

「後疫情時代公共媒體面臨的挑戰與機會」調查研究案

說明

1. 採購標的物名稱：「後疫情時代公共媒體面臨的挑戰與機會」調查研究案。
2. 投標廠商應準備比案「計畫書」八份及原始電子檔，送交財團法人公共電視文化事業基金會。
3. 預算：固定金額新臺幣 150 萬元整（含稅）。（若廠商報價逾新臺幣 150 萬元視為資格不符；若報價低於 150 萬元整者，依所提報價給付）。
4. 研究目的：

2020 年全球 Covid-19 疫情蔓延下，各國實施管制措施，鼓勵民眾居家減少活動。於此，民眾對於疫情即時資訊與影音需求急遽增加，導致影視產業生態驟變，線上影音平台訂閱戶數快速爬升，公共媒體如 BBC、NHK 與 KBS 均開始思考如何面對觀眾收視習慣改變與財務日趨嚴峻的挑戰。

2021 年台灣 Covid-19 疫情也開始急遽上升，在政府各級管制措施下，台灣媒體面臨員工安全與群聚人數管制措施下的製播流程調整，以及學生開始居家學習、居家工作者增加，加上對疫情資訊的需求，導致原本的收視結構與習慣的大幅改變。

於此時，公共電視欲展開全面性影視產業調查案，就後疫情時代公共媒體所面臨的媒體環境與觀眾收視改變可能帶來的機會或挑戰，以及未來五年的發展策略進行調查研究，以作為公共電視未來經營規劃之參考。

5. 規格需求

(1) 本研究案將進行以下調查及資料蒐集：

- 外在環境檢視：包含但不限於無線電視頻道/主要有線電視頻道/中華電信 MOD /主要線上串流影音平台（Netflix、愛奇藝、KKTV、FriDay 影音、Hami、myVideo、LiTV、LINE TV，以及 YouTube）/主要 Podcast 檢視
- 觀眾收視需求與習慣變化：包含但不限於性別/年齡/城鄉差異/各職業別觀眾之

收視需求與習慣變化

- 公共電視表現(含對應競爭者排比)：例如公視新聞、節目、兒少服務、新媒體表現等，本項調查對象為一般觀眾及 PTS+使用者。
- 未來五年發展策略：包含並不限於公視未來五年經營管理/節目製播/新聞製播/兒少服務/網路影音服務/行動影音服務/組織結構/工作模式/行銷推廣/財務健全/公共服務機制等，本項調查對象為學者、專家與業者，調查人數不得少於 25 人。

(2) 調查期間：自簽約日起至 111 年 6 月 30 日止

(3) 調查地區：全台灣地區及離島

(4) 調查規格：

1) 調查對象

- i. 一般觀眾：一週內曾透過電視收看至少 30 分鐘電視節目，並年滿六歲的民眾。
- ii. 網路影音收視者：一週內曾於網路(或透過手機)收看至少 30 分鐘影音內容。
 - a. PTS+使用者：一週內曾透過 PTS+收看公視影音內容者(對象來源除部分來自上述調查對象外，另可透過本會 PTS+網站募集)
 - b. Podcast 使用者：一週內曾收聽 Podcast 者。
- iii. 學者、專家及業者：傳播媒體或與本案調查內容相關之學者、專家與業者。

2) 研究設計：

- i. 研究方法應質、量並行，可從已知或常用的研究方法中，選擇適合同時又可以達成調查目的之研究方法，且資料蒐集應注重區域平衡精神。研究設計應提供詳細資料，如採用調查法應附問卷。如採用焦點團體或深度(專家)訪談，則應附建議名單與題綱。如果另採其他方法者，亦請同樣提供其執行方法說明，如參與者名單、訪綱、問卷等。
- ii. 網路影音收視者應說明取樣方法。

iii. 一般觀眾或 PTS+使用者若採量化調查，合格樣本應不少於 1,068 樣本數。

- 3) 廠商須於研究期間提出期初報告（含調查研究設計、問卷內容、調查方法、調查範圍、時程規劃等），並於期限內提出結案報告（內容須包含調查結果分析、專業之綜合建議），均採到會簡報方式，結案報告經本會確認後方認可為總結報告。

(5) 其他：

- 1) 須與委託單位協商樣本抽選，必要時須保留樣本的相關資料，以作為後續追蹤之用。
- 2) 廠商得依專業提出其他可達成研究目的之其他增值服務（不另加計費），並應在計畫書內說明。

6. 「計畫書」製作

(1) 投標廠商應依本案招標規範內容與規定以及本案「評選項目及評審標準」（詳附件）所列評選項目備妥相關資料製作「計畫書」，以供評選。

(2) 計畫書標準

- 1) 研究背景與目的
- 2) 文獻檢閱
- 3) 研究項目與時程
- 4) 研究方法與研究步驟(含問卷設計、學者專家名單)
- 5) 分工及人力配置
- 6) 預算經費明細
- 7) 研究團隊（請明述研究小組組成、人員學經歷、相關經驗及實績，以及實際參與本案的顧問群）
- 8) 相關經驗與實績
- 9) 增值服務

(3) 製作格式

- 1) 格式：主要內容以 A4 紙直式橫書，並加註目錄及頁碼，如有調查結構、研究流程等相關內容時，可改用其他規格摺疊為 A4 大小。
- 2) 封面：財團法人公共電視文化事業基金會「後疫情時代公共媒體面臨的挑戰與機會」調查研究採購案企畫書。
- 3) 左側裝訂（即書本形式）。
- 4) 彩色或黑白印刷不拘，以能表現內容為原則。

7. 報價：

(1) 報價幣別：以新台幣報價，並含 5% 營業稅。

(2) 標價條件：含問卷設計、調查執行及分析報告，完成報告須影印裝訂 30 份，並應依本會要求到會簡報，執行完畢後，須作結案報告。

8. 逾期罰款：若未能如期提出期中或結案報告，每逾一日罰款合約總價千分之二，並得自調查費用逕為扣抵。若因天災等無法事前預期之狀況及因本會本身之因素延誤正常計畫，則不在此限。

9. 付款方式：本案經最有利標評審通過並且完成簽約後，本會將支付總研究經費之 40% 為第一期款項。得標廠商於 110 年 12 月 1 日前須提供期中報告，報告經本會審查後，得開立發票向本會請領第二期款，金額為總研究經費之 55%。得標廠商於 111 年 6 月 30 日前須繳交結案報告並到會簡報，報告經本會通過後，須繳交 30 份影印裝訂之結案報告與其完整電子檔給本會，並經本會確認無誤後，得開立發票向本會請領尾款，金額為總研究經費之 5%。上述款項本會將於驗收合格後月結 30 日付款。