

# 109 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	年度補助金額	年度獎金	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	5,605,499,191	100	100	1,629,859,757	478,566,348	10.51	2,356,006,172	2,559,148,515	(203,142,343)

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)：

109 年度收入為 23 億 5,600 萬 6,172 元，支出 25 億 5,914 萬 8,515 元，收支相抵後短絀 2 億 314 萬 2,343 元。主要係因認列華視投資損失 2 億 2,051 萬 8,835 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	83.3 (滿意度)	98.80%	82.3
2	觸達 Reach	1.1 (傳統平台佔有率)	100%	1.15
3	觸達 Reach	250,000,000 次 (媒體觸達： 公視節目新媒體 平台累積觀看次 數)	100%	公視節目新媒體平台 累積觀看次數 302,939,095 次
4	效率 Efficiency	公視：40% 台語台：33% 公視 3：35% (新製節目比例)	公視：100% 台語台：100% 公視 3：100%	公視：43% 台語台：35% 公視 3：37%
5	效率 Efficiency	98% (客服效率)	100%	98%
6	收入 Income	285,269,000 元 (自籌款)	100%	291,654,186 元

註 1：年度目標達成度：計算公式為實際值／目標值，最高以 100% 計；可視實際執行情形，適度修正本表。

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	華視提升營運績效	如下說明
2		

策進作為：

### 一、經營績效說明

109 年度經會計師查定：

- (1)營業淨收入較去年同期淨減少 12,219 仟元，係廣告淨收入減少 45,846 仟元、節目授權收入減少 225 仟元及其他服務收入減少 6,880 仟元減除專案收入增加 6,187 仟元、節目製播收入增加 27,294 仟元及租賃收入增加 7,251 仟元後之淨額。
- (2)營業成本較去年同期淨減少 75,964 仟元，係節目製作費減少 32,255 仟元及其他電視台經營成本減少 45,088 仟元減除大樓經營成本增加 1,379 仟元後之淨額。
- (3)營業費用減少 4,096 仟元，營業外淨損失增加 3,741 仟元。綜合影響，使 109 年度整體稅前虧損 267,283 仟元，較 108 年度稅前虧損 331,383 仟元，減少 64,100 仟元。

### 二、提升營運計畫

109 年度「華視出品」頻傳佳績，除戲劇在國外影展、金鐘獎

屢獲肯定，新聞也讓外界看見不一樣的進步與改變，斬獲不少獎項；110年華視將以「質的提升」與「量的擴充」強化獲利體質，從頻道經營轉型為全媒體服務平台，兩大主戰線定調為「搶攻新聞區段」與「新媒衝刺量能」，以壯大競爭力、放大觸及率、擴大影響力建構「數位新華視」，具體做法如下：

### (1) 新聞爭取入頻 52 台、壯大影響力

1. 定位第一個公共性優先新聞台，以華視新聞資訊台為主體，整合公廣資源、豐富頻道內容，以強化競爭力並擴大優質公共性服務。
2. 除本頻原先編列之預算，另縝密規劃 52 台財務，預算案業經董事會審議通過，根據 110-114 年之損益評估，將逐步改善財務狀況，預計第 3 年起轉虧為盈。
3. 首年因應人事擴編、採購設備及修繕，預計新增成本近 3 億，為開源減少赤字，除以高品質新聞內容提升收視率，以爭取廣告收入，另將運用新聞台特性及資源，由業務部規劃專案爭取各類公私部門媒宣及廣告預算，新媒體部也制訂相關創收策略，預估首年收入淨額可增加 2 億 8062 萬，以控制成本、增加收入的積極作為，逐步在第 3 年達成盈餘目標。

4. 華視 52 台將以公共價值為優先，因此須放棄相當比例之商業收入，未來除希冀公廣集團挹注資源作為後援，也將持續爭取公部門捐助款與資源投入。

## (2) 新媒衝高量能

1. 自製原創影音：開闢網路原創節目及網紅經濟，豐富 YT 頻道。
2. 經營 Podcast：讓內容方便使用者搜尋，置入品牌訊息創收。
3. YT 頻道變現：優質節目策展，洽詢如 Twitch、DailyMotion 等平台合作。
4. 滾動式創新：開發新型廣告模式，為品牌客戶量身規劃數位節目。
5. 資料庫活化：維護影音資產完整性與正確度，提升利用價值。

## (3) 節目合縱連橫

1. 跨平台結盟：戲劇以「合資合拍、平台合作」等方式，提高規格降低風險。
2. 多元化製作：邀請新銳導演、編劇等人才，開發新概念題材注入新血。

3. 公部門補助：台語頻道節目案、自製戲劇及綜藝爭取文化部補助。
4. 購銷極大值：自製戲劇銷售採預售，與新媒體平台同步播出，增加首播及跟播收益；家族頻道直接上架、創造新製及庫存節目營收。
5. 多管道開源：開發直播新客源、靈活調度攝影棚出租、爭取公部門教育代訓、擴大各類型主題營隊、研發網路影音平台收費機制。

#### (4) 業務跨媒營銷

1. 製播大型體育活動、藝文表演，將線下實體活動轉為線上資源，如承接轉播今、明年的美國職棒大聯盟 MLB 賽事，不僅拓增廣告收入，在體現公廣集團公共服務價值的同時，提升華視頻道形象，也能創造更多周邊效益。
2. 跨媒開發業務，運用新媒體資源，規劃議題行銷，為客戶量身訂製專案。
3. 持續開發新業務模式，爭取大型專案客戶預算、開發新直營客戶。
4. 開發消費性整合行銷節目，與代理商洽談合作分攤成本。

5. 爭取政府大型標案、舉辦策展擴大專案型態；開發地方縣市特色，配合節慶舉辦活動招商。

#### (5) 強化後勤戰力

1. 租賃收入維持水準：雖受疫情影響、建物老舊及坪數無法成長等侷限，仍達滿租及租金調漲之收入。
2. 提升關鍵核心職能：教育訓練提升競爭力、落實考核留住專才、出勤關懷管理 e 化管控人事成本。
3. 視覺承攬拓展收益：支援公司標案擷節成本、異業結盟開發產製場景設計、拓展業外收入(如木作 DIY 課程)。
4. 數位建置培訓專才：密集訓練 4K 人才(設備及技術輸出)、承接戶外賽事活動轉播、提升國會頻道傳輸品質。

#### (6) 財務管控策略

1. 以開源節流為主要重點，持續進行人事精實及組織變革；精算節目製播成本，務實推估合理收視率與廣告業務等相關效益，期能估量成本投入之必要性及節流可行性。
2. 定期分析各項營收，檢討目標達成率。
3. 嚴格控管各項費用支出，定期分析檢討及改進。
4. 確實掌握資金運用調度之流動性與安全性。

## 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：109 年度各工作項目之目標達成度皆已達 98%以上，除品牌 (98.80%) 1 項較低外，其餘年度工作項目之目標達成度均為 100%。

(二) 重要成果綜合評估：公視 109 年度各工作計畫之執行成效良好，其著重於展現臺灣多元文化內容、加強國際合作，並積極強化數位轉型。

1、展現臺灣多元文化內容、厚植我國影視人才：製播優質多元內容節目，強化內容 IP 加值與全媒體服務，建立扎根基礎工程，如劇本開發、戲劇孵育計畫，及透過節目委製將資源挹注民間；提供青年作品展演平台；擴大辦理 4K 設備教育訓練及製作經驗研討分享；紀錄片平台持續與臺灣具創作力導演合作、發掘紀錄片新秀等。

### 2、國際合作：

(1) 節目《妖怪人間》、《路》、《返校》、《我的婆婆怎麼那麼可愛》等輸出國際市場，其中指標性銷售亮點《返校》全球版權於國際平台 NETFLIX 銷售額達製作成本 120% 強；此外以臺語為主要發音的《我的婆婆怎麼那麼可愛》開拓國內外市場超過 20 個平台上架。

(2) 參與公共媒體聯盟 (Public Media Alliance)、紐約電視電影獎 (New York TV & Film Festival)、亞洲紀錄片提案會 (The Asian Pitch)、華人紀錄片提案大會 CCDF、東京紀錄片提案會 (Tokyo Docs)、日本 NHK 日本賞選拔活動等國際廣電組織、論壇會議與影展、競賽活動。



(3) 推動國際合製內容，如與韓國放送公社KBS合製紀錄片《天空中的革命家 The First Step to the Sky》、與印尼合製紀錄片《助守在異鄉 Help is on the Way》等，後者入圍韓國EBS國際紀錄片節、印尼峇里島國際電影節、東帝汶帝利國際電影節、尼泊爾Kathmandu International Mountain Film Festival國際競賽單元，更榮獲新加坡亞洲影藝創意大獎(Asian Academy Creative 最佳紀錄片與最佳剪輯。

### 3、數位轉型：

(1) 新聞網瀏覽數至 109 年 12 月止，網頁瀏覽量每月平均達 130 萬次，全年達 1,560 萬次；新聞網 FB 粉絲團人數逾 40.6 萬，較 108 年度增長近二倍；公視新聞網 YouTube 總訂閱數為 14.3 萬人，P#新聞實驗室 YouTube 總訂閱數為 19.8 萬人。

(2) 新平台服務 PODCAST 於 109 年 5 月上架，聽眾人數名列 PODCAST 新聞區前十名，單日最高收聽人數逾 6,500 人，穩定成長中。

(二) 策進作為綜合評估：公視 109 年度財務收支情形短絀新臺幣 2 億 314 萬 2,343 元，主要係因認列華視投資損失。經檢視公視所提績效評估報告，業已就華視投資損失部分提出提升營運計畫具體作法，以增加其營運動能。

二、評估結果 (1. 良好、2. 尚可、3. 待改進)： 良好。

三、其他建議：無。