一一二、公共電視經營依法應獨立自主並有效使用經費，允宜積極拓展自籌財源以提升營運自主性；又政府補、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

公共電視法第 2 條規定略以，財團法人公共電視文化基金會(以下簡稱公視基金會)之經費由政府依本法編列預算捐贈；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

公視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 1)，114、115 年度預算(案)數各為 3 億 297 萬 8 千元及 3 億 4,358 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 115 年度預計為 8.61%，雖總收入在 113 年度決算與 114 年度預算中有顯著成長，但 115 年預算案數復減少為 39 億 9,143 萬 2 千元，反映營運狀況不穩，且應加強自力盈收能力，以改善收入來源高度仰賴政府之現象。

表 1 公視基金會 110 至 115 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	115 年度
總收入	2,789,184	2,554,587	3,460,267	4,752,833	4,254,111	3,991,432
—自籌收入合計數	**423,173**	**312,634**	**296,360**	**394,716**	**302,978**	**343,588**

項目	110 年度	111 年度	112 年度	113 年度	114 年度	115 年度
1.銷貨收入	209,120	174,766	132,347	173,953	130,000	164,800
2.活動收入	993	4,140	3,459	2,797	17,000	15,000
3.代製節目收入	129,960	50,914	52,764	102,642	35,000	37,000
4.受贈收入	48,699	41,654	47,271	47,228	70,000	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	18,688
6.業務外收入(財務收入)	15,224	20,729	37,624	46,850	32,404	38,100
自籌比率(%)	**15.17**	**12.24**	**8.56**	**8.30**	**7.12**	**8.61**
本期餘(-絀)(A)	**-129,580**	**-265,897**	**-149,225**	**558,766**	**-215,223**	**-240,790**
採權益法認列投資利益(-損失)(B)	-105,160	-121,256	-201,665	-192,909	-140,868	-167,264
本期餘(絀)扣除投資損失(A-B)	**-24,420**	**-144,641**	**52,440**	**751,675**	**-74,355**	**-73,526**

說　　明：1.表列 110 至 113 年度為決算數， 114、115 年度為預算(案)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 5,876 萬 6 千元盈餘，惟 115 年度預算案仍預計短絀 2 億 4,079 萬元，較 114 年度預算短絀數 2 億 1,522 萬 3 千元再度擴大；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，其餘各年度仍為短絀，短絀數介於 2,442 萬元至 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 6 年(110 至 115 年)中最高，持續對整體財務狀況造成衝擊。爰此，對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。

(三)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呈現增加趨勢，由 109 年度決算之 21 億 842 萬 6 千元(詳表 2)，增加至 115 年度預算案之 36 億 4,784 萬 4 千元，增幅 73.01%，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[2]2.16 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 2 109 至 115 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	115 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	900,000	文化部捐贈
	99,086	96,048	91,999	88,496	85,165	81,641	78,881	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	91,847	國會頻道委辦
	213,539	417,062	—	—	—	—		前瞻第二期特別預算補助
	129,340	118,006	109,868	219,990	—	—		內容產製補助

[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	115年度	備註
	—	19,426	63,387	94,815	83,612	106,132		5G補助案
	—	—	2,732	33,971	—	—		智慧影視補助
							21,366	AI創新應用服務補助
	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	1,092,094	來自政府機關收入小計數
	247,580	423,173	312,634	296,360	394,716	302,574	334,088	自籌款
台語台	270,547	263,413	316,465	387,301	999,895	796,051	611,850	109至112年度為補助案，113年度起為政府捐贈
	—	—	—	—	—	204	8,000	自籌款孳息
客家電視台	377,784	382,085	371,591	588,095	604,286	600,000	590,000	109至112年為委辦案,113年起為政府捐贈(跨年度執行)。
	—	—	—	—	—	200	1,500	自籌款孳息
兒少頻道	—	—	—	—	596,216	587,000	583,900	113年8月開播，文化部捐贈
Taiwan Plus	—	—	215,811	704,472	948,968	788,462	770,000	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	3,647,844	
自籌款小計	247,580	423,173	312,634	296,360	394,716	302,978	343,588	
合計	2,356,006	2,789,184	2,554,587	3,460,267	4,752,833	4,254,111	3,991,432	

說　　明:1.表列109至113年度為決算數，114至115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。

(四)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 95.20%(詳表 3)；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%及 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　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	114/1/1-114/7/31
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 61.16% (75,832,829)
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 91.07% (2,021,674)
網站瀏覽	目標	-	113 萬	-	-

項目		111/06/10-112/06/30	112/07/01-113/06/30	113/7/1-113/12/31	114/1/1-114/7/31
(人次)[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 105.60%(1,372,798)

說　　明：1.表列 114 年度實績數據統計係截至 114 年 7 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。

(五)109 年度至 114 年 7 月底台語台首播時段收視率雖由 0.12%增至 0.20%，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 4)，概呈上升趨勢。依據 114 年 1 至 7 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。

查文化部補捐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

[3]「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 4　109 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。

(六)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 5)；公視網路影音串流服務(Over-The-Top，以下簡稱 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 5 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。

綜上，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，又政府補、捐助及委辦公視基金會經費逐年增加，然 TaiwanPlus 網站瀏覽人數及 APP 下載量未達標、台語台首播時段收視率仍有精進空間，以及兒少節目之製作品質攸關兒童學習成長，尚待研議合理之質性指標等，允宜強化 TaiwanPlus、台語台及兒少台營運績效，以提升推廣成效。

（分機:1913 許福添）