

文化部主管 112 年度決算評估報告

文化部主管 112 年度決算包含文化部本部及文化資產局等 11 個所屬機關之公務決算、國立文化機構作業基金附屬單位決算(含國立歷史博物館、中正紀念堂管理處、國父紀念館 3 個分基金)、財團法人國家文化藝術基金會、中央通訊社、中央廣播電臺及公共電視文化事業基金會等 4 個財團法人決算。茲簡述如下：

- (一)公務決算部分：文化部主管 112 年度歲入決算審定數 4.1 億元，較法定預算數 2.36 億元增加 1.74 億元，達成率 173.58%；歲出預算數 210.21 億元，決算審定數 207.18 億元，執行率 98.56%。
- (二)附屬單位決算部分：國立文化機構作業基金 112 年度收入決算數 8.84 億元，較預算數 8.06 億元增加 0.78 億元，達成率 109.68%；支出決算數 7.56 億元，較預算數 9.52 億元減少 1.96 億元，執行率 79.41%。文化發展基金 112 年度基金來源決算數 1.45 億元，較預算數 2.5 億元減少 1.05 億元，達成率 58%；基金用途決算數 0.36 億元，較預算數 2.29 億元減少 1.93 億元，執行率 15.72%。
- (三)財團法人部分：
1. 國家文化藝術基金會 112 年度決算收入總額 5.81 億元，支出總額 5.13 億元，總收支相抵後本期賸餘 0.68 億元。
 2. 中央通訊社 112 年度決算收入總額 5.39 億元，支出總額 5.38 億元，總收支相抵後本期賸餘 0.01 億元。
 3. 中央廣播電臺 112 年度決算收入總額 5.41 億元，支出總額 5.81 億元，總收支相抵後本期短絀 0.4 億元。
 4. 公共電視文化事業基金會 112 年度決算收入總額 34.6 億元，支出總額 36.09 億元，總收支相抵後本期短絀 1.49 億元。
- 以上文化部主管 112 年度決算謹評估如下：

一一、客家電視台 112 年度觀眾收看比率及觸達人次未達目標值，且多未及 108 至 110 年度，允宜研謀改善，俾增營運成效

財團法人公共電視文化事業基金會(下稱公視基金會)112 年度「勞務收入-製播客台頻道節目收入」編列 4 億 5,000 萬元，決算數 5 億 8,809 萬 5 千元。茲說明如下：

(一)112 年修正公共電視法賦予公視基金會營運客家電視台明確法源，並協議變更節目製播合約金額，致決算營運收入增為 5 億餘元

公視基金會自 96 年度起營運客家電視台，係以採購標案方式由客家委員會編列預算委託公視基金會辦理，迭有法源未臻明確之爭議；112 年 6 月 21 日修正公布施行之公共電視法第 10 條第 1 項第 3 款及第 2 項規定¹，賦予公視基金會業務含括多元族群之傳播服務，並設立專屬頻道辦理該業務及保障經費與專款專用。該基金會 112 年度製播客家電視台頻道節目收入預算編列 4 億 5,000 萬元，較 108 至 111 年度預算數 4 億餘元略增，惟 112 年度決算收入超逾預算收入，且亦較 108 至 111 年度決算收入大幅增加(詳表 1)，主要係與客家委員會協議增加製播合約金額²所致。

表 1 108 至 112 年度公視基金會客家電視台營運收入彙總表

單位：新臺幣千元

年 度	108	109	110	111	112
預 算 數	402,700	402,700	405,000	410,000	450,000
決 算 數	388,210	377,784	382,085	371,591	588,095

資料來源：公視基金會 108 至 112 年度預、決算書。

(二)112 年度客家電視台觀眾收看比率及觸達人次未達目標值，且

¹ 公共電視法第 10 條第 1 項第 3 款及第 2 項分別規定：「公視基金會之業務如下：…三、多元族群及區域需求之傳播服務。…」、「公視基金會設立專屬頻道辦理前項第 3 款及第 4 款業務，應保障經費及專款專用。」

² 公視基金會與客家委員會協議變更製播合約金額增為 6 億 5,350 萬元，於 112 及 113 年度執行。

相較 108 至 110 年度，仍有精進空間

1. 按客家電視台使命為行銷客家族群文化之價值、呵護客家語言永續流傳、維護客家媒體近用權益及推動國際族群交流，不宜以單一指標衡量其責任與價值，而係依公視基金會公共價值評量體系架構建立多元評量指標³。112 年度關鍵衡量指標以觸達、品質及公共服務等 3 大構面為目標，其中品質及公共服務構面之各項衡量指標實際值均達標，惟觸達構面中之客庄客家人收看比例 45.9% 低於目標值之 50%，且新媒體平台觸達人次 1,635 萬餘人亦低於目標之 2,600 萬人(詳表 2)。
2. 客家電視台 108 至 110 年度全臺民眾及客庄客家人收看比率分別為 31% 至 34.1% 間及 49.6% 至 53.5% 間(詳表 3)，111 年度各降至 30.3% 及 42.9%，112 年度則增為 32.2% 及 45.9%，雖優於 111 年度，惟多未及 108 至 110 年度之收看比率。另新媒體平台觸達人次由 108 年度 1,838 萬餘人次增至 110 年度之 2,413 萬餘人，111 年度下滑至 1,578 萬餘人，112 年度增為 1,635 萬餘人次，雖高於 111 年度，亦仍未及 108 至 110 年度(詳表 3)。
3. 揆諸前述，客家電視台 112 年度收看比率及觸達人次未達目標值，且相較 108 至 110 年度，仍有精進空間，允宜研謀善策以增營運成效，並達成行銷客家文化及呵護客家語言永續流傳之使命。

表 2 公視客家電視台 112 年度關鍵衡量指標目標達成情形概況表

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(萬人)	2,600	1,635.87
品質	節目品質	全臺觀眾整體滿意度(分)	80	80.8

³ 參 2023 公視基金會年度報告第 77 頁。

構面	指標名稱	衡量方式	目標	達成
		客庄客家人觀眾整體滿意度(分)	80	81.2
		全年得獎獎項(項)	8	25
		全年入圍獎項(項)	30	52
公共服務	資源分享 服務公民	全年公民服務人次(人)	1,000	2,068
		全年行銷活動參與人次(萬人)	25	27.62
		客庄地區文化與產業傳播露出之區域比例(%)	北 46；中 16；南 14；東 8	北 51.9；中 17.5；南 19.1；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(個)	4	4

資料來源：公視基金會 112 年度報告。

表 3 108 至 112 年度客家電視台收看及新媒體觸達數據彙總表

單位：%；人次

項 目	108 年度	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度
全臺民眾收看比率	31.0	34.0	34.1	30.3	32.2
客庄客家人收看比率	49.6	53.5	52.1	42.9	45.9
新媒體平台觸達人 次	18,387,594	18,708,172	24,133,244	15,784,103	16,358,746

說明：新媒體平台觸達人包含網站、YouTube、OTT 等瀏覽人次。

資料來源：公視基金會各年度年報。

綜上，公視基金會客家電視台 112 年度獲政府挹注營運收入，由往年之 4 億餘元增為 5 億餘元，惟 112 年度該電視台觀眾收看比率及觸達人未達目標值，且多未及 108 至 110 年度，允宜研謀強化節目內容或宣導之策，以增進客家電視台營運成效，並達成行銷客家文化及呵護客家語言永續流傳之使命。

(第 10 題～第 11 題 分機：8653 江穗美)