



TBS Taiwan
Broadcasting
System
台灣公廣集團

因爲你．所以我在

—— 公廣集團二十週年專刊 ——

目錄 Contents



序言	
造一座屬於你我的精神大山 胡元輝	02
回首來時路——公廣 20 歷史沿革	06
為誰而存在？——成形・深耕・協作	08
公廣集團二十週年大事紀（2006-2026）	10
奠基者的初心——第一個十年	18
二〇三六年的公廣集團：	
從公共媒體到全球數位世界公民典範 陳春山	20
相信是一道光 李遠	22
客家電視沙鼻向前走 徐青雲	24
在多族語的開場之後 馬紹・阿紀	26
紮根與擴展——第二個十年	28
從頻道走向平台，	
我們已走向收視管道多元的新時代 徐秋華	30
公共化華視的永續之路：資產活化與政府資助 劉昌德	32
Ethnic & Public: 客家電視的公共化進程 向盛言	34
臺語台七週年 +13 呂東熹	36
TaiwanPlus 讓世界認識台灣 何國華	38
社會的協力——共創公民社會	40

序言

造一座屬於你我的精神大山

A Mountain of the Spirit, Built by Us All

胡元輝 公視／華視董事長（現任）



28 年前，籌備多時的公視（PTS）終於破繭而出，承擔起台灣第一個公共媒體的歷史使命。整整 20 年前，這個才誕生 8 年的媒體結合多個公共化電視台，共組台灣公共廣播電視集團（TBS），揭開台灣公共媒體集團化的歷史新頁。經過這段時間的耕耘，公廣集團為社會帶來哪些成果？又該如何期許它的未來？

個人於 20 年前以公視總經理身分參與公廣集團的組建，在集團成立 20 週年的今天，又有機會在董事長職位上協助它面對新時代、新科技的考驗，何其有幸！經過多年淬鍊，公廣集團員工人數已由原本公視的 600 餘人，成長至約 2 千人；每年營運經費亦由 2005 年的 15 億 3 千多萬元，擴張至 2025 年的近 60 億元（含華視逾 14 億元的營業收入），可謂一步一腳印，走出新格局。

回首過去 20 年的陪伴及參與，現在要來細說公廣集團點滴累積的成果，不免帶有濃厚的個人情感色彩。不過，根據各項調查數據及專業評價，仍足以提供若干可供參考的客觀資料：

1、新聞資訊可信度受公眾高度肯定：提供正確與公正的新聞資訊乃全球公共媒體的核心任務，也是存在的基本價值。根據英國牛津大學路透新聞研究中心歷年調查顯示，公視新聞的信任度向來處於領先地位，以 2026 年發布的最新調查為例，品牌信任度為 54%，居台灣各電視媒體之首。新聞可信度與觀眾的價值取向密切相關，身處於立場與觀點高度分歧的台灣社會，公視新聞仍能得到多數觀眾的信賴，殊屬不易。

2、戲劇製作引領台灣影視產業風潮：近 20 年來，台灣戲劇陷入低谷，既難以取得國內觀眾青睞，又遭遇輸出國際市場的瓶頸。此時不斷尋求突破的公視戲劇，遂成為台灣戲劇奮勇前行的重要支撐，亦為後來台劇復甦的關

鍵力量。以 2025 年金鐘獎為例，公廣集團共入圍 95 項戲劇類獎項，其中奪得多項大獎的《聽海湧》、《星空下的黑潮島嶼》、《化外之醫》等劇，亦分別在法國里爾劇集展、紐約電視電影獎、世界公視大展等重要國際獎項中脫穎而出，備受國內外專家及觀眾肯定，讓台灣優質作品在國際舞台上熠熠生輝。

3、族群與兒少內容製播具無可取代地位：公廣集團成立伊始，原住民族電視台與客家電視台即為重要成員。前者獨立運作之後，公視仍持續關注原住民族事務，更於 8 年前開播東南亞語新聞，以服務廣大新住民；7 年前成立臺語台，以期深耕台語及在地文史。族群服務之外，小公視（PTS XS）於 2024 年 8 月 20 日開播，是獻給台灣兒童、青少年的影音平台，乃公廣集團在兒少內容服務上的里程碑。

4、台灣影視內容國際化的重要推手：國際間的文化交流不僅拓展民眾視野，亦可促進人類文明的對話與演進。台灣商業媒體基於市場結構的限制及利潤原則的考量，在國際影視交流方面裹足不前，相對的，公廣集團憑藉其所產製的優質內容及長期建立的國際公媒網絡，不斷推動台灣影視產業接軌國際。無論是專業工作坊與研討會的舉辦、國內外業者的互訪交流、國際組織的積極參與，以及國際競賽的亮麗表現，都讓台灣影視內容持續於世界舞台綻放光芒。

公廣集團作為台灣最具規模的公共媒體，20 年來深耕在地、放眼國際，涵蓋面向相當廣泛。諸如弱勢族群（聽障者、銀髮族等）的服務、紀錄片的製作與推廣、重要體育賽事的轉播等等，都曾經在台灣商業媒體缺席的時刻善盡公媒責任，發揮服務精神。簡言之，公廣集團在過去 20 年間扮演極為重要的「標竿角色」，為新聞、戲劇、紀錄片、族群與兒少等領域的影視內容，樹立了新的品質標準，也

引領了新的製作方向。

公廣集團逐步成長的這段期間，台灣社會雖見良性成長，卻也面臨巨大震盪，特別是因為認同與價值的歧異，已經出現極化或分裂的現象。媒體被視為民主運作的重要支柱，若能發揮公共領域的功能，將能有效促進理性討論與多元協商，進而有助於社會凝聚及公平正義的實現。

其中尤以不受商業邏輯主導的公共媒體，更被賦予此一至為關鍵的民主功能。就此而言，公廣集團顯然在「標竿角色」之外，需以更為積極的行動導向，扮演推動台灣前行的「催化角色」，以期協助台灣走出民主政治與社會發展的困局。

我們以汗水播種、用熱情灌溉的公廣集團，20年來經歷了高低起伏，有令人雀躍歡呼的收割，亦有挫敗流淚的困頓，其發展歷程可謂台灣社會變遷的縮影。面對未來，台灣在科技神山的護佑之外，尚須能夠匯集公眾心志，凝聚共同價值的精神神山。若然，將公廣集團打造為一座公眾信賴與喜愛的精神大山，應為集團未來20年最為迫切的時代任務！

Twenty-eight years ago, after years of preparation, Public Television Service (PTS) finally emerged—taking on the historic mission of becoming Taiwan's first public broadcaster. Twenty years ago, this then eight-year-old institution joined forces with several public-oriented television channels to form the Taiwan Broadcasting System (TBS), ushering in a new chapter in Taiwan's public media landscape. Over the years, what has this collective effort delivered to society? And how should we envision its future?

Twenty years ago, I had the privilege of participating in the formation of TBS as President of PTS. Today, as we mark its 20th anniversary, I am once again honored—this time as Chairperson—to help guide the organization as it faces the challenges of a new era shaped by rapid technological change. Over the years, TBS has grown from PTS's original team of just over 600

to nearly 2,000 across the group. Its annual operating budget has expanded from approximately NT\$1.53 billion in 2005 to nearly NT\$6 billion in 2025, including over NT\$1.4 billion in revenue from CTS. Step by step, we have built a stronger and more expansive public media landscape in Taiwan.

Looking back on two decades of close involvement and a shared journey, it is difficult to speak of TBS's achievements without a strong sense of personal attachment. Yet, based on independent surveys and professional evaluations, there remains a body of objective evidence that offers a clear point of reference:

First, the high level of public trust in our news and information.

Delivering accurate and impartial news lies at the heart of public media worldwide. According to the Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford, PTS News has consistently ranked among the most trusted news sources in Taiwan. In its latest 2026 report, PTS achieved a trust rating of 54%, ranking first among all television news brands in the country. News credibility is closely tied to the values of its audience; in a society marked by diverse and often polarized viewpoints, that PTS News continues to earn the trust of a majority of viewers is no small achievement.

Second, a leading role in revitalizing Taiwan's television drama industry.

Over the past two decades, Taiwan's drama sector faced significant challenges, struggling both domestically and internationally. During this period, PTS dramas continued to push for breakthroughs, becoming a crucial force in sustaining the industry and driving its eventual revival. At the 2025 Golden Bell Awards, TBS productions received 95 nominations, with standout works such as *Three Tears in Borneo*, *Black Tide Island*, and *The Outlaw Doctor* earning top honors. These productions also gained recognition at major international platforms—including Series Mania in France, the New York Festivals TV & Film Awards, and INPUT—winning acclaim from both critics and audiences, and bringing Taiwanese storytelling to the global stage.

Third, an irreplaceable role in serving diverse cultural and linguistic communities, as well as younger audiences.

From its very founding, TBS has counted Tai-

wan Indigenous Television (TITV) and Hakka TV among its core members. Even after TITV began operating independently outside the Group, PTS has continued its long-standing commitment to Indigenous affairs. Eight years ago, it launched Southeast Asian-language news to serve new immigrant communities, followed by the establishment of the PTS Taigi Channel seven years ago to further strengthen local language and cultural content.

Extending this commitment across generations, PTS XS—launched on August 20, 2024—is a dedicated video platform for children and young audiences in Taiwan, marking a significant milestone in the Group's service to younger viewers.

Fourth, a key driver in the internationalization of Taiwan's audiovisual content.

Cultural exchange broadens perspectives and fosters dialogue. While commercial media often face constraints due to market structures and profit considerations, TBS has, by contrast, continued to expand Taiwan's global reach through its high-quality productions and long-established international public media networks. Through professional workshops and forums, exchanges between domestic and international industry players, active participation in international organizations, and strong performances at global competitions, TBS has enabled Taiwanese content to shine steadily on the world stage.

As Taiwan's largest public media organization, TBS has spent the past 20 years deeply rooted in local communities while maintaining a global outlook, with a scope of work that is both wide-ranging and far-reaching. From serving underrepresented groups—such as the hearing-impaired and the elderly—to producing and promoting documentaries, and broadcasting major sporting events, TBS has consistently stepped forward at moments when commercial media were absent, fulfilling its public mission and upholding a spirit of service.

In short, over the past two decades, TBS has played the role of a true benchmark—setting new standards and shaping new directions for audiovisual content across news, drama, documentary, diverse communities, and children's programming.

Yet, this period of growth has unfolded alongside profound shifts and growing turbulence in

Taiwanese society. While progress has been made, divisions driven by differing identities and values have deepened, giving rise to increasing polarization. Media is widely regarded as a cornerstone of democratic life, and when it functions as a true public sphere, it can foster rational dialogue and inclusive deliberation—strengthening social cohesion and advancing justice. In this regard, public media—free from the constraints of commercial imperatives—is entrusted with a particularly vital democratic role.

In this context, TBS must go beyond being a benchmark. It must adopt a more proactive, action-oriented approach, taking on the role of a catalyst for progress—helping to move Taiwan forward and navigate the challenges facing its democracy and social development.

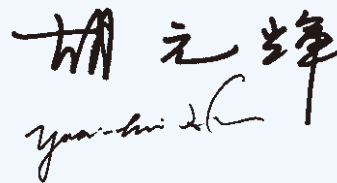
Over the past two decades, TBS has been nurtured with dedication and passion, shaped by the countless hands and hearts of those who believed in its purpose. There have been moments of celebration, and moments of hardship; seasons of proud harvest, and trials that tested our resolve. Through it all, its journey has quietly mirrored that of Taiwan itself—resilient in spirit, evolving with time, and always moving forward.

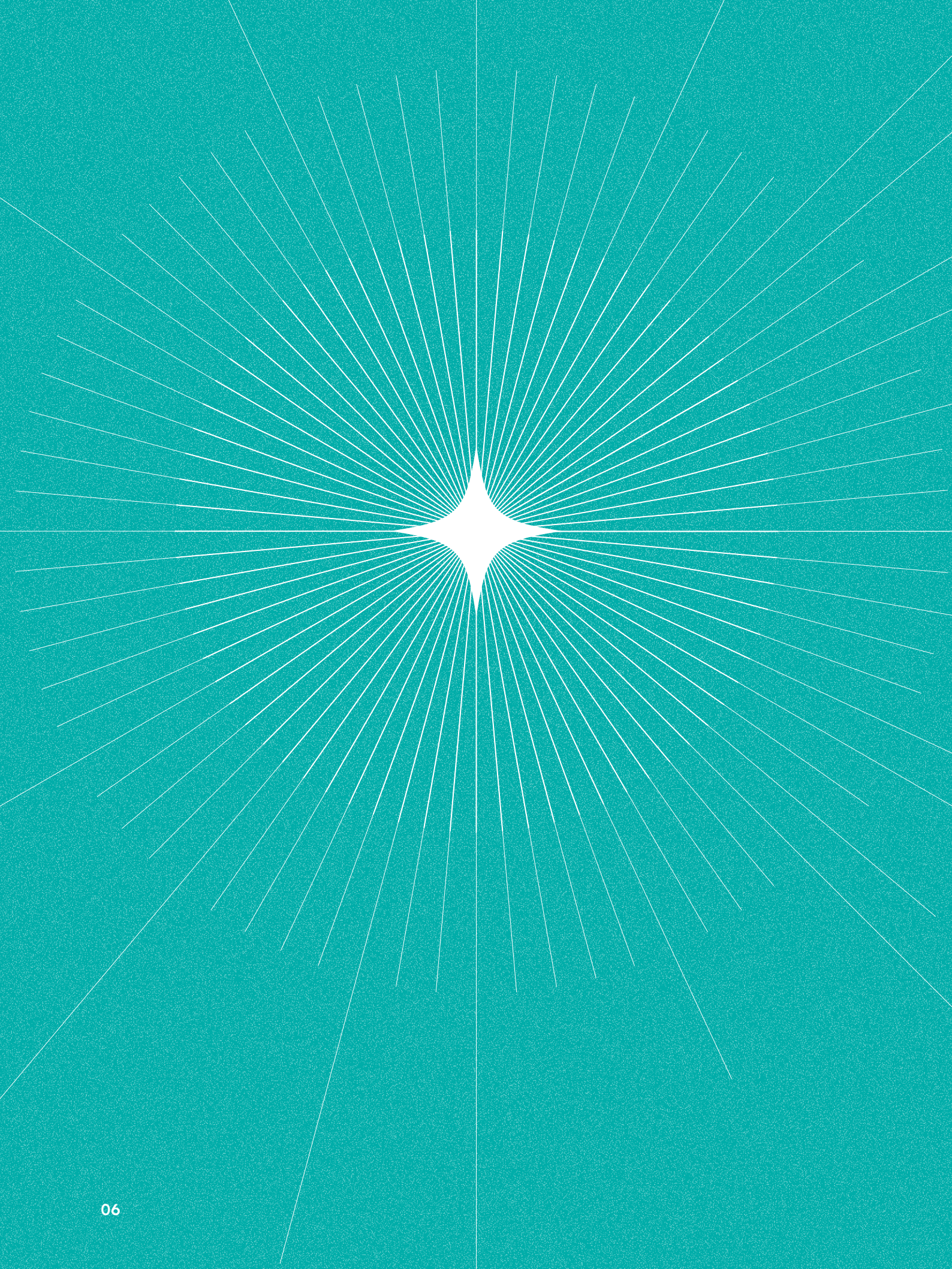
Looking ahead, beyond the strength of Taiwan's technological mountains, our society needs something equally enduring: a Mountain of the Spirit—where trust takes root, shared values endure, and common purpose rises above division.

To meet the calling of our times, building TBS into that Mountain of the Spirit must be not only our defining mission for the next twenty years, but also a solemn promise—one that will be carried forward as its legacy.

公視／華視董事長

Yuan-Hui Hu, PTS/CTS Chairperson





回首來時路

——公廣 20 歷史沿革

二十年來，公廣從單一電視頻道，
逐步長成跨組織、跨語言、跨平台的公共媒體體系。
這段歷程不只是制度擴編的歷史，
也是台灣社會多元聲音、公共服務與媒體信任，
逐步整合進同一個架構裡的歷史。

為誰而存在？ ——成形・深耕・協作

第一階段： 制度成形（2006–2012）

2006 年 7 月 1 日，公視與華視共組公共廣播電視集團，這是台灣公共媒體從單一頻道走向集團化、體系化的關鍵一年，啟動公共媒體治理邏輯的深刻轉變——從「一個公共電視台」走向「一個可協作的公共媒體系統」。

2007 年，客家電視台開始由公視基金會受託辦理製播，與原住民族電視台、台灣宏觀電視一同納入公廣集團運作；同年，公視推出 PeoPo 公民新聞平台，鼓勵公民使用數位工具報導公共事務與地方議題。如果說 2006 是制度成形，2007 就是公共媒體理念真正外擴的一年：一方面把族群與語言媒體納入公共架構，另一方面把「媒體近用權」向社會打開，讓公共媒體不只是一個播送機構，也成為公民參與的入口。

2008 至 2012 年間，公廣體系逐步建立跨台運作模式，並發展公共價值評量與問責機制。這段時期為公廣集團奠定了體系成長的關鍵基礎——公共媒體不僅依靠節目品牌撐起，還需要一套能自我檢視、面對社會、回應公眾的治理文化。

第二階段： 多語系深耕（2013–2019）

2013 年，客家電視台走過十年，已在公廣體系中成為穩定運作的語言頻道。客台的存在，讓公廣體系不再只是「主頻＋新聞」

的想像，而是開始明確承擔語言文化保存、族群敘事、跨世代傳承的公共角色，也替後來臺語台、小公視等垂直品牌鋪路。

2017 年，籌備近兩年的 OTT 平台「公視＋」正式上線，這是公廣體系從「電視頻道」走向「平台服務」的真正起點。此後不論 4K 內容、兒少專區或跨品牌內容分發，都建立在這一步之上。

2018 年，公視開播東南亞語新聞，每日提供越語、印尼語、泰語三語新聞服務，成為台灣首家提供此三語每日新聞的電視台。這項服務的意義在於，公廣的語言關懷不再只面向歷史上的本土族群，也開始朝向當代移動中的新住民——那些在台灣生活、卻長期缺乏母語公共資訊的人。

同年，文化部公告行政院拍板臺語頻道預算，由公視基金會設立臺語頻道。這是台灣公共媒體史上重要的價值宣示：多語言政策不是文化「補助」，而應該納入公共媒體常態制度。2019 年 7 月，公視臺語台正式開播，公廣體系的語言版圖更趨完整，形成以華語、臺語、客語及東南亞語共同構成的多語公共服務架構——成就公廣價值更寬闊的面貌：在台灣這片土地上生活的人，都應該被公共媒體看見，都應該有自己的聲音。

第三階段： 協作與平台化（2020–2025）

2020 年，疫情席捲全球，公廣的公共服務功能在危機中充分彰顯。公視提供可信的

防疫資訊，也配合教育部停課政策，播出教學節目《疫起線上看》。在非常時期，公共媒體不競逐流量，而是提供資訊、教學資源與社會穩定感。

2021 年，「公視+」會員與點擊數大幅成長。同年 8 月，由文化部設立、中央社負責營運的 TaiwanPlus 正式上線，以全英語播出，目標是向國際傳遞台灣的新聞與文化內容。TaiwanPlus 與公視在起步階段各自運作，但 2022 年中央社合約到期後，公視接手執行營運，並於同年 10 月正式開播電視頻道，以「平台+電視」雙軌運作。至此，公廣體系下的數位與國際兩條路線同步加速：一條深化對台灣觀眾的 OTT 服務，一條開闢對世界述說台灣的英語出口。

2023 年，是公廣體系協作能量全面開展的一年。幼兒節目《WAWA 哇！》由公視、原住民族電視台、客家電視台、臺語台四台合製，自當年 3 月起以不同語言版本在多台播出。這不但是公廣體系內部的跨頻道、跨語言協作，更跨越組織邊界，與已獨立運作的原住民族電視台共同參與，顯示公廣的合作能量已超越集團本身。

11 月，客家電視台主辦臺灣史上第一次的族群媒體高峰會，並與挪威薩米電視台、紐西蘭毛利電視台，以及公視臺語台、原住民族文化事業基金會簽署合作備忘錄，讓公廣的多元不只服務國內，也進入國際公共媒體語境。

2023 年 5 月，《公共電視法》睽違 13 年完成修正，解除了禁錮公視長達 23 年的 9 億元經費上限；下修董監事選任門檻，終結過去曾造成治理空窗的制度困境；並賦予客家電視台、臺語台及國際傳播頻道明確法源，結束長期以採購方式委託辦理的過渡狀態。公視角色從「彌補商業電視之不足」，

重新定位為「製播符合多元社會需求之傳播內容，善用數位科技」，宣示公廣邁向「公共媒體」的時代轉型。

2024 年 5 月，客委會與公視基金會完成客家電視台經營權交接，標誌著台灣族群媒體治理走向制度成熟的重要里程碑。同年 8 月，兒少頻道「小公視」正式開播，代表公廣體系從語言分眾、議題分眾，進一步發展到年齡分眾的公共服務，將兒少內容納入長期投資與平台經營的公共工程。

到了 2025 年，公廣體系已成為多品牌公共媒體網絡，旗下涵蓋公視、華視、華視新聞台、客家電視台、臺語台、TaiwanPlus、小公視等品牌，並在 OTT、社群、國際平台各有布局、彼此支援，互相協作逐漸成為日常機制。

結語

從 2006 到 2025，有三條線索貫穿始終：制度的建立、多語系的耕耘，以及協作與平台化的成熟。每一條線索，背後都在回答一個更根本的問題：公共媒體，究竟是為了誰而存在？

二十年後的答案，已不再是一個頻道、一種語言、一種形式所能涵蓋。它是華語，也是臺語與客語；它為在台灣落地生根的新住民提供越語、印尼語、泰語的每日新聞；它是電視，也是 OTT 與社群；它是人民的公共資訊，也是兒童的內容家園；它服務台灣，也向世界發聲。

公廣的二十年，是台灣社會一次關於「誰被看見、誰被聽見」的漫長實踐。每一次語言觸角的延伸、每一個新平台的誕生、每一次跨台的協作，都是對這個問題的一次具體回應。二十年來，公廣因你而在；未來二十年，也將因你而繼續前行。

公廣集團二十週年大事紀（2006-2026）

2006

7月1日

- 公廣集團正式成立，由公視與華視共同揭牌，舉行「I Love TBS 公廣集團開跑嘉年華會」。



12月

- 直轄市長暨市議員選舉，公廣首度以華視、公視雙頻道聯播方式報導開票結果。

- 公視連續兩年轉播王建民在美國職棒大聯盟賽事。王建民以 19 勝成為當年勝投王，並締造亞洲球員相關紀錄；公視年末舉辦「王建民、郭泓志見面會」。

2007

1月1日

- 客家電視台、原住民族電視台、臺灣宏觀電視正式加入公廣集團。

4月30日

- PeoPo 公民新聞平台正式上線，強調公民近用媒體與在地發聲，成為臺灣首個完整建置的公民自主影音新聞平台，推出首年即入圍「NHK 日本賞」。



11月17日

- 公視改編侯文詠小說《危險心靈》，以青少年學生視角呈現教改下的校園問題，獲金鐘獎戲劇節目獎。

2008

5月

- 公視啟動臺灣第一個高畫質無線數位電視頻道「HiHD」試播計畫，推動國內數位電視與相關產業升級。

8月

- 公共媒體積極投入體育賽事轉播與擴增報導服務量能，公視以 HD 轉播 2008 北京奧運，讓臺灣選手賽事以高畫質即時呈現。

8月25日

- 「公廣集團南部多功能攝影棚」正式落成啟用，並製播新聞議題節目《南部開講》，強化南部觀點與區域媒體資源平衡。



10-11月

- 還我母語運動 20 年，客家電視台舉辦「你的故事我的客話」短片徵選。

11月30日

- 《公視晚間新聞》獲卓越新聞獎電視類每日新聞節目獎。



2009

4月6日

● 華視媒體園區成立，吸引亞洲媒體業者進駐，提供數位匯流時代的產業聚落、人才媒合與教育訓練空間。

7月

● 公視轉播 2009 高雄世界運動會，完成 11 天、32 項賽事轉播工程，成為臺灣首次對全球全程高畫質播出的綜合體育賽事。

9月

● 公視轉播臺北聽障奧運，結合高畫質頻道與手語新聞、聽障節目服務，展現公共媒體的近用服務功能。

● 延攬大專院校學子從實作中學習，客家電視台啟動「後生提攜計畫」，培養客家傳播人才，歷屆學員陸續進入客家電視台服務。

10月16日

● 公視警匪刑偵劇《痞子英雄》成為年度話題，獲金鐘獎戲劇節目、導演、男主角等 5 項獎項。

2010

● 華視自行研發 I-mouse 新聞播報系統，臺灣第一個導入虛實合一數位攝影的電視台。《公視晚間新聞》以全面虛擬棚的方式製播。

3月

● 原住民族電視台與公視籌劃兩年，於臺東首度舉辦世界原住民族廣電聯盟 (WIBN) 年會，確立臺灣在國際原住民族媒體合作中的關鍵角色。

4月

● 第四屆臺灣國際兒童影展獲佳績。公視《我的阿嬤是太空人》獲得臺灣獎「最佳臺灣影片」；客家電視台《奧林 P 客—我的夏夜冒險》獲得臺灣獎「最佳電視節目」。

7月1日

● 公視新聞部設立「PNN 公視新聞議題中心」網站，藉網路、社群即時發佈新聞影片、報導。

12月

● 公視《他們在畢業的前一天爆炸》刻畫高中生面對成人世界的衝撞，公視首度於頻道首播前先在 YouTube 釋出第一集全集內容；獲翌年金鐘迷你劇集／電視電影獎等 5 獎項肯定。

2011

● 推動「高畫質電視元年」，擴充 HD 高畫質節目產製量，並深化公視與華視的跨平台合作。

● 「客 +100」專案計畫正式啟動，首播紀錄片《百年斯文》，推出「客 +100」系列專題報導。另於網路活動「客 +100 Ha People」介紹百位客家名人。

3-4月

● 客家電視台播出《雲頂天很藍》探討偏鄉廢校問題。同年 10 月獲金鐘獎戲劇節目獎，為客家影劇首度獲得該獎項。

2012

6月30日

● 客家電視台取得國家通訊傳播委員會核發之無線電視執照，成為臺灣無線數位電視頻道之一。

7月24日

● 配合無線數位電視訊號轉換政策，公視、客家電視台與華視關閉類比訊號，全面進入數位電視時代。公視高畫質頻道（公視 HD 台）取得 NCC 執照並正式上路。

2013

7月1日

● 客家電視台成立 10 週年，以「時時刻客」為題舉辦活動與論壇，回顧客家頻道十年發展與定位。

10月25日

● 公視《含苞欲墜的每一天》探討女性在家庭、婚姻與伴侶關係中的壓抑，獲當年金鐘獎戲劇節目、導演、編劇等 4 項獎項。



11 月 22 日

- 公視「PeoPo 公民新聞平台」，獲卓越新聞獎「社會公器獎」。

2014

1 月 1 日

- 原住民族電視台脫離公廣集團，改由原住民族文化事業基金會營運。

10 月 25 日

- 以失親或失能家庭的少年為故事背景，公視《刺蝟男孩》獲金鐘獎戲劇節目獎、編劇獎。

2015

● 9 月 26 日

公視《麻醉風暴》，結合醫療職人與懸疑推理類型，剖析醫療體制與權力結構，獲金鐘獎迷你劇集、導演等獎項。



10 月 1 日

- 華視主頻全面升級為 HD 高畫質訊號播出。

11 月 20 日

- 公視新聞節目《我們的島》長期關注臺灣土地與環境議題，獲卓越新聞獎「社會公器獎」。



2016

1 月 2 日

- 從 PSB 逐步轉型 PSM，公視推出「公視+ 7」限時 7 天回看串流服務，從傳統排播延伸至網路隨選，成為日後「公視+」多元數位平台服務的開端。

7 月 6 日

- 「公視 HD 台」改名為「公視 3 台」，同時公視主頻、公視 2 台、客家電視台全面升級為 HD 高畫質播出，進入全 HD 時代。

10 月 8 日

- 公視時代劇《一把青》改編白先勇小說，以 1940 年代空軍飛官為背景，獲金鐘獎戲劇節目、導演等 6 項獎項。

2017

2 月 3 日

- 公視與華視共同營運「國會頻道 1 台」、「國會頻道 2 台」，開啟 24 小時國會問政轉播服務。

7 月 31 日

- 《公視新聞全球話》開播，結合國際新聞報導與專家分析，2021 年獲卓越新聞獎電視新聞節目獎。

8 月

- 華視承辦 2017 臺北世大運電視轉播，整合國內媒體完成 12 天賽事轉播；開、閉幕式首創 4K 超高畫質實況轉播。

9 月 30 日

- 以公視學生劇展得獎短片《神算》為文本，公視首度與 HBO Asia 合作影集《通靈少女》，融合臺灣民俗文化與青春題材，獲金鐘獎迷你劇集獎。

10 月 6 日

- 公視 OTT 串流影音服務「公視+」正式上線，擴大公共媒體節目之數位近用；後續設立 4K 專區，並自 2023 年起轉播國內基層運動賽事。

12 月 31 日

- 在僑委會政策性考量下，台灣宏觀電視完成階段性任務，停止對海外的衛星放送，正式畫下休止符。

2018

4月2日

- 公視開播《東南亞語新聞》，為臺灣首家提供越語、泰語、印尼語每日新聞服務的電視台。其後獲 2025 卓越新聞獎「社會公器獎」。



7月

- 華視取得「國際足總世界盃」獨家轉播權，創下體育轉播高收視紀錄；冠軍之夜首度於凱達格蘭大道製播，結合現場觀賽與網路直播。

10月6日

- 聚焦 2010 年代臺灣社會、媒體與學運議題，公視《他們在畢業的前一天爆炸 2》獲金鐘獎迷你劇集、迷你劇集導演獎。

10月-12月

- 還我母語運動 30 週年，客家電視台與原住民族電視台合作播出「大聲 MY 客風：穿越時空遇見你」電視演唱會，並推出「參。拾母語 Let's HakkaFa」全媒體主題網站及相關節目、專題報導與活動。



12月

- 立法院三讀通過《國家語言發展法》，為臺語台設置提供明確法源依據。公廣集團啟動「台語頻道籌備中心」，規劃全台語節目製播架構。

2019

7月1日

- 「公視臺語台」正式開播，成為臺灣第一個全台語公共電視頻道，並啟用專屬攝影棚，象徵臺灣語言與文化平權的重要進展。

10月5日

- 公視《我們與惡的距離》，以隨機殺人事件為題材，探討加害者、被害者、家屬、辯護律師、精神疾病患者與新聞媒體困境，獲金鐘獎戲劇節目、戲劇節目導演、編劇等獎項。



- 公視詩選劇《你的孩子不是你的孩子》改編吳曉樂同名作品，探討臺灣教育體制下的親子關係與教育困境；子集《貓的孩子》獲金鐘獎電視電影獎、迷你劇集／電視電影導演、女主角、戲劇節目剪輯等 4 獎項。

- 公視時代迷你劇《奇蹟的女兒》改編楊青矗小說《工廠女兒圈》，以 1970 年代臺灣加工出口區女工為主角，獲金鐘獎迷你劇集獎。

2020

- 面對 COVID-19 疫情，公廣集團製播防疫教學與衛教宣導節目，並響應政府徵用電視頻道時段，支援「停課不停學」。

4月

- 公視臺語台舉辦「咪電影：台語微電影創作徵選」，鼓勵年輕世代投入台語影音創作。

6-10 月

- 公視家庭生活喜劇《我的婆婆怎麼那麼可愛》首播，完結篇收視達 5.55，創公視開台以來最高收視，並成為 2020 年臺灣年度戲劇節目收視總冠軍。



7 月 1 日

- 公視臺語台在臺南奇美博物館舉辦《台語當時行 度睭向前行》週年台慶活動。

9 月 26 日

- 開創台式喜劇新樣態，華視《俗女養成記》獲金鐘獎最佳迷你劇集獎。第二季於 2021 年播出，連續 10 週蟬聯週日全時段收視冠軍，並獲東京戲劇獎海外特別賞。



2021

1 月

- 臺灣電視史上最長壽的新聞雜誌節目《華視新聞雜誌》開播滿 40 年，並於 2023 年獲頒卓越新聞獎電視類新聞節目獎。

3 月 31 日

- NCC 通過華視新聞資訊台上架 52 頻道，擴大公廣集團新聞服務範圍；華視新聞台設置外部新聞公評人，導入電視新聞問責制度。

10 月 2 日

- 公視旗艦劇《天橋上的魔術師》改編吳明益同名小說，重現中華商場風貌，獲金鐘獎戲劇節目、導演等 6 項獎項。



10 月 31 日

- 華視 50 週年台慶。以「精彩 50 繁華視界」為主題，推出公益活動、產業論壇與線上活動。

11-12 月

- 公視與客家委員會合製時代生活劇《茶金》播出，以戰後臺灣茶葉出口商為題材，為臺灣首部以 4K/UHD HDR 技術攝製的戲劇作品之一，播出期間於多平台獲得收視佳績。

2022

8 月

- 公視建置「兒少教育資源網」，提供兒少節目影音資源，支援教師與自學家長備課，並透過數位平台縮減教育資源落差。

9 月

- 公視臺語台首次舉辦大規模巡迴演唱會「唱歌予恁聽」，於新竹、彰化、臺中清水、桃園、高雄、新北淡水、三峽等地辦理七場演唱會。

10 月 3 日

- 文化部委託「發展國際數位傳播計畫」，TaiwanPlus 電視頻道正式開播，透過網路與海外電視頻道向全球傳遞臺灣觀點。

10 月 22 日

- 公視史詩旗艦劇《斯卡羅》改編陳耀昌小說《傀儡花》，獲金鐘獎戲劇節目獎。

12月

- 公視臺語台依循《國家語言發展法》精神，成立「台語新詞委員會」，定期討論新興詞彙台語說法，並建立辭庫供民眾查詢。

2023

1-4月

- 公視與中華電信合製時代生活劇《牛車來去》播出，完結篇收視登上當日全國第一，並創 Hami Video 平台戲劇紀錄。

- 公視啟動全球國際記者網絡建置，聚焦地緣政治變動與臺灣國際關係；至 2026 年初，網絡涵蓋美、英、法、德、日、韓、馬來西亞與泰國邊境等地，逾 14 位駐地國際記者，累積近 500 則報導。

- 公視、臺語台、客家電視台、原住民族電視台聯合製作幼兒戶外紀實節目《WAWA 哇！》，展現臺灣多元族群成長樣貌。



5月

- 立法院三讀通過《公共電視法》部分條文修正案；6 月 21 日修正案公布施行，正式解除公視每年 9 億元捐贈經費上限。

- 臺灣公共電視主辦「INPUT 世界公視大展」，來自全球 32 國、400 多位公共廣播專業人士來臺交流。



5-7月

- 公視臺語台開辦「咱的歌：台語囡仔歌創作徵選」，徵求原創台語兒歌，推動母語學習向下紮根。

6月25日

- 為平衡南北影視資源，公視於高雄市立圖書館總館區啟用臺語台南部中心，強化在地節目製播、南部影視人才培育與區域文化傳承。

7月1日

- 客家電視台成立滿 20 週年。月中於臺北流行音樂中心舉辦首場客家專場演唱會「客家製課」，並發布形象短片《時間旅客》。

8月

- TaiwanPlus 電視頻道成功於美國旅館上線，在華盛頓特區、紐約、洛杉磯、西雅圖等地三星級以上旅館共 38 萬間客房可 24 小時收看；同月於歐洲串流電視服務平台上線。

9月1日

- 公視頒佈 AI 使用準則，成為臺灣第一個訂定 AI 規範的傳播媒體；同時推出多項 AI 科技發展與應用計畫。

9-10月

- 公視啟動 VTuber 孵育計畫，並創設臺灣首項華語虛擬 YouTuber 獎項「金 V 獎」，自 2023 年起吸引大量創作者參賽，拓展公共媒體與年輕世代的連結。

10月17日

- 公視《我們的島》長期調查環境事件、紀錄臺灣土地議題，獲第 12 屆總統文化獎社會改革獎。

10月20日

- 華視《天選之島》描繪臺灣自然與人文故事，獲金鐘獎自然科學紀實節目獎。

10月21日

- 公視職人劇《村裡來了個暴走女外科》改編劉宗瑀同名作品，描繪女醫師人生際遇與偏鄉行醫困境，獲金鐘獎戲劇節目、戲劇節目導演獎等 4 獎項。



● 公視影集《人選之人—造浪者》描述臺灣選舉幕僚工作與民主政治運作，獲金鐘獎迷你劇集、迷你劇集／電視電影導演獎。劇集播出後引爆臺灣 #MeToo 運動，公視並舉辦公聽會，討論公共媒體於大選期間播出相關劇集的做法與意義。

11月6日

● 客家電視台主辦「2023 族群媒體高峰會」，為臺灣首次以族群媒體為主體的跨國影視論壇；毛利電視台、薩米電視台、客家電視台、公視臺語台與原住民族文化事業基金會共同簽署合作備忘錄。



2024

2月

● 公視新聞網獲 nDX 影響力獎助經費，推動「從漫遊者、支持者到訂閱者：公視新聞忠實讀者經營計畫」。

3-4月

公視臺語台播出首部自製時代迷你劇集《鹽水大飯店》，並重返原型人物「戴振耀」家鄉橋頭，舉辦戶外電影院與議題講座，藉由戲劇與公共討論銘記歷史。



5月6日

● 因應《公共電視法》修法，客家電視台正式納入公視基金會；客家委員會舉辦「客家電視台加入公廣集團捐贈儀式」，將客家電視台歷年影像、影音作品及設備捐贈予公視基金會與客家電視台。

6月

● 公視臺語台首度開辦配音班，培育台語配音人才，傳承語言及聲音文化。

7月

● 公視臺語台開發台語羅馬拼音吉祥物「阿文 A-bûn」，以初學者的視角，拉近民眾與台羅拼音的距離。

8月20日

● 臺灣第一個兒少跨媒體影音平台「小公視 PTS XS」正式開台，建立 3 至 18 歲內容系統，服務兒童與青少年觀眾。



2025

3-4月

● 客家電視台旗艦戲劇《星空下的黑潮島嶼》播出，以不同視角切入 1950 年代白色恐怖史實，並推出線上互動網站與幕後紀實專書；於第 60 屆金鐘獎入圍 16 項、獲獎 6 項。



● 公視臺語台與陽明交通大學及技轉產業合作，完成台語語音合成系統，具備華文轉譯台文與台語語音合成功能。

7月

●《公視學生劇展》20週年。自2005年開播以來，製作逾190部短片作品，培育近百位新銳影像創作者，成為臺灣影視人才養成的重要平台。

8月

●世界原住民族廣電聯盟(WIBN)於臺灣召開年會，客家電視台成為大會結構調整後首個獲准入會的聯盟會員(Affiliate Member)，延伸公廣集團多元族群媒體服務的國際連結。

9月1日

●公廣集團與中央通訊社、中央廣播電台、原住民族電視台等公共媒體啟動「可信資訊 AI Chatbot」合作計畫。

9月7日

●公視企劃、陳芯宜執導，改編吳明益小說《苦雨之地》的VR作品《雲在兩千米》，獲第82屆威尼斯影展「沉浸式內容競賽單元」最佳沉浸體驗大獎。

10月18日

●公視《聽海湧》以二戰「臺籍戰俘監視員」為視角，呈現被忽略的戰爭記憶與族群傷痕，獲金鐘獎迷你劇集獎。

12月

●公視、客家電視台與公視臺語台同步上線 AI 氣象手語主播，以手語提供即時氣象資訊，推動資訊平權。



●TaiwanPlus 頻道於邦交國帛琉共和國、馬紹爾群島共和國正式落地開播。

12月15日

●公視臺語台舉辦南部新聞直播啟動典禮，將《早起新聞》與《中晝新聞》移至高雄，成為首個在南臺灣 LIVE 直播每日新聞的電視台。



2026

●公視、華視獲2026nDX數位創新獎助。公視預備啟動AI輔助新聞口述影像服務，深耕資訊平權。華視則計畫以AI公開上架54年來檔案影像，提供智慧搜尋與影像授權服務。

2月11日

●公視《紀錄觀點》深耕27年，孕育多位臺灣紀錄片工作者，獲臺灣國際紀錄片影展(TIDF)「傑出貢獻獎」。

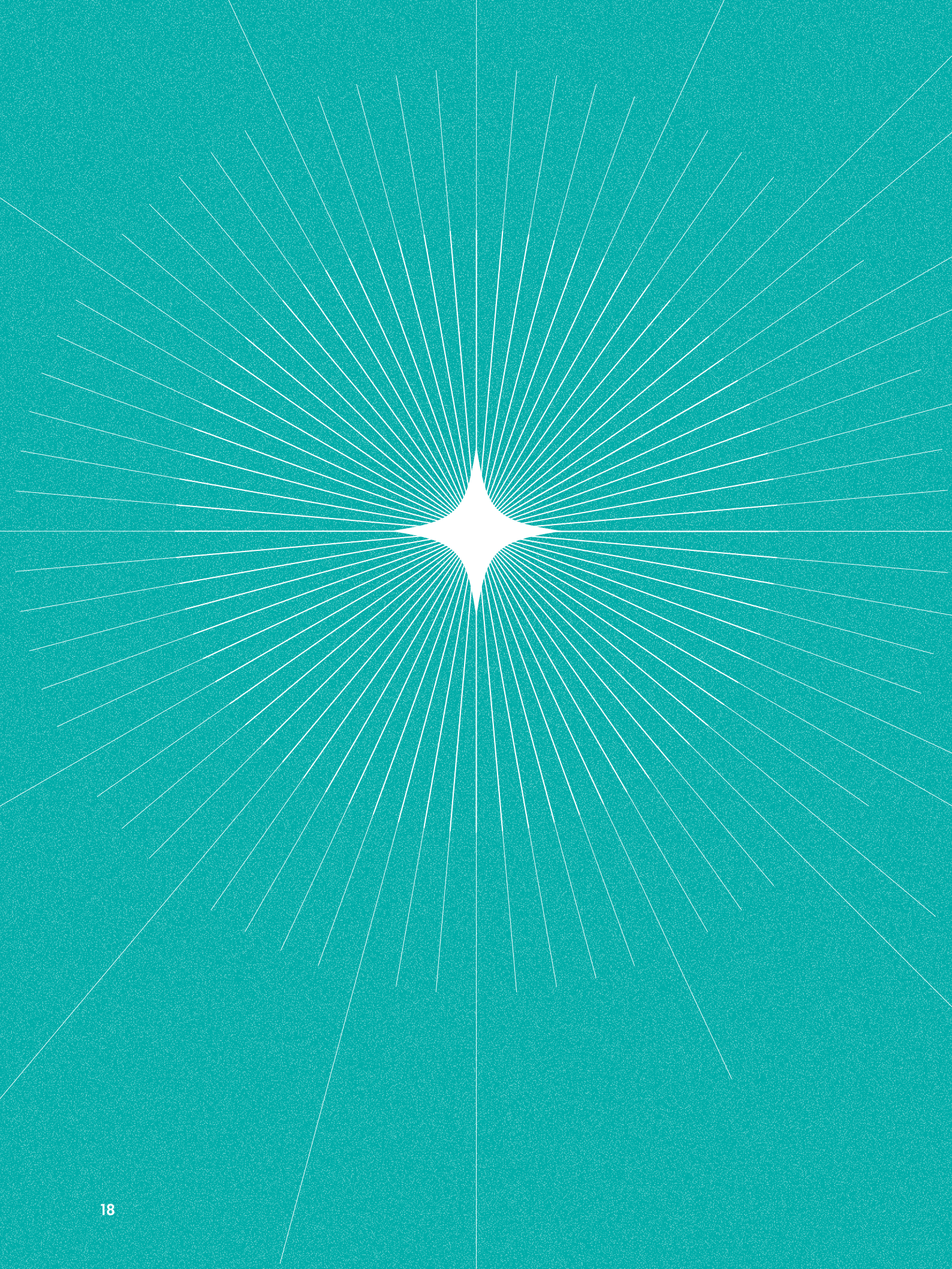
3月

●TaiwanPlus正式進入美國主流有線電視系統，與Golden TV簽署協議，使臺灣影視內容可觸及超過2,000萬美國家庭收視戶。



7月1日

●臺灣公共廣播電視集團正式成立滿20週年，歷經從單一公視頻道到跨語言、跨平台、跨國際媒體事業群的發展歷程。



奠基者的初心

——第一個十年

一份真心的相信，能夠帶我們走得多遠？

公廣集團成立之初，沒有成熟的模板可以依循，有的只是一群人對「公共媒體應該存在」的堅定信念。第一個十年，是制度從無到有的十年，是在資源有限、質疑不斷的環境中，一步步確立公共媒體存在價值的十年。因為有人願意在你我身邊守望、記錄、發聲，這個體系才得以紮下根來。

奠基者的初心，從未遠去；它只是化入了每一則報導、每一個鏡頭、每一次為公共利益所做的選擇之中。

而你的在場，為公廣的腳步提供了堅實土地。



二〇三六年的公廣集團： 從公共媒體到全球數位世界公民典範

陳春山 前公視／華視董事長

回首初衷：公廣集團的誕生與使命

回顧 2004 年，我受命擔任公視第三屆董事長，隨即推薦當時擔任中央社社長的胡元輝先生擔任總經理。在就職初期，我便於誠品書店的願景說明會中明確指出：台灣必須效法歐洲、日本 NHK 及韓國 KBS 等國際媒體典範，在破碎化的媒體市場中建立「公共廣播電視集團」。其核心目標是透過提高普及率與影響力，在多元分歧的社會中凝聚公共價值的共識。隨著社會對無線電視公共化逐漸達成共識，並在國防部與朝野立委的推動下，華視正式加入公廣體系；隨後客家及原住民電視台也相繼納入。這段歷程，奠定了公廣集團以公共性為核心的發展雛形。

傳承與變革：二十年後的轉捩點

二十年過去了，在歷任經營團隊的努力下，當初規劃的國際、兒少、台語頻道已逐步落實，公廣規模顯著擴張。然而，站在 2026 年的時點展望未來，環境、AI 科技與社會期待已發生翻天覆地的變化。我們必須思考：除了達成過往願景，公廣集團是否有更高階的使命需要擬定？

身為 ESG 世界公民數位治理基金會董事長，我提議與公廣集團合作發起「未來新聞獎」，邀請大學生與社會大眾共同想像 2036 年的台灣。在 AI 全面重塑人類文明的時代，我們對未來的規劃必須善用技術力量，共同描繪出 2036 公廣集團的五大轉型藍圖：

一、轉型數位公民與文化外交平台：

公廣集團將從單純的媒體機構，進化為具備全球影響力的 AI 數位平台與品牌。

二、輸出負責任的 AI 技術典範：

我們將為全球提供對抗假新聞的技術框架與治理平台，透過跨國協作，將台灣特色的人權與環境內容推向全球主流串流平台，建立國

民的文化自豪感。

三、打造數位民主的實驗場域：

結合最新 AI 科技與擴增實境，集團將成為審議民主的實踐基地。讓民眾能直接參與公共政策討論與模擬投票，將新聞現場與公民決策深度融合。

四、引領亞洲 ESG 永續媒體浪潮：

公廣集團將成為亞洲首座「淨零影視基地」。透過 AI 優化內容生產流程，帶動全台灣社會的 AI 永續轉型。

五、華視的價值再造與活化：

華視將藉由朝野共識，轉型為具備「利益平衡、永續經營」特質的 IPO 社會事業。透過資產活化與實體、虛擬園區的整合，展現民間活力與科技創意，成為一個兼具科技感與商業動能的媒體實驗園區。

結語：值得信賴的世界公民領導者

2036 年的公廣集團，是人類智慧與人工智慧對話後的集體共識。我們期許屆時民眾的感覺是：這是一個高度可信賴、具備未來感，且對人類文明有卓越貢獻的品牌。它不只是台灣的公共媒體，更是帶領亞洲及全世界邁向「世界公民社會」的設計師與領導者。



相信是一道光

李遠 文化部部長／前華視總經理

「相信」的起點

我永遠不會忘記 2006 年那一整個農曆年，我很規律的趴在書桌上每天寫一頁報告，寫一份對於華視的願景。

那時，臺灣公共廣播集團剛成立，我收到願不願意參加華視公共化後第一任總經理徵選的詢問。當時有一種湧動的心情是「相信」。相信台灣終於有一個黨政軍不得干涉的公共媒體集團，「相信」這次的徵選是真正的公開公平的，不受任何政黨影響的。「相信」台灣值得擁有一個真正民主自由的社會。

必敗之役

我有幸透過筆試和口試，正式成為公廣集團的一份子。在那之前，我只有在中央電影公司工作八年和台灣電視公司擔任節目部經理近兩年的經驗。我研究了當時的電視生態，試圖用過去的經驗重構混亂的生態，對這艘承載希望的大船畫了無數藍圖，卻沒想到，迎面而來的是一場「必敗之役」。

那是一段充滿挑戰的時光。華視的肩膀上扛著公共傳播的使命，口袋裡卻是自負盈虧的壓力，我試圖用創意去翻轉，帶動革新的風格，但最終，我發現自己只能勉力守成。那種心情，宛如當年的一部電影《來自硫磺島的信》所描繪的戰場，明知結局已定，卻仍要在那守到最後一刻。這場必敗之役，至 2008 年我離開華視時，留給下一任總經理的資產是一部後來播了長達 160 集、收視率極高的八點檔連續劇《歡喜來逗陣》。

面對失敗，我希望留給友軍更多的彈藥。

低谷與轉彎

離開華視後的日子，無疑是我人生中的一段低谷。但我總覺得，生命中的每一次轉彎，其實都藏著它必須存在的意義，經歷了環境、

教育、藝術文化，在不同領域裡投入耕耘，沒想到命運又把我帶回了這個戰場，難題依舊盤根錯節，當年的戰友們也依然在奮鬥。這二十年來，公廣集團已不再是新生的幼苗，他成長了，變得更強韌而完整。這一座遮蔭的大樹，陪伴著無數台灣影視人才茁壯成長，創造出一部又一部觸動人心的作品，也為多元的族群搭建平台，讓那些在社會角落沒被聽見的聲音，終於能穿透喧囂，向大眾發聲。

莫忘來時「光」

這些成果總讓我想起，當年是多麼地以臺灣的立法院不分黨派，共同催生了這個真正屬於公共、全民的廣播集團為榮。二十年後的現在，我也更相信臺灣的自由、民主、平權的思潮是不可逆的，是勇往直前的。我相信這一切，「相信」是一道光，給了我重新回到職場的雄心壯志，也照耀屬於全台灣的公廣集團，提醒我們莫忘二十年前，朝野共同的理想。

客家電視沙鼻向前走

徐青雲
前客台台長、公視資深製作人



二〇〇六年一月，立法院通過《無線電視事業公股處理條例》，隔年，由客家委員會以招標採購案設置的客家電視交由公視基金會辦理；從客家電視成立三年多來，以標案模式經手台灣電視、台視文化、東森電視轉到公視，結束了年年招標、換辦公室、換器材設備的日子，快樂的迎接新的開始。

身為媒體人，深知自律與熱情是組織文化的核心，而不論是標案或是進入公廣集團的客家電視夥伴們也都如是投入，讓客家電視持續被看到，直至今日我們都風神的說：「佢客家電視，「佢沙鼻。」這是參與客家電視每一份子的無形資產。

而在有形內容資產方面，加入公廣集團的客家電視在觀眾面前，也有耳目一新的視覺與內容回饋給大眾。在頻道視覺上，打破客家最忌諱的白色，以純白概念展現新氣象與新篇章，受到觀眾的喜愛與肯定；重新譜曲台歌《客家世界》，找來多位歌手與演員，以一人唱一句的方式共同錄製，型塑客家是「大家」的，並搭配節目畫面製作MV，每日中午十二時在頻道播送傳播客家印記，更提供歌譜與歌詞給大眾使用。

公廣集團的客家電視，有了較穩定的法源基礎，更不忘肩負族群文化擴散與延續的關鍵載體，端出了花啦嘩啵的節目，舉例來說：

- 不到兩個月的籌備期，到公廣的第一天、一月一日，播出全新製作的學齡兒童節目《奧林P客》，此節目多年來囊括大小獎項，至今仍在製作中的長青節目；
- 除了開台播出至今的《鬧熱打擂台》，發掘了多位歌手外；《山歌唱來鬧連連》、《客家新樂園》，更剪輯成短版MV《十分客家》，充分發揮客家資源多元應用的精神；客家說唱節目《日頭下·月光光》，內容精采叫好又叫座；紀錄片《世紀的寶

貝》更留下豐富的影音資產；

- 在戲劇節目上每年推出三檔、各二十集的劇集，與五齣、各九十分鐘的電視電影，希望精彩的客家透過戲劇讓更多人喜愛，也得到金鐘獎多項的肯定；
- 在僅百位新聞部夥伴的火力全開下，除了四節新聞外，陸續推出《客家新聞雜誌》、《村民大會》、《國際客窗》等節目，展現高度品質與效能；十三位駐地記者除每日新聞採訪外，另製作《客庄走透透》節目，深度擴散客家文化；
- 在與觀眾對話上，每年底的LIVE節目《與觀眾有約》，主管、製作人直接與觀眾電話Call-in對話；行銷企劃部夥伴在北中南東客家地區舉辦《傾聽觀眾的聲音》公共問責活動，由客家董事與諮議委員主持，相關主管與製作人列席，面對面聽取觀眾意見做為隔年營運計畫的參考；也舉辦《藝術巡演列車》、《電視小尖兵夏令營》等活動，一年從頭到尾透過不同形式與觀眾互動交流。

時序更迭，成員或有異動去職、節目也會推陳出新，但不變的是：參與客家電視的每一份子持續能自律、有熱情，客家電視繼續沙鼻向前走。

在多族語的開場之後

馬紹・阿紀 前原住民族電視台台長



我的媒體生命，與公廣相連

二十年，對公共廣播電視集團而言，不只是制度的年輪，也是台灣社會一次又一次學習彼此聆聽的過程。對我而言，公廣不是一個抽象的媒體機構，而是我生命中一段真實而深刻的道路：從公視原住民新聞雜誌記者、製作人、台灣第一位原住民新聞主播，到原住民族電視台台長，再到世界原住民族媒體的國際舞台，我的媒體生命，幾乎都與公廣的脈動相連。

誰有權力說自己的故事？

我在公廣集團擔任七年的原民台台長。那七年，是制度建立、專業磨合、原住民主體性被反覆辯證的七年。原住民族電視台在公廣體系中，不只是增加一個頻道，而是提出一個更根本的問題：誰有權利用自己的頻道說自己的故事？誰能決定影像中的族群如何被看見？

一分鐘，四種語言

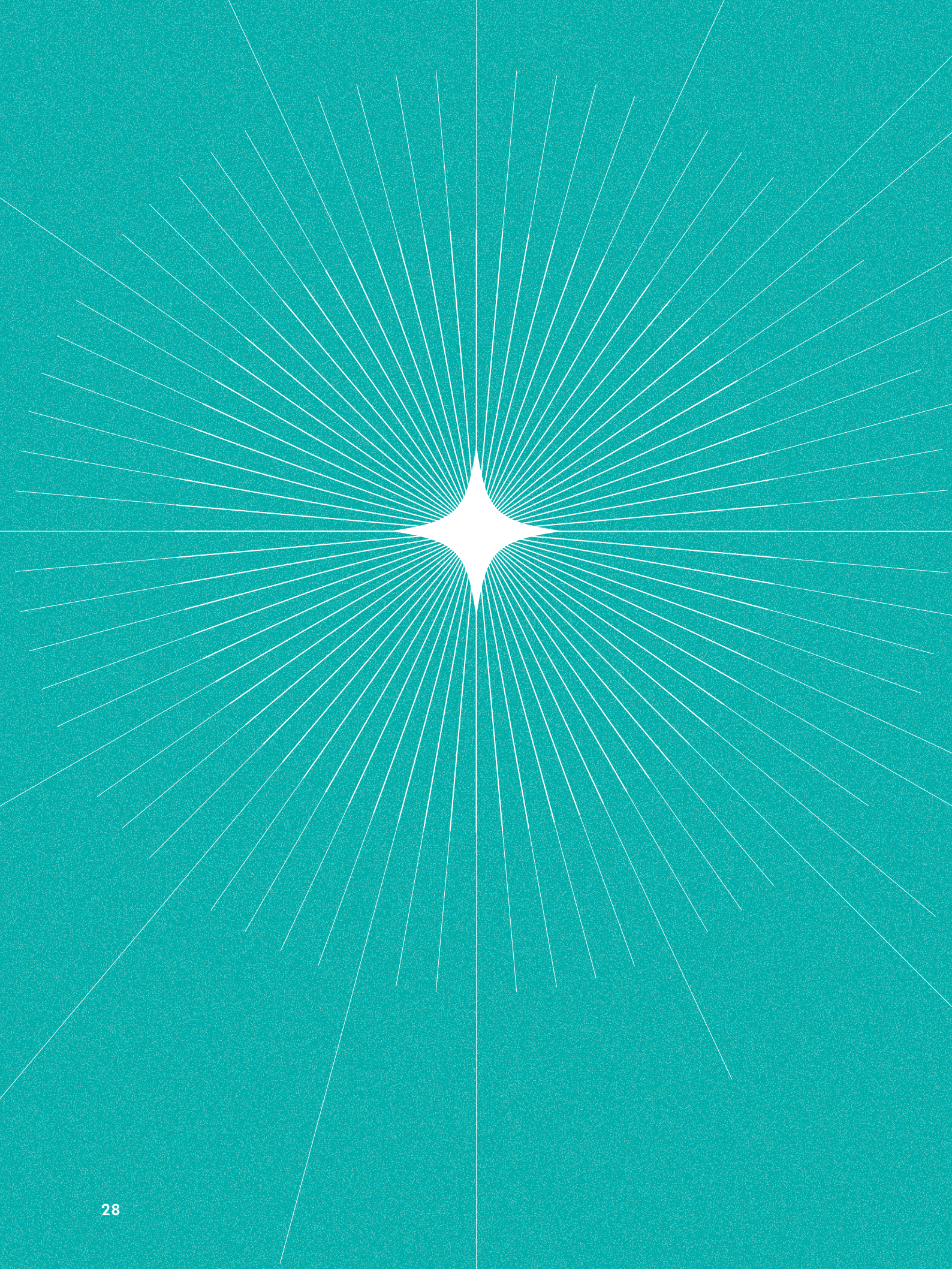
2008 年，公共電視舉辦總統候選人辯論會，馬英九先生與謝長廷先生同台。那一天，我擔任全球直播的辯論會主持人。開場一分鐘，我使用華語、閩南語、客家語與泰雅族語向觀眾問候。那一分鐘，背後是一個星期在公視後山裡獨自背誦與練習。當全球華人緊盯螢幕，我必須從容不迫，讓多族語言在國家級政治辯論的場域中，被自然地聽見。開播前，馬英九先生先走過來握手，對我說：「我的泰雅名字叫 Watan。」緊接著謝長廷先生也過來握手說：「我的阿美族名字叫 Dingki，電燈。」那一刻，我感受到的不是政治人物的寒暄，而是公共媒體讓台灣多元文化進入國家公共空間的一次具體實踐。

臀鈴與木棍：跨越時空的交付

2010 年，我接任世界原住民族廣播電視聯盟主席。2012 年，我帶著台東卑南族的哈古頭目夫婦，前往北極圈內挪威的北方小鎮 Kautokeino，與撒米電視台進行主席交接。儀式中，哈古頭目將卑南族青年男子的臀鈴掛在撒米電視台台長 Nils Johan Heatta 的臀部，再以木棍重重敲下，全場國際媒體人士哄堂大笑。那一天，摩納哥親王阿爾貝二世（Prince Albert II of Monaco）以及摩納哥王妃夏琳（Princess Charlene of Monaco）都在現場。這個台灣獨有的文化交接儀式，跨越海洋、冰雪與族群歷史的交付：「台灣原住民族媒體，曾在世界原住民族媒體的網絡中，承擔過共同前行的責任至今。」

讓每一個聲音，都被鄭重聽見

回望公廣二十年，我深知其中有許多艱難，也有許多值得驕傲的時刻。願未來的公廣，繼續成為台灣社會最有耐心、最有深度、也最願意聽見不同聲音的公共空間。因為真正的公共，不只是讓多數人看見自己，也要讓每一個曾被忽略的聲音，都能被鄭重地聽見。



紮根與擴展

——第二個十年

根紮穩了，枝葉才能往更遠的地方伸展。

第二個十年，公廣開始回答一個更複雜的問題：台灣的公共媒體，應該用幾種語言說話？應該看見哪些人的生活？又該如何在數位時代，走進每一個人的日常？

每一次擴展，都是對「你」的一次重新定義——你不只是主流觀眾，你也是長期被忽略、卻同樣值得被看見的那個人。你不只是坐在電視機前的觀眾，你也是用手機、平板、隨時隨地近用公共內容的那個人。

第二個十年，公廣沒有選擇最簡單的路，而是選擇了最多人的路。這條路上，有你，有我們。

因為你，所以我在。

從頻道走向平台， 我們已走向收視管道多元的新時代

徐秋華 前公視總經理（2026年5月10日辭任）



公廣 20 年，也是電視媒體與公共媒體在新科技的浪潮下，不斷面臨挑戰的時代。

2006 年當時國際主要媒體已經開始播出高畫質節目並推出高畫質頻道，例如 NHK 在 2000 年就開播 BS hi、BBC HD 也於 2007 年 12 月開播。於是在政府的補助與支持之下，2008 年公視啟動全台第一個高畫質數位無線頻道 HiHD，同年更以高畫質信號轉播北京奧運。當時電視強調的是畫質的提升，接著隨著日本開始發展 4K 乃至於 8K，電視畫質的精美不斷挑戰新高，製作成本也逐步墊高，但此時也因為數位匯流科技的演變，使傳統電視頻道的營運模式面臨挑戰。

寬頻網路 4G / 5G 行動技術的普及，使得隨時隨地收看影音成為可能。智慧型手機、平板電腦及智慧型電視，解決了以往頻寬的限制，影音平台開始逐步改變觀眾的收視習慣。

2007 年 BBC 就推出了 iPlayer，透過網路播出 BBC 個頻道的節目，同年 Netflix 在美國開始推出串流影音服務，並於 2016 年進入全球市場。這一年，公視也開始推出網路回看服務「公視 + 7」，一開始僅以有限的資源，提供自製有版權的節目在七天內回看的服務，但漸漸也感覺到觀眾對線上影音服務的需求日增，於是增加資源投入，包括後台建置、維運人力、版權預算甚至開發新製節目，都成為一個影音平台的必要事項。

2017 年「公視 +」正式上線，並推出 4K 專區，提供當時已經以 4K 製作的節目，一個可以真正看到超高畫質的空間，例如《斯卡羅》、《天橋上的魔術師》、《茶金》等。現在，公視幾乎所有的節目都可以在「公視 +」看到，基於策略之不同，有些節目甚至在「公視 +」首播，同時「公視 +」也開發屬於自己特色的新製節目。目前「公視 +」的觀眾年齡層以 25 到 55 歲為主，剛好和公視的主要

收視年齡層形成互補，讓我們的内容觸及到最多的觀眾。2024 年小公視開播後，大量的台灣兒少節目也成為「公視 +」的一大特色，成為親師與孩子們的好夥伴。

其實近年許多國家公共媒體都意識到傳統頻道的危機並積極開發新的數位作業流程與播映模式，這是傳播產業再一次將進行的結構性革命。

2024 年參加在加拿大渥太華舉辦的 PBI 國際公共廣播機構年會時，有幸參觀了 CBC 位於蒙特婁的新辦公大樓，這棟大樓是一個以 IP 技術為基礎所建的電視大樓，以數位技術創造了共享製播資源、支援所有播出格式、減少人力資源與辦公空間並有利於創新的工作環境。日本 NHK 也在澀谷總部興建新大樓，新聞部與 NHK World 將搬至新大樓工作。在建置的概念上已融入虛擬製作、工作流程大幅 IP 化以及 AI 科技的導入。這兩個案例，讓我們看到了公共媒體面臨新趨勢挑戰下轉型之必須。

現在公視的節目與新聞，幾乎都可以在網路平台有多元的露出方式，不論是在 YouTube 的各個頻道或「公視 +」的收視表現都迭有成長，但如何讓這條路走得更長更遠，讓台灣內容能在這個時代更能精準地觸達到我們的觀眾，將是我們未來的挑戰。



公共化華視的永續之路： 資產活化與政府資助

劉昌德 華視總經理

轉型二十年：從市場到公共

隨著 2006 年相關立法，華視從市場導向轉型為服務公共任務的電視台。

加入公廣集團二十年來，華視持續產製具有大眾化公共價值的節目。近年推出《俗女養成記》、《阿叔》與《阿榮與阿玉》等戲劇，展現本土文化特色並獲得金鐘獎項肯定。在運動轉播方面，華視投入世足賽、巴黎奧運及美國職棒轉播，服務國人免費收視重大賽事的運動文化公民權。針對數位創新，推出財經節目《鈔錢部署》與新聞解釋節目《大巨蛋旁邊》等，因應傳播科技典範更迭，嘗試跨出傳統電視頻道邊界。

「不公不民」的定位錯置

然而，內容成果背後則是長期的財務困境。華視在公廣集團中的處境特殊，是唯一沒有政府預算直接資助、必須完全依靠廣告與商業收入維持營運的頻道。這種制度設計造成經營上的困難：華視被要求達成公共媒體的任務，卻必須在破碎的廣告市場中與商營媒體競逐資源。從加入公廣後的二十年間，華視每年平均虧損約 2.5 億至 3 億元，長期必須以自有土地質押借款，內容投資因此難以開展。

許多論者認為，華視財務窘境為是「不公不民」角色所導致。要回答定位錯置的問題，必須釐清華視的角色與目標。

商業是手段，公共是目標

華視進入公廣集團的初衷，是希望為刻板印象中「小眾」、「非主流」的公視，注入市場活力與創新方向。華視就是一家公共電視台，希望創造更多類似前述具有大眾化色彩的公共價值內容。因此，華視的商業角色是「形容詞」，是「手段」；公共媒體則是「名詞」、是「目標」。

從公共媒體的財務角度來看，華視的自籌款比例是 100%。華視的年度虧損因此應該看作服務公共價值的營運成本，也就是公共媒體自籌款不足以支應的財務赤字。

永續之道：資產活化＋政府補助

從公共媒體財務結構來看，華視的永續之道可以分成兩部分。

一方面，從公共媒體自籌款角度來看，應該以華視目前位於台北市精華地段的土地資產，積極活化來挹注自有資金。這是歷屆華視董事會都致力的目標，現在更是到了非做不可的階段。

另一方面，從公共媒體的公共財源來說，就是比照公視，由政府依法附負擔捐贈補助華視的內容創新。跟目前公廣集團其他頻道相比，每年 3 億元支援公共化的華視主頻、新聞台、與教育台等多個頻道，相對來說極為精省。若能透過更多元更有規模的內容補助，清楚賦予華視更多公共任務，就能讓這家公共電視台做出更大的社會貢獻。

透過資產活化與政府補助這兩項財務永續作法，就能讓市場困境下的華視這家大眾化公共電視台，持續具有動能，成為服務觀眾與公共媒體的「動詞」。



Ethnic & Public: 客家電視的公共化進程

向盛言 客家電視台台長

臺視 > 東森 > 公視 從政府標案到公共媒體

2004 年 9 月，還來不及參加當年底的畢業典禮，便興沖沖地從英國趕回臺灣，到客家電視台報到。人生第一份工作做了 22 年，截至目前為止仍是客台的一份子，也正因如此，我的職涯巧妙地經歷了客家電視從本質上棲身具官股色彩的老三台、到商業媒體經營的政府標案，最終進化成為「以客家為體的公共媒體」完整過程。

- 臺灣電視台 2003 年 7 月 1 日 ~ 2005 年 12 月 31 日（委託經營階段）
- 東森電視台 2006 年 1 月 1 日 ~ 2006 年 12 月 31 日（商媒得標階段）
- 公視基金會 2007 年 1 月 1 日 ~ 迄今（族群媒體步入公共化階段）

2007 加入公廣集團 從族群內向到全民共享

在 2026 年的此刻回顧過去，客家電視史歷歷在目。當中，對客台而言最關鍵的時間點莫過於 2007 年正式加入公廣集團，讓客台扮演的角色得以從「族群內向—給客家人看的電視台」，擴大成為「全民共享—以客家視角豐富臺灣公共領域」的核心成員。此舉確立我國公媒的多元包容特性，奠定臺灣邁向族群平權的重要里程碑。

國家語言整體發展方案 擴大客台影視影響力

進入公廣集團之後，還有兩個關鍵時間點，分別從政策面和法律面，實質擴大客家影視內容的影響力，並且進一步確立客台的獨立性和自主性。首先是行政院於 2022 年 7 月 15 日核定由文化部、教育部、原住民族委員會和客家委員會共同提出之「國家語言整體發展

方案」，預計 5 年（2022-2026）投入 324 億經費支持各面臨傳承危機國家語言之復振與發展。

經由「國家語言整體發展方案」的挹注，客台的年度預算自 2023 年起，從過往維持了 20 年的 4 億元，大幅增加至 6 億元，因此才有餘裕製播有史以來第一部登上 Netflix 和國內各大 OTT 影音平台的旗艦戲劇《星空下的黑潮島嶼》。該劇不僅叫座，更在第 60 屆金鐘獎以 16 項入圍、6 項獲獎，成為年度最大贏家；緊接著更在今年（2026）的紐約電視節（New York Festivals TV & Film Awards）以 9 項入圍、7 項獲獎（1 金獎、6 銀獎），打破臺灣影史單一作品紀錄。

公視法修法 確保法源、預算、主體性與獨立性

Last but not least! 2023 年 5 月 26 日修正通過的《公共電視法》，在第十條第一項「公視基金會之業務」中，加入第三款「多元族群及區域需求之傳播服務」，賦予公視基金會經營客家電視台的明確法源；並在第二項明定「辦理前項第三款及第四款業務，應保障經費及專款專用」；在第三項明定「辦理第一項第三款業務，應確保其營運之族群主體性及獨立性。」同時客台的預算來源也由原本政府部門的「勞務採購」改成和公視一樣「法定捐贈」，只是捐贈單位為客委會而非文化部。

經過 20 年，客家電視台總算在法律上和實質上，都正式成為公視基金會的一份子，確保我國公共媒體所製播的內容，實現多元、客觀、公平並且兼顧族群之均衡。

臺語台七週年 + 13

呂東熹 公視臺語台台長



十三年的沉潛與等待

公視臺語台雖然 2019 年 7 月正式開播，但實際上已沉潛了 13 年。

時間拉回 2006 年，當時的行政院新聞局在立法院相關決議下，責成公視推動公廣集團整合，以臺語為主要語言的公視「南部台」，順勢在 2007 年底的高雄市台鋁（夢時代現址）正式掛牌，豈料，2008 年政黨輪替之後，「南部台」遂無疾而終；不過，之前為了替「南部台」暖身，搬至華視大樓合署辦公的公視新聞部，已先行製作《南部開講》（臺語為主的論壇），2008 年 3 月 3 日，並開播中晝新聞、暗時新聞兩節臺語新聞，臺語新聞的開播，還引起日本 NHK 的矚目，特地派員採訪。

轉變契機：2016

在客台、原民台已相繼成立多年之時，民間團體積極推動成立的臺語電視台始終遙遙無期，2016 年政黨再輪替獲得了契機，在行政院及文化部支持下，2018 年中公視開始規畫臺語頻道，2018 年 12 月 25 日，立法院三讀通過《國家語言發展法》，明定保障臺灣各固有族群的自然語言、傳承、復振與發展，以尊重臺灣語言文化的多樣性；文化部根據《語發法》的立法精神，2019 年編列 4 億專案預算籌備臺語頻道。

臺語台啟航：2019

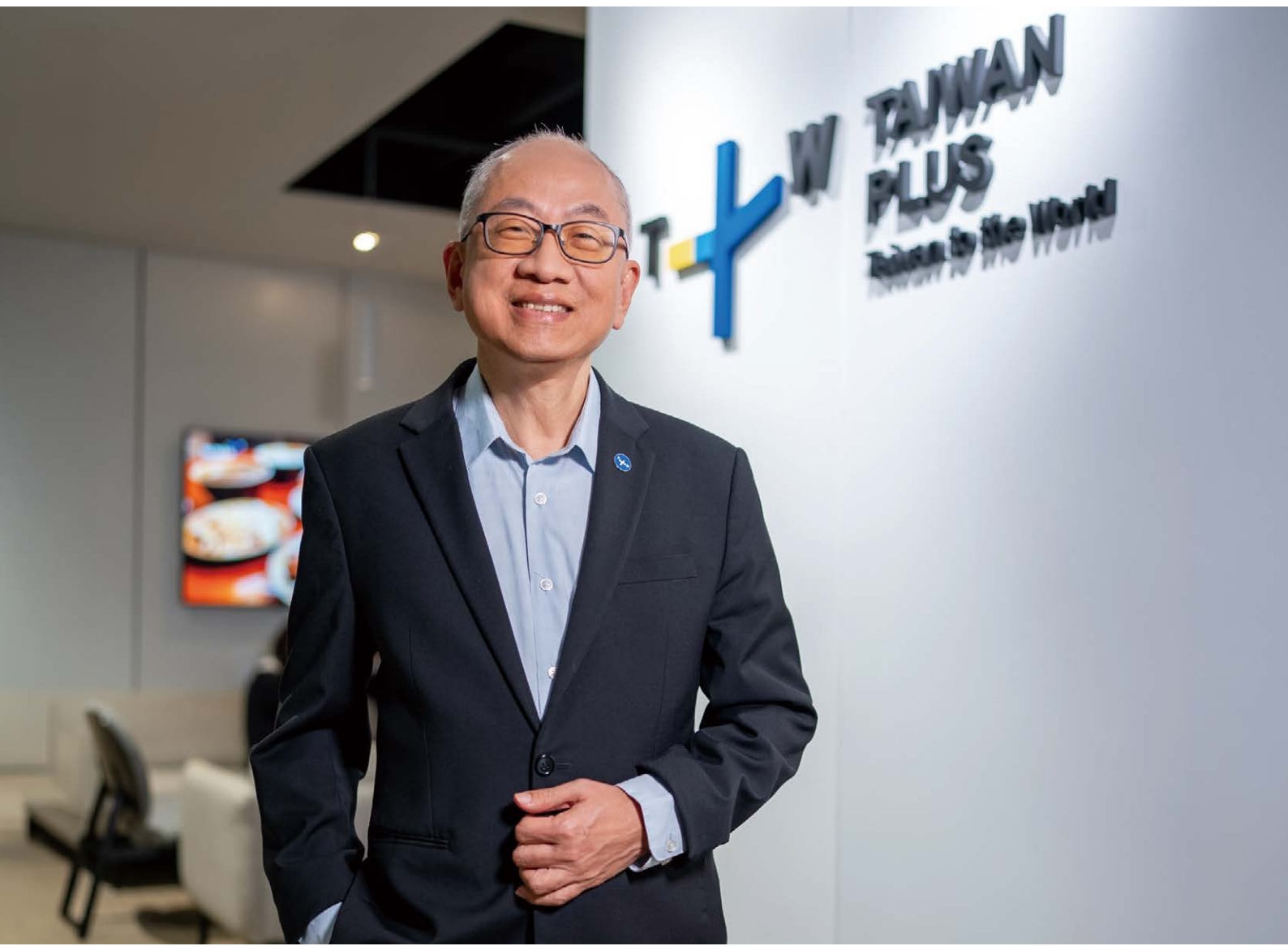
公視將原本的「公視二台」改做臺語頻道，經過半年多的籌備，公視臺語台定頻有線頻道第 14 台，2019 年 7 月 1 日開播，7 月 6 日在基隆市海洋廣場舉行開台典禮，以「臺語開港，做陣出帆」為主題，向望臺語文化航向曠闊的世界，也成為全世界第一個以臺語發音為主的電視頻道。

2023 年 7 月，臺語台成立滿四年，因為

公視法修法通過，確立了臺語台的法源與位階，2024 年起，臺語台預算從補助改為捐助；同時，為了服務中南部觀眾、平衡媒體資源，6 月 3 日在高雄市成立「南部中心」，以整合南部媒體人才與在地資源；9 月成立「臺語台諮議委員會」，以協助與監督臺語台的運作；2025 年 12 月 1 日，更將早起新聞、中晝新聞兩節核心新聞移到「南部中心」Live 製播，在全體員工七年的努力下，臺語台的收視、社群，以及品牌經營，成效卓著。

打破舊框架，再領風騷

除了華語之外，台灣其他族群語言均歷經「國語政策」的打壓，而臺語影視從廈語片到臺語片，至老三台的臺語戲劇、音樂，臺語演員與歌手，都曾經引領風騷，創造主流，也站上主流，台灣雖已解嚴超過 40 年，但影視娛樂圈的「警總文化」始終尚未解嚴，從以前的「小警總」，到現在仍吊掛著中國「華語市場」的心魔，我們期待新一代臺語影視圈，能與臺語台共同打破舊框架，重新站上主流，一起奉獻、耕耘唯一的臺語頻道。



TaiwanPlus 讓世界認識台灣

何國華 TaiwanPlus 代理執行長

這幾年地緣政治動盪加劇，經濟危機與全球通膨攪動人心。TaiwanPlus 做為台灣面向世界的窗口，提供新聞報導、深度觀點和多元節目內容，服務全球觀眾和在台外籍友人與本國人士，所有人都可以透過 TaiwanPlus 的鏡頭和視角掌握全球脈動。

TaiwanPlus 做為台灣第一家以影音為主的英語公共媒體，目的是將台灣的聲音和台灣的觀點傳播到全世界，讓世界看見台灣、認識台灣、瞭解台灣。節目內容包括新聞、論壇和文化科技財經等多元節目。

以台灣出生的美國 NASA 太空人林琪兒（Kjell Lindgren）新聞報導為例，TaiwanPlus 獨家專訪內容除了提供公廣集團在內的國內媒體之外，同時也向國際傳播。TaiwanPlus 持續擴大全球覆蓋，2025 年成為歐洲新聞交換機制（European News Exchange, ENEX）成員，透過 ENEX，台灣新聞影像可以更快速分享至全球主要電視台與新聞機構。目前使用 TaiwanPlus 新聞素材的國際媒體涵蓋美國、英國、澳洲、歐洲，包括 CNN、CBS、Al Jazeera、Sky News、Sky News Australia 等。

TaiwanPlus 在美國旅館、印度、馬來西亞、帛琉、馬紹爾等國陸續落地，今年四月起與美國 Golden TV 合作，進入其有線電視和串流平台，觸及 2000 萬美國家庭用戶。

目前，平台整體國際流量占比是 95%，台灣流量占比是 5%。除了電視頻道，主要是透過社群、官網、入口網站等多元管道向世界介紹台灣，至 2025 年底已經累積 4.1 億次的影音觀看次數，各個社群的總追蹤數／訂閱數也突破 157 萬。

這樣的成績除了百萬級爆紅影音助推之外，旗艦政論節目《Taiwan Talks》更是居功厥偉，持續交出漂亮收視成績，YouTube 頻道訂閱人數突破 17 萬，單月最高總瀏覽數突破

410 萬，月平均瀏覽破 150 萬。

TaiwanPlus 的多元節目內容也提供做為台灣雙語教學應用，從小學、國中、高中、大學到銀髮族都能夠輕鬆使用做為英語學習教材。

TaiwanPlus 做為台灣與世界溝通橋樑，六月製播了 2026 COMPUTEX，讓全球觀眾都能夠即時看見台灣的科技成果；同時為了全面服務觀眾，除了網路與行動 App 之外，2025 年也建置完成 TaiwanPlus TV App，陸續上架 Apple TV、Android TV、Roku 等智慧連網電視。

TaiwanPlus 連年入圍得獎，得獎數屢創佳績。除了紐約電視獎、亞洲影視內容大獎、國際品味大獎、亞洲影藝創意大獎、第 60 屆電視金鐘獎等等，最值得說明的是 Drag Queen Yolanda 獲得 2026 年威比獎（The Webby Awards）的最佳人氣獎（People's Voice Winner）。

威比獎是全球最具指標性的數位內容獎項之一，自 1996 年創立以來，專門表彰網站、影音、社群、Podcast 與數位創新內容的卓越表現。地位不僅來自於長期累積的產業影響力，也獲得主流媒體背書，例如 The New York Times 即將其稱為「網路界最高榮譽」（Internet's highest honor），並延伸出「網路界奧斯卡」這一廣泛流傳的稱號，確立其在全球數位內容領域的權威性與象徵地位。

全球變動過程中，TaiwanPlus 持續投入國際傳播，在本國同仁和外籍同仁共同努力下，持續獲得國際獎項肯定和觀眾肯定。TaiwanPlus 將秉持公共媒體國際傳播初心，積極創新和努力，讓世界看見台灣、認識台灣、瞭解台灣。



社會的協力

——共創公民社會

公共媒體從來不是單向的內容提供，而是一場持續的對話。

真正的公共性，不只發生在螢幕上，也發生在與你共同製作、共同守護、共同前行的每一個時刻。跨台協作、公民參與、兒少服務、國際連結——這些都不是公廣一己之力完成的事。

因為有你，這一切才成為可能；
因為有你，公共媒體的意義才得以不斷被重新發現；
因為有你，公共媒體才真正成為「我們的」。



Judy Tam

世界公視大展 主席
INPUT President

衷心恭賀台灣公共廣播集團（TBS）迎來創立二十週年的美好時刻！

回顧公廣集團這些年來對社會、人民與整個國家所帶來的深遠影響，那份貢獻與價值實在難以用數字來衡量。無論是母語節目的蓬勃發展、多元文化與教育內容的深耕，還是在數位頻道及社群媒體上精彩紛呈的娛樂內容，公廣集團所展現的影響力，以及其應得的國際能見度，都令人讚嘆，也為全球公共媒體帶來重要啟發。

我謹代表國際公共媒體組織「INPUT 世界公視大展」向公廣集團獻上最熱烈的掌聲。同時，也要衷心感謝公廣集團多年來積極參與、攜手合作，讓我們這個擁有四十九年歷史的國際交流組織，因為公廣的加入而更加豐富。

INPUT 曾有幸於 2006 年及 2023 年，由台灣公視成功主辦年會，吸引超過千位來自世界各地的公共媒體專業人士齊聚臺灣，共同觀摩來自全球精選的優秀節目。臺灣公廣集團與公視，始終是全球公共媒體版圖中不可或缺的重要夥伴。

在世界各地公共媒體都面臨各種挑戰與壓力的今天，公廣集團持續讓臺灣在推動社會責任與言論自由的道路上發光發熱，讓世界看見臺灣。

It is with great pleasure that I congratulate Taiwan Broadcasting System for an extraordinary Twentieth Year Celebration!

Looking at the impact TBS has had on its community, citizens, and nation, it is impossible to measure the results and benefits it has provided to the entire country. With the expansion of native language programming, enrichment projects, and entertainment on digital channels as well as social media, the influence and recognition it deserves to receive is extraordinary for global impact.

On behalf of INPUT (an international public media organization), I applaud TBS. I also express appreciation and gratitude for TBS participation and partnership in our organization which has a 49 year history of global relationships with conferences throughout the World. INPUT had the benefit of being successfully hosted by PTS in 2006 and in 2023, bringing over a thousand public media professionals to your beautiful country to screen programs selected internationally. TBS and PTS is a critical partner to the landscape of public media throughout the World. As public media has had pressures in each country and region, TBS helps Taiwan to shine in its role in promoting social responsibility and free speech.

With sincere regards,

Judy Tam
INPUT, President



Kristian Porter

世界公共媒體聯盟 執行長
CEO of Public Media Alliance (PMA)

我謹代表公共媒體聯盟（Public Media Alliance）秘書處，以及遍布全球的會員夥伴，誠摯祝賀臺灣公共廣播電視集團迎來二十週年。

過去二十年來，我們有幸與公廣集團旗下的公共電視攜手合作，作為我們全球公共媒體網絡中的重要成員，共同倡議獨立公共服務媒體的重要性，並持續強調：在選舉期間、重大危機時刻，以及資訊紛亂的年代，值得信賴的新聞與資訊來源，對民主社會至關重要。

作為公共媒體聯盟董事會的長期成員，公視始終展現出國際合作的最佳精神。多年來，我們在各項國際會議、研究報告、人才交流，以及倡議行動中攜手合作，在此致上由衷的感謝。

公視不僅是臺灣珍貴的資產，更是臺灣人民值得信賴的公共媒體典範。它充分展現了公共服務媒體的核心價值，以及其在國內外民主發展中所扮演的重要角色。

敬祝下一個更加精彩的二十年。

On behalf of the Public Media Alliance secretariat and membership, we congratulate TBS on its 20th anniversary.

Throughout the past two decades we have had the privilege of working and partnering with TBS's Public Television Service (PTS) as a member of our global association. Together we have promoted the vital importance of independent public service media as trusted sources of news and information, especially during election periods and at times of crisis.

As long-standing members of our Board, PTS demonstrated the virtues of international collaboration, and we thank them for their support and collaboration on numerous conferences, research papers, staff exchanges and advocacy campaigns over the years.

PTS is a true asset for Taiwan and its citizens, demonstrating the best of public service media and its role in underpinning informed democracy, both at home and abroad.

Here's to another 20 years.

Kristian Porter, CEO
Public Media Alliance (PMA)



Dr. Maya Götz

慕尼黑國際兒少影展 主席
Head of PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL

獻上德國慕尼黑國際兒少影展最誠摯的祝福：恭賀公廣集團二十週年！

故事，是每一個文化最核心的力量—透過故事，我們確認自己的價值，也與世界分享那些對我們最重要的事。

在德國慕尼黑國際兒少影展（PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL）——全球最具聲望的兒少電視專業影展——來自世界各地的兒少媒體工作者，每兩年齊聚一堂，觀賞、討論並評選那些最具力量、最勇敢，也最富有新意的兒少故事。2008年，台灣首次帶著作品踏上這個舞台，那份對孩子獨特的凝視與說故事的方式，吸引了所有人的目光。

然而，當時沒人能預見，台灣在接下來的二十年將會開展出意想不到的精彩成果。時至2026年，台灣已成為全球送件數量最多的優質兒童節目產地，入圍決賽的作品數更高居全球第三，僅次於英國與挪威。

台灣，已然躋身當今兒童與青少年故事創作領域中，最具創新活力的國家之列。而促成這場「臺灣奇蹟」的關鍵力量，正是臺灣公共廣播電視集團！如此不同凡響的創新，唯有透過智慧的國際連結、跨領域合作，以及對「如何啟發下一代，在這個複雜世界中找到方向」始終不懈的投入，才有可能實現。

感謝公廣集團，讓這場「臺灣奇蹟」成真。對於你們為台灣的孩子們，乃至世界更多地方的孩子所創造的一切，獻上最誠摯的祝賀與最深切的感謝。

With warmest regards from PRIX JEUNESSE :

For TBS on its 20th Anniversary

Stories are at the heart of every culture – through them, we affirm our values and share what matters most to us.

At PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL – the world's most prestigious children's television festival for professionals – children's media experts from across the globe come together every other year to watch, discuss, and evaluate the strongest, boldest, and most innovative stories for young audiences.

When Taiwan took part with a programme for the very first time in 2008, it was already clear that here was a very special way of seeing children and telling stories.

No one, however, could have foreseen what would unfold over the next two decades. Today, in 2026, Taiwan is the country with the highest number of high-quality children's programmes worldwide submitted, and ranks third in the number of productions reaching the finals, right behind the UK and Norway.

Taiwan thus stands among the countries with the greatest innovative power in storytelling for children and young people today.

What made this "Taiwan Miracle" possible is TBS! Such leaps in innovation can only happen through smart networking and collaboration, driven by an untiring commitment to learning how to inspire the next generation to find their way in a complex world.

For making this "Taiwan Miracle" possible, heartfelt congratulations and a deeply felt thank you to TBS for all it has achieved for children in Taiwan – and far beyond.



蘇正平

卓越新聞獎基金會董事長

隨著整個媒體環境越來越市場化，新聞資訊越來越破碎化，不實資訊越來越普遍化，一個承載優質媒體的期許、接受公共監督的公廣集團就更為重要。雖然政情險惡，行事百般難，公廣集團成立二十年，仍能堅守崗位、勉力而為，值得大家拍手鼓勵。

當年公共電視的成立承載了許多人，包括朝野兩黨，對於一個屬於公共、服務公眾的優質媒體的期許。公共電視法的通過，就是為了體現這般期許的具體實踐。尊重公共電視法的精神，每屆公共電視董

事會的成立，應該是行政和立法機關合力打造一個新的、優質的、有效率的公共媒體經營團隊，而不是把它當作權力爭奪的標的。最近幾屆公共電視董事會成立的審查過程，成就理想的色彩日益淡薄，政黨權鬥的意味日益濃厚，每每造成董事會換屆延宕，不只影響公廣集團運作，還嚴重打擊員工士氣。

公廣集團成立 20 週年，各方有力者都應該回到當年討論成立公共電視時的初心，為保存台灣新聞媒體中流砥柱的力量而努力。



洪貞玲

台灣媒體觀察教育基金會理事長、台大社科院副院長、新聞所教授

當前全球資訊生態巨變，閱聽人使用媒體的習慣改變；然而民主社會的公民，渴望正確可信的資訊、多元多樣的節目，初衷不改。此刻更顯公廣集團的珍貴！不被商業競爭與演算法綁架的公共媒體，製播不同族群、語種的內容，信守公正真實的新聞原則，是

假訊息當道、網路亂象叢生下，公民亟待尋求的可信媒體。公共媒體是民主社會的重要機制，舉世皆然！期待政府提供更多經費與支持，朝野政黨尊重其專業獨立，讓公廣集團發揮應有的功能，扮演公民社會的中道聲音，服務台灣的永續民主。



張春炎

媒體改造學社理事長、國立暨南國際大學東南亞學系教授兼系主任

二十年來的公廣，承載了「對民主的承諾——屬於全民，而非權力」。在商業邏輯與政治力量不斷逼近的環境中，公廣始終守住一塊珍貴的空間，使知的權利、文化的表達與多元語言不致被淹沒。對我而言，公共媒體充滿意義，這些年來，我們透過你們的

報導與節目，看見社會的光與影，也逐漸學會理解彼此的差異與位置。期待未來的公廣，面對數位時代的鉅變，仍能堅守理想、正義與專業，同時開拓我們對公共的想像，成為臺灣最精彩的文化、傳播基地。



楊志彬

社團法人社區大學全國促進會秘書長

2006年8月社區大學第一屆學術研討會和公視合辦「公民新聞研討會」。隔年，公共電視劍及履及，成立「Peopo 公民新聞」，至今十九年了，社區大學的公民記者一直是 Peopo 的重要盟友。除了 Peopo 之外，《我們的島》、《獨立特派員》、《村民大會》都是我們社大人喜愛的節目，以及地方有事了，第一會想到的媒體朋友。

社大最新的好朋友是 TaiwanPlus。社大擁有深

厚的地方知識與在地故事，可以成為 TaiwanPlus 向全世界介紹台灣的最佳諮詢對象與地方引路人。而 TaiwanPlus 所製作的由台灣觀點看世界的優良節目，正可以拓展社大學員的視野，成為許多社大老師的優良教材。未來，社大和 TaiwanPlus 的合作關係也一定會越來越緊密。

很自豪台灣有公廣集團。祝福公廣集團在第二個20年更形茁壯。



感恩基金會

自2002年起，財團法人感恩基金會便深感公共媒體之於社會的重要性，一路贊助支持至今。這二十多年來，我們有幸見證公廣集團從單一頻道茁壯為涵蓋公視、華視、客家、台語及國際頻道的完整體系。

在邁向20週年的里程碑之際，我們感佩夥伴們始終秉持「不以營利為目的」的核心價值，堅持獨立自主，為全民提供專業且公正的資訊服務。面對數位

轉型的挑戰，看見各位積極突破演算法偏見，將深刻的議題轉譯為生活化的內容，實現「感動國民、躍動國際」的願景。

願公廣集團在修法解開預算束縛後能更創巔峰，繼續扮演台灣媒體的正向指標。感恩基金會將持續與各位並肩，守護公共價值，共創下一個璀璨二十年！



方念萱

國立政治大學傳播學院副教授、公視基金會第3屆董事，華視（股）公司董事

二十年前，我有幸參與推動公廣集團成立的那一段歷程，也在公共電視董事會中，親身經歷制度誕生的期待與拉扯。公廣集團的成立，承載的不只是媒體結構的調整，更是對「公共」為何的不同想像——政治、專業、產業與社會之間，始終存在張力。這些張力，並沒有隨著制度建立而消失，而是以各種形式延續至今。

二十年後回望，一路顛簸，公廣概念的落實，是

一條反覆試探、時而進退失據的長路。如果探問二十年來，意義何在，我認為，提問，並以行動找尋商業公共制度並存的答案，也是意義所在。在快速變動的媒體與科技環境中，公廣集團的各台各成員持續實踐以公共利益為核心的媒體想像。

希望下一個二十年，我們終得在一次次的的不確定中，肯定台灣建立公廣的價值與精神。



施振榮
公視／華視董事

公廣集團即將迎來 20 週年，擔任董事 12 年來看到同仁在工作崗位上盡心盡力，持續堅守公共媒體價值的同時，並進一步深化內容創新與社會影響力。

面對數位轉型與媒體環境快速變化，期許未來公廣集團能積極運用 AI 新科技與多元平台，製作更多優

質的中文內容，並讓優質內容觸及更廣泛的族群。

尤其在網路時代，可以將內容授權國際，把台灣的文化與在地故事推展出去，讓世界看見台灣，並且扮演台灣價值的引領者，持續為社會帶來正向力量與長遠影響。



廖嘉展
公視／華視董事、臺語台語議委員

擔任第七屆公視董事是幸福的，我看見董事會的傳承，前輩董事施振榮在自己繁忙的企業與基金會繁忙的工作中還堅持參加董事會的會議，在關鍵時刻給予適當的睿見。

我也看到在有不同意見時，董事們以各自的專業

提出理性的討論，更看見胡元輝董事長調和鼎鼐的功力。

面對網路時代與地緣政治的壓力，傳播模式面臨空前挑戰，如何前瞻因應，值得大家共同面對與承擔。



洪馨蘭
公視／華視董事、客家電視台諮議委員

2017 年我進入客家電視台諮議委員會，以客家學者與觀眾的雙重觀點，參與族群傳播的諮議工作。2022 年接任公視董事，並在《公視法》修法後，見證客家電視台正式納入公廣集團。

這段歷程讓我看見，落實族群平等與多元文化不僅需要穩定的體制，更可透過集團內跨頻道的實質合作，提升族群文化在不同平台的可視性。

在數位轉型的浪潮下，維持內容品質與保障族群近用權同樣重要；集團內部跨族群平台的相互串聯，即是一場公廣機構社群的族群運動。

站在下一個二十年的起點，期許公廣能持續深耕公民社會，在實踐公共問責的同時，讓多元價值在臺灣媒體中穩定紮根。



徐譽庭
導演

文化的力量柔軟又堅利，謝謝公共電視以眾人的資源，愛護著她們、保護著她們。

身為創作者的我，更感受到了公共電視給予創作的空間與支持，非常溫暖又強壯。

期待在未來，有更多的創作者被如此滋潤。

謝謝公共電視！20 歲生日快樂！



呂蒔媛
編劇

身為編劇，深知要被看見有多不容易。公廣集團，是願意給機會的地方——不只給故事機會，也給很多說故事的編劇機會。

這二十年，有多少故事因為這裡相信它們值得被說出口，才得以見光。也有多少新人編劇，在這裡得到了第一次被認真對待的機會。謝謝你們守住這塊空間。願那扇門繼續開著。



嚴藝文
導演

致公廣集團的 20 週年：

演員的起步，好多戲都是在公視的人生劇展被看見；

導演的出發，也是公廣集團的《俗女養成記》。

祝福公廣集團繼續孕育更多優秀年輕的創作者。



劉克襄
《浩克漫遊》主持人、作家

如果台灣要產出一個深度踏實，且帶著持續內涵的作品。我總是想到公視。

公視已是那不可取代的力量，而且在積累中，不斷豐厚。很難想像，失去它的可怕。



趙自強
如果兒童劇團團長

我很榮幸能從 1998 年起，就與「水果奶奶」一同參與公共電視兒童節目的播出，為小朋友說故事，這一說，竟然已經 28 個年頭。

自 2006 年公廣集團成立以來，我們深切體會到：任何文化、故事，都需要一個穩定輸出的舞台。公廣集團不斷支持藝術與教育領域中優秀的影視作品，並將這些作品傳播到全世界，我能成為其中的一份子，真的是與有榮焉。

多年後我才領悟到，現在團隊中為兒童節目投注

心力的藝術家、影視工作者與文字創作者，我們所做的努力，都是透過這個平台不斷流傳下去——這是一份多麼大的福氣！我們的生命雖然有限，但創意與愛，卻能藉由公廣集團的平台超越限制，無限延伸。

我也想邀請更多充滿熱情與創意的朋友一起加入，在公廣集團的舞台上，為大朋友、小朋友、老朋友、心朋友……燃燒我們的熱情、貢獻我們的智慧。

祝福公廣集團能承載更多的祝福與愛，擁抱台灣，也擁抱全世界的朋友。



王曉書

《公視手語新聞》主播

對我來說，這是一段漫長而深刻的旅程。2001年，我開始接任《聽聽看》的主持工作。那不只是一個節目，更像是一扇窗，為聾人朋友打開通往世界的另一種可能。透過手語，聲音被轉化、資訊被看見，也讓「理解」這件事，有了不同的樣貌。直到2023年，《聽聽看》完成階段性任務，轉型為經營社群的平台，它陪伴了一個世代，也在我生命中留下無可取代的位置。

2002年，我接任《公視手語新聞》主播，至今仍站在那個熟悉的位置上。這二十多年來，我用雙手說話、用眼神傳遞溫度，在鏡頭前與觀眾相遇。手語新聞對我而言，從來不只是「翻譯」資訊，而是一種責任——讓每一位聾人朋友，都能即時掌握世界的脈動，安心地生活在這個社會之中。那是一份關於「知的權利」的守護，也是一種長久而安靜的陪伴。

《聽聽看》與《公視手語新聞》，都是為聽障族群而存在的重要節目。它們不只是內容的傳遞，更是公廣集團對媒體平權最具體的實踐——讓資訊不再被聲音所限制，讓不同感官之間，也能彼此抵達。

這一路走來，我看見公廣集團始終堅持一件事：讓每一種聲音都有被理解的機會。於是，有聲的世界，被轉化為無聲卻深刻的迴響；而那些無聲的表達，也在社會中產生了真正的回聲。

能夠參與其中，是我一生的榮幸。這不只是一份工作，而是一段與使命同行的歲月，也早已成為我生命的一部分。公廣20，不只是時間的累積，更是一段關於陪伴、理解與改變的歷程。

誠摯祝福公廣集團二十週年快樂——願這份對平權的堅持，持續發光，跨越語言與感官，讓更多人被看見、被理解，也被溫柔地接住。



劉德祥

公視之友永久會員
(東海大學通識教育中心
兼任教授)

在家裡，我是家人的活版公視節目表。他們常問我新的舊的節目都在看，到底好看在哪裡？我說20多年前的劇《後山日先照》和《出外人生》，都能看出對時代的諒解和包容的公共價值，容易產生共鳴。近年節目雖然能關注時代變遷下的議題，但也有讓人擔心的部分，例如婆婆第二季過度置入性行銷和每次總有一兩題科學不正確答案的益智節目，容易讓人質疑公視的理念與信任感。畫家陳植棋曾對美術家這樣說：不可媚俗，不可妥協，一旦妥協就是破滅，會露現出醜陋，不高尚的窘態。與公視共勉之。



黃齊元

公視之友磐石會員
(台灣併購與私募股權協會
理事長、藍濤亞洲總裁)

全球媒體行業正在經歷前所未有的變革，除了AI的衝擊以外，媒體的公信力也備受質疑。在台灣混亂且素質參差不齊的媒體環境中，公廣集團像一股清流，持續製作優質的節目，這是極為難得的，我高度地給予讚許與鼓勵，衷心祝福公廣未來的20年能再創高峰！



—— 因為你 · 所以我在 ——

