

苗栗縣政府文化觀光局 110 年度施政計畫

壹、年度施政目標與重點

一、年度施政目標與重點

(一)推廣傳承客家文化(策略績效目標一):

辦理客家藝文活動。

(二)辦理重大藝文節慶活動(策略績效目標二):

- 1.「苗栗音樂佳餚節」:結合民間團體與文化觀光產業,整合資源以音樂、美食、市集為主題,透過三天大型節慶活動,吸引人流活絡在地經濟。
- 2.「貓裏表演藝術節」:整合在地各項表演藝術資源,以室內售票演出及統合行銷方式培養觀眾欣賞藝文及消費習慣,建立在地藝文節慶品牌。

(三)推動苗栗縣各項藝文及展演計畫(策略績效目標三):

- 1.辦理表演藝術、視覺藝術之多元化內容,涵蓋音樂、舞蹈、戲劇、多媒體等當代多面向之藝術創作展演活動,均衡鄉鎮市文化資源,增加親近藝文機會。
- 2.透過年度藝文活動的安排規劃,實踐創作展演、國際交流、人才培育、教育推廣與藝術休閒等營運面向,以增進民眾文化素質、提升地方文化品味,結合人文與經濟,而帶動藝文產業發展。

(四)推展文化生活圈整合(策略績效目標四):

辦理博物館與地方文化館升級計畫。

(五)提昇木雕藝術創作水準(策略績效目標五):

辦理國際木雕交流展暨國際木雕競賽。

(六)推廣本縣地方特色文化產業(策略績效目標六):

辦理三義木雕藝術節系列活動。

(七)推廣本縣觀光景點及旅遊,促進觀光產業發展(策略績效目標七):

辦理特色館營運管理維護。

(八)保存維護及推廣各類文化資產(策略績效目標八):

辦理有形、無形文化之指定登錄、調查研究及保存維護推廣事宜。

(九)廣續地方文獻及文史叢書之編纂紀錄及出版(策略績效目標九):

地方文獻及文史叢書編纂出版。

(十)在地深耕人才培育(策略績效目標十):

- 1.辦理社區營造及村落文化發展計畫。
- 2.辦理傳統工藝文創再生計畫。

(十一)文創行銷苗栗特色(策略績效目標十一):

- 1.苗栗美食行銷宣傳計畫。
- 2.參與台灣國際文化創意產業博覽會,增加苗栗文創曝光度。

(十二)推動旅行同業及媒體記者來苗踩線行銷推廣(策略績效目標十二):

- 1.舉辦各項旅行業、旅遊媒體、文化藝文團體交流推廣。

2. 國內、外國際旅展策展推廣並輔導縣內文化觀光業者參加國際旅展。

(十三)推動自由行旅客來苗旅遊行銷推廣(策略績效目標十三):

1. 推動台灣好行南庄線。
2. 辦理文化觀光節慶活動。
3. 辦理本縣豐富觀光旅遊季刊。

(十四)推動體驗觀光-地方旅遊環境營造計畫(策略績效目標十四):

爭取交通部觀光局補助「110 年度體驗觀光-地方旅遊環境營造計畫」。

(十五)公館出磺坑區域計畫(策略績效目標十五):

爭取客家文學花園(三期)。

(十六)推動客家生活環境營造計畫(策略績效目標十六):

1. 辦理本縣客家生活營造輔導團計畫。
2. 爭取客家委員會補助「客家文化生活環境營造計畫」。

二、衡量指標

依據平衡計分卡精神之「顧客」、「財務」、「內部流程」及「學習與成長」四大面向，落實管考：

(一) 核心業務面向策略績效目標：45%

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	110 年度目標值
一	推廣傳承客家文化 (3%)	一 辦理客家藝文活動 (3%)(顧客面向)	1	統計數據	場(班)數/年	≥35
二	辦理重大藝文展演系列活動 (5%)	一 「苗栗音樂佳餚節」：結合民間團體與文化觀光產業，整合資源以音樂、美食、市集為主題，透過三天大型節慶活動，吸引人流活絡在地經濟。(3%)(顧客面向)	1	統計活動參與人數	人/年	≥5,000
		二 「貓裏表演藝術節」：整合在地各項表演藝術資源，以室內售票演出及統合行銷方式培養觀眾欣賞藝文及消費習慣，建立在地藝文節慶品牌。(2%)(顧客面向)	1	統計活動參與人數	人/年	≥3,000
三	推動苗栗縣各項藝文展演活動 (3%)	一 辦理表演藝術、視覺藝術之多元化內容，涵蓋音樂、舞蹈、戲劇、多媒體等當代多面向之藝術創作展演活動，均衡鄉鎮市文化資源，增加親近藝文機會。(2%)(顧客面向)	1	統計活動參與人數	人/年	≥15,000
		二 透過年度藝文活動的安排規劃，實踐創作展演、國際交流、人才培育、教育推廣與藝術休閒等營運面向，以增進	1	統計節目場次	場/年	≥120

			民眾文化素質、提升地方文化品味，結合人文與經濟，而帶動藝文產業發展。(1%) (顧客面向)				
四	推展文化生活圈整合 (2%)	二	辦理博物館與地方文化館升級計畫(2%) (內部流程面向)	1	統計數據	地方館/年	≥9
五	提昇木雕藝術創作水準 (2%)	一	辦理國際木雕競賽(1%) (內部流程面向)	1	參加比賽件數	參加比賽作品件數	≥70
		二	辦理國際木雕交流展(1%)(內部流程面向)	1	參加展覽件數	參加展覽件數	≥70
六	推廣本縣地方特色文化產業 (2%)	一	辦理三義木雕藝術節(2%)(顧客面向)	1	參與活動人次	參與活動人次	≥6 萬
七	推廣本縣觀光景點及旅遊，促進觀光產業發展 (2%)	二	辦理特色館營運管理維護(2%)(顧客面向)	1	參觀人數	參觀人數	5000 人次/月
八	保存維護及推廣各類文化資產 (4%)	一	進行有形、無形文化之調查研究及維護再利用事宜(2%)(顧客面向)	1	統計數據	件/年	≥2 件
		二	進行有形、無形文化之推廣宣揚活動(2%)(顧客面向)	1	統計數據	場/年	≥1 場
九	賡續地方文獻及文史叢書之編纂紀錄及出版(2%)	一	地方文獻及文史叢書編纂出版(2%)(顧客面向)	1	統計數據	本/年	≥2 本
十	在地深耕人才培育 (5%)	一	辦理社區人才培訓課程(3%)(顧客面向)	1	統計數據	場/年	3 場
		二	辦理工藝文創再生培育課程(2%)(顧客面向)	1	統計數據	場/年	2 場
十一	文創行銷苗栗特色 (4%)	一	輔導苗栗美食宣傳行銷計畫(2%)(顧客面向)	1	統計數據	場/年	1場
		二	參與國內大型文創博覽會(2%)(顧客面向)	1	統計數據	場/年	1場
十二	推動旅行同業及媒體記者來苗踩線行銷推廣 (3)	一	舉辦各項旅行業、旅遊媒體、文化藝文團體交流推廣(1%)	1	統計數據	場/年	≥3場

	%)	二	國內、外國際旅展策展推廣並輔導縣內文化觀光業者參加國際旅展(2%)(顧客面向)	1	統計數據	參展場次/年	≥3次
十三	推動自由行旅客來苗旅遊行銷推廣(3%)	一	推動台灣好行南庄線(1%)(顧客面向)	1	統計數據	人次/年	≥6萬
		二	辦理本縣豐富觀光旅遊季刊(1%)(顧客面向)	1	統計數據	本/年	≥1本
		三	辦理文化觀光節慶活動(1%)(顧客面向)	1	統計數據	場/年	≥2場
十四	遊憩據點特色加值計畫(1%)	一	109年度體驗觀光-地方旅遊環境營造計畫(1%)(顧客面向)	1	統計數據	案/年	≥3
十五	公館出磺坑區域計畫(2%)	一	爭取客家文學花園(三期)。(2%)(顧客面向)	1	統計數據	案/年	≥1
十六	客家生活環境營造計畫(2%)	一	本縣客家生活營造輔導團計畫(1%)(顧客面向)	1	統計數據	執行進度/預定完成進度	100%
		二	客家文化生活環境營造計畫(1%)(顧客面向)	1	統計數據	案/年	≥3

*評估體制代碼說明：1. 指實際評估作業為運用既有之組織架構進行、2. 指實際評估作業由特定之任務編組進行、3. 指實際評估作業是透過第三者方式（如由專家學者等）負責運行、4. 指實際評估作業為運用既有之組織架構並邀請第三者共同參與進行、5. 其他（由本府暨附屬機關依實際情況予以說明）

(二) 人力資源發展面向策略績效目標：20%

策略績效目標		衡量指標				
		衡量指標 (加註平衡計分卡面向)	評 估 體 制	評估方式	衡量標準	110 年度 目標值
一	強化職務功能，使工作指派適當，並加強意見溝通管道。(8%)	一 強化職務功能，使職務組設合理、工作指派適當。(3%)	1	各職務工作指派應符合各該職務說明書規範，依人事處排定期程，辦理各處職務普查。	職務是否依其工作性質比重或依其專業內容予以歸系，如其工作性質、項目或職責程度有變動時，是否依程序報核調整職系，未符合者，依機關(單位)員工數比例扣分。(3%)	100%
		二 各機關(單位)應加強單位內人員之意見溝通，並辦理服務態度改進之研討會議或案例宣導。(5%)	1	各機關(單位)應確實宣導，使每位同仁知悉歷次民調民眾不滿意之施政項目及縣務會議之重要決策措施，並將辦理結果報人事處，每年至少5案以上。	各機關(單位)辦理5場次者，給基本分3%，每加1場次加0.4%分最多加至2%	10場次
二	推動組織學習，促進公務人員終身學習。(6%)	一、所屬人員達成年度必須完成課程學習時數。4%	1	以終身學習入口網站所登載之學習時數為憑。	一、所屬人員完成每人每年應完成之各類學習時數達成比率： 1. 達100%者，得4%。 2. 達90%以上，未達100%者，得3%。 3. 達80%以上，未達90%者，得2%。	配合行政院公告公務人員每人每年應達時數

		二、薦送人員參加各項研習、訓練、活動，是否依分配人數確實指派；參訓人員是否到訓、全程參與。2%			4. 達 70%以上，未達 80%者，得 1%。 5. 未達 70%者，本項 0 分。 二、依分配人數參加各機關(構)舉辦之研習、講座、訓練。視配合調訓情形給分，最高 2%，有未依分配人數指派、未到訓、中途退出情事者每次扣 0.2%。	
三	差勤管理(6%)	一、差勤是否依規定辦理及有無依規定查勤。 二、各機關(單位)員工是否每天上網處理刷卡異常未處理筆數。	1	依公務人員請假規則及相關規定辦理差勤管理，並不定期查察同仁出勤狀況。 人事處每季將受評機關(單位)有員工出勤異常未處理筆數之統計總表資料送該機關(單位)主管。	一、未依規定請假而擅離職守或請假有虛偽情事者，不予給分；均依規定請假者給予 3% 。 二、受評機關(單位)年度有季異常未處理筆數超過 10 筆以上人員者，該季不予給分；有季異常未處理筆數超過 5 筆未超過 10 筆人員者，該季給予 0.25%，有季未超過 5 筆人員者，該季給予 0.5%，無季異常未處理筆數該季給予 0.75% (附註：尚未使用表單簽核系統機關，本項積分 3% 納入前項計算)。	

(三) 經費執行力面向策略績效目標：20%

策略績效目標	衡量指標				
	衡量指標 (加註平衡計分卡面向)	評 估 體 制	評估方式	衡量標準	110 年度 目標值
一、合理分配資源，增進預算執行績效(10%)	本府各單位及附屬機關當年度預算執行率(不含人事費)(財務面向)	1	執行進度	衡量標準： $\text{【(預算實支數+應付數)/預算數】} \times 50\% + 50\%$ (以上各數均含本年度原預算、追加減預算、動支預備金數及超支併決算數，但不含人事費及專案分配數) ※衡量指標係經資門併計	100 分
二、節約政府支出，邁向財政收支平衡(10%)	本府各單位及附屬機關當年度預算賸餘數(不含人事費)百分比(財務面向)	1	節約情形	1. 衡量標準： $\text{【(預算數-決算數)/預算數】} \times 100\%$ ※決算數=實支數+應付數+保留數 2. 計算方式： (1)節餘率達 10%以上，10 分。 (2)節餘率達 9%以上未達 10%者，9 分。 (3)節餘率達 8%以上未達 9%者，8 分。 (4)節餘率達 7%以上未達 8%者，7 分。 (5)節餘率達 6%以上未達 7%者，6 分。	100 分

				(6)節餘率未達 6%者，5分。 (以上各數均含本年度原預算、追加減預算、動支預備金數及超支併決算數，但不含人事費) ※衡量指標係經資門併計	
--	--	--	--	---	--

三、施政績效具體事蹟:15%

(毋須填列，俟撰寫年度施政績效報告時，再詳實填列)

貳、年度重要施政計畫

業務別	預算來源及金額 (單位：千元)(含 經常門及資本 門，不含人事費)	重要施政計畫項目	實施內容	備註
一、客家事務	中央：8,425 本府：6,767 合計：15,192	(一)辦理重大民俗或 藝文推廣活動 (二)辦理「貓裏藝文」 出版業務 (三)辦理客家事務 (四)配合客委會辦理 客庄 369 計畫	1. 辦理重大民俗或藝文推廣活動。 2. 補助機關團體辦理重大民俗或藝文推廣活動。 1. 貓裏藝文出版與寄發。 2. 北台八縣市藝文活動宣傳推廣。 1. 辦理客語為通行語計畫。 2. 辦理客家歌謠及採茶戲推廣計畫。 3. 辦理客語深根服務計畫。 配合客委會政策，辦理「客庄 369」計畫，以傳揚復振客家文化，並促進客庄產業發展，展現在地產業特色。	
二、展演藝術	中央：19,020 本府：39,727 合計：58,747	(一)苗栗縣美術名家 年展 (二)苗栗縣美術家邀 請展 (三)苗栗美展雙年展 (四)配合文化部辦理 地方扶植傑出演 藝團隊計畫	聯合在地資深及傑出之藝術家，依年度策展主題進行創作及聯展，讓藝術家彼此間有切磋及觀摩的機會，為本縣年度藝術界盛事。 徵選本縣籍美術家舉辦個展並印行專輯，為地方美術發展留下史頁且供各界欣賞及研究推廣。 辦理全國徵件之美術競賽，依類別進行評審，得獎作品選出後進行公開頒獎及展覽並印行專輯，激勵並提供有志美術創作者發表之舞台。 1. 辦理縣內優秀演藝團隊徵選，透過補助及輔導提升藝術創作及行政效能，使團隊得以持續穩健成長。 2. 不定期邀請學者專家訪	

			視，了解團隊需求並給予專業協助、檢視及評鑑扶植成效。 (五)辦理各項重大藝文活動 (六)推動苗栗縣各項藝文及展演計畫 (七)文化志工籌組 (八)輔導及審查本縣各機關學校公共藝術設置 (九)苗北藝文中心營運管理 (十)辦理街頭藝人管理、輔導	規劃大型藝文展演節慶活動，增進縣民親近藝文活動機會，建立本縣優質文化形象。 辦理表演及視覺等多元藝術類型活動，均衡鄉鎮市文化資源，增加親近藝文機會，培養在地藝文觀眾與學習風氣。 辦理文化志工招募、課程訓練、交流參訪等各項事宜。 審議縣內政府重大公共工程及轄內公有建築物之公共藝術設置計畫，並提供轄內整體公共藝術規劃、設置、教育推廣及管理維護政策之諮詢意見。 補助及監督行政法人苗栗縣苗北藝文中心營運管理。 辦理街頭藝人管理、發證及續換證相關事宜。	
三、博物管理	中央： 本府： 合計：	1,680 4,630 6,310	(一)辦理國際木雕交流展暨木雕競賽 (二)三義木雕藝術節系列活動 (三)當代木雕名家展 (四)木雕專題展	鼓勵創作舉辦木雕競賽。110年辦理邀請國內外藝術家展出，藉此增加木雕藝術交流。 活動內容：木雕師現場創作、木藝市集、慢工慢活街角串聯、深度探索旅遊、假日藝文表演其它系列活動，並透過平面、電視、廣播、網路等多元化宣傳。 為豐富展陳內容，提供創作展演空間，邀請個人或協會展覽，並編印專輯。 藉由展出作品及專文論述，	

		(五) 木雕薪傳創作營 (六) 辦理博物館與地方文化館升級計畫	讓觀眾了解木雕藝術所傳承的真實風貌。 創作營為將木雕技藝工法與經驗，傳承予大學雕塑設計相關科系學生及木雕師第二代，擴展年輕世代對於木雕藝術的視野，增強木雕藝術產業的發展茁壯。 辦理地方文化館輔導推展計畫。	
四、文化資產	中央：2,500 本府：9,058 合計：115,588	(一) 辦理有形文化資產之指定登錄、保存維護與再利用 (二) 辦理無形文化資產之登錄、保存維護與宣揚 (三) 辦理地方及族群發展文史調查研究及人才培育 (四) 辦理各類文化資產保存維護、傳統技藝等培育及傳承活動 (五) 地方文獻保存、編纂及出版計畫	1. 進行具保存價值之有形文化資產的審議、指定登錄及公告事項。 2. 辦理有形文化資產之調查研究、修復及再利用活動。 1. 進行具保存價值之無形文化資產的審議、登錄及公告事項。 2. 辦理無形文化資產之調查研究、保存記錄與宣揚傳承。 1. 辦理各類文化資產調查研究、文史保存人才培育。 2. 辦理獎勵苗栗文史研究之博碩士論文及專題論文計畫。 辦理各類文化資產保存活化再利用推廣活動。 編印「苗栗文獻」及文史叢書，保存地方史料。	
五、文創產業	中央：1,378 本府：11,971 合計：13,349	(一) 辦理傳統工藝文創再生計畫	辦理苗栗傳統工藝文創再生計畫，透過工藝駐點傳承培育課程，媒合新生代青年人才進入傳統工藝領域，並以文化創意再生活化老工藝。	

		(二)辦理社區營造及村落文化發展計畫 (三)各項文創行銷計畫 (四)辦理苗栗美食輔導行銷計畫 (五)活化苗栗特色館推廣並轉型為陶藝園區	辦理社區營造基礎培力，包含村落藝文課程、在地社區人才培育、公所行政社造推動等方式，增加社區公民參與，以達公民社會核心價值。策劃及參與國內大型文創博覽會及活動，宣傳苗栗文創之美，提高能見度。 辦理苗栗美食餐廳行銷宣傳計畫，增加來苗旅遊人數。 1. 辦理苗栗特色館營運事宜。 2. 充實陶博館展覽功能，創新及活化苗栗特色館規劃。 3. 建置駐地工作站，辦理假日市集、扎根工作坊等地方創生規劃。	
六、觀光行銷	中央：0 本府：9,905 合計：9,905	(一)文化觀光旅遊資訊品質提升 (二)辦理國內、外大型旅遊策展及推廣計畫 (三)辦理文化觀光節慶活動 (四)舉辦各項旅行業、旅遊媒體、文化藝文團體交流推廣 (五)辦理觀光景點無縫隙旅遊服務計畫	1. 加強宣導製作觀光導覽文宣。 2. 文化觀光旅遊網及臉書粉絲團維護及行銷活動。 3. 製作苗栗玩透透旅遊季刊。 4. 旅遊資訊系統設置、維護。 5. 製作苗栗觀光宣傳文宣、紀念品。 國內、外旅展策展活動，邀約縣內及縣外業者共同參展，並推廣產業合作。 1. 辦理桐花婚禮。 2. 辦理觀光節慶藝文活動及產業行銷活動。 國際旅遊媒體來苗踩線推廣交流及行銷接待。 提供來苗旅遊之旅客最方便的交通接駁，吸引更多旅客前來體驗在地特色。	

七、觀光發展	中央：	82,420	(一)各風景區及遊憩區公共設施工程	辦理全縣各風景區及遊憩區公共設施工程整修、整建工程。
	本府：	37,729	(二)體驗觀光-地方旅遊環境營造計畫	辦理體驗觀光-地方旅遊環境營造計畫。
	合計：	120,149	(三)製作風景區指示、指標及解說標誌	製作風景區指示、指標及解說標誌。
			(四)辦理觀光景點資源及溫泉事業管理等整體規劃檢視工作	觀光景點資源及溫泉事業管理等整體規劃檢視工作。
			(五)客家生活環境營造整建	客家生活環境營造整建。