

# 112 年度文化部主管政府捐助之財團法人績效評估報告

## 壹、財團法人自評：

一、財團法人名稱：財團法人公共電視文化事業基金會

二、財團法人概況：

單位：新臺幣/元；%

創 立 日 期 (以法 院 登 記 日 為 準)	創 立 基 金 總 額	期 末 基 金 總 額	原 始 捐 助 金 額 比 率	累 計 捐 助 金 額 比 率	年 度 補 ( 捐 ) 助 金 額	年 度 委 辦 金 額	年 度 自 籌 金 額 比 率	年 度 總 收 入	年 度 總 支 出	年 度 餘 絀
87.06.08	1,226,276,682	5,676,569,462	100	100	1,753,844,692	1,410,062,685	8.56	3,460,266,738	3,609,492,084	-149,225,346

註：本會創立時由前行政院新聞局捐助現金新臺幣 1 億元，連同政府歷年編列籌設公共電視台之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 元所成立，已取得法人登記證書立案。惟於民國 90 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。

### 三、財團法人整體運作情形：

- (一) 年度重要成果說明：附檔參照。
- (二) 是否符合原捐助章程及設立目的：是。
- (三) 原捐助目的是否已透過年度目標之達成而實現：是。
- (四) 財務收支情形(如有財務短絀情形應說明原因，並應於「伍、策進作為」，填列策進作為)：

112 年度收入為 34 億 6,026 萬 6,738 元，支出 36 億 949 萬 2,084 元，收支相抵後短絀 1 億 4,922 萬 5,346 元。主要係因認列華視投資損失 2 億 166 萬 4,515 元。

### 四、財團法人績效評估：

項次	年度工作項目	目標值 (衡量指標)	達成度(%) <sup>1</sup>	辦理執行情形 (執行數)
1	品牌 Brand	滿意度 (83.0)	<b>98.67%</b>	<b>81.9</b>
2	觸達 Reach	傳統平台佔有率 (1.1)	<b>80.91%</b>	<b>0.89</b>
3	觸達 Reach	<u>新媒體觸達</u> 1.公視 YouTube 訂閱數 (1,400,000)	<b>100.77%</b>	公視 YT 訂閱數： <b>1,410,723</b>
		2.公視+訂閱數 (890,000)	<b>108.01%</b>	公視+訂閱數： <b>961,304</b>
4	效率 Efficiency	<u>新製節目比例</u> 1.公視：40% 2.台語台：33% 3.公視 3：35%	公視：100% 台語台：100% 公視 3：100%	公視：40% 台語台：33% 公視 3：41%
5	效率 Efficiency	客服效率 (98%)	<b>100%</b>	<b>98%</b>
6	收入 Income	自籌款 <b>319,830,000 元</b>	<b>94.03%</b>	<b>300,728,787 元</b>

五、策進作為（針對年度目標達成度未達 80%及財務短絀者，應臚列待改進項目及策進作為）：

項次	待改進項目	策進作為
1	財務短絀	<p>113 年華視秉持六大關鍵目標，以分頻經營、全媒銷售、數位轉型、創新創業為主軸；節目製播設定主要時段觀眾層，確立排播軸線，鞏固觀眾收視印象與習慣，並全力開發自有 IP，使產品周邊效益極大化與創造長尾效益；業務營運串流家族頻道與有線、新媒平台分進合擊，發揮共振效應，開拓廣告與節目銷售收入來源；具體落實「兼具公共精神與商業活力的電視台」的華視定位，全力建構「數位新華視」全新品牌精神與市場價值。</p> <p>相關策進作為如下：</p> <p>一、開源：多元開發，創新創業</p> <p>（一）業務：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.以創意企劃與整合行銷，導入客製模式提升廣告收入。</li> <li>2.整合家族頻道、新媒體資源並結盟跨界單位，提升標案等專案收入。</li> <li>3.以華視 IP 開發周邊商品或服務，擴大收入來源。</li> <li>4.於新媒體平台創造多元內容，加強自製原生節目，提高網路觀眾黏著度。</li> <li>5.結合電商平台擴大業外收入，並規劃客戶產品行銷專案，於新媒體平台上露出，增加收入來源。</li> <li>6.拓展攝影棚及轉播工程創生轉型，創造業務型態增加收入。</li> </ol> <p>（二）節目：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.開發 IP：盤點既有 IP、增加自有 IP 之新製節目，以華視 IP 開發周邊商品或服務，擴大收入來源。</li> <li>2.排播策略：節目製播設定主要時段觀眾層，確立排播軸線，鞏固觀眾收視印象與習慣。</li> <li>3.銷售策略：自製戲劇國內外銷售採預售方式，與新媒體平台合作同步播出，以獲取最大銷售利益。</li> <li>4.爭取補助：持續深耕國會頻道、莒</li> </ol>

		<p>光教學、空大教學、台語台製播案，積極規劃爭取各項補助款，並規劃共同開發合製節目，擴大節目規格，增加國際合作機會。</p> <p>(三) 新媒：</p> <p>1.AI 運用：</p> <p>(1) 成立跨部門 AI 小組，針對生成式圖像軟體進行技術研討，充實職場實力。</p> <p>(2) 因應 AI 時代，新聞台針對 IP 數據、AI 主播、主播互動系統、演算法規畫專案，專人專責並尋找合作廠商，擴大 IP 影響力並特別企劃推出融媒體作品。</p> <p>(3) 強化 AI 研究應用，輔助 YouTube 影片及新聞內容搜尋優化，提出建議標題、描述與關鍵字，進而提高廣告觀看收益。</p> <p>2.網頻合一：</p> <p>(1) 整合網路平台與電視頻道，節目內容、行銷宣傳相互支援串流，延伸節目影片長尾效應，擴大數位創新內容。</p> <p>(2) 運用新媒體平台，活化老舊影音資料，創造收益。</p> <p>(3) 靈活運用網路操作方式，如增加短影音數量，搭上演算法紅利達宣傳效果、設計互動性動圖投票，增加曝光率以拓展頻道受眾種類及關注度。</p> <p>(四) 租賃：因應大巨蛋商圈效應，靈活調度出租空間、彈性調租金，放大租賃優勢，增加收入。</p> <p>二、節流：資源整合，綠化管理</p> <p>(一) 集團整合：充分結合公廣集團內各頻道資源相互支援，如優先提供公視戲劇並給予優惠等，以節省成本並創造收入。</p> <p>(二) 跨平台合作：透過與其他有線頻道、製作公司、新媒體等平台共同開發戲劇及綜藝等節目，結合雙方的優勢資源，以「合資合拍」、「平台合作」等方式合作，以提高製作規格、降低製作風險。</p>
--	--	---

		<p>(三) 管控人事成本：除了承諾 NCC 的新聞台人力及創新創業的必要人力外，全面進行人事管控，節省成本支出。</p> <p>(四) 設備綠化：分階段更新空調、照明等老舊水電設備，改換節能商品，減少基本支出。</p> <p>(五) 爭取補助：編列預算並爭取國家基礎建設補助，使製播設備升級，提升節目精緻度以吸引收視、擴大觀眾群。</p> <p>三、提升公共影響力：</p> <p>(一) 影響升級：爭取華視新聞資訊台定頻率達成 100%全定頻，擴增整點新聞節數。</p> <p>(二) 新聞升級：2024 國內外重磅新聞滾動式即時報導，區塊，讓觀眾秒懂全貌；在編輯方面，強化議題鏡面、畫面包、節奏的掌握，新聞標題的精準、平衡。</p> <p>(三) 節目升級：新聞+節目+網路內容共享共做，充分運用公廣質節目提供觀眾多元視野，重大新聞議題攜手合作，節省成本共享資源。</p> <p>(四) 設備升級：完備製播設備，重新盤點分配軟硬體資源，建立更順暢的製播流程，提升整體新聞效率。</p> <p>(五) 專業升級：為主播打造節目單元，增加主播發揮空間，建立專業度與信任度，並外擴與產官學的互動，塑造 52 新聞大使的形象；強化人員培訓及專業技能，降低人為操作上的出錯率。</p> <p>(六) 深化國際：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 加購國際新聞授權，並與國際新聞媒體進行新聞交換、合作，提升華視新聞多元內容與國際視野。</li> <li>2. 開闢帶狀全球新聞節目，以專題+daily 新聞形式深度剖析報導當日國際大事。</li> </ol>
--	--	---

## 貳、業務督導單位綜合評估：

### 一、年度工作項目或目標達成情形、重要成果及策進作為之綜合評估說明：

#### (一) 年度工作項目或目標達成情形：

112 年度各工作項目所列 6 大衡量指標，其中有 3 項未達目標值（滿意度、傳統平台佔有率及自籌款），低於 95% 之指標為傳統平台佔有率（80.91%）及自籌款（94.03%）。

#### (二) 重要成果綜合評估：

公視 112 年度各工作計畫之執行成效，著重於開發多元節目內容、應用創新科技進行數位轉型、強化資安及提升經營效能，並完善各群體公共服務等，說明如下：

- 1、開發多元文化內容：在公視新聞方面，增加製播《東南亞語新聞》(包含越南語、泰語、印尼語)時數，每日增為共 30 分鐘；深入移工與新移民生活圈製播專題報導，並獲提名 112 年度卓越新聞獎-社會公器獎；製作生活劇《牛車來去》收視表現亮眼，並吸引華視、民視及 Netflix 平台購買播出；另與業界製作包括《人選之人》、《聽海湧》、《不夠善良的我們》、《化外之醫》等戲劇，並積極參與國際廣電組織，如擔任國際公共媒體聯盟董事、在臺北舉辦世界公視大展 INPUT 國際會議，提升國際能見度。
- 2、應用創新科技進行數位轉型：包括應用新媒體收視調查數據；以線上教育平台、國際研討會、工作坊、社群經營及數位製作等方式辦理近 40 場訓練；於

公視+平台推出臺灣國際兒童線上影展，並完成2024 兒童影展共 1,109 件作品徵件；應用數位科技增加即時新聞製播，並創建 AI 助理主持，同時推出 VTuber 海月粼粼並舉辦第一屆金 V 獎等，提升公視在 Vtuber 產業影響力。

- 3、強化資安及提升經營效能：強化新聞及節目片庫影音資產檔案異質備份與雲端異地備份，拓展資產出租及製播設備外租業務，約增加收益 556 萬元；以合製合資引入資金挹注，如與中華電信合資製作《牛車來去》，並銷售版權至其他影音平台及聯名商品開發等。
- 4、完善國內各群體之公共服務：全年完成 5 檔兒少節目開發；建置台語台南製播中心；並與教育部、臺北市府等單位合作辦理影展或合製節目提供公共服務等。

(三) 策進作為綜合評估：

公視 112 年度財務收支情形短絀 1 億 4,922 萬 5,346 元，主要係因認列華視投資損失。經檢視公視所提策進作為，已分別就開源及節流提出具體作法，如透過導入客製模式及整合行銷、IP 授權開發商品或服務、出租空間等，以提升各項收入；另於節流部分，規劃以資源整合及設備綠化減少成本，並以提升公共影響力之相關作為，增加其營運效能，尚屬可行。

二、評估結果 (1.良好、2.尚可、3.待改進)：尚可。

三、其他建議：建議公視應持續盤整整體營運狀況，並適時調整修正衡量指標之目標值，以符實際情形。