務總監、東大中須賀真一以及中央大學張起維教授、許藝瓊教授等專家；並為後續拍攝申請場地與採訪權限

## 2025年1月 | SPACE X 酬載發射行政協調

↳ 張起維教授帶領學生周宜萱 (MONDAY) 赴美觀禮並授權 Vlog 拍攝

## 2025年2月 | 確定台灣人物線

↳ 與張皓然導演鎖定主角群並敲定拍攝腳本



NHK OBIHIRO

# 執行過程

Learn More →



# 國際協作 × 預訪

## ■ 2025年3月 | Dimension 勞務採購洽談

↳ 與安藤良美導演團隊談定近距離火箭拍攝委託，並於4月確認拍攝需求，完成勞務採購

## ■ 2025年4月中-5月 | 北海道勘景與素材驗收

↳ 4/20 完成勘景；4/30 檢對運送素材  
↳ 確認發射場動線與機位；台灣團隊 4月中起補拍火箭運送與輻射儀實驗



NHK OBIHIRO

# 執行過程

Learn More →

# 國際協作 × 預訪

## ■ 2025年4－6月 | Hakuto-R Mission 2 追蹤

↳ 5月初入月軌，6/6預定登月；中央大學師生與安藤導演團隊赴iSpace 直播現場

## ■ 2025年6月底－7月初 | 北海道HOSPO火箭實拍

↳ 多機位紀錄發射，全程驗收並與NHK 帶廣支局交換素材



NHK OBIHIRO



# 執行過程



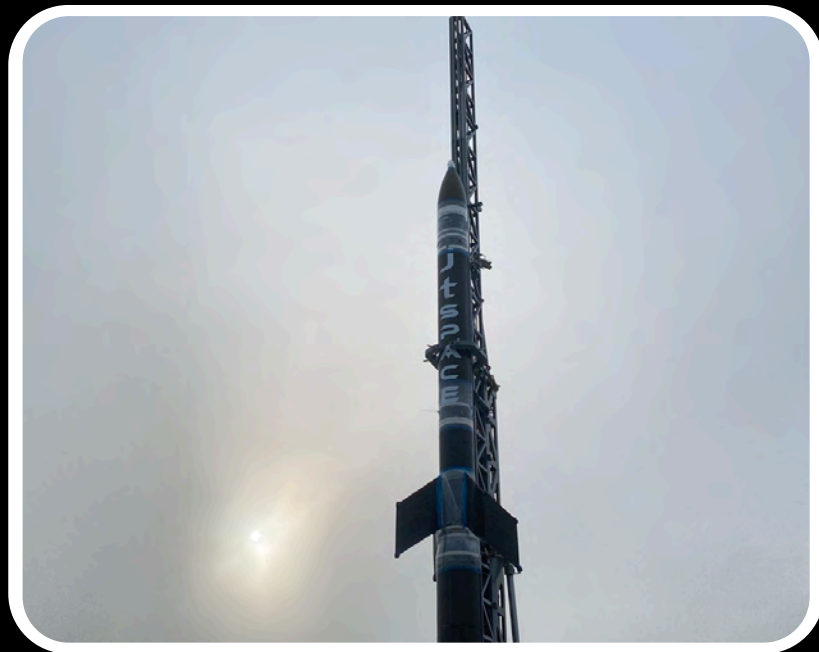
Learn More →



# 「題材多元，交織科技 × 人物 × 在地」

## 民間太空產業參與

聚焦 TiSPACE 公司參與發射與  
燃料回收等創新科技



## 台灣年輕世代培育

中央大學生醫/太空科學系  
學生實驗、操作畫面



## 重量級專家訪談

中央大學張起維教授、  
許藝瓊教授、國原院、  
ispace 等實地訪談



本節目以在地真實素材，兼具技術深度與情感溫度，聚焦台灣航太發展與年輕世代逐夢宇宙的足跡。



# 台灣特輯兩次驗收內容

公視基金會節目驗收單					
節目名稱	台灣特輯：航向太空 (Fly to Space) (暫名)		製作單位	公視國際行銷部	
集別 / 期別	第一期	本集名稱		片長	60分
廠商交付日期	113/12/2	本期履約期限	簽約日後 7 天內 (即 113/12/4)	驗收日期	12/4
交付內容					
1. 經乙方同意之本節目主要工作人員 (製作人、導演、顧問) 同意書正本。 2. 前置期間時效性拍攝之拍攝帶檔案 (包含苗栗兩次出機與 NHK 協拍之素材檔案)。 3. 依照評選會議意見提出節目修改企劃案 (主題規劃及完整拍攝大綱、拍攝腳本與片花)。					
審查意見					
交付內容經驗收確認無誤，驗收通過。					
修正結果					
無。					
擬辦					
<input checked="" type="checkbox"/> 驗收合格，擬同意付款 <input type="checkbox"/> 驗收合格，擬同意付款、播出 <input type="checkbox"/> 本集經修改後驗收通過，但節目水準未達本會播出標準，擬付清尾款後終止合約。 <input type="checkbox"/> 驗收不合格，擬終止合約。 <input type="checkbox"/> 其他(請註明)：					
驗收人			批 示		
成欣 (代)			何國華		

公視基金會節目驗收單					
節目名稱	台灣特輯：航向太空 (Fly to Space) (暫名)		製作單位	公視國際行銷部	
集別 / 期別	第二期	本集名稱		片長	60分
廠商交付日期	113/12/22	本期履約期限	簽約日後 150 天內 (即 114.4.3)	驗收日期	113/12/31
交付內容					
1. 依修正後企劃案台灣部份拍攝帶順剪檔案。 2. 協助日本 NHK 剪輯拍攝檔案順帶檔案。 3. 協助法國導演來台拍攝太空輻射相關研究之拍攝檔案。					
審查意見					
交付內容經驗收確認無誤，驗收通過。					
修正結果					
無。					
擬辦					
<input checked="" type="checkbox"/> 驗收合格，擬同意付款 <input type="checkbox"/> 驗收合格，擬同意付款、播出 <input type="checkbox"/> 本集經修改後驗收通過，但節目水準未達本會播出標準，擬付清尾款後終止合約。 <input type="checkbox"/> 驗收不合格，擬終止合約。 <input type="checkbox"/> 其他(請註明)：					
驗收人			批 示		
成欣 (代)			何國華		



COPRODUCTION

# 結語 / 未來展望

## 串起台日夥伴關係，見證台灣航太新篇章

《台灣太空啟航》（暫名）是公共電視與 NHK 帶廣支局首次合作的 4K 紀錄片，聚焦台灣太空產業、學術研發以及青年世代的參與熱情。透過中央大學、TiSPACE、TASA 等實地紀錄，影片呈現台灣從科研到產業鏈的完整能量，也為亞太區太空合作奠定新的對話基礎。

在拍攝與驗收過程中，台日團隊相互支援、共享素材，建立高畫質製作與版本管理流程。未來，節目完成版將於 NHK 與 PTS 平台播映，並規劃教育推廣與海外授權，持續擴大台灣航太故事的國際能見度。

下一步：完成後製、配音與字幕

→ 114 / 12月交片

→ 同步規劃科教館巨幕放映與校園巡迴，讓更多觀眾直擊「台灣飛向太空」。

NHK OBIHIRO

PTS

FLY TO SPACE  
TAIWAN



# 花絮

NHK OBIHIRO

PTS

工作中花絮



與生醫系許藝瓊教授一同進入國原院  
輻射實驗室拍攝



NHK 攝影團隊與 TiSPACE 工程師現  
場討論火箭拍攝視角



在帶廣寬廣農地上，當地農場主熱情  
分享他的小麥耕作經驗，展現北海道  
獨特的人與土地連結

## (十七) 《奈米王國》

### 《奈米王國》節目簡介：取自改變巨河的一瓢縮影

No man ever steps in the same river twice, for it's not the same river  
and he's not the same man.

— Heraclitus qtd. in Plato, *Cratylus*

本案由公共電視（PTS）與新加坡 InFocus Asia Media（IFA）共同策劃與執行，開發兩部以「科技、人文與環境變遷」為主題的高畫質內容作品，分別為紀錄長片《奈米王國》（*Invisible Kingdom*; 暫名）與虛擬實境（VR; virtual reality）互動體驗《芯宇的風暴》。（*Xinyu and the Storm*; 暫名），兩部作品的內容各具獨立性，但在核心概念密切呼應，共同以「改變」作為敘事與觀察的主軸，構成本節目參與「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫」項下「超高畫質節目」的整體提案。

### 《奈米王國》 | 60 分鐘紀錄長片

《奈米王國》是一部 60 分鐘紀錄長片，跨越台灣與日本熊本兩地拍攝，描繪全球半導體產業如何深刻地改變地方社會、教育與農業生態系統。影片透過日台兩條交錯的敘事軸線展開：台灣故事線中，半導體相關系所的教授鼓勵「獨立研究」、帶領學生進入企業實作並強調跨域合作，培養 AI 時代下具批判能力與產業敏感度的工程人才。

其中多位學生未來可能進入重點企業或是赴日工作，成為台日產業合作的橋樑。與此同時，日本熊本地區的農民、教授與地方青年學子在日積電(JASM)設廠後，面對地方人口老化、外來勞動力進駐與產業轉型，也正在適應變動中的區域結構與生活節奏。片中將呈現兩地如何在社會與科技交界處，建立跨文化的理解與行動場域。本片以水為引，編織出「從阿蘇五岳的水源到晶圓製程用水」的故事網，追溯水從自然流經九州的土壤所形成的生態系到流入工業系統，呈現地方生活樣貌、農業灌溉、地下水管理、科學教育與國際產業鏈如何互為依存。本片全程以 4K 拍攝，畫面風格結合觀察式鏡頭與詩意組合影像，計畫未來於公視主頻、公視+播出，並規劃推向 NHK 及國際紀錄片市場。

### **《芯宇的風暴》 | 20 分鐘 VR 互動體驗**

《芯宇的風暴》是一部以 Unreal Engine 開發的 VR 沉浸式體驗作品，背景設定於未來的台灣，一名 17 歲的少女「芯宇」(Xinyu)獨自駐守在一座高塔農場中，在颱風來臨前，首次負責整座塔的能源、水資源與生產系統運作。體驗者將化身為芯宇，以第一人稱進入虛構的高塔空間，透過操作水源分配、調整作物光照、修復電力等等關卡，並逐步解鎖家族成員的語音日誌與手寫筆記，拼湊出一個與記憶、災



難、世代間知識傳承交錯的故事。

故事世界雖為虛構，卻呼應真實世界中的氣候災難、農業智慧、水資源治理與家庭情感。體驗以一隻 AI 鳥為導引角色，引領觀眾完成多重任務，農活的日常工作、環境保持任務中，佐以家人的語音訊息和情感事件，能體驗到故事的溫度。沉浸空間建構細膩，包含實體農場控制中心、植物溫室、家族工作台、觀景平台等環境。體驗時間約 20 分鐘，適合部署於各大影展、XR 展演場域與博物館類型的空間。

## 小結

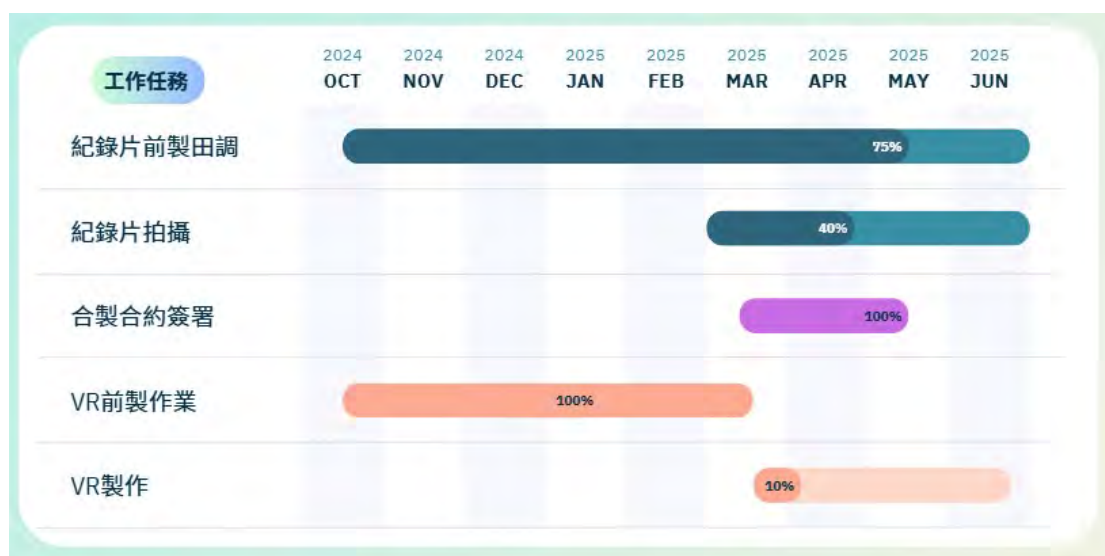
紀錄片《奈米王國》深入追蹤日本與台灣在半導體產業推動下所面臨的劇烈變遷，從九州熊本地區地下水資源的調度、農業生產的改變、到日台兩邊的勞動力轉移與教育體制的調整，呈現出科技進步所帶來的層層連鎖效應，也讓觀眾重新思考人類生活與科技發展之間的關係；VR 體驗《芯宇的風暴》則透過未來少女芯宇的視角，模擬在



氣候極端變遷後的世界中如何維繫食物來源、能源供應以及，並讓觀眾以第一人稱身歷其境參與一場即將爆發的天災應變任務。觀眾將與 AI 角色互動，解鎖家族記憶與農塔系統的過往，進一步反思氣候變遷與人類文明之間的關係。本節目的兩部作品不僅是提供兩種觀看方式，4K 紀錄片與 VR 沉浸體驗透過不同的媒介與技術，回應了「改變」如何塑造我們的世界，探索人類如何觀察、記錄與參與這些改變，並將觀眾帶入不同敘事與認知模式中，實踐公共媒體如何在 5G 時代中運用多元媒介形式，推動社會議題的理解與參與。

## 執行成果與進度報告

本案自核定以來，已依據「5G 時代超高畫質內容創新應用計畫」工作計畫時程，逐步推進前期開發、田野調查研究、合作協議簽署與實際產製作業，並於 114 年 6 月完成部分拍帶繳交及階段性驗收，順



利達成本計畫的工作目標。

本案執行進度如下：

### 1. 節目前製與正式成案（113 年下半年）

本案於 113 年 11 月完成節目前製成案，涵蓋以下主要工作成果：

- 初步主題開發與文本架構確認
- 全球半導體業關鍵場域初選
- VR 與紀錄片雙軌架構之製作路徑確認



## 2. 田野調查與文本深化（113 年底～114 年第一季）

本案團隊於 113 年底起進行為期約四個月的田調作業，前往日本熊本與台灣等地區，訪談並確認主要參與者與拍攝對象，包含熊本農民、熊本大學師生與台灣在地學生、半導體教育者、研究機構等，並同步進行 VR 敘事架構、視覺風格、空間設計與視效測試之資料收集。

## 3. 與國際製作方簽約（114 年 4 月上旬）

114 年 4 月初，正式與 IFA 簽署紀錄片《奈米王國》與 VR 作品《芯宇的風暴》之合資合製協議(請見附件一 | 國際合資合製協議)，雙方確認出資比例、權利義務與交付時程，並共同啟動兩案之正式製作程序。

## 4. 正式製作期啟動與部分拍帶完成（114 年 4 月至今）

自協議簽訂後，雙案隨即同步啟動製作。

- 《奈米王國》：企劃大綱完成，於 114 年 4 月中啟動日本熊本場景拍攝，進行農場景觀、地下水環境、農民生活、學生上課與地方居民觀點之實景拍攝。2025 年 6 月完成部分拍攝帶，並順利通過階段驗收(請見附件二 | 採購案查驗單、附件三 | 財務結算驗收證明書)。目前，《奈米王國》正進行日台兩地之拍攝作業規劃，預

計 114 年下半年度接續拍攝。

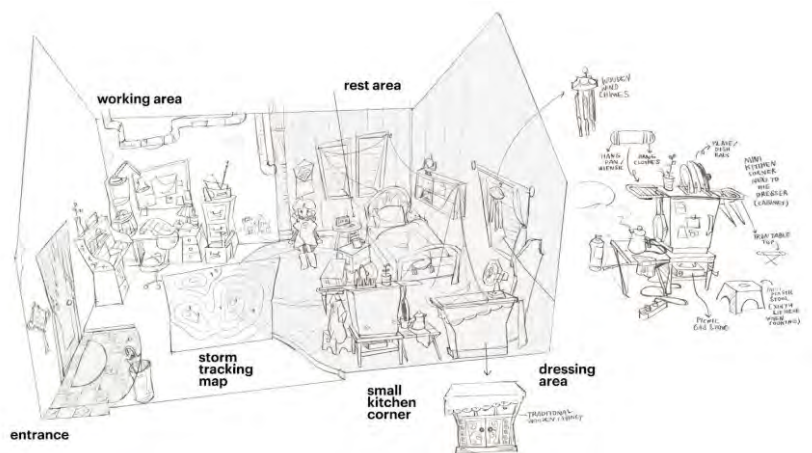
- 《芯宇的風暴》於同期完成場景模組建置與 Unreal Engine 互動機  
制程式撰寫、初步原型 (prototype) 架構，現正在進行美術發案、  
收集數位資產(digital asset)設計的反饋，下半年將陸續套模測試。



《芯宇的風暴》動力室空間部署



《芯宇的風暴》臥室空間設計的不同版本



《芯宇的風暴》起始場景草圖

## 5G 應用與技術實踐

操控技術的純熟固然重要，但唯有搭配精準影像表達，才能完整傳遞創作者的核心敘事意圖。本案採用高階攝錄設備與沉浸式 XR 平台，不只是為了追求畫質，更是堅持將「改變」這一主題，以最貼近現場與感官的方式呈現。

紀錄片《奈米王國》中投入 Sony FX6/FX3 等專業 4K 級器材，搭配空拍鏡頭捕捉綿密變化的環境與社群，忠實記錄半導體產業對水資源與土地利用、地方社群成員與青年世代生活的重構。在 VR 體驗《芯宇的風暴》部分，我們採用 Unreal Engine 5 技術平台與高解析 Meta Quest 3 裝置，打造出一個氣候極端異常的世界中，未來少女面臨家族回憶與災難的沉浸式空間，讓使用者能身歷其境地體驗「改變」的壓力與挑戰。

### 1. 紀錄片 4K 影像拍攝與田調階段的 5G 支援

#### 1.1 硬體設備

紀錄片《奈米王國》於 114 年展開拍攝作業，所採用之影像裝備與規格如下：



拍攝器材（主素材攝製）

### **Sony FX6**

搭載全片幅 Exmor R CMOS 感光元件，支援 4K 120fps 錄製與 10-bit 4:2:2 色彩取樣，具備超過 15 級動態範圍，適用低光場景與高畫質需求。

### **Sony FX3**

全片幅無反相機，支援 S-Log 3 與 HLG 色彩模式，可靈活進行動態記錄與視覺風格調整，機動性高。

### **Nikon Z8**

高感光、快速對焦，適用紀錄現場人物表情與即時反應場景，提供輔助角度與動態捕捉。

### **Fuji X-H2S**

搭載 X-Trans CMOS 5 HS 感光元件，支援 F-Log 2 編碼，具備高速連拍與豐富色彩層次，適合 B-roll 素材拍攝。

### **專業空拍機**

配備高感光元件與 5.1K 錄影功能，適用於環境概覽與景觀地貌



之建構，為電影建立廣闊而具敘事意義的開場場景，增強作品地理脈絡與敘事張力。

### 阿蘇地區的赤牛畜牧業者

拍攝輔助設備（田調與素材即時傳輸）

透過高規格手機即時上傳素材至團隊雲端資料夾，提升素材流通效率與跨地製作之協調性。

### **Samsung Galaxy 25 Ultra**

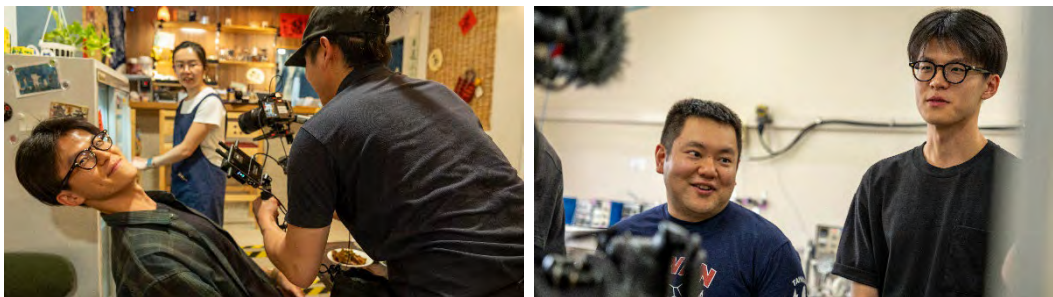
配備多鏡頭與光學變焦模組，支援 5G 上傳與即時同步，運用於田調照片拍攝、場記紀錄與素材遠端同步。

## iPhone 16 Plus

搭載高階 HDR 成像處理與夜間模式，支援 ProRAW 影像，保留後期彈性，亦作為現場拍攝紀錄及快速傳輸工具。



左起：阿蘇火山群、阿蘇高原、熊本縣一帶的稻農吉良先生



在熊本大學攻讀半導體薄膜製程的台灣學生



拍攝熊本大學無塵室以及校園風景



## 1.2 超高畫質後製流程

本案紀錄片製作作業依據超高畫質節目製作規範執行：

- 拍攝素材多以 4K RAW/XAVC-I 格式紀錄
- 剪輯階段先降轉 HD，進行初剪，避免軟硬體以及剪輯的負擔。

同時小檔上傳至雲端，供導演線上撰寫剪輯意見，維持跨國合製協作的工作順暢度。

- 定剪匯入 DaVinci Resolve 系統進行調光
- 完成帶輸出多版本檔案，支援 4K 轉播、公視+與國際平台播出。

## 2. VR 裝置與展示平台技術應用

### 2.1 Meta Quest 3 頭戴式顯示器

《芯宇的風暴》部署於 Meta Quest 3 (MQ3) 裝置，該裝置為當前主流 All-in-One VR 平台中性能領先者，具備以下特性：

- 接近人眼視野：支援 110° (水平) × 96° (垂直) 大視角，超越 Pico 4 與舊型 Quest 2，可提供更自然的空間臨場感。
- 高解析度：每眼 2064 × 2208 像素，較 Quest 2 提升近 30%，能清晰呈現細緻建模與數位資產的材質紋理，有助減少因畫質模糊導致之暈眩或其他不適。
- 支援 6DoF 交互操作，用戶可自由走動與空間探索，並能與 AI 鳥

進行對話與提示互動。

- 手部追蹤 (hand tracking)：使用 hand tracking 2.2 技術，操控延遲低於 25ms，手部互動反應自然、精準流暢，優於 HTC Vive Focus。
- 強勁運算處理能力：搭載 Qualcomm 的 Snapdragon XR2 Gen 2 處理器、8GB LPDDR5 記憶體，具備高效能圖形運算 AI 支援，適合 Unreal Engine 5 開發環境與互動圖形呈現。
- 一體機(AIO; All-in-One)：因前點提及之算力支援更高畫面刷新率與複雜場景運算，MQ3 可說是目前最佳的 AIO 裝置，無須外接笨重的主機或是感測設備，便於場域部署與移動展演。

## 2.2 Unreal Engine 5 開發與互動設計引擎

以 Unreal Engine 5 (UE5) 為開發平台，具備以下創新技術：

- Nanite 虛擬幾何系統：可導入超高面數模型，不需手動 LOD (level of detail)調整，即可流暢運作，實現高塔、植物與機械控制台細節的高保真呈現；
- Lumen 動態光照技術：支援全局光照及反射系統，即時模擬自然光源與反射環境，強化不同場景天氣的視覺張力。
- Blueprint 可視化邏輯模組：提升非程式團隊（如美術與互動設計人員）在交互設計與交換回饋、修改上的參與與效率。

- 支援 5G 雲端素材傳輸與遠端協作：大型素材可透過高速上傳進行即時同步與版本管理，Meta Quest Developer Hub (MQDH)上能快速匯入 SDK 檔，支援跨國製作流程整合。

## 小結

本計畫從前製開發、實景拍攝、後期製作至虛擬實境內容設計，皆以「製作符合 5G 應用環境之超高畫質節目內容」為核心目標。在紀錄片拍攝方面，採用 Sony FX6、FX3 等 4K 級攝影設備，輔以高階空拍與 5G 行動裝置進行田調記錄；後製流程亦依據超高畫質節目 (UHD)製作規範進行。VR 部分則使用 Unreal Engine 5 開發，整合 Meta Quest 3 為核心裝置，強調即時渲染、沉浸與跨國協作的開發效率。無論是紀錄片《奈米王國》或 VR 體驗《芯宇的風暴》，皆導入具備當代影視與沉浸式內容製作標準的軟硬體設備，確保影像品質與後端處理流程順暢，能銜接未來 OTT 平台、5G 行動網路與 XR 場域展演應用需求。



## 未來發行及展演策略

本節目透過紀錄片與 VR 雙軌並行的開發模式，建立具備跨國交流潛力的內容製作架構，並於製作初期即納入國際提案簡報、影展傳遞與平台規劃作為長期發展目標。

### 1. 國際提案與展演曝光

本案已完成兩部作品的國際版簡報資料，兩部作品皆具備國際市場潛力，預計將陸續投件至多項國際影展，例如鼓勵 XR 作品的威尼斯影展沉浸式單元(Venice Immersive)、美國西南偏南影展(SXSW)、高雄電影節 XR Dreamland、翠貝卡影展(Tribeca)、NewImages(法國巴黎)等影展，亦將瞄準紀錄片專業平台如阿姆斯特丹國際紀錄片影展(IDFA)、瑞士真實影展(Visions du Réel)或謝菲爾國際紀錄片影展(Sheffield DocFest)等國際指標影展，進行內容曝光及推廣。

### 2. 預定展演與平台策略

雖目前兩部作品尚處製作期，已初步規劃之平台與展演場域如下：

- 公共電視頻道與公視+平台：完成後將於主頻播出並同步上架OTT，強化公共接觸面。
- 國際授權發行：預計完成後洽談授權發行與合作節目。

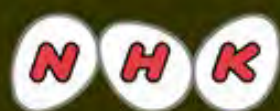
# 十八 《自然之約：台灣新里山》（暫名）

結案說明.114年7月



*SATOYAMA TAIWAN: Living with the Mist*

製作團隊



## 一、前言

在面對全球氣候變遷、生物多樣性流失與永續發展的挑戰之下，探索人與自然共存之道已成為生態紀錄片的重要命題與使命。這不僅是一場環境與生態的保衛戰，更是對人類生活方式與價值觀的深刻省思。為了探尋人類活動與自然棲地共存共榮的可能性，日本 NHK 與台灣公視攜手合製的國際級生態紀錄片《自然之約》，本片肩負著跨文化合作的願景，結合兩國在紀錄片領域中長年累積的專業技術與細膩的生態觀察經驗，試圖透過影像語言，搭建起一座連結自然、人文與地方創生的橋樑。

《自然之約》以「里山精神」為核心價值，這是一種源自日本、強調人與自然共生的東方哲學。在本片中，團隊深入台灣貢寮、南投及苗栗的淺山地帶，透過鏡頭呈現石虎、穿山甲、食蟹獾、台灣角金龜等淺山物種與人類活動交疊的軌跡，記錄那些看似平凡卻蘊藏深意的互動場景，以生動的地方故事作為切入點，揭示人與自然如何在壓力與變遷中尋找新平衡，深入理解在地居民如何透過傳統智慧、在地經驗與創新實踐，共同守護這片土地的生命力與永續未來。





## 二、影片規格

項目	內容
節目名稱	自然之約：台灣新里山（暫名）
節目類型	自然生態紀錄片
影片長度	1 集 89 分鐘
播出時間	預計 116 年
影片畫質	4K 超高畫質

## 三、計畫亮點

### ○ NHK 自然科學部首次與台灣電視台合製生態紀錄片

技術與視野兼具，與 NHK 合作不僅強化製作品質，更將台灣生態故事推向國際視野。透過雙方技術與觀點的結合，提升生態紀錄片的敘事與影響力。

### ○ 關注台灣原生生態與在地實踐

聚焦台灣特有的淺山生態系統、農業地景與原住民文化，展現自然保育不僅止於動植物，更深植於人與土地的情感連結中。

○ 多點式拍攝串聯全台綠色據點

透過南投、貢寮與苗栗南庄三地的深度紀錄，呈現台灣各地不同樣貌的共生模式與實踐成果，讓觀眾了解在地如何回應全球永續議題。

○ 兼具教育性與藝術性的影像敘事

本片將透過高規格攝影技術捕捉自然景緻與動物行為，同時以細膩的人物故事建構情感共鳴，呈現生態紀錄片的全新風貌。

○ 集結台灣各領域專家擔任協拍顧問團隊

邀請石虎、穿山甲、艾氏樹蛙、台灣角金龜等保育專家及研究員、林業保育署及分署團隊、賽夏族長老擔任本節目的顧問群並協助拍攝，確保紀錄片內容的深度及正確性。

○ NHK 與公視皆派出最佳製作團隊

國際經驗豐富的自然科學部製作人、多次與 BBC 合製 NHK 特別節目的導演、拍攝足跡遍布五大洲的首席攝影、結合台灣公視國際策發部經理共同監製、國際合製與經驗豐富的製作人(通靈少女、NHK 人類誕生、戰浪、司馬庫斯等)、守護台灣鳥類生態 40 年的掌鏡導演...等工作同仁。

○ 台日友好合作、共同行銷台灣到全世界，提升台灣生態保育與里山實踐的國際形象。

## 四、影片主題

《自然之約：台灣新里山》以「人與自然共生」為主軸，探討台灣如何實踐「自然棲息地」與「社會棲息地」的平衡，體現里山精神的當代價值。全片共分為三大主軸：

### 貢寮水梯田的生態農業復興

走訪新北貢寮的水梯田生態系，了解地方如何透過友善耕作管理，重建野生動物棲地，吸引食蟹獾、山羌等各類淺山物種回歸，也帶動農村社區的永續轉型。

### 南投友善果園與石虎 / 穿山甲保育行動

探訪設有「石虎標章」的南投果園，記錄農民如何在農業生產與野生動物棲地之間取得平衡，保護台灣珍稀物種——石虎的生存空間。

紀錄野生動物急救站的石虎及穿山甲保育行動，收容治療受傷的個體，並進行野放訓練，在淺山生態系的保育中，建構更完整的救護網絡。





## 苗栗南庄賽夏族的里山實踐

深入賽夏族部落，見證當地如何在傳統文化與現代經濟之間找到平衡點，透過部落合作社發展綠色產業，翻轉部落長年面臨的貧窮議題，實踐環境保育與經濟自立雙贏的局面。

《自然之約：台灣新里山》透過深入田野的拍攝與跨文化合作的視角，引領觀眾重新思考我們與土地的關係，喚起對自然永續的集體想像與行動。





## 五、技術亮點

- 使用 4K 1000 格高速攝影機搭配 Canon 50-1000mm 鏡頭的夢幻組合，拍攝臺灣角金龜打架畫面以及臺灣藍鵲等物種，細緻呈現行為畫面。



- 由林保署航測科使用熱感應空拍機搭配德魯伊追蹤器回報的定位點，精確定位石虎的點位，再進行拍攝。



## 六、節目基本架構

前導：介紹台灣與里山精神—春季 3 月的貢寮水梯田和食蟹獐—石虎初登場—5 月的水梯田與台灣藍鵲特殊育兒行為—夏季的南庄賽夏族聖林—竹林生態系（角金龜和艾氏樹蛙）與賽夏部落竹藝品—夏季 7-8 月水稻田收割及水稻田區動物的夏季行為—夏季的穿山甲行為—淺山生態系保育網絡：「野生動物急救站」的石虎及穿山甲保育、設有「石虎標章」的果園、暨南大學的穿山甲保育

## 七、拍攝期程

內容	113	114			115
	12 月	1-2 月	3 月	4-12 月	3 月
成案					
田調及勘景、合約簽訂					
春季拍攝開始					
拍攝期					
NHK 播映					



## 八、製作預算

### 總預算高達 9600 萬日圓

生態紀錄片的製作預算：從前期田調研究及勘景、蹲點拍攝及執行製作、後期剪輯製作、材料費及雜支等等，都是龐大的費用支出。

本次紀錄片國際合資合製案，由台日雙方共同出資，並共享既有保障通路，具文化深度整合。

雙方根據上述節目說明以及預算，於 2025 年 2 月完成合作協議簽訂。公視將擁有台灣、香港、澳門、中國、澳洲及紐西蘭地區之永久公開播送、發行權利。



## 十九 《騎鐵馬遊台灣》

結案說明.114年7月



*Cycle Around Taiwan*

製作團隊





## 一、前言

《騎鐵馬遊台灣》是一部以自行車旅行為主軸、結合地方人文、生態與產業故事的 4K 紀錄片，由台灣公共電視與日本 NHK 團隊共同企劃製作，沿襲《騎鐵馬遊日本》的形式，邀請一位專業車手作為主持人，展開為期三到四天的單車旅行。

主持人 Linda 騎乘單車環島，深入台灣各地，訪談當地農漁民、工藝職人與原住民族，描繪出台灣多元且深具生命力的文化樣貌。此系列節目以單車旅行作為敘事框架，串聯地方記憶與在地人物，以親切的口吻，向國際觀眾介紹台灣。

《騎鐵馬遊台灣》共有3集，單集長度49分鐘，拍攝地點涵蓋北埔、苗栗、澎湖、台南、日月潭、高雄、美濃、禮納里、東港、枋山至池上、花蓮等地，透過田野走訪與深度人物採訪，帶出地方產業的轉型故事與文化傳承的挑戰與希望。





## 二、影片規格

項目	內容
節目名稱	騎鐵馬遊台灣
節目類型	文化紀實節目
影片長度	共 3 集，每集 49 分鐘
播出時間	預計 115 年
影片畫質	4K 超高畫質

## 三、計畫亮點

- 《騎鐵馬遊日本》製作團隊首次拍攝海外特輯

以純熟的自行車節目製作經驗，描繪台灣地景人文風貌。

- 國際傳播的最佳形式

以有限預算可保證全世界通路，提升台灣觀光能見度，成為國際行銷推廣工具

#### ○ 涵蓋多元族群及地景

包含客家茶農、原住民植樹倡議者、藍鰭鮪漁民、石斑魚青年農夫、芒果第三代接班人等，展現台灣多元且融合的社會樣貌。

#### ○ 以主持人的視角探索在地生命力

主持人 Linda 透過親身體驗與交流，引領觀眾重新認識台灣的在地價值與產業文化。

#### ○ 兼具文化深度與敘事趣味的紀實語言

每段旅程都設有主題式的故事軸線與人物鋪陳，讓觀眾在欣賞風景的同時，也能理解人物背後的文化背景與產業挑戰。

### 四、節目基本架構

透過單車旅行，深度探訪各地私房景點。帶領觀眾欣賞沿途自然與文化風貌，從小鎮巷弄裡的老店鋪，到鮮為人知的秘境，處處蘊藏驚喜。節目透過騎乘的移動視角，展現台灣各地居民的韌性與創造力，不論是堅守傳統技藝的職人，或是勇於創新、翻轉地方困境的年輕世代，皆透過主持人的親身體驗與交流，栩栩如生地呈現在觀眾眼前。這不僅是一趟單車旅行，更是一場理解台灣多元面貌與在地能量的深度紀錄。

#### 第一集 | 北埔—苗栗—澎湖—台南—日月潭

- 探訪北埔東方美人茶老店，揭開茶葉與蟲害共生的美學。
- 苗栗草編職人重現過往工藝盛況，述說傳統技藝的傳承。

- 跨海至澎湖，挖掘仙人掌冰的創業故事與地方特色。
- 台南流浪犬之家與警察巡邏犬的互動，彰顯人與動物的連結。
- 最終到達日月潭，感受台灣地景的壯麗。





## 第二集 | 台南—霧台—池上—卓溪—花蓮（太魯閣）

- 從台南永樂市場出發，體驗傳統早餐文化與城市中的慢活節奏。
- 深訪霧台魯凱部落的植樹行動者，體會原住民對山林的深厚情感。
- 翻越中央山脈抵達池上，飽覽稻田風光。
- 走訪卓溪布農族部落，見證八部合音與族語教育的延續與傳承。
- 花蓮太魯閣族藤編工坊展現工藝技巧與家族傳承。
- 最終抵達崇德休憩所，Linda 分享旅程感動，回望這段橫跨山海的文化旅程。



### 第三集 | 高雄—美濃—禮納里—東港—枋山—鵝鑾鼻

- 走訪高雄與美濃，了解水蓮種植與客家文化的堅韌。
- 禮納里部落展示排灣族從遷村到創業的生命力。
- 東港藍鰭鮪拍賣場與華僑市場，見證漁業文化與產業競爭。
- 探訪年輕的石斑魚女養殖戶，感受新世代農業的轉型與團結。
- 枋山芒果職人透過加工廠與品牌經營，將台灣芒果推向國際。
- 最終抵達鵝鑾鼻，總結一段充滿感動與思索的台灣之旅。





## 五、技術亮點

- 全程使用 4K 攝影器材，捕捉騎行過程中的地景與動態。
- 使用重機搭配穩定器跟拍單車騎行的鏡頭，提升沉浸感。





## 六、 拍攝期程

內容	113	114			
	12 月	2 月	3-4 月	6 月	10 月
成案					
合約簽訂					
技術勘景					
拍攝期					
NHK 播映					

透過這次合製與拍攝經驗，團隊累積了跨文化協作與地方深度敘事的寶貴經驗，也期待未來將此模式推展至更多台灣與國際合作的紀錄片項目中。



(二十) 公視紀錄觀點國際合製紀錄長片

《民主烹飪課》



## 一、本案特色

《民主烹飪課》是一部長度約 90 分鐘的紀錄長片，由德國導演 Monika Treut 執導，聚焦於當代台灣的數位民主實驗與性別平權運動。

在當前國際地緣政治日益複雜與緊張的背景下，台灣陸續有多部具有政治意涵與公共關懷的紀錄片問世，反映出創作者對時代處境的深刻回應。

而《民主烹飪課》除了有上述的核心精神，更透過本片主角們的日常生活場域——餐館、茶館、書店、雜草花園等，記錄幾位分別活躍於社運、媒體與性別運動領域的台灣年輕世代。他們在面對國際情勢的快速變動下，以生活實踐、社群經營與政治參與，提出對民主、自由與多元價值的積極回應。

### 主要特色與價值包含：

- **國際視野與在地觀點結合：**由歐洲酷兒紀錄片先鋒導演 Monika Treut 執導，結合她對台灣二十年來的觀察與深厚情感，並與台灣製片團隊深入合作，確保影像語言具備在地細節與國際可讀性。
- **性別與民主交織的觀察：**從酷兒運動、草根女性主義者、跨性別社群、社會運動媒體等角度出發，描繪台灣多元民主的實驗現場。
- **影像風格鮮明：**延續導演一貫風格，以鮮明的視覺與輕盈節奏建構敘事，帶有幽默與溫柔的批判力，同時強調拍攝現場的信任與真實互動。
- **高國際共鳴潛力：**從台灣的具體實例出發，對應當前全球民主危機與威權復辟的現象，為國際觀眾提供反思與借鑑。



## 二、國際合製進展

目前本案之國際合作與資金籌措進度如下：

合作製作單位：

- 主製片國：德國 | 製作公司：Dirk Manthey Film
- 合製片國：台灣 | 製作公司：冰山影像有限公司、你姐映像有限公司\*

\*備註說明：你姐映像為聯合製片黃惠偵於 2025 年 3 月成立，正式加入為《烹飪民主課》合製公司。

總製作預算金額：歐元 € 428,000，折合新台幣約為\$14,764,446 元。

已確認之資金：€ 358,312 歐元

- 漢堡電影基金 MOIN | 開發補助：€ 25,000
- 漢堡電影基金 MOIN | 製作補助：€ 87,000
- 德國聯邦文化部（BKM）：€ 150,000
- 公共電視國際合製：新台幣 160 萬，約為 € 46,927
- Dirk Manthey Film：€ 28,885
- Optical Art Superhearo：€ 10,000
- Salzgeber Distribution MG：€ 7,500
- Superhearo：€ 3,000

其他申請中資金：

- 德國電影基金 DFFF：€ 76,000

### 三、拍攝與後製期程規劃

已完成：

- 2023 年秋～2024 年春：完成台灣田野調查與試拍，並剪輯成初步樣片，作為申請基金與國際發行基礎。
- 
- 2025 年春季：正式開機拍攝，完成台北地區主角場景的主要拍攝（包含唐鳳、陳宜倩、同平安、Yo-Ling、Brian、Tiffany&Zo 等六組人物之生活與公共活動拍攝）。



左圖為在北投社區內宮廟拍攝同志諮詢熱線資深運動者同平安與母親。



右圖為在五股河濱公園拍攝同平安與女友出遊。



上圖為在台東拍攝女同志伴侶 Tiffany&Zo 在菜園中採集作物。



右圖為 Tiffany&Zo 在台東海邊。





上圖及右圖為在淡水拍攝  
前數位發展部部長唐鳳。



進行中／預計進度：

- 2025 年夏季：整理拍攝素材場記表及訪談內容翻譯；導演與德國剪接師開始進行 Assembly Cut；德國平面攝影師來台為五組人物拍攝肖像照。
- 
- 2025 年秋季～冬季：進入影片後製階段，包含剪輯、調光、混音、配樂與翻譯等；規劃及洽談國際銷售。
- 
- 2026 年春季：開始安排影展放映。



團隊在信義區拍攝台北街景。

## 四、預期效益

### 1. 提升國際能見度與台灣形象

本片希望於明年度柏林影展首映，再陸續參與其他國際影展，強化台灣作為亞洲民主前線的文化能見度，並以台灣的當代民主與性別議題現況吸引歐美媒體關注。

### 2. 深度呈現台灣社會多元民主成果

以實際人物故事呈現性別平權、多元文化共生、草根民主運動與數位治理等主題，提供國際觀眾關於台灣民主發展的第一手視角。

### 3. 回應國際關注議題，提升全球連結

當前國際局勢下，台灣成為民主與威權對抗的關鍵角色。透過本片的故事與視角，回應全球觀眾對數位民主、LGBTQ+ 權益、反極權運動的關注與想像。

### 4. 強化公共電視公共價值與國際合作能量

本片為公共電視與歐洲製作公司合作的代表性紀錄片案例之一，有助提升公視作為國際合製平台的角色與形象，並累積後續國際合製能量。

## 五、拍攝階段片花

<https://drive.google.com/file/d/14hCWNyXPQN5kZngaMohwTEDGS1qu-eKr/view?usp=sharing>



## (二十一)紀錄觀點合製紀錄片《冰封的記憶》

### I. 本案特色

臺灣長期受制於強權擺佈，而臺籍日本戰俘的經歷，在二戰結束八十年後，隨著倖存者逐漸凋零，也正面臨被歷史徹底抹去的命運。這段歷史不僅罕為人知，也因政治與身份的尷尬位置，長期被忽視與壓抑。本片從此處著手，展開一段結合個人探問與歷史調查的影像旅程。

作為紀錄片導演與後代，許明淳踏上前往西伯利亞的旅程，試圖在寒風與廢墟中拼湊出歷史遺落的一角，追問這段被冰封的記憶如何穿透時間，延續影響著我們這一代人對身份與歷史的理解。《冰封的記憶》不同於傳統戰爭紀錄片，其特色在於以導演親身視角出發，透過親訪、口述、家族記憶與歷史檔案，交織出一段身體力行的歷史追問。

影片核心結構由三代人物交錯組成——97 歲的吳正男、60 多歲的許瑛子（許敏信之女）、38 歲的陳力航（陳以文之孫）——他們的記憶與導演在西伯利亞旅程中的體驗交織成一段橫跨世代與疆界的影像對話。這樣的三代結構呈現出戰爭陰影如何深植於家庭、文化與個人認同之中，也突顯戰後臺灣人在身份政治中所面臨的長期拉鋸與失語。

此外，本片運用大量珍貴素材——歷史文獻、解密檔案、家庭影像與錄音、日記、筆記與書信等，結合影像調查與敘事編織，兼具歷史深度與情感厚度，建構出臺灣歷史中極為稀有、卻亟待被看見的一章。

這不只是對過往的回望，也是對當下的反思。在缺乏集體記憶與歷史共識的臺灣，主角們與導演都不得不面對這段被割裂與遺忘的歷史，並試圖從破碎中尋找屬於臺灣人的身份定位與歷史位置。

《冰封的記憶》是一段導演親身踏上旅程、交織個人敘事與歷史追問的影像探索。它試圖釐清臺灣人長期難以凝聚身份認同的歷史與政治根源，並喚起觀眾對於未竟記憶的重新認識與思考。在當代地緣政治日益緊張的時刻，本片更具有當下意義——當歷史無法形成共識、戰爭可能再次來臨，臺灣該如何自處？

### II. 國際合製到現階段的進展(資金是否到位?由哪些單位提供的資金等等)。

我們一直積極爭取國際合製資金，包含投件各大國際基金會、資助計畫，並透過提案會、市場平台等多元管道，持續向潛在合製方介紹本片。

雖然我們在開發初期即展開募資，但隨著本片從第三人稱敘事轉為導演個人視角，敘事形式與風格隨之轉變，也對資方的接受度及原先累積的關注與連結產生影響。在當前資源更加競爭、國際資金偏好傾向聚焦當下議題的環境中，歷史性與反思性作品的募資挑戰相對提高。

然而，紀錄片的募資本就是一项長期且持續的工作，往往延續至後期甚至發行階段。本片也不例外，我們目前已同步推進後端資源的開發，包括接洽國際銷售代理、潛在的後端資金來源，並積極規劃透過版權銷售、串流平台與播映權等方式，拓展國際曝光與資源挹注。目前亦在評估運用國內外募資平台的可行性，以擴大募資管道。

我們相信，本片以個人視角切入歷史創傷的敘事方式，具備強烈的跨文化共鳴潛力。透過持續不懈的努力與策略推進，我們期盼本片能在國際市場持續獲得關注與支持，開啟更深層的歷史對話與集體記憶的反思。

### III. 本片接下來預計的拍攝及後製期程。

6月~7月：試片、完成視覺特效、剪輯定剪、完成配樂、製作字幕、整理字幕名單與Logo、準備後期作業

7月~8月 / 9月：影像調光、音效設計與混音、品質檢查

9月~10月：輸出成品、完成海報與行銷素材、投影展

10月~11月：影展準備、放映

12月：紀錄觀點播出

### IV. 預期效益。

《冰封的記憶》是第一部深入探討臺籍日本兵在二戰後被囚西伯利亞、歷經戰俘生活與遣返經歷的紀錄片，同時觸及這段歷史對後代所留下的深遠影響。影片揭示戰爭創傷如何在世代之間延續與沈澱，直指臺灣身分認同的複雜根源，並突顯強權如何左右歷史的書寫與遺忘。對臺灣觀眾而言，這是一部罕見且迫切的作品，讓我們得以集體正視被隱藏的歷史傷口，誠實反思過去，重新掌握屬於自己的歷史敘事權。

本片橫跨臺灣、日本與俄羅斯拍攝，與三地團隊緊密協作，透過跨文化、跨語言的創作過程，激盪出多元視角與工作方法，拓展了紀錄片的敘事形式與視覺表現。對臺灣影視產業而言，《冰封的記憶》代表一種創新嘗試，跳脫傳統歷史紀錄片依賴訪談與學術觀點的框架，

以更具感性與沉浸式的方式重新詮釋歷史，也為國際合製與創意合作提供實際可行的模式與啟發。

導演以第一人稱親身出發的敘事方式，也讓本片能與國際觀眾產生更深層的情感連結。對不熟悉臺灣歷史的觀眾而言，導演的個人旅程成為進入這段歷史的情感入口，使觀眾得以共鳴於角色生命歷程，理解戰爭如何形塑個人與世代的命運。這種感性而具個人性的敘事策略讓本片跨越地域與文化的藩籬，引發對戰爭創傷、身分認同與歷史記憶等普世議題的深層思索。在全球語境中，《冰封的記憶》不僅是臺灣記憶的一部分，更是一部具有國際共鳴與文化深度的重要作品。

V. 本片的 25-30 分鐘片花連結

<https://vimeo.com/1042388480/fb453e034f>

VI. 附上本片總長度粗剪影片版本連結

<https://vimeo.com/dianachiawenlee/download/1092382554/a1109ca0fc>



## 二、公視+串流影音平台服務升級

### (一)公視+ Android TV APP

#### 開發背景

「公視+ TV APP 採購案」的核心目標與影響主要在於提升公視+的跨平台服務能力，為觀眾提供更便捷、更優質的觀看體驗。本案目標是開發兼容於Android TV和Google TV設備的公視+ TV APP，以提供高品質的影音服務，滿足觀眾大螢幕的觀影需求。具體發展項目包括：

- 提升使用體驗：提供符合使用者介面可用性與產品使用體驗的TV APP，改善觀眾在大螢幕上的觀看體驗。
- 跨平台服務：確保公視+ TV APP能夠在多種Android TV設備上順暢運行，支援新的操作系統版本，並與公視+網站後台無縫結合。
- 系統整合與安全：確保系統的穩定性和安全性，提供全面的技術支援與維護，並預留未來新功能擴展的空間。
- 滿足規格需求：確保所有功能需求和技術規格符合公視的標準和要求，提供專業和完善的整體規劃和建置服務。
- 教育與支援：提供相關的教育訓練和技術諮詢服務，確保使用者能夠順利操作TV APP。

### (二)平台規格與特色

本案除開發TV APP收視平台外，亦希望服務推出後可立即達到良好的使用體驗、兼容跨不同廠牌電視機，以及系統安全性，說明如下：

#### 1. 提升使用者體驗

- 優化大螢幕觀看體驗：專案目標是提供符合使用者介面可用性與產品使用體驗的TV APP，改善觀眾在大螢幕上的觀看體驗。這包括使

用Kotlin搭配Google Compose for TV框架進行前端開發，以確保APP在Android TV和Google TV上順暢運行，並設計符合Android TV操作習慣的使用者介面。

- 直觀的介面操作

- APP提供豐富且規劃清晰的功能模組

- 導覽匣：依使用者登入狀態顯示不同主要功能選項（如搜尋、首頁、登入/會員中心、我的購買、我的收藏、繼續觀看、說明與支援），並提示未讀訊息。
    - 首頁：包含首頁橫幅(banner)、VOD館與直播館入口、推薦給您、熱播排行榜及首頁行銷標籤，資料皆透過API取得並考量更新時機
    - 登入頁：提供登入網址、驗證碼、有效期限、登入流程說明及QR Code掃描功能，方便手機綁定登入。
    - 搜尋功能：支援打字或語音輸入關鍵字，並提供虛擬鍵盤，搜尋結果會區隔顯示節目與直播，並在無結果時顯示推薦節目。
    - 個人化服務：提供「我的購買」、「我的收藏」及「繼續觀看」功能，方便使用者管理已購內容、收藏節目及追蹤觀看進度。
    - 會員中心：整合會員帳號、分級設定、消費紀錄、優惠碼兌換、訊息通知等，提供實用的會員管理功能。
    - 播放器：支援原生播放器及iframe播放器（針對Twitch或YouTube訊源），提供進度條、狀態顯示、畫質選擇、字幕/音軌切換、集數選單、快轉/倒轉等豐富操作功能，並能從指定時間點播放VOD影片。

## 2. 跨平台支援

- 廣泛的設備兼容性：此採購案的主要目的即是開發一款兼容於Android TV和Google TV設備的公視+ TV APP。
- 支援多版本作業系統：專案目標是確保公視+ TV APP能夠在多種Android TV設備上順暢運行，支援新的操作系統版本。具體而言，APP需至少相容於Android 9.0以上的作業系統，並支持最新的Android系統版本。
- 與現有內容管理系統(CMS)無縫整合：APP將與公視+網站CMS系統無縫結合。後端操控管理平台會與目前公視+網站後台結合，相關API規格由公視開發團隊提供。APP開發將進行API介接，確保APP能透過API與「公視+」後台系統交換資料。系統架構中包含API Gateway、Backend Server和User Auth等模組，以實現應用程式與後端服務之間的順暢互動和數據存取。
- 電視機規格支援的廣度：本TV APP需確保在Google認證TV及其他公視認可的電視機規格上運作順暢，並支持不同解析度，特別是4K顯示。
  - 由於LG與Samsung為獨立規格，故不在本次開發支援的平台中。

## 3. 系統安全性

- 穩固的資訊安全規範：本案甲乙方簽訂「保障客戶權益與資訊安全」，並制定了資訊安全規範，旨在確保營運及服務提供流程中資訊的機密性、完整。
- 遵守法規與著作權：嚴格遵守相關法律、法規、命令，包括但不限於個人資料保護法，確保個人資料的蒐集、



處理、利用符合規範。同時，尊重智慧財產權，禁止使用未經授權的電腦程式及侵害著作權的行為。

- 交易與資料保護：確保所有交易資訊的機密性、完整性、可用性及不可否認性，並依法律要求進行交易紀錄的保存與備份，執行資料保全安全措施。個人資料的處理僅限於客戶指示和履行契約的必要範圍內，嚴格保密，並在終止契約時刪除或返還個人資料。
- 營運系統安全維護：對營運系統所使用的交易設備、網路資源、主機、資料庫及處理的營運資訊實施合適的安全維護。並要求人員主動回報安全漏洞或潛在事件。
- 身份驗證與授權：使用現代的身份驗證標準保護API及用戶驗證流程，並透過短生命週期的Session token及未經授權存取檢測來強化Session管理。

### （三）營運成效說明（2025.01-2025.07）

本節旨在提供 公視+ Android TV APP（以下簡稱 TV APP）自 2025 年 1 月推出至 2025 年 7 月期間的成效。

TV APP自2025年1月下旬推出以來，在使用者參與度和內容消費方面展現出卓越且加速的成長。觀看時數從 2025 年 2 月的約 5,796 小時，並穩定攀升至 2025 年 7 月的逾 36,783 小時，短短六個月內增長 534%。TV APP 每月下載量每月有不同波動，但整體趨勢依然強勁，並在 2025 年 7 月達到 5,312 次新下載的歷史新高。

由於觀看時數逐步提升，顯示TV APP 可有效留住使用者，顯示本服務與市場的良好契合度以及有效的內容策略，促使使用者持續回訪。2025 年

7 月的表現尤其突出，新下載量和觀看時數均經歷了前所未有的月度成長，為2025年下半年奠定了堅實的基礎和積極的動能。



### 公視+ TV APP 收視數據分析

根據1-7月的數據，初步可發現以下的趨勢：

- 新下載量：應用程式在 1 月份以 2,781 次下載啟動，並在 7 月份達到 5,312 次的峰值。儘管存在月度波動，包括 5 月份的顯著下降，但整體而言，新使用者獲取呈現積極的上升趨勢。
- 觀看時數：從 2 月份開始，此指標展現出異常強勁且持續的成長。從 2 月份的 5,796.4 小時增加到 7 月份的 36,783.1 小時，短短六個月內實現了高達 534% 的增長，凸顯了顯著的使用者參與度。

月份	Android_TV App 新增下載數	Android_TV App 觀看小時數
2025年1月	2,781	(1月底上架，故時數無法立即呈現)
2025年2月	3,476	5,796.4
2025年3月	3,543	6,779.1
2025年4月	3,430	12,831.6
2025年5月	2,385	12,949.1
2025年6月	3,813	17,833.6
2025年7月	5,312	36,783.1

### 公視+ TV APP下載數分析

本節將依照每月下載數據，探討其成長率、識別高低峰，並討論潛在的影響因素。

- 2025 年 1 月 (2,781 次下載)：本數據代表了應用程式推出首月的獲取量，為應用程式的效能奠定了基準。作為首月數據，它反映了初步的行銷推動和早期採用者的興趣。
- 2025 年 2 月 (3,476 次下載)：相較於 1 月份，月度 (MoM) 增長了健康的 25.0%，表明初期動能積極且初步使用者獲取工作成功。
- 2025 年 3 月 (3,543 次下載)：繼續保持溫和增長，月度增長 1.9%。此期間表明在最初的推出熱潮後，獲取率趨於穩定，顯示持續但較慢的自然或持續行銷驅動的下載量。



- 2025 年 4 月（3,430 次下載）： 月度略微下降 -3.2%。這種輕微的下降可能歸因於多種因素，例如行銷活動減少、季節性變化或此特定期間競爭加劇。
- 2025 年 5 月（2,385 次下載）： 月度顯著下降 -30.5%，此為推出後下載數最低的月份，評估可能當月沒有強打內容導致。
- 2025 年 6 月（3,813 次下載）： 相較於5月，成長率達 59.9%，超越了之前的峰值。由於當月正在播映旗艦級影集「我們與惡的距離II」，熱門影集發揮作用，成功地重新點燃了獲取動能。
- 2025 年 7 月（5,312 次下載）： 新下載量達到歷史新高，月度增長 +39.3%，表現出卓越的成長。此次激增是一個關鍵數據點，表明應用程式在年度進程中，使用者獲取動能顯著加速。

#### TV APP觀看時數 數據分析

以下繼續探討觀看分鐘數和觀看時數數據，突出成長軌跡、顯著躍升以及對使用者參與度的影響。

- 2025 年 2 月（5,796.4 小時）： 此月份確立了應用程式在 1 月份推出後最初的觀看起始點。
- 2025 年 3 月（6,779.1 小時）： 顯示月度溫和但持續的增長，增幅為 17.0%，表明早期使用者採用，並顯示觀眾的確有傾向在大螢幕使用收看公視+之需求。
- 2025 年 4 月（12,831.6 小時）： 觀看時數顯著提升，較 3 月份幾乎成長一倍（增長 +89.3%），顯示觀眾在TV APP使用黏著度有顯成長？

- 2025 年 5 月 (12,949.1 小時)：儘管此月份新應用程式下載量急劇下降，觀看時數卻保持驚人的穩定，月度微幅增長 0.9%。顯示既有會員對於 TV APP 的需求不減。
- 2025 年 6 月 (17,833.6 小時)：持續強勁增長，較 5 月份增長 37.7%，表明使用者興趣持續且內容消費量增加。
- 2025 年 7 月 (36,783.1 小時)：較 6 月份再次幾乎翻倍（增長 +106.3%），達到歷史新高。觀看時數的空前激增標誌著顯著的動能和使用者的參與度及內容傳播可能達到新的水平。

以觀看時數發展來看，反應觀看時數持續且加速的上升趨勢，尤其是在 4 月至 7 月期間。這種成長並非線性，而是呈現指數級增長，7 月的觀看時數幾乎是 6 月的兩倍。這表明使用者不僅僅是下載應用程式；他們正在積極且廣泛地利用該服務來收看內容。

#### (四) 結論

根據 2025 年度數據表現，公視+ Android TV APP 已展現出作為 OTT 平台整體成長的關鍵因素。由於 TV APP 使用者的參與度逐步提升，這使公視+ 在競爭激烈的串流電視市場中，更能具備有利的競爭動能。2025 年下半年，公視基金會積極開發 iOS 系統的 APPLE TV，估計上線後，更能帶動 iOS 系統使用者的黏著度。

## （二）公視+台灣國際兒童影展主題直播頻道播出成效

本報告資料來源包括Google Analytic 4 所計算之流量以及公視+內容管理系統所整理之數據報表，並分章節說明Google Analytic 的數據變化，其次則分析公視+內容管理系統之數據報表。

### Google Analytic 數據分析

2024國際兒童影展於第四季推出，綜觀2024年第二季網站流量，其瀏覽數約為2,090,000，使用者500,000、事件數為7,360,000，整體成長趨勢平穩。



公視+ Fast TV 策展直播頻道展示



公視+2024第二季 流量變化



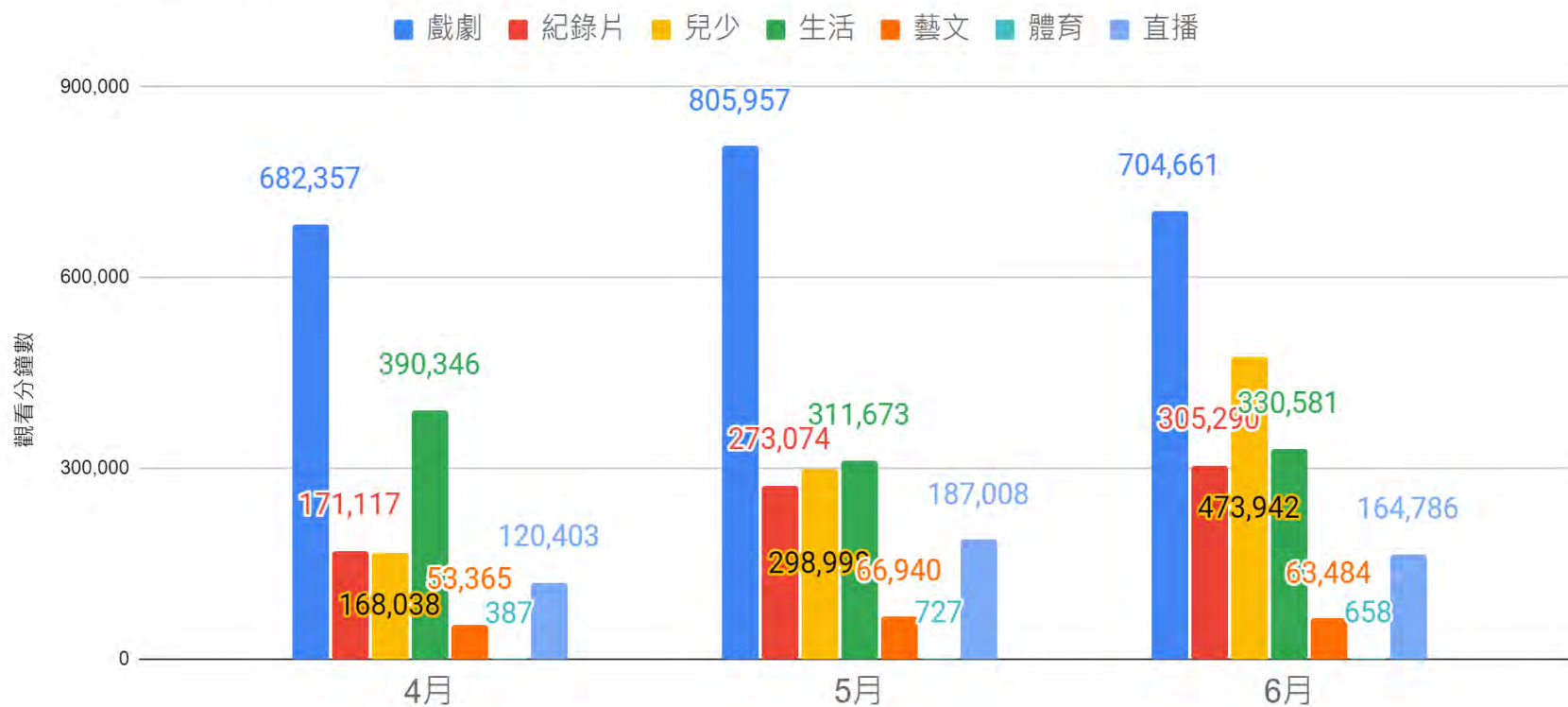
2024國際兒童影展第二季則規劃於四月播映，包括VOD影音與Fast TV直播影音，整體策展規劃如下：

頻道別 － 月份 － 播映規劃	4月	5月	6月
戲劇影集	<ul style="list-style-type: none"><li>● 2024學生劇展</li><li>● 金穗獎短片系列</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 就算一個人也可以好好的吃飯</li><li>● 我的婆婆怎麼那麼可愛2</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 愛的辛香料</li><li>● 白日青春</li><li>● 花路阿朱媽</li></ul>
時事紀錄片	<ul style="list-style-type: none"><li>● 策展   台灣N 0.1：晶片戰</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 達賴喇嘛遇見屠圖主教</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 邀阿公阿嬤拍B級殭屍片</li></ul>

	<p>爭、金門、雙面曹里歐、月港蜂雲、神殿、農村的遠見</p> <p>、大地之心-一位斷層上的法國人</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 我來自北韓，我想回平壤</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 甲子園：夢想競技場</li> <li>● 我的兒子是死囚犯</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 策展   98%的人在賽場被打敗，然後變得更強：甲子園：夢想競技場、青春：第50屆日本全國高中棒球錦標賽、我們的球場、教練、相撲選手日常記事</li> </ul>
親子家庭	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 台灣國際兒童影展－線上影展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 布紐爾-超現實人生</li> <li>● 北極上學趣</li> <li>● 換個爸媽過幾天2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 間諜家家酒S1 台語版</li> <li>● 超巧一尤好麻吉</li> <li>● 路易路卡月球出任務</li> </ul>
生活與藝文	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 海明威：四場婚禮與一場葬禮</li> <li>● 奔馳世界絕景鐵道</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 悅讀：紐約公共圖書館</li> <li>● 極限巔峰</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 世界八大博物館巡禮</li> <li>● 策展   那些挑戰極限的人：極限巔峰、群山之島與不去會死的他們、遠方：搭順風車遊世界</li> </ul>
事件直播	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中華職棒35年二軍例行賽</li> <li>● 國際兒童影展 Fast TV直播</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中華職棒35年二軍例行賽</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中華職棒35年二軍例行賽</li> </ul>

各類節目的表現，以觀看分鐘數而言，兒少節目因為有國際兒童影展的助攻，整體觀看分鐘數自2024年開始有顯著成長，其中4月較3月微幅成長12.5%，5月則又成長1.8倍，6月較5月也成長1.6倍。

2024公視+第二季各類節目統計





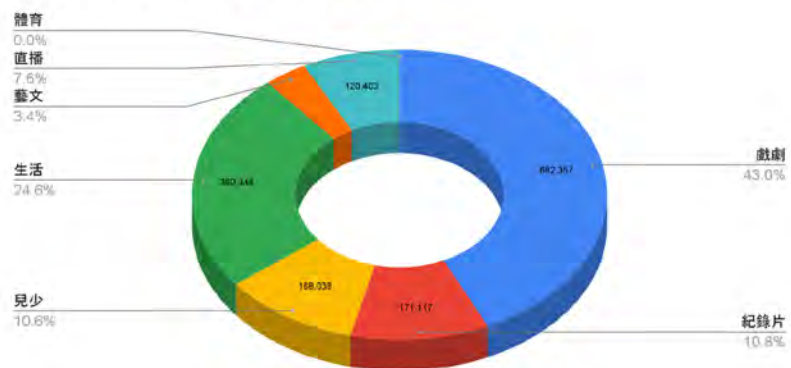
公視+兒少節目1月至6月的觀看分鐘數統計中，呈現逐月成長，4月至6月的成長相對明顯，成長倍數約在1.5倍之上。

## 公視+兒少節目

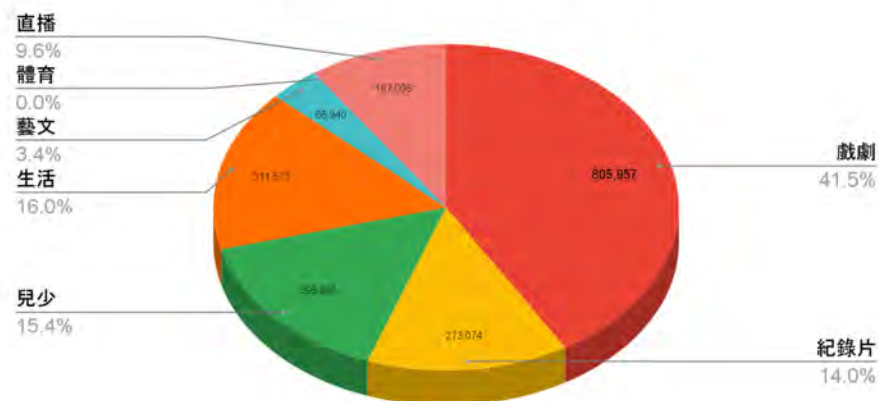
2024年1月至6月觀看分鐘數統計



2024年4月份 各類節目觀看分鐘數占比



2024年公視+5月份 各類節目觀看分鐘數占比

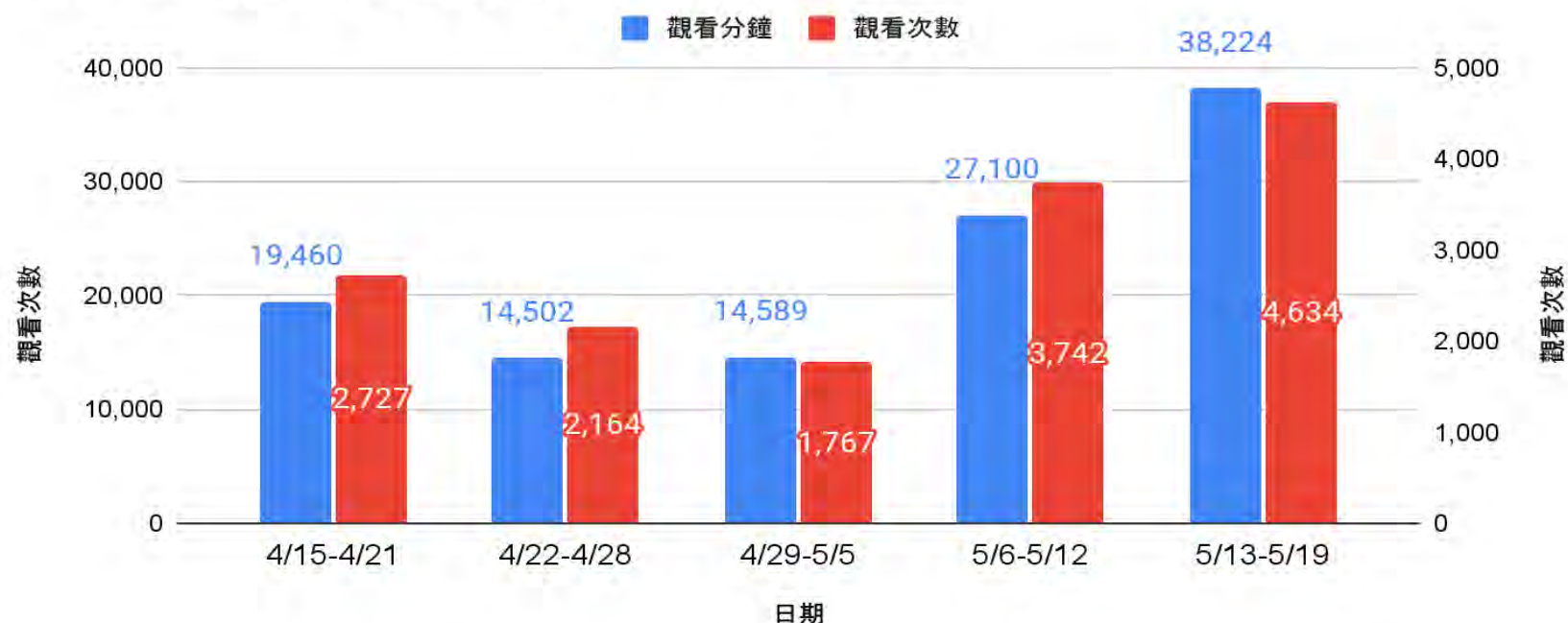


「台灣國際兒童線上影展」( 4.15-5.19 ) 播映期間，5月份兒少類節目觀看分鐘數有顯著提升，讓整體兒少類節目收視有突破性之成長

參照第二季熱門節目排名，前20排名節目，分屬《換個爸媽過幾天》、《2024台灣國際兒童影展》及《派對咖孔明(台語版)》、《間諜家家酒(台語版)》四個節目。台灣國際兒童線上影展（簡稱，兒影）於4月中旬上架，流量熱度隨策展時間增強。

5月第1週開始「台灣國際兒童線上影展」結合「劇夠」影評、「觀點同不同」親子教養專文，及公視+ 電子報會員信發放，以及台灣國際兒童線上影展直播頻道之應用收視觀看分鐘數穩定成長至5/19

## 2024台灣國際兒童影展







幕後 | 一個不存在的單字該如何翻譯給聽障女孩？《謝謝，再聯絡》讓無聲的冒險充滿力量與勇氣

想一下，如果聽不到現實生活中的交談聲、廣播聲，只能用「手語」代替「語言」和人溝通，這樣的情況下，你是否有勇氣踏上一場未知之旅？《謝謝，再聯絡》(okthanksbye) 描述一位有聽力障礙的女孩名叫

[閱讀全文](#)



幕後 | 透過作夢尋找快樂的可能，《睡夢中的橘香》讓回憶可以成為支持的力量

莎拉今年12歲，她想要記得自己跟爸爸互動時的一切。在短片《睡夢中的橘香》裡，這樣的心事讓莎拉睡不著覺；在失去之後，她可以依靠的顯然只剩記憶，但是，如果記憶也不可靠，如果哪天她不再能完整記得，那又該怎麼

[閱讀全文](#)

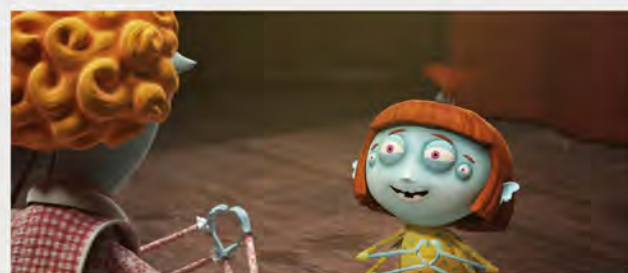
## 當孩子怕黑、怕鬼？讓「想像力」成為孩子面對恐懼的「超能力」

我從小就被笑是「膽小鬼」，我會想像黑暗角落有怪物竄出、遊樂園海盜船螺旋鬆脫……當我成為心理師後，發現這些「害怕」仍在孩子們腦海中放映著。一位幼兒園孩子非常害怕半夜醒來的涼風，他想像會有一隻怪物跳出來嚇人，我跟他練習用想像力來吹氣隔出一顆氣球，最後氣球就帶著怪物一起飛走。想像力的確會讓孩子帶來恐懼，但也是成為他們解決問題的重要能力。



## 當孩子說：「妳不要愛我，因為我也不會愛妳！」請尊重孩子抗拒的勇氣

當小孩問媽媽：「為什麼做決定的總是妳？」這句在動畫片《小小蜘蛛出門去》開頭的提問，尖銳地刺了我一下，我想起我兒子四歲的時候，忿忿地說：「妳不要愛我，因為我也不會愛妳。」聽到這句話，我轉身去收拾房間，順便收拾我的眼淚。我丈夫立刻召開「三方會談」，要我和兒子圍坐，別放棄溝通。因為衝突並不可怕，可怕的是家庭結構底下「以愛之名」實行的脅迫和宰制。

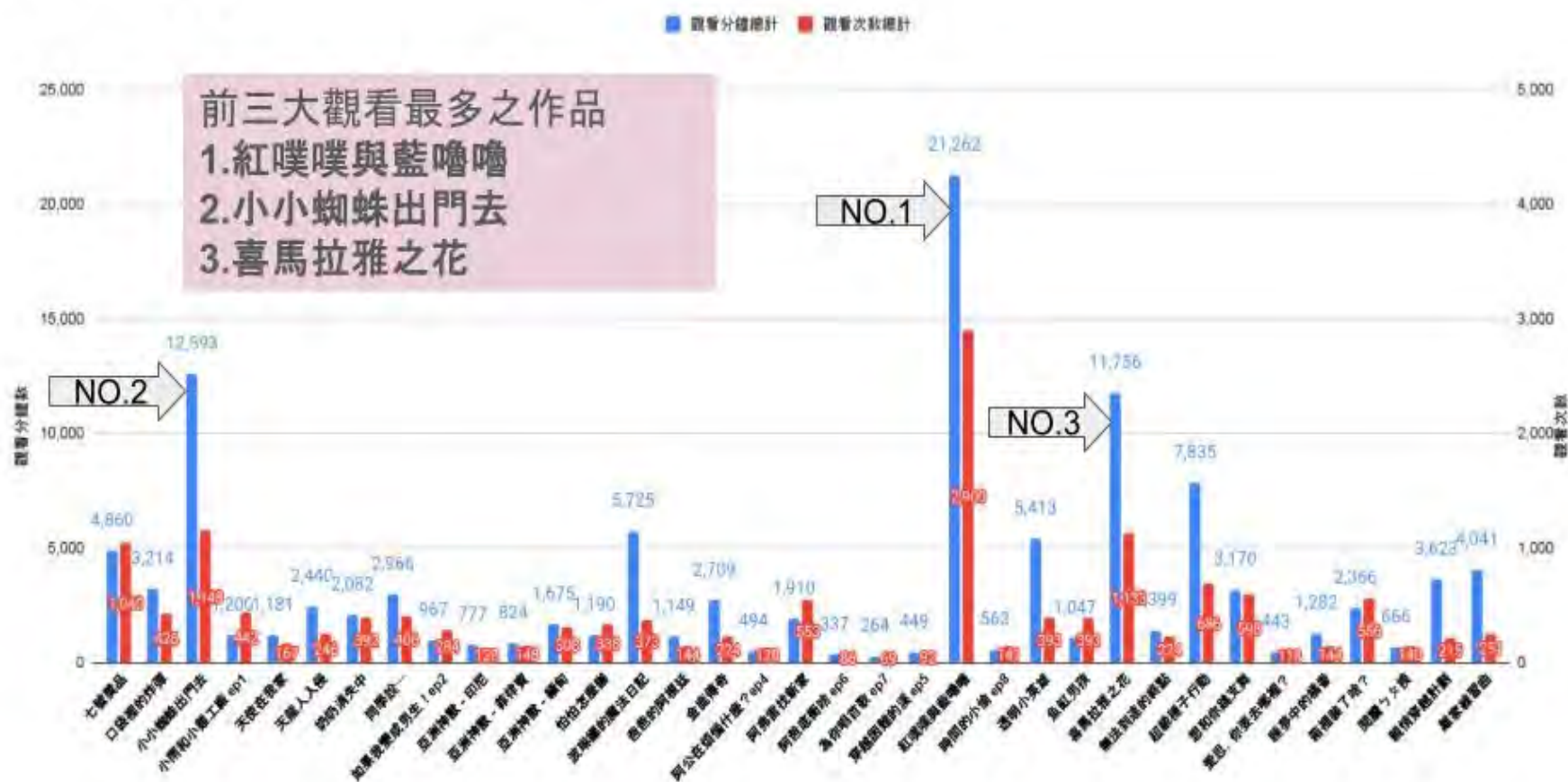


「劇狗」影評與「觀點同不同」教養專文  
合計共10篇

而排序2024台灣國際兒童影展前三大觀看最多之作品，則包括：

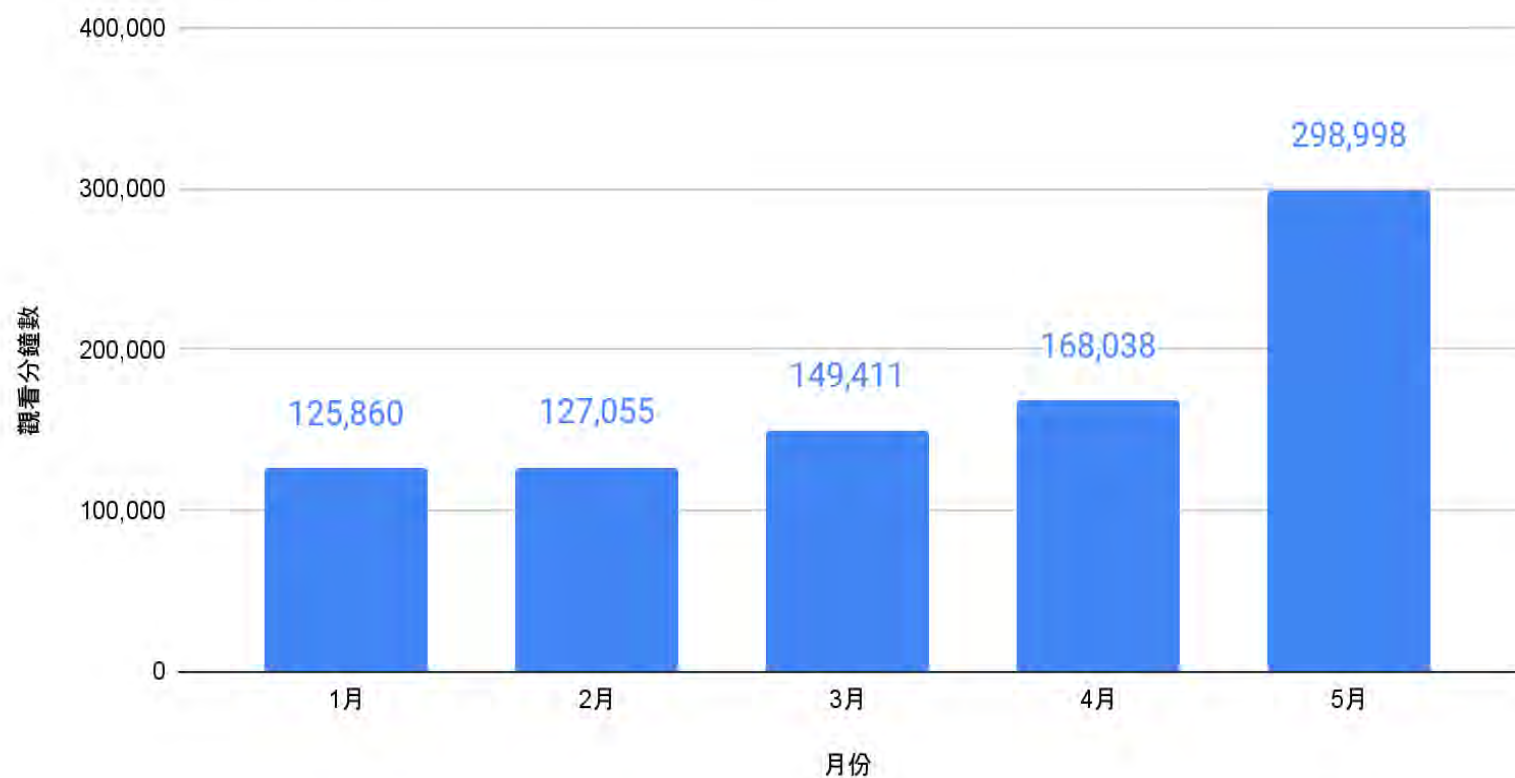
1. 紅噗噗與藍嚕嚕、
2. 小小蜘蛛出門去、
3. 喜馬拉雅之花

## 2024國際兒童影展



整體來看，公視+兒少類節目自1月開始逐步成長，直至兒少類節目5月觀看分鐘數來到最高，其中2024台灣國際兒童影展（共35部影片）在5月份之觀看分鐘數之佔比達 26.57%

## 2024年1-5月兒少節目觀看分鐘數統計





### 三、創新應用服務

#### (一)《雲在兩千米》

中英文片名

雲在兩千米 The Clouds Are Two Thousand Meters Up

長度、規格

長度：約 40 分鐘

規格：PC VR、6DoF 走動式 VR、>6m\*7m

中英文短句摘要 ( **Logline** )

律師關在妻子意外過世之後，看到妻子遺留的未完成小說，因此開始一趟追尋雲豹、成為雲豹的旅程。

After his wife's unexpected passing, a lawyer comes across her unfinished novel. This discovery sets him on a journey to search for the clouded leopard—and ultimately, to become one.

## 中英文長版影片介紹

《雲在兩千米》改編自台灣作家吳明益短篇小說集《苦雨之地》中的一篇，故事層層交錯，虛實難辨，故事包著故事。主角關是一名退休律師，他的妻子在一起無差別攻擊中意外喪生。某天，他收到一個駭客傳來的雲端檔案，裡面竟然是妻子未完成的小說——一個關於瀕危動物雲豹的故事。

關決定踏上旅程，循著妻子的腳步深入山中，尋找那隻可能早已消失的雲豹。隨著他一步步走進山林，也一步步進入了奇幻而神秘的世界。最終，他不只是找到雲豹，而是在旅程中開始與牠融合，並重新看見妻子的痕跡，找回曾經遺失的自己。

A story about spiritually uprooted people finding ways to heal and reconnect with nature This film is based on one of the short stories in Taiwanese author Wu Ming-yi's short story collection The Land of Little Rain. Wu Ming-yi has earlier been known for his writing of nature. The narrative of The Clouds Are Two Thousand Meters Up is full of twists and turns, with stories within a story. The protagonist, Guan, is a retired lawyer whose wife was killed in an indiscriminate killing. He receives a cloud storage file

from a hacker, which contains his wife's unfinished novel about the endangered clouded leopard. He sets out on a journey into the mountains, filled with doubts and questions, and embarks on a fantastic journey searching for the leopard and becoming one, which helps him rediscover his wife and himself.

#### 中英文短版影片介紹

《雲在兩千米》改編自台灣作家吳明益的短篇小說集《苦雨之地》的其中一篇，描述律師關在妻子意外過世之後，看到妻子遺留的未完成小說，因此開始一趟追尋雲豹、成為雲豹的旅程。

The Clouds Are Two Thousand Meters Up is adapted from a short story in Taiwanese author Wu Ming-Yi's collection The Land of Little Rain. It tells the story of a lawyer, Guan, who, after the unexpected passing of his wife, discovers her unfinished novel. This discovery sets him on a journey to search for the clouded leopard—and ultimately, to become one.

#### 中英文導演簡介



陳芯宜，作品橫跨電影、紀錄片、VR 與電視影集。常聚焦在人生存的處境與信仰，藉此探尋生命的本質。以魔幻寫實的手法、細膩的敘事，突顯現實的荒謬，建立獨特的影像語言。重要作品有《我叫阿銘啦》、《流浪神狗人》、《行者》、《留給未來的殘影》、《無法離開的人》、《四樓的天堂》等。曾獲柏林影展、威尼斯影展、金馬獎、台北電影節、台灣國際紀錄片影展、釜山影展等三十多個影展入圍或獲獎肯定。

Singing CHEN's work encompasses fiction, documentary and VR films and has received numerous festival accolades. Her debut Bundled (2000) competed at Vancouver and God, Man, Dog (2007) screened at Berlinale, VIFF, HK, Busan and elsewhere.

Chen's documentaries detail artistic practice and the environment. Through VR technology she explores space and movement. Afterimage for Tomorrow (2018) was exhibited at the NewImage Festival. Her latest VR experience The Man Who Couldn't Leave (2022) won Venice Immersive Best Experience at 79th Venice International Film Festival. Chen's collective work is

marked by a deep empathy for disenfranchised characters and a strong sense of social justice.

#### 中英文導演的話

吳明益所構築的小說世界層層疊疊，常與夢境、記憶相關，穿越不同的時間與空間，有多重角度的敘事者。其文字透露的影像感、空間物質、身體感十分強烈，也經常辯證生態、人類活動、科技等不同系統間的相互關係。而上述這些特點與 VR 的媒體特性，正好有可呼應處：VR 的身體感、空間特性，與人類對於夢境、記憶的感知類似，可以創造出如夢似幻的空間轉換，像是穿越一層又一層的記憶/夢境劇場。VR 裡物質的虛與實、VR 科技帶來的人類身體延伸、感官的擴延，亦可以後設的概念，包覆在 VR 的敘事內容裡。故嘗試以 VR 為載體來改編《雲在兩千米》，無論是內容本身或形式本身，都具有象徵性，希望能藉此創造出跨文化觀眾的集體共感。

Wu Ming-Yi's literary world is multilayered, often intertwined with dreams and memories, traversing different times and spaces with multiple narrative perspectives. His writing evokes strong imagery, spatial materiality, and a deep sense of physical

presence, frequently exploring the dialectical relationships between ecology, human activity, and technology.

These characteristics resonate with the unique properties of VR as a medium. VR's sense of embodiment and spatial immersion parallels human perception of dreams and memories, enabling seamless, dreamlike transitions between spaces—like passing through layers of memory or a theater of dreams. The interplay of materiality and illusion in VR, the extension of the human body through VR technology, and the expansion of sensory experience can also be embedded as a meta-concept within VR storytelling.

Thus, adapting *The Clouds Are Two Thousand Meters Up* into VR is symbolically meaningful in both its content and form. By leveraging VR as a storytelling medium, we hope to create a shared emotional experience that resonates with audiences across cultures.



## VR 製作技術軟硬體之應用報告

《雲在兩千米》為 6DoF ( Six degrees of freedom ) 走動式 VR，觀眾可在大約寬 6 公尺、長 7 公尺的空間中自由移動與體驗的 VR 類別。有別於「實拍 VR360 影片」，6DoF 能讓觀眾做大範圍的移動式體驗，視角、透視、距離皆會隨著觀眾位置的移動而改變。《雲在兩千米》團隊進一步探索，做出一個讓觀眾能在虛擬空間中移動的，且帶有魔幻與寫實質地兼具的 VR 作品，並探討所採用的各種新技術在敘事與情感傳遞的可能性。以下為技術應用報告，分為四大點說明「掃描技術應用」、「後期技術應用」、「製作流程分析」、「6DoF 體驗設計」：

### 1 ) 掃描技術應用

■ 4D Views 容積捕捉 (Volumetric Capture)：將角色的形態與動作進行精確捕捉，透過多台攝影機從不同角度同步拍攝，重建 3D 影像。



▲ 4Dviews 角色掃描現場工作照

## ■ Photogrammetry 實景重建技術

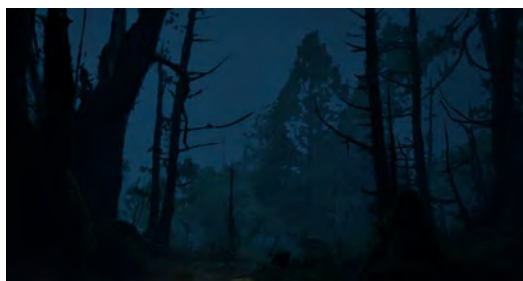
Photogrammetry 技術利用多角度拍攝的影像，透過計算機視覺技術將其轉換為 3D 場景模型，使虛擬空間更接近真實環境。此技術的優勢在於能夠高效地建立大規模或細節物件複雜的場景。



▲ Photogrammetry 掃描妻子房間現場工作照

## ■ 3D/4D Gaussian Splatting (3DGS/4DGS)

3DGS/4DGS 技術透過數學建模，使影像數據以較低的運算資源進行重建，並確保視覺品質的穩定性。特別適用於複雜地景與角色建模，能夠提升即時算圖的流暢度，並減少計算資源負擔。



▲ 3DGS/4DGS 掃描森林場景

■ Nerf 是一種 3D 重建技術，透過 2D 圖像生成高質量的 3D 場景。

相較於傳統的點雲重建技術，Nerf 能夠在較少的視角下生成細緻的 3D 結構。Nerf 利用體積渲染 ( Volumetric Rendering ) 模擬光線與材質，使場景能呈現接近真實的光影。



▲ NeRF 掃描夜晚場景

## 2 ) 後期技術應用

### ■ Unreal Engine 遊戲引擎

Unreal Engine 可以調整光影、空間效果與特效，內建技術可用於高細節建模，也能模擬光線反射與折射效果，提升場景與整個體驗的視覺品質，並有強大的渲染能力，適合整合各種技術於此遊戲引擎中。

### ■ 4DFX

4Dviews 容積影像編輯工具，提供 4Dviews 編輯功能，減少檔案大小的同時保留關鍵細節，提升渲染速度與性能。進階的姿控功能為調整角色速度、接合掃描檔案，將 CG 物體與容積影像整合，適用於



4Dviews 運用於 XR 體驗的製作流程，提供更多的編輯 4Dviews 模型的可能。

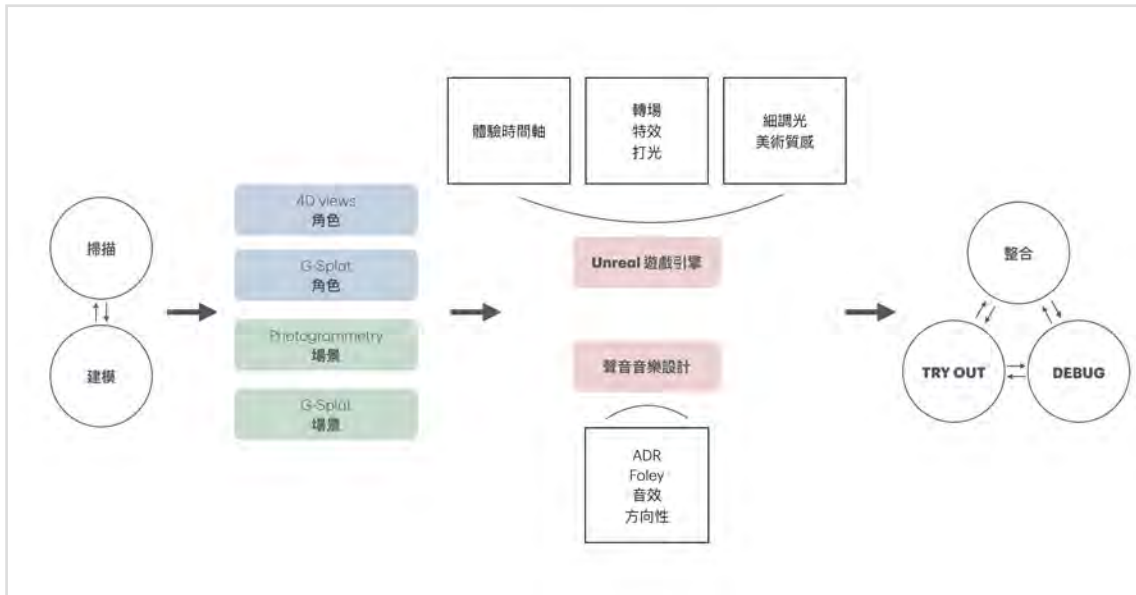
## ■ GFur

在 3D 模型中，特別是應用在 VR 或遊戲開發中，建出真實毛皮與毛髮的技術。GFur 使用幾何形狀來生成毛皮的技術，因而有更真實的外觀並更容易控制毛皮的運動和光線的變化。

## ■ Atmoky FMOD

FMOD 引擎的聲音工具，專為沉浸式音效體驗而設計，常應用於 VR、或遊戲開發等領域，提供很好的聲音處理、3D 空間音效、混音等功能。Atmoky FMOD 可以根據場景變化或使用者互動即時變化音效，包括音量、平衡、聲源方向等，提升環境音效的真實感和沉浸感。

### 3 ) 製作流程分析



#### ▲ 製作

製作流程主要分為六大階段：

- (1) 掃描與建模：使用 4Dviews、3DGS、Photogrammetry 進行角色與場景掃描
- (2) 調整體驗時間軸：將角色模型整合至 3D 場景中，調整角色的時間與空間位置
- (3) 轉場、特效、光影設計
- (4) 細調光色、修模型、質感、效果
- (5) 聲音音樂設計
  - Foley 音效與 ADR 配音

- 設置方向性音效，根據觀眾的視角動態調整聲音來源

#### (6) 整合與測試

- 進行 Try Out 測試，透過使用者回饋，微調整體效果
- Debug 過程中優化效能，使體驗更穩定

### 4 ) 6DoF 體驗設計

《雲在兩千米》為 6DoF ( Six degrees of freedom ) 走動式 VR，觀眾可在寬 6 公尺、長 7 公尺的空間中移動與體驗。6DoF 的 VR 體驗，需設計 Onboarding ( 引導機制 ) 與防呆機制，幫助觀眾在良好的引導與防護機制中，理解體驗方式，以及確保潛在的安全或體驗暫停的問題，而能體驗到作品的最佳成果。以下針對 Onboarding ( 引導機制 ) 與防呆機制說明：

#### ■ Onboarding ( 引導機制 )

(1) 安全區域提示，例如地面虛擬網格或 Guardian System，當觀眾接近體驗範圍邊界時出現視覺提醒，而使觀眾退回體驗區域。

(2) UI 指示與空間引導：提供簡單易懂的 UI 指示，及設計觀眾在體驗一開始的 On boarding 便透過空間引導，熟悉此作品的體驗方式，例如門口的光亮效果即表示觀眾需走入才能驅動體驗。



## ■ 防呆機制

- (1) 當觀眾在特定互動點停留過久，提供隱晦符合當下情境的提示音效或視覺提示引導觀眾繼續體驗。
- (2) 若觀眾無法觸發下一環境或敘事，則在一定的等待時間後自動觸發轉換機制，驅動體驗。

## 全案執行概要

《雲在兩千米》為以小說改編的走動式 6DoF 虛擬實境作品，採用最新的 VR 製作技術（如 4D Views、Photogrammetry、3DGS、NeRF 等），建構在大約 6×7 公尺範圍可自由移動的沉浸式敘事作品。

本計畫歷時超過二年，自 2023 年起，團隊啟動劇本改編與開發工作，並於同年 9 月參與威尼斯影展市場展，進行提案與國際交流。2024 年間，持續展開各項前期規劃與技術開發，包括角色模型掃

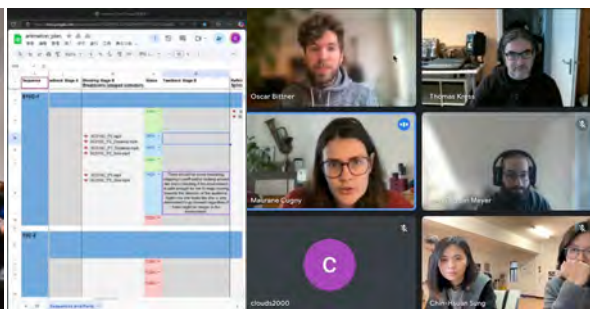
描、場景掃描與建模、體驗設計、互動整合、聲音音樂製作與效能優化。

本案歷經跨年度開發，涵蓋從故事開發到 VR 技術整合之完整流程，並以 2025 年威尼斯影展為國際首映目標。

《雲在兩千米》VR 作品由公共電視與行者影像出品及製作，高雄市電影館、三餘創投聯合出品，2025 年初德國製作公司 Reynard Films 加入成為合製方並獲德國資金注資。



▲ 2023 年威尼斯市場展提案



▲ 2025 年跨國線上工作會議



▲ 森林景設計團隊工作會議

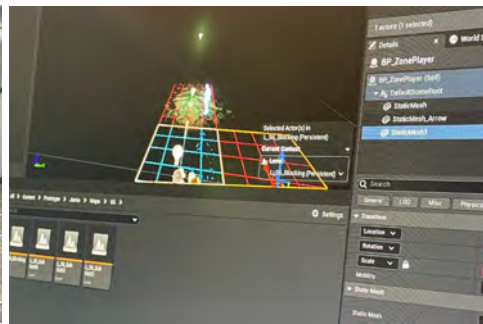
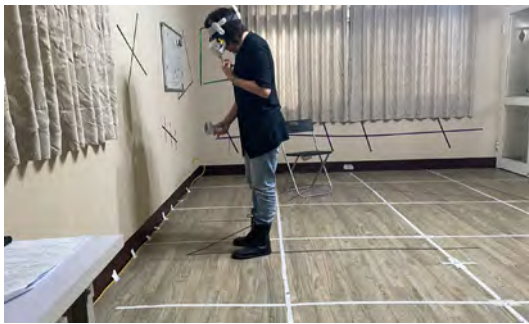


▲ 視效設計工作會議



▲ 聲音設計與程式團隊工作會議

▲ 4Dviews 分鏡圖討論



▲ 體驗範圍大小與邊界測試

時程	階段	工作項目
2023 年 7 月 至 2024 年 2 月	前期規劃與開發	國際曝光與交流(2023 年威尼斯市場展) 田野調查 劇本改編 美術與技術會議 勘景、選角
2024 年 3 月 至 2024 年 6 月	人物與實景掃描	4Dviews 掃描 3DGS 掃描 Photogrammetry 掃描
2024 年 7 月 至 2024 年 10 月	場景設計與建模	場景設計與建模 置入角色模型 雲豹動畫製作
2024 年 11 月 至 2025 年 5 月	角色剪輯、體驗設計、聲音音樂	時間軸調整、角色模型剪輯與修圖 轉場、特效、光影設計、互動體驗設計 雲豹動畫製作 Foley 音效 ADR 配音 混音
2025 年 5 月 至 2025 年 9 月	精修、Try Out、Debug	國際首映目標送件(2025 年威尼斯影展) 細調光色、質感、效果設計 Try out、debug、優化



## 影片行銷計畫書

### 1) 展映及行銷計畫核心定位

本作品改編自小說故事，體驗形式為 6DOF 走動式 VR，作品本身即具有相當的沉浸感與空間敘事層次，因此本計畫的行銷策略，將以其敘事深度與體驗設計為核心，連結文學、科技與藝術領域的觀眾或相關專業，並以國際展映為首要目標，深化作品的能見度與價值。本作品預計有以下幾點定位：

- 改編自文學小說的走動式 VR 影像作品
- 可移動探索的高沉浸式敘事 ( 6DoF + 6×7 公尺空間 )
- 交織文學語言、真實素材與虛實場景

### 2) 觀眾族群分析

- (1) 文學讀者：熟悉原作小說，有情感投射與敘事敏感度
- (2) VR 愛好者與開發者：對 6DoF 技術、沉浸敘事、掃描技術、遊戲引擎製作等具高度興趣者
- (3) 科技與創新媒體領域

(4) 藝術文化領域：對沉浸式創作、文學改編之跨域創作具有潛力與期待

(5) 影展觀眾：關注對沉浸式體驗影展作品，或一般影展作品觀眾，受影展作品或主題吸引

(6) 策展或評論人員：對作品意義、創作背景、跨域技術、策展潛力具評析、報導、策展動機

(7) 教育領域：發覺與推廣沉浸式體驗與故事題材在教育方面的價值

### 3 ) 預計展映與行銷規劃

藉由團隊結合過去《無法離開的人》的展映經驗，《雲在兩千米》將延續《無法離開的人》所建立的國內外影展與展會等發行方面的連結，將採取具體驗導向的展映與行銷規劃，吸引更多觀眾參與，拓展國內外映演機會、國際展映整備與規劃、深化作品價值。

## ■ 國際與國內影展

針對 6DoF 與沉浸式的影展投件參展，包括 Venice Immersive、Kaohsiung Film Festival XR、日內瓦影展、IDFA 等。這些影展作為重要的國際平台，使作品進入國際市場，以奠定未來在國際市場發行

展映的基礎，也呈現《雲在兩千米》在沉浸式敘事和技術創新方面的突破與成果。並將與其他展會及文化機構的洽談合作，如曾舉辦《無法離開的人》放映與展覽的北師美術館。

## ■ LBE 展映與結合講座

LBE ( Location Based Experience ) 展映方式，能吸引更多不同領域的觀眾親身參與，適合藉展映期間，舉辦以《雲在兩千米》為主題的討論會或講座。透過深度對談與分享，促進一般觀眾、相關產業與專業人士之間的交流，並更深入理解《雲在兩千米》的創作背景，開啟對作品的更多理解與對話，也藉此提高作品在觀眾間的討論度，進一步創造口碑效應。

## ■ 沉浸式空間設計與創作歷程展示

本作品的展場設計將與作品的敘事空間與故事題材相呼應，營造出與作品相符的沉浸式體驗。為了讓觀眾更深入理解作品的創作過程，展覽預計將包括創作訪談、技術分享、開發歷程等展示，並預計有聲音展區的設計，觀眾在未戴上 VR 頭顯的情況下，通過空間音效來感受作品的氛圍。

## ■ 教育與參與



在教育方面，面對沉浸式體驗內容的日新月異，創作團隊可以透過分享製作過程與創作內景，使更多年輕創作者、學生或教育開發者了解如何運用創新技術創作高品質內容，預計透過舉辦工作坊等方式拉近距離與增進參與度，長久來看，將有助於提升領域的創新度與市場活躍度。

## ■ 社群與媒體傳播

團隊將透過社群平台進行主要推廣方式，主要推廣作法簡列如下：

- (1) 臉書活動頁 ( 透過合作單位、場地方與製作團隊臉書共同建立臉書活動頁面 )
- (2) 售票平台合作推廣，加強活動曝光
- (3) 寄送 EDM 予合作單位及人員、媒體
- (4) 媒體新聞稿
- (5) 口碑行銷 ( 團隊重點向國內外有開設沉浸式單元之影展報名參展，以及舉行展映，拓展作品，使作品透過更多元管道接觸到不同對象，並達到展映與宣傳活動之綜效。 )

#### 4 ) 預期效益

- 建立空間性文學 VR 作品的創作品牌，擴展台灣沉浸式內容的敘事深度與國際關注
- 拓展一般觀眾進入 VR 體驗場域，深化文化與創新內容的對話
- 拓展 VR 與小說改編觀眾族群，包含影展策展、文化藝術圈、文學讀者、新媒體觀眾等
- 強化沉浸式體驗的價值轉譯，使非 VR 專業觀眾也能理解並參與

#### 5 ) 國際影展入圍

**台灣 VR 又傳捷報！陳芯宜執導《雲在兩千米》再次入圍威尼斯影展競賽**

**改編自吳明益小說《苦雨之地》 作者感受：目睹了新藝術語彙的創世紀**

由公視企劃邀請陳芯宜執導，改編自吳明益小說的 VR《雲在兩千米》，入圍 2025 威尼斯影展沉浸式內容競賽單元 Venice International Film Festival - Venice Immersive competition，將和來自世界各地優秀的作品角逐「最佳體驗大獎」(Best Immersive Experience Award)等三項大獎。導演陳芯宜曾以 VR 作品《無法離開的人》榮獲第 79 屆威尼斯影展沉浸式內容競賽單元「最佳體驗大獎」，今年再度推出全新 VR 創作《雲在兩千米》，不負眾望在眾多競爭作品中脫穎而出，團隊在第一時間接收到入選通知都非常振奮，陳

芯宜表示：「謝謝公視的邀請、謝謝吳明益老師，這一年多是老師的文字帶領著大家走到這裡，激發我們最大的想像力。製作這部 VR 壓力有點大，這次的技術比上一部難上 100 倍，各種技術的開發與整合很磨人，所有都是程式與數學，需要在技術與美學間找到平衡，大家做得痛苦又做得很快樂，是很難得的經驗，也很開心入圍，對團隊來說是非常大的鼓勵。」

《雲在兩千米》改編自吳明益小說《苦雨之地》中的同名短篇，作家吳明益在得知 VR 作品入圍威尼斯影展也特別獻上祝福：「看著自己的作品轉譯成從未想像過的畫面，像是目睹了新藝術語彙的創世紀。對我來說，陳芯宜導演用她的眼光，再將《雲在兩千米》的『語言』做了一次翻新。身為文字工作者，看到陳芯宜導演能兩度以完全不同的題材入圍威尼斯沉浸式內容的單元，更激起了用內心的創造力與這最新創作的語彙頡頏、對話的慾望。我期待這部作品與觀眾相會的那一天。」

《雲在兩千米》VR 由公共電視及行者影像出品及製作，高雄市電影館、三餘創投聯合出品，並由德國 Reynard Films 聯合製作，獲得德國 FFF Fund 與 SLM Fund 支持。故事描述律師關在妻子意外過世之後，無意間發現妻子遺留的未完成小說，因為思念與好奇，關循著妻子的文字，走進妻子的潛意識，也走進台灣的山林。在其中，記憶、現實和神話交錯，界線逐漸模糊，展開了一段重新連結、尋找與療癒的旅程。公視節目部經理於蓓華表示：「《雲在兩千米》將文學的想像轉化為沉浸式感官經驗，是極具深度的創作實踐。公視很榮幸能再次與陳芯宜導演合作，在 VR 敘事的前線攜手前進，也期待台灣的文化語言能持續被世界聽見。」導演也將於八月攜手技術團隊前往威尼斯影展籌備放映，期望再次為台灣 VR 在國際舞台上爭光。



在片中引領觀眾身歷其境的主演莫子儀，得知入圍消息表示：「很榮幸能扮演吳明益老師筆下小說中的人物，謝謝陳芯宜導演，謝謝所有劇組人員一起努力完成這個作品。」首次搭檔演出莫子儀妻子的姚以緹也開心地分享：「非常期待作品！《雲在兩千米》從文字到影像藝術的結合過程中，每一步都非常迷人，一定要看。歡迎大家來體驗 VR，和我們走進故事裡。」片中亦有精彩演出的馬志翔也恭喜道：「很開心參與這部作品的演出。第一次嘗試 VR 拍攝，收穫了許多寶貴的經驗。」

《雲在兩千米》為單人自由移動的 VR 體驗，也是陳芯宜的第三部 VR 作品，全片使用了多項全新技術，團隊在製作過程中亦有許多突破性開發，在 Try out 測試階段，許多體驗者便驚艷於作品的美學世界與敘事的完整性，讓觀眾在體驗過程中能依循路徑前進，跟著主角關走上一趟追尋之路。《雲在兩千米》曾於創投時期入選 2023 年威尼斯合資市場展「Venice Gap-Financing Market」中「沉浸式計劃」項目，而今年，陳芯宜的另一 VR 計畫《碎為微塵之後》亦再度獲選 2025 年威尼斯合資市場展「沉浸式計劃」創投項目，《碎為微塵之後》為國藝會「藝術未來行動專案」補助之作品，陳芯宜與團隊持續在 VR 技術的探索中精進，延續作品在國際市場的關注與肯定，可說是喜訊連連。

## (二)公視網路關鍵字佈局與搜尋引擎最佳化成效報告

### 1. 2024年(113年)《劇夠》全年度流量與關鍵字點擊成效表現

- 2024年度發布的文章，總計226篇。
- Google Analytics(以下簡稱 G.A)全年度數據，包括：「瀏覽數」、「使用者數」與「事件數」
- Google Search Console（以下簡稱GSC）全年度數據，包括：
  - 各週全站獲得之「點擊數」與「曝光數」
  - 各關鍵字之「點擊數」、「曝光數」、「點閱率」與「排名」
  - 各熱門網頁（即文章）之「點擊數」、「曝光數」、「點閱率」與「排名」

《劇夠》為公視+串流影音平台之衛星網站，主要目的在於透過關鍵字佈局，吸納不同關鍵字搜尋的使用者，並從而轉換為公視+之用戶。其內容策略以幕後報導、演職員採訪、演員擺拍、深度影評為主要範疇。文章除延伸或啟發自公視+上面的節目內容外，編輯群也會主動提早佈局具潛力的關鍵字，公視+也會同時洽詢合適的節目，透過購片、自製等方式，取得相對應節目，並透過搜尋引擎最佳化(SEO)、社群媒體操作的模式，擴大會員轉換的可能。整體而言，《劇夠》以深度娛樂新聞報導的切角撰文，可打造公共媒體的娛樂與軟性面向，讓台灣公共電視能提供深度的流行娛樂資訊，改變過去公視多為嚴肅枯燥的刻板形象，同時亦可行銷公視+影音串流節目內容。本網站於112年第四季開始試營運，並於113年度正式營運，本結案報告將以上述資料為基礎，提出不同層面的分析檢證，最後提出關鍵字策略作為參考。

## 全年度G.A流量分析

《劇夠》全年瀏覽數 1,012,260、使用者數 812,469、事件數 6,709,809。週平均瀏覽 19,099，使用者 15,330，事件 126,600；瀏覽數標準差 2,459。事件數對應（除）瀏覽數約為 6.63、事件對應（除）使用者約 8.22，每人平均產生8次以上的互動，顯示使用者互動密度高，代表內容具備深度。

2024年「劇夠」全年度流量變化

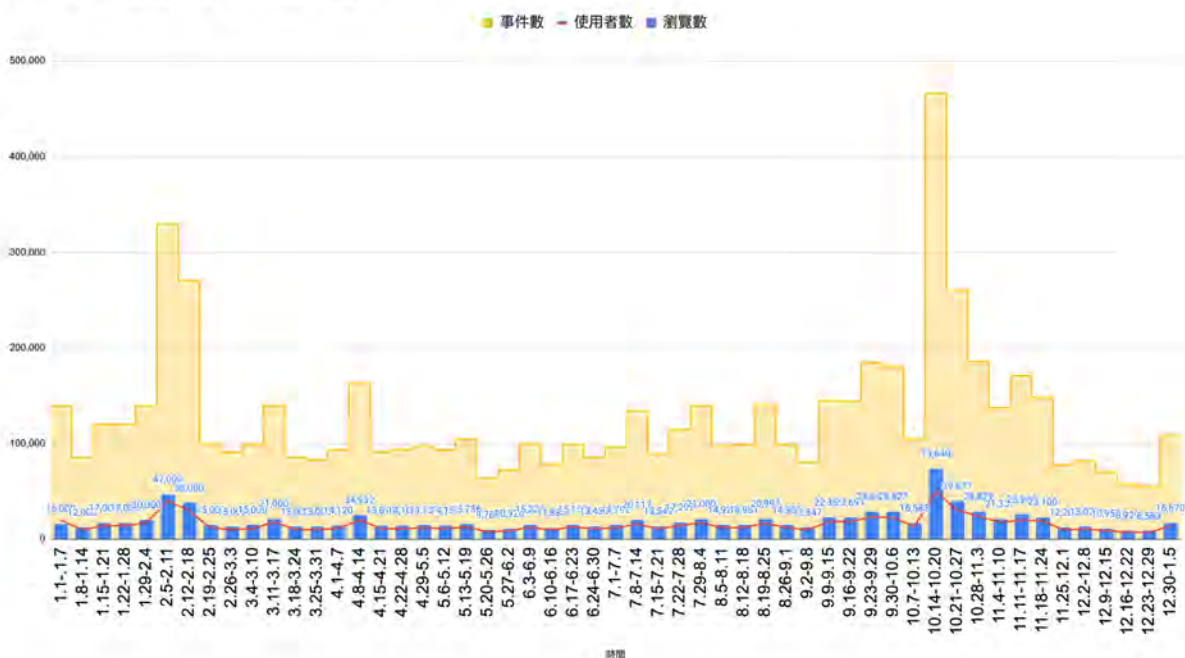


每季的流量變化如下：

- Q1 → Q2 微幅上揚（+6 %）：農曆春節檔期之電影與影視作品帶動流量
- Q3 持平：暑期檔議題多元，流量持平。
- Q4 大幅成長（+24 %）：金鐘獎頒獎典禮帶動全年度高流量成長，10月中~11月出現明顯的流量高峰。



2024年\_\_劇夠\_\_全年度流量變化



從圖表可發現，10.14-10.20為全年度流量的高峰，主因當時推出《金鐘 59》專題，結合入圍與得獎快報，並搭配入圍與得獎作品的深度幕後評析。除了SEO有良好的佈局外，加上社群媒體（主要流量來自於公視+ Facebook 粉絲團）助攻，單週佔全年頁面點擊 7.3 %。10.21-10.27則有金鐘得獎作品系列之幕後採訪報導露出，因此有連帶的長尾流量效應。

## 內容成效評估

《劇夠》共發布226篇文章，以下說明各篇文章流量表現的評估方式：

步驟	計算方式	原因
1. 定義範疇	以 2024年發布的 226篇文章 為母體；只評估 2024 年首度上架的新稿，不把舊文／專題頁、分類頁等其他網址計入。	確認計算標的，避免被2024年以前發布的文章影響。
2. 整合數據	計算出的全年度瀏覽量，並依季度整理出文章及其瀏覽量之貢獻。	使用「全年總量」可直接反映內容的整體吸睛力。
3. 分析數據	取得所有 226 篇的瀏覽分佈後，取前 25 %的文章，將其視為貢獻最大流量者。	《劇夠》的瀏覽分佈呈長尾，聚焦大約前 25 % 的「真正亮點」，維持清單規模在可管理範圍。
4. 建立標準	以前25%計算，可得出 2,970 次瀏覽 之基準，故全年瀏覽 $\geq 2,970$ 的文章即標記為「表現優異」。	由於極少數文章常常佔據大部分流量，用平均值會讓「門檻」被極高值影響，出現少數影響多數的數據失真。
5. 標記表現優異的文章	共有 58 篇 文章符合上述條件（請參考附錄1）。	獲得「哪些文章值得深入研究」的明細，除了可作為未來選材的參考，也可繼續交叉分析SEO成效。

## 內容策略分析

整體來看，《劇夠》獲取流量的關鍵元素，包含：【幕後獨家主題】、【時段：多選在周五／六晚間發布】、【綁定影視作品的宣傳檔期】、【主標＋引語式標題】，分項說明如下：

- 幕後獨家主題：鎖定仍在熱播或剛上映的影集／電影，提供「作品產製過程」、「導演／主角心法」等幕後內容。如遇頒獎季（例：台北電影節、金鐘獎），則會提前準備「得入圍／得獎速報」、「備受關注新人專訪」。
- 時段：週五 16:00 - 19:00 排程（對標的使用情境為使用者下班、週末打算追劇前）。若為獎項即時戰報，於典禮結束後 1 小時內發佈。（58篇流量表現優異的文章中，在週五與六發稿有27 篇，其中晚間時段：13 篇，58篇文章中，在晚間發稿則有29 篇）
- 標題與版位：採用的下標格式為「置頂／首頁大圖＋顯眼主標」，如「幕後 | 《xxx》導演：……」、「金鐘59 | 李銘順再奪影帝！……」。由於標題設計已有鮮明的金句或精準的資訊，因此可增強社群媒體分享數。

分析指標	關鍵觀察	流量分析	說明
文章類型	1. 幕後/製作專訪 2. 人物專訪 3. 獎項入圍與得獎快報	幕後專訪 有16 篇（佔瀏覽量27.6%）平均 瀏覽量8,773。 人物專訪 10 篇（1佔瀏覽量7.2%）平均 瀏覽量 5,136。 獎項報導 8 篇（佔瀏覽量13.8%）平均瀏覽量 4,654。	「幕後」系列平均瀏覽量最高，歸因於能用「獨家視角」帶領觀眾一見影視製作的內在故事，並能驅動點擊。
版位格式	- 標題使用「幕後  」「專訪  」作內容旗標- 大量「直接引語」做引語（例：「天菜們的煩惱無關性別認同」）- 2,000 - 3,000 字長文，段落間以粗體、子標題分段	58 篇中 46 篇（79%）標題帶旗標或引語	版位旗標 + 吸睛標題為導引，讓搜尋結果和社群預覽瞬間說服讀者。
發布時段	- 晚間 18 - 23 時：29 篇（50%）- 下午 12 - 17 時：20 篇（34%）- 星期五+六：27 篇（47	星期五平均瀏覽量為 8,260，明顯高於其他日的平均瀏覽量 6,400。	「周末前晚間檔」+「電影上檔」可透過節目熱度與讀者空閒時間，取得雙重流量紅利。



	%) - 十月：14 篇 (24 %)，集中在金鐘獎檔期		
--	---------------------------------	--	--

## 全年度GSC流量分析

本研究繼續以 226篇文章的網址為基礎，設計為 $228 \times 7$  欄 的分析矩陣，分析欄位包括：URL、Page View、Clicks、Impressions、點閱率、Average Position、曝光-點擊。接著再使用 Pearson 相關係數 (r) 檢驗「自然搜尋點擊數點閱率」與「全年瀏覽量( Page View, 瀏覽量)」之線性關係；並分別觀察不同題材與季度之變化（分析原理請參考附錄2）。

### 分析結果

對象	r 值	分析
226 篇文章	0.64	搜尋點擊與全年瀏覽量呈 中度正相關，高點擊頁面大多伴隨較高瀏覽數。
點閱率與瀏覽量	-0.10	點閱率 與 瀏覽量並無線性關係；高點閱率多出現在小量曝光、長尾效應高之文章。

有關《劇夠》在瀏覽量與關鍵字點閱率並無關聯性，主要是關鍵字點閱率僅衡量「自然搜尋」這一條管道的點擊效率，而全年瀏覽量則融合了首頁、社群、合作外連等多條來源，兩者量級與涵蓋面完全不同，整理成因如下表：

成因	資料集中的典型現象
指標單位不對稱點閱率 是「百分比」，只要曝光低就容易衝高；瀏覽像是「絕對值」，取決於總曝光量。	在所有的文章中，有一批曝光不到 1 k 的深度訪談，平均點閱率 介於 10 - 15 %，但全年瀏覽量 仍低於 3 k。
流量來源錯位許多頭條／懶人包文章靠首頁 banner 或 社群媒體推播衝出瀏覽像，搜尋流量佔比卻不到 20 %。	在 Q3 金鐘檔期裡，部分「得獎懶人包」文章，點閱率 只有 1 - 2 %，但靠社群推波 的瀏覽量仍進入前 10 %。
長尾 vs. 熱門關鍵字長尾詞曝光小會拉升瀏覽量 ；熱門詞雖然曝光量大，但點閱率會因為競爭關係而被稀釋。	高 點閱率排行榜前十的大多是「劇名 + 結局解析」之類長尾詞。
時效性 + 排名衰減的時間落差大片或獎項類之文章 瀏覽像 常在發布後 72 小時衝完；之後排名往下掉，拉低全年平均 點閱率。	2024年 2 月一部熱門劇剛開播時的解析文：首週 點閱累 4.5 %、瀏覽量 6 k；全年 點閱率 降至 1.2 %，但瀏覽量因為文章的時效性已過因此沒有跟著成長。
速報、懶人包類型的文章易在社群爆量，因此可獲得高瀏覽量，但未必有高的點閱率 ；深度訪談在搜尋引擎的競爭較少，但因為資訊特殊，故可獲得高點擊率但低瀏覽量之狀態。	實際資料裡，速報文平均點閱率 0.9 %、瀏覽量 7 k；深度《幕後》平均點閱率 8.3 %、瀏覽量 2.8 k。

整體來看，若未來想減少對社群推播或首頁置頂（如金鐘速報）的依賴，必須提高搜尋點擊對 瀏覽量 的貢獻度。此時 提升高 點閱率 長尾詞的曝光量。 比單純追求更高 點閱率 更務實。若想打造可預測且不被社群演算法綁架的流量池，則需要逐步提高搜尋曝光與 點閱率 的聯動效果。



金鐘59 | 《有生之年》奪戲劇節目最大獎！溫暖高家人演員獎項開高走高近乎全壘打



#### 文章/議題 與關鍵字成效

在《劇狗》 2024 年的 58 篇流量貢獻度最高之文章中，「幕後」類型以 17 篇占近三成，是全年最具辨識度，且流量最為穩定的子類別。這批文章的平均瀏覽量高達11,600次，中位數亦達8,500餘次，整體表現仍明顯超越其他題材。若從發稿節奏觀察，可見近半數選在星期五刊出，且多於傍晚下班後至深夜之間上線，編輯發布策略是利用觀眾週末前的娛樂需求與空閒時段，並與影視作品播映檔期做緊密呼應。

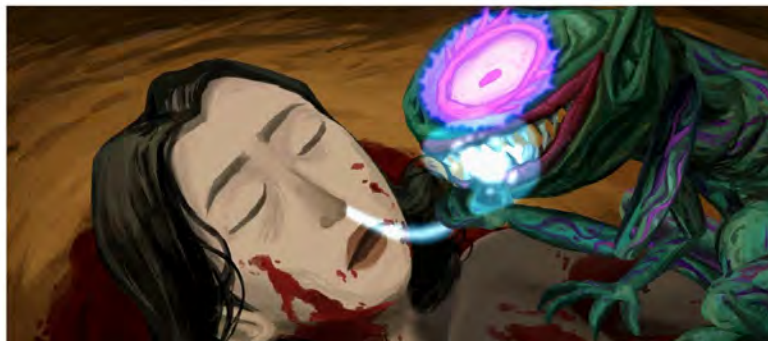


季度分布方面，第一季與第二季合計占10篇，映襯春節檔與年中新片潮；第三季雖僅3篇，卻與金鐘獎頒獎典禮的宣傳期對應；第四季4篇則跟隨年底新片與影展話題延續熱度。內容層面，則大量應用「幕後 | 《作品名》 + 導演或主創心法」的標題格式，且其中10篇直接直接使用導演的名稱，使讀者立刻意識到獨特的編輯觀點。文體大多採二至三千字的中長篇幅，段落之間穿插粗體小標或導演、演員原話，搭配片場工作照、分鏡或短影音花絮，既降低閱讀門檻，也延長頁面停留。

搜尋行為亦對此類素材友善：當作品上映十日內公開時，Google 的 Top Stories 容易收錄此類題材，競爭者相對較少，使自然點擊成長能與瀏覽量同步升高；而若作品已進入熱播尾聲，幕後細節仍能成為觀眾理解劇情與彩蛋的入口，帶動長尾流量持續流入。



幕後 | 《幽暗小徑的鬼》導演王登鈺：不在悲觀的歷史裡絕望，讓過去成為未來的養分



從使用文體風格來看看，這些文章在敘事上採取「技術細節與情感軌跡並重」的寫法：一方面解釋美術、運鏡與敘事設計背後的決策，另一方面以主創的自白補足情感動機，讓讀者在兼具知識與共鳴的閱讀體驗中完成分享意願的轉換。58篇文中最高值曾突破兩萬的瀏覽量，最低值三千五百餘次，落差近六倍，說明此一標題命名公式雖會受作品知名度與檔期聲量左右，然而即使在低標，瀏覽仍穩坐全年前四分之一門檻，足證此類選題在《劇夠》的長期價值與耐用度。

文章類型	篇數	r值	說明
幕後 (製作/導演)	17	0.39	中度正相關，幕後專訪兼具話題性與搜尋量，搜尋點擊能部分轉化為站內瀏覽。
影評	26	0.75	高度正相關，此類文章以單一劇名或事件為核心，搜尋量與瀏覽量上升步調最一致。

整體來看，「幕後」類型文章的成功並非由單一面向所驅動，而是因為題材的稀缺、作品上映檔期的契合度、標題敘事策略與媒體呈現手法交織而產出，其流量曲線在社群突發高峰之外，提供了相對可預測、且能隨影視作品熱度自然成長的穩定貢獻。

### 三、文章瀏覽數與GSC的觀察

以 58 篇文章交叉比較「全年瀏覽量」「自然搜尋點擊數」「搜尋點閱率」「搜尋佔比＝點擊數 ÷ 瀏覽量」後，可將文章類型歸納為四組：其一是揭露拍攝技巧與導演理念的「幕後」專稿，其二是鎖定單一作品或事件、帶有評論或情節拆解的「影評／解析」，其三是聚焦主創個人故事的「人物專訪」，其四則是綜合資訊的「獎項速報」。四組在四項指標上的分布呈現明顯分層，也讓哪些題材值得續寫的輪廓浮現。

首先，「影評／解析」（約占四成樣本）雖然平均瀏覽量未必最高，但它擁有最穩健的搜尋動能：平均點閱率落在 4 %到5 % 區間，平均搜尋佔比超過三成；換言之，每 100 名到站讀者中，有 30 - 35 人源於自然搜尋，而且這些點擊與瀏覽量的線性關係最緊密。原因在於這類文章的標題與熱門查詢高度相符，相關字串往往與使用者的直接提問相同，由於Google SERP 競品有限，點擊一旦發生，便能帶來可觀瀏覽量，也因其長尾效應強，即使評論熱點消退，仍能穩定獲得搜尋流量，顯示這種內容具備持續效益。

文章類型	篇數	平均 PV	平均 CTR	搜尋佔比	說明
影評解析	23	約 7,400	4 % - 5 %	30 % - 35 %	標題與使用者查詢字串高度一致，SERP 競爭者少；長尾效應強，點擊與瀏覽同步增長

幕後	17	10,160	2 % - 3 %	25 % 左右	獨家內容兼得社群與搜尋雙來源；高瀏覽量 帶動總流量，同時維持可觀點擊量
人物專訪	6	約 6,000	< 2 %	約 20 %	標題多以人名為主，搜尋流量受維基與新聞卡片分流；需仰賴社群推播維持瀏覽量
得獎速報	1	> 8,000	< 2 %	< 5 %	活動當下會因為社群互動分享而爆量，但搜尋轉化為弱；流量高峰也會隨檔期快速衰退，屬於爆衝型的事件。

其次，「幕後」專稿（17 篇）在 瀏覽量上最為亮眼，平均突破約一萬，最高約兩萬；搜尋佔比雖僅約四分之一，但原始點擊量仍高於其他類別，證明它同樣能吸引搜尋族群。幕後類的文章的 點閱率 介於 2 % - 3 %，低於影評而優於人物專訪，顯示其在 SERP 上的吸睛能力中等以上。此類題材同時享受社群轉貼的紅利，因此可獲得較高的瀏覽量，但即使剔除社群推波，純搜尋仍能貢獻可觀讀者，代表它具備雙重流量來源的優勢，長線價值穩健。

「人物專訪」（約十分之一樣本）雖具一定瀏覽量，搜尋表現卻相對較小：平均點閱率 不到 2 %，搜尋佔比約兩成。討論原因，初判是當標題以人名為主時，搜尋用戶多半先以作品名為入口，而非直接輸入受訪者姓名；加上 SERP 上常被媒體新聞稿與維基百科稀釋注意力，同質競爭激烈，導致點擊



不易轉化為高瀏覽量。而就實際運作來看，《劇夠》的人物專訪文章的發布則多伴隨公視+ Facebook社群推播，即使網站無法獲得顯著的流量，但卻能帶動社群媒體互動與觸達。

「得獎/速報」類的文章，雖僅有1篇文章作為樣本，但指標特性與人物專訪相似，瀏覽量因事件檔期流量飆高，點閱率則小於 2 %，搜尋佔比低於 5 %。這說明此類內容也是依賴社群曝光衝高瀏覽，一旦事件檔期過去，流量便會下滑，後續搜尋帶動的流量有限，但就短期助攻流量成長而言，則會是一種相當有效個內容策略。

## 結論與建議

綜合四項指標可以看出，能同時兼顧高搜尋佔比與穩定瀏覽量的題材，主要集中在「影評／解析」與「幕後」。前者借助高度對位的查詢字串與長尾持續度，使點擊與瀏覽同步上升；後者雖對搜尋的依賴度較低，但憑藉獨家內容結構與社群吸引力，仍保持量好的點擊與瀏覽量，流量來源較為多元，也能在檔期之外留下可觀的能量。至於人物專訪與速報類文章，在搜尋端的轉化率、佔比與長尾能力皆相對薄弱，若無其他推播或活動配合，流量易在短期爆發後快速降溫，但就短期助攻流量成長而言，不僅是相當有效個內容策略，且能擴張《劇夠》的品牌印象與影響力。

附錄1：2024年「劇夠」文章流量表現（落在前 25 % 的 58 篇文章即為「最大流量貢獻者」）

post_title	瀏覽	post_date
《地面師》呈現不動產交易體系的疏漏與盲點，日本受害者實際被詐騙的55億日圓至今仍未討回	17960	2024-08-01 18:31:51
幕後   《愛愛內含光》導演黃婕妤：各自脫衣象徵平等關係，「譚崔 Tantra」是修補關係的一種嘗試	17185	2024-02-08 11:28:33
幕後   《影后》導演嚴藝文：演員的脆弱是真實自我的投入，戲演久了就會內建保護程式	16797	2024-11-15 13:12:14
幕後   《默殺：無聲之地》導演柯汶利：一滴水到傾盆大雨是入戲關鍵，反轉是犯罪懸疑片的必需品	16681	2024-10-25 20:30:25
幕後   《何百芮的地獄毒白》宅女小紅：重現「我的空虛是一頭野獸」，笑看枝微末節卻又荒謬的小事	14606	2024-03-05 19:31:54
幕後   《有生之年》刻意縮小格局營造高家老宅緊密感，越通透的家秘密越難說出口	13337	2024-10-14 19:02:05
以前的日子真的比現在好嗎？宮藤官九郎《極度不妥！》穿越「令和」與「昭和」的一場時代激辯	12616	2024-02-03 18:00:49
邱宇辰專訪   對著鏡子譴責靈魂深處的自己，幸運來自一段時間的不幸	11980	2024-04-10 14:44:31
幕後   《乒乓男孩》導演洪伯豪：角色成長球路也會改變，球的每個落點顧問都要審核	10578	2024-10-25 20:29:21
易普症是什麼？日劇《YIPS》超扯辦案搭檔一起面對「放棄」的人生課題	8475	2024-05-27 11:36:02
幕後   《愛愛內含光》親密指導蔡嘉茵：特殊材質安全褲避免生理反應，戲前誓詞與戲後對話都為演員的「性安全」層層把關	8273	2024-02-02 13:29:46
日本「不良」文化再度熱議，動畫《防風少年》挑戰新型態強者論！	8064	2024-06-21 10:57:10
日劇《Destiny》石原聰美開局話題滿載，三角戀、世仇、癌症這招對觀眾還管用嗎？	8011	2024-06-06 19:56:00
木村拓哉創造的文化現象：演一部劇就振興一個產業，超級巨星連名字都是公共財	7532	2024-02-12 10:38:41
金鐘59   金鐘公務員吳慷仁打卡奪男主角獎，遇到好導演是演員的運氣	7328	2024-10-19 22:37:21
幕後   《我在這裡等你》導演鄧依涵：心動是淺嚐即可的烈酒，張國榮的歌暗喻二人錯位時空	6874	2024-05-10 17:58:31
朱宥丞專訪   心愛的布偶被燒掉是哭點，賣萌演戲已是人生過去式	6693	2024-08-23 16:12:23
韓劇《死期將至》12次死亡懲罰的激辯，活下去真的這麼重要嗎？	6638	2024-01-26 17:49:31
劉冠廷專訪   社群剝奪最真實的情感，別人的故事不該只從臉書上得到	6447	2024-01-15 11:21:37
揮別吃冷便當獨食的日子，日劇《入侵者們的晚餐》從破綻百出的盜竊計畫中描繪女性群像	6422	2024-01-20 15:43:13

《非殺人小說》兇手線索：不完整的拼圖、壁畫溺斃女人，紅洋裝真的是紅洋裝？	6388	2024-02-03 17:17:38
解析BL熱潮 1   中國耽美禁令靠跨國合製突破，台灣同婚合法讓創作者勇敢說故事	6182	2024-09-28 18:19:35
幕後   朱延平監製電影《小子》少林寺物色武僧，港式武俠片風格不用「拳拳到肉」	6044	2024-02-08 23:25:10
《膽大黨》特攝風格濃烈的青春都市傳說，被高速婆婆奪去香蕉也能成為掉漆英雄	5772	2024-10-29 21:19:36
金鐘59   《有生之年》奪戲劇節目最大獎！溫暖高家人演員獎項開高走高近乎全壘打	5572	2024-10-19 23:21:47
幕後   《不夠善良的我們》導演徐譽庭：你我心中都有一個魔鬼，終其一生在和另一個自己打架	5476	2024-04-26 20:58:38
電影《黃金神威》讓真人化不再是夢魘，一個政治正確的題材如何展現作者的野心？	5453	2024-05-27 20:13:12
劇場版《排球少年！！垃圾場的決戰》輸贏都不會讓世界毀滅，「羈絆」文化造就的魅力細節	5367	2024-05-09 21:03:54
金鐘59   許瑋甯奪女主角獎淚謝邱澤，最好的隊友演戲變得心無旁騖	5040	2024-10-19 21:09:10
金鐘新人   《八尺門的辯護人》張耀專訪：乘浪而來的爽朗少年，解開夢想和幻想的不對稱方程式	5005	2024-10-15 16:31:06
幕後   律師在法庭辯護站立走動宛如作秀，《無罪推定》講台語真的符合現實嗎？	4971	2024-09-10 21:36:25
2024龍年十選話題必看影集！大尺度床戲、政治不正確、海底生物吃人，闔家觀賞不宜小心注意！	4922	2024-02-08 22:29:13
黃宏軒專訪   卯足全力卻摔進人生低谷，領悟「張弛有度」才能更有餘裕	4760	2024-04-12 17:05:17
幕後   《人生清理員》影集版用「氣味」連結心理與現實，人上升到一個狀態必然就會崩壞	4734	2024-09-16 13:59:36
生病的人只能放棄人生嗎？《Unmet－某腦外科醫的日記－》開啟一場以後遺症為名的漫長旅程	4682	2024-06-26 10:14:38
《再見指揮家》重新詮釋貝多芬〈命運交響曲〉，映照星二代如影隨形的巨大壓力	4652	2024-02-09 0:32:06
《名偵探柯南：100萬美元的五稜星》怪盜基德真的撐的起電影主角嗎？急死人的戀愛關係這次終於有解了！	4489	2024-07-26 14:36:34
李李仁被低估的演技：從「一片歌手」到「陶晶瑩老公」再到「台北電影節最佳男配」	4469	2024-09-16 12:44:17
金鐘59   Holy媽祖！李銘順再奪金鐘影帝，完美駕馭佟寶駒這匹脫韁野馬	4358	2024-10-19 20:56:48
幕後   《還錢》導演王鼎霖：每10分鐘就要出現笑點，「反拍」手法玩出蔥油餅炸彈創意	4326	2024-02-08 23:05:59
金鐘59   《有生之年》獲戲劇節目導演獎，許肇任投射真實人生拍戲慘哭	4063	2024-10-19 22:56:37

遇到比自己優秀的人會覺得沮喪嗎？共鳴度爆表動畫《驀然回首》中最血腥的自我揭露	4033	2024-08-02 17:25:44
幕後   《台北追緝令》原本是香港追緝令，大武崙漁港是電影人夢寐以求的景色	3923	2024-09-25 14:50:46
藤岡靨專訪   人生的秘密來自內心深處的渴望，無法拒絕看起來危險的事	3830	2024-07-02 8:23:57
金鐘59   2024金鐘獎入圍名單揭曉！李銘順激戰弟弟李銘忠引爆話題！《八尺門的辯護人》16項入圍最大贏家！	3823	2024-09-11 15:05:52
金鐘59   謝展榮獲最具潛力新人獎，霸氣宣告「看好了！」	3715	2024-10-19 20:46:54
影評《年少日記》   獅子山下誰能無恙？菁英教育須用一生治癒童年的傷痛	3507	2024-11-12 13:16:25
幕後   《X！又是星期一》用嚴肅的態度製造「笑果」，演員的第101個輸出非常重要	3396	2024-10-15 16:34:54
動畫《地。-關於地球的運動-》三項創作原則建立真實感，認真思考別人眼裡「無所謂」的事	3354	2024-12-03 18:40:45
金鐘59   2024金鐘獎戲劇類完整得獎名單揭曉！吳慷仁、楊貴媚《有生之年》各封影帝影后，《八尺門的辯護人》擒七獎標稱霸金鐘夜	3332	2024-10-19 16:58:18
潘君倫專訪   看著父親花十年蓋起自己的露營區，鼓起勇氣重返演藝圈追夢	3327	2024-01-03 18:25:06
《去唱卡拉OK吧》黑道與國中生不可能的閃亮友情，沒了麥克風也要華麗破音一場	3215	2024-02-08 23:43:00
林艾璇（大元）專訪   十年長跑才公布戀情達容忍極限，幸福就是有永遠聊不完的廢話	3190	2024-07-15 19:16:18
幕後   《莎莉》導演練建宏：愛情不存在唯一正解，人會感到寂寞也只是揣測	3170	2024-04-05 11:14:07
解析BL熱潮6   腐圈觀察：台灣BL偶像劇套路多開始走下坡，日本泰國CP營不營業看國情？	3116	2024-09-28 18:17:15
賀軍翔專訪   想跨出舒適圈卻又怕突破過了頭，打破角色濾鏡是件困難的事	3082	2024-04-26 21:13:10
劉主平、梁湘華專訪   《破浪男女》後不一定能繼續大尺度，親密接觸預演和攝影視線至關重要	3048	2024-07-15 19:17:05
影評《我的意外男伴》   天菜們的煩惱無關性別認同，一段拿掉標籤的公路之旅	3037	2024-10-15 16:32:00



## 附錄2：為什麼用 Pearson 相關係數 ( $r$ ) 來檢驗「GSC 點擊數 ⇄ Page View」？

在《劇夠》2024 年的資料情境下，以皮爾森相關係數檢驗「自然搜尋點擊率 (CTR)」與「全年瀏覽量 (PV)」的線性關係特別合適，有以下幾個理由：

首先，資料單位與尺度皆符合皮爾森假設：CTR 為 0 - 1 連續比例，PV 為非負整數計數，但兩者在計算相關係數時都會先經中心化與標準化，單位差異因而被消弭，彼此可放在同一無量綱平台比較。

其次，觀測目標是「單篇文章全年表現」，各篇內容在計算上可視為獨立樣本；《劇夠》全年 226 篇新文章（其中包含 58 篇表現最優的樣本）提供了足夠的樣本數，讓相關係數在統計上具有穩定性並可進一步做顯著性檢定。

第三，行銷與內容營運者最關心的是「CTR 高低是否能帶動 PV 增減」這種直觀的線性趨勢；皮爾森  $r$  正好把「CTR 每上升一個標準差時，PV 期望隨之增加（或減少）多少標準差」量化為 -1 至 +1 的易解讀指標，能快速回答決策面問題。

《劇夠》的 CTR/PV 散點圖並未呈現明顯曲線或階梯形斷點，資料大致沿線性或近線性雲團分布，離群點雖有，但不至於支配整體趨勢，符合皮爾森對線性結構的前提。最後，把資料再依季度或文章類型切分，各組樣本量仍能支撐相關係數的計算，使研究者得以比較不同時間情境、不同題材下 CTR 與 PV 線性關係的強弱變化。綜合而言，皮爾森相關既滿足資料條件，又直觀量化「搜尋效率」對「最終流量」的線性影響，故可成為的檢驗工具。

## 2. 2024年(113年)《觀點同不同》全年度流量與關鍵字點擊成效表現

- 2024年度發布的文章，總計228篇。
- Google Analytics(以下簡稱 G.A)全年度數據，包括：「瀏覽數」、「使用者數」與「事件數」
- Google Search Console（以下簡稱GSC）全年度數據，包括：
  - 各週全站獲得之「點擊數」與「曝光數」
  - 各關鍵字之「點擊數」、「曝光數」、「點閱率」與「排名」
  - 各熱門網頁（即文章）之「點擊數」、「曝光數」、「點閱率」與「排名」

《觀點同不同》為公視+串流影音平台之衛星網站，主要目的在於透過關鍵字佈局，吸納不同關鍵字搜尋的使用者，並從而轉換為公視+之用戶。其內容策略以社會議題、文化現象、通識與親子教育、運動體育為主要範疇。文章除延伸或啟發自公視+上面的節目內容外，編輯群也會主動提早佈局具潛力的關鍵字，公視+也會同時洽詢合適的節目，透過購片、自製等方式，取得相對應節目，並透過搜尋引擎最佳化(SEO)、社群媒體操作的模式，擴大會員轉換的可能。整體而言，《觀點同不同》因為長期關注社會公共議題，可鞏固公共媒體在台灣媒體生態中的公共性定位，也為關注社會議題與教學場域的讀者提供可信度高的資源，同時亦可行銷公視+影音串流節目內容。本網站於112年第四季開始試營運，並於113年度正式營運，本結案報告將以上述資料為基礎，提出不同層面的分析檢證，最後提出關鍵字策略作為參考。

## 全年度G.A流量分析

《觀點同不同》全年瀏覽數 492,022、使用者數 388,379、事件數 3,122,645。週平均瀏覽 9,283，使用者 7,328，事件 58,919；瀏覽數標準差 2,459，顯示波動幅度屬中度。

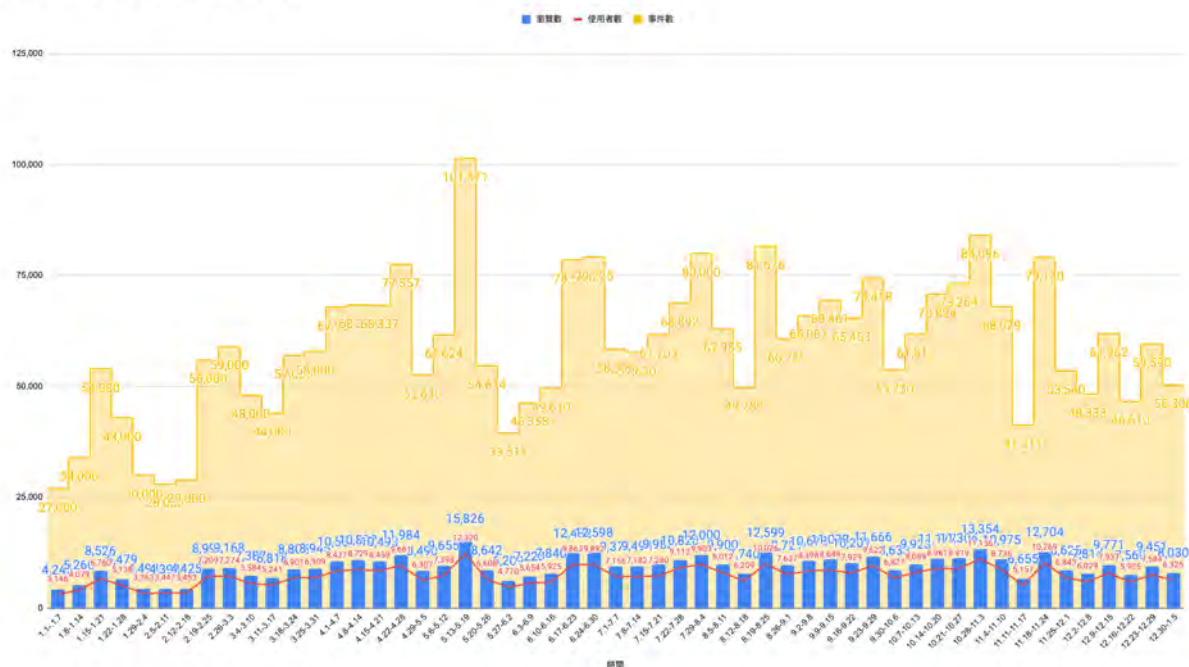


每季的流量變化如下：

- Q1（1－13 週）：第一週的瀏覽量起於 4,245，至第 3 週上升至 8,526。第 4－9 週瀏覽落回 4,493－8,991，呈現先揚後穩的狀態。
- Q2（14－26 週）：瀏覽量維持在 8,000－11,700 之間。第 20 週以 15,826 創全年高峰。
- Q3（27－39 週）：呈現中幅緩升，瀏覽量多集中在 9,000－12,600；第 33 週達夏季尖點 12,599，波動相對平穩。

- Q4（40－53 週）：瀏覽先升後緩。第 44 週再破 13,000；第 47 週（11.18－11.24）瀏覽增長 91%。年末四週介於 8,625－9,804，收尾平穩。

觀點不同 使用者 瀏覽數 事件數 變化



整體來看，全年呈「漸進上升-短暫高峰-趨緩-回穩」的流量節奏；Q2 與 Q4 是波動最明顯的兩季，而Q3的走勢相對平緩。由於事件數與瀏覽數、使用者數之曲線趨勢一致，因此可視為網站的互動量穩定，進而支撐流量的結果。整體數據顯示，平台維持中度成長與可預期的季節性波動，並無流量異常流失下降的狀況。



## 內容成效評估

《觀點同不同》共發布228篇文章，以下說明各篇文章流量表現的評估方式。

步驟	計算方式	原因
1. 定義範疇	以 2024年發布的 228 篇文章 為母體；只評估 2024 年首度上架的新稿，不把舊文／專題頁、分類頁等其他網址計入。	確認計算標的，避免被2024年以前發布的文章影響。
2. 整合數據	計算出的全年度瀏覽量，並依季度整理出文章及其瀏覽量之貢獻。	使用「全年總量」可直接反映內容的整體吸睛力。
3. 分析數據	取得所有 228 篇的瀏覽分佈後，取前 25 %的文章，將其視為貢獻最大流量者。	《觀點同不同》的瀏覽分佈呈長尾，聚焦大約前 25 % 的「真正亮點」，維持清單規模在可管理範圍。
4. 建立標準	以前25%計算，可得出 1,003 次瀏覽 之基準，故全年瀏覽 $\geq 1,003$ 的文章即標記為「表現優異」。	由於極少數文章常常佔據大部分流量，用平均值會讓「門檻」被極高值影響，出現少數影響多數的數據失真。

5. 標記表現優異的文章	共有 57 篇 文章符合上述條件（請參考附錄1）。	獲得「哪些文章值得深入研究」的明細，除了可作為未來選材的參考，也可繼續交叉分析SEO成效。
-----------------	---------------------------	-----------------------------------------------

內容策略分析

《觀點同不同》2024 年 57 篇高流量文章可歸納以下的公式：多從「人物」切入、以衝突-轉折-回饋構成情感張力；標題平均 18-24 字，常用「？」或「！」製造情感衝突與懸念；題材多描寫少數者與弱勢群體，引發换位思考與同理心。

面向	觀察重點	說明
敘事方法	人為核心的故事線	55 篇以上都以「一位或一小群人物」作為切入點，人物面向包含跨性別者、梵谷、體操選手，或職棒菜鳥，讓讀者有機會先被「人」吸引，再被帶入新的議題。
情感張力	衝突→轉折→回饋的三段式	標題與內文普遍呈現出：「困境／痛點」→「努力／改變」→「啟發／省思」的敘事策略。

標題語言	情境化 + 感嘆/疑問詞	75% 以上的標題都有「：」「？」「！」這類符號，或引用金句；平均篇幅 18-24 個中文字，說明情境且製造出懸念。
少數者視角	同理邊緣族群	性少數、受刑人、外籍勞工、運動傷害倖存者等「被忽視者」故事約佔高流量文章之四成，顯示讀者對於「弱勢卻強韌」之故事主題有著高度興趣與共鳴。

在此公式下，仍保有內容的差異，選文包含親職教育、運動、性別、藝術、環保與次文化，呈「寬題材、窄切角」的風格。站內也有具時效性議題的文章，如運動／政策選材，並體現希望可有即時導流之目的。人物誌類型的文稿，則多具有長尾效果，可因應時事重新推薦或被讀者搜尋。若以讀者的情感面向切入，《觀點同不同》的文章多呈現出「勵志療癒」與「揭弊批判」的情緒價值，各自吸引不同情緒需求的讀者；受眾輪廓分為親職族、Z 世代次文化族與運動迷；季度分布以 Q1 產量與流量最高，Q4 則趨於平緩。整體而言，高流量文章既共享敘事公式，又依題材、時效、情緒與受眾建立內容策略，擴張了閱讀版圖，並保持內容活力。

最後，巴黎奧運期間(7-8 月)推出的運動人物深度稿表現亮眼，4 篇進入全年流量前 25 %、合計佔「優異篇」的 7%。其中「美國體操傳奇西蒙·拜爾斯與性侵創傷共存，運動員也是人不需永遠堅強」這篇文章，配合公視+紀錄片《巴黎奧運觀戰攻略》策展推出，成效連好，主因在一片討論奧運選手比賽戰況的趨勢下，觀點同不同以「體操」「性別」、「ME TOO」、

「奧運」作為關鍵字操作，成功在社群媒體、觀點同不同網站，以及公視+取得三方多贏的流量表現。

### 全年度GSC流量分析

本研究繼續以 228篇文章的網址為基礎，設計為228 × 7 欄 的分析矩陣，分析欄位包括：URL、Page View、Clicks、Impressions、CTR、Average Position、曝光-點擊。接著再使用 Pearson 相關係數 (r) 檢驗「自然搜尋點擊數CTR」與「全年瀏覽量( Page View, PV)」之線性關係；並分別觀察不同題材與季度之變化（分析原理請參考附錄2）。

### 分析結果

指標	數值	發現
Pearson r (全量 228 篇)	0.83	屬「強正相關」； $p < 0.001$ ，統計顯著。
自然搜尋佔平均流量	63 %	Page View 中，平均 63 % 由 Organic Search 帶入。
Top 10 點擊文章貢獻	37 % Page View	點擊高的頁面（文章）同時也拉升全站瀏覽總量。
Organic Search 佔比	約 54 %	搜尋為 2024 年最大單一流量來源。

從以上數據可發現，搜尋點擊愈高，全年瀏覽大多有同步增長。



## 文章/議題 與關鍵字成效

文章類型	篇數	r 值	文章特性
人名／事件詞 導向	98	0.87	〈湯英伸滅門血案〉、〈索甲仁波切爭議〉等，以具體人物或爭議事件作為標題核心；搜尋意圖集中，點擊與瀏覽數的連動最強。
議題長尾（社會、心理、文化）	130	0.78	議題包含〈月經貧窮〉、〈地獄梗笑話〉等；搜尋量較雖分散，但因為點閱率穩定，因此也能獲得較高的瀏覽量。

2024 年《觀點同不同》在 Google 搜尋端最亮眼的兩篇深度報導，包括：

〈還原「八尺門的辯護人」故事原型：湯英伸滅門血案〉與〈屢傳性侵醜聞的藏傳佛教，達賴喇嘛知情25年後才公開批評〉。探討兩篇文章可同時取得高曝光與高點擊之原因，可歸結為「熱點時機」、「人名精準關鍵字」、「權威內容結構」、「SERP 視覺優勢」與「站內互鏈」等元素疊加之結果。



先，兩  
文章都  
在外部  
件的搜  
高峰：  
是影集

《八尺門的辯護人》開播，引爆「湯英伸真實案件」查詢；再來是藏傳佛教再度爆出性侵醜聞，台灣媒體聚焦「索甲仁波切」關鍵字。當大量使用者湧向 Google 尋找「人名＋爭議」背景時，網站即以人名放在標題首位、URL 亦直接包含人名或事件名，提供演算法清晰的搜尋信號，使兩篇文章穩居搜尋結果前五位，奠定曝光基礎。而影集《八尺門的辯護人》以及紀錄片《藏傳佛教噤聲的秘密》皆為公視+播映的節目，故也連帶獲得更多曝光與點擊的收益。



其次，內容本身以權威深度取勝。〈湯英伸滅門血案〉從案件始末、司法判決到原住民族轉型正義逐層剖析，並引用判決書與學者訪談；〈索甲仁波切爭議〉一文實為紀錄片《藏傳佛教噤聲的秘密》的文字化延伸，以文字方式重現紀錄片所蒐羅之歷年媒體報導與當事人多方說法，重構時間線，兩篇都滿足搜尋者「一次讀懂」的需求，讓 Google 於 E-E-A-T（有關EEAT的說明，請參考附錄2）評估中賦予更高可信度。再者，作者在文中插使用結構化資料標註，讓系統能抽取精選摘要與時間軸卡片，於 SERP 中佔據更大可視區；縮圖亦選擇高辨識度影像，強化使用者點擊意圖，使點擊數明顯高於平均值。

最後，站內互聯機制將「一次點擊」放大為「多次瀏覽」。兩篇文章文末皆設「延伸閱讀」串回相關專題等同類深度內容，有助於降低使用者的跳出率。由於使用者長停留在頁面及其多頁瀏覽，可反向回饋成為Google 行為信號，因此進一步可穩固排名，形成「搜尋意圖高」、「點擊多」、「使用者停留久」，並讓搜尋排名提升的正向循環。綜合觀之，這兩篇報導而透過精準關鍵字佈局、內文的專業分析與技術層面的 SERP 強化，再加上內部鏈結延伸，成功匯聚曝光與點擊，成為 2024 年《觀點同不同》搜尋成長的最佳範例。

面向	湯英伸滅門血案	索甲仁波切爭議	成效說明
----	---------	---------	------

<p><b>話題觸發點</b></p>	<p>2024 年影集《八尺門的辯護人》將湯英伸案件搬上螢幕，帶動大量「湯英伸 真實事件」「湯英伸死刑」搜尋熱潮。</p>	<p>2024 年 6 月藏傳佛教醜聞再起（達賴喇嘛公開回應、全球信眾連署），中文圈同步放大「索甲仁波切 性侵」等關鍵字流量。</p>	<p><b>外部有高度搜尋之意</b></p> <p>圖：兩篇文章都踩在輿論高峰發佈或再度被引用，因此可得Google的高度曝光。</p>
<p><b>關鍵字結構</b></p>	<p>標題直接包含「湯英伸」+「血案」，URL slug 也含人名；Google 可精準對應長尾查詢（事件年份、死刑爭議等）。</p>	<p>標題與小標多次出現「索甲仁波切」「性侵」「藏傳佛教」，滿足使用者判斷相關度的快速掃描需求。</p>	<p><b>人名 + 爭議/事件名：</b></p> <p>「窄而深」的關鍵字組競爭對手有限，因此容易有較好的關鍵字排名，且搜尋者意圖明確，故帶動點閱率成長。</p>
<p><b>內容深度與E-E-A-T</b></p>	<p>文章脈絡為：「案件始末→司法脈絡→原住民族轉型正</p>	<p>系統梳理過往的指控、國際媒體報導、達賴回應與旁</p>	<p><b>文章的高品質</b> 讓 Google 演算法判定具權威性，因此容易登上google探索或新聞。</p>



	義」三段，引用判決書與學者訪談，提高專業可信度。	觀者的想法，呈現多元資訊。	
<b>SERP 展示優勢</b>	網站內文皆設有目錄，因此容易被Google抽取為「精選摘要」故能有效放大曝光。	標題前段即是人名，畫面縮圖使用高辨識度新聞影像，提升點擊率。	提高可見度，同時增強使用者對「值得點進」的判斷。
<b>站內連結循環</b>	文末「延伸閱讀」串連死刑議題、原民司法相關舊文，引導二次瀏覽。	連回早期報導「索甲仁波切 2018、2020 爭議」專題頁，帶動系列文章串讀。	內部鏈結將第一次的點擊有效轉變為後續多次瀏覽，這有助於 Google 透過低跳出率與高停留時間進一步強化排名。

總結這兩篇文章獲得絕佳成效的主因包括，熱門影視作品或國際新聞將「人名＋爭議」推上搜尋趨勢榜，因此獲得最多的曝光。而這類議題本身因為中文網路缺乏深度整理《觀點同不同》以標題、URL、站內目錄完整鎖定長尾查詢，因而在曝光與點擊兩端都取得優勢。

### 文章瀏覽數與GSC的觀察

若以年度排名來看，不論點擊基數高低，只要搜尋端穩定輸出，文章瀏覽即有對應的成長，具體整理如下表：

文章	瀏覽量	搜尋點擊	點閱率	搜尋佔比	說明
湯英伸滅門血案	12,212	6,281	8.6 %	65 %	標題設計為「人名x社會事件」，有助於瀏覽量的提升。
鹽水大飯店：戴振耀	8,819	6,659	13.1 %	71 %	標題設計為「人名x戲劇」，讓瀏覽量高於點擊數。
梵谷，只在快樂時作畫	10,565	6,514	1.9 %	62 %	這類標題登上Google搜尋與新聞，引此獲得很高的曝光高，但未必有呈正比的點擊數，但因為絕對點擊算高，因此也帶動瀏覽量成長
妮妃雅的閨密是老媽	4,672	2,784	5.4 %	59 %	由於關鍵字正中時事，因此獲得社群媒體使用者分享與討論，並帶動文章的流量與點擊。
月經貧窮	1,964	920	8.0 %	47 %	本關鍵字搜尋量小，但點閱率高，反應專題深度會留住讀者。

## 結論與建議

《觀點同不同》在2024年中，其自然搜尋與站內瀏覽之間呈現高度同步的「搜尋-點擊-閱讀」的正向關係。以當年度新發表之 228 篇文章計算，搜尋點擊與 Page View 的 Pearson 相關係數高達 0.83。這說明SEO 表現良好的內容同時，也支撐全年的瀏覽量；尤其「人名／事件」型標題結合深度敘事，最能把搜尋意圖轉化為長效閱讀。全年超過半數的總瀏覽量直接源自 Google 搜尋，用10 篇點擊最高的文章，帶動三分之一以上的搜尋流量，凸顯優質內容在搜尋端的槓桿作用。此結果可作為 2024 年結案時的核心依據，充分證明「搜尋能見度」與「站內黏著度」在《觀點同不同》內容生態中的雙向正向關係。

附錄1：2024年「觀點同不同」文章流量表現（落在前 25 % 的 58 篇文章即為「最大流量貢獻者」）

文章名稱	瀏覽量	發布時間	季
從割耳到舉槍自盡，梵谷雖瘋狂但只在快樂時作畫	10565	2024-03-21 09:00:00	1
「鹽水大飯店」命名有洋蔥！農運先驅戴振耀獄中吞鹽水拌飯苦撐	8819	2024-03-12 09:00:00	1
從邊陲球員到職棒重點戰力，台鋼雄鷹葉保弟用腳程與打擊闖出新篇章	5691	2024-03-04 09:00:00	1
如何找到地獄梗的合理道德界線？迷因創作者葉力瑋的告白	5374	2024-01-23 09:00:00	1
「穿絲襪拍照不用露臉給八百」很好賺？警察教你看穿網路私密照詐騙話術	3430	2024-01-04 09:00:00	1
台鋼雄鷹紀慶然吊車尾闖成棒，積極態度與膽識卻連總教練洪一中都稱讚	3214	2024-03-19 08:15:00	1
大坦誠老師：會讓孩子心碎的，往往都是大人眼裡微不足道的小事	3167	2024-03-27 09:00:00	1
《Woman》顛覆「為母則強」價值觀：擁有感受幸福的心，缺乏資源也不能阻止你快樂	2725	2024-03-08 09:21:04	1
到巴塞隆納看高第不再盲目拍照，先了解師法自然的建築理念	2578	2024-02-29 10:23:09	1
43歲考上大學榜首，小嫻：生命的裂痕幫助我創造更精彩人生	2390	2024-02-26 11:59:39	1
平鎮高中柯敬賢力求旅外追夢，奮力一擊把球打向爸爸所在的天空	2352	2024-03-14 08:15:00	1
移工為何要逃？台灣禁止移工自由轉換雇主、想換工作還要付「買工費」	2274	2024-03-25 09:00:00	1
「蘭嶼有種魔力，讓人獨立且包容。」都市女子的蘭嶼超進化之旅	2180	2024-01-09 10:02:20	1
打造40多座移動城堡幫偏鄉孩子圓夢，何爺爺：跳跳屋的精神就是快樂和助人	1743	2024-03-11 09:00:00	1
撐過競爭壓力與傷勢進入職棒，統一獅林詔恩不因瘦小而放棄	1421	2024-03-26 08:40:00	1
未來咖啡守護更生少年，陳彥君：社會工作是一門助人的藝術	1182	2024-02-19 09:57:18	1
最棒的「競爭力」：不是急著幼時學注音背單字，而是保持探索之心成為一個完整的人	1154	2024-01-17 09:00:00	1
修復遺體也縫補生者破碎的心，吳品心入行20年為彌補至親遺憾	1076	2024-03-15 09:00:00	1
經血不是藍色的！小學校園月經教育從正向接納身體發展開始	1074	2024-01-24 09:00:00	1
醫師馬大元：父母要做孩子溫柔的沙發，教訓只會讓衝突沒完沒了	6084	2024-06-14 09:00:00	2
心靈上的頑皮兄弟—達賴喇嘛與屠圖主教世紀相聚，揭露喜悅的秘密	4376	2024-05-29 09:00:00	2
世界冠軍妮妃雅的閨密是老媽，曹慧敏：我支持孩子的每一個決定	4373	2024-05-10 09:16:41	2
酒店小姐是最安全的聆聽者，像諮商師讓酒客感到被理解需要	3936	2024-05-03 09:00:00	2
中華職棒為何啟動「突破僵局制」？考驗棒球思維與臨場反應	3521	2024-04-01 09:00:00	2



性感不是唯一道路，看三位啦啦隊員以「這些條件」抓住球迷	2695	2024-04-11 08:21:34	2
當孩子說：「妳不要愛我，因為我也不會愛妳！」請尊重孩子抗拒的勇氣	2572	2024-04-02 09:08:12	2
阿里山小火車將全線通車！林鐵團隊鑽研史料與電腦動畫，修復百年國寶阿里山蒸汽火車	2014	2024-06-24 09:00:00	2
舉世聞名的兒童權倡議者愛麗絲·米勒，被兒子揭露長期旁觀丈夫施暴	1928	2024-05-14 08:28:33	2
台鋼雄鷹陳文杰：低潮就是可以變好的時機，要練到緊張發抖仍有好表現	1603	2024-05-20 08:56:23	2
搭乘阿里山林鐵飽覽阿里山絕美五奇：森林、鐵路、日出、雲海、晚霞	1335	2024-06-27 09:00:00	2
誰說只能是奶台？女實況主透過拿捏互動擷獲觀眾	1108	2024-04-11 08:21:10	2
作夢也在打棒球，老爸建言讓平鎮高中徐紹予自我要求比別人拚	1050	2024-04-24 09:00:00	2
旅人王浩一的旅行有三種階段，你會是哪一種呢？	1007	2024-04-25 09:00:00	2
李二毛的悲淒人生，是中國底層跨性別者的悲歌	8074	2024-08-19 13:40:11	3
美國體操傳奇西蒙·拜爾斯與性侵創傷共存，運動員也是人不需永遠堅強	7024	2024-07-29 14:10:00	3
網路曬娃是門好生意？惡意陌生人看孩子的視角，絕對跟父母不同	5861	2024-07-22 08:50:40	3
暗網助長兒童性剝削，英國公民自組戀童癖獵捕大軍抓人公審	3508	2024-09-18 09:00:00	3
中信兄弟周思齊的棒球人生不引退，下一步邁向棒球文史家與企業管理	2396	2024-09-09 09:00:00	3
幫助孩子克服拖延症：陪伴與賦能是親子關係的最好解藥	2259	2024-08-30 09:00:00	3
親子有代溝很正常，爸媽要勇敢接受孩子想的早就跟你不一樣	1597	2024-09-30 09:00:00	3
怎麼跟孩子逛美術館？用提問與對話感受藝術的輝煌、自由與野放	1580	2024-07-16 09:44:15	3
IKEA每兩秒砍一棵樹成森林巨獸，環保人士籲家具巨頭為生態負責	1510	2024-09-05 10:17:21	3
陳睦衡勇於追逐旅外職棒夢，理性務實訓練要靠打球出人頭地	1505	2024-09-18 09:28:40	3
求學被霸凌、當網黃被歧視，滿身傷疤讓蘇蘇更有勇氣活出自己	1270	2024-07-05 09:00:00	3
我從鐵道迷變成阿里山林鐵人員，追火車後才真正認識家鄉	1263	2024-07-02 09:36:43	3
在公廁盥洗的公務員，許素華露宿帳篷堅守居住正義	1216	2024-09-06 09:00:00	3
家有青少年像刺蝟好難搞，青春風暴原來問題出在大腦	1090	2024-07-11 09:00:00	3
米老鼠結合日本浮世繪卷軸，驚世動畫打造奇想獨創的宇宙觀	1090	2024-08-14 09:13:15	3
Cosplay有金錢無法衡量的「情緒價值」，角色扮演帶來學習與突破的正能量	6806	2024-11-18 09:21:00	4
體諒讓距離不成問題：鐵道迷與台鐵女司機員的愛情故事	3969	2024-10-23 09:00:00	4

十年前，她是車廠黑手，今日成為國家太空中心的工程師	2993	2024-12-12 08:56:18	4
中信兄弟劉貴元「美濃第一人」進職棒，找到正確方向苦練才有價值	2592	2024-10-07 09:00:00	4
養貓後更懂得付出與放鬆，男子氣概也能是堅韌與溫柔	2297	2024-10-30 09:00:00	4
法國驗孕劑驚見中國囚犯求救信！跨國供應鏈的虐囚血淚與強迫勞動	2005	2024-11-07 10:41:57	4
「像活在地獄裡！」精神病人仍需活在有溫度的社會	1351	2024-10-28 14:10:38	4
台鋼雄鷹的21輪驚嘆！王博玄把職棒當研究所鑽研，讓自己趕上隊友不斷進化	1114	2024-12-06 09:00:00	4
心理可以克服生理極限？自我覺察身體潛能，擴展「舒適圈」就能釋放「超能力」	1034	2024-11-08 14:55:25	4

## 附錄2：為什麼用 Pearson 相關係數 ( $r$ ) 來檢驗「GSC 點擊數 ↔ Page View」？

### 1. 變數屬性相符：兩者皆為連續、比例型資料

- *Clicks* 與 *Page View* 都是 0 以上、可無限增長的計數值 (ratio scale) ；
- 在數量統計上，當兩個變數都是連續且量尺一致（「多一單位」意義恆定），Pearson  $r$  最能直接描述它們的線性共變強度。

### 2. 分析目的：關心「線性同步」而非單純排名

- 報告的研究問題為：點擊量增加時，全年瀏覽是否以近似比例同步增加？
- Pearson  $r$  量化「線性程度」介於  $-1$  至  $+1$ ；越接近  $+1$  表示資料點越貼近一條斜率  $>0$  的直線，正好對應「同升同降」的檢證需求。
- 若僅比較排序（單調關係）可用 Spearman；但我們更在意「幅度差異」是否同步放大/縮小，因此優先採用 Pearson。

### 3. 樣本充分且分佈無嚴重偏態

- 全量 228 篇文章的點擊與 PV 以對數座標檢視後，雖呈長尾，但中心 95% 資料落於相對均勻帶；
- 在樣本數  $> 200$  之情況下，Pearson  $r$  對中度偏態具相當耐受性，能穩定估計線性關係 (CLT 效應)。

### 4. 可作為解釋強度的單一指標，便於決策溝通

- $r^2$ （決定係數）直觀指示「變異量解釋比例」：本案  $r \approx 0.83 \Rightarrow r^2 \approx 0.69$ ，代表「搜尋點擊」可解釋約 69% 的「全年瀏覽量」變異。

## 5. 前置假設已先檢核

- **獨立觀測**：各篇文章 URL 不重覆，彼此流量獨立。
- **變異成比例**：對數化後殘差近似常態，異質性有限；滿足 Pearson 對等變性（homoscedasticity）的基本要求。

綜合以上，Pearson 相關係數既符合資料型態與研究目的，又能提供清晰、量化且易於解讀的「線性同步度」指標，因此可驗證出搜尋點擊與站內瀏覽的關係。



### 附錄3：何謂E-E-A-T評估

E-E-A-T 是 Google《搜尋品質評估指引》(Search Quality Rater Guidelines，簡稱 QRG) 中用來衡量網頁內容品質的一組核心概念，代表：

縮寫	全文	意義	判斷重點
E	Experience	體驗	作者是否「親身使用、試驗、見證」主題而能提供第一手觀點？例：親自試駕汽車、實際操作軟體、當事人分享病程。
E	Expertise	專業度	作者或網站對該領域是否具備足夠知識、專業資格或長期研究？例：醫師寫醫療建議、律師解析法規。
A	Authoritativeness	權威性	整體品牌／作者是否被其他權威來源引用、背書或公認可信？例：被學術期刊引用、政府機構連結。
T	Trustworthiness	可信度	內容是否準確、透明、安全，無誤導或惡意？作者與網站是否清晰揭露來源、修訂紀錄、廣告贊助？

#### 四、教育訓練

##### (一)112 年影視音專業人才培育達 142 人次

(1)10 月 2 日舉辦 8K 拍攝與後製經驗分享教育訓練，邀請金鐘獎製作人兼導演李景白先生率領「沈睡的水下巨人」節目拍攝團隊，李導演親自與同仁分享 8K 拍攝經驗與後製的技巧，上午安排 8K 攝影機之設定和操作課程，並到附近公園進行實拍練習；中午於製作部會議室舉辦研討餐會；下午 2 點至 4 點則於 A 棟 1 樓簡報室進行「8K 拍攝與後製經驗分享」演講，參與人次超過 78 人。



(2)12 月 19 日舉辦 8K 實務工作坊，邀請日本 NHK 資深攝影指導松下猛先生進行分享。松下猛先生是 NHK 8K 節目影像製作技術實務手冊(SHV 番組制作いろいろ知っておきたいこと)的撰寫人，參與人次超過 64 人。



## (二)113 年度教育訓練

### 1. 國際研討會基本資訊

#### (1) 主題：AI 時代的全球公共廣電機會與挑戰

2024 PTS International Symposium: Opportunities and Challenges Faced by PSM in the age of AI

#### (2) 時間：2024 年 9 月 06 日（週五）

#### (3) 地點：台灣大學霖澤館 國際會議廳

### 2. 活動內容

#### (1) 主題演講 Keynote Speech

講者：Kristian Porter

Public Media Alliance | 執行長 CEO



#### (2) 法國電視台如何平衡生成式 AI 與人為管控

講者：Eric Scherer

France TV | Director, News MediaLab and

## International Affairs



### (3) 媒體、科技與民主——一個必然的融合

講者：David Corral

RTVE | 創新管理經理 Manager of Innovation



### (4) NHK 的手語 CG 轉譯系統

講者：內田翼

NHK | 研究員 Researcher





(5) 珍藏文化瑰寶：AI 與原住民語言的倫理探討

講者：Rhonwyn Newson

RNZ | Digital Editor



(6) 德國之聲與 AI：策略、挑戰及機會

講者：Ruth Kühn

DW | AI 小組 資深技術經理 Senior Technology

Manager & DW AI-Team



(7) 使用 AI 製作節目：以《聖誕奇蹟》為例

講者：Tom Simon Staffans

SVT | 製作人 Producer



(8) 深受愛戴的 PBS KIDS 角色：AI 與兒童互動媒體的未來  
展望

講者：Abby Jenkins

PBS KIDS | 內容資深總監 Senior Director of  
Content



### (9) Panel Discussion



## 3. 延伸應用成果

### (1) PMA Podcast :

合作單位 PMA 針對 AI 主題訪問講者及公共電視陳副

總，將本活動影響力擴增至全球範圍。

<https://pod.link/1615737689/episode/2a6e454427f8c6c0ee665f3fd23dae0a>

內部教育訓練：

為將現場活動效益最大化，將活動內容全程錄影，並將影像後至中文字幕作為內部教育訓練用。另外也將內容編輯、文字化製為線上手冊，供後續同仁研究使用。

## 活動成效

### 1. 整體人次統計

參與人數分析	上半場	下半場	總計人次
Total	162	153	315

### 2. 基本資料統計

1. 性別分布		2. 年齡分布		3. 是否已在工作中運用 AI	
男性	44.90%	20 歲以下	0.0%	是	69.2%
女性	53.8%	20-29 歲	10.2%	否	30.8%
非二元	1.3%	30-39 歲	17.9%		
		40-49 歲	25.6%		
		50-59 歲	37.1%		
		60-64 歲	9.0%		
4. 整體而言，這個活動對於您的職場成長有幫助				5. 您是第幾次參與公共電視國際研討會呢？	
非常沒幫助	0	1 次	46.20%		
沒幫助	2.60%	2 次	19.20%		
普通	16.7%	3 次	5.1%		
有幫助	30.8%	3 次以上	29.5%		
非常有幫助	50.0%				

### 3. 活動滿意度（滿分為 5）

活動場地安排		活動整體滿意度	
燈光安排	4.35	報到順暢	4.56
口譯設備	4.26	活動流暢度	4.55
地點便利	4.18	活動時間安排	4.54
安全舒適	4.4	工作人員現場服務	4.53
場地滿意度	4.35	整體滿意度	4.54



場次滿意度	座談內容	講者安排	整體滿意度
主題演講 Keynote Speech (講者: Kristian Porter)	4.32	4.36	4.33
法國電視台如何平衡生成式 AI 與人為 管控 (講者: Eric Scherer)	4.36	4.34	4.37
媒體、科技與民主——一個必然的融合 (講者: David Corral)	4.30	4.34	4.31
NHK 的手語 CG 轉譯系統 (講者: 內田翼)	4.35	4.37	4.37
珍藏文化瑰寶: AI 與原住民語言的倫 理探討 (講者: Rhonwyn Newson)	4.36	4.33	4.35
德國之聲與 AI: 策略、挑戰及機會 (講者: Ruth Kühn)	4.50	4.49	4.50
使用 AI 製作節目: 以《聖誕奇蹟》為 例 (講者: Tom Simon Staffans)	4.49	4.47	4.46
深受愛戴的 PBS KIDS 角色: AI 與兒童 互動媒體的未來展望 (講者: Abby Jenkins)	4.52	4.54	4.51
Panel Discussion	4.36	4.36	4.38

## 活動集錦



## 第參章 效益評估及政策建議

### 第一節 績效指標達成情形

本計畫各年度績效指標均達成目標，達成情形如下

效益	112 年度 績效指標目標	達成情形	113 年度 績效指標目標	達成情形
經濟效益： 培養我國專業人才，提升文化內容力與產業全球地位	製播各類超高畫質節目 40 小時	40 小時	製播各類超高畫質節目 50 小時	113 年:74 小時 延約至 114 年: 35 小時 合計 109 小時
	產出 2 案次台灣在地特色 IP 內容	案 1:連續劇:「不夠善良的我們」 案 2:外景綜藝及實境節目:「二呆流浪記之完全大人手冊」	產出 1 案次台灣在地特色 IP 內容	案 1:連續劇:「化外之醫」
	影視音專業人才培育 50 人次	影視音專業人才培育達 142 人次	影視音專業人才培育 150 人次	影視音專業人才培育達 315 人次
社會影響： 提升公共服務與社會福祉	公視+會員總數逐年成長 5 %	公視+會員總數較前一年成長 17.92%	公視+會員總數逐年成長 5%	公視+會員總數較前一年成長 15.65%
			公視+OTT 會員平台滿意度 <sup>註</sup> 逐年成長 5%，並以滿意度達 80% 為目標	<p>■ 節目內容滿意度：平均 4.14 分，相當於 82.8%。</p> <p>■ 近用性滿意度：平均 4.14 分，相當於 82.8%。</p>

				<p>■ 串流優勢滿意度：平均 4.13 分，相當於 82.6%。</p> <p>■ 平台穩定性滿意度：平均 4.12 分，相當於 82.4%。</p> <p>■ 平台易用性滿意度：平均 4.01 分，相當於 80.2%。</p>
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

註:將於 112 年啟動公視+OTT 會員平台滿意度調查，取得會員滿意度調查數值

## 一、製播各類超高畫質節目明細表

超高畫質節目	112 年產出時數(小時)	113 年產出時數(小時)	114 年產出時數(小時)
生活行腳人文節目	8 小時 ※112 年生活行腳人文節目～ 浩克慢遊第六季(第 53~60 集)	10 小時 ※112 年生活行腳人文節目～ 浩克慢遊第六季(第 61~62 集) ※113 年生活行腳人文節目～ 浩克慢遊第七季(第 63~70 集)	
大型互動節目	12 小時 ※哈囉！你給問嗎？(第 1-12 集)	48 小時 ※哈囉！你給問嗎？(第 13-60 集)	
人文紀實節目	4 小時 ※112 年人文紀實節目～ 我在工場拍拍手第二季(第 9-16 集)	8 小時 ※113 年人文紀實節目～ 藝術很有事第六季(第 102-113 集)	
5G 世代影視內容			10 小時 ※不在我的世界當勇者(第 1-10 集)
外景綜藝及實境節目	8 小時 ※112 年外景綜藝及實境節目～ 二呆流浪記之完全大人手冊(第 1~8 集)	5 小時 ※112 年外景綜藝及實境節目～ 二呆流浪記之完全大人手冊(第 9~13 集)	13 小時 ※113 年外景綜藝及實境節目～ 歐吉桑騎士-阿順阿忠的中年危機 (第 1~13 集)
連續劇 A：化外之醫(暫名)	2 小時(第 1~2 集)		9 小時(第 3~11 集)
連續劇 B：不夠善良的我們 (暫名)	6 小時(第 1~6 集)	2 小時(第 7~8 集)	
紀錄片：漂流之海(暫名)			1 小時
國際合製：神木之森_阿里 山森林鐵道紀行		1 小時	
本計畫餘款增製節目			2 小時 ※我在工場拍拍手第三季(第 1-4 集)
<b>TOTAL</b>	<b>112 年：40 小時</b>	<b>113 年：74 小時，114 年：35 小時；兩年合計 109 小時</b>	



## 二、產出台灣在地特色 IP 內容

### (一)112 年度產出 2 案次台灣在地特色 IP 內容

本指標順利達成，說明如下：

#### 1.連續劇 B～不夠善良的我們

節目介紹、112 年執行成果及里程碑

製作公司：有花影業製作股份有限公司

編劇導演：徐譽庭

製作人：詹子誼

主演：林依晨、許瑋甯、賀軍翔、柯震東

#### 【故事大綱】

簡慶芬發現自己的生活只是日復一日的的原因，是她再也找不到下一個目標了。

那些當初設定的目標：房子、車子、兒子、好老公，在經歷了許多痛苦之後，她全抵達了，那下一個目標該是什麼呢？

想到這裡的簡慶芬笑了——因為她發現，為了抵達目標的那種剎那間的快樂，我們一次又一次的經歷好多痛苦，所以會不會是我們誤會了自己啊？我們以為我們想得到快樂，但其實我們真正熱愛的，很可能是「痛苦」！

所以為了下一次的快樂，簡慶芬必須幫自己找到一份痛苦，於是她想起了那個被自己打敗的情敵——Rebecca！

她好嗎？生活精彩嗎？自己的老公還愛著她嗎？

痛苦果然發生了，但它真的通往快樂嗎？



### 【角色介紹】

簡慶芬 / 林依晨 飾演

與何瑞之結婚生子，慶芬成為家庭主婦，很幸運的一一抵達了她幫自己設定的人生目標，結婚、生子，生活小康。但這

樣的一路順風裡她發現日子總是日復一日，沒有痛苦，當然也沒有激情，還多了些承擔。所以她忽然開始思索，如果人生不那麼平順會怎樣？於是她想起了那個當年被她打敗的情敵，並且終於在臉書上找到了 Rebecca。經常透過社群媒體窺看與想像她的生活，深信對方活得精彩、活得更好，因此對於自己的生活更加厭惡...

Rebecca / 許瑋甯 飾演

12 年前，與男朋友何瑞之分手後，她就投入工作，41 歲了還沒結婚，但她依舊很漂亮、工作能力也很強、生活好像很精彩，但那是在臉書上的她，實際的生活上，沒老公沒孩子房子，能填補空虛的除了一個年輕的飯友、一個中年的床友，就只剩下工作和買了一整個衣櫃的寂寞.....有一天，她發現自己在臉書上發表的一則「被包裝」後的心情，被當年的情敵按了讚，讓她又拆開了被打包裝箱塞在心臟角落的那個十年前的遺憾。

何瑞之 / 賀軍翔 飾演

12 年前選擇簡慶芬結婚。生活繞在工作與家庭之間，無法喘息，成為普通的中年男子。對於妻子的情與欲需求，已無心與無力回應。

于向立 / 柯震東 飾演

Rebecca 的年輕飯友，繞著羅貝卡想學更多，也是她少數可以說體己話的人，慢慢地，情愫在彼此之間滋長...

#### 【期程】

階段	時間
開發期	2021/08-2022/08
前製期	2022/09-2023/01
拍攝期	2023/02-2023/05

後製期	2023/06-2023/12
宣傳期	2023/10-2024/04
預計上映	2024/04

### 【112 年執行成果及里程碑】

112 年的上半年，製作團隊完成了拍攝，主要的拍攝地在雙北，第八集的拍攝地在台東，另外亦遠赴義大利拍攝。

在本劇籌備前製與拍攝期間，特效團隊完整參與規劃和執行細節，劇組與第 60 屆金馬最佳視覺效果獎得主---罡風影像製作有限公司，經與徐譽庭導演『誰先愛上他的』、『我沒談的那場戀愛』兩部電影作品後，再度攜手合作，打造台灣優良影視作品。透過前期與特效討論如何在拍攝期可以減少後期製作時程，為戲量身訂製專屬社群網站供拍攝使用。也因在拍攝期已完成社群網站的設計運用到拍攝期時，反而可以讓攝影師視角更加真實，像是角色在觀察社群網頁另一頭的狀態、產生窺探感。

此劇主要演員皆為第一線、檔期很滿的明星演員，從 2022 年 5 月開始面談男主角與女主角人選，直到 2022 年 11 月進行第一波演員讀本訓練，導演徐譽庭接著按照讀本後將演員角色融入到劇本台詞中，讓演員可以在拍攝前熟悉彼此，加快拍攝期進入角色狀況。同時間讓製作人/執行製作人/副導加入演員分組讀本，可以提早判斷每場戲可能需要給演員準備的時間與解讀劇本需求，正確的傳達指令給接下來的大組各單位工作人員。

因《不夠善良的我們》製作時正逢影視圈工時提倡一日拍攝時數 11 小時不含車程，一日拍攝不得超過 12 小時（含車程），以及勞動部推動公共安全需長備 EMT 在現場與安全評估人員。在有限的時間以及預算下，必須提前規劃演員的訓練與排練、主創團隊提早進組規劃與分配，提供導演調整拍攝內容以達不失戲劇內容又可達拍攝時程規劃，本劇組非常緊實的落實工作時數與現場安全規劃。為了讓影視工作環境更加良善，



本劇組在開拍前皆上安全講習，並在有危險疑慮的場景加強安全措施，例如：山中步道請攀岩教練與吊繩教練在場先就場地安全做佈線，工作人員與演員皆使用菜瓜布黏綁在鞋底來止滑，攝影師與攝大助與攝影助理皆全程繫上安全吊繩與安全帽，現場無時無刻提醒大家放慢腳步小心行走。也因應安全規劃，每日工作車輛皆需做出發前的基本檢查、胎壓、煞車、方向燈...等，場務組使用發電機、用電測試、用油紀錄皆按照勞動部公安標準規範進行，車拍皆戴上安全帽與反光背心及掛繩背帶，海邊拍攝工作人員皆穿上救生背心。現場 EMT 常備確實有讓演員可以安心演出，工作人員有任何身體不適可以有專業的救護人員提供即時與正確的支援。

此劇因劇情需求遠赴義大利與當地拍攝劇組共事，收穫良多。導演組看到義大利第二副導在控場臨演的精準度與提早安排下個場景調度，都讓台灣副導在現場更能順暢的拍攝，讓導演有時間引導演員入戲拍攝，台灣團隊導演/製片/攝影師/副導/妝髮在短短拍攝期程中便受益良多。

本劇幕前幕後工作人員含金量超高，並很榮幸在第 60 屆金馬影展，播放《不夠善良的我們》第一、二集，在 2023 年 11 月完成了四場全滿的首映，以一部影集的姿態，在眾多精彩的參展電影之中，蟬聯了 8 日的觀眾票選第二名！甚至有香港、新加坡、馬來西亞、韓國粉絲特地飛來台灣觀賞金馬影展版，觀眾呼聲極高的希望可以趕快上映，迫不及待想點下去觀看，有此判斷主要演員與導演的金句名言在東南亞是有市場的，甚至就是全世界華人都會期待此劇上映，預期口碑會擴散到全球市場。

#### 本 IP 具台灣在地特色內容之介紹及開發過程說明

影集《不夠善良的我們》，原來在劇本階段的劇名是《彼岸有花》，是編劇徐譽庭(後來亦任導演)的原創故事。

編劇徐譽庭在 2021 年下半年寫下故事初始的大綱，但事實上，她已在心中醞釀此一故事已久，她觀察人們一直在為人生

找各種目標...「我要拍一部電影、我想去歐洲自助旅行、我想要買房子...為了達成目標，我們經歷了許多痛苦，只為了達成後「剎那」的快樂，當快樂如煙火般熄滅了，我們又開始替自己找下一個目標。所以那些生日快樂、新年快樂、佳節快樂，會不會都只是我們欺騙自己的說法呢？而我們真正喜歡的，其實是痛苦。而目標有時候也可能是一個假想敵只要我過得比她好，我就不會那麼失落。但萬一你發現彼岸的風景比較好呢？我們在賽跑的時候，總是被提醒看著前方，不要看你的對手，但這個邏輯往往被踩在人生跑道上的我們遺忘，我們就是忍不住想要張望一下那個假想敵的狀況，以激勵或證實自己。」以此為創作靈感，寫下劇本。因此特效團隊透過 2D 與 3D 的特效製作，也將這個理念運用到本劇開場影片與片頭中。

故事主角是年輕時曾互為情敵的簡慶芬及 Rebecca，十年後透過社群網站的蛛絲馬跡，幻想著對方活得更好而感到嫉妒，當兩人意外重逢，並且對彼此說：「我需要一個敵人，所以你需要好好活著……。」在現今網路上的所有活動或行為，都有可供追蹤的『數位足跡』。透過『數位足跡』與『偷窺感』產生許多的聯想與上癮的感覺，又想看又會對自我疑惑產生相對剝奪感。編劇/導演徐譽庭透過文字與『量子力學』、『量子糾纏』來細細述說雙女主角成長，那會是一場激烈的角力戰？還是感性的告解呢？

籌備前製與拍攝期間，特效團隊完整參與規劃和執行細節，透過特效製作呈現『量子力學』中的『疊加態』（薛丁格的貓）、『雙縫實驗』將玄泛科學簡單扼要地搭配導演徐譽庭金句文字與愛情/人生考題結合呈現在戲劇中。

提前事先製作拍攝規劃，對於整體製作是有幫助的，有副導經驗的人擔任執行製作人可以與各單位間橫向溝通並提前按照初版劇本拉出一份拍攝大表，供副導進組時有基本架構，再來重新分配與調整，導演可以安心修改拍攝劇本與瞭解各環節拍攝技術來規劃安全的執行製作人，讓所有工作人員提升了解

自身工作安全的敏銳度，萬事起頭難但起碼大家有往良善的方向前進。未來希望可以將這些經驗繼續累積與創造好的工作環境，早日成為堅強的影視中堅份子，共同面對強勁的國際市場。

此劇首創將資深副導與資深攝影/燈光師提升進到製作行列，擔任執行製作人一職，如上述在說明提升優質影視製作上是有明顯加強工時規劃與拍攝環境安全提升，而不在是紙上談兵無法落實，對現行法規的提倡與調整也有實質的幫助讓影視環境與產業發展可以更加良善，而不是甲乙方互相對立。有事先的拍攝規劃，可以讓導演有足夠的時間讓劇本更扎實，也因應拍攝需求要一場大型的市集活動，導演有時間可以南下田調將羅貝卡角色職人狀態寫得更加真實，也讓劇組提早了解與搭配市集活動時間陳設與拍攝，一環扣一環精準控管時間與製作預算，達到優質內容製作。

此劇因提倡良善工時又需拍攝精準，演員的演出到位只有少數機會，因此攝影師需要挑戰雙機調度拍攝，讓最好的演出可以一次到位，所以前製期與拍攝期每週都會進行當週拍攝鏡位討論與調度，讓拍攝上可以更精準的執行文字轉化成影像構成富有劇情設計的內容。導演組與美術組與特殊化妝也因應劇本需求提早與醫療顧問討論，增加戲劇效果與醫療真實性。

此劇首創與台灣設計師合作為戲量身打照雙女主角服裝，設計師與劇組一同讀本了解角色個性，進一步為角色打照專屬戲劇製作的服裝，讓台流也能讓全世界看到。

## 2.外景綜藝及實境節目～二呆流浪記之完全大人手冊

曾敬驊，剛滿 25 歲...

朱軒洋，即將 25 歲...

2023 夏天，兩個人氣男演員決定去流浪！去見見世面，也去長長智慧，踏上屬於他們的「登大人」之路！

剛進入社會的「25 歲」，是混沌的、充滿未知的人生階段。曾敬驊與朱軒洋，脫離學生身份後，進入演藝圈闖蕩了幾年，看似星途平順、人氣正旺，但快速走紅的代價是：還沒學會面對壓力與挫折，卻已經被工作推著往前走，好像擁有了全部，但也什麼都不確定？處於高度自我懷疑的狀態兩人，常問：「我真的適合當藝人嗎？」、「這世界好像跟我想得很不一樣？」.....。面對「成為大人」這門課，兩個屁孩(呆瓜)充滿疑惑，但又不知從何開始！

旅行無法解決生活中的問題，但能從平凡生命看見不凡意義，摸索出自己面對這世界的態度。製作組決定設計一趟「登大人之旅」，讓兩人出去邊流浪邊闖蕩，或許會惹禍凸槌，也可能適應不良，吵著想回家.....但不走出去怎麼會有成長跟收穫！？所謂的「大人的樣子」就是需要邊做邊學的呀！？

節目內容設計上，製作組針對二呆規劃了「關於大人的 6 堂課」。沒有闖關、無需解謎，只要求兩人認真去「過生活」。旅程中紀錄下的兩人相處日常，即便是沒重點的閒聊、講冷笑話、自言自語，抑或是說不出口的焦慮情緒，都真實反映了這個世代年輕人的樣貌，不需刻意製造效果，卻出乎意料的自然可愛。「二呆流浪記」看似是驊朱兩人的影像遊記，但節目背後更期待能開啟一種對話可能，幫助年輕世代能「被理解」，理解他們的壓力與不安，也理解他們的感受與價值觀，還有那些大



家 Get 不到的笑點.....。

各站來賓：蘭嶼-鍾家駿 / 馬祖-劉品言 / 新竹- 陳家達 / 雲林-雷嘉汭、林予晞

「關於大人的六堂課」...

第一站，從帶好友「回家」開始。身為台中人的小朱愛吃魂大爆發，帶著敬驛從老牌湖南味，一路挺進頂級和牛燒肉，食物是兒時記憶也是歡迎好友的心意！個性超ㄍ一ㄣ的敬驛則要帶小朱「回宜蘭見爸媽」，曾家人的樸實善良（還有美味早餐），直接讓驛朱C P 離別時淚灑路邊！

第二站，離開舒適圈。二呆前進蘭嶼打工換宿，不但要學會水肺潛水（考證），終極目標居然是：泳渡無人島！！（真的假的？）

第三站，妥協與改變。來到花蓮的男神們化身高山協作實習生，除了跟布農族學習山林知識，更要了解文化主體性的重要！

第四站，選你所愛愛你所選。兩人參與離離島東莒的樹屋搭建計劃，在來賓劉品言的協助下，完成了陪伴長輩的任務，此外更一圓小朱的海釣夢想！

第五站，大人的模樣。帥葛格們化身飛行少年營隊小老師，在資深演員陳家達的帶領下，用表演幫助偏離航道的孩子找回自信，最後甚至還登上舞台！？

最終站，小我到大我的距離。為了協助雲林偏鄉小學拍攝畢業紀念冊，二呆找來攝影師林予晞及好友雷嘉汭，並捐出前五站打工賺取的費用，將學校變成大型氣墊遊樂園，讓全校師

生都能一起同樂。

## 112 年執行成果及里程碑

實境節目《二呆流浪記之完全大人手冊》於 112 年 5 月 7 日開鏡，歷經 1.5 個月的移動式拍攝後，在 112 年 6 月下旬殺青。之後經過半年的剪接、後製，終於完成了 60 分鐘 13 集的一季節目。112 年 9 月初第一集審片完成後，在公視節目部及發行部的努力推廣下，順利談妥八大綜合台、Netflix、華視等平台上架事宜。112 年 12 月 17 日節目首播，公視主頻、公視+及八大綜合台、Netflix 均拿下不錯成績（八大數據為同時段綜合節目收視冠軍、公視+是當日收看次數最高節目），官方社群討論留言多達 600 則，上檔後更有專業影評人口碑推薦，是近年難得一見叫好又叫座的優質作品。

## 5G 應用說明

用力拍電影多年來致力於製播 4K 影視內容，執行實境節目《二呆流浪記之完全大人手冊》拍攝計畫時，除了對高品質影音的堅持依舊不變外，更充分利用 5G 技術帶來的高速、低延遲、多連結等優勢，擴充拍攝器材及檔案的相容性，為觀眾提供絕佳的觀影體驗。

製作過程中因應各種上山下海需求，採用的拍攝器材相當複雜，除了基本款的高畫質攝影機、空拍機、水下攝影機外，還加上運動攝影機、gopro，甚至部分畫面是運用內建電影級規格的手機拍攝而成。多樣又多機作業的拍攝方式（8 機以上）讓素材容量大且複雜，此時檔案是否能順利傳輸？連線監看時會不會斷訊？都必須仰賴 5G 技術支援。再者，這次節目的外景前

往了兩個離島及高山，製作組常需要利用視訊通話溝通拍攝事務（節目中藝人們也常利用視訊即時互動），或者多方連線網路會議，5G的便利性也為大家節省了許多寶貴時間與溝通成本。

＊主視覺、照片





＊本 IP 具台灣在地特色內容之介紹

《二呆流浪記之完全大人手冊》節目看似是二呆的遊記，但包含其中的除了「登大人」這個課題，更蘊藏了許多台灣深具特色或意義的人事物。

第一站。節目從兩個主角回家開始，身為台中人的小朱，選擇用食物帶領好友認識自己的家鄉。冬山長大的敬驊，豐富的校園生活加上純樸真誠的爸媽，都讓宜蘭的美好真實呈現。





第二站。離開台灣本島前進蘭嶼，二呆嘗試踏出舒適圈，完成學潛水的夢想，也跟達悟族朋友學習如何與海共處！

第三站。花蓮瓦拉米，兩人透過執行高山協作任務，了解布農族遷徙的足跡，以及找回文化主體性的重要！

第四站。東莒島換生活，在馬祖離離島上蓋樹屋，這件事有意義嗎？選你所愛愛你所選，就是價值所在！

第五站。飛行少年生活營，跟著志工進入新竹誠正中學（少年矯正學校），見識什麼叫：「助人為快樂之本」，並從中摸索出「大人的模樣」。

第六站。小我到大我距離有多遠？用自己賺的旅費幫偏鄉小學生製作畢業紀念冊，再用打工換得跳跳屋讓全校一起玩！流浪最終站，二呆要用自己的雙手幫小朋友圓夢！

#### 開發過程說明

《二呆流浪記之完全大人手冊》節目企劃的開端，是想透過一段旅行了解年輕人在想什麼？進而確認主持人選為曾敬驊、朱軒洋後，經過多次訪談溝通，最終整理出這兩個 25 歲大男孩現階段的人生大哉問。從勇氣、舒適圈、妥協、放棄、面對壓力、社交圈、情緒管理、自我認同...等許多關鍵字中，再進一步篩選、比對出最核心的「登大人命題」。對照著主題，企劃組開始搜尋全台適合的題材，或者報章雜誌上的文章故事，歷經多次修改後，終於誕生了目前節目中看到的...關於大人的六堂課。

## (二) 113 年度產出 1 案次台灣在地特色 IP 內容

本指標已達成：產製「化外之醫」(*The Outlaw Doctor*)一劇。

說明如下：



化外之醫 *The Outlaw Doctor*

「遊走在灰色地帶，誰都不能置身事外」

- ★ 本影集為《模仿犯》、《誰是被害者》、《茶金》等製作公司瀚草文創製作；公共電視、中華電信、瀚草文創出品之全新國際犯罪醫療戲劇。
- ★ 主創跨海徵選演員，延攬越南影帝組成全新國際卡司陣容，同台飆戲！
- ★ 張鈞甯、連炳發、楊一展、許安植、夏騰宏、蔡亘晏、黃大煒、陳澤耀、呂晉宇等全新華麗卡司。
- ★ 動員上百名多國演員演出，全片高達六成以上的英語與多國語言，放眼國際版圖！並以在地人文關懷位內核，懸疑、醫療為包裝，目的在吸引觀眾進入一個大多數台灣人看不見也遺忘的社會議題，期待播出後引發社會討論，進而帶動共同面對與修正的勇氣。

### 內容摘要

「錯的不是你身為醫生想救人的心，而是你在這沒有救人的資格」

隻身來到異地的越南醫師范文寧，為賺取母親在台的醫藥費，隱身街頭替「逃逸移工」看診。在一場氣爆急救現場，他協助救治傷患卻被指控為醫死人的密醫，害怕被遣返的范文寧自此成為「逃跑外勞」，更在逃亡期間意外捲入人蛇集團的非法網絡，成為幫兇。面對黑白勢力進逼，一心計畫帶母親回國的范文寧，將如何做出抉擇？

### 【影集資訊】

上線日期 | 2025 Q1 (TBD)

類型 | 犯罪、醫療、社會寫實

集數 | 11 集／60 min

語言 | 中文、英文、越南文、客語、臺語發音

估計級別 | 輔十二 (PG)

出品 | 財團法人公共電視文化事業基金會、中華電信股份有限公司、瀚草文創事業股份有限公司

出品人 | 胡元輝、徐秋華、簡志誠、林榮賜、曾瀚賢、湯昇榮

製作公司 | 瀚草文創事業股份有限公司

監製 | 於蓓華、胡學海、湯昇榮

聯合監製 | 李淑屏、巫知諭、陳淑玲

製作人 | 湯昇榮

導演 | 廖士涵、詹淳皓

編劇 | 張世嫻、溫郁芳

協力編劇 | 吳岱芸、張逸寧、李叡涵、王宥蓁

主演 | 張鈞甯、連炳發、楊一展、許安植、夏騰宏、蔡亘晏

### 112 年執行里程碑

開拍日期：112 年 4 月 10 日

角色發布會：112 年 6 月 21 日

台灣殺青：112 年 7 月 20 日

越南殺青：112 年 8 月 20 日

兩集審片會議：112 年 11 月 29 日；決議通過，審片意見整理如下：

劇情緊湊、人物刻畫鮮明，是十分具有市場性的新型綜合類型行劇，尤其男主角連炳發的演出說服力十足，情感豐富引人共鳴，女主角張鈞甯也交出不同於過往的成績單，周邊配角則以楊一展所飾演的移工仲介、爆花所主演的護理師最受喜愛，兩位演員的演出起到情緒調節作用，令人在喘不過氣的戲劇節奏中感受到人性的溫暖，也引發笑點，十分好的角色配置。技術方面鏡頭語言與攝影手法效果十足，剪接緊湊精準，特效化妝、醫療手術的呈現更是不同於過往醫療劇的水準，真實且不閃避，可以看出團隊投入大量時間經費拍攝，是十分有誠意的醫療類型劇。

### 《越南影視節》

由於《化外之醫》男主角范文寧為越南人，故於 113 年 6 月 7 日至 6 月 9 日由製作人湯昇榮率領楊一展及導演廖士涵遠赴越南參加「越南影視節」，並與越南籍主演連炳發、呂晉宇會合，於當地收穫不少報導及聲量，新聞連結如下：

#### 【公視】

《化外之醫》舉行國際記者會 越南影帝連炳發勤學中文 楊一展大推劇情張力 Harry Lu 被粉絲簇擁 <https://about.pts.org.tw/pr/latestnews/article/5466>

#### 【中央社】

「化外之醫」重返越南 導演對觀眾反應又愛又怕  
<https://www.cna.com.tw/news/amov/202406070313.aspx>

#### 【上報】

楊一展《16 個夏天》紅遍東南亞 新劇《化外之醫》攜「越南影帝」上演火爆動作場面  
[https://www.upmedia.mg/news\\_info.php?Type=196&SerialNo=203582](https://www.upmedia.mg/news_info.php?Type=196&SerialNo=203582)

#### 【鏡周刊】

《化外之醫》前進國際市場 楊一展首次到越南會影帝網友  
<https://www.mirrormedia.mg/story/20240607ent015>





## 《金馬影展世界首映》

113 年 11 月 9 日金馬影展特映會，影人場票房秒殺，隔日登上觀眾票選第二名，影展最終結算為台灣影集類第一名，並同時入選金馬 X 司法影展，影展期間北中南共計五場放映。



### 各家媒體報導節錄

#### 【公共電視】

《The Outlaw Doctor 化外之醫》金馬影展國際首映 票券秒殺 新聞稿

<https://reurl.cc/0d3azk>

#### 【自由時報】

張鈞甯「相隔 18 年」再披白袍！越南影帝驚吐在飯店用手術機械

<https://ent.ltn.com.tw/news/breakingnews/4846650>

#### 【聯合報】

《The Outlaw Doctor 化外之醫》11/9 金馬首映星光熠熠！張鈞甯、連炳發、楊一展、許安植、夏騰宏及蔡亘晏確定出席

<https://woman.udn.com/woman/story/123164/8326525>

#### 【壹蘋新聞網】

張鈞甯為工作忽略家庭 「一項特質」被認證可從醫

<https://tw.nextapple.com/...../9C1C1938AF65B3DF4C47EA.....>

#### 【中央社】

張鈞甯「化外之醫」再披白袍 外科醫欽點：很適合

<https://www.cna.com.tw/news/amov/202410300120.aspx>

【ETtoday】

張鈞甯《化外之醫》世界首映門票秒殺！ 越南影帝確定來台參加

<https://star.ettoday.net/news/2845235>

《釜山影展特市場展》

113 年 11 月由瀚草影視代表於釜山影展發表卡司版預告，並邀請男女主角連炳發、張鈞甯出席。



各家媒體報導節錄

中時新聞

越南影帝來台拍戲最愛這一味！和張鈞甯中、英文互相吐槽

<https://reurl.cc/xvbbNb>

自由時報

越南影帝來台灣拍戲！吃便當慘變胖 自曝最愛這一味

<https://reurl.cc/Re77kD>

壹蘋娛樂

「越南影帝」連炳發愛吃台灣便當胖了 張鈞甯猛虧：最標準中文是食物

<https://reurl.cc/pvbbpx>

ET today 星光雲

越南影帝來台拍戲變胖！ 標準中文喊「台灣最愛」張鈞甯無奈笑虧

<https://reurl.cc/2jAAaE>

時報週刊

張鈞甯釜山影展亮相 連炳發難忘台灣滷味

<https://reurl.cc/Klzz29>

### 113 年執行里程碑—發行

113 年 3 月中由瀚草提供賣片樣帶，包含 1、2、5、10 集，及 12 分鐘片花，並優先接洽 Netflix 購片部門，初步回報對方暫時只考慮買台灣區域，因瀚草也多次順利在 Netflix 賣出全球獨家影集，因此目前仍由公視及瀚草努力以此為目標與 Netflix 洽談中，並同步接洽愛奇藝等區域平台。

預定上檔時間：114 年第一季。

接洽平台：Netflix、愛奇藝國際站、CATCHPLAY 印尼、騰訊、優酷、越南電視台...等各國平台。

### 113 年執行里程碑—內容



一、112 年 11 月 29 日召開 1、2 集審片會議，製作人湯昇榮於會議中說明拍攝素材可剪成 11 集，如此非但劇情不會感到冗長，並可兼顧角色情感與事件發展的完整。在中華電信與公視針對 11 集內容進行討論後，共同決定製作第 11 集，三方並協商修改合約內容中。

二、113 年 4 月 30 日：第 3-11 集定剪完成、交付主視覺、標準字、劇照及預告、正片等內容。



### 三、影視音專業人才培育

#### (一)112 年度影視音專業人才培育

本指標已達成，影視音專業人才培育達 142 人次

1. 10 月 2 日舉辦 8K 拍攝與後製經驗分享教育訓練，邀請金鐘獎製作人兼導演李景白先生率領「沈睡的水下巨人」節目拍攝團隊，李導演親自與同仁分享 8K 拍攝經驗與後製的技巧，上午安排 8K 攝影機之設定和操作課程，並到附近公園進行實拍練習；中午於製作部會議室舉辦研討餐會；下午 2 點至 4 點則於 A 棟 1 樓簡報室進行「8K 拍攝與後製經驗分享」演講，參與人次超過 78 人。



2. 12 月 19 日舉辦 8K 實務工作坊，邀請日本 NHK 資深攝影指導松下猛先生進行分享。松下猛先生是 NHK 8K 節目影像製作技術實務手冊(SHV 番組制作いろいろ知っておきたいこと)的撰寫人，參與人次超過 64 人。





## (二) 113 年度影視音專業人才培育

本指標已達成：合計培育影視音專業人才 315 人次。

於 2024 年 9 月 06 日（週五）台灣大學霖澤館 國際會議廳舉行「AI 時代的全球公共廣電機會與挑戰」國際研討會(2024 PTS International Symposium: Opportunities and Challenges Faced by PSM in the age of AI)。合計參與人次為 315 人，已達目標。

### 1. 研討會基本資訊

- (1) 主題：AI 時代的全球公共廣電機會與挑戰  
2024 PTS International Symposium: Opportunities and Challenges Faced by PSM in the age of AI

- (2) 時間：2024 年 9 月 06 日（週五）

- (3) 地點：台灣大學霖澤館 國際會議廳

### 2. 活動內容

#### (1) 主題演講 **Keynote Speech**

講者：Kristian Porter

Public Medida Alliance | 執行長 CEO

#### (2) 法國電視台如何平衡生成式 AI 與人為管控

講者：Eric Scherer

France TV | Director, News MediaLab and International Affairs

#### (3) 媒體、科技與民主——一個必然的融合

講者：David Corral

RTVE | 創新管理經理 Manager of Innovation

#### (4) NHK 的手語 CG 轉譯系統

講者：內田翼

NHK | 研究員 Researcher

(5) 珍藏文化瑰寶：AI 與原住民語言的倫理探討

講者：Rhonwyn Newson

RNZ | Digital Editor

(6) 德國之聲與 AI：策略、挑戰及機會

講者：Ruth Kühn

DW | AI 小組 資深技術經理 Senior Technology Manager  
& DW AI-Team

(7) 使用 AI 製作節目：以《聖誕奇蹟》為例

講者：Tom Simon Staffans

SVT | 製作人 Producer

(8) 深受愛戴的 PBS KIDS 角色：AI 與兒童互動媒體的未來  
展望

講者：Abby Jenkins

PBS KIDS | 內容資深總監 Senior Director of Content

3. **Panel Discussion**

延伸應用成果

(1) PMA Podcast：

合作單位 PMA 針對 AI 主題訪問講者及公共電視陳副

總，將本活動影響力擴增至全球範圍。

<https://pod.link/1615737689/episode/2a6e454427f8c6c0ee665f3fd23dae0a>

內部教育訓練：

為將現場活動效益最大化，將活動內容全程錄影，並將影像後

至中文字幕作為內部教育訓練用。另外也將內容編輯、文字化製為線上手冊，供後續同仁研究使用。

活動成效

#### 4. 整體人次統計

參與人數分析	上半場	下半場	總計人次
Accupass 報到	85	80	165
公廣集團	60	56	116
講者	9	9	18
貴賓	8	8	16
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>153</b>	<b>315</b>

#### 四、公視+會員總數逐年成長 5%

##### (一)112 年度

本指標已達成

原始數據

● 2022 年的總會員數為 815,210

● 2023 年的總會員數為 961,304

2022 年到 2023 年的會員成長率

公式： $((2023 \text{ 年總會員數} - 2022 \text{ 年總會員數}) / 2022 \text{ 年總會員數})$

數) $\times 100\%$

計算： $((961,304-815,210)/815,210)\times 100\%\approx 17.92\%$

2022 年到 2023 年的會員成長率約為 17.92%。

(二)113 年度

本指標已達成

原始數據

● 2023 年的總會員數為 961,304

● 2024 年的總會員數為 1,111,794

2023 年到 2024 年的會員成長率

計算公式： $((2024 \text{ 年總會員數}-2023 \text{ 年總會員數})/2023 \text{ 年總會員數})\times 100\%$

計算： $((1,111,794-961,304)/961,304)\times 100\%\approx 15.65\%$

2023 年到 2024 年的會員成長率約為 15.65%。

五、113 年度公視+OTT 會員平台滿意度逐年成長 5%，並以滿意度達 80% 為目標

113 年度為初次調查結果，已達成滿意度達 80%

本計畫於 113 年度展開「公視+使用者滿意度調查」，根據「公視+使用者滿意度調查報告」所呈現量化調查數據，公視+在滿意度指標上超過了 80%，說明如下



各向度滿意度平均值（五點量尺轉換為百分比）：

報告將使用者對公視+各向度的滿意度以五點量尺填答，並計算平均值。若將這些平均值轉換為百分比（平均值/5 \* 100%）以下量測項目之向度皆超過 80%：

- 節目內容滿意度：平均 4.14 分，相當於 82.8%。
- 近用性滿意度：平均 4.14 分，相當於 82.8%。
- 串流優勢滿意度：平均 4.13 分，相當於 82.6%。
- 平台穩定性滿意度：平均 4.12 分，相當於 82.4%。
- 平台易用性滿意度：平均 4.01 分，相當於 80.2%。

## 第二節 國外入圍得獎績效

節目名稱	狀態	參展名稱	得獎名稱
不夠善良的我們	得獎	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
不夠善良的我們	得獎	亞洲內容大獎暨全球 OTT 大獎 (Asia Contents Awards & Global OTT Awards)	最佳歌曲 (Best Song)：《善良的我們》
不夠善良的我們	入圍	亞洲內容大獎暨全球 OTT 大獎 (Asia Contents Awards & Global OTT Awards)	最佳亞洲內容 (Best Asian Contents)
不夠善良的我們	入圍	亞洲內容大獎暨全球 OTT 大獎 (Asia Contents Awards & Global OTT Awards)	最佳編劇 (Best Writer)：徐譽庭
不夠善良的我們	入圍	亞洲內容大獎暨全球 OTT 大獎 (Asia Contents Awards & Global OTT Awards)	最佳配角 (Best Supporting Actor)：柯震東
不夠善良的我們	入圍	亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards)	最佳男配角 (柯震東)
不夠善良的我們	入圍	亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards)	最佳女主角 (許瑋甯)
不夠善良的我們	入圍	亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards)	最佳劇情類導演 (徐譽庭)
不夠善良的我們	入圍	亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards)	最佳剪輯 (蘇珮儀、謝秉程)
神木之森：阿里山森林鐵道紀行	得獎	Lumiere Japan Awards	8K 部門優秀作品賞
化外之醫	得獎	2025 全球 OTT 大獎 (Global OTT Awards)	最佳亞洲內容 (Best Asian Contents)
化外之醫	入圍	2025 全球 OTT 大獎 (Global OTT Awards)	最佳編劇 (Best Writer)

《雲在兩千米》VR	入圍	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
《雲在兩千米》VR	入圍	第 82 屆威尼斯影展「沈浸式內容競賽」(Venice Immersive - In Competition)	評審團獎 Special Jury Prize
《雲在兩千米》VR	入圍	第 82 屆威尼斯影展「沈浸式內容競賽」(Venice Immersive - In Competition)	最佳成就獎 Achievement Prize

### 第三節 政策建議

(一)持續強化超高畫質影視製作，提升技術，擴充影音內容產製能量。

5G 時代行動網路的使用增加，使用者以收視影音內容為主。影音內容市場需求劇增，以全球為市場，是台灣影視業者立足台灣面向國際的關鍵時刻，迫切需要多樣、多元、質量兼具、具有國際競爭力及文化涵養的台灣內容進入市場。

(二)持續鼓勵 5G 應用，積累全媒體創新應用服務創新能量

投入更多資源，鼓勵創新應用實驗，包括「即時體驗」、「參與式體驗」與「沈浸式體驗」等全媒體應用內容，強化 4K 影視產業鏈，加速推進 5G 多屏跨螢服務，開發 AR/VR 內容，8K 影音內容製作。

(三)加速公共媒體數位轉型，以 IP 製作為技術發展核心

全球廣電業者皆肯定以 IP（Internet Protocol）取代傳統 SDI 的傳輸方式。IP 化及檔案式技術是數位轉型的基礎建設，將為現有廣電業者注入優勢，包括頻寬優勢、高效率、易維護、技術成熟、靈活性等，善用 5G 提升競爭力。全面 IP 化將為國民提供更有效率的公共媒體服務。

(全文完)