

財團法人公共電視文化事業基金會

「2026 年公廣集團公共價值評量調查研究」採購案

壹、研究緣起：

公廣集團為評量所屬之公共電視台、公視兒少台(小公視)、華視、華視新聞台、客家電視台、臺語台、TaiwanPlus 是否履行公共價值，特建立具體明確、可衡量的多元評量指標，謹針對觀眾、公民團體、所屬員工進行研究訪查，並搭配次級資料形成報告，以作為內部目標管理與外部說明之依據。

此項調查自 2007 年起建立公共價值評量體系，由每屆董事會成立之公共價值評量委員會進行評量，其調查與資料彙整作業則以公開招標方式，委由第三方學術或民調機構執行之。

貳、研究目的：

本研究將依據公廣集團公共價值評量體系之架構（詳如【附件】），分別針對觸達、節目品質滿意度、影響力、公共服務、營運效率等五大構面，就各項下指標進行評量。

為使評量結果得昭公信，調查研究部分將委由公正第三人執行，預計將進行公視、公視兒少台(小公視)、華視、華視新聞台、客家電視台、臺語台、TaiwanPlus 之量化調查、質化研究及次級資料分析等，主要目的在於確實瞭解公眾對於公廣集團各台之評價，並且同時彙整公廣集團各台委外研究相關調查結果以及內部具體資料後，以客觀角度評量公廣集團表現，作為對外說明與內部擬定對策之參考。

參、研究服務費：

本案不訂底價，最有利標之標價應不逾預算金額新臺幣 2,600,000 元整（含稅），含問卷設計、調查執行及分析報告，完成報告須影

印裝訂 20 份，並應依本會要求到會簡報，執行完畢後，須作結案報告等不另計費。

肆、製作時程：

詳財團法人公共電視文化事業基金會「2026 年度公廣集團公共價值評量調查研究案合約書」規定。

伍、計畫書份數、撰寫格式及內容

一、計畫書份數、撰寫格式

投標廠商須製作計畫書 1 式 15 份，宜由左至右橫寫，以 A4 大小紙張、12 至 20 號字繕打，並加封面（應加註財團法人公共電視文化事業基金會「2026 年公廣集團公共價值評量體系調查研究」採購案計畫書）、目錄、頁碼，且裝訂成冊（雙面印刷及使用非塑膠材質裝訂者尤佳）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。另彩色或黑白印刷不拘，以能表現內容為原則。

二、計畫書內容（應包含下列各款內容）：

- （一）研究背景與目的。
- （二）研究項目與時程。
- （三）研究方法與研究步驟（請明述量化、質化與次級資料分析方法之研究設計）。
- （四）問卷設計。
- （五）焦點團體座談題綱與訪談題綱。
- （六）分工及人力配置（請明述量化調查、質化研究、總結報告之撰寫）。
- （七）研究服務費明細：請分項逐一就支出項目、數量、單價、稅金及總價詳列經費配置明細表，報價應含利潤、稅捐等一切所需經費。廠商之經費配置明細表總金額低於新台幣

2,600,000 元（含稅）時，依廠商報價給付（請註明「自願減價」字樣；未註明者亦視同自願減價）；若廠商之經費配置明細表總金額高於新臺幣 2,600,000 元（含稅），則為不合格標，不列為評選對象。

- （七）預期成果。
- （八）研究團隊（請明述研究調查小組組成、人員素質、經驗及實績以及實際參與本案的顧問群）。
- （九）相關經驗與實績。
- （十）創新增值服務：廠商得依專業提出其他可達成研究目的之其他創新增值服務（不另加計費），並應在計畫書內說明。
- （十一）廠商企業社會責任(CSR)指標：專案人員之薪資政策及工作與生活平衡措施。

陸、規格需求

一、調查內容：

依公廣集團公共價值評量體系之架構，就以下指標分別進行各式評量調查。

- （一）「觸達」構面項下指標：「收視率」、「觸達率」、「收看時數」、「新平台觸達率」。
- （二）「節目品質滿意度」構面項下指標：「節目入圍得獎數」、「喜愛度」、「節目的多元」、「節目的創新」、「節目的深度」、「節目的公正性」、「新聞獨立性」。
- （三）「影響力」構面項下指標：「型塑公民社會」、「發揮社會影響力」、「信任度」、「需要度」、「國際露出」。
- （四）「公共服務」構面項下指標：「資源分享服務公民」、「提升產業環境」、「收視普及」、「數位發展」、「提升多元族群傳播權」、「發揚族群語言與文化」。

(五) 「營運效率」構面項下指標：「運作透明化」、「有效運用並開發資源」、「人力資源活化與專業技能提升」、「提供公平合理的勞動條件」。

二、調查期間：自簽約日起至 2026 年 12 月 31 日止。於執行完畢後，經公共價值評量委員會就執行狀況及報告進行審查。

三、調查地區：全台灣地區及離島。

四、調查規格：

(一) 量化調查：

(1) 觀眾意見調查：採用市話、手機或網路訪問調查方法（若採混合方法，請說明各方法完成份數之比例）完成公視、公視兒少台(小公視)、華視、華視新聞台與臺語台的觀眾意見調查總共 2,000 份以上的有效樣本（有效樣本定義為完成訪問，無矛盾及刊載不清者）；各台的樣本需達到進行分析比較之有效樣本數，例：公視兒少台、臺語台等），調查對象為最近一個月內有收看公視、公視兒少台(小公視)、華視、華視新聞台或臺語台任一節目的民眾。需進行問卷前測。

(2) 員工意見調查：公共電視台、公視兒少台(小公視)、華視、華視新聞台、客家電視台、臺語台、TaiwanPlus 七台內部員工問卷調查。（普查）

(2) 質化研究：

(1) 焦點團體座談：NGO/NPO、兒少(國中以下)、學生族群、中高齡(銀髮)族群、客家團體、台語團體、原住民族、新住民團體、在臺外籍觀眾、海外外籍觀眾、華視&華視新聞觀眾、非公廣集團觀眾等，共 11 場，每場 8-10 人。

(2) 公聽會：以線上方式進行 2 場，參與民眾需包含北、中、南、東、離島地區。

(3) 專家學者訪談：針對至少 12 位傳播/新聞/法律/教育/文化/語言/國際傳播各領域專家進行深入訪談，受訪專家應包含客家族群、原住民族、新住民、台語文、國際傳播之代表。

(三) 次級資料分析：

(1) 客庄地區一週電視收視率：（北、中、南、東各 1 客庄地區，可自行調查或購買次級資料，若為抽樣調查，樣本數應達 1,067 戶）。

(2) 公共電視台、公視兒少台(小公視)、華視、華視新聞台、客家電視台、臺語台、TaiwanPlus 提供與本案相關之委外研究結果及內部資料，統一由研究單位進行分析整理。

(四) 廠商綜合以上調查結果並彙整次級資料，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）、期中報告（含已完成之調查結果、初步分析等）並於期限內提出結案報告（內容須包含各指標評量結果分析、專業之綜合建議），均採到會簡報方式，結案報告經公共價值評量委員會確認後方認可為總結報告。

(五) 創新增值服務：社會影響力相關提案或其他增值服務

廠商綜合以上調查結果並彙整次級資料，從期末報告中摘要相關指標調查結果，以視覺化呈現數據資料，說明公廣集團之社會影響力及其他表現。

柒、其他：

(一) 本研究案須經本會公共價值評量委員會議定並監督執行，委託單位須配合進行相關簡報。

(二) 需與委託單位協商樣本抽選，必要時需保留樣本的相關資料，以作為後續追蹤之用。

【附件】 2026 年度公共價值評量體系指標及資料界定範疇

構面	指標名稱	衡量方式／資料界定範疇	委外調查		既有資料 ¹	受評量電視台/平台						
			質化	量化		公視	公視兒少台	華視	客台	臺語台	華視新聞台	TaiwanPlus
觸達	收視率	AGB 尼爾森調查數據 ² 歷年比較			●	●		●		●	●	
		客庄地區一週電視收視率 ³		●					●			
	觸達率	觀眾意見調查		●		●	●	●		●	●	
		AGB 尼爾森調查數據歷年比較			●	●		●			●	
		收視質研究（觸達率調查）			●				●			
	收看時數	觀眾意見調查		●		●	●	●		●	●	
		AGB 尼爾森調查數據歷年比較			●	●		●			●	
	新平台觸達率	(1) 各網站全年平均每月到訪人次：以造訪人次(visit)計算 (2) 影音（含官網、YouTube、OTT） ⁴ 每月點閱次數統計 (3) Facebook 粉絲數/總觸及人數/總瀏覽數 ⁵ (4) 其他多元平台接觸率			●	●	●	●	●	●	●	●
		各網站合作連結狀態			●			●	●		●	
		行動網頁平均每月到訪人次或 APP 下載次數			●	●	●	●			●	●

¹各頻道既有資料包含：由各台各自提供之統計數字及委外研究資料；委外研究資料部分則為公視、客台、臺語台各自委外進行之收視質研究調查資料。

²公視提供 4 歲以上的 AGB 尼爾森調查數據；華視提供 4 歲以上及 25-49 歲兩種數據；臺語台提供特定時段 4 歲以上收視率。

³由委外研究單位取得北、中、南、東各 1 區之客庄地區隨機一週收視率。

⁴各頻道及平台：計算官網、多元影音平台、YouTube 等所有頻道、平台影音點擊數

⁵依年度統計包含粉絲團、所有節目粉絲團的前述數據。粉絲數：粉絲專頁按讚數。總觸及人數：看過任何和粉絲專頁有關內容的人數（不重複用戶）。總瀏覽數：和粉絲專頁有關的內容瀏覽次數（總計）。

構面	指標名稱	衡量方式／資料界定範疇	委外調查		既有資料 ¹	受評量電視台/平台						
			質化	量化		公視	公視 兒少台	華視	客台	臺語台	華視 新聞台	TaiwanPlus
		網路會員數、Peopo 註冊人數及產出之報導則數			●	●						
		年度 KPI(新媒體平台觸達人次)達成情形 *TaiwanPlus 以收看時數計算			●			●		●	●	
		Facebook 粉絲成長率 ⁶ 、貼文觸及人數、貼文已互動的用戶 ⁷ 、貼文分享次數或 Facebook 觸達相關指標			●	●	●			●		●
		YouTube 影音分享次數			●	●	●	●		●	●	●
		IG、X(Twitter)各平台社群會員訂閱追蹤數統計			●	●		●	●	●		●
		質性指標的建構	●									
	節目品質滿意度	節目入圍得獎數	(1) 入圍數(國內/國外) by 節目/新聞(類型)歷年比較 (2) 得獎數(國內/國外) by 節目/新聞(類型)歷年比較 (3) 優良節目推薦 *TaiwanPlus 沒有優良節目推薦			●	●	●	●	●	●	●
年度 KPI (入圍、得獎數)達成情形					●			●				
喜愛度		觀眾意見調查		●		●	●	●		●	●	●
		收視質研究(喜愛度調查)			●			●				
節目的		質化研究	●			●	●	●	●	●	●	●
		員工意見調查		●		●	●	●	●	●	●	●

⁶ 以年度粉絲成長數換算。

⁷ 總期間：曾點擊貼文任何位置的用戶人數（不重複用戶）。

構面	指標名稱	衡量方式／資料界定範疇	委外調查		既有資料 ¹	受評量電視台/平台						
			質化	量化		公視	公視 兒少台	華視	客台	臺語台	華視 新聞台	TaiwanPlus
			多元	全年節目類型分佈及時數				●	●	●	●	●
	觀眾意見調查		●		●	●	●		●	●	●	
	收視質研究(滿意度調查)			●				●				
節目的創新	質化研究	●			●	●	●	●	●	●	●	
	員工意見調查		●		●	●	●	●	●	●	●	
	觀眾意見調查		●		●	●	●		●	●	●	
	(1) 全年新製節目時數／佔全年節目時數比例 (2) 全年新型態節目實例分項說明，以節目形式、內容與美學等三方面分項敘述之			●	●	●	●	●	●	●	●	
	收視質研究(滿意度調查)			●				●				
	年度 KPI (新製節目比例) 達成情形 *TaiwanPlus 以新製節目時數呈現			●	●				●	●	●	
	新媒體內容網路自製內容時數(新製)／網路平台上線時數			●	●	●	●	●	●	●	●	
	員工意見調查		●		●	●	●	●	●	●	●	
	觀眾意見調查		●		●	●	●		●	●	●	
節目品質滿意度	節目的深度	質化研究	●			●	●	●	●	●	●	
		收視質研究			●				●			
	節目的公正	員工意見調查		●		●		●	●		●	●
		觀眾意見調查		●		●		●		●	●	●
		質化研究	●			●		●	●	●	●	●

構面	指標名稱	衡量方式／資料界定範疇	委外調查		既有資料 ¹	受評量電視台/平台							
			質化	量化		公視	公視 兒少台	華視	客台	臺語台	華視 新聞台	TaiwanPlus	
性		(1) 新聞／節目申訴委員會的案例討論及救濟措施作法（負面個案數量／主題表列說明） *TaiwanPlus 無此資料											
		(2) 論壇、辯論之新聞性節目處理兩極、對立意見及觀點的作業原則與要點 *TaiwanPlus 無此資料			●	●	●	●	●	●	●	●	
		(3) 一般性新聞報導如何呈現正反意見及新聞陳述之作業原則及要點											
		(4) 觀眾反映新聞及節目內容/表現的統計數量											
		收視質研究(滿意度調查)			●				●				
新聞獨立性	員工意見調查		●		●		●	●	●	●	●	●	
	觀眾意見調查		●		●		●		●	●	●	●	
	質化研究	●			●		●	●	●	●			
影響力	型塑公民社會	質化研究	●			●		●	●	●			
		員工意見調查		●		●		●	●	●			
		觀眾意見調查		●		●		●		●			
		(1) 公民/族群團體參與節目情形(節目類) (2) 協助 NPO ⁸ 公共能見度之數量及主題(非節目類)			●	●	●	●	●	●			

⁸ 得標廠商就 NPO 類型應特別分類標示。

構面	指標名稱	衡量方式／資料界定範疇	委外調查		既有資料 ¹	受評量電視台/平台						
			質化	量化		公視	公視 兒少台	華視	客台	臺語台	華視 新聞台	TaiwanPlus
		NPO 團體以組織形式加入 Peopo 平台之數量與發稿量 ⁹			●	●						
		協助 NPO 公益推廣曝光量			●	●		●	●	●		
影響力	發揮社會影響力	質化研究	●			●		●	●	●		
		員工意見調查		●		●		●	●	●		
		觀眾意見調查		●		●		●		●		
		(1) 新聞媒體報導數量與報導主題及評價 (2) 經由節目/活動引發的社會討論個案 (3) 節目與國內公民團體社群/學術社群/傳播新聞廣電及數位科技社群互動協辦之活動參與數量			●	●		●	●	●		
	收視質研究(影響力調查)			●				●				
	信任度	員工意見調查		●		●		●	●	●		
		觀眾意見調查		●		●		●		●		
		收視質研究(信任度調查)			●				●			
	需要度	員工意見調查		●		●		●	●	●		
		觀眾意見調查		●		●		●		●		
收視質研究(需要度調查)				●				●				

⁹ 定義:統計 PeoPo NPO NGO 申請帳號數、已發表的文章數。

構面	指標名稱	衡量方式／資料界定範疇	委外調查		既有資料 ¹	受評量電視台/平台						
			質化	量化		公視	公視 兒少台	華視	客台	臺語台	華視 新聞台	TaiwanPlus
國際露出	(1) 國際播出時數／國際播出頻道／國別分佈／播出類型											
	(2) 國際參展次數／參展節目項目											
國際露出	(3) 國際合製時數／節目類型			●	●			●	●	●		
	(4) 國際會議次數／國別分佈／會議主題／會議規模及層次（全球、洲際…等）											
國際露出	(1) 海外行銷之節目／時數及金額											
	(2) 參與國際市場展／接觸專業節目供應商、發行商等家數			●	●			●				
資源分享、服務公民	參觀人次屬性分佈（代表團體種類）			●	●			●	●	●		
	教育服務參與人次（教學教育文化）、網路教育（節目）點閱（下載）與政府或教育機構合作媒體教育培訓			●				●	●	●		
	員工意見調查		●		●			●	●	●		
資源分享、服務公民	觀眾意見調查		●		●			●		●		
	(1) Peopo 受邀前往外地工作坊次數											
	(2) 全年服務及活動實際觸達人次達成情形			●	●							
公共服務	(1) 客庄地區文化與產業傳播露出之區域比例											
	(2) 公民服務人次（參訪人次、校園活動人次、錄影人次、外部訓練人次、客家電視館參觀人次…）			●					●			
	(3) 年度 KPI（公民服務人次）達成情形											

構面	指標名稱	衡量方式／資料界定範疇	委外調查		既有資料 ¹	受評量電視台/平台						
			質化	量化		公視	公視 兒少台	華視	客台	臺語台	華視 新聞台	TaiwanPlus
提升產業環境	(1) 主(協)辦教育訓練次數/時數/人數/主題											
	(2) 專業研討次數/時數/人數/主題											
	(3) 委製節目時數/種類			●	●		●	●	●			
	(4) 委製新製節目時數/種類											
(5) 委製單位家數/種類												
(6) 傳播人才培育與合作												
	員工意見調查		●		●		●	●	●			
	觀眾意見調查		●		●		●		●			
	年度 KPI(客家傳播人才培力人數)達成情形			●				●				
收視普及	(1) 數位涵蓋區域及區域人口數推估			●	●		●					
	(2) 數位訊號的清晰度及收訊穩定度											
	(3) 全年中較不穩定的區域與時節，及因應改善狀況說明											
公共服務	數位發展	相關產業技術合作項目/主題/數量			●	●		●				
		員工意見調查		●		●		●	●	●		
		技術及研究報告的數量及主題			●	●						
	提升多元族	質化研究	●			●		●	●	●		
		員工意見調查		●		●		●	●	●		
		觀眾意見調查		●		●		●		●		

構面	指標名稱	衡量方式／資料界定範疇	委外調查		既有資料 ¹	受評量電視台/平台						
			質化	量化		公視	公視 兒少台	華視	客台	臺語台	華視 新聞台	TaiwanPlus
	群傳播權	(1) 各類型節目時數／分佔比例(客台及臺語台以客家/臺語族群為主)										
		(2) 各類型節目及目標觀眾設定說明(客台及臺語台以客家/臺語族群為主)			●	●	●	●	●			
	(3) 客家/原住民/新住民節目內容的呈現比例											
	(1) 客家族群員工專業訓練時數／主題			●								
	(2) 客家族群人才進用人數與比例							●				
發揚國家語言與文化		收視質研究(公共服務調查)			●				●			
		質化研究	●			●		●	●	●		
		員工意見調查		●		●		●	●	●		
		觀眾意見調查		●		●		●		●		
		(1) 各語言(腔調)節目時數／分佔比例(公、華：國台語；客：腔調)			●	●	●	●	●			
營運效率	運作透明化	(2) 節目時數/種類與語言指導(腔調)/諮詢之情形										
		員工意見調查		●		●		●	●	●		
		質化研究	●			●		●	●	●		
		(1) 公共檔案之界定範疇及公開查閱途徑之相關規定及作業要點文件										
		(2) 財務資訊透明化的作法與公開頻率董事會議紀錄內部公開查閱之途徑及頻率			●	●	●	●	●			

構面	指標名稱	衡量方式／資料界定範疇	委外調查		既有資料 ¹	受評量電視台/平台					
			質化	量化		公視	公視 兒少台	華視	客台	臺語 台	華視 新聞台
營運效率		(3) 主管會報會議記錄 內部公開查閱之途 徑及頻率 (4) 一級主管佈達決策 之途徑及方式說明 (5) 員工意見回饋機制 及途徑(當年人評 會的討論事例)			●	●	●	●	●		
	有效運用 並開發資源	員工意見調查		●		●	●	●	●		
		(1) 節目完成時間控 管,延遲交片個案 及原因(入庫時程 控管) (2) 員工新製節目時數 產出			●	●	●	●			
		(1) 節目發行/版權銷 售收入 (2) 募款及廣告收入 (3) 專案收入			●	●	●				
		年度 KPI (自籌款) 達 成情形			●	●					
		員工意見調查		●		●	●	●	●		
	人力資源 活化 與專業 技能 提升	(1) 員工人力晉用數量 及員工教育程度分 佈 (2) 員工平均年資(逐 年比較) (3) 工作內容調整的員 工人數/比例 (4) 內部教育訓練主題 /時數/參與人次 (5) 員工赴國際媒體及 相關產業機構進修 /參訪人次/主題 (6) 研發經費及比例/ 佔全年財務支出			●	●	●	●	●		
		員工意見調查		●		●	●	●	●		

構面	指標名稱	衡量方式／資料界定範疇	委外調查		既有資料 ¹	受評量電視台/平台					
			質化	量化		公視	公視 兒少台	華視	客台	臺語 台	華視 新聞台
	供公平合理的勞動條件	(1) 處理工會訴求及與工會之互動機制及途徑 (2) 員工平均薪資／各階層平均薪資分佈狀況 (3) 員工升遷、考核、休假、加薪及其他福利之相關規定及作法文件 (4) 員工申訴機制說明，當年申訴案件及其處理結果			●	●	●	●	●		