

109 年公共電視臺語頻道營運 (第四期)結案報告

公共電視

2021/12/24

目錄

壹、本期執行項目與成果說明	3
貳、行銷宣傳成效(含數位經營)與收視表現分析	9
一、行銷宣傳成效	9
二、頻道包裝成效	25
三、數位經營成效	29
四、收視表現分析	35
參、人才育成與培訓	39
肆、頻道執行經驗分享、效益評估與政策建議	44
一、頻道執行經驗分享	44
二、效益評估	46
三、政策建議	49
伍、整體計畫執行收支明細表及決算報告	51
陸、本期應完成工作項目之工作證明	52

公視辦理「109 年公共電視臺語頻道營運」，109 年度企畫書預計製作總時數為 2,141.5 小時，實際製作總時數為 2,376.5 小時。茲依據「109 年公共電視臺語頻道營運」契約，辦理第四期請款作業，並按「109 年公共電視臺語頻道營運」契約書第二條（三）之規定，提出結案報告，內容如下。

壹、 本期執行項目與成果說明

項次	完成工作項目	成果說明
1	完成《寶島大舞台》節目驗收(自製)~1.5 小時	寶島大舞台於每周日晚間十點播出，隔周六下午三點重播。承襲表演廳經驗，專司轉播台語文演出的各種類型表演，提供觀眾豐富多元的台語藝文養分，培養欣賞傳統藝術表演觀眾。本年度共完成 11 場的錄製，共計 16.5 小時，並提前於第三期全數完成提報。
2	完成台語電視電影採購驗收(委製徵案)~1 小時	台語電視電影第四部長片因廠商撤案，改以委製三部台語短片，單集長度半小時，預計電視排播時間為 2022 年 3 月。《此岸彼岸》故事發生在龜山島，一對相愛相殺的母女如何在長年怨懟間和解原諒？《槍聲》描述警察的辛酸苦辣，執法過程中伴隨著危機四伏，菜鳥警員究竟該選擇安身保命還是拚命求業績？《阿英羅曼史》帶領觀眾一探阿公阿媽的愛情故事，數十年的相處是習慣或是真愛？
3	完成外景文化節目驗收(自製)——《大港e 台灣》~6 小時	本節目以外景節目的表現形式、紀錄片的深度訪談及主持人的身歷其境來介紹，從與臺灣歷史發展相關的 10 個港口出發，以探索臺灣發展為經，當地的人文、歷史、自然及常民生活為緯，編織出不同角度的「港口臺灣史」，讓觀眾更了解臺灣與海洋關係以及 400 年歷史的發展。 本系列節目獲得中研院台研所諸多教授協助並擔任顧問。 本節目預計 2022 年 1 月 10 日，每周一晚間 10:00 播出，共 10 集(第三期已完成 4 集提報，本期續行提報 6 集)。
4	完成台語紀錄片採購驗收(委製徵案)~3 小時	臺語台三部委製紀錄片因 COVID-19 三級疫情影響，延至 11 月底結案總驗收，單集長度一小時，預計電視排播時間為 2022 年 3 月。《地下藝人》講述桃園一對黑頭師公兄弟以「弄鏡」（臺灣傳統喪葬科儀裡的技藝表演）馬戲團般的趣味演出為喪家帶來一場嘉年華似的華麗聲光秀。《漂ノ討海郎（正字：飄撇討海人）》是一輩子與海洋為伍的林新永船長帶觀眾欣賞海洋的美麗與哀愁；《別款云境》因疫情影響而調整題目，原紀錄「拚場團隊」作品《勻境》轉為《靈蹤》，以白色恐怖時期遭處決的台獨先驅陳智雄，與他女兒尋父三十年的故事為核心，和觀眾一起追尋誰是陳智雄。

精彩劇照

【地下藝人】



【別款云境】



【飄撇討海人】



【阿英羅曼史】



【槍聲】



貳、行銷宣傳成效(含數位經營)與收視表現分析

一、行銷宣傳成效

臺語台成立週年（度晷）活動

7月為台語頻道慶生月，有別於2019年開台活動在基隆港舉辦。為服務更多台語使用者，周年活動地點以台南為主，企劃了兩場戶外電影院、戶外音樂會等活動。

「鬥陣看電影」戶外電影院

於7月4日、5日於台南市「吳園」舉辦2場戶外電影院，分別播放

《自由的向望》自製短片三部曲、《這間厝 彼个人》名人故居短片首映

執行情形及成果：

7月4日 播放《自由的向望》自製短片三部曲，邀請影評人鄭秉泓與

《自由的向望—吹海風》女主角鄭慕岑參與映後座談。7月4日《自由的向望》座談會（出席：《吹海風》演員鄭慕岑／影評鄭秉泓）參與人次約70人。



7月5日【名人故居系列短片】首映會，主持人：魚夫；故居受訪家屬。參與人次約150人次。



《台語當時行 度睽向前行》音樂會

8月1日《台語當時行 度睽向前行》音樂會由《光榮島轉來》邵大倫、《無事坐巴士》許珣婷擔任雙主持，演出陣容邀請經典台語情歌歌后張秀卿，演唱大家耳熟能詳的台語歌謠；府城在地金曲歌王謝銘祐，欲替眾人雋來感動的台語音樂故事，金音獎最佳搖滾專輯樂團《拍謝少年》充滿熱情與節奏的演出，送予觀眾上大聲的台語音樂能量。

三組演出藝人及公視臺語台的事前宣傳，當天也吸引許多為了參與音樂會特地前來奇美博物館的民眾，雖然當日受颱風影響午後飄起細雨，但現場仍聚集近500人或席地而坐或隨著音樂擺動，沈浸在台語音樂的美好聽覺感受中。本場節目並透過公視YouTube頻道進行線上直播，也讓更多無法到場的樂迷能同步參與。





對外合作宣傳：《灣流音樂祭》、《半島風聲 相放伴》、《半島歌謠祭》活動

10月17日 台大《灣流音樂祭》活動，臺語台在現場擺攤，邀請民眾為臺語台粉專按讚、參加周年問卷填寫及遊戲互動。接觸人數估約500人次。



10月24日、11月7日、11月8日參與《半島風聲 相放伴》、《半島歌謠祭》相關市集活動，為臺語台頻道及節目宣傳，進行臺語台故事解說、台文字卡書寫、填問卷等互動，計逾450位以上民眾參與互動。







2021 年春節宣傳活動

2021 年春節宣傳活動包含兩場實體活動及臺語台春聯全台店家串聯索取。兩場實體活動分別在高雄駁二藝術特區、台中新手書店擺攤，藉由發放台文春聯及紅包袋 DIY（提供六個台文印章讓民眾蓋在紅包上）等活動吸引忠實粉絲及潛在觀眾群，推廣臺語台！除現場活動外，臺語台亦規劃網路推廣短片，邀請邵大倫、阿勇台語 Aiong Taigi、台文博覽會的發起人家銘當主持人，穿插「孩子王樂團」、王昭華老師的訪談及表演來豐富影片內容，提高趣味性。因這幾位來賓的風格不一，有益臺語台品牌推廣，拓展新的受眾！



1 月 30 日 高雄駁二，計逾 600 位以上民眾參與互動。



2 月 6 日 台中新手書店，計逾 200 位以上民眾參與互動。



《全家有智慧》《話山話水話玲瓏》《歡喜進香團》《逐工一句》等節目 宣傳

《話山話水話玲瓏》第一季及第二季節目宣傳，自 2020 年 4 月 1 日起至 2020 年 12 月 20 日止，計發布新聞稿 18 篇、媒體專訪 1 次，及廣播電台廣告 1 次。

《全家有智慧》第三季開播宣傳，新聞稿 2 次以上、跨媒體專訪 1 次，及廣播電台廣告 1 次。第三季陸續發佈新聞稿計 12 篇，媒體露出逾 62 次。

《逐工一句》第二季宣傳，發佈新聞稿及安排跨媒體宣傳，主持人接受「唐綺陽談星室」節目訪問，另並與《旺來西瓜仙拚仙》兩位主持，上網路(直播)節目《聊聊大明星》受訪。

《歡喜進香團》上檔宣傳活動，包括網路直播贈獎、發布新聞稿、廣播廣告一個月等。

《台語青春 Bàng-gà》台語創作音樂動畫短片 11 月 23 日起在頻道播出，宣傳影片分別在臺語台 FB 平台粉絲專頁及臺語台 YT 頻道露出，並透過跨媒體宣傳，於好事聯播網播出。

「台語有影」品牌，安排雜誌專訪呂東熹台長、《弓蕉園的秘密》周美玲導演、《討債女王》張修誠導演，鏡週刊六月號刊登 8 篇報導。

戲劇節目《做工的人》、《神之鄉》臺語台首播，規劃網路社群平台宣

傳、新聞發布等。

「台語有影」品牌及《弓蕉園的秘密》《討債女王》宣傳

10月16日於高雄鼓山區辦理《弓蕉園的秘密》開鏡記者會。並且發佈新聞稿，共有網路11則、報紙4則露出。

臺語台品牌「台語有影」及作品《弓蕉園的秘密》、《討債女王》宣傳，自3月起陸續安排媒體專訪、節目（含網路）通告，4月12日舉辦《弓蕉園的秘密》試映及記者會，4月22日舉辦《討債女王》試映及記者會。

4月12日舉辦《弓蕉園的秘密》試映及記者會，媒體曝光當日共計9家





4 月 22 日舉辦《討債女王》試映及記者會，當日媒體曝光共計 13 家。



10 月 25 日舉辦《顧巢扶箸仔》試映及記者會，當日媒體曝光共計 20

家。





二、頻道包裝成效

兒歌動畫 MV《咱的歌》

臺語台集結精選十二首台語兒歌經典，推出兒歌動畫 MV《咱的歌》，主題包羅萬千：介紹動物的〈掠毛蟹〉、〈牛恰鵝〉、〈紅狗蟻〉；敘述家人與鄉土情感的〈看月娘〉、〈真勢早〉、〈爸爸威風〉；觀察自然的〈種一欖樹仔〉、〈天頂誰咧飛〉；感受台語音韻的〈竹雞唱歌〉、〈入聲 ap 練習曲〉；還有介紹節慶習俗的〈放天燈〉與數字教學的〈一的炒米芳〉，讓孩子在觀賞的同時，不只能學到多元的台語詞彙，也能激發想像力開啟新視野。





形象短片《這間厝 彼个人》

《這間厝 彼个人》以「記錄臺灣重要人物故事」的初心，從拍攝故居切入，第一季介紹了臺灣著名歌謠作曲家吳晉淮、烏腳病仁醫王金河、鹽分地帶文學作家吳新榮、清末與日治時期重要商界人士許藏春、最早到法國習畫的畫家之一劉啟祥、日治時期臺灣籍街長梁道的故事。

第二季再介紹社會運動文學作家楊逵、文學作家吳濁流、原住民音樂家、詩人高一生、有嘉義媽祖婆之稱的女性醫學博士、政治家許世賢、臺灣第一位留美博士林茂生的故事。

第三季接續再拍攝臺灣膠彩畫之父林之助、有民主先聲美譽的李萬居、第一出版社創辦人柯旗化、臺灣文化協會重要幹部、台南名醫韓石泉、在 228 事件被殺害的台南律師湯德章等。



短片片頭



湯德章故居



韓石泉故居

三、數位經營成效

社群平台的使用者輪廓本就不同，唯有多元廣角化經營，才能觸及更多的閱聽眾，並讓台語文向下扎根，觸及更多年輕人。

Facebook 粉專

公視臺語台臉書粉專，以照片、影片、直播、繪圖等各種貼文方式，增加與粉絲互動。

從臺語台籌備期間，隨即開始臉書經營，截至 2021 年 11 月 22 日止，臺語台 Facebook 粉絲頁，按讚粉絲數 138,349，追蹤人數 158,273。

粉專自開台以來到 2021 年 11 月 22 日止，累計影片觀看分鐘數 1801.5 萬，影片觀看 1 分鐘以上次數 199.2 萬，互動次數 1262.4 萬次。

本季(2021 年 10 月 1 日到 2021 年 11 月 22 日)播出最亮眼的影片是，《孟婆客棧》5 分鐘前導介紹，累計收視時間為 148,470 分鐘。

1,801.5 萬
觀看分鐘數

199.2 萬
影片觀看 1 分鐘以上的次數

2,303.9 萬
影片觀看 3 秒以上的次數

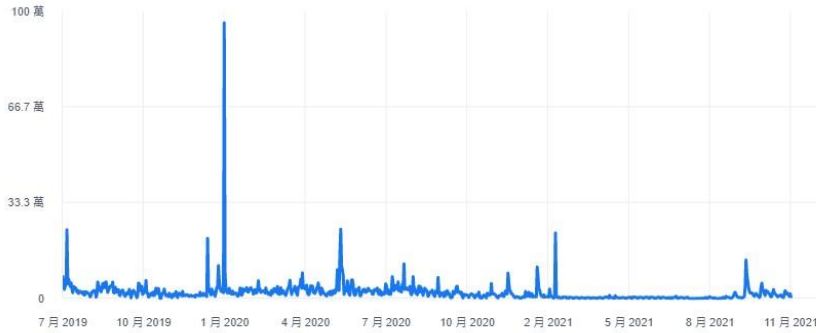
172.1 萬
影片觀看情形

4.7 萬
淨追蹤者人數
▲100% 與前876天相比

觀看分鐘數

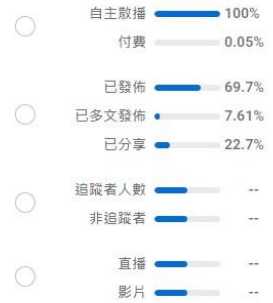
2019年7月1日 - 2021年11月22日

18,015,085 觀看分鐘數 -- 前一段期間



顯示依據：

顯示不同類型貼文的成效



影片

新增日期

觀看分鐘數 ↓

	《孟婆客棧》5分鐘前導介紹	2021-9-28 下午12:16	148,470
	《孟婆客棧》第一單元山伯逃婚 預告	2021-10-15 下午2:55	99,554
	《孟婆客棧》第三單元預告：高手...	2021-11-11 下午4:00	57,462
	《孟婆客棧》第二單元「師父駕到...	2021-10-22 下午3:21	43,890
	《孟婆客棧》第二單元「師父駕到...	2021-10-29 上午11:03	36,537

YouTube 頻道

公視臺語台 YouTube 頻道經營，除了 24 小時不間斷直播，以及節目預告之外，還包含其他節目。例如，寶島鼓仔燈民俗節目，臺灣話話臺灣迷你人文型節目，《這間厝 彼个人》拜訪名人住所的紀錄短片，臺灣新眼界・文化新臺灣人物專訪，展手路人間藝師短片。以及話山話水話玲瓏「俗語講得好」，全家有智慧「台語小教室」，逐工一句，上臺語等台語教學與報導單元。

頻道自 2019 年 2 月設立以來，訂閱人數累計為 34,096 (2021 年 11 月 21 日止)，已經上傳了 3,373 支影片，所有的影片觀看次數 556.2 萬次，觀看小時數 56.2 萬小時。



2021 年 10 月 25 日至 2021 年 11 月 21 日此期間熱門影片

您在這段期間中的熱門影片

影片		平均觀看時長	觀看次數
1	 公視台語台網路直播(部分節目無版權) Tai-gi Live 2021年9月22日	15:07 (-)	63,369
2	 《孟婆客棧》第二單元「師父駕到」方有心篇 2021年10月25日	1:17 (64.3%)	56,239
3	 《孟婆客棧》五分鐘前導介紹 2021年9月28日	2:24 (48.2%)	55,073
4	 心跳加速！10.30公視台語台《顧巢·拔簪仔》心一揪！ 2021年10月26日	0:29 (96.4%)	53,298
5	 《孟婆客棧》第一單元主題 山伯逃婚 李千那, 施易男 預告 2021年10月17日	1:18 (64.9%)	27,516

Twitter 推特

公視臺語台推特成立於 2019 年 3 月，由於推特使用者習慣閱讀短文與新聞，所以主要以推播臺語台各地新聞與週報，以及圖文學台語為主。到 2021 年 11 月 23 日止，累計推文共 2,584 則，累計跟隨者 16,979 人，前 28 日(2021 年 10 月 27 日到 2021 年 11 月 23 日)推文曝光數 241,785 次。

Instagram

公視臺語台 Instagram 成立於 2021 年 4 月，根據報告指出，Instagram 的 18-34 歲使用者佔總體使用者比例為 65%。所以規劃有聲版的學台語，希望更多年輕人可以透過此平台聽學更多台語的相關俗諺。到 2021 年 11 月 23 日止，累計共計有 866 位粉絲，貼文 61 則。過去 90 天(2021 年 8 月 24 日到 2021 年 11 月 21 日)觸及的帳號數量 1,554，內容互動次數 582。

Podcast(聲音數位內容)

公視臺語台 Podcast 節目成立於 2021 年 5 月，由於 Podcast 在臺灣的收聽眾日益增加，且大多於休閒通勤或家務勞動時間收聽，所以製作輕鬆的聲音數位內容，可以讓使用者輕易地聆聽台語文成為一種習慣。

目前共有 23 集節目，累積下載數 12,332 次，觸及最多國家前五名分別為臺灣、美國、日本、加拿大、英國。

四、收視表現分析

公視臺語台自 2020 年 1 月起，委託臺灣艾傑比尼爾森媒體研究股份有限公司(下稱尼爾森)提供電視收視資料，資料內容為四歲以上目標群之 10 個時段平均收視率(TVR)。

以臺語台持續調查的主要時段統計來看，2020 年 8 月晚間 8 點的平均收視率表現亮眼，達 0.26，主要是週一到週三《全家有智慧》第二季首播收視率表現佳，加上週日《老姑婆的古董老菜單》上檔首播，拉高整個月該時段收視率，2020 年 9 月到 10 月，也有《全家有智慧》第二季、週日戲劇《城市情歌》的良好收視，該時段單月平均收視率都達 0.2 以上。

若從晚上主要時段 6 點到 11 點的平均收視率來看，2020 年 7-12 月平均在 0.10 到 0.13 間，2021 年 1-6 月則從 0.10 成長到 0.17。2021 年 6 月平均收視上升到 0.17，除了晚間 8 點時段仍有不錯收視率外，1800 調整節目表後有效改善了收視，1900《下暗新聞》也有明顯成長，2100 時段也是 12 個月的新高點。

2020 年月到 2021 年 6 月期間的個別節目表現，《全家有智慧》有持續而穩定的收視，最高來到 0.40，2021 年推出的自製電視電影《弓蕉園的秘密》《討債女王》表現不俗各有 0.38、0.45 收視率，戲劇《老婆的古董老菜單》則創下這段期間單一時段最高收視紀錄 0.57。

購片電影《龍飛鳳舞》《春花夢露》《這條路的名字叫希望》《兒子的大玩偶(數位修復版)》等都有不錯表現。自製行腳節目《無事·坐巴士》獲得觀眾肯定，收視表現穩定且受矚目，且入圍 2020 年金鐘獎生活風格節目獎，也出現 0.45 的最高收視紀錄。

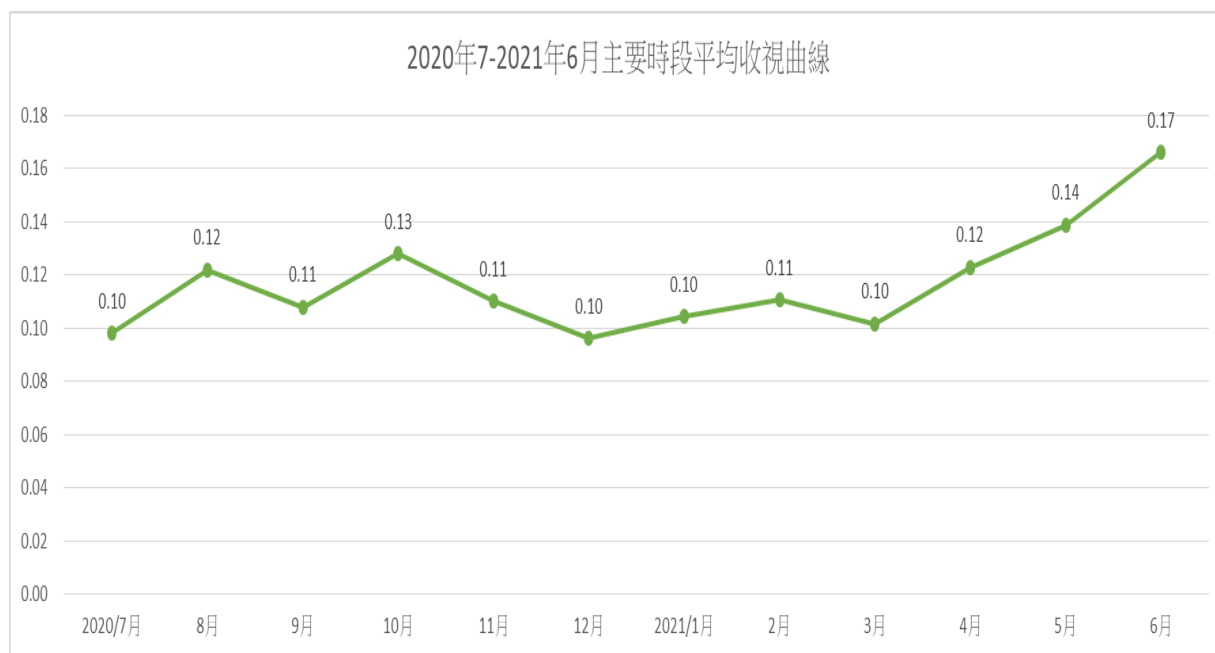
2020 年 7 月至 2021 年 6 月，每月主要時段平均收視率統計如下：

2020 年 7-12 月主要時段平均收視率							
時段	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	平均
1800-1859	0.04	0.05	0.05	0.07	0.06	0.05	0.05
1900-1959	0.07	0.08	0.08	0.07	0.09	0.06	0.08
2000-2059	0.19	0.26	0.21	0.20	0.17	0.16	0.20
2100-2159	0.09	0.11	0.09	0.15	0.09	0.05	0.10
2200-2259	0.10	0.11	0.11	0.15	0.14	0.16	0.13
1800-2259	0.10	0.12	0.11	0.13	0.11	0.10	0.11

2021 年 1-6 月主要時段平均收視率							
時段	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	平均
1800-1859	0.06	0.07	0.06	0.07	0.12	0.17	0.09
1900-1959	0.08	0.08	0.10	0.09	0.12	0.15	0.10
2000-2059	0.16	0.17	0.14	0.17	0.18	0.21	0.17
2100-2159	0.10	0.10	0.08	0.11	0.11	0.14	0.11
2200-2259	0.14	0.14	0.13	0.18	0.17	0.16	0.15

1800-2259	0.10	0.11	0.10	0.12	0.14	0.17	0.12
------------------	------	------	------	------	------	------	-------------

從 2020 年 7 月到 2021 年 6 月的主要時段（1800-2259）每月平均收視率曲線如下：



2020 年 7 月到 2021 年 6 月，個別節目之最高收視紀錄，排名前 25 名之節目如下：

臺語台各節目收視最高紀錄排名（2020 年 7 月～2021 年 6 月）前 25 名			
	節目名稱	收視最高紀錄	播出日期&時段
1	老姑婆的古董老菜單	0.57	20'07/26 2000-2059
2	城市情歌	0.52	20'10/11 2100-2159

3	龍飛鳳舞	0.46	20'10/31 2200-2259
4	春花夢露	0.46	21'05/08 2200-2259
5	我的婆婆怎麼那麼可愛	0.46	21'06/14 1300-1359
6	討債女王	0.45	21'04/25 2000-2129
7	無事坐巴士	0.45	21'06/05 1800-1859
8	這條路的名字叫希望	0.44	20'11/15 2000-2059
9	【過年看電影】 阿紫	0.43	21'02/13 2200-2259
10	全家有智慧	0.4	21'06/21 2000-2059
11	深夜食堂 2 電影版	0.38	21'01/24 2000-2059
12	弓蕉園的秘密	0.38	21'04/18 2100-2129
13	蜂台灣-台灣蜂類生態影片	0.38	21'06/26 1730-1759
14	兒子的大玩偶(數位修復版)	0.35	21'04/03 2200-2259
15	蚵豐村	0.35	21'05/15 2100-2159
16	下暗新聞	0.35	21'05/28 1930-1959
17	阿里山百年記憶	0.35	21'06/06 1730-1759
18	戀戀風塵	0.34	21'04/10 2200-2259
19	阮氏碧花與她的兩個男人	0.34	21'06/05 2100-2159
20	歡喜進香團	0.32	20'10/25 1830-1859
21	在台灣的故事	0.32	21'02/09 2200-2259
22	後山日先照	0.31	21'05/28 1100-1159
23	【寶島大舞台】 寶島歌王歌后演唱會 文夏 90 音樂大會	0.3	20'10/18 2200-2259
24	地球:奇蹟的一天	0.3	21'01/31 2000-2059
25	來去東南亞	0.3	21'03/07 2100-2159

參、人才育成與培訓

中教大產學合作

與國立台中教育大學臺灣語文學系產學合作，辦理台語媒體傳播與製作系列演講，自 10 月 6 日至 12 月 15 日每週二下午在中教大 F203-2 教室舉行，共完成計 10 場次，及 1 次公視臺語台導覽座談。





2020「台語口說表演工作坊」

為培養台語表演人才，臺語台 2020 年再度與台語劇團「阮劇團」合作辦理「台語口說表演工作坊」(共 10 堂)，地點從台北移師嘉義，招收學員共 30 名。前 7 堂講座課由劇團台語指導林瑞崐、真雲林閣掌中劇團團長李京曄擔任講師，課程包含生活台語、文法與正音、聲音表情及角色情緒訓練等，期間也邀請《生生世世》演員陳婉婷客座講課，分享台語表演經驗。最後三堂實作課由阮劇團師資帶領學員進行《熱天酣眠》讀劇排練，並於期末進行成果發表，透過漸進式課程設計，增進學員口說表演能力。



節目主持人培訓課程

為培養節目《其中必有緣故》台語主持新秀，行企中心與節目中心合作辦理徵選培訓，並與台師大、中教大、成大台文系所合作於在北中南三區海選面試，選出 20 名學員參與為期 4 天的培訓計畫。培訓課程第一

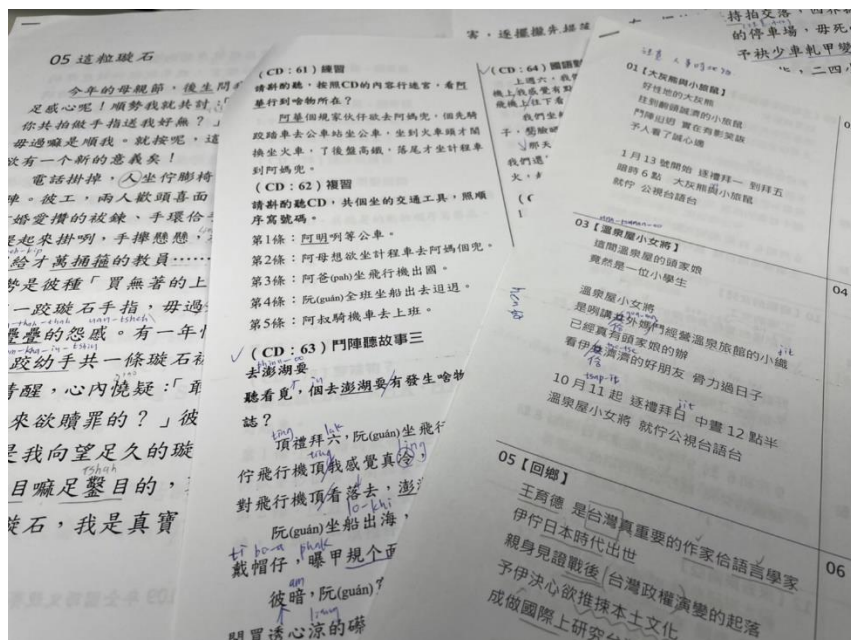
週於嘉義由阮劇團進行表演訓練，開發學員肢體表演，第二週於台北舉辦，透過實境解謎遊戲及議題遊戲，觀察學員團隊合作和語言表達。最終決選出 8 位成為節目主持群，其他學員也納入人才庫，未來視需求擇優錄用或予以推薦，以提高人才培訓的功效。



配音課程（內部教育訓練）

為增加頻道預告影片配音多元性，行企中心 2021 年 2 月辦理台語配音教育訓練課程，邀請資深配音員林凱羚擔任講師。課程包括「咬字、發聲與變聲、聲音表情概念」、「文本與情境聲情練習」、「廣告文案聲情練

習」，共有 10 名同仁參與課程。三堂六小時課程中，講師帶領同仁透過實作練習，了解台語配音的要領與注意事項，並於課後實際上線配音。



肆、頻道執行經驗分享、效益評估與政策建議

一、頻道執行經驗分享

1. 2019 年《臺語台》開台，95%即定頻在第 14 台，2020 年 7 月滿周年後，《臺語台》定頻第 14 頻道已達 100%，對於收視習慣與聲量的提昇都相當正面，同時也帶動主頻公視第 13 頻道的知名度。
2. 由於節目自製與新播時數比例規定，2019 年《臺語台》節目的新播時數自製率，達 64%；因為人員陸續到位，加上台語製作人才的培訓，2020 年起，《臺語台》新製時數的自製率，提升至 71%，對於一個新頻道而言，新製時數自製率的提升，對於節目的收視更有所幫助，2019 年主要時段收視(18:00—2300)，約 0.11；2020 年，主要時段收視已提升至 0.13。
3. 《臺語台》的預算因為屬於補助性質，預算僅限於經常門，部分設備器材、製播人力雖有公視的協助，但大部分仍需仰賴租用或委外，增加了製作成本與行政流程；其次，由於人事預算有 20%上限的限制，在人員聘用上受到限制，而且 108 年先以定期人員任用，根據法令，相關人員陸續轉為不定期人員，人事成本也相對增加。幸好透過溝通，文化部以行政函文暫時打破

20%上限，讓《臺語台》的運作稍微順暢，但未來須透過修法，讓人事、預算，能夠穩定發展。

4. 臺語頻道承載台語文團體與本土語文教育者之期待，特別是台文字幕的運用，受到各界極大關注，由於台文字幕是台語文社團、學界極力推動的目標，也與教育部的政策符合，更與《臺語台》製播方向具有一致性。雖然開播之後，有不同聲音反映，但第二年之後，已逐漸受到肯定與認同，也影響客家團體對於客家電視台字幕的討論，並開始規劃客語字幕的可能性。
5. 前面所述，由於《臺語台》屬於補助性質，目前組織上為隸屬於公視組織下之一級單位，位階與組織受到限制，但又被賦於類似客家台、原民台等族群頻道的期望，但因定位不明，執行層面常常曖昧不清，部分層面視為獨立的頻道(如客家台)，有時又視為公視一級單位，未來組織與定位實有檢討必要。
6. 文化部編列的台語頻道預算，總額雖為四億元，但其中一億由華視執行，《臺語台》實際預算不如客家台、原民台，加上華視仍具有商業台特性與包袱，在節目製作執行上，常不如預期或延宕，甚至播出版權仍須協商，以致無法配合《臺語台》節目整體的排播或規劃。

二、效益評估

1. 《臺語台》一年的預算，實際上比《客家台》、《原民台》還少，但開台後，年度新製節目的時數與自製率，均超過相似的族群頻道，而且也帶動台語族群的自我認同度與學習母語熱誠，整體的台語學習，明顯有擴散作用。
2. 除了原有〈全家有智慧〉、〈話山話水話玲瓏〉節目設計受到台語(文)族群的熱愛與關注，臺灣文化相關的節目〈寶島鼓仔燈〉、〈寶島大舞台〉，不但收視逐漸提升，節目也受到教育、或文化藝文團體的重視，甚至被列為國、高中補充教材。
3. 持續製播的〈逐工一句〉、〈解文說字〉短片，除在網路上受到高度肯定，也成為廣播電台、捷運車廂廣播的合作單位；其他如〈無事·坐巴士〉、〈寶島進香團〉、〈青春·咱的夢〉、〈台灣·好所在〉等，都成功吸引不同族群的興趣，尤其〈無事·坐巴士〉、〈寶島進香團〉、〈台灣·好所在〉、對於年輕與熟年族群，各具吸引力，頗獲好評。
4. 〈電影電影〉單元劇、相關戲劇的重製或購片，國內外生態旅遊人文紀錄片，都成為《臺語台》相當有質感的節目；其他如體育賽事轉播，透過合作，免費轉播少棒、青棒全國賽，減低成本，也受到各級棒球學校的重視與肯定。

5. 專題性質的〈台灣記事簿〉、〈代誌佻大條〉，以及每日新聞，也逐漸走出《臺語台》的特色，各電視台必爭的晚間七點新聞〈下暗新聞〉，收視明顯上升，已拉近與無線頻道的差距，甚至不輸部分無線頻道收視。
6. 《臺語台》的字幕，主要採用教育部版本台語建議用字為主，一般華文字幕為輔，對於台語文正確用字的推廣，具有擴散作用，台語字幕的運用，受到包括中研院、交通大學、台北科大，甚至民間相關語音辨識開發業者、研究單位的重視，《臺語台》已成為前述各界合作單位。
7. 《臺語台》的新聞主播或主持人，一半以上都是台語文相關科系畢業生，專業的台語新聞播報，加上台文編輯的訓練，不但提升台語專業的質感與重要性，也讓社會認知，台語可以是普羅語言，也可以是專業知識傳達的語言，同時也帶動相關台文系所對於台語文課程的重視。
8. 臺灣的影視圈或傳播公司，原都以華語表演為主，透過《臺語台》的節目規劃，也開始注重台語表演的訓練，除帶動部分藝人主動學習台語或台語表演，《臺語台》的戲劇，也吸引製作公司的重視；此外，《臺語台》主辦的相關表演工作坊，更吸納年輕族群主動參與或學習，部分成員已成為《臺語台》節目主持

人或工作人員。

9. 特別的是，「台語微電影」的徵選，吸引許多年輕影像工作者的重視與參與，得獎作品相當傑出，受到評審的肯定；「咱•所愛的歌」兒歌徵選與製作，為臺灣長期以來缺少兒歌傳播的現象，開拓了一個新的視野。

三、政策建議

1. 《臺語台》目前的預算屬於專案性質，每年須送企劃書審查、簽約，預算執行程序較為繁雜，如能成為固定性、非專案性的預算編列，可以減少許行政繁瑣。
2. 由於是專案性質，無法編列設備預算，諸多設備需由主頻公視支援，由於公視設備預算僧多粥少，提供《臺語台》新購設備有限，部分支援設備較為老舊，影響節目品質；另外，部分設備則須以租用方式為之，無形中增加了製作成本；目前 20%人事上限，雖已解禁，但《臺語台》的定位，對於人事的穩定與人員的晉用，仍須積極研擬對策。
3. 電視台黏著度最高的節目是連戲劇，2020 年《臺語台》預算增為 3 億 400 萬，應付一般節目尚可，但仍無法編列高成本之連續劇製作，而華視之台語頻道節目製作，雖協商以戲劇為主，但就《臺語台》主體性及華視的商業特性，《臺語台》的預算應再適度增加以為因應。
4. 在文化部、高雄市政府的支持下，《臺語台》「南部製作中心」已開始進行規劃，包括攝影棚、節目製作都已有執行方向，對於培養在地製作團隊，以及中南部學教之建教合作，促進區域與傳播平權，有正面效應，不過，就長期而言，《臺

語台》是否獨立建台，或擴大「南部製作中心」的規模，對於臺灣傳播生態，以及傳播媒介的平權，需進一步評估，以為因應。

伍、整體計畫執行收支明細表及決算報告

詳如會計師出具簽證報告，請見：

「財團法人公共電視文化事業基金會 協議程序執行報告 109 年
公共電視台語頻道營運 民國 109 年 4 月 1 日至民國 110 年 12 月
02 日」。

陸、本期應完成工作項目之工作證明

項次	應完成工作項目	工作內容	工作證明 (附件：編號)
1	完成《寶島大舞台》節目驗收(自製)~1.5 小時	提供寶島大舞台節目驗收單(自製/1.5 小時)	已提前於第三期全數完成提報。
2	完成台語電視電影採購驗收(委製徵案)~1 小時《槍聲》《阿英羅曼史》	提供台語電視電影驗收單(委製徵案/1 小時)	編號 1
3	完成外景文化節目驗收(自製) —《大港 e 台灣》~6 小時	提供外景文化節目驗收單(自製/6 小時)	編號 2
4	完成台語紀錄片採購驗收(委製徵案)~3 小時《地下藝人》《漂ノ討海郎(正字：飄撇討海人)》《別款云境》	提供台語紀錄片驗收單(委製徵案/3 小時)	編號 3