

台北國際社區廣播電台

2021 年工作報告

總體營運

2021 年，新冠肺炎來到了第二年，帶給 ICRT 以及廣播產業至今最大的挑戰。即便年初狀態平穩，疫情在五月開始惡化，ICRT 也大幅調整營運模式，以持續為聽眾服務。不過，更嚴格的防疫限制使得我們連續第二年無法舉辦重要活動，許多客戶也取消或暫緩廣告。我們採取積極措施以降低營運損失，2021 年的營業額及淨利僅小幅衰退。

ICRT 在 2021 年持續努力為聽眾提供台灣及世界的疫情現況。我們學習全世界媒體產業的經驗，發展可以維持營運的策略，因此三級警戒開始時，我們能夠順利地轉換工作模式。

自五月中到八月底，ICRT 實施每週輪班。這樣的設計可以確保在任何時候，至少半數的員工能夠在辦公室上班。同時，另一半的員工遠距工作，包含節目部、新聞部，以及製作部等。遠距工作的員工可以遠端連接至辦公室的工作系統、錄製節目片段、並傳送至電台的廣播電腦系統播送。這使得我們得以在無干擾以及負面影響的情況下維持廣播，滿足聽眾對英語廣播以及即時新聞的需求，這對台灣整體至關重要。

同時，ICRT 採取積極的策略，確保所有員工擁有可以遠距工作需要的設備，例如筆記型電腦，將遠端工作的負擔盡可能降到最低。藉由以上的策略操作，ICRT 得以避免疫情干擾工作場域，間接影響服務品質。

節目製作

ICRT 的節目製作實踐我們的公共任務：服務台灣的國際社群，並做為台灣社會的文化橋樑。這反映在我們廣泛多元的節目上，從流行、爵士、拉丁、加勒比海、搖滾等音樂風格，到精心製作的娛樂、資訊，以及新聞，以滿足在台聽眾的需求。

ICRT 持續專注於在廣播節目以及網路上，提供即時且精準的新冠肺炎疫情資訊。我們在網站上即時向大眾更新自我健康防護的指引，以及台灣的疫情發展近況。在夏天的三級警戒期間，我們的聽眾迫切需要既富教育意義又有趣的消遣活動，我們也因應此波需求，製播一系列的影片。在節目製作上，我們也在保持安全的情況下與社群接觸，透過電話或是視訊談話方式，提供公共性質的採訪，以便製作直播及影片。

流行疫情喚起大眾對於國際衛生事務的關切以及興趣，例如台灣在世界衛生大會以及世界衛生組織的參與。因應大眾的興趣，ICRT 展開一系列的特別新聞專訪——前進 WHA，與重要的公共衛生及外交官員討論台灣參與世界衛生大會的重要性。

於此同時，為宣傳台灣的盟邦，我們的節目 Pan American Journey 聚焦於拉丁美洲及加勒比海地區的專訪、音樂，以及文化。每週五早上，電台 DJ 會介紹拉丁美洲及加勒比海地區相關的音樂、文化，以及活動，同時也包含這些社群的在台活動。這個單元也定期採訪這些社群的文化人士，並同時在 Facebook 及 YouTube 直播，以拓展我們的接觸範圍。另外，我們固定每月一次，專訪美洲社群的領導人物，分享他們的觀點，並在七點的晨間新聞時段播出。

另一個 ICRT 的重要任務即是拓展台灣的國際形象。在 Taiwan+ 節目開播之後，我們積極地與他們合作，在本地及海外的國際社區拓展台灣的能見度。每晚七點，我們選出十分鐘的 Taiwan+ 當日新聞播出，並以 podcast 形式提供全球的聽眾收聽。有鑒於 Taiwan+ 是一個影音平台，我們也會每週製作台灣重要影響力人物以及國際娛樂圈人物的專訪影片，發佈在 Taiwan+ 的網站以及應用程式上。

在新聞方面，我們的第一要務是蒐集並撰寫與聽眾切身相關的新聞，並維持報導的質和量。另外我們招募經驗豐富的廣播新聞記者，能夠透過完整、透徹的報導及訪談向聽眾分享專業意見，藉此提升 ICRT 的新聞水準。

ICRT 的另一個雄心壯志，是提供英語節目給台灣蓬勃的國際社群，並且在台灣創造英語環境。

隨著政府推動讓台灣更國際化的「2030 雙語國家」政策，ICRT 也付出更多努力完成我們的使命。以我們為國中小學生專門設計的每日節目[聽新聞，知天下] News Lunchbox 為例，我們提供有趣的故事及教學，幫助年輕學子學習並增進英語實力。我們誠心相信增進台灣的英語本領，將會強化經濟，並使職場員工更具活力、競爭力，以及創造力。

換言之，ICRT 持續擔任在台推廣英文的要角，幫助聽眾將英文融入日常生活。

網路平台及社群媒體

ICRT 持續提升並擴展對新媒體和社群媒體的關注力道。即便在網路服務及能見度方面，ICRT 長久以來都是台灣廣播電台中的龍頭，我們仍舊致力加強這個領域。我們的目標是提升我們的網路能量，並讓我們的 Instagram、Facebook，和 YouTube 成為聽眾的得力助手，尤其在英文學習方面。

與此同時，我們了解年輕聽眾有更多的互動及影片需求，因此我們與年輕人喜愛的影音串流平台 Twitch 合作，提供 DJ 和聽眾之間更優良的聊天品質和其他功能。

我們的最終目標，是將 ICRT 從「地上廣播電台」，改造為台灣的影音資訊與娛樂平台。我們的任務始終如一，我們將會繼續提供英文的內容，為在台的國際社群服務，也提供節目幫助台灣聽眾提升英語能力、獲得娛樂、並建立國際視野。

行銷

由於疫情不確定性的影響，一般商品類的廣告客戶在廣告投放上仍採保守策略。除了持續開發一般商品類客戶之外，在政府全力打造 2030 雙語國家的政策之下，善用 ICRT 英語電台的優勢，增加對政府單位的提案，將是今年的重要策略之一。另外有鑑於 Podcast 的風潮，開發製播 Podcast 節目，提供客戶另一個廣告投放平台的選擇，也是今年的重點執行項目。

而在行銷電台的策略上，除了持續企劃和英文學習有關的線上和線下活動及課程之外，也致力於不同平台的合作，以期拓展新的聽眾族群，例如和 Twitch 平台的合作，會增加年輕的聽眾族群，或和 Taiwan+ 台灣影音平台及 AXN 有線電視台合作，都能提高 ICRT 的能見度。

工程

在工程方面，ICRT 持續提升廣播的品質，包含提升新竹地區聽眾的收聽體驗。2021 年，我們完成在新竹的訊號加強器。由於新竹加強器與我們在三義的中台灣廣播塔皆發射 FM100.1 的訊號，兩者訊號重疊，我們花費許多時間測試新竹設備，將兩方的相互干擾降至最低。這項設備填補台灣中部及北部廣播塔之間的訊號覆蓋缺口，提供台灣的高科技重鎮民眾更佳服務。

ICRT 不僅是個廣播電台或英語媒體，更是台灣，尤其是國際社區的活躍成員。我們在許多國際社群關注的活動中扮演積極角色，例如美國商會和歐洲商會等商務團體、加拿大日慶祝活動，以及台北美國學校、台北歐洲學校、高雄美國學校的年度園遊會和慶典。我們的參與包含廣播宣傳，多數時候 ICRT 和電台 DJ 也會親臨現場。

ICRT 的另一項聽眾服務是廣泛參與本地的非政府組織和政府會議，幫助他們與聽眾溝通，也同時傳達聽眾關注和重視的議題給政府和非政府組織。其目的在於讓 ICRT 成為改善台灣居住環境的正面聲音，也使台灣成為國際社區不可或缺的一員。

財團法人台北國際社區文化基金會

110年度接受補助、捐贈名單清冊

姓名或名稱	捐助金額 (新台幣元)
文化部(紓困補助)	1,600,000
國家通訊傳播委員會	30,000
內政部移民署	2,400,000
外交部	1,900,000
馮怡山(個人)	10,000
總計	5,940,000