

客家委員會
107 年度施政績效報告

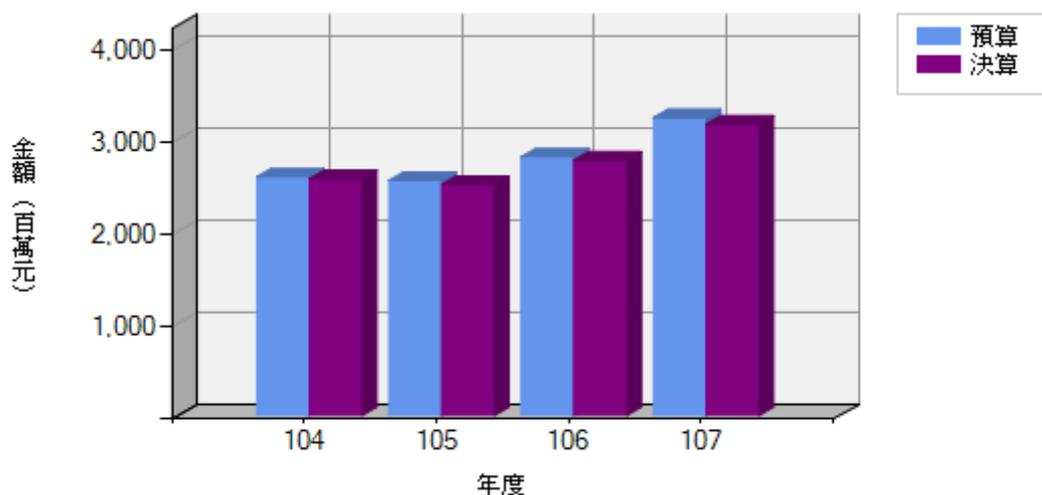
公告日期：108 年 03 月 14 日

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，107 年度施政計畫之策訂，係依據總統的客家政策主張，以堅毅、勤儉的「客家精神」治國；重建母語普及的客家社區，確保客家語言、文化的永續發展；積極找回客家觀點的歷史詮釋權，建構屬於全民共享的客家歷史記憶；並以「文化加值」策略發展客家經濟，讓生活、文化、生態、產業形成有機連結；致力開創客家文化回歸主流，發展從一元體制到多元文化的客家新典範。據此本會分期逐步展開涵蓋客語復甦、文化傳揚、傳播行銷、知識體系、藝文創新、產經發展、歷史詮釋、幸福客庄、青年培育及國際參與等領域的全方位客家新施政，以創造下一個客家的美好年代！
- 二、本會依據行政院 107 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 107 年度施政計畫，其目標及重要執行策略如次：
 - (一) 建立客語推廣機制，營造友善客語生活環境。
 - (二) 創新客家文化價值，融入主流文化社會。
 - (三) 推動群聚產業創新與觀光發展，活絡客庄經濟。
 - (四) 打造慢活客庄示範場域，逐步拓展全臺客庄。
 - (五) 提升客家傳播質量，傳遞客庄在地能量。
 - (六) 推動國家級客家在地知識，整合並擴大客家學術能量。
 - (七) 促進臺灣客家及青年國際交流，推動成立國際客家組織。
 - (八) 推動文資調查、研究典藏與展示交流，深化文化扎根與在地客庄連結。
 - (九) 妥適配置預算資源，提升預算執行效率。
- 三、本會為求慎重，由本會范副主任委員於 108 年 3 月 5 日召開檢討會議，逐一檢視 107 年度關鍵策略目標達成情形，詳實審究自評作業資料及評定指標初核燈號，以確立本會施政績效報告內容。

貳、機關 104 至 107 年度預算及人力

一、近 4 年預、決算趨勢（單位:百萬元）



預決算單位：百萬元

項目	預決算	104	105	106	107
合計	預算	2,590	2,551	2,806	3,233
	決算	2,570	2,507	2,771	3,162
	執行率 (%)	99.23%	98.28%	98.75%	97.80%
普通基金(總預算)	預算	2,590	2,551	2,779	2,472
	決算	2,570	2,507	2,744	2,458
	執行率 (%)	99.23%	98.28%	98.74%	99.43%
普通基金(特別預算)	預算	0	0	27	761
	決算	0	0	27	704
	執行率 (%)	0%	0%	100.00%	92.51%
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、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。
- 2、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。
- 3、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。
- 4、107 年度較 106 年度增加 4 億 2,780 萬元，主要係增列客家傳播行銷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、104 年度預算執行率 99.23%，預決算比較賸餘 1,981 萬元，主要原因係摺節支出及標餘款所致。
- 2、105 年度預算執行率 98.28%，預決算比較賸餘 4,385 萬元，主要原因係摺節支出及標餘款所致。
- 3、106 年度預算執行率 98.75%，預決算比較賸餘 3,477 萬元，主要原因係摺節支出、人員缺額尚未進用及標餘款所致。
- 4、107 年度預算執行率 97.8%，預決算比較賸餘 7,096 萬元，主要原因係摺節支出及標餘款所致。

三、機關實際員額

年度	104	105	106	107
人事費占決算比例(%)	4.38%	4.40%	3.91%	3.60%
人事費(單位：千元)	112,556	110,231	108,392	113,953
合計	95	86	90	92

職員	86	75	78	79
約聘僱人員	3	5	7	7
警員	0	0	0	0
技工工友	6	6	5	6

* 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：辦理客語沉浸式教學班數成長率

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	--	--	--	(本年度辦理客語沉浸式教學班數－去年度辦理客語沉浸式教學班數)÷去年度辦理客語沉浸式教學班數)×100%
原訂目標值	--	--	--	10%
實際值	--	--	--	13.69%
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：

(本年度辦理客語沉浸式教學班數－去年度辦理客語沉浸式教學班數)÷去年度辦理客語沉浸式教學班數)×100%

績效衡量暨達成情形分析：

(107 年度辦理客語沉浸式教學班數 191 班－106 年度辦理客語沉浸式教學班數 168 班)÷去年度辦理客語沉浸式教學班數 168 班)×100%=13.69%

- (1) 主要參考國外保存母語的方法，在幼兒園及國民中小學階段，以客語為教學語言，將客語融入課程或主題教學，營造客語對話情境，引導及鼓勵同儕間以客語為日常溝通語言，並針對國民中、小學及幼兒園內之各項談話、活動（如入園/校、問候、用餐、上廁所、午睡及指示用語等）予以強化，提升師生及學生同儕客語互動頻率與品質，讓客語教學從「語言教學」逐步發展為「教學語言」，更期藉由學校沉浸式客語學習，進而影響家庭、社區，讓客語成為生活語言。
- (2) 與教育部會銜擴大推辦「客語沉浸式教學試辦專案計畫」，107 年計新北市、桃園市、臺中市、臺南市、高雄市、新竹縣、苗栗縣、彰化縣、雲林縣、屏東縣、花蓮縣等 11 個縣（市）、101 校（園）、191 班參與。

2、關鍵績效指標：30 歲以下通過客語能力認證率

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 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%	(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%	62%
實際值	--	--	74.02%	84.53%
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：

(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，107 年 5 月 26 日辦理「幼幼客語闖通關」遊戲式全國性客語能力認證，計有 8,297 位滿 4 足歲的幼童參與認證，7,314 位幼童完成認證，另於 107 年 7 月 2 日至 12 月 15 日辦理在園認證，計有 49 所幼兒園、2,136 位幼童參與認證，1,511 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，107 年度「客語能力認證數位化初級考試」業於 107 年 9 月 8 日及 16 日分 2 梯次於全國辦理，並於 107 年 10 月 6 日、10 月 7 日、10 月 13 日及 10 月 14 日辦理 4 梯次團報增梯認證，透過數位認證系統，同時完成聽力、口語及閱讀測驗，計 1 萬 5,967 人報名，實際到考 1 萬 2,902 人，共計 4,122 人合格；其中 30 歲以下考生合格人數計 3,019 人合格。

C.107 年度客語能力中級暨中高級認證，於 107 年 10 月 27 日舉行，計 4,826 人報名、3,174 人到考，共計 1,730 人合格；其中 30 歲以下考生合格人數計 563 人合格。

(2) 107 年度提升客語能力認證通過率之推廣作法：本會擬訂客語能力各級認證行銷宣傳專案，運用多元之媒介管道行銷宣傳，透過海報、DM、發送電子公文及網路社群進行宣傳，並於全國舉辦初級認證廣宣說明會教師場共 13 場，縣市政府場 10 場，鼓勵民眾踴躍報名參與客語能力認證。另外本會初級認證除舉辦 2 梯次全國認證外，特增加 4 梯次團體報名增梯認證之新措施，而幼幼客語闖通關首度提供「在園認證」服務，便利民眾可以透過團體報名方式，挑選適合的考試認證時間，擴大客語認證為民服務的便利性；並且補助機關、學校及社團開設客語認證研習班計 96 班，增加學習客語的頻率。

(3) 綜上，107 年度 30 歲以下通過客語認證之人數為 1 萬 2,407 人，而 107 年度通過客語認證之人數為 1 萬 4,677 人，30 歲以下通過客語能力認證率為 84.53%。

(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：提升客家藝文展演質量

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	--	(本年度觀賞客家藝文演出人次-上年度)	客家藝文創作件數	客家藝文活動於國家表演藝術中心及

		觀賞客家藝文演出 人次)÷上年度觀賞 客家藝文演出人次 x100%		中大型演藝場地展 演場次
原訂目標值	--	10%	100 件數	50 場次
實際值	--	60%	107 件數	76 場次
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：

客家藝文活動於國家表演藝術中心及中大型演藝場地展演場次
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 2018 精緻客家大戲《駝背漢與花姑娘》巡演活動：由連續 5 年獲得傳藝金曲獎肯定的「榮興客家採茶劇團」擔綱演出，於 107 年 7 月至 107 年 10 月，在苗北藝文中心演藝廳、新竹縣政府文化局演藝廳、花蓮縣文化局演藝廳、六堆客家文化園區演藝廳、新北市新莊文化藝術中心演藝廳、桃園市立圖書館平鎮分館演藝廳、臺中國家歌劇院中劇院及嘉義縣表演藝術中心演藝廳巡演 8 場次。

B.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 107 年 1 月至 5 月，在花蓮縣文化局演藝廳、新竹縣文化局演藝廳、屏東六堆客家文化園區、臺北國家戲劇院共演出 5 場次。

C.辦理《文學音樂劇場-築詩·逐詩》：由本會及新古典室內樂團共同製作，於 107 年 7 月 4 日及 5 日在臺中國家歌劇院演出 2 場次。

D.辦理《諸葛四郎-好客登場》：由紙風車劇團改編自新竹在地漫畫家葉宏甲先生的作品，107 年與本會聯合推出客語版，於 107 年 5 月 12 日及 5 月 13 日，在臺北城市舞臺演出 4 場次。

E.辦理「呂金守、吳盛智『無緣』紀念音樂會」：為感念已故知名音樂人吳盛智及呂金守對客家音樂的貢獻，分別於 107 年 8 月 18 日及 11 月 9 日，在屏東演藝廳及臺北三創生活園區舉辦 2 場次紀念音樂會。

(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，並提升客家藝文展演質量，107 年輔導藝文團隊計補助輔導 46 個團隊，客家藝文活動於國家表演藝術中心及中大型演藝場地展演場次共 55 場次。

(3) 綜上 107 年客家藝文活動於國家表演藝術中心及中大型演藝場地展演場次共計 76 件，超過原訂目標值（50 件），達成度 100%。

(三) 關鍵策略目標：推動群聚產業創新與觀光發展，活絡客庄經濟。

1、關鍵績效指標：輔導客家特色產業產值提升數

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	--	本年度輔導客家特色產業產值金額-上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)	(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	3.2 億元
實際值	--	25,540 萬元	3.6138 億元	6.9905 億元
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：

(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」：針對創客、文化創意、六級化產業、社會企業等 4 類主題產業輔導 6 案改造為客家產業，另以「米香廊道」為主軸，輔導改造 14 家業者，創造 40 人就業，提升業者營收達 14.5%，帶動觀光消費和相關投資達 8,256 萬元。
- (2) 「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 21 案，創造直接效益與間接投資效益近 8,519 萬元；另補助辦理客家產業行銷推廣 30 案，創造直接產值達 13 億 5,000 元。
- (3) 「樂活客庄 4G 應用服務計畫」：針對全國 70 個客家文化重點發展區所轄為範圍，遴選在地特色景點、農特產品、客家美食、傳統工藝、特色民宿及旅宿業等類別之特色店家，並將其上架於本計畫建置之「浪漫客」平臺與 App，以單一入口方式營運，進行客庄整體行銷，除浪漫客平臺 & App 套票銷售交易金額達 1,763 萬元外，並與異業平台（與日本前三大旅行社合作）、星級飯店（花蓮翰品、臺中兆品）及企業（中國信託、volvo）合作，合計帶動產值達全年 6,763 萬元。
- (4) 「參加國內外會展暨觀光旅遊展計畫」：為提升客家文化國際能見度，提升客庄產業創新動能，參加 2018 高雄旅行公會國際旅展、2018 臺中國際旅展、2018 臺灣美食展、2018 ITF 臺北國際旅展、2018 新加坡秋季旅展及 2018 東京世界旅遊博覽會，行銷臺三線客庄之美，共吸引約 89 萬人次參觀，創造 8,160 萬 7,760 元的周邊經濟產值。
- (5) 「客家美食整合推廣計畫」：於北、中、南、東 12 個客庄社區，以樂齡樂活健康共享觀念發展社區微旅行，運用在地食材演繹客家創意料理，並結合在地文化資產及自然生態，吸引民眾到訪客庄，並培力客庄社區自給自足能力，創造 204 萬 752 元的周邊經濟產值。
- (6) 客庄特色景點及觀光行程開發計畫：擇定優先推動 8 大景點結合日本及國內對接旅行社，開發臺三線客庄新遊程，另與旅行社共同推出「Mini Tour & FIT 自由行」，鎖定國際自由行及商務旅客，於臺北市定點專車接送國際旅客造訪客庄，提升臺三線客庄觀光國際旅客人次 3 萬 8,443 人次，創造經濟產值 2 億 695 萬 7,891 元。
- (7) 「青年新創客家事業競賽暨媒合輔導計畫」：完成 7 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 328 人。鼓勵青年投入客家新創事業，結合地方政府辦理「青年新創客家事業競賽」，組建輔導團隊協助事業經營及行銷推廣，帶動青創業者營業額 6,983 萬 8,690 元。

綜上，107 年度總產值合計 18 億 9,583 萬元，相較 106 年度產值 11 億 9,678 萬元，產值提升數為 6 億 9,905 萬元，已超過年度預定目標，達成度為 100%。

(四) 關鍵策略目標：打造慢活客庄示範場域，逐步拓展全臺客庄。

1、關鍵績效指標：客庄社區優化率

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	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	1. 【(完成客家歷史場域修復再利用)+(自然人文空間環境改造場所數)占總目標 80 處之百分比】×60% 2. 【異業策略聯盟廠商累計家數占總目標 70 家之百分比】×20% 3. 【(青年創就業累計人數占總目標 750 人之百分比) +(微旅行團隊輔導數占總目標 30 個之百分比)】×20%
原訂目標值	80 件數	80 件數	20%	20%
實際值	184 件數	81 件數	21.88%	35.71%
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：

- 1、【(完成客家歷史場域修復再利用)+(自然人文空間環境改造場所數)占總目標 80 處之百分比】×60%
- 2、【異業策略聯盟廠商累計家數占總目標 70 家之百分比】×20%
- 3、【(青年創就業累計人數占總目標 750 人之百分比) +(微旅行團隊輔導數占總目標 30 個之百分比)】×20%

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。

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。

- (1) 廣續推動客庄歷史場域修復再利用及自然人文空間環境改造工作，已完成「桃園市平鎮區重拾安平鎮庄客家生活美好時光-綠水溪客家生態坡圳生活空間營造工程案」等 16 案，占總目標 80 件之 60% 權重比為 12%。

(2) 「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，並藉由盤整創客、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，期以「客家薪思路」為概念，串聯民間產業資源及客庄景點打造觀光遊程，並作整體行銷推廣，發揮異業策略聯盟效益，完成異業策略聯盟廠商家數 20 家，占總目標家數（70 家）之 20% 比重為 5.71%。

(3) 「推動特色產業人才培育及創新增值計畫」：共協助青年創就業 211 人、「後生添手團」駐地工作站已遴用 11 地共 21 位青年就業，共計 232 人，占總目標 750 人之 30.93%。「推動特色產業人才培育及創新增值計畫」輔導微旅行團隊共 18 案，占總目標 30 案之 60%，上開 2 項（30.93%+60%）加總之 20% 比重為 18%。

綜上，除持續依預定計畫執行相關工作，【（完成客家歷史場域修復再利用）+（自然人文空間環境改造場所數）占總目標 80 處之百分比】×60%+【異業策略聯盟廠商累計家數占總目標 70 家之百分比】×20%+【（青年創就業累計人數占總目標 750 人之百分比）+（微旅行團隊輔導數占總目標 30 個之百分比）】×20% 共計 35.71%（12%+5.71%+18%），已超過本年度預定（20%）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：客家廣電媒體傳播效益之成長率

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 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%	當年度委託製播之客家節目及宣傳影片接觸人次	【(本年度客家廣電媒體接觸人次-上年度客家廣電媒體接觸人次)/上年度客家廣電媒體接觸人次×100%】
原訂目標值	1%	2%	900 萬人次	2%
實際值	3.09%	4.18%	996 萬人次	2.25%
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：

【（本年度客家廣電媒體接觸人次-上年度客家廣電媒體接觸人次）/上年度客家廣電媒體接觸人次×100%】

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.講客廣播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，每日計製播 18 小時新製節目，107 年度新製節目共計 6,570 小時。

B.辦理廣播電臺維運作業，除節目安排、編播外，仍須辦理其他附隨業務，如節目內容之使用著作權、錄音室維護管理、節目規格及審聽、行政院公益訊息插播及民

眾意見處理等，且本電臺甫建置成立，極受客家鄉親及民意代表重視與垂詢，並須準備相關統計調查及說明報告。

C.建置講客廣播電臺 2 期轉播站，全臺新增 6 站轉播站，地點分別為新竹、苗栗、臺南、宜蘭、花蓮及臺東，完成後包含原 1 期轉播站共 8 站，預估電波訊號可涵蓋全臺達 9 成，收聽人口約可達 1,500 萬人，其中客家族群人口數約為 290 萬人。

D.107 年 10 月中下旬開辦「客語正音訓練班」、「客語廣播訓練班」，設計連貫的課程，教授學員從客語正音、廣播節目企劃製作及錄音實作課程，報名人數分別為 46 人、45 人，其中青訪團客家後生，計有 8 位，期培育兼具客家文化素養與廣播專業且具主持能力的客家傳播儲備人才。

(2) 客家電視頻道提供暨節目製播

107 年計新製 1,029 小時節目，以及重製配音 305.5 小時。另配合推展國際交流、提升客家文化國際能見度、「浪漫臺三線」客家政見等重大政策，特執行致贈比利時尿尿小童客家傳統服飾、「Tour de Taiwan 國際自由車環台公路大賽」第 3 站轉播、赴西班牙推廣客家文學西班牙譯本新書發表會、客家懇親大會及語言考察、與日本國立民族學博物館合辦研討會並赴日辦理新書發表會等行程之隨同報導，並規劃製播臺三線偶像劇，以及規劃客家電視製作還我母語運動 30 周年特別節目。以上總計國際運動賽事現場轉播計 3.5 至 4.5 小時、國際採訪行程 3 件、增製特別節目 9 小時，107 年平均觸達人次（含新媒體）合計 736 萬 4,376 人次。

(3) 本年度於廣電媒體委託製播之客家議題節目件數分別為電視 1 件、廣播 7 件，另補助電視 12 件（含客家週專案 6 件）、廣播 26 件，合計 46 件：

A.委託及補助製播客語教學及補助製播客家議題電視節目，合計 13 件：

(A) 委託八大電視頻道，製播客語教學《gogo 講客話》電視節目：以三位主持人不同之旅遊風格，帶領觀眾邊遊客庄邊學客家話，為提供不同地區腔調語言播出機會，首度規劃以客語五大腔調教學，呈現客語多腔調之美及應用多樣性，自 107 年 2 月 26 日至 11 月 30 日於八大第一臺、綜合臺及娛樂臺播出 200 集，107 年平均觸達人次（含新媒體）合計 282 萬 1,748 人次。

(B) 鼓勵電視公司及傳播業者製作客家議題電視節目，107 年度一般補助 6 件，包括客家歌教唱、客庄行腳等多元類型節目，形塑客家新意象，另配合還我母語運動 30 周年，辦理客家週系列專題徵選計畫，專案補助計 6 件，希冀增加客家語言及文化於各電視頻道能見度。

B.委託及補助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 33 件，內容如下：

(A) 委託 ICRT 電臺製播客語教學及文化廣播節目「We love Hakka 客家風情」。

(B) 委託人人廣播、竹科廣播製播客家音樂廣播節目「音樂絕對值」及「大夥房下我的歌」等 2 件。

(C) 專案補助串聯寶島客家、新客家、大漢之音及苗栗客家文化等 4 家中、小功率客語電臺，聯播客語廣播節目，計 4 件。

(D) 補助客家廣播節目 26 件（含專案補助 3 件），其中，計有 10 個節目中加入數位創新及大專青年之參與，增加客家傳播人才之培育與提升客家傳播之效益。

(4) 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，107 年完成法案及性別影響評估檢視作業，並經本

會法規會審議、送行政院政務委員召集各部會逐條審查、執政黨內政政策小組報告、向行政院長簡報、行政院會審查通過函請立法院審查，並於 107 年 10 月 18 日立法院第 9 屆第 6 會期內政、司法及法制委員會第 1 次聯席會議審查完竣，12 月 25 日三讀通過。

- (5) 製播「六堆運動會」、「客家桐花祭-浪漫客 APP」、「客家音樂歌舞劇一天光臺北場」、「客語能力認證初級考試」及「浪漫臺三線」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。另與國家地理頻道合作製播「客家文藝復興：浪漫台三線」系列紀錄專題節目，於臺灣首播後，緊接著在日本、東南亞、中東、大洋洲等約 40 個國家/地區的國際頻道先後上映，向國際觀光客對行銷臺三線客庄之深厚文化底蘊，除鼓勵深度小旅行外，亦將台灣客家文化推向國際。

(六) 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	104 年度	105 年度	106 年度	107 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%	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%	33%
實際值	--	--	31.5%	34.5%
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：

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：

(1) 衡量指標說明：

整合跨領域客家知識體系計畫推動比率，衡量標準係以當年度符合跨領域、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%計算。

(2) 達成情形：

107 年度「補助大學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 55 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 17 案；另有 106 年度專案補助跨年期之「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 107 年核定亞洲大學「東方美人茶區塊鏈計畫」等 3 案

跨國際整合型研究或應用計畫，故上開 58 項計符合標準之計畫共計 20 案占 34.5%（相較 106 年 31.5%達成值成長 3%），已超過原定目標。

(3) 達成效益：

藉由鼓勵研究人員跨域整合，並以政策引導受補助單位朝向資源共享、整合提案，有助於受補助計畫「質」之提升，避免僅是投入「量」之成長，有效拓展客家研究新視野。

(七) 關鍵策略目標：促進臺灣客家及青年國際交流，推動成立國際客家組織。

1、關鍵績效指標：促成臺灣客家及青年深度國際合作交流之成長率

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 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	【（本年度臺灣客家及青年參與海內外客庄深度合作交流之人次－上年度臺灣客家及青年參與海內外客庄深度合作交流之人次）÷上年度臺灣客家及青年參與海內外客庄深度合作交流之人次×100%】
原訂目標值	--	--	100 人次	10%
實際值	--	--	134 人次	15%
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：

【（本年度臺灣客家及青年參與海內外客庄深度合作交流之人次－上年度臺灣客家及青年參與海內外客庄深度合作交流之人次）÷上年度臺灣客家及青年參與海內外客庄深度合作交流之人次×100%】

績效衡量暨達成情形分析：

- (1) 107 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 107 年 2 月 14 日至 3 月 15 日止受理提案，並於 4 月 6 日辦理徵案說明會，徵得 9 件申請案，於 4 月 23 日召開審查會議完竣，3 個團隊不予補助；另 6 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，經 5 月 29 日複審結果，核定補助新竹縣兩河文化協會、桃園市大桃園鄰舍關懷發展協會、美濃愛鄉協進會、大幫你工作室及新竹縣客庄文化策進協會等 5 個團隊，前往馬來西亞新堯灣及芙蓉市、印尼坤甸、山口洋等地進行雙向交流。
- (3) 重要成果如下：

A.大幫你工作室：創作一首馬來西亞一號公路與臺灣臺三線文史對照原創歌曲《在路項》及 MV 拍攝、辦理大型公開演出、舉辦文創交流座談會及拍攝紀錄片等，促進雙方交流。

B.新竹縣兩河文化協會：採集山口洋的陣頭文化作為推動傳統舞獅文化傳承的參考；加強竹東新住民間的連結及共識；協助推動新住民的互助成長平臺；山口洋各民族的民俗活動紀錄整理及市集地圖的繪製，有助於新二代認識家鄉。

C.美濃愛鄉協進會：擴大美濃地區青少年國際交流視野，並傳達客家文化的特色；提高印尼對於來訪臺灣的興趣，並以深度交流方式，建立雙方長遠交流的基礎。

D.桃園市大桃園鄰舍關懷發展協會：進行印尼與臺灣兩地美食之交流，藉此帶領新二代返家尋根，提升客家青年對客家文化及新住民第二代對母國文化之認同。

E.新竹縣客庄文化策進協會：結合湖口老街社區營造、客家八音班、芎林金獅團與馬來西亞新堯灣分享文創經驗、切磋技藝，建立兩地客庄長期交往情誼。

(4) 上述 5 個團隊計 126 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 (110 人次, 10%)，達成人數計 126 人次，達成率為 15%。

(5) 107 年 12 月 24 日辦理「107 年客庄南向國際交流合作專案」成果分享暨「108 年客庄南向國際交流合作專案」徵案諮詢會議，業邀請 107 年 5 個受補助團隊至本會進行成果分享暨經驗交流，瞭解各團隊於東南亞客庄執行成效；並邀請具有社區營造、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 108 年徵案規劃之參考。

(八) 關鍵策略目標：推動文資調查、研究典藏與展示交流，深化文化扎根與在地客庄連結。

1、關鍵績效指標：提升客庄文資調查、研究典藏、加值應用及展示交流案件數成長率

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	--	--	--	【(本年度辦理客庄文資調查、研究典藏、加值應用及展示交流案件數－上年度辦理客庄文資調查、研究典藏、加值應用及展示交流案件數)÷上年度辦理客庄文資調查、研究典藏、加值應用及展示交流案件數×100%】
原訂目標值	--	--	--	20%
實際值	--	--	--	40%
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：

【(本年度辦理客庄文資調查、研究典藏、加值應用及展示交流案件數－上年度辦理客庄文資調查、研究典藏、加值應用及展示交流案件數)÷上年度辦理客庄文資調查、研究典藏、加值應用及展示交流案件數×100%】

績效衡量暨達成情形分析：

- (1) 衡量指標：本指標係新增指標，107 年度共計辦理 7 案，較 106 年 5 案成長 40%，達成率 100%。
- (2) 達成情形說明：提升客庄文資調查、研究典藏、加值應用及展示交流，截至 107 年 12 月止，共計完成辦理客庄文化與資源普查 1 案、主題性文化資源調查 2 案、典藏與加值應用 2 案及展示及展示交流案件 2 件等計 7 案。
- (3) 達成效益：本會積極打造「臺灣客家文化館」與「六堆客家文化園區」為「全球客家博物館」與「六堆生態博物館」定位，結合中心各項研究資源，積極擴展世界客家及族群博物館研究，連結六堆地區之歷史發展脈絡、文化資產與集體記憶，積極進行研究、典藏與蒐整，厚實博物館資源；另持續策劃多元豐富主題特展，以在地出發，連結客庄歷史脈絡發展，並與相關館舍進行合作交流，成為客家文化開放展示之場域。

2、關鍵績效指標：推展生態博物館概念，促進園區與在地連結合作次數成長率

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 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)	【(本年度辦理園區與在地連結、合作、策略聯盟及文化扎根等次數－上年度辦理園區與在地連結、合作、策略聯盟及文化扎根等次數)÷上年度辦理園區與在地連結、合作、策略聯盟及文化扎根等次數×100%】
原訂目標值	--	--	8%	5%
實際值	--	--	13.04%	5%
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：

【(本年度辦理園區與在地連結、合作、策略聯盟及文化扎根等次數－上年度辦理園區與在地連結、合作、策略聯盟及文化扎根等次數)÷上年度辦理園區與在地連結、合作、策略聯盟及文化扎根等次數×100%】

績效衡量暨達成情形分析：

- (1) 達成情形：本指標係新增，有關推展生態博物館概念，促進園區與在地連結合作，107 年度計執行 21 場次，較 106 年 20 場成長 5%，達成率 100%。
- (2) 達成效益：本指標係新增，突破以往框架，以推展生態博物館概念，除持續與在地連結合作之外，更積極與周邊機關、學校及客家館舍等單位，進行跨域整合及策略聯盟，以強化在地連結與文化扎根，展現更多元客家文化，進而達成客家文化向外擴散推廣之效果，更具挑戰性。

(九) 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	104 年度	105 年度	106 年度	107 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	94.83%	99.92%	100%	99.55%
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 107 年度資本門預算數 14 億 6,744 萬 8,638 元，實支數 13 億 2,121 萬 449 元，應付未付數 7,861 萬 7,100 元，資本門賸餘數 6,099 萬 89 元，執行率 99.55%，其計算公式如下：

【資本門實支數(本年度公務 425,180,780 元+以前年度公務 183,397,354 元+本年度前瞻 712,632,315 元)+資本門應付未付數(本年度公務 26,504,400 元+以前年度公務 34,112,700 元+本年度前瞻 18,000,000 元)+資本門賸餘數(本年度公務 3,004 元+以前年度公務 3,619,400 元+本年度前瞻 57,367,685 元)÷資本門預算數(本年度公務 458,319,184 元+以前年度公務 221,129,454 元+本年度前瞻 788,000,000 元)】×100%
=1,460,817,638 元÷1,467,448,638 元*100%
=99.55%

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	104 年度	105 年度	106 年度	107 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】×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】×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×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×100%
原訂目標值	5%	5%	5%	5%
實際值	3.9%	13.11%	9.59%	22.2%
達成度	100%	0%	8.2%	0%
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×100%

績效衡量暨達成情形分析：

本會於 107 年度編列 108 年度概算 30 億 7,961 萬 1 千元，較行政院核定概算額度 25 億 2,010 萬 4 千元，增加 5 億 5,950 萬 7 千元，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：

【(3,079,611,000 元-2,520,104,000 元) / 2,520,104,000 元】× 100% = 22.2%

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	106 年度		107 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		2,529,321		3,019,076		
(一) 建立客語推廣機制，營造友善客語生活環境	小計	313,554	93.14	314,384	100.03	
	客家語言深耕計畫	313,554	93.14	314,384	100.03	辦理客語沉浸式教學班數成長率
(二) 創新客家文化價值，融入主流文化社會	小計	545,595	98.45	520,055	98.55	
	客家文化躍升計畫	545,595	98.45	520,055	98.55	提升客家藝文展演質量
(三) 推動群聚產業創新與觀光發展，活絡客庄經濟	小計	148,797	99.70	102,134	99.41	
	客家特色產業創新發展計畫	148,797	99.70	102,134	99.41	輔導客家特色產業產值提升數
(四) 打造慢活客庄示範場域，逐步拓展全臺客庄	小計	678,821	91.22	1,208,178	96.03	
	客家浪漫臺三線計畫	26,800	99.26	761,398	93.71	客庄社區優化率
	客家文化生活環境營造計畫	652,021	90.89	446,780	99.98	

(五) 提升客家傳播質量，傳遞客庄在地能量	小計	665,629	99.80	712,364	98.83	
	客家傳播行銷計畫	665,629	99.80	712,364	98.83	客家廣電媒體傳播效益之成長率
(六) 促進臺灣客家及青年國際交流，推動成立國際客家組織	小計	56,833	100.00	49,604	100.00	
	海外客家事務推展計畫	56,833	100.00	49,604	100.00	促成臺灣客家及青年深度國際合作交流之成長率
(七) 推動文資調查、研究典藏與展示交流，深化文化扎根與在地客庄連結	小計	120,092	99.99	112,357	100.00	
	客家文化雙燈塔跨域增值整合發展計畫	120,092	99.99	112,357	100.00	提升客庄文資調查、研究典藏、增值應用及展示交流案件數成長率

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：22.2

達成度差異值：100

未達成原因分析暨因應策略：

配合 107 年 1 月 31 日公布修正之客家基本法，擬於額度外爭取捐助成立財團法人客家公共傳播基金會及推廣客語等配套措施，致 108 年度概算較行政院核定額度為多。

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

本會為傳承及推廣客家語言文化，積極從學校、家庭、社區及各地方政府等層面推動客語，以營造全方位學習客語之環境，並落實客語向下扎根，因應不同客家聚落之地域特性，推動客語復甦相關政策，除了透過獎補助方式與各地方政府推動客語復甦外，並借重學校執行客語教育相關計畫，本會推動成果具體事蹟如下：

(一) 依各國經驗及相關研究顯示，母語沉浸式教學已經被公認為是復興母語最有效的教學方法，故透過學生於學校學習客語，回饋於家庭中，以帶動家庭學習客語。在幼兒園及國民中小學階段，推動客語沉浸式教學，營造自然使用客語對話情境，透過客語融入課程之學習模式，增加師生以客語互動的頻率及興趣，讓學童在校園自然講客。107 年計新北市、桃園市、臺中市、臺南市、高雄市、新竹縣、苗栗縣、彰化縣、雲林縣、屏東縣、花蓮縣等 11 個縣(市)辦理，計 101 校(園)、191 班參與。

(二) 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)：

- 1、為使客語向下扎根，提升幼童之客語能力，107年5月26日辦理「幼幼客語闖通關」遊戲式全國性客語能力認證，計有8,297位滿4足歲的幼童參與認證，7,314位幼童完成認證，另於107年7月2日至12月15日辦理在園認證，計有49所幼兒園、2,136位幼童參與認證，1,511位幼童完成認證。
- 2、透過認證系統，同時完成聽力、口語及閱讀測驗，107年度「客語能力認證數位化初級考試」業於107年9月8日及16日分2梯次於全國辦理，並於107年10月6日、10月7日、10月13日及10月14日辦理4梯次團報增梯認證，透過數位認證系統，同時完成聽力、口語及閱讀測驗，計1萬5,967人報名，實際到考1萬2,902人，共計4,122人合格；其中30歲以下考生合格人數計3,019人合格。
- 3、107年度客語能力中級暨中高級認證，於107年10月27日舉行，計4,826人報名、3,174人到考，共計1,730人合格；其中30歲以下考生合格人數計463人合格。

(三) 辦理客語生活學校計畫：

為強化學校師生對客語之認同及提升使用客語之意願與能力，使客語在校園生活中廣受接納及使用，辦理客語生活學校計畫，除結合語文課、藝術與人文、社團及綜合活動等正式課程外，另結合社區客家文化巡禮，讓學童與師長認識在地文化內涵，從「學校社區化」、「社區學校化」的理念來推動多元文化課程，達到活絡客家各項活動之成效，並營造生活化客語學習環境。107年度更擴及推動範圍，納入公私立高級中等學校。107年度共補助519所學校辦理，另為促進各校交流觀摩學習，辦理107年度「全國中小學客家藝文競賽」，分別於107年10月13日、10月20日辦理中、南、北及東區初賽，計365校、528隊、5,771人參賽，並於107年11月10日舉辦總決賽，共計有95校、111隊、1,033人參賽。

(四) 辦理客語結合十二年國教校訂課程：

以客家語文核心素養為主軸，107年首度推辦客語結合十二年國教校訂課程，展現客家語文學習與生活、社會及在地文化連結，藉由務實且多元課程設計，落實客語向下扎根，107學年度計新北市等12縣(市)、52校共同參與。

(五) 推動客語薪傳相關措施：

持續推動客語薪傳，辦理客語薪傳師資格認定，並推辦客語深根服務計畫，以家庭為主要服務對象，辦理多元化客語相關研習或活動、客家語言、客家文學、客家歌謠及客家戲劇，及提升客語師資專業知能相關課程等。為落實在地化及融入親子共學概念，107年與桃園市等10個地方政府及1所大學合作辦理「客語深根服務計畫」，計615班、1萬1,775人次參與。

(六) 營造友善客語生活環境：

- 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)，共同推動客語進入公共領域，並藉由「僮講客」環境識別標誌，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。
- 2、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，讓民眾在客庄自在聽、說客語。
- 3、培訓客語口譯人才，提供各政府機關(構)所需客語口譯服務，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。

(七) 推動「促進地方客語整體發展計畫」：

- 1、106年推動二年期「促進地方客語整體發展計畫」，由各級地方政府自行擬定執行策略與目標，因地制宜提出客家發展整體計畫，讓客語深入民眾生活成為在地主流。106-107年全國共有16縣市、35個鄉鎮市區公所，共51個地方政府研提適地性客語整體發展計畫，

積極推動辦理，各自成立「客家事務輔導團」或「客語推行委員會」協助推展客語整體計畫，有效提升客語使用率、整體營造客語環境，並逐步推動相當於客家人口比例之公教人員學習客語，並取得客語能力認證，參與單位在客語能力認證之推動上報名人數多有顯著提升。

- 2、經由本項計畫之推動，不僅帶動地方政府推動客語復振，更將客家事務之推展從客家事務單位，引導擴及民政、社會、經濟、文化、產業、衛生、教育等部門之施政面向，逐步推動臺灣族群主流化，建立奠定相關發展基礎。

二、創新客家文化價值，融入主流文化社會

(一) 提升客家藝文展演質量

- 1、辦理 2018 精緻客家大戲《駝背漢與花姑娘》巡演活動：由連續 5 年獲得傳藝金曲獎肯定的「榮興客家採茶劇團」擔綱演出，於 107 年 7 月至 107 年 10 月，在苗栗、新竹、花蓮、屏東、新北、桃園、臺中及嘉義等 8 縣（市）巡演 8 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。
- 2、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 107 年 1 月至 5 月，在花蓮縣文化局演藝廳、新竹縣文化局演藝廳、屏東六堆客家文化園區、臺北國家戲劇院共演出 5 場次。
- 3、辦理《文學音樂劇場-築詩·逐詩》：由本會及新古典室內樂團共同製作，於 107 年 7 月 4 日及 5 日在臺中國家歌劇院演出 2 場次。
- 4、辦理《諸葛四郎-好客登場》：由紙風車劇團改編自新竹在地漫畫家葉宏甲先生的作品，107 年與本會聯合推出客語版，於 107 年 5 月至 11 月，在臺北城市舞臺、高雄文化中心戶外圓形廣場及新北市板橋區大觀國小共演出 7 場次。
- 5、辦理「呂金守、吳盛智『無緣』紀念音樂會」：為感念已故知名音樂人吳盛智及呂金守對客家音樂的貢獻，分別於 107 年 8 月 18 日及 11 月 9 日，在屏東演藝廳及臺北三創生活園區舉辦 2 場次紀念音樂會。
- 6、辦理「發現客庄美學 DNA」藝術展：邀請 53 位藝術家展出 105 件作品，於 107 年 1 月至 4 月止，在花蓮文化創意產業園區、苗栗臺灣客家文化館、屏東六堆客家文化園區，共展出 3 場次。
- 7、辦理「豐采·頌歌—何肇衢邀請展」：向國內現代繪畫大師何肇衢老師，亦為重要客籍前輩藝術家，致上最崇高的敬意，於 107 年 11 月 2 日至 108 年 1 月 2 日，在文化部所屬國立中正紀念堂管理處 1 展廳展出 1 場次。

(二) 推動在地客庄文化創新及活動

- 1、辦理「2018 客家桐花祭」：以「客庄輕旅行」為主題，邀請表演藝術家、音樂工作者，以桐花與客庄地景為平臺，辦理一系列藝文展演，分別於新北、桃園、新竹、苗栗、臺中及花蓮 6 縣（市），演出 8 場「環境劇場」及 18 場「地景音樂會」。
- 2、辦理詔安客家戲劇《西螺廖五房》：為首部以詔安客語發音的客家大戲，於 107 年 9 月 14 日至 10 月 6 日，在高雄大東文化藝術中心、雲林文化處表演廳、雲林科技大學表演廳、屏東六堆客家園區、臺北臺藝表演廳共演出 5 場次。

(三) 重塑客家藝文，再造文化客庄

- 1、2018 第 53 屆六堆運動會：「六堆運動會」是南臺灣最具特色的客庄傳統，歷年都由輪值堆之鄉、區公所主辦，10 年為發揮更大能量，維繫發揚這具特色與文化意義的南部客家傳統，由本會與屏東縣政府共同主辦，本次六堆運動會在前堆辦理開幕式、比賽及系列

藝文活動，於 107 年 3 月 31 日至 4 月 1 日在屏東縣長治鄉長治國中、長興國小及六堆 12 鄉區等地辦理六堆運動會，合計約 2 萬人次參與。除比照專業運動賽事提高獲勝者獎金之外，並鼓勵鄉親及在外青年返鄉為所屬鄉（區）選手加油，另為累積傳承辦理經驗，特別成立「六堆運動會技術委員會」任務編組，以彰顯六堆運動會特色，達到文化傳承、活化客庄及促進當地經濟效益目的。

2、107 年客家傳統戲曲冬戲：以重塑廟會文化為核心，結合地方廟會，搭配在地辦桌體驗活動及多元特色攤位等周邊活動，補助 13 個鄉（鎮、市、區）及 9 個優秀客家劇團，自 107 年 10 月 16 日至 12 月 11 日於高雄市、苗栗縣、彰化縣、花蓮縣、新竹縣、南投縣、屏東縣、桃園市及嘉義縣等 9 縣（市）巡演 14 場次，合計約 1 萬 100 人次觀賞。透過「戲」與「廟會」的相輔相成，帶動地方社群的文化重建，延續在地文化，找回傳統戲劇、廟會與社區互動積累的能量。

三、推動群聚產業創新與觀光發展，活絡客庄經濟

（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 231 件。

（三）培育客家人才，創新加值產業能量：

補助地方政府或依法登記立案之民間團體推動特色產業人才培育、創新加值及行銷推廣事項，以因地制宜促進客家創新加值文化與產業相結合，發展具有客家特色之文化產業，帶動客庄經濟發展，107 年度補助辦理人才研發培育 21 案、產業行銷推廣 30 案，共計 51 案，整體效益顯著提升產業能量，輔導 167 家客家產業、人才培育人數達 921 人、創造或帶動就業人數達 353 人。

（四）積極運用虛實通路，行銷推廣客家特色產業：

以全國 70 個客家文化重點發展區所轄範圍，遴選在地特色景點、農特產品、客家美食、傳統工藝、特色民宿及旅宿業等類別之特色店家，並將其上架於本會建置之「浪漫客」平臺與 App，以單一入口方式營運，進行客庄整體行銷，除浪漫客平臺 & App 套票銷售交易金額達 1,763 萬元外，尚包含間接產值如異業平台（與日本前三大旅行社合作）、星級飯店（花蓮翰品、臺中兆品）、企業（中國信託、volvo）合作及周邊產值，達全年 5,000 萬元。

四、打造慢活客庄示範場域，逐步拓展全臺客庄

（一）營運產業平台，行銷客庄特色：

辦理「臺灣客家特色商品網路商城暨行銷推廣計畫」，以專站經營形式建置臺灣客家等路大街網站，提供本會輔導之客家特色產業業者虛擬行銷通路，完成 4 場「臺灣客家特色產業電子商務」實務課程及 6 場網路商城創意行銷活動，塑造整體臺灣客家產業優質形象，並提供消費者購買臺灣客家特色商品，提升客家產業能見度及競爭力。

(二) 推動國際觀光，創新旅遊模式：

- 1、辦理客庄特色景點及觀光行程開發計畫：與相關部會合作，優化客庄交通之便利易達性，鼓勵國內外遊客運用大眾運輸工具至客庄深度旅遊；並結合旅行業者販售客庄遊程，開發客家文化意涵伴手禮，作為傳播與媒介客家特色文化之客庄代言禮品。擇優推動客庄 8 大景點並結合日本及國內對接旅行社，開發臺三線客庄新遊程，另與旅行社共同推出「Mini Tour & FIT 自由行」，鎖定國際自由行及商務旅客，於臺北市定點專車接送國際旅客造訪客庄，107 年到訪臺三線旅遊國際旅客已逾 3 萬 8,443 人次。
- 2、推展客庄觀光國際行銷：與中華民國自由車協會合作辦理國際自由車環台公路大賽 (Tour de Taiwan) Stage 3「浪漫台三線站」國際菁英公路長途賽，並透過國際轉播媒體 FOX Sports、Euro Sports 等國際體育台 20 國語言轉播，提升臺三線的國際能見度。
- 3、辦理「參加國內外會展暨觀光旅遊展計畫」：為提升客家文化國際能見度，提升客庄產業創新動能，參加「2018 高雄旅行公會國際旅展」及「2018 臺中國際旅展」，邀集國內 60 家次旅遊業者，推出逾百項客庄特色旅遊商品，吸引逾 44 萬人次觀展；參加「2018 臺灣美食展」，設置「客庄慢食趣」客家主題館，推展客庄在地美食，並邀集 11 家餐廳、民宿業者及 12 個社區參展，共吸引 13 萬 7,201 人次觀展；參加「2018 ITF 臺北國際旅展」，以「客庄行春」為主軸，邀集 9 家客庄餐旅民宿業者共同參展，吸引 37 萬 6,773 人次觀展，共計 4 場國內展；參加「2018 新加坡秋季旅展」及「2018 東京世界旅遊博覽會」共 2 場國外展，提供客庄景點國際曝光機會，提升臺灣客家能見度，以促進客庄觀光產業整體發展。

(三) 結合社區能量，推動客家慢食：

結合北、中、南、東 12 個客庄社區辦理「2018 國際客家慢食季」，以樂齡樂活健康共享觀念發展社區微旅行，運用在地食材演繹客家創意料理，並結合在地文化資產及自然生態，吸引民眾到訪客庄，體驗玩在地、吃當季，進而培力客庄社區自給自足能力。

(四) 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「新竹縣縣定古蹟竹北問禮堂修復設計」、「南庄鄉田美永和宮調查研究暨修繕規劃設計」等客庄聚落空間保存再利用計畫等。

(五) 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「苗栗縣浪漫臺三線國家自然步道主軸線環境整備規劃設計」、「獅潭鄉紙湖古道吊橋新建及沿線步道環境改善計畫」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 7 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。

(六) 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「嘉客好義、藝起再現趣」、「2018 桃園市客家文化館假日廣場推廣暨館舍活化計畫」、「107 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) 107 年度不僅持續維運講客廣播電臺之節目製播、聽眾意見蒐集、節目調整精進及廣播人才培訓等作業外，更積極辦理第 2 期廣播發射站工程建置工作，新增新竹、三義、臺南、宜蘭、花蓮及臺東等 6 個發射站，收聽範圍將涵蓋全臺本島約 9 成，有效拓展講客電臺收聽觸達範圍。
- (二) 為使客家媒體法制化及公共化，依據客家基本法第十七條第一項之授權，透過法令建立完善族群傳播體系，推動「財團法人客家公共傳播基金會設置條例」立法，於 107 年 12 月 25 日立法院三讀通過。
- (三) 製播「六堆運動會」、「客家桐花祭-浪漫客 APP」、「客家音樂歌舞劇一天光臺北場」、「客語能力認證初級考試」及「浪漫臺三線」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。另與國家地理頻道合作製播「客家文藝復興：浪漫台三線」系列紀錄專題節目，於臺灣首播後，緊接著在日本、東南亞、中東、大洋洲約 40 個國家/地區的國際頻道先後上映，向國際觀光客對行銷台三線客庄之深厚文化底蘊，除鼓勵深度小旅行外，亦將台灣客家文化推向國際。

六、推動國家級客家在地知識，整合並擴大客家學術能量

- (一) 由國立交通大學推動籌組「全球客家研究聯盟」，邀請國內三大客家學院及美國、日本、馬來西亞及泰國之學者來臺，就未來簽署「全球客家研究聯盟」備忘錄進行座談討論。
- (二) 完成「亞洲客家社團組織的比較：結構、功能與網絡」、「《新編「六堆客家鄉土誌」》纂修計畫」等跨校際、跨領域整合型計畫，結合科技應用推動「東方美人茶區塊鏈計畫」，拓展客家研究視野。

七、促進臺灣客家及青年國際交流，推動成立國際客家組織

- (一) 新竹縣兩河文化協會、桃園市大桃園鄰舍關懷發展協會、美濃愛鄉協進會、大幫你工作室及新竹縣客庄文化策進協會等 5 個團隊，前往馬來西亞新堯灣及芙蓉市印尼坤甸、山口洋等地進行雙向深度國際合作交流，建立長期交往情誼。
- (二) 成果分享暨經驗交流，彙集社區營造、族群關係及東南亞客家文化研究等相關學者專家之專業意見，俾為未來施政參酌。

八、推動文資調查、研究典藏與展示交流，深化文化扎根與在地客庄連結

- (一) 提升客庄文資調查、研究典藏、加值應用及展示交流：
截至 107 年 12 月止，共計完成辦理客庄文化與資源普查（1 案）、主題性文化資源調查（2 案）、典藏與加值應用（2 案）、展示及展示交流案件（2 件）等計 7 案。
 - 1、客庄文化資源普查案，計 1 案：
完成辦理「新埤與佳冬」、「六龜」、「豐原」、「大湖」、「竹東」與「楊梅」等鄉鎮文化資源普查，共計 6 件，以及完成辦理「中區」、「南區」、「東區」之客庄文化資源回顧與展望共 3 件。
 - 2、主題性文化資源調查，計 2 案：
 - (1) 完成辦理「臺三線深入主題調查」案。
 - (2) 辦理村史聚落調查：完成「六堆」（佳冬、昌隆）及「新竹」（芎林、湖口）客庄村史聚落調查計畫，共計 4 個村之文字紀錄。
 - 3、典藏及加值應用，計 2 案：
 - (1) 數位典藏：
完成「中港溪客庄老相館調查暨攝影師作品」及「馬來西亞客家會館調查」之數位典藏計畫，共計徵集實體入藏物件 286 件，完成數位典藏後設資料筆數 13,800 餘筆。

(2) 加值應用：

A.完成客家俚語的編纂出版「客家俗語諺語師父話」一書及客籍攝影家張振岳之影像專集《看見後山》的出版。

B.完成六堆地區「佳冬」、「昌隆」及新竹「芎林」、「湖口」等四個客庄村史聚落調查計畫之後續出版計4本村史叢書。

4、展示及展示交流，計2案：

(1) 常設展及特展計4檔

A.3月28日「行寮·靚靚六堆」常設展開展（六堆地區人文特展）。

B.4月30日「社會的省思：臺灣鄉土畫先驅-何文杞創作特展」開展（與客籍藝術家合作）。

C.7月27日辦理「客家婚俗特展」及「攝相客」展。

D.12月28日辦理「惜!阿母話」還我母語30周年紀念特展。

(2) 交流展計4檔

A.2月9日辦理「客鄉硯想-客庄生活陶瓷特展」開展（與苗栗縣文化觀光局、鶯歌陶瓷博物館合作交流借展）。

B.3月30日辦理「大武山小奧運之六堆運動會」開展（與長治國中合作交流展示）。

C.4月29日「蘭鄉-蘭草工藝」特展（與臺灣蘭草學會合作交流展）。

D.9月15日辦理「錫金歲月—海外客家馬來西亞錫礦展」開展（與馬來西亞拉曼大學合作展）。

(二) 推展生態博物館概念，促進園區與在地連結合作：截至107年12月底止，共計完成辦理21場次在地連結活動：

1、2月24日與屏東縣榮華國小及新埤國小合作辦理「客庄菸葉交工文化體驗」。

2、3月1日與屏東縣香潭幼兒園及小樹苗幼兒園合作辦理「客庄菸葉交工文化體驗」。

3、3月4日與苗栗縣政府合辦「天穿日山歌比賽」。

4、3月7日與國立交通大學合辦「尋找名字的少年公演」。

5、3月10日與林務局屏東林區管理處、屏東縣政府、大鵬灣管理處及高雄農場合作辦理「林務局種樹活動」。

6、4月7日至4月21日與六堆各公所合作辦理「12鄉區產業市集」。

7、4月20日與苗栗縣政府合作辦理「世界地球日野餐趴」。

8、4月21日與聯合民族管弦樂團合辦「2018年桐花音樂會」。

9、4月28日與墾丁國家公園管理處、林務局屏東林區管理處、國立海洋生物博物館合作辦理「墾丁大灣環境教育場域」活動。

10、5月5日與苗栗縣大湖鄉「返青富民」團體合辦「青農食客下午茶宴」。

11、5月18至19日與原住民族委員會原住民族文化發展中心、屏東縣政府文化處等合作辦理「博物館日串連活動」。

12、5月18至6月18日與國立台灣文學館合辦「臺灣文學個內在世界」行動博物館巡迴車展。

13、6月10日與苗栗縣政府環保局合作辦理「世界環境日活動」。

14、6月13日與16所學校及在地機關合辦107客家孩擔成長禮。

15、6月23至24日與屏東縣美和科技大學、六堆地區公所合辦「農來趣野餐日活動」。

- 16、7月14日與六堆地區美和高中、麟洛國中、內埔國中辦理六堆園區成長禮活動（割禾體驗）。
- 17、7月27日與屏東縣環保局農事學堂共同辦理薯米體驗。
- 18、8月23、31日與六堆地區大願心意關懷協會、躍愛全人關懷協會、向陽關懷協會等民間團體合作辦理客家文化結合生態體驗活動-「大路關石獅公」、「瀾濃客庄體驗」等活動。
- 19、10月6、7日與苗栗公館開礦社區合作辦理客家文化環境教育「好柿有染」體驗課程活動，以及10月13、14日與行政院農業委員會苗栗區農業改良場合作辦理客家文化環境教育「好茶皂福」體驗課程活動。
- 20、11月3日與六堆各鄉區公所共同辦理「秋收祭產業市集」活動。
- 21、12月1日與屏東縣政府、原住民中心、在地商家、六堆各鄉區公所合作辦理「六堆饗宴星光路跑」活動。

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)	辦理客語沉浸式教學班數成長率	★	---
	(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)	提升客家藝文展演質量	★	---
3 推動群聚產業創新與觀光發展，活絡客庄經濟	(1)	輔導客家特色產業產值提升數	★	---
4 打造慢活客庄示範場域，逐步拓展全臺客庄	(1)	客庄社區優化率	★	---
5 提升客家傳播質量，傳遞客庄在地能量	(1)	客家廣電媒體傳播效益之成長率	★	---
6 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	★	---
7 促進臺灣客家及青年國際交流，推動成立國際客家組織	(1)	促成臺灣客家及青年深度國際合作交流之成長率	★	---
8 推動文資調查、研究典藏與展示交流，深化文化扎根與在地客庄連結	(1)	提升客庄文資調查、研究典藏、加值應用及展示交流案件數成長率	★	---
	(2)	推展生態博物館概念，促進園區與在地連結合作次數成長率	★	---
9 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(106年度以後僅統計院核評估部分)

構面	年度	104	105	106	107
----	----	-----	-----	-----	-----

	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	20	100.00	21	100.00	0	0.00	0
複核			20	100.00	21	100.00	0	0.00	0	0.00
綠燈		初核	18	90.00	20	95.24	0	0.00	0	0.00
		複核	13	65.00	19	90.48	0	0.00	0	0.00
黃燈		初核	2	10.00	1	4.76	0	0.00	0	0.00
		複核	7	35.00	2	9.52	0	0.00	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

107 年度之績效初核分析，12 項衡量指標中有 10 項初評為綠燈、1 項黃燈、1 項紅燈，綠燈比例為 83.33%。

陸、前年度「行政院評估綜合意見」及前年度施政績效評估總報告「後續推動建議」辦理情形

一、前年度「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增值計畫」，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。

二、本會辦理情形

（一）建立客語推廣機制，營造友善客語生活環境方面：

- 1、為傳承及推廣客家語言文化，本會積極從學校、家庭與社區等層面推動客語，以營造全方位學習客語之環境，並落實客語向下扎根，除針對學校推辦「客語生活學校」、「客語結合十二年國教校訂課程實施計畫」及「客語沉浸式教學」外，並積極辦理「客語深耕服務計畫」、開辦「客語能力認證」、設置「哈客網路學院」、編印「客語學習教材」、建立「臺灣客語語料庫」及推動「客語友善環境」等工作。
- 2、另「客家基本法」修正案於 107 年 1 月 31 日公布，並自 107 年 9 月 7 日起陸續完成發布「客語能力認證辦法」、「客語為通行語實施辦法」及「推動客語教學語言獎勵辦法」等相關子法，奠定客家語言文化永續發展之法制基礎。
- 3、同時為推動客語進入公共領域，本會積極協助公、私立機關、醫院、企業及大眾運輸工具等提供客語服務及播音，設計「僱講客」客語友善環境辨識標誌、培訓並提供客華口譯人才、製作貼近民眾日常生活之客語情境影片，引領民眾在公共領域自在講客。此外，建立客語優質學習場域，發展成為教學語言，藉提供更具便利性及彈性的應試措施，鼓勵各界參與客語能力認證，提高學習客語機會。
- 4、106 年起推動之二年期「促進地方客語整體發展計畫」，參與執行之各級地方政府單位於前期推動階段成立「客家事務輔導團」或「客語推行委員會」，整合相關資源有效運用前期推動獎勵金，除鼓勵轄內民眾學習客語並取得客語能力認證，更帶動機關內部公教人員學習客語，整體而言，經過各級地方政府之積極推動辦理，107 年度各項客語能力認證參與人數多有顯著提升。

（二）創新客家文化價值，融入主流文化社會方面：

107 年持續辦理輔導藝文團隊暨補助計畫，共補助 46 個客家藝文團隊，提升藝術表演能力，培植客家藝文人才，提供展演平臺，並於 107 年 12 月 11 日修正本會藝文團隊補助作業要點，增加補助分級為第 1 至 3 級，並明定申請資格及計畫內容，除補助團隊營運所需經費外，更鼓勵團隊提升演出水準，讓具發展潛能之客家團隊持續成長，賡續扶植客家藝文團隊及培育藝文人才，精進客家特色藝文展演。並與國立臺北藝術大學、榮興客家採茶劇團、紙風車劇團及新古典室內樂團等單位合作，辦理各式精緻客家藝文展演活動，以創新為傳承，發展客家文化新活力。

（三）強化客家特色產業，推動跨域創新服務方面：

- 1、107 年度持續推動「客家特色產業亮點輔導暨東部客庄區域產經整合計畫」，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。

- 2、107 年度輔導客家產業業者，協助完成商品登錄成為「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；此外，整合虛實通路，建置營運浪漫客平臺，整合相關業者資訊，以協助廣為宣傳行銷。
- 3、107 年度持續推動「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，持續予以資源挹注，以促進客庄產業發展。
- 4、綜上，後續年度將持續鼓勵及輔導客家特色創意產業，推動跨域創新服務，並給予客庄產業必要協助，以繁榮客庄經濟，創造更高價值。

(四) 形塑臺三線客庄浪漫大道，打造客家文化軟實力方面：

- 1、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」方面：
 - (1) 合作出版「浪漫臺三線」文化地圖系列叢書：與天下雜誌合作出版「浪漫臺三線」文化地圖系列叢書「有餘天地」及「戀土成家」，收錄客家著名文學、音樂、繪畫、攝影、工藝、陶藝領域藝術家，期盼透過本書全新視角，讓更多人認識客庄的美好，並於 107 年 7 月 31 日正式上架至各通路銷售。
 - (2) 辦理當地客籍音樂人紀念音樂會：為感念出身自大湖的已故知名音樂人吳盛智對客家音樂的貢獻，於 107 年 11 月 9 日在臺北三創生活園，舉辦紀念音樂會向這位音樂巨擘致敬，並邀請客家歌手、客語金曲歌手及新生代客籍藝人等共襄盛舉。
 - (3) 結合當地客庄風情辦理藝文展演：邀請表演藝術家、音樂工作者，以桐花與客庄地景為平臺，辦理一系列藝文展演，分別於桃園、新竹、苗栗及臺中 4 縣（市），演出 6 場「環境劇場」及 17 場「地景音樂會」。
- 2、辦理「青年新創客家事業競賽」方面：

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。
- 3、建置「創業 HAKKA GO」資訊及推廣平臺：

建置「創業 HAKKA GO」資訊及推廣平臺，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並提供解答；另於平臺提供創業準備訊息、名人創業指南、青年創業故事及成功創業案例分享等，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，提供青年創新創業多元學習管道。
- 4、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、營運管理等方面：

107 年度業核補「嘉客好義、藝起再現趣」、「2018 桃園市客家文化館假日廣場推廣暨館舍活化計畫」、「107 年度新瓦屋客家文化保存區活化經營計畫」等相關活化補助計畫，藉此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，並透過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基礎設施改建或再利用工程，提供優質友善藝文產業發展環境，以帶動地方文化及產業發展。
- 5、綜上，後續年度將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。

柒、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：

建請持續貫徹客家基本法，推動客語為客家文化重點發展區通行語言，打造客語友善環境，擴大實施客語為教學語言計畫，擘劃學校客家教育願景，建置臺灣客家語語料庫，結合家庭、學校及社區資源，營造客庄自明性客語生活化環境，並利用媒體教育、娛樂及溝通等功能，使客家語言邁向主流化。

二、創新客家文化價值，融入主流文化社會方面：

建請持續鼓勵客家文學、音樂、視覺藝術及表演藝術等多元藝文創作發展，強化文化深度，提高於廣電媒體等主流文化場域能見度，並扶植客家藝文團隊及培育藝文人才，以創新客家元素，發展客家特色藝文展演，提升客家藝文精緻度及文化活動能量，並透過整合行銷宣傳與形象包裝，期能發揮文化傳承及傳播之功能。

三、推動群聚產業創新與觀光發展，活絡客庄經濟方面：

建請持續復興客家常民生活工藝文化，鼓勵青年回流，結合觀光資源，推動客庄產業創生，透過生活、文化、生態、產業與觀光等面向，辦理人才培育、開發遊程串聯客庄景點及特色伴手禮、建立線上及展會通路行銷推廣，以利相關產業發展，提升客庄能見度，並有效活絡客庄經濟。

四、促進臺灣客家及青年國際交流，推動成立國際客家組織方面：

建請持續推動籌組國際客家組織，參與國際會議及活動，與其他國家少數族群文化部門進行交流，並續辦青年國際訪問及客家美食推廣於國際，增加臺灣客家於全球能見度。

五、推動文資調查、研究典藏與展示交流方面：

建請持續推動文資調查與相關研究，並結合客家與族群多元展示面貌，發揮兩園區客家博物館與生態博物館之功能，以擴大客家文化發展平臺之效益。