

文化部補助
「112年內容產製與應用計畫」
結案報告



財團法人公共電視文化事業基金會

112年12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
第貳章 各節目執行成果說明.....	11
第一節 計畫目標.....	11
第二節 計畫執行.....	11
第三節 成果說明.....	23
第參章 公視基金會行銷宣傳成果說明	99
第肆章 高畫質電視節目製播經驗分享	134
第一節 《藝術很有事》	134
第二節 《換個爸媽過幾天》	137
第三節 公視《東南亞語新聞》	144
第四節 《新聞全球話》	148
第伍章 公視基金會頻道收視與網路服務	151
第一節 滿意度(分)調查	151
第二節 《公視+》收視.....	152
第陸章 效益評估.....	155
第一節 INPUT 滙聚 29 國影視工作者.....	155
第二節 臺灣國際兒童影展呈現多元議題.....	156

第七章 結語.....	159
第一節 《公視+》創新服務.....	159
第二節 滿足體育賽事需求.....	160
第三節 滿足多元節目需求.....	160
附錄一 各類型節目播出時間表	163

表 目 錄

表 1-1	「112 年內容產製與應用計畫」預算規劃	2
表 1-2	「112 年內容產製與應用計畫」工作期程(依第一次修約計畫書內容排定)	7
表 2-1	「112 年內容產製與應用計畫」節目來源時數與比例	11
表 2-2	「112 年內容產製與應用計畫」計畫執行彙總	13

文化部補助「112年內容產製與應用計畫」結案報告

第壹章 計畫緣起

第一節 計畫背景

依據文化部「內容產製與應用計畫(110-113)」目標，達到建構影視文化火車頭、建立多元播出平台等目標。文化部於112年1月10日簽約補助公視基金會辦理「112年內容產製與應用計畫」，公視基金會正式執行此一專案計畫。

第二節 修約說明

本計畫經費屬於經常門，合計新台幣1.46633億元。本案經過一次修約皆未變更整體計畫經費，修約內容說明如下：

一、第一次修約說明

- 依「112年內容產製與應用計畫」契約書第一條辦理。
- 「112年內容產製與應用計畫」相關節目申請修約說明如下：

1. 「兒少孵育劇本」

「兒少孵育劇本」原定透過「學齡前兒童節目孵育計畫公開徵案」徵得3部學齡前兒童節目企劃案，進行孵育。然經過評選委員會決議，考量廠商創意概念與視覺表現、節目長期發展性等，最終僅選擇2案進入孵育計畫。為有效執行本計畫預算，擬由公視自有人力進行「學齡兒童節目」孵育。

2. 「給孩子看的戲」

「給孩子看的戲」，原定製作2部「30分鐘兒少戲劇短片」。然經過請益許多編劇、導演後，考量30分鐘短片難以與兒少觀眾培養收視情感、行銷推廣也不容易和兒少觀眾新媒體收視習慣產生連結，故希望變更。

3. INPUT 預算流用

INPUT 國際年會後，經盤點可流用3,500,000元予「兒童影展」項目使用。INPUT 國際年會與兒童影展皆是面向國際，向全世界推廣臺灣的重要活動，INPUT 2023年會有20餘國近300位國際人士參加，臺灣國際兒童影展為國內規模最大，專為12歲以下兒童所設立的競賽型影展，

目前累計已有 60 餘國，近 500 件作品報名。「112 年內容產製與應用計畫」中的「兒童影展」項目原核定預算為 2,000,000 元，調整後，預算改為 5,500,000 元，規劃用於影展國際徵件作業及教育公播版權購買，提供全國各縣市國小校園影片公播服務，落實影像教育向下扎根，照顧偏鄉和部落國小學生，可以透過影片擴大國際視野。

三、本案如獲准修約，將在預算、時數、時間不變情況下進行修約。

●文化部於 112 年 9 月 19 日文影字第 1123024524 號，同意企劃書內容變更以及預算調整流用兩案。

二、整體計畫規模說明

依照第一次修約規劃，本計畫各工作項目與工作期程如表 1-1、表 1-2 所示：

表 1-1 「112 年內容產製與應用計畫」預算規劃

項次	節目類型	總時數	金額(元)	說明
1	兒少節目	57	26,212,500	<p>新製學齡前兒童節目(自製)—水果冰淇淋，30 集，15 小時。7,500,000 元。</p> <p>新創學齡兒童節目—換個爸媽過幾天(自製)，8 集，8 小時。5,360,000 元。(跨年執行，共 13 集；1 集由公視本頻支應，4 集由 113 年內容產製計畫支應)</p> <p>兒少孵育劇本。1,200,000 元。(跨年執行；50 萬*3 部；113 年內容產製計畫支應尾款 30 萬)</p> <p>青少年新媒體節目—青春發言人(自製)，10 集，2.5 小時。2,500,000 元。(跨年執行，共 26 集；1 集由本頻支應，15 集由 113 年內容產製計畫支應)</p>

項次	節目類型	總時數	金額(元)	說明
				<p>wawa 哇！4 集，1 小時。1,600,000 元。</p> <p>新創兒少節目，1 集，0.5 小時。2,400,000 元。(跨年執行，112 年完成樣片並進行另 2 集拍攝，支付 50%，113 年內容產製計畫支應其餘 50%，即 240 萬)</p> <p>給孩子看的戲，2集=1 部(至少 4 集)。2,000,000 元。(跨年執行；112 年開發劇本+開拍，支付 50%；113 年內容產製計畫支應其餘 50%，即 200 萬)</p> <p>幼兒節目(購片)，60 集，至少(含)30 小時。3,652,500 (元)。</p>
2	戲劇節目	14.5	22,265,500	<p>公視人生劇展(委製徵案或邀案)，8 集。12,800,000 元。(跨年執行；112 年前置，支付 40%；113 年內容產製計畫支應其餘 60%，即 1,920 萬)</p> <p>公視新創電影(委製徵案或邀案)——1 部長片或至少 3 部短片，1.5 小時。6,000,000 元。</p> <p>國內外優質戲劇(購片)，13 集，共 13 小時。3,465,500 元。</p>
3	文化藝術	17	3,960,000	<p>公視表演廳(自製)，6 集，共 12 小時。960,000 元。</p> <p>藝術很有事(自製)，10 集，共 5 小時。3,000,000 元。</p>
4	生活綜合	70	18,650,000	<p>口述影像節目(自製或邀案)，28 小時。2,200,000 元。</p>

項次	節目類型	總時數	金額(元)	說明
				<p>一字千金，26集，26小時。11,700,000元。</p> <p>誰來晚餐(自製)，15集，共15小時。3,750,000元。(跨年執行，共39集；1集由公視本頻支應，23集由113年內容產製計畫支應)</p> <p>身心障礙議題節目(自製)，2集，1小時。1,000,000元。(跨年執行，共10集；112年製作2集並完成8集田調，由112年內容產製計畫共支應100萬，公視本頻支應25萬元，113年內容產製計畫支應125萬元)</p>
5	體育賽事及特別節目	100	10,000,000	體育賽事與特別節目，至少(含)100小時。10,000,000元。
6	紀錄片與新聞	422.5	43,545,000	<p>公視主題之夜 SHOW (自製)，17集，30小時。6,000,000元。</p> <p>新創紀錄片(委製徵案)，6集。6,000,000元。(跨年執行；112年拍攝，支付50%)</p> <p>紀錄片購片，10小時。2,000,000元。</p> <p>生態與藝術文化紀錄片(購片)，40集，至少(含)40小時。5,200,000元。</p> <p>人文紀實報導(自製) — 獨立特派員，45集，45小時。6,535,000元。</p>

項次	節目類型	總時數	金額(元)	說明
				環境紀實報導(自製)—我們的島，40集，40小時。5,810,000元。 行走TIT(自製)，34集，17小時。2,771,000元。 公視東南亞語新聞(自製)，256集，共112.5小時。5,200,000元。 新聞全球話(自製)，256集，共128小時。4,029,000元。
7	Input 國際年會		16,500,000	交結案報告
8	兒童影展		5,500,000	交結案報告
總計		681	146,633,000元	

112-113 跨年執行節目一覽

節目	112	113
換個爸媽過幾天	8集 5,360,000元	1集由公視本頻支應，4集由113年內容產製計畫支應(268萬)
兒少孵育劇本	跨年執行； 50萬*3部； 1,200,000元	113年內容產製計畫支應尾款30萬
青春發言人	10集 2,500,000元	1集由公視本頻支應，15集由113年內容產製計畫支應(375萬)
新創兒少節目	跨年執行 1集； 2,400,000元；	113年內容產製計畫支應其餘50%(240萬)

	112年完成樣片並進行另2集拍攝，支付50%	
給孩子看的戲	跨年執行 2集。2,000,000元。 112年開發劇本+開拍，支付50%	113年內容產製計畫支應其餘50%(200萬)
公視人生劇展	跨年執行 8集。12,800,000元 112年前置，支付40%	113年內容產製計畫支應其餘60%(1,920萬)
誰來晚餐	15集 3,750,000元	1集由公視本頻支應，23集由113年內容產製計畫支應(575萬)
身心障礙議題節目	2集1小時 1,000,000元 (112年製作2集並完成8集田調，由112年內容產製計畫共支應100萬，公視本頻支應25萬元)	113年內容產製計畫支應125萬元
新創紀錄片	跨年執行 6集 6,000,000元 112年拍攝，支付50%	113年內容產製計畫支應其餘50%

此一計畫經費所製作之節目將於本案驗收完成後一年內，安排於公共電視頻道或網路平台播出，觀眾可透過數位無線電視、有線電視系統、新媒體平臺觀賞到最新、最優質的電視節目。各節目也將依照其特色屬性參與各類國內外主題影展，進而提升臺灣影視作品國際能見度。鑒於節目製作之獨特性，預算不易準確估算，將在經費總額不變之前提下，適度流用調整各項金額，將經費做最有效且充分之利用。

註：摘錄自《112年內容產製與應用計畫企劃書》p.78~82

表 1-2 「112 年內容產製與應用計畫」工作期程(依第一次修約計畫書內容排定)

工作項目	月份											
	D	D+1	D+2	D+3	D+4	D+5	D+6	D+7	D+8	D+9	D+10	D+11
簽約												
完成獨立特派員成案(自製)												
完成我們的島成案(自製)												
完成公視東南亞語新聞成案(自製)												
完成行走 TIT 成案(自製)												
完成新聞全球話成案(自製)												
完成誰來晚餐成案(自製)												
完成新創學齡兒童節目--換個爸媽過幾天成案(自製)												
完成新製學齡前兒童節目--水果冰淇淋驗收, 30 集(自製)												
完成新創學齡兒童節目--換個爸媽過幾天驗收, 8 集(自製)												

文化部補助「112年內容產製與應用計畫」結案報告

工作項目	月份											
	D	D+										
完成兒少孵育劇本查驗或驗收												
完成青少年新媒體節目—青春發言人驗收，10集(自製)												
完成 wawa 哇! 節目驗收，4 集(自製)												
完成新創兒少節目樣帶審查，1 集												
完成給孩子看的戲劇本查驗， 2集 1部（至少4集）												
完成公視表演廳節目，6 集(自製)												
完成藝術很有事驗收，10 集(自製)												
完成口述影像節目查驗，28 小時(自製或邀案)												
完成誰來晚餐節目驗收，15 集(自製)												
完成一字千金節目查驗，26 集(自製)												
完成公視人生劇展節目劇本查驗(委製徵案或邀案)												

工作項目	月份											
	D	D+										
完成公視新創電影節目查驗，1部長片或至少3部短片(委製徵案或邀案)												
完成身心障礙議題節目驗收，2集(自製)												
完成公視主題之夜 SHOW 驗收，17集(自製)												
完成獨立特派員驗收，45集(自製)												
完成我們的島驗收，40集(自製)												
完成國內外優質戲劇13集(含)以上之採購												
完成幼兒節目60集(含)以上之採購												
完成新創紀錄片節目進度報告查驗(委製徵案)												
完成紀錄片購片10小時之採購												
完成生態與藝術文化紀錄片40集(含)以上之採購												
完成體育賽事及特別節目100小時												

工作項目	月份											
	D	D+1	D+2	D+3	D+4	D+5	D+6	D+7	D+8	D+9	D+10	D+11
完成行走 TIT 驗收，34 集(自製)												
完成東南亞語新聞 256 集入庫(自製)												
完成新聞全球話 256 集入庫(自製)												
完成 INPUT 國際年會結案												
完成兒童影展結案												

註：摘錄自《112年內容產製與應用計畫企劃書》p.88—91

第貳章 各節目執行成果說明

第一節 計畫目標

112年文化部與公視基金會簽訂「112年內容產製與應用計畫」合約，公視基金會獲得新台幣1.46633億元補助經費，預計製播681小時各類高畫質電視節目，包括兒少節目、紀錄片與新聞、戲劇節目、文化藝術、生活綜合、體育賽事與重要精彩活動、國內外節目購買、兒童影展、INPUT國際年會等各類自、委製節目和外購節目，成績斐然，其中，總統文化獎自2001年起開辦，每屆選出五位得獎者，藉由表彰長期關照、耕耘這片土地的人，彰顯臺灣多元價值。2023年第12屆總統文化獎得獎公布，「社會改革獎」由公共電視節目《我們的島》團隊榮獲。

第二節 計畫執行

本專案製播之高畫質電視節目新製時數產量為1004小時，較原計畫預定之目標681小時，共超出323小時。各節目來源包括：自製節目436.5小時、委製節目54小時、體育賽事與重大活動轉播共323小時，以及國內節目購買13.5小時，國外節目購買177小時。節目來源時數與比例，如表2-1所示：

表 2-1 「112年內容產製與應用計畫」節目來源時數與比例

節目製播型式	決算數 (新台幣元)	比例	產出時數	比例
自製	58,432,542	41%	436.5	43%
委製	41,559,721	29.2%	54.0	5%
國內節目購買	1,830,000	1.3%	13.5	1%
國外節目購買	11,673,679	8.2%	177.0	18%
體育賽事與 重大活動轉播	9,976,726	7%	323.0	32%

文化部補助「112年內容產製與應用計畫」結案報告

節目製播型式	決算數 (新台幣元)	比例	產出時數	比例
兒童影展	4,726,006	3.3%		
INPUT 國際年會	14,331,186	10%		
	142,530,860	100%	1004.0	100%

112年補助經費共計新台幣1.46633億元，各項工作計畫經費使用皆依照政府相關採購規定辦理，執行率97.2%，執行情形詳如表2-2所示：

表 2-2 「112 年內容產製與應用計畫」計畫執行彙總

節目類型	目標時數	執行時數	預算數 (新台幣元)	決算數 (新台幣元)	預算執行率	執行成果說明
兒少節目	57	91.5	26,212,500	25,729,394	98.15%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 水果冰淇淋，15 小時 ■ 換個爸媽過幾天，8 小時 ■ 兒少孵育劇本：莓吉莓吉幼兒園、屋頂動物園音樂大世界、金孫任務 ■ 青春發言人 5，2.5 小時 ■ wawa 哇！2，1 小時 ■ 鹹魚小隊，0.5 小時 ■ 給孩子看的戲劇本：什麼都沒有雜貨店 ■ 幼兒節目購片一覽（共 64.5 小時）： <ul style="list-style-type: none"> ■ 柏靈頓熊熊歷險記，13.5 小時 ■ 藍色小精靈，13 小時 ■ 侏羅紀世界：白堊冒險營，10.5 小時 ■ 瑪莎與熊 S5+ S123，17.5 小時

文化部補助「112年內容產製與應用計畫」結案報告

節目類型	目標時數	執行時數	預算數 (新台幣元)	決算數 (新台幣元)	預算執行率	執行成果說明
						<ul style="list-style-type: none"> ■ 吉娃斯愛科學 4, 3.5 小時 ■ 甜心兔 S5+S6, 6.5 小時
紀錄片與新聞	422.5	451	43,545,000	43,345,213	99.54%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 公視主題之夜 SHOW, 30 小時 ■ 紀錄觀點(跨年執行)一覽： ■ 種樹在水上瓦旦 塢瑪 ■ 有影臺灣記憶的旅程 ■ 上帝上帝，你在哪？ ■ 解籤大隊 ■ 三分之一的心跳 ■ 萬歲家庭 ■ 我們的島，40 小時 ■ 獨立特派員，45 小時 ■ 行走 TIT, 17 小時 ■ 公視東南亞語新聞，114 小時 ■ 新聞全球話，128 小時 ■ 紀錄片購片一覽(共 13 小時)： ■ Generation K-Pop, 1 小時 ■ iHuman：未來的未來是現在，1 小時

節目 類型	目標 時數	執行 時數	預算數 (新台幣元)	決算數 (新台幣元)	預算 執行率	執行成果說明
						<ul style="list-style-type: none"> ■ The Spy in your Mobile , 1 小時 ■ The Rise of Wagner , 2 小時 ■ 金門留念 , 1 小時 ■ Wanted - The World 's Most Dangerous Arms Dealer , 1 小時 ■ In The Grip Of Gazprom , 2 小時 ■ 山頂小屋 , 1 小時 ■ 九槍 , 1 小時 ■ Assassins- Brudermord in Kuala Lumpur , 1 小時 ■ 千言萬語 , 1 小時 ■ 生態與藝術文化紀錄片購片一覽 (共 64 小時) : ■ 從巴黎到羅馬:貝特妮的甜蜜生活 , 4 小時 ■ 動物鄰居幫幫忙 , 2 小時 ■ 阿爾罕布拉宮的美麗與哀愁 , 2

節目 類型	目標 時數	執行 時數	預算數 (新台幣元)	決算數 (新台幣元)	預算 執行率	執行成果說明
						<p>小時</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 西伯利亞虎重返大地，1 小時 ■ 卡達 沙漠珍珠，1 小時 ■ 阿爾卑斯山腳下的仙境，1 小時 ■ 騎鐵馬遊日本，6 小時 ■ 幕後神之手:陶瓷修復師，1 小時 ■ 西表島的自然脈動 ，1 小時 ■ 保羅的墨西哥食記，3 小時 ■ 貝特妮尋寶第二季，5 小時 ■ 特寫維梅爾，2 小時 ■ 塞尚:超越肖像畫，1 小時 ■ 夜晚的喧囂:霍普，1 小時 ■ 印象畢沙羅，1 小時 ■ 從前從前在肯亞，2 小時 ■ 加拿大奇蹟 極北之地，1 小時 ■ 河馬王，1 小時 ■ 漫步雲端:世界篇 3，6 小時 ■ 空中看塔斯馬尼亞，1 小時

節目類型	目標時數	執行時數	預算數 (新台幣元)	決算數 (新台幣元)	預算執行率	執行成果說明
						<ul style="list-style-type: none"> ■ 驚奇的野狗家族，3 小時 ■ 雪橇犬出任務，1 小時 ■ 動物秘密一籬筐 海洋間諜，4 小時 ■ 珍藏自然 美國國家公園，1 小時 ■ 放逐世界邊境 巴塔哥尼亞，6 小時 ■ 環球秘境旅店，6 小時
戲劇	14.5	49	22,265,500	21,922,356	98.45%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人生劇展劇本一覽 ■ 芙蓉 ■ 海豚之惡 ■ 拍射吧！廷方！ ■ 細漢大仔 ■ 賽先生的愛情相對論 ■ 選·悟·家 ■ 樹冠羞避 ■ 念頭 ■ 公視 X 高雄市電影館短片企劃

節目 類型	目標 時數	執行 時數	預算數 (新台幣元)	決算數 (新台幣元)	預算 執行率	執行成果說明
						<ul style="list-style-type: none"> ■ 我可以暫時逃跑一下嗎？ ■ 如果時間在此刻停下 ■ 注意看，這個女人 ■ 無所住 ■ 國內外優質戲劇購片一覽(共49小時)： ■ 淺田家，2小時 ■ 完美搭檔，2小時 ■ 叔叔，2小時 ■ 養老金都沒了，2小時 ■ 老媽我獨自生活，2小時 ■ 電影之神，2小時 ■ 父親，2小時 ■ 最美的相遇，2小時 ■ 重返犯罪現場 20，22小時 ■ 陀陀，0.25小時 ■ 演習，0.5小時 ■ 燒，0.25小時 ■ 大日子，0.5小時

節目類型	目標時數	執行時數	預算數 (新台幣元)	決算數 (新台幣元)	預算執行率	執行成果說明
						<ul style="list-style-type: none"> ■ 午夜節拍，0.5 小時 ■ 防己，0.5 小時 ■ 山中怪人，0.5 小時 ■ 跳繩，0.5 小時 ■ 橋頂少年，1 小時 ■ 同床，0.5 小時 ■ 送行，0.5 小時 ■ 鍵盤俠，0.5 小時 ■ 我的姊姊，5 小時
文化藝術	17	17	3,960,000	3,959,986	99.99%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 公視表演廳，12 小時 ■ 笠山之歌，2 小時 ■ 墨具五色，2 小時 ■ 樂·極致，2 小時 ■ 罪·愛，2 小時 ■ 波，2 小時 ■ 無極限武動三國—她的凝視，2 小時 ■ 藝術很有事，5 小時

文化部補助「112年內容產製與應用計畫」結案報告

節目類型	目標時數	執行時數	預算數 (新台幣元)	決算數 (新台幣元)	預算執行率	執行成果說明
生活綜合	70	72.5	18,650,000	18,539,993	99.41%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 口述影像節目，29.5 小時 ■ 我的婆婆怎麼那麼可愛，20 小時) ■ 浩克慢遊，5 小時 ■ 李天祿的四個女人，3 小時 ■ 半島風聲相放伴，1.5 小時 ■ 誰來晚餐，15 小時 ■ 一字千金 筆武大匯，26 小時 ■ 極樂世界之好好出門，2 小時
體育賽事與重大活動轉播	100	323	10,000,000	9,976,726	99.76%	<p>各個轉播場次一覽(共 323 小時)：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 2023FIFA 女子世界盃洲際附加賽，4 小時 ■ 2023WTT 澳門桌球挑戰賽，29 小時 ■ 2023ITTF 世界個人桌球錦標賽，30 小時

節目 類型	目標 時數	執行 時數	預算數 (新台幣元)	決算數 (新台幣元)	預算 執行率	執行成果說明
						<ul style="list-style-type: none"> ■ 2023BWF 印尼羽球公開賽,45 小時 ■ 2023FIBA 籃球世界盃, 24 小時 ■ 杭州亞運+杭州亞帕運, 27 小時 ■ 第 58 屆電視金鐘獎, 12 小時 ■ 2023 亞洲職棒冠軍爭霸賽, 18 小時 ■ 2023 亞洲棒球錦標賽, 30 小時 ■ 臺北最 high 新年城, 6 小時 ■ WTT 三站, 80 小時 ■ 大衛蓋瑞:狂戀小提琴, 2 小時 ■ 丹尼爾霍普:愛爾蘭音樂之旅, 1 小時 ■ 維也納音樂會:迪士尼之夜, 2 小時 ■ 郎朗初遇古典樂, 1 小時 ■ 榮耀巴黎鐵塔演唱會, 2 小時 ■ 王羽佳與逍遙音樂會, 2 小時 ■ 電影音樂會: 謀殺之夜, 1.5 小時

文化部補助「112年內容產製與應用計畫」結案報告

節目類型	目標時數	執行時數	預算數 (新台幣元)	決算數 (新台幣元)	預算執行率	執行成果說明
						<ul style="list-style-type: none"> ■ 電影音樂會: 星際之夜, 2 小時 ■ 電影音樂會: 魔幻之夜, 2 小時 ■ 穿越圓山秘境, 2.5 小時
兒童影像教育推廣應用			5,500,000	4,726,006	85.93%	交結案報告
Input 國際年會			16,500,000	14,331,186	86.86	交結案報告
總計	681	1004	146,633,000	142,530,860	97.2%	

第三節 成果說明

一、戲劇

(一) 公視人生劇展

112 年公視人生劇展公開徵案，共入選八案，皆已完成合約第二期結案。

1. 入選廠商：白色影像製作股份有限公司

節目名稱：芙蓉

主創人員：

製作人：陳劭愷

導演：稅成鐸

編劇：安邦

劇情簡介：

45 歲的陸配芙蓉，與老公進昌離了婚，但他們仍同住一個屋簷下，睡在那張見證兩人愛情的床墊。只因進昌答應過芙蓉，至少讓她吃得飽、睡得好。愛情騙子阿忠常常因那張床墊而吃味；深情工程師阿德，允諾買一張相同的床墊，只願與芙蓉共築愛巢。芙蓉也想過離家獨立，卻老是割捨不下窩在床上的一夜好眠。刻意離家、保持愛情絕緣的女兒，婷婷；女友一個換一個的兒子柏叡，在這樣的拼湊家庭裡長大，總打賭父母之間，那也叫「愛情」？！這是一個關於床墊和他們主人的故事。雖然不知道到底是什麼，讓他們捨不得離開彼此，但可以確定的是，這是個麻煩又真摯家庭。

2. 入選廠商：好勁影業有限公司

節目名稱：海豚之惡

主創人員：

製作人：游永旭

導演：游智涵

編劇：趙心馳

劇情簡介：

期末考後的校園，一具吊在男廁無法確認自殺或他殺的屍體，引出五名留在學校的嫌疑犯。是他殺？屍體乾淨得找不到他殺的痕跡。是自殺？屍體足部與地面卻整整有三十公分的距離，並找不到觸手可及的墊腳物。兩名刑警抽絲剝繭，發現該班存在的霸凌問題及漸漸浮上檯面的人際關係。深受學生歡迎、家長信任的約聘班導師；極富正義感，勇於為被霸凌同學抗爭的班長；只顧自己，冷眼旁觀霸凌發生的資優生；隨聲附和、跟風起舞的懦弱男學生；財粗勢大，在班上居於領導地位的不良學生。有人有動機沒機會，有人有機會沒動機。在近乎空蕩的校園內，到底是誰將絞首的套繩掛在死者的脖子上？

3. 入選廠商：金魚企劃有限公司

節目名稱：拍射吧！廷方！

主創人員：

製作人：郭若琦、蘇庭睿

導演：劉易, 曾士權

編劇：曾士權、劉易

劇情簡介：

萬廷方，一名對未來不抱期待的廣告導演，某日在片場昏倒，經檢驗發現是癌症晚期。被宣判時日不多的他，碰上兩位從地府偷跑上來的三哥和四爺，而他們密謀想找人拍的竟然是... A片！？（想不到地府也有需求吧！）交換條件是只要拍得有感覺，就換給他陽壽和金錢。廷方為了妻子和肚子裡的孩子，決定和好友一起衝一發。但因類型敏感、時間緊迫下，他只好找來已退休的化妝師丈母娘曉芳。不料曉芳大解放，讓A片現場朝氣蓬勃、春心蕩漾，A片也越拍越有FU。但某日拍攝女主角因故缺席，而偷渡到地府的A片也被城隍爺發現，要派出大軍抓人。不論是交不出片，又或者被逮個正著，他都將面臨真正的「死線」。拍射吧，廷方！他的下一步該何去何從呢？

4. 入選廠商：河岸映象有限公司

節目名稱：細漢大仔

主創人員：

製作人：許佳明

導演：林英作

編劇：姜素秋

劇情簡介：

二十歲的阿文不被家人肯定，羞怒離家，殊不知這一出門即是永別，再度踏入家門已是十八年後，他成了年近四十的前科犯。出獄後才知人情澆薄，沈淪憤恨之際，意外出手相救國中生李銘，這一大一小互相啟發，重拾了自尊與平靜。

5. 入選廠商：塵埃影像製作有限公司

節目名稱：賽先生的愛情相對論

主創人員：

製作人：蕭逸凡

導演：韓修宇

編劇：韓修宇

劇情簡介：

科學至上的賽先生和迷信的太太，彼此折磨的晚年人生還未落幕，吸毒勒戒的兒子突然從獄中回來，帶著不知哪招來的單親小媽媽決定共度一生，痛改前非、大徹大悟似地欲參選本屆里長競選來洗白。這或許太太日日夜夜撮土焚香換來的好結果，但對早已認定好兒子已死的賽先生來說，簡直猶如世界末日。為了阻止末日的到來，賽先生把科學、不科學的方法都用上了。沒想到兒子與小媽媽的愛情依舊牢不可破。戀人啊，不過是未來的仇人，賽先生和太太就是一個活生生血淋淋的例子。未料，在夫妻攜手面對同一個即將摧毀兩老餘生的兒子怪物，遲暮的愛

情竟又死灰復燃。里長開票日，這福禍相倚的一家人，能否拿到通往幸福的門票？

6. 入選廠商：麥桿子影像製作有限公司

節目名稱：選·悟·家

主創人員：

製作人：王威人

導演：胥昌浩

編劇：吳思惠

劇情簡介：

允光是個娃娃機台主，十歲起沒有父親的他，立志成為家裡最可靠的支柱，只是一切都在二十五年對妻小不聞不問的父親張富強歸來後改變了。允光認為他沒資格算是名父親，何況當他一回來，就開口跟家裡討五十萬來花用，憑什麼？然而在媽媽黃佳娟的心軟下，張富強還是住進家裡，允光變得不愛回家，常常泡在自己的台子前打發時間，那些以前允光透過監視器鏡頭所看到的夾客和台主們，突然有血有肉的站在自己面前，在他們身上，允光看到人生的不同面向，他想通了自己與父親的關係，就像是選物販賣機一樣，即便前一次沒有好的結果，仍可投幣再重新開始。允光第一次載著父親，跑遍每一個機台，並把所有機台的零錢都給父親，希望他一切都好，那便是最好。

7. 入選廠商：穀雨影像製作有限公司

節目名稱：樹冠羞避

主創人員：

製作人：林嘉琪

導演：張均瑜

編劇：張均瑜

劇情簡介：

「看似分離的我們，在看不見的地方仍緊緊相連。」普年的母親玉玲在疫情爆發三年後，終於回到臺灣過新年，卻在年節還沒過完時就確診癌症，母親的去世，意外揭開了一連串的秘密。普年的阿嬤陳好，在自己的女兒過世後，決定要留居孫女普年家中，直到孫女找一個好對象結婚；喜歡女生的普年，只能盡量掩瞞自己跟同居女友在在的關係，然而紙總是包不住火...，普年在整理母親遺物時，意外發現母親在中國其實有交往對象，在在看著普年跟媽媽因為分離兩地，不能相聚的痛苦，不免想到自己在泰國的另外一個身份——五歲女兒的母親，在在最終決定回去泰國，而普年只能面對兩段逝去的關係。那夜，普年跟阿嬤都見到玉玲在茂密的樹冠下，祖孫倆決定好好告別。

8. 入選廠商：十一電影業有限公司

節目名稱：念頭

主創人員：

製作人：湯昇榮

導演：黃丹琪

編劇：吳易蓁

劇情簡介：

39歲的拾荒者蟑螂，其實並不只是個撿垃圾的，事實上他會變成撿垃圾的，是因為他有個家族遺傳的特異功能—家族單身的男性能收集人們的念頭。除非他們有一天愛上一個人，特異功能就會自動消失。越簡單的念頭像是「想談戀愛」、「想減肥」越好收集，他只要走到對方身邊，用力地吸氣，再把氣吐到預備好的醒瓶裡，就能輕鬆的收集到念頭。從小蟑螂就能敏銳的感受到各式各樣的念頭，正因為蟑螂時時刻刻感受太多的念頭，以至於他沒辦法像正常人一樣生活、上班，只好做起資源回收。而他的回收站裡，開始有各式各樣用來換取念頭的「寶物」，每個寶物背後，都有一段不同的故事…

(二) 新創電影-2023年「公視 X 高雄市電影館」

『後難題短片輯』

1990年後出生的臺灣青年，成長於解嚴後的自由時代，也是第一代的數位原住民。90末的青年剛從學校畢業，成為投入職場的新鮮人，90前段班則剛邁過三字頭，面臨家庭或事業的另一階段……

承接著上一代的價值觀，90世代被貼上了各種標籤，不斷感受到社會化過程中的凹折，在理想與現實、嚮往與幻滅、熱血與厭世、純真與世故之間，尋找著平衡社會和自我的生存之道，捏塑出自己獨有的姿態。

高雄市電影館與公共電視第三度攜手合作系列主題短片，邀集丁啟文、吳季恩、林劭慈三位90後新銳導演，透過90世代的眼光，詮釋90世代被迫面對、逃避面對、必須面對的三道難題，也持續摸索著難題的解答，一探90世代的困境與獨特價值。



《如果時間在此刻停下》 | 導演：林劭慈

短句摘要：兩個不同世代女性，在壓抑的家族關係裡有著不同煩惱，一場喪禮讓她們相聚、意外變得更加靠近。

劇情簡介：離開家鄉多年，小凡突然間被親戚要求回鄉協助奶奶的葬禮，然而一切的格格不入，讓不擅表達情感的小凡只想盡快完成家族的最後義務、回到自己的生活。直到她與曾經的孀孀阿雲重聚時，她們

在被壓抑的家庭關係中，漸漸的踏上意想不到的和解之路，她們變得更加靠近、也會永遠記住這個夏天。

導演的話：每次因為婚喪喜慶跟家族團聚時總會因為不熟悉而感到尷尬，身為九零女性我總是有一種近鄉情怯的感覺，也發現上一輩的年長女性也有屬於她們的煩惱，有時候女性在一個家族地位中看起來有點微不足道，但是有她們還是非常重要的。



《我可以暫時逃跑一下嗎?》 | 導演：吳季恩

短句摘要：一對陌生的男女，在潔白無瑕的空屋扮演幸福

劇情簡介：豔陽高照，本該是一個充滿活力的早晨，房仲業務彥哲卻只感受到壓迫與窒息，他只能逃。無處可去的他，只好來到這間遲遲賣不出去的新房。面對如空洞噬人的白牆，彥哲叫了外送女孩，原本只是逢場作戲的肉體發洩，卻意外開啟了兩人對家庭、對未來的美好想像。逃跑是生物的本能，而我們究竟是為了什麼，得放棄自保，回來繼續努力呢？

導演的話：「逃跑可恥但有用」這句話在 30 歲後的人生不斷浮現。原因在於，以前沒有所謂的逃，要嘛什麼都不幹，要嘛置之不理，又何必逃呢？但某個年紀開始，扛在肩上的重負多了，喘息變得更需要理由，所以「逃跑」的念頭就浮現了。不過啊，自怨自嘆之後，也突然意識自己長大了，啊好老。



《注意看，這個女人……》 | 導演：丁啟文

短句摘要：注意看！這個女人太……你真的會注意看嗎？

劇情簡介：這是一部需要觀眾注意看的電影：注意看畫面裡沒有發生的事，注意看畫面裡沒有說的對白，注意看畫面裡沒有出現的男人；以及最重要的，注意看畫面裡的女人有什麼沒有注意到的。

導演的話：這部短片的主題很政治正確，語言運用卻極度冒犯。由於串流平台的興起，觀眾越來越習慣字幕，但字幕真的能代表影像的內容？還是篡奪了詮釋的權力？而這個主體情境與他人詮釋之間的緊張關係，不也如同女性在 me too 運動中面臨的兩難？本作即在提醒人們面對暴力與悲劇，不該迷失在遊戲中而忘記真誠。

二、文化藝術

(一) 《公視表演廳》

《公視表演廳》歷年來完整錄製、保存各類表演藝術演出，為無法前往演出現場觀賞的觀眾，提供在家即可接觸到各類型表演藝術的服務，拓展及培養國內閱聽大眾藝術視野，開闢一個觀眾可長期接觸表演藝術的管道。除了服務觀眾，更為眾多表演團體留下珍貴的演出影像紀



3. 《無極限》臺北市立國樂團邀請古琴廣陵琴派第12代傳人石冰以古琴碰撞國樂演奏，旅日聲樂家張杏月將傳統與流行做組曲共唱，新生代音樂才子范揚景運用多種電子樂器演奏激盪出感官衝擊，再加上歌劇指揮邱君強，煉化聽覺的無極之境，證明國樂毫無極限。



4. 《墨具五色》優人神鼓 2023 成立 35 週年，再度推出「墨具五色」，以老莊課題的角度，切入每個人的生命叩問，藉由六個故事篇章思考「道」之為何，並加入太極深入身體探源，從形、意、心、氣的脈

絡，一探老子從有身到無身的身體實踐，也是創辦人劉若瑀與藝術總監黃誌群和老莊的對話，表達優人 35 年來的傳承及蛻變。



5. 《波》雲門舞集在創團 50 週年的此刻，上半年回顧經典舞碼「薪傳」之後，下半年再推出鄭宗龍作品「波」，特別邀請日本新媒體藝術家、身兼程式設計專家及音樂家的真鍋大度先生合作，觀察疫情三年對全球社會及個人的巨大影響，經由程式的深度學習及藝術的折射，拆解舞者流動的身體，將肌肉、呼吸與神經傳遞的電波化為數據，創作出突破身體與科技的新美學。



6. 《罪·愛》國家兩廳院駐館藝術家編劇詹傑與導演黃郁晴攜手謝瓊煖、徐堰鈴、黃尚禾、李劭婕、張綿綿、王靖惇等臺灣不同世代九位傑出表演者，爬梳「日月明功」等新聞案件，透過記者視角切入，揭露人心的脆弱如何被利用與操控，隱藏在背後的社會樣貌又究竟為何。



三、兒少節目

(一) 《WAWA 哇!》

WAWA 哇!第一季今年3月播出後，在國際影展獲得不錯的成績，第二季本持初衷「讓孩子啟發孩子、玩更好玩」，我們相信同齡的孩子是最好的朋友及榜樣，當小觀眾看到其他小朋友展現出來的快樂與能力，相信一定能得到鼓舞啟發。

第二季由公共電視、客家電視台、原住民族電視台及MOMO親子台共同製作。四個頻道攜手合作，像是合作無間的四手聯彈。每個族群都展現特色，為節目增添豐富色彩。



第二季四集內容簡述

公園真好玩：本集跟著幼兒在公園無倒掛勾釣魚、用蚯蚓大便製作黏土、利用楓香果實及紅泥土玩小肢體及想像力遊戲。

我的朋友阿虎：本集跟著幼兒割稻、採蓮藕、戲水，體驗農家樂。

我家住海邊：芯芯住在北海岸，走路五分鐘就到海邊，海裡浮潛玩水真是快樂極了，每到傍晚，成千上萬隻蝙蝠飛在空中，十分壯觀。更驚奇的是，芯芯在路上撿到一隻白鼻心，牠的媽媽在路上被撞死了，芯芯抱著白鼻心到警察局，希望為小白鼻心找到一個家。

我的三個秘密基地：台南迦南地農場的孩子真是有創意，一大片園區，有好多個秘密基地，門後面、果樹下、鐵架上…到處都是有故事的秘密基地。

第二季製作優化

本節目不以大隊人馬及複雜器材拍攝，以小規模團隊，與幼兒親近，鏡頭耐心陪著幼兒，觀察幼兒動作細節，不急躁跳動。幼兒停留、我們停留；幼兒專注、我們專注，放下我執，和孩子一起創作。本季在製作

上也做了一些優化包裝優化：讓片頭 2D 與節目中 3D 偶結合更緊密，也讓節目包裝更有新意，本季將重新設計節目包裝及片頭優化。本季加入四首創作兒歌，讓紀實節目產生豐富輕快的節奏感，期望能帶給幼兒觀眾更愉悅的觀賞經驗，第二季兒歌由作曲家余政憲作曲，關於動畫製作方面，加入更多 2D 動畫，讓 2D 動畫搭配寫實場景，產生更多想像力。



(二) 《鹹魚小隊》

鹹魚小隊以「讓青少年挑戰、克服以戰爭情境塑造的一系列災難任務」為主軸，由具備科學專業的嚴八隊長（嚴天浩）及救難專業的三條魚隊長（詹喬愉），對戰爭災難的成因以及應對的措施，以自身專業，從不同的角度，進行分析，並和相關領域的專家一同合作，訓練青少年習得相關技能，並協助他們挑戰任務。讓他們在情境式的學習中，掌握相關的知識與技能，進而建立獨立思考、理性分析的科學思維。

本年度執行之四集狀況說明如下：

第一集、防空避難

本集為系列樣帶。三條魚隊長與專家，透過實際演練，讓觀眾了解當防空警報響起時，應採取的正確措施，以及平時就應該做好的避難準備；嚴八隊長，用特殊的「紋影攝影」技術，讓觀眾看到炸彈震波的模樣，同時也解開了防空避難姿勢要摀住耳朵、嘴巴張開的背後原因。最後，兩位小隊員成功克服突發的防空避難任務。

本集在十一月完成，並通過樣帶審查，建立起整季的敘事脈絡與視覺包裝。



第二集、停水危機

戰爭發生時，很有可能因為飛彈誤擊供水或輸配電系統，造成停水。在臺灣，取得水源並不困難，但要獲得乾淨、能飲用的水，仍然需要下一番功夫。三條魚隊長和兩位專家，分別從「城市」、「鄉村」兩個角度，建議取水的位置及技巧，並透過實作，建立觀眾分配用水的重要觀念；嚴八隊長使用居家常見的物品，自製簡易濾水器，並說明了殺菌的重要性及簡易的殺菌法。本集參與挑戰任務的四位小隊員，被分成「城

市組」和「鄉村組」。在不同的場域裡，兩位隊長擔任協助者的角色，陪同隊員一起挑戰停水危機。



第三集、缺糧應變

戰事中期，糧食可能轉為配給制，填飽肚子成了大問題。三條魚隊長與兩位專家，講述居家存糧的策略與方向，以及野外採集、簡易種植的技術；嚴八隊長化身廚師，藉由製作醃菜，讓觀眾了解食物保存的奧秘。參與挑戰任務的三位小隊員，在時限內，要完成野外採集、種植、醃菜、煮食，各個任務要求的能力都有所不同，不但考驗他們的功課做得足不足，也考驗隊員間的相互溝通與合作。



第四集、停電應變

飛彈誤擊變電所、電力供應不穩定，造成生活用電時有時無，是戰時常見的情況。三條魚隊長和專家，介紹了停電當下應該即刻採取的行動，以及當面對長期停電時，可以解決民生問題的妙招；嚴八隊長說明停電發生根本原因，並透過實驗，介紹了發電的原理，以及如何簡易發電。參與任務挑戰的四位小隊員，將在製作單位安排的房子裡，度過24小時的無電生活。面對突如其來的斷電，他們必須採取正確的應變措施，並運用各種發電設備，充飽手機，發出求救簡訊。人生中還未遇過停電的四位小隊員，在黑暗中要如何打發時間，調解黑暗帶來的不安。

第二集至第四集，皆已進入後期製作。

(三) 《給孩子看的戲》

112年「給孩子看的戲」改編兒童文學作家王宇清的作品「什麼都沒有雜貨店」，預計製作一檔每集15分鐘、共6集的迷你兒童劇集。在經過多次討論和來回嘗試後，「什麼都沒有雜貨店」的劇本，將嘗試以情境喜劇的形式，描述從台北市轉學到新北市貢寮鄉下的10歲主角「小傑」，如何在阿公「旺伯」開設的傳統雜貨店中，一步步和當地孩

子「阿樂」、「大可」、「小可」熟悉並結為好友。透過「小傑」和眾多孩子角色的視角，觀眾將感受到兒童獨特的幽默和機智。同時，在喜劇的包裝下，劇本也希望保留原著的核心精神：單親寂寞、自己長大的孩子，總有一個可能，在世界上找到一個可以接住他的人、可以接納他的「家」。

6集劇本已於11月完成。「情境喜劇」的選擇，在臺灣兒童戲劇市場十分少見，對團隊是一個相當大的挑戰。編劇參考國外《摩登家庭》、《下課時間》等喜劇影集，花費許多時間建立兒童角色、思考情境喜劇的執行方式，以及如何才能取悅當代的兒童觀眾。本劇也已確定由李權洋、賴俊亘執導、英傑哆影業股份有限公司製作，劇組將透過海選方式，選出主要的兒童角色「小傑」、「阿樂」，全劇將於113年開拍、完成。期盼這樣的戲劇開發，能為臺灣兒童影視內容的多元性，帶來更多想像與可能。

（四）《青春發言人》

《青春發言人》第五季重點強調青少年參與。本季除了邀請青少年參與企畫內容製作外，也用徵件方式鼓勵青少年以vlog、接近青少年觀看和敘事方式，拍出自己的一天生活〈我的高中職生不一樣〉。



另外，青少年藉由社群媒體或線上遊戲交友的機會愈來愈多，但是卻對網路交友的警覺性不足，本季的重點系列在於提升青少年網路交友的風險意識，增強青少年對於網路詐騙的防禦力，製作了一系列，包

括「小心，你的私密照正在外流」、「兩個女生的網路交友實驗」、「高中那年私密照外流之後」、「幫我收個驗證碼好嗎-網路詐騙者的告白」以及「網路交友滿足了青少年什麼?資深兒少精神科醫師談如何面對網路交友受傷的孩子」。



此外，為了瞭解弱勢青少年處境，《青春發言人》5也製作一系列在高風險家庭成長的小孩，包括「15歲的我當了小媽媽」、「陪我跨越我黑暗童年的哈利波特」以及「15歲的我與 Sugar Daddy」，這些邊緣青少年沒有機會生長在一般家庭，但卻用無比的韌性跨越成長過程中的黑暗與酸澀，帶著傷痕成長。影片中的受訪者想藉由自己的力量來勉勵同在困境中成長的孩子，其中「15歲的我與 Sugar Daddy」因觸及兒少性剝削，為保護其個資，本集採用戲劇方式呈現。



(五) 《兒少孵育劇本》

兒童節目孵育計畫《莓吉莓吉幼兒園》於 112 年 4 月成案後，依照議約內容逐步修改企劃案和劇本，也依約完成樣片檔案，預計於 113 年 1 月份舉辦樣片審查，討論孵育成果及後續合作可能。做為孵育計畫中純動畫的作品，同時要在 6-7 分鐘的節目長度中處理「幼兒情緒」這樣困難的主題，公視與團隊針對劇本有非常多次來回討論和田野調查，後來定調應該先為孩子說一個好聽的故事，成人們想處理的「情緒」埋在故事中，讓孩子慢慢理解。

此外，團隊也不斷調整動畫角色和場景，考量原本企劃案設計的角色為真人，不易開展故事想像幅度。因此後來調整角色為兔子、浣熊等動物，拉大劇本撰寫的空間，同時考量動畫製作的技術難度，也盡量簡化場景複雜度，希望若真的孵育有成，進入節目製作時，能有穩定的產製能力。

孵育計畫的目標，是希望鼓勵影視製作相關業者投入兒少節目開發，並尋找具幼兒節目製作能力的合作夥伴。我們在孵育過程中，感受到《莓吉莓吉幼兒園》團隊的努力嘗試，也發現要製作屬於臺灣兒童的動畫節目，不僅要有好的動畫技術，也非常需要優秀的兒童節目劇本人材。此一孵育經驗，讓我們有機會盤點臺灣兒少影視製作資源，也讓業界有機會認識兒童節目製作過程和要求，期盼能為兒少內容的多元開發貢獻一份力量。



「安徒生和莫札特的創意股份有限公司」的《屋頂動物園 音樂大世界》企劃案，已改名為《屋頂音樂派對》。112年4月簽約至今，已依約完成樣片內容，並將於113年1月舉行樣片審查，進行孵育成果檢視、討論後續合作可能。

本節目企劃方向在孵育過程中，經過多次修改，目前呈現方式如下：由小號音樂家魏廣皓及三位小朋友主持，分別是博硯、文蕎及澤瑞。主持人之外還有兩個重要的動畫角色：可愛的皮皮和蹦蹦，這兩隻青蛙會時而由2D動畫呈現，時而用3D動作捕捉動畫呈現，陪伴小朋友一起發現音樂，進行派對。節目樣片從生活中會發出聲響的物品開始，逐漸發展出節奏和音樂，並在節目最後，LIVE呈現出一個由幾位音樂家一起完成的音樂合奏。節目希望能讓幼兒觀眾在生活中發現音樂，並透過音樂家的實際演出，從小感受音樂的多元性和樂趣。目前該節目動作捕捉動畫及2D動畫均已經過多次修改，完成定稿。

本節目孵育過程一路走來，不但優化團隊原本的3D動捕技術，也為臺灣少有的兒童音樂節目開創新的可能。製作團隊具備豐富的兒童音樂劇製作經驗，此次跨足電視節目製作，過程中針對電視節目和兒童劇的需求、敘事不同，和公視有非常多的來回與討論，希望此次孵育成果，有機會能為臺灣兒童創造既好看、又好聽、還很有啟發的音樂節目。



金孫任務

本節目是為學齡兒童及祖孫闔家觀賞之節目，每集節目長度一小時共 26 集。每集請三組祖孫進棚，結合外景任務、棚內祖孫互動活動吐槽、真情告白…。

本節目設計以孩子的行為成為親情的推進力，為阿公或阿嬤做一件事，或和阿公阿嬤一起做一件事，祖孫有機會有一個兩人的約會，有話題可以聊、一起玩。



田調過程：節目在花蓮三棧國小、台中大雅國小、彰化伸港鄉溪底村辦公處、雲林綠色照顧站、對於進行田調。針對老人團體，企畫團隊採取一對一細緻聊天的方式，以取得老人家的信任，而且可以體貼聆聽並詢問細節。當我們到了國小，我們傾向遊戲型學習單，讓孩子畫下自己的手，並在每根手指上寫下自己和祖父母共同經歷過的事情。

田調地點：

- 1)雲林縣莿桐鄉中正路 54-3 號 1 樓綠色照顧站(據點人數約 30 人)
- 2)伸港鄉溪底村辦公處：
彰化縣伸港鄉溪底村 103-2 號(據點人數約 20 人)
- 3)花蓮三棧國小(同學約 20 人)
- 4)台中大雅國小(同學約 20 人)

心得：節目主持人最好要有一副台語的耳朵，能夠聽阿公阿嬤的台語，而且以最適切的台語與阿公阿嬤溝通。現今臺灣社會小家庭型態，有些祖孫相處的機會不多，感情相對比較疏遠，如何找雙方都願意一起參與的活動，需要團隊組成及執行討論：

目前團隊由三位導演(邱顯忠、張皓然、林豫錦、)與三位企編(許時卉、林香芸、楊堯線茜)所組成，三組分進合擊，分開進行田調探訪。三位導演背景風格各有所長，有的擅長紀錄片；有的是拍攝技術面的強手，還有的則是生活風格節目的好手，藉由密集會議行程對節目核心價值與表現方式的共識。

片頭與包裝：與片頭動畫寶田文創幾次開會，目前設定以樂高積木為包裝元素，節目包裝、轉場、字 BAR，都是用樂高的方式組合。樂高玩具除了顏色和形狀吸睛之外，更重要的意義是，我們每個人都是由父母、祖父母、曾祖父母…集合而成，就像無數塊多姿多采的組合樂高一樣。節目片頭設計為樂高人偶動畫結合實景拍攝，樂高阿公孫子進入公視拍攝，遇見警衛、工作人員、進入電梯來到攝影棚打開棚門錄影。



(六) 《水果冰淇淋》



《水果冰淇淋》繼續向新的一年邁進，今年，全新改版的小勇士報名網頁正式啟用，開張當日，立刻締造 2 分鐘名額搶報完畢的秒殺紀錄，讓工作人員有點措手不及，原本還擔心疫情剛過，會不會需要安排暗樁來捧場？結果根本沒有出手的機會，看來大家對節目的內容資訊還是相當熟悉與關注。

在數位多媒體大量應用的現在，節目也帶領幼兒領略多媒體的應用趣味，我們持續開發：不同系列的小遊戲、每月一個主題的影片欣賞、設計故事小單元、開發實用且具環保功能的小贈品，讓孩子們在看節目之餘也可以透過社群媒體和節目產生互動，多一點友善與正向的影響力。



此外，節目中的動畫故事「躲貓貓高手-爺爺家的毛毛」、「到底是誰-唱歌的人是誰」也分別締造佳績，入圍多個國際兒童影展，例如：日本 KINEKO 國際兒童影展、美國芝加哥國際兒童影展、加拿大蒙特婁國際動畫影展、羅徹斯特國際兒童影展、美國聖地牙哥國際兒童影展、義大利 Corti a Ponte 專業短片影展…等。

節目中大量的動畫故事、歌曲 MV、布景道具等，不論是美術呈現或是音樂創作，全都是來自臺灣的多媒體人才，完全的原創、完全的臺灣製造，需要更多異業一起合作、結盟，才能共創動畫節目與製作人才的佳績與未來。



四、生活綜合

(一) 《極樂世界之好好出門》

你每天起床到出門需要多少時間呢?出門到學校、公司又要花多少時間呢?30 分鐘?1 小時?然而障礙者出門常常得花上 2-3 倍的時間，大家每天都會做的事情，對障礙者來說，環境的不友善，使得出門就像是一場戰鬥。節目貼身紀錄不同障礙者出門的過程，以輪椅的高度、視障朋友的視野、聽障朋友聽見的聲音，帶大家一窺障礙者出門的奇遇。



帥凱哥-腦性麻痺的電動輪椅使用者，雙手雙腳缺乏功能，早晚生活由居家服務員或個人助理協助，其他時間透過電動輪椅，可以自主生活。個性開朗、喜愛冒險，曾經體驗過騎馬、滑翔翼、獨木舟、SUP。多年前曾在馬爾地夫體驗過潛水，但在臺灣尋找潛水體驗，卻屢屢碰壁…他找到多年前協助他在北海岸短暫體驗潛水的 Andy 教練，一起前進綠島，挑戰 10 米的潛水，一圓他在海裡和魚兒海龜共游的夢想，然而綠島路遙遙，搭船、下水都充滿了障礙，究竟凱哥要如何克服呢？

劉于濟，大家叫他『小齊』是一位患有「肌肉萎縮症」極重度肢體障礙者，24 小時需要有人協助，依賴電動輪椅為代步工具，2023 年 9 月小齊騎著電動輪椅，參與兒子潤潤自學團的升級儀式：單車環島。親身印證 CNN 報導：臺灣是行人地獄，也是輪椅地獄？



Vincent 跟 Great 是一對同性伴侶，在一起 24 年了，兩人相知相守相互扶持，走過了許多的風風雨雨，迎來臺灣成為亞洲第一個同婚合法國家，Vincent 渴望跟大家一樣，與愛人步上紅毯，共組家庭，然而結婚、舉辦婚宴有諸多繁瑣的細節，尤其要找到有完善無障礙的婚宴場地，更是難上加難，新人出門到婚宴場地，還得老天保佑才能預約到復康巴士。



節目特別規劃『我想認識你』-身障者小知識分享，邀請脫口秀演員么么，親自操刀撰寫腳本，與身障朋友一起演出，以輕鬆有趣的方式演譯出身障者的各種荒謬、哭笑不得的生活點滴。



(二) 《一字千金 筆武大匯》

「繁體字」已有 4500 多年的歷史，無論在字意的表達及字形的美觀上都有非常高的價值。但目前臺灣社會上卻有極為普遍的提筆忘字現象，被媒體稱為「繁體字危機」！



社會需要滑鼠、鍵盤等資訊工具，但更需要牢記繁體國字的寫法；火星文的出現勢不可擋，但五千年的中華文學之美更不能放棄，因為這是一種重要的文化傳承。

《一字千金》節目，每季均設計不同的文字遊戲，以及邀請全國各階層各領域的大朋友小朋友一起來參與文字競賽，一起玩字、拼字、認字以及各種詞語、成語的趣味碰撞，在寓教於樂中賦予節目推廣繁體字的社會教育意義，秉持捍衛繁體字的社會責任，繼續提供創新而富有教育娛樂的內容展現在世人面前，繼續引領觀眾體驗中華文字之美。



《一字千金 筆武大匯》第 15、16 季，全新的視覺包裝，以綠、金二色風格為主，呈現亮眼繽紛的舞臺、燈光及華麗帶點文青感的競賽佈景。

第 15 季，每一集以主題式為主，每集邀請結合主題之 8 位各界名人，總計 88 位參賽者蒞臨一字千金鬥字場進行中文字之趣味競賽。

◎城哥校友會、◎大師來了、◎得獎王、◎穿越時空歷史家
◎多重宇宙人、◎語言專家、◎戶外運動達人、◎影音高手文字賽、
◎藏鏡人文字賽、◎文字魔術師、◎大藝術家、◎敗部復活賽、◎季冠軍賽

第一關>字有發揮 3.0(考 4 字詞)、第二關>四說新語(考成語)

第三關>團結一詞(考 2 字詞)、第四關洞築機先(考成語)

以上，熱門關卡、新關卡，同時進行。

第 16 季，以「創新與傳承為」主題，每集發想兩個符合的職業進行團隊文字競賽，總計有 88 位參賽者於本季角逐文字冠軍殊榮。

◎在地傳承者 PK 世界品味家、◎傳統技藝家 PK 新潮藝術人◎未來老師 PK 現在老師、◎斜槓王 PK 專業職人、◎文字工作者 PK 圖像工作者
◎出題高手 PK 解題高手、◎口語表達專家 PK 行走的活字典、◎理財專家 PK 銷售專家、◎寫字高手 PK 玩字高手、◎公關達人 PK 行銷達人、
◎有教無類的老師 PK 無奇不教的老師、◎敗部復活賽、◎季冠軍賽
第一關>按部就搬(團體)(考4字詞)、第二關>字作字受(團體)(考3字詞)
第三關>團結一詞(個人)(考2字詞)、第四關>洞築機先(個人)(考成語)
以上，熱門關卡、新關卡，同時進行。

收視率平均 0.80。

(三) 口述影像節目

「112年口述影像節目」於今年3月18日經限制性招標議價後，由「辛建宗電影製作有限公司」以2,060,000元(含稅)得標承製。

「112年口述影像節目」內容包括：

《我的婆婆怎麼那麼可愛》#21~#40集，共20小時

《浩克慢遊》#35、#36、#37、#41、#44集，共5小時

《公視表演廳》半島風聲1集1.5小時、李天祿的四個女人(2-1)1.5小時、李天祿的四個女人(2-2)1.5小時

三個節目全部總共29.5小時。



「112 年口述影像節目」合約約定製作檔案規格為節目檔案三、四軌加入視障版口述影像之 MXF 檔，及網路平台使用之 MP4 檔案。

交案分為四期，分別為：

/ 112.06.16 「表演節目前導簡介」3 支。

/ 112.08.31 《浩克慢遊》5 集、《公視表演廳》3 集，並附撰稿、配音及相關工作人員著作權同意書。

/ 112.10.16 《我的婆婆怎麼那麼可愛》20 集，並附撰稿、配音及相關工作人員著作權同意書。

/ 我方於 112.11.17 由節目部經理及相關人員辦理總驗收通過。

「辛建宗電影製作有限公司」對於製作口述影像經驗純熟，撰稿內容詳細精實，詳細琢磨視障朋友對於影像節目的接收需求，輔助敘述的影像內容能盡量詳實的以口述形式呈現，相信能對視障朋友有更完整的服務。



(四) 《誰來晚餐》

112 年《誰來晚餐 15》節目執行說明：

2023年，歐洲戰爭不斷，國際石油市場充滿不確定性，同時臺灣內部正面臨總統大選、缺工潮、和 AI 衝擊的社會震盪。身在 2023 的我們，都感覺到一股時代趨勢的變動力量。

《誰來晚餐》邁入第 15 個年頭，晚餐的核心和最有魅力之處一直是家庭故事。由家庭縮影中看到每個時代氛圍、社會變遷和家人正面對的困難與挑戰。



1. 戰爭與全球房價，危機裡的新思維！

本季我們將探索，因烏俄戰爭搬回臺灣的台烏家庭，戰爭怎麼改變他們的日常？從他們的經驗裡，能給在臺灣的我們什麼啟發；全球房價高漲下，要將近不吃不喝 20 年，才能夠一圓買房夢，我們也拍攝在台東自蓋迷你屋生活的一家人，分享他們如何在現實與理想的拉扯間，努力保持平衡。



2. 越南臺灣都有家

越南已成為臺灣最大宗東南亞人口，本季我們也拜訪嘉義獨特的越南社群。在這裡，有越南移工、台越新二代，也有夢想台越婚姻的家庭。離鄉背井懷抱著「臺灣夢」的他們，是否能達成心裡願望？



而想要愛與被愛的我們，該怎麼追求幸福？近年興起的「愛情教室」，真的能幫助善男信女交到真愛嗎？其他子題如：獨活、善終、長照、青少年孤獨等，我們都試圖描繪，此時此刻在這片土地生活的你我，心理最深處的感受。



五、體育賽事及特別節目

「公視體育」在 112 年度的體育賽事服務，共轉播約 305 小時。其中最受矚目的包括「杭州亞帕運」、「2023 亞洲職棒冠軍爭霸賽」以及因為疫情延宕兩年的「2023 亞洲棒球錦標賽」等。

「杭州亞帕運」時間自然是落在「杭州亞運」閉幕之後進行競賽，雖說是競賽，但是我們看到更多的是，每個人在運動場上的奮戰精神與永不放棄的運動天性。透過公視體育的轉播，觀眾見證到每位賽場上的選手，不是為了國家獎牌數量而戰，而是人殘心不殘的積極鬥志。

「2023 亞洲職棒冠軍爭霸賽」以及「2023 亞洲棒球錦標賽」，則是臺灣國球在 2023 年收穫豐碩的象徵。藉由這兩項賽事，體育迷同時目睹東京巨蛋與台北大巨蛋的交會；而 12 月 3 號台韓開幕戰，又或者是說台北大巨蛋的開箱，也是公視體育今年送給所有無線電視體育迷的最大禮物。

除開以上三項大型賽事，公視體育也兼顧多元賽事的原則。「FIFA 女子世界盃洲際附加賽」雖然最後臺灣女足錯失了世界盃門票，但拼勁至今仍讓人久久無法忘懷。兩站的 WTT 桌球挑戰賽與世界

個人桌球錦標賽，臺灣選手再次展現令人刮目相看的桌球實力，其中臺灣一哥林昀儒，已從天才少年蛻變成「沈默殺手」，十足臺灣桌球看板球星。而在前世界球后戴資穎領軍下，臺灣羽球同樣在「2023BWF 印尼羽球公開賽」中過關斬將，繳出令人激賞的成績。最後，在臺灣同樣擁有廣大球迷的「2023FIBA 籃球世界盃」，憑著美國夢幻球隊的號召，也收服大量體育迷的眼球。雖然臺灣隊沒有參賽，但是看到同樣身為亞洲球隊的日本，在擊敗維德角之後順利取得明年巴黎奧運的參賽門票，也大大地激勵了臺灣籃壇，相信有為者亦若是。

體育凝聚國人向心力並成為國族認同的重要符碼，相信是沒有人會懷疑的；未來，公視體育仍會戰戰兢兢、戮力向前，持續轉播更多更精彩的運動賽事，以饗國人。



圖說：公視製播《杭州亞帕運》臺灣代表團為第 35 順位進場。



圖說：公視製播《2023 亞洲職棒冠軍爭霸賽》臺灣投手古林睿煬爆紅。



圖說：公視製播《2023 亞洲棒球錦標賽》台北大巨蛋正式開箱。



圖說：公視製播《2023 世界個人桌球錦標賽》林昀儒晉級 16 強。



圖說：公視製播《2023 印尼羽球公開賽》戴資穎晉級 8 強。



圖說：公視製播《2023 女子世界盃洲際附加賽》臺灣女足錯過世界盃門票。



圖說：公視製播《杭州亞帕運》臺灣代表團獲得4金4銀12銅佳績。

六、新聞與紀錄片

(一) 《公視主題之夜 SHOW》

112 年《公視主題之夜 SHOW》節目執行說明：



1. 用腳投票，我們出外景了！

《主題之夜 SHOW》2023 年的公民論壇實境秀更接地氣，深化與在地臺灣公民的連結，挑選適合的主題出外景進行公民論壇的拍攝。本年度出兩集外景，分別為「動動手指就能參加亞運—打電動是運動嗎？」，和 30 位公民一起在電動遊樂間進行電動連打挑戰；以及主題論壇「鄧惠文醫師的池畔身體課」出發到臺北市建成國中拍攝，邀請 17 位建成國中和樂之學苑的學生在游泳池畔換上泳裝，討論青少年如何認識自己的身體，以及那些覺得自己身體長大的瞬間。



2. 公視辦 INPUT 的公視攝影棚加碼場次：

在今年公視主辦 INPUT 之後，本節目繼續延伸探討「公共媒體有比 YouTube 更公共嗎？」，由「百靈果 News」凱莉擔任主持、特邀公視董事長胡元輝、走鐘獎創辦人呱吉、瑞士 INPUT 策展人琵路(Pilu Lydlow)，以及各國公共電視從業人員，現場近 40 位公民來賓，以雙語同步口譯進行相互交流，選入 5 支 YouTube 影片，用不同角度思考「公共性」概念，探究公共媒體承載的公共價值與臺灣影音創作的公共性為何？



3. 四集戰爭系列

因應國際形勢，推出四集戰爭系列，以不同隊形的公民論壇(用腳投票/ 360 座位談話圈交換禮物遊戲/ 少對多的講堂形式)全方位角度來探討臺灣此刻最棘手的戰爭問題。

女生一起上戰場，好嗎？

如果國家發生戰爭，我會怎麼辦？

如何跟獨裁者談判？可能嗎？你要確定欸！

備戰反戰我們不一樣，怎麼當一家人啦？



4. 邀請線上公民一起討論重要公共議題：

特別節目《誰是政治正確王？》節目設計了六個議題，事前調查蒐集 656 份問卷，邀請六位意見領袖(也是本節目的主持群:鄧惠文、唐綺陽、呱吉、黃豪平、楊貴智、蔡孟翰)來作答，並且藉由網路直播，邀請全臺灣各地的公民上線討論投票，線上公民(最多人數為 670 位)的留言也會出現在 360 度沉浸式攝影棚，選出自己心目中政治正確的答案，公民的選票也決定誰是政治正確王(結果是... 鄧惠文)。



(二) 新創紀錄片

新創紀錄片（委製徵案）共 6 集，112 和 113 年跨年執行。六部紀錄片進度說明如下：

種樹在水上瓦旦 塢瑪

這是一場深入原住民藝術家瓦旦（Wadan）自我詰問內心世界的紀錄片，不是眾聲喧嘩也沒有喋喋不休，語言已被耗盡，只有他自己的聲音和思緒。



詳細受訪者名單

本片主角生命經歷豐富，我們將在美學形式上尋找另一種方法，「陌生化」看待原住民，陌生化不是完全不知道你在講什麼，而是要讓你在美學思考\]上拉開距離，拉開後自己會去想、會動腦筋，不用幫他回答，最重要的是瓦旦如何看待自己的身分認同，不需要外人來幫他解釋。也因此，目前並無規劃傳統紀錄片式的訪談，但會在拍攝過程中，捕捉瓦旦在當下與朋友的交談及對應。

未完成內容之規劃

1. 持續與瓦旦往來水田部落與湖口農場之間，在山上與農村之間，捕捉漂流的氣味、四季的變化。
2. 持續在農場周遭尋找合適地點，與瓦旦一同合作，拍攝瓦旦與環境的關係，更深刻地挖掘、理解他的靈魂深處。
3. 規劃明年四月份重返瓦旦小劇場及行為藝術啟蒙之地_日本高田馬場。
4. 繼續蒐集瓦旦過去作品錄像、照片及舊檔案。
5. 藉由過去作品、相片及回到水田部落，探尋瓦旦對母親的情感記憶。

有影臺灣記憶的旅程

描述四個角色各自的攝影創作及鄉愁：從個別的攝影作品，創作時的畫面到再現作品的創作過程、重回創作場域等，進入攝影家的創作理念中，逐漸鋪排出四位攝影家對於「故鄉」與「家」的創作脈絡。讓故鄉與家在記憶裡逐漸顯影，發展出這四位不同的個體，他們擁有獨立的生命經驗，但對鄉愁同樣有著普世共通性，鄉愁如同集體記憶一般，烙印在各自的心中



詳細受訪者名單

主角	所在地↔家鄉	社會身份/角色
鍾順龍	花蓮↔埔里	攝影家、農夫、商店老闆、丈夫、兒子、父親
鄧博仁	台北↔屏東	攝影家、記者、丈夫、兒子
汪曉青	花蓮↔台北	攝影家、畫家、母親、女兒
謝三泰	台北↔澎湖	攝影家、自由工作者

未完成內容之規劃

1. 謝三泰，生活日常、創作與澎湖畫面持續拍攝
2. 鍾順龍，生活日常、創作與花蓮畫面持續拍攝
3. 鄧博仁，創作、新聞工作與屏東畫面持續拍攝
4. 汪曉青，工作與生活日常，花蓮畫面持續拍攝
5. 部分動畫（作品部分）製作

上帝上帝，你在哪？

我們都在尋找自己安身立命的地方，並與之維繫著強烈情感與使命。《上帝上帝，你在哪？》試圖呈現同志認同與基督教的認同衝突。男同志身分的張原境，與女同志認同的陳小恩，兩人相同處境卻又使兩者不同生命歷練，捶打著同一扇基督教的大門，打破教會內不敢提起卻也影響許多同志基督徒的同婚議題。卻被龐大的基督教信仰反噬、摒除。「這會讓我懷疑，上帝的家，真的有在和我對話嗎？」傳道人許雅茹呢喃著…。

詳細受訪者名單

夏文學，以牧師電訪方式、導演露臉致電側錄。此為未經同意拍攝，須確認有無爭議性以及其爭議性可以如何妥當處理。

許雅茹，在富強擔任傳道人後期，得知原境過世後的想法訪談。

張庭耀，在原境過世後，對於被房東提告，及自殺者遺族（開門撞見上吊遺體）的創傷狀態訪談。

未完成規劃

1. 小恩牧師訪談拍攝，王崇堯牧師對於同婚及同志有罪的立場與觀點。
2. 李務的訪談拍攝，李務佐證原境在教會是全心投入在教會中服事、有別一般基督信徒。

解籤大隊

本片將劃分成三個時序，分別是：第一次解籤分享集會（112年2月）、第二次解籤分享集會（112年6月）、第三次解籤分享集會（113年3月）。

這三個時序類比人的幼年，青年，壯年，每一個時期都有要面對的問題，以及自我關係（人與籤詩）的思考。



詳細受訪者名單

已拍攝素材 370 個小時（至 112 年 10 月底），拍攝解籤、在解籤台上的互動、解籤人的群體生活、解籤人宮廟外的日常生活以及人物訪問。

受訪者包括，* 陳明清—解籤台是我的避風港、* 歐雅淳—解籤台是我力量的來源、* 黃彩箴—解籤台上我最快樂、* 陳奇迪—不談因果輪迴的解籤人、* 陳健財—被苦難壓垮的解籤人、* 楊碧霞—解籤台是另外一個家、* 沈玲娥—解籤台上的彌勒佛、* 謝采琳—虛榮的解籤人。

未完成的內容規畫

1. 第三次解籤分享會，預計在 113 年 3 月拍攝
2. 持續蹲點拍攝解籤台的解籤（每個月花兩個星期的時間）
3. 持續蹲點拍攝解籤台上解籤人的互動與討論籤詩
4. 持續訪談重點受訪者吉主要腳色的日常

三分之一的心跳

自由潛水是一種不使用呼吸設備、憑一口氣下潛的潛水方式，從中衍生出穿上人魚尾巴，模擬魚的游泳的人魚運動。與其他講求爆發與突破的運動類別不同，自由潛水追求一種身心合一的感覺。人魚、自由潛水者需要與內在進行和諧的互動，進入到一個與水下環境完全融合的狀態，並且沉浸在這種狀態中。在這種「心流」狀態下，自由潛水者會

感覺到意識的消融、潛意識的釋放，全神貫注地感受自己的呼吸和身體的變化，進而體驗到一種非常獨特的心靈體驗。有些人在這樣心流體悟中，找到心靈的栖息地。



詳細受訪者名單

1. 張逸先（阿先）：主要被攝者、人魚舞者、自由潛水員
2. 黃華揚：主要被攝者、自由潛水多項臺灣與亞洲紀錄保持人
3. 阿倫：華揚、阿先的共同老師
4. 侯一明：自由潛水臺灣女性紀錄保持人、華揚與阿先的好友
5. Ling：華揚女友

未完成的內容規畫

新一階段拍攝／剪輯方向將持續關注兩位性格、風格各異的運動員，凝視他們在自我修練之路上的轉折與成長。

華揚：突破舊傷、承續所好

阿先：衛冕王座、新的目標

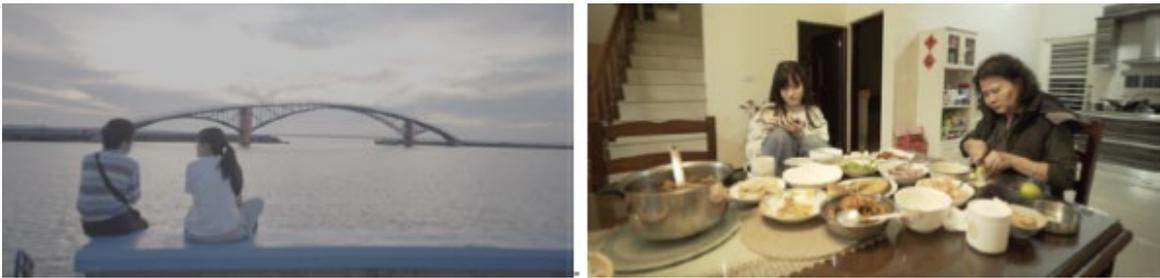
終局比賽：巴哈馬 Vertical Blue 世界大賽(暫定)

兩位不同修練道路的選手最終將在未來的某一刻交會。本片將以 2024 年 Vertical Blue 為目標，見證兩位選手再次登上顛峰舞台進行挑戰，同時映照兩人一年前後不同的心境。

萬歲家庭

那年在賣場消失的母親和多次被她持刀以死脅迫的經驗，讓我對母愛備感矛盾和懷疑，我想面對我從母親身上體驗到又不想承認的那次拋棄，也想知道母親拋棄未遂的真正原因是什麼，希望能透過影像紀

錄和對話更完整地認識她，讓我有一天能由衷地理解母親和她的愛，這也是經歷了長年家暴後，我想證明自己同時被愛的過程。想知道母親在那場婚姻中經歷了什麼，是什麼讓她決定向孩子訴說我們「被拋棄」，即便我和姊姊的人生軌跡看似無異狀，但我們之間互不理解、也從不談論那些目睹彼此被貶抑尊嚴的童年，成年後十年來我們幾乎不曾兩人單獨見面，我希望在拍攝過程和交談中分擔彼此內心的秘密，成為真正的手足，並為這個相依又疏離的家庭創造對話和相互瞭解的契機。



詳細受訪者名單

1. 媽媽葉麗昭（已拍攝媽媽的工作及日常生活畫面，並完成與作者決定尋找生父前後的幾場重要對話）
2. 生父吳清池（已拍攝作者尋找生父的過程與第一次電話聯繫，並完成兩人於澎湖首次見面之拍攝，然而因初次見面為建立關係之關鍵，所以並不宜直接大量拍攝）
3. 姊姊吳昱霖（目前僅拍攝一次訪談，及零碎的幾次互動片段）
4. 吳念樺（已完成春節返鄉、於台北之生活工作、前往澎湖見生父之生活畫面拍攝）

媽媽葉麗昭的孫子陳和晉（孫子與媽媽的互動是影響媽媽和作者關係重要原因之一）

未完成的內容規畫

原本受訪者皆持續跟拍，並期望能追蹤更多與本片相關的家庭事件或影像。

△吳念樺與生父吳清池見面，持續拍攝中

△母親葉麗昭手邊關於婚姻生活的照片、文件

△姊姊吳昱霖在屏東的生活現況，持續拍攝中

訪談內容：曾經有過疑似遭遺棄的記憶嗎、原生家庭對他來說的意義

訪談人：吳昱霖

△2024 年農曆春節吳念樺返鄉 △2024 年農曆春節全家相聚

在《萬歲家庭》發生過的幾件「待確認」爭議事件：重複夢到在車上被拋起落下、車外有一名男子哭泣拍打的衝突夢境，在生父描述中，似乎是真實發生過的事件，還有童年疑似遭遺棄在賣場的「家樂福事件」，因皆為虛實難辨卻產生不小影響的重要事件，其中亦有作者對自己兒時記憶存在一絲不可信的自我質疑。因此工作團隊正考慮透過以不同攝影機（可能為 V8 或 8mm 攝影機）的形式拍攝，幫助觀眾進入本片敘事內容。

(三) 紀錄片購片

1	new112022 Generation K-Pop	<p>韓國流行音樂(K-Pop)興起於 90 年代，2000 年代起隨韓流一起風靡亞洲和世界。現在的 K-Pop 正在打破長期以來音樂界的紀錄，K-Pop 席捲全球，首次將文化輸出的方向從東方轉向西方世界。</p> <p>全世界的年輕人對 K-Pop 充滿熱情，許多人不僅是粉絲、更想登上舞台。從全球各地來到韓國接受培訓的年輕學生，他們放棄原本的一切，期待某天能成功出道！</p> <p>本片除紀錄了三位年輕人在首爾接受培訓的艱辛歷程，並探討全球對 K-Pop 的迷戀從何而來的背後原因。</p> 
---	-------------------------------	---

<p>2</p>	<p>new112019</p> <p>iHuman：未來的未來是現在</p>	<p>伊爾亞蘇茨克維是 Open AI 的首席研究員，Open AI 是伊隆馬斯克為能將 AI 使用於公共利益而創建的新公司。尤根施密德胡伯因為研發出神經網路，讓 AI 有了革命性的發展，因此被稱為人工智慧之父。跟隨這兩位在全球頂尖 AI 研究室研發超級智慧的電腦科學家，本片以不同主題訪談當今在 AI 領域舉足輕重的人物，包括馬克斯泰格馬克、卡拉史維雪、米凱科辛斯基、斯圖爾特羅素、班維茲納、黎顥、班格策爾、菲利普奧斯通及科技業的吹哨者們，客觀地呈現這個以角色作為敘事線的內容。</p> 
<p>3</p>	<p>new112024</p> <p>The Spy in your Mobile</p>	<p>本片深入調查一套強大可怕的情報手機軟體「Pegasus」，由以色列公司 NSO Group 所研發並推銷賣給全球各地的政府，使用且監控國民上。潛在的受害者超過五萬人，包括記者、律師、人權捍衛者、政治家、學者、商界人士，甚至王室成員及國家元首，其中與多次發表批評沙烏地阿拉伯王儲文章的記者卡舒吉妻子也是受害者。</p>

		
<p>4+5</p>	<p>new112024 The Rise of Wagner</p>	<p>這部系列紀錄片描述俄羅斯記者冒著生命危險，調查敘利亞和中非共和國平民死亡事件，並向全世界揭露了負責克里姆林宮秘密行動的危險僱傭軍組織的存在。本片記錄這個神秘傭兵組織「瓦格納集團」及其強大領導人普里格津的崛起。</p> 
<p>6</p>	<p>new112023 金門留念</p>	<p>一個因國共戰爭流離失所的金門男孩，一個對蔣經國又愛又恨的臺灣軍官，一個追尋臺灣夢的中國女孩——一座島，三個人，見證兩岸一甲子的歷史變遷。戰地前線老相館牆上，泛黃照片中每一張青春的臉，才是這齣歷史劇的主演。青天白日滿地紅，青春沒有百日紅，戰事已歇，青春亦遠，唯有金門故事，堪可留念。</p>

		
7	new112029 Wanted - The World 's Most Dangerous Arms Dealer	<p>中國商人李方偉，又名 Karl Lee，他可能是這個世界上最危險的幽靈軍火商。多年來，西方各國的政府及情報機構試圖追捕他、但卻徒勞無功。美國懸賞高達 500 萬美元，希望獲得線索協助逮捕李方偉。本片跟隨幽靈李方偉的足跡橫越四大洲，從華盛頓、紐約、特拉維夫、德黑蘭再到中國的北京及李在大連的工廠，也對全球的情報組織及外交政策提出不同的見解。</p> 
8+9	new112029 In The Grip Of Gazprom	<p>烏克蘭戰爭改變了許多歐洲國家對俄羅斯的看法。幾十年來，各國對俄羅斯天然氣的依賴程度以及普丁的意圖突然變得清楚。然而，沒有一個國家比德國需要更多的天然氣。直到俄羅斯入侵烏克蘭之後，德國政府才意識到，俄羅斯長期以來一直利用天然氣作為武器，將自己的意志強加於歐洲各國。而為達此目的所建立的正是俄羅斯天然氣工業股份公司 GAZPROM。而德國又是如何變得如此依賴俄羅斯天然氣呢？</p>

		
<p>10</p>	<p>new112026 山頂小屋</p>	<p>山頂小屋是位於吉隆坡城市中心一間以華德福教育為基礎教學的幼稚園，創辦人奧黛麗校長多年前有感社會上小孩自殺事件提升而思考現代體制教育的問題。由於本身一直關注兒童議題，她決定從事兒童教育，希望自己可以給予孩子們一個有愛的學習環境。</p> <p>華德福是由創建人智學理論的哲學家魯道夫，斯坦納所成立的教育體系。是以人為本，注重新身體和心靈健康和諧發展的全人教育，體系主張按照人的意識發展規律，及相應的成長階段來設置教學內容。</p> <p>在片中奧黛麗校長與我們分享華德福教育理念與延伸出來的教學模式。我們也透過學校孩子的生活，感受到那份從自然，自由，溫和，沒有指令的玩樂中與不同年齡孩子一起探索和創造的學習過程。片中同時也從家長的角度，分享接受非主流教育的心態和接受提倡身心靈平衡發展的教育後，對自己和孩子有著怎樣的影響與啟發。</p>

		
11	new112027 九槍	<p>榮獲金馬獎最佳紀錄片，入圍金馬獎最佳原創電影歌曲。</p> <p>拘捕密錄畫面、受害家屬訪談、歷年移工公傷報導交錯，《九槍》試圖梳理制度面的共犯結構，九發子彈的真相並未如表象般直接透明，在蒼涼景色中，以阮國非的臉書文字作為旁白，宛如回返幽靈述說著憂傷的短暫人生。當加害者不見得是真正的加害者，而歎難完美的受害者，是否真的罪有應得？</p> 
12	new112037	<p>2017年一名持有「Kim Chol」的北韓外交護照男子，在馬來西亞吉隆坡國際機場準備登機前往澳門時，突然遭到兩名身分不明的女子襲</p>

	<p>Assassins- Brudermord in Kuala Lumpur</p>	<p>擊，隨後該男子於送醫過程中死亡。事後，北韓駐馬使館確認死者為金正恩哥哥-金正男。而兩名涉嫌女子及其餘嫌犯隨後被逮捕。本片導演兼製作人 Ryan White 抽絲剝繭、調閱、出席及追蹤紀錄審判情況，並採訪嫌犯的友人及律師、以及了解韓國歷史和政治的學者，試圖了解她們是訓練有素的殺手還是棋子？</p> 
<p>13</p>	<p>news112041 千言萬語</p>	<p>80 到 90 年代，我拍了兩次西寧國宅。第一次是電視單元劇《海角天涯》，講述一個西門町底層家庭的生活故事；第二部是電影《洞》，是一個關於千禧年的世紀末寓言：傾盆大雨、瘟疫蔓延，一對陌生男女不肯離開荒廢的大樓，用了大量的歌舞元素，全片就在整棟西寧國宅拍攝完成。</p> <p>兩次的拍攝，使我對西寧國宅有較深刻的探索與觀察。1981 年落成，16 層高的建築分成 A、B 兩樓，地下室是停車場及傳統市場，一二層作為商業使用(早期熱絡的電子商城，現已零零落落)，其他樓層則租給居民，約五百戶人家，一樓停車入口上方還設了一座福德正神廟。</p> <p>這棟位在萬華邊陲，臨淡水河畔和忠孝橋，在西門町昂貴地段，住商合併的龐然大樓，在視覺上頗具規模，但風風雨雨，歷經歲月，更顯</p>

		<p>得老舊過時。西寧國宅的居民大部份是中低收入戶，在這個不時傳出有人跳樓輕生，或流言四起，一下鬧鬼一會又是兇宅，公共設施也一堆問題的大樓，一住就是40年，已是地地道道的萬華人了，且身上還帶著濃濃的西寧國宅獨有的氣味。</p> <p>聽說西寧國宅很快要拆了，現在還住著的那五百戶人家，有什麼想法？有什麼感受？是捨還是不捨？作為一個跟西寧國宅有一些因緣的影像創作者，我只想好好地再看她一眼。</p> 
--	--	--

(四) 《獨立特派員》

獨立特派員 112 年度成果豐碩，在國境解封的後疫情時代，推出許多精彩的第一手國內外採訪報導，在『俄烏城市戰』系列特別報導中，記者邱惠恩、鄭仲宏深入烏克蘭東部前線及首都基輔，深入探討過去臺灣人對於戰爭的想像，絕大部分是戰場的舞刀弄槍，然而除了火拼肉搏戰之外，老百姓該如何在戰火下生活，生活在城市中的人們，從領導人，消防醫護人員，媒體記者到被俄軍綁架的倖存者該如何應戰？務實深入的觀點既顛覆又深刻，面臨共軍的武力威脅，值得每一個臺灣人深思。



另外，『印度崛起-人口紅利下的機會與挑戰』系列報導，則探討今年人口數正式超越中國的印度，將會在全世界的政經舞台上扮演什麼樣的角色，人口紅利雖是利多，然而教育人才及種姓制度的困境，卻也成為印度政府不能不面對的挑戰。同樣的，臺灣的護國神山台積電，因應全球化分裂情勢，進行全球佈局，在美國，日本，德國分別宣佈了設廠計劃，獨立特派員也特別到最新的德國設廠預定地一探究竟。





112年獨立特派員更將節目內容進行數位轉型，推出全新解釋性新聞節目『ISSUES BOX 特派員來開箱』及『獨立特派員 Podcast--特派員聊天室』，專治新聞厭食症的『ISSUES BOX 特派員來開箱』由資深特派員陳廷宇和青年特派員 Danny 以風趣幽默的方式跟大家說新聞背後的眉角及原因，『獨立特派員 Podcast--特派員聊天室』則由記者群跟大家分享許多幕後採訪花絮，精彩值得一聽。

整體而言，獨立特派員在主頻收視表現及新媒體的社群發展上穩定成長，YouTube，IG，臉書皆獲得觀眾及社群粉絲的正面回饋。目前 YouTube 有 17 萬多人訂閱，臉書粉絲頁有 12 萬多人按讚追蹤，皆為公視主頻表現前十名。





團隊的努力也獲得不少新聞獎的肯定，例如吳舜文新聞獎，製作人陳廷宇、羅盛達以『征戰北極圈-冰與火之道』獲得國際新聞報導獎入圍，張筱瑩及周明文則以『數位網路戰』拿下曾虛白新聞獎的媒體素養獎，銀響力新聞獎記者萬真玢、黃政淵以『疫情，長照情』入圍電視及網路影音類-單篇專題報導獎，以及記者鄭淑文、羅盛達以『百年秘境三貂嶺』獲得文創產業新聞報導獎等，都顯示獨立特派員節目在深耕臺灣，放眼國際的專業報導所獲得的肯定。

(五) 《公視新聞全球話》



「公視新聞全球話」每周一到周五，晚間 18:30~19:00 播出。節目特點如下：

- 一、國際與國內議題的結合：國際新聞為主，搭配國內重點事件。
- 二、新聞速度與深度的平衡：兼顧當日即時新聞與深入分析。每周「星期焦點」單元，現場訪問專家學者講評時事。
- 三、嘗試與觀眾互動的努力：運用 AR 技術設計輔助理解的生動畫面、AI 助理主持 Q&A 單元。
- 四、提綱挈領的解釋性報導：清晰而有系統地爬梳新聞重點。

五、公視國際記者：為了加深臺灣與國際的連結，並加強新聞臨場感，公視新聞在多地布建駐點記者，定期傳回在各國的第一手觀察。

六、AI 助理主持人：2023 年 6 月 6 日起，推出全臺灣第一個在新聞節目出現的 AI 助理主持人—P 帥，負責《新聞猜猜看》News Quiz 單元。透過有關新聞內容的猜謎遊戲，加深觀眾對資訊的興趣與涉入感，並且在網路直播時與線上觀眾達到互動效果。與其他電視台外包製作不同，P 帥是由公視製作部動畫組與節目團隊自行研發完成，嘗試融合藝術與科技，帶給觀眾全新的視覺體驗。

「公視新聞全球話」連續兩年入圍國內新聞界地位最高的「卓越新聞獎」，並榮獲電視類最大獎「新聞節目獎」。我們以節目的精緻規格製作每日新聞，以生動的方式深度討論有意義的主題，帶領觀眾「30 分鐘看世界」。



（六）《我們的島》

2023 年《我們的島》將視角拓展到國際，前往日本福島拍攝核廢水排放入海事件，製作「福島光與影」報導，我們重返福島現場，進入災後的核電廠，了解福島核一廠廢爐的狀況，探討龐大的核廢水與污染土怎麼處理？被迫避難的居民，又過著怎樣的生活？此報導也入圍卓越新聞獎的國際報導獎。



《我們的島》也同步製作「日本空屋對策」系列報導，走訪京都、尾道及鹿野等地，推估到 2028 年，空屋會突破一千萬戶，日本政府將如何面對，而在民間，有一群充滿活力的人們，多年來持續在尋找與落實更好的空屋對策，他們想盡辦法讓老屋活化與重生，我們希望藉由日本的故事，帶給臺灣一些啟示。



圖說:日本空屋對策

今年度也嘗試推出多種新型態影音，像是「我們的島 podcast」，主持人陳信聰透過深度訪談、現場聲景及時事分析，跟來賓互動，探討不可不知的環境議題，此影音也同步上傳 podcast，

讓更多人聽見島上的各種故事，「我們的島 podcast」亦入圍卓越新聞獎。

另外，更全新製作生活風格影音「阿聰現煮時-島的行動客廳」，這個移動式的行動客廳，出沒在台中大雪山、彰化芳苑濕地、東北角馬崗等地，客廳主人阿聰就像是鄰居大叔，除了煮咖啡聊是非，還會介紹在地特產，傾聽當地居民生活上遇到的環境問題以及地方行動，讓大家理解這片土地上的故事，此節目入圍金鐘獎的生活風格節目以及生活風格主持人獎。



圖說:阿聰現煮時

關於全球關注的減碳議題，《我們的島》也沒有缺席，推出「零碳時代」特別報導，除了記者製作的深度報導，更結合解釋性新聞的模式，搭配動畫與數據圖表，用淺顯易懂，詼諧幽默的表現形式，把艱難的碳權，碳交易及減碳議題，說給大家聽，未來《我們的島》將持續嘗試不同的影音表現。



圖說:減碳新型態影音

(七) 《行走 TIT》

《行走 TIT》原為一小時紀實報導節目，全年 25 小時，基於節目型態的調整，節目於 170 集後改版為 30 分鐘，全年播出不變的情形下，深度導覽原住民部落的歷史縮影與迷人景致，強化議題和探究的精神，從在地人視角出發，透過鏡頭把部落的風貌、祭典儀式、藝術文創、飲食文化、傳統市場、部落生活以及生態環境與旅遊景點等呈現給觀眾。

本節目依原住民族委員會之核定部落(至 109 年 7 月原民會官網統計為 745 個部落)為報導主體，每集節目僅以一個部落為單位，結合深度走訪、人文情懷與旅遊資訊，細品部落發展的紋理，本節目內容也以透過實地調查、資料的蒐集以及分析與歸納，探索部落的人文、藝術、產業、環境等的真實面貌。以行腳的方式拍攝，用第一人稱的語氣，帶著議題和探究的精神，細品部落發展的紋理，把原住民的生活文化並帶著議題和探究的精神，帶您看見每個部落的故事和困境。



圖說：外景拍攝

《行走 TIT》於 112 年內容產製計畫項下完成三十五集(247 集至 281 集)節目製播，網路專題七集(1 集至 7 集)，一集播出時數為 30 分鐘，內容包括(片名):《高山流水. 與林共舞》、《最古老的部落 吉露》、《卑南花環與鼓 寶桑部落》、《楓樹之地 德卡倫》、《在那豐饒之地 Hbungpin》、《深山中的百合花 阿禮》、《一抹幽然 詩朗》、《蟄伏的部落 德文》、《埔里台地上的巴宰族 愛蘭社區 Pazeh》、《和平之路》、《雪霧裏築夢 Sbungaw》、《深藏若虛 牡丹部落》、《流轉光華 Hakawan》、《聖貝 瑪雅》、《水的部落 東源》、《193 公路上的遺忘之地中興部落》、《在那日昇之地》、《古村尋幽 Swasal》、《里香的故鄉 加羅板》、《塔菲拉的看見》、《誰在平台上唱歌》、《信仰 愛國蒲》、《客家鎮裏的美式步調》、《愛玉者的推手》、《拐個彎的遇見》、《鄉野新風 森永部落》、《溶疊與變遷建農》、《走向永康》、《部落裏的小部落 筆石部落 Halusipun》、《搖擺一下德武部落》、《達拉讚之舞》、《利吉惡地》、《愛戀大武》、《屋拉力 Olalip》、《羽冠之歌 里漏部落》。



圖說：外景拍攝

網路專題：

《推水-族語復振專題》、《歸鄉崎路 原青與地方創生》、《上帝的部落 司馬庫斯》、《她們-原住民女性觀點專題》、《原民百萬創業夢》、《領航向南島原鄉 當海洋串起我們》、《期盼安全的路 投 89》。



圖說：棚內錄影

七、國內外節目採購

今年國內外節目採購部分，以尋找優質節目為原則，針對了三種類型節目進行採購。

第一種類型是兒少及幼兒節目，以兼具娛樂與生活教育的內容，提供家長可以安心讓兒童收看的節目內容。

臺灣原創科學教育動畫《吉娃斯愛科學》已經製作到第四季，這一季「太空站部落」，以太空科學為主題，從原住民族價值觀與自然知識，來探討太空科學。



《藍色小精靈》是由比利時漫畫家所創作的人物和故事，後來改編成電視動畫受到全球歡迎，更是 80、90 年代臺灣家喻戶曉的卡通，近年還有電影版登上大螢幕，是風靡許多世代的經典動畫。美麗的村莊中住著一群藍色小精靈，藍色小精靈要一起對抗壞巫師「賈不妙」和他養的貓「大笨貓」，賈不妙整天想抓小精靈來提煉魔法靈藥，而大笨貓想抓小精靈來當點心吃，不同特性的小精靈遇上賈不妙的邪惡勢力，展開驚奇冒險與機智的較量。故事趣味橫生，充滿喜劇效果，動畫品質精良又兼具娛樂性與知名度。

第二種購片類型是國內外優質戲劇，提供觀眾欣賞來自各國的創意。



國內創作短片通常除了影展，很少有機會在小螢幕上曝光，公視購片採購許多短片進行電視首播，讓這些優秀作品有機會讓更多人看見，今年購入的短片各具特色，有入圍金馬獎的《橋頂少年》、幽默諷刺的《鍵盤俠》、瀟灑武俠氣氛的《山中怪人》和獨具風格的《送行》。



榮獲奧斯卡最佳男主角的英國電影《父親》由安東尼霍普金斯詮釋獨居的失智症父親，父親拒絕女兒為他安排的所有協助與照顧，當這位父親試圖釐清自己不斷產生的變化時，他也同時懷疑起摯愛的親人、自己的心智，以及熟悉的生活環境。



第三種類型就是生態與藝術文化紀錄片節目。

英國公視BBC的年度製作最有趣的“間諜紀錄片”系列這一次要挑戰前所未有的海中監視任務。《動物秘密一籬筐 海洋間諜》將出動各式新型間諜攝影機，有史上最大型間諜攝影機—鯨魚間諜，也有章魚、螃蟹及河魴魚，它們將從海、陸、空中紀錄讓人驚訝又讚嘆的野生世界，有多采多姿的珊瑚礁，也有崎嶇不平的岩岸。



藝文紀錄片《印象畢沙羅》深入介紹畢沙羅的生平與畫作，其創新與無私的精神。塞尚曾說「我們所學所知，都是畢沙羅教的。其實他才是第一位印象派畫家。」畢沙羅被譽為印象派之父，他提攜後進，是凝聚印象派畫家的關鍵人物，但較少人知道，他也是印象派藝術家中最勤於實驗、風格多變的畫家。本集介紹畢沙羅作品，如《瓦茲河兩岸》、《朋特瓦茲附近的風景》、《拿著扇子的珍畢沙羅》等油畫。



紀錄片《天才高第的自然狂想》中高第的名字永遠與巴塞隆納綁在一起，他作品中獨特的美學，深深影響了這個城市的認同。高第令人震撼的建築瑰寶—巴特略之家的中央鏤空設計原來是為了把光線引進屋內，也是一種抽風機制；大露臺的巍峨植栽過濾了城市的噪音，在混亂的市區裡打造一座植物殿堂。本集介紹高第童年的經驗，以及當時的物種起源學說如何影響了他的創作。



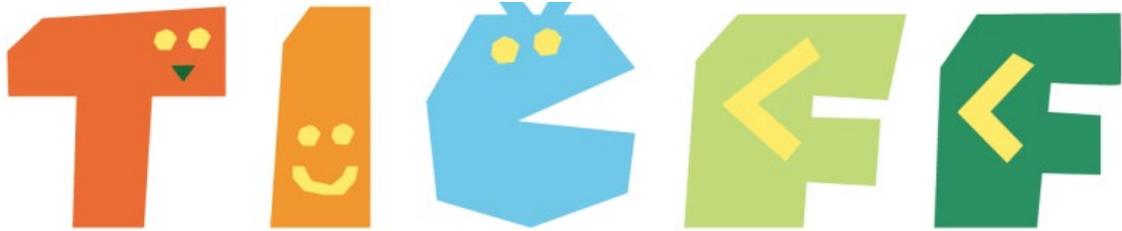
《從巴黎到羅馬 貝特妮的甜蜜生活》主持人貝特妮休斯是學識豐富的英國歷史學家、歷史系教授，她在旅遊中帶領觀眾享受歷史洗禮。她從巴黎開始旅行，入住了劇作家王爾德曾停泊的五星級精品酒店，並在創建於1885年的知名餐酒館，享受傳統法式美食美酒，又在塞納河沿岸進行日落巡遊。接著前進義大利，到佛羅倫斯、科莫湖、米蘭，探索文藝復興的搖籃佛羅倫斯的祕密，在羅馬時，貝特妮帶觀眾遊覽了城市中最豪華的宮殿之一。

八、臺灣國際兒童影展

公視自2004年起辦理「臺灣國際兒童影展」至今已具相當規模（近年每屆逾3萬人次參與影展）並成功建立影展品牌地位，為亞洲第一個，也是國內規模最大的國際兒童電視電影影展，同時帶動全台對兒童影像教育、兒童傳播權的關注。本屆國際競賽單元自2023年5月1日開始徵件至9月8日截止，「競賽類」共收到來自76國、1,109件作品，創下繼2018年徵件新高。

另外「小導演大夢想－兒童影像創作輔導計畫」，展現國內孩童的創作力，傳遞孩子最真實的聲音，至今累積產製超過 90 部兒少作品，屢屢於海外獲獎，如：釜山兒童影展、芝加哥國際兒童影展、西雅圖國際影展、新加坡國際兒童影展、西班牙 MICE 教育影展、雪梨國際兒童創作影展等。

2024 年預計於 3 月 29 日至 4 月 7 日在台北信義威秀影城辦理為期 10 天的實體影展，並於 4 月 15 日至 5 月 19 日在公視+平台推出 5 週的線上影展，搭配合適議題，共同編織及成就未來兒少影像教育網路，持續強化大眾對兒童影像教育的重視，以擴大影展後續效益，發揮長效性。



九、2023 世界公視大展 INPUT 年會

INPUT 世界公視大展年會睽違 17 年再度由公視主辦，吸引國內外 511 位媒體從業人員與會，共計來自 29 國，為 2023 年度，臺灣媒體界規模最大、觸及國家數最廣的國際活動。自 2023 年 5 月 14 日至 18 日，為期五日的播映會議，共計 26 場次、79 部影片，討論熱烈，另有開幕晚宴、週間派對、VR 體驗區、互動拍貼機、專題座談與國際研討會等精彩週邊活動。

「世界公視大展」(INTERNATIONAL PUBLIC TV CONFERENCE, INPUT) 成立至今 40 餘年，每年於會員國中選定一地舉行年會，從會員繳交作品中，選出當年度最有創意、最具參考價值的各類型電視節目，在會議期間放映，透過專業討論，讓與會的全球公視從業人員觀摩學習。

2006 臺灣首次年主辦 INPUT，到 2023 年再度回到臺灣，已經時隔 17 年。17 年來臺灣的進步繁榮、文化的厚度與科技實力，都有傲人的成績足以在此難得的機會向外國友人展現。

全球因疫情肆虐而阻絕實體交流三年後，所有人都渴望追求身心靈的自由與充實，所以這不只是一場為期五天，全球公視從業人員的交流會議，2023 INPUT 更是一場展現臺灣精神與文化的軟性外交活動，同時，讓大家看到進步的臺灣、有特色的臺灣和科技的臺灣。



第參章 公視基金會行銷宣傳成果說明

一、《公視主題之夜 SHOW》

從電影出發的公民論壇實境秀節目《公視主題之夜 SHOW》，節目內容為每集根據精選出的電影(短片/紀錄片/其他國家公視節目)延伸探討一個主題，主題論壇邀請對議題感興趣的專家或公民來賓分享個人經驗與生命故事，也邀請片中國際公民上線跟臺灣公民一起討論，節目精神為深化為何此社會議題跟臺灣公民息息相關，藉由討論交流激發出公民不同的看法，拋出思辨的第一磚。

節目依照各集播放的電影而衍生出豐富多元的議題，包含性平教育、環境教育、媒體識讀、人權等議題，也搭配烏俄戰爭、杭州亞運電競、政治正確概念等國際時事，從中邀觀眾探討反思。節目來賓陣容方面可見來自各界各領域優秀人士，依照不同主題邀請合適主持人以增加話題性，如精神科醫師鄧惠文、手語主播王曉書、小兒科醫師黃璫寧、喜劇演員黃豪平、知名網紅呱吉、凱莉、視網膜…等，多元的主持風格搭配創新多變的議題內容，提升節目有效觸及更多受眾。

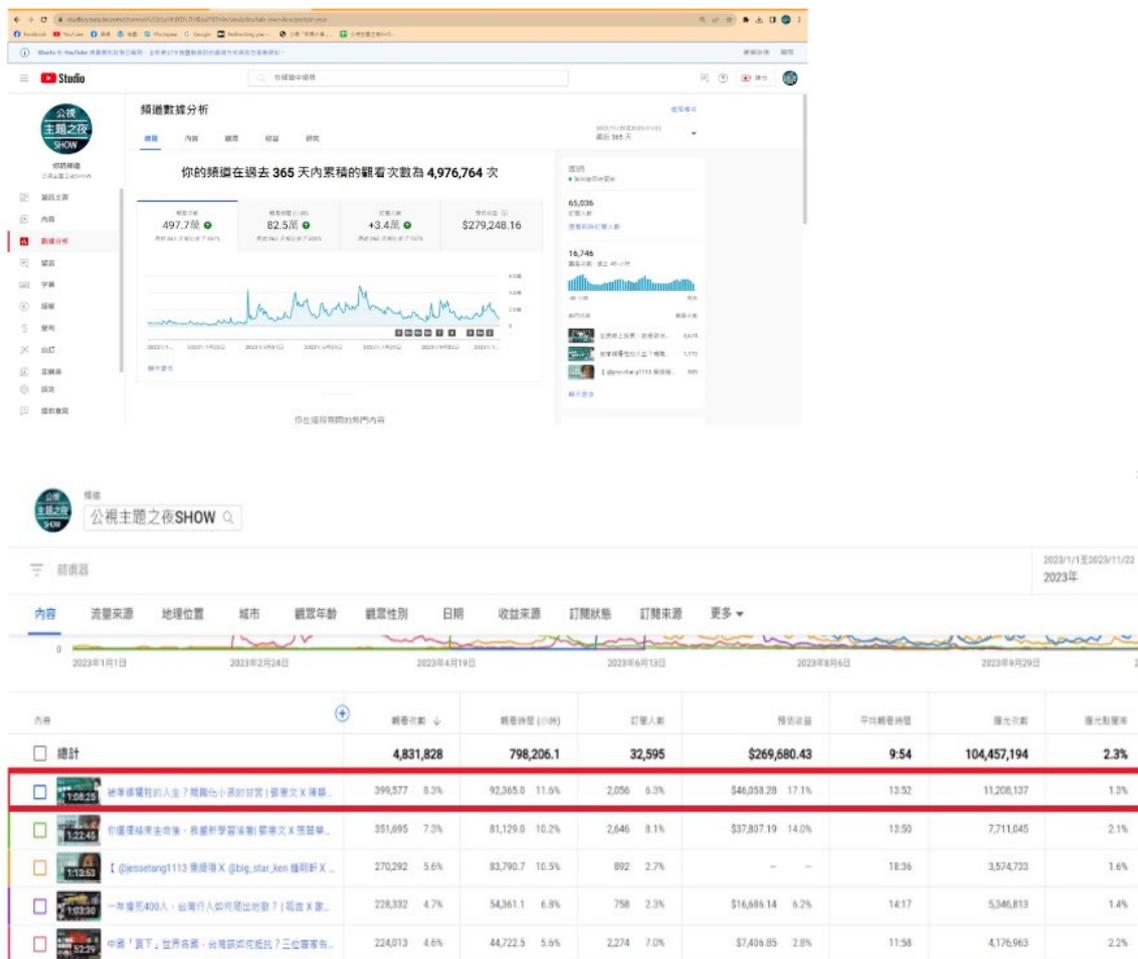


圖說：節目探討多元議題，各集邀請來自各界各領域優秀人士為節目座上賓，不同主題也搭配各自合適地主持陣容以增添話題性。

宣傳規劃各集發布新聞稿，透過各集來賓的媒體號召力，在不同媒體平台曝光擴展觸及群眾。社群宣傳平台以FB粉絲專頁「公視粉絲團」為主，各集數播出當周會發出最新預告、劇照搭配電影或來賓金句文字

文化部補助「112年內容產製與應用計畫」結案報告

精華、YT 上架資訊與新聞報導露出分享等作為貼文發布，藉由電影內容、來賓與議題等面向，增加每集話題性，成功達成在貼文觸及方面優異表現，藉此維持電視收視表現、提升新媒體影音平台(如：Youtube、公視+)觀看率，數據統計 2023 年節目上架 YouTube 影音平台，截至 11 月底的觀看次數總計 4,976,764，訂閱人數增加 34,000。



圖說：透過社群與媒體宣傳，提升新媒體影音平台(如：Youtube、公視+)觀看率，數據統計 2023 年節目上架 YouTube 影音平台，截至 11 月底的觀看次數總計 4,976,764，訂閱人數增加 34,000，點閱率第一名集數為探討親職化兒童困境議題，點閱率達 40 萬。



圖說：社群宣傳以各集精彩劇照搭配來賓金句、新聞報導分享，與探討題目提問方式，為FB貼文發布，增加觀眾觸及率與互動性。



圖說:規劃新聞稿發布，透過各集來賓的媒體號召力，在不同媒體平台曝光擴展觸及群眾。

二、《藝術很有事》

公視旗艦藝術紀錄片《藝術很有事》第五季節目持續關注香港人權議題、環境議題與倡議行動，後疫情時代藝文活動、科技與建築、藝術結合，以及首度納入奧運的霹靂舞等。自6月9日起，週五晚上八點於《藝術很有事》Youtube上架。自10月12日起，每週四晚間十一點半於公視頻道播出。

配合全新單元、集數於Youtube上架，發稿共7則，共獲87則媒體報導；其中，LINE Today選文7則，自由時報實體報紙露出1次。另安排中央社及《典藏ARTouch》的「ARTbience·藝術環境音」podcast專訪製作人徐蘊康。專文推薦兩篇，其中，香港系列特邀「佔中三子」之一、國立政治大學社會學系客座教授陳健民撰寫觀後感，曾文溪系列邀請《2022 Mattauw 大地藝術季》總策展人龔卓軍撰文。

在公視所屬媒體與社群部分，除了節目於《公視粉絲團》（逾 52 萬追蹤人次）及節目官方粉絲團（逾 10 萬追蹤人次）宣傳，為推廣證券櫃檯買賣中心贊助專案《藝術很有事》紀錄影像工作坊，下廣告達 44,555 觸及人次；並於 10 至 12 月《公視之友》月刊，每月一則報導。

在實體活動部分，9 月 9 日於台中中央書局舉行《我和楊德昌的一天》特映會，11 月 25 日於高雄內惟藝術中心舉行高雄特映會；證券櫃檯買賣中心贊助專案則有 11 月 17 日至 11 月 19 日舉行紀錄影像工作坊，校園巡迴已舉辦兩場—11 月 14 日台中教育大學及 11 月 30 日於花蓮東華大學，共有 320 人參與。

112/11/21《自由時報》藝文版露出〈新新數位構築藝術 ROSO 機器人建造實驗室〉

公視藝術很有事 看 ROSO 機器人構築藝術



○曾於屏東落山巒藝術季展出的《飛弧·山嵐》，利用電腦演算法轉化環境微小細節，彼此互相推擠、複製、生長與擴張的規則，並在經過時間軸向的點態堆疊後，慢慢形成一複雜有機曲面的美麗型態。（ROSO、公視提供）

○東京森美術館「森未來與藝術」展出作品《Muqamas》。（ROSO、公視提供）

【記者凌美雪／台北報導】公視旗艦藝文紀錄片「藝術很有事」全新一集已上架，以前衛跨學科研究團隊 ROSO 為主角的〈新新數位構築藝術——ROSO 機器人建造實驗室〉，探索數位科技如何在未來藝術或設計方面，創造更多可能性。

ROSO 機器人建造實驗室成立於 2019 年，由逢甲大學建築專業學院副教授盛郁庭與陽明交通大學建築研究所助理教授王謙源共同創辦，ROSO 名字取自「Robotic Solution」，致力於整合電腦運算設計、機器人 3D 列印技術與新興材料研究，在數位工藝的實踐之下，挑戰「建築的想像力」與「建造的可能性」。

他們在公共空間與營造方面的作品，比如位於美濃運動中心前的《風水 漫漫》，成功挑戰如何讓

原本要 1、2 天才乾的水泥瞬間凝結，使用自行開發的機器手臂水泥 3D 列印技術，打造如自然河水般優美曲線的街道座椅，成為獨特的景觀藝術。

ROSO 也受邀參加東京森美術館的「森未來與藝術」展覽，展出作品《Muqamas》（鐘乳石洞口，2019），與國際知名數位運算藝術家 Michael Hansmeyer 合作，透過 coding（程式編碼）來描述虛擬空間的摺紙，所摺出的一個塔，塔柱周圍有一個直徑 6 米的柱節，由約 1 萬 4 千根不同長度的鋁管構成，懸吊於天花板上，總重量約 2 噸，展現數位工藝之美。

其他跨領域創作相關影片可淘驗書粉絲專頁（<https://www.facebook.com/pts.insidethearts>）。



上圖：112/9/9 於台中中央書局舉行《我和楊德昌的一天》特映會。

下圖：公視《藝術很有事》製作人徐蘊康（右）與企編蔡禹信（左一）與《一一重構：楊德昌》回顧展策展人孫松榮、影視導演瞿友寧共同出席。



圖說：112/11/25 於高雄內惟藝術中心舉行高雄特映會。



圖說：播映《呼吸·花東的山與海—藝術家 李屏宜》及《旅行世界的纖維創作—藝術家 康雅筑》，由公視《藝術很有事》製作人徐蘊康主持（圖左），藝術家康雅筑（圖中）、李屏宜（圖右）出席，觀眾踴躍提問，互動十分熱絡。

三、《青春發言人》

在臺灣，平均每四個小時就會發生一起兒少性剝削事件，其中超過七成是網路犯罪。若網友「以愛為名」要求兒少提供性影像，有 21.7% 的兒少曾配合提供。一旦私密性影像外流，對青少年的傷害難以估計，因此教育青少年辨識網路風險情境實在刻不容緩。

公視「青春發言人」投入將近一年拍攝五支專題影片，並同步開發模擬交友軟體的體驗網站。製作過程中，除了大量訪談青少年網路交友經驗，也聘任資深兒少警察、專業社工和兒少精神科醫生為顧問，諮詢專業意見。本專題目的在提高青少年對於網路交友風險的辨識能力，對於網路交友陷阱更具警覺性，增強兒少在面對網路詐騙的自我保護能力。本專題五支影片集互動網站遊戲於 12/15 上線。

於 12/15 規劃新聞稿發布，以製作人分享本單元企劃起源以及從設定網路詐騙者的告白，希望社會能夠建立支持系統來預防網路犯罪，

以及網路受騙經驗或實際參與網路交友實驗，如何與受訪者田調之過程呼籲青少年及其陪伴者增加網路交友關係之界線。

廣播與 podcast 宣傳針對關心兒少心理、親子、性教育等領域頻道「哇賽心理學」、「Sex Chat 談性說愛」、「澀情守門員」、「青年 Let's talk」、「飛碟聯播網_生活同樂會」、「K 歌 Su 房」，安排製作人鄭淑麗、網站企劃吳昱霆，以及顧問資深兒少精神科醫師陳質采、資深兒少警察張坤憲、iWIN 組長韓昊雲、展翅基金會社工林意妙。透過專業顧問分析，提高青少年對於網路交友風險的辨識能力，對於網路交友陷阱更具警覺性，增強兒少在面對網路詐騙的自我保護能力。

同時邀請心理學專業及親子專家 KOL 撰文，如藍白拖、羅怡君、心理師想跟你說、家在婆娑美麗處：小熊部落（小熊媽）、德州媽媽沒有崩潰。讓民眾透過反詐心理學以及親子溝通角度，讓更多人認識青少年孤單感和對快速建立關係的渴望的情境了解網路交友詐騙，也是節目的核心價值。

社群宣傳平台於 Facebook 粉絲專頁「青春發言人」、「公視粉絲團」、「公視兒少」每週更新各集數，貼文內容透過青少年流行話題作為開端，透過每集遇到的故事，為青少年網路交友的迷思以及受害經驗提供更完整的解答。



圖說：青春發言人團隊製作故事型的互動網頁：「青春網戀模擬器」，讓青少年體驗使用交友軟體過程，在每一步抉擇回應中，體認到網路交友可能的風險。

四、《一字千金 筆武大匯》

公視旗艦益智節目《一字千金 筆武大匯》於公視所屬媒體與社群宣傳為主，並視來賓不定期發稿。另安排中央社專訪製作人，宣傳節目製作分享。

《公視粉絲團》粉絲團（逾 52 萬追蹤人次）及《公視-一字千金》粉絲團（6.2 萬追蹤人次）宣傳，以每週節目中題目讓粉絲提前牛刀小試，或是以較難的題目讓粉絲一起燒腦，鼓勵一起作答，並促進粉絲間互動，提高粉絲黏著度，引導觀看公視頻道及《公視+》、《公視直播頻道》youtube、《公視綜藝》youtube 觀看。

《公視粉絲團》粉絲團每週題目獲得粉絲廣大迴響
每週均有 9 萬以上觸及人數



動態消息預覽

公視粉絲團 · 由葉美娟發佈 · 12月3日下午11:14 ·

#睡前腦部運動 #中文動動腦 #這題真的難

公視旗艦益智節目【#一字千金 華武大匯】經典單元「#拾字路口」，要在20秒中寫出以「用」為中間字的兩句三字詞語，大家都卡關了，能答對一句就很厲害！大家來挑戰一下自己吧！計時20秒開始！

#真的想不到..... 查看更多

拾字路口 請寫出 **用** 在中間的兩句三字詞語

查看洞察報告和廣告 加強推廣貼文

你和其他502人 73 6

2023年11月26日 下午11:40 256個心情 67則留言 1次分享

總覽 成效 動態消息預覽

公視粉絲團 由高美娟發佈 · 11月26日下午11:40

#睡前腦部運動 #中文動動腦 #這題大翻轉

公視旗艦益智節目【#一字千金 筆武大匯】經典單元『#拾字路口』，這題真的很難，要寫出以『木』為中間字的兩句三字詞語，除了參賽者寫出的答案，是否是還有其他解答？大家來挑戰一下自己吧！計時20秒開始！

#真的想不到..... 查看更多

查看洞察報告和廣告 加強推廣貼文

你和其他245人 63 1

圖說：以「超級刷題王」打造《一字千金》主持人曾國城結合 short 及發稿共同發酵炒熱話題。

公視《一字千金 筆武大匯》主持人曾國城真的是「超級刷題王」！

錄影前自己先考一遍 連製作人都也不放過

【台北訊】公視旗艦益智節目《一字千金 筆武大匯》主持人曾國城，被製作團隊封為「超級刷題王」！真的很貼切，昨天（7/11）《一字千金》官方粉絲團預告「明天隨堂考」，就引起粉絲熱議！粉絲留言狂刷一排加油聲，「城哥加油！你可是國語文小天使，你可以的！」「我相信城哥的實力！」

其實，每集在上主持台前，曾國城習慣先刷題，自己先考自己一次。像最後一關『洞築機先』共有三個關卡，分別是三句、四句、五句成語題組，平常參賽者分三階段作答，計時共兩分半鐘，沒想到中文實力超強的曾國城竟在兩分鐘內就作答完成，30個字、12句四字成語，答題速度飛快，寫著寫著，三題還不過癮，立即再跟製作人要六題，總共狂刷三集共九題，且全對。他甚至連製作人也不放過，還考製作人常寫錯的字，貝殼的「殼」字。

曾國城邊作答邊唸出答案，有時，自己還會忍不住嗆自己：「啊～寫太慢了，我不能接受！哈哈～」

他分享：「現代人寫字常是畫出來的，不是寫出來的。不在乎字怎麼寫是對的，不在乎字的美醜，因為字的美醜無關個人成就，但是我在乎！我很在意字在九宮格中怎麼寫出來的，怎麼寫才會美。」曾國城也謙虛地說：「就是因為我喜歡，就會想去涉獵他，想去理解他，讓自己去熟悉、熟練！」

「在這一季，我們想網羅不同領域、不同職業別，以及不同文字使用習慣的人上節目，希望藉由節目把字寫好、寫對，把詞語記好、記熟，甚至能夠常用、活用！達到寫教於樂的效果！」曾國城強調：「詞彙、文字要講說、要用，才能豐富說話內容。」

《一字千金 筆武大匯》於每週日中午十二點《公視+》上架 (<https://www.ptsplus.tv>)，週日晚上八點公視頻道播出，隔週六晚上七點公視3台播出。本週日（7/16）播出〈得獎王〉，參賽者有釀酒師鄧心承、歌手江惠儀、設計師陳彥廷、室內空間設計師Win、彩妝造型師林琳、滑板選手曹仕勳、街舞舞者徐嫻窈、數學高手謝秉宏。



一字千金 城城哥私底下也愛玩文字遊戲

那就是風流倜儻啊

7/2起每週日
公視+ 12:00
訂閱 主頻 20:00

公視綜合 @ptsCH13life 訂閱 主頻 20:00
很嚴格控 🤖 #曾國城

64
不喜歡
4
分享

五、《公視人生劇展》

積極經營臉書粉絲團，以維持觀眾於社群參與、討論即黏著，以及節目訊息之多平台取得，公視人生劇展年度總觸及人數 2,505,562，粉絲成長數 1,946，年度總 po 文數 166 則，目前粉絲數 67,242，目前粉絲追蹤人數已逾 7 萬人。數據最高貼文觸及數達 1,334,341、按讚數 17,046，分享數 1,714。



圖說：公視人生／學生劇展官方粉絲團示意圖。

六、《誰來晚餐 14》

臺灣家庭實境節目第一品牌《誰來晚餐》，節目內容為每集探訪一個臺灣家庭，介紹他們的故事，並邀請家庭成員心目中的夢幻嘉賓共進晚餐，是個深受觀眾喜愛且兼顧寓教於樂的節目，更是讓外籍人士認識臺灣人民真實生活樣貌的最佳管道。

節目依照探訪不同家庭而衍生出豐富多元的議題，在第 14 季節目中有外籍人士來台生活、親子教養問題、隔代溝通以及探索多元性別等等。節目來賓方面也可見來自各界各領域優秀人士，如金獎導演魏德聖、演員王月、林美秀、謝欣穎、梁舒涵、港星杜汶澤、新聞主播夏嘉璐、

臺灣射箭選手雷千瑩、饒舌歌王大支、金曲唱作歌手 Matzka、知名作家黃越綏、劉軒、宅女小紅、知名網紅阿翰…等，都將成為本季家庭的座上嘉賓。

社群宣傳平台以 Facebook 粉絲專頁「公視粉絲團」為主，各集數播出當周除了預告以外，會將劇照搭配家庭故事文字精華節錄作為貼文發布，增加每集家庭故事性，成功達成在貼文觸及方面優異表現，再者也能透過文字培養網友共感，進而呼籲頻道播出收看，藉此維持長期收視良好表現。媒體宣傳的部分，規劃安排各集發布新聞稿，透過各集來賓的媒體號召力，在不同媒體平台曝光擴展觸及群眾。



圖說：節目探討多元議題，節目來賓方面也可見來自各界各領域優秀人士。



圖說：社群宣傳以各集精彩劇照，搭配家庭故事文字精華節錄作為 FB 貼文發布，獲得相當大的迴響。

The screenshot shows the '安元母視' website interface. At the top, there is a navigation bar with categories like '懷孕', '育兒', '家庭', '封面人物', '專欄', '影音', '試用', '活動', '雜誌', and '搜尋好醫師'. The main content area features an article titled '誰說化妝、穿裙子、留長髮，就是女生？' with a sub-headline '誰說男生就不能化妝、留長髮？男生就不能喜歡粉紅色、喜歡高跟鞋？生理性別不等於性別'. Below the article is a photo of a group of people, including a man and several women, sitting around a table during a dinner event. To the right of the article is a sidebar with a 'MOM' product advertisement and a '2023 婦幼採購年鑑' banner. Below the article, there is a section for '最新文章' and '熱門文章' with several article teasers. At the bottom of the screenshot, there is another article titled '魏德聖徒步與兒子培養好感情 自曝壓力大需靠酒精入眠' with a photo of a group of people at a dinner table.

圖說:規劃新聞稿發布，透過各集來賓的媒體號召力，在不同媒體平台曝光擴展觸及群眾。

文化部補助「112年內容產製與應用計畫」結案報告

創作者說
2021年9月30日 · 研

#創作者說
S3EP21 製作人 | 《誰來晚餐》賀照榮、朱文慧：隨時在旁等著有戲劇張力的生命故事發生，不是拍攝，是一起生活

📍創作者
賀照榮 朱文慧 | 誰來晚餐 節目製作人

🎧精彩節錄：
隨著第56屆金鐘獎接近，創作者說接下來會邀請一系列金鐘入圍者和我們聊聊節目製作的酸甜苦辣。

本集邀請到的是公共電視「誰來晚餐」的製作人賀照榮、朱文慧。自2008年開播以來，誰來晚餐已經採訪了近500個家庭。相較於其他電視節目而言，誰來晚餐宛如紀錄片般的形式，大大增加了它的製作難度，光是一集從發想、拍攝到剪輯播出，經常就得花上數個月的時間。

走過十三個年頭，他們發現觀眾迴響最大的，並不是每一集邀請來的來賓，或是偶像藝人，而是每個家庭中的溫暖與生活方式，心裡頭更是暖暖的。也因為如此，賀照榮和朱文慧她們相信誰來晚餐會一直做下去，持續的採訪台灣每個家庭。

如袁宇奇聞般，每個家庭、每個故事都有其令人意想不到的地方。誰來晚餐從去年開始大幅改版，以全新的命題，試圖讓觀眾們思考，如果今天是你此人生的最後一天，那我們會為我們的家庭做些什麼？期待誰來晚餐這個歷久不衰的節目，能在未來持續帶給我們更多更溫暖的家庭故事。

SEPTEMBER 2021	S3 EP21
<h1>創作者說</h1> <p>研</p>	
CREATOR TALKS, A PODCAST SHOW	



隨時在旁等著有戲劇張力的生命故事發生
不是拍攝，是一起生活

製作人 賀照榮，朱文慧

圖說：搭上金鐘入圍安排 podcast「創作者說」宣傳節目。



圖說：除各集預告外，增加劇照結合家庭故事分享更有助貼文擴散。

七、公視表演廳

公視所屬媒體《公視之友》月刊每月一則報導。《公視粉絲團》粉絲團（逾 52 萬追蹤人次）及節目官方粉絲團（3.3 萬追蹤人次）宣傳。

《公視之友》月刊宣傳

公視表演廳《吹彈得魄》

探索吹管及彈撥樂器的更多可能



公視表演廳
臉書粉絲團

文／臺灣國樂團 | 公視2/11週六23:00播出

國樂團的四大聲區是吹、拉、彈、打，本次音樂會著重在「吹」、「彈」，即吹管樂器及彈撥樂器的性能探索和語法回溯。而節目名稱「吹彈得魄」，表示是針對吹管樂器、彈撥樂器尋回其靈魂。

臺灣國樂團《吹彈得魄》音樂會，全場四首曲目為全新創作且為世界首演。首先由大師陳中申創作的武俠交響詩《絕世神功組曲》，針對全新開



發的半音笛與半音簫，探索游離調性的邊際狀態。

再來，作曲家高平為柳琴、三弦與彈撥樂隊、擊琴、打擊樂而作的小協奏曲《掌上風波》，樂曲從點滴之音開始，逐漸形成湧動之勢，其間心神難盡。未了，在平靜中結束，但已不復曲首的寂寥況味，而是儀態莊重地前行，似乎有著新的期待。

盧光輝的次中音嗩吶協奏曲《族裔藏謔》，相中嗩吶中鮮少駕挑大樑的「次中音嗩吶」擔任主奏，讓灰姑娘成為盛會中最出人意思的巨星。

最後則是王乙華的《三笙有幸》，前所未見地讓高、中、低三笙同場競技輪唱，時而共構華麗透響的合聲，完整呈現笙家族在合奏中的重要性和可能性。



《族裔藏謔》由次中音嗩吶演奏

公視之聲 298 頁 4

《公視表演廳》聆賞雋永台灣情

以創作向那個年代的人事物致意



公視表演廳
臉書粉絲團

文／林克隆 | 公視週六23:00播出



《他們的生活》



錢南章第九號交響曲《紅樓夢》



錢南章編劇《紅樓夢》

12/2 他們的生活

在那個戰後初年臺灣劇場的黃金年代，每日有幾百家戲院全年無休上演各式戲齣。戲臺上流行歌與歌仔調並陳，洋服、和服與臺灣衫間交錯展示，《廖添丁》、《命運的鎖鍊》與《奈奈子的審判》讓臺下觀眾笑淚以對，在電光石火間碰撞出文化混種的臺灣味舞臺。雞原藤舞劇劇場將日治時期新劇作家林清文以及新劇老藝人的真實訪談為創作素材，以這個作品向已消逝的飄浪舞臺致敬。

12/16 錢南章第九號交響曲《紅樓夢》

作曲家錢南章老師擅長將作品融合各類素材，創作多樣性的作品，歷經數十年耕耘，為臺灣音樂寶庫添入新

章，第九號交響曲以文學巨擘曹雪芹原著《紅樓夢》為主軸，傳聲金曲獎最佳作詞人賴美貞編詞、指揮家鄭立彬領銜台北愛樂合唱團與國家交響樂團共同演出。本音樂會為台北愛樂合唱團創團五十週年鉅獻，世界首演值得期待。

12/30 國樂臺語歌劇 蔥仔開花

本劇由臺北市立國樂團全新製作，講述馬偕夫人張聰明女士傳奇的一生。邀請到魏德聖擔任創意總監、梁越玲劇本創作、李哲藝音樂設計、曾慧誠執導、江振濠指揮，並結合頂尖聲樂家陳美玲、蔣啟真、孔孝誠等攜手獻演。看張聰明從目不識丁的童養媳，一路蛻變至馬偕博士宣教的得力助手，歡迎大家一同以熱烈掌聲向這位新時代女性—張聰明致敬。

3 公視之聲 306 頁

《公視表演廳》官方粉絲團



八、公視新創電影

「公視新創電影 PTS Originals」主要就類型片及短片徵案，旨在鼓勵創作者可以突破框架、發揮實驗精神，使影像美學無邊界；面對新媒體網路時代的來臨，短片的精煉，能讓創作者有更多彈性，表達理念、挑戰議題，品牌精神希望能照顧到在商業邏輯下容易被忽略的另類視角，開發多元創作空間、同時也讓觀眾可以看到不同新銳導演的視野。

(一)「後難題短片輯」為公共電視與高雄市電影館三度攜手合作的短片企劃，旨在推動臺灣影視原創製作，本片集結丁啟文、林劭慈和吳季恩三位新銳導演創意大比拚，推出三部以 90 後生存的主題的精彩短片，並於 2023 高雄電影節進行世界首映。宣傳管道以新聞發稿與社群

媒體為主，充分利用新媒體宣傳特性，引發觀眾關注與觀賞動機，以達公視創新電影品牌與作品宣傳成效。

1 新聞稿：為讓各媒體能更認識公視新創電影品牌與新銳導演作品，新聞發稿規劃將3部短片《注意看，這個女人……》、《如果時間在此刻停下》、《我可以暫時逃跑一下嗎？》首次曝光訊息分開露出，總計包含3篇殺青新聞、1篇短片輯總介、1篇首映新聞，新聞媒體露出篇數共47篇。

發布日期	標題	露出篇數
7月3日	請注意看！丁啟文新作《注意看·這個女人……》 巧妙呼應 MeToo 事件	8
7月22日	高雄市電影館 × 公視「後難題短片輯」：《如果時間在此刻停下》談 90 世代的人際難題	4
8月7日	吳季恩新作《我可以暫時逃跑一下嗎？》楊傑宇演 房仲解放自我 大談外送茶之戀	5
9月19日	TTXC 雄影公布「後難題短片輯」 3部精彩短片 瞄準 90 世代生存難題	9
10月15日	《注意看·這個女人……》丁寧對 MeToo 感觸深 林幻夢露殺青火車上爆哭	21
總計		47

圖說：公共電視與高雄市電影館三度攜手合作的短片企劃「後難題短片輯」，宣傳期間於媒體平台露出新聞稿篇數共47篇。

2. 映後座談：邀請導演、演員等人員出席2023高雄電影節世界首映與映後座談，並於當天舉辦媒體見面會，分享介紹影片及拍攝花絮。



圖說：「後難題短片輯」三部短片《注意看，這個女人……》、《如果時間在此刻停下》、《我可以暫時逃跑一下嗎？》的劇組出席 2023 高雄電影節世界首映，並參與映後座談。

3. 新媒體整合宣傳：搭配社群媒介整合，進行資訊的推播與宣傳，與二個 PODCAST 節目「啾團」、「誰來報樹」合作，分別邀請三位導演丁啟文、林劭慈、吳季恩錄製節目「啾團」，介紹短片內容並分享創作概念，節目實長 49 分鐘；邀請《注意看，這個女人……》導演丁啟文、演員林幻夢露錄製節目「誰來報樹」，分享影片創作歷程，節目實長 30 分鐘。



圖說：導演丁啟文、林劭慈、吳季恩錄製節目「啾團」，節目於10月12日上線。



圖說：導演丁啟文、演員林幻夢露錄製節目「誰來報樹」，節目於9月28日上線。

4. 影評邀稿露出：共計 4 篇影評及推薦短文，合作名單包含波昂刺刺/陳宏瑋(刊載於《放映週報》)、雀雀(刊載於「雀雀看電影」部落格、Yahoo 奇摩電影)、Lizard(刊載於「Lizard 的海底影院」粉絲專頁)，皆獲得正面肯定及評價，並與魔法少女(刊載於 IG)合作進行贈票，該篇貼文獲 1,653 個讚。



圖說：與魔法少女(刊載於 IG)合作進行贈票，該篇貼文獲 1,653 個讚。

5. 社群宣傳：「公視粉絲團」及「公視新創電影」粉絲專頁與「高雄電影節」粉絲專頁合作搭配排程發文，自 7 月 4 日至 10 月 17 日期間，主要於臉書粉專及 IG、YT 共發布 33 篇貼文及影片，內容運用 3 部片新聞訊息、預告片、訪談影片、精華片花、劇照、首映紀實等素材搭配文字介紹發布貼文。

PTS 公視原創電影 PTS Originals · 推薦
9月19日 · 已看

【後龍類短片 The Post-90s Generation】
1990年後出生的台灣青年，成長於解嚴後的自由時代，也是第一代的數位原住民。90末的青年剛從學校畢業，成為投入職場的新鮮人，90前級班則剛面臨三字頭，面臨家庭或事業的另一階段.....

承接著上一代的價值觀，90年代被貼上了各種標籤，不斷感受到社會化過程中的詰折，在理想與現實、嚮往與幻滅、熱血與厭世、純真與世故之間，尋找著平衡社會和自我的生存之道，描繪出這已過氣的追憶。

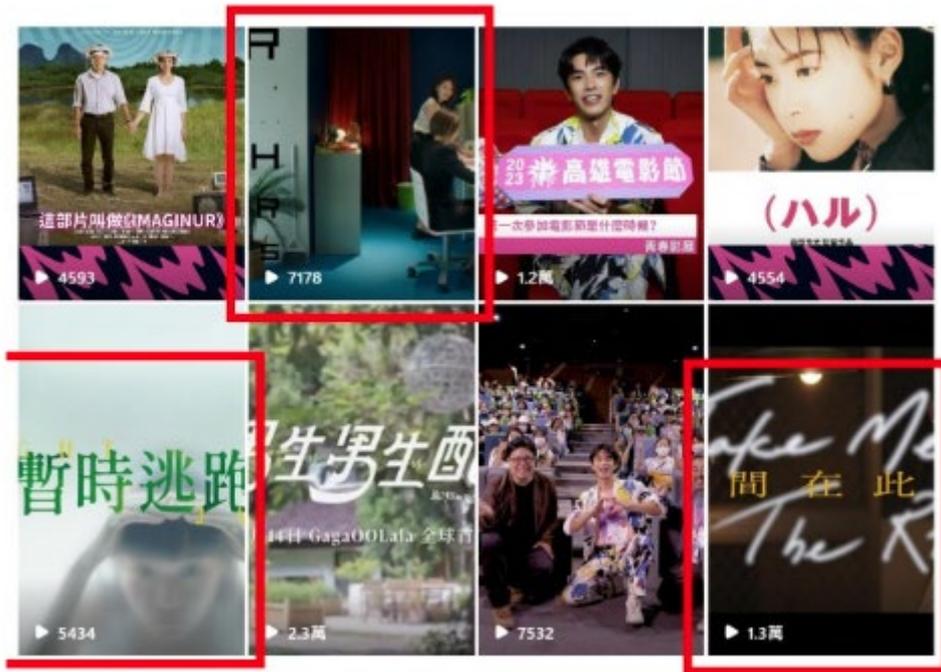
高雄市電影館與公共電視第三度攜手合作..... 查看更多



PTS 公視原創電影 PTS Originals · 推薦
9月27日 · 已看

公共電視x高雄市電影館 三度聯手出擊
【後龍類短片 The Post-90s Generation】導演訪談 搶先看
《#如果詩總在此刻停下》Take Me to the River
創作靈感源自去年參與的一場論壇，聚焦不同世代女性面對社會與家庭的不..... 查看更多





圖說：社群宣傳規劃 3 部短片之主視覺、劇照，與預告、精華片花等 5 支短影音，搭配文字介紹於相關粉專貼文分享，增加觸及點閱，擴大粉絲受眾。

(二)「幽暗小徑的鬼」是公視新創電影首度徵案入選並投資製作的動畫短片作品，本片由金馬導演王登鈺所作，劇情關於白色恐怖議題，在國際影展中成績亮眼，榮獲西班牙錫切斯影展最佳動畫短片，並取得奧斯卡參賽資格，更獲台中國際動畫影展短片競賽首獎，創下臺灣作品首度奪得影展最大獎的歷史紀錄，也入圍 2023 加拿大奇幻電影節和金馬獎等獎項，將於 12/15(五)在「公視+」獨播上架。宣傳管道以新聞發稿與社群媒體為主，充分利用新媒體宣傳的特性，透過動畫產業、專業製作技術、故事議題讓觀眾認識並引發觀賞動機，以達到作品宣傳成效。

除了新聞發稿外、社群宣傳搭配主視覺、劇照、影音、影評、專訪文、獲獎訊息等相關素材，主要於「公視粉絲團」、「公視新創電影」粉絲專頁貼文分享，並與《公視+》粉絲專頁合作搭配排程發文，以增加觸及點閱，擴大受眾粉絲。影評邀稿名單共計 3 篇，合作名單包含雀雀(刊載於「雀雀看電影」)、彭紹宇(刊載於「Vogue Taiwan」)、地下電

影(刊載於「關鍵評論網」);導演王登鈺專訪文章於12月中於「劇狗」平台露出。



圖說：社群宣傳規劃運用社群宣傳搭配主視覺、劇照、影音、影評、專訪文、獲獎訊息等相關素材搭配文字介紹，密集於相關粉專分享以增加觸及點閱與粉絲黏著度。

九、體育賽事

(一)杭州亞運

1. 轉播記者會

繼雅加達巨港亞運，中華隊一共奪下 67 面獎牌的出色成績後，本次我國推出超過 500 位選手的龐大代表團，挑戰亞洲體壇的最高榮譽。無線電視部分，公共電視加入轉播行列，以服務全國各地民眾。包括無線電視的公視主頻、公視 3 台，雙頻道投入本屆亞運轉播。

在杭州亞運倒數 25 天，公共電視與共同轉播單位中華電信、愛爾達電視、東森電視、緯來電視網正式舉辦記者會活動向各界宣告轉播服務，讓全國觀眾都能透過公視轉播欣賞臺灣健兒在賽場上的精采表現。



圖說：公共電視與共同轉播單位中華電信、愛爾達電視、東森電視、緯來電視網正式舉辦記者會向各界宣告轉播服務。

2. 社群

• 賽事預告

於開幕典禮至閉幕，於「公視粉絲團」、「公視體育」臉書提供臺灣選手奪牌重點項目賽事實況，以及每日賽事訊息。



圖說：公共電視臉書社群提供杭州亞運每日賽事預告。

文化部補助「112年內容產製與應用計畫」結案報告

公視粉絲團
由 Chih-Jung Chen 發佈 · 22 小時 ·

#杭州亞運看公視
最強銀行員 虎虎昇峰-吳昇峰 登場！大聯盟前紅襪選手Tzu-Wei Lin 林子偉 扛二棒，今晚就來看棒球！！

今晚 10/1，週日18:20 | #公視3台
亞運棒球 台灣VS.泰國

#亞..... 查看更多



UDN.COM
亞運棒球 / 終於亮牌！吳昇峰先發對泰國 林子偉打第2棒 | 聯合新聞網
杭州亞運棒球賽程從今天開始展開，中華隊首戰在晚上6點半出戰資格賽出線的泰國隊，確定由...

你和其他94人 3則留言 2次分享

加油 留言 分享

公視粉絲團
由 Chih-Jung Chen 發佈 · 2天 ·

#杭州亞運看公視
9/30，週六 | #公視3台
08:55 賽車精華/羽球—周天成
09:55 網球女雙金牌戰—台灣vs.台灣..... 查看更多



其實每一個人需要的調整不一樣，有些人就是需要做很多很多，才可以達到最好狀態，可是我就是那個點到了，我就可以了，不要做太多，不然表現時反而做不出來。

丁華恬 2022杭州亞運 體操女子平衡木

NEWS.PTS.ORG.TW
杭州亞運 / 丁華恬奪女子體操首面獎牌 鼓勵體操女孩勇敢追夢 | 公視新聞網 PNN
體操精靈丁華恬在亞運女子體操個人平衡木決賽中，以總分13.300分，力退強敵奪下銅牌，這...

你和其他203人 2則留言 4次分享

讚 留言 分享



圖說：公共電視臉書社群提供杭州亞運每日賽事訊息快報

• 賽事捷報

臺灣選手重點賽事出爐係觀眾最關心的事，「公視粉絲團」於決賽成績發布第一時間貼出戰果文，獲極高網路觸及與聲量。



圖說：公視粉絲團第一時間發布杭州亞運賽事獎牌快報。

【亞運看公視 拍照上傳拿大獎】

公視一起見證亞洲體壇最大盛事，臺灣選手的榮耀時刻，於9月23日到10月8日，邀請觀眾鎖定公視，於公視體育粉絲團按讚、拍攝轉播時收看畫面照片，並上傳「公視體育」，就有機會獲得豐富獎品。



圖說：公視體育臉書，舉辦「亞運看公視 拍照拿大獎」宣傳活動。

(二) 亞洲職棒冠軍爭霸戰、棒球亞錦賽

1. 賽事預告

開打前於「公視粉絲團」、「公視體育」臉書提供本場賽事重點觀戰日誌。



圖說：亞洲職棒冠軍爭霸戰賽事預告。

棒球熱區及加不：#2023亞洲棒球錦標賽

#2023亞洲棒球錦標賽 登場~一起為看公視，為台灣棒球好手們加油

今天起到12/10，鎖定 #公視3台 LIVE現場直播

同時有線上轉播，請至

公視+ 收看



The poster features the BFA logo, the public television (公視) logo, and the event title "2023亞洲棒球錦標賽". It lists 13 matches with dates, times, opponent names, and broadcast channels. The matches are categorized into "分組循環賽" (Group Round Robin), "超級循環賽" (Super Round Robin), "季軍賽" (Bronze Medal Game), and "冠軍賽" (Championship Game).

日期	時間	分組	循環賽	台灣	vs	韓國	公視3台	LIVE
12/03(日)	17:00	分組	循環賽	台灣	vs	韓國	公視3台	LIVE
12/04(一)	18:30	分組	循環賽	日本	vs	巴基斯坦	公視3台	LIVE
12/05(二)	12:30	分組	循環賽	韓國	vs	香港	公視3台	LIVE
12/05(二)	18:30	分組	循環賽	台灣	vs	巴勒斯坦	公視3台	LIVE
12/06(三)	12:30	分組	循環賽	韓國	vs	巴勒斯坦	公視3台	LIVE
12/06(三)	18:30	分組	循環賽	台灣	vs	香港	公視3台	LIVE
12/08(五)	12:30	超級	循環賽	A組第二	vs	B組第二	公視3台	LIVE
12/08(五)	18:30	超級	循環賽	A組第一	vs	B組第一	公視3台	LIVE
12/09(六)	12:30	超級	循環賽	A組第一	vs	B組第二	公視3台	LIVE
12/09(六)	18:30	超級	循環賽	B組第一	vs	A組第二	公視3台	LIVE
12/10(日)	12:30	季軍賽		X組第三	vs	X組第四	公視3台	LIVE
12/10(日)	18:30	冠軍賽		X組第一	vs	X組第二	公視3台	LIVE

你和其他259人

3則留言 43次分享

圖說：棒球亞洲錦標賽賽事預告。

12月9日下午11:26 · 🌐

【2023亞洲棒球錦標賽】
這日將進入最後決賽，最後兩場精彩比賽千萬不要錯過!!
12/10(日)公視3台轉播賽程:
12:30 季軍戰 菲律賓vs韓國
18:30 冠軍戰 台灣vs日本
網路請至 公視+ 收看
#公視體育
#公視3台



The graphic is a blue-themed promotional poster for the 2023 Asian Baseball Championship. At the top left is the BFA logo, a stylized baseball with 'BFA' and a laurel wreath. To its right, the text reads '2023年第30屆 亞洲棒球錦標賽' in large, bold blue characters, with '2023 XXX BFA ASIAN BASEBALL CHAMPIONSHIP' in smaller white text below. In the center, there are logos for '公視3' (a red and blue stylized '3') and '公視+' (a red and blue stylized '+'), followed by the text '現場直播' (Live Broadcast). The bottom half of the graphic is divided into two horizontal sections. The top section, on a dark blue background, features the text '12/10(日) 12:30 季軍戰 菲律賓 VS 韓國' in white. The bottom section, on a slightly lighter blue background, features the text '12/10(日) 18:30 冠軍戰 台灣 VS 日本' in white. At the very bottom of the graphic, there are social media interaction icons: a blue thumbs-up icon with the number '224', and two smaller icons for comments and shares with the text '10則留言 19次分享'.

224 10則留言 19次分享

圖說：棒球亞洲錦標賽冠軍、季軍戰賽事預告。

2. 社群活動

舉辦【亞冠賽看公視 預測總冠軍拿大獎】，於2023年亞洲職棒冠軍爭霸賽賽事期間，邀請觀眾於11/16到11/19鎖定公視，一起集氣為臺灣職棒好手加油，並一起預測總冠軍拿大獎。獲致5034讚數、5089則留言、791次分享的單則貼文佳績。



公視體育 11月7日 · 公

【亞冠賽看公視 預測總冠軍拿大獎】
2023年亞洲職棒冠軍爭霸賽，公視邀您一起預測總冠軍拿大獎!!
11/16到11/19鎖定公視，一起集氣為台灣職棒好手加油!!
◎活動時間:即日起至2023/11/19 17:00(冠軍賽開賽前截止預測)
◎參加辦法:
(1)公視體育粉絲團「按讚」+「公開分享此則貼文」。
(2)於本則貼文下方預測本屆亞冠賽總冠軍隊伍。
◎獎品項目:(凡參加者即可抽獎)
01 | 可思創品 贊助 [Crosspace 可思創品](#)
破繖登山杖 | 10名
02 | WOKY沃廚 贊助 [WOKY 沃廚](#)
公視體育 陶瓷保溫杯 | 20名
03 | FAV 贊助 [FAV 飛爾美-台灣製造的好襪子](#)
PTS SPORT品牌運動襪 | 20名
04 | 公視體育
PTS SPORT品牌運動包 | 10名
05 | 公視體育
PTS SPORT品牌棒球帽 | 20名

“ 注意事項 ”
※得獎名單將以貼文圖片方式公布，不會直接留言給粉絲，近期FB常見詐騙得獎留言，請勿點擊告知中獎之留言!
※請得獎者於公布日起2週內填寫google表單，提供寄送相關資料，若無法聯繫或指定資料錯誤、不完整，則視同放棄得獎資格。
※抽獎自符合參加資格的名單中抽出得獎者，得獎者每人限領一次，不得重複領獎，所有獎項皆不得轉讓，亦不能要求更換獎項、折換現金；該獎項如遇產品缺貨或不可抗力之事由導致獎項內容變更，主辦單位有權變更獎項，改由等值商品取代之，得獎者不得因此異議；獎項僅郵寄至台灣、澎湖、金門、馬祖地區。
※具有得獎資格之FB帳號需為真實身分，不得為人頭帳號、假帳號，若使用者以人頭帳號或電腦駭客程式等不正當之手段參與活動，經主辦單位發現或經第三人檢舉，查證後，則主辦單位有權取消使用者之參與、得獎資格。
※主辦單位依稅法規定須扣繳應扣繳稅額者，得獎者寄回領據，並由主辦單位扣繳，年度報稅時必須計入個人所得。
※得獎者若未滿20歲，須獲得法定監護人同意及代為領取。
※參與本活動者，即視為同意接受本活動之活動辦法、注意事項及個人資料提供等之規範，如有任何違反之情事，主辦單位得取消其得獎資格。

圖說：公視體育臉書舉辦【亞冠賽看公視 預測總冠軍拿大獎】社群活動。

第肆章 高畫質電視節目製播經驗分享

依照製播高畫質電視節目類型特性，公視將 112 年專案節目《藝術很有事》、《換個爸媽過幾天》、公視《東南亞語新聞》、公視《新聞全球話》執行經驗綜合整理後進行分享。

第一節 《藝術很有事》



圖說:香港攝影家高仲明《港傷》(2019-2020)

《藝術很有事》112 年度的製作切合時代脈動，有幾個重要面向，其中部分也發展為長篇敘事：

人權議題—2019 年反送中運動後，香港出現第二次移民潮，約有 2 萬人移民臺灣，散落在世界各地的香港人，面對前所未有的歷史考驗。《香港離散文藝》拍攝香港詩人廖偉棠，他在 2018 年移居林口，開始探查林口義士村的移民歷史，以詩歌思索「離散」、「叛／歸」等當代華人宿命。曾和他一起拍攝記錄香港社會運動的好友—攝影家謝至德 2021 年也移居臺灣。中年離鄉的移居生活將對他們造成甚麼考驗？《離散港人的後時代革命》拍攝在臺灣創刊、討論香港公共議題的《如水》雜誌，以及也是移居臺灣的香港導演杜汶澤和攝影家高仲明，探討他們如何以不同方式連結臺灣和香港。



圖說:美巡 final

後疫情時代的國際藝文巡演—2020年開始的Covid-19中止了所有國際活動，如今隨著各國解封，各種國際藝文活動、展演、駐村也逐漸恢復。NSO國家交響樂團在2023年四月赴美到紐約、華盛頓特區、芝加哥巡迴演出。一個大型超過百人的國際巡演，背後有多少準備、動員工作；音樂家及藝術行政如何克服時差和長途旅程的辛勞；音樂會想傳達甚麼訊息；國外樂評如何回應；樂團和企業家怎麼共同成就軟性的音樂外交…。幕後種種，讓你深入了解國際巡演不為人知的一面。



圖說:戰祭-黃煌智攝

年輕創作力—Breaking 霹靂舞與 DJ 刷碟手、MC 饒舌歌手、Graffiti 塗鴉為嘻哈文化四大元素，國際奧林匹克委員會（IOC）正式宣布將霹靂舞納入 2024 年巴黎奧運比賽項目，霹靂舞不但有炫技的地板動作，也相當要求個人的獨創性。臺灣的霹靂舞國手孫振，是臺灣最有機會角逐 2024 奧運資格的選手，沒有經過國教流洗禮，個性隨興、自由、帶點不羈，同樣也造就了他的舞風。和他同年的 B-Girl 張雅涵，從小和男生一起練霹靂舞，舞風著重展現力量與肢體。兩人同為 2021 年霹靂舞最高殿堂 Red bull BC one 在臺灣地區的男女冠軍，他們的故事與心路歷程是什麼？



環境議題—臺灣第四大河流曾文溪出海口的台江內海，正面臨幾個河口三角洲日漸流失、瀉湖陸化的問題，未來 20 年沿岸居民的漁業盛況也可能變動。三年前，總策展人龔卓軍邀集一群藝術家和策展人籌畫《台南麻豆大地藝術季》，希望以藝術行動探查曾文溪究竟發生了甚麼事。他們三年時間長期蹲點曾文溪上中下游，上游由鄒族獵人帶路，中游由農民帶路，下游由漁人帶路，最後以不同藝術形式共同書寫一條河流，整合不同流域的人文故事與歷史記憶。



圖說:漫遊 新市高麗菜-林韋言攝

第二節 《換個爸媽過幾天》



一、節目簡介：

『換個爸媽過幾天』是臺灣第一個親子實境節目，這是一項易子而教的社會實驗，讓有親子衝突的青少年短暫離開家，去當別人家的孩子，讓爸媽也能暫時脫離跟小孩的緊張關係，藉此有機會改善親子關係。

- 四大社會實驗主題

鎖定國小高年級以及國中二個年齡層，進行四系列的社會實驗，包括生涯規劃、手機成癮、人際關係、生活習慣，透過8位青少年更換家庭進行自我探索，目前文化部補助拍攝的8集為生涯規劃、手機成癮與人際關係。



圖說：系列1 子齊

二、節目特色

- 充滿實驗精神

臺灣首度將家庭問題以實境加訪談呈現的兒少節目，”換爸媽”體驗極具爭議性、亦充滿實驗精神，小孩的家長被帶進棚內一起觀看整個實驗過程，這也是實境的一部份，由感性與知性兼具的主持人大需搭檔身心科醫師馬大元引導，剖析青少年行為、並讓親子對話自然開展，期望透過創新的節目型態真正把小孩內心的想法呈現出來，也讓親子間能夠更加貼近、並更能夠同理彼此！透過節目，觀眾也能看到臺灣家庭的不同面貌。



圖說：系列1 鈺淳

- 專業的心理諮商/親子專家團隊

為了避免在實驗過程中對親子關係或雙方的心理發生一些問題，從節目前製、參與實驗的家庭挑選、至實驗的實境拍攝、一直到實驗完成、以及棚內訪談，製作團隊有專業的心理諮商與親子專家馬大元醫師共同參與，隨時給予最適合的建議以及協助。



圖說：系列2 菲庭

三、製作流程大要

• 實驗對象篩選

本節目跳脫以往華人家醜不可外揚的想法，直視親子衝突，希望找尋親子關係緊張的家庭，製作團隊透過海選、友人推薦與網路社團尋找適合的人選，篩選的考量點包括：親子真的因某事而經常衝突、親子都願意透過實驗做點改變、小朋友能否自然的呈現自己，經過幾次訪談後確定實驗者與家庭。

• 家庭故事與訪視之拍攝

選定參與實驗的挑戰者之後，拍攝團隊會進行一天原生家庭故事的拍攝，希望捕捉到親子相處的真實日常，尤其是家庭的衝突點；另外主持人大需與心理師泰坦會登門訪視實驗者家庭，進一步認識家庭並剖析小朋友適合去的接待家庭。



圖說：系列 2 動謔

- 尋找接待家庭

依照小朋友內心渴望的理想家庭，節目團隊會尋找媒合一個合適的接待家庭，而接待家庭篩選的考量點包括：有接待新成員的動機、願意整天被跟拍、有一套自己獨特的教養方式；確定接待家庭後，會選定換爸媽實驗的拍攝時間，緊接著與他們共同討論七天換爸媽行程，以他們的日常為主。

- 換爸媽實驗實拍

換爸媽實驗旅程共七天，第八天離開，製作團隊從打包行李的那刻開始跟拍、到接待家庭生活七天的過程全都錄，拍攝過程團隊盡量與被攝者保持距離，以半紀錄的方式進行，1~2 天亦會抽時間拍攝後攝訪，談談每個重要當下與決定發生的心情與想法，每天拍攝結束前也會讓實驗者自拍影像日記，訴說當天的心情；在製作團隊不在的時候，以會在實驗者經常出沒的房間、客廳或公共區域安裝 gopro 以及監看器紀錄。



圖說：系列3 品萱

- 實境影片腳本撰寫與剪接

二位實驗者的換爸媽旅程結束後，下一階段實驗者與家長將被帶進棚內一起觀看整個實驗過程，為了趁挑戰者記憶深刻時，二組企劃與導演將在8~10週內合作完成共20支影片，每支長度約7~10分鐘，棚內訪談主持人大需與親子專家馬大元，會引領實驗者與家長共同觀賞實境影片，一邊觀看、一邊進行訪談與親子對話。



圖說：系列3 駿安

- 播出腳本撰寫與剪接

一系列共三集，二位實驗者換爸媽的外景實境與棚內訪談相互穿插，企劃與導演預計花一個半月完成三集的內容調光，後製包裝，音效每集完成剪輯後，就會進入調光(709)與後製音效階段，預計花費一個半月。

四、媒體表現與公共服務

- 一場親子教養座談

節目尚未播出，不過為了服務觀眾，舉辦了一場實體座談會，討論目前爸媽最關心的親子議題—手機成癮，馬醫師並針對其他親子疑難雜症提供專業意見。

第三節 公視《東南亞語新聞》

公視《東南亞語新聞》(「公視越南語新聞」、「公視印尼語新聞」、「公視泰語新聞」)週一到週五在「公視主頻」、「公視3台」電視頻道固定時段播出,且每日同步在Facebook三語新聞粉絲頁,及YouTube專屬新聞頻道上”首播”。2023年4月起,每語長度擴充為每日各8分鐘、三語形成一個共計半小時之帶狀新聞節目,同時轉型為每日皆由新住民主播播報形式。



因應新住民與移工依賴手機與數位載具閱聽新聞之習慣,東南亞新聞自開播起便著力在新媒體平台上,透過社群擴散影響力,除了固定發布每日影音新聞外,每逢重大突發新聞事件,像是918地震等重大意外,都於第一時間以「即時新聞」的方式,發布在FB上,不只網路閱聽量6年來穩定成長,每日新聞PO上FB與Youtube後,觀眾留言與討論度相當高,特別是重大災情,觀眾除了熱烈討論新聞事件本身外,更常在留言處相互報平安。

為了持續擴展影響力,印泰越三語新聞除了每日固定製播影音新聞之外,本年度亦錄製了共14集的新聞論壇節目,邀請來賓分別以三語討論新住民、移工相關之時事與議題,於YT、FB、與PODCAST上播出,且於週末時段,不定期推出國內外專題,皆獲得好評。



透過社群網站上的播放，印泰越三語新聞，觀眾群已拓及到這三國當地，以 YT 後台數據為例，印泰越新聞 YouTube 頻道(2018.4~2023.12)共累積 23,108,708 以上之總觀看次數，目前三語加總觀看率每日平均為一萬二千上下，其中以越南語成效最佳。若以閱聽者地區分佈來看，平均 80%左右為臺灣當地，其餘 20%左右為海外觀眾，其中 11%來自越南當地，4.3%來自印尼，其餘為其他國家。而部分重大事件發生時，越印泰三國觀眾甚至多過於在臺灣的三語觀眾。以越南語新聞而言，常出現大新聞當日，越南當地觀看人次比例、佔總觀看次數一半以上，顯示三語新聞除國內固定之新住民與移工觀眾外，亦透過社群媒體，開發出不少越南、印尼等國之固定觀眾。



節目製播經驗分享

公視印泰越三語新聞 2018 年開播，2023 年 4 月全新改版，每語長度擴充為每日各 8 分鐘、三語組成一個共計半小時之帶狀新聞節目，同時也克服外語新聞進棚錄製播上的困難，轉型為每日皆有新住民主播播報的形式。目前三語新聞共計有 16 名輪班的編譯兼主播，其中多數為在台已生活十多年之新住民，五年來，東南亞語新聞團隊培養出極佳的默契、以及高度新聞熱誠，除了平日，每每遇到休假日發生重大新聞事件時，編譯們常自主發動翻譯即時新聞、於 FB 或 YT 上發布，以便讓三語觀眾第一時間獲取正確資訊。



特別是在過去三年疫情期間，東南亞語新聞發揮公共媒體的效力，為三語觀眾，提供正確即時的資訊。2020 年初新冠疫情爆發後，每日新聞資訊量巨大，三語新聞為提供第一手疫情相關訊息，不但大幅增加即時新聞的發佈量，亦同步翻譯、製作圖卡式的衛教新聞，甚至同步翻譯疫情指揮中心每日記者會公布的重要訊息，甚至製作三語疫情專屬網頁，也因此，疫情期間 YouTube 與 FB 觸及人數與觀看次數、呈數百倍躍升，而此觀眾流量也擴散延續至今，至今已於網路上培養出黏著度極強之觀眾，每天新聞下方皆有大量留言，留言內容除熱烈討論、回應臺灣重大時事、以及廣被熱議的新聞議題外，每天都有觀眾留言，感謝有此為特殊語言族群所製作之新聞。



此外，整個東南亞語團隊的編譯，原都是以勞報方式的輪班編譯，2023.4 月改版後，增聘越南語、印尼語各一名全職編譯。雖然沒有記者編制，但東南亞語新聞團隊多年來積極訓練多數編譯兼具採訪能力，讓編譯實地採訪各類型議題、自製新住民、移工等相關政策討論、人物側寫等新聞專題，例如「移工假日聚集地:台中東協廣場」、「印尼政府傳出擬撤僑，在台印尼人如何看待?」、「在台蓬勃的越南美甲產業」……等等，皆在網路上獲得廣大國內外三語觀眾迴響，其中一則「新住民經營水蓮、從移工變老闆」的專題，FB 觀看次數更達 24 萬。



除了固定的每日影音新聞，為了持續擴展影響力，三語新聞除了週末時段會不定期推出篇幅較長的專題報導外，從 2023 年下半年起，也鎖定相關時事議題、錄製了共 14 集的新移民新聞論壇節目，邀請來賓上節目，分別與三語主持人探討新住民、移工相關之時事與議題，像是「移工為何會失聯?」、「ME TOO 事件簿/移工遇上性騷該如何處

理?」、「臺灣通譯制度普遍存在的問題」、「新住民看臺灣總統大選」，還邀請學者以泰語討論「台北曼谷交通大比拚」、邀請在台的越南籍醫師談論「臺灣移工難解的醫療問題」、以及找來台法律系畢業的越南傑出新二代，以越南語暢聊「赴越南攻讀法律研究所之心路歷程」等題目，完製之節目，在 YT、FB、與 PODCAST 同步播出，皆獲得不少回響與好評。



第四節 《新聞全球話》

電視新聞是培養民眾「國際素養」的重要工具，「公視新聞全球話」自開播以來的目標，即是帶領觀眾進入世界各個角落，看看不同的社會、文化與觀點，反思我們身處的時代與環境。

自 2022 年 6 月 6 日起，本節目從原本的深夜 11 點時段、每周播出三天，提前至晚間 6 點半、每周一到五帶狀播出 30 分鐘。改版前後，因應時段與長度的改變，在編排與節奏上有所調整，但維持節目原本的精神與特色。

許多人好奇，30 分鐘能帶給觀眾什麼？事實上，在臺灣新聞台競相 24 小時播出，每節新聞長度動輒延長到兩個鐘頭以上的同時，美國三大電視網以及英國 BBC 晚間新聞，數十年來仍然維持播出半小時。30 分鐘，足以提供觀眾充實而有意義的新聞內容。

也如同歐美主流電視台，重要時段新聞在報導國際焦點的同時，必然也有相當篇幅關心國內重要事務。「公視新聞全球話」選擇國內新聞的原則包括守望環境、貼近民生、以及重大政策分析。

而在報導國際新聞的同時，「公視新聞全球話」更重視凸顯國際與臺灣的關聯性。「看看世界，想想臺灣」是我們一直想要傳達的理念，也就是由國際新聞獲得啟發，透過自己採訪的專題報導，反思國內相關議題的現況與未來發展方向。

正是為了加深臺灣與國際的連結，公視新聞陸續在多地布建駐點記者，定期傳回在各國的第一手觀察。包括美國矽谷、洛杉磯，英國、德國、荷蘭、瑞典、波蘭、南韓、馬來西亞、新加坡，其他地點也在陸續洽談中。

今年另外一項創舉是從六月六日起，在節目中推出全臺灣第一個在新聞節目出現的 AI 機器人--P 帥（P 代表公共電視 PTS），負責一週五天《新聞猜猜看》的 Q&A 單元。目前已經有幾個國家的電視台推出 AI 主播，大多是以真人為原型，公視「新聞全球話」則是結合 AI 技術與電腦繪圖，創造出前所未見的新面孔，而且是由公視製作部動畫組與節目團隊自行研發完成。

P 帥從五官氣質到服裝造型，皆經過長時間的設計、無數次的討論，最後從節目的太空艙背景發想，讓 P 帥穿上時尚版的太空人服裝。而最困難的地方當然是臉部神情，基礎設定是年約 25 歲、亞洲帥哥、具有臺灣特色；看似簡單，卻讓動畫人員做了上百張臉，再經過多次微整型，才雕琢出大家理想中的模樣。

公視新聞部對 P 帥寄予厚望，果然，在新聞直播一亮相就引起網友熱烈討論。雖然未來在技術上、以及應用範圍仍有持續發展空間，但 P 帥目前主持 News Quiz 單元，透過有關新聞內容的猜謎遊戲，加深觀眾對資訊的興趣與涉入感，並且在網路直播時與線上觀眾有互動感；這部分的效果已然達成。



第五章 公視基金會頻道收視與網路服務

第一節 滿意度(分)調查

公視自 103 年 1 月開始，委託市場調查公司，進行電話訪問調查，透過抽樣方法進行分層比例隨機抽樣，收集電視觀眾對各主要頻道的滿意度(分)。103 年公視滿意度(分)調查，由全國意向執行，每兩個星期調查一次，每次完成 250 份有效樣本，調查結果公視 3 台滿意度(分)為 87.8 分、公共電視台 85.7 分、公視 2 台 85.4 分，位居前三名。104 年公視滿意度(分)調查，改由異視行銷執行，調查方式也改成每半年調查一次，每次完成 1,024 份有效樣本，調查結果公視 3 台滿意度(分)84.7 分、公視 2 台 83 分、公共電視台 82.5 分。105 年公視滿意度(分)調查，由全國意向得標，執行結果公視 2 台滿意度 89.2 分、公視 3 台 88.1 分、公共電視台 85.5 分。106 年公視滿意度(分)調查開始，均由異視行銷執行，調查結果公視 3 台滿意度(分)82.5 分、公共電視台 81.7 分、公視 2 台 78.7 分。107 年公視 3 台滿意度(分)81.6 分、公共電視台 81.5 分、公視 2 台 80.5 分。108 年公視 3 台滿意度(分)84.9 分、公共電視台 83.3 分、公視 2 台 84.2 分(108 年上半年)，公視臺語台 82.3 分(108 年下半年)。109 年公視電視台 82.3 分、公視 3 台 79.9 分、公視臺語台 79.5 分。110 年公共電視台滿意度(分)83.0 分、公視臺語台 82.9 分、公視三台 82.7 分。111 年公視三台 85.2 分、公視臺語台滿意度(分)84.8 分、公共電視台 83.8 分。公視頻道滿意度 109 年、110 年為調查頻道中，滿意度最佳頻道；111 年滿意度為 83.8 分，名列第三名。公視三台 111 年滿意度為 85.2 分，為 111 年滿意度最佳頻道。

頻道	107 年	108 年	109 年	110 年	111 年
公共電視台	81.5	83.3	82.3	83.0	83.8
公視三台	81.6	84.9	79.9	82.7	85.2
公視臺語台	—	82.3	79.5	82.9	84.8
大愛電視台	80.5	83.1	81.4	82.6	82.2

頻道	107年	108年	109年	110年	111年
三立臺灣台	76.2	78.2	75.6	77.3	80.0
民視	77.0	77.3	77.3	75.7	76.7
TVBS	76.8	76.3	76.4	78.3	81.3
東森綜合台	76.6	78.0	74.5	77.6	80.1
華視	74.7	77.4	76.1	75.0	77.7
八大綜合台	76.1	78.0	74.4	77.2	79.7
中天綜合台	76.2	73.6	73.9	77.1	79.0
台視	75.5	77.6	76.4	76.5	78.4
中視	75.6	75.5	75.3	74.5	73.5

第二節 《公視+》收視

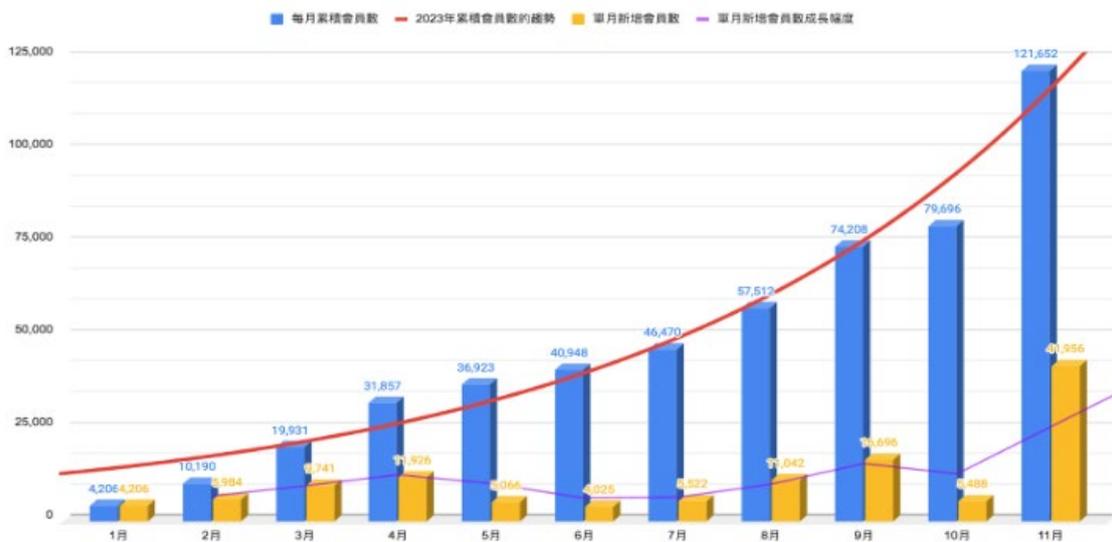
網路帶動了一股新媒體浪潮，影音串流幾乎已經進入戰國時代，公視積極建立多元平台，佈局社群媒體，為了滿足不同的觀眾族群，也不斷提供各項影音相關服務，公共電視推出的《公視+》OTT影音平台在110年有著非常亮眼的表現。直至2023年11月底，《公視+》的會員總數已突破93萬，且會員數每年呈現穩定成長的趨勢。其中《公視+》於同年7月24日重新改版上線，並推出全新的視覺品牌設計，亦配合數位先行策略，大量提升《公視+》影音平台上的獨播內容。

《公視+》2023年第一至三季總上架時數為1371.5小時，綜觀第一季總網頁瀏覽量(Page View)為784,453，不重複網頁瀏覽量為619,095、平均網頁停留時間為02:27、跳出率70.56%。第一季瀏覽量整體呈現逐步往上攀升之樣態。其中又以3月17日-20日，以及3月23日-3月26日的成長幅度最顯著，追溯流量來源為「牛車來去(1-6集免費版)」以及「和平歸來」兩部戲劇影集。2023年第二季總網頁瀏覽量(Page View)

為 917,748，不重複網頁瀏覽量為 716,896、平均網頁停留時間為 02:14、跳出率 68.16%。第二季 4 月為流量最高之月份，追溯流量來源，主要來自電視影集「和平歸來」以及「臺灣國際兒童影展 (2023 年)」。

2023 年第三季總網頁瀏覽量(Page View)為 2,177,398，使用者 310,000、使用者平均參與時間為 3 分 14 秒，皆有顯著成長。《公視+》在第三季流量的高點分別發生在 8 月與 9 月，此時間的重點節目為 U12 與 U18 世界盃棒球賽直播，直播期間公視成立公視體育 YouTube 頻道，並大量後製設計精華影音、成立即時比分聊天室。以 U18 賽事為例，8/31-9/6 在公視系列 YouTube 頻道上共累積 152.3 萬次觀看，並成功將使用者轉換為《公視+》之註冊與觀看行為，兩大賽事讓《公視+》會員數於 9 月突破 88 萬人。

2023公視+會員數變化



此外，採數位行銷策略播映之節目，則在第三季獲得顯著效益，以公視新創短片之「春水奇譚」、「屍舞」為例，本作於今年7月上架《公視+》，並於8月啟動網路社群行銷，說明整體較為顯著行銷成果如下：

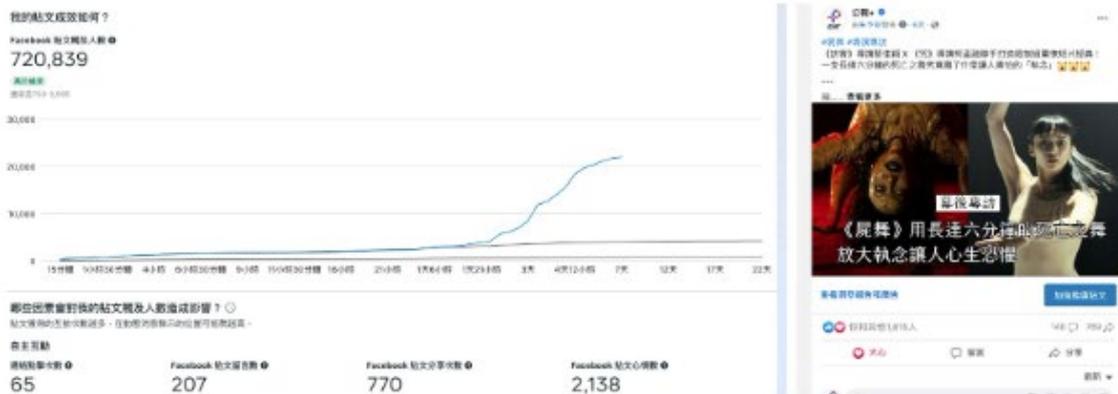
- 春水奇譚
 - 主要以短影音方式操作，分別上架 Facebook 與 YouTube
 - 相較之下，FB 獲得的成效最佳，觸達數高達 195 萬
 - 觸達的使用者性別與年齡比例，則以 35-44 歲女性為多

- 觀看 FB 留言，多為對本片的正向互動（Ex. 好看、好笑，標記朋友關注）
- 觸達亦反映在《公視+》本站的瀏覽量、註冊與觀看次數，為 8/7-8/14 當周排行前段的節目。



• 屍舞

- 主要以幕後訪專題模式操作，文章上稿於劇夠
- 文章再以 Facebook 貼文方式上稿發布
- 本篇貼文成效觸達人數為 72 萬
- 觸達到的流量亦成功轉換到劇夠專文
- 《公視+》轉換效益佳，瀏覽量為當月排名第 7，亦轉換觀看行為，登上《公視+》熱播排行。

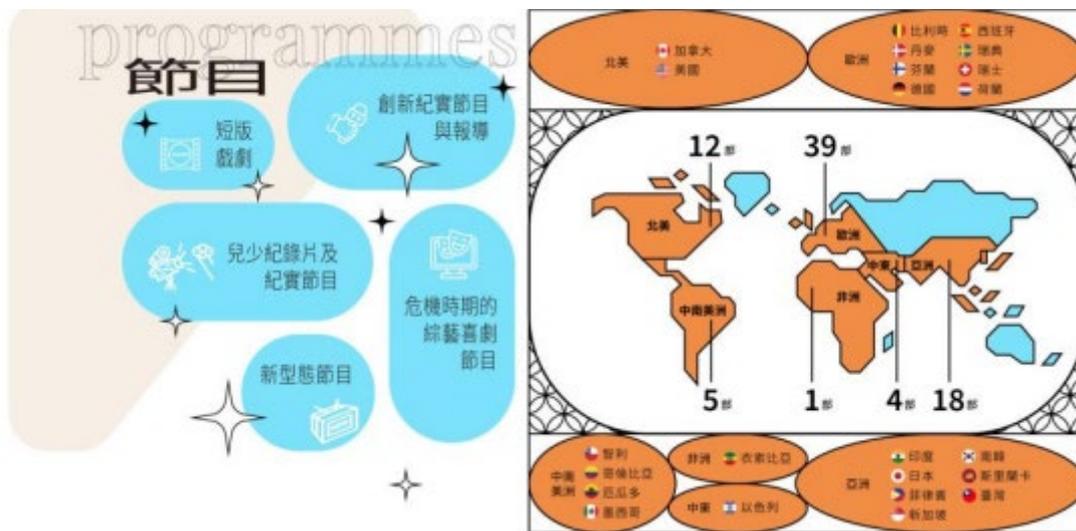


第陸章 效益評估

本計畫預算編列共新台幣 146,633,000 元，實際支出新台幣 142,530,860 元，整體預算執行率 97.2%。公共電視秉持發揮預算最大效益的精神製播各類節目，高畫質電視節目新製時數產量為 1004 小時，較原計畫預定之目標 681 小時，超出 323 小時。整體預估效益共有二大項，分述於下：

第一節 INPUT 匯聚 29 國影視工作者

INPUT 吸引國內外 511 位媒體從業人員與會，共計來自 29 國，為 2023 年度，臺灣媒體界規模最大、觸及國家數最廣的國際活動。於年會前透過業界說明會，巡迴國影中心、文策院、華視、鏡電視等影視單位，成功吸引各單位派員出席年會活動。其中國內參與人數高達 301 人，透過本次年會，國內外從業人員交流製作經驗與節目創意，促進國內傳播產業發展。



公視特邀臺灣三部榮獲國內外獎項肯定的優秀 VR 作品-「無法離開的人」、「紅尾巴」、「窺見生命的奧妙」，搭配臺灣龍頭品牌 HTC 的 VR 設備於 INPUT 現場提供國內外貴賓沉浸式體驗，一窺臺灣的文化、藝術及歷史。五天共計 490 觀影人次，其中外國籍觀影佔總觀影人數之 38%，均對公視 VR 館表達高度肯定。

另外特別企劃的特別單元，邀請三部 VR 作品的導演分享創作經驗，展現臺灣成果呈現給各國公視代表並尋求交流合作機會，單元亮點為：

- 分享威尼斯最佳沉浸式體驗(Immersive)獲獎的臺灣成功經驗
- 進入沉浸式新媒體敘事與創新表現
- 臺灣 XR 創作者國際合製的展望

INPUT 於工作人員招募作業中，特別鎖定傳播及外語相關校系，進行招募宣傳，最終有 116 位報名，錄取 65 位。規劃紮實的培訓及現場演練課程，特邀 TaiwanPlus 外籍講師與國家慶典禮賓團隊資深教師，傳授接待國際外賓的經驗，並於年會現場進行彩排與驗收。

透過實際工作參與，臺灣學生能增進外語能力，和國際團隊直接對話與交流，第一手觀摩許多各國公視的優質節目。



第二節 臺灣國際兒童影展呈現多元議題

第十一屆臺灣國際兒童影展將以雙形式呈現，持續緊鑼密鼓的籌備中，預計於 2024 年 4 月辦理實體影展，隨後於 2024 年 5 月上架《公視+》，辦理線上影展。除此之外，為了延續及拓展影展的宣傳力與影

響力，預計進行為期 3 年的全台公播服務，提供公播機會給學校及其他公播需求機關，落實公共電視為民服務的使命。本公播服務的選片作業以近 7 年全球優質兒童影視作品為主進行篩選，且特別針對歷屆報名過兒童影展、擁有豐富片單的片商進行版權洽談。本案分批進行採購，由「111 年內容產製與應用計畫」與「112 年內容產製與應用計畫」之兒童影像教育推廣應用預算報支。

針對此公播服務的選片作業已選出第二批作品，分別向 Copenhagen Bombay 公司採購「The Seekers」，New Europe Film Sales 公司採購「Gordon & Paddy」，Sola Media 公司採購「Dragon Girl」、「Los Bando」、「Rabbit School」，Playmaker 公司採購「The Three!!!」、「Little Miss Dolittle」、「Mountain Miracle」，Westend Films 公司採購「Lamy's Poem」，Pink Parrot Media 公司採購「My Grandpa is an Alien」，Eesti Joonisfilm 公司採購「Lotte And the Lost Dragons」作為影展宣傳重點影片，並由「112 年內容產製與應用計畫」之兒童影像教育推廣應用預算報支。

風格提案/主視覺-風格D

D-複雜手繪

特色

細節較多的插畫風格
較不易應用



● 提案作品

風格提案/主視覺-風格D

F-實景合成

特色

呈現虛實交錯的趣味性



本屆影展主視覺於10月初確定由平面設計師辜方婕負責，10/19進行四種風格參考圖提案，並選定「實景合成」、「複雜繪圖」為提案方向，11/15進行兩款視覺提案，並選定「實景繪圖合成」為主視覺設計方向，後續於11/20一稿提交、11/27二稿提交，11/30完稿。主視覺完成後，將進行延伸視覺的製作，包含社群頭貼、社群 BANNER、動態用平面套版、散場用贊助 LOGO 字卡、單元字卡、小導演演職表字卡、獎座壓克力背景設計等，以上延伸於2023年年底前完成。

第柒章 結語

依據公視基金會辦理「112年內容產製與應用計畫」專案之執行經驗，《公視+》滿足了使用者的線上需求，公視同時持續深耕體育和多元節目製作，以下是總結此一專案之經驗分享如下：

第一節 《公視+》創新服務

《公視+》串流服務從廣播電視跨足轉型為串流影音媒體，轉型過程不免遇到挑戰，但卻也收穫滿滿，這從閱聽人持續上《公視+》收視，可見其影響力。從收視輪廓的年齡層來看，《公視+》使用者有別於公視現有頻道的收視族群，成功吸引 25 歲至 34 歲觀眾，18-24 歲觀眾群也逐月增加。《公視+》2023 年總上架時數為 529.22 小時，綜觀第一季總網頁瀏覽量(Page View)為 784,453，不重複網頁瀏覽量為 619,095、平均網頁停留時間為 02:27、跳出率 70.56%。第一季瀏覽量整體呈現逐步往上攀升之樣態。其中又以 3 月 17 日-20 日，以及 3 月 23 日-3 月 26 日的成長幅度為最顯著，追溯流量來源為「牛車來去(1-6 集免費版)」以及「和平歸來」兩部戲劇影集。2023 年第二季總網頁瀏覽量(Page View)為 917,748，不重複網頁瀏覽量為 716,896、平均網頁停留時間為 02:14、跳出率 68.16%。第二季 4 月為流量最高之月份，追溯流量來源，主要來自電視影集「和平歸來」以及「臺灣國際兒童影展(2023 年)」。《公視+》會員數在 2023 年 4 月至 6 月的會員數呈現下滑，但直至第二季的新增會員數達到 21,017 人，相較第一季的新增會員 19,661 人，仍有微幅成長。

《公視+》不論在內容和技術上都有提升，公視成立 20 多年來累積豐富的影音內容，種類橫跨戲劇、新聞、紀錄片等。雖然《公視+》也有營運上的考量，但是一定會做好節目服務內容，例如：進入高齡化社會後，大家對養身、醫療等議題都很關心，《公視+》就會提供這類影音資訊給社會大眾，《公視+》的影音內容分類、整理和策展也都是服務的重點。

至 2023 年第二季，《公視+》會員數為 855,654 人。延續至 2023 年 8 月，配合《公視+》在 7 月的改版及其數位先行策略，《公視+》先於 7 月份與 8 月份轉播 U12 世界盃棒球賽以及 U18 世界盃棒球賽，兩大賽

事讓《公視+》會員數於9月突破88萬人。《公視+》流量成效持續成長，《公視+》也持續提供創新內容，擴大服務範圍。

第二節 滿足體育賽事需求

公視賽事轉播一直都受到國人的高度關注，公視基金會也秉持著公共服務的精神，結合公視家族的頻道資源與播映平台，以無廣告的方式，透過高畫質的轉播，滿足全國觀眾公平收視賽事的權利，臺灣選手各項表現都讓人豎起大拇指，鼓舞全民士氣。

「2023亞洲職棒冠軍爭霸賽」以及「2023亞洲棒球錦標賽」，是臺灣國球在2023年收穫豐碩的象徵。藉由這兩項賽事，體育迷同時目睹東京巨蛋與台北大巨蛋的交會；12月3號台韓開幕戰，又是台北大巨蛋的開箱，也是公視體育今年送給所有無線電視體育迷的最大禮物。

名人的關注也帶動全民的參與度，當然不少網友認為關注度很高的原因是因為賽事精彩。同時，將臺灣選手參加世界運動競技場的精彩表現，即時呈現在國人眼前，也吸引國人高度參與。以2023年亞洲棒球錦標賽12月在大巨蛋舉行冠軍戰，中華隊對上日本隊，競爭冠軍寶座，大巨蛋觀賽人潮超過2萬人，再創新高，幾乎逼近大巨蛋滿場的一半，大家齊聲為臺灣選手加油。亞錦賽今天，臺灣選手繼超級循環賽後以0:1敗給日本，雖沒能把冠軍盃留在台北大巨蛋，隊長拿莫·伊漾等4位球員入選大會明星隊卻是各隊最多。

投手教練周宗志也直言這批年輕投手若能再精進控球及決勝球，讓心理層面更強大，未來不可限量。公視體育進行各項賽事轉播，鼓勵國人看待更多元的賽事，讓臺灣觀眾見證運動員的拼戰精神，國人更可以透過電視螢幕和網路，感受運動場上強大的正向力量。

第三節 滿足多元節目需求

公視頻道為綜合性頻道，且作為公共媒體，製作節目的出發點，以公共利益為主，並需平衡關照各種族群的需求。節目涵蓋新聞、戲劇、

藝文、學習、資訊、音樂歌唱、紀錄片等類型，以創新多變、貼近生活的展演形式，提供多元價值交流的平台，服務各類觀眾。在有限的資源下創造無限可能，公視持續深耕品牌價值，這幾年來許多節目建立叫好又叫座的口碑，已被社會大眾肯定，也為臺灣影視產業立下新的標竿。

例如，以內容產製預算製作的節目，包括《藝術很有事》等節目，播出後即獲得各界肯定。《藝術很有事》是有觀點、多單元的全外景藝文節目，以藝術和藝術家為主體，策展為導向，每集以一個主題為核心，跨界探索藝術的創作內涵。入圍第 56 屆金鐘獎「人文紀實節目獎」、第 20 屆卓越新聞獎。受邀於德國慕尼黑建築博物館的「臺灣行動！與社會對話的建築特展」及英國倫敦建築嘉年華展出。

此外，公視叫好又叫座的《誰來晚餐》節目，以「家庭關係」作為不變的主軸，呈現臺灣各地多元而豐富的家庭故事。《誰來晚餐》的核心和最有魅力之處一直是家庭故事。由家庭縮影中看到每個時代氛圍、社會變遷和家人正面對的困難與挑戰。因應新媒體趨勢，推出多支 3-6 分鐘短片，擴增在網路上的能見度。《誰來晚餐》第 12 季榮獲金鐘獎第 56 屆生活風格節目獎、第 21 屆國人自製兒少優質節目五星獎及促進性別平等教育獎，是公視叫好又叫座節目。

《文化部補助「112 年內容產製與應用計畫」結案報告》全文完

附錄一 各類型節目播出時間表

1. 新製學齡前兒童節目共 15 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
水果冰淇淋	15	2023/7/31-2023/9/29

2. 新創學齡兒童節目共 8 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
換個爸媽過幾天	8	2024/5/19~2024/8/11

3. 青少年新媒體節目 2.5 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
青春發言人 5	2.5	2024/3/10~2024/09/29

4. wawa 哇! 共 1 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
wawa 哇!	1	2023/03/07~2023/04/25

5. 新創兒少節目共 0.5 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
鹹魚小隊	0.5	2024 年 8 月

6. 公視表演廳共 12 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
笠山之歌	2	(尚未播出)
墨具五色	2	(尚未播出)
樂·極致	2	(尚未播出)

執行成果說明	總時長	播出時間
罪·愛	2	(尚未播出)
波	2	(尚未播出)
武動三國—她的凝視	2	(尚未播出)

7. 藝術很有事共 5 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
藝術很有事	5	2023/4/27- 2024/02/01

8. 口述影像節目共 29.5 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
我的婆婆怎麼那麼可愛(口述影像)	20	2023/12/04- 2024/01/26
浩克慢遊(口述影像)	5	2023/11/04- 2023/12/16
李天祿的四個女人(口述影像)	3	2024/1/13
半島風聲相放伴(口述影像)	1.5	2024/1/6

9. 誰來晚餐共 15 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
誰來晚餐 15	15	2023/11/24 起播出-

10. 一字千金 筆武大匯共 26 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
一字千金 筆武大匯	26	2023/7/2-2023/12/24

11. 身心障礙議題節目共 2 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
極樂世界之好好出門	2	(尚未播出)

12. 公視主題之夜 SHOW 共 30 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
公視主題之夜 SHOW	30	2023/4/21-2024/2/2

13. 獨立特派員共 45 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
獨立特派員	45	2023/2/22-2023/12/27

14. 我們的島共 40 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
我們的島	20	2023/7/10-2023/7/17 2023/8/28-2023/12/25
我們的島 阿聰現煮 時-島的行動客廳	6	2023/3/19-2023/6/4
我們的島 Podcast	14	公視+2023 年播出

15. 行走 TIT 共 17 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
行走 TIT	17	2023/8/27-2024/4/28

16. 公視東南亞語新聞共 114 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
1.公視東南亞語新聞-公視越南語新聞	114	2023/3/13-2023/12/11

執行成果說明	總時長	播出時間
2.公視東南亞語新聞-公視印尼語新聞 3.公視東南亞語新聞-公視泰語新聞		

17. 新聞全球話共 128 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
新聞全球話	128	2023/1/2-2023/12/29

18. 國內外優質戲劇採購共 49 小時

類型	執行成果說明	總時長	播出時間
戲劇	淺田家	2.0	2023/07/09
戲劇	完美搭檔	2.0	2023/07/16
戲劇	叔叔	2.0	(尚未播出)
戲劇	養老金都沒了	2.0	2023/06/11
戲劇	老媽我獨自生活	2.0	2023/05/14
戲劇	電影之神	2.0	2023/08/20
戲劇	父親	2.0	2024/01/21
戲劇	最美的相遇	2.0	2023/06/10
戲劇	重返犯罪現場 20	22.0	2023/08/02-2023/08/31
戲劇	陀陀	0.3	2023/07/02
戲劇	演習	0.5	2023/12/24
戲劇	燒	0.3	2023/09/17
戲劇	大日子	0.5	2023/10/08
戲劇	午夜節拍	0.5	2023/08/13
戲劇	防己	0.5	2023/08/20
戲劇	山中怪人	0.5	2023/09/24
戲劇	跳繩	0.5	2023/10/22
戲劇	橋頂少年	1.0	2023/11/26
戲劇	同床	0.5	2023/10/15
戲劇	送行	0.5	2023/12/03
戲劇	鍵盤俠	0.5	2023/11/05

類型	執行成果說明	總時長	播出時間
戲劇	我的姊姊	5.0	2023/09/29- 2023/10/12

19. 幼兒節目採購共 64.5 小時

類型	執行成果說明	總時長	播出時間
兒少	柏靈頓熊熊歷險記	13.5	2023/09/27-2023/11/02
兒少	藍色小精靈	13	2023/11/03-2023/12/08
兒少	侏羅紀世界：白堊冒險營	10.5	2022/05/04-2022/05/26
兒少	瑪莎與熊	17.5	2023/12/20-2024/2/8
兒少	吉娃斯愛科學 4	3.5	2023/12/11-2023/12/19
兒少	甜心兔第 5 季、第 6 季	6.5	2024/02/15-2024/04/26

20. 紀錄片購片共 13 小時-紀錄觀點

類型	執行成果說明	總時長	播出時間
紀錄片	Generation K-Pop	1	(尚未播出)
紀錄片	iHuman：未來的未來是現在	1	2023/07/06
紀錄片	The Spy in your Mobile	1	(尚未播出)
紀錄片	The Rise of Wagner	2	(尚未播出)
紀錄片	金門留念	1	2023/10/26
紀錄片	Wanted - The World 's Most Dangerous Arms Dealer	1	(尚未播出)
紀錄片	In The Grip Of Gazprom	2	(尚未播出)

類型	執行成果說明	總時長	播出時間
紀錄片	山頂小屋	1	2023/12/28
紀錄片	九槍	1	(尚未播出)
紀錄片	Assassins- Brudermord in Kuala Lumpur	1	(尚未播出)

21. 生態與藝術文化紀錄片共 64 小時

類型	執行成果說明	總時長	播出時間
紀錄片	從巴黎到羅馬:貝特妮的甜蜜生活	4	2023/04/11-2023/04/14
紀錄片	動物鄰居幫幫忙	2	2023/06/17-2023/06/24
紀錄片	阿爾罕布拉宮的美麗與哀愁	2	2023/08/10-2023/08/11
紀錄片	西伯利亞虎重返大地	1	2023/08/12
紀錄片	卡達 沙漠珍珠	1	2023/08/19
紀錄片	阿爾卑斯山腳下的仙境	1	2023/08/26
紀錄片	騎鐵馬遊日本	6	2023/07/27-2023/08/31
紀錄片	幕後神之手:陶瓷修復師	1	2023/05/15
紀錄片	西表島的自然脈動	1	2023/06/20
紀錄片	保羅的墨西哥食記	3	2023/09/11-2023/09/13
紀錄片	貝特妮尋寶第二季	5	(尚未播出)
紀錄片	特寫維梅爾	2	2023/11/09-2023/11/10

附錄一 各類型節目播出時間表

類型	執行成果說明	總時長	播出時間
紀錄片	塞尚:超越肖像畫	1	2023/12/12
紀錄片	夜晚的喧囂:霍普	1	2023/12/11
紀錄片	印象畢沙羅	1	2023/11/13
紀錄片	從前從前在肯亞	2	2023/09/02
紀錄片	加拿大奇蹟 極北之地	1	2023/09/16
紀錄片	河馬王	1	2023/09/30
紀錄片	漫步雲端:世界篇 3	6	2023/09/21- 2023/11/02
紀錄片	空中看塔斯馬尼亞	1	2023/09/14
紀錄片	驚奇的野狗家族	3	2023/11/11-2023/12/02
紀錄片	雪橇犬出任務	1	2023/12/09
紀錄片	動物秘密一籬筐 海洋間諜	4	2023/12/16-2024/01/06
紀錄片	珍藏自然 美國國家公園	1	(尚未播出)
紀錄片	放逐世界邊境 巴塔哥尼亞	6	(尚未播出)
紀錄片	環球秘境旅店	6	(尚未播出)

22. 體育賽事轉播及精彩活動共 323 小時

執行成果說明	總時長	播出時間
2023FIFA 女子世界盃洲際附加賽	4	2023/02/19-2023/02/23

執行成果說明	總時長	播出時間
2023WTT 澳門桌球挑戰賽	29	2023/04/24-2023/05/04
2023ITTF 世界個人桌球錦標賽	30	2023/06/05-2023/06/19
2023BWF 印尼羽球公開賽	45	2023/06/16-2023/07/04
2023FIBA 籃球世界盃	24	2023/09/01-2023/09/10
杭州亞運+杭州亞帕運	27	2023/09/24- 2023/10/28
第 58 屆電視金鐘獎	12	2023/10/20-2023/10/21
2023 亞洲職棒冠軍爭霸賽	18	2023/11/16- 2023/12/21
2023 亞洲棒球錦標賽	30	2023/12/03-2023/12/10
臺北最 high 新年城	6	2023/12/31-2024/01/01
WTT 三站	80	(尚未播出)
大衛蓋瑞:狂戀小提琴	2	2024/02/09
丹尼爾霍普:愛爾蘭音樂之旅	1	2024/01/15
維也納音樂會:迪士尼之夜	2	2024/02/10
朗朗初遇古典樂	1	2024/01/16
榮耀巴黎鐵塔演唱會	2	2024/02/09
王羽佳與逍遙音樂會	2	2024/02/11

附錄一 各類型節目播出時間表

執行成果說明	總時長	播出時間
電影音樂會：謀殺之夜	1.5	2024/02/14
電影音樂會：星際之夜	2	2024/02/13
電影音樂會：魔幻之夜	2	2024/02/12
穿越圓山秘境	2.5	2024/02/09-2024/02/13