

新聞處 107 年度施政計畫

壹、願景及任務

一、願景

多元化行銷重大市政建設及桃園城市形象，讓各界看見桃園發展願景與發展潛力，擦亮桃園品牌；提升新聞服務品質，發布精確市政資訊，即時回應市民心聲；優化有線電視服務品質，豐富全數位化創新服務；吉祥物丫桃、園哥更邁開步伐，締結城市友誼，讓城市能見度向外拓展，讓桃園更好看，讓更多人看好桃園。

二、任務

- (一)精進新聞作業及媒體服務品質：即時發布市府重大政策、市政建設、重要活動及重要民生訊息等，服務媒體記者新聞作業，亦便利市民朋友即時瞭解；同時，掌握新聞輿情，就各界關心議題，迅速說明回應。
- (二)多元化市政宣導及城市行銷：記錄城市建設軌跡，落實媒體近用權，整合多元媒體宣傳管道，展現重要施政成果，並即時傳遞市政資訊，讓各界看見桃園發展願景，行銷亮點活動，呈現城市意象，擦亮桃園魅力品牌。
- (三)強化有線電視輔導管理與豐富全數位化服務：推動本市纜線清整標章計畫，要求有線電視業者配合市府天空纜線清整及纜線地下化政策，維護市容整潔及市民安全；要求業者提供多元化數位匯流服務，提供市民更多收視選擇，保障收視權益。

壹、年度策略目標

一、新聞聯繫與媒體服務

- (一)切合即時新聞作業速度，精進新聞稿及照片發布效能。
- (二)掌握新聞輿情及議題趨勢，就市政議題即時說明回應，落實市民知的權利。
- (三)辦理新聞聯絡人會議及教育訓練，提升新聞工作專業知能。
- (四)強化政策溝通與媒體聯繫，辦理媒體交流座談，提升新聞服務品質。
- (五)於原桃園市民代表會 1 樓更新建置媒體中心，提供記者優質舒適作業環境。

二、多元化市政宣導及城市行銷

- (一)行銷本市旗艦型建設政策，讓各界瞭解桃園發展潛力，讓市民朋友掌握各項重要建設進程，看見未來發展願景，提升城市認同感。
- (二)整合資源行銷亮點活動，向各界展現本市循環永續、年輕活力、多元文化及科技夢想的品牌魅力。
- (三)更新市政簡介影片及文宣，以建設願景結合本市多元文化風貌，呈現發展軌跡，讓各界瞭解蛻變中的桃園。
- (四)利用多元化通路宣傳市政、活動及民生訊息，透過簡明易瞭解的方式，讓資訊確實傳遞，並透過民意反饋，推動更符合市民朋友需求的政策。

(五)吉祥物「丫桃」、「園哥」代言市政建設與重要活動，進行城市行銷，並與更多城市締結友誼。

(六)編印及發行市政刊物《桃園誌》，以月刊形式發行，秉持多元化角度初衷，記錄豐富的城市樣貌，除深化市民朋友城市認同感外，更跨出桃園讓更多來自各地的朋友，透過閱讀認識桃園。

三、提升有線電視服務品質與豐富全數位化服務

(一)迎接本市有線電視全數位化元年，除要求業者提供更多元創新的數位應用服務，結合現有數位電視平台與隨選多媒體，兼具多螢(電視、手機、平板、電腦等)串流影音，落實數位匯流時代之速度及便利。也要求運用數位電視平台，提供本市活動資訊、防災即時訊息，特色觀光景點等，讓市民朋友能透過電視，在家掌握大小事。

(二)每月主動側錄有線電視業者插播廣告，並針對市民投訴廣告插播頻繁之頻道加強查察。此外，亦配合各縣市政府裁定違反相關法規之廣告，依規定要求業者停止刊播，保障市民閱聽及消費權益。

(三)督促有線電視業者立即改善、妥適處理有線電視陳情案件，確實追蹤至案件處理完畢，維護市民權益。

(四)持續執行有線電視滿意度調查，全面檢視本市收視戶對有線電視業者服務品質滿意度、數位化議題及公用頻道收視等趨勢，以量化民意調查，結合焦點團體座談、神秘客稽核等質化研究，提升調查深度與廣度，並將調查結果據以輔導業者提供優質服務，也作為本市審議收視費率之參考。

(五)協力執行市府「天空纜線清楚計畫」，印製各類纜線標章，針對本市尚無法纜線地下化之路段，執行天空纜線清楚貼章工作，以107年完成全市35公里、108年70公里、109年100公里之目標邁進。同時，配合市府「纜線地下化」政策，督導有線電視業者巡檢及清楚附掛於側溝、電桿及建築物之纜線，維護市容景觀。

(六)每月定期檢視各大報刊登之分類廣告，過濾疑似不妥色情內容，函請警察局查察，杜絕違法色情資訊，維護兒童及青少年身心健全發展。

(七)依《有線廣播電視法》相關規定將有線電視業者營運財務分析、頻道執行規劃及收視費用結構等資料，提交予「桃園市政府有線廣播電視系統費率委員會」，審議合理收視費率。

四、策劃市政資訊中心主題特展

運用市政資訊中心策展空間，規劃主題特展，展示桃園特色風貌，並於內部設置的PAC影像中心(Public Access Channel, PAC)，舉辦各式講座，培育在地影像人才，充分發揮市政資訊中心展示及教育功能，並落實市民「媒體近用權」。

五、辦公廳舍空間活化利用

因應原桃園市民代表會1樓建置媒體中心，原設置於本處之記者撰稿空間將配合遷移至該處，本處辦公空間亦將進行調整，增設多功能會議室、擴充檔

案庫並購置審閱影音設備，提升行政效率及服務品質。

參、年度績效指標

策略目標 (權重)	績效指標 (權重)	衡量標準	107 年度 目標值
一、新聞聯繫與媒體服務(15%)	(一)發布新聞稿(10%)	統計數據(新聞稿數量)	1,000 則
	(二)電子及平面媒體輿情研究及分析(5%)	統計數據(輿情研究及分析則數)	3,800 則
二、多元化市政宣導及城市行銷(20%)	(一)運用電子及廣播媒體製播市政宣導廣告(5%)	年度內製播電子及廣播廣告之播出檔次	電子媒體 1,200 檔次 廣播媒體 2,000 檔次
	(二)運用平面媒體刊登市政建設及成果(5%)	年度內刊登平面媒體廣告之次數	70 次
	(三)運用網路媒體行銷本府重大施政及活動(5%)	運用 LINE 及 FB 宣導重大政策及活動之推播則數	500 則/年
	(四)編印及發行市政刊物(5%)	市政刊物每月發行份數	30,000 份/月
三、提升有線電視服務品質與豐富全數位化服務(15%)	(一)深化執行有線電視滿意度調查(5%)	有線電視滿意度調查次數	2 次
	(二)查察媒體違規節目與廣告(5%)	1. 有線電視違規廣告查察數(3%) 2. 平面不妥廣告查察數(2%)	148 次 2,180 次
	(三)未建置共同管道路段之有線電視纜線進行清理貼章、廢纜清除(5%)	纜線清理件數	50 件

肆、年度重要施政計畫與預算配合對照表

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
一、新聞聯繫與媒體服務	(一)辦理新聞輿情資料之蒐集與分析，提供施政規劃參	750	

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
	考。 (二)辦理媒體聯繫、公共關係及新聞發布等事宜。	1,500	
二、多元化市政宣導及城市行銷	(一)運用各項媒體資源，包括電子、廣播、平面、網路等，辦理本府重大市政政策行銷。 (二)運用各類媒體管道，辦理城市形象行銷。 (三)運用吉祥物進行市政及城市行銷，提升重大政策、活動行銷效益。 (四)市政刊物《桃園誌》編印及發行，以月刊形式發行，記錄桃園豐富的城市樣貌	18,700 7,000 5,000 4,250	
三、提升有線電視服務品質與豐富全數位化服務	(一)不定時針對本市 3 家有線電視進行節目廣告側錄監閱，遏止業者播送不法節目廣告，維護收視戶權益。 (二)辦理有線電視滿意度調查，瞭解市民需求，並作為輔導與管理有線電視業者之參據。 (三)督導有線電視纜線地下化，配合本府天空纜線清整計畫，推動纜線清整貼章工作。	1,400	桃園市有線廣播電視事業發展基金 900 千元
四、策劃市政資訊中心主題特展	規劃主題特展，發揮市政資訊中心展示、教育功能。	2,100	
五、辦公廳舍空間活化利用	調整本處辦公空間，新設多功能會議室，增購影音設備，擴充座位及檔案庫，提升行政效率及服務品質。	4,500	