

客家委員會
106 年度施政績效報告

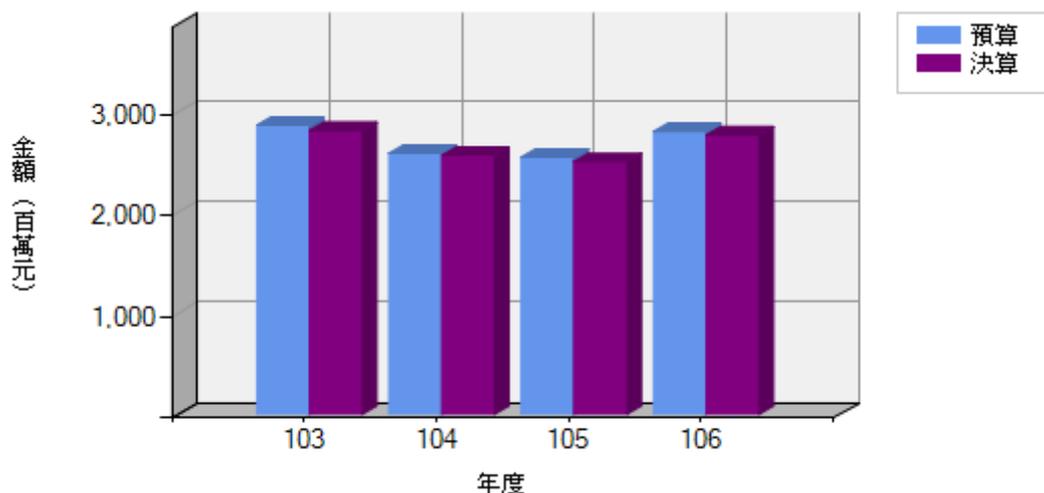
公告日期：107 年 06 月 21 日

壹、前言

- 一、本會為我國中央級客家事務專責主管機關，以振興客家語言文化為使命，106 年度施政計畫之策訂係依據 99 年 1 月 27 日公布施行之客家基本法及本會中長程施政計畫，研擬九大政策重點，包括：（一）推動族群主流化的客家政策，重建客家文化公民權；（二）確保客家語言、文化的永續發展，重建母語普及的客家社區；（三）找回客家觀點的歷史詮釋權，建構屬於全民的客家歷史記憶；（四）打造現代客家藝文創作聚落，建立跨文化創作參與平臺；（五）形塑國家級臺三線客庄浪漫大道，創造客家經濟政策新思路；（六）完善客家族群傳播體系，客家豐富臺灣多元文化；（七）重建多族群共享的客家歷史文化，建構國家級客家知識體系；（八）鼓勵青年公共參與，振興客家公民社會；（九）強化臺灣與世界連結，推動成立國際客家組織，以創造下一個客家的美好年代。
- 二、本會依據行政院 106 年度施政方針，配合中程施政計畫及核定預算額度，並針對經社情勢變化及本會未來發展需要，編定 106 年度施政計畫，其目標及重點如次：
 - （一）營造客語學習生活化，落實客語向下扎根。
 - （二）提升客家文化創新，振興客家新活力。
 - （三）提升客家多元創新動能，創造客家文化產業價值。
 - （四）提升客家傳播質量，塑造客家新印象。
 - （五）促進海外客家合作交流，推動客家文化全球連結。
 - （六）加強財務審查，全面提升施政效能。
 - （七）提升員工專業知能，打造優質團隊。
- 三、本會為求慎重，特由范副主任委員於 107 年 2 月 7 日召開「106 年度機關施政績效」檢討會議，逐一檢視 106 年度關鍵策略目標達成情形，詳實審究自評作業資料及其評定指標初核燈號，以確立本會施政績效報告內容。

貳、機關 103 至 106 年度預算及人力

一、近 4 年預、決算趨勢（單位:百萬元）



項目	預決算	103	104	105	106
合計	預算	2,869	2,590	2,551	2,806
	決算	2,816	2,570	2,507	2,771
	執行率 (%)	98.15%	99.23%	98.28%	98.75%
普通基金(總預算)	預算	2,869	2,590	2,551	2,779
	決算	2,816	2,570	2,507	2,744
	執行率 (%)	98.15%	99.23%	98.28%	98.74%
普通基金(特別預算)	預算	0	0	0	27
	決算	0	0	0	27
	執行率 (%)	0%	0%	0%	100.00%
特種基金	預算	0	0	0	0
	決算	0	0	0	0
	執行率 (%)	0%	0%	0%	0%

* 本施政績效係就普通基金部分評估，特種基金不納入評估。

二、預、決算趨勢說明

(一) 預算部分：

- 1、103 年度較 102 年度減少 3 億 2,045 萬元，主要係減列客家傳播行銷等社會發展計畫及公共建設計畫等經費。
- 2、104 年度較 103 年度減少 2 億 7,930 萬元，主要係減列客家文化躍升等社會發展計畫及公共建設計畫等經費。
- 3、105 年度較 104 年度減少 3,900 萬元，主要係減列客家特色產業創新發展計畫等社會發展計畫及公共建設計畫等經費。
- 4、106 年度較 105 年度增加 2 億 5,484 萬元，主要係增列客家語言深耕計畫等社會發展計畫及前瞻基礎建設特別預算客家浪漫臺三線等經費。

(二) 決算部分：

- 1、103 年度預算執行率 98.15%，預決算比較賸餘 5,336 萬元，主要原因係擲節支出及標餘款所致。
- 2、104 年度預算執行率 99.23%，預決算比較賸餘 1,981 萬元，主要原因係擲節支出及標餘款所致。
- 3、105 年度預算執行率 98.28%，預決算比較賸餘 4,385 萬元，主要原因係擲節支出及標餘款所致。
- 4、106 年度預算執行率 98.75%，預決算比較賸餘 3,477 萬元，主要原因係擲節支出、人員缺額尚未進用及標餘款所致。

三、機關實際員額

年度	103	104	105	106
人事費占決算比例(%)	4.04%	4.38%	4.40%	3.91%
人事費(單位：千元)	113,693	112,556	110,231	108,392

合計	89	95	86	90
職員	80	86	75	78
約聘僱人員	3	3	5	7
警員	0	0	0	0
技工工友	6	6	6	5

*警員包括警察、法警及駐警；技工工友包括駕駛；約聘僱人員包括駐外僱員。

參、關鍵策略目標達成情形（「★」表示綠燈；「▲」表示黃燈；「●」表示紅燈；「□」表示白燈）。「初核」表示部會自行評估結果；「複核」表示行政院評估結果。

一、關鍵策略目標

(一) 關鍵策略目標：建立客語推廣機制，營造友善客語生活環境。

1、關鍵績效指標：客語友善環境改善成長率

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	--	--	(本年度客語友善環境數量-去年度客語友善環境數量)÷去年度客語友善環境數量)×100%
原訂目標值	--	--	--	10%
實際值	--	--	--	12.20%
達成度	--	--	--	100%
初核結果	--	--	--	★
複核結果	--	--	--	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

(本年度客語友善環境數量-去年度客語友善環境數量)÷去年度客語友善環境數量)×100%

績效衡量暨達成情形分析：

【(106 年度客語友善環境數量 184 個-105 年度客語友善環境數量 164 個)÷105 年度客語友善環境數量 164 個】×100%=12.20%

- (1) 積極輔導政府機關、學校、醫療院所、館舍及大眾運輸工具(場站)，逾 184 個鄉(鎮、市、區)共同推動客語進入公共領域，較 105 年 164 個鄉(鎮、市、區)，客語友善環境普及率達 12.2%。此外，除臺鐵、高鐵、北捷、高捷及機捷提供客語播音外，逾 10 個行政區 38 個大眾運輸業者，於車廂內提供客語播音服務。
- (2) 為展現臺灣多元族群的語言活力，增進對彼此文化之瞭解及尊重，設計製作客語友善環境「講客」符號及標誌，引領民眾輕鬆地進入客語領域，感受客語親切、友善之服務，以促進客語服務的普及性。
- (3) 同時配合客家基本法修正通過推動客語作為通行語之規定，讓民眾在客庄自在聽、說客語，業已規劃編撰戶政、地政、衛生、醫療及市民服務臺等基層服務單位 6 腔常用客語與觀光實用客語，並拍攝情境影片，俾基層公教人員及普羅大眾學習。另

積極培訓並提供客語口譯人才，達成公共領域自然使用客語，營造客語友善環境之目標，提高客語能見度。

2、關鍵績效指標：30 歲以下通過客語能力認證率

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	--	--	(本年度 30 歲以下通過客語認證之人數)÷(本年度通過客語認證之人數)×100%
原訂目標值	--	--	--	60%
實際值	--	--	--	74.02%
達成度	--	--	--	100%
初核結果	--	--	--	★
複核結果	--	--	--	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

(本年度 30 歲以下通過客語認證之人數) ÷ (本年度通過客語認證之人數) × 100%

績效衡量暨達成情形分析：

(1) 推動客家語言復甦，辦理客語能力分級認證(幼幼、初級、中級暨中高級)：

A.為使客語向下扎根，提升幼童之客語能力，106 年 5 月 20 日及 21 日辦理「幼幼客語闖通關」遊戲式客語能力認證，計有 7,095 位滿 5 足歲的幼童參與認證，6,501 位幼童完成認證。

B.透過認證系統，同時完成聽力、口語及閱讀測驗，106 年度「客語能力認證數位化初級考試」業於 9 月 3 日及 10 日分 2 梯次辦理，計 8,543 人報名，實際到考 6,793 人，共計 4,122 人合格；其中 30 歲以下考生合格人數計 2,250 人合格。

C.106 年度客語能力中級暨中高級認證，於 11 月 18 日舉行，計 4,796 人報名、3,502 人到考，共計 2,465 人合格；其中 30 歲以下考生合格人數計 937 人合格。

(2) 106 年度提升客語能力認證通過率之推廣作法：為鼓勵民眾參與客語能力各級認證，自 106 年起全面免收資料處理費，19 歲以下考生一律免費。另補助機關、學校及社團開設客語認證研習班計 59 班，約 1,130 人(次)參與，增加學習客語的頻率。

(3) 綜上，106 年度 30 歲以下通過客語認證之人數為 9,688 人，而 106 年度通過客語認證之人數為 1 萬 3,088 人，30 歲以下通過客語能力認證率為 74.02%。

(二) 關鍵策略目標：創新客家文化價值，融入主流文化社會。

1、關鍵績效指標：培植客家藝文團隊(人才)創作

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	--	(本年度觀賞客家藝文演出人次-上年度觀賞客家藝文演出人次)÷ 上年度觀賞客家藝文演出人次 x100%	客家藝文創作件數
原訂目標值	--	--	10%	100 件數

實際值	--	--	60%	107 件數
達成度	--	--	100%	100%
初核結果	--	--	★	★
複核結果	--	--	★	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

客家藝文創作件數

績效衡量暨達成情形分析：

(1) 推辦客家傳統與現代藝文演出：

A.辦理 2017 精緻客家大戲《膨風美人》巡演活動：由榮興客家採茶劇團擔綱演出，於臺中、花蓮、桃園、高雄、苗栗、新竹及臺北等地巡演 7 場次，除提供客家劇團演出舞臺並培育青年傳承客家傳統表演藝術，更吸引各地客庄居民觀賞。

B.辦理全新客家音樂歌舞劇《天光》：與北藝大合作推出以六堆客庄為背景之客家現代音樂歌舞劇，於高雄、花蓮、新竹及屏東等地辦理 4 場展演（臺北場於 107 年 5 月演出 2 場次），以音樂、戲劇、美術、傳藝、影音、表演藝術等各領域特色，豐富客家戲劇多元性。

C.辦理「行行臺三聽浪漫」交響音樂會：委託陳樹熙教授創作具臺三線地方特色之交響曲，計有 7 首組曲創作交響樂曲，並由國立臺灣交響樂團演奏，於苗栗、桃園、臺北、新竹及臺中等地巡演 6 場次。

(2) 輔導藝文團隊成長計畫：為推動藝文與生活結合，鼓勵客家藝文團隊之組成與發展，以厚植客家文化活力，並提升客家表演藝術品質與精緻度，106 年輔導藝文團隊暨補助輔導 44 個團隊，共完成 92 件創作作品。

(3) 舉辦臺灣原創流行音樂大獎：為鼓勵客語音樂創作，發揚與保存台灣母語流行音樂，與文化部及原住民族委員會共同辦理具國家級獎項，客語組計有 6 首創作歌曲獲獎。

(4) 綜上，106 年客家藝文創作件數共計 107 件，超過原訂目標值（100 件），達成度 100%。

(三) 關鍵策略目標：強化客家特色產業，推動跨域創新服務。

1、關鍵績效指標：輔導客家特色產業產值提升數

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	--	本年度輔導客家特色產業產值金額-上一年度輔導客家特色產業產值金額	(輔導後客家特色產業年度產值金額)-(輔導前客家特色產業年度產值金額)
原訂目標值	--	--	21,000 萬元	3 億元
實際值	--	--	25,540 萬元	3.6138 億元
達成度	--	--	100%	100%
初核結果	--	--	★	★
複核結果	--	--	★	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

(輔導後客家特色產業年度產值金額) - (輔導前客家特色產業年度產值金額)

績效衡量暨達成情形分析：

- (1) 「客家特色產業亮點輔導暨東部客庄區域產經整合計畫」：以「米香廊道」為主軸，辦理 12 家東部地區客家業者輔導，另藉由盤整創客、文化創意、六級化產業、社會企業等 4 類主題產業，辦理 8 家客家特色產業亮點業者輔導作業，帶動 20 家受輔導業者營業額約 3,600 萬元。
- (2) 「客家產業群聚創新推動計畫」：以「創新、就業、再生」為核心之經濟發展新模式，並依地區形塑「北客茶陶」、「中客花果」、「南客新農」及「東客米庄」4 個特色產業群聚，完成客庄產業鏈結，及產業創新改造工作，已輔導 72 家業者，開發超過 15 項創新商品，創造出直接效益與間接投資效益 5 億 3,325 萬元。
- (3) 「推動特色產業人才培育及創新加值計畫」：協助地方政府及民間團體進行客家產業人才培育及研發設計，並促進客庄產業發展，補助研發培力類 16 案，創造直接效益與間接投資效益 5,122 萬 5,745 元。
- (4) 「2017 臺灣客家產業博覽會」：透過「體驗互動」的策展設計，不僅成功將客家文化與產業的鏈結內涵深植人心，為期 9 天的博覽會吸引超過 35 萬人次參觀人潮，創造 4 億 5,600 萬元的周邊經濟產值。
- (5) 參與「2017 高雄旅行公會國際旅展」及「2017 臺灣美食展」：共邀請 41 家本會輔導業者參展，吸引 45 萬 9,154 人次參觀，有效推廣客家美食及觀光產業，創造 7,263 萬 9,000 元的周邊經濟產值。
- (6) 「青年新創客家事業競賽」：由地方政府推薦 39 名創業青年，經本會複審後組建輔導團隊進行輔導，協助事業經營、行銷推廣，並提供聯合展售會、創業講堂等輔導行銷資源，帶動青創業者營業額 3,790 萬 5,592 元。
- (7) 「『客家美食 HAKKA FOOD』餐廳第 3 期輔導計畫」：運用培訓、輔導及行銷之三合一機制，打造「客家美食 HAKKA FOOD」榮譽標章餐廳，帶動客家餐飲產業發展，22 家餐廳總產值提升 976 萬元。

綜上，106 年度總產值合計 11 億 9,678 萬元，相較 105 年度產值 8 億 3,540 萬元，產值提升數為 3 億 6,138 萬元，已超過年度預定目標，達成度為 100%。

(四) 關鍵策略目標：形塑臺三線客庄浪漫大道，打造客家文化軟實力。

1、關鍵績效指標：輔導藝術家駐村創作及展演成長率

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	--	--	【(當年度駐村藝術家創作及展演數-105 年度駐村藝術家創作及展演數)÷105 年度藝術家創作及展演數×100%】(以 105 年 20 件為基準)
原訂目標值	--	--	--	20%
實際值	--	--	--	65%
達成度	--	--	--	100%
初核結果	--	--	--	★
複核結果	--	--	--	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
衡量標準：

【(當年度駐村藝術家創作及展演數-105 年度駐村藝術家創作及展演數)÷105 年度藝術家創作及展演數×100%】(以 105 年 20 件為基準)

績效衡量暨達成情形分析：

- (1) 106 年「藝文活動重點推展主題-藝術家進駐臺三線客庄聚落計畫」，擴大增加視覺藝術類(包括木雕、裝置藝術、影像記錄、繪畫、雕塑、陶藝及公共藝術設計等)及文學類等藝術家，共邀請 18 位藝術家進駐，創作出以客庄為主題之藝術作品，共完成 18 項創作及展演 35 場次。
- (2) 綜上，106 年「藝文活動重點推展主題-藝術家進駐臺三線客庄聚落計畫」創作及展演數共計 53 件，經統計 105 年「音樂類表演藝術家進駐臺三線計畫」創作及展演數計 20 件，超過原訂目標值 20%，達成度 100%。

2、關鍵績效指標：累積環境整備率

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	件數/年	件數/年	當年度輔導客家文化設施活化經營、協助客家文化生活環境營造案件數	【(協助釋出青年就業空間數)+(完成視覺景觀提升示範街區處)+(完成低碳路徑修建處)+(完成客家歷史場域修復再利用數)+(完成自然人文空間環境改造數)】占總完成目標件數(224 件)比率
原訂目標值	59 件數	80 件數	80 件數	20%
實際值	123 件數	184 件數	81 件數	21.88%
達成度	100%	100%	100%	100%
初核結果	▲	★	★	★
複核結果	▲	★	▲	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
衡量標準：

【(協助釋出青年就業空間數)+(完成視覺景觀提升示範街區處)+(完成低碳路徑修建處)+(完成客家歷史場域修復再利用數)+(完成自然人文空間環境改造數)】占總完成目標件數(224 件)比率

績效衡量暨達成情形分析：

為落實總統打造「國家級臺三線客庄浪漫大道」並逐步推廣至全國客庄地區之客家政策，以營造青年返鄉友善環境為核心目標，協助地方政府推動整建青年就業空間、優化傳統街區景觀、修建低碳旅遊路徑、修復再利用歷史場域與閒置空間及改造自然人文空間景觀等 5 大重點工作，預定自 106 至 109 年度完成 224 件，106 年度計完成青年就業空間 1 處、視覺景觀提升示範街區 2 處、低碳路徑修建 6 處、歷史場域或閒置空間修復再利用 17 處，以及自然人文空間環境改造 23 處，共計 49 件，占總目標件數 224 件之 21.88%，已超過原定目標，達成度為 100%。

3、關鍵績效指標：產業發展成熟度

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	家數/年	當年度輔導客家特色商品業者家數	【異業策略聯盟廠商累計家數占總目標家數(430 家)之 30% 權重比】+【青年創就業累計人數占總目標人數(1000 人)之 70% 權重比】
原訂目標值	--	40 家數	60 家數	20%
實際值	--	80 家數	92 家數	20.91%
達成度	--	100%	100%	100%
初核結果	--	★	★	★
複核結果	--	★	★	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
衡量標準：

【異業策略聯盟廠商累計家數占總目標家數（430 家）之 30% 權重比】+【青年創就業累計人數占總目標人數（1000 人）之 70% 權重比】

績效衡量暨達成情形分析：

為落實蔡總統客家政策，運用「文化加值」等策略推動客家經濟，透過鏈結產、官、學、研跨界資源及整合上、中、下游產業鏈，推動客庄產業異業策略聯盟，及產業創新改造工作，以提升創新群聚整體效益，預定 106 至 109 年度完成 430 家；另辦理「青年新創客家事業競賽」，對於參賽之創業青年，由本會組建輔導團，協助事業經營、行銷推廣及提供獎勵金，為客家產業注入青年創就業之新動力，預定 106 至 109 年度達 1,000 人。

- (1) 「客家特色產業亮點輔導暨東部客庄區域產經整合計畫」：以「米香廊道」為主軸，另藉由盤整創客、文化創意、六級化產業、社會企業等 4 類主題產業，共辦理 20 家亮點業者輔導及改造，並以客家薪思路為主軸，串聯民間產業資源及客庄景點打造遊程，並作整體行銷推廣，發揮異業策略聯盟效益。

「客家產業群聚創新推動計畫」：以「創新、就業、再生」為核心之經濟發展新模式，並依地區形塑特色產業群聚，已輔導 72 家業者完成客庄產業鏈結，及產業創新改造工作。

上開 2 項計畫完成異業策略聯盟廠商家數 92 家，占總目標家數（430 家）之 30% 權重比為 6.42%

- (2) 「青年新創客家事業競賽暨媒合輔導計畫」：組建輔導團隊協助 39 名創業青年，並完成 6 場媒合工作坊、6 場聯合諮詢、2 場聯合展售會、2 場標竿企業參訪及 3 場創業講堂，協助創業青年尋找新創事業關鍵資源與合作模式，以穩健營運新創客家事業，另經本會持輔輔導，共協助穩定就業 168 人（包含「客庄組」140 人及「非客庄組」28 人），輔導完成創就業人數共計 207 人，占總目標人數（1000 人）之 70% 權重比為 14.49%。

綜上，除持續依預定計畫執行相關工作，【異業策略聯盟廠商累計家數占總目標家數（430 家）之 30% 權重比】+【青年創就業累計人數占總目標人數（1000 人）之 70% 權重比】共計 20.91%，已超過本年預定目標，達成度為 100%。

(五) 關鍵策略目標：提升客家傳播質量，傳遞客庄在地能量。

1、關鍵績效指標：客家影音節目之傳播效益

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	(本年度的季平均觸達人數－上年度的季平均觸達人數)／上年度的季平均觸達人數 X100%	(本年度的季平均觸達人數－上年度的季平均觸達人數)／上年度的季平均觸達人數 X100%	(本年度的季平均觸達人數－上年度的季平均觸達人數)／上年度的季平均觸達人數 X100%	當年度委託製播之客家節目及宣傳影片接觸人次
原訂目標值	1%	1%	2%	900 萬人次
實際值	2.51%	3.09%	4.18%	996 萬人次
達成度	100%	100%	100%	100%
初核結果	★	★	★	★
複核結果	★	★	★	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
衡量標準：

當年度委託製播之客家節目及宣傳影片接觸人次

績效衡量暨達成情形分析：

(1) 全國頻道客家廣播電臺執行情形

A.完成全國頻道客家廣播電臺-講客廣播電臺之北（竹子山）、南（中寮）轉播站建置，並於 6 月 23 日正式開播，由蔡總統及各界鄉親共同見證歷史一刻。講客電臺以客家語言文化傳承為使命，節目類型含括「音樂」、「戲曲」、「文化教育」、「新聞」、「旅遊」、「藝文」、「法律」等多類型節目，服務對象包含「兒童」、「青少年」、「銀髮族」、「公眾近用」等各年齡層聽眾，並兼有四海大平安等五大客語腔調節目，目前每週一至週五為帶狀節目，每週六日為塊狀節目，提供全天 24 小時收聽服務。

B.為配合講客電臺開播於 3 月 1 日至 4 月 28 日止，跨界與網紅插畫家四小折合作，辦理「講客廣播電臺 logo 票選活動」，計徵得 1504 件，累計投票數超過 10 萬 7,684 票。

(2) 本年度於廣電媒體委託製播之客家節目分別為電視 1 件、廣播 15 件，另補助電視 11 件、廣播 29 件，合計 56 件：

A.委託及補助製播客語教學、文化專題、客家兒童電視節目及客家議題電視節目，合計 11 件：

a.委託八大電視頻道，製播客語教學《gogo 講客話》電視節目：以雙主持人及外景進行活潑生動之客語教學，為提供不同地區腔調語言播出機會，呈現客語之美與應用多樣性，首度規劃結合沉浸式教學理念製播多腔調內容，自 106 年 1 月 16 日至 8 月 25 日於八大綜合臺、娛樂臺及第一臺播出 160 集。依據 AC 尼爾森收視調查結果，估計平均接觸人次約 298 萬 6,250 人次。

b.鼓勵電視公司及傳播業者製作客家議題電視節目，106 年度計補助《食尚玩家系列節目》等 10 件，包括客家歌教唱、客庄行腳及卡通節目等多元類型節目，塑造大眾及社會對於客家的新意象，增加客家語言及文化於各電視頻道能見度。

B.製播客家廣播全國聯播網節目，串聯中小功率與公民營大功率電臺合作製播之客語廣播節目，合計 15 件：

- a.委託公民營電臺製播客家廣播節目，包括：教育電臺「哈拉哈客」；漢聲電臺「客家幸福日記」、「天下事客家心」及「客家幸福列車」；警廣「Music 音樂客」、
「Hag Music 哈音樂」、臺北電臺「來臺北作客」，計 7 件。
- b.專案補助串聯寶島客家等 3 家中、小功率指定客語用途電臺，計聯播 5 個客語節目。
- c.委託 ICRT 製播客語教學及文化廣播節目「We love hakka 客家風情」。
- d.委託人人廣播、竹科廣播製播客家音樂廣播節目「轉角遇上客」及「大夥房下我的歌」等 2 件，提升客家音樂之層次與廣度。
- e.補助客家廣播節目 29 件，其中 10 件於節目製播融入數位創新及大專青年參與，達本會透過補助方式鼓勵青年人才投入，增進客家廣播創新發展之目的，促進客家傳播人才之培育與提升客家傳播之效益。

C.委託公視基金會維運客家電視

客家電視節目製播係以傳承、推廣客家文化內涵相關議題為主軸。依據客家電視之收視質調查報告，觀察 104 年至 106 年第三季期間接觸度變化，各年齡層收看客家電視的接觸度均逐年提升。其中，20~29 歲年輕觀眾接觸度由 104 年的 28.3% 提升至 106 年的 38.8%，成長最多（成長率 37.2%）；10~19 歲青少年也有 14.7% 的成長率；中壯年觀眾中，30~39 歲的接觸度由 104 年的 34.3% 提升至 106 年的 42.6%，成長率亦佳（成長率 24.1%）。顯示客家電視觀眾雖然與其他綜合頻道相同，皆以年長者居多，惟中壯年觀眾、青少年觀眾也逐年穩定成長。依據客家電視 106 年委託山水民意研究公司進行之聲勢直調查研究結果統計，106 年每季平均收看人數計 697 萬 5,466 人。

- (3) 辦理「財團法人客家公共傳播基金會設置條例」：為推動成立「客家公共廣播電視集團」，建立客家永續發展體制，106 年度積極辦理相關先期規劃，包括本會內部意見整合及召開意見交流會議、舉辦公聽會、法案公告 60 日及函請行政院所屬機關表示意見等外部意見蒐集，已完成草案內容之修正，將依法定程序持續辦理相關審查作業。
- (4) 製播「2017 六堆嘉年華」、「2017 客家桐花祭」、「2017 客家產業博覽會」及「客家音樂歌舞劇一天光」等宣傳短片，以多元創意，提升民眾對客家文化活動及相關政策之認識與好感度。另拍攝「台三線形象短片」於日本東京旅展播出，並透過日本地區入口網站、社群媒體等曝光，強化國際觀光客對台三線客庄之印象，進而帶動旅遊風潮，將台灣客家文化推向國際。
- (5) 綜上，合計客語教學電視節目及客家電視等接觸人次達 996 萬 1,716 人次以上，超過目標值（900 萬人次）。

2、關鍵績效指標：客家影音於數位平臺多元應用推廣時數

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	--	--	當年度數位平台多元應用推廣之客家影音時數
原訂目標值	--	--	--	290 小時
實際值	--	--	--	390.4 小時
達成度	--	--	--	100%

初核結果	--	--	--	★
複核結果	--	--	--	---

--表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

當年度數位平台多元應用推廣之客家影音時數

績效衡量暨達成情形分析：

- (1) 客家影音網路平臺「好客 ING」106 年度完成改版，新增「新影放送」、「海外客家」及「來唱客曲」等頻道，並首度辦理焦點座談會議暨網聚活動，與使用者面對面溝通，進一步了解其使用需求；數位典藏方面，包括 HD 典藏級及瀏覽級影音資料數位化計完成 390.4 小時檔案轉製、資料匯入及詮釋資料建立，每月精選不同主題影音內容，配合節慶季節規劃主題，將影音內容包裝，輔以好客 ING 粉絲團推廣，增加數位典藏資源之應用。
- (2) 106 年策略性調整行銷推廣方式，本網站之觸及人數及 FB 粉絲數，相較 105 年度，均有顯著成長；本會客家兒童網站「好客小學堂」亦於 106 年 6 月起首度嘗試推出 RPG（角色扮演）線上遊戲，以玩家練功及等級機制，有效提升網站流量及使用者停留時間。
- (3) 綜上，客家影音數位平台多元應用推廣時數計 390.4 小時，已達目標值。

(六) 關鍵策略目標：持續推動客庄文化資源調查，強化客家文化基礎論述。

1、關鍵績效指標：客庄文化資源調查及更新筆數

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	--	--	當年度調查及更新客庄文化資源調查之筆數
原訂目標值	--	--	--	1,100 筆
實際值	--	--	--	3,500 筆
達成度	--	--	--	100%
初核結果	--	--	--	★
複核結果	--	--	--	---

--表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

當年度調查及更新客庄文化資源調查之筆數

績效衡量暨達成情形分析：

本年度至 11 月底已辦理客家文化資源調查計畫共計 10 案，涵蓋 31 個鄉鎮市區，主要內容如下：

- (1) 辦理「105-106 年度客家文化資源回顧與展望計畫」（中區、南區、東區）等 3 案，預計於 106 年度完成更新桃園市、新竹縣、苗栗縣、臺中市、高雄市、屏東縣等地 30 個鄉、鎮、市、區之既有客家文化資源調查資料 4,020 筆，至 106 年底已更新既有客家文化資源調查成果 3,500 筆。
- (2) 「2017-18 客庄文化資源普查」計畫，預計於 105-106 年度針對桃園市楊梅區、新竹縣竹東鎮、苗栗縣大湖鄉、臺中市豐原區、高雄市六龜區、屏東縣新埤鄉及佳冬鄉

進行客家文化普查，預計新增 1,200 筆客家文化資源調查資料，相關成果俟各團隊完成普查工作後始得進行初步篩選。

(七) 關鍵策略目標：推動國家級客家在地知識，整合並擴大客家學術能量。

1、關鍵績效指標：整合跨領域客家知識體系計畫推動比率

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	--	--	當年度符合跨領域、跨校際或跨國際之整合型客家研究、活動及應用案件數/當年度補助推動辦理之學術研究計畫案件數*100%
原訂目標值	--	--	--	30%
實際值	--	--	--	31.5%
達成度	--	--	--	100%
初核結果	--	--	--	★
複核結果	--	--	--	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

當年度符合跨領域、跨校際或跨國際之整合型客家研究、活動及應用案件數/當年度補助推動辦理之學術研究計畫案件數*100%

績效衡量暨達成情形分析：

為建立知識體系多元文化視角，本會規劃推動國家級客家在地知識與人文大型研究調查計畫，結合產學研跨領域合作，整合國內各學術研究機構，擴大客家學術能量，深化本土人文知識基礎，以確立客家研究在國內人文社會科學中的學門地位，並建立以臺灣為基地的國際客家研究網絡體系，從而樹立國內客家研究嶄新典範，106 年度辦理項目如下：「補助大學大專校院發展客家學術機構計畫」及「獎助客家學術研究計畫」獲獎補助屬研究計畫共 92 案，其中符合跨領域、跨校際或跨國際之整合型客家研究、活動及應用案件數共 27 案；另專案補助「亞洲客家社團組織的比較：結構、功能與網絡」（整合中央研究院、國立中央大學、國立交通大學、國立聯合大學、國立高雄師範大學、國立暨南大學等校師資）、「《新編「六堆客家鄉土誌」》纂修計畫」（整合國立高雄師範大學、國立屏東大學、國立屏東科技大學之師資及在地文史工作者）及科技計畫「原創漫畫·智慧創生：客籍漫畫家作品虛擬博物館與實境遊戲應用計畫」（國立交通大學校內跨領域整合並與產業界共同合作）等 3 案跨國際整合型研究或應用計畫，故上開 95 項計符合標準之計畫共計 30 案占 31.5%，已超過原定目標。客家基本法第 11 條規定：「政府應積極獎勵客家學術研究，鼓勵大專校院設立客家學術相關院、系、所與學位學程，發展及厚植客家知識體系」，本會以永續發展方式推動客家知識體系發展，自 92 年起推辦各式客家知識體系發展之獎補助計畫，已初步達成客家研究「量」之規模，目前大專校院除有三所客家學院外，另有 20 餘校成立客家研究中心，共同推展客家知識體系之發展，形成國內客家研究社群團體，研究主題更拓展至東南亞等海外客家地區，近年為積極推動深化客家學術研究發展，除基於現有研究基礎外，更強化補助辦理各式客家學術研討會，並擴大辦理客家跨領域研究，藉以促進客家研究「質」之提升。

(八) 關鍵策略目標：鼓勵客家青年公共參與，發展客家青年社群。

1、關鍵績效指標：客家青年社群議題網路聲量

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	--	--	透過社群探勘檢視當年度客家青年社群論述議題所產生網路討論、觸及等網路聲量新增數
原訂目標值	--	--	--	500 篇次
實際值	--	--	--	501 篇次
達成度	--	--	--	100%
初核結果	--	--	--	★
複核結果	--	--	--	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

透過社群探勘檢視當年度客家青年社群論述議題所產生網路討論、觸及等網路聲量新增數

績效衡量暨達成情形分析：

本項於 106 年度補助「桃園市文化發展協會」、「台灣客家智庫協會」、「新竹縣文創藝術觀光發展協會」、「台灣客家聯盟協會」、「新竹縣芎林鄉地方建設發展協會」、「苗栗縣三義觀光文化發展協會」、「苗栗縣三灣文化產業觀光發展協會」及「社團法人高雄市客家文化學會」等 8 單位，於客庄在地辦理系列青年客家公共論壇，長期鼓勵青年參與以達成倡導或推動青年關注並投入客家公共事務之目標，並藉由 Facebook、Youtube 等網路介面紀錄辦理情形，擴大活動成效之網路宣傳，並留下活動紀實紀錄。

(九) 關鍵策略目標：促進臺灣客家國際交流，推動成立國際客家組織。

1、關鍵績效指標：促成臺灣客家與國際合作交流之參與人次

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	--	--	當年度參與海內外客庄深度合作交流之人次
原訂目標值	--	--	--	100 人次
實際值	--	--	--	134 人次
達成度	--	--	--	100%
初核結果	--	--	--	★
複核結果	--	--	--	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

當年度參與海內外客庄深度合作交流之人次

績效衡量暨達成情形分析：

(1) 106 年 1 月 24 日召開專家諮詢會議，邀請具有社區營造、族群關係及東南亞客家文化研究等相關專業背景之學者專家與會，彙集相關意見，作為規劃辦理之參考。

- (2) 自 106 年 3 月 23 日至 4 月 30 日止受理提案，並於 4 月 6 日辦理徵案說明會，徵得 10 件申請案，於 5 月 16 日召開 2 場審查會議完竣，5 個團隊不予補助；另 5 個團隊因其提案方向尚符本案實施計畫意旨，惟計畫書仍有不足之處，經決議請團隊修正計畫書後送會憑辦複審事宜，尤應加入新住民成員及其二代之參與為重點。後經 5 月 31 日複審結果，核定補助新竹縣客庄文化策進協會、打幫你樂團、苗栗縣自然生態學會、新竹縣兩河文化協會等 4 個團隊，前往馬來西亞新堯灣及芙蓉市、柬埔寨雲晒村及印尼山口洋等地進行雙向交流。
- (3) 為擴大參與層面，6 月復邀請高雄市 2 個團隊申請提案，7 月計受理 1 件，經審查、複審及再審後核定補助美濃愛鄉協進會 1 案，前往印尼泗水、瑪琅進行雙向交流。重要成果如下：
- A. 以新竹縣客庄文化策進協會辦理「東馬新堯灣客庄之社造、文創、藝文深耕計畫」為例：105 年度新竹縣湖口老街與馬來西亞砂勞越新堯灣街締結姐妹街；繼 105 年由團隊成員協助創作「我愛新堯灣」客語歌曲後，106 年更以饒舌曲風改編為「我愛新堯灣 2.0」，透過歌詞記錄南向團隊在此地的點滴，以展現傳統的新堯灣風貌，成為當地美食、古蹟及人文風情的索引，也帶動當地的客家流行音樂及觀光熱潮；同時本團隊湖口老街的客家八音團及芎林鄉客家獅隊，配合當地信仰中心「水月宮」年度廟會活動，讓在地民眾體驗臺灣客家傳統的音樂及文化，進而建立彼此情誼。
- B. 與馬來西亞教育部副部長拿督張盛聞辦公室及其創辦之初心文化協會合作，建立臺灣客庄與馬來西亞森美蘭州芙蓉市長期交流的合作關係；也促進芙蓉市與新竹市締結姊妹市（客家友好城市）之相關事宜。
- C. 遴派金曲獎客語歌手劉榮昌及「打幫你樂團」以「台客馬客唱遊客」專案計畫，邀請大馬客家音樂人共同創作「芙蓉之歌」，同在芙蓉市舉辦客家音樂演唱會。此外，訪問大馬知名客家歌手的故鄉，與在地社團互動，並將參訪點滴拍成紀錄片。
- D. 促成馬來西亞大學與國立交通大學合作推動國際客家研究聯盟，共同進行跨域研究，經營學術期刊，並舉辦研討會議及推動人才交流。
- (4) 上述 5 個團隊計 134 人與互訪國之客庄在地團隊進行雙向、深度的交流。已超過目標值，達成率 134%。

(十) 關鍵策略目標：累積南北園區能量，體現臺灣多元文化。

1、關鍵績效指標：園區遊客滿意度達成率

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	遊客滿意度達成率：102 年：80%；103 年：83%；104 年：87%；105 年：89%。	遊客滿意度達成率：102 年：80%；103 年：83%；104 年：87%；105 年：89%。	每年南北園區遊客滿意度（以 105 年度 85% 為基準）
原訂目標值	--	87%	89%	85.85%
實際值	--	87.5%	92.03%	90.18%
達成度	--	100%	100%	100%
初核結果	--	★	★	★
複核結果	--	▲	★	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
衡量標準：

每年南北園區遊客滿意度（以 105 年度 85% 為基準）

績效衡量暨達成情形分析：

- (1) 106 年度北部臺灣客家文化館及南部六堆文化園區遊客滿意度調查，合計 900 份有效樣本（臺灣客家文化館 300 份；六堆客家文化園區 600 份）：
- A. 臺灣客家文化館調查結果 1 月至 6 月滿意度為 92.35%、7 月至 12 月滿意度為 82.35%，全年度整體滿意度為 87.35%。
- B. 六堆客家文化園區調查結果 1 月至 6 月滿意度為 93%、7 月至 12 月滿意度為 93%，全年度整體滿意度為 93%。
- 綜上，北部臺灣客家文化館及南部六堆文化園區 106 年遊客整體滿意度，實際達成值為 90.18%，已達成原訂目標值 85%，且高於指標值 4.33%。
- (2) 經查較 105 年度遊客滿意度略降原因，係為 106 年滿意度調查問卷新增與遊客有感調查項目，包含宣傳行銷方式、接駁專車/收費停車服務、商家賣店服務、親善服務、影音互動技術、影片內容、教育體驗活動、藝文推廣活動、整體服務等 9 項目。其中臺灣客家文化館之好客劇場於 106 年開始收費且為配合新竹科學工業園區管理局為園區為交通安全因素，於 106 年下半年度針對園區周邊道路畫設紅線，影響民眾停車便利性…等遊客主觀因素影響甚多，更因評比項目增加困難度與挑戰性，致整體滿意度提升之困難度遽增。
- 然整體而言，南北園區入園人數較 105 年成長 29%（105 年入園人數 127 萬 9,426 人；106 年入園人數 165 萬 760 人），且兩園區臉書粉絲專頁人數較 105 年度成長 24%，顯示民眾對園區之支持度增加。

2、關鍵績效指標：提升園區在地連結活動場次成長率

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	--	--	--	每年南北園區在地連結活動場次成長率（本年度在地連結活動場次－上年度在地連結活動場次）÷上年度在地連結活動場次×100% 《如：以生態博物館概念舉辦六堆及各鄉鎮知性之旅和參與在地文化活動、辦理環境教育課程、客家繪本說故事服務、策略聯盟、客家文化專題講座等場次》（以 105 年度 23 場次為基準）
原訂目標值	--	--	--	8%
實際值	--	--	--	13.04%
達成度	--	--	--	100%

初核結果	--	--	--	★
複核結果	--	--	--	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

每年南北園區在地連結活動場次成長率（本年度在地連結活動場次－上年度在地連結活動場次）÷上年度在地連結活動場次×100%《如：以生態博物館概念舉辦六堆及各鄉鎮知性之旅和參與在地文化活動、辦理環境教育課程、客家繪本說故事服務、策略聯盟、客家文化專題講座等場次》（以 105 年度 23 場次為基準）

績效衡量暨達成情形分析：

106 年度南北園區在地連結活動場次計完成 26 場次，達成率 100%。

本項指標係 106 年度新增，為更積極擴展客家文化，深耕在地文化，臺灣客家文化館及六堆文化園區積極以文明及生態博物館概念，透過與在地連結，行銷宣傳及合作辦理多元文化及生態活動、環教課程、策略聯盟等方式，展現多元客家文化，並帶動區域發展，以提升客家文化之推廣效果。

106 年共辦理 26 場次在地連結活動，超出目標值（23 場次），並成長 13.04%，達成度 100%，南北園區將持續強化推動在地連結，以增加客家文化之能見度。

（十一）關鍵策略目標：妥適配置預算資源，提升預算執行效率。

1、關鍵績效指標：機關年度資本門預算執行率

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	(本年度資本門實支數+資本門應付未付數+資本門賸餘數)÷(資本門預算數)×100%(以上各數均含本年度原預算、追加預算及以前年度保留數)	(本年度資本門實支數+資本門應付未付數+資本門賸餘數)÷(資本門預算數)×100%(以上各數均含本年度原預算、追加預算及以前年度保留數)	(本年度資本門實支數+資本門應付未付數+資本門賸餘數)÷(資本門預算數)×100%(以上各數均含本年度原預算、追加預算及以前年度保留數)	(本年度資本門實支數+資本門應付未付數+資本門賸餘數)÷(資本門預算數)×100%(以上各數均含本年度原預算、追加預算及以前年度保留數)
原訂目標值	90%	90%	90%	90%
實際值	93.53%	94.83%	99.92%	100%
達成度	100%	100%	100%	100%
初核結果	★	★	★	★
複核結果	★	★	★	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

(本年度資本門實支數+資本門應付未付數+資本門賸餘數)÷資本門預算數×100%(以上各數均含本年度原預算、追加預算及以前年度保留數)

績效衡量暨達成情形分析：

本會及所屬 106 年度資本門預算數 8 億 1,042 萬 1,701 元，實支數 5 億 8,056 萬 8,445 元，應付未付數 2 億 2,112 萬 9,454 元，資本門賸餘數 872 萬 3,802 元，執行率 100%，其計算公式如下：

【資本門實支數（本年度 437,727,281 元+以前年度 142,841,164 元）+資本門應付未付數（本年度 186,618,753 元+以前年度 34,510,701 元）+資本門賸餘數（本年度 87,966 元+以前年度 8,635,836 元）／資本門預算數（本年度 624,434,000 元+以前年度 185,987,701 元）】
 $\times 100\%$
 $= 810,421,701 \text{ 元} / 810,421,701 \text{ 元} \times 100\%$
 $= 100\%$

2、關鍵績效指標：機關於中程歲出概算額度內編報情形

項目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
衡量標準	【（本年度歲出概算編報數－本年度中程歲出概算額度核列數）÷本年度中程歲出概算額度核列數】 $\times 100\%$	【（本年度歲出概算編報數－本年度中程歲出概算額度核列數）÷本年度中程歲出概算額度核列數】 $\times 100\%$	【（本年度歲出概算編報數－本年度中程歲出概算額度核列數）÷本年度中程歲出概算額度核列數】 $\times 100\%$	（本年度歲出概算編報數－本年度中程歲出概算額度核列數）÷本年度中程歲出概算額度核列數 $\times 100\%$
原訂目標值	5%	5%	5%	5%
實際值	19%	3.9%	13.11%	9.59%
達成度	0%	100%	0%	8.2%
初核結果	●	★	●	▲
複核結果	●	●	▲	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
 衡量標準：

（本年度歲出概算編報數－本年度中程歲出概算額度核列數）÷本年度中程歲出概算額度核列數 $\times 100\%$

績效衡量暨達成情形分析：

本會於 106 年度編列 107 年度概算 26 億 8,436 萬 2 千元，較行政院核定概算額度 24 億 4,954 萬 2 千元，增加 2 億 3,482 萬元，所增經費主要係為落實總統客家政策、促進客家語言傳承、輔導文化創新、扶助特色產業、設置講客廣播電臺及充實傳播內容等用途經費。中程施政目標、計畫與歲出概算規模之配合程度經計算結果如下：

【（2,684,362,000 元-2,449,542,000 元）／2,449,542,000 元】 $\times 100\% = 9.59\%$

二、關鍵績效指標相關計畫活動之成本

單位：千元

關鍵策略目標	計畫名稱	105 年度		106 年度		與 KPI 關聯
		預算數	預算執行進度(%)	預算數	預算執行進度(%)	
合計		2,330,286		2,502,521		
（一）建立客語推廣機制，營造友善客語生活環境	小計	250,763	95.62	313,554	93.14	客語友善環境改善成長率
	客家語言深耕計畫	250,763	95.62	313,554	93.14	
（二）創新客家文化價值，融入主流文化社會	小計	551,550	99.43	545,595	98.45	培植客家藝文團隊(人才)創作
	客家文化躍升計畫	551,550	99.43	545,595	98.45	
（三）強化客家特	小計	138,797	108.92	148,797	99.70	

色產業，推動跨域創新服務	客家特色產業創新發展計畫	138,797	108.92	148,797	99.70	輔導客家特色產業產值提升數
(四) 形塑臺三線客庄浪漫大道，打造客家文化軟實力	小計	581,245	90.34	652,021	90.89	
	客家文化生活環境營造計畫	581,245	90.34	652,021	90.89	累積環境整備率
(五) 提升客家傳播質量，傳遞客庄在地能量	小計	610,104	98.26	665,629	99.80	
	客家傳播行銷計畫	610,104	98.26	665,629	99.80	客家影音節目之傳播效益
(六) 促進臺灣客家國際交流，推動成立國際客家組織	小計	58,058	93.71	56,833	100.00	
	海外客家事務推展計畫	58,058	93.71	56,833	100.00	促成臺灣客家與國際合作交流之參與人次
(七) 累積南北園區能量，體現臺灣多元文化	小計	139,769	100.00	120,092	99.99	
	客家文化雙燈塔跨域增值整合發展計畫	139,769	100.00	120,092	99.99	園區遊客滿意度達成率

三、未達目標項目檢討

(一) 關鍵策略目標：妥適配置預算資源，提升預算執行效率。

關鍵績效指標：機關於中程歲出概算額度內編報情形

衡量標準：

$(\text{本年度歲出概算編報數} - \text{本年度中程歲出概算額度核列數}) \div \text{本年度中程歲出概算額度核列數} \times 100\%$

原訂目標值：5

實際值：9.59

達成度差異值：91.8

未達成原因分析暨因應策略：

本會所編列之計畫項目及預算，係經由「本會計畫及概、預算編審統合協調小組」嚴加審核，並經立法院審議通過，歷年來本會皆能充分運用資源，達成施政目標。本會及所屬 107 年度預算因應總統「客家政策」，致無法於原訂目標（5%）內籌編概算。綜上，本會及所屬 107 年度概算編列雖超出行政院核定額度，惟所增經費主要係為落實總統客家政策，促進客家語言傳承、輔導文化創新、扶助特色產業、設置講客廣播電臺及充實傳播內容等用途，策略計畫與施政目標高度配合。嗣後本會中程施政計畫，仍將遵循總統客家政策本零基預算精神覈實編列預算。

肆、推動成果具體事蹟

一、建立客語推廣機制，營造友善客語生活環境

(一) 積極輔導政府機關、學校、醫療院所、金融機構、館舍及大眾運輸工具（場站）辦理客語友善環境，逾 184 個鄉（鎮、市、區）於公共領域提供客語友善服務。此外，除臺鐵、高鐵、北捷、高捷及機捷提供客語播音外，逾 10 個行政區 38 個大眾運輸業者，於車廂內提供客語播音服務。另為展現臺灣多元族群的語言活力，增進對彼此文化之瞭解及尊重，設計製作客

語友善環境「講客」符號及標誌，引領民眾輕鬆地進入客語領域，感受客語親切、友善之服務，以促進客語服務的普及性。以合作或補助客家文化重點發展區鄉（鎮、市、區）推動客語無障礙環境，期使 70 個客家文化重點發展區，逐年增加客語普及率。106 年度計有 30 件（公部門 18 件、民間團體 12 件）申請推動客語無障礙環境補助案。

- (二) 為使客語向下扎根，推動客家語言復甦，辦理客語能力分級認證，提升民眾之客語能力。106 年 5 月 20 日及 21 日辦理「幼幼客語闖通關」遊戲式客語能力認證，計有 7,095 位滿 5 足歲的幼童參與認證，6,501 位幼童完成認證。106 年度「客語能力認證數位化初級考試」於 9 月 3 日及 10 日分 2 梯次辦理，計 8,543 人報名，實際到考 6,793 人，共計 4,122 人合格；其中 30 歲以下通過認證人數計 2,250 人。106 年度客語能力中級暨中高級認證，於 11 月 18 日舉行，計 4,796 人報名、3,502 人到考，共計 2,465 人合格，其中中級合格者計 1,616 人，中高級合格者計 849 人。
- (三) 106 年度會推廣客語認證作法：為鼓勵民眾參與客語能力各級認證，自 106 年起全面免收資料處理費，19 歲以下考生一律免費。另補助機關、學校及社團開設客語認證研習班計 59 班，約 1,130 人（次）參與，增加學習客語的頻率。

二、創新客家文化價值，融入主流文化社會

- (一) 辦理 2017 精緻客家大戲《膨風美人》巡演活動：由連續四年獲得傳藝金曲獎肯定的「榮興客家採茶劇團」擔綱演出，於 106 年 7 月至 106 年 12 月，在臺中、花蓮、桃園、高雄、苗栗、新竹及臺北等 7 縣（市）巡演 7 場次，提供客家劇團演出舞臺並培育青年傳承客家傳統表演藝術。
- (二) 辦理客家音樂歌舞劇《天光》：與北藝大合作推出以六堆客庄為背景之客家現代音樂歌舞劇，於 106 年 12 月至 107 年 5 月，在高雄、花蓮、新竹、屏東、臺北等 5 縣（市）共演出 6 場次，以現代音樂歌舞劇的表演方式推廣客家藝術文化，並提供許多年輕世代的演員藉由本劇學習客家戲劇的機會，厚實客家人才培育。
- (三) 辦理《行行臺三聽浪漫》交響音樂會：特別委請陳樹熙教授創作全新交響樂曲《臺三浪漫行》，將臺三線在地特色客家人文風土，以編曲、轉化與新創三種方式創作而成，計有 7 首創作交響樂曲，並由國立臺灣交響樂團演奏，於 106 年 9 月起至 10 月，分別在苗栗、桃園、臺北、新竹、臺中等地共辦理 6 場巡演，藉由交響樂演出，表現臺三線獨有風情。
- (四) 為鼓勵母語創作，培育新生代音樂創作，增進社會大眾對本土音樂文化之認識和聆賞，並提高其能見度，持續扶植及獎勵客家原創音樂新秀與客家藝文展演，與文化部及原住民族委員會共同辦理「臺灣原創流行音樂大獎」，發揚與保存臺灣母語流行音樂之國家級獎項，其中客語組計有 6 首獲獎。
- (五) 為提升優秀客家藝文團隊表演精緻度，引進輔導機制、推動專家學者面對面座談等方式，提升團隊的表演水準及經營管理效能，再藉由公演、匯演、比賽與交流活動，推動客家傳統藝術傳承，增進客家表演藝術品質。106 年輔導藝文團隊暨補助輔導 44 個團隊，共完成 92 件創作作品。

三、強化客家特色產業，推動跨域創新服務：

- (一) 辦理客庄區域產經整合，打造主題示範亮點：
辦理「客家特色產業亮點輔導暨東部客庄區域產經整合計畫」，以「米香廊道」為主軸，另藉由盤整創客、文化創意、六級化產業、社會企業等 4 類主題產業，完成 20 家亮點業者個案輔導、改造，並串聯 12 條客家產業亮點觀光遊程作推廣，打造客家產業亮點及發展東部客庄觀光旅遊，帶動產業鏈及聚落效益。

(二) 輔導業者精進轉型及強化產品研發，形塑客家商品特色：

辦理「Hakka TAIWAN 臺灣客家商品認證暨登錄作業」，為推廣並形塑客家特色商品優質形象，提升臺灣客家特色商品市場能見度，受理各直轄市、縣（市）政府及相關客家產業民間團體，推薦在地特色商品申請登錄作業，將符合臺灣客家之歷史性、文化性、獨特性或唯一性等特質之一之各項商品登錄成為「Hakka TAIWAN 臺灣客家」商品，並將其上架於本會「臺灣客家等路大街」商品通路平臺，協助業者行銷推廣，共完成商品輔導登錄 212 件。

(三) 形塑客家群聚產業示範標竿，創新加值產業能量：

辦理「客家產業群聚創新推動計畫」，以「創新、就業、再生」為核心之經濟發展新模式，帶動客庄產業競爭力，並依地區形塑「北客茶陶」、「中客花果」、「南客新農」及「東客米庄」4 個特色產業群聚，透過創新服務與研究發展形式，完成客庄產業鏈結，及產業創新改造工作，開發超過 15 項創新商品，將客家傳統產業升級轉型邁向高值化領域外，輔以在地輔導機制，為客家產業創新能力奠定堅實的基礎。

(四) 積極運用虛實通路，行銷推廣客家特色產業：

辦理「臺灣客家特色商品網路商城暨行銷推廣計畫」，完成 6 場「臺灣客家特色產業電子商務」實務課程、3 場「虛擬好客卡」巡迴宣傳活動及 7 場網路商城創意行銷活動，提升客家產業能見度及競爭力；另辦理「2017 臺灣客家產業博覽會」，為期 9 天的博覽會吸引超過 35 萬人次參觀人潮，有效帶動客家產業持續茁壯發展的多元效益；另參與「2017 高雄旅行公會國際旅展」，邀請 21 家本會輔導業者參展，吸引 29 萬 6,963 人次參觀；參與「2017 東京旅展」，共 19 萬 1,500 人次觀展，多元推廣客家特色產業及臺三線觀光資源。

(五) 結合地方能量，擴大推廣「客家美食 HAKKA FOOD」

辦理「『客家美食 HAKKA FOOD』餐廳第 3 期輔導計畫」，以「客家美食 HAKKA FOOD」進行產業輔導升級及品牌行銷，由認證制度轉型榮譽標章機制，首次結合地方政府共同辦理，共完成 26 家榮譽標章餐廳、輔導 77 家客家特色餐廳、創新改良 146 道客家菜式、辦理 42 場客家美食培訓班、培訓人數逾 1,100 人次，擴大整體客家美食文化傳播能量；另透過設定不同客家料理主題，分北、中、南、東 4 區與地方政府合辦客家美食料理比賽，並連結在地產業生活故事、小農、市集，展現區域特色及風土料理，結合中央與地方資源，積極推廣客家美食及帶動相關產業發展。

四、形塑臺三線客庄浪漫大道，打造客家文化軟實力。

(一) 輔導藝術家駐村創作及展演成長率

- 1、106 年 4 月 1 日於新竹峨眉天主堂，辦理成果發表會，邀請 6 位音樂類表演藝術家（黃子軒、劉榮昌、陳永洵、羅思容、邱晨及黃鎮忻）同臺發表演出，活動以草地、野餐結合音樂，讓參與民眾感受「來轉臺三線」的藝文氛圍，聽見藝術家返鄉的創意與活力。
- 2、106 年「藝文活動重點推展主題-藝術家進駐臺三線客庄聚落計畫」，更擴大增加視覺藝術類（包括木雕、裝置藝術、影像記錄、繪畫、雕塑、陶藝及公共藝術設計等）及文學類等藝術家，共邀請 18 位藝術家進駐，於 106 年 9 月 1 日後，分別進駐新竹芎林、關西、橫山、竹東、北埔、峨眉；苗栗頭份、三灣、卓蘭；臺中東勢及石岡等地，並於駐村期間透過創作、發表或教學活動，與社區居民互動，從土地感受力量，從客庄感受人情，吸收在地養分，創作出以客庄為主題之藝術作品，共完成 18 項創作及展演 35 場次，並以藝術扎根地方，協助創造地方特色及型塑在地文化，累積客家文藝復興能量。

(二) 獎掖青年創業圓夢及促進就業：

- 1、辦理「青年新創客家事業競賽」，組建輔導團隊協助 39 名創業青年，行業遍及小農、烘焙、餐飲、文創、攝影、陶藝、月子服務等，充分展現年輕族群的創意及夢想實踐，透過協助事業經營、行銷推廣，並提供聯合展售會、創業講堂等輔導行銷資源，成功媒合輔導團隊共 34 案，尋找新創事業關鍵資源與合作模式，共擇優遴選 12 位優勝青年，核發總額高達 480 萬元的獎勵金，另協助穩定就業 168 人（包含「客庄組」140 人及「非客庄組」28 人）。後續並提供參與大型展會之展售機會，藉由觀摩學習、與消費者直接互動，累積行銷能力與經驗，並提升新創事業能見度。
- 2、建置「創業 HAKKA GO」資訊及推廣平臺，鏈結經濟部中小企業處「青年創業圓夢網」，提供相關部會、單位之創（就）業及輔導育成資訊，於平臺分享有關法律、財稅、營運方向、行銷策略、創業成功案例等創業知能及經驗，對於創業青年所遭遇問題，並有客家創業諮詢專線提供解答；另辦理 6 場媒合工作坊及 3 場創業 HAKKA GO 講堂，協助創業青年找尋合作資源及提升經營軟實力，共計培訓客家產業青年人才 258 人。
- 3、招募青年參與客庄公共事務及建設，策動桃、竹、苗、中 4 縣市成立「青年添手團」駐地工作團隊，為期 2 年，提供足額薪資，由具社區營造專業之團隊指導返鄉青年常駐客庄，與居民共同建立社區美學、文化及微型產業經營等概念，並凝聚關於社區未來發展願景共識，作為推動後續計畫基礎，106 年度已遴選 11 地共 21 位青年。

（三）輔導客家聚落空間保存及發展再利用：

輔導地方政府推動客家聚落保存及發展再利用，落實客家文化重點發展區之政策，核補「縣定古蹟關西分駐所第二期修復活化工程」、「新埔宗祠博物館之宗祠整建計畫-縣定古蹟新埔范氏家廟修復及再利用工程」等客庄聚落空間保存再利用計畫等。

（四）協助完成客家文化生活環境營造：

積極鼓勵地方政府主動提案辦理客家文化生活環境營造計畫，並結合相關專業工作者協助推動，核補「客家文化生活及產業環境營造計畫-湖口老街形象重塑」、「寶山鄉新城村、寶斗村、深井村、三峰村—古車路棧道改善及伯公廟周邊綠美化計畫案」等。另為凸顯在地之人、事、地、產、景之共生發展，推動地區活化之相關策略與營造作法，辦理 5 場次分區研習營與觀摩分享會，透過不同地區活化形態的認識，開展與連結對於客家城鄉發展的認知，及了解在地產業特色與人文資產展示和形塑的方式，使其能夠長期與永續的推動在地經營與活化。

（五）輔導客家文化設施活化經營：

協助客家文化設施活化經營相關之藝文表演、文物展覽、研習、營運管理等事項，核補「作伙作客 藝遊趣」、「浪漫臺三線的客家之心：2017 桃園市客家文化館假日廣場推廣暨館舍活化計畫」、「106 年度新瓦屋客家文化保存區活化經營計畫」等，協助地方文化及產業館舍結合社區、企業等民間資源多元化經營，提升民眾參訪意願，帶動地方文化及產業發展。

五、提升客家傳播質量，傳遞客庄在地能量

（一）成立全國頻道客家廣播電臺

成立全國頻道客家廣播電臺的政策，受限於頻率分配等因素，前後歷經 4 任總統均未達成。因此，本案推動成立「第 1 個全國性客家廣播電臺」，可謂客家傳播史的重大里程碑，不僅落實了歷任總統之客家政見及鄉親期待，也是文化多樣性的具體實踐。本案之辦理，尚具多項指標性、開創性之做法，包括首創按次支付音樂著作使用報酬、整合廣播及電視資源，提供全方位服務、創意整合行銷全民參與。

（二）強化社會溝通，善用新興媒體

在推廣及宣傳客家文化部分，考量傳統媒介式微，年輕族群使用網路新興媒體比例逐年增加，爰以多元創意製作素材，透過社群傳播、事件行銷等方式進行整合行銷，並以多角度、多面向，呈現客家人文底蘊，傳播客家史觀與文化之美。

(三) 推動成立財團法人客家公共傳播基金會

建構「客家公共廣播電視集團」先期規劃：除辦理廣播電臺籌設業務，同步研議電臺未來朝「財團法人客家公共傳播基金會」方向轉型之做法，包括召開設置條例（草案）意見交流會議，廣徵眾議，並已依會議意見修正草案及辦理公聽會。

六、持續推動客庄文化資源調查，強化客家文化基礎論述

- (一) 辦理「105-106 年度客家文化資源回顧與展望計畫」（中區、南區、東區）3 案客家文化資源調查更新案，並因應「打造臺三線浪漫大道」客家政策，辦理「106 年度臺三線客家文化資源深入主題調查」。
- (二) 辦理「2017-18 客庄文化資源普查」（桃園楊梅、新竹竹東、苗栗大湖、臺中豐原、高雄六龜、屏東新埤佳冬）6 案客家文化資源普查案。
- (三) 客家文化資源調查具社區擾動性、常民參與性、時節性與即時性等特性，致使文化資源調查之流程、執行方式及成果取得存在不確定因素；另，為多層次描述客家文化現象，需沉浸歷史變遷、宗教信仰、產業經濟等脈絡，爬梳出屬於客家文化特色之亮點，應有相當程度之調查經驗累積、客家文化敏感度、與衍生性問題預見、處理能力。

七、推動國家級客家在地知識，整合並擴大客家學術能量

- (一) 整合中央研究院、國立中央大學、國立交通大學、國立聯合大學、國立高雄師範大學、國立暨南大學等校師資，共同辦理「亞洲客家社團組織的比較：結構、功能與網絡」，建構亞洲客家社團結構類型以及互動網絡的大趨勢分析，並深入分析亞洲客家社團功能轉變與現行運作的意義系統內容，以掌握亞洲客家社團在兩岸政治生態下的發展傾向與樣態，提供本會「海外客家」社團政策連結與策略之建議。
- (二) 整合國立高雄師範大學、國立屏東大學、國立屏東科技大學之師資及在地文史工作者，共同辦理「《新編「六堆客家鄉土誌」》纂修計畫」，藉由歷史篇、族群篇、語言篇、宗教禮俗篇、聚落生活與產業經濟篇、政治與社會變遷篇、藝文篇與生態篇等八大主軸，重構六堆近代研究成果，106 年度業已完成「六堆研究書目文獻彙編」。

八、鼓勵客家青年公共參與，發展客家青年社群

補助在地社團如「桃園市文化發展協會」、「台灣客家智庫協會」、「新竹縣文創藝術觀光發展協會」、「台灣客家聯盟協會」、「新竹縣芎林鄉地方建設發展協會」、「苗栗縣三義觀光文化發展協會」、「苗栗縣三灣文化產業觀光發展協會」及「社團法人高雄市客家文化學會」等 8 單位，於客庄在地辦理系列青年客家公共論壇，長期鼓勵青年參與以達成倡導或推動青年關注並投入客家公共事務之目標。

九、促進臺灣客家國際交流，推動成立國際客家組織

- (一) 新竹縣客庄文化策進協會辦理「東馬新堯灣客庄之社造、文創、藝文深耕計畫」為例：105 年度新竹縣湖口老街與馬來西亞砂勞越新堯灣街締結姐妹街；繼 105 年由團隊成員協助創作「我愛新堯灣」客語歌曲後，106 年更以饒舌曲風改編為「我愛新堯灣 2.0」，透過歌詞記錄南向團隊在此地的點滴，以展現傳統的新堯灣風貌，成為當地美食、古蹟及人文風情的索引，也帶動當地的客家流行音樂及觀光熱潮；同時本團隊湖口老街的客家八音團及芎林鄉客家獅隊，配合當地信仰中心「水月宮」年度廟會活動，讓在地民眾體驗臺灣客家傳統的音樂及文化，進而建立彼此情誼。

- (二) 與馬來西亞教育部副部長拿督張盛聞辦公室及其創辦之初心文化協會合作，建立臺灣客庄與馬來西亞森美蘭州芙蓉市長期交流的合作關係；也促進芙蓉市與新竹市締結姊妹市（客家友好城市）之相關事宜。遴派金曲獎客語歌手劉榮昌及「打幫你樂團」以「台客馬客唱遊客」專案計畫，邀請大馬客家音樂人共同創作「芙蓉之歌」，同在芙蓉市舉辦客家音樂演唱會。此外，訪問大馬知名客家歌手的故鄉，與在地社團互動，並將參訪點滴拍成紀錄片。促成馬來西亞大學與國立交通大學合作推動國際客家研究聯盟，共同進行跨域研究，經營學術期刊，並舉辦研討會議及推動人才交流。
- (三) 苗栗縣自然生態學會辦理「南庄、雲晒『綠』交流」計畫，前往柬埔寨金邊客庄，規劃及提供雲晒客庄培力課程及文化交流，分享「慢城南庄」運用在地食材發展慢食文化與農業文創的經驗，並配合雲晒光華學校課程，辦理客家童謠交流活動。
- (四) 新竹縣兩河文化協會辦理「呢喃山口洋計畫」，前往印尼山口洋、坤甸客庄針對來臺新住民原鄉進行調查並辦理交流會。除促進臺灣客庄與其新住民原鄉之友善交流及互助合作外，也參與當地社區營造相關工作，並進行社區經驗分享與交流活動。
- (五) 社團法人高雄市美濃愛鄉協進會辦理「彳亍南洋作客印尼：客家文化的融合與創新」計畫，前往印尼瑪琅、泗水之大學及客庄，與當地學者合作，進行在地客家資源調查與文化交流活動，並促進印尼客家團體與客裔大學生來臺參訪，增進新住民二代對母國文化的認識，培育新種子。

十、累積南北園區能量，體現臺灣多元文化

(一) 園區遊客滿意度達成率

1、106年北部臺灣客家文化館及南部六堆文化園區遊客整體滿意度為90.18%。

(1) 106年北部臺灣客家文化館及南部六堆文化園區遊客整體滿意度為90.18%，其中北部臺灣客家文化館滿意度達80%以上包含「親善服務」、「使用多媒體影音、科技互動技術」、「多媒體劇場放映的影片內容」、「文化體驗活動」、「藝文推廣活動」及「整體服務」，惟「園區所採行各種宣傳行銷方式」、「接駁專車服務」及「商家賣店的服務」低於80%，將列入明年改善重點項目。

(2) 南部六堆文化園區滿意度達80%以上，分別為「使用多媒體影音、科技互動技術」、「各項親善服務的滿意度」、「放映影片」、「藝文推廣活動」及「各種宣傳行銷方式」，「賣店服務滿意度」及「文化教育體驗活動」，惟「收費停車場的服務」低於80%，將列入明年改善重點項目。

(3) 總體而言，北部臺灣客家文化館及南部六堆文化園區遊客整體滿意度為90.18%，達成度100%。

(二) 提升園區在地連結活動場次成長率

1、辦理園區生態教育體驗活動計3場：

(1) 2月26日辦理火焰蟲生態講座。

(2) 3月26日辦理六堆園區客庄水圳生態區啟用暨走入客庄水圳輕旅行-異地保育活動。

(3) 4月22日至11月4日辦理六堆園區生態講座系列活動（課程包含：種水草也能愛地球、六堆園區鳥類之棲地選擇、六堆園區常見外來入侵物種對生態的影響、六堆客家文化園區常見的揚搖仔（蝴蝶）與揚尾仔（蜻蜓）介紹。

以上共計3場，計310人參與，未來持續進行火焰蟲棲地復育及生態教育工作，強化遊客生態保育及環境復育之觀念，使園區成為優良的環教場所。

2、辦理客家繪本行銷推廣暨繪本講說人才培訓課程：共計3場次

於 8 月 27、28 日及 9 月 2 日分別於苗栗、新竹及六堆辦理 3 場次講說人才培訓課程，總計參加人數為 141 人。另於 11 月 4 日及 11 月 19 日舉辦「繪本說故事比賽初賽與決賽」活動，透過培育客家文化繪本講說種子人才讓客家文化向下扎根。

3、與在地 6 機關學校簽屬策略聯盟共計 2 場

(1) 4 月 28 日與國軍退除役官兵輔導委員會彰化農場及國立屏東科技大學簽屬「屏東人文生態休閒聯盟」，

(2) 4 月 20 日與苗栗縣政府、交通部觀光局參山國家風景區管理處及國立聯合大學簽屬「苗栗人文生態休閒聯盟」。

以上共計 2 場，不僅能提升客家文化之推廣效果，更能帶動區域發展。

4、環境教育課程：共計 9 場次

(1) 六堆客家文化園區，共完成 6 課程，含農事學堂、農事體驗、環教體驗及增能培訓等課程共計 5,068 人次參與。

(2) 臺灣客家文化館，共完成共下來學習、文化體驗活動及參訪教育活動等 3 課程，共計 5,237 人次參與。

以上共計 9 場次，針對園區屬性，規劃設計不同客家文化及生態教育進行推廣，並藉由深耕親子教育，以達到傳承客家文化的目標。

5、在地連結文化等活動，臺灣客家文化館及六堆客家文化園區分別舉行在地文化活動，共計 9 場次，以深耕在地文化及強化在地連結之效果。

(1) 於 4 月春假期間與長治國中、竹田國中、繁華等 5 所國小及六堆各鄉區公所共同辦理來作客生活體驗市集。

(2) 於 6 月起與客家貢獻獎得主曾貴海及李旺台等人共同辦理 3 場客家有約-講座。

(3) 於 8 月 5 日起每月（8 至 12 月）與竹田文史工作室、五溝水發展協會、佳冬國小等單位連結舉辦一堆一故事客庄體驗活動-來去 HAKKA 坐寮活動。

(4) 9 月 17 日與五溝水文史工作室、五溝水守護工作站、左岸高屏溪協會共同辦理湧泉祭活動。

(5) 於 10 月 21、22、28、29 日與六堆各鄉區公所共同辦理秋收季市集活動。

(6) 4 月 20 日與苗栗縣政府合辦「環保局地球日~客家好食趣」。

(7) 8 月 12 日與苗栗自然生態學會合辦「106 年客庄南向國際交流合作專案」。

(8) 8 月 12 日與行政院農業委員會水土保持局台中分局合作辦理「山守現好物 客庄市集當好遛」。

(9) 10 月 1 日與苗栗縣大湖鄉「返青富民聯盟」合作辦理「中秋築夢客系列活動-臺三線返鄉青年築夢趣」。

總體而言，北部臺灣客家文化館及南部六堆文化園區在地連結活動場次成長率為 13.04%，達成度 100%。

伍、績效總評

一、績效燈號表（「★」表示綠燈；「▲」表示黃燈；「●」表示紅燈；「□」表示白燈）。「初核」表示部會自行評估結果；「複核」表示行政院評估結果。）

(一) 各關鍵績效指標燈號

關鍵策略目標	項次	關鍵績效指標	初核	複核
--------	----	--------	----	----

1	建立客語推廣機制，營造友善客語生活環境	(1)	客語友善環境改善成長率	★	---
		(2)	30歲以下通過客語能力認證率	★	---
2	創新客家文化價值，融入主流文化社會	(1)	培植客家藝文團隊(人才)創作	★	---
3	強化客家特色產業，推動跨域創新服務	(1)	輔導客家特色產業產值提升數	★	---
4	形塑臺三線客庄浪漫大道，打造客家文化軟實力	(1)	輔導藝術家駐村創作及展演成長率	★	---
		(2)	累積環境整備率	★	---
		(3)	產業發展成熟度	★	---
5	提升客家傳播質量，傳遞客庄在地能量	(1)	客家影音節目之傳播效益	★	---
		(2)	客家影音於數位平臺多元應用推廣時數	★	---
6	持續推動客庄文化資源調查，強化客家文化基礎論述	(1)	客庄文化資源調查及更新筆數	★	---
7	推動國家級客家在地知識，整合並擴大客家學術能量	(1)	整合跨領域客家知識體系計畫推動比率	★	---
8	鼓勵客家青年公共參與，發展客家青年社群	(1)	客家青年社群議題網路聲量	★	---
9	促進臺灣客家國際交流，推動成立國際客家組織	(1)	促成臺灣客家與國際合作交流之參與人次	★	---
10	累積南北園區能量，體現臺灣多元文化	(1)	園區遊客滿意度達成率	★	---
		(2)	提升園區在地連結活動場次成長率	★	---
11	妥適配置預算資源，提升預算執行效率	(1)	機關年度資本門預算執行率	★	---
		(2)	機關於中程歲出概算額度內編報情形	▲	---

--表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

(二) 績效燈號統計(僅統計院核評估部分)

構面	年度		103		104		105		106	
	燈號		項數	比例(%)	項數	比例(%)	項數	比例(%)	項數	比例(%)
關鍵策略目標	小計	初核	14	100.00	20	100.00	21	100.00	0	0.00
		複核	14	100.00	20	100.00	21	100.00	0	0.00
	綠燈	初核	11	78.57	18	90.00	20	95.24	0	0.00
		複核	10	71.43	13	65.00	19	90.48	0	0.00
	黃燈	初核	3	21.43	2	10.00	1	4.76	0	0.00
		複核	4	28.57	7	35.00	2	9.52	0	0.00
	紅燈	初核	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
		複核	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	白燈	初核	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
		複核	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00

二、綜合評估分析

106年度之績效初核分析，17項衡量指標中有16項初評為綠燈、1項黃燈，綠燈比例為94.12%。

陸、附錄：前年度行政院複核綜合意見辦理情形

一、提升客家文化創新，振興客家新活力方面：

客家鄉鎮之發展，必須透過「文化」提升觀光經濟內涵，更需長期進行客家生活美學教育。請持續輔導客家流行音樂創作、辦理客家傳統與現代戲劇演出、推展客家藝文至校園，以吸引全國更多民眾觀賞，進而走入客家、了解客家，為振興客家文化注入新血與活力。

有關「提升客家文化創新，振興客家新活力方面」意見，辦理情形說明如下：

- (一) 持續輔導客家流行音樂創作：本會 106 年持續辦理輔導藝文團隊暨補助計畫，提升藝術表演能力，培植客家藝文人才，共輔導 44 個團隊，其中音樂類屬流行音樂者，計有 8 團，共創作 46 首歌曲；其中輔導團隊生祥樂隊，於第 28 屆金曲獎獲得「評審團獎」的肯定，並同時在 106 年 5 月 20 日於臺北國際會議中心舉辦售票演唱會，獲得滿場民眾 3,000 人的熱烈回響；106 年 10 月 18 日更前進香港，在香港中文大學邵逸夫堂辦理售票演唱會，成功跨越客家表演在語言上限制，以客家音樂元素為基底，協調現代音樂，成為獨樹一格的新客家民謠。
- (二) 辦理客家傳統與現代戲劇演出：辦理 2017 精緻客家大戲《膨風美人》，由連續四年獲得傳藝金曲獎肯定的「榮興客家採茶劇團」擔綱演出，於 106 年 7 月至 106 年 12 月，在臺中、花蓮、桃園、高雄、苗栗、新竹及臺北等 7 縣（市）巡演 7 場次；辦理《行行臺三聽浪漫》交響音樂會，特別委請陳樹熙教授創作全新交響樂曲《臺三浪漫行》，並由國立臺灣交響樂團演奏，於 106 年 9 月起至 10 月，分別在苗栗、桃園、臺北、新竹、臺中等地共辦理 6 場巡演，透過交響樂演出，認識臺三線客庄人文之美；辦理客家音樂歌舞劇《天光》，與北藝大合作推出以六堆客庄為背景之客家現代音樂歌舞劇，於 106 年 12 月至 107 年 5 月，在高雄、花蓮、新竹、屏東、臺北等 5 縣（市）共演出 6 場次，融合傳統與現代經典元素，以歌舞劇精神創造客家戲劇嶄新風貌。
- (三) 推展客家藝文至校園：本會輔導藝文團隊打幫你樂團及黃子軒樂團於新北、桃園、新竹等 13 個國小進行母語兒歌創作巡演；幸運草偶劇團、隆興閣掌中劇團及廖千順布袋戲團於全省 26 個國中小學巡迴戲劇演出；此外，還有駐村藝術家張芳慈、林少英及邱晨進駐臺中市東勢區玉山高中及 4 所國中小學進行客家詩詞及音樂教學傳唱。

二、提升客家多元創新動能，創造客家文化產業價值方面：請持續輔導客庄青年創業，開發更多具客家在地元素產業，如客家特色餐飲、文化生態旅遊、客家文創農創、客家生活體驗等，以旅遊及客家文化加值產業為火車頭，有效運用客家文化資產，帶動地方觀光及客家特色產業發展，創造客庄青年返鄉就業及創業機會。

有關「提升客家多元創新動能，創造客家文化產業價值方面」意見，辦理情形說明如下：

- (一) 輔導青年創業部分：
 - 1、建置「創業 HAKKA GO」資訊及推廣平臺，持續輔導客庄青年創業，並鏈結經濟部中小企業處「青年創業圓夢網」，提供相關部會、單位之創（就）業及輔導育成資訊，並設置客家創業諮詢專線，協助創（就）業青年解決所遭遇問題提供解答；另於平臺分享有關法律、財稅、營運方向、行銷策略、創業成功案例等創業知能及經驗，以及提供創業青年行銷管道。
 - 2、持續輔導青年創業，透過組建輔導團協助事業經營、行銷推廣及提供獎勵金，鼓勵青年投入客家產業，行業遍及小農、烘焙、餐飲、文創、攝影、陶藝、月子服務等；另辦理聯合展售會、創業講堂及媒合輔導，尋找新創事業關鍵資源與合作模式，共協助穩定就業 168 人。

- 3、招募青年參與客庄公共事務及建設，策動桃、竹、苗、中 4 縣市成立「青年添手團」駐地工作團隊，為期 2 年，提供足額薪資，由具社區營造專業之團隊指導返鄉青年常駐客庄，與居民共同建立社區美學、文化及微型產業經營等概念，並凝聚關於社區未來發展願景共識，作為推動後續計畫基礎。

(二) 客家美食輔導推廣部分：

- 1、辦理「『客家美食 HAKKA FOOD』餐廳第 3 期輔導計畫」，以「客家美食 HAKKA FOOD」進行產業輔導升級及品牌行銷，由認證制度轉型榮譽標章機制，首次結合地方政府共同辦理，共完成 26 家榮譽標章餐廳、輔導 77 家客家特色餐廳、創新改良 146 道客家菜式、辦理 42 場客家美食培訓班、培訓人數逾 1,100 人次，擴大整體客家美食文化傳播能量。
- 2、透過設定不同客家料理主題，分北、中、南、東 4 區與地方政府合辦客家美食料理比賽，並連結在地產業生活故事、小農、市集，展現區域特色及風土料理，結合中央與地方資源，積極推廣客家美食及帶動相關產業發展。
- 3、辦理「客家美食整合推廣計畫」以社區參與及客家飲食文化體驗為規劃主軸，在全臺 12 個客庄社區進行培力，結合社區、美食公協會及相關業者，尋找不同區域之客家風土飲食及建立鮮明之客家美食定位、重建在地食材網絡及小農商機媒合，有效帶動相關產業發展。

(三) 客庄觀光旅遊推廣部分：

- 1、多元推廣臺三線觀光資源，辦理旅行業者及媒體踩線團 7 場次，策動業者針對外國旅客開發臺三線旅遊商品；參與「2017 高雄旅行公會國際旅展」，邀請 21 家本會輔導業者參展，吸引 29 萬 6,963 人次參觀；參與「2017 東京旅展」，吸引創新紀錄的 19 萬 1,500 人次觀展，有效運用客家文化資產，推廣客庄觀光旅遊及周邊產業發展，進而提供客庄青年返鄉就業及創業機會。
- 2、結合社區微旅行，辦理「客庄·慢活·慢食·漫遊趣」在地餐桌活動，內容包含：認識在地食材、食安與食育、在地食材料理品嘗、特色手作 DIY、社區特色景點巡禮等。運用客庄傳統深厚的文化基礎，介紹在地客家傳統飲食文化，實現產地到餐桌，品嘗節令食材創意料理，同時也讓民眾深入客庄社區，體驗客家、認識客家。

(四) 客家特色產業輔導推廣部分：

- 1、辦理「推動特色產業人才培育及創新加值計畫」，協助地方政府及民間團體辦理客家產業人才培育、研發設計、推廣活動及產業聚落形塑，促進客庄產業發展，計補助 30 個地方政府及 22 個民間團體，合計 52 案。
- 2、辦理「2017 臺灣客家產業博覽會」，為期 9 天的博覽會吸引超過 35 萬人次參觀人潮，創造 4.56 億的周邊經濟產值，而透過「體驗互動」的策展設計，不僅成功將客家文化與產業的鏈結內涵深植人心，更達到寓教於樂及帶動客家產業持續茁壯發展的多元效益。

三、落實國家級臺三線客庄浪漫大道政策之推動，啟動客家文藝復興：請經由「臺三線客庄浪漫大道治理平臺」之運作，整合中央及地方資源，以區域聯合治理概念與文化生態旅遊核心策略，連結文化鏈及產業鏈，並透過臺三線軸帶周邊景觀優化、市街特色改造、名人故居修復、文化館與園區建置、自行車道與國家綠道興築等工程，串聯創造客鄉特色，展現客家文化生活美學，以溫潤、質樸為設計基調，兼顧景觀、生活與產業需求，創造更高的客家文化產業價值。

有關「落實國家級臺三線客庄浪漫大道政策之推動，啟動客家文藝復興」意見，辦理情形說明如下：

- (一) 召開 3 次治理平臺會議，整合跨界資源：結合生活、文化、生態、產業與觀光等面向，打造一條具備歷史縱深的「浪漫大道」及一條支持青年回家的路。透過「行政院臺三線客庄浪漫大道治理平臺」整合相關部會及地方政府資源，已召開 3 次治理平臺會議，並規劃 16 項策略主軸、超過百項計畫與訂定各面向重要績效目標，及就公共運輸、浪漫巴士、自行車道網路規劃、國際觀光旅遊相關配套措施、茶園復耕與分組進度等事項進行討論，串聯中央及地方政府力量，建立文創及生活產業價值鏈，最終完成社會資本重建，達成客家文藝復興。
- (二) 營造浪漫客庄示範場域，重現客家歷史人文美學：為透過臺三線周邊景觀優化等工程，展現客家文化生活美學，已完成部分環境調查規劃及先期作業，其內容說明如下：
- 1、目前已完成臺三線古道主、副軸線約 320 公里定線及「臺三線國家自然步道」路網規劃，俟完成串連修建後，將重現客庄聚落與多元族群之間跨越融合的脈絡，並結合周邊景觀優化工程與國家綠道等工程，成為國人體驗自然風貌漫遊之秘徑與壯遊之地。
 - 2、啟動龍潭鍾肇政故居、楊梅張芳杰校長宿舍、北埔姜阿新洋樓及龍瑛宗文學館等 4 處客家大師故居及紀念館修建工作，透過保存歷史記憶空間，提供文創產業及深度旅遊必要之素材，並藉此展現客家人文生活美學。
 - 3、辦理桃園平鎮乙未戰爭紀念公園設計概念競圖及展覽，並結合文化部歷史場景復原計畫，進行苗栗公館出磺坑客家文學花園規劃設計案，讓民眾體驗客家先民保家衛國之義勇精神。
 - 4、以桃園龍潭、新竹關西、竹東等客家傳統聚落為示範點，啟動街區創意改造，恢復客庄質樸紋理，並以兼顧景觀、生活與產業需求為目標，串聯客庄特色，創造更高文化價值。

柒、行政院評估綜合意見

- 一、建立客語推廣機制，營造友善客語生活環境方面：「客家基本法」於 106 年 12 月 29 日經立法院三讀通過，增列多項復振客家語言及文化推動方針，經由法制面營造多元文化共存之環境，強化客家語言學習環境及客家文化傳承等事項。建請積極落實執行，營造臺灣友善客語生活環境。
- 二、創新客家文化價值，融入主流文化社會方面：辦理「行行臺三聽浪漫」交響音樂會，於 106 年 9 月至 10 月在臺北、桃園、新竹、苗栗及臺中等地演出，傳達客家浪漫、慢活之內涵；另由榮興客家採茶劇團表演「2017 精緻客家大戲膨風美人」，於臺中、花蓮、桃園、高雄、苗栗、新竹及臺北等地巡演，提供客家劇團演出舞臺並培育青年傳承客家傳統表演藝術，吸引各地民眾觀賞；與北藝大合作推出以六堆客庄為背景之客家現代音樂歌舞劇「天光」。請持續輔導藝文團隊，推動藝文與生活結合，提升表演藝術品質與精緻度，以創新客家文化新活力。
- 三、強化客家特色產業，推動跨域創新服務方面：推動「客家特色產業亮點輔導暨東部客庄區域產經整合計畫」，以「米香廊道」為主軸，輔導東部地區客家業者，透過盤整創客、文化創意、六級化產業、社會企業等，提升產業營業額；辦理「客家產業群聚創新推動計畫」，以「創新、就業、再生」為核心之發展模式，針對地區形塑「北客茶陶」、「中客花果」、「南客新農」及「東客米庄」等特色產業群聚，完成客庄產業鏈結及產業創新改造工作，創造新商品與投資效益；「推動特色產業人才培育及創新加值計畫」，協助地方政府及民間團體進行客家產業人才培育及研發設計，促進客庄產業發展；輔導「青年新創客家事業競賽」，由地方政府推薦創業青年，協助經營方針、行銷推廣，提供聯合展售會、創業講堂等行銷資源，帶動青創業者營

業額。建請持續辦理客家特色創意產業，推動跨域創新服務，適時提供業者輔導及協助，以創造更高的產值。

四、形塑臺三線客庄浪漫大道，打造客家文化軟實力方面：辦理「藝文活動重點推展主題-藝術家進駐臺三線客庄聚落計畫」，擴大增加視覺藝術類，包括木雕、裝置藝術、影像記錄、繪畫、雕塑、陶藝及公共藝術設計與文學類等藝術家，邀請藝術家進駐，創作以客庄為主題之藝術作品，以藝術扎根地方，創造地方特色及型塑在地文化；辦理「青年新創客家事業競賽」，藉由觀摩學習與消費者互動，累積行銷能力與經驗；建置「創業 HAKKA GO」資訊及推廣平臺，提供創業及輔導育成資訊，分享法律、財稅、營運方向、行銷策略、創業成功案例等知能及經驗，協助創業青年找尋合作資源與提升經營軟實力；推動客家文化設施活化經營相關之藝文表演、文物展覽、研習、營運管理等，協助地方文化及產業館舍結合社區、企業等民間資源多元化經營，提升民眾參訪意願，帶動地方文化及產業發展。建請持續執行國家級臺三線客庄浪漫大道之政策，活化客家文化區域特色，串聯臺三線沿線客家庄之產業經濟、自然生態與人文地景，以促進觀光發展及活絡地方經濟。