

## 目錄

- 3 2001，學習變Party
- 7 年度風雲－大事記
- 9 邁向第二個三年－董事長的話
- 10 持續的自我挑戰－總經理的話
- 11 公視大家庭－組織架構
- 14 使命與願景
- 15 新視覺經驗－節目服務
- 22 匯集人氣創造雙贏－公視之友組織
- 23 傳動e世界－網站服務
- 24 拓展媒體新視野－研究與發展業務
- 26 自籌款成績
- 28 財務報告
- 34 回顧這一年
- 36 公視代言人
- 37 歡迎來電



Public Television Service Foundation  
**Zool** 公共電視  
年度報告

# 2001 學習變Party

九十年是公共電視教育服務進展豐碩的一年。

教育服務的最大目標是在積極延展公視兒童及青少年節目的附加價值，讓饒富教育內涵的節目不只單向播映，更能啟發觀眾寓教於樂的學習動機。

在前三年，教育服務的對象以國小學生為主要目標，幼稚園、國中生為次要目標對象。九十年，公視運用豐富的節

目資源，延伸為教案和遊戲本，在整年度以全國的教育系統為後盾，展開全面的推廣。

結果也顯示成效相當不錯。其中寒假的「聽故事遊世界」觸達了85,000多位全國的小學生；暑假的「水果冰淇淋」也發出了近80,000份教案，其中還包括了身心障礙的小朋友和原住民小朋友；九月的新節目「下課花路米」更是以九年一貫教學的概念，發展出「鄉土教學」和「語文教學」兩部分，

教育服務以互動手冊、小朋友的練習本來進行推廣，共有50,000多位小朋友參與。第二季的「聽故事遊世界」教服活動，觸達對象更高達232,000位小朋友，較第一季成長2.7倍，整體的教育服務推廣，在九十年有了相當明顯的成果展現。

## 寒假作業新配方，看公視臥遊世界

「聽故事遊世界」寒假作業新配方活動於九十年的一、二月間進行，以節目特性和



聽故事遊世界「虎姑婆」(台灣)

國小學童的課業相配合，發展出教學互動手冊和小朋友的遊戲本，在頻道上開放給國小中高年級的教師和學童索取，讓學童在寒假中可以一面欣賞世界級的動畫故事、另一面則了解各國特殊的文化風情，並且可以在寒假作業中，臥遊十三個國家。

這個「寒假作業新配方」的教服推廣專案，既可直接增加公視節目的收視率、又可結合節目和目標觀眾群，一舉數得，也是公視開播三年以來，除節目品質受到肯定外，另一不同價值層面的呈現。

藉由全省教育體系的支持，本案在一個月內，共有來自全國2,506個班級、超過85,000位小朋友，參與這項活動。而參加圖文比賽和遊戲本競賽的班級和小朋友也有1,518件，可以明確的証實本案確已觸達到目標觀眾群。

## 「水果冰淇淋」，學習變Party

公視的旗艦兒童節目「水果冰淇淋」，在九十年的暑假推出「互動教學手冊」、「遊戲本」以及「我會畫信」活動。鞏固死忠的水果迷，也進一步開發新的觀眾群。

這項活動的對象是幼稚園、原住民、身心障礙學童和老師，共有910個班25,000位幼兒、344班7,000位原住民學童以及1,426班40,000位身心障礙學童共同參與。

七月中旬和下旬，舉辦了教師成長營和親子成長營各一場，將教服的概念更深入與目標觀眾群直接面對面溝通。



下課花路米



珂拉傳奇



別小看我

## 「別小看我」，媒體教育小尖兵

「別小看我」是國內唯一的兒童媒體識讀節目，播出以來口碑良好，目標觀眾和媒體學者也都一致支持，更進一步在國內金鐘獎以及亞洲電視獎中表現突出，獲得入圍以及最佳兒童節目的獎項。

為了進一步將優質的兒青節目推廣給更多的目標觀眾，九十年十月間，教育服務同仁特別製作了媒體教育互動教學手冊以及遊戲盒，贈送給對節目有興趣的國小中高年級班級，共有2,000多個班級前來索取。

十月和十一月間，各在台南和宜蘭舉辦了媒體素養教師研習會，將節目理念和七十多位教師共同分享討論。

## 「下課花路米」，台灣走透透

九十年九月，公視開播另一個帶狀的兒童節目「下課花路米」，這是一個針對九年一貫教育而製作的節目，內容鎖定在鄉土教學和語文教學二大部分，播出以來，深受觀眾喜愛，收視率和收視質都創新高，給節目製作單位很大的信心和鼓舞。

教服部分也在推廣節目上著力甚深，運用不同的管道和作法，透過教育系統的傳播，觸達全國的小學生。十一月間，進一步推出教學互動手冊、小朋友練習本和「我的台灣筆記本」等，共有1,500個班級得到相關資料。

瀏覽花路米網站的網友平均每月有30,000人，而進入節目專區參加通關遊戲者，自九十年九月至九十一年二月共有16,000位。

下課花路米的教師研習會共在全省舉辦了四場，分別是中部的梧棲老街、草湖溪；南部的台江內海地理變遷；東部的無尾自然生態、白米社區木屐文化；以及北部的士林官邸自然生態和紅毛城文化遺跡，共有150位老師參與研習。

### 「聽故事遊世界」第二季，二十三萬學童受惠

九十年底，「聽故事遊世界」第二季的上檔準備工作開始，年初的成功案例「寒假作業新配方」讓教服同仁大受鼓舞，續作第二階段的準備。



下課花路米



水果冰淇淋

這次的反應更為熱烈，預計發放的100,000本遊戲本在受理的第一個星期即被索完，追加至150,000本依然迅速告罄，礙於經費和人力負荷，增加至235,000本後，即告一段落。



這新一季的節目同樣在收視上十分亮麗，觀眾來電和網路的反應都十分熱烈，明顯的突顯出本案在目標觀眾群心中已有相當的地位，這也是教育服務和節目完美搭配的實例。

### 期待成為教育文化領域之領導品牌

往後，公視將繼續以提供全方位的教育服務為目標，延伸優質節目的學習價值，針對每一個學習階段的個體提供最適切的服务，並且認真思考觀眾學習的品質與效果，以期待製作世界級的教育文化節目，提昇全民教育與文化水準，成為教育文化節目的領導品牌。



聽故事遊世界「頑皮小艾咪」(澳洲)



聽故事遊世界「獅子的魔咒」(德國)



聽故事遊世界「牧羊男孩」(蒙古)



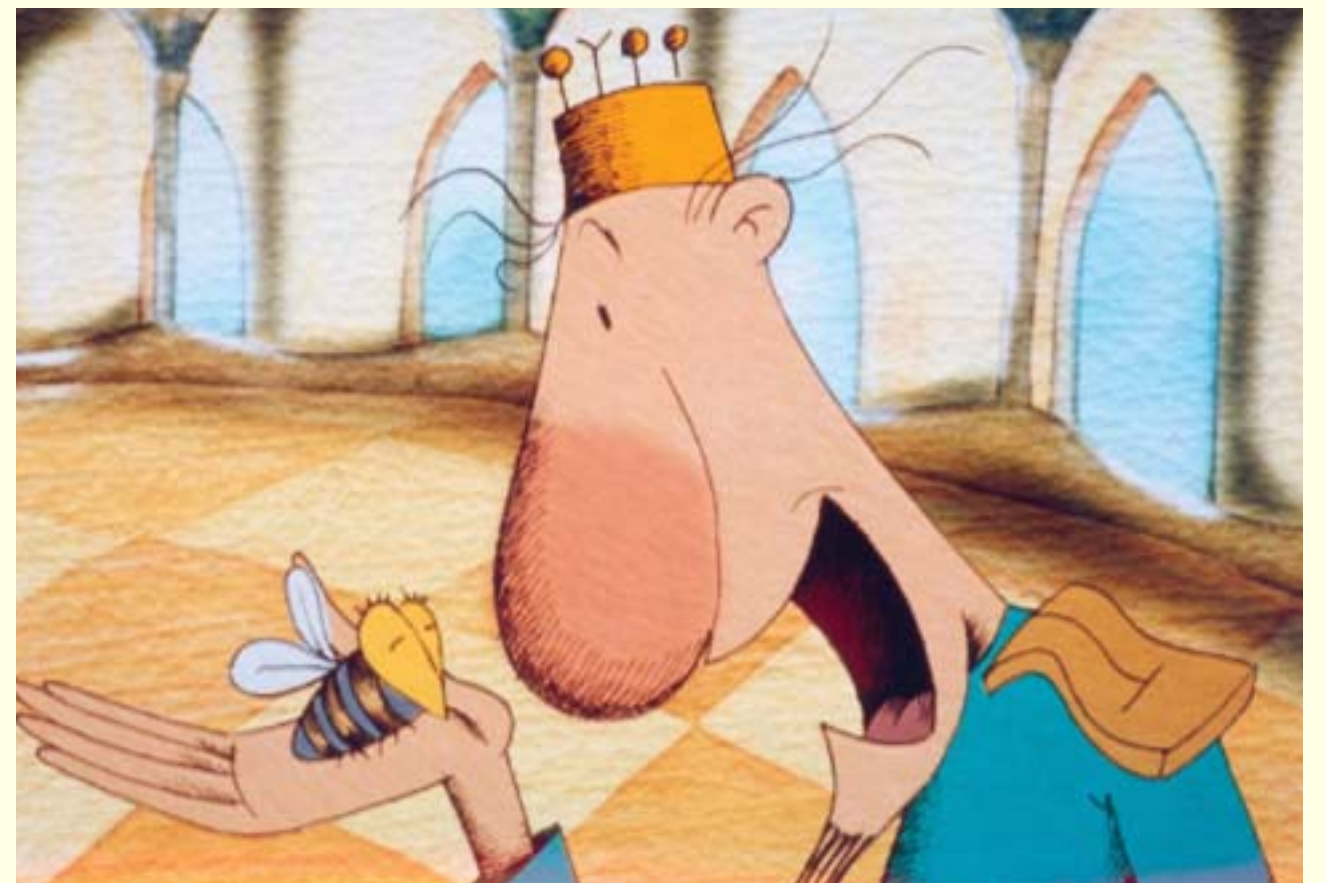
聽故事遊世界「春神來了」(希臘)



聽故事遊世界「瓷器娃娃」(丹麥)



聽故事遊世界「乞丐英雄」(阿拉伯)



聽故事遊世界「所羅門王與小蜜蜂」(以色列)

# 年度風雲 大事記

2001/01/17

公視第一部改編自李喬原著的客家文學大戲「寒夜」，在苗栗縣公館鄉搭設全劇主景開拍。

2001/02/03-02/04

連續二天現場直播諾貝爾文學獎得主高行健來台訪問的二場演講實況。

2001/02/11

媒體識讀節目「別小看我」首播，由沈春華擔任主持人，節目主要滿足兒童對媒體呈現背後的製作過程進行真相的揭露。

2001/02/22

「新視野-公共電視的發展與未來」研討會，探討公視的未來走向，邀請國內外傳播學者專家，就理論與實務面，為公視的未來把脈。

2001/02/24

南投埔里災區設置全國首創的「影音留言亭」，民衆透過操作簡單的按鈕，發表自己對公共議題的意見，即可在「大家來開講」節目中播出。

2001/02/26

公視第一屆監事會在立法院舉行公視三年報告書說明會，針對公視人事成本沉重、節目自製比例偏低等提出建議。

2001/03/01

第一屆董監事任期屆滿。

2001/04/02-09/28

「原住民電視人才培訓計畫」開訓，三十二名優秀學員展開為期六個月的電視專業訓練。

2001/04/02

首齣大型歌仔戲「秦淮煙雨」於八點檔隆重推出，公視斥資搭建古裝豪華大景，全力支持，證明公視對於推動傳統本土戲曲，延續本土文化的使命感。

2001/06/12

公視參與二十六國跨國合作的卡通動畫「虎姑婆」獲班夫電視節目展大學生評選為最佳卡通節目。

2001/07/01

「公視三週年 夢想看得見」園遊會，開放公視大樓予民衆參觀，並擺設各類節目宣傳園遊攤位，充份達成敦親睦鄰、與民衆同樂的目的。

2001/07/03-07/30

文學大戲「橘子紅了」再創收視熱潮，以整合行銷概念宣傳包裝此齣文學大戲，獲得觀眾熱烈迴響，收視率攀升至開播以來最高點。

2001/07/14

公視榮獲八十九年優良電視兒童節目最佳製播機構獎項，「我的朋友皮Y努」、「挑戰未來」二節目亦分別獲得優等獎。

2001/07/15

公視第二屆董監事順利誕生，除前次會議通過的吳豐山、林東泰、周陽山、陳藹玲外，選出翁秀琪、莊伯和、吳清友、白光勝、蘇芊玲、陳淑麗、嚴長壽、劉克襄八位董事，及林筠、王如玄、羊憶蓉、陳世敏四位監事。

2001/07/31

公視第二屆董監事預備會議中，選出吳豐山繼續連任董事長，林筠則被選為常務監事。

2001/07/31-08/27

提供口述影像服務，服務視障朋友，影片包括人生劇展四部佳片「雨來了」、「溫泉家鄉」、「夏日午后」、「尋找蓮花」，以及八點檔歷史大戲「孫中山」。



寒夜

# Public Television Service Foundation Annual Report 2001

2001/08/10

「虎姑婆」再傳捷報，贏得南美洲最大國際影展「AnimaMundi2001動畫世界」中的最佳兒童動畫類第一名大獎。

2001/09/28

本屆金鐘獎公視再度以入圍三十八項居冠，最後得獎名單揭曉，公視榮獲單元劇男主角、單元劇女配角、非戲劇導播獎、音效獎及兒童節目獎五個獎項。

2001/09/29

台灣媒體觀察教育基金會舉行「第一屆兒童及青少年優質節目」頒獎典禮，公視榮獲年度優質頻道殊榮，「別小看我」得到五顆星的最高評價。而「我的這一班」、「少年哈周刊」、「鸚鵡姐姐說故事」、「下課花路米」等節目也獲得九十年度第四季青少年暨兒童優質節目獎項。

2001/10/04

立法院三讀通過「公共電視法修正草案」，政府依照公共電視法編列預算捐贈的金額將維持每年九億元。

2001/10/08-10/19

舉辦「快樂呼吸·健康成長」第二屆水果奶奶醫院巡迴活動，主要目的在宣導國人認識過敏病症的衛教常識，水果奶奶走訪全省十所醫院，為激增的過敏性疾病病童加油打氣。

2001/10/30

公視播出「孫立人三部曲」，引發各界矚目。將蒙塵的史料重新呈現，讓社會大眾對這位歷史上舉足輕重、卻不見容歷史書籍的常勝將軍有深入的了解。

2001/11/07-11/09

「紀錄歷史 創作未來」國際紀錄片研討會，播放六部國內導演作品，同時邀請2001年奧斯卡最佳紀錄片入圍影片「無聲的吶喊」導演喬許·艾羅森及美國波士頓WGBH公共電視台製作人茱蒂·維琪奧尼發表專題演講。

2001/12/04

「別小看我」節目榮獲新加坡亞洲電視節「最佳兒童節目獎」。

2001/12/07

「虎姑婆」再奪國際大獎。相當於英國奧斯卡獎的「英國影藝學院兒童影展」，在十二個獎項中，「虎姑婆」奪下「兒童影視動畫大獎」。

2001/12/31

「牽手祈福夜、兩廳院藝術跨年總動員」活動現場實況轉播，美國ABC電視台跨年特別節目「ABC 2002」中，選取本節目精華片斷，呈現於全美觀眾面前。



少年哈周刊



別小看我



我的朋友皮Y努



下課花路米

# Public Television Service Foundation Annual Report 2001



公視國際紀錄片研討會



公視53街



## 邁向第二個三年 — 董事長的話

吳豐山

公視董事會是公視最高決策機構，任期三年。第二屆董事會於九十年七月成立並立即在第一屆董事會已然建立的基礎上，向第二個三年邁進。

公共電視法賦予公共電視既崇高又多樣的使命，第一屆董事會工作重點在於建立典章制度，並且掌握公視發展的正確方向。各方客觀論斷，認為第一個三年的任務已圓滿達成。依法監督公共電視經費使用的立法院於公視開播三年後特別成立跨黨派評估小組，評估經營績效，除了全員一致肯定公視的表現外，並且也協助公視將公共電視法第二條—政府捐贈款逐年不斷遞減的規定，修正為至第三年度（九十年）為止。

因為第一屆董事會績效獲得肯定，第二屆董事會全體成員倍感責任重大。這本年度報告上書寫的內容，部分是第一屆董事會任期內的工作，不過，第二屆董事會未曾一刻稍懈；一個事業體本來就是薪火相傳，一棒接著一棒向前奔跑！

我很高興由董監事及會內幹部組成的年度報告編輯小組聚焦在公視的教育服務表現之上；公視同時要照顧大眾、小眾和分眾，所以節目類別繁多，這本年度報告特別突顯公視成績卓著的教育節目表現和相關作為，一方面固然是作為向納稅大眾的報告，一方面也是公視全體工作同仁的一種自我策勵。

衷心希望公視能夠持續得到各方的肯定和支持。☺



## 持續的自我挑戰 — 總經理的話

彭正得

公共電視法原本規定，政府每年捐贈的經費逐年遞減百分之十。立法院於九十年十月四日三讀通過修正案，遞減至第三會計年度止。簡言之，政府捐贈的經費從今年起，每年維持九億，不再遞減。

這項修正案對公視的意義非凡，不僅使公視擁有更大的「專業自主」空間，不受商業及政治的干擾，以擴大並提昇公共服務的品質；而且相對穩定的經費來源，有利公視作長遠的規劃，尤其是節目的規劃。

九十年適逢全球經濟嚴重衰退，世界各國媒體的處境嚴峻，營收大幅衰退。但公共電視的自籌款達到三億元，比前一年度成長22%。其中銷售收入（含版權及影音產品）突破一億元，比前一年成長73%，更是難能可貴。同一年度，公視在全年增加347小時新自製節目量，而成本的支出則減少12%。顯示了我們全力推動的「以更高的效率製播高品質的節目」政策，初步獲得成果。

在節目的品質及公共服務方面，公視第三年也有很大的突破。公視與全球二十六個國家合作製播的「聽故事遊世界」節目，輔以公視同仁規劃的教案與遊戲本，在九十年底的寒假，全國有近八千個國小班級、二十三萬學童選擇看本節目做寒假作業，充分發揮公視教育服務的功能。其中「虎姑婆」這個短短十五分鐘的動畫節目，更囊括了全世界各地重要影展的「最佳兒童動畫節目」大獎，說「虎姑婆」是全球第一名的兒童動畫節目一點也不為過。

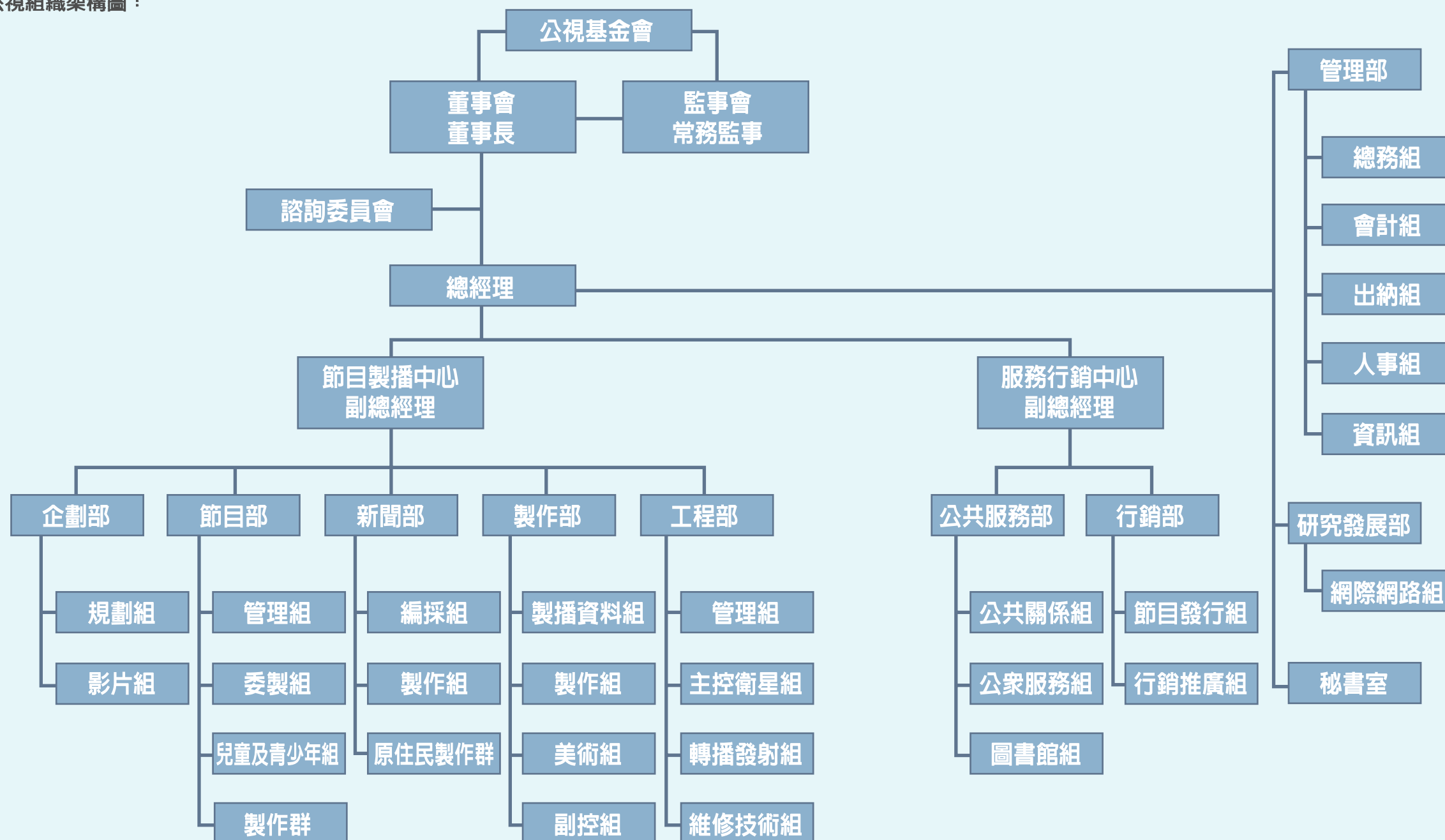
公視三年努力的成果以及完成修法，替公共電視的永續發展奠定堅實的基礎，固然值得欣喜，但並不意味從此高枕無憂。

每年九億預算，只能維持正常基本的運作。面對社會各界對公共電視愈來愈高的期待，估計每年至少要製播三千小時以上新節目，比目前足足多1,200小時，加上數位電視發展計劃所需經費，則每年至少要二十億預算，才足以建構具備新聞資訊、教育、文化及娛樂等全方位功能、具競爭力、且為民眾所信賴的電視台。因此，如何不斷提昇自籌款能力，節目製播的效率，組織文化的競爭力，以及節目的創意，是公視未來持續改革與自我挑戰的重點方向。☺

# 公視大家庭

## — 組織架構

公視組織架構圖：



公視的全名為「財團法人公共電視文化事業基金會」，依照公共電視法及公視捐助章程的規定，設有董事會與監事會，分置董事長及常務監事各一人。董事會掌舵營運方向，監事會則負責稽查經費使用與基金會運作有無違法事項。董事會視公視營運發展的需要，得設立各種諮詢委員會。

### 第二屆董事會成員如下：

吳豐山  
現職：財團法人公共電視文化事業基金會董事長

莊伯和  
現職：中華民俗藝術基金會副執行長  
台灣省文化基金會董事

嚴長壽  
現職：台北亞都麗緻大飯店總裁  
台灣觀光協會會長

翁秀琪  
現職：政治大學新聞系教授兼傳播學院院長

林東泰  
現職：台灣師大大眾傳播研究所教授兼所長  
中華民國民意測驗協會理事長  
中華民國大眾傳播教育協會副理事長

陳淑麗  
現職：演藝人員  
社會義工

吳清友  
現職：誠品股份有限公司董事長  
台灣省文化基金會董事

白光勝  
現職：延平基督長老教會牧師  
布農文教基金會董事長兼執行長

蘇芊玲  
現職：婦女新知基金會常務監事  
銘傳大學通識課程專任講師  
教育部兩性平等教育委員會委員

劉克襄  
現職：中國時報副刊副主任  
自然老師

周陽山  
現職：文化大學中山學術研究所所長  
台灣大學新聞研究所兼任教授  
政治大學俄羅斯研究所兼任教授

陳謫玲  
現職：富邦文教基金會執行長  
富邦慈善基金會執行長

### 第二屆監事會成員如下：

林筠（公視基金會常務監事）  
現職：台灣大學財務金融系教授

羊憶蓉  
現職：台灣師範大學社會教育系兼任教授  
聯合報副總主筆

王如玄  
現職：常青國際法律事務所律師  
台北律師公會常務理事

陳世敏  
（九十年十二月請辭公視基金會監事）



公視同仁工作情形

## 公視部門與分工

公視在業務運作上，設置總經理一人，受董事會指揮監督，綜理職務範圍內一切業務；副總經理二人，分別督導節目製播中心與服務行銷中心。節目製播中心由執行副總經理督導。

節目製播中心下設企劃部、節目部、新聞部、製作部及工程部。企劃部負責擬定節目與排檔策略、節目購買策略、審查節目企劃案等業務；節目部負責兒童節目與一般節目的企劃與製作等相關事項；新聞部負責國內外新聞、原住民與客家新聞節目及各類新聞性節目的規畫、採訪、編輯及製作；製作部負責節目與新聞的製作、導播作業、後製作業、美術場景設計等業務；工程部主要負責電視訊號的傳送作業及器材維護。

服務行銷中心下設公共服務部及行銷部。公共服務部主要負責公視節目與活動宣傳作業、公眾服務及教育服務等業務；行銷部負責公視影視產品的行銷販售，以及企業贊助、募款活動的開發與籌辦。

直屬總經理督導的有管理部、研究發展部及秘書室。管理部負責公視人事、會計、出納等行政業務。研究發展部主要負責經營管理策略的擬定、組織結構變革的研修、國內外公共電視學術資料的蒐集與整理、國際交流業務。秘書室負責立法院與政府公共事務的處理、董監事會議、公視主管會報、諮詢委員會綜合業務的辦理，以及秘書事務。✪



公視跨年活動

# 使命與願景

## 公視的使命

公共電視法指導與規範公共電視的運作，其意涵周延，理想性極高，亦兼顧社會長遠的需求。八十八年十一月，公視第一屆董事會參酌公共電視法，擷取其中的立台精神與製播原則，建立公視營運的基礎方針。經過縝密的討論與內部共識的凝聚後，提煉出公視永續發展的四大使命。

### (一) 製播多元優質節目

「多元優質節目」意義是指公視對節目品質的堅持，與彌補商業電視台過度市場導向的不足。在競爭導向的時代裏，公視決意透過專業的品管機制，掌握公共電視的利基，製作符合公共電視使命與觀眾需求的節目，真正落實公眾的付託。

### (二) 促進公民社會發展

公共電視的節目政策，在於維護民眾表達自由和知的權利，提高全民教育和文化水準，並促進民主社會發展，增進公共福祉。透過各類節目的製播，公共電視致力於社會多元而均衡的發展，並追求卓越的服務品質。

### (三) 深植本國文化內涵

公視以客觀負責的態度，真實記錄我國重要的歷史事件和觀點，並介紹台灣各族群豐富的文化內涵，逐步推廣至家庭與學校，讓民眾能更充分瞭解自己生長的土地和文化。同時主動提供民俗與藝術創作的發表管道，鼓勵大眾積極參與，增進全民的文化水準。

### (四) 拓展國際文化交流

公視藉由資訊化科技與節目呈現的多元文化風貌，積極參與國際間各項交流活動，增進人民對本國文化與他國文化的認知，並培養本土關懷和國際視野，同時也讓國際社會對台灣風土民情更加了解，實踐地球村的理念。

## 公視的願景

公視節目政策中也包含三年願景：「成為公共服務領域與教育文化節目的領導品牌」。

### (一) 公共服務領域的領導品牌

公視期望成為公共服務領域的領導品牌，提供自由、公開、理性與多元的公共領域，製播優質的新聞節目、公共服務節目，並主動參與各項公益活動、結合社會資源、守護公眾利益，實踐公共服務的承諾。

### (二) 教育文化節目的領導品牌

公視期望成為觀眾心中教育文化節目的領導品牌，任何一個年齡層的觀眾只要有吸收新知與學習上的需求，第一個想到的必定是公視，唯有公視針對每一個學習階段的個體提供最適切的服務。公視將致力於以多元的視野、多樣的風貌和高品質的專業技術，製作世界級的教育文化節目，提昇全民教育與文化水準。✪

# 新視覺經驗 — 節目服務

## 讓孩子快樂成長

兒童節目是公視的招牌之一。幼兒節目「水果冰淇淋」天天都讓小朋友快樂的學習，也帶給公視來自學校、家長及各方的肯定。九十年「水果冰淇淋」除了得到金鐘獎最佳兒童節目的榮譽之外，也是亞洲電視節當中「最佳推薦兒童節目」。

另一個獎不完的影展常勝軍「虎姑婆」，從八十九年就開始在國外嶄露頭角。九十年在國內得到小小觀眾票選呼朋引伴獎外，在國外更獲得班夫影展學生評審團最佳動畫獎、巴西聖保羅影展最佳動畫獎、英國演藝學院最佳動畫獎、紐約影展動畫兒童節目金牌獎，魅力遍及世界各國。重要的是，國內的動畫發展因公視的努力而向前推進一步。

新製學齡兒童節目「下課花路米」配合九年一貫的教育理念，帶著小朋友到台灣各地體驗不同的鄉土情，以城鄉探索及鄉土語文為起點，培養兒童成為有鄉土情、國際心的新世代兒童。

由於商業電視中的色情暴力內容愈來愈多，年輕孩子的人生價值觀念受到誤導，公視特別製播「別小看我」，推行媒體素養教育新觀念給小朋友及師長，讓他們瞭解媒體如何塑造偶像明星、如何創造流行帶動風潮，使兒童在面對媒體無所不在的影響力時，擁有正確判斷的能力。

公視開播以來，一直把青少年節目列為重點。九十年中公視在晚間六點半推出的青少年帶狀節目包括：益智問答為主的「少年烘焙雞」，和以報導高中職、大專校園與社團資訊為主的「校園新聞」。

## 分眾節目得以發聲

針對銀髮族與家庭主婦觀眾，公視週一至週五上午十一點，推出「台灣生活通」節目，提供有用的生活資訊。

週休二日開始實施後，公視研究國人生活型態與休閒習慣的更改，特別在週末推出專屬目標觀眾的節目。其中包括：專為婦女製播、提供兩性平權、社會新知的「台灣圓仔花」與「台灣查某人」；關注原住民事務的「原住民新聞雜誌」和「部落面對



虎姑婆



下課花路米



台灣圓仔花



聽聽看

面」；為客家族群製播，以客語發音，報導客家人、客家事為主軸所製作的雜誌型節目「客家新聞雜誌」，以及為客家母語教學設計的客語卡通「安東尼螞蟻」等。

此外，還有專為聽障族群製播的「聽聽看」，關心罕見疾病與身心障礙兒童的「星星的秘密」等節目。公視找出每一個長期以來在電視媒體上被漠視忽略的特定分眾，從他們的觀點來製作節目，提供細緻而誠摯的服務，也希望觀眾隨時給予意見回饋，使節目更好更進步。

不只是分眾節目的播映，公視還網羅並培育人才，組成了原住民節目及客家節目的製作小組，長期製作並主持服務他們本身族群的節目。「聽聽看」也由聽障者採訪及主持。這樣的企畫設計，無非是使特殊族群的心聲被真實的表達。

## 紀錄歷史放眼未來

公視每年製播生態、人文、藝術等各類紀錄報導，可說是國內紀錄片最主要的舞台。敢於與眾不同的公視，在八點檔不只推出戲劇，也推出強打紀錄片，其中「孫立人三部曲」深入剖析了這個在中國近代史上的常勝將軍與悲劇英雄一生的故事，引發各界矚目，將蒙塵的史料重新呈現，讓社會大眾對這位歷史上舉足輕重、卻不見容歷史書籍的常勝



紀錄片「孫立人」

將軍有深入的了解。「世紀行過—張學良傳」也為凋零的歷史人物，留下珍貴的聲音與畫面。

每晚十點到十一點時段，公視安排了國內及國外的紀錄報導節目，提供許多深入淺出，具有豐富內涵的紀實內容。其中包括生態紀錄報導「我們的島」、讀書節目「新閱讀時代」、探討城市發展的「城市的遠見」、以及獨立製片發表作品的「紀錄觀點」。

十一點檔年初以「亞洲世紀」為主題，介紹國際人物、歷史、經濟、宗教等主題，全方位呈現亞洲的面貌。其中「天安門事件始末」、來自俄國的「蔣經國傳」等珍貴紀錄片，推出後收視率與評價俱佳。此外「國際紀錄片雙年展」專輯播映了二十部來自世界各國的精選紀錄片，也為喜愛紀錄片的觀眾所津津樂道。



蔣經國傳



國際身心障礙者紀錄片影展

## 開闢無障礙的頻道

九十年公視首創電視節目黃金檔的視障版服務，也就是將畫面資訊轉化成口述影像與旁白說明，使視障朋友也可以欣賞一般的電視節目。配了視障版聲道的連續劇「孫中山」及四部人生劇展，使得國內視障朋友第一次有機會「看」到電視戲劇節目。

此外，公視在九十年度推出了連續六天的「圓缺之間 國際身心障礙者紀錄片影展」與相關主題之夜，包含探討輔具的「無障礙生活」；探討人工電子耳議題的「無聲的吶喊」；描寫重度腦性麻痺患者力爭上游的「跛腳王」；改編自暢銷書，講述植物人與生命對抗的「潛水鐘與蝴蝶」。

## 公眾近用精神的落實

公視是全民的電視台。公視不僅為民眾服務，而且可以讓人家來參與節目、發表意見。公眾近用節目「大家來開講」中，民眾可以暢所欲言。公視不引導、不剪輯、不收任何費用，讓民眾對於公共議題發表的意見原音重現。如果是三分鐘無法討論完畢的複雜議題，還可以到下一個節目「公民對話錄」中另闢一個論壇，以三十分鐘的時間與其他人一起討論。

另外，「公視53街」也基於同樣的精神，把表演時間提供給難以登上主流媒體的地下樂團、大專院校音樂科系學生，讓他們有公開表演的機會。這一連串的公眾近用節目，都在週日早上與觀眾見面。



大河之舞

### 戲如人生、品味文學

晚間的八點檔文學劇多由文學名著改編。九十年「大醫院小醫師」成功改編侯文詠醫師的暢銷小說，述說醫院中的生老病死，以及年輕人的成長。由於啟用一批年輕的新面孔，在戲的品質與口碑之外，帶動了九十年台灣偶像劇的風潮。「橘子紅了」則改編自女作家琦君的同名小說，延續了「人間四月天」的精緻文學魅力，使得「文學劇看公視」的概念深植觀眾內心。

「人生劇展」持續扮演國內電視電影人才的最佳展演窗口，也獲得觀眾喜愛。九十年推出的作品包含資深導演王小棣的「遺失」、吳桓導演的「我還有一隻腳」及新銳導演瞿友寧的「天空之城」、



太陽馬戲團

鄭文堂導演的排灣族原住民故事「瑪雅的彩虹」。這些作品以細膩與深刻見長，都在金鐘獎中獲得提名並獲得殊榮。

### 主題之夜、特別節目－視覺與觀念的新體驗

週五晚間不定期推出國內首創的「主題之夜」。以彈性型態、多元內容的方式呈現藝術、新聞、歷史、弱勢團體等各類主題。九十年的主題之夜有慰安婦議題「阿媽的秘密」、雲門舞集「水月」、追思外國傳道者的「馬偕逝世百年」、以及關懷身心障礙的「圓缺之間」等四十一個專題。主題之夜的設計，使不同議題得以深度探討，是國外許多公共電視所採用的節目形式。

九十年春節期間，公視特別推出「大河之舞」、「火焰之舞」、「太陽馬戲團」等精采表演藝術節目，以及可見到六千五百年前古生物生活紀實的動畫「與恐龍共舞」。假期中的視覺新體驗，讓觀眾印象深刻。



大醫院小醫師

### 公視國內外獎項得獎紀錄（九十年）

獎項名稱	得獎影片
第五十一屆柏林影展最佳影片銀熊獎	十七歲的單車－王小帥
第五十一屆柏林影展最佳導演銀熊獎	愛你愛我－林正盛
第十三屆馬賽國際紀錄片影展新導演獎	流離島影－我的綠島
第二十二屆加拿大班夫影展學生評審團最佳動畫獎	聽故事遊世界－虎姑婆
第二十四屆金穗優等錄影帶獎	人頭祭的故事
第二十四屆金穗紀錄短片獎	西嶼坪
第二十四屆金穗紀錄錄影帶獎	島國殺人紀事
第二十四屆金穗優等錄影帶獎	散宴
第二十四屆金穗實驗短片獎	噤聲三角
小小觀眾票選念念不忘獎	老大和木匠
小小觀眾票選呼朋引伴獎	金蘋果樹
小小觀眾票選最佳人氣獎	童話台灣－少女科布希
小小觀眾票選呼朋引伴獎	聽故事遊世界－虎姑婆
優良電視兒童節目最佳製播機構獎	公視基金會
巴西聖保羅影展最佳動畫獎	聽故事遊世界－虎姑婆
金鐘獎最佳單元劇男主角	人生劇展－記往忘了－丁強
金鐘獎最佳單元劇女配角	人生劇展－遺失－陳季霞
金鐘獎最佳音效獎	人生劇展－瑪雅的彩虹－陳柔錚、不浪尤幹
金鐘獎最佳兒童節目	水果冰淇淋
金鐘獎最佳非戲劇導播	城市的遠見－劉嵩
第十三屆馬賽國際紀錄片影展新導演獎	流離島影－我的綠島
第六屆亞洲電視節新聞時事第二名	公娼啓示錄
第六屆亞洲電視節最佳推薦兒童節目	水果冰淇淋
第六屆亞洲電視節最佳兒童節目	別小看我
英國演藝學院最佳動畫獎	聽故事遊世界－虎姑婆
第二屆廣播電視金技獎－工程技術個人獎	衛星地球電台工程技術個人優等獎
第二屆廣播電視金技獎－工程團體獎	衛星地球電台優等工程團體獎
2001紐約影展動畫兒童節目金牌獎	聽故事遊世界－虎姑婆

### 多元深入的新聞觀點

公視新聞節目的願景是善盡守望社會、守護公共利益的責任，在這種理念下，公視的新聞節目呈現多元、深入觀點。

「七點看世界」提供觀眾多面向的國際新聞節目，週一到週五晚間七點播出，是目前電視頻道中唯一專門報導國際新聞的節目，主持人劉必榮教授

以生動的專業評析，引領觀眾進入世界脈動。

「公視新聞深度報導」週一至週五晚間九點播出，以「小而美」、「關懷而有深度」的內容走向自許，節目內容包括當天的國內重點新聞與焦點報導區塊，並固定推出人權、教育、環境、社會觀察（勞工、弱勢或媒體識讀）及藝文專題。

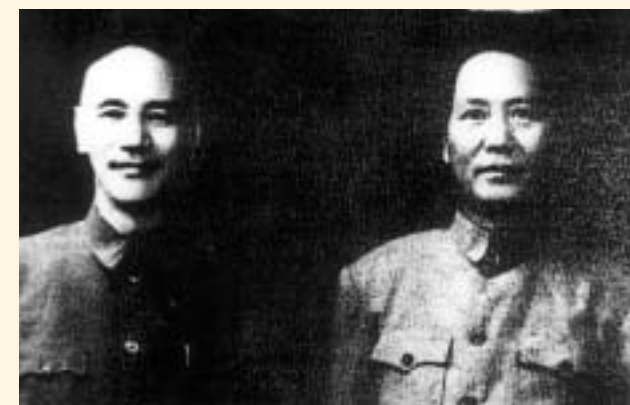


「我們的島」是台灣電視史上第一個以彰顯環境正義為製作理念的常態性節目，反應台灣幾年來過度開發的種種亂象，從永續發展的角度探索台灣未來的出路。本節目每週一晚間十點至十一點播出，隔天上午十點至十一點重播。



我們的島

「紀錄觀點」是台灣電視史上第一個播放本土紀錄片的常態性節目，於每週四晚間十點播出，半數首播的紀錄片都創下了不錯的收視率。「紀錄觀點」證明本土紀錄片將在電視頻道爭得一席之地，贏得觀眾的喜愛與肯定。



紀錄觀點

「原住民新聞雜誌」每週六早上十一點首播，晚間九點重播。本節目以原住民觀點與全國性的視野，關注國內外與原住民相關之議題。希望使原住民社會掌握與自身相關的社會脈動，促進其主體意識之建立。同時希望以寬闊的視野，彰顯各族群彼此尊重與關心的精神。

「部落面對面」是台灣唯一的原住民論壇節目，專門討論有關原住民的公共議題。每週日晚上七點至八點現場播出，週一早上九點至十點重播，每個月最後一個星期日安排在部落現場轉播。每集邀請主管機關、專家學者以及當地原住民菁英進行對談，並開放Call in（現場民眾）參與討論。希望藉由意見分享、充分討論，以凝聚共識，共同為原住民的生存發展貢獻心力。



部落面對面

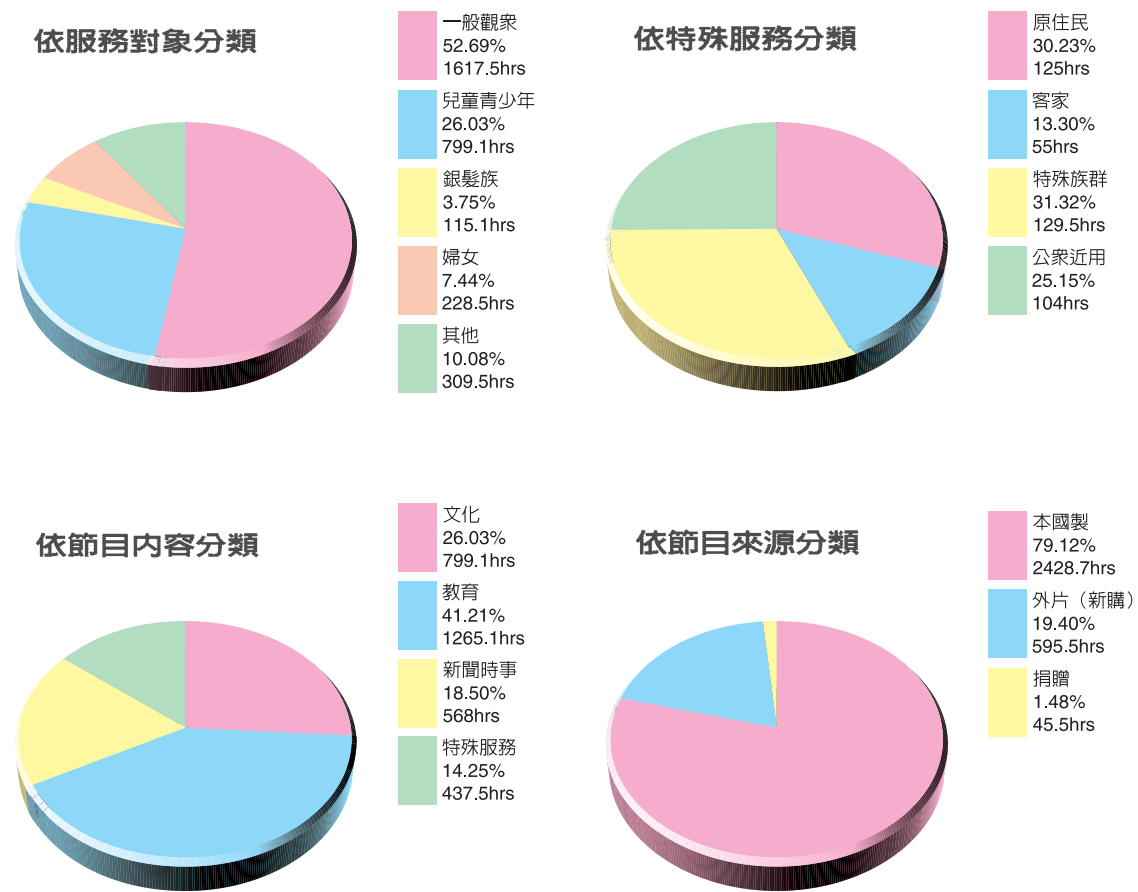
「客家新聞雜誌」以客語發聲，報導客家人、客家事。節目強調客家的主體性與在地性，內容有新聞的、文化的、生活的、知識的以及趣味的，是國內第一個常態性的客家新聞節目。客語發聲、深入地方，加上對客家公共事務的關注，「客家新聞雜誌」要展現台灣客家的多元風貌。

在當前一片羶色腥、窺私與口水戰橫飛的媒體生態當中，公視新聞節目提供觀眾另一種新聞視野和選擇—多元、深入、清新持平、維護公共利益與人性尊嚴。✪



客家新聞雜誌

## 各類型節目比例



## 附註說明：

- 1、各類型節目比例圖是依首播節目時數計算，九十年度總首播時數為3,069.7小時。
- 2、教育類節目包含兒童節目、青少年節目、親職教育、科技新知、生態環保、醫療保健等節目。
- 3、文化類節目包含音樂節目、文學戲劇、人生劇展、傳統戲曲等節目。
- 4、資料統計期間為九十年一月一日至十二月三十一日。

# 匯集人氣創造雙贏

## — 公視之友組織

公視之友是認同公視的朋友匯集而成的組織，公視自八十七年七月開播以來，已爭取了近三萬位觀眾的小額捐款，總金額超過3,000萬元，對公視的經費來源不無小補。

九十年的公視之友捐款狀況和前兩年差不多，一年的捐款金額是10,260,968元，平均一個月為855,000元，其中七月和十一月是「大月」收入都超過100萬元，九月則最低潮，單月是482,500元。

### 先增人數 再衝業績

這一年的公視之友招募策略集中在「人數」的增加，對於「衝業績」的著力不若前二年，主要是著眼於：公視之友主要是集合民眾對公視的認同和向心力，希望有更多的朋友進一步來了解公視、喜歡公視，因此，優先順序修正為：先增人數、再衝業績。

九十年的目標人數為10,000人，因此在推廣策略上，以與公視性質雷同的民間團體為主要的結盟對象。如：誠品書店的會員、購買過公視產品的觀眾、參加過公視活動的教師們、以及贊助公視節目的朋友等。上述的特定對象以半年為期贈送公視之友月刊，並成為公視之友會員，至九十年十二月共有11,167位會員。

### 配合節目和活動 主動出擊

其他配合招募公視之友的活動包括節目活動、教服活動。節目配合者有文學劇場「橘子紅了」共419人參加、「大醫院小醫師」有357人參加；配合教服活動的包括「水果冰淇淋」共有922人參加、「聽故事遊世界」有1,822人參加、「下課花路米」有1,087人參加。

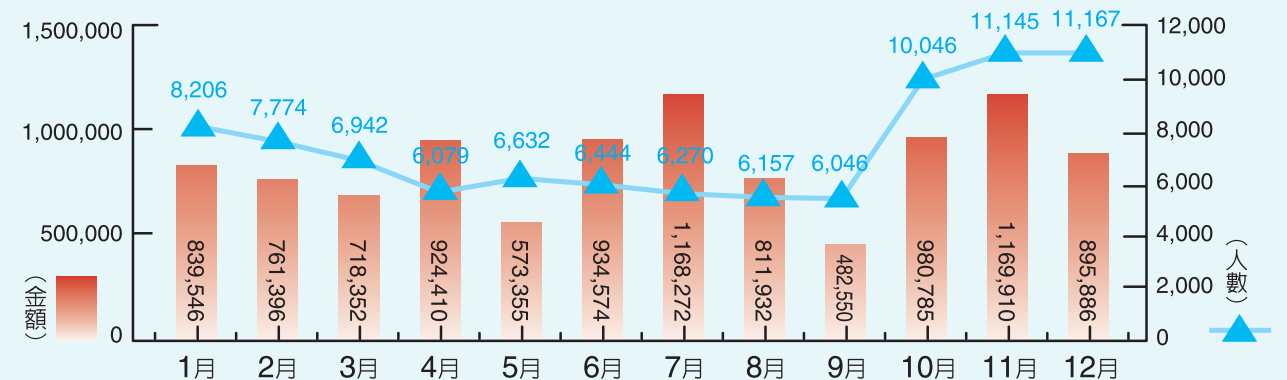
因活動配合而招募的包括「公視員工牽手活動」138人參加、「耶誕節活動」102人參加，另有和其他媒體合作的各式展覽活動案，包括「高行健畫作展」、「兵馬俑展」、「魔幻達利展」、「美索不達美亞展」、「杜米埃展」等。

### 公視之友 永續經營的基石

公視之友組織是公視和民眾第一線最直接的接觸，藉由和民眾的互動，進一步了解公視所設定的各項使命和目標，是否真是「民眾所需」、「民眾所愛」？也可以驗證公視節目政策方向是否合宜，並可微調和參考。

公視一直以作為一個「以民為尊的電視台」為目標，公視之友組織是個管道，也是個廣大的接觸面，我們不只從認同公視的民眾身上得到實際的小額捐款，挹注節目製作經費，更在其中看到同仁努力所獲得的成績，以及支撐公共電視永續經營的強大力量。

### 公視之友加入人數及捐款金額對照表(九十年)



# 傳動E世界

## — 網站服務

公視網站在同仁努力經營下，網站平均點閱率較前一年成長2.1倍，今年的月平均為843.5萬次，每月上網人次達34.4萬之多，網站已成為觀眾獲得公視資訊與雙向互動的重要途徑。

在這一個年度，公視網站在原有的基礎上，更著重於程式自動化、內容資料庫化、與經營多角化的方向發展。在四月份完成公視節目排檔暨上網自動化系統，八月份開發完成公視寬頻影音中心，同時亦陸續完成網站各項系統的資料庫化與中央管理系統的建置，以高度的自動化流程提昇工作效率，強化網站的服務品質。

在公視節目排檔暨上網自動化系統方面，為使觀眾能即時得到最正確的節目表資訊，特別將節目編排系統與網路節目表系統整合，當節目有所更動，網路節目表亦同步自動更新。節目表資料庫高度自動化後，公視網站將在下個年度推出個人化的會員服務，如個人節目表與節目小鬧鐘等，讓觀眾能更精準的掌握公視節目動態。

因應寬頻網路環境的成熟，公視特別成立網路寬頻影音中心，以服務廣大的寬頻用戶，在原有窄

頻節目之外，影音中心全面提供寬頻300k的節目，讓觀眾可以透過網路看到優質的公視節目，同時也開創了公視網站新的方向。

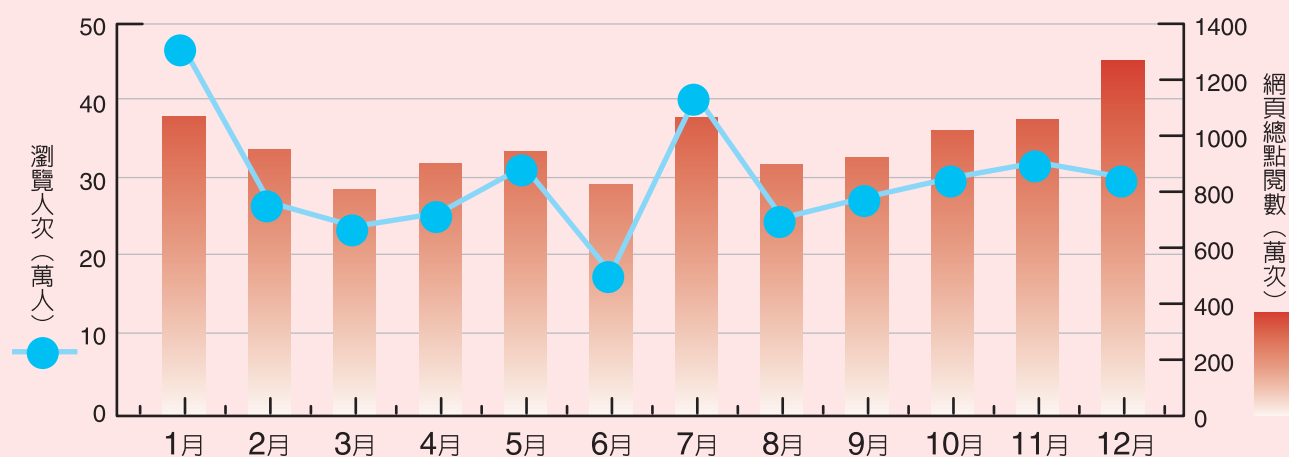
內容的資料庫化是網站發展的趨勢，公視網站亦積極建立各個節目或服務的資料庫平台，以更有效率的方式服務觀眾。此外，兒童網路互動遊戲也是發展的重點方向，其中的「水果冰淇淋線上著色遊戲」就深獲好評，至今已有超過二十七萬人次的小朋友玩過這個遊戲。

展望未來，公視網站將朝著多元化的方向發展，以更好的內容服務觀眾，並計劃推出更多的互動服務與遊戲。

### 公視網站流量統計表

平均網站首頁點閱率	35.5萬次/月
平均網站總點閱率	843.5萬次/月
平均網站上網人次	34.4萬次/月
平均每人停留時間	13分38秒/次

### 公視網站統計表（九十年）



# 拓展媒體新視野

## — 研究與發展業務

公視定期針對電視生態、產業環境與觀眾收視行為，收集相關資料並進行各種調查研究。研究的結果除了作為公視經營運作、策略擬定的參考之外，也將成果與學界、業界分享。

### 大型研究報告

歐美各國的公共電視制度行之有年，累積十分豐厚的經驗，是公視取經與師法的重要對象。因此

公視的研究報告中，世界各國公視的動態與經營策略，是研究重點之一。此外，電視數位化的影響，以及產業的變化，也是研究的主題。針對這些主題，公視獨立完成、與其他單位合作，或委託學者進行各項研究專案。這些研究報告因字數頗多，目前並未上網，僅以書面資料形式，放置在公視圖書館的公視檔案中，提供社會各界查詢。

研究報告名稱	研究報告執行者
Searching for a sound financial source for public television service in digital age--A Taiwan perspective.	公視研發部 Feedback. 42(2): 9-18. June 發表於美國Broadcast Education Association 會內刊物
Country Report: Taiwan (PSB the current status and the problems to be solved).	公視研發部 Presented at International Federation of Journalists Tokyo Meeting: Public Broadcasting in the Age of Information, June 10, Dai-ichi Hotel Tokyo.
公視新聞深度報導之節目規畫、時段安排與觀眾分析	淡江大學大眾傳播系副教授李美華 完成日期：九十年七月
電視學會數位電視參訪團—歐洲相關國家數位電視發展資料彙編	公視研發部 完成日期：九十年九月
公共電視數位化開闢教育服務新視野	公視研發部 原文發表於《二十一世紀資訊科學與技術學術研討會暨新世紀數位內容開發與產業發展研習會》，九十年十一月二十八日至三十日，國家圖書館。
法國公共電視現況	公視研發部 完成日期：九十年十二月
數位化時代無線電視之定位與發展	公視研發部協助完成 行政院研究發展考核委員會委託研究案 完成日期：九十年十二月

## 小型研究報告

除了大型研究報告，公視也定期針對產業環境、世界公共電視動態、數位電視等主題，撰寫小型研究報告，放置於網頁「岩花館」（網址 <http://rnd.pts.org.tw>）與公視內部網路中，促進公視同仁對現今媒體環境的了解，作為其節目規劃與自我進修最便利、有效的參考資料，同時可作為學術單位、大專院校學生及對媒體研究有興趣公眾的最佳輔助資料。

截至九十年十二月，對外開放的「岩花館」網頁，共有五十篇研究專文，其中「產業簡訊」十一篇；「媒體觀察」有十五篇；「世界電視」有十九篇；「趨勢新知」有五篇。「岩花館」網頁所提供的資料，在學界、業界已引起迴響，成功扮演學術與業界橋樑的角色。

## 研討會

公視定期舉辦研討會與座談會，希望能促進台灣傳播界的良性發展。九十年間共舉辦二場大型國際研討會，邀請國際舉足輕重的專業人士共同參與。二月舉辦「公共電視發展與未來」國際研討會，討論公共電視的功能角色與定位，邀請德國ZDF企劃部經理Emil Kettering、美國公共廣播電視協會前主席David J. Brugger、澳洲SBS總經理Nigel Milan、美國數位電視公共責任總統諮詢委員會委員Charles Benton，發表專題演講，分享國外的經驗。十一月舉辦「紀錄歷史、創作未來」國際紀錄片研討會，邀請波士頓公視WGBH監製Judith Vecchione及美國PBS製作人Josh Aronson發表專題演講，分享創作的經驗。

## e化的教育訓練

公視針對「知識趨勢」、「經營管理」、「公眾服務」、「創作理念」等主題，定期舉辦各種講座，提供各級主管知識創新之來源，亦鼓勵公視同仁參與。統計九十年度共舉辦十二場講座。另外，配合無線電視數位化之發展進程，公視積極舉辦各種數位相關教育訓練，九月起更由研發部擴大主辦「數位電視ABC系列講座」，從最基本的數位電視概念漸進地講授，第一階段共規劃十堂課程。

教育訓練講師除了國內業界翹楚，還包括國際知名專家，例如Input主席Rosenbauer、法國arte電視台製作人Christoph Jorg、美國公共廣播電視協會前主席David J. Brugger等人，為公視員工帶來豐富的外國經驗。

為了擴大教育訓練的功效，從九十年中旬開始，講座內容以錄音錄影的方式紀錄下來，放置於公視內部網站，成立「線上學習園地—新聞聽時代」網站，以e-learning的方式，讓公視同仁不受時間與空間的限制，隨時可以上網充電。

除了內部教育訓練，公視也提供外界訓練的課程，九十年度首次舉辦的是原住民電視人才培訓專案，共有600多人報名，最後錄取三十二名學員，經過為期六個月的電視專業訓練，結果共有十人留任公視，十四人至其他電視台與傳播公司任職，培訓出優秀的原住民電視製作人才。

## 推動國際合作與結盟

公視積極推動國際合作與交流，除了在節目部分與其他國家進行經驗交流，也嘗試出席各種國際廣電交流會議。九十年度出席的國際會議包括，六月研發部孫青主任代表公視參加International Federation of Journalists在東京舉辦的會議，在會議中報告公視發展現況。十二月研發部資深研究員林樂群受邀參加亞洲電視展(Asia Television Awards)開幕研討會，針對亞洲媒體面對強烈競爭及財務困難的因應之道、節目政策發表演說。節目部製作人徐秋華應法國在台協會邀請赴法國考察公共電視制度，並前往丹麥蒐集該國公視組織架構及互動電視發展資料。

此外，九月公視派員參加在加拿大多倫多舉辦的國際公共廣播電視年會(Public Broadcasters International, PBI)，與各國公共廣播電視業者建立有效接觸管道，並推展公視的國際知名度。七月研發部孫青主任獲邀前往香港擔任新加坡主辦的亞洲電視展評審，與來自各國電視業者評比4000餘件參賽作品的兩大項目，並拜訪香港公共電視台RTHK洽商九十年PBI年會事宜。

# 自籌款成績

公視的經費來源除了政府捐贈、有線廣播電視事業發展基金之外，其餘必須自行籌款。自籌款的收入來源，主要包含捐贈收入、租金收入、銷售收入，以及其他收入。捐贈收入包含公私機構、團體或個人捐贈；租金收入包含辦公房舍、轉播站台、攝影棚及器材設備出租之收入；銷售收入是指影視產品與版權銷售的收入。其他收入則包含利息、活動、代製節目及其他雜項收入。

八十八年至九十年自籌款收入比較表

單位：新台幣元

經費來源	八十八年度	八十九年度	九十年度	
			金額	年度增減率
捐贈收入	42,769,458	34,387,753	51,431,868	49.56%
租金收入	119,748,229	71,455,671	87,408,438	22.33%
銷售收入	29,753,980	57,856,325	100,290,809	73.34%
其他收入	29,584,594	82,396,877	63,128,858	-23.38%
合計	221,856,261	246,096,626	302,259,973	22.82%

說明：本表各年度係以年度業務報告書數據表示。

## 捐贈收入

捐贈收入主要是來自企業贊助以及民間的小額捐款。個人捐款部分，主要來自「公視之友」的收入。

九十年度捐贈收入總額為51,431,868元，與前一年度比較（八十九年為34,387,753元），增加了49.56%。在景氣不佳的情況下，能有如此的成績，顯示公視已逐漸獲得民眾的認同。

## 租金收入

為了充分運用資源與增加收入，公視經過精密計算與規劃，將部分攝影棚、設備、房舍出租，轉播站台也充分利用外租。此部份的收入九十年度總計為87,408,438元，較前一年度增加22.33%。

## 銷售收入

九十年度影視產品與版權銷售業績表現最為亮麗，總計為100,290,809元，與八十九年總額57,856,325元相比較，大幅成長73.34%，顯示公視節目的行銷狀況十分良好。視聽產品銷售收入，包括「學校公播」及「家用」等兩大市場。版權銷售總計銷售32筆2,307小時，銷售廣達15個國家及地區，主要仍為華語市場。



節目發行未來目標方面，除了擴大收入利基外，更將加強「開發與教育結合之輔助視聽產品市場」、「發展數位形式銷售及市場平台」、「加強開發華語市場及投入其他國際市場」等計劃，使業績持續成長。

### 視聽產品銷售排行榜（按金額）

資料期間：九十年一月一日至十二月三十一日

貨幣單位：新台幣

排名	視聽產品名稱	數量	單位	金額(元)
1	橘子紅了	3,703	套	6,633,064
2	發現者	3,461	套	6,271,963
3	城市的遠見	3,487 / 21	支 / 套	3,064,135
4	大醫院小醫生	1,187	套	2,692,007
5	福爾摩沙	2,923	支	2,593,438
6	聽故事遊世界	3,188	套	2,574,666
7	我的這一班	9,400	支	1,419,876
8	新鄉野大地	2,627	支	1,202,599
9	傲慢與偏見	1,407	套	1,078,970
10	我們的島	2,303	支	1,065,645

### 其他收入

其他收入以利息收入為主，另外還包括舉辦各式活動、代製節目及其他雜項的收入。九十年度收入為63,128,858元，主要因為銀行利息降低，因此此部份收入較前一年度減少23.38%。

### 總體表現

公視努力拓展自籌款收入，以提供更多、品質更好的節目與服務。回顧開播三年來的自籌款成績，每年都有成長。九十年度自籌款金額，總計為302,259,973元，較前一年度成長22.82%。在九十年度的自籌款收入中，以影視產品與版權的銷售收入成長最多，所佔的金額也最多，顯示公視所製播的節目確實獲得各界的認同，所以在節目播出之後，後續的影視產品與版權銷售，才能有如此亮麗的成績。

# 財務報告

## 資產負債表

中華民國九十年及八十九年十二月三十一日

單位：新台幣元

資 產	九 十 年 底		八 十 九 年 底		負 債 及 權 益	九 十 年 底		八 十 九 年 底	
	金 額	%	金 額	%		金 額	%	金 額	%
流動資產					流動負債				
現金及約當現金	\$ 516,161,594	20	\$ 546,584,668	37	應付票據及帳款	\$ 538,843	-	\$ -	-
應收票據	20,108,170	1	-	-	應付費用	123,428,103	5	74,339,505	5
應收帳款	52,717,954	2	17,019,576	1	其他應付款	15,253,712	1	2,659,450	-
預付款項	119,008,356	5	58,742,430	4	其他流動負債	33,996,710	1	5,531,265	-
其他流動資產	65,568,363	2	44,765,101	3		173,217,368	7	82,530,220	5
小計	773,564,437	30	667,111,775	45					
固定資產					其他負債				
土地	26,448,371	1	26,448,371	2	存入保證金	22,067,300	1	15,596,469	1
房屋建築	1,239,519,634	48	269,663,511	18	負債合計	195,284,668	8	98,126,689	6
機械設備	148,242,899	6	159,212,346	11					
交通及運輸設備	619,915,206	24	545,947,574	36	權益				
雜項設備	294,261,455	11	253,263,280	17	基金	2,300,766,474	88	1,226,276,682	82
減：累計折舊	(607,048,287)	(24)	(497,849,272)	(33)	累積盈餘	108,250,521	4	170,225,023	12
小計	1,721,339,278	66	756,685,810	51	權益合計	2,409,016,995	92	1,396,501,705	94
其他資產					承諾事項及或有事項				
出租資產(淨額)	103,616,561	4	64,218,765	4					
存出保證金	1,700,450	-	600,700	-					
遞延費用	4,080,937	-	6,011,344	-					
小計	109,397,948	4	70,830,809	4					
資產總計	\$ 2,604,301,663	100	\$ 1,494,628,394	100	負債及權益總計	\$ 2,604,301,663	100	\$ 1,494,628,394	100

## 基金收支表

中華民國九十年一月一日至十二月三十一日

單位：新台幣元

	九十年	八十九年
收入		
捐贈收入	\$ 971,651,868	\$ 819,198,041
利息收入	25,930,339	36,070,292
租金收入	87,408,438	89,489,328
銷售收入(淨額)	100,290,809	67,496,883
其他收入	37,198,519	57,566,858
	<b>1,222,479,973</b>	<b>1,069,821,402</b>
支出		
成本	507,875,916	581,992,848
行政管理費用	112,469,060	127,801,438
公共事務推展費用	48,672,324	39,768,629
新聞節目企劃製作費用	170,778,212	162,078,950
一般節目企劃製作費用	50,394,088	49,458,041
節目製作播映作業費用	159,094,412	184,776,561
工程作業管理維護費用	179,870,335	198,006,350
研究與發展業務費用	20,255,535	14,862,470
行銷業務費用	21,487,000	19,354,882
其他損失	10,049,498	4,187,834
	<b>1,281,063,080</b>	<b>1,382,288,003</b>
收支結紮	(58,583,107)	(312,466,601)
所得稅費用	-	-
本期結紮	<b>\$ (58,583,107)</b>	<b>\$ (312,466,601)</b>

## 權益變動表

民國九十年及八十九年一月一日至十二月三十一日

單位：新台幣元

	基金	累積餘紮	合計
八十九年一月一日餘額	\$ 1,226,276,682	\$ 482,691,624	\$ 1,708,968,306
八十九年度結紮	-	(312,466,601)	(312,466,601)
八十九年十二月三十一日餘額	<b>\$ 1,226,276,682</b>	<b>\$ 170,225,023</b>	<b>\$ 1,396,501,705</b>
九十年一月一日餘額	\$ 1,226,276,682	\$ 170,225,023	\$ 1,396,501,705
捐贈資產	1,071,098,397	-	1,071,098,397
累積餘紮轉列基金	3,391,395	(3,391,395)	-
九十年年度結紮	-	(58,583,107)	(58,583,107)
九十年十二月三十一日餘額	<b>\$ 2,300,766,474</b>	<b>\$ 108,250,521</b>	<b>\$ 2,409,016,995</b>

## 現金流量表

民國九十年及八十九年一月一日至十二月三十一日

單位：新台幣元

	九十年	八十九年
營業活動之現金流量：		
本期結紮	\$ (58,583,107)	\$ (312,466,601)
調整項目		
折舊及攤提	174,442,048	195,711,196
固定資產處分及報廢損失	6,982,837	644,816
資產及負債項目之變動		
應收票據	(20,108,170)	-
應收帳款	(35,698,378)	(10,729,125)
預付款項	(60,265,926)	183,137,538
其他流動資產	(20,803,262)	(8,885,291)
應付票據及帳款	538,843	-
其他應付款	2,343,020	(10,607,839)
應負費用	49,088,598	-
其他流動負債	28,465,445	(8,006,375)
營業活動之淨現金流入	<b>66,401,948</b>	<b>28,798,319</b>
投資活動之淨現金流量：		
購置固定資產	(101,068,865)	(110,898,367)
出售固定資產價款	-	-
其他資產增加	(2,226,988)	(1,307,175)
投資活動之淨現金流出	<b>(103,295,853)</b>	<b>(112,205,542)</b>
理財活動之淨現金流量：		
存入保證金	6,470,831	8,353,491
理財活動之淨現金流入	<b>6,470,831</b>	<b>8,353,491</b>
本期現金及約當現金減少數	(30,423,074)	(75,053,732)
期初現金及約當現金餘額	546,584,668	621,638,400
期末現金及約當現金餘額	<b>516,161,594</b>	<b>546,584,668</b>
支付現金及其他應付款交換固定資產：		
固定資產	\$ 111,320,107	\$ 113,557,817
加：期初其他應付款	\$ 2,659,450	\$ -
減：期末其他應付款	(12,910,692)	(2,659,450)
支付現金	<b>101,068,865</b>	<b>110,898,367</b>

## 財務實況：

一、公視創立時由行政院新聞局捐助現金100,000,000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1,898,742,064.5元，合計1,998,742,064.5元所成立，已取得法人登記證書立案。惟於民國九十年四月二十六日經新聞局核准，受贈資產以基金會成立時之未折減餘額1,126,276,682元入帳，因此基金總額減少772,465,382.5元成為1,226,276,682元；另於九十年度間，行政院新聞局捐贈行政製作大樓A棟資產計1,071,098,397元及自累積餘額轉列基金計3,391,395元，致民國九十年底止基金餘額為2,300,766,474元，並於九十年十一月二日完成變更登記。

二、公視九十年度財務報表業經安侯延業會計師事務所會計師查核簽證。

(一) 資產部分：流動資產773,564,437元，固定資產1,721,339,278元，其他資產109,397,948元，合計2,604,301,663元。負債及權益部分：流動負債173,217,368元，其他負債22,067,300元，權益2,409,016,995元，合計2,604,301,663元。

(二) 基金收入部分：政府捐贈收入900,000,000元，非政府捐贈收入322,479,973元，合計1,222,479,973元。基金支出部分：計畫執行之費用1,271,013,582元，其他損失10,049,498元，合計1,281,063,080元，本期結餘數為58,583,107元，九十年底累積結餘數為108,250,521元。本年度依契約責任保留258,133,010元，於以後年度執行。

## 收入比例分析

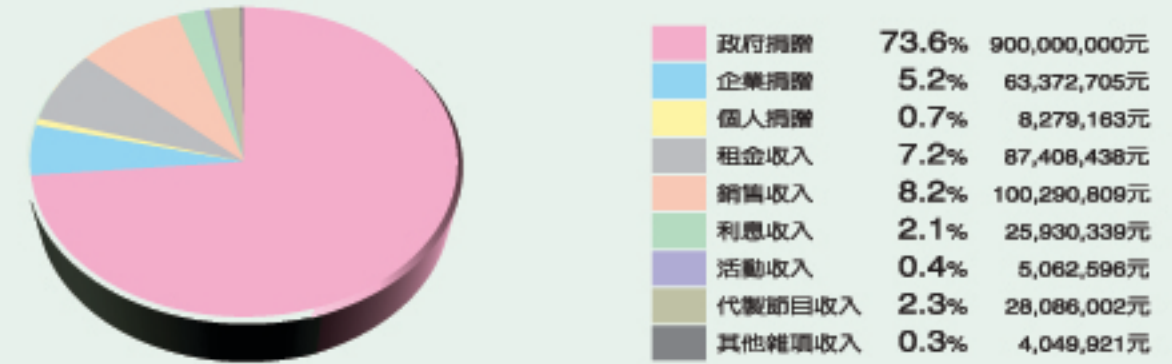
九十年度收入總計為1,222,479,973元，主要包含捐贈收入、利息收入、租金收入、銷售收入與其他收入。其中捐贈收入包含政府、企業與個人捐贈。

政府捐贈為900,000,000元，佔年度總收入的73.6%。原本政府捐贈將逐年遞減百分之十，九十年度因公共電視法修法通過，政府捐贈遞減至第三會計年度，從九十一年起，將每年維持九億元。

企業捐贈總計63,372,705元，佔總收入的5.2%，其中包含有線廣播電視事業發展基金20,220,000元。有線廣播電視事業發展基金，為有線廣播電視法第五十三條規定，系統經營者每年提撥營業額百分之一金額，提繳中央主管機關成立特種基金，基金中的百分之三十捐贈給公共電視。

其餘收入主要為自籌款項目，在公視全體同仁的努力下，逐年增加，特別是銷售收入（影視產品與節目版權的銷售收入）總計為100,290,809元，佔總年度收入8.2%，與前一年度比較增加幅度最大。租金收入合計為87,408,438元，佔年度收入7.2%，對公視的財務有極大的幫助。其餘收入詳見收入比例圖。

## 收入比例圖



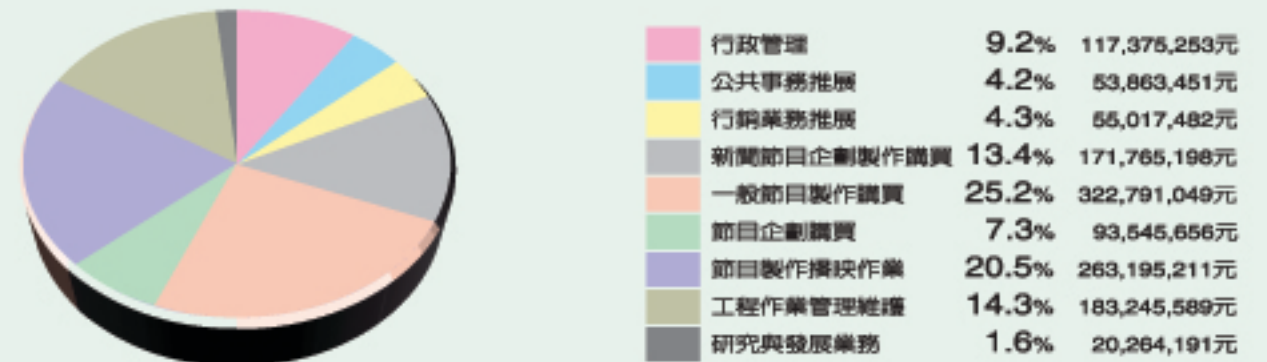
附註：部份公視之友捐款是以公司企業名義捐贈，在會計科目中列為企業捐贈。

## 支出比例分析

九十年度支出總數為1,281,063,080元，以節目製作佔的比例最多，為總支出的66.4%。節目製作又可分為新聞節目企劃製作購買（佔13.4%）、一般節目製作購買（佔25.2%）、節目企劃購買（佔7.3%）、節目製作播映作業（佔20.5%）。

行政管理佔總年度支出的9.2%，因行政費用管控效率提昇，所以行政管理費用逐年下降。研究與發展業務佔總年度支出的1.6%，有鑒於研發對於公視未來發展與策略有重要的影響，因此研發費用的比例逐年增加。其餘支出項目與比例，詳見支出比例圖。

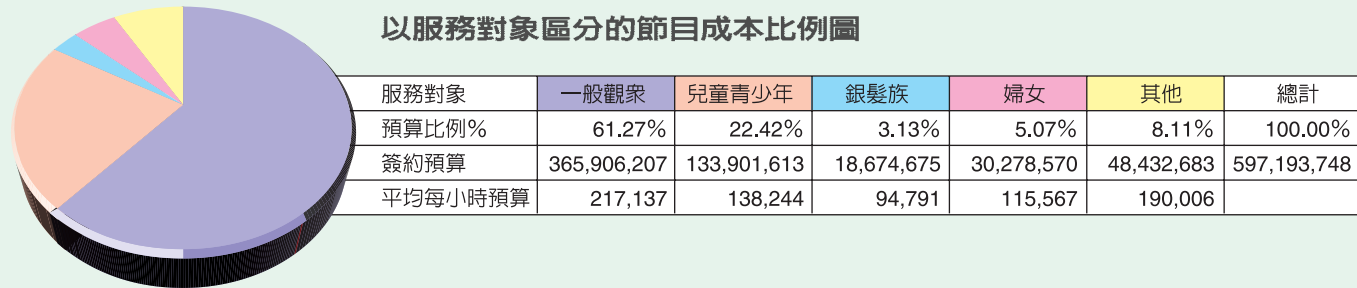
## 支出比例圖



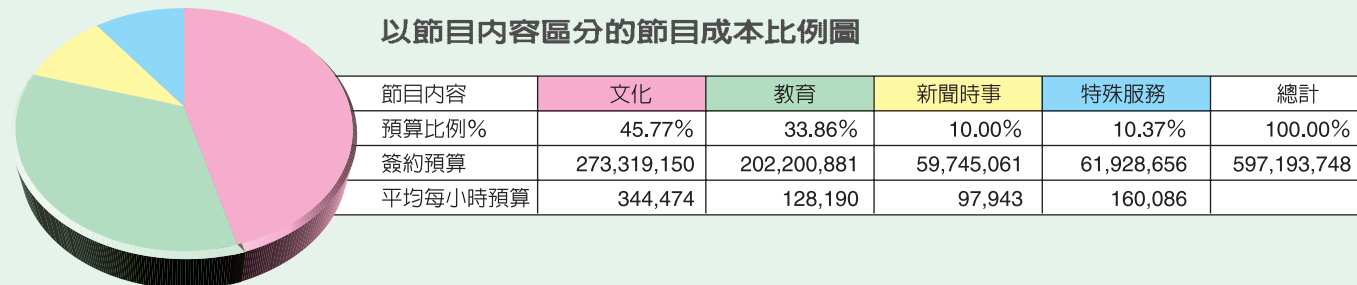
附註：本圖的數字將基金收支表中的「成本」，歸類到各個項目，故本表數字與基金收支表略有不同。

# 回顧這一年

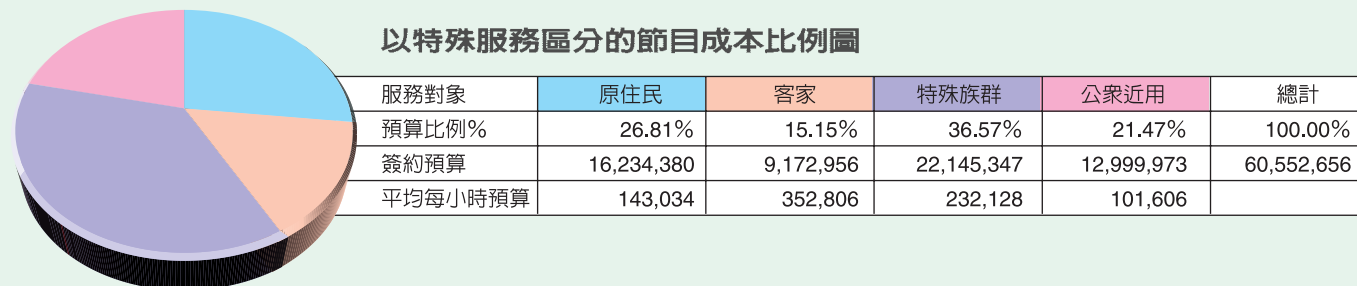
以服務對象區分的節目成本比例圖



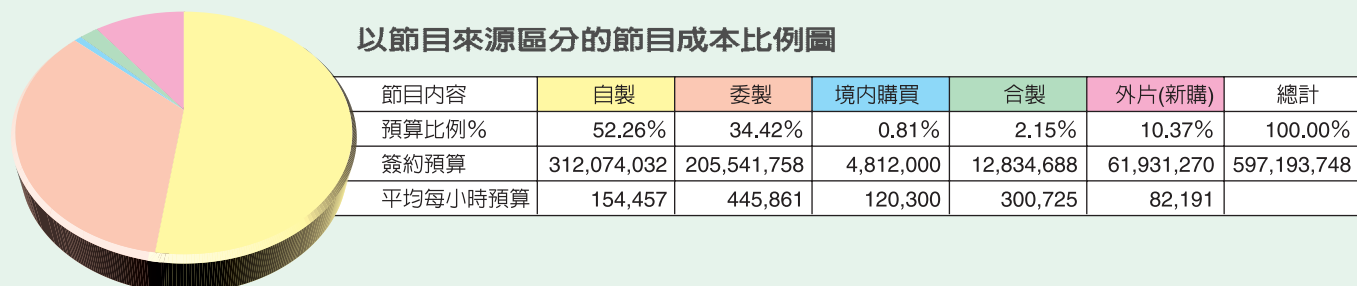
以節目內容區分的節目成本比例圖



以特殊服務區分的節目成本比例圖



以節目來源區分的節目成本比例圖



爲了落實對公眾的承諾，公視針對使命與願景，擬定年度事業計劃與目標，將承諾化爲具體的行動。九十年度的年度目標共有六大項目，包括「強化經營體質」、「提昇節目製播品質」、「節目政策落實三年願景」、「加強與民眾互動」、「提昇籌資能力」、「發展多平台之經營環境」。

針對六大年度目標，公視各部門擬定細項工作計劃，並列爲目標管理的衡量指標，每季追蹤進度與達成狀況。

## (一) 強化經營體質：

爲了強化經營體質，公視在內部行政管理上，推動目標管理，提昇工作績效，建立公平合理的薪資制度。目標管理於兩年前開始推動，在員工部分實施績效考核制度與新人事薪資制度，以科學化、組織化的管理方式，增加工作效率，強化公視的經營體質。由於節目呈現涉及藝術表現，轉爲量化的衡量指標，具有相當的困難度，再者制度的建立與落實必須隨著環境而調整，此部份年度目標達成狀況未臻完善，未來仍須努力。

## (二) 提昇節目製播品質：

要提昇節目製播品質，首先要提昇製作人員專業素質，並強化節目前置研究與製播效益評估。公視持續推動員工教育訓練，舉辦創意點子獎，有助於節目品質的提昇。此外，重點節目的觀眾滿意程度與收視表現，列爲目標管理的追蹤項目，可有效提醒製作單位在節目品質上努力。

公視節目雖然屢獲國內外獎項的肯定，但節目品質是持續努力的目標，因此嚴格而言，此項年度目標只能說部分達成，未來公視在節目品質將精益求精，讓觀眾滿意度與收視表現更加提昇。

## (三) 節目政策落實三年願景：

公視持續服務兒童、青少年、客家、原住民族群，製播適合其觀賞的節目，進一步推出公眾近用及媒體識讀節目，並嘗試製作戶外開講式節目，轉播重大公共議題的討論會議，落實節目三年願景，成爲公共服務領域與教育文化節目的領導品牌。此項年度目標達成。

## (四) 加強與民眾互動：

爲了建立全民對公共電視的認同，結合社會資源開發全民共享的視聽活動，公視以會員方式推出「公視之友」、「希望奇兵」活動，凝聚支持公視的民間力量，此外，也加強公視頻道電視收訊改善，強化整合宣傳活動，並且提高觀眾參觀公視的人數與滿意度。此項目標大部分達成，未來公視將持續努力，加強與民眾的互動。

## (五) 提昇籌資能力：

爲了落實公視永續經營的基石，必須持續提昇自籌款項的能力。籌款方式包括公視之友捐款、辦公設備與空間出租、主題性專案合作、企業贊助、推動公共電視法遞減條款等，活化多元的籌資能力。九十年度的籌款目標不負眾望達成，公共電視法修正草案，也在九十年十月三讀通過，政府依照公共電視法編列預算捐贈的金額將維持每年九億元，對公視長遠發展和永續經營，具有重要意義。

## (六) 發展多平台之經營環境：

電視數位化是當前電視產業最重大的變革，因應這項變革，公視推動電視數位化的教育訓練，加強員工進修，並積極參與數位環境資源整合及結盟。因電視學會數位電視兩年試播計劃延遲，所以此項年度目標爲大部分達成。

# 公視代言人

爲了與觀眾更親近，公視將節目區分爲教育、藝術、公益、戲劇、本土傳統及兒童節目，分別邀請李遠哲、林懷民、黃春明、孫越、孫翠鳳及趙自強等六位來自不同領域的專業人士擔任「公視大使」。中央研究院李遠哲院長爲教育文化界的代表；舞蹈家林懷民爲藝術跨刀；小說、編劇家黃春明主要推薦戲劇節目；孫越則應邀擔任強化公益形象的重要同盟；孫翠鳳應聘凸顯民俗傳統之美；趙自強的主要任務是吸引兒童的目光。「公視大使」除了呼籲民眾認同公視外，同時也深切傳達出一般民眾對公視的期許。



## 年度目標達成狀況

年度目標	細項目標達成狀況	達成情況
強化經營體質	<ul style="list-style-type: none"> <li>▼ 推動目標管理</li> <li>▼ 實施績效考核制度</li> <li>▼ 建立新人事薪資制度</li> <li>▼ 通過ISO品質認證與追蹤評鑑</li> <li>▲ 建立重點職類生產力衡量指標與人力增補評估相結合</li> </ul>	大部分達成
提昇節目製播品質	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲ 重點節目達成收視指標</li> <li>▲ 提昇製作人員專業素質</li> </ul>	部分達成
節目政策落實三年願景	<ul style="list-style-type: none"> <li>▼ 擴大兒童、青少年、客家、原住民、公衆近用及媒體識讀節目之製播比例</li> <li>▼ 加強戶外開講節目</li> </ul>	達成
加強與民衆互動	<ul style="list-style-type: none"> <li>▼ 公視之友人數達10,000人</li> <li>▼ 希望奇兵人數達25,000人</li> <li>▼ 多功能整合宣傳專案</li> <li>▲ 參觀人數、滿意度與知名度</li> </ul>	大部分達成
提昇籌資能力	<ul style="list-style-type: none"> <li>▼ 公視之友捐款與活動收入</li> <li>▼ 辦公空間與設備出租收入</li> <li>▼ 舉辦國際研討會</li> <li>▼ 主題性專案合作募集自籌款</li> <li>▼ 推動修廢公共電視法遞減條款</li> </ul>	達成
發展多平台之經營環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>▼ 推動電視數位化之教育訓練</li> <li>▲ 完成數位電視試播台建設</li> </ul>	大部分達成

在九十年年度目標之中，「節目政策落實三年願景」、「提昇籌資能力」達成率百分之百；「強化經營體質」、「加強與民衆互動」、「發展多平台之經營環境」等三項目標大部分達成；「提昇節目製播品質」部分達成。達成的部分，公視並不以此成績自滿，應該繼續努力，更上一層樓；未達成的部分，公視當虛心檢討，擬定改善方案，持之以恆，必能一年比一年進步。✿

# 歡迎來電

## 各部門聯絡方式

部門	電話	傳真	電子郵件信箱
總機	(02)2632-9533		
董事長辦公室	(02)2633-8007	(02)2633-8176	Pub@mail.pts.org.tw
總經理辦公室	(02)2633-8188	(02)2633-8176	Pub@mail.pts.org.tw
執行副總經理辦公室	(02)2633-8189	(02)2633-8176	
副總經理辦公室	(02)2633-8008	(02)2633-8176	
秘書室	(02)2633-8187	(02)2633-8176	
研發部	(02)2633-8178	(02)2630-1193	
管理部	(02)2630-1189	(02)2633-8100	
工程部	(02)2633-8101	(02)2633-8110	
公服部	(02)2633-8195	(02)2633-8124	
節目部	(02)2633-8071	(02)2633-8050	
企劃部	(02)2633-8121	(02)2633-8050	
製作部	(02)2630-8085	(02)2633-8089	
新聞部	(02)2633-8039	(02)2633-8022 (02)2630-1044	
行銷部	(02)2633-8114	(02)2634-6584 (02)2634-1155	
圖書館	(02)2633-8126	(02)2630-1197	

## 各項服務專線

服務	電話	傳真	電子郵件信箱
觀眾服務語音電話	(02)2634-9122	(02)2633-8124	Pub@mail.pts.org.tw
客服專線 (公視之友、希望奇兵洽詢)	(02)2633-8000	(02)2633-8124	Pub@mail.pts.org.tw
訂購影視產品語音電話	(02)2633-9922	(02)2634-1155	Shopping@mail.pts.org.tw
訂購影視產品服務專線	(02)2630-1166 (02)2630-1826	(02)2634-6584 (02)2634-1155	
參觀公視服務專線	(02)2630-1175	(02)2633-8124	Pub@mail.pts.org.tw
公共檔案詢問	(02)2633-8126	(02)2630-1197	
學術交流	(02)2633-8178	(02)2630-1193	rnd6155@mail.pts.org.tw
網站服務	(02)2630-1191	(02)2631-8730	web@mail.pts.org.tw

地址：114台北市內湖區康寧路三段75巷50號

網址：<http://www.pts.org.tw>

郵政劃撥帳號：19213335

發行人 吳豐山

編輯委員會

召集人 林東泰

委員 羊憶蓉、翁秀琪、劉克襄

工作小組 李永得、李懿文、張福海、彭玉賢

資料照片 公視各單位提供

發行日 九十一年五月

Public Television Service Foundation Annual Report 2001

席捲全球的幼兒節目

天線寶寶來了...  
Teletubbies

7月5日起  
週一到週五

早上7點  
下午5點

