

# 公共廣電集團未來的 頻道定位、分工與經營策略 座談會



財團法人公共電視文化事業基金會

# 報告大綱

---

- ➔ ■ 公視經營現況
- 國外有廣告收入公共電視台之經營模式
- 公廣集團架構及華視公共化的未來挑戰

# 關於公視

---

- 1998年七月一日開播
- 播出總時數：8734.93hrs (2005)
- 新製首播節目時數：2336.55hrs (2005)
- 政府每年捐助新台幣9億元
- 自籌款≐ 5.6億元(2005)

# 公視節目品質獲肯定

## ■ 金鐘獎成績單

- 2005: 入圍40項/得獎7項
- 2005小金鐘: 入圍21項/得獎11項
- 2004: 入圍41項/得獎11項
- 2003: 入圍67項/得獎18項
- 2002入圍55項/得獎12項
- 2001: 入圍38項/得獎5項
- 2000: 入圍48項/得獎14項

# 公視節目品質獲肯定

## ■ 國際獎項

### ■ 獼猴列傳之戰爭與和平

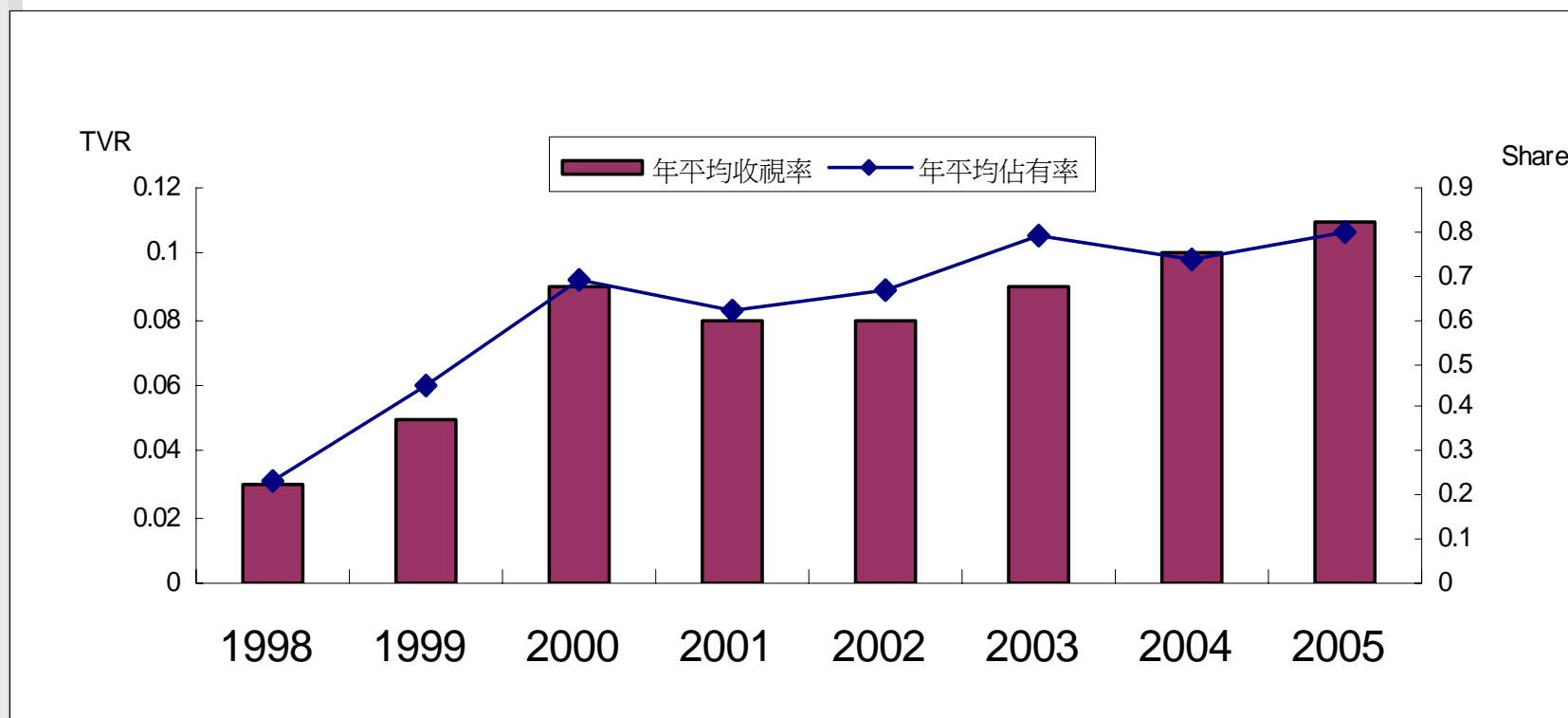
- 美國CINE Golden Eagle Award
- 美國國際野生影展
- 韓國首爾綠色影展
- 西班牙Telenatura影展

### ■ 世紀宋美齡

- 美國CINE Golden Eagle Award

**2005**總計海內外入圍總數**145**件，較**2004**年**92**件成長**1.58**倍；  
**2005**海內外得獎總數**55**件，較**2004**年**48**件，成長**1.15**倍

# 公視收視率和佔有率



資料來源：AC Nielsen

# Yahoo!奇摩民調中心 2005理想媒體大調查

公共電視在「教育功能」、「內容深度」、「資訊正確性」、「公信力」等指標皆獲得第一；但即時性、互動性等待強化。

指標	教育功能	內容深度	公信力	資訊正確性	與地方結合	權威性	影響力	國際新聞	互動性	娛樂價值	即時性		理想電視媒體
名次	1	1	1	1	5	6	8	9	9	11	12	名次	3
滿意度	68.0%	57.3%	48.6%	46.1%	36.9%	31.4%	46.2%	33.5%	31.3%	25.4%	27.5%	認同比例	14.0%

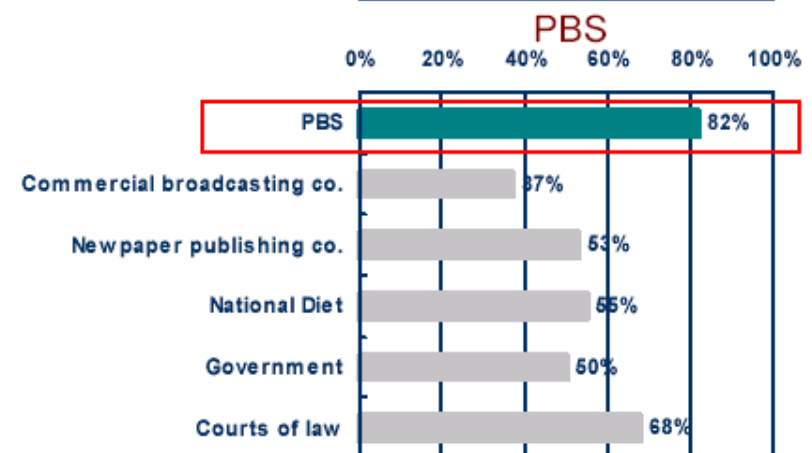
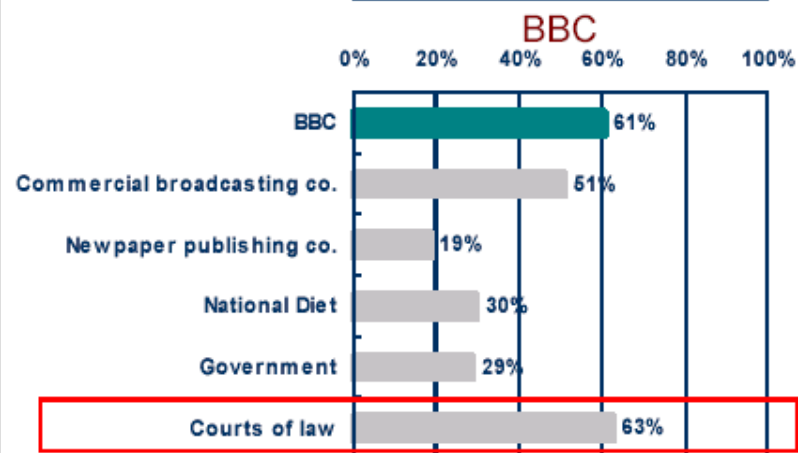
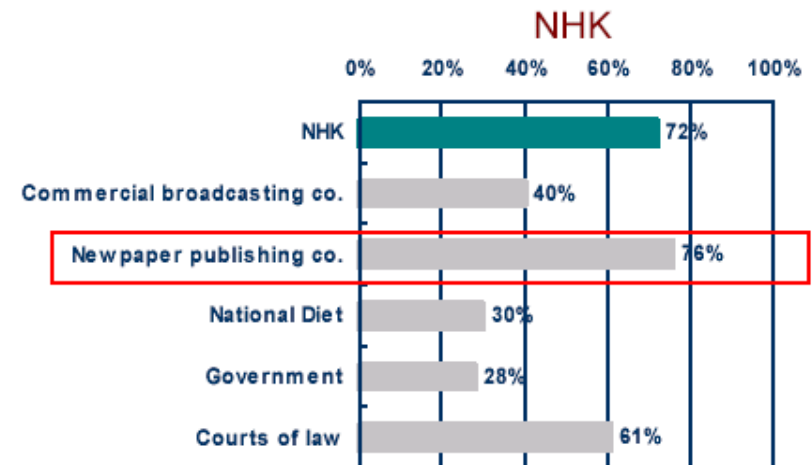
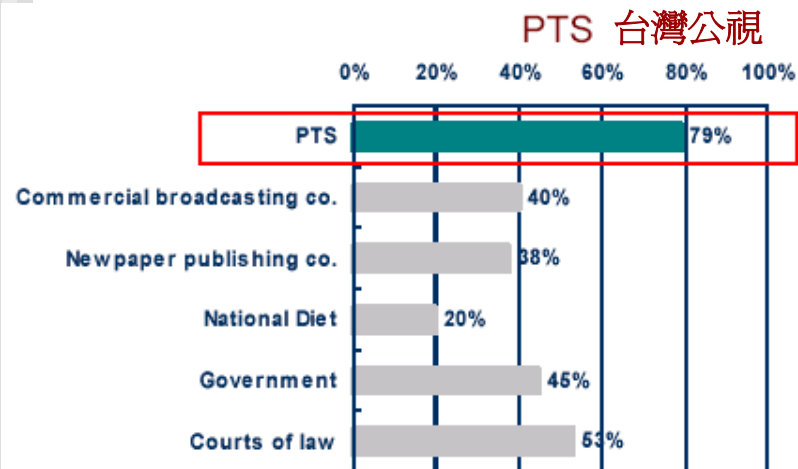
# 蕃薯藤

## 搶救台灣新聞網路民意大調查

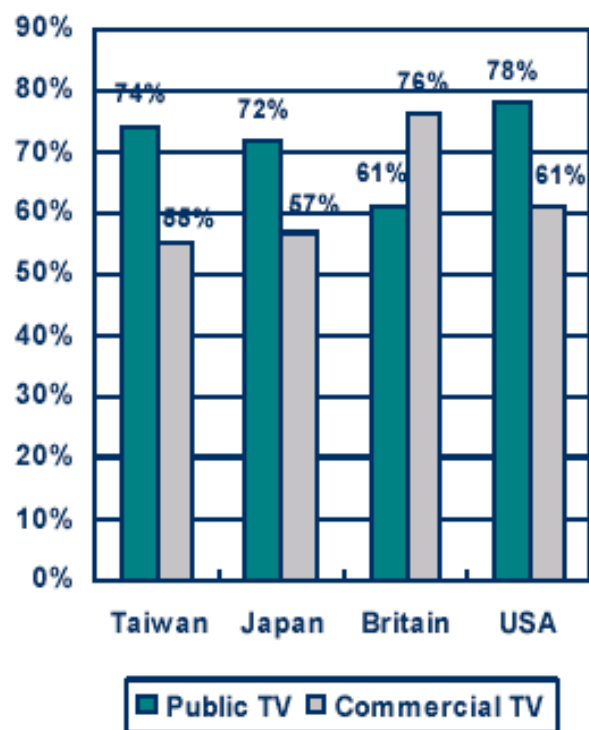
- 票選期間：2005-08-19 ~ 2005-08-30
- 由財團法人廣電基金，委託蕃薯藤新聞網舉辦
- 你最相信哪一台新聞？(總投票數：14679 票)
  - 第1名 公視 27%
  - 第2名 非凡 21%
- 你最喜歡的新聞頻道為何？(總投票數：15145 票)
  - 第1名 公視 28%
  - 第2名 非凡 21%



# 公共電視值得信賴嗎？



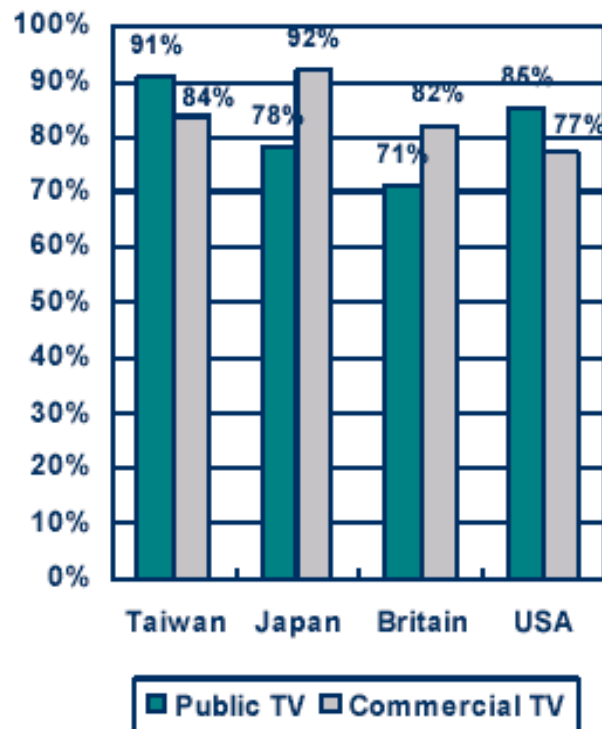
# 對公共電視滿意嗎？



資料來源：PTS Branding for the Future  
(2003, Caliper)

註：PTS為台灣公視

# 需要公共電視嗎？



資料來源：PTS Branding for the Future  
(2003, Caliper)

註：PTS為台灣公視

# 報告大綱

---

- 公視經營現況

- ➔ ■ 國外有廣告收入公共電視台之經營模式

- 公廣集團架構及華視公共化的未來挑戰

# 主要國家公廣集團頻道及廣告

各國公視	頻道簡介	有無廣告收入
BBC	BBC1、BBC2、BBC3、BBC4、CBBC、Cbeebies、BBC News24、BBC Parliament、BBC World、5類比廣播頻道、5數位廣播頻道、以及海外廣播服務	X
NHK	綜合台、教育台、BS-1、BS-2、BS-Hi、NHK World、3類比廣播頻道	X
KBS	KBS1、KBS2、KBS Korea、KBS World、7類比廣播頻道	√
FTV	F2、F3、F4、F5、Festival Mezzo、Histoire、Regions、Euro News	√
ZDF	ZDF、3sat、ARTE、KI.KA、PHOENIX、German TV、ZDF Vision、ZDF Mobile	√

# 有廣告收入的公共電視

國家	電視台	廣告收入	政府捐贈	其他收入	年度總收入 (新台幣)
韓國	KBS	53.4%	執照費 39.3%	7.3%	409.4億
法國	FTV	29% (廣告與贊助)	執照費 61%	10%	1048.2億
德國	ZDF	7% (廣告與贊助)	執照費 85%	8%	708.5億

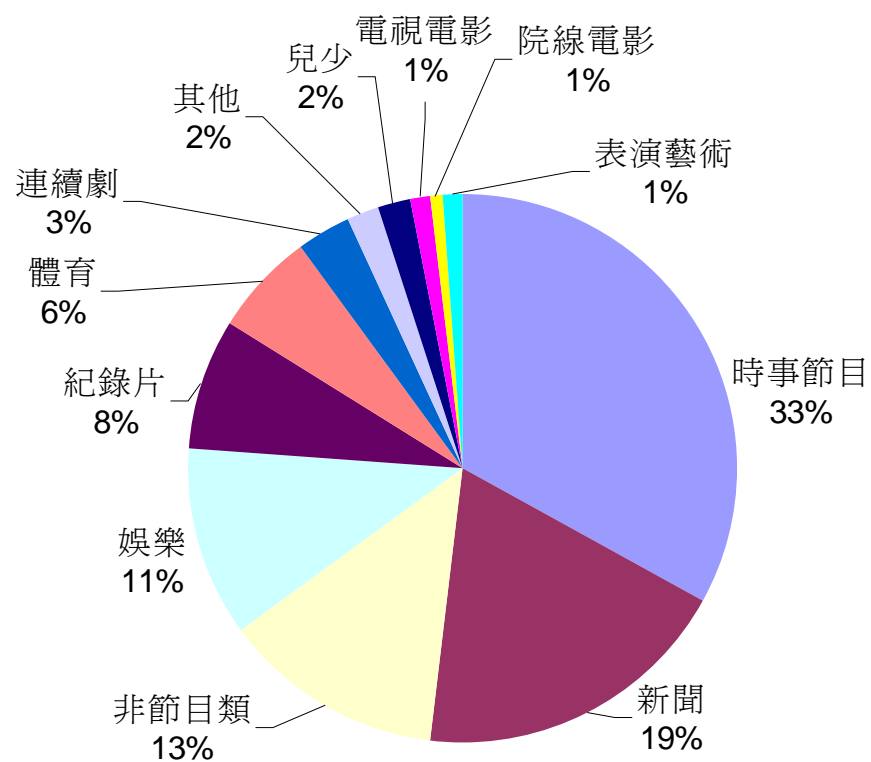
附註：本表之年度總收入數字，以各國2004年之年報資料、2006年1月底之匯率計算。

# 法國F2節目特色

---

- 節目編排走大眾化取向
- 市場佔有率約為22%
- 戲劇為其強項節目，投資金額也高，對歐洲的戲劇製作貢獻良多。F2所播映的戲劇中，70% 以上都是歐洲製作的。

# FTV的節目比例





# KBS節目特色—KBS1

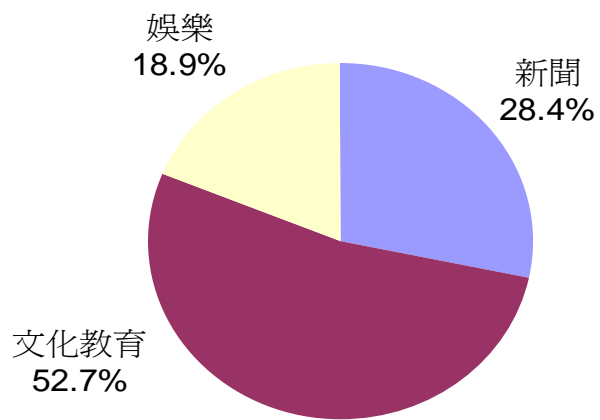
- KBS1的定位是全國性的基礎服務頻道，節目類型以新聞、資訊、體育、文化和教育等節目為主。
- 其中又以新聞節目為其特色，除一般新聞之外，也側重在深度新聞報導，而與KBS2提供的新聞節目做區隔
- 頻道佔有率約為16.3%

# KBS節目特色—KBS2

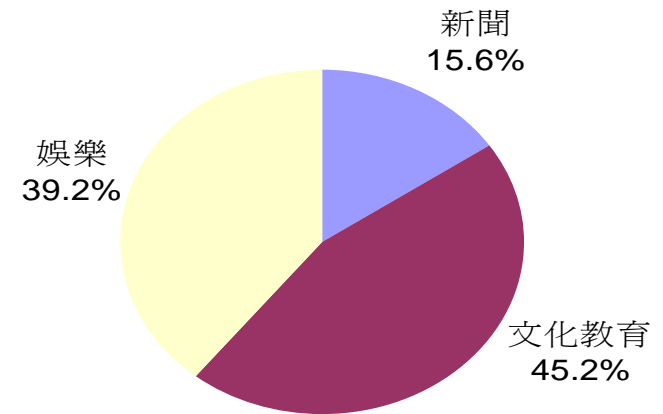
---

- KBS 2的頻道定位是「健康的家庭文化、娛樂頻道」，頻道宗旨在「促進健全的家庭文化」，節目類型以戲劇與娛樂為主。
- 知名的韓劇，如「冬季戀歌」、「明成皇后」、「藍色生死戀」、「海神」都是KBS2的節目
- 頻道佔有率約為15%

# KBS1 及 KBS2 的節目比例



KBS1 ↑



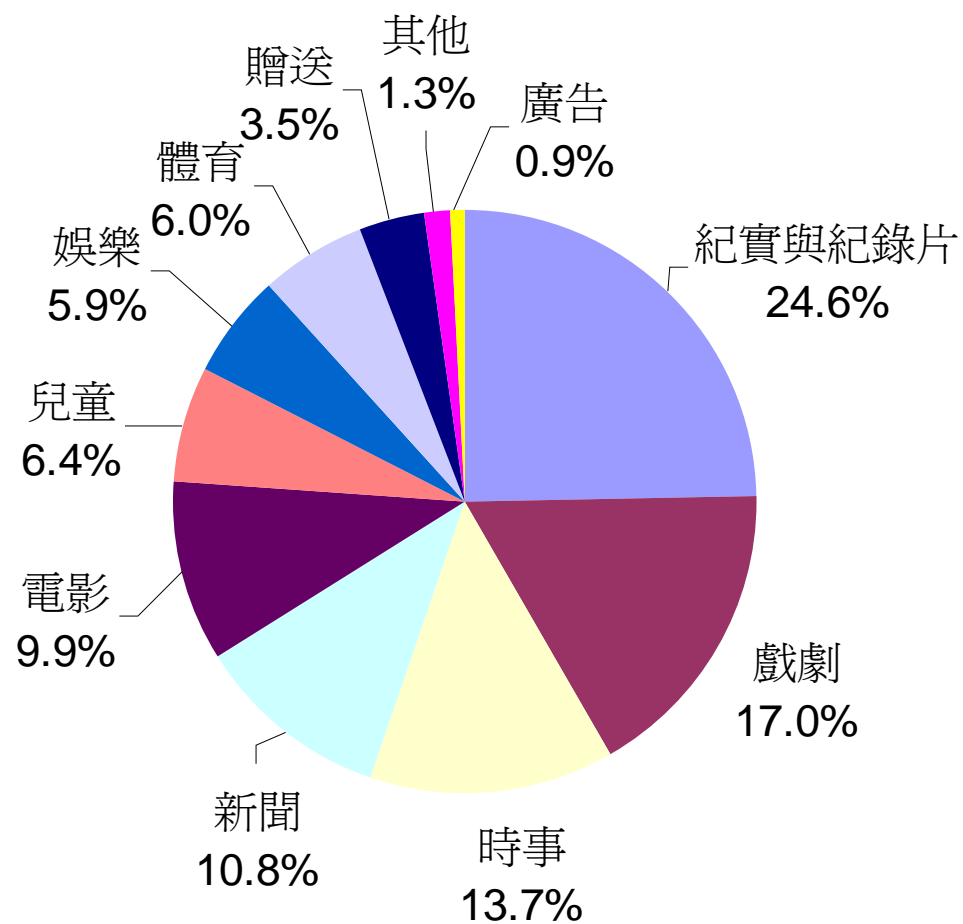
KBS2 ↑

# ZDF節目特色

---

- 頻道佔有率約為14%
- 是歐洲最大的電視台之一
- 頻道提供資訊、教育、娛樂節目。以新聞、時事節目為其主要特色，另外，由於長期經營，因此在紀錄片、戲劇、體育節目，也有很好的口碑

# ZDF的節目比例



# 報告大綱

---

- 公視經營現況
- 國外有廣告收入公共電視台之經營模式
- ➔ ■ 公廣集團架構及華視公共化的未來挑戰

# 公共廣電服務的特質

- **Universality** 普及性
- **Diversity** 多元性
  - 節目種類
  - 目標觀眾
  - 討論主題
- **Independence** 獨立性
- **Distinctiveness** 獨特性

(Public Service Broadcasting, A Best Practices Sourcebook, UNESCO, 2005)

# 公廣集團 五年發展計畫

2008-2010

2010年類比停止播出

## 第一階段 (2006-2007)：紮根期

- 整合公、華視兩家無線電視，擴大公視影響力
- 播出境內、外兩個國際頻道，接軌國際世界、傳播台灣文化
- 成立兒少頻道，培育國家幼苗
- 推出文化藝術頻道，保存台灣文化特色，提昇全民素養
- 推出DVB-H與數據服務，實現「行動台灣」願景
- 建置HDTV頻道傳輸平台，轉播2008北京奧運等重要體育賽事
- 整合客家、原住民族電視頻道成爲公視集團家族
- 建構公視集團數位影音資料平台
- 開播四個DAB音訊服務 (新聞體育資訊、古典音樂、流行音樂、外語)

2008年北京奧運等  
重要體育賽事

2009年  
高雄世運會

2005年  
公視集團整合

2006年  
國際公共電視年會  
公共廣播電視法修正案通過

2007年

2006-2007

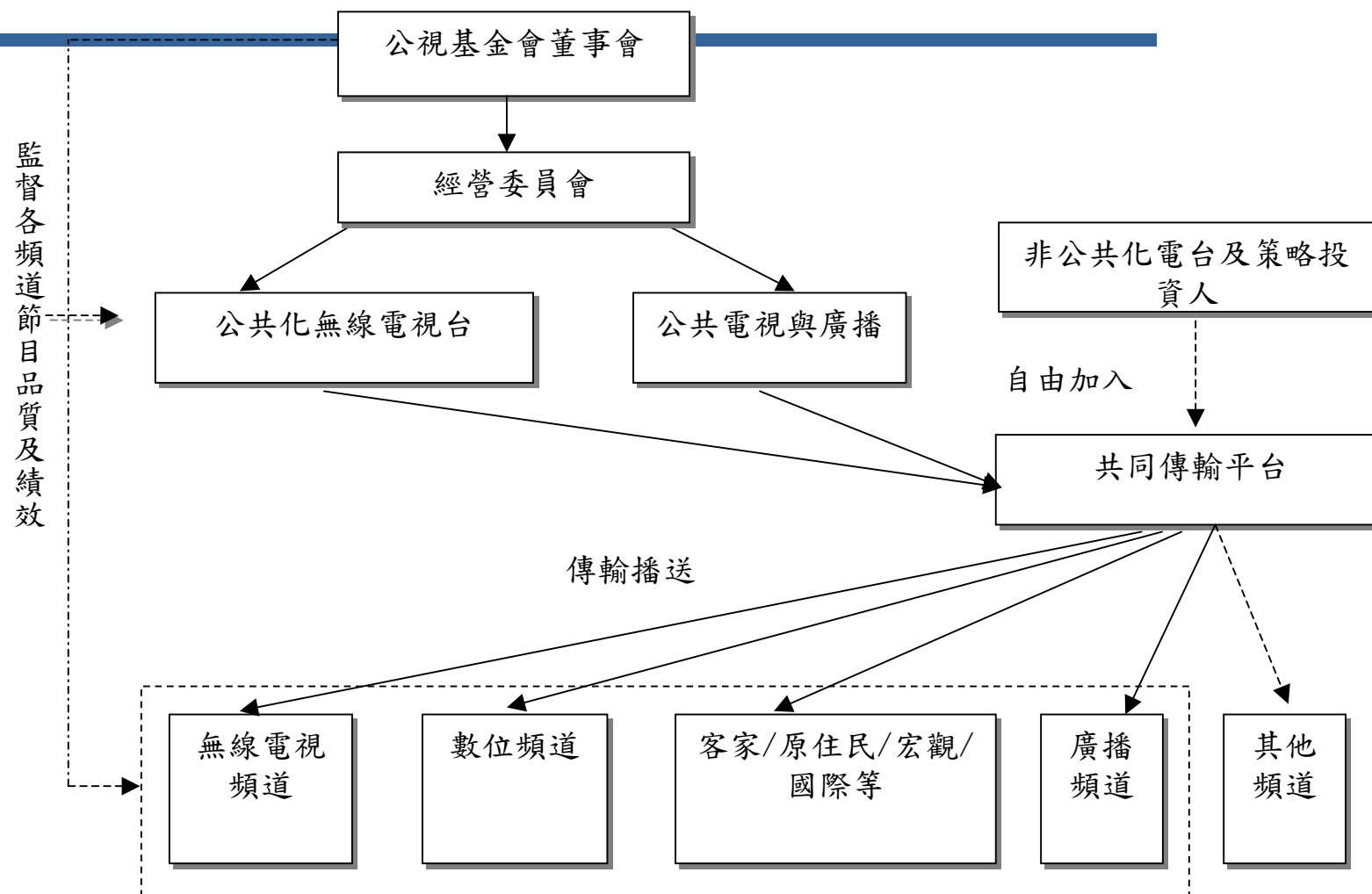
## 第二階段 (2008-2010)：茁壯期

- 推出HD頻道與數據廣播，加速產業升級
- 推出新聞體育頻道，開創優質新聞環境
- 整合空大資源，成立終生學習頻道
- 開播公共廣播服務，包含新聞、音樂、外語或文教等頻道
- 成立文化行銷公司，推廣台灣產製之戲劇等優質節目
- 籌畫台灣數位影音資料中心，提供產業共享影視資源之服務
- 成立數位服務共同傳輸公司

\*此一規劃當依屆時立法院通過之「公共廣播電視法」修正案與相關預算案編列後實施



# 公共廣電集團運作架構圖



# 華視公共化的未來挑戰

---

- 無線電視台經營困境
- 有公共化負擔但政府無明確捐贈
- 公共化使命及組織文化重建
- 創新具公共價值的商業節目
- 公華視之整合及綜效發揮

敬請指教

---