

2023 公視
PUBLIC TELEVISION SERVICE FOUNDATION 基金會
ANNUAL REPORT 年度報告



2023
公共電視台
年度報告

目錄 Contents

公共電視台

從公視到公廣	04
公視願景與使命	06
第七屆董事會、監察人會成員	08
公視組織與架構	09
【董事長的話】擁抱變革 邁向成長	10
【總經理的話】打破框架 引領未來	11
【年度焦點】 莫失莫忘 變革有方	12
結構轉型，開創公視新角色	13
時代轉折點，PSB 變身 PSM	14
超越疆域，與世界接軌	16
草根革新，凝聚共識	19
【節目百寶盒】 影音七十二變	22
2023 公視大事紀	23
【節目表現】2023 年各類型節目比例與收視觸達	33
【節目表現】2023 年國內外得獎紀錄	35
【公眾服務】 捭闔縱橫 公共服務轉型戰略	39
【公眾服務】公視品牌創造自籌收益	45
【年度行政】財務報告	47

公視臺語台

【台長的話】「台語主流化」的重要基地	54
【活動焦點】 善用全媒體 台語主流化	55
【節目百寶箱】 臺語第一品牌 有看頭	57
【節目表現】節目時數分析	60
【年度行政】財務報告	60

客家電視台

【台長的話】 聲亮影靚 破紀錄个一年	62
營運理念	63
【年度焦點】 有聲有影，諺起來！ 他山之石，國際接軌 旗艦節目，屢創佳績	64 66 67
【節目聚焦】 文化力與號召力，節目展新風貌	69
2023 客家電視大事紀	74
【節目表現】多元指標評量	77
【節目表現】入圍與獲獎	78
【公眾服務】虛實並進，推廣節目、服務觀眾	80
【節目表現】節目統計	84
【收視研究】收視研究與品質	86
【年度行政】客家電視組織架構與預算執行	89

TaiwanPlus

【執行長的話】以台灣視角 與世界對話	92
【活動焦點】 逐浪國際 台灣的全球傳播新局	93
【節目百寶盒】 國內外兼顧 頻道與線上並進	94
2023TaiwanPlus 大事紀	95
【節目表現】節目時數分析	98

中華電視公司

華視公共化里程	100
【總經理的話】公商融合 多元開創	101
【年度焦點】 邁向未來 挑戰高峰	102
2023 華視大事紀	103
【公眾服務】公益活動	107
【獲獎節目】屢獲佳績 備受肯定	108
【年度行政】 華視第二十四屆董事及監察人	109
華視組織架構圖	110
各頻道節目播出時數表	110
財務報告	111
●圖表索引	112

從公視到公廣

- **1980**
行政院長孫運璿先生提出公共電視台的主張。
- **1983**
新聞局提出公共電視節目製作中心計劃草案。
- **1984**
新聞局設立公共電視製播小組，向三家無線電視台徵用時段播出。
- **1986**
節目製作的任務轉由「財團法人廣電基金」下設「公共電視節目製播組」負責。
- **1991**
行政院核定「公共電視台籌備委員會」設置要點，公共電視籌委會正式運作。籌委會委託 7 位專家學者組成《公共電視法》草案立法小組，提出《公共電視法》草案。
- **1993**
行政院將《公共電視法》草案送交立法院審查。
- **1996**
關心公視的文化界人士組成「公共媒體催生聯盟」。
- **1997**
5月31日
《公共電視法》在立法院完成三讀。



- **1998**
第一屆董事會依據《公共電視法》成立，由 18 位董監事組成。
7月1日
財團法人公共電視基金會（以下簡稱公視基金會）成立，公共電視台（以下簡稱公視）同日開播。
- **2003**
12月9日
立法院會三讀通過修正《廣播電視法》、《有線廣播電視法》、《衛星廣播電視法》廣電三法，宣布政府、政黨不得投資廣播與電視事業。
- **2006**
元月3日
立法院會三讀通過《無線電視事業公股處理條例》，為公共廣電媒體集團全面佈局揭開序幕。
元月16日
黎明基金會捐贈華視股份予公視基金會。
7月1日
台灣公共廣播電視集團（以下簡稱公廣集團）揭牌成立。

- **2007**
元月1日
原住民族電視台、客家電視台、台灣宏觀電視（以下簡稱宏觀電視）加入公廣集團。
- **2009**
9月16日
行政院新聞局依《無線電視事業公股處理條例》規定，辦理華視非公股股份收買作業，華視就行政院審議小組審定之收買價格且申請程序完備之非公股股東完成股份收買作業。
9月28日
財團法人原住民族文化事業基金會（以下簡稱原文會）取得法人證書正式成立，執掌原住民族廣播、電視專屬頻道之規劃與普及服務的媒體自主權。
- **2014**
元月1日
原住民族電視台離開公廣集團，由財團法人原住民族文化事業基金會獨立營運。

- **2017**
12月31日
在僑委會政策性考量下，台灣宏觀電視完成階段性任務，停止對海外的衛星放送，正式畫下休止符。
- **2019**
7月6日
《國家語言發展法》在 2018 年 12 月 25 日在立法院三讀通過，公視在此基礎下設立「公視臺語台」，並在 2019 年 7 月 6 日開播。
- **2022**
6月10日
國際影音串流平台 TaiwanPlus 於 2022 年 6 月 10 日起由公視基金會辦理營運。
- **2023**
6月21日
《公共電視法》部分條文修正案公布施行，推動公共媒體的轉型升級。

公廣願景

感動國民、躍動國際

(第七屆公視基金會董監事暨主管策略會議及第七屆第八次董事會議決議)

公廣使命

1. 因應數位挑戰，開展多平台公共服務。
2. 推動永續創新，帶動影視音產業發展。
3. 提供高品質、可信賴資訊，引領優質資訊生態。
4. 製作高共鳴、受喜愛內容，共創國人日常美好。
5. 在地深耕，扣緊台灣脈動，促進公民社會發展。
6. 服務弱勢，推展終身學習，豐富多元文化。
7. 連結國際，傳遞台灣價值。

公廣三年目標

1. 推動公共電視法完成修法，奠定公廣集團發展所需之法制基礎。
2. 加速數位轉型，「公視+」成為國人最常使用的本土 OTT 影音平台。
3. 完成階段性組織再造，強化經營效能及數位管理機制。
4. 樹立新聞生態標竿，公廣集團的頻道及平台成為各收視族群最信賴的媒體品牌。
5. 扮演影視產業活水，公廣集團帶動台灣影視產業走出新路，耀眼國際。
6. 平衡台灣區域發展，公廣集團南部製作中心成為南台灣影視產業發展的關鍵基地。
7. 提升多元族群服務，其中台語台與客家台成為多元文化數位服務的第一品牌。
8. 建構國際傳播網絡，TaiwanPlus 成為具國際影響力的媒體品牌。

策略方針

1. 凝聚並提出本會關於公視法修法意見，營造修法的有利環境與社會支持。
2. 開拓財源、整合資源，挹注內容產製，包括發展異業 / 同業多型態策略合作模式，引導產業資金進場。
3. 強化集團成員彼此之間的策略合作與資源整合，發揮集團整合綜效。
4. 開發本土 IP，創造多元應用。
5. 製作具台灣特色之科普、媒體素養等教育性節目，建立兒童與青少年學習領域的領導地位。
6. 爭取提高台語台、客家台經費，強化其數位服務，並提升內容產製的品質。
7. 強化製播多語言、多族群新聞與節目，展現公共媒體的多元價值與公共性優勢。
8. 推動數位優先、員工為本的組織改造及教育訓練，並擴大數位內容及服務的資源配置。
9. 增加公廣集團新聞資訊產製的資源投入，特別是數位服務的經費與人力。
10. 擴大「公視+」平台規模，以多元、動態的營運模式，擴大平台觸及率與影響力。
11. 強化 PeoPo 公民新聞平台的社區連結，成為地方公共利益資訊的樞紐。
12. 深化公眾參與，開展內容產製、決策諮詢的線上參與機制。
13. 擴大與全球公共媒體的交流，互相取經，並發展合作關係。
14. 順應世界局勢變化，製播相關節目提升國人之國際觀。

第七屆董事會、監察人會成員 (2022年5月20日上任)

職稱	姓名	現職
董事長	胡元輝	公視基金會董事長；中華電視股份有限公司董事長
董事	王俊博	智冠科技股份有限公司董事長兼總經理；中華網龍股份有限公司董事長（智冠法人代表）；藍新科技股份有限公司董事長（智冠法人代表）
董事	王燕杰	公視基金會製作部燈光師；台北市產業總工會副理事長；全國傳播媒體產業工會理事
董事	朱國珍	臺灣師範大學講師；臺北藝術大學講師；作家、廣播與電視節目主持人
董事	李志德	2022年11月9日辭任
董事	林寬裕	2023年2月1日辭任
董事	林耀南	天主教輔仁大學國際及兩岸教育處國際教育長；輔仁國際書院院長；企業管理學系教授
董事	施振榮	財團法人智榮文教基金會董事長；財團法人雲門文化藝術基金會董事長；科文雙融公司董事長
董事	洪馨蘭	高雄師範大學客家文化研究所教授；客家委員會委員；文化部臺灣非物質文化遺產推動會委員
董事	徐瑞希	2023年12月1日辭任
董事	孫嘉穗	東華大學民族語言與傳播學系教授；臺灣歐洲聯盟中心諮詢委員
董事	郭力昕	政治大學傳播學院兼任教授
董事	陳湘琪	臺北藝術大學劇場設計學系及電影學系教授
董事	黃心健	新媒體藝術家及VR導演；元宇宙大聯盟理事長；臺灣師範大學設計學系特聘教授
董事	黃兆徽	臺灣人工智慧實驗室（基金會）內容執行長；臺灣事實查核教育基金會、臺灣媒體觀察教育基金會董事；臺灣大學新聞研究所實務教師兼任助理教授
董事	舒米恩·魯碧	歌手；阿米斯音樂節策展人；米大創意有限公司負責人
董事	廖嘉展	財團法人新故鄉文教基金會董事長；埔里 Butterfly 交響樂團團長
董事	劉昌德	2024年1月28日辭任
董事	盧彥芬	財團法人兒童文化藝術基金會執行長；臺東縣故事協會總幹事
常務監察人	劉啟群	臺灣大學管理學院教授；臺灣大學金融研究中心主任；元大銀行元大人壽獨立董事
監察人	王毓莉	中國文化大學大眾傳播系教授；中華民國電視學會節目自律委員會委員
監察人	高文宏	電影製作
監察人	馬秀如	政治大學會計系名譽教授及兼任教授；政治大學法律系兼任教授；臺灣舞弊防治與鑑識協會名譽理事長
監察人	黃銘輝	臺北大學法律學院副教授

(以上依姓氏筆劃排序，董事、監察人學經歷詳參公視基金會網站)

公視組織與架構

組織概況

本會設董事會及監察人會議，並分置董事長及常務監察人各一人，其組成及職權悉依《公共電視法》及《公視基金會捐助章程》之規定。

本會置總經理一人，受董事會指揮監督，綜理職務範圍內一切業務；置副總經理一至三人，並得視業務執行所需，於副總經理中置執行副總經理一人。

本會設企劃部、節目部、新聞部、製作部、工程部、公服暨行銷部、數位內容部、行政部、資訊部、國際暨策略發展部、秘書室、稽核室。

本會依法辦理之客家電視台，置台長一

人，其組織管理及業務執行規章另訂之。

本會為辦理臺語頻道製播業務，設立臺語台，置台長一人，其組織管理及業務執行規章另訂之。

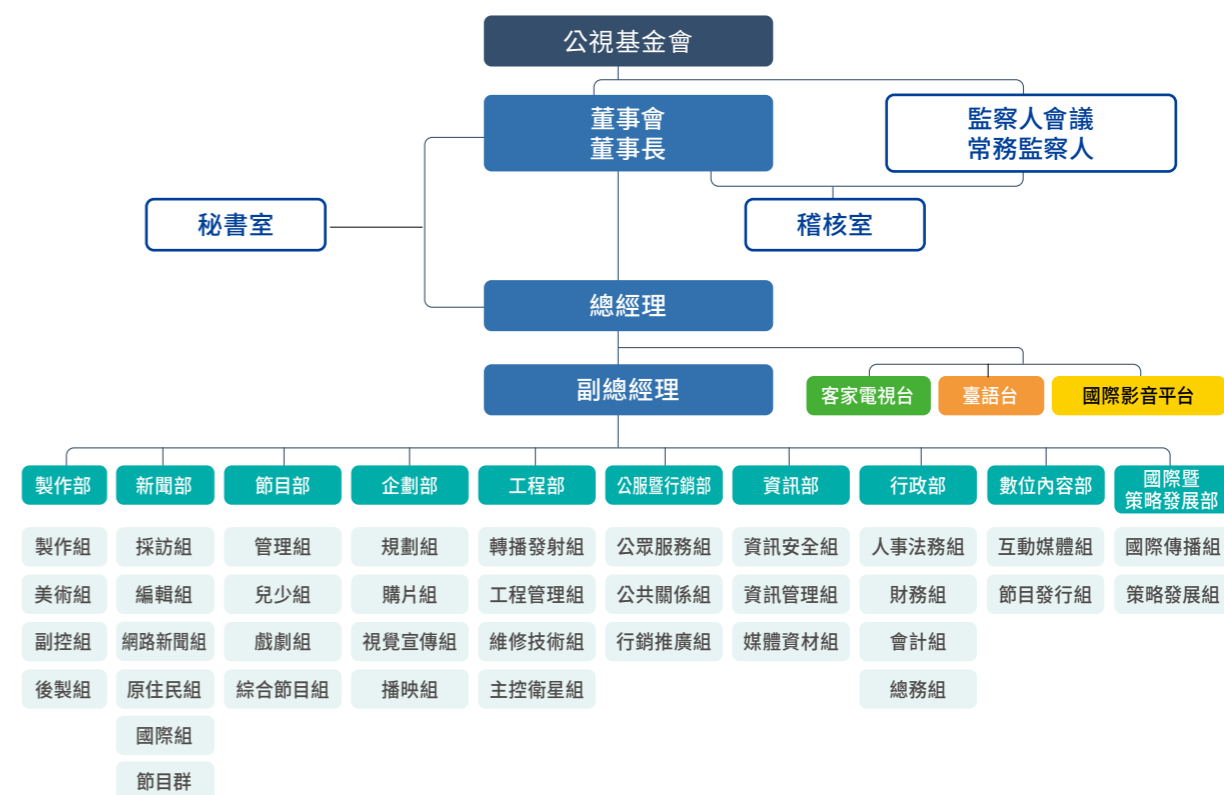
本會為執行國際影音串流平台營運，置執行長一人，其組織管理及業務執行規章另訂之。

本會組織架構如附圖所定。

人力資源

本會依《公共電視法》經營公共電視台、客家電視台、臺語台及 TaiwanPlus，員工共 1,183 人，其中男 591 人、女 592 人。

財團法人公共電視文化事業基金會組織架構圖





董事長的話

擁抱變革 邁向成長

公視董事長

胡元鋒

「挑戰與變革」可說是全球公共媒體近年發展的鮮明特徵，台灣亦不例外。令人鼓舞的是，今年在各方支持及全體同仁努力之下，台灣公廣集團不僅致力變革，而且成果豐碩。

《公共電視法》是公視運作的基本大法，歷經多年及社會各界的努力，今年終於完成該法制訂以來最大幅度的修正，除了打開政府捐贈公視經費的天花板，將族群、區域及國際傳播服務正式納入公視的法定業務之外，並希望公視善用數位科技來推展各項公共服務。毫無疑問，此項修法有助於公廣集團邁向新時代的公共服務媒體。

實則，面對變動不居的社會需求，公視不待修法即已開展多項變革計畫，茲舉其犖犖大者：

一、內容製作：加碼戲劇與紀錄片等製作資源，開發多元內容合作策略。其中《人選之人—造浪者》戲劇於 Netflix 全球上線，不只掀起國內社會運動浪潮，並與全世界民主進行了另類對話。

二、組織改造：公廣集團南部中心正式啟用，平衡台灣區域發展需求；成立數位內容部與 AI 應用工作小組，強化數位轉型。此外，為加速數位服務步伐，更全新改版「公視+」，積極打造本土 OTT 公共服務平台；開創網路公共問責座談，拓展公眾參與機制。

三、國際連結：公廣集團舉辦多項大型國際活動，包括 2023「世界公視大展」(INPUT)、公共媒體數位轉型國際研討會、國際族群媒體高峰會、8K 節目製作論壇等，接軌國際產業發展新趨勢，並串聯國際影視社群。此外，TaiwanPlus 頻道於美國、新加坡落地，亦大步提升台灣與公廣集團的國際傳播能量。

變革來自挑戰，推動變革亦不免遭逢挑戰，但沒有變革就沒有成長。台灣公共媒體的發展到了一個轉折點，基於「感動國民、躍動國際」的願景，我們深刻體認，必須堅定地擁抱變革，才能歡欣地邁向成長！



總經理的話

打破框架 引領未來

公視總經理

徐詠華

2023 年的公視，完成了多項重要任務，也透過變革展現了與以往不同的風貌。

首先是數位轉型。數位內容部在今年正式成立，並且進行「公視+」的改版，這個屬於公廣集團的影音平台，不再是頻道節目延遲收看的另一選擇。「公視+」有了自己首播、獨播、直播的節目，改版之後的「公視+」，內容豐富、節目多元，也成為國人最常使用的國內影音平台之一。

2023 年的世界公視大展 (INPUT) 在台北舉行，這個全球公共電視成員交流的盛會在疫情停辦三年後，第一次恢復實體舉辦，台灣公視很榮幸的獲得了主辦權。5 月 14 - 18 日，共有來自全世界近 30 國，400 多位與會者，一起在台北觀賞全世界公視選出來的最好節目，並做公共價值的論辯與節目創意的觀摩。開幕酒會將台灣夜市小吃搬到 101 水舞廣場，提供無限暢飲的台灣啤酒以及別具特色的官將首表演，讓國際與會者驚艷不已，也做了成功的國民外交。

2023 年的公視戲劇依然亮眼，《牛車來去》叫好叫座，如實的呈現了台灣自農業社會以來的庶民生活與人民情感，獲得當年度金鐘獎最佳編劇獎。《人選之人》這齣政治職人劇將台灣的民主日常透過 Netflix 觸及到全球 190 個國家與地區的觀眾，當年度金鐘獎，更獲得「迷你劇集獎」、「迷你劇集（電視電影）導演獎」、「戲劇類節目視覺特效獎」、「戲劇原創歌曲獎」共 4 項重要獎項。

兒少節目如何創新並在數位時代繼續吸引兒少觀眾收看一直是世界各國公視的一大難題。今年公視以「青春發言人：螢幕背後的人是誰？青少年網路交友詐騙」為年度專題，推出「青春網戀模擬器」的網路遊戲，模擬可能的犯罪陷阱，教導孩子們如何自保，一推出就造成網路話題。也是今年，公視法終於修法完成解除捐助上限，獲得文化部編列兒少預算，開動兒少內容製作與平台、頻道的製播規劃，未來將有更多更好的兒少節目，陪伴台灣的孩子們成長。

回首 2023，我們可以說不斷地試圖打破舊有的工作方式與節目思維，讓更多的可能性發生，也希望讓公視優質的節目，有更大的影響力。誠如本刊主題，今年是變革之年，而這只是一個開始，變革之後更需要韌性與堅持，才能贏得豐碩的成果，讓我們繼續努力。

莫失莫忘 變革有方

年度焦點

Focus Revolution

2023年，是公視的變革之年，從組織再造、數位化轉型、接軌國際到草根連結，都迎來新局。

變革——Revolution——本為天文學術語，拉丁字根revolvere，意為「旋轉、返回」，指天體週而復始的旋轉運行。因而，變革指的不僅是翻轉現狀，也暗含不斷回到初心的努力。公共價值，是公視的出發點，也是目的地，而來自人民的監督力量，成就公視在軌道上維持運轉的根本動力。

1997年，《公共電視法》三讀通過。27年來，傳播環境經歷了巨大變遷。2023年，研議多時的《公共電視法》修正案終於公布施行，重新界定公視角色；此外，經營團隊也推動公視階段性組織再造，發揮綜效，創造更大價值。

公視基金會於第七屆董監事會議中，確立「感動國民、躍動國際」為願景，並完成階段性組織再造和數位化轉型工程，以強化經營效能與數位管理機制，俾使公視基金會在資源配置、內容產製到公服行銷上都能持續加速數位化步伐。

董事會與經營團隊三年任期內的首要目標，即是推動《公共電視法》完成修法，奠定公廣集團發展所需之法制基礎。公視法修正案終於在2023年6月21日公布施行，重新定位了公視基金會在公共服務及產業發展上的角色，包括：提高經費穩定性及運用彈性；完成族群及國際頻道法制化，提升臺語台與客家台多元族群服務；平衡區域發展需求，成立南部製作中心，保障文化多樣性；打造TaiwanPlus為具國際影響力的媒體品牌。公視基金會的營運及定位有了關鍵轉變，公視不再侷限於公共廣電的傳統角色，而躍升為全方位公共媒體。

為因應數位化挑戰，董事會與經營團隊致力於開展多平台公共服務，特別成立數位內容部，積極進行數位內容營運、開發、行銷與推廣。除了經營擘劃OTT串流影音「公視+」平台服務，並運用新媒體科技，推展自委製節目版權發行與衍生商品開發、行銷販售及售後服務，以及合資合製業務開發與執行。

此外，公視也在今年度進行組織重整，整併國際部和研究發展部為「國際暨策略發展

焦點
1

結構轉型 開創公視新角色



公視+的色彩設計以紅、藍色為基底，並展開出不同的漸層，代表出公視+平台上有多元的節目內容，並服務不同的族群。此為+與P的融合，也有無限放大意涵，代表公視+不僅能放大觀眾的視野，也能增幅公共觀點。

部」。除持續加強國際研究與交流，與國際公共媒體社群建立合作關係，規劃執行國際合製外，同時執行本會目標績效管理與品質管控流程作業，蒐集、提供與研究國內外傳播環境與相關產業重要學術資料。

十多年來，公視持續舉辦各種主題的國際研討會和實務工作坊，邀請BBC、NHK、CBC、KBS等各國公共廣電業者進行經驗分享。此外，也積極參與國際組織，傳遞臺灣價值，如公視總經理徐秋華現為PMA董事、公視資深製作人施悅文出任INPUT董事，藉由在國際組織擔任要角，積極發聲，提供具有臺灣和亞洲視角的公共廣電觀點。

除了讓台灣邁向國際，公視也致力讓世界走進台灣。2023年，公視辦理國際INPUT年會，成就臺灣當年度的首要國際盛事。此外，公視與國立政治大學傳播學院也成功爭取到主辦2026年「公共服務傳媒研究雙年會」(RIPE)，這亦將是產學合作、擴大國際交流的里程碑。

焦點
2

時代轉折點 PSB 變身 PSM

變革是對時代的回應，數位科技日新月異，推動著公共廣電（PSB）跳脫原有模式，逐步轉型為公共服務媒體（PSM）。站在歷史的分水嶺，公視不只著眼在既有服務的延伸，更積極運用不同的營運策略與內容產製方式，從串流平台、教育資源網到虛擬實境，在實踐中發掘公視的全新可能。

影音平台

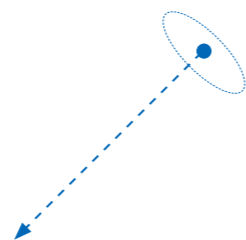
推動數位轉型是公共電視在 2023 年的首要任務，在「公視+」影音平台創立六週年之際，公視除了推出全新網站服務、提供會員全新使用體驗，以及便捷節目檢索功能外，更打造全新 CIS 企業識別系統，展現公視的新概念與新思維。

「公視+」改版後，規劃一系列體育動賽事網路轉播，如 7 月 28 日至 9 月 11 日期間規劃的 U12 與 U18 世界盃棒球賽兩場網路直播，

獲得觀眾熱烈迴響，也讓「公視+」新增會員數達 32,035 人，使第三季成為今年度會員成長幅度之最高的季度。其中 U18 賽事播映期間，「公視+」網站最高同時上線數達到 7,892 人，達當年之冠。同時，公視也啟動 Vtuber 孵育計畫，打造公視 Vtuber 二期生「海月粼粼」，並順勢推出台灣第一個鼓勵 Vtuber 創作者的「金 V 獎」，短短不到 1 個月的時間，便收到 223 件報名。同年 12 月 31 日則在網路直播金 V 獎頒獎典禮活動，藉此走入年輕族群的視野。



公視啟動 Vtuber 孵育計畫，打造出公視 Vtuber 二期生「海月粼粼」



「PTS MOVE 人權桌遊到校服務」

《校園目擊者》桌遊，啟動「PTS MOVE 人權桌遊到校服務」，拜訪全台 13 個縣市，25 所學校與機構，涵蓋範圍包括阿里山茶山國小、澎湖吉貝國中等。

多媒體應用

公視更勇於跨出螢幕，納入新的數位影音形式，舉辦融合 VR、AR、體感遊戲的「妖果夏令營——異視界奇幻之旅」特展。為實踐聯合國 SDGs 永續目標，全場配戴環保 QRcode 手環進場，展期內有近萬人參與，看展滿意度高達 97.6%，優質口碑廣傳，是極具創意的品牌經營活動，為公視 25 週年慶兒少系列活動拉開序幕。

特展一大亮點，乃是由台灣動畫改編、入選韓國 2023「釜山獨立遊戲節」的「妖果小學 VR 電影式互動遊戲——阿刻思的守護者」，遊戲臨場感極佳，令人驚豔。現場也規劃繪畫、布袋、環保盆栽等 DIY 藝術區、妖果 Switch 遊戲區、體感遊戲和 AR 角色拍照等，另有寓教於樂的「交通安全體驗專區」，結合道安講座、動畫與駕車遊戲，深獲家長們與孩子的喜愛。

教育資源網

數位科技的進展，也讓公視多年累積的影音資源有了新舞台。公視推動兒少教育資源網，為教師提供優質的教育內容，讓公視影片成為教師課堂得力助手。除定期更新素材和教案外，也舉辦線上及實體研習活動，並建置每天 24 小時的 YouTube 頻道，持續不間斷的教育服務。2023 年，為深化生命教育議題討論，與國教署普通高中生命教育專科中心共同舉辦北中南東「生命教育新興議題探究論壇」，並推出創新的人權教育研習，搭配資源網開發的



「妖果小學 VR 電影式互動遊戲——阿刻思的守護者」



焦點
3

超越疆域 與世界接軌

透過多元參照點，在革變過程中，找到自身定位。2023 年，公視跨大邁向國際的步伐，在國際會議、國際新聞與國際合製上，收穫甚廣。打破國界的交流，連結不同族群，讓台灣可以吸納來自世界的思想活水，跳脫既有窠臼，在時代變局中站穩立足點。

國際會議

世界公視大展

「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與特色的各類型電視節目播映，與會的全球公視從業人員透過專業討論，不斷挖掘公視的創新可能性，並

深入探討當代公視無可迴避的新局——串流平台與線上影音來勢洶洶，公共媒體該如何產製內容，與公眾連結？

2006 年 INPUT 首次在台灣舉辦，睽違 17 年後，公視在 2023 年再次擔任 INPUT 主辦方，吸引國內外來自 29 個國家、511 位媒體從業人員與會，為當年度臺灣媒體界規模最大、最多國家參與的國際活動。於 2023 年 5 月 14 日至 18 日，舉行為期五日的播映會議，



「世界公視大展」吸引各國媒體從業人員參與，為 2023 年重要之國際活動



「族群媒體高峰會」

共計 26 場次、79 部影片，其中包含 5 部台灣公視的影片。現場討論熱烈，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心規劃的週邊活動。三年來，全球因疫情肆虐而阻絕了實體交流，2023 INPUT 不只是全球公視從業人員的交流會議，更是一場展現臺灣精神與文化的軟性外交活動。

族群媒體高峰會

公廣集團成員之一的客家電視，是台灣第一個族群電視台，也是全球唯一的客家電視，自成立以來即持續製作「他山之石」系列報導，探討全球各地族群如何保存其獨特的語言及文化。2023 年特別主辦「族群媒體高峰會 Ethnic Media Summit」，匯聚來自紐西蘭、挪威、蘇格蘭、加拿大的媒體經營者，以及臺灣族群媒體代表和影視創作者，完成一場連結全球族群共同關注未來發展的盛會。

論壇除了以「族群媒體現況及未來發展」、「在語言與文化挑戰下創造 IP」和「科技浪潮 X 族群媒體」三大主題展開精彩對話，也與毛利電視台、薩米電視台、公視臺語台、原住民族文化事業基金會共同簽署合作備忘錄，開啟未來培育國際傳播人才、促進資源共

享文化交流、共同合製多元影視內容等更多的合作與可能，也為國際族群媒體的多元合作邁開第一步。

國際記者

2023 年 2 月通過董事會決議後，公視新聞部啟動「公視國際記者專案計畫」，期望能讓公視新聞擴展國際視野，克服外購通訊社供稿素材的限制，因此首次於美國、歐洲、亞洲等重要城市聘任國際記者。國際記者從 5 月正式啟動供稿後，12 月底時擴增至 10 駐點（美國矽谷、美國洛杉磯、韓國首爾、英國倫敦、荷蘭格羅寧根、波蘭克拉科夫、瑞典隆德、泰國曼谷，馬來西亞吉隆坡與檳城）。公視國際記者的報導內容，於各個新聞節目中播出，包括晚間新聞、新聞全球話、東南亞語新聞和中畫新聞等，並且陸續被外國媒體轉發。

公視新聞網也開設了「公視國際記者專區」，讓國際記者在多個線上平台上曝光，其中荷蘭記者張語矜專訪了友台眾議員布瑞克曼，探討了荷蘭如何應對中國的威脅，在 YouTube 的瀏覽次數達到了 27 萬次，為當週新聞網瀏覽次數第一。其他精彩報導，如美國矽谷曾清菁曾採訪 Oculus 共同創辦人傑克·

麥考利，探討 AI 與元宇宙未來；南韓首爾楊虔豪，多次即時連線報導北韓突射炮彈及發射衛星；此外，以哈戰爭爆發後，公視也首次獨家與兩地記者合作，以兩方視角真實呈現以色列與巴勒斯坦的戰爭。國際記者站在世界歷史的最前線，不只獲得第一手國際新聞，也有助於提升公視國際形象，增加國際影響力。



公視新聞部啟動「公視國際記者專案計畫」，期望能讓公視新聞擴展國際視野

國際合製

《神木之森：台灣阿里山森林鐵道紀行》由台灣公視與日本 NHK 國際聯合製作，是全世界首度以 8K、22.2 聲道超高影音品質，立體呈現阿里山山林美景和豐富森林鐵道的百年歷史鐵道文化。本計畫導入最新的拍攝技術，捕捉許多絕美景色與獨特鐵道工法，例如 8 字型、Z 路段、馬蹄形工法、百年蒸汽火車修復，也拍攝到尚未營運的純國產檜木列車「福森號」。並邀請知名日本作曲家吉田潔先生和台灣金馬影后桂綸鎂小姐擔綱中文旁白，使得這部紀錄片更加具有國際水準。

節目內容主要圍繞著阿里山森林鐵道的歷史人文、特色車站、自然景觀和人文聚落，不僅是一部精彩的紀錄片，更是一次台日友好合作的典範，將台灣的自然美景和豐富文化展現給全世界觀眾，同時促進國際間的交流與合作。



公共價值並非空洞的概念，
而是來自與土地的真正連結。
公視透過建立公民對話管道、培育在地夥伴、強化問責機制，
傾聽公眾的聲音，
以來自草根的力量與方向感，
作為向前走的基石。

焦點
4

草根革新 凝聚共識

公民對話

《人選之人——造浪者》是台灣第一部講述政治幕僚的職人劇，刻畫在激烈選戰下，政治大局與個人理念間，他們所面對的價值掙扎，並從女性視角出發，道出女性在社會上遇到的各種難題。本劇播出後，其中涉及職場性騷擾劇情掀起一陣輿論浪潮，間接促使許多性騷擾受害者挺身說出過往的性騷擾經歷，波及

甚廣，引發台灣政治圈、藝文圈、演藝圈、教育界的 #MeToo 風暴。

本劇由公視、大慕影藝共同出品，於 2023 年 4 月 28 日於 Netflix 上線，公視則規劃於 10 月 28 日接檔頻道播出。然 2023 年 9 月 14 日，劇中飾演總統參選選人的賴佩霞女士，宣布將以副總統參選人身分，投入現實生活中的台灣總統大選，引起社會討論與對公視高度關注。公視管理團隊考量到此事涉及多

- 本劇榮獲第 58 屆金鐘獎
- ★迷你劇集獎
- ★迷你劇集（電視電影）導演獎
- ★戲劇類節目視覺特效獎
- ★戲劇原創歌曲獎



《人選之人——造浪者》是台灣第一部講述政治幕僚的職人劇

層面議題，為了有更符合公共利益的思考與評估，決議針對《人選之人》播出議題進行更細緻地討論，於 2023 年 9 月 22 日舉辦公民對話交流會議，邀請劉昌德、黃銘輝、范琪斐及林錫輝等各領域專家與會對談。實際到場民眾約 80 位，線上觀看並留言交流者約 460 位，現場發言踴躍，探討深入，提供公視經營團隊多元觀點。

公視在地夥伴

對公共服務媒體而言，公眾不是目標，而是伙伴。公視長期推廣各式公共服務活動，期盼透過深耕在地之草根連結，讓公視影響力深入台灣各地。獨立書店與在地社區連結緊密，且各具營運特色，更是社區文化種子的深耕者，公視與各地經營有成之獨立書店合作，推廣公視節目及公共服務，建立公視的「在地夥



公視在地夥伴文宣陳列

伴」，發展相互支持的長期合作模式。

2023 年共計催生 17 間在地夥伴書店，除具備高度與公視合作意願，亦肩負協助推廣公視品牌形象、節目、公視之友會員，乃至協助傳達公視募款訊息之任務。本專案特別建置專屬網頁 <https://events.pts.org.tw/>



台北飛地書店「公視 x 獨立書店」系列座談——念你如昔映談



公視與您面對面——NPO 代表齊聚一堂

localpartners/，並規劃系列活動，如「公視主題之夜 show x 在地夥伴」巡迴特映會，精挑議題放映各國紀錄片；又如「公視 x 獨立書店」系列座談，促進公視優質節目與社會大眾的廣泛聯結，活動中安排影片製作單位及主角蒞臨現場，於觀影前先行分享製作理念及公共媒體的價值意義，並於觀影後與民眾分享影片重要意涵及多元觀點。

公共問責座談

公視法修法，代表公廣集團須承擔起更大責任，公廣集團也須接受更多監督，強化公眾參與和問責機制。本會公共問責機制已行之數年，透過聽取各團體及民眾的意見，彙整不同族群對公視基金會的期許。2023 年適逢公視開播 25 周年，除持續探討公共媒體在社會的職責，進一步納入媒體趨勢變革與公視焦點議

題的交流。為貼近群眾，以「公視與您面對面」交流座談活動，邀請 NGO、NPO 及一般觀眾與會。座談會結束後，迅速彙整重點，交由本會相關單位研究討論，並於一個月內公告會議內容、本會之回應及後續規劃，使活動討論意見得以落實。

2023 年共計舉辦五場公共問責座談會，除實體活動中由與會者與公視經營團隊當面交流外，同時進行線上直播，讓無法參加本座談會的朋友亦能夠透過網路了解會議所討論內容。此外，為凸顯公視數位轉型的積極推動，並打破地域限制傾聽各地民眾的即時意見，亦推出一場無實體純粹線上交流之公共問責座談會，迴響熱烈。

2023 年 5 場公共問責座談會參與人數共計 260 位，單場線上即時觀看人數最高 460 位，截至 2024 年 1 月 YouTube 網路觀看次數共計 51,719 人次。

場次 (2023)	議題	參與人數	YouTube 觀看次數
05/26 公視	公共電視數位轉型	30	2,578
06/11 台北 左轉有書書店	紀錄觀點·公視紀錄片	27	680
08/12 高雄 承風書店	浩克慢遊·公視綜合類節目	80	2,521
09/22 台北福華國際文教會館	《人選之人——造浪者》公視如何播？	80	36,000
11/29 線上會議	公視兒少 奔放前行	43	9,940

七影音 十二變

節目百寶箱

世界在變化，公視節目也靈活變身，兼顧多媒體、跨領域，駕馭時代脈動。「變」字的本義是「彈琴時手指在不同琴弦間移動」，「糸」部指的是弦樂器，絲線的意象也可延伸為「關係」；「支」表「手」，善於演奏者，必善於變化，象徵著某種「技藝」；「言」部則代表「說唱」，更進一步來說，也意味著「傳遞訊息」。「變」並非與過去斷裂，而是銜接過去、通往未來的旋律。

因而，公共媒體的變革，也堪比一首交響樂，匯聚多方聲音，承先啟後、推陳出新，譜下時代進行曲。「變」處理的是「關係」——公視與台灣社會脈動不斷對話，汲取題材；「變」處理的是「技藝」——公視以多元節目形式、不同切入點，體現當代社會精氣神，演奏屬於台灣人民的歌；「變」也是為了「傳遞訊息」——公視以影音實踐公共價值，萬「變」不離其宗。

新聞類

公視自 2004 年起，即與各媒體聯合主辦總統大選電視辯論。2024 總統大選電視辯論會由公視、中央社、中國時報、自由時報、聯合報、三立、台視、民視、華視、鏡電視、TVBS 等十一家媒體共同主辦。總統候選人辯



總統候選人辯論會

論會訂於 2023 年 12 月 30 日下午 2 點舉行，副總統候選人辯論則在 2024 年 1 月 1 日下午 2 點。兩場辯論備受矚目，皆在公視製播，由公廣集團董事長胡元輝擔任主持人。

歷經長達六個月邀約與協調，公視以最高規格全體動員，寫下我國總統大選正副候選人辯論會皆在公視製播之全新紀錄。兩場電視辯論會全程供訊國內外媒體、並網路轉播與同步手語服務，包括英國 BBC、美國之音 VOA、自由亞洲電台 RFA 等多家外媒即時直播，顯著提升公視國際能見度。

在公視 25 歲的這一年，新聞部《我們的島》獲得了第十二屆總統文化獎「社會改革獎」的肯定，這是台灣電子媒體首次獲此殊榮。評審在得獎理由寫道，「《我們的島》節目長期追蹤環境生態、關懷土地問題，歷經 25 年的耕耘，依然孜孜不倦，善盡服務公共利益的公媒職責。」自開播以來，《我們的島》



新聞部《我們的島》獲得了第十二屆總統文化獎「社會改革獎」的肯定

上山下海，取得第一手影像，揭露少被關注的環境事件，監督政策，見證台灣環境變遷，並尋求改變的可能性。這是一場未竟之役，未來《我們的島》將繼續用影像記錄我們所愛的這片土地。

此外，《我們的島》團隊也嘗試多種形態的網路影音製作，有著嶄新風格的《阿聰現煮時——島的行動客廳》就是其一。這個行動式客廳，出沒在山區、濕地、農漁村、環境事件現場，客廳主人陳信聰就像是一位鄰居大叔，不只請你喝咖啡、還帶你品嚐在地特產，傾聽當地居民的心聲，談論生活上遇到的環境大小事。此節目結合實境、行腳、訪談，在吃喝話家常之間，帶領觀眾了解台灣各地環境議題。第一集採用網路直播，主持人陳信聰同步跟網友一起在線上觀看完整影音，不時還穿插送獎品小遊戲跟網友互動。本節目入圍第 58 屆金鐘獎「生活風格類節目獎」與「生活風格主持人獎」兩獎項。

2023 公視大事紀

- 1/14 時代生活劇《牛車來去》首播。
- 2/14 時代劇集《聽海湧》開鏡，以二戰時期的台灣為背景，於高雄主場景打造南洋戰俘營。
- 2/16 公視董事會通過《公共電視法》八項修法建議，籲請儘速完成修法，穩固公共媒體長遠發展。
- 3/3 公視辦臺灣首次 8K 電視發展國際論壇。
- 3/7 由公視、臺語台、客家台、原視四家電視台聯合製作，展現臺灣多元族群成長樣貌之幼兒戶外紀實節目《WAWA 哇！》首播。
- 3/11 與光點華山電影館合作舉辦「2023 公視學生劇展」特映。
- 3/18 描述 SARS 疫情來襲之職人劇集《國際橋牌社外傳：和平歸來》首播。
- 3/30 王浩一、劉克襄主持的《浩克慢遊》第五季首播。
- 4/3 公視東南亞語電視新聞全新改版、增加時長，提供每日越南、印尼、泰語電視與網路影音新聞內容服務。





《獨立特派員》推出《征戰北極圈——冰與火之道》紀錄片

紀錄片

公視新聞部《獨立特派員》推出《征戰北極圈——冰與火之道》紀錄片，報導全球暖化下廣袤北極永凍冰原所面臨的巨變，並採訪了兩個全球第一的產業——芬蘭破冰船設計公司、挪威高科技海上鮭魚養殖場——雖同為極圈內的相對小國，芬蘭及挪威卻在強權競爭中搶下一席之地。耗時一個月的近距離紀錄，《獨立特派員》製作團隊走訪北極圈最北有人煙的冷岸群島及北極海沿岸十多個城鎮，遠在天邊的北極圈之變，也是全球近在眼前的切身議題：因為氣候變遷帶來的融冰效應，美俄中等強權大國再次啟動北極航道爭霸戰；俄烏戰爭導致能源危機，讓礦產資源蘊藏豐富的北極圈，成為各國覬覦的對象；此外，全球許多科學家們也聚集在這片北極大地上，希望找出暫緩全球暖化的方案。本片歷經半年拍攝與製作，帶給台灣觀眾第一手觀察的獨特觀點。

《我們的島》推出的創作型紀錄片《海之岸》，由柯金源執導，本片嘗試在影像和形



公視《海之岸》導演柯金源於新加坡亞洲影藝大獎獲獎

式上進行突破，以跨領域、共創的模式，與表演藝術工作者一起探索台灣海岸的各種意象，詮釋環境議題。

表演工作者用身體演繹水鳥築巢、生物繁衍的樣貌，並在填海造陸的土地以及佈滿風機的堤防上起舞，片中以隱喻、批判的符碼，呈現台灣多處海岸環境的變遷。此紀錄片在國際間獲得許多肯定，除了入選 2024 世界公視大展，也獲得美國湯瑪斯愛迪生影展的評審團獎，以及亞洲影藝創意大獎的非劇情類最佳導演獎等。

《群山之島與不去會死的他們 2》本高山紀實節目呈現台灣山岳及探險家們的動人故事，見證大自然的鬼斧神工，也更加理解他們「不爬山會死」的理由。本節目於「公視+」點閱熱烈，第三季觀看次數排名第 3、觀看時間排名第 2、綜合類節目粉絲頁平均影響力分數排名第 3，並入圍法國沃蘇勒國際亞洲電影節紀錄片類。



《群山之島與不去會死的他們 2》

4/28
第一部臺灣政治幕僚職人劇《人選之人——造浪者》率先於 Netflix 全球上線，超過 190 個國家與地區觀眾同步收看。

4/29
《最佳利益》第二、三季電視首播。

5/4
紀實節目《我在工場拍拍手》首播。

5/14~5/18
2023 年「世界公視大展」在台北 101 廣場開幕，全球影視界專業及相關人士齊聚跨國交流，並探討多元主題，為疫後國境開放以來規模最大之影視產業國際交流活動。

5/26
立法院三讀通過《公共電視法》修正案，睽違 13 年的首度修正，解除公視長達 23 年經費上限、修正董監事選任門檻為 2/3，更為我國公共媒體發展奠基。

5/30
公視、台視、國家電影及視聽文化中心三方聯合製作，《世紀初戀 楊麗花》紀錄片宣布開拍。



6/29
《群山之島與不去會死的他們》第二季首播。

7/7
《新聞全球話》結合 AI 技術與電腦繪圖，助理主持「P 帥」登場。



戲劇類

《牛車來去》描繪了 1943 年日據時代至台灣光復後，農村佃農和地主間的感人故事。以「228 事件」和「耕者有其田」為背景，貧農阿春為改善生活，選擇借腹生子以換取牛隻，改善家中生計，奮鬥 30 年後，見證了台灣的經濟奇蹟。劇情展現了牛車貨運時代的興盛與衰退，以及地主與佃農之間的恩怨情仇。這頭牛伴隨著阿春，經歷了無數悲歡離合，從農村走向城市。阿春在男性主導的「牛車會社」中奮力打拼，改寫命運，劇情充滿親情、愛情和友情，展現台灣人情味。《牛車來去》創下 3.05% 的高收視率，社群反應熱烈，入圍八項金鐘獎，並獲得最佳編劇及戲劇節目女配角獎。

2023 年推出的連續劇緊扣台灣社會重大議題，包括：《八尺門的辯護人》為台灣同名原創文學改編之犯罪懸疑與法庭劇集，以 1986 年命案「湯英伸事件」為原型，內容涵蓋族群、移工、死刑、官商勾結等；《地獄里長》講述身兼宮廟宮主的年輕里長羅一凡，運用自身靈異體質幫助他人解決疑難雜症，甚至協助警方調查懸案，劇情廣納時事議題，探討爭議。



《八尺門的辯護人》



《地獄里長》

《牛車來去》



《日子》是公視首部與名導蔡明亮合製的電影，由李康生與亞儂·弘尚希主演，全片幾乎無對話，以 46 顆長鏡頭凝視著兩個孤獨的陌生人，在平淡日子中，從彼此得到慰藉。本片榮獲第 70 屆柏林影展「泰迪熊獎」評審團獎，是睽違 15 年後再有台灣電影角逐柏林金熊。後遇疫情爆發，至 2023 年 11 月 27 日始於台灣戲院首映，並於北師美術館推出「蔡明亮的日子」大展，將電影院、美術館合而為一，同步展映。繼《日子》後，蔡明亮與公視再次合作，執導「行者」系列第九部作品《何處》，在 2022 年底於法國龐畢度藝術中心世界首映，2023 年入圍金馬獎「最佳紀錄片」，並於金馬影展進行台灣首映。



《日子》



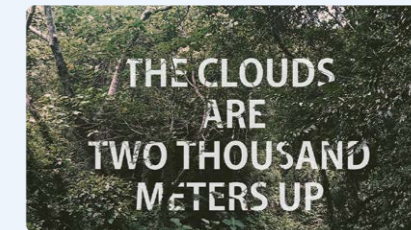
《何處》

7/8
靈異奇幻愛情喜劇《地獄里長》首播。

7/18
《我們的島》獲得第 12 屆總統文化獎社會改革獎。



7/21
公視攜手陳芯宜合製 VR《雲在兩千米》，入選 2023 威尼斯合資市場展「沉浸式計劃」創投項目。



7/25
「公視+」推出全新網站服務及 CIS 企業識別，提供會員全新使用體驗影音平台。

8/4~8/6
公視 25 周年兒少年度活動「2023FUN 出大能力 親子永續派對」。

8/30
紀錄片導演李惠仁作品《不能戳的秘密 III: 官官相護》首映記者會。

9/1
公視頒佈 AI 使用準則，成為台灣第一個訂定 AI 規範的傳播媒體；同時推出多項 AI 科技發展與應用計畫。

9/1
由公共電視與富邦文教孵育計劃聯手監製，兒童節目《海洋日記》首播。

新創電影動畫短片《幽暗小徑的鬼》，描述威權年代人們都迷了路的故事，透過極具美感的藝術形式表達出來，從寫實再進入抽象的神秘世界，以油畫質感揉合恐懼、壓迫、懸疑、血腥的奇幻風格，技藝超群，製作難度也甚高。本片是金馬導演王登鈺繼享譽國際的VR動畫《紅尾巴》之後，最新推出的動畫作品，刻畫了台灣民主化歷程所走過的「幽暗小徑」，同時也引發普世共鳴。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，使其取得奧斯卡參賽資格，其後又獲得台灣國際動畫影展短片競賽首獎、關渡國際動畫節台灣特別獎與評審團優選的肯定。

此外，公視與高雄電影節二度攜手合作，以「雄成人短片輯」打造台灣怪奇物語。包括《有了?!》講述年輕人初聽女友懷孕的成長悲喜劇，獲日本大阪亞洲電影節芳泉短片獎佳作、金穗獎最佳編劇；《春水奇譚》男子與自己雞雞的奇幻中年焦慮大戰，獲金穗獎社群名人推薦獎，並在「公視+」爆紅，上架五個月點閱近十萬次；《屍舞》執念讓屍體翩翩起舞，又美又恐怖，入圍韓國富川奇幻影展、台北電影節、柏林國際短片影展。



《有了?!》



《春水奇譚》



《屍舞》

《幽暗小徑的鬼》



《青春發言人》青少年與兒少警察對談

兒少類

《青春發言人》關心青少年身心健康議題，本年度專題聚焦在「青少年網路交友詐騙」，除六支影片外，也製作互動網頁「青春網戀模擬器」，讓青少年體驗網路交友詐騙的風險。專題上線後，在網路社群上引發熱烈討論，迄今已有四十多萬名網友體驗過互動網頁，同時也在校園舉辦巡迴講座，目前已超過兩千多名學生參與。

《神廚賽恩師》用科學方法，解析中華料理各色烹調手法，讓兒少觀眾瞭解「味覺」和美味、健康間的關係。2023年政府正式通過「食農法案」，本節目成為校園食育輔助教材，在花蓮食農博覽會、宜蘭親子永續派對等場合，舉辦廚藝科學體驗營；並與出版社合作



《神廚賽恩師》

9/14
第 58 屆電視金鐘獎入圍公布，公視入圍 99 項、客家電視台 11 項、華視 3 項、公視臺語台 4 項、TaiwanPlus 3 項，總計入圍 118 獎項。

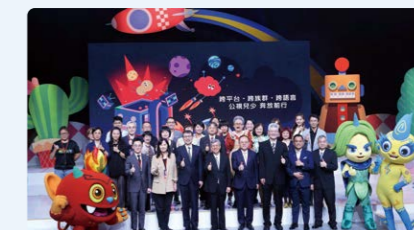
9/22
公視與小倉電子聯手打造第一個屬於 Vtuber 界頒獎舞台。2023 首屆「金 V 獎」徵件起跑。



10/3
公視 Vtuber 二期生「海月粼粼」登場。

10/21~22
第 58 屆金鐘獎頒獎，公廣集團共獲 21 金，榮登電視台之冠。

10/25
「公視兒少 奔放前行」記者會，宣布透過九大類節目開發，將資源投入兒少節目製作，帶動台灣兒少節目與動畫產業。



10/28
影集《人選之人——造浪者》電視首播。

10/30
《哈囉！你給問嗎？》開播，由視網膜、大霜主持，邀請政治人物與現場年輕一代展開對話。



《小孩酷斯拉 2》品希夢想成為一名編舞者，將自己所學運用在舞台上發揚光大

出版系列套書，已於 2024 年 3 月中出版，跨領域推廣廚藝科學。

《小孩酷斯拉 2》從小孩觀點說故事，每集小達人自成一格，有愛漂亮的舞蹈男孩、熱愛 Rap 的雙重特殊兒等等多元特質，都充分展現追求夢想的無畏精神。除節目播映外，並於廣播、Podcast 宣傳，也舉辦多場親子座談會，參與人數皆超過八成，現場互動熱烈。從播出至今 Facebook 粉絲頁觸及人數上升 2.1 萬人，貼文互動次數 3 千 8 百多次，粉絲數亦增加近四成。

《節氣 X 六感實驗室》以六感體驗的藝術教育為經，節氣認知的生態教育為緯，將每個節氣的「三候」用活動或故事等方式表達。除了入圍金鐘獎兒童節目獎，也入圍了節目類



《海洋日記》

聲音設計獎，是兒童節目少有的殊榮。

《海洋日記》是由公視與富邦文教基金會共同製作，以孩子和海洋的互動為重點的兒童紀實節目。孩子面對變幻無窮的大海創造故事，我們則在孩子的海洋故事裡找尋力量。節目榮獲台灣國際兒童影展、美國野生動物與自然風景電影節以及德國慕尼黑影展等多項獎項的肯定。

《敢動應援團》是一檔全新運動節目，每集介紹一種運動項目，並邀請一位運動熱血青少年擔任主角，訴說年輕人找到熱衷事物，並傾盡全力去做故事，並以科學化方式佐證，針對主題相關的運動科學進行實測。

藝術與人文類

《藝術很有事》第六季著重三個面向：其一，人權議題，在香港國安法實行後，移居台灣的香港藝文工作者的生活與工作；其二，新世代創作力，2024 年奧運已將霹靂舞納入比賽項目，台灣如何在國際舞台嶄露頭角；其三，環境議題，生存環境日益惡化，我們以藝術重新檢視人和自然的關係。

《一字千金》設計各種文字遊戲，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，透過玩字、拼字、認字以及各種詞

語、成語的趣味碰撞，寓教於樂，推廣繁體字，引領觀眾體驗中華文字之美。

《姐妹們的音樂萬萬歲》是「音樂萬萬歲」系列的女性音樂綜藝節目，由曾寶儀與 LuLu 主持，以姐妹淘的互動，結合華語流行歌曲愛恨情仇的深刻內容，與歌手交心對話，讓歌曲與歌手真正產生連結，唱出真情。

生活風格類

第 5 季《浩克慢遊》主持人為作家王浩一及劉克襄，透過慢遊文化的軌跡，體驗生活的智慧，帶領觀眾來到熱情城鄉作客。本節目獲得 2023 年金鐘最佳生活風格節目主持人獎。

公視《誰來晚餐》2008 年開播，14 年來走遍台灣和世界，與將近六百個家庭的酸甜苦辣共同成長。當代很多家庭已漸漸失去「家」的連結，縱然全家人住在一起，卻各過各的，少有機會交流；加上智慧型手機的普及，家人紛紛進入各自的「元宇宙」，不再是彼此親密互動的對象。因此第 14 季《誰來晚餐》特別聚焦在「全家一起來」的活動，在拍攝過程



《浩克慢遊》

11/2
公視兒少紀實節目《小孩酷斯拉 2》播出。

12/8
臺灣公共電視與新加坡新傳媒，在新加坡亞洲電視節舉行簽約儀式，將合製八集探險實境系列節目《列車人生》。



12/15
《青春發言人》以「螢幕背後的人是誰？青少年網路交友詐騙」為年度專題，推出「青春網戀模擬器」戀愛遊戲，並於 2024「世界公視大展」(INPUT) 分享此專題。

12/17
實境節目《二呆流浪記之完全大人手冊》首播。

12/17
身心障礙節目《聽聽看》舉辦全台唯一以手語、聽障為主體的《富都青年》特映會

12/23
第 17 屆「PeoPo 公民新聞獎」頒獎典禮。

12/30
公視與 11 家媒體共同主辦 2024 總統大選電視辯論會。

12/31
《藝術很有事》線上播出《迎接 2024 年用閱讀跨年》特輯，由詹宏志等 10 位作家開講。





《二呆流浪記之完全大人手冊》



《聽聽看》



《哈囉！你給問嗎？》

中重啟「家人對談」，找回「家的味道」，發現「家的固定儀式」、「家的記憶與傳承」，甚至「解開家人心結」，走上「家人關係和解」之路。第15季《誰來晚餐》從「家」的角度連結國際局勢，挖掘烏俄戰爭如何改變一個家庭的日常，引發關注，創下YT觀看次數99萬。除了持續探索更多台灣家庭故事，節目製作單位也邀請到多位重量級來賓到訪。

《公視主題之夜 SHOW》為深化在地連結，特地挑選適合主題，將公民論壇實境秀拉到攝影棚外進行。本年度的外景公民論壇有：「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「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位建成國中與樂之學苑的學生，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。

《聽聽看》73季以多元融合為主軸，增加視障、肢障朋友與聽障演員們共同演出共融咖啡館的短劇，一窺身障朋友工作的酸甜苦辣。並邀請音樂家張正傑到玻璃娃娃家擔任一

日爸爸，感受身障家庭的日常。

《二呆流浪記之完全大人手冊》以自我成長為核心的實境節目，兩個25歲的大男孩曾敬驊、朱軒洋赴蘭嶼、花蓮、馬祖等地打工換宿，除了接受挑戰，也尋找人生課題的解答。除了公視主頻與「公視+」，本節目也在華視、八大播出，並且是公視第一部授權Netflix的綜藝節目，擴大年輕收視族群。

由楊貴媚、溫貞菱、施名帥、胡宇威組成的《阮三特工隊》，深入各行各業挑戰職人技能，到羊牧場、公共澡堂、飯店服務、跳啦啦隊、做麵包、縫紉布包、割香菜等，達成任務後，再將換得的产品包裝成「阮心福袋」，開設快閃店販售，並把所得捐贈公益團體。

《哈囉！你給問嗎？》是專屬政治人物的訪談節目，每集邀請一到二位從事政治相關工作的來賓來到現場，由視網膜與大需擔任主持人，與十六名由國小高年級到未滿十八歲的學生組成提問團，訪問到場來賓。以年輕人的角度與政治相關人物進行對話，讓政治議題更接地氣，盼能透過輕鬆的訪談內容，促進大眾關心公共事務。

節目表現

2023年節目時數暨收視表現指標

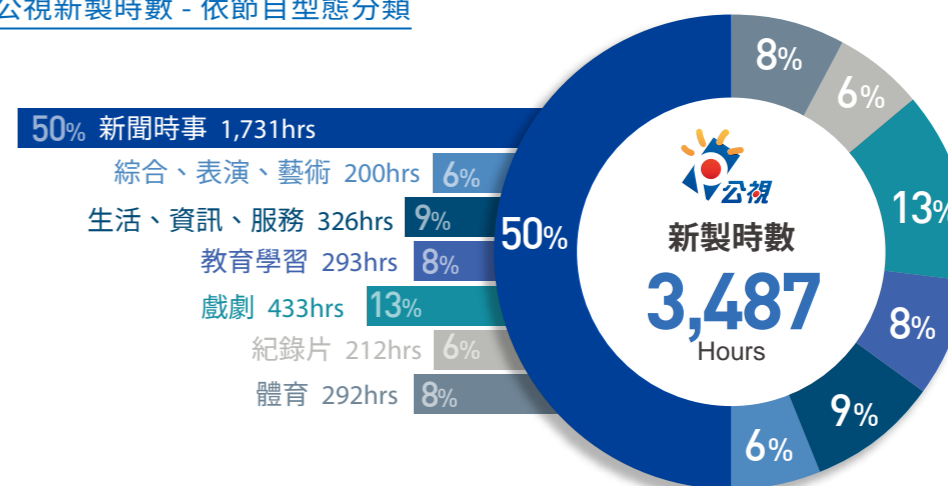
新製首播各類型節目時數比例圖

2023年公視主頻總播出時數8,712小時中，新製時數為3,487小時，新製比例40%；公視3台總播出時數為7,420小時，新製時數為3,071小時，新製比例為41%。

公視

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。

2023年公視新製時數 - 依節目型態分類

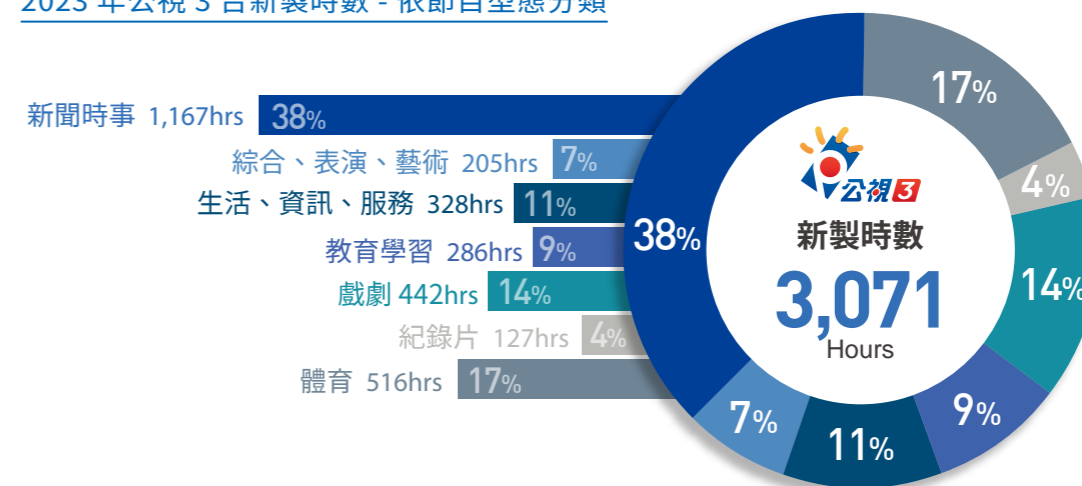


公視3台

公視3台以文化、藝術及國內外體育賽事轉播為主，是國內藝術濃度最高、首重文化、藝術的電視頻道。在藝文節目方面，網羅國內

外精彩藝文演出，另外提供多元族群服務，包含新住民、客家、原住民，同時涵括身障、口述影像等社會服務節目。

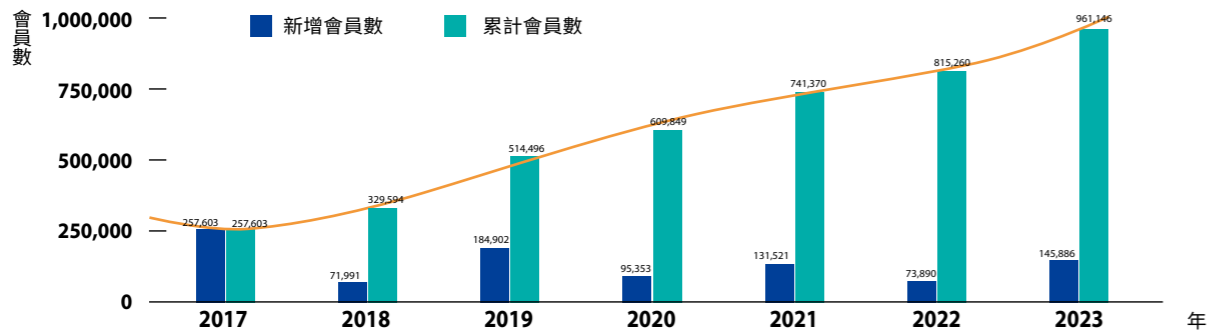
2023年公視3台新製時數 - 依節目型態分類



收視觸達

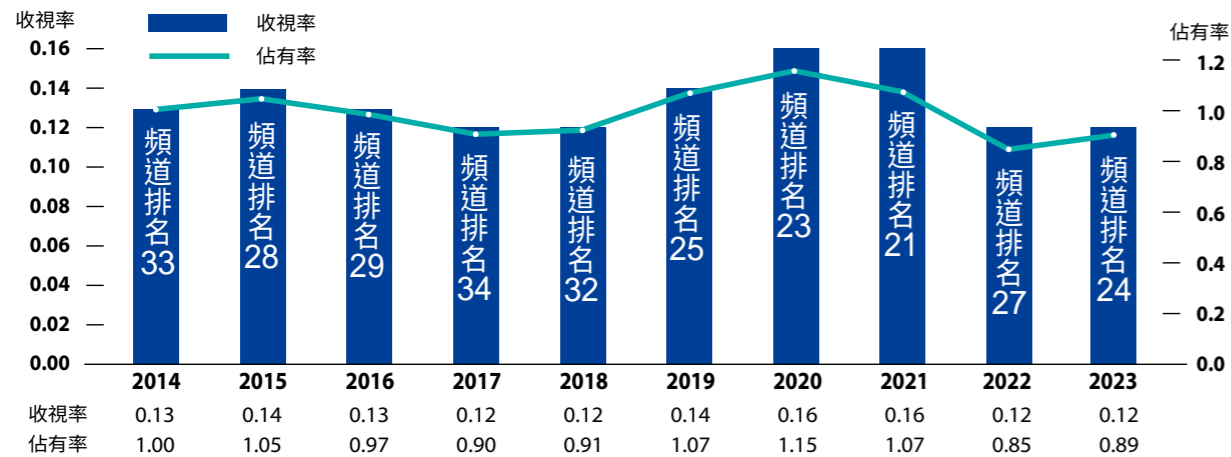
2022年公視+新增會員數為73,890，2023年公視+新增會員數為145,886，總會員數達961,146，相較於2022年成長率達到118%。

公視+歷年累積會員數 2017-2023

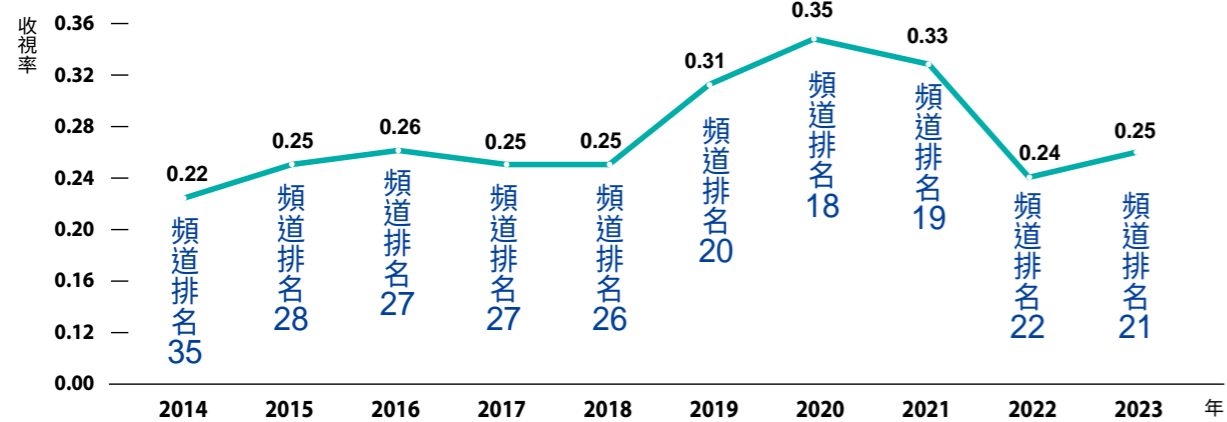


從跨年比較來看，公視主頻2023年全年平均為0.12，頻道排名第24名。晚間時段(1830至2359時段)平均0.25，頻道排名第21名。(來源：尼爾森收視率資料)

公視主頻歷年年平均收視率與佔有率 (四歲以上, 0600-0159)



公視主頻歷年頻道晚間時段收視率 (1830-2359)



節目表現

2023年國內外得獎紀錄

國內獎項

★ 電視金鐘獎

- 戲劇節目獎：村裡來了個暴走女外科
- 戲劇節目導演獎：村裡來了個暴走女外科 (賴孟傑)
- 戲劇節目編劇獎：牛車來去 (李岳峰、徐慧琴、李怡慶)
- 戲劇節目女主角獎：村裡來了個暴走女外科 (蔡淑臻)
- 戲劇節目女配角獎：牛車來去 (米可白【趙亦瑄】)
- 戲劇節目最具潛力新人獎：村裡來了個暴走女外科 (蘇滢【李夢純】)
- 迷你劇集獎：人選之人 - 造浪者
- 迷你劇集 (電視電影) 導演獎：人選之人 - 造浪者 (林君陽)
- 迷你劇集 (電視電影) 男配角獎：迷你電影院 看海 (黃迪揚)
- 戲劇類節目視覺特效獎：人選之人 - 造浪者 (涂維廷、袁長壽、江瑋岷、范婕妤、葉羿伶)
- 戲劇類節目聲音設計獎：公視學生劇展 回收場的夏天 (張易婷、歐千綺、陳晏如、陳昶豪)
- 戲劇原創歌曲獎：人選之人 - 造浪者 (得意的一天 A no is a no) (Leo王、陳嫻靜、李權哲、湯捷)
- 益智及實境節目主持人獎：一字千金 筆武大匯 (曾國城)
- 生活風格節目獎：我在工場拍拍手
- 生活風格節目主持人獎：浩克慢遊 (王浩一、劉克襄)
- 人文紀實節目獎：南國啟示錄
- 節目類導演獎：公視紀實 獨弦之歌 (張皓然)
- 節目類攝影獎：公視紀實 獨弦之歌 (張皓然)



《村裡來了個暴走女外科》

★ 金穗獎

- 影片獎 最佳學生劇情片：公視學生劇展 當哨聲響起 (導演：謝麗伶)
- 影片獎 評審團特別獎：公視學生劇展 瑪麗快跑 (導演：林世菁)
- 個人單項表現獎 最佳編劇：新創短片 有了?! (編劇：潘客印)
- 個人單項表現獎 最佳演員：公視學生劇展 瑪麗快跑 (演員：黃凱莉)
- 會外賽 社群名人推薦獎：新創短片 春水奇譚 (黃丹琪)



《一字千金 - 筆武大匯》

★ 第23屆台灣兒童及少年優質節目評選

- 年度九大獎項 - 影視類兒少評審團獎 (中嘉數位股份有限公司贊助)：換個爸媽過幾天
- 年度九大獎項 - 年度節目創新獎：換個爸媽過幾天
- 總評審團看好獎：青春發言人 青春有點煩，我該怎麼辦

★ 第23屆台灣兒童及少年優質節目評選——推薦結果

- 聲音類 Podcast 目標觀眾 13-17歲：青春發言人 青春有點煩，我該怎麼辦
- 影視類 電視台非劇情類節目 目標觀眾 0-6歲：WAWA 哇！
- 影視類 電視台非劇情類節目 目標觀眾 7-12歲：神廚賽恩師、台灣囡仔、讚！
- 影視類 電視台非劇情類節目 目標觀眾 13-17歲：換個爸媽過幾天、公視主題之夜 SHOW、誰來晚餐 14、青春發言人、藝術很有事
- 影視類 串流影音平台 / 製作公司 / 其他 目標觀眾 7-12歲：閩小妹妙妙園遊會

★ 曾虛白先生新聞獎

- 媒體素養獎：獨立特派員 數位網路戰 (張筱瑩、周明文)

★ 總統文化獎

- 社會改革獎：我們的島

★ 消費者權益報導獎

電視及網路(影音)類專題報導獎 優勝:我們的島 福島光與影系列報導(張岱屏、陳慶鍾、何月華)

電視及網路(影音)類專題報導獎 佳作:我們的島 檢視缺蛋危機背後-台灣的陳年養雞困境
(葉明蘭、葉鎮中、劉啟稜、張光宗、陳信聰)

★ 銀響力新聞獎

電視及網路影音類-單篇專題報導獎優選:獨立特派員 疫情,長照情(萬真彤、黃政淵)

★ 2023 年文創產業新聞報導獎

電視新聞報導獎:獨立特派員 百年秘境三貂嶺(鄭淑文、羅盛達)

★ 2023 台灣國際民族誌影展

公視紀實 Maro'ay to ko kerah 何處是我家(潘志偉 Pan Zhi-Wei)

★ 桃園電影節

台灣獎-評審團特別獎:新創短片 念你如昔(陳淦熙)

★ 2023 台中國際動畫影展

短片競賽組首獎:新創短片 幽暗小徑的鬼(導演:王登鈺)

★ 2023 關渡國際動畫節

臺灣特別獎:新創短片 幽暗小徑的鬼(導演:王登鈺)

臺灣配樂獎:新創短片 幽暗小徑的鬼(配樂:蔡安嘉 卻而娛樂事業工作室)

一般組評審團優選獎:新創短片 幽暗小徑的鬼(導演:王登鈺)

★ 台北電影節-台北電影獎

最佳短片:迷你電影院 大日子(導演:江宗傑)

最佳女主角:迷你電影院 大日子(潘麗麗)

★ 2023 青春影展

影視類評審團獎:公視學生劇展 四坪半戀人(導演:王宏量)

影視類優選獎:公視學生劇展 光榮之路(導演:湯子賢)

影視類評審團特別提及:公視學生劇展 悄悄告訴她(導演:陳品儒)

★ 2023 新北市學生影像新星獎

優選獎:公視學生劇展 榴槤芭

優選獎:迷你電影院 送行

優選獎:迷你電影院 燒

優選獎:迷你電影院 演習

新北精神獎:迷你電影院 送行

國外獎項

★ 法國安錫動畫影展 (Annecy International Animation Film Festival)

獲獎 VR 水晶獎:紅尾巴

★ 西班牙錫切斯影展 (Sitges Film Festival)

獲獎 最佳動畫短片:新創短片 幽暗小徑的鬼

★ 美國紐約電視獎 (New York Festivals - TV & Film Awards)

獲獎 綜藝節目教育類 金獎:青春發言人 我自殺,但我想活下去

獲獎 影音技藝創新 銅獎:紅尾巴

★ 加拿大英美電視節洛磯獎 (BANFF World Media Festival (Rockie Awards))

獲獎 互動兒少內容類大獎:青春發言人 小路的選擇



《幽暗小徑的鬼》



《青春發言人-我自殺,但我想活下去》



《我們的島-海之岸》



《2022 小導演大夢想-海口囡仔佇東石》

★ 亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards, AAA)

獲獎 最佳非劇情類導演大獎:我們的島 海之岸

入圍 最佳單集紀錄片:我們的島 海之岸

入圍 最佳兒童節目(單集/系列):換個爸媽過幾天

入圍 最佳主題曲:你的婚姻不是你的婚姻(完美的我們)

入圍 最佳單集戲劇/電視電影/單元劇:你的婚姻不是你的婚姻 沙之書

入圍 最佳男主角:你的婚姻不是你的婚姻 聖筊

★ 美國芝加哥國際兒童影展 (Chicago International Children's Film Festival)

獲獎 專業評審獎 實景電視類首獎:WAWA 哇 程寶的城堡

入圍 水果冰淇淋 躲貓貓高手-爺爺家的毛毛

★ 美國聖地牙哥國際兒童影展 (San Diego International Kids' Film Festival)

獲獎 最佳紀錄短片:WAWA 哇 程寶的城堡

入圍 小導演類:2022 小導演大夢想 海口囡仔佇東石

入圍 小導演類:2022 小導演大夢想 下班後的小綠人

★ 加拿大 Silver Wave 影展 (Silver Wave Film Festival)

獲獎 最佳長片獎:你的婚姻不是你的婚姻:尾號 1314

★ 義大利 Corti a Ponte 小導演短片影展 (Corti a Ponte - piccolo festival)

獲獎 紀錄片評審特別提及獎:2022 小導演大夢想 海口囡仔佇東石

★ 科索沃國際影展 (DokuFest) DokuKids

入選 一百年後的我,你好嗎?

★ 2023 世界公視大展 (INPUT)

入選 你的婚姻不是你的婚姻:聖筊

入選 青春發言人:小路的選擇

入選 換個爸媽過幾天:滑向遠方的手機魂

入選 What the 法:私密影像遭外流,居然無法強制下架?

入選 一百年後的我,你好嗎?

★ 法國 FIPADOC 國際紀錄片影展 (FIPADOC - International Documentary Festival)

入圍 SMART 單元:窺見生命的奧妙

★ 荷蘭阿姆斯特丹國際紀錄片影展 (International Documentary Festival Amsterdam, IDFA)

入圍 國際競賽:紀錄觀點 診所

★ 雨舞影展 (Raindance Film Festival)

入圍 最佳沉浸敘事類:諾弟

★ 美國 Heartland 國際影展 (Heartland International Film Festival)

入圍 敘事長片類:你的婚姻不是你的婚姻:聖筊

★ 美國克利夫蘭國際電影節 (Cleveland International Film Festival)

入圍 動畫短片類:一百年後的我,你好嗎?

★ 加拿大 Cinéfest 薩德伯里國際影展 (Cinéfest Sudbury International Film Festival)

入圍 紀錄短片類:一百年後的我,你好嗎?

★ 加拿大蒙特婁國際動畫影展 (Montreal International Animation Film Festival)

入圍 短片類:水果冰淇淋 到底是誰:唱歌的人是誰?

入圍 VR 類:窺見生命的奧妙

★ 蘇格蘭酷兒國際影展 (Scottish Queer International Film Festival)

入圍 短片類:學生劇展 悄悄告訴她

★ 雅典國際影展 (Athens International Film and Video Festival)

入圍 動畫短片類:一百年後的我,你好嗎?

★ 雪梨西南偏南 (SXSW Sydney)

入圍 XR 體驗類:窺見生命的奧妙

★ 法國新影像藝術節 (NewImages Festival)

入圍 XR 競賽類:窺見生命的奧妙

★ 美國 True/False 影展 (True/False Film Fest)

入圍 紀錄類:紀錄觀點 布洛卡區

★ 釜山國際影展 (Busan International Film Festival)

入圍 廣角 - 亞洲短片競賽:學生劇展 回收場的夏天

★ 韓國富川奇幻影展 (Bucheon International Fantastic Film Festival)

入圍 XL 單元:新創短片 屍舞

★ 首爾獨立動畫影展 (Seoul Indie-AniFest)

入圍 ASIA PANORAMA 單元:新創短片 幽暗小徑的鬼

★ 美國西雅圖兒童影展 (Children's Film Festival Seattle)

入圍 動畫敘事短片類:水果冰淇淋 躲貓貓高手 - 爺爺家的毛毛

★ 韓國釜山國際兒童影展 (Busan International Kids and Youth Film Festival)

入圍 12 歲以下小導演類:2022 小導演大夢想 Delete! 橡皮擦

★ 日本 KINEKO 國際兒童影展 (KINEKO International Film Festival)

入圍 水果冰淇淋 躲貓貓高手 - 爺爺家的毛毛

★ 大阪亞洲影展 (Osaka Asian Film Festival)

入圍 焦點類:新創短片 有了?!

★ 首爾國際女性影展 (Seoul International Women's Film Festival)

入圍 學生劇展 黯淡星

★ 巴西 ECOCINE 國際環境與人權影展

(ECOCINE International Environmental and Human Rights Film Festival)

入圍 長片類:我們的島 海之岸

★ 法國維蘇亞洲國際影展 (Vesoul International Film Festival of Asian Cinemas)

入圍 紀錄片競賽:群山之島與不去會死的他們 2- 來自八千米的無氧告白

★ 美國 aGLIFF / Prism 影展 (aGLIFF/Prism Film Festival)

入圍 敘事長片類:你的婚姻不是你的婚姻 沙之書

★ 德國 Sehnsüchte 國際學生影展 (Sehnsüchte International Student Film Festival)

入圍 青少年類:學生劇展 悄悄告訴她

★ 巴西 Anim!Arte 國際學生動畫影展 (Anim!Arte - International Student Animation Festival of Brazil)

入圍 2022 小導演大夢想 石獅子與布袋戲

入圍 2022 小導演大夢想 Delete! 橡皮擦

★ 阿拉伯沙迦國際兒少影展 (Sharjah International Film Festival for Children & Youth)

入圍 兒少導演類:2022 小導演大夢想 夾縫中的小木偶

入圍 兒少導演類:2022 小導演大夢想 阿勇的疫想世界



《屍舞》



《2022 小導演大夢想 -Delete! 橡皮擦》

公共服務 轉型戰略

公眾服務

從傳統公視角色變身公共服務媒體，超越電視台既有侷限，是公視多年努力的方向。今年度更加強力道，集台灣現有各個公共頻道之力，共同製播節目，發揮綜合效應；拓展不同平台的融合與創新，前進「全媒體」；在內容產製、傳播形式、觀眾互動、營運創收等面向，走出新局面。

多元族群，四大金剛合體

《WAWA 哇！》由公廣旗下的三個公共頻道（公共電視台、公視台語台、客家電視台）與原住民族電視台共同合製，四個頻道帶著各自的族群特色，展現多元族群環境下，幼兒所擁有的家庭與文化資本。在節目編排上，另外安排了特別企劃「大導演小小孩」，邀請有影響力的名人，參與拍攝特別企劃，讓名人父母擔任導演，紀錄自己孩子的戶外遊戲經驗。四組名人親子分別為黑糖導演親子檔、徐麗雯導演親子檔、舞思愛親子檔、魚仔林親子檔，以及透過名人親子的參與倡議，引發話題，激勵更多觀眾想帶著自己的幼兒參與戶外活動。



幼兒戶外紀實節目《WAWA 哇！》首映記者會

宣傳方面，四台聯手舉辦「《WAWA哇！》記者會暨手印會」，節目中的親子檔一同陪孩子們走向戶外，累積「野力」與「韌性」。社群宣傳平台主要以 Facebook 粉絲專頁「公視粉絲團」和「公視兒少」為主，利用預告、劇照和新聞稿，豐富貼文內容，成功提升貼文的曝光度，並邀請親子專家、網紅 KOL 撰寫文章，分享參與手印會或觀看節目預告後的感想及心得，向大眾傳達鼓勵孩子與大自然建立連結的重要觀念。

漫出電視框，實踐全媒體精神

《小孩酷斯拉 2》節目名稱取「酷死啦」之諧音，延續第一季第一人稱讓孩子發聲的精神，第二季更關注孩子們在面對挑戰時的心情轉換。在播出同時，舉辦北中南三場特映座談會，分別在台北府中 15、高雄三餘書店、台中中央書局，回饋家長與觀眾們在親子教養與特

殊兒議題的需求。欣賞精采節目內容後，在映後邀請各集主角談個人故事、逐夢甘苦談、幕後祕辛、特殊兒議題、性別議題討論，並安排專家對談，陪伴家長一起走進酷小孩與特殊兒的內心世界。

廣播與 podcast 通告以各集主角、製作人為宣傳主軸，在「K 歌 Su 房」、飛碟聯播網「生活同樂會」等討論親子、青少年議題的頻道上，透過更輕鬆的方式，討論親職與陪伴孩子探索等議題，由於廣播受眾更廣且於上班時段直播，吸引許多家長收聽。

媒體專訪透過每集故事談論酷小孩追夢議題，安排兒童雜誌《未來少年》、公視《觀點同不同》網站，進行人物專訪，藉由平面雜誌與公視的全媒體管道，呈現每位酷小孩勇敢做自己的心路歷程，以及酷小孩的爸媽如何陪伴孩子，看見自己的獨一無二。同時邀請意見領袖撰文，針對性別、亞斯伯格、昆蟲、戶外體驗、親子、教育等面向，透過親子與性別專

家的角度，走進孩子自我探索階段，讓更多家長認識孩子面臨的挑戰以及多元議題。

寓教於樂，打造兒少舞台

公共電視從 2004 年起即率先辦理「台灣國際兒童影展」，至今已是全亞洲最大規模的國際兒童影展，影展除引進世界各國佳片，開啟兒童視野外，更發展重要的兒童影像教育計畫「小導演大夢想工作坊」，提供整套的輔導機制，包括教導如何寫短片企畫案、安排暑期影像培訓、委派專業影像工作者提供拍片諮詢及輔導、提供專業後製資源等。多年下來已完成輔導 92 部短片，更有多部短片在國內外影展獲得傑出成績。配合 2024 年即將舉辦的第 11 屆台灣國際兒童影展，2023 年初公視到全台灣各地舉辦活動說明會，啟動「小導演大夢想」專案計畫，以實體與線上方式雙軌完成相關說明會及培訓。本年度完成八團隊徵選、線上培訓課程及小組實作體驗，短片主題包含：環境保育、親子關係探討、社會觀察及生活體驗分享等。系列作品將於 2024 年 4 月首

映，其後於公視頻道及「公視+」平台播放。

公視並精選上一屆兒童影展的代表性作品，策劃「2023 台灣國際兒童影展全國巡迴與校園巡迴」，旨在超越城鄉隔閡，讓大台北以外地區的親子、師生，也有機會接觸到全球精彩兒童節目。公視分別與教育部國教署、新竹縣文化局、羅東鎮公所、義美藝術教育基金會等單位合作，地點遍布全國各縣市國小及離島地區，將近五十場影片觀賞及映後座談，總計六千人次觀賞。

公視第四屆年度兒少品牌活動「FUN 出大能力」，首次移師宜蘭中興文創園區，集結公視旗下自製品牌優質兒少節目、以及公視台語台、客家電視台等豐富的兒少節目，邀請 3-13 歲孩童與家長一同參與，讓兒少從玩樂中學習新知、認識自己、提升能力。「環境永續」是本次大會的精神，以海洋冒險島風格的主視覺呈現，並設計闖關探險遊戲為主軸的攤位活動，包含公廣集團旗下兒少節目為主題的「探險區」、結合公視之友等公共服務的「尋寶區」，以及「叢林樂園」，讓親子在遊戲中認識公視。此外，今年特地邀請宜蘭五結鄉立



《小孩酷斯拉 2》巡迴特映座談會 - 台中場



小導演大夢想工作坊動畫組拍攝歷程



台南正新國小同學踴躍發言



《FUN 出大能力》豐富的舞台表演、攤位DIY及互動遊戲，吸引近萬人次參與

幼兒園及民間幼兒舞蹈團體參與演出，結合在地人氣。三天的活動成效卓著，除了宜蘭在地居民參與，亦有來自北北基桃、東部、中南部等地區的民眾，最遠來自高雄市，活動總參與人數超過九千人。

跨界聯合，創造多贏效益

公視並不只扮演影音內容的提供者，也努力營造大眾共同創作的空間。與華碩文教基金會合作舉辦的「感動久久」，打造友善平台，不設框架，不侷限議題，鼓勵年輕人透過影像表達自己，今年共有 155 件作品參賽。後續也將優秀作品帶入校園，並邀請年輕導演們分享創作歷程。此外，更協助華碩文教基金會，舉辦國際志工影像工作坊，傳授影片製作技巧，將公益服務過程的好故事記錄下來。

聆聽大眾需求，並讓影音深入社會各個角落，公視以影展及映後交流形式，走入群眾。與台北市勞動力重建運用處合作舉辦「2023 無限影展」，這是臺灣少見專門以身障議題為

主的影展活動，透過影像開啟身障者與社會的溝通對話，促進大眾認識身心障礙者，看見身障者的無限可能，進而邁向一個友善勞動、多元融合的社會。活動採取「實體放映」與「校園推廣」雙軌方式辦理，以不同障別共選出 8 部片單，於台北三創生活園區 Clapper Theater，舉辦 14 場次的實體影展，計有 1,091 人次出席；並選定高中及大學校園，舉辦 6 場校園推廣活動，計有 2,265 人次出席。

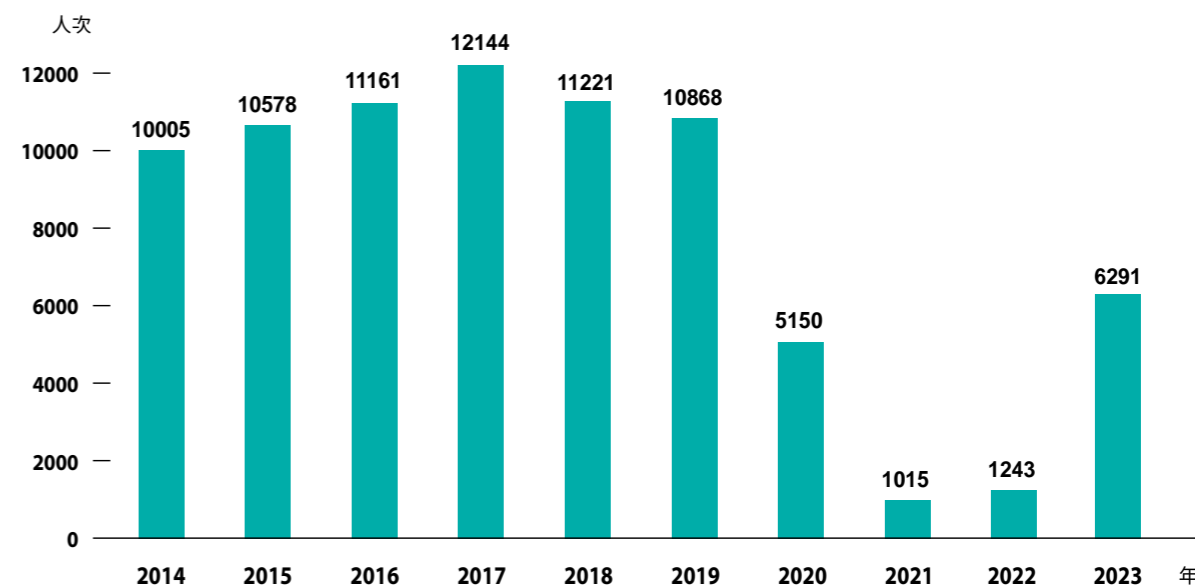
2021 年推出的時代大劇《茶金》，在播出後迴響不斷，創造出高 IP 價值。從花蓮移展至桃園龍潭臺灣客家茶文化館所策畫的「茶金特展——風華再現」，場館經營單位給付本會 135 萬 IP 授權合作費，並同時負擔全部策展費用 200 萬經費，共計 335 萬，展覽自 11/12/10 開展至 11/21/31 結束，超過 10 萬 6,150 人次參觀特展，迴響熱烈。

跟公視做朋友

參訪服務

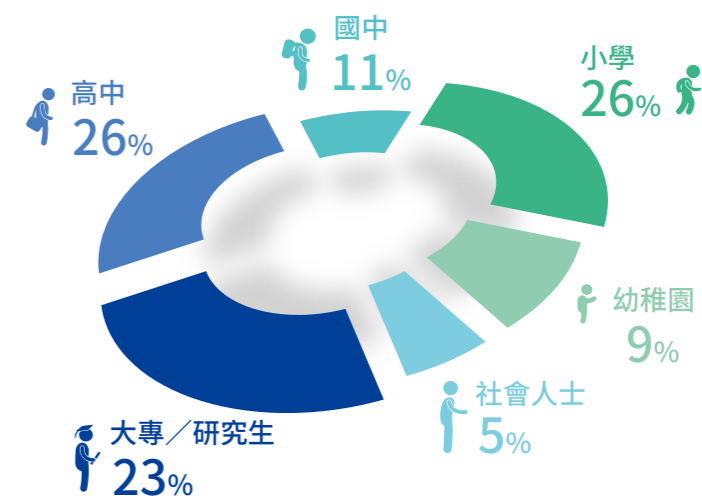
參觀公視服務全體民眾，讓大家有一個更貼近公共電視的機會，提供免費的參觀導覽，讓各年齡層對於電視台有興趣的民眾，都有機會一探究竟。2013-2023 年間參觀公視累積總人數為 83,556 人次，2020-2022 年因疫情關係，多次暫停開放參觀，人數較為下降，2023 年起逐漸走向疫後時代，參觀人數逐漸回升。

2014-2023 參觀人數統計



2023 參訪族群分布

2023 年參觀族群分布以小學 (26%) 及高中 (26%) 並列最高，其次為大專/研究生 (23%)。師長們透過安排公視參訪，幫助有志於媒體的學生們規劃未來生涯發展。





公視之友森林療癒小旅行

教育服務

公視教育服務邀請專家及教師，從公視優質兒少節目中，抽繹適用於國小階段的學習概念，構思暑假期間可供孩子樂在學習的公視遊戲本，並可透過節目內容獲得啟發視野。此外，公視教育資源網更進一步提供教師與家長教學建議，讓遊戲本得以成為教師的備課資源，家長也可利用遊戲本陪伴孩子探索與學習。2023 公視遊戲本延伸公視兒少節目《WAWA 哇!》、《節氣 × 六感實驗室》與公視台語台兒少節目《收成 è 彼一工》的節目主題，分別針對國小低中年級與中高年級學童規劃遊戲本，共計發行 20,759 本。



《節氣 × 六感實驗室》

會員服務

透過舉辦活動加強民眾對公視節目印象及所關懷之議題，讓公視用自然的方式貼近觀眾。搭配《我們的島》節目主題，規畫與節目相呼應的會員專屬小旅行活動，拉近公視之友會員與公視的距離。邀請台北及高雄的會員，參與公視熱門節目 IP 延伸的《我的婆婆怎麼把 OO 搞丟了》電影放映，並有會員特映活動，包含《群山之島——不去會死的他們 2》、蔡明亮導演《日子》、《我們的島》年度環境紀錄片《海洋 恆春》，以及尚未正式播出的新劇《不夠善良的我們》金馬特映等，藉由活動加強與會員互動、提高對公視的認同感，帶動後續捐款效應。

為支持國內藝文發展、鼓勵國人參與藝文活動，本會積極洽談藝文展演活動合作，拉近民眾與藝術之間的距離。本年度洽談 50 個以上藝文展演相關活動。包含兒童劇、電影、音樂會及藝術展等，提供超過 9,000 張票券讓公視之友會員免費索取使用，較 2022 年成長 50%。

公視品牌 創造自籌收益

公眾服務

2023 年，節目海內外發行與 IP 跨界授權的成績斐然，強化公視品牌識別度。此外，透過企業募款與小額募款，進一步深化公視認同與價值。

海內外發行大好 IP 跨界授權創新

2023 年公視新劇表現亮眼，包括《你的婚姻不是你的婚姻》、《人選之人——造浪者》獲得極佳口碑，另有《村裡來了個暴走女外科》、《我的婆婆怎麼那麼可愛》、《火神的眼淚》、《茶金》等持續銷售海內外，包括加拿大、韓國、日韓、港澳、越南等地，合計收益超過新台幣 128,000,000 元。

除影音授權外，今年戲劇 IP 轉授權與聯名商品，內容亦十分多元，如文創提袋、家事皂、茶乳糖、環保擴香座、聯名束口袋、色鉛筆等，屢屢創造話題，成功拉抬節目聲量與延伸 IP 價值。

近年，OTT 平台興起大幅衝擊傳統視聽媒體，但公視仍積極開拓活動公播和海外教育公播市場可能性，除了《你的婚姻不是你的婚姻》接連在港澳等地與新加坡華語電影節公開放映，紀錄片《南國啟示錄——馬來西亞檳城》則在「大馬喬治市藝術節」



《人選之人——造浪者》

版權銷售排行前十名

1	你的婚姻不是你的婚姻
2	返校
3	人選之人-造浪者
4	我的婆婆怎麼那麼可愛
5	牛車來去
6	火神的眼淚
7	村裡來了個暴走女外科
8	茶金
9	人生劇展
10	一字千金

家用視聽/聯名商品 排行前十大

1	牛車來去
2	吉娃斯愛科學：飛鼠學校
3	WAWA 哇!
4	魏海敏古典劇場
5	古典魔力客
6	浩克慢遊
7	苦力
8	人生劇展
9	你的婚姻不是你的婚姻
10	農村的遠見



《妖果小學》交通安全活動

連播四場，吸引逾 1,500 人次觀賞，串起臺馬兩國人民共同傳承文化的使命與熱情。此外，公視《蜂狂》、《彼岸他方》等多部知名紀錄片，也推進海德堡大學、耶魯、史丹佛、加州大學爾灣分校等，挹注不少視聽產品收益。

群策群力 共榮共好

2023 年企業募款及委託業務等自籌收入共計 92,149,663 元，影片製作涵蓋：「台灣囡仔讚——國中小教育真的不一樣了」、「文化印記——臺北文化獎得獎者紀錄片」、「中選會——第 16 任副總統候選人電視政見發表會製播案」等節目。並與教育部共同攜手合作《交通安全》適齡適性之教育影片，國小以公視「妖果小學」動畫 IP 呈現，國中及高中則以微電影型態製作，透過有趣劇情傳達「交通安全」的正確觀念。

無懼疫情 小額募款開創對話

在疫情影響之下，公視與其他公益團體同樣面臨捐款收入下滑的嚴峻考驗。公視除於電

視頻道持續露出捐款訊息外，因應數位媒體變革，積極擴大社群媒體合作，並以各種不同募款宣傳形式與觀眾建立多元交流機會。除於公視主辦活動中說明公視經費需求外，持續邀請知名人士及演藝人員為公視發聲倡導募款。2023 年度特別製作「攝影師」、「節目執行」及「阿松幕後多重工作體驗」等系列開箱影片，分享節目製作工作狀況的辛勞，凸顯公視在節目製作上追求極致不遺餘力。藉由不同角色間的對話，讓民眾能更深刻體會公視使命及存在重要性，進而激發捐款支持意願。2023 年全球戰亂紛擾影響民眾經濟安全感，以致大環境整體慈善捐款下降，本會仍透過不同方式創造小額捐款來源。



攝影師職人篇募款影片

年度行政 財務報告

公視創立時，由前行政院新聞局捐助現金新台幣 1 億元，連同政府歷年編列籌設公共電視台的預算所購之固定資產取得成本 18 億 9,874 萬 2,064.5 元，合計 19 億 9,874 萬 2,064.5 元，已取得法人登記證書立案。惟於 2001 年 4 月 26 日經前行政院新聞局核准，受贈資產以基金會成立時之未折減餘額 11 億 2,627 萬 6,682 元入帳，因此基金總額減少 7 億 7,246 萬 5,382.5 元成為 12 億 2,627 萬 6,682 元；另於 90 年度間，前行政院新聞局捐贈行政製作大樓 A 棟資產計 10 億 7,109 萬 8,397 元。至 2002 年 10 月 22 日止變更登記基金餘額為 23 億 229 萬 9,013 元。累計至 112 年受捐助購置資本設備之捐贈基金為 33 億 7,427 萬 449 元，因此基金總額為 56 億 7,656 萬 9,462 元。2006 年依據無線電視事業公股處理條例受贈華視股票 1 億 4,072 萬 2,244 股計 43 億 2,772 萬 2,168 元。

收入分析

2023 年度收入總計為 34 億 6,026 萬 6,738 元，分為勞務收入、銷貨收入、受贈收入、政

府補助基本營運收入、其他業務收入，以及財務收入和其他業務外收入。詳見收入圖。

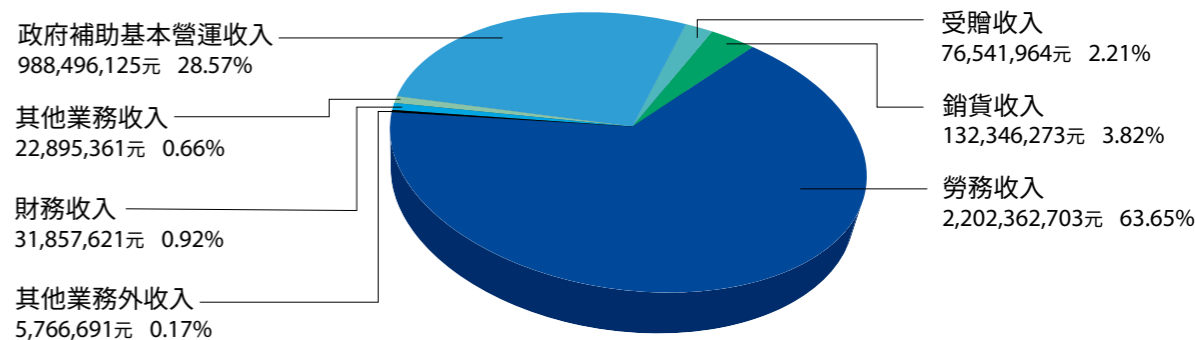
收入來源最大為勞務收入包含 (1) 遞延政府捐助收入轉捐贈收入，係指執行文化部 2021-2022 年及 2023-2024 年 5G 時代超高畫質內容創新應用計畫、2022 年及 2023 年公共電視台語頻道營運、2022 年及 2023 年內容產製與應用計畫之經常門捐助等合計 7 億 3,607 萬 7,137 元。(2) 2023 年製播客台頻道節目收入 5 億 8,809 萬 5,239 元。(3) 112 年製播國際影音平台節目收入 7 億 447 萬 1,759 元。(4) 國會頻道轉播收入 1 億 788 萬 3,773 元。(5) 活動收入 796 萬 3,727 元。(6) 代製節目收入 5,787 萬 1,068 元。

其次，政府補助基本營運收入，包含 (1) 依公共電視法由政府每年編列捐贈預算 9 億元。(2) 依有線廣播電視法第 45 條規定，系統經營者應每年按當年營業額百分之一之金額，提繳至中央主管機關成立之特種基金，基金中的百分之三十捐贈給公共電視；2023 年有線廣播電視事業發展基金捐贈 8,849 萬 6,125 元。

收入圖

總收入 3,460,266,738 元 (含公視、台語頻道、客家台及國際影音平台)

單位：新臺幣元



支出分析

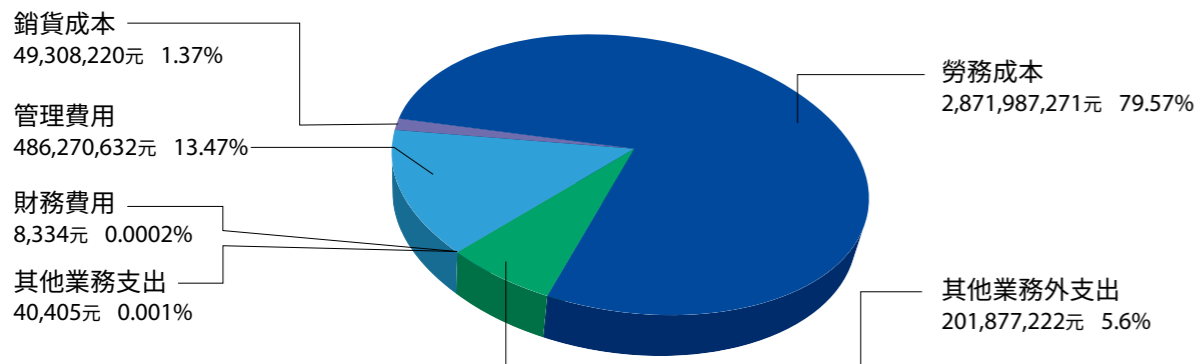
2023 年度支出總計為 36 億 949 萬 2,084 元，業務支出為 34 億 760 萬 6,528 元，包括勞務成本、銷貨成本、管理費用及其他業務支

出；業務外支出為 2 億 188 萬 5,556 元，包括財務費用及其他業務外支出。勞務成本 28 億 7,198 萬 7,271 元，佔總支出之 79.57% 為最多。詳見支出圖。

支出圖

總支出 3,609,492,084 元 (含公視、台語頻道、客家台及國際影音平台) (US\$1=NT\$30.71)

單位：新臺幣元



全年財務實況

1. 資產、負債及淨值部分：

資產部分：流動資產 33 億 945 萬 2,317 元，投資、長期應收款、貸款及準備金 27 億 6,304 萬 1,797 元，不動產、廠房及設備 15 億 910 萬 5,381 元，其他資產 1,107 萬 84 元，合計 75 億 9,266 萬 9,579 元。

流動資產中現金為 6 億 6,048 萬 8,207 元，包含零用金 720 萬元、活期存款 3 億 1,040 萬 22 元，支票存款 144 萬 846 元、外幣存款 136 萬 5,729 元及約當現金—短期票券 3 億 4,008 萬 2,103 元。流動金融資產 18 億 2,566 萬 310 元，包含文化部補助 2023 年臺語頻道營運及 5G 時代超高畫質內容創新應用計畫 (2023-2024 年) 等專戶 3 億 5,584 萬 2,310 元及 3 個月以上 1 年內到期的定期存款 14 億 6,981 萬 8,000 元 (包含創立基金 1 億元)。

非流動金融資產 6,300 萬元係指一年期以上之設質存期存單。

負債及淨值部分：負債及淨值部分：負債 11 億 6,991 萬 2,560 元，包含流動負債 6 億 2,480 萬 3,662 元，其他負債 5 億 4,510 萬 8,898 元；淨值 64 億 2,275 萬 7,019 元，包含基金 56 億 7,656 萬 9,462 元，受贈公積 43 億 2,772 萬 2,168 元，累積短絀 56 億 8,374 萬 8,090 元，以及未實現重估增值—採權益法之投資 21 億 221 萬 3,479 元，合計 75 億 9,266 萬 9,579 元。

2. 收支營運部分：

收入部分：業務收入 34 億 2,264 萬 2,426 元，包括勞務收入 22 億 236 萬 2,703 元，銷貨 1 億 3,234 萬 6,273 元，受贈收入 7,654 萬 1,964 元，政府補助基本營運收入 9 億 8,849 萬 6,125 元及其他業務收入 2,289 萬 5,361 元；

業務外收入 3,762 萬 4,312 元，包括財務收入 3,185 萬 7,621 元及其他業務外收入 576 萬 6,691 元，合計收入為 34 億 6,026 萬 6,738 元。

支出部分：業務支出 34 億 760 萬 6,528 元，包括勞務成本 28 億 7,198 萬 7,271 元，銷貨成本 4,930 萬 8,220 元，管理費用 4 億 8,627 萬 632 元及其他業務支出 4 萬 405 元；業務外支出 2 億 188 萬 5,556 元，包括財務費用 8,334 元及其他業務外支出 (採權益法認列之投資損失) 2 億 187 萬 7,222 元；合計支出為

36 億 949 萬 2,084 元。

本期短絀數為 1 億 4,922 萬 5,346 元。

另加計本期其他綜合損失 8 萬 558 元，本期綜合短絀 1 億 4,930 萬 5,904 元。

3. 現金流量部分：

2023 年度業務活動之淨現金流入 4 億 2,775 萬 3,653 元，投資活動之淨現金流出 2 億 5,751 萬 1,904 元，籌資活動之淨現金流入 1,025 萬 6,050 元，本年度現金及約當現金淨減少 6 億 7,500 萬 9,507 元。

2022 年度至 2023 年度收支一覽表

單位：新臺幣元

項目	2022 年度	2023 年度	
		金額	年度增減率
業務收入	2,533,858,490	3,422,642,426	35.08%
勞務收入	1,239,251,700	2,202,362,703	77.72%
銷貨收入	174,766,535	132,346,273	-24.27%
受贈收入	107,410,720	76,541,964	-28.74%
政府補助基本營運收入	991,998,727	988,496,125	-0.35%
其他業務收入	20,430,809	22,895,361	12.06%
業務外收入	20,728,728	37,624,312	81.51%
財務收入	18,712,455	31,857,621	70.25%
其他業務外收入	2,016,273	5,766,691	186.01%
收入合計	2,554,587,218	3,460,266,738	35.45%
業務支出	2,699,204,612	3,407,606,528	26.24%
勞務成本	2,155,049,235	2,871,987,271	33.27%
銷貨成本	50,304,957	49,308,220	-1.98%
管理費用	493,350,598	486,270,632	-1.44%
其他業務支出	499,822	40,405	-91.92%
業務外支出	121,279,234	201,885,556	66.46%
財務費用	23,416	8,334	-64.41%
其他業務外支出	121,255,818	201,877,222	66.49%
支出合計	2,820,483,846	3,609,492,084	27.97%
收支短絀	(265,896,628)	(149,225,346)	

註 1：2022 年倘不含華視投資損失 121,255,818 元、專案購置設備折舊 99,923,978 元及董事會通過之舊制退休金補提撥 113,889,072 元，則收支賸餘 69,172,240 元。

註 2：2023 年倘不含華視投資損失 201,664,515 元、專案購置設備折舊 91,285,727 元及董事會通過之舊制退休金補提撥 24,331,078 元，則收支賸餘 168,055,974 元。

資產負債表

單位：新臺幣元

資產	2023年12月31日		2022年12月31日	
	金額	%	金額	%
流動資產				
現金及約當現金	\$ 660,488,700	9	\$ 1,335,498,207	17
其他金融資產 - 流動	1,825,660,310	24	1,764,876,714	22
應收票據	611,532	-	434,086	-
應收帳款	51,486,892	1	62,557,296	1
應收帳款 - 關係人	41,161	-	110,838	-
其他應收款	96,160,415	1	71,288,482	1
其他應收款 - 關係人	306,745	-	305,519	-
預付款項	622,695,782	8	257,403,757	3
預付款項 - 關係人	37,083,654	1	278,033	-
短期墊款	10,561,160	-	3,840,190	-
其他流動資產	4,355,966	-	4,698,657	-
流動資產總計	3,309,452,317	44	3,501,291,779	44
非流動資產				
採權益法之投資	2,700,041,797	35	2,901,786,870	36
其他金融資產 - 非流動	63,000,000	1	58,000,000	1
不動產、廠房及設備	1,509,105,381	20	1,506,501,991	19
其他非流動資產	9,293,964	-	7,827,862	-
存出保證金	1,776,120	-	2,564,214	-
非流動資產總計	4,283,217,262	56	4,476,680,937	56
資產總計	\$ 7,592,669,579	100	\$ 7,977,972,716	100
負債及淨值				
	金額	%	金額	%
流動負債				
應付票據	\$ 1,440,846	-	\$ 195,341	-
應付帳款	67,899	-	8,816	-
應付租賃款 - 流動	-	-	532,794	-
應付費用	341,085,933	5	406,136,743	5
應付費用 - 關係人	9,529,185	-	447,346	-
其他應付款	64,470,844	1	47,670,960	1
負債準備 - 流動	26,150,968	-	22,424,408	-
預收款項	165,269,917	2	498,626,105	6
其他流動負債	16,788,070	-	62,080,224	1
流動負債總計	624,803,662	8	1,038,122,737	13
非流動負債				
遞延政府捐助收入	493,788,411	6	344,204,830	4
存入保證金	51,320,487	1	41,064,437	1
非流動負債總計	545,108,898	7	385,269,267	5
負債總計	1,169,912,560	15	1,423,392,004	18
淨值				
基金	5,676,569,462	75	5,659,087,251	71
公積 - 受贈公積	4,327,722,168	57	4,327,722,168	54
累積餘絀	(5,683,748,090)	(75)	(5,534,442,186)	(69)
淨值其他項目				
未實現重估增值	2,102,213,479	28	2,102,213,479	26
淨值總計	6,422,757,019	85	6,554,580,712	82
負債及淨值總計	\$ 7,592,669,579	100	\$ 7,977,972,716	100

淨值變動表

2023年及2022年1月1日至12月31日 單位：新臺幣元

	基金	公積	累積餘絀	未實現重估增值	合計
2022年1月1日餘額	\$ 5,637,176,125	\$ 4,327,722,168	(\$ 5,275,845,220)	\$ 2,102,213,479	\$ 6,791,266,552
文化部捐助購置資本設備轉列基金	21,911,126	-	-	-	21,911,126
2022年度短絀	-	-	(265,896,628)	-	(265,896,628)
2022年度稅後其他綜合損益	-	-	7,299,662	-	7,299,662
2022年度綜合損益總額	-	-	(258,596,966)	-	(258,596,966)
2022年12月31日餘額	5,659,087,251	4,327,722,168	(5,534,442,186)	2,102,213,479	6,554,580,712
文化部捐助購置資本設備轉列基金	17,482,211	-	-	-	17,482,211
2023年度短絀	-	-	(149,225,346)	-	(149,225,346)
2023年度稅後其他綜合損益	-	-	(80,558)	-	(80,558)
2023年度綜合損益總額	-	-	(149,305,904)	-	(149,305,904)
2023年12月31日餘額	\$ 5,676,569,462	\$ 4,327,722,168	(\$ 5,683,748,090)	\$ 2,102,213,479	\$ 6,422,757,019

收支營運表

2023年及2022年1月1日至12月31日 單位：新臺幣元

科目	2023年度		2022年度	
	金額	%	金額	%
收入				
業務收入				
勞務收入	\$ 2,202,362,703	64	\$ 1,239,251,700	48
銷貨收入	132,346,273	4	174,766,535	7
受贈收入	76,541,964	2	107,410,720	4
政府補助基本營運收入	988,496,125	28	991,998,727	39
其他業務收入	22,895,361	1	20,430,808	1
業務收入合計	3,422,642,426	99	2,533,858,490	99
業務外收入				
財務收入	31,857,621	1	18,712,455	1
其他業務外收入	5,766,691	-	2,016,273	-
業務外收入合計	37,624,312	1	20,728,728	1
收入合計	3,460,266,738	100	2,554,587,218	100
支出				
業務支出				
勞務成本	(2,871,987,271)	(83)	(2,155,049,235)	(84)
銷貨成本	(49,308,220)	(1)	(50,304,957)	(2)
管理費用	(486,270,632)	(14)	(493,350,598)	(19)
其他業務支出	(40,405)	-	(499,822)	-
業務支出合計	(3,407,606,528)	(98)	(2,699,204,612)	(105)
業務外支出				
財務費用	(8,334)	-	(23,416)	-
其他業務外支出	(201,877,222)	(6)	(121,255,818)	(5)
業務外支出合計	(201,885,556)	(6)	(121,279,234)	(5)
支出合計	(3,609,492,084)	(104)	(2,820,483,846)	(110)
稅前短絀	(149,225,346)	(4)	(265,896,628)	(10)
所得稅費用	-	-	-	-
本期短絀	(149,225,346)	(4)	(265,896,628)	(10)
本期其他綜合損益				
採用權益法認列之其他綜合損益份額	(80,558)	-	7,299,662	-
本期其他綜合損益合計	(80,558)	-	7,299,662	-
本期綜合損益總額	(\$ 149,305,904)	(4)	(\$ 258,596,966)	(10)

現金流量表

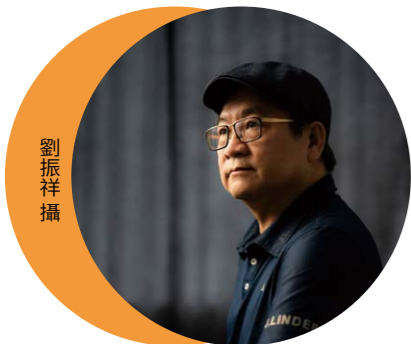
2023年及2022年1月1日至12月31日 單位：新臺幣元

	2023 年度	2022 年度
業務活動之現金流量		
稅前短絀	(\$ 149,225,346)	(\$ 265,896,628)
利息股利之調整	(31,857,621)	(18,712,455)
未計利息股利之稅前短絀	(181,082,967)	(284,609,083)
調整非現金項目		
折舊費用	196,739,726	197,293,727
攤銷費用	6,231,464	4,130,612
財務費用	8,334	23,416
處分及報廢不動產、廠房及設備損失	40,405	499,822
採權益法認列之投資損失	201,664,515	121,255,818
營業資產及負債之淨變動數		
應收票據	(177,446)	997,566
應收帳款	11,070,404	16,009,012
應收帳款 - 關係人	69,677	(110,838)
其他應收款	(23,637,198)	220,437,708
其他應收款 - 關係人	(1,226)	(129,107)
預付款項	(365,292,025)	(117,561,772)
預付款項 - 關係人	(36,805,621)	1,525
其他流動資產	342,691	(3,299,137)
應付票據	1,245,505	(5,661,218)
應付帳款	59,083	(536,099)
應付費用	(65,050,810)	172,621,848
應付費用 - 關係人	9,081,839	330,754
其他應付款	(5,026,899)	5,416,761
負債準備	3,726,560	3,129,872
預收款項	(333,356,188)	469,773,514
其他流動負債	(45,292,154)	46,151,325
遞延政府捐助收入	167,065,792	91,918,892
未計利息股利之現金流 (出) 入	(458,376,539)	938,084,918
收取之利息	30,622,886	18,264,285
業務活動之淨現金流 (出) 入	(427,753,653)	956,349,203
投資活動之現金流量		
增加不動產、廠房及設備	(\$ 178,097,866)	(\$ 78,774,299)
短期墊款增加	(6,720,970)	(3,840,190)
存出保證金減少	788,094	895,652
其他金融資產增加	(65,783,596)	(325,425,940)
其他非流動資產增加	(7,697,566)	(3,599,698)
投資活動之淨現金流出	(257,511,904)	(410,744,475)
籌資活動之現金流量		
存入保證金增加	10,256,050	11,478,575
籌資活動之淨現金流入	10,256,050	11,478,575
本期現金及約當現金淨(減少)增加數	(675,009,507)	557,083,303
期初現金及約當現金餘額	1,335,498,207	778,414,904
期末現金及約當現金餘額	\$ 660,488,700	\$ 1,335,498,207
不影響現金流量之投資活動		
遞延政府捐助收入轉列法定基金數	\$ 17,482,211	\$ 21,911,126
增加不動產、設備及廠房現金淨流出情形		
增加不動產、設備及廠房總額	\$ 199,383,521	\$ 111,461,366
加：期初其他應付款	39,841,922	6,613,727
減：期末其他應付款	(61,668,705)	(39,841,922)
加：期初應付租賃款	532,794	1,050,506
減：期末應付租賃款	-	(532,794)
加：利息費用	8,334	23,416
現金支付數	\$ 178,097,866	\$ 78,774,299

2023

公視臺語台

年度報告



劉振祥攝

台長的話

「台語主流化」的重要基地

公視臺語台台長

呂東熹

2023年7月，臺語台成立滿四年，法源上，因為公視法修法通過，確立了臺語台的法源與位階，自2024年起，臺語台預算由補助改為捐助，同時也增加了預算額度；9月並正式成立「臺語台諮議委員會」，以協助與監督臺語台的運作；為服務中南部觀眾，6月3日臺語台在高雄市成立了南部中心，除強化新聞人力與能量外，更實踐了在地節目製播與產業結合的期許。

對臺語台而言，2023年是關鍵的一年，預算由2022年3億3630萬，增至5億4300萬，在法源確立之後，文化部自2024年起也將預算增至8億905萬，對於臺語台的發展，尤其是戲劇節目的製作，提供了堅實的預算基礎，可望增加臺語台戲劇及綜藝的質與量能，包括劇集《鹽水大飯店》的開拍、綜藝《廣告Start》、兒少《菜鳥仔Band Band Band》，以及文化紀錄片《1624·大員》的企劃製作，多元又具本土的節目方向，使臺語台成為「台語主流化」的重要基地。

搭配法源的修訂，原本諮詢性質的「臺語台諮詢委員會」，也提升為「臺語台諮議委員會」，10月同時召開第一次會議，對於臺語台的重大政策與節目方向，提供相當程度的協助與建議。

四周年另一項重大發展：影視「去中心化」。臺語台6月3日在高雄市成立南部中心，包括總圖書館B1小劇場建置節目攝影棚，以及隔鄰總圖BOT之文創大樓5樓，建置新聞攝影棚與公廣集團南部辦公室，不僅提供現場錄影與節目製作，目前也成為中南部各界參訪，以及學校建教合作與實習熱門電視台。南部中心的成立，打破影視產業完全集中台北的傾斜現象，2023年已高達七個節目進行中，包括生活資訊、音樂、文學、文化與語言學習等節目，成功帶動南部影視產業界的熱烈參與及人才培育。

作為文化部「國家語言發展方案」重要執行單位之一，臺語台除節目朝向「台語主流化」的企劃外，節目社群影音的製作與經營，更是今年度重要的政策。為配合時代的發展，「台語新詞委員會」的成立，是另外一項重要使命，透過委員會專家學者的論辯與討論，2023年已順利公布1000個以上的台語新詞，同時，透過官網的建置、短影音的製作放送，已讓新詞在社群網路上廣為流傳，成為各界討論、運用的實用工具。

善用全媒體 台語主流化

活動焦點

2023年《公共電視法》修法通過，標誌著公共媒體的轉折點，也為多元族群頻道提供了法制基礎。在變革的新時代，古老的台語有了新的舞台，撐起台灣文化韌性的底氣。公視臺語台致力台語文詞彙的推廣、活化、傳承，以全媒體，擴大臺語台的觸及面並加深品牌辨識度。而南部中心的啟用，更讓臺語台進一步活化在地連結。



臺語台開發的IP吉祥物「阿文」腦袋上都是台文所使用的羅馬字母

活的台語 從根做起

行在日常

為強化臺語台社群平台以全台語文互動傳播的能力，臺語台召集學者專家及專業人士，全年收集超過一千個日常使用詞彙於辭庫網站供各界查詢。另因應2024大選，也加設「看選舉新聞學台語」辭庫特別版，以台語文收錄超過150個選舉相關新聞詞彙。並以台語新

詞為基礎，製作趣味影音，結合社群平台，實際增進各類台語文詞彙的使用。此外，為加強各界對臺語台的認識與好感，臺語台也著手設計IP吉祥物角色，進行IP角色開發、建模、LINE貼圖設計。2023年AI科技浪潮席捲全球，臺語台與產學界合作開發台語語料，並研究開發各種應用與創新互動的可能性。

紮根童年

為推廣台語囡仔歌，臺語台在2023年辦理「創作兒歌」徵選，歷時一年從籌備、徵選、錄音製作，由3位金曲製作人黃培育、柯智豪、曾仁義，聯手打造首張台語原創囡仔歌專輯《咱的歌》。從239件參選作品中，挑選出九首歌曲，不只有傳統唸謠，也有搖滾、rap等少見的兒歌曲風，歌曲主題更是題材新穎，翻轉了大眾印象中的傳統兒歌，為母語教育注入一股活水，預計將在2024年初推出。

2023年臺語台推出《WAWA哇!》、《穎仔穎仔育》等節目作品，也開始邁出腳步前進雙北及桃園的七所幼兒園，以台語兒歌《兩隻海豹》與《來跳舞》帶動唱，讓七百多名學齡前的孩子認識台語。此外，臺語台也嘗試在



《咱的歌》台語囡仔歌創作徵選發表會，創作者演唱入選作品



行政院長陳建仁（右4）、文化部長史哲（右2）、高雄市長陳其邁（右3）及公廣集團董事長胡元輝（右1）等人一同見證南部中心的啟用

台北與夾腳拖劇團合作，開設「台語兒童表演人才培訓」課程；在高雄與豆子劇團合作，推出台語兒童戲劇營；並與成功大學合作，邀請台內製作單位從不同面向分享台語媒體製播經驗。

台語當時行

為擴大臺語台的受眾族群，2023年臺語台一連推出兩部動畫作品《派對咖孔明》、《間諜家家酒》，以道地的台語與不同風格的聲優表演，一推出即造成全網轟動，不僅動漫社群網站「巴哈姆特」主動分享播映訊息，鄉民也瘋狂轉傳，讓《派對咖孔明》第一集預告線上點閱破37萬人次，1.3萬人次按讚；《間諜家家酒》第一季預告點閱率也破近60萬人次。不少網友盛讚動畫台語配音完全沒有違和感，甚至比原作多了在地的趣味。

與人民站在一起

南部影視文化迎來新局

籌備多時的臺語台南部中心，2023年6月正式在高雄市立圖書館總館B1節目棚舉行啟用典禮。典禮以「公廣相放伴，影視透南風」為核心精神。典禮貴賓包括行政院長陳建仁、文化部長史哲、高雄市長陳其邁、公廣集團董事長胡元輝、台文界重要人士等。典禮後並邀請來自南台灣的音樂人，與滿場的民

眾一起用台語音樂歡慶臺語台南部中心落成啟用，也宣示南部影視文化產業新局面的到來。

台語影視節目製作交流

開台來到第四年，臺語台期望能透過台語顧問的分享及交流對話，來加深製作單位與台語指導彼此的連結。2023年共舉辦兩場交流座談，主題分別為「台語節目會當按怎耍：綜合節目交流座談」及「台語戲劇ê氣口：戲劇節目交流座談」，邀請對台語影視產業有興趣的朋友參加，以壯大台語影視產業的內容。

看顧台灣 在角落發光的身影

本年度在頻道包裝的規劃上，臺語台推出「看顧」系列短片。取材自台灣較罕見或較少被關注的勞動者，如水庫警察、防汛志工隊、航空測量員等等。透過紀錄他們在各個角落認真打拚的身影與容顏，描繪在這塊寶島之上，諸多職人匠心默默付出、用自己的方式守護台灣這塊土地之動人精神。



頻道包裝短片「看顧」，紀錄在台灣各角落認真打拚的勞動者身影

有看頭 臺語第一品牌

節目百寶箱

新聞紀實類

隨著疫情結束，國境解封，台語新聞在2023年也走出台灣，走向國際。透過《青春咱的夢》的新聞鏡頭，紀錄在烏克蘭就學的台灣年輕人，積極參與國際組織，深入戰爭前線赫爾松，從事人道救援工作。《台灣記事簿》跟隨高雄地獄殿吉勝堂八家將的腳步，前往法國尼斯嘉年華，用文化做外交。每日新聞報導紙風車劇團及文化總會的匈牙利文化之行。台語記者也前往菲律賓偏遠的夏爾高島，報導台灣非政府組織「遠山呼喚」改善當地兒童教育困境的努力。

《台灣新眼界》論壇節目走出攝影棚，走進地方，舉辦外場論壇，提升台語新聞節目能見度。此外，網路是台語新聞接觸年輕族群及開拓新聞影響力的另一個場域。2023年，臺語台新聞官方YouTube影音觀看數比前一年大幅增加4倍，訂閱數也增加2倍。

臺語台南部中心推出《新聞看南方》半小時新聞週報的自製節目，專注在中南臺灣的



臺語台記者在烏克蘭採訪

各種地方公共事務和議題，請專家來賓上節目和主持人共同討論。我們也走訪地方，採訪各地人物，製作議題式專題；跟隨著新聞時事和節氣，也教觀眾看新聞學台語、說台語。另有《啾茶配話》邀來賓討論發燒話題，《南國真情味》報導地方人物和議題，《新聞台語》帶大家認識各種新聞臺語詞。

戲劇類

2023年《台語有影》推出三部電影風格和故事類型迥異的嶄新創作，分別為《殺手老不休》、《夜盲》及《聖誕夜奇蹟》。三部電視電影攝製完成後旋即獲邀參加2023高雄電影節「臺灣越界」單元，並於10月8日舉辦世界首映，搶先在大銀幕呈現影迷眼前。

臺語台首部監製出品之時代愛情影集《鹽水大飯店》，結合了鄭文堂導演之綠光全有限公司及高雄市電影館「高雄劇」投資挹注，耗時三年半精心打造而成。本劇由鄭文堂、林志儒導演共同執導，以美麗島事件做背景，取



《鹽水大飯店》宣傳車上，仁煌開車、文欽廣播，阿德發放人權宣傳單



《全家有智慧》



《HiHi 導覽先生》



《非常了不起》

材自前農委會副主委戴振耀的少年時代，演出台灣民主改革的歷程。本劇獲邀參加 2023 年 11 月文策院 TCCF 創意內容大會及 12 月新加坡影視節，並與國際串流平台 Netflix 簽訂台灣地區獨家版權。

藝文類

《全家有智慧》以「聽、說、讀、寫」學台語為節目核心，發展出四大關卡的益智挑戰，從台語新手到台語博士都能參與。在答題過程中，有競賽、有趣味、有兩家人的團結、有團隊的情感，有搶破頭的競爭，讓觀眾在收看節目的同時，以快樂的心情輕鬆學台語。

《HiHi 導覽先生》集結全台灣最會說故事的人，打造出與眾不同的台語綜藝新模式。全新一季，「說故事」變得更有意思了。我們打破舊式綜藝框架，將場景區分為功能各異的不同區塊，宛如置身美麗的藝術展覽區。節目也導入 RFID interactive 的科技應用，把導覽過程從單向溝通變為雙向互動，讓節目呈現更活潑歡樂的娛樂氛圍。

《文化相陪伴》是臺語台南中心自製的藝文訪談節目，邀請台南在地台語饒舌歌手阿雞（林泰佑）擔任節目主持人，以在地思考，來提升地方藝文能見度，讓文化議題成為重要的節目主軸。2023 年節目內容涵蓋多元主題，如高雄羅漢門迎佛祖、台南萬神節、屏東落山

風藝術季等，盼為傳統文化與創新搭起世代橋梁，讓台灣文化可以延續以及被看見。

兒少節目

《非常了不起》第三季讓小朋友在探險過程中學台語，前方迎接他們的冒險之路，究竟藏著什麼秘密？闖關秘訣就在於台語造句的能力，而且，還得抽卡牌急智講故事。探險員們每說一個流暢故事，便靠寶藏越來越近——不只是闖關的寶藏，也是咱母語的寶藏。

《收成 è 彼一工》主打「以孩子為主角，帶您體驗孩子的日常」。延續前兩季，觀眾將看到更多不同行業家庭裡孩子的故事，像是：



《收成 è 彼一工》

家裡經營早餐店的孩子，又顧店又幫阿媽採芭樂；家裡從事歌仔戲的孩子，戲班生活就是個大家庭；家裡開水果行的兄妹，以自己創作的歌曲傳達對父母的愛及感謝。

《菜鳥仔 Band Band Band》是一個素人實境節目。六位菜鳥仔將要挑戰 365 小時內完成一首歌，並且讓這首歌在全球數位上架發行。感謝雙金主持人柯大堡，變身為「音樂禿路人」（音樂帶路人），陪伴這群菜鳥仔走向音樂之路，讓「每一個人，都是自己故事的主角」。

生活風格類

2023 年續製《心所愛的歌》是台灣唯一以介紹台語歌詞曲創作者為核心宗旨的節目，呈現台語音樂背後故事，吸引忠實的台語歌迷粉絲追蹤，也深受音樂行家們肯定。我們也將《唱歌予恁聽巡迴演唱會》的精華段落，重新剪輯製作成節目，播出後反應熱烈，並期待臺語台能夠續辦全國巡迴演唱會。

《這是台灣款》跨年度共製作 86 集，包含各種台灣文化主題題目，節目收視率亦呈穩定成長，深獲觀眾喜愛。為了解台灣歷史的關鍵年代，藝文群同仁目前全力製作《1624·大員》紀錄片。本片以「台灣島民、荷蘭、國際關係」三種角度來詮釋在 1624 年，荷蘭東印度公司來台灣前後的始末及影響。

《無事坐巴士》走進台灣各個角落。今年節目播出時段正好遇上除夕團圓夜，因此製作了七位主持人大合體的特別節目，到花東各地去體驗，讓人耳目一新。由南部中心自製的外景節目《行仔內 è 話》，走訪南部各鄉鎮與常民生活息息相關的傳統老行業，進行實境體驗；並以輕鬆訪談方式，傾聽老師傅的甘苦談、奮鬥人生的小故事，進而介紹該行業有關的俗語意涵及行話的使用。本節目透過影像紀錄各地語言，建立珍貴影音語料庫，忠實展現台語的語言多樣性與文化生命力。



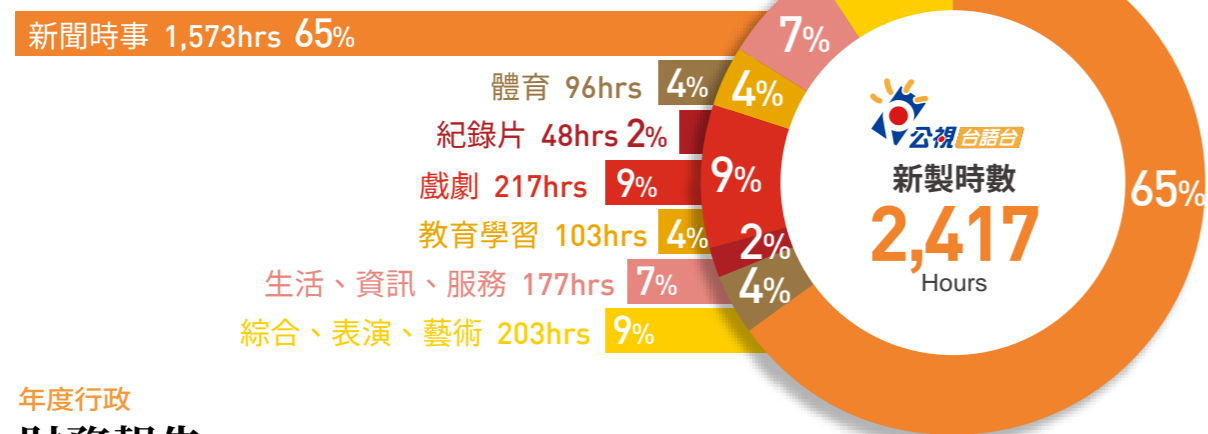
（上）《這是台灣款》（下）《無事坐巴士》

節目表現

節目時數分析

公視台語台為綜合性頻道，包含新聞、益智、行腳、人文、兒少、戲劇、紀錄片等，節目內容多元而豐富。公視台語台肩負台文推廣任務，期待帶領觀眾進入不一樣的台語文化傳播領域。2023年總播出時數為7,304小時，新製時數為2,417小時，新製比率為33%。

2023年公視臺語台新製時數 - 依節目型態分類



年度行政

財務報告

2023年公共電視臺語頻道營運支出表

2023年1月1日至12月31日 單位：新臺幣元

預算規劃項次	節目類型	預算數	累計支出	支出數餘額	累計執行率
台語頻道營運 - 公視					
		543,000,000	235,700,835	307,299,165	43.41%
1	業務費	393,350,000	152,831,687	240,518,313	38.85%
1-1	新聞	32,950,000	19,258,864	13,691,136	58.45%
1-2	新聞節目	28,600,000	17,963,717	10,636,283	62.81%
1-3	兒少節目	30,500,000	16,129,987	14,370,013	52.89%
1-4	文化 / 藝術	192,650,000	36,338,956	156,311,044	18.86%
1-5	生活 / 綜合	94,050,000	55,190,643	38,859,357	58.68%
1-6	其他類型	5,700,000	1,432,810	4,267,190	25.14%
1-7	研究開發	8,900,000	6,516,710	2,383,290	73.22%
2	人事費	92,550,000	65,898,153	26,651,847	71.20%
3	其他	42,100,000	16,124,087	25,975,913	38.30%
4	資本門	15,000,000	846,908	14,153,092	5.65%
台語頻道節目製作案 - 華視					
		92,000,000	82,800,000	9,200,000	90.00%
5	節目製作案	92,000,000	82,800,000	9,200,000	90.00%
總計		635,000,000	318,500,835	316,499,165	50.16%

註：文化部補助「2023年公共電視台語頻道營運」依約將執行至2024年12月10日止。

2023 客家電視 年度報告



台長的話

聲亮影靚 破紀錄个一年

客家電視台長

Hiong Siin Ngien

向盛言 Hiong Siin Ngien

客家電視台今年歡慶廿歲，迎來大豐收。112年客台共入圍了11項金鐘獎，並分別以《小O事件簿》拿到「少年節目獎」、以《綠金龜的模仿犯》榮獲「電視電影獎」。

我們的傑出表現不只在國內倍備受稱許，在國際上也不遑多讓，分別榮獲「紐約電視節」、「芝加哥兒童影展」、「法國台灣女性電影節」、「西班牙 ZOOM 影展」、「沖繩環太平洋國際電影獎」和「亞洲電視獎」…等大獎的肯定。客台過去這年共入圍53個國內外獎項，最終獲頒25個獎，創下開台以來的最高紀錄。

同時，客台邀請到來自四大洲的族群電視台齊聚臺灣，舉辦有史以來第一場「族群媒體高峰會 Ethnic Media Summit」，並在會中與挪威的薩米電視台 (NRK Sápmi)、紐西蘭的毛利電視台 (Whakaata Māori) 和公視臺語台以及原住民族電視台，一起簽署了【共同合作備忘錄 MOU】，帶頭打開彼此資源共享、節目交換和異地訓練的機會之門。

上述成績除了歸功於同仁與協力團隊的努力不懈，另一個關鍵因素在於今年起來自「國家語言整體發展計畫」的額外預算正式挹注至客台，讓我們得以更充裕的資源，嘗試各種可能性，將創意和技術發揮到極致，讓客家電視不侷限於電視，持續超越自我。

我們會以過去廿年所累積的基礎為本，持續向世界邁進，透過競賽、影展和各式互動，打響 Hakka TV 的品牌知名度，以期如同蔡英文總統在客台廿週年記者會所言：「未來的客台，不只做節目給客家人看，也給全臺灣人看、給全世界看。」

下一個廿年，客家電視將積極扮演連結客家跟世界的橋梁角色。Hakka TV, we connect Hakka and the world!

營運理念

傳承、堅持、發揚、凝聚

因為唯一，使命更重

做為全世界第一個，也是目前唯一的客家電視頻道，相較於其他電視台，客家電視無疑有更多的責任及使命：

- (一) 行銷客家族群文化之價值
- (二) 呵護客家語言永續之流傳
- (三) 維護客家媒體近用之權益
- (四) 拓展國際族群文化之交流

營運理念三合一

客家電視的經費預算來自全體納稅人，我們從觀眾的閱聽需求出發，以媒體專業與客家專業，將客家文化呈現於螢光幕上，期能立基於以下三項理念：

- (一) 人民為本
- (二) 客家為體
- (三) 專業為用

永續精進的年度目標

2023年我們以觀眾的需求為核心，衡量當前客家文化語言發展、影視趨勢與媒體環境，並以實踐公廣集團的三年目標與策略方針為導向，以「有聲有影，諜起來！」作為全體同仁共同努力的目標與方向，其策略如下：

- (一) 深化內容，貼近受眾
- (二) 國際接軌，搭建網絡
- (三) 培育人才，產業共好
- (四) 數位優化，服務升級

我們除了要自信地產出富原創性兼備族群文化特色的影視創作外，也要探索出屬於客家的聲音，走出客家與多元族群交流的特色，與民眾一起互動、反響，來回碰撞，迴盪出更巨大的聲響。



客家電視 20 週年記者會嘉賓雲集，共同為客家電視啟動下一個 20 年

有聲有影， 譟起來！

年度焦點 1

「有聲有影」是客家電視作為影視創作媒體的本質與目標，同時也蘊含「客家電視經營得有聲有色」之意，而「譟起來」則有歡呼、眾口傳誦之意。20 歲的我們，為了展現繼往開來的經營成果與企圖心，從節目、新聞入手，搭配一系列的活動，要給觀眾耳目一新的感受。

邁向新里程，「20 週年記者會」

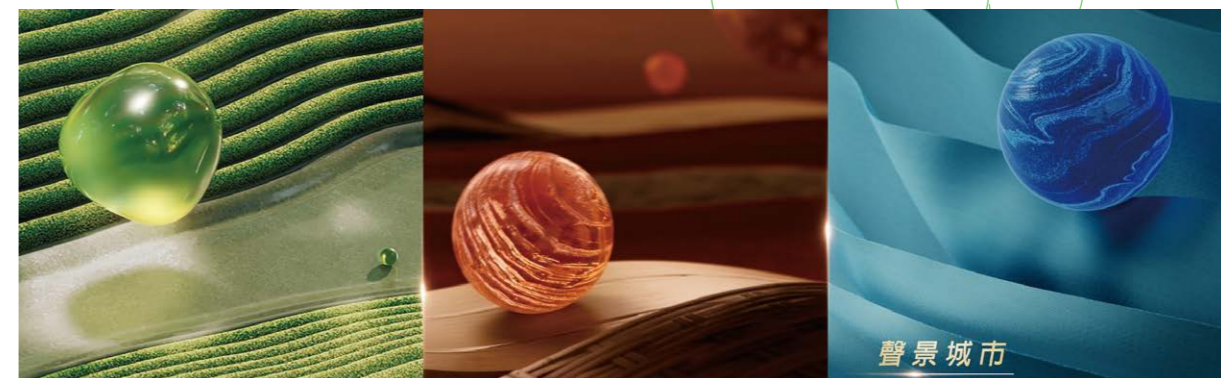
我們透過記者會邀請大家一起見證過去 20 年來，客家電視對臺灣以及對全球客家文化的貢獻，同時宣布啟動 20 週年重點項目持續傳播客家語言及文化，揭示「有聲有影，譟起來！」年度目標。

現場邀請蔡英文總統以及當年協助順利開台的葉菊蘭資政、楊長鎮主委及馮賢賢女士和公視基金會胡元輝董事長共同參與；並由羅時豐、吉那演唱長青節目《鬧熱打擂台》主題曲，別具意義。誠如總統的勉勵「期待客台的下一個 20 年，能夠把好的成果延續下去，也能繼續發展出更多優質作品，讓未來的客台，不只做節目給客家人看，也給全臺灣人看、給全世界看。」

族群與世代交融，「客家製譟 Make Some Noise」演唱會

「客家製譟 Make Some Noise」是台北流行音樂中心首場客家專場的大型演唱會，集結彭佳慧、羅文裕、羅時豐、Yappy、生祥樂隊、官靈芝、吉那罐子、Misa 米莎、謝宇威、謝銘祐、桑布伊、黃宇寒、彭柏邑、Vera、黃子軒與山平快、魏如萱等逾 20 組音樂人，更有「音樂關鍵字」虛擬樂團首度實體登台，高科技聲光效果的運用，讓整場演出更加富有未來感，就像一棵跨越時空的音樂時光樹，不僅讓 3000 位現場的觀眾領略客家音樂的魅力，也展現客家電視 20 年來傳播客家的努力。

「客家製譟」引起各界熱烈迴響，為回應中南部鄉親的期待，也延續臺北演唱會的效



客家電視 20 週年換新裝

應，又再規劃臺中、高雄兩場以 LIVE HOUSE 形式演出的表演，演出陣容更著重在地及新生代音樂人的參與，讓客家音樂能持續發聲。

聲音進入城市變成文化， 頻道包裝 Station ID

為了以嶄新面貌服務觀眾，我們以年度主軸與具有人的溫度、客家特色、科技質感、國際視野為方向，推出全新頻道視覺包裝，邀請橫跨金曲、金鐘、金馬的究方社創意總監方序中及團隊 BIOS monthly、COMPUTRFACE，由語言及文化發跡構築，將客家聲調「聲」，以及客家文化物件「景」，構築成一座處處細節接包含著客家精神的「城市」，把新的語彙跟傳統文化結合在一起，讓設計零距離，融入日常生活，榮獲時報金像獎視覺設計類識別系統項銅獎的肯定。除頻道視覺包裝外，也延伸運用至新聞鏡面設計上，讓三節新聞的資訊更清楚，整體視覺更有溫度、更貼近鄉親的日常，誠如方序中所說，「無需賦予客家文化符號，自然呈現，客家人就是這樣生活而已。」

時間一直站在我們這邊， 《時間旅客》形象短片

對 20 歲的客家電視來說，乘載的不只是 20 年來的時間片段，而是橫跨百年以上的時間長河。《時間旅客》藉由三位同樣的演員——孟耿如、王庭勻、莊岳，在四個時期、跨越百

年不同時代背景的轉換，所有過去、現在、未來，關於客家的人事物，可以透過影像「重現過去、紀錄現在、想像未來」，彷彿「時間，一直站在我們這邊」。形象短片由榮獲全球 Promax 廣告大獎的李鼎擔任導演，金馬獎最佳剪接指導賴秀雄先生擔任剪輯，音樂家 V.K 克擔任音樂創作，金鐘最佳音效得主余政憲擔任本片音效設計，透過影像傳達客家電視作為族群頻道、公共媒體存在的意義與未來的目標。

體驗媒體的魅力， 2023 世客博「客家電視館」

我們於「2023 世界客家博覽會」臺灣館一樓設置「客家電視館」，以「時間旅客」為策展主軸，民眾化身「時間旅客」，感受「客家傳播歷程」、「客家精選 100」、「Open Studio 攝影棚」、「金鐘獎體驗」、「數位伯公樹」等展區魅力。我們提供客語四、海、大、平、安五腔與華語、英語等語音導覽服務，其中「Open Studio 攝影棚」主播體驗活動最受民眾歡迎，另外我們也同步製播《世客來寮》網路節目錄製，介紹世客博最新資訊，同時安排《客語半生熟》、《怪客臨門》網紅與喜劇演員於館內與民眾面對面。66 天展期近七萬人來訪，1,200 多位參與主播體驗，貼心的導覽與服務，有趣的展覽與體驗活動，備受民眾佳評。

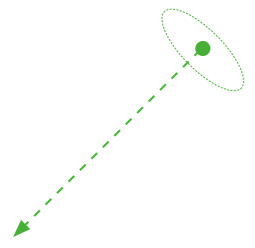
他山之石， 國際接軌，

年度焦點 2

借鏡與交流，客家新聞採訪報導

隨著疫後各國解禁、大開國門，我們依循「行出去」的年度主題執行 8 次海外採訪，並與當地客家社團恢復實體交流。上半年我們前往香港，探訪隱藏在香港「鄉下」的客家聚落；採訪團隊也跟著聯新醫療義診團隊遠赴尼泊爾，探訪客家醫生跨國行醫的故事；我們前往馬來西亞採訪當地的客家文化節及客家產業與故事；也跟著客家大縣新竹縣政府前往姊妹市 - 日本宮崎縣，一探兩地藝文、觀光交流；前往非洲臺灣客屬總會交接大會之際，除採訪之外，也到史瓦帝尼及模里西斯，針對跨國合作以及客家人在非洲打拚歷程製作專題報導。

下半年海外採訪主題則更著重於「取經」。我們前往位於中美洲的邦交國貝里斯進行採訪，一探當地對於馬雅文化以及海洋自然資源保育的經驗；此外也踏上了位於北極圈的冰島，檢視在數位浪潮下，遺世獨立的冰島語傳承的機會與挑戰；另外，隨客家電視新劇《女孩上場 2》前往南韓釜山拍攝之際，採訪製作即時新聞以及臺韓影視交流專題報導之外，團隊亦前往濟州島，採訪當地著名的「偶來步道」經營的經驗，並將與臺三線「樟之細路」做比較。我們期望透過國際採訪、海外客家社團交流等方式，提升客家電視能見度，宣傳客家文化精彩豐厚的多元特色，擴大客家文化的國際影響力。



客家新聞「行出去」採訪他山之石也與客僑交流



屢創佳績， 旗艦節目，

年度焦點 3



《綠金龜的模仿犯》獲多項國內外影展肯定

看見都會生活的人際互動， 《綠金龜的模仿犯》

《綠金龜的模仿犯》改編靈感來自於客籍魔幻寫實小說家高翊峰的同名短篇小說，描摹一隻幻化為人形的綠金龜在誤闖人類所居住的公寓後，如何觀察、模仿人類的行為。劇情試著帶領觀眾以綠金龜的視角觀察、窺視不同住戶不為人知的故事，最終也因為綠金龜無法理解人類各種複雜的私欲，於是在短暫的交會際遇中充滿疑惑、衝突與絕望。本片在魔幻寫實的手法下，更多了一些對於都市寓言的著墨，如此，讓普羅觀影者可在既有的生活經驗值下自然觀影，自然也能予以自身情感的投射。

優秀的演員與製作團隊獲得多項入圍與得獎肯定，包括入圍「桃園電影節」臺灣獎、「美國羅德島國際電影節」、「西班牙加泰隆尼亞國際影視內容節」劇情類、「亞洲電視獎」最佳單元劇/電視電影、編劇獎及最佳主題曲等三項，「金鐘獎」戲劇類入圍三項並獲得電視電影獎、榮獲「沖繩環太平洋國際電影節」最佳影片、「美國科幻恐怖與動作電影節」科幻故事片卓越獎暨化妝技巧類卓越獎、「時報金像獎」視覺設計類海報設計項佳作、「布拉格電影獎」最佳劇情片。

最溫暖的烏金滋味， 《可可樹下的奇幻小店》

客家電視與 LINE TV 攜手打造綜藝實境節目《可可樹下的奇幻小店》，由柯有倫、李霈瑜（大霈）、江宏傑、黃湘婷共同搭檔，化身為「小店合夥人」，在熱情的屏東創業開店，深入瞭解當地「烏金」可可，親手製作一道道充滿心意的甜點，參與從大地到餐桌的過程。四位藝人在質樸的客庄中尋覓靈感，加深自身對於客家文化的認同與親近感，最終，他們把屏東六堆文化的客家精神、土地氣息、可可的價值包裝在自產自銷的伴手禮盒中，要讓臺灣可可走向世界國際，讓臺灣人為自己的土地與客家精神感到驕傲。



《可可樹下的奇幻小店》是客家電視第一檔實境節目

首播後掀起熱烈迴響，在客家電視官網直播創下優秀點閱率，在 LINE TV 每週躍上週末熱播排行榜冠軍，開播一個月瀏覽量即破百萬。透過與 OTT 平台合作，我們為客家打開了新視野，也為節目開發了新群眾。

烏俄戰爭沉浸式體驗， 《小O事件簿》

2.0 進化版的《小O事件簿》帶著青少年的視角出發，打造了全新的主題內涵和視覺風格，特別將「社會實驗」或「劇場扮演」理念融入節目中，旨在引發青少年對當代議題的深刻思考。年度的重點議題聚焦於青少年與科技、社交媒體互動的真實生活，同時，為了開拓國際視野，推出烏克蘭和俄羅斯衝突的系列節目，透過訪談、戲劇及藝術展覽多樣化的呈現方式，以沉浸式體驗讓青少年呈現自身深刻的觀點，從而探討戰爭對青少年心理的影響。入選「KIDS FIRST! 電影節」短片放映，榮獲「金鐘獎」最佳少年節目獎、「印度兒童影展」120 分鐘內影片類評審團特別獎、「台灣媒體觀察基金會台灣兒童及少年優質節目評選」年度最佳影視節目獎。



《小O事件簿》引發青少年對當代議題的深刻思考



《女孩上場 2》為客家電視旗艦戲劇

蓄勢待發的好戲《女孩上場 2》、 《星空下的黑潮島嶼》

2024 年旗艦戲劇《女孩上場 2》以臺灣女子籃球職業隊以及中華臺北隊的職人為主角，結合女性成長、團體運動、運動職場三種元素，加上充滿熱血與速度感的籃球影像，拉出屬於臺灣特有種的故事類型。從製作期起就陸續創造聲量，我們海選與訓練真實職業隊與中華隊退役球員成為主要演員，搭配一線卡司擔任教練，遠赴釜山取景，並邀請韓國演員與職業球員參與拍攝，打造亞洲國際賽事，拉抬臺灣戲劇在運動類型上的高度，同時展現客家電視戲劇跨國拍攝與合作的企圖心。

而旗艦戲劇《星空下的黑潮島嶼》預計於 2025 年登場，講述 1950 年代因思想與政府當局不同，被羅織各種罪名移送到綠島囚禁的年輕醫師們，在白恐政治受難者主要監獄—綠島新生訓導處，如何在被剝奪人權自由及尊嚴並施以思想教育以及勞動改造下，如何保有自我、追尋新生的故事。客家電視首次投入上億元製作經費與金獎團隊陣容備受矚目，從發布會向各界介紹主要角色「五虎將」到拍攝期間的場景、演員等話題不斷，為客家電視開啟高規格戲劇製作與行銷的嶄新篇章。

文化力與號召力， 節目展新風貌，

節目聚焦

客家電視 20 週年，以主動出擊的「主體」，自信大方地走向觀眾，並以「有聲有影，譟起來！」為概念，拋出兼備文化特性與號召力的內容，希望讓觀眾感受進入下一個里程碑的客家電視。

生活資訊類

《客語半生熟》，首度邀請眾多 YouTuber 一起拆解客文字，透過來賓豐富的想像力及搞笑解讀，重新發掘客語不同以往的魅力！以新媒體思維出發，不同於傳統的教學節目，用十分鐘的時間，介紹給閱聽人有點深度又具生活化的客語詞彙。在好笑又好玩的猜字過程中，還可以看到各個國家對語言使用的不同習慣，現場熱烈的討論讓節目毫無冷場。接著由電音芭比安苡葳和客家說唱藝術家張春泉分別帶入客語四縣腔、海陸腔的學習情境，以幽默、戲謔的動畫帶出輕鬆活潑的氛圍，更拉近年輕族群與客家文化的距離。



《客語半生熟》邀請眾多 YouTuber 一起拆解客文字



《活力新故鄉》關注新住民在臺灣生活的概況



《花漾同學會》維持不老精神，持續追夢



《怪客臨門》把劇場喜劇原汁原味帶入攝影棚

《活力新故鄉》紀錄焦點除了持續關注新住民在臺灣生活的概況、他們在面對群體時，因文化差異和正向價值觀，所帶來的融接力量，也進一步探討，新住民在這塊土地，因適應問題所要面臨的心理壓力和扎根尋夢的點滴辛酸。英國的薩洱瑪，因大學一次來臺參訪活動認識了身為消防員的俊儒，兩人截然不同的文化與個性，卻沒成為生活中的絆腳石。俊儒為了她一起信仰伊斯蘭教，而樂觀開朗薩洱瑪很快的適應臺灣文化，甚至能在俊儒家族事業中擔負責任！然俊儒在節目播出前，意外於屏東爆炸案中英勇殉職，節目紀錄拍攝他們倆的相處點滴，也為家屬留下溫暖美好的回憶。

《花漾同學會》維持以往的不老精神，打破年齡的限制、突破心理的框架，不僅追夢，更要再年輕一次！全新一季來賓年齡層從花甲、古稀、甚至到耄耋之年，不僅退休生活多采多姿，參與節目挑戰更是全心投入。如平均年齡 77 歲的三人志工爺爺團，挑戰芭蕾舞項目，更要穿上華麗芭蕾舞裙公開演出經典舞碼「天鵝湖」，雖然惡補的芭蕾舞步稱不上技藝精妙，卻也讓台下觀眾無不佩服他們的勇氣與堅持。節目中也分享爺爺們的生命體悟，開朗豁達的人生觀令人嚮往與學習，希望自己年老時也能像他們一樣。

音樂人文類

這幾年劇場喜劇在臺灣越來越流行，《怪客臨門》以客家文化為基底，巧妙融合笑點與包袱，運用劇場喜劇的各種元素：傳統曲藝的說、學、逗、唱，或者是日本的漫才、歐美的單口脫口秀，把劇場喜劇原汁原味帶入攝影棚，加上台下觀眾與台上表演者的自然互動，產生絕妙火花，吸引年輕族群，傳遞客家文化之美。來自日本的「漫才少爺」雙人組合，帶大家從日本俗諺認識經典的客家老古人言，最後現學現賣呈現一段富有客語元素的漫才段子，博得現場觀眾滿堂彩。由主持人宋明翰領軍的相聲男團「愛笑斯坦」更帶著團員挑戰客語數來寶，留下令人深刻的硬底子表演。

客家族群住在靠山地帶，雖近水而居，卻是灌溉困難的地區，因此造就客家人擁有極佳的土木工程技術，起造各式水利設施。因此，歷時三年製作的紀錄片《水路光影》系列從「上善引水」、「伏流長水」、「揚水出力」主題切入，細數順應自然的水路智慧（埤圳、湧泉、水車）、族群共存的課題、因水互助的組織及信仰，帶觀眾管窺臺灣水利文化，瞭解古人來時路，反思水利發展的歷史遺韻及在現今氣候變遷的環境中，我們該如何走下去。

青少年兒童類

由客家電視與公視、原民台、台語台四台合製的幼兒節目《WAWA 哇！》，是一個針對幼兒拍攝的實境紀錄影片，四台共十六集，每集都由各台針對各自的族群特色，挑選出生活各具特色的孩子。客家電視挑選了住在苗栗銅鑼、臺中東勢、高雄美濃的孩子，將他們徜徉在鄉間果園的美好生活，呈現在幼兒觀眾面前，同時節目也邀請知名導演徐麗雯，以母親的視角拍攝家中幼兒充滿哲思的生活浮光。本節目跳脫了幼兒唱跳的傳統節目範疇，將鏡頭放在與孩子等高的位置，捕捉他們靈動鮮明的生活體驗，宛如專為幼兒設計的紀錄片影展，在國內外影展都獲得一致好評，並入圍了金鐘獎最佳兒童節目。

客家電視最長壽的招牌節目《奧林P客》，在進行場景大改版後，持續了第二季的製播，在新設計的小丑遊樂園裡，來自全國客語生活學校的學童們，以五人小組的團隊，在遊樂園園長的陪伴下，面對小丑的干擾，逐一克服了精心設計的客語關卡。節目不斷收到全國小學師生的好評，對教師而言，這是一個絕佳的戶外教學；對學童而言，在攝影棚裡玩遊戲，也成為他們的重要回憶。節目每年大量邀



(上) 《WAWA 哇！》 (中) 《奧林P客》
(下) 《登山總動員》



《暗夜微光》講述經商之道與諒解



(上)《最後一封情書》帶領觀眾重新省思生死議題
(下)客家戲曲展現客家傳統唱腔與曲調，深受觀眾喜愛

請了不同孩子來參加錄影，不但發揮了公共媒體的公眾近用價值，同時也成了族群頻道的絕佳宣傳。

臺灣是個多山的國家，在客家族群的生活，山，更是一個親近且熟悉的場域。客家電視與富邦基金會合作，推出了全新的兒童登山節目《登山總動員》，每集由兩位十歲上下的孩子，用他們的雙腳與目光，帶著觀眾上山，節目以清新的風格，呈現出孩子在旅程中的自然對話，並透過逗趣的動畫，呈現他們的心情與想像，將孩子在山林中的樂趣與感動，完整細膩地傳達給目標觀眾。節目中有感情如蜜的兄妹，也有不斷吵嘴的孿生姊妹，在充滿綠意靈氣的山野中，學習與自己、與同伴、與大自然的相處。本節目入圍了媒觀會的年度最佳兒童節目，也在國外諸多影展上獲得肯定。

戲劇戲曲與配音類

現實若如暗夜，記憶的味道即是微光。暗夜微光，是永勝豆漿店，是徐家，一家店、三代人的故事，從小小的攤車起家，老徐與妻子雅玲，還有親如兄弟的好友老姜，在臺南府城落腳、扎根、開枝、散葉，「永勝豆漿」用

傳統早餐的滋味，成為街坊鄰居喜愛的老店。《暗夜微光》所要講述的核心是客家人的『經商之道』與家人諒解。透過劇情中所設置的『隔壁那間豆漿店』來帶出三代人對於情感倫理的衝突，透過角色之間的美味關係，和解了彼此間深刻的對立，只要攜手同心，就能克服困難、突破困局。而從舞台劇改編的電視電影《最後一封情書》邀請金鐘影后劉瑞琪、呂紹齊、林辰唏同台飆戲，內容以喜劇形式，用歡笑和淚水交織來談論沉重的「善終權」議題，帶領觀眾重新省思生死議題。

歷時三年全球疫情蔓延，各地醫護始終堅守在第一線，竭力維護大家的健康和安全，在客家鄉親最重視的節慶春節開端，我們在闔家團圓時推出精緻大戲《仁者之心》，本劇描述瘟神自天庭脫逃，玉帝派醫神轉世人間，以華人信仰之保生大帝為主角，希望藉此故事，向所有醫護人員致上最高敬意。客家電視持續推出由臺灣客家先民抵抗外辱故事《少年英雄》、以及南洋客家先民故事改編的《蘭芳傳》，還有本土客庄原創的《茶山情緣》和改編明朝章回小說《弁而釵·情奇記》探討性別議題的《鬚眉道姑》等知名野史和創新傳奇，期望讓海內外所有熱愛戲曲的戲迷，都

能不斷享受精緻優美的客家傳統饗宴。

為服務客家族群和全國觀眾，透過購片及重製節目，依節目屬性搭配不同腔調，藉優質內容將客家觸角伸入各領域，進而觸發更多討論和共鳴，循此途徑，同時促進客語多腔調交互流通使用。我們推出風靡全球的經典動畫《藍色小精靈III》、駱以軍原著改編的《小兒子II》，以及學齡前兒童最愛的《恐龍大牧場》；或是讓民眾及醫護人員，彼此激勵鼓舞的嚴選日劇《小孤島大醫生II》，以及當年風靡全臺的《月薪嬌妻》，皆獲得觀眾喜愛與好評。

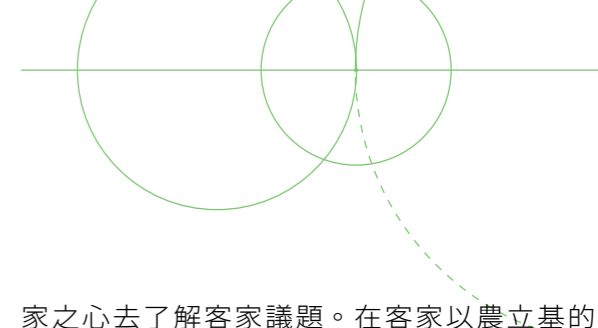
另外，富有人文與地方采風的《節慶的滋味》、《舞動全世界》、《築夢學堂》、以及《超越鏡頭的極境》，不僅帶來了國際視野，也讓觀眾看見不同地方與文化之美。

新聞與報導類

2023年適逢客家界的「大年」，除了客家電視20年、客家高教20年之外，在藝術文化方面，首屆世界客家博覽會以及第二屆浪漫台三線藝術季也熱鬧登場。新聞部規劃的專題緊扣這些主軸，包括「客家電視20年」、「還我母語運動35」、「世客博啟航」及「台三線藝術季」等系列報導，帶領觀眾透過回顧臺灣客家這20年來的筆路藍縷，並展望前瞻充滿亮麗的未來。

適逢客家電視20週年台慶，三節新聞鏡面全新改版上線，主題以聲音語言結合文化場景，打造「聲景城市」，並運用「藍染」、「茶園」、「竹編」三元素，以代表三節新聞各節的意象，展現全新風貌，希望傳達給閱聽眾生活客家視覺，增加客家文化的豐厚度與多元性。

《村民大會》和《客家新聞雜誌》分別透過現場論壇和深入報導的方式，不斷地用客



家之心去了解客家議題。在客家以農立基的歷史情懷下，企畫一系列客家地區農業問題，例如「稻稈不燒之後」、「推動抗旱省水新作物高粱」、「美濃野蓮產業 - 新住民撐起一片天」、「氣候變遷下 - 農試所水稻育種」等議題皆有詳盡報導。針對國家語言法，推出「奔跑吧！語言法」、探討流浪教師的「終結流浪！老師的轉型正義」，讓客語跟客家文化有更多討論被看見的機會。

《村民大會》持續秉持公共媒體公民近用權，為客庄議題發聲，今年6月新竹縣關西鎮鳳山溪取水口發生有機溶劑廢液汙染，造成關西鎮和新埔鎮總共6400戶停水事件，引起萬人連署陳情，《村民大會》走出戶外開講，藉由公眾論壇盼相關單位正視，改善問題。此外，《聚焦國際》持續深化「以客語討論國際新聞」的理念，透過學者專家訪談與外電新聞報導，掌握國際脈動。今年重點聚焦在美中臺三方相關議題。另外，國際重大變局，包括巴基斯坦爆炸、日韓關係、泰國大選、淨零碳排、西非局勢等持續關注，提供鄉親更多元的國際視野，讓節目更具備國際議題的深度與廣度。



《村民大會》持續秉持公共媒體公民近用權，為客庄議題發聲

2023 客家電視大事紀

1/3

由高翊峰作品改編，黃嫻嘉、謝章穎、楊宗樺、黃婕菲、李運慶、徐灝翔主演之異色喜劇《綠金龜模仿犯》開鏡。

1/21

播出除夕特別節目《新春看大戲 - 仁者之心》，由李文勳以臺灣師範大學國文學系鄭玉姍教授原創、並曾榮獲教育部文藝創作獎劇本《大道公傳奇》所改編，並擔任導演，國立臺灣戲曲學院青年劇團演出。



1/22

播出由羅時豐、楊淑喻共同主持之初一特別節目《揚眉兔氣過大年》。

2/6

客家新聞播出由記者胡呖誌、蔡奕輝前往香港採訪之「香港尋客」系列報導，介紹當地客家聚落語言傳承、使用之情形與後疫情時代香港社會經濟之展望。

2/7

土耳其、敘利亞邊境 2 月 6 日連續於清晨、下午發生兩起規模 7.8 與 7.5 地震，各地傳出慘烈災情，客家新聞首次與客新聞、講客廣播電臺合作，透過特派記者進行「土敘地動」連線報導救災最新資訊與搶救復原狀況。

2/11

籌製第二季之劇集《女孩上場》與 Double Pump 女子籃球誌合作，發表有關臺灣女籃的系列專文。

2/11

因疫情停辦三年的竹東山歌比賽恢復舉辦，《當畫新聞》前往活動現場進行 LIVE 直播。

2/18

參加由文化部主辦，2023 世界母語日國家語言生活節「母語·開熱·講」活動。

3/1

播出記者劉宜頻、黃映婕隨行桃園平鎮區聯新醫院義診團前進尼泊爾採訪之「送愛到尼屋下」系列報導，除介紹當地醫療情況與跨國醫療援助永續發展等議題，並採訪臺灣首位被 BBC 選入「2017 年全球百大女性」的林念慈為當地婦女創立手工坊以及月經衛生教育推廣之情形。

3/4

由公視、公視臺語台、客家電視、原住民族電視台合製的幼兒節目《WAWA 哇！》，於華山光點電影院舉辦首映會／手印會，並自 3 月 7 日起播出。

3/4

連續五年榮獲金鐘獎入圍肯定的兒少節目《小 O 事件簿》推出 2.0 升級版。

3/20

播出由記者胡呖誌、陳靖維前往馬來西亞採訪之「吉客馬來亞」系列報導。

3/27

由客家電視與富邦基金會合製之兒童實境節目《登山總動員》上檔播出。

4/3

播出《奧林 P 客》兒童節特別節目「童玩內灣線」。

4/12

以臺式早餐及都會客家人為題材，透過食物滋味探討家庭關係的劇集《暗夜微光》上檔播出，打造成早餐餐車型式的「微光號」同步展開全臺巡迴宣傳。



4/22

播出由全民大劇團同名舞台劇改編，探討善終議題之電視電影《最後一封情書》。

4/28

參加由富邦文教基金會主辦之「momo mini 影視兒童節」，宣傳合製節目《登山總動員》及自製節目《GO！蔬菜小隊！》。

4/28

播出「新竹 - 宮崎友好」系列報導，為記者錢薇如、鍾志明前往日本宮崎縣，每日透過連線或傳帶即時報導臺日客家文化交流盛事。

4/29

由高翊峰同名短篇小說改編，充滿超現實色彩的異色戲劇《綠金龜的模仿犯》頻道首播。

5/14

適逢非洲臺灣客屬聯合總會年會暨換屆交接典禮，記者胡呖誌、林柏均前往南非約翰尼斯堡採訪，以現場連線及供稿每日新聞方式報導此一海外客家盛事。



5/26

《當畫新聞》於「頭份四月八」活動現場 LIVE 直播。

6/8

舉辦客家電視 20 週年記者會，總統蔡英文親臨致詞，並有客委會、文化部、公視基金會、客傳會等各界人士蒞臨參加。



6/17

於台北流行音樂中心舉辦「客家製課」演唱會，是北流首場客家專場演出，邀請逾 20 組歌手暨創作人參與，並於 7 月 2 日錄影播出現場實況。

6/25

以臺灣南部新興可產業為題材，由柯有倫、大霈、江宏傑、黃湘婷共同演出的實境節目《可可樹下的奇幻小店》，於屏東勝利星村創意生活園區開錄，預計 2023 年第四季播出。

7/3

於三節新聞推出「客台 20 年」系列專題報導，介紹客家電視成長點滴。

7/3

邁入第 14 屆之「後生提攜計畫」開訓，共有 12 名學員將分別在新聞部、節目部、行銷部展開為期兩個月的培訓。

7/15

《當畫新聞》前進客庄，於花蓮縱谷地區客家庄盛事「客鼓鳴心 - 鼓王爭霸戰」活動進行直播。

7/17

播出記者胡呖誌、林柏均前往南非、模里西斯及我國非洲唯一邦交國史瓦帝尼採訪之「非洲客觀點」系列報導，並獨家專訪中華民國駐南非代表廖文哲大使。

8/4

參加公共電視於宜蘭中興文化創意園區有料倉庫舉辦之「Fun 出大能力」親子遊戲派對，宣傳客家兒少節目。

8/6

由宋明翰主持，結合相聲、漫才、脫口秀等表演的現場喜劇秀節目《怪客臨門》正式播出。



8/11

首屆世界客家博覽會正式開展，客家電視除於臺灣館設有「客家電視館」展出多元內容，利用 Open Studio 進行主播體驗、網路節目直播、頻道節目宣傳等，並於頻道及網路 LIVE 直播開、閉幕式及連續三晚的「天光日个客家」開幕晚會。

8/14

戲劇《星空下的黑潮島嶼》於臺北艾麗酒店舉辦製作發布會，公布包括導演王傳宗暨主要演員王識賢、黃河、曹佑寧、吳念軒、夏騰宏等，預計於 2025 年播出。



8/19

以客語疊字詞為題材，邀約網紅、YouTuber 參加的全新節目《客語半生熟》播出。

8/26

《當畫新聞》於 2023 世界客家博覽會「客家電視館」進行現場直播，並透過記者連線報導，呈現臺灣第一個以「族群」為主題的博覽會的多元面貌。

9/4

《當畫新聞》前進客庄，由主播林秋伶於新埔義民祭典進行現場直播，並連線第二現場報導祭祀大典及爐主交接儀式。

9/17

實境節目《可可樹下的奇幻小店》於世界客家博覽會好客農市，由成員柯有倫、李霈瑜（大霈）、江宏傑、黃湘婷帶著親手設計的可可禮盒進行公益活動。

9/26

實境節目《啊喔！最 Kiang 駐村小隊》舉辦發布記者會，全體成員洪都拉斯、溫貞菱、施名帥及高英軒隨即前往苗栗獅潭進行為期一個月的駐點拍攝。

9/26

取材綠島新生訓導處故事，斥資逾億之時代劇《星空下的黑潮島嶼》，在國家人權博物館白色恐怖景美紀念園區舉辦開鏡儀式，主要演員夏騰宏與吳念軒並為戲落髮。

9/27

舉辦形象短片《時間旅客》記者會，導演李鼎及四位主要演員孟耿如、王庭勻、莊岳、方文琳均盛裝出席，隨即於網路平台公開完整影片，並於 9 月 30 日在頻道首播。

10/3

《綠金龜的模仿犯》於桃園電影節進行臺灣獎入圍放映暨映後座談，也是該作品的影廳首映。



10/7

電視電影《光的孩子》於法國台灣女性影展放映，編導徐麗雯受邀出席映後座談。

10/9

《活力新故鄉》播出屏東火警殉職消防員賴俊儒與其妻子薩洱瑪的故事，藉此表達對屏東火警傷亡者的哀思，及對所有消防人員的敬意。

10/10

由主播劉宜頻（大埔腔）及胡呖誌（四縣腔）擔綱，於總統府前廣場 LIVE 直播國慶大典《112 年國慶大會特別報導》。

10/25

實境節目《啊喔！最 Kiang 駐村小隊》由隊長洪都拉斯領軍，帶領成員溫貞菱、施名帥、高英軒，與苗栗獅潭鄉民共同於臺北客家音樂戲劇中心演出舞台劇，並側錄做為節目內容。

11/6

舉辦臺灣首次以族群媒體為主體的跨國影視論壇「2023



族群媒體高峰會」，進行「族群媒體現況及未來發展」、「在語言與文化挑戰下創造 IP」、「科技浪潮 X 族群媒體」三大主題討論，並由毛利電視台、薩米電視台與客家電視台、公視台語台、原住民族文化事業基金會共同簽署合作備忘錄。

11/7

播出記者陳郁心、徐榮駿前往我國拉丁美洲邦交國貝里斯採訪之「加勒比海烏托邦」系列報導，專訪苗栗出身的駐貝里斯首位女性大使徐儷文，以及苗栗客家子弟、我國駐貝里斯技術團團長潘才生。

11/10

客家電視與文化內容策進院合作，於 2023TCCF 創意內容大會設立「客家電視獎」，由《祝你幸福 I Wish You Happiness》獲獎。

11/20

播出記者劉宜頻、黃映婕遠赴北歐國家冰島，採訪當地語言傳承面臨的機會與挑戰之「冰島覓語」系列報導。

11/25

「客家製課」於臺中 Legacy Taichung 開唱，由龔德、邱淑蟬、林曉培、旺福現場演出。

11/27

《綠金龜的模仿犯》導演鍾侑霖及製作人、共同製作人前往沖繩環太平洋國際電影節參加入圍放映及映後座談。

11/28

直播第 11 屆徐生明國際少棒錦標賽冠亞、季殿決賽。

12/2

由李鼎執導，孟耿如、方文琳、王庭勻、莊岳主演的客家電視 20 週年影片《時間旅客》，於新北板橋府中 15 館慶特映主題影展放映，並進行映後座談。

12/10

「客家製課」於高雄後台 Backstage Live 開唱，由 VUIZE 王鍾惟、李東軒、曹雅雯、山狗大後生樂團現場演出。

12/17

戲劇《女孩上場 2》前往南韓釜山進行拍攝，並邀請韓國資深演員池大韓與釜山大學籃球隊共同參與演出。



12/21

實境節目《可可樹下的奇幻小店》舉行上檔記者會。

12/22

由客家電視與 LINE TV 共同合作，柯有倫、黃湘婷、江宏傑和大需為主要成員，以屏東可可產業為主題的實境節目《可可樹下的奇幻小店》正式播出。

12/23

《可可樹下的奇幻小店》重回拍攝地點屏東勝利星村，於耶誕市集進行宣傳及放映會，並由柯有倫、李霈瑜（大需）、江宏傑、黃湘婷代表捐贈節目中可可禮盒收入予六龜國小。

節目表現

多元指標評量

行銷客家族群文化之價值、呵護客家語言永續之流傳、維護客家媒體近用之權益、推動國際族群文化之交流，是客家電視堅守不移的使命，因此客家電視的責任與價值，無法從單一指標來衡量。為建立客觀、具體可衡量的多元評量指標，客家電視依據公共電視文化事業基金會董事會通過之公共價值評量體系架構，設定每年之關鍵衡量指標，以進行多元績效評估。

客家電視關鍵衡量指標，以觸達、品質、公共服務等三大構面為目標，希望從質與量、

公共與族群服務面向進行全方位評估：

（一）觸達構面：以擴大客家電視接觸廣度為目標，包括觸達率以及新平台觸達率等衡量指標。

（二）品質構面：以製作觀眾喜愛的優質節目為目標，包括一般觀眾滿意度、客庄觀眾滿意度、得獎入圍數等衡量指標。

（三）公共服務構面：以實踐服務公眾與族群為目標，包括服務公民、提升客庄地區文化與產業、傳播人才培育等衡量指標。

關鍵衡量指標

構面	指標名稱	衡量方式	目標	達成
觸達	觸達率	全臺民眾收看比例	32%	32.2%
		客庄客家人收看比例	50%	45.9%
		新媒體平台觸達人次 ¹	2,600 萬人	1,635 萬 8,746 人
品質	節目品質	全臺觀眾整體滿意度	80 分	80.8 分
		客庄客家人觀眾整體滿意度	80 分	81.2 分
		全年得獎獎項	8 項	25 項
		全年入圍獎項	30 項	52 項
公共服務	資源分享 服務公民	全年公民服務人次 ²	1,000 人	2,068 人
		全年行銷活動參與人次	25 萬人	27 萬 6,200 人
	客家傳播人才培育相關合作、課程或活動	客庄地區文化與產業傳播露出之區域比例 ³	北 46%	北 51.9%
			中 16%	中 17.5%
			南 14%	南 19.1%
東 8%	東 11.5%			
提升產業環境	客家傳播人才培育相關合作、課程或活動	4 個	4 個	

1. 新媒體平台觸達人次：包含網站、YouTube、OTT 等之瀏覽人次。

2. 全年公民服務人次：指參訪客家電視人次。

3. 客庄地區文化與產業傳播露出之區域比例：以節目內容在當地錄影為準，邀請各地來賓進棚錄影者不計。



《綠金龜的模仿犯》



《暗夜微光》



《WAWA 哇！》



《登山總動員》

節目表現

入圍與獲獎

- ★入圍紐約電視節 (New York TV&Film Festival) 紀錄片類 - 文化議題: 米倉的孩子
- ★入圍臺灣生態環境影展最佳生態長片獎: 世紀的寶貝 - 羅紹麟的森林講堂
- ★獲美國科幻恐怖與動作電影節 (Sci-Fi Horror & Action Film Festival) 科幻故事片卓越獎: 綠金龜的模仿犯
- ★獲美國科幻恐怖與動作電影節 (Sci-Fi Horror & Action Film Festival) 化妝技巧卓越獎: 綠金龜的模仿犯
- ★入圍美國羅德島國際電影節 (Flickers' Rhode Island International Film Festival) 科幻與奇幻類: 綠金龜的模仿犯
- ★入選聖地牙哥國際兒童影展 (San Diego International Kids' Film Festival) 兒童短片放映: 小○事件簿 - 蘇菲與她的戰爭
- ★入選聖地牙哥國際兒童影展 (San Diego International Kids' Film Festival) 兒童短片放映: 音樂關鍵字 - 你好, 我是江東平
- ★獲平冤年度新聞獎影音組 - 即時新聞類 每日新聞 - 被遺忘的先烈 苗栗民主英烈公園荒蕪一片 / 胡呖誌、蔡奕輝、黃映婕
- ★獲社會光明面新聞報導獎電視新聞報導類佳作: 客家新聞雜誌 - 送愛到「尼」屋下 溫柔布革命
- ★入選 KIDS FIRST! 電影節 (KIDS FIRST! Film Festival) 短片類放映: 喔走! 48 小時
- ★入選 KIDS FIRST! 電影節 (KIDS FIRST! Film Festival) 短片類放映: 小○事件簿 - 蘇菲與她的戰爭
- ★入選 KIDS FIRST! 電影節 (KIDS FIRST! Film Festival) 短片類放映: 神救援大飯店
- ★入選 KIDS FIRST! 電影節 (KIDS FIRST! Film Festival) 環境與氣候變遷主題放映: 世紀的寶貝 - 大茅埔之歌
- ★入圍桃園電影節台灣獎 綠金龜的模仿犯
- ★入圍走鐘獎最佳動畫獎 客客客棧 - 啤劍闖世界
- ★入選 KIDS FIRST! 電影節 (KIDS FIRST! Film Festival) 短片類放映: 練習生, 衝一波 - 青春就要帥一波
- ★獲金鐘獎電視電影獎: 綠金龜的模仿犯
- ★入圍金鐘獎迷你劇集 (電視電影) 導演獎: 綠金龜的模仿犯 / 鍾侑霖
- ★入圍金鐘獎戲劇類節目聲音設計獎: 綠金龜的模仿犯 / 陳維良、蔡篤易、葉之聖、傅國賓
- ★入圍金鐘獎戲劇類節目編劇獎: 客家尋味劇場 - 暗夜微光 / 陳美珊、溫慧明
- ★入圍金鐘獎戲劇類節目女配角獎: 客家尋味劇場 - 暗夜微光 / 楊富江
- ★入圍金鐘獎人文紀實節目獎: 活力新故鄉
- ★獲金鐘獎少年節目獎: 小○事件簿
- ★入圍金鐘獎兒童少年節目主持人獎: 小○事件簿 / 向盛言 (藝名: 向日葵)
- ★入圍金鐘獎節目類剪輯獎: Hakka Night 我的觀點 - 天生考古家 / 鄧慶煜
- ★入圍金鐘獎節目類美術設計獎: 巷弄裡的吉光片羽 / 吳明昇
- ★入圍金鐘獎兒童節目獎: WAWA 哇!

- ★入選法國台灣女性電影節 (Forum des Images-Les femmes de Taiwan font des vagues) 邀請放映: 光的孩子
- ★獲 Cinema at Sea- 沖繩環太平洋國際電影節 (Cinema at Sea - Okinawa Pan-Pacific International Film Festival) 太平洋電影競賽 - 最佳電影: 綠金龜的模仿犯
- ★入圍芝加哥兒童影展 (Chicago International Children's Film Festival) 電視節目類: WAWA 哇! 一爺爺的果園
- ★入圍芝加哥兒童影展 (Chicago International Children's Film Festival) 電視節目類: 登山總動員
- ★入圍亞洲影藝創意大獎 (Asian Academy Creative Awards) 最佳生活風格節目: 我把旅行變成一道菜
- ★入圍西班牙 ZOOM 影展 (Zoom Festival Internacional de Continguts Audiovisuals de Catalunya) 劇情 - 電視電影類: 綠金龜的模仿犯
- ★入圍西班牙 ZOOM 影展 (Zoom Festival Internacional de Continguts Audiovisuals de Catalunya) 劇情 - 電視電影類: 最後一封情書
- ★入圍西班牙 ZOOM 影展 (Zoom Festival Internacional de Continguts Audiovisuals de Catalunya) 娛樂類: 我把旅行變成一道菜
- ★獲時報金像獎視覺設計類識別系統項銅獎: 頻道包裝 - 聲景城市
- ★獲時報金像獎視覺設計類海報設計項佳作: 綠金龜的模仿犯海報
- ★獲印度兒童影展 (Chinh India Kids Film Festival) 120 分鐘內影片類評審團特別獎: 小○事件簿 - 蘇菲與她的戰爭
- ★入圍印度兒童影展 (Chinh India Kids Film Festival) 30 分鐘內影片類: 神救援大飯店
- ★入圍印度兒童影展 (Chinh India Kids Film Festival) 10 分鐘內影片類: WAWA 哇! 一爺爺的果園
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳單元劇 / 電視電影: 最後一封情書
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳單元劇 / 電視電影: 綠金龜的模仿犯
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳編劇: 綠金龜的模仿犯 / 鍾侑霖
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳學齡前節目: WAWA 哇! 一爺爺的果園
- ★獲亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳生活風格節目: 我把旅行變成一道菜
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳主題曲: 綠金龜的模仿犯 - 爬山 / 春麵樂隊
- ★入圍亞洲電視獎 (Asian Television Award) 最佳女配角: 暗夜微光 / 蔡亘晏
- ★入圍 WATER DOCS 影展 (Water Docs Film Festival) 放映單元: 水路光影 - 上善引水 - 陝川
- ★獲台灣媒體觀察教育基金會 - 台灣兒童及少年優質節目評選 - 年度最佳影視節目獎: 小○事件簿
- ★獲台灣媒體觀察教育基金會 - 台灣兒童及少年優質節目評選 - 年度最佳主題特別獎 - 數位平權: 巷弄裡的吉光片羽
- ★獲台灣媒體觀察教育基金會 - 台灣兒童及少年優質節目評選 - 總評審團看好獎: 小黑啤玩臺灣
- ★獲台灣媒體觀察教育基金會 - 台灣兒童及少年優質節目評選 - 總評審團看好獎: 登山總動員
- ★獲財團法人氣象應用推廣基金會 - 2023 年度民間最佳氣象主播獎: 客庄氣象 / 劉宜頻

推廣節目、 虛實並進、 服務觀眾

公眾服務

作為族群媒體、公共媒體的我們，積極透過新媒體與各式平台，隨時隨地與觀眾相遇；網路、實體的服務與活動隨時因應觀眾需求靈活轉換應變，積極創造每個行銷節目與觀眾交流的機會，努力推動客家電視的服務與理念。

新媒體與多平台

客家電視網站以「一站多功能」、「類 OTT」的方式呈現，並提供專屬會員服務與 APP，期能讓使用者能更方便、快速地搜尋、觀賞各式優質客家影音，獲得觀眾與專家學者一致認同，並透過不同主題策展介紹各類優質節目與新聞報導，讓觀眾可以一站欣賞客家影音內容，2023 年全年瀏覽量逾 96 萬次。

除此之外，客家電視 YouTube 系列頻道做為客家電視三大播映管道之一，亦是觀眾接觸客家文化語言的重要平台。目前我們設有「客家電視 HakkaTV」、「客家電視精彩預告 Hakka SeeFirst」、「客家新聞 Hakka News」、「客家電視兒少頻道 Hakka Kids」及「客家電視網路直播 Hakka Live」、「暢歌實驗所 Music Lab」以及「拉拉雜雜有土伯」頻道，透過綜合、新聞、兒少、音樂、短片、直播等不同類別提供服務，進行分眾行銷，2023 年全年瀏覽人次近 680 萬次。

客家電視 Facebook 經營係採分進合擊的方式，除綜合性資訊的主要專頁外，亦依行銷需要設置各節目、活動專頁或社團。2023 年我們亦透過節目上檔與活動與觀眾多有互動，主要專頁觸及人數達 200 萬人次，其中以《暗夜微光》、《福氣來了》、《客家製課》表現極佳，帶動大量的討論互動。

此外，客家電視亦積極拓展多元播映平台，讓觀眾可以隨時隨地接觸客家文化與語言。我們與國內外電視頻道、OTT 平台合作播映節目，包括公視、靖天電視、采昌影劇台、采昌影迷數位電視台、華視新聞資訊台、LINE TV、LiTV、KKTV、公視+、四季線上影視 4gTV、CATCH PLAY+、myVideo、Hami Video、friDay 等。而四季線上影視 4gTV、亞太電信 Gt 行動電視，也可以看得到客家電視直播頻道。

此外，TaiwanPlus、東森美洲戲劇台、廣東 IPTV、新加坡 meWATCH 皆可收視客家電視所製作的節目。另外，透過與柒拾



客家電視網站提供多樣影音服務



參與「MOMO MINI 影視兒童節」活動



《GO！蔬菜小隊！》在「FUN 出大能力-親子永續派對」陪孩子邊學邊玩



在高雄美濃以《登山總動員》為題辦理親子同樂登山體驗

陸號原子股份有限公司合作，將節目翻譯成英文版上架至該公司於 YouTube 平台上之 886 頻道播出，後續將陸續翻譯製作越南文、馬來文、西班牙文、葡萄牙文、日文與韓文等上架播出，以服務海外不同區域的觀眾，打破語言的隔閡傳遞客家文化。

在新聞方面，與全國 6 家客語播出之廣播頻道及 LINE Today、Yahoo! 奇摩網站、PChome OnLINE 網路家庭、Sina 新浪臺灣、中華電信、蕃薯藤等網路媒體合作新聞播出，擴大傳遞最新客家資訊。此外，我們還與均一教育平台、因材網、愛學網合作播出，提供國小至高中教育學習資源，讓孩子、家長與老師可以透過不同管道收看客家電視節目。

節目行銷與活動

為客家文化與語言向下扎根是客家電視重點工作，我們透過各種形式的節目與活動為孩子創造認識與接觸客家的管道。

由公共電視、公視臺語台、客家電視、原住民族電視台聯合製作的學齡前節目《WAWA

哇！》，於華山文創園區光點電影院及穿廊舉辦首映/手印會，客家電視規劃「橘子疊疊樂」客語數字教學活動，亦邀請歌手黃子軒、導演徐麗雯等人帶著孩子與約計 200 位大小朋友一起欣賞影片、闖關玩遊戲、學客語。

與富邦文教基金會合製《登山總動員》，於松山文創園區舉辦「MOMO MINI 影視兒童節 Kid's TV Wonderland」活動，現場以《GO！蔬菜小隊！》內容規劃蔬菜客語教學活動，共計 300 人次參與體驗，也獲得極大迴響。除此之外，我們還在高雄美濃以《登山總動員》為題辦理親子同樂登山體驗，並於夜間安排戶外放映及表演，約計 70 位大小朋友一起享受登山的樂趣。

秉持公共媒體關心公眾生活、教育等議題的精神，客家電視歷年均選擇適當內容提供校園公播，以利第一線教育現場的老師們使用。2023 年符合社會領域課程綱要的《小 O 事件簿》，提供國、高中生討論生活與國際重要議題；另提供符合生活領域課程綱要的《登山總動員》，則讓國小生自訂目標前進山林，展開不同的歷程。藉由校園公播可補足課本無法



透過實習與體驗讓年輕學子認識與參與客家電視

帶給學生的情境體驗，透過影音引發更多的對話，落實人權、品德及生命教育，共計 900 間國小、國中及高中職申請，觸及人數 54,000 人。《客客客棧之嗨客任務》以探索臺灣客家的真實樣貌出發，透過討論當代客家問題來反思客家的下一步，也深獲國中小學教師喜愛，網路瀏覽次上看 80 萬人次，也將計劃於 2024 年授權學校作為教學輔助教材。

為響應文化部「國家語言文化生活節」，客家電視參與設攤進行節目推廣與客語體驗活動，鼓勵民眾學客語、說客語，450 人一起透過邊玩邊學接觸客家語言與文化。而每年集結公視各頻道之力的品牌活動「FUN 出大能力 - 親子永續派對」於宜蘭中興文創園區多功能展演場有料倉庫辦理，我們以《GO！蔬菜小隊！》做為活動攤位主題，安排球池尋寶、蔬菜客語圖卡翻翻版等遊戲，鼓勵小朋友認識蔬菜與學習客語，活動共計 6,000 人次參與。

人才培訓

客家電視期許能成為客家傳播的領航者，因此，每年會衡量市場人才需求與客家電視製播需求辦理各項人才培訓班。2023 年以培養

年輕學子為目標，透過實習與體驗讓他們深度認識客家傳播媒體，並享有發揮所學與展示自我的舞台。

第 14 屆「後生提攜計畫」共包括新聞採訪、新聞攝影、節目、行銷四組，來自 7 所大專校院、10 個系所共 12 名學員進行為期兩個月的培訓。課程內容包括基礎課程、實務操作、專題講座，及兩次讓後生同學練習活用客語的「客語 Show Time」活動等，每位學員結業時皆完成個人作品順利結業。另錄取學期實習 3 位，分別於新聞部、節目部、行銷部進行實習，為踏入職場奠定良好基礎。

客家電視與中央大學以產學並重為合作目標開設課程，開設「客家媒體與傳播」課程，以透過「客家電視專題行銷競賽」培養具備新媒體與行銷能力的客家傳播人才，21 位同學從做中學展現具創意的行銷方案。

另與文化大學新聞系持續合作「媒體行銷」課程暨校園行銷推廣競賽，以培養學生行銷客家媒體的能力，除了到校授課六次分享客家電視媒體經營與行銷的經驗外，亦以「世界客家博覽會客家電視館社群行銷」為主題進行整合行銷企劃競賽，27 位同學的創意與想像，為行銷客家電視增添活力。

適逢「2023 世界客家博覽會」，我們與龍華科技大學文化創意與數位媒體設計系學生團隊進行客家電視館的「Open Studio 攝影棚」產學合作，由系上梁朝棟老師指導，除了進行民眾直播體驗之外，也同步執行《世客來寮》15 分鐘網路節目錄製，介紹世客博最新資訊。讓 12 位同學們實際參與節目製作與錄製，展現「學用合一」學習體驗。

為了培養學童的媒體素養，了解新聞播報，體驗電視職業，我們每月辦理一場「小主播上場」體驗活動，內容除了著重媒體素養外，包括認識新聞播報、讀稿練習、化妝技巧、播報體驗與主播面對面等，並以網路直播方式供親友觀賞、分享播報畫面，2023 年共計 48 位小朋友參與。

觀眾意見與服務

觀眾的回饋永遠是經營團隊回頭檢視、向前邁步的動力。因此，我們提供多元的觀眾意見服務管道方便觀眾與我們交流與溝通，包括專線客服電話、網路、傳真與信函等方式。

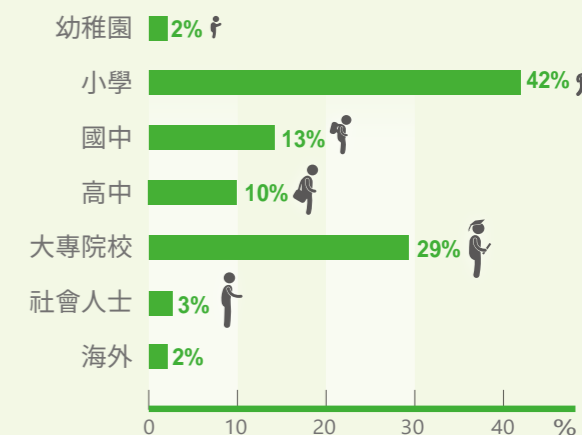
2023 年共收到 106 件觀眾意見，其中 60.38% 的意見來自於電話管道，其他管道包括網站線上客服、EMAIL、來信等共計 42 件；意見的類型多以詢問節目或報導中的資訊為主佔 69.81%，其次是建議佔 20.75%；三日內完服的比例達到 100%。除此之外，愈來愈多的觀眾透過網站 Messenger 與 FACEBOOK 詢問與交流意見，主責社群經營的行銷企劃部亦扮演觀眾意見服務的角色，我們的社群小編站在第一線為觀眾服務，在文字詢答上皆有專業表現，為觀眾即時解決疑難雜症。

客家電視負有公共服務之責，透過開放民眾前來參訪，除了讓更多人到作業現場認識媒體運作，同時能更進一步了解客家族群。2023 年我們推出《GO！蔬菜小隊！》認識常見蔬菜客語及《客客客棧》看見世界客家為參訪主軸，專業的解說同仁帶領來賓走訪攝影棚、道具庫房、主控室，並提供客語教學、電視業界專屬的金鐘獎體驗活動。2023 年全年共接待參訪來賓 2,088 人，其中尤以小學生最多，其次為大專院校同學。



透過參訪讓更多人更了解客家族群與媒體

2023 年參訪團體類型

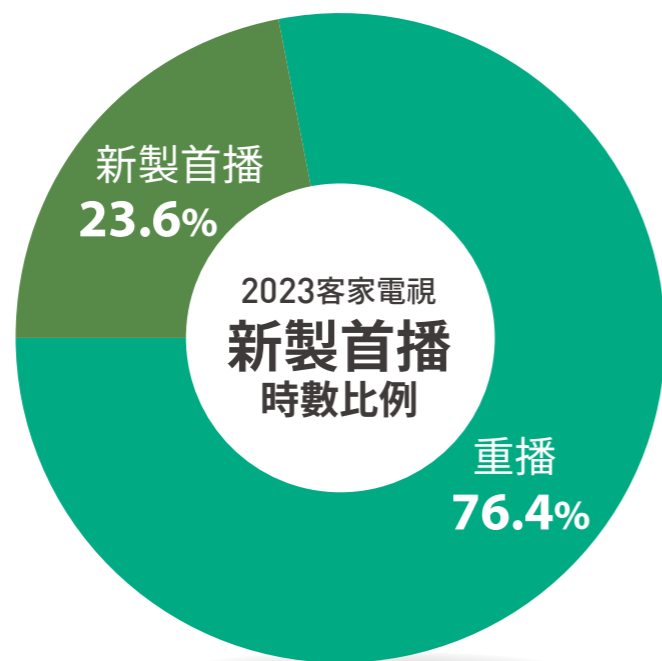


節目表現

節目統計

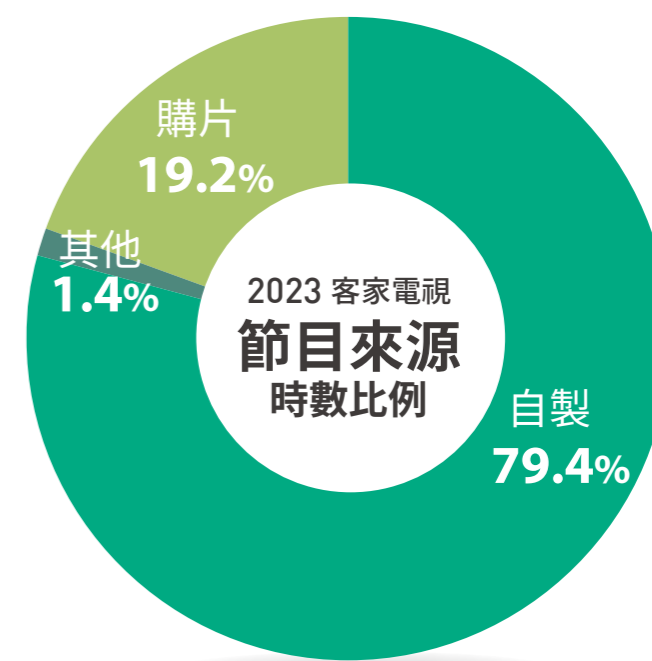
新製首播比例

新製首播節目製播時數共 2043.5 小時，其中新製首播比例為 23.6%。



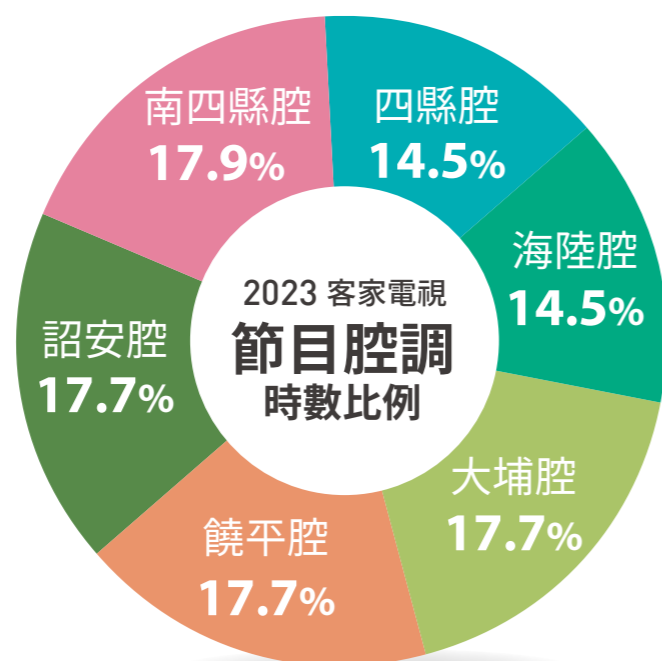
節目來源比例

為節目品質把關，節目自製率約占七成以上；客家電視肩負提升客家影視產業、培育客家傳播人才之重任，藉由合製、委製的方式與傳播公司合作提供外部人才參與，以落實身為客家影視產業平台的角色。



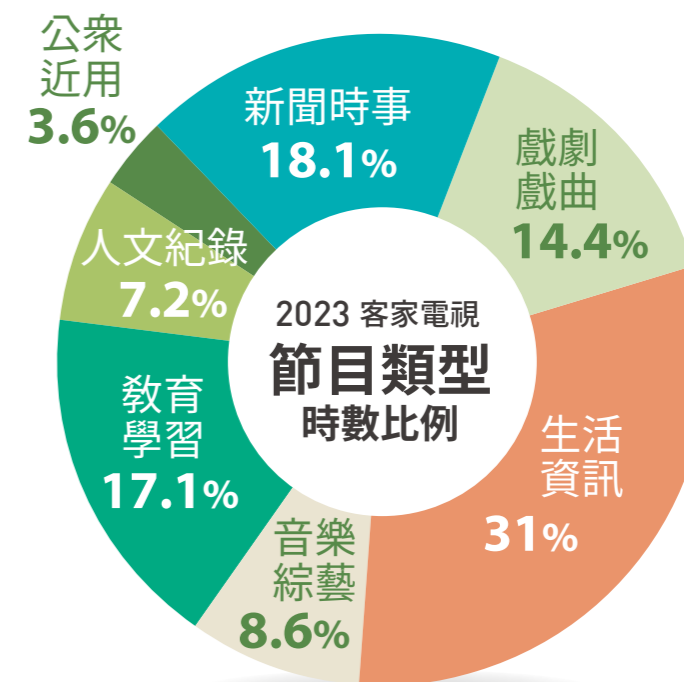
節目腔調比例

為服務族群，傳承客語，另闢單一腔調節目時段，包含四縣、海陸、大埔、饒平、詔安及南四縣腔，以呈現客家多元語腔之美。



節目類型比例

為服務公眾，節目符合不同年齡觀眾的需求，兼顧新聞時事、戲劇戲曲、生活資訊、音樂綜藝、教育學習、人文紀錄、公眾近用等類型，其中生活資訊類、新聞時事類、教育學習類節目占比最多。



收視研究

收視研究與品質

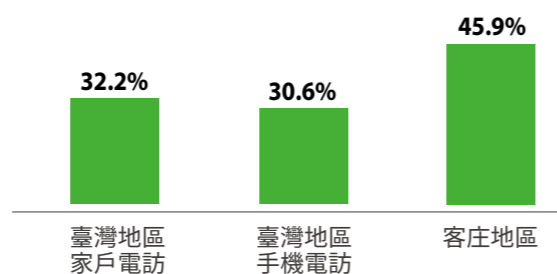
客家電視委託「台灣艾傑比尼爾森媒體研究股份有限公司」進行「客家電視台收視質研究」，每年分四季執行，分別針對臺灣地區 10 歲以上民眾、客庄地區 10 歲以上客家人進行電話訪問調查，詢問最近一次收看客家電視的時間，以了解客家電視的接觸度，每季民眾調查總樣本數至少 4,500 份以上。隨機電話訪問調查中，以『最近一個月內收看客家電視』的受訪者進行客家電視觀眾收視研究，追問其收視行為及對節目的滿意程度與整體評價，每

季客家電視觀眾成功樣本數在 1,068 份以上；另 2022 年起，考量通訊方式使用時勢，臺灣地區調查方式改為一、三季執行家戶電話訪問，第二季執行手機電話訪問、第四季執行客庄地區調查。

客家電視在扮演客家族群溝通平台之角色一直不變，每一年的調查成果顯示，客家電視扮演客家族群對外或對內的溝通角色愈顯重要，無論是客庄地區或臺灣地區觀眾對客家電視均給予肯定。

收看比例

臺灣地區平均有三成左右的民眾收看客家電視，客庄地區則有 45.9% 的客家人收看客家電視，客庄地區客家人收看客家電視人數比例較臺灣地區觀眾高。



收看方式

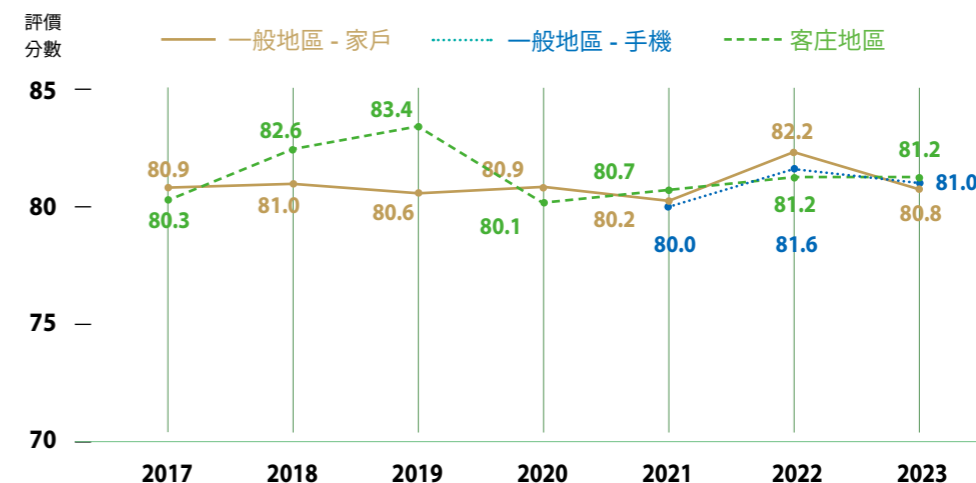
臺灣地區及客庄地區觀眾收看客家電視的方式都以有線電視為主，比例接近七成，2023 年使用「中華電信 MOD」及「行動裝置」也略為提高。

收看方式	2022 年			2023 年		
	臺灣地區 (家戶電訪)	臺灣地區 (手機電訪)	客庄地區	臺灣地區 (家戶電訪)	臺灣地區 (手機電訪)	客庄地區
有線電視	68.9%	64.6%	78.8%	70.3%	70.9%	73.4%
數位無線電視	11.9%	11.4%	8.9%	11.6%	8.9%	10.2%
中華電信 MOD	12.8%	14.5%	7.7%	18.1%	16.2%	13.8%
行動裝置	4.4%	10.6%	2.3%	6.0%	5.4%	6.5%
電腦網路	4.0%	4.1%	1.0%	2.8%	2.3%	2.6%
聯網或智慧型電視	1.6%	0.8%	0.6%	1.2%	1.0%	0.7%
直播衛星	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.4%	0.4%
車用電視	0.1%	0.1%	0.4%	0.4%	0.3%	0.0%

收視品質

臺灣地區與客庄地區對客家電視的整體評價大多在 80 分以上的滿意程度，觀察歷年的調查結果，整體評價穩定維持，變化差異並不明顯，其中，客庄地區和臺灣地區觀眾的滿意程度較去年微幅提升。

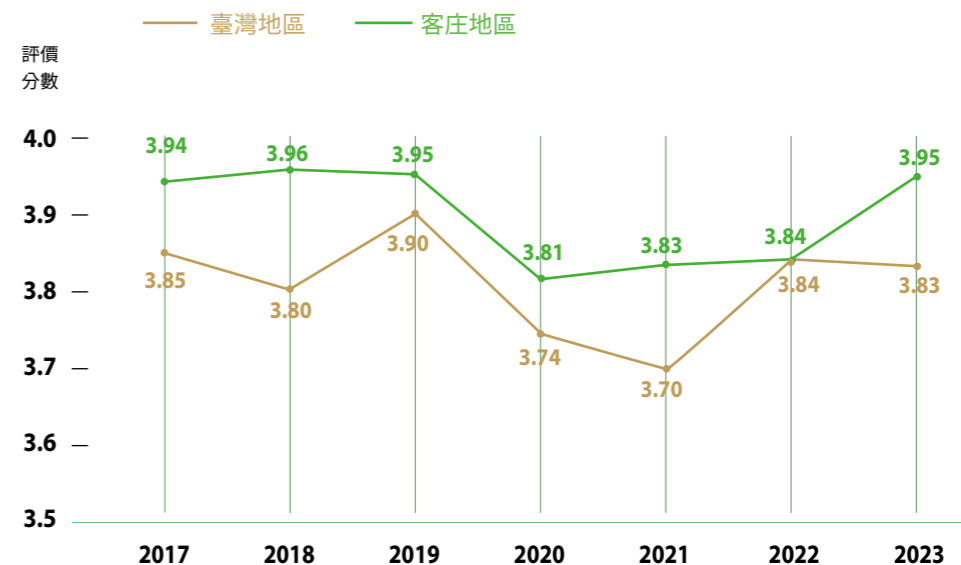
客家電視觀眾收視評價



喜愛程度

2023 年臺灣地區的節目喜愛度為 3.83 分，客庄地區為 3.95 分，客庄地區與 2022 年相較成長 0.3 分，顯示客庄觀眾對客台製作節目的肯定。

觀眾對客家電視節目喜愛度



收視評價

在對客家電視各項指標的評價中，2023 年度，臺灣地區以「提供深度、有意義的節目」最為滿意，評分為 7.81，而客庄地區觀眾則是對於「節目的製作品質」最為滿意；與去年相較，臺灣地區及客庄地區今年各項評價整體分數大都在 7.50 以上（滿分 10 分）。

收視評價	臺灣地區		客庄地區	
	2022 年	2023 年	2022 年	2023 年
節目的獨特創新面	7.44	7.49	7.47	7.52
節目類型的多樣性	7.49	7.63	7.66	7.69
節目內容的多元豐富性	7.48	7.59	7.73	7.59
提供深度、有意義的節目	7.62	7.81	7.80	7.81
節目的製作品質	7.80	7.77	7.85	7.82
節目內容公正客觀性	7.61	7.69	7.87	7.77
新聞報導內容的深度	7.66	7.44	7.89	7.63
新聞內容的公正獨立性	7.73	7.54	7.95	7.75

收視動機

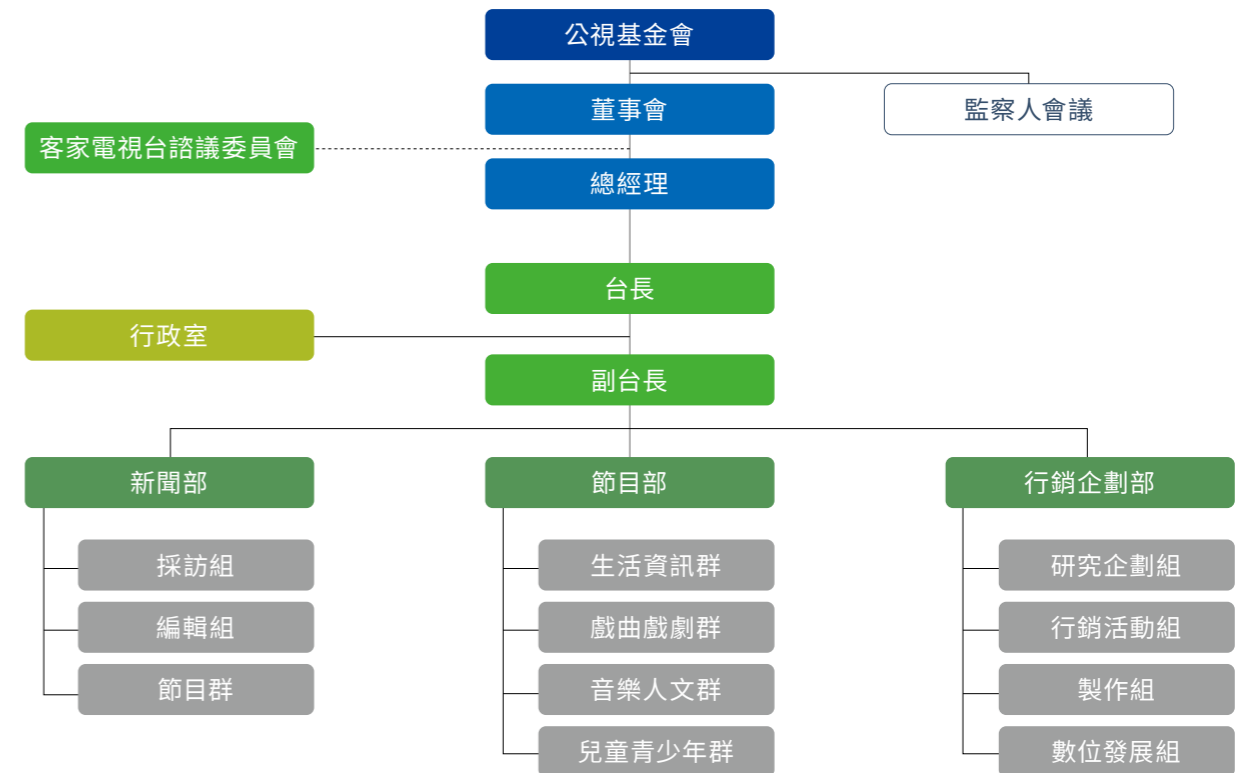
臺灣地區調查，家戶及手機電訪部分皆以「節目的內容提供了豐富的客家文化資訊」為最高，而客庄地區觀眾收視客家電視的原因則以「喜歡節目中播放的客家音樂或歌曲」占多數。

收視動機	臺灣地區 (家戶電訪)	臺灣地區 (手機電訪)	客庄地區
節目的主題相當新穎有趣	34.10%	28.7%	27.8%
節目的內容提供了豐富的客家文化資訊	45.40%	41.4%	32.1%
喜歡節目中播放的客家音樂或歌曲	26.55%	19.3%	43.5%
喜歡節目中所講的客語，也可以跟著學習客語	13.20%	9.9%	8.6%
節目的整體品質很好或製作水準很高	14.15%	22.7%	16.3%
節目的內容報導很多客庄地區或活動的相關訊息	14.60%	26.5%	23.9%
節目的內容與表現手法相當的平實	8.00%	7.7%	7.7%
有特別喜歡的主持人、演員或歌手	8.45%	6.1%	18.7%

年度行政

客家電視組織架構與預算執行

組織架構圖



第五屆客家諮議委員會 2022 年 8 月起任期 3 年 (註)

召集人	洪馨蘭	委員		
副召集人	劉慧雯	委員		
委員	吳尚樺	委員	曾鼎凱	委員
	吳政龍	委員	葉晉玉	委員
	吳淑倫	委員	葉曾孟	委員
	林家齊	委員	廖坤猛	委員
	徐彩雲	委員	鍾兆生	委員
	黃心健	委員	Will Mounger	委員

註：

1. 第七屆董事會推舉洪馨蘭、黃心健兩位董事參與客家電視諮議委員會。
2. 「財團法人公共電視文化事業基金會客家電視台諮議委員會設置辦法」請至客家電視網站查詢。

財團法人公共電視文化事業基金會
客家電視台收支報表

2023年1月1日至2023年12月31日(單位:元)

科目	全年度 預算數	累計 收支數	占年度 執行比例	年度 餘(絀)數	年度 執行率
收入					
製播經費收入	653,500,000	617,500,000	99.54%	(36,000,000)	94.49%
其他收入		2,883,262	0.46%	2,883,262	
收入合計	653,500,000	620,383,262	100.00%	(33,116,738)	94.93%
支出					
行政管理費用	19,402,000	19,285,347	2.94%	116,653	99.40%
行銷業務推展費用	64,465,000	64,880,495	9.88%	(415,495)	100.64%
新聞製作費用	76,223,000	64,738,557	9.86%	11,484,443	84.93%
一般節目製作費用	472,621,000	486,718,884	74.15%	(14,097,884)	102.98%
工程作業管理維護費	12,834,000	12,803,928	1.95%	30,072	99.77%
資訊管理費用	7,955,000	7,955,000	1.21%	0	100.00%
支出合計	653,500,000	656,382,211	100.00%	(2,882,211)	100.44%
原：收支餘(絀)數		(35,998,949)			
加：112/12/29 協議變更		36,000,000			
收支餘(絀)數		1,051			

說明：

* 內含出版品及版權銷售收入 7 成未稅金額 532,326 元 (3 成未稅尚未繳回客委會 228,140 元) 及稅額 38,022 元。

2023 TaiwanPlus 年度報告



執行長的話

以台灣視角 與世界對話

執行長

余傑璋

TaiwanPlus 誕生於數位時代，從平台上線之初，TaiwanPlus 的成長與茁壯皆與全球的數位洪流息息相關，然而隨著觀眾互動及時間的爭奪戰白熱化，全球各大社群規則及演算法不斷地調整，面對混沌未知的國際媒體環境，如何擁抱變革與機會，制定精準且切中人心的媒體策略，將變動轉化為下一個時代的動能，已然是全球媒體至關重要的挑戰。

TaiwanPlus 團隊的所有同仁，迎接挑戰，擬定拓展收視版圖、增加頻道近用性、強化國際合作、提升內容品質等營運策略，以逐步建立 TaiwanPlus 成為全球觀眾首選、具有公信力的媒體品牌。除了強化網路社群體驗，根據不同群眾設定精準內容，提高頻道近用性也是 TaiwanPlus 持續進行的任務。2023 年度 TaiwanPlus 已成功在北美旅館落地，也完成新加坡、歐洲等地的串流收視服務佈建，未來將全力觸及更多地區。

《公共電視法》在 2023 年修法，增加國際傳播業務，TaiwanPlus 具有公共媒體角色，責任更加重大。TaiwanPlus 在既有基礎上，隨著公廣集團的目標與策略，全力提高公共服務價值，產製高品質新聞資訊，突顯平台的特性，持續關注亞太區域議題、提供多元創新的影視內容。

「傳遞屬於台灣的觀點，讓世界聽見台灣的聲音」是 TaiwanPlus 新聞的核心概念，尤其全球地緣政治升溫，處於關鍵地位的台灣，一舉一動皆備受世界關注，2023 年適逢台灣選舉年，TaiwanPlus 新聞為全球帶來台灣選舉第一線的消息，首創全英文同步口譯辯論會，獲得 CNN、泰晤士電台等國際媒體引用，TaiwanPlus 團隊亦登上 NHK 國際報導，成為 NHK 分析台灣選情的資訊來源及協力夥伴。

在節目內容方面，TaiwanPlus 加強國際合製計畫，搭建台灣與世界的橋樑。本年度與德法公共電視台合製的《亞洲節拍心電圖》，獲得國內外多家媒體報導，而 TaiwanPlus 也擔任首度在台灣舉辦的亞洲日舞影展的媒體夥伴，並策劃線上影展，向國際推廣台灣年輕導演作品。TaiwanPlus 自製的優質節目，本年度更榮獲紐約電視獎、亞洲影藝創意大獎 AAA、Content Asia 等國際影劇獎項，TaiwanPlus 品牌已在世界舞台上發光發熱。

當今台灣是國際社會的關鍵字，TaiwanPlus 處於浪頭前端，乘載國民的託付，向世界分享屬於台灣的觀點、大聲說出台灣的故事，TaiwanPlus 希望能讓所有國民向國際友人介紹台灣之時，能驕傲地說出，「TaiwanPlus 是台灣人的國際頻道，也是世界了解台灣的最佳選擇！」

逐浪國際 台灣的全球傳播新局

活動焦點

在公共服務媒體的轉型 (transformation) 中，TaiwanPlus 作為第一個立足台灣的全英語國際影音平台，也堪稱公廣集團邁向新階段的重要里程碑。因應數位革新的浪潮，初成立時以線上平台和四大社群 IG、YouTube、FB、X(前推特) 與觀眾見面，隔年再加入電視頻道，發展出符合現代觀眾收視習慣的一源多用全新公共媒體，也是台灣向世界發聲的國際溝通管道。2023 年，我們在海外落地、國際合作、人才培育上深耕細做，不只將台灣文化「轉譯」(translate) 給全世界，也開創「超越地域」(transnational) 跨國傳播的新模式。



TaiwanPlus 總統大選專頁為全球觀眾提供即時選情

積極佈建國際發行網絡

TaiwanPlus 平台成立以來，積極拓展海外頻道普及性，2023 年 TaiwanPlus 頻道正式上線北美三星級 (含) 以上旅館，觀眾可於 38 萬間房間內，同步收看 TaiwanPlus 內容。此外，TaiwanPlus 持續擴大歐亞服務版圖，上架新加坡跨媒體串流平台 Eazie TV，與 CNN、半島電視台、NHK、Bloomberg 及 KBS 並列，同時也上線歐洲整合媒體服務 VideoElephant，與 Bloomberg、路透社、福斯、半島電視台等國際性媒體並列，每日提供全球觀眾數位內容。

此外，TaiwanPlus 自 2022 年度 10 月開台以來，持續佈建國內有線電視頻道，截至

2023 年 12 月，TaiwanPlus 已上架澎湖 114 台、金門 100 台，TaiwanPlus 有線電視普及率自 2023 年初的 94.29% 提高至 99.98%，而 TaiwanPlus 頻道針對擁有獨立影視系統的五星級旅館，也正持續進行佈建。

強化國際媒體合作， 參與海外推廣活動

TaiwanPlus 持續與全球各大媒體進行國際合作，包含與德法公共電視台 (ARTE) 合作拍攝後疫情電音紀錄片《亞洲節拍心電圖》，獲得國際各大媒體報導；與美國 VICE 公司合作《Gen Taiwan》系列專題報導，以及日本放送協會 NHK《國際報導》至 TaiwanPlus 進行

台日連線，並在專題報導採訪 TaiwanPlus 節目製作同仁，皆為 TaiwanPlus 帶來國際關注度。

此外 TaiwanPlus 積極參與國際活動，本年度除參與紐約及舊金山的台美文化交流活動、印尼高等教育展等國際展覽，也與國內各大影劇製作單位至新加坡亞洲電視論壇內容交易市場（ATF）參展，藉此提升平台國際能見度。

紮根校園，培育國際傳播人才

為培育台灣國際傳播人才，TaiwanPlus 持續深入校園，與各大專院校合作，除了持續與

政治大學全球傳播與創新科技碩士學程合作，舉辦職涯說明會、業師活動等課程外，本年度也與世新大學簽署合作意向書，未來將針對企業實習及就業資訊進行資源交流。

TaiwanPlus 自 2022 年開辦實習計畫，培育兼具全球視野、在地經驗並能活用新媒體的國際傳播人才，截至 2023 年底，已錄取 32 名實習生。此外，TaiwanPlus 在本年度共參與 23 場校園推廣活動，與 1700 位國際學生、北中南大專院校台灣學子互動，屢獲肯定，在師生心中替品牌紮根。



2024 總統大選電視辯論英語口譯直播

節目百寶盒

國內外兼顧 頻道與線上並進

提升新聞製播品質 重要國際議題不缺席

TaiwanPlus 成立以來，持續製播具有台灣觀點的英語新聞，並逐步擴增新聞產製量，自開播初期的 25% 已提升到 2023 年的 50%。2023 年 TaiwanPlus 新聞產製以頻道（電視台）和社群平台（X、Facebook、YouTube）並重，包括整點新聞直播、不同類型的單則新聞、視訊訪談單元，新聞深度訪談節目等，同時也會針對社群平台不同屬性，製作適合的內容推播。

TaiwanPlus 本年度共有 16 次海外採訪行程，走訪 17 國，其中六國是友邦。TaiwanPlus 記者跟隨蔡英文總統前往美國、貝里斯、瓜地馬拉和史瓦帝尼，也隨賴清德副總統造訪南美洲巴拉圭。其他的重要海外採訪還包括二月下

旬俄烏戰爭兩周年前夕，新聞部記者前往烏克蘭報導當地情況，也自周邊的波蘭、立陶宛和捷克發回專題新聞。舉凡印度新德里 G20 峰會、廣島 G7 高峰會、泰國國會選舉、台美國防論壇等等印太區域性的重要新聞事件，都有 TaiwanPlus 的第一手採訪報導；並親身走訪斐濟、吐瓦魯與菲律賓等地，探討美中在南太平洋地區之角力戰。

為提升每日新聞內容的深度與豐富性，新聞部特別製播《Zoom In, Zoom Out》單元，針對不同議題，邀請單一來賓進行視訊訪談；並規劃全新新聞紀錄片單元「Finding Formosa」，第一季一共五集，每集十五分鐘。

2023 年下半年是籌備規劃 2024 總統大選採訪和開票節目的重要時間點，在總統大選倒數一百天，新聞部推出臉書直播節目《The

Scoop: Road to the Election》，由主持人與記者聊聊當周重要的選戰話題，觀眾可在線上提問互動。年底的選舉重頭戲就是《2024 總統、副總統候選人電視辯論會》，TaiwanPlus 特別安排四人專業英語口譯團隊，首創全程英語直播，透過頻道及社群平台，放送全世界，辯論結束後由《Taiwan Talks》團隊接手製作半小時 Live 解析訪談，此一創舉深受國內外好評。


為建立與駐台外媒記者網絡，因此特別在十二月四日主辦與駐台外媒的交流活動。巴卡拉基金會安排的歐洲媒體訪問團成員也共襄盛舉，一共有超過四十名以上外媒記者參加，包括路透社、Independent、紐約時報、富士電視台等，多家媒體皆現場詢問 TaiwanPlus 之新聞分享機制。

回顧 2023 年，TaiwanPlus 旗艦新聞節目《Taiwan Talks》，邀請許多國內外重量級來



《Taiwan Talks》專訪《晶片戰爭》的作者 Chris Miller

TaiwanPlus 大事紀

- 2023.01.07 周六起新增一節 15 分鐘《Here's What Happened》，帶領觀眾回顧當周重要的話題新聞。
- 2023.02.20 俄烏戰爭一週年，TaiwanPlus 記者深入烏克蘭採訪。

- 2023.03.14 談話性節目《Connected With Divya Gopalan》首播，每周兩集、一集三十分鐘。
- 2023.03.29-04.07 蔡英文總統過境美國出訪中美洲友邦，兩組記者接力採訪，相關報導創下 TaiwanPlus 整體跨平台流量的年度高峰，突破 175 萬多次。
- 2023.04.18 《追尋電影夢——蔡明亮》獲紐約電視獎人物紀錄片類銅牌。
- 2023.05.16 全新訪談單元《Zoom In, Zoom Out》首集播出。
- 2023.05.20 TaiwanPlus 記者前進 G7 廣島高峰會，從台灣觀點剖析中國核武發展、反核擴散、半導體等重要議題。
- 2023.07.01 在香港國安法通過三週年，推出全新紀錄短片《After That: Hongkongers in Taiwan》，節目獲得 NHK、BBC 等外媒關注報導，並與天下雜誌共同舉辦放映座談活動。
- 2023.07.22 TaiwanPlus 首部原創動畫《The Jennie Show》榮獲 2023 年 Content Asia Awards 的 Best Comedy Programme 銀獎。



《追尋電影夢——蔡明亮》深度呈現名導演心路歷程，榮獲紐約電視獎等多項影展肯定



《The Jennie Show》為 TaiwanPlus 首度全新原創動畫，以美式風格呈現台式文化



《After That》記錄 2019 年之後離鄉來臺的港人第一手故事，引發國際關注

賓，如：前美國總統國家安全事務助理 John Robert Bolton、前英國首相 Mary Elizabeth Truss，美國國防部印太安全事務部前助理部長薛瑞福 Mr. Randall Schriver，以及《晶片戰爭》的作者 Chris Miller 等具有國際知名度的嘉賓，討論印太地緣政治、亞洲經濟趨勢、美中台關係等重要議題，並提高台灣聲量。而國內的特別來賓，則邀請到前參謀總長李喜明、台灣心臟權威魏崢、台灣數位發展部長唐鳳、前台積電資深研發處長楊光磊等，宣傳台灣的國防、醫療、AI 發展以及世界半導體趨勢。此外，《Taiwan Talks》也特別針對兩岸關係、南海爭議，做特別深入淺出的討論，以「菲律賓海警」為議題的單集節目，甚至創下單日 11 萬、合計近 27 萬的點閱次數。

《Connected With Divya Gopalan》在三月中旬隆重推出，每週兩集，一集三十分鐘，其中一企劃系列瞄準新創企業，大量接觸海內外企業家和商界領袖，多位嘉賓都是企業 CEO，引起業界關注，也在台灣和亞洲的商業社群中打響名號。精心製播的專題以短版形式在頻道播出，完整原版可在線上收看。本節目也嘗試從電視媒體跨足到社群，創造互動，注入更多與觀眾對話的可能性。

豐富多元節目 讓世界看見台灣價值

TaiwanPlus 2023 年共開發近 400 小時多

元節目內容，從文化紀實、生活風格、Video Podcast、訪談節目、中文教學、原創動畫、音樂等，向國際觀眾多元呈現臺灣故事與面貌。

生活風格節目方面，新一季《Jason's Table》推出了水果篇與臺菜篇，持續挖掘臺灣美食的深度與廣度。另外，首度推出全新英文脫口秀節目《The Taipei Tonight Show》，由聶雲主持，帶出全新風格嘗試。

文化內容方面，《What's the Word》節目每一集介紹一個漢字，拍攝場景拉到美國洛杉磯，透過亞裔主持人 Elizabeth Lazan 的生動介紹與街訪，帶領國際觀眾學習正體字與中文之美。《Craftsoul》則是全新文化紀錄短片系列，每一集透過精緻的鏡頭呈現在地職人故事與工藝之美。

自然類型方面，則推出《Our Ocean: The Fight For Sustainability》系列紀錄片，關注臺灣 NGO 與科技如何協助解決海洋保護這個全球議題。另，也推出生態紀錄片《消失的紫斑蝶》國際版全球首播，邀請到金曲歌手安溥獻出首次英文旁白配音，令人驚艷。

此外，考量全球觀眾對臺灣地緣政治與科技的關注，2023 年也強化推出更多以深度議題探討為主的紀實紀錄片，包括：《Innovative Minds Video Podcast》第二季，首創虛擬主持人，每集邀請臺灣數位部長唐鳳與國際重磅來賓與談，包括以太坊創辦人 Vitalik

Buterin、《人類大歷史》作者 Yuval Harari，以及包括英國、印度、愛沙尼亞等多國的數位部長等。

另因應全球近年關注台海情勢，也與資深媒體人范琪斐合作推出《Operation 2027: the Chinese Invasion from Taiwan's POV》系列，以全英文講解搭配動畫與數據資料，在眾多外媒相關報導中，向國際傳遞臺灣觀點。

國際迴響與合作

2023 年 TaiwanPlus 完成 400 小時內容、26 個國內外獎項入圍或得獎、開拓逾 20 個外部合作對象、推出 10 檔線上影展。

在國際迴響方面，2023 年 11 月 TaiwanPlus 與歐洲德法公共電視 ARTE 攜手合作推出紀錄片《亞洲節拍心電圖》於全球上映，本片也是 TaiwanPlus 的第一個國際合製案，並獲法國在台協會支持舉辦首映派對。此外，《After That: Hongkongers in Taiwan》紀錄短片系列，每一集由一位移居臺灣的港人講述自己的經歷，也在節目推出後，吸引外媒 NHK 及 BBC 的後續採訪報導。

2023 年度 TaiwanPlus 節目獲獎頗豐，共入圍 18 個全球或區域影展、共 26 個獎項入圍或得獎，包括知名紐約電視獎、亞洲影藝創意大獎、Content Asia、Promax Asia、金鐘獎等，獲獎節目包括《Happy Fisherman》、《追

2023.08.01
TaiwanPlus 頻道正式上線北美三星級(含)以上旅館、新加坡跨媒體串流平台 Eazie TV，及歐洲整合媒體服務 VideoElephant。

2023.09.09
TaiwanPlus 記者前往新德里 G20 峰會採訪，現場一段準連報導在 YT 頻道上短短一天內，點閱次數即超過 38 萬。

2023.10.05
第 16 屆總統大選進入倒數 100 天，TaiwanPlus 上線《Taiwan Election 2024》總統大選官方專頁，以四組候選人為核心設計「全英語選舉指南」，讀者可全方位快速掌握每位候選人立場與即時選情。

2023.11.01
榮獲全球知名廣告獎 Promax Asia Awards 的兩大獎項，分別為：TaiwanPlus 形象識別影片獲 Best Ident Design 金獎；《Connected with Divya Gopalan》獲 Best News/Current Affairs Promo 銀獎。

2023.11.15
APEC 舊金山峰會採訪報導，APEC 是台灣少數正式參與的國際組織，由張忠謀第六度擔任領袖代表，展現台灣與國際接軌的努力。



2023.11.11
TaiwanPlus 首部國際合製作品《亞洲節拍心電圖》上架，該系列與德法公共電視 ARTE 合作推出，法國在台協會也共同合作在台北舉辦首映派對。

2023.12.30
《2024 總統、副總統候選人電視辯論會》，首創全程英語直播，透過頻道及社群平台，放送全世界

尋電影夢——蔡明亮》、《The Jennie Show》等。

在努力開發自製節目外，2023 年持續積極開拓外部合作對象，也與國內外影視單位合作推出多檔線上主題策展，包括與國影中心合作「燦爛島嶼：從不同年代的電影看臺灣歷史」、「女性武俠專輯」、「台語片羅曼史」、「臺灣新電影策展」等四檔主題影展；與 CNEX 合作收錄新銳與大師創作的《Taiwan Pitch》全球徵案短片展；與鏡電視合作策展《Tales of Taiwan——紀錄片看臺灣》；與國藝會合作國家文藝獎得主紀錄片；另也擔任首度在臺灣舉辦的亞洲日舞影展 Sundance Asia 媒體協力，並將幾位入圍的臺灣年輕導演短片作品納入 TaiwanPlus 線上影展，並拍攝其創作幕後訪談。

鎖定社群關鍵受眾 發展原創內容擴大影響力

截至 2023 年底，TaiwanPlus 營運五個社群平台，一共十二個頻道，累積追蹤者、訂閱

與粉絲人數突破七十萬人，所有平台的內容觸及超過七千萬，較前一年度增加 22.8%。其中海外用戶主要來源國家為美國、菲律賓、新加坡、印尼、馬來西亞等。

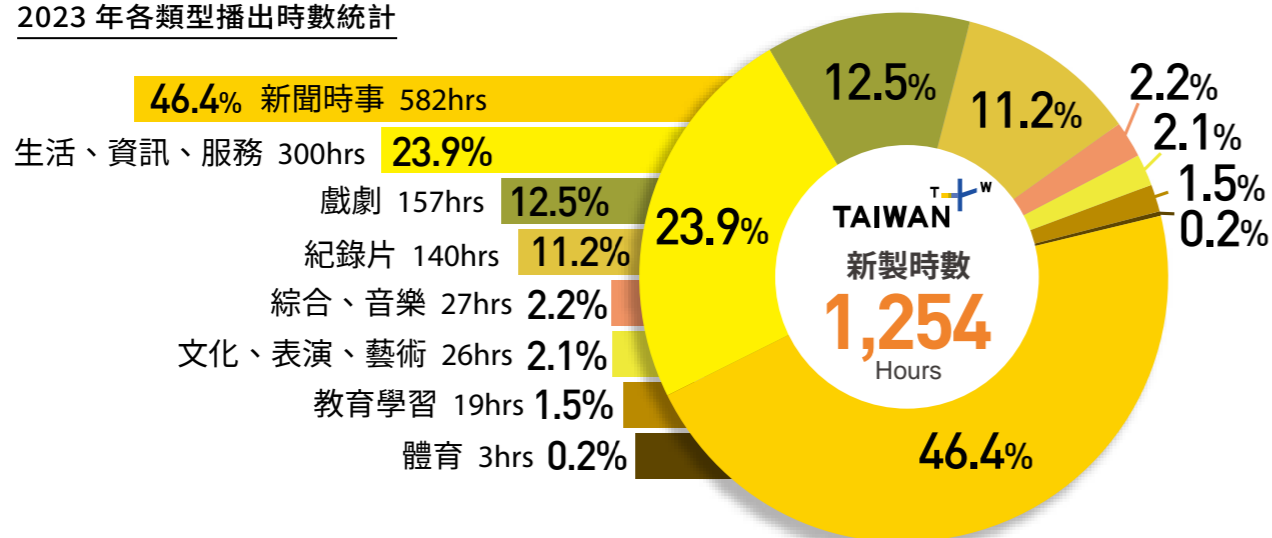
TaiwanPlus 社群首兩年的養成與經營，主要追求更大的受眾觸及與內容曝光，在第三年度之社群經營方針為鎖定關鍵受眾，並投放對受眾有效的高品質社群內容。在第三年度除了持續在不同的頻道上針對受眾企劃、製作社群友善內容之外，更開發以商務人士為目標觀眾的精準內容於 LinkedIn 發布，透過投放投資、市場資訊、金融、地緣政治等相關主題內容，讓有國際影響力的商務人士更熟悉台灣。不僅開發商務人士，社群也在第四季開始積極製作原創直式系列短影音於 Instagram、Facebook、YouTube 等平台曝光，透過主題多元但明確，可以傳播台灣文化軟實力的原創內容，讓更具娛樂性、更有傳播效果、更容易在社群出圈的原創內容吸引更廣的受眾，增加台灣意象與 TaiwanPlus 品牌在社群上的曝光與影響力。

2023 中華電視公司 年度報告

節目表現

節目時數分析

2023 年各類型播出時數統計



華視公共化里程

- **2001**
10月29日行政院新聞局局長蘇正平在立法院作施政報告時表示，行政院新聞局將推動「無線電視公共化」，首先的目標是台視與華視，政治勢力退出台視與華視，將是媒體公共化的基礎。
- **2004**
6月23日行政院會議召開第2895次會議，決議通過函送行政院新聞局所擬《無線電視事業公股處理條例草案》至立法院審議。
- **2005**
5月18日行政院會議決議通過《無線電視事業公股處理條例草案》，確立華視公共化，台視民營化政策，華視與台視公股於立法後完成釋股，股權捐給公視基金會後，由公視基金會成立公共化集團，主導無線電視製播公共化節目，提升公共化品質。
- **2006**
1月3日立法院會議三讀通過《無線電視事業公股處理條例》。
1月18日總統公佈《無線電視事業公股處理條例》。
3月31日由公視基金會的11位董監事及其推薦的6位專業人士，與6位民股代表組成華視董事會，選出公視基金會董事長陳春山為華視董事長，亦通過總經理李遠任命案，華視達成公共化的目標。
4月21日財政部公股及財團法人黎明文教基金會所持有之華視股票共計140,722,244股(71.16%)附負擔捐贈給公視基金會，完成公共化的第一階段工作。
7月1日公廣集團正式成立，分別在公視與華視舉行揭牌儀式。華視是公廣集團中唯一沒有任何政府預算或補助的電視台，完全自負盈虧。
- **2007**
10月28日華視將《收買非公股股東持有股份計畫》提報新聞局轉呈股權轉讓審議小組。
- **2009**
6月19日行政院新聞局公告華視非公股收買價格。依公股處理條例第十六條規定，由「行政院股權轉讓審議小組」審定股份收買價格一財團法人華視文化教育基金會所持華視股份每股7.94元；其餘華視非公股股東所持華視股份每股34.41元。
9月16日完成股票過戶及股款交付作業之股數為28,683,372股，所支付之股款由台視公股釋出所得之附負擔捐贈款719,426,785元及政府編列預算267,568,038元支應。不同意公告收買價格向法院提出收買價格裁定聲請，或未提出買回申請之股數共28,342,384股。
- **2010**
3月31日依相關法令規定，將買回之股份辦理庫藏股份註銷及法定減資、變更登記事宜，減資後公司實收資本額由19億7,748萬元減為16億9,064萬6,280元，公視基金會持股比為83.24%，未完成買回之股份占16.76%。
- **2018**
1月29日文化部捐助華視辦理「推動超高畫質電視內容升級前瞻計畫第一期」。
4月13日文化部依社會發展計畫捐助華視辦理「優質台語影音計畫」。
12月28日文化部捐助華視辦理「108年台語頻道節目製作」。
- **2019**
3月6日文化部捐助華視辦理「推動超高畫質電視內容升級前瞻計畫第二期」。
- **2020**
華視執行文化部《超高畫質電視攝製及後製中心計畫》，除完成設備建置，更強化教育訓練，2020年承辦「高端影視剪輯和特效製作系統人才培育」，以提升專業素養。年度設備使用時數逾6000小時，展現公共化產業價值。
4月20日文化部補助華視辦理「109年台語頻道節目製作專案」，共計69小時節目製作。
- **2021**
4月19日華視新聞資訊頻道正式上架中嘉MSO有線電視系統52台，完成與中嘉系統頭端專線傳輸信號測試作業，普及率25.58%，有線電視使用戶約124萬戶。
7月14日52台第二波上架台數科等8系統，使用戶約達176萬戶，總普及率達36.43%。
- **2022**
12月14日NCC通過凱擘、台固等共20系統申請華視新聞資訊台替補上52頻道的申請案，影響戶數達157.5萬戶，預計年底前可收看，加上已上架的系統，華視新聞資訊台未來在52頻道市占率將達73.3%。
- **2023**
4月18日配合行政院數位發展部資通安全署，進行華視關鍵基礎設施資安稽核會議。並於4月19日配合行政院國土安全辦公室、數位發展部進行華視關鍵基礎設施安全巡檢，全面加強國家關鍵基礎設施防護。



總經理的話

公商融合 多元開創

中華電視公司總經理

李遠

2023年是華視衝刺再造的一年。

2022年8月，華視第24屆董事會完成改組，確立華視為「兼具公共精神與商業活力的電視台」。2023年，在同仁努力下，華視在兼容公共與商業的道路上，做出相當的成果，也看到向上提升的未來。

節目方面，我們全力投入戲劇、綜藝節目拍攝。多檔新節目陸續殺青，為華視累積優質的片源與IP。與國內外業者合資合製綜藝與戲劇節目，其中第四季所推出的自製八點檔《阿叔》，叫好叫座，寫下亮眼的收視與廣告業績，也宣示華視投入黃金時段一級戰場的決心。

新聞方面，華視新聞資訊台（CH52）定頻率由原來的不足40%提升至73%，新聞節數由原來的每天14節，擴充至17節。市佔率與觸及率的普及，也帶動華視新聞的收視、廣告業績與影響力。

面對多元平台百花齊放的衝擊，華視以主頻結合新聞台及新媒體，發揮綜效，並檢討各類業務客層與淨利比、調整經營重點目標與比重。數位匯流、多元開發，全年度專案收入、租賃收入、節目製播收入與新媒體收入均較111年有所成長。

因應近年影視環境快速進化，競爭日趨激烈，董事長指出「控管人事成本、提升新聞台定頻率、製作叫座好節目、開拓數位營收、創新多元收入、結合集團與外部資源」等具體方向，作為華視2024年的發展策略。我們以此出發，全力打造「數位新華視」全新品牌精神與市場價值。

自2006年加入公廣集團後，華視因民股未能全數買回，附負擔無法到位，十幾年公廣路走得較為顛簸。過去同仁或許因此感嘆「行路難，多歧路，今安在？」但同樣以李白詩句來表達我們的心境，更該是「長風破浪會有時，直掛雲帆濟滄海」。兼顧公共與商業的雙重精神，華視將繼續自信與堅定地向前走，奠立台灣電視產業的新典範。

邁向未來 挑戰高峰

年度焦點



《我們這一攤》

華視實境綜藝《我們這一攤》首次挑戰跨國合作

2023年09月，華視綜藝《我們這一攤》由華視、三立都會台聯手日本極東電視台，打造全新實境綜藝節目，是台灣史上首次跨國合作的實境綜藝節目，跑遍全台各地夜市擺攤，挑戰跨國前往日本設攤，9月在開播前，舉辦映前直播於正式開播前再度預熱創造話題，與現場粉絲有獎徵答互動同樂，同時安排於9/13下午於西門町吉普車掃街宣傳，晚上在寧夏夜市擺攤賣雞排與粉絲互動，延續該節目聲量熱度。

華視年度大戲八點檔《阿叔》收視開紅盤創佳績

2023年10月華視年度大戲八點檔《阿叔》10/11開播，該劇為傳統木工結合修復人生的故事，開播收視創佳績，飾演木工家具修復師的文欽（王識賢飾），情感空白一生未娶，僅憑雙手獨自將姪



10/11起 週一至週五 晚間8點 東森超視33頻道 x 華視主頻12頻道 x 映畫製作

新媒體平台 |

子姪女養育成人，在初戀情人紀明珠（韓瑜飾）回到朴子後，揭開他不為人知的過去與隱藏的祕密，平凡寫實的小人物故事，真摯的情感讓人又哭又笑，貼近生活的感動。

第58屆金鐘獎《天選之島》獲自然科學紀實節目獎

2023年10月第58屆金鐘獎典禮，為慶祝《天選之島》獲獎，《歡迎光臨等你來家1》、《丁光慈／上甬台灣歌2.0 經典傳奇》入圍受評審肯定，10/20於麻辣45舉辦金鐘慶功餐會，邀請媒體一同歡聚，感謝共創好成績。

歡慶華視52週年生日快樂

2023年10月，於本公司大廳及戶外廣場舉行52週年台慶活動，犒賞同仁並邀請貴賓同歡。除於現場設置胖卡餐車，也邀請華視同仁們多多參與二手市集設攤，並在這值得紀念的時刻，將二手拍賣所獲的資金與愛心做結合，將部分資金愛心捐款給浪浪們，不僅是對社會的回饋，更是華視持續履行社會責任的具體體現。透過這場活動，提供愛心善款予社團法人動物緊急救援推廣協會，用實際的行動為弱勢動物發聲，希望能幫助到動物們的所需。



華視台慶

2023 中華電視公司大事紀

- 1/1 有線系統凱擘大寬頻、台固、大新店民主、屏南、新彰先後上架52頻道，華視新聞市占率達73.3%
- 1/21 《2023WE ARE 我們的除夕夜》由華視全程轉播，並由屢獲金鐘獎最佳主持人獎項肯定的Sandy吳姍儒擔綱節目主持人，節目邀集高規格製作團隊及近30組演出團隊的盛大陣容。
- 2/20 新聞台完成52台新識別標誌(包含LOGO、麥牌、鏡面)，全新打造A、C新聞棚景，分階進行軟硬體設備建構。
- 3/12 戲劇《婚姻結業式2》於2023年3月12日開播，開播前於3月7日至3月9日舉行三天的試片會，3月10日舉行首播記者會，首播開紅盤創下2023年台語台最高收視紀錄。
- 3/15 戲劇《牛車來去》3月15日於華視主頻播出，開播收視開紅盤，收視不斷創新高，四歲以上平均收視破1，並在4月26日以紅盤收官，更在第58屆金鐘獎榮獲戲劇節目編劇獎以及戲劇節目女配角獎。
- 4/19 配合行政院國土安全辦公室、數位發展部進行華視關鍵基礎設施資安稽核會議及安全巡檢。
- 4/20 華視轉播《2023 MLB 美國職棒大聯盟》國際賽與季後賽，於4月20日舉辦開打記者會，透過專業轉播，讓美國職棒大聯盟選手的努力與精彩表現，傳遞到每位臺灣球迷心中。





《天才衝衝衝》



《2023 台中新站麗寶跨年演唱會》

綜藝節目

綜藝節目同樣精彩，十多年來不間斷陪伴觀眾度過每個週六夜晚的《天才衝衝衝》，依舊為全球華人持續帶來歡樂；行腳節目《花甲少年趣旅行》充滿熱血活力與兩小時滿滿笑點；近年來大受歡迎的實境節目走入夜市擺攤的《我們這一攤》；三位大咖明星「李李仁、鄭元暢、劉品言」經營移動商店《Q1-P0》；藝人重返小學生活，體驗特色國小的《回到小學那一天》；從社區再生議題製作的《歡迎光臨等你來家 1》及真人打工旅遊實境節目《請問今晚住誰家》及由黃子佼及 LULU 主持的《婚禮歌手》主頻播出皆有不錯收視率。

《2023 台中新站麗寶跨年演唱會》、《2023 年總統府音樂會》、《第 18 屆 KKBOX 風雲榜》、《2023 台灣燈會在台北閉幕式》及《2023 WE ARE 我們的除夕夜》超大型演唱會，讓全臺 high 翻一整年。

綜藝節目《歡迎光臨等你來家 1》亦入圍第 58 屆金鐘獎益智及實境節目獎。

戲劇節目

2023 為華視戲劇成果豐收之年，從探討中年已婚男女的婚姻、工作以及家庭等議題的《婚姻結業式 2》；以喜劇方式呈現生死之間的情感議題《欺妻 49 天》；奇幻愛情故事最終



《阿叔》



《婚姻結業式 2》

探討再見及和解議題的《再見之後》，以及在 2023 年以木工為背景探討人與人之間的感情修復的八點檔《阿叔》在 2023 年成功引起台灣觀眾高度共鳴及討論，並締結高收視率。

除自製作品獲得亮眼成績之外，亦提供觀眾多樣性的節目選擇，如充滿青春活力的《鬼之執行長》、《我們發財了》、《門當戶對愛上你》；在地陣頭文化及元素的《神之鄉》；鄉土文學的優質好劇《牛車來去》；以樸實的題材深刻地觸及每個人心靈深處的情感的《有生之年》；故事集合美食及警匪動作為主題的《美食無間》；上流家庭宮鬥影集《親愛壞蛋》。

新聞台 / 新聞節目

112 年更是華視新聞的數位創新年，因應 AI 時代規劃七項 IP，專人專案專責，針對 IP 數據、AI 主播、主播互動系統、演算法尋找合作廠商，擴大 IP 影響力並特別企劃推出融媒體

5/9
綜藝節目《天才衝衝衝》今年邁向 17 週年里程碑，於 5 月 9 日舉辦慶生會。

5/14
戲劇《欺妻 49 天》於 2023 年 5 月 14 日開播，開播前於 5 月 12 日舉行首播記者會，藍葦華繼《俗女》後再現獨特搞笑魅力，收視率開出紅盤，播出後收視率破 1。

6/19
戲劇《鬼之執行長》於 2023 年 6 月 19 日開播，開播前於 5 月 15 日舉行卡司發布會，6 月 16 日舉行首播記者會，本劇為張立昂恢復健康後首部作品。

7/8
《2023 總覺府音樂會 - 跨海音》由華視轉播，呈現臺灣音樂豐富性、獨特性與多元性。

8/31
華視實境節目《我們這一攤》9 月 9 日開播開紅盤，於 8 月 31 日舉行首映記者會，9 月 13 日舉行吉普車掃街造勢，並在寧夏夜市擺攤活動，近距離與粉絲互動。

9/9
《我們這一攤》華視、三立及日本極東電視台，首度合製跨國節目實境秀，由王彩樺、胡宇威、夏和熙即將成為夜市攤主，攤擺挑戰不同的夜市美食以及不同的夜市，帶領觀眾體驗台灣美食文化，其中 3 集更由三位主持人至日本擺攤，推廣台灣美食。

9/17
華視戲劇《有生之年》9 月 17 日開播開紅盤，並於 8 月 31 日舉行首映記者會，開播蟬聯三週電視、OTT 華語劇收視冠軍，Netflix 台灣節目排行榜 TOP 1 以及 MOD、Hami Video 影劇館 + 雙平台戲劇第一名持續霸榜，收視創新高，登上週日全臺華語劇收視冠軍。

9/18
華視新聞資訊台推出全新談話性節目《呂氏戰國 BATTLE》讓學生不用



《華視新聞 - 國際線出發》



教育文化節目

作品。除了已近完成三年階段性的軟、硬體更新及汰換，人力及資源也按規劃逐步到位，並進行進階的組織再造，以符合更貼近的實際需求。所有的努力及規劃，都是為了華視新聞資訊台 113 年全時段、優質化的目標，而做的全面化準備。

自 52 台上架後，華視新聞為求內容更優質精緻，團隊全力朝「內容全自製」大步邁進，在新聞節目方面，除延續既有節目之外，亦全新推出國際、財經、論壇等多元型態的新聞性節目。

教育體育文化節目

2023 年華視教育體育文化台考慮到我國進入高齡社會，特別新增銀髮運動健康節目：i 醫健康網《在家就能練》、中華民國健身運動協會《健身活力 SHOW》節目，皆為適合高齡觀眾的健康類運動節目，致力提升國民的運動觀念與身體健康。

文化藝術節目方面新增馬叔禮國學講座《千古文壇的 24 顆巨星(中)》、冠得玉山教育基金會《名人書房第五季》、台北市政府文化局《2023 公車詩文》、洪建全基金會《敏隆講堂 YOUNG 文學》、《王增榮主講：現代建築十講》、《簡老師的讀書會》、《馬以工主講：台灣的文化與地景》、中華無盡燈文化學會《行雲流水的思維 一代宗師老子的探索》、《核心價值的人生 從大學說起》、《從論語看有趣的認知偏誤 邁向智者之路》、《從論語談素質教育》...等優質文化節目，豐富各類人文素養內容。

2023 持續與教育部合作播放「反毒」、

「反霸凌」的《我的未來我作主》第四、五屆微電影得獎影片，加強宣導正確價值觀，進一步促進社會和諧。

兒童節目(含卡通)

主頻持續經營下午 5 點至 7 點之卡通時段，2023 年週一至五全年播出寓教於樂之「新哆啦 A 夢」、逗趣的「烏龍派出所」；週末則定調推理及熱血題材，排播「名偵探柯南」以及運動主題卡通「棋靈王」、「影子籃球員」及「排球少年」。華視成功經營正面優質的節目品牌形象，在現今充滿暴力血腥的眾多熱門卡通中，挑選適合闔家觀賞之品項，曾屢次獲得由國家通訊傳播委員會(NCC)所辦之「適齡兒童電視節目評選」適齡節目標章認證肯定，有良好評價，亦擁有穩定收視率。

國會頻道

國會頻道託播案自 106 年迄今已經 7 年，在以華視為主的轉播團隊努力下，順利呈現在全體國人眼前，並成為協助立法院推動國會改革的重要幫手。

112 年工作重點在於強化頻道及網路轉播的資安維護，尤其是 WEB(網站)應變方案及 YouTube 直播偵測方式，進行全面的檢視及調整，以維持突發應變機制及備援的穩定操作，確保國會頻道的安全製播。

另外，112 年國會頻道維運團隊也提供立法院額外的加值服務，分別供訊外交部臉書直播捷克(3/28)與立陶宛(10/24)議長立院演說實況，也都圓滿達成公報處交付的任務。

公眾服務 公益活動

華視參與公益捐善款 實踐企業社會責任

華視公關服務中心曾參與公益活動以提供資源予公益團體，以及公眾議題宣導為主。在長期公益資源提供之方面，華視持續於每個週末期間，租借華視一樓大廳場地予小可樂果劇團(炬輪技藝發展協會)，提供身心障礙者與家長有一個寬敞、舒適又安心的空間排演公益舞臺劇、共同活動、分享資訊與學習。並贈送熊讚週邊衣服與娃娃等資源，給關愛之家、家扶基金會、聖島社會福利慈善基金會三家慈善公益組織，提供給弱勢族群小朋友們使用，希望透過這些物資能讓他們感受到溫暖與愛。

華視公關服務中心於台慶 52 園遊會舉辦員工二手市集，並設置浪浪捐款箱，提供愛心善款予社團法人台灣動物緊急救援推廣協會，這不僅僅是對社會的回饋，更是華視持續履行社會責任的具體體現，用實際行動來落實對小朋友及小動物們的愛與關懷，希望能幫助到他們。



公益舞臺劇

再當鍵盤鄉民發意見，直接可以上節目發表想法跟意見。



9/20 AI 新聞主播應用創新虛實互動，觀眾可在聊天室與 QUBBY AI 主播互動，利用新科技為觀眾帶來新鮮感。



10/8 華視新聞 Youtube 頻道，10/8 訂閱破百萬，訂閱數達新里程碑。

10/11 由華視和東森合製八點檔連續劇《阿叔》，本劇播出後獲得觀眾喜愛，同時段播出為收視冠軍，平均收視破 1，更成功銷售至 NETFLIX，跟播方式播出。

10/20 華視節目《天選之島》敲響第 58 屆金鐘獎自然科學紀實節目獎。

10/31 華視 52 週年台慶園愛心遊會。

11/5 華視首播《美食無間》由傅孟博、簡嫚書、王柏傑、柯叔元等領銜主演，是台灣第一部將美食與警匪動作結合的影集。

12/3 轉播《2023 年亞洲棒球錦標賽》，透過華視專業轉播，讓亞洲棒球選手的努力與精采表現，傳遞到每位臺灣球迷心中。

12/31 2023「台中麗寶跨年演唱會」一同迎接嶄新的 2024 年。

獲獎節目

屢獲佳績 倍受肯定

節目類獲獎

★ 第 58 屆電視金鐘獎：《天選之島》自然科學紀實節目獎

華視新聞雜誌 獲獎

★ 2023 第三屆銀響力新聞獎專題報導獎：老幼共學 行不行

★ 2023 第八屆平冤新聞獎：討海人 冤獄平反之後

★ 2023 文創產業新聞報導獎：為家鄉做一件事

★ 112 年社會光明面新聞報導獎：歌聲點亮台灣 ~

馬彼得和他的孩子們

★ 112 年臺灣醫療報導獎：3952 行醫路

新聞高峰會 獲獎

★ 第 58 屆金鐘獎：天選之島

★ 112 年臺灣醫療報導獎：疫苗 恐懼與希望之戰

★ 2023 第八屆平冤新聞獎：泰源事件定位台灣革命

人權會推動行政不法修法擴大補償

新聞類入圍

★ 華視新聞雜誌 入圍

2023 第三屆銀響力新聞獎專題報導獎：阿公阿嬤上學去

蝸居老年

2023 華文永續報導獎長版影音：青農突圍記 裸賣的難題

2023 卓越新聞獎：大震來襲 前進花東

失控的山林

誰來照顧你我的未來

你的爛尾樓 我的家

★ 新聞高峰會 入圍

2023 卓越新聞獎：藥荒之痛



第三屆銀響力新聞獎



文創產業新聞報導獎



社會光明面新聞報導獎



醫療報導獎

112年臺灣醫療報導獎



第 58 屆電視金鐘獎慶功餐會



卓越新聞獎

年度行政

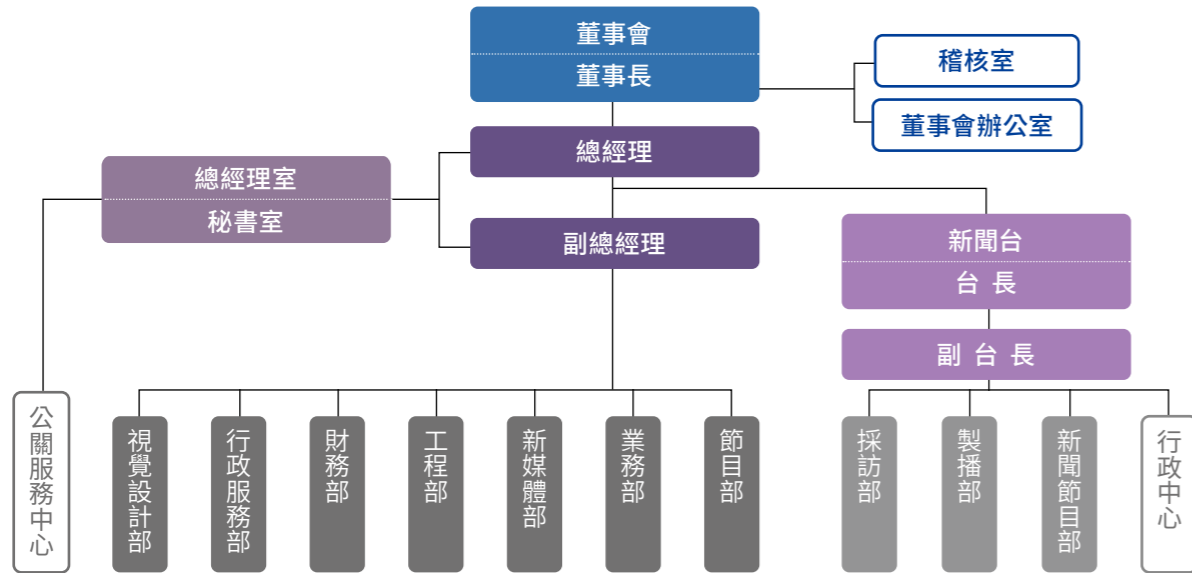
華視第二十四屆董事及監察人 (任期：2022 年 8 月 1 日 ~2025 年 7 月 31 日)

職稱	姓名	現職
董事長	胡元輝	公廣集團董事長；財團法人曾虛白新聞獎基金會董事長；中正大學傳播學系教授
董事	丁菱娟	影響力品牌學院創辦人；AAMA 創業導師；二代大學策略導師
董事	施振榮	財團法人智榮文教基金會董事長；宏碁股份有限公司董事 南山人壽保險股份有限公司董事
董事	朱國珍	作家；國立台北藝術大學、國立臺灣師範大學兼任講師；廣播與電視節目主持人
董事	周俊吉	信義房屋創辦人；信義開發董事長；信義文化基金會董事長
董事	廖嘉展	新港文教基金會執行長；新故鄉文教基金會董事長；大埔里地區觀光發展協會理事長
董事	林耀南	輔仁大學企業管理系教授；輔仁大學國際創業與經營管理碩士在職專班主任 輔仁大學 MGEM 三邊雙聯創業管理碩士主任
董事	郭力昕	國立政治大學傳播學院兼任教授；富邦文教基金會董事
董事	孫家穗	國立東華大學民族語言與傳播學系教授；台灣歐洲聯盟中心諮詢委員 公共電視董事
董事	黃寶慧	首席政策公關行銷股份有限公司董事長；大同股份有限公司董事 美的智能股份有限公司董事長
董事	馬履芸	華視工會理事長；華視員工董事；台北市產業總工會常務理事
董事	許思敬	華視文教基金會執行長；政戰學校校長；黎明文化基金會董事、秘書長
董事	李錦燦	華視員工董事；華視工程部工務中心副主任
董事	黃兆徽	台灣人工智慧實驗室（基金會）內容執行長；臺灣事實查核教育基金會顧問 臺灣大學新聞研究所實務教師兼任助理教授
董事	洪馨蘭	國立高師師範大學客家文化研究所教授；中央客家委員會委員； 公共電視董事
常務監察人	高文宏	資誠會計事務所合夥會計師；電影製作
監察人	周宇修	台灣人權促進會會長；台北律師公會第 29 屆監事；東吳大學法學院兼任講師
監察人	王毓莉	中國文化大學大眾傳播學系專任教授； 國家通訊委員會「廣播 / 電視評鑑及換照審查諮詢委員會」諮詢委員； 中華民國電視學會節目自律委員會諮詢委員

備註：

1. 董事林寬裕於 2023 年 1 月 31 日辭任；2023 年 2 月 16 日公視第 7 屆第 11 次董事會議通過指派董事廖嘉展為華視第 24 屆法人董事代表人。
2. 董事徐瑞希於 2023 年 12 月 1 日辭任；2023 年 12 月 21 日公視第 7 屆第 21 次董事會議通過指派孫家穗為華視第 24 屆法人董事代表人。
3. 2024 年 1 月 28 日華視第 24 屆第 2 次臨時董事會議通過聘任劉昌德為華視總經理，劉昌德於 2024 年 1 月 28 日辭任華視董事；2024 年 2 月 22 日公視第 7 屆第 23 次董事會議通過指派洪馨蘭為華視第 24 屆法人董事代表人。

年度行政 華視組織架構圖



2023 各頻道節目播出時數表

項目	時數 %	主頻道	新聞資訊台	國會頻道 1 台 國會頻道 2 台	教育體育 文化台	合計	
節目類型	新聞	時數	1893	8362	0.00	59.03	10314.03
		%	21.64	0.95	0.00	0.7	23.76
	兒童	時數	717	0.00	0.00	642.17	1359.17
		%	8.2	0.00	0.00	7.65	3.13
	娛樂	時數	998.1	89	0.00	29	1116.1
		%	11.41	0.01	0.00	0.35	2.57
	戲劇	時數	3346.7	0	0.00	0	3346.7
		%	38.25	0.00	0.00	0	7.71
	教育文化	時數	538.5	230	0.00	7136.8	7905.3
		%	6.16	0.26	0.00	85.01	18.21
	其他	時數	1254.7	66	8760 8760	528	19368.7
		%	14.34	0.007	100.00	6.29	44.62
	年度播映總時數		8748	8747	8760 8760	8395	43410

年度行政 財務報告

簡明資產負債表

單位：新臺幣仟元

科目	2021/12/31	2022/12/31	2023/12/31
流動資產	388,773	479,071	413,910
非流動資產	8,951,308	8,860,493	8,790,802
資產總計	9,340,081	9,339,564	9,204,712
流動負債	3,580,793	3,691,190	3,927,215
非流動負債	2,142,156	2,170,304	2,040,345
負債總計	5,722,949	5,861,494	5,967,560
股本	1,690,646	1,690,646	1,690,646
保留盈餘	1,926,486	1,787,424	1,546,506
權益總計	3,617,132	3,478,070	3,237,152
負債與權益總計	9,340,081	9,339,564	9,204,712
每股淨值 (元)	21.39	20.57	19.15

上列資料均係依會計師查核後之財務報告編製。

簡明綜合損益表

單位：新臺幣仟元

科目	2021 年度	2022 年度	2023 年度
營業收入	1,087,570	1,183,494	1,241,409
營業成本	917,283	1,000,851	1,122,730
營業毛利 (毛損)	170,287	182,643	118,679
營業費用	267,808	286,073	294,340
營業淨損	(97,521)	(103,430)	(175,661)
營業外收入及支出合計	(28,191)	(43,089)	(64,943)
稅前淨損	(125,712)	(146,519)	(240,604)
所得稅利益 (費用)	(2,578)	(1,313)	(217)
本年度淨損	(128,290)	(147,832)	(240,821)
其他綜合損益			
確定福利計畫之再衡量數	722	10,962	(121)
採用權益法之子公司、關聯企業及合資之其他綜合損益份額	0	0	0
與不重分類之項目相關之所得稅	(144)	(2,192)	24
本年度其他綜合損益 (稅後淨額)	578	8,770	(97)
本年度綜合損益總額	(127,712)	(139,062)	(240,918)
每股虧損	(0.76)	(0.87)	(1.42)

上列資料均係依會計師查核後之財務報告編製。

圖表索引

公共電視台

第七屆董監事會成員	08
公視基金會組織架構圖	09
2023 年各類型節目新製時數比例	33
公視主頻新製時數比例	
公視 3 台新製時數比例	
收視觸達	34
公視 + 歷年累積會員數 2017-2023	
公視主頻歷年年平均收視率與佔有率 (四歲以上, 0600 - 0159)	
公視主頻歷年頻道晚間時段收視率 (1830 - 2359)	
2014-2023 參觀人數統計	43
2023 參訪族群分布	43
版權銷售排行前十名	45
家用視聽產品銷售排行前十名	45
收入圖	47
支出圖	48
2022 年度至 2023 年度收支一覽表	49
資產負債表	50
淨值變動表	51
收支營運表	51
現金流量表	52

公視臺語台

2023 年公視臺語台新製時數 - 依節目型態分類	60
2023 年公共電視臺語頻道營運支出表	60

客家電視

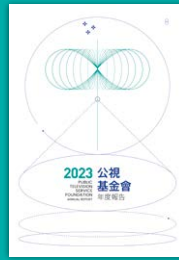
關鍵衡量指標	77
2023 年參訪團體類型	83
節目播出時數統計	84-85
2023 客家電視新製首播時數比例	
2023 客家電視節目腔調時數比例	
2023 客家電視節目來源時數比例	
2023 客家電視節目類型時數比例	
收視研究與品質	86-88
收看比例	
收看方式	
收視品質	
喜愛程度	
收視評價	
收看動機	
客家電視組織架構圖	89
第五屆客家諮議委員會	89
客家電視台收支報表	90

TaiwanPlus

2023 年各類型播出時數統計	98
-----------------	----

中華電視公司

第二十四屆董事及監察人	109
華視組織架構圖	110
各頻道節目播出時數表	110
簡明資產負債表	111
簡明綜合損益表	111



封面設計理念

變革——Revolution——意為「旋轉、返回」，指天體週而復始的旋轉運行。變革指的不僅是翻轉現狀，也暗含不斷回到初心的努力。

發行人：胡元輝

編輯委員：徐秋華、陳昀利、謝玗玲、向盛言、劉昌德、呂東熹、余佳璋

工作小組：公視 何國華、鍾語菱、郭苑玲、許愷文
客台 潘玉玲、楊鈺崑、鄭玉敏
華視 黃柳美、蔡坤益、王健芝、陳光隆
臺語台 吳東牧

TaiwanPlus 陳宏騏、徐瑞婷

文字編輯：楊偉湘

美術設計：劉雅文

發行日期：2024 年 7 月

地址：114-85 台北市內湖區康寧路三段 75 巷 50 號

客服專線：

公視

TEL：(02)2633-2000*9 FAX：(02)2633-8124

公視臺語台

TEL：(02)8752-1600*9 FAX：(02)2633-1544

客家電視

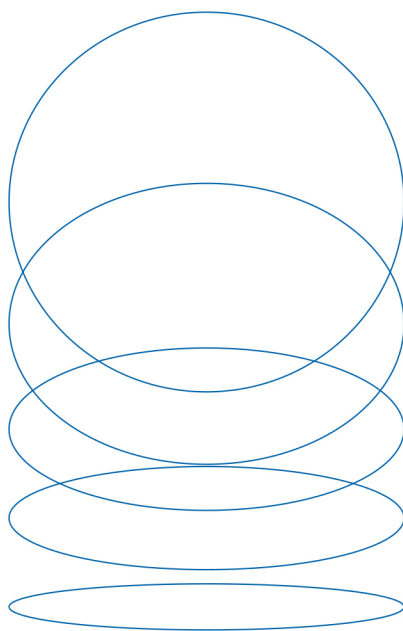
TEL：(02)2633-8200 FAX：(02)2630-2080

TaiwanPlus 國際影音平台

TEL：(02)2516-1900 FAX：(02)2516-3017

華視

TEL：0800-069-789 FAX：(02)2775-6626



TBS Taiwan
Broadcasting
System
台灣公廣集團



TAIWAN T+W

