

中央政府辦理重大文化計畫預算編列及執行之探討

五、政府補、捐助及委辦公視基金會經費逐年增加，允宜強化 TaiwanPlus、台語台及兒少台營運績效，以提升推廣成效

為落實國家語言發展法、促進族群文化傳承，並為兒少族群提供優質媒體，產製更多本土原創節目與動畫，以及向國際社會傳達臺灣觀點，中央政府近年陸續透過補、捐助或委辦公視基金會以新增頻道方式，擴展其業務範圍，除考驗其節目製作、人力配置及技術能力外，其經營及推廣成效值得加以關注。經查：

(一)政府補、捐助及委辦公視基金會陸續辦理新增頻道，相關經費逐年增加

中央政府對公視基金會之補捐助及委辦經費，由 109 年度決算之 21 億 842 萬 6 千元(詳表 3-5-1)，逐年增加至 114 年度預算之 39 億 5,113 萬 3 千元，增幅 87.40%，其中包含配合政府政策新增之頻道，如依國家語言發展法設置之台語台於 108 年度經文化部補助 2.7 億元而開播¹，111 年度起獲政府委辦²2.16 億元辦理 TaiwanPlus，113 年 8 月經文化部捐贈 5.96 億元而開播兒少頻道，顯示其營運範圍逐步擴展，各類新增之頻道類型有相當差異，其辦理績效值得關注。

表 3-5-1 109 至 114 年度公視基金會各頻道接受政府經費挹注情形表

單位：新臺幣千元

| 項目 | 109 年度 | 110 年度 | 111 年度 | 112 年度 | 113 年度 | 114 年度 | 備註 |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------|
| 主頻(含 3 台及含內容產製及前瞻計畫經費) | 900,000 | 900,000 | 900,000 | 900,000 | 900,000 | 900,000 | 文化部捐贈 |
| | 99,086 | 96,048 | 91,999 | 88,496 | 85,165 | 81,641 | 有線廣播電視事業發展基金捐贈 |
| | 76,365 | 81,171 | 87,473 | 107,884 | 87,473 | 91,847 | 國會頻道委辦 |
| | 213,539 | 417,062 | — | — | — | — | 前瞻二期補助 |
| | 129,340 | 118,006 | 109,868 | 219,990 | — | — | 內容產製補助 |
| | — | 19,426 | 63,387 | 94,815 | 83,612 | 106,132 | 5G 補助案 |

¹ 自 113 年度起改為政府捐贈。

² 113 年度起改為政府補助。

| 項目 | 109 年度 | 110 年度 | 111 年度 | 112 年度 | 113 年度 | 114 年度 | 備註 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------------------------------|
| | — | — | 2,732 | 33,971 | — | — | 智慧影視補助 |
| | 41,765 | 88,800 | 82,627 | 38,883 | 52,502 | — | 來自政府收入：活動、代製、受贈 |
| | 1,460,095 | 1,720,513 | 1,338,086 | 1,484,039 | 1,208,752 | 1,179,620 | 來自政府機關收入小計數 |
| | 247,580 | 423,173 | 312,634 | 296,360 | 394,716 | 302,574 | 自籌款 |
| 台語台 | 270,547 | 263,413 | 316,465 | 387,301 | 999,895 | 796,051 | 109 至 112 年度為補助案，113 年度起為政府捐贈 |
| | — | — | — | — | — | 204 | 自籌款孳息 |
| 客家電視台 | 377,784 | 382,085 | 371,591 | 588,095 | 604,286 | 600,000 | 109 至 112 年為委辦案，113 年起為政府捐贈(跨年度執行)。 |
| | — | — | — | — | — | 200 | 自籌款孳息 |
| 兒少頻道 | — | — | — | — | 596,216 | 587,000 | 113 年 8 月開播，文化部捐贈 |
| Taiwan Plus | — | — | 215,811 | 704,472 | 948,968 | 788,462 | 111 至 112 年度為委辦案，113 年度起為補助案(跨年度執行) |
| 來自政府機關收入小計 | 2,108,426 | 2,366,011 | 2,241,953 | 3,163,907 | 4,358,117 | 3,951,133 | |
| 自籌款小計 | 247,580 | 423,173 | 312,634 | 296,360 | 394,716 | 302,978 | |
| 合計 | 2,356,006 | 2,789,184 | 2,554,587 | 3,460,267 | 4,752,833 | 4,254,111 | |

說明：1. 表列 109 至 113 年度為決算數，114 年度為預算案數。
2. 自籌款係指扣除來自政府收入後，來自民間之活動、代製、受贈收入等。
資料來源：公共電視提供。

(二)TaiwanPlus 網站瀏覽人數及 APP 下載量未達標，允宜積極改善，並考量績效指標之合理性，宜研議將 APP 下載數再列為績效指標，以有效掌握 APP 使用者之使用行為

為建置以全英語內容向國際發聲之影音平台，110 年文化部先委由中央通訊社成立及營運 TaiwanPlus，嗣參酌國外多由公共電視營運之作法，自 111 年 6 月 9 日起改委託公視基金會辦理網站、APP、Facebook、Twitter、Instagram、YouTube 等跨

平台社群媒體之營運。嗣 112 年 6 月修正公布之公共電視法第 10 條第 1 項規定：「公視基金會之業務如下：…四、國際傳播服務及交流。…。」同條第 2 項規定：「公視基金會設立專屬頻道辦理前項…及第 4 款業務，應保障經費及專款專用。」據此，國際傳播服務為公視基金會之法定業務，且以專屬頻道辦理該項業務之經費應受保障。

查 111 年 6 月至 113 年 6 月 TaiwanPlus 全平台影音實際觀看次數、時數與觀眾滿意度均達標，惟網站瀏覽人數方面，112 年 7 月至 113 年 6 月底，其實績為 107 萬 5,723 人次，為目標值之 95.2%(詳表 3-5-2)；在 APP 實際下載方面，111 年(6 月至 112 年 6 月)、112 年(7 月至 113 年 6 月)，其達成率分別為 63.15%、73.66%，皆未達標，且自 113 年 7 月起績效指標改以社群總追蹤數代替，未再將 APP 下載數列為績效指標。鑒於社群追蹤數尚難即時反應追蹤粉絲之收視或觀後行為，為有效追蹤 TaiwanPlus 營運成效，允宜續列 APP 下載數為績效指標，俾有效掌握 APP 使用者之行為數據。

表 3-5-2 TaiwanPlus 營運績效概況表

| 項目 | | 111/06/10- 112/06/30 | 112/07/01- 113/06/30 | 113/7/1- 113/12/31 | 114/1/1- 114/12/31 |
|----------------------------|----|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| 全平台影音觀看數(次) | 目標 | 2,400 萬 | 4,600 萬 | 6,000 萬 | 1 億 2,400 萬 |
| | 實績 | 達成率 183.84% (44,120,432) | 達成率 278.76% (128,231,231) | 達成率 137.68% (82,365,577) | 執行率 26.15% (32,421,580) |
| 全平台影音觀看時數(小時) | 目標 | 33.6 萬 | 127 萬 | 108 萬 | 222 萬 |
| | 實績 | 達成率 345.94% (1,162,355) | 達成率 185.87% (2,360,633) | 達成率 168.30% (1,817,591) | 執行率 36.05% (800,237) |
| 網站瀏覽(人次) ^{說明 2} | 目標 | - | 113 萬 | - | - |
| | 實績 | - | 達成率 95.20% (1,075,723) | - | - |
| 觀眾滿意度調查(分) | 目標 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| | 實績 | 82.3 | 80.5 | 83.0 | 辦理中 |
| APP 下載(次數) ^{說明 2} | 目標 | 24 萬 | 227,330 | - | - |
| | 實績 | 達成率 63.15% (151,553) | 達成率 73.66% (167,440) | - | - |
| 社群總追蹤數 | 目標 | - | - | 107 萬 | 130 萬 |

| 項目 | | 111/06/10- 112/06/30 | 112/07/01- 113/06/30 | 113/7/1- 113/12/31 | 114/1/1- 114/12/31 |
|--------|----|-------------------------|-------------------------|----------------------------|---------------------------|
| (累積人次) | 實績 | - | - | 達成率 107.22% (1,147,267) | 執行率 93.64% (1,217,313) |

說明：1. 表列 114 年度實績數據統計係截至 114 年 3 月 31 日止。

2. 網站瀏覽、APP 下載等 2 項指標自 113 年 7 月 1 日起改以社群總追蹤數取代。

資料來源：公視基金會提供。

(三)109 年度至 114 年 6 月底台語台首播時段收視率雖由 0.12% 增至 0.2%，惟相較公視主頻道，仍有精進空間

據公視基金會提供資料顯示，台語台於 108 年 7 月正式開播後，其首播時段收視率由 109 年度之 0.12% 增至 113 年之 0.18% (詳表 3-5-3)，概呈上升趨勢。且依據 114 年 1 至 6 月之最新調查，其首播時段收視率已達 0.20%，顯示台語台收視率略有改善，惟較公視主頻道 109 年至 113 年度收視水準最低收視率 0.21%，尚有精進提升之空間。

查文化部補助公視台語台之中長程計畫³所訂績效指標包括製播台語節目時數、規劃發展臺灣 IP 輸出國際件數、戲劇合資合製件數、戲劇原創內容開發件數、影音社群平台觸達數、YouTube 訂閱數、台語專業人才培訓時數及參訓人次，惟未將台語台收視率納為績效指標評估標準，概收視率之提升尚涉及收視人口分布、節目類型及其他商業台競爭等因素，為助瞭解其經營成效，並利達成促進國家語言發展之目標，爰宜將台語台收視率納為績效指標之一，並可作為研訂節目宣導或內容強化方案之參據。

表 3-5-3 109 至 113 年度公視及台語頻道首播時段收視統計表 單位：%

| 頻道別 | 109 年度 | 110 年度 | 111 年度 | 112 年度 | 113 年度 |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 公視主頻道 | 0.33 | 0.31 | 0.23 | 0.23 | 0.21 |
| 公視台語台 | 0.12 | 0.15 | 0.17 | 0.15 | 0.18 |

資料來源：公視基金會提供。

³ 「公共電視內容產製與應用計畫(114-117 年)」中長程計畫。

(四)兒少頻道(小公視)各項量化指標雖均已達成，惟兒少節目之製作品質攸關兒童學習成長，允宜研議合理之質性指標

小公視為兒童與青少年之公共數位頻道，於 113 年 8 月 20 日開播，其節目內容涵蓋華語、台語、客語、原住民族語與新住民語，主要製作原創動畫與幼教節目、自然與人文紀實類型等兼具教育、品格、美感與創意素養之兒少影音，並透過兒少內容孵育計畫，由業界提案並共同製作具在地特色與教育價值之節目。

截至 113 年底止，小公視頻道兒少新製首播比例為 34%，已達成 20%之年度目標(詳表 3-5-4)；公視 OTT 兒少快捷功能及旗艦型節目等功能性指標亦皆完成；公視兒少教育資源網訂閱數成長率實際達成值 157%，遠超 50%之目標值，除努力獲得成果外，後續允可訂定更具挑戰性之目標；另節目產製時數目標值為 362 小時，實際值為 382.48 小時，亦已達成目標。

整體而言，小公視各項量化指標雖均已達成，惟主要時段多依賴外購與重播，自製內容比重仍低，允宜研提逐年提升自製比例之具體計畫。另鑑於兒童觀眾身心發展需求、媒體識讀能力尚待培養，公共媒體有義務提供以兒童最佳利益為核心之內容，爰未來於衡量兒童台績效指標時，除收視率、訂閱數或產製時數等量化指標外，允宜籌謀研議納入獨立第三方評鑑機制之質性指標，俾期產製高品質之兒少節目。

表 3-5-4 截至 113 年底止小公視營運績效概況表

| 項目 | | 113/8/20-113/12/31 |
|-------------------|----|---|
| 兒少新製 首播比例 | 目標 | 20% |
| | 實績 | 34% |
| 公視 OTT 兒 少快捷功能 | 目標 | 公視 OTT 兒少快捷功能 |
| | 實績 | 推出以兒少專門主題內容 FAST TV，以本會節目、各類動畫、體育運動等豐富內容庫，依主題組合成 24 小時直播頻道，便利觀眾在公視+環境下快捷使用。另於 113 |

| 項目 | | 113/8/20-113/12/31 |
|--------------|----|--|
| | | 年 7 月推出親子鎖，協助家長選擇內容時，能有效、便利分級過濾，有利於親子族群快捷觀看。 |
| 旗艦型節目 | 目標 | 大型闖關體能遊戲或益智解謎節目 1 部 |
| | 實績 | 全台首創沉浸式推理實境節目《成仁高中偵探社》，結合娛樂與教育，透過實境解謎的形式，引導青少年關注校園議題，於收視與社會影響上取得顯著成效。每集皆為公視+不分類收視排行榜前 5 名，並入選 2025 INPUT 世界公視大展。 |
| 公視兒少教育資源網訂閱數 | 目標 | 成長 50% |
| | 實績 | 兒少教育資源網官網會員 5,497 人，較前一年會員數成長 157%。 |
| 節目產製時數 | 目標 | 362 小時 |
| | 實績 | 共計完成新製時數 382.48 小時，包括自委製節目產製 350.48 小時，及自製網路原生內容 32 小時。 |

資料來源：公視基金會提供。