

新竹縣政府新聞處 111 年度施政計畫績效報告

壹、前言

因應電子化網際網路創新應用服務的蓬勃發展，本處以運用多元媒體資源、傳遞縣政重要政策及民生資訊為計畫目標，以城市行銷為概念，冀提升新竹縣城市能見度，形塑鮮明城市意象，以提升城市競爭力與並促進國際參與；提升新聞發布效率及媒體服務，即時澄清不實訊息，保障縣民有線電視收視權益。

年度施政目標如下：

- 一、完善新聞聯繫與公關工作，確保與社會大眾之良善溝通，達成良好的政策宣傳。
- 二、達成有線廣播電視系統的有效管理，配合中央政策，推動有線電視多元付費方案。
- 三、改善新竹地區數位無線電視收視情形，負責五指山數位無線電視改善站安全維護與運作，確保新竹地區民眾基本傳播權益。
- 四、編印縣政行銷刊物，落實政策傳遞與城市行銷。
- 五、運用多元媒體資源，傳遞縣政重要政策及民生資訊。

貳、關鍵策略目標達成情形

一、業務面

關鍵策略目標	績效指標	原定目標值	達成目標值	權重	達成度(%)	達成情形
1. 完善新聞聯繫與公關工作，確保與社會大眾之良善溝通，達成良好的政策宣傳	(1)透過縣府官網多元管道宣導縣政資訊	1500則	7142則	9.0%	100%	111年整年度多元管道宣導縣政資訊： 1. 全國電視台廣告託播 2468 則(三立、TVBS、年代家族) 2. 地方電視廣告 110 則(光藝節廣告)

關鍵策略目標	績效指標	原定目標值	達成目標值	權重	達成度(%)	達成情形
						3. 全國平面雜誌廣告 29 則(遠見 10 則、天下 19 則) 4. 電台廣告播放 1960 則/檔、專訪 31 次。 5. 網路社群媒體 2256 則(FB 新竹縣政府 754 則、FB 縣長楊文科 1030 則、LINE 472 則) 6. 縣府活動紀錄及宣傳影片製播 204 則(青年培力相關 47 則、父母親節及重陽節共 35 則、秋遊星夜季 41 則、義民祭 61 則、跨年晚會 16 則、活動短片製作案 4 則) 7. 其他宣傳推播 84 則(全國電視新聞曝光與訪談節目 57 則、地方縣政節目 12 集、河川成果案 12 則、輿情案 3 則) 達成度 476%
	(2)宣達縣政新聞發布事宜	1000 則	1893 則	9.0%	100%	達成度 189% 新聞稿發布 1,893 則，相關新聞訊息獲各大新聞媒體露出約 7,144 則。
2. 達成有線廣播電視系統的有效管理，配合中央政策，推動有線電視多元付費方案	(1)年度滿意度調查	1 次	1 次	6.0%	100%	「新竹縣政府 111 年度有線電視服務品質暨收視戶滿意度調查報告」，調查結果顯示自 108 年至 111 年整體服務滿意度皆高達 80%，111 年度之整體服務滿意度為

關鍵策略目標	績效指標	原定目標值	達成目標值	權重	達成度(%)	達成情形
						85.1%，為近4年最高。
	(2)廣告查核執行	4次	4次	5.0%	100%	111年度辦理本縣轄內有線電視系統業廣告查察共計4次。111年度民眾向本府陳情有關有線電視系統廣告(蓋台廣告)相關問題共1案，經查本案有線電視業者之蓋台廣告符合相關法規。
3. 改善新竹地區數位無線電視收視情形，維護五指山數位無線電視改善站安全與運作，確保新竹地區民眾基本傳播權益	(1)配合中央協助維護與接收視品質，處理民眾相關問題	100%	100%	5.0%	100%	111年度民眾詢問有關五指山數位電視改善站之發問次數共計25次，問題來源包含1999專線及縣民信箱等管道。本處回應次數共計25次。
	(2)基地台環境維護	1次	1次	4.0%	100%	111年度五指山基地台環境維護共計辦理1次，維護項目包含環境清潔及站台周邊除草工作。
4. 編印縣政行銷刊物，落實政策傳遞與城市行銷	(1)編印縣政行銷刊物	6次	6次	6.0%	100%	編印竹縣通訊111年1、3、5、7、9、11月號共6次。
	(2)電子書上架宣傳	6次	6次	6.0%	100%	竹縣通訊月刊111年1、3、5、7、9、11月共6冊電子書已上架本縣府官網擴大宣傳效益。
	(3)其他多元宣傳	6則	6則	5.0%	100%	竹縣通訊月刊上架出刊時已多元管道發布新聞宣傳共6則。

二、人力面

關鍵策略目標	績效指標	原定目標值	達成目標值	權重	達成度(%)	達成情形
1. 提升公教志工招募及運用	公教志工招募及運用成長率	1 人	0 人	10.0%	0%	本處 111 年度新成立，於 111 年 5 月份通過 111 年度施政計畫後即積極推動公教志工計畫，雖人事處當年度公教志工需求已於本處施政計畫通過前已調查完畢，本處仍積極於 111 年 6 月 14 日向人事處提出招募 1 名志工人力需求，期達成年度施政目標，期間也數度詢問人事處是否有公教志工人選，因本處新成立無從招募由本處退休的志工，因此至年底仍未能媒合適當人選以致未能達成原定目標值。
2. 提升公務人員客語認證完成率	單位公務人員及聘僱人員客語認證完成率	33.10%	40%	10.0%	100%	111 年度已取得客語認證同仁：周○樺、古○君、謝○如、吳○琪、葉○伶、莊○耘、徐○凡及宋○瑤共 8 員，佔本處公務人員及約聘僱人員共 20 人，比例為 40%，已達成原訂目標值 33.1% 以上。

三、經費面

關鍵策略目標	績效指標	原定目標值	達成目標值	權重	達成度(%)	達成情形
1. 提升資源使用效益，妥適配置政府	預算執行率	85%	76%	20.0%	89%	預算數：57,753,000 元。 實支數：25,586,936

關鍵策略目標	績效指標	原定目標值	達成目標值	權重	達成度(%)	達成情形
資源。						元。 應付數：124,686 元。 控留數：1,093,000 元。 保留數：13,861,750 元。 節餘數：17,086,628 元。 達成度 76%

參、具體施政績效

一、完善新聞聯繫與公關工作，確保與社會大眾之良善溝通，達成良好的政策宣傳

- (一)、增進民眾對縣府推行政策的認識，本處每日發布新聞稿，並透過通訊軟體於活動前後提供新聞內容(文字、圖片、影音)給各媒體管道，擴大露出平台、強化宣傳力度，111年新聞稿發布1,893則，相關新聞訊息獲各大新聞媒體露出約7,144則，內容囊括本縣重要政策、重大活動、稅務資訊、交通管制、工程建設、旅遊景點、招商引資、教育人文、社福公益等。
- (二) 透過在全國性有線電視頻道、報紙、電子媒體及平面雜誌社合作刊登廣告、縣政影片等，並結合縣政府官方社群資源、路口LED廣告牆等實體與網路平台宣傳，俾利宣達本縣地理人文環境、縣府團隊建設作為、福利措施、重大活動資訊及各項施政成果，增進全國民眾及地方鄉親對縣府施政作為的認識，形塑正面品牌形象、全面提升城市曝光度。
- (三) 安排規劃縣長及縣府各局處首長接受全國及地方電視台、廣播電台等媒體之節目訪問，說明本縣重大政策進度、施政方向及活動資訊，採訪主軸涵蓋本縣拚經濟、重文教、享福利、樂安居等施政重點與成果、年輕城市經營、育兒社福措施等，以111年9月至12月期間為例，安排縣長接受三立電視「台灣亮起來」節目訪談特色公園議題、每月製播地方縣政宣導電視節目等，多面向傳達縣政團隊施政理念與作為，在地推廣的用心讓大家都看得見。

- (四) 完善本府媒體公關與新聞聯繫工作，規劃各界媒體專訪、宣傳縣府團隊重點政策，提升民眾好感度；並加強媒體公共關係，即時對外回應縣府相關之時事、表達立場以及本府處置措施。縣政執行有賴媒體協助宣導，本處於記者會前夕辦理媒體交流活動，感謝媒體監督縣政，協助縣政宣導；111年12月28日辦理歲末媒體交流餐會，邀請本府各局處主管與媒體朋友交流，建立互動平台；111年適逢本縣瑰寶蕭如松大師百歲冥誕，新竹縣政府文化局舉辦「2022百年蕭如松系列活動」，並與亞洲大學附屬現代美術館合作，分別在新竹縣及台中市二地跨縣市展出。
- (五) 危機處理新聞議題管理，掌握輿論，危機管理內化於日常新聞業務，避免網路不實輿情擴大。
- (六) 掌握及時資訊積極處理，對於危機事件，掌握資訊、立即邀集相關單位會勘，以行動力展現行政效率。表達立場以及處置措施，即時回應，建立本府高效率、正面形象。

二、達成有線廣播電視系統的有效管理，配合中央政策，推動有線電視多元付費方案

- (一) 依有線廣播電視法之規範，督導轄內有線電視系統經營者（北視有線電視1家）之運作，配合國家通訊傳播委員會（NCC）廣電三法修正，並於110年起實施分級付費制度，積極督導北視加強客戶服務、提升客服中心受話服務並完善訊號品質，針對本府社會處登記在案之低收入戶提供收視優惠。
- (二) 「新竹縣政府111年度有線電視服務品質暨收視戶滿意度調查報告」，調查結果顯示自108年至111年整體服務滿意度皆高達80%，111年度之整體服務滿意度為85.1%，為近4年最高。
- (三) 辦理本縣轄內有線電視系統業廣告查察共計4次。

三、改善新竹地區數位無線電視收視情形，負責五指山數位無線電視改善站安全維護與運作，確保新竹地區民眾基本傳播權益

- (一) 五指山數位電視轉播站興建於民國101年，興建經費由國家通訊傳播委員會補助，座落於本縣五峰鄉大隘段，主要提供大新竹地區民眾無線電視訊號收視，由本府委託廠商辦理轉播站維運工作，保障民眾視聽權益。

- (二) 111 年度民眾詢問有關五指山數位電視改善站之發問次數共計 25 次，問題來源包含 1999 專線及縣民信箱等管道，本處於接獲問題即積極並解決收視問題，共計 25 次。

四、編印縣政行銷刊物，落實政策傳遞與城市行銷

竹縣通訊雙月刊（實體及電子書）發行「竹縣通訊」雙月刊，將縣府重要施政與活動、地方人文歷史等精華，透過文字、照片與影像記錄下來，提升民眾對於本縣的認識。111 年度發行 1、3、5、7、9、11 月號；其中 9 月號及 11 月號分別以「用長健告別長照」及「四年回首」為專題，向鄉親報告新竹縣施政理念、具體作為及各項建設成果，展現新竹縣四年來的進步與改變。

五、運用多元媒體資源，傳遞縣政重要政策及民生資訊

- (一) 運用本府臉書官方粉絲專頁及 Line 官方帳號發布相關訊息，積極宣導縣政，並透過圖文、影音等形式宣傳本府重大建設、縣政活動，也配合政策或活動辦理直播；另結合在地廣播電台，加強宣傳桐花祭、義民祭、秋遊星夜季、蕭如松百歲冥誕、光藝節及跨年系列活動等；疫情期間每日即時發布說明、防疫包及關懷包發送方式、疫苗施打及階段性疫情解封等資訊，過年期間發布交通管制等重大民生相關資訊懶人包。
- (二) 即時發佈本縣重要政策、重大活動、稅務資訊、交通管制、工程建設、旅遊景點、招商引資、教育人文、社福公益等縣政資訊，使無聲的建設，讓鄉親產生有感的改變。
- (三) 開創話題多元宣傳

1、12 條有動物名稱的山林步道從步道命名到頒發完登證書新聞話題不間斷。

2、推出竹縣新 13 景承先啟後再創絕代風華-「客來新瓦（竹北）」、「石橋古韻（關西）」、「街巷宗祠（新埔）」、「彩繪軟橋（竹東）」、「老街尋幽（湖口）」、「櫻桐爭豔（橫山）」、「龍貓隧道（新豐）」、「鹿寮春雪（芎林）」、「寶山明珠（寶山）」、「茶金風華（北埔）」、「湖佛映輝（峨眉）」、「石蛙御天（尖石）」、「少帥泉湯（五峰）」。

3、推廣聰明營養午餐，整合宣傳縣政業務亮點。

4、YouBike2.0 結合民生，施政效率及永續議題創造新聞亮點。

(四) 掌握話題多元宣傳

- 1、新竹攻城獅主場開打，感動球迷。借力使力，推展本府體育發展政策及發展體育經濟願景。
- 2、「566人瘋搶竹縣市布偶貓認養人氣旺」，人情趣味的新聞最容易引發大家的興趣、並對報導內容產生認同感，有助縣政宣導。
- 3、整合及強化各局處跨域合作，讓鄉親對縣政有感，如8月13日義民祭活動搭配廣編稿，當日新聞露出100則以上。

肆、年度施政績效總分

一、業務面向分數

關鍵策略目標	績效指標	達成度(%)	業務面向分數
1. 完善新聞聯繫與公關工作，確保與社會大眾之良善溝通，達成良好的政策宣傳	(1) 透過縣府官網多元管道宣導縣政資訊	100%	54.75
	(2) 宣達縣政新聞發布事宜	100%	
2. 達成有線廣播電視系統的有效管理，配合中央政策，推動有線電視多元付費方案	(1) 年度滿意度調查	100%	
	(2) 廣告查核執行	100%	
3. 改善新竹地區數位無線電視收視情形，維護五指山數位無線電視改善站安全與運作，確保新竹地區民眾基本傳播權益	(1) 配合中央協助維護與接收視品質，處理民眾相關問題	100%	
	(2) 基地台環境維護	100%	
4. 編印縣政行銷刊物，落實政策傳遞與城市行銷	(1) 編印縣政行銷刊物	100%	
	(2) 電子書上架宣傳	100%	
	(3) 其他多元宣傳	100%	

二、人力面向分數

關鍵策略目標	績效指標	達成度(%)	人力面向分數
1. 提升公教志工招募及運用	公教志工招募及運用成長率	0%	11.38

關鍵策略目標	績效指標	達成度(%)	人力面向分數
2. 提升公務人員客語認證完成率	單位公務人員及聘僱人員客語認證完成率	100%	

三、經費面向分數

關鍵策略目標	績效指標	達成度(%)	經費面向分數
1. 提升資源使用效益，妥適配置政府資源。	預算執行率	89%	17.85

四、績效總分

業務面(55%)	人力面(20%)	經費面(20%)	具體施政績效(5%)	總分
54.75	11.38	17.85	1.94	85.92

伍、未達目標值之關鍵策略目標檢討

策略績效目標	績效指標	達成度差異值	未達成原因說明暨解決對策
1. 提升公教志工招募及運用	公教志工招募及運用成長率	100%	本處 111 年度新成立，於 111 年 5 月份通過 111 年度施政計畫後即積極推動公教志工計畫，雖人事處當年度公教志工需求已於本處施政計畫通過前已調查完畢，本處仍積極於 111 年 6 月 14 日向人事處提出招募 1 名志工人力需求，期達成年度施政目標，期間也數度詢問人事處是否有公教志工人選，因本處新成立無從招募由本處退休的志工，因此至年底仍未能媒合適當人選以致未能達成原定目標值。
1. 提升資源使用效益，妥適配置政府資源。	預算執行率	11%	本處於 111 年度新成立預算編列於行政處-新聞宣導項下 原預算數：27,753,000 元 因應新聞處成立，辦理各項行銷宣傳、設備及辦公空間充實以及同仁加班費等以第二預備金追加預算數：30,000,000 元。 總預算數達 57,753,000

			元。 以原預算數計：本處已達原定目標值，因新成立各項人力、業務、辦公設備皆在整備中實難預估經費支用情形，來年已依實際支用情況編列相關業務計畫預算，以期達成目標值。
--	--	--	--

陸、績效總評

本處於 111 年新成立並訂定 9 項業務面向績效指標，藉以實現「完善新聞聯繫與公關工作，確保與社會大眾之良善溝通，達成良好的政策宣傳」、「達成有線廣播電視系統的有效管理，配合中央政策，推動有線電視多元付費方案」、「改善新竹地區數位無線電視收視情形，維護五指山數位無線電視改善站安全與運作，確保新竹地區民眾基本傳播權益」及「編印縣政行銷刊物，落實政策傳遞與城市行銷」之 4 項關鍵策略目標值，各項業務面向關鍵略目標及績效指標均達成目標值；「提升公教志工招募及運用」、「提升公務人員客語認證完成率」，持續積極推動客語認證學習；在經費面向也改善預算規劃執行、健全本處績效管理，妥適配置政府資源。