

中央政府辦理重大文化計畫預算編列及執行之探討目錄

	頁次
壹、前言	1
貳、中央政府近年辦理重大文化施政概況	1
一、近年重大文化相關法規	1
二、中央政府近年重大文化計畫	3
三、近年補捐助公視基金會經費概況	7
參、相關問題探討	9
一、文化黑潮計畫範疇跨文化部多司、署，與既有計畫或有重疊，允宜優化資源配置並整合相關計畫，俾提升計畫綜效	9
二、文化黑潮計畫下相關子計畫之績效指標未盡妥適，允宜合理訂定，並研議訂定質性指標	13
三、近年藝文活動網路購票，屢發生黃牛票情事，允宜妥為籌謀與精進，以遏止類此事件再度發生	18
四、公共電視經營依法應獨立自主且應有效使用經費，惟其收入仰賴政府益深，且連年短絀，允宜積極拓展自籌財源以提升營運自主性	21
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	23
六、社會大眾對韌性議題日益關心，公視基金會作為我國關鍵文化傳播與公共訊息平臺，允宜妥為研謀強化各項組織韌性作為	28
肆、結論	31
參考文獻	32

中央政府辦理重大文化計畫預算編列及執行之探討

壹、前言

為促進我國文化發展，中央政府分別於 99 年 2 月 3 日、108 年 6 月 5 日制定公布文化創意產業發展法及施行文化基本法。據此，文化部依前開二法推動相關施政計畫，以促進文化內容發展、文化資產保存及國際交流等目的。其中「匯聚臺流文化黑潮 1 plus 4—T-content plan 2023 暨 2024~2027 臺流文化內容躍升計畫」(以下簡稱文化黑潮計畫)係中央政府近年所推動之重大文化發展計畫，該計畫經行政院於 112 年 8 月核定，總經費 100 億元，執行期間為 112 至 116 年度，旨在提升我國內容產製品質、強化產業生態鏈、促進跨域整合及拓展國際市場。該計畫之執行涉及多項現有計畫整合、資源分配效率、國際化目標與策略之明確性並衍生黃牛票等問題。

另中央政府賡續編列補助財團法人公共電視文化事業基金會(以下簡稱公視基金會)營運，惟其海外授權收入及民間贊助等自籌收入有限，主要仰賴政府補助，允有拓展自籌財源及提升營運績效之必要；此外，為增進 TaiwanPlus 計畫效益及台語台、兒少台營運績效，亦須研謀善策，以提升推廣成效。

本文主要針對上開議題於推動時所面臨之經費執行成效與相關課題進行探討，俾期提升重大文化計畫執行效益。

貳、中央政府近年對文化政策之施政概況

茲就近年中央政府推動重大文化法規修正、重大文化計畫及補助公視基金會概況，分別說明如下：

一、近年對與文化相關之重要法規修正情形

為健全文化環境，保障人民平等參與文化之權利，尊重文化多樣性、自主性及創新性，文化基本法於 108 年 6 月 5 日制定公

布並施行。為因應上開修正，截至 114 年 6 月止，中央政府所推動與文化相關之重要法規修正情形整理如下：

(一)修正文化藝術獎助及促進條例：為因應社會變遷、文化多樣性發展，及考量促進文化藝術永續發展，文化部修正文化藝術獎助條例，併將名稱修正為文化藝術獎助及促進條例，於 110 年 5 月 19 日公布名稱及全文 35 條。新增權益保障專章，增訂促進文化藝術工作者加入勞工相關保險之輔導措施；廠商辦理政府機關等之藝文採購，應為其未能投保職業災害保險之直接勞務提供者，投保商業保險代之；提供契約指導原則及緊急危難協助之依據等，增進對藝文工作者權益之保障。此外，為活絡藝文產業市場，增訂參展或拍賣文物或藝術品交易兩項租稅優惠，包括交易所得採分離課稅、進口免預繳稅款保證金，皆為提升國內交易量及促成海外交易回流，以因應新情勢，帶動周邊產業發展，提高臺灣在國際藝術交易市場能見度。

(二)修正文化創意產業發展法：為促進文化創意產業的發展，建構豐富文化和創意內涵的社會環境，並運用科技與創新研發，健全文化創意產業人才培育，以創造經濟效益，爰修正文化創意產業發展法（以下簡稱文創法）並於 112 年 5 月 31 日公布施行。此次修法將影視音內容產業納入投資抵減之租稅優惠措施¹，文化部已於 112 年 12 月 1 日公告，有關行政院核定之國家戰略重點文創產業一定範圍為影視內容產業、聲音內容產業之開發、產製、流通，以及公司或有限合夥事業投資國家戰略重點文化創意產業投資抵減辦法、個人投資國家戰略重點文化創意

¹ 為引導營利事業或個人天使投資人資金挹注行政院核定之國家戰略重點文化創意產業，爰明定公司、有限合夥事業或個人以現金投資於前開產業符合一定範圍且經中央主管機關核定之公司或事業，得適用投資金額減除優惠等規定，參見文創法第 27 條之 1、第 27 條之 2。

產業所得額減除辦法、文化部辦理國家戰略重點文化創意產業投資抵減或所得額減除之申請及審核作業要點等規定，並於同日起受理申請。據文化部統計，截至 114 年 4 月底，共有 57 件申請案，投資計畫規模合計約 34.6 億元，申請適用抵減金額約 23.3 億元。

(三)杜絕黃牛票之修法:依文創法第 10 條之 1 規定略以，凡將藝文表演票券以超過票面金額或定價販售者，按票券張數，由主管機關處票面金額或定價之 10 倍至 50 倍罰鍰，且以虛偽資料或其他不正方式，利用電腦或其他相關設備購買藝文表演票券，取得訂票或取票憑證者，處 3 年以下有期徒刑，或科或併科新臺幣 300 萬元以下罰金，期有效遏阻黃牛票之情形。

二、中央政府近年推動之重大文化計畫

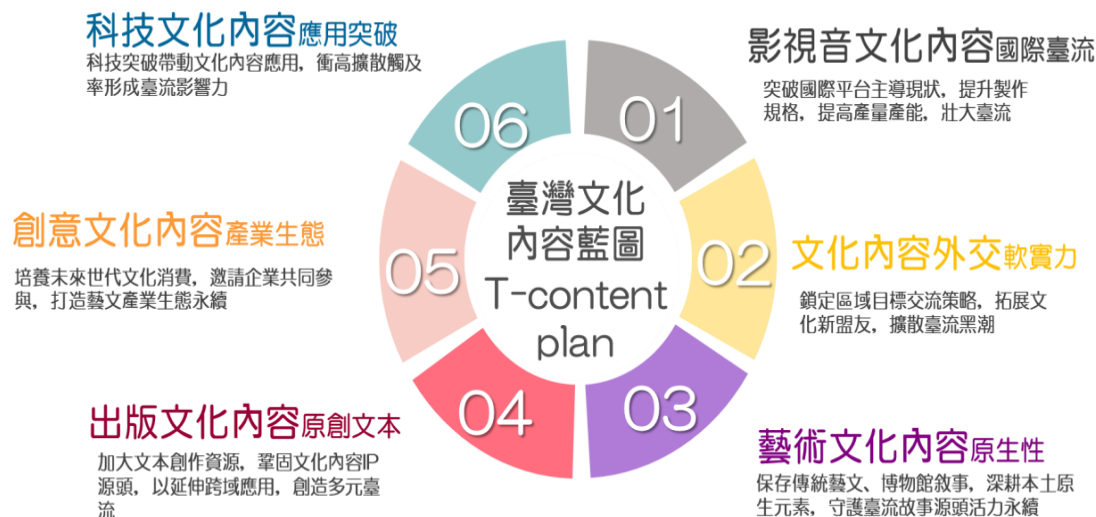
(一)文化黑潮計畫

文化部於 113 年度新增辦理文化黑潮計畫，計畫總經費達 100 億元，計畫期程 113 至 116 年，計畫以臺灣文化內容為核心，涵蓋文化資源推動與輔導、文化創意產業發展、影視及流行音樂策劃與發展、人文文學及出版業務推展、視覺及表演藝術策劃與發展，以及文化交流等工作領域，分列影視音文化內容形成國際臺流、以文化內容為外交軟實力推動計畫、藝術文化內容主流化、保護出版文化內容原創力、創意文化內容產業生態鏈、科技文化內容應用突破等 6 項政策主軸(詳圖 2-2-1)。

文化黑潮計畫強調突破國際平臺主導的現狀，提升製作規格與產能，壯大臺流影視音產業，藉由支持影視音產業在地內容及多元題材開發，提升內容產製質量，加速產業生態系數位

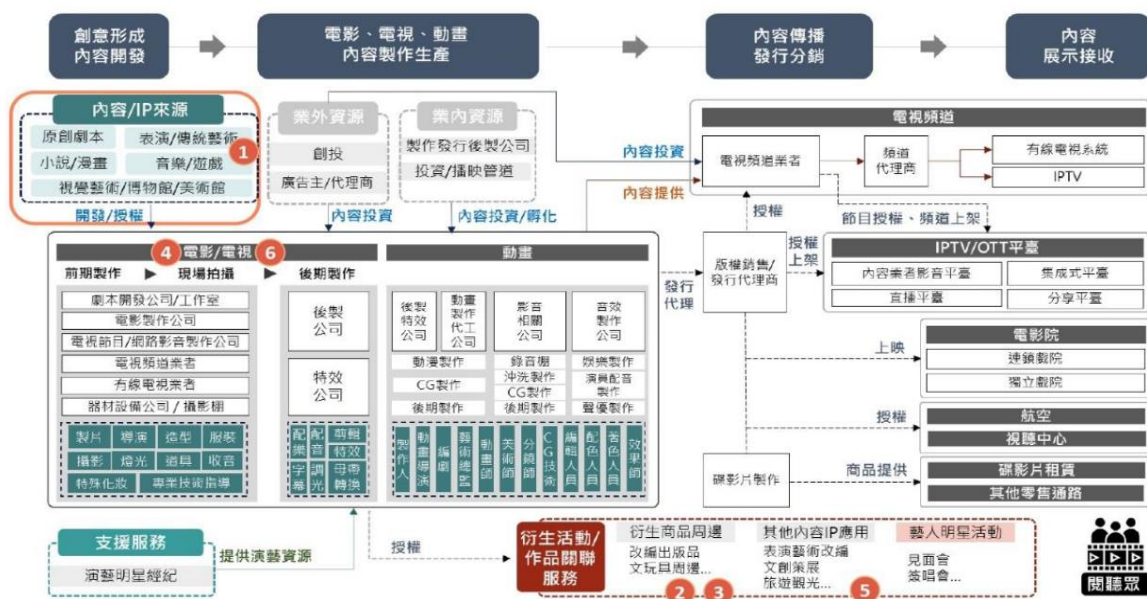
轉型，並協助跨業與跨國資源整合，優化產業環境，帶動資金挹注內容製作，建立影視音國家品牌，持續拓展國際市場及規模，推動臺流文化黑潮邁向國際舞台，強化臺灣文化內容的國際競爭力與影響力(詳圖 2-2-2)。

圖 2-2-1 臺流文化內容六大面向



資料來源：「匯聚臺流文化黑潮 1 P4 - T-content plan 2023 暨 2024~2027 臺流文化內容躍升計畫」。

圖 2-2-2 以影視為核心的 IP 生態系



資料來源：2022 年台灣文化內容產業調查報告 II: 電視、電影、動畫產業。

(二)延續性計畫

1. **電影產業發展計畫(計畫期程 114 至 118 年,總經費 36 億 650 萬元)**:乃延續 109 至 113 年「電影產業發展旗艦計畫」(計畫期程 109 至 113 年,總預算數 25 億 9,791 萬 6 千元,決算數 27 億 4,330 萬 8 千元²),原係推動多元題材開發、文化金融體系建構(獎補助與投融资雙軌制)、行銷通路強化及數位轉型等,114 年起進一步深化「投補合作」機制,擴大民間投資參與,並強化文化科技創新應用,且在勞動環境與職安方面建立健全制度,結合前期已啟動的人才養成系統與產業資訊整合,穩固映演通路、推展行銷宣傳,積極促進跨國合資合製,俾提升臺灣電影產業的國際競爭力與產值規模。
2. **廣播電視內容產業發展計畫(計畫期程 114 至 118 年,總經費 40 億 6,000 萬元)**:係廣播電視內容產業發展旗艦計畫(計畫期程 109 至 113 年,總預算數 22 億 9,039 萬 2 千元,決算數 22 億 1,098 萬 3 千元³)之延續計畫,原已推動在地原創題材挖掘、人才培育、製作技術提升、產業數位轉型及國際品牌建立,114 年起進一步擴大文本來源與內容倍增策略,結合「投補合作」雙軌推動跨國合製,並著重提升兒童與動畫內容之產製規模與品質,除延續前期參與國際展會與跨域合作經驗,強化對外輸出與品牌建立外,持續精進金鐘獎與金視獎獎勵制度,全面鞏固臺灣影視在亞洲與全球市場地位。
3. **流行音樂產業發展計畫(計畫期程 114 至 118 年,總經費 31 億 2,000 萬元)**:本計畫延續「流行音樂產業發展旗艦計畫」(計

² 決算數含 109 及 110 年度移緩濟急預算調整 1 億 5,514 萬元。

³ 決算數含 109 年度移緩濟急預算調整 3,300 萬元。

畫期程 109 至 113 年，總預算數 21 億 479 萬 4 千元，決算數 20 億 3,860 萬 8 千元⁴)所累積之成果，包括人才挖掘與國際技術交流、產業數位轉型、在地音樂多樣性推動及金曲獎、金音獎制度優化，自 114 年起深化人才養成與專業經紀體系建立，鼓勵跨界與跨業合作、加強創作與營運能量，推動更多原創內容走向海外市場，並持續革新獎項制度以強化整體推廣與國際能見度，朝向打造臺灣流行音樂全球品牌邁進。

4. 出版產業振興方案(計畫期程 114 至 119 年,總經費 15 億元):

本方案延續「出版產業振興方案中程計畫」(計畫期程 106 至 113 年，總預算數 9 億 4,711 萬 4 千元，決算數 9 億 3,317 萬元)，旨在健全市場產銷秩序、扶植本土創作、帶動跨界產業投資、提升閱讀風氣，自 114 年起持續推動健全出版產銷秩序、扶植本土原創、提升出版形式多樣性及鼓勵青年創作，也聚焦出版鏈之橫向擴展，促進跨界投資與版權交易，同時積極推動數位閱讀、電子書發展、免營業稅政策及漫畫基地補助，以全面提振閱讀文化與內容消費，重建出版產業動能與未來發展潛力。

5. 臺灣工藝文化產業中長程計畫(計畫期程 112 至 115 年,總經費 28 億 8,000 萬元):

為因應工藝文化產業面臨人力老化、材料仰賴進口與產值衰退等結構性問題，文化部預計於 112 至 115 年預計陸續投入 28.8 億元經費，推動建置工藝基因庫、導入科技研發、優化生產聚落環境，並透過人才培育基地、競賽平臺及國際聯盟，提升工藝創作能量與專業人才。此外，亦打造綠工藝品牌、擴展海內外銷售通路、導入觀光與工藝行旅元素，積極開拓國內外市場，推動工藝商品化與生活化

⁴ 決算數含 109 年度移緩濟急預算調整 2,200 萬元。

的融合。

(三)空總臺灣當代文化實驗場第二期整體發展計畫(計畫期程 111 至 114 年，總經費 10 億 2,407 萬 9 千元):為推動空總臺灣當代文化實驗場整體發展，陸續推動第一、二期發展計畫⁵迄今，以當代藝術及科技媒體兩大實驗平臺，推動各項實驗支持、產業培育、藝文展演活動與國際交流工作，支持前端創作與技術創新研發，進行科技跨域藝術相關產業培力，鼓勵各項實驗計畫的生成與展現，以及建構國際機構結盟網絡。目前已陸續完成園區動畫創作者基地整修工程、高氯離子建物拆除工程、古蹟修復工程等。

(四)華山 2.0—文化內容產業聚落發展計畫(計畫期程 109 至 113 年，總預算數 8 億 7,387 萬 3 千元，決算數 6 億 7,216 萬 1 千元):本計畫旨在催生在地原生文化內容及其衍生創作，促進文化產業生態系之建構與活絡，主要在推動跨域科技創新應用，結合文化與科技力量，加強人才培育，強化產業競爭力與持續發展能量，並發展文化金融媒合體系，促進資金流動與投資效率，同時拓展多元通路，強化跨國行銷與合作，提升臺灣文化內容產業的國際能見度與市場影響力。

三、近年補捐助公視基金會經費概況

(一)製播中央政府委託辦理之相關內容及頻道

中央政府補助公視基金會之工作項目主要係由文化部捐助經營公共電視台，製播多語言優質節目、新聞、戲劇、紀錄片、

⁵文化部前於 107 年推動「空總文化實驗室第一期發展整體計畫(107-108 年)」，復於 108 年研提「空總臺灣當代文化實驗場第二期整體發展綱要計畫」，同年 11 月經行政院同意，惟 110 年度因計畫遲未完成審議程序而暫緩編列預算，嗣 111 年度依行政院函同意之經費額度辦理。

數位內容、人才培育、國際交流等；公視臺語台方面，則製播臺語新聞、戲劇、綜藝、兒少、藝文、生活等節目，俾推動臺語主流化及人才培訓；兒少內容方面，則營運小公視，並製播兒童及青少年節目、數位學習網、動畫、戲劇、國際兒童影展、人才孵育；國際影音平台（TaiwanPlus）主要任務在製作英語新聞、國際宣傳、數位平台建置與維運、國際合作、內容授權、行銷推廣。另客家電視台係接受客委會捐助，製播客語新聞、戲劇、紀錄片、人才培訓及國際交流，以推廣客家文化。

(二)公視基金會近年之營運經費逾九成來自政府補捐助

依據公共電視法第 28 條規定略以，公視基金會收入項目包括：1. 文化發展基金之核撥；2. 政府編列預算之捐贈與補助；3. 公視基金會基金運用之孳息；4. 營運之收入；5. 投資他事業之收入；6. 國內外公私機構、團體或個人之捐贈；7. 其他收入等。查 112 至 114 年度該會收入來自政府相關補捐助款合計數分別為 34 億 6,026 萬 7 千元、47 億 5,283 萬 3 千元及 42 億 5,411 萬 1 千元(詳表 2-3-1)，占各該年度收入總額之 91.44%、91.70% 及 92.88%，占比皆逾九成。

表 2-3-1 112 至 114 年度公視基金會收入來自政府之金額及占比表

單位：新臺幣千元；%

科目名稱	112 年度決算		113 年度決算		114 年度預算案	
	金額	比率	金額	比率	金額	比率
遞延政府捐助收入轉捐贈收入(A)	736,077	21.27	618,493	13.01	894,594	21.02
製播客家電視台頻道節目收入(B)	588,095	17	34,286	0.72	本年度起改編列政府捐助	-
製播國際影音平台節目收入(C)	704,472	20.36	607,189	12.78	本年度起改編列遞延政府捐助收入轉捐贈收入	-
國會頻道轉播收入(D)	107,884	3.12	87,473	1.84	91,847	2.16
活動收入(E)	4,505	0.13	10,198	0.21	-	-

科目名稱	112 年度決算		113 年度決算		114 年度預算案	
	金額	比率	金額	比率	金額	比率
代製節目收入(F)	5,107	0.15	7,853	0.17	-	-
受贈收入(G)	29,271	0.85	34,450	0.72	-	-
政府補助基本營運收入(H)	988,496	28.57	2,958,175	62.24	2,964,692	69.69
來自政府機關收入合計數(I=A+B+C+D+E+F+G+H)	3,163,907	91.44	4,358,117	91.70	3,951,133	92.88
收入總計	3,460,267	100.00	4,752,833	100.00	4,254,111	100.00

資料來源：公視基金會提供。

參、相關問題探討

一、文化黑潮計畫範疇跨文化部多司、署，與既有計畫或有重疊，允宜優化資源配置並整合相關計畫，俾提升計畫綜效

文化部 113 年度起新增辦理文化黑潮計畫(113 至 116 年度)，計畫總經費達 100 億元，其總體目標為推動臺灣文化內容振興及發展，促進國家軟實力蛻變轉型，部分實施內容與該部及所屬現有之出版產業振興方案、電影產業發展旗艦計畫、廣播電視內容產業發展旗艦計畫及流行音樂產業發展旗艦計畫等有所重疊。經查：

(一)文化黑潮計畫屬文化部重要計畫，列有 6 項政策主軸，編列經費跨多司、署及所屬業務，各政策主軸預算差距甚大，允宜優化資源配置

文化部 113 年度辦理文化黑潮計畫分列影視音文化內容形成國際臺流、以文化內容為外交軟實力推動計畫、藝術文化內容主流化、保護出版文化內容原創力、創意文化內容產業生態鏈、科技文化內容應用突破等 6 項政策主軸，預算數 29 億 115 萬 6 千元，決算數計 28 億 1,733 萬 1 千元(詳表 3-1-1)，主辦機關包含文化部內相關司、影視及流行音樂產業局與國立傳統藝術中心等。若以各政策主軸執行數觀之，113 年度影視音文化

內容形成國際臺流決算數 16 億 1,786 萬 3 千元，占年度執行數 57.4%，其餘政策主軸占比分別為以文化內容為外交軟實力之 6.2%、藝術文化內容主流化之 13.1%、保護出版文化內容原創力之 7.6%、創意文化內容產業生態鏈之 8.3%、科技文化內容應用突破之 7.5%，顯示各政策主軸預算資源配置落差頗大，且仍以影視音文化內容形成國際臺流為主。

此外，若以分支計畫別觀之，113 年度執行數超過 2 億元者，計有：投資未來兒少影音內容倍增計畫 6 億元、國際臺劇內容升級計畫 4 億 7,822 萬 5 千元、提升故事力關鍵人才培育與電影內容升級 2 億 7,477 萬元、建構產銷均衡的文創產業生態系 2 億 3,401 萬 2 千元、以科技的文化應用推波臺流擴散 2 億 1,034 萬 3 千元等 5 項計畫，介於 1 至 2 億元之計畫有 4 項，其餘計畫除臺灣流行音樂史料蒐集及主題推廣為 9,924 萬 1 千元外，介於 4,532 至 7,000 萬元間者有 5 項，單項計畫金額高低差距逾 10 倍，爰在執行推動時，除強化計畫執行進度與品質之控管外，允宜檢視計畫整體目標，檢討非核心、必要性之分支計畫，優化資源配置。

表 3-1-1 113 至 114 年度文化黑潮計畫預算編列及執行情形表 單位：新臺幣千元

政策主軸	工作項目	文化部及所屬主辦機關	113 年度預算	113 年度決算	114 年度預算
1. 影視音文化內容形成國際臺	提升故事力關鍵人才培育、電影內容升級	文化部影視及流行音樂產業局	280,050	274,770	327,820
	國際臺劇內容升級計畫	文化部影視及流行音樂產業局	480,000	478,225	430,000
	流行音樂內容產業升級暨國際拓展計畫	文化部影視及流行音樂產業局	177,536	165,627	174,817
	投資未來兒少影音內容倍增計畫	影視及流行音樂發展司	600,000	600,000	588,500
	臺灣流行音樂史料蒐集及主題推廣	影視及流行音樂發展司	100,000	99,241	98,000
	小計		-	1,637,586	1,617,863
2. 以文化內容為外交	以文化內容為外交軟實力推動計畫	文化交流司	187,856	173,349	157,610

政策主軸	工作項目	文化部及所屬主辦機關	113 年度預算	113 年度決算	114 年度預算
軟實力推動計畫					
3. 藝術文化內容主流化	傳統戲曲文化內容躍升計畫	國立傳統藝術中心	50,000	50,000	49,574
	視覺藝術能量提升暨品牌開展計畫	藝術發展司	149,259	148,586	129,259
	支持臺灣文化內容再開發	文化資源司	180,843	170,417	166,986
	小計	-	380,102	369,003	345,819
4. 保護出版文化內容原創力	擴大電子書計次借閱及優化圖書採購	文化及出版司	50,000	45,328	50,000
	拓展臺流文本外譯 Books from Taiwan 2.0	文化及出版司	50,000	47,433	50,500
	補助財團法人中央通訊社推動國際傳播交流	文化及出版司	50,000	50,000	50,000
	文化部獎勵實體書店串聯辦理創新書市活動	文化及出版司	70,000	70,000	67,000
	小計	-	220,000	212,761	217,500
5. 創意文化內容產業生態鏈	建構產銷均衡的文創產業生態系	文創發展司	234,012	234,012	266,140
6. 科技文化內容應用突破	以科技的文化應用推波臺流擴散	文創發展司	230,000	210,343	163,841
合計		-	2,889,556*	2,817,331	2,770,047

說明：原 113 年度法定預算數 29 億 115 萬元，因風災因素，移撥 1,160 萬元至國立臺灣史前文化博物館。

資料來源：文化部提供。

(二)辦理文化黑潮計畫與部分現有計畫相關，允宜加強整合、協作，俾促提升計畫綜效

文化黑潮計畫之政策主軸中，有關影視音文化內容形成國際臺流部分，旨在突破國際平臺主導現狀，提升製作規格，提高產量產能，壯大臺流；保護出版文化內容原創力部分，則擬藉由保護出版文化內容，來加大文本創作資源，鞏固文化內容 IP 源頭，以延伸跨域應用，創造多元臺流之目標，該等規劃允屬達成策略目標所需。惟查部分計畫內容仍與其他現有計畫相關，如文化部及所屬於 113 年度辦理之「出版產業振興方案」

及「影視音產業發展中程計畫」之「電影產業發展旗艦計畫」、「廣播電視內容產業發展旗艦計畫」、「流行音樂產業發展旗艦計畫」(各編列預算及1億4,968萬9千元及5億6,235萬2千元、4億9,970萬1千元、4億3,722萬8千元),並於114年度賡續辦理之「電影產業發展計畫」、「廣播電視內容產業發展計畫」、「流行音樂產業發展計畫」,及「出版產業振興方案」(各編列預算5億7,429萬2千元、4億7,726萬1千元、4億4,772萬8千元及2億元)等計畫,皆有所相關(詳表3-1-2)。該等現有計畫主要實施內容亦包含辦理產製優質多元國片;辦理健全電影產業資金、創意、人才、映演環境;辦理電影產業國內外人才交流及培育、獎勵等業務;擴大文本來源、故事內容倍增;紮實產製內容、全面提升製作規格;強化「獎補助、投融資」雙軌制,以「投補合作」策略促進跨國合資合製;全方位人才養成布局,蓄積產業動能;製作符合國際規格之臺流戲劇、大河劇、時代劇及綜藝影視內容,帶動影視人才及製作規格之提升等。

鑒於前開計畫與文化黑潮計畫工作內容多有相關,後續經費資源配置,允宜聚焦文化黑潮計畫之核心目標,強化各計畫間橫向整合,妥慎檢討各分支計畫之必要性與合理性,並合理分配經費,俾發揮綜效。

表 3-1-2 文化黑潮計畫與相關計畫主要實施內容彙總表

文化黑潮計畫	相關計畫內容
<p>「影視音文化內容形成國際臺流」面向之內容:突破國際平臺主導現狀,提升製作規格,提高產量產能,壯大臺流。</p>	<p>1. 電影產業發展計畫</p> <p>(1)文化部影視及流行音樂產業局辦理。</p> <p>(2)計畫主要實施內容包括:辦理擴大電影故事素材來源、產製優質多元國片,強化新導演輔導等業務;辦理健全電影產業資金、創意、人才、映演環境;辦理電影產業國內外人才交流及培育、獎勵等業務;電影事業管理與輔導;運用數位擬真技術,激發電影創意,實現多元類型電影之產製與內容品質提升;辦理製作具國際規格國片,</p>

	<p>鼓勵技術與國際接軌等業務。</p> <p>2. 廣播電視內容產業發展計畫</p> <p>(1) 文化部影視及流行音樂產業局辦理。</p> <p>(2) 計畫主要實施內容包括：擴大文本來源、故事內容倍增；紮實產製內容、全面提升製作規格；強化「獎補助、投融資」雙軌制，以「投補合作」策略促進跨國合資合製；全方位人才養成布局，蓄積產業動能；鼓勵法人及民間內容製作業者開發具國際市場性之臺灣故事內容，製作符合國際規格之臺流戲劇、大河劇、時代劇及綜藝影視內容，帶動影視人才及製作規格之提升、提供產製國際級作品之實作機會及舞台；電視內容整合行銷、國際交流、海外通路之拓展。</p> <p>3. 流行音樂產業發展計畫</p> <p>(1) 文化部影視及流行音樂產業局辦理。</p> <p>(2) 計畫主要實施內容包括辦理流行音樂內容開發、人才培育、產業經紀、行銷推廣等業務；拓展海內外市場，及鼓勵流行音樂業者及專業人士赴國際參展、交流等業務；促進跨界與跨業合作，邀請國際專業人才來台交流，強化國際產業合作；辦理金曲獎、金音創作獎及臺灣原創流行音樂大獎等獎勵業務；鼓勵以國際市場為目標打造流行音樂節目內容，帶動流行音樂產業升級。</p>
<p>「保護出版文化內容原創力」面向之內容：加大文本創作資源，鞏固文化內容 IP 源頭，以延伸跨域應用，創造多元臺流。</p>	<p>出版產業振興方案</p> <p>1. 文化部辦理。</p> <p>2. 計畫主要實施內容包括辦理或補助多元閱讀活動、閱讀推廣平臺；健全出版生態系，輔導獎勵多元形式優質出版之發展，包含出版品海內外行銷推廣、出版創新等；辦理或獎補助出版產業人才培育及交流、圖文原創作品創作及出版等。</p>

資料來源：文化部及所屬 114 年度預算書。

二、文化黑潮計畫下相關子計畫之績效指標未盡妥適，允宜合理訂定，並研議增訂成果型指標之可行性

(一) 計畫內容及效益目標概況

文化黑潮計畫之 15 項子計畫及分年效益概況(詳表 3-2-1)，說明如下：

1. 子計畫：係以 6 項政策主軸展開 15 項子計畫，分別為提升故事力關鍵人才培育與電影內容升級、國際臺劇內容升級計畫、流行音樂內容產業升級暨國際拓展計畫、投資未來兒少

影音內容倍增計畫、臺灣流行音樂史料蒐集及主題推廣、以文化內容為外交軟實力推動計畫、傳統戲曲文化內容躍升計畫、視覺藝術能量提升暨品牌開展計畫、支持臺灣文化內容再開發、擴大電子書計次借閱及優化圖書採購、拓展臺流文本外譯 Books from Taiwan 2.0、補助財團法人中央通訊社推動國際傳播交流、文化部獎勵實體書店串聯辦理創新書市活動、建構產銷均衡的文創產業生態系、以科技的文化應用推波臺流擴散等。

2. 績效目標：各子計畫皆訂有個別指標如補助影視開發專案、補助戲劇製作、補助流行音樂行銷、製作兒少節目時數、史料蒐集與音樂會、參與國際大型展覽、辦理歌仔戲特展、補助博物館策展、臺流文本外文翻譯、擴大電子書借閱、補助中央通訊社接觸國際媒體、獎勵實體書店辦理多元藝文元素書展、增加自製動畫短片、VR 臺灣原生內容示範案例等量化指標。

表 3-2-1 113 至 114 年度文化黑潮計畫分年效益達成及執行情形概況表

子計畫	類別 /單位	工作內容	分年效益			113 年度執行成效說明
			113 年 度 預 期 效 益	113 年 度 實 際 效 益	114 年 度 預 期 效 益	
提升故事力關鍵人才培育、電影內容升級	補助、徵案/案	辦理「原創故事概念大賽」、「故事打造工作坊」、「劇本提升計畫」、「國際編劇人才合作支持計畫」、「TAICCA x AFIS 韓國產業課程暨長	50	86	50	113 年度補助辦理「原創故事概念大賽」、「故事打造工作坊」、「劇本提升計畫」、「國際編劇人才合作支持計畫」、「TAICCA x AFIS 韓國產業課程暨長片開發工作坊」，計協助 86 件影視開發專案；另辦理海外人才培訓，完成與美國、韓國五大視覺特效公司合作辦理攝影及特效工作坊。

子計畫	類別 /單位	工作內容	分年效益			113 年度執行成效說明
			113 年 度 預 期 效 益	113 年 度 實 際 效 益	114 年 度 預 期 效 益	
		片開發工作坊」				
國際臺劇內容升級計畫	徵案/案	補助作品	4	10	4	催生臺流戲劇目標 4 案，實際完成 10 案。113 年獲補助作品中，計有《戀愛四部曲（第一、二部曲）》、《我們與惡的距離 2》已陸續播畢，《零日攻擊》預計於 114 年 8 月 2 日播出。
流行音樂內容產業升級暨國際拓展計畫	徵案/案	補助節目製作與多元行銷，助力流行音樂產業拓展國際市場	4	5	4	113 年度計 5 案獲選，獲選案節目包含 IP「原子少年」第 2 季、男團偶像選秀節目「Scool」、《一起聽團吧》及虛擬偶像（V-tuber）選秀等。
投資未來兒少影音內容倍增計畫	捐助/小時	營運兒少頻道，新製播節目時數，製播兒少多元內容時數	150	383	150	規劃製播兒少多元內容時數 150 小時以上，實際完成 383 小時。
臺灣流行音樂史料蒐集及主題推廣	補助/案	補助辦理臺灣流行音樂史料蒐集及主題推廣	5	6	5	113 年度完成《2024 真愛秀·藍寶石大歌廳》2 場次，觀眾人數共計 6,000 人次，辦理《NTSO 交響派對—聲映經典·潮湧的時代》講座 1 場次、走讀 2 場次及音樂會 1 場次，觀眾逾萬人。
以文化內容為外交軟實力推動計畫	補助/人次	補助參與國際大型展會活動	-	7 萬	2.5 萬	113 年 7 月 27 日至 8 月 10 日假巴黎拉維特園區設置臺灣館，辦理巴黎文化奧運專案，邀請計 24 團、122 名藝術家共 57 場演出，累積逾 7 萬人次。
傳統戲曲文化躍升計畫	補助、委辦/人次	辦理歌仔戲特展及兒童歌仔戲推廣	5 萬	5.15 萬	5 萬	113 年度辦理兒童歌仔戲匯演，逾 2 萬 1,000 人次參與；辦理歌仔戲「歌仔上婿」特展及相關推廣活動逾 1 萬 5,000 人次參與；校園推廣及校外文化體驗逾 1 萬 5,500 人次參與。

子計畫	類別 /單位	工作內容	分年效益			113 年度執行成效說明
			113 年 度 預 期 效 益	113 年 度 實 際 效 益	114 年 度 預 期 效 益	
視覺藝術能量提升暨品牌開展	補助 /場次	補助辦理國際型態視覺藝術相關展覽或博覽會	7	75	10	113 年度完成補助辦理 75 場國際型態視覺藝術相關展覽或博覽會，共推介 203 位臺灣藝術家於國際展覽曝光。
支持臺灣文化內容再開發	補助、委辦 /案	補助博物館辦理國際策展及交流活動，呈現國際文化議題的臺灣經驗或觀點	9	9	5	113 年共核定 24 案國際策展計畫，已開展或完成交流活動計 9 案，包含朱銘美術館舉辦「方物－亞洲當代雕塑展」、國立臺灣美術館 2024 年亞洲藝術雙年展等；並核定 13 案委託公立博物館辦理支持臺灣文化內容再開發計畫。
擴大電子書計次借閱及優化圖書採購	補助 /縣市	透過各縣市公共圖書館系統，擴大電子書計次借閱及優化圖書採購機制	20	20	20	113 年度輔導 20 縣市優化圖書採購機制，保障出版社實得圖書定價 7 折以上，保障出版社合理利潤，並擴大公共圖書館電子書計次借閱，使用人次約 550 萬人次，為往年使用量 4 倍。
拓展臺流文本外譯 Books from Taiwan 2.0	採購 /本	辦理版權推廣及書系建立、整合行銷，完成製作試譯本及全譯本	220	220	220	113 年度完成 220 本譯本製作並印製刊物，向國際市場推廣，參加國內外重要書展，包含韓國首爾書展等 5 個國內外書展。
補助中央通訊社推動國際傳播交流	補助 /家	辦理國際交流互惠掌握臺灣民主話語權，接觸國外媒體、簽定合作意向書	接觸：4 簽定：1	接觸：7 簽定：4	接觸：4 簽定：1	113 年度接觸包括瑞士資訊等 7 家國外媒體，並與印度亞洲國際新聞社 ANI、印度新聞信託社 PTI、日本放送協會 NHK、立陶宛 ELTA 新聞社共 4 家媒體簽署 MOU；另國際暨兩岸中心外文編譯及海外特派員新增 40 人、採訪 229 個國際大型會展活動、露出 1,791 個國際媒體網站。
文化部獎勵實	獎勵 /人	獎勵實體書店串聯辦理結合	30 萬	38 萬	30 萬	113 年度共核定獎勵 31 案，辦理近百場（天）書市，以及數百場

子計畫	類別/單位	工作內容	分年效益			113 年度執行成效說明
			113 年度預期效益	113 年度實際效益	114 年度預期效益	
體書店串聯辦理創新書市活動	次	多元藝文元素書展，培養閱讀及藝文消費習慣，推動創新書市、提升獨立書店銷售				講座、走讀、展覽、演出、工作坊、電影放映等延伸活動。
建構產銷均衡的文創產業生態系	徵案/件、家	增加臺灣自製動畫短片開發量	12	12	—	113 年度辦理「文化黑潮之臺灣動畫獨立單元劇集聯合開發及行銷徵案計畫」，補助共 12 件作品。
		徵選業者進駐嘉義文創園區研發跨域文化科技產品	—	—	5	建置嘉義文創園區文化科技 OpenLab，並預計徵選 5 家業者進駐研發跨域文化科技產品。
以科技的文化應用推波臺流擴散	徵案/組	加速具國際市場潛力案件商品化，建立臺灣原生文化內容經典示範案	3	3	3	113 年度建立多人走動式 VR 內容臺灣原生文化內容經典示範案例共 2 組，並建立圖像角色 IP 臺灣原生文化內容經典示範案例 1 組。

說明:115 及 116 年度之預期效益刻正辦理修正作業中。

資料來源:文化部提供，本研究彙整。

(二) 量化指標多超標達成，允宜檢討目標訂定之合理性及挑戰性，且指標之選擇應能達產業化之目的

1. 113 年績效目標皆達成，且多數績效均大幅超標：經查 113 年度該計畫 15 項子計畫，執行成果皆達成目標值，達成率多介於 125% 至 1,071% 間。其中補助辦理國際型態視覺藝術相關展覽或博覽會一案，其年度目標為 7 場，實際完成達 75 場，達成率達 1,071%；另國際臺劇內容升級計畫達成率 225%、投資未來兒少影音內容倍增計畫達成率 255%、臺灣流行音樂史料蒐集及主題推廣目標達成率 300%、補助財團法人中央通訊社推動國際傳播交流接觸媒體達成率 175%、簽署 MOU 達成率

400%，皆倍數達標，允宜檢討所訂計畫目標值是否具挑戰性，或就成果認列標準再予精進，俾激勵積極達成計畫總體目標。

2. 允宜檢討現行指標內涵並研議增訂成果型指標：按績效指標可概分為投入型指標、產外型指標及成果型指標⁶，其中成果型指標可具體衡量推動計畫效應或影響。經查本計畫績效指標之內容，多係徵案件數、舉辦座談、活動、或工作坊場次或展覽檔次等投入型指標，或產製戲劇數或影片、資訊及檔案建置數量等產外型指標，該等指標與計畫主要目標「壯大臺灣內容、建立文化自信」⁷間，其連結性相對有限。次查文化黑潮計畫之計畫架構係期能成就臺灣文化內容 IP，帶動影視音臺流黑潮，計畫書亦爰引韓流發展模式，俾有帶動創造產業經濟效益之構想，爰宜思考計畫整體目標，研議增加產值、創造就業人數、國外授權金收入等成果型指標之可行性。

三、近年藝文活動網路購票，屢發生黃牛票情事，允宜妥為籌謀與精進，以遏止類此事件再度發生

鑒於近年黃牛票廣為民眾詬病，為有效遏阻此類現象，文化部除修正文創法及建置相關檢舉機制外，並於 113 及 114 年度分別編列 2,925 及 2,127 萬元預算，推動流行音樂現場演出實施票券實名制之補助。經查：

⁶績效指標分為投入型指標、產外型指標及成果型指標：(1)投入型指標係投入資源以完成特定階段之工作，惟未能衡量產出或成果，例如辦理講習或會議、製作文宣或教材、審查件數、補助件數或金額、派員研習、進修或出國次數等；(2)產外型指標係衡量直接之產出或服務，例如輔導或提供諮詢次數、提出研究報告、完成統計資料筆數或資料庫建置、培育人才數等；(3)成果型指標係機關推動政策對外造成之效應或影響，係對成果之衡量，例如通過認證、促進投資件數與金額、培育人才獲得肯定、滿意度、瀏覽人次等指標。

⁷「匯聚臺流文化黑潮 1 plus 4—T-content plan 2023 暨 2024~2027 臺流文化內容躍升計畫」。

(一)為防治黃牛票，政府已修法，並建置黃牛票檢舉及實名制補助機制，期落實表演現場票券實名制

文化部為防治黃牛票問題所修正之文創法第 10 條之 1⁸，業於 112 年 6 月 2 日開始施行，除加重對黃牛票罰則及賦予地方政府更大裁罰權限外，並強化檢舉與調查機制。倘民眾發現有疑似演唱會、展覽等藝文活動之黃牛票券，可逕向文化部或活動所在地文化局提出檢舉。目前市縣文化局網站亦多設有「線上檢舉表單」或聯絡電話提供民眾檢舉，文化部並成立黃牛檢舉專區，以因應民眾及地方政府諮詢需求，俾地方政府於規劃檢舉、調查流程及裁罰標準等法令遵循流程需有專業法律諮詢服務及人力協助時，提供相關協助。

據該部所陳，持續與內政部警政署刑事警察局及地方政府、售票平台等保持資訊合作交換，藉由售票平台過濾異常帳號及訂單，主動送請具調查權之內政部警政署刑事警察局偵查第九大隊偵辦，藉由隨時蒐集相關檢舉資料並適時提供警察單位調查，強化查察效力。目前警方已破獲 AI 黃牛、Max 搶票機器人、全台最大販售黃牛業者的黃牛夫妻檔等案。

114 年 1 至 5 月止，各級政府接獲檢舉案件數即達 1,294 件，已接近 112 年之案件數，另 113 年達 7,236 件(詳表 3-3-1)，據文化部陳稱，係當年度因周杰倫演唱會等大型活動，帶動民眾檢舉數量激增，導致案件數暴增。另據該部查處數據觀之，接獲檢舉案件數逐年增加，地方政府實際裁處案件數亦隨之增加，已由 112 年之 13 件，逐步增加至 114 年 1 至 5 月之裁處 165

⁸ 文創法第 10 條之 1 第 2 項規定：「將藝文表演票券以超過票面金額或定價販售者，按票券張數，由主管機關處票面金額或定價之 10 倍至 50 倍罰鍰。」、第 3 項規定：「以虛偽資料或其他不正方式，利用電腦或其他相關設備購買藝文表演票券，取得訂票或取票憑證者，處 3 年以下有期徒刑，或科或併科新臺幣 300 萬元以下罰金。」

件，顯示執法技術與能量已逐漸提升。

表 3-3-1 112 至 114 年 5 月底止黃牛票查處情形表

單位:件

項目	112 年	113 年	114 年 5 月底	備註
接獲檢舉案件數	1,593	7,236	1,294	113 年 10 月因周杰倫演唱會開賣湧入大量檢舉案件
調查案件數 ¹	411	1,817	397	
地方政府裁處案件數	13	134	165	

說明:1. 含地方政府提供之自行調查案件數。

2. 不正方式係由警方調查，並非地方政府裁處，目前文化部送請警方調查之不正方式案件共 3 件，2 件緩起訴、1 件不起訴。

資料來源:文化部提供。

(二)補助演唱會實施票券實名制雖有短期之效，惟為提升修法成效並杜絕黃牛歪風，仍宜研謀長期精進做法

為鼓勵業者辦理現場演唱會採用實名制，文化部分別於 113 及 114 年度各編列 2,925 及 2,127 萬元預算推動流行音樂現場演出實施票券實名制之補助，主要係輔導國內場館結合流行音樂演唱會主辦單位實施票券實名制。據文化部統計，112 及 113 年度各補助 4 案、314 萬 6,520 元及 53 案、2,295 萬元⁹，114 年截至 3 月底止申請案件計 33 案，並有 20 場演唱會公布實施實名制，包含張學友、江蕙、陳奕迅等熱門演唱會。

演唱會票券實名制之落實，需有大量人力配合查驗，需額外增加之人力成本，且增加民眾入場等待時間，故實名制推動初期為鼓勵業者導入，並減少民眾不便，由政府補助建置或擴充相關查驗系統及增加相關現場查驗人力，尚屬合理。惟鑒於演唱會經濟除其本身產業效益外，亦對周邊包含商城、旅宿、餐飲業者等帶來可觀衍生效益，故演唱會經濟已成為北、高等多個地方政府未來重要文化經濟動能，或可檢討建立合理補助

⁹ 112 年度由提升影視音智慧發展分支計畫之獎補助費支應，113 年度起由影視音政策規劃補助及跨域整合分支計畫之獎補助費支應。

制度，降低一次性補助經費，鼓勵業者強化系統性及長期效益之能量，同時強化地方政府調查與裁罰之執法能力與技術。

長期而言，考量政府經費之合理運用，允宜研議結合政府相關執法或數位工具之整合，例如納入數位身分驗證技術、推動數位化演出憑證標準制定等，並促進票務產業鏈與資訊安全產業之合作發展。此外，應建立跨部會協作與平台業者自律機制，將票券制度透明化，持續透過消費者宣導與檢舉管道，產官民三方合作建構更完整之藝文消費保障環境。

四、公共電視經營依法應獨立自主且應有效使用經費，惟其收入仰賴政府益深，允宜積極拓展自籌財源以提升營運自主性

公共電視法第 2 條規定略以，公視基金會之經費由政府依本法編列預算捐贈；另除前項捐贈外，政府應依公視基金會業務運作需求、年度工作計畫及中長程計畫，每年檢討調整編列預算辦理。另同法第 11 條第 1 項規定公共電視屬於國民全體，其經營應獨立自主，不受干涉；第 29 條規定公視基金會應本設立之目的有效使用經費。經查：

(一)公視經費來源除來自政府預算資源外，尚包括自籌財源，惟自籌財源占比呈下滑趨勢

該基金會自籌收入包含銷貨收入、活動收入、代製節目收入、受贈收入、租金、廣告收入及財務收入等，110 至 113 年度決算自籌收入由 4 億 2,317 萬 3 千元略降至 3 億 9,471 萬 6 千元(詳表 3-4-1)，114 年度預計為 3 億 297 萬 8 千元，均未及 110 年度自籌水準。另觀自籌收入占比由 110 年度之 15.17% 下滑至 114 年度預計為 7.12%，雖總收入在 113 年度決算與 114 年度預算中出現明顯成長，但自籌收入比率並未隨之提升，反映營運

成效未有效轉化為自力盈收能力，收入來源仰賴政府益深，有待提升來自民間之自籌收入。

表 3-4-1 公視基金會 110 至 114 年度收支餘絀及自籌收入占比彙總表

單位：新臺幣千元；%

項目	110 年度	111 年度	112 年度	113 年度	114 年度
總收入	2,789,184	2,554,587	3,460,267	4,752,833	4,254,111
—自籌收入合計數	423,173	312,634	296,360	394,716	302,978
1. 銷貨收入	209,120	174,766	132,347	173,953	130,000
2. 活動收入	993	4,140	3,459	2,797	17,000
3. 代製節目收入	129,960	50,914	52,764	102,642	35,000
4. 受贈收入	48,699	41,654	47,271	47,228	70,000
5. 其他業務收入 (租金、廣告收入)	19,177	20,431	22,895	21,246	18,574
6. 業務外收入(財務收入)	15,224	20,729	37,624	46,850	32,404
自籌比率(%)	15.17	12.24	8.56	8.30	7.12
本期餘(-絀)(A)	-129,580	-265,897	-149,225	558,766	-215,223
採權益法認列投資利益 (-損失)(B)	-105,160	-121,256	-201,665	-192,909	-140,868
本期餘(絀)扣除投資損失 (A-B)	-24,420	-144,641	52,440	751,675	-74,355

說明：1. 表列 110 至 113 年度為決算數，114 年度為預算數。
 2. 113 年決算賸餘數依契約責任及規劃項目保留於以後年度執行。
 3. 112 年決算數調尾差(決算書為元，本表表達千元，故產生尾差)。
 資料來源：彙整自公視基金會提供資料。

(二)為兼顧公視之公共性與永續經營目標，允宜積極增加自籌收入並妥謀營運改善措施，以提升經營績效

公視基金會 110 至 112 年度決算短絀介於 1 億 2,958 萬元至 2 億 6,589 萬 7 千元間，113 年度決算雖有 5 億 5,872 萬 6 千元盈餘，惟 114 年度預算仍呈現 2 億 1,522 萬 2 千元短絀；若扣除依權益法認列華視投資損失後，除 112 及 113 年度決算外，110 至 111、114 年度仍為短絀，短絀數介於 2,442 萬元及 1 億 4,464 萬 1 千元間，顯示公視基金會未來營運績效仍待持續提升。

公視基金會長期認列投資損失，其中 112 年度認列投資損

失達 2.02 億元，為 5 年中最高，持續對整體財務狀況造成衝擊。此現象顯示，非核心資金運用策略需加強風險控管與績效審查，以避免造成不必要損失。依公共電視法第 29 條規定，公視基金會應本設立之目的有效使用經費，未來除須強化自籌能力外，更應優化財務結構與投資策略，才能兼顧公共性與永續經營目標。

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¹⁰，111 年度起獲政府委辦¹¹2.16 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。

¹⁰ 自 113 年度起改為政府捐贈。

¹¹ 113 年度起改為政府補助。

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
	—	—	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)	目標	-	113 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
次) ^{說明 2}	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 (累積人次)	目標	-	-	107 萬	130 萬
	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¹²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

¹² 「公共電視內容產製與應用計畫(114-117 年)」中長程計畫。

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。

(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 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。

六、社會大眾對韌性議題日益關心，公視基金會作為我國關鍵文化與公共訊息之傳播平臺，允宜妥為研謀強化各項組織韌性作為

近年來，國際間陸續爆發新冠疫情、俄烏戰爭、地緣政治改變等事件，公共電視作為我國文化與公共訊息之重要傳播平臺，其因應天災、地緣政治等韌性作為，攸關公眾利益甚鉅，爰其長期財務自主性，以及製播公正可信賴之節目等相關營運成效，備受各界檢視。經查：

(一)社會對韌性議題之要求日漸提升，公共電視作為我國關鍵文化與公共訊息之傳播平臺，其韌性作為攸關公眾利益重大

依據聯合國(UN)定義，韌性係指「系統、社區或社會在面對風險時，通過預防、吸收、適應和轉型之能力，以保護發展

成果並實現可持續發展目標」¹³。又根據國際標準組織(ISO)定義，韌性為「組織在變化環境中吸收和適應之能力」¹⁴。組織韌性被進一步描述為組織在面對不可預測的挑戰（如氣候變化、經濟危機等）時，保持其核心目標實現之能力，涵蓋適應、吸收衝擊及轉型能力。

近年來，隨著社會對韌性議題之要求日漸提升，公共電視作為我國關鍵文化與公共訊息之傳播平臺，其強化韌性作為，亦受各界檢視。尤其自 108 年以來，國際間陸續爆發新冠疫情、俄烏戰爭及近期地緣政治改變，及公視本身在國內面臨之爭議及各種天然災害等，皆考驗公共媒體在面對各項災害時展現之韌性。例如：公共電視近年來發生片庫遭廠商誤刪¹⁵、董監事選任延宕¹⁶、節目中立性問題¹⁷等均受到質疑。隨著社會對韌性議題之關注日益升高，公共電視作為我國關鍵文化與公共訊息之傳播平臺，其韌性能力不僅關乎平時節目的文化多樣性與品質穩定，更在災難、突發危機或社會動盪期間，肩負著資訊不中斷傳遞、正確訊息維繫與族群文化保障的功能。

(二)公視基金會已針對過往事件建立各項因應措施，允宜從整體韌性觀點，妥為研擬強化作為

近年公視基金會陸續推動因應地震、資安事件、政治干預

¹³ 《Common Guidance on Helping Build Resilient Societies》(2021), UN

¹⁴ ISO 22316:《Security and resilience - Organizational resilience - Principles and attributes》(2017), ISO

¹⁵ 鏡周刊，公視低級錯誤！42萬筆珍貴畫面「全被刪除」急燒公帑補破網，ETtoday新聞雲，2022年03月15日，<https://www.ettoday.net/news/20220315/2208206.htm#ixzz7NZj3YbpP>（最後瀏覽日：114年7月8日）

¹⁶ 蔡孟翰，公廣集團為何一直出包？跟公視董事很難改選有關係？，法院白話文運動，2022年11月21日，https://plainlaw.me/posts/2022-5-18?utm_source=chatgpt.com（最後瀏覽日：114年7月10日）

¹⁷ 洪采姍，公共電視的爭議，到底是吵什麼？，太報，2020年9月24日，https://www.taisounds.com/news/content/96/20409?utm_source=chatgpt.com（最後瀏覽日：114年7月11日）

與全球媒體競爭等之應對措施，如部署資安平台與 AI 分析，以即時偵測資安事件、避免系統癱瘓；異地異質備份片庫與資產數位保存，以確保資料安全與快速回復；建置 OTT 平台、公視+、短影音策略等轉型內容分發模式，以適應用戶習慣；參與國際研討會推動治理制度對接，俾與國際接軌強化制度等(詳表 3-6-1)。惟檢視該等措施多係配合中央政府政策及採取之災防與資訊戰之因應措施，允宜籌謀整體性之韌性思維。例如，營運長期依賴政府補捐助，缺乏自籌財源之能力；面對各項社群媒體、AI 生成式內容及影音等數位轉型之挑戰；遭遇大規模網路攻擊、網路斷線或其他重大天災導致之基礎設施毀損等，是否仍能維持基本之「教學節目」、「防災知識」與「社會安定訊息」服務，實為公共電視韌性治理之核心指標。爰此，公視基金會未來在規劃中長期發展目標時，允以整體性思維，建構韌性之整體作為及衡量指標，並建立評估機制，以確保公共電視在平戰轉換、災時服務與數位轉型上，具備可驗證之制度彈性與公共責任落實能力。

表 3-6-1 公共電視對應韌性議題之相關作為彙整表

構面	定義與說明	公共電視相關作為	說明
應對能力	承受突發衝擊，維持基本運作	<ul style="list-style-type: none"> • 建置主控播出備援系統與移動機架 • 部署 SIEM 資安平台與 AI 分析 • 新聞 SNG/5G 採訪車與海外駐點 • 異地異質備份片庫與資產數位保存 	<ul style="list-style-type: none"> • 災害時維持節目播出不中斷 • 即時偵測資安事件、避免系統癱瘓 • 突發事件即時反應報導不中斷 • 確保資料安全與快速回復
調適能力	變局中調整策略與流程	<ul style="list-style-type: none"> • 導入 AI 於動畫與數位內容創作 • 製播多語新聞與社群經營 • 建置 OTT 平台、公視+、短影音策略 	<ul style="list-style-type: none"> • 因應技術變遷 • 調整語言與管道以適應新社群 • 轉型內容分發模式以適應用戶習慣

		<ul style="list-style-type: none"> • 跨平台跨語族合作推動族群新聞 	<ul style="list-style-type: none"> • 因應人口結構與收視習慣變動
變革能力	強化危機治理	<ul style="list-style-type: none"> • 建立數位片庫管理機制與版本控制 • 擴增資安監控與 SOC 管理預算 • 參與國際研討會推動治理制度對接 • 設置董事會與監察制度進行內控稽核 	<ul style="list-style-type: none"> • 從過往資料損毀經驗建立制度 • 提升治理規模與風險管理 • 與國際接軌強化制度規劃 • 建構內部治理機制與稽核流程

資料來源:本研究整理自公視基金會各年度預、決算書

肆、結論

中央政府近年積極推動多項重大文化政策與計畫，並以「文化黑潮計畫」為核心，結合影視音、出版、表演藝術與科技應用等多元面向，展現提升我國文化內容產製與國際輸出之企圖。然而從本研究分析可見，相關計畫在資源分配、預算編列、執行架構與成效管理上仍存在諸多待妥謀改善處。首先，文化黑潮計畫之子計畫中與既有計畫相關聯部分，需進行橫向整合與計畫目標聚焦，以發揮政策綜效。其次，雖多數子計畫績效指標多為投入型或產出型指標，與政策原強調之建立文化內容產業鏈與壯大臺流國際競爭力目標尚有落差，允宜進一步導入具挑戰性的成果型指標，強化成效導向。

又在公共文化傳播機制方面，公視基金會長期仰賴政府補助，自籌收入占比逐年下降，顯示其財務自主性不足，未能有效反映營運效能。尤其 TaiwanPlus、台語台、兒少頻道等新頻道儘管具政策意涵，然網站瀏覽、APP 下載與收視成效均未全面達標，建議未來應強化績效評估制度，並納入具代表性之量化與質性指標，逐步提升公視集團整體之內容吸引力及經營績效。

此外，面對藝文活動票券實名制推動與黃牛票氾濫問題，雖

已透過修法與補助機制獲初步改善，但長期仍需結合數位驗證、票券平台制度改革及跨部會協作，以建立永續而透明之藝文市場機制。綜合而言，中央政府於重大文化計畫之推動已具雛形，唯有持續優化預算結構、強化執行成效、確保資源使用之效率與公平，方能真正實現提升文化實力與產業永續發展之政策目標。

(分機：1913 許福添)

參考文獻

1. 2023 臺灣文化創意產業發展年報，文化內容策進院。
2. 2023 臺灣文化內容產業調查報告 I-圖書·雜誌·漫畫·原創圖像，文化內容策進院。
3. 2023 臺灣文化內容產業調查報告 II-電視·電影·動畫，文化內容策進院。
4. 2023 臺灣文化內容產業調查報告 III-流行音樂·廣播·播客，文化內容策進院。
5. 「匯聚臺流文化黑潮 1 plus 4—T-content plan 2023 暨 2024~2027 臺流文化內容躍升計畫」，文化部。
6. 2020 至 2024 年公視基金會年度報告，公視基金會。
7. 2020 至 2024 年公共電視台年度報告，公視基金會。
8. 2024 年 TaiwanPlus 年度報告，公視基金會。
9. 2024 年小公視年度報告，公視基金會。
10. 109 至 112 年度財團法人公共電視文化事業基金會績效評估報告，文化部。