

臺中市政府新聞局中程施政計畫
(104 至 107 年度)

中華民國 104 年 4 月

臺中市政府新聞局中程施政計畫(104 至 107 年度)

【目 錄】

壹、環境情勢分析與優先發展課題.....	21-1
一、環境情勢分析	21-1
二、優先發展課題	21-3
貳、現有計畫執行成效與資源分配檢討.....	21-7
一、現有計畫執行成效	21-7
二、資源分配檢討.....	21-10
參、策略績效目標與衡量指標	21-13
一、策略績效目標.....	21-13
二、衡量指標.....	21-15
肆、計畫內容摘要	21-17
一、輔導有線電視管理優質化，並促進有線電視全面數位化(策略績效目標一)	21-17
二、舉辦優質主題影展(策略績效目標二)	21-17
三、積極推動中臺灣電影推廣園區(策略績效目標三) ..	21-18
四、補助影視業者至本市拍片(策略績效目標四)	21-18
五、拓展市政宣導與都市行銷多元化、國際化(策略績效目標五)	21-18
六、市政新聞發布與輿情收集之數位化、即時化(策略績效目標六)	21-18
伍、中程施政計畫經費總需求表	21-20

臺中市政府新聞局中程施政計畫(104至107年度)

壹、環境情勢分析與優先發展課題

一、環境情勢分析

(一) 輔導有線電視管理優質化，並促進有線電視全面數位化

1. 本市有線廣播電視系統經營者共計5家業者，包括台灣佳光、大屯有線、威達雲端、豐盟有線及群健有線。過去從1經營區僅有1家獨家經營之情形，到103年度，已計有本市威達、台灣佳光及群健有線電視業者取得臺中市有線廣播電視分期(擴增)營運許可，而豐盟有線在104年度亦已取得籌設許可，而為配合有線電視數位化政策，各業者在擴增之經營區將主動提供民眾分組付費服務，本府除核定104年度有線廣播電視基本頻道收視費用，亦同時核定威達、台灣佳光及群健有線分期(擴增)營運收視費用標準，以促進市場競爭，屆時各業者取得頻道授權，即可提供播送服務，而收視戶將可更加自由、多樣選擇有線電視業者，建立業者間良性競爭之自由市場機制。
2. 另為配合行政院推動「數位匯流發展方案」加速傳播及數位內容產業發展，積極輔導各有線電視業者配合國家政策，極力推動數位化，力促2016年底能達成全面數位化期程，同時達到推廣有線電視分組付費方式，提供消費者更優質多元的選擇，並藉由價格調降以爭取更多收視戶。截至103年第四季各業者數位服務普及率如下：大屯84.37%、豐盟90.38%、群健84.60%、台灣佳光80.17%、威達80.03%。
3. 現今民眾對有線電視所提供之內容不僅要求多元化、個人化，且因傳播科技進步，有線電視透過數位化及寬頻等技術，不僅提升影音視訊品質，亦有效克服頻寬、訊號衰竭等問題，並依消費者之需求提供個人化服務。本市有線電視歷經開放、整合及跨區經營，且加上傳播科技及視聽資訊的多元化，有線電視服務在質與

量方面均大幅提升。

4. 過去有線電視插播廣告、斷訊、收費爭議等申訴案件較多，100年至103年施政計畫，本局以加強有線電視節目、廣告、收費及權利保護等申訴案件之處理，督促有線電視業者提升收視及服務品質，建立業者自律機制為主，因此有線電視市民陳情案件依限辦結率已達100%。
5. 本市身為全球智慧城市，有線電視數位化是現今數位匯流的時代發展指標，本局除繼續輔導及管理有線電視優質化，提升其服務品質，並鼓勵業者自製優質節目，使民眾享受更高品質的節目，並透過有系統的活動整合及數位化優勢的宣導，讓民眾感受有線電視數位化帶來的好處與便利性，在促進內容產業升級下，儘速完成全數位化。

（二）籌劃優質主題影展及影視發展基金會

1. 經過多年推廣，本局影視映演活動已有成效，然為持續扶植在地影視周邊產業發展，培植民眾影視涵養，本局將積極規劃主題影展或電影節等活動，增進市民多元觀影品味與視角。
2. 為落實執行本府影視輔導政策，本府自2009年辦理影視補助迄今已超過50部作品，希冀透過電影強大的全球行銷能力，發揚臺中元素及城市行銷，未來將積極評估成立「臺中市影視發展基金會」，藉此遴聘專業經營團隊，策劃執行主題影展及強化協拍服務內涵，並導入影視產業投資模式。

（三）規劃興建「中臺灣電影推廣園區」

李安導演於本市大宅門特區（原水湳經貿園區）興建造浪池拍攝《少年PI的奇幻漂流》，於奧斯卡金像獎大放異彩後，促成市府振興在地影視產業的政策，規劃推動「中臺灣電影推廣園區」計畫，培養在地影視產業人才，發展中臺灣影視產業。

（四）市政成果宣導與城市行銷宣傳

1. 為具備與國際競爭的能力，臺中市近年來積極參考吸收世界各大城市的優點，冀盼對外能競逐國際，對內迅速提升城市競爭力。在全球化浪潮及當前政經情勢下，全球各主要經濟區域業已同步進行都市及區域的整合工作，臺中位居臺灣、海峽兩岸甚至亞太地區的中心樞紐，擁有廣大腹地作為後盾，升格後的大臺中直轄市已具備國際化都會城市格局的發展潛力與競爭力，如何有效掌握全球化的城市發展脈動，配合各項市政建設，將本市的文化特質、經濟發展及發展願景等，透過媒體整合行銷加強宣傳，以建立良好都市形象，同時提升城市競爭力與國際知名度，已成為當前市政宣導與都市行銷的重點工作。
2. 大臺中的發展五大要素，包括中臺灣經濟體（中彰投）、創意、文化、經濟及邁向世界舞臺。未來行銷大臺中，還要聯合中臺灣彰化、南投、苗栗、雲林縣等鄰近縣市共同合作，一方面以創意將大臺中發展成文化大城，另一方面全力發展經濟與交通建設，讓中臺區塊同步發展，進而躍升國際舞臺與全球各大城市競爭。

（五）市政新聞與照片發布

臺中市幅員廣闊、人口眾多，市民對本府各項施政內容與成果的需求更為殷切。藉由迅速及時提供市政資訊新聞稿與照片，並透過媒體廣為傳播，有效將訊息快速傳布，暢通本府、媒體與民眾三方之間溝通管道，提升本府施政滿意度。

二、優先發展課題

（一）輔導有線電視管理優質化，並促進有線電視全面數位化

1. 配合中央政策積極輔導有線電視數位化

有線電視數位化後，將帶給收視戶更優質的訊號品質、更多的頻道節目，更多元的節目選擇方案，以及更多樣化的雙向服務。本局持續配合國家通訊傳播委員會(NCC)有線電視數位化政策之推動，加強推動分組付費制度，以提升有線電視服務品質及創造有線電視產業及消費者雙贏的局面。

2. 因應數位匯流發展趨勢，積極瞭解掌握中央相關修法方向

因應國內數位匯流發展趨勢及有線電視數位化之全新局面，國家通訊傳播委員會(NCC)通盤規劃新的市場秩序，除妥為研擬有線廣播電視法修法等各項配套措施外，並落實中央與地方間之權責分工，真正達到保障消費者權益，促進有線電視產業之發展。

3. 加強申訴案件處理，提升服務品質

加強節目、廣告、收費及權利保護等申訴案件之處理，促請有線電視業者提升服務品質，並建立自律機制及鼓勵業者自製優質節目，強化節目內容與品質。

(二) 積極辦理優質主題影展及成立影視發展基金會

1. 優質主題影展

本局多年來業舉辦電影放映季及映像流動校園巡演、性別影展、歐洲影展等活動，另亦利用圓滿戶外劇場舉辦各式大型活動，如：臺中心動影像音樂會、「聽咱的歌 看咱的影」經典電影音樂會，讓市民享受優質影視休閒活動，未來將提升活動內涵及素質，策劃舉辦主題影展，於本市選擇適合場所放映優質之國內外影片，提供民眾更優質及多元的觀影視角。

2. 影視發展基金會

有鑑於北、高兩市於推動影視補助及產業發展之經驗，均透過成立及委託專屬基金會設立專案部門，聘請專業經理團隊營運及策劃執行相關影視發展活動；另為深化影視補助政策中臺中元素及城市行銷意象，建議影視補助政策可納入產業投資模式，並強化協拍服務內涵及培植中臺灣電影推廣園區經營管理能力，以注入產業發展的活水。

(三) 積極規劃「中臺灣電影推廣園區」

1. 配合水湳經貿園區開發政策及參採臺中市議會決議，推動執行「中臺灣電影推廣園區」計畫，針對影視產業上、中、下游需求，規

劃於水湳經貿園區、霧峰區設置「中臺灣電影中心」(舊稱為電影館)及「中臺灣影視基地」(舊稱攝製中心)兩大區塊，以服務消費者及影視產業兩大客群，並獲臺中市議會同意編列相關興建預算。

2. 中臺灣電影中心設置於水湳經貿園區內，占地約1.48公頃，將規劃電影映演區、資料典藏區、展覽及互動體驗區，未來將交由民間OT廠商進行營運，提供優質的影視休閒活動場地；另本案已進入興建工程之規劃設計階段，預計將於107年完工。
3. 中臺灣影視基地設置於霧峰區吉峰國小前方，占地約3.12公頃，將規劃設置造浪池、攝影棚、工作坊、綜合辦公大樓及戶外搭景區，提供影視拍攝及後期製作支援，並於園區內提供住宿及辦公空間。

(四) 整合媒體管道加強市政宣導與都市行銷

1. 充實平面傳播媒體行銷內容

重新改版發行市政宣導月刊、編印臺中市簡介文宣，並強化與各大報章、雜誌等平面媒體關係，刊登市政建設成果、都市行銷形象及重大議題報導等。

2. 運用電子傳播媒體發揮行銷創意

(1) 以創意手法，製播市政建設與都市行銷廣告、專題報導、形象宣導短片或節目，於廣播電臺、有線電視、衛星電視、無線電視及網路視訊平臺播出，提升本市曝光率與知名度。

(2) 和各大知名網站合作，運用網路傳播的強大功能，以網站連結或製作專屬網頁等方式，提供網友瀏覽及下載本市相關市政建設宣導、重要活動及觀光休閒等資訊，以提升本市形象及都市行銷工作成效。

3. 善用事件行銷擴大宣傳效益

配合本府各機關積極爭取之全國性、國際性活動或團體於本市舉行藝術表演、文化展覽、會議旅遊及體育競賽等活動，加強辦理

都市行銷，安排帶領各媒體、意見領袖參訪，提供最即時迅速之正面資訊，藉由全國矚目之事件（大型活動）加強宣傳行銷，以提升本市形象與國際知名度。

（五）市政新聞發布與輿情收集之數位化、即時化

1. 宣導市府各項施政方針與重要建設成果

本局每日除以電子郵件發送新聞稿、照片供媒體參採外，也運用本府網際網路全球資訊網，隨時上傳最新市政新聞、活動訊息、照片與市長行程，並每日收集新聞輿情資料，提供各機關參考，以利各機關即時澄清施政作為，俾使市府各項施政更符合貼近民意，滿足民眾需求。

2. 建置快捷及數位化新聞發布平臺

利用網路快速傳遞訊息與無國界限制的特性，隨時發布市政新聞與更新活動資訊，讓民眾可迅速便捷的取得市府施政作為及建設成果等各項資訊，以滿足民眾對知的渴望。

3. 建立本府各局處新聞聯繫平臺

利用網路、各項行動裝置與通訊軟體，建立本府各局處新聞聯繫平臺，本局隨時於通訊軟體中，上傳本府各項活動新聞稿、照片等即時動態與所收集之新聞輿情，俾使各機關間能彼此集思廣益、步調一致。此外，各機關也可於該平臺上，分享所掌握的各項訊息，以達到市府一體，資源共享目標。

貳、現有計畫執行成效與資源分配檢討

一、現有計畫執行成效

(一) 輔導有線電視管理優質化，並促進有線電視全面數位化

1. 配合中央有線電視數位化政策，鼓勵民眾申裝數位機上盒，提升裝機率。
2. 召開有線電視費率審議委員會，敦聘消費者保護團體代表及各領域財經、法律、廣播等學者專家，審訂本市有線電視基本頻道及跨區營運收視費用標準。
3. 針對民眾反映有線電視之節目、廣告、收費及權利保護等意見，指派專人受理並及時妥善協調、解決。

(二) 舉辦優質影視活動及影視補助相關成效

1. 本府辦理影展及相關電影放映活動，深受民眾喜愛，包括臺中電影fun in季、映像流動校園巡演、性別影展、歐洲影展等活動，估計有3萬7,000人次參與，為有效帶動市民欣賞電影藝術之風氣，打造臺中電影城之根基，除延續往年特色舉辦電影放映活動，更將規劃特色影展，以培養市民觀影素質，落實電影文化城美譽。
2. 本府自縣市合併後，每年編列新臺幣3,000萬元補助金，以公開評選的方式補助影視業者，期望將臺中的美、臺中的好，透過電影及電視畫面傳遞到全世界，進而達到城市行銷之目的。從98年迄今已補助超過50部影視作品，李安導演電影作品《少年PI的奇幻漂流》在好萊塢的成功，讓臺中站上國際舞臺，也成為臺灣的驕傲。

(三) 「中臺灣電影推廣園區」推動辦理情形

1. 中臺灣電影中心：本案興建工程係委由本府都市發展局代辦，並陸續於103年完成專案管理(PCM)、規劃設計監造以及擋土柱工程發包作業，並於103年底前完成交通影響評估、都市設計審議及通過細部設計審查作業，相關辦理進度均符合標案管考規範；待完

成細部設計確認後，將進行相關工程發包工作，預計於107年底前興建完工。

2. 中臺灣影視基地：本案興建工程係委由本府都市發展局代辦，本局已於103年完成興辦事業計畫(先期規劃)暨用地變更作業，續將持續與都市發展局推動相關工程進度。

(四) 拓展市政宣導與都市行銷多元面向

1. 平面傳播媒體

- (1) 編印市政宣導臺中好生活月刊、臺中新聞月報等市政刊物，透過圖文並茂書刊，報導城市生活議題，迅速有效地介紹本市多元風貌，展現各項重大市政建設成果。
- (2) 規劃與高知名度及高閱讀率之報章、雜誌等合作，刊登市政建設、都市行銷廣告及專題報導，擴大行銷宣傳成效。
- (3) 加強與民間出版物流公司合作，設置專櫃專區代售本局優良出版品，擴大推廣本局出版品閱讀層面。
- (4) 每年度編印「文化城手札」，設計專屬本市風貌的記事手冊，以廣化、深化行銷層面，展現本市多元面貌及競爭力。

2. 廣播與電視宣導

- (1) 於本市有線電視頻道製播本市風土人文節目、市政宣導短片及市政活動錄影等，建立多元市政宣導媒介，增進市民對市政建設與施政願景的瞭解。
- (2) 與廣播電臺、有線電視、衛星電視或無線電視臺合作，製播市政建設與都市行銷廣告、專題報導、形象宣導短片或節目等，如製播「臺中市政廳」市政成果宣導廣播節目，並提供網路隨選收聽服務，機動配合市政重要活動之宣導。
- (3) 隨時配合重大活動或施政措施於廣播電臺製作廣告及口播宣傳。
- (4) 每年度配合交通部「道路交通秩序與交通安全改進方案」，

製作電視與廣播廣告宣導交通安全。

3. 網際網路宣導

- (1) 網路影音平臺近來為最熱門的網路使用媒介，本局除了於本府網站建置「影音宅急便」網路影片單元，更於時下最流行的 Youtube 及 Facebook 影音平臺，上傳各類市政宣導及交通安全宣導短片，供民眾隨選收看，擴大宣傳效益。
- (2) 網路有別於傳統宣傳媒體，具有資訊傳播通路的強大功能，本局將與各大網際網路入口網站業者合作，透過網站連結或製作專屬網頁等方式，提供網友瀏覽及下載本市相關市政建設宣導、文化觀光特色與重要活動等資訊。
- (3) 製作市政宣導短片等，傳送各縣市政府、民間機構及民眾等閱覽，俾利本市相關市政建設成果、重要活動及觀光休閒等資訊宣導。

4. 事件行銷

- (1) 為型塑優良的城市意象，針對市政建設及都市發展願景，辦理聖誕樹點燈、跨年晚會等大型活動，提供民眾正當休閒活動，並運用電視及廣播電臺等媒體進行宣傳與連線轉播，將活動訊息與實況立即傳達至全國各地甚至國外，提升城市曝光率與知名度，達到都市行銷目的。
- (2) 配合本市爵士音樂節、臺中媽祖國際觀光文化節、大型運動賽事等重大活動，運用各項行銷方式與宣傳管道，積極展現本市活力、健康及文化特色與國際形象。
- (3) 舉辦「臺中市城市行銷創意影片大賽」，徵求民眾製作描寫臺中人文特色、地景藝術、城市風光等短片作品，透過影像的呈現，與市民分享城市生活的趣味。
- (4) 為營造節慶氛圍，舉辦「聖誕樹體製作暨點燈系列活動」，開發城市特色活動，吸引當地及外來民眾參與，進而活絡、

繁榮市區商圈，達到都市行銷成效。

- (5) 辦理臺中音樂季活動，透過不同型態的演出及環境營造，設計多元音樂主題的系列活動，藉此帶出音樂原創特色，打造屬於臺中的藝文品牌，進而達到行銷臺中之目的。

(五) 市政新聞發布與輿情收集之數位化、即時化

1. 每日配合重要市政行程，撰寫新聞及拍攝照片，上傳於本府全球資訊網，提供各界人士閱覽、下載，並主動以電子郵件方式將新聞內容與照片，傳送各媒體記者，作為報導寫作之參考。
2. 運用電子科技器具，包括電話、簡訊、網路電子郵件與行動裝置之通訊軟體，通知媒體採訪市府重要活動、記者會等，並加強與媒體記者之聯繫溝通。
3. 配合本府各項重要活動、政策措施等，不定期舉辦記者會，以達市政宣導之效。
4. 每日收集主要報紙及電視新聞之重要報導，即時分析處理，送請各相關機關參考，強化本府輿情反映處理效率。
5. 建立輿情反映收集管道，指派專人隨時收看（聽）主要電視臺之報導內容，掌握本市轄內最新、即時之新聞訊息並做立即反映。
6. 彙整本市近期活動上傳於本府網站，俾供民眾搜尋及參與。
7. 定期於臺灣大道市政大樓惠中樓1樓市政願景館、臺中火車站、臺中市州廳入口門廊等處，建置市政成果文宣看板，展示市政重要建設成果及活動照片。

二、資源分配檢討

(一) 輔導有線電視管理優質化，並促進有線電視全面數位化

有線電視的管理與輔導，從過往服務品質的提升，到現在有線電視數位化推廣、有線電視業者的跨區經營等新業務與挑戰，本局的人力與經費未曾增加，面對數位匯流及多元的衝擊，未來除要求有線電視系統業者在推動數位化的同時，繼續提升服務品質及自製節目內容豐富

化外，並將持續爭取增加預算、人力，全力提升有線電視品質。

(二) 優質影視活動再進化及補助政策再檢討，評估成立影視發展基金會

1. 本府主辦或協辦的各類型影視活動或特(首)映會，已成為市民生活的一部分，亦是本局的重點工作。過往相關活動均朝向放映型態來舉行，著重於培養市民觀影習慣，提供民眾免費休閒娛樂活動。惟相關活動仍以編列年度預算循採購程序辦理，因預算及承辦人力有限，相關活動內涵仍有進步空間，且長期以往恐無法滿足民眾希望臺中舉辦主題影展之需求。
2. 影視補助政策目的是鼓勵影視業者來臺中拍片，促進本市文化觀光產業發展及行銷城市意象，考量本府補助金額均為部分補助，對於影視創作成本實為杯水車薪，且每部影視作品皆因應自身的創作而考量在本市拍攝的場景露出及城市意象的展現。為尊重創作者，其效益評估以補助件數表達較為適宜。
3. 為將影視補助政策導入產業投資模式，提高資金運用的彈性；並提供豐富且具規模的影展活動，除於年度預算額度內，爭取提高相關活動之預算外，亦將爭取追加預算成立影視發展基金會，希冀透過基金會的彈性運作，遴聘具實務執行經驗之策展團隊，研商影視補助投資政策的具體方案，策劃專屬影展活動，以提供市民高質感的影視饗宴。

(三) 推動「中臺灣電影推廣園區」所面臨的問題

1. 中臺灣電影中心：本案興建工程係委由本府都市發展局代辦，因配合水湳經貿園區整體規劃，遲至基地位置確認後方得全面推動，爰有預算執行落後而辦理以前年度預算保留之情事，且本電影中心與周邊公共建設仍具關聯性，需經跨局處通盤評估及檢討，未來將與本府都市發展局依預定期程共同推動執行，力求於107年底前興建成工。
2. 中臺灣影視基地：本案興建工程係委由本府都市發展局代辦，然本市影視基地為政府部門出資興辦，放諸國際仍未有政府公辦影視基

地之案例，爰本案在已獲編預算之前提下，仍應就影視基地之發展定位及後續發展策略，謀求其他專業建議，力求本案未來順利營運。

（四）市政行銷宣導所面臨困境

1. 一個城市的永續經營有賴成功的行銷，本府各機關所執行業務均肩負都市行銷的重責大任，惟各機關缺乏整合觀念，橫向聯繫溝通不足，各機關依其業務權責各自為政，對都市行銷的整體願景、使命、策略與目標的認知，欠缺一致性。
2. 各類媒體之宣傳刊登費用高昂，惟各機關宣傳與行銷經費短絀，可供運用之行銷資源不足且分散，致使行銷宣傳作為難以施展。本局將積極尋求以提供行政支援的方式，與形象優良之民間企業、團體策略聯盟、合作行銷，以解決經費不足之困境。
3. 本府各機關辦理大型活動、政策制定時，對運用媒體行銷仍欠缺整體規劃，對於傳播媒體運用靈活度仍顯不足。

（五）市政新聞即時發布與彙整

1. 為提供優質服務，本局新聞發布作業所需之設備雖已符合工作需求，惟與媒體業界相比，尚有改善空間，宣導經費仍稍嫌不足。此外，由於新聞發布不分假日每日進行，同仁工作時數相對較長，於人力調配上長期吃緊。
2. 由於各局處提供之新聞稿並非新聞專業人員撰寫，不熟悉與公文格式截然不同之「倒金字塔」式寫法，造成新聞稿撰寫良莠不齊，增加本局彙整宣導之難度與工作量。

參、策略績效目標與衡量指標

一、策略績效目標

(一) 業務面向策略績效目標

1. 輔導有線電視管理優質化，並促進有線電視全面數位化（策略績效目標一）

積極協調處理市民申訴、陳情有線電視事項，輔導業者改善收視、服務品質，並推動有線電視全面數位化進程。

2. 舉辦優質主題影展（策略績效目標二）

加強推動各類優質主題影展活動與特映會，進而打造臺中電影城之根基、促進本市藝文多元化發展，提升民眾藝文素養。

3. 積極推動「中臺灣電影推廣園區」（策略績效目標三）

積極推動中臺灣電影中心及中臺灣影視基地興建工程，並完成營運廠商徵求作業，滿足影視產業上、中、下游之消費及產業需求。

4. 補助影視業者至本市拍片（策略績效目標四）

辦理補助影視業者拍片取景案，鼓勵影視業者至本市拍片，促進文化觀光產業發展、行銷城市意象。

5. 拓展市政宣導與都市行銷多元化、國際化（策略績效目標五）

- (1) 編印市政宣導月刊「臺中好生活」，透過圖文詳細介紹本市多元風貌及市政重大建設成果，並增闢英文專刊，與康百視雜誌合作「臺中訊息快遞英文別冊」拓展閱讀層面。

- (2) 於本市各有線電視臺製播在地風土人文、市政活動錄影等節目。

- (3) 搭配在各廣播電臺所製播的宣傳廣告，從多元管道推動媒體整合行銷與事件行銷事宜。

6. 市政新聞發布與輿情收集之數位化、即時化（策略績效目標六）

- (1) 運用電腦網路科技傳遞迅速之特性，即時發布市政新聞與活動資訊，提供媒體參採，以達新聞服務之效，增加市政新聞與活

動訊息曝光機會。

- (2) 利用多重管道發布市政新聞，隨時以手機簡訊通知媒體市府活動行程，並於市內重要地點設置市政看板，並約 2 個月更換 1 次，提供最新市政活動及新聞照片。
- (3) 本局即時收集報紙、電視、網路等新聞輿情，並利用行動裝置之通訊軟體，發布於本府各局處新聞聯繫平臺，俾使各機關隨時掌握最新輿情並即時回應。

(二) 人力面向策略績效目標

1. 合理調整機關員額，建立活力政府，規劃公務人力，強化職務管理，善用民間資源並擴大民間參與公共事務，貫徹組織精簡及節約用人政策。加強簡政便民措施，提升行政效率，以企業人事行政新策略，帶動行政革新；厲行人事公開，暢通人事管道，並採有效激勵措施，提振工作士氣。
2. 薦送公務人員參加訓練進修，提升公務人員專業知能，鼓勵同仁參加各項新聞、公關、行銷、生涯規劃、語文、情緒管理及績效管理等講習課程或訓練，以提升本職學能之專業素養及促進自我發展與培養優質身心管理能力。
3. 每年辦理員工進修研習，機關同仁均能符合訓練需求，激勵員工自修增進外語能力，以因應國際化與國際交流需要，有效提升人員能力與素質。

(三) 經費面向策略績效目標

1. 擷節各項經費支出，增加資源運用效率。
2. 積極推動節約能源措施，以節省經費支出。
3. 檢討各單位員額配置之合理性，擷節人事經費支出。
4. 各單位應依歲出分配預算及計畫進度，切實嚴格執行，年度結束所有賸餘經費應以賸餘數處理，對於經費保留，應依法審核。

二、 衡量指標

(一) 業務面向策略績效目標

策略績效目標		衡量指標								
		衡量指標	評估體制	評估方式	衡量標準	年度目標值				
						104	105	106	107	
一	輔導有線電視管理優質化，並促進有線電視全面數位化(6%)	一	有線電視數位服務訂戶數普及率(6%)	1	統計數據	國家通訊傳播委員會公布之每年第四季各行政區裝設數位機上盒普及率	90%	95%	98%	100%
二	舉辦優質主題影展(6%)	一	平均每檔影展參與人次(6%)	1	統計數據	每場次總計參與人次(室內)	150人次	160人次	170人次	180人次
三	積極推動中臺灣電影推廣園區(12%)	一	中臺灣電影中心執行進度(6%)	1	進度控管	依照新建工程標案管考系統進行相關進度管制	10%	25%	55%	95%
		二	中臺灣影視基地執行進度(6%)	1	進度控管	依照新建工程標案管考系統進行相關進度管制	10%	40%	55%	95%
四	補助影視業者至本市拍片(6%)	一	影視補助案徵選申請件數(6%)	1	統計數據	每年影視業者申請件數	25	25	25	25
五	拓展市政宣導與都市行銷多元化、國際化(25%)	一	編印市政宣導月刊(7%)	1	統計數據	每月編印市政宣導月刊發行份數	60,000	60,500	61,000	61,500
		二	運用電視製播宣導廣告(包括新移民題材)(6%)	1	統計數據	年度內製播電視廣告之總播出檔次	1,500	2,000	2,500	3,000
		三	運用廣播電臺製播宣導廣告(包括新移民題材)(6%)	1	統計數據	年度內製播廣播廣告之總播出檔次	5,600	5,700	5,800	5,900
		四	網際網路宣導影片及網站點閱率(6%)	1	統計數據	年度內網路宣導影片及網站之點閱人次	9,000	12,000	11,000	12,000

策略績效目標		衡量指標								
		衡量指標		評估體制	評估方式	衡量標準	年度目標值			
							104	105	106	107
六	市政新聞發布與輿情收集之數位化、即時化(15%)	一	新聞處理數位化、即時化(5%)	1	統計數據	見報率： (新聞見報則數/新聞發布則數)×100%	93.6%	93.6%	93.7%	93.7%
		二	設立市政看板(5%)	1	統計數據	達成率： (實際裝設數/計畫裝設數)×100%	90%	92%	94%	96%
		三	數位化收集輿情並即時發布(5%)	1	統計數據	數位化收集輿情比率： (數位化收集數/輿情收集數)×100%	92%	93%	94%	95%

(二) 人力面向策略績效目標

策略績效目標		衡量指標								
		衡量指標		評估體制	評估方式	衡量標準	年度目標值			
							104	105	106	107
一	合理調整機關員額，建立活力政府(10%)	一	依法足額進用身心障礙人員及原住民人數(5%)	1	統計數據	是否依法足額進用身心障礙及原住民人員 1代表是 0代表否	1	1	1	1
		二	分發考試及格人員比例(5%)	1	統計數據	機關提報考試職缺數÷機關年度總出缺數)×100%	40%	40%	40%	40%
二	提升公務人力素質，建構優質行政團隊(5%)	一	公務人員終身學習(2%)	1	統計數據	本府所屬機關學校年度內學習時數達40小時(含與業務相關學習時數達20小時)之公務人員人數/本府所屬機關學校公務人員總數	80%	85%	90%	90%
		二	員工通過語文檢定(3%)	1	統計數據	員工已通過語文檢定總數(通過英檢人數)/現有員額(經過銓審之總人數)×100%(每年2%成長)	64%	66%	68%	70%

(三) 經費面向策略績效目標

策略績效目標		衡量指標								
		衡量指標		評估體制	評估方式	衡量標準	年度目標值			
							104	105	106	107
一	節約政府支出，合理分配資源（15%）	一	經常門預算執行率(7%)	1	統計數據	(經常門實支數+應付未付數+節餘數)/經常門預算數×100%	80%	80%	80%	80%
		二	資本門預算執行率(8%)	1	統計數據	(資本門實支數+應付未付數+節餘數)/資本門預算數×100%	80%	80%	80%	80%

肆、計畫內容摘要

一、輔導有線電視管理優質化，並促進有線電視全面數位化（策略績效目標一）

(一) 配合中央有線電視數位化政策，編列經費宣導數位化，並運用政府文宣與宣傳管道，傳遞有線電視數位化的好處及趨勢，讓民眾深刻體會數位化後帶來的多元整合式服務，將可為生活帶來諸多的便利。

(二) 協調、解決市民反映有關有線電視節目、廣告、收費及消費者保護等事項，輔導業者建立健全之管理制度、服務效能及善盡媒體社會責任之自律機制，以提升收視戶顧客滿意度。

二、舉辦優質主題影展（策略績效目標二）

(一) 本府持續辦理相關優質主題影展，以饗民眾，除提供市民多元主題電影，更深入校園培養青少年藝文素養，進而有效帶動民眾電影藝術欣賞之風氣，落實文化城美譽。

(二) 透過本市優質影展之舉辦，除培養民眾電影藝術之鑑賞力，拓展民眾多元影像新視野，進而鼓勵民眾參與本市各項文藝活動，及促進

本市多元文化之發展，最重要的是，讓臺中市成為全臺民眾參加影展的朝聖首選。

三、積極推動中臺灣電影推廣園區(策略績效目標三)

為滿足影視產業上、中、下游需求，推動執行於大宅門特區、霧峰區設置「中臺灣電影中心」及「中臺灣影視基地」，以服務消費者及影視產業兩大客群，振興在地影視產業，活絡本市經濟發展。

四、補助影視業者至本市拍片 (策略績效目標四)

每年辦理補助影視業者拍片取景案，鼓勵影視業者至本市拍片，促進文化觀光產業發展及城市意象行銷。

五、拓展市政宣導與都市行銷多元化、國際化 (策略績效目標五)

- (一) 於編印的「臺中好生活」市政宣導月刊中增闢英文專刊，並與康百視雜誌合作「臺中訊息快遞」英文別冊，介紹臺中市多元風貌。透過圖文並茂書刊，報導城市生活議題，展現各項重大市政建設與發展願景，以提升市政宣導成效。
- (二) 在有限經費下，加強推動各類媒體的整合行銷事宜，建構多元化市政宣導管道，期以最少的預算發揮最大的效用。
- (三) 規劃辦理聖誕節、跨年晚會等大型活動，創造主題化行銷議題，並運用媒體有效傳達至全國各地甚至國外，提升本市城市意象。

六、市政新聞發布與輿情收集之數位化、即時化 (策略績效目標六)

(一) 建置快捷及數位化新聞發布平臺

提升市政新聞與照片發布品質，增加市政新聞見報率，配合記者電子化撰稿需求，加強市政新聞電子數位化，並提供重要記者會錄音檔供媒體參採。

(二) 建立輿情反映機制

加速各項輿情收集與處理效率，除原有的報紙與電視外，拓展網路即時新聞輿情反映收集管道，增進資料內容之質量。

(三) 建置臺中市近期活動網頁

收集彙整本市各項最新重要活動，上傳本府全球資訊網首頁，並隨時更新訊息，以利民眾搜尋閱覽並積極參與。

(四) 設置多樣化市政看板

拍攝與收集市政建設及市政活動照片，於臺灣大道市政大樓惠中樓1樓市政願景館、臺中火車站、臺中市州廳入口門廊等處，建置市政成果文宣看板，展示市政重要建設成果及活動照片。

伍、中程施政計畫經費總需求表

單位：千元

策略績效目標 計畫名稱	以前年度已 列預算數	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度以 後經費需求	104 至 107 年度合計	總 計	計畫性質		備 註
									公共 建設	社會 發展	
1. 輔導有線電視管理優質化，並促進有線電視全面數位化	4,532	2,270	2,270	2,270	2,270	2,270	9,080	15,882		√	
2. 舉辦優質主題影展	3,000	3,000	15,000	15,000	20,000	20,000	53,000	76,000		√	104 年刻正簽辦動用本府第二預備金 7,800
3. 積極推動中臺灣電影推廣園區	1,235,939	23,469	305,461	492,586	0	0	821,516	2,057,455	√	√	
3.1 中臺灣電影中心	1,230,795	0	0	41,516	0	0	41,516	1,272,311	√	√	
3.2 中臺灣影視基地	5,144	23,469	305,461	451,070	0	0	780,000	785,144	√	√	
4. 補助影視業者至本市拍片	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	120,000	180,000		√	

策略績效目標 計畫名稱	以前年度已 列預算數	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度以 後經費需求	104 至 107 年度合計	總 計	計畫性質		備 註
									公共 建設	社會 發展	
5. 拓展市政宣導與都市行銷多元化、國際化	14,140	20,222	20,422	20,622	20,622	21,550	81,888	117,578		✓	
5.1 編印市政宣導月刊	13,000	18,332	18,332	18,332	18,332	19,000	73,328	105,328		✓	
5.2 運用電視製播宣導廣告	490	490	490	490	490	550	1,960	3,000		✓	
5.3 運用廣播電臺製播宣導廣告	650	1,400	1,600	1,800	1,800	2,000	6,600	9,250		✓	
5.4 網際網路宣導影片及網站點閱率	0	0	0	0	0	0	0	0		✓	
6. 市政新聞發布與輿情收集之數位化、即時化	810	955	1,200	1,200	1,200	1,200	4,555	6,565		✓	
6.1 新聞處理數位化、即時化	0	0	0	0	0	0	0	0		✓	
6.2 設立市政看板	0	0	0	0	0	0	0	0		✓	
6.3 數位化收集輿情並即時發布	810	955	1,200	1,200	1,200	1,200	4,555	6,565		✓	
總計	1,288,421	79,916	374,353	561,678	74,092	75,020	1,090,039	2,453,480			