

新聞及行政處

壹、前言

本處依本府施政願景，配合各單位機關塑造健康快樂幸福宜居城市，積極推動一般行政與公共事務，加強文書管理，以發揮行政服務效能，維護本府縣政大樓良好辦公環境與執行節能減碳，強化本府財物、車輛管理效能，辦理工法規整理，健全法制，落實民眾法律扶助，提昇本府訴願及國賠案件之處理績效，有效運用大眾傳播媒體，強化本府施政成效及政策政令宣導，彙編文宣刊物，加強與媒體聯繫溝通與縣政新聞報導，辦理有線電視輔導管理及集集大山電視轉播站管理，以維護民眾知的權益。

本處依據南投縣政府111年度施政方針及核定預算額度，並針對當前社會狀況及本處未來發展需要，編訂111度施政計畫，其年度績效指標與重點執行情形如次：

貳、年度績效指標

（一）績效達成情形

績效目標衡量面向	權重配分	自評得分	總分
業務面向	70	70	96.5
人力面向	15	11.5	
經費面向	15	15	

（二）業務面向策略績效目標（權數為70%）

施政目標	績效指標	評估方式	衡量標準	年度目標值	項目權分	績效量暨達成情形分析
一、加強文書管理，落實政令與法規宣導（5%）	1. 加強公文電子交換，以提升公文效率（3%）	統計數據	公文電子交換比率	90%	3	1. 辦理情形說明：111年公文電子交換件數為132,718件。 2. 達成率：100% 指標類型：產出成果型
	2. 發行縣政府公報（2%）	統計數據	依據各單位上傳於縣政公報管理平台，經審核後即上網登載；另每月列印紙本郵寄本縣所屬圖書	隨時登載	2	1. 辦理情形說明：縣政公報管理平台，各單位隨時可上傳，經審核通過即刻登載，不受限於期數；另每月列

施政目標	績效指標	評估方式	衡量標準	年度目標值	項目權分	績效量暨達成情形分析
			館。			印紙本郵寄本縣所屬圖書館。 2. 達成率：100% 指標類型：投入過程型
二、協助縣政工作推動，發揮最大服務效能(5%)	1. 縣長行程登錄聯繫、致贈賀、奠禮，各式箋函、慰問信書寫及賓客招待工作(2%)	進度控管	隨到隨辦、依限完成	100%	2	1. 辦理情形說明：9,667件 2. 達成率：100% 指標類型：產出成果型
	2. 辦理輿情反映、縣民陳情、請託案件交辦、列管追蹤工作及支票、付款憑單監印、工程底價袋登記與保管(3%)	統計數據	完成件數	100%	3	1. 辦理情形說明：29,841件 2. 達成率：100% 指標類型：產出成果型
三、停車場車牌辨識系統、廳(宿)舍設施、環境改善及安全整修(10%)	1. 建置本府地下室停車場車牌辨識系統以改善停車秩序。(5%)	進度控管	完成建置車牌辨識系統。	全面建置完畢並正式啟用。	5	1. 辦理情形說明：已全面建置完畢並正式啟用 2. 達成率：100% 指標類型：投入過程型
	2. 逐年針對損壞廳(宿)舍設施整修，改善辦公廳舍環境及相關活動空間。(5%)	針對現況掌控需求	1. 針對損壞職務及員工宿舍進行修繕。 2. 縣政大樓增改建案。	1. 宿舍2間。 2. 縣政大樓改建。	5	1. 辦理情形說明：(1)復興路一街4號、15號修繕完成。 (2)縣政大樓增改善分年度編列經費及執行，第一期自111年4月15日開工，預計工期1年，賡續配合建設處督促廠商依期程辦理。第二期預計112年施作新增空間之室內裝修及門口大小雨遮等。 2. 達成率：100% 指標類型：產出成果型

施政目標	績效指標	評估方式	衡量標準	年度目標值	項目權分	績效量暨達成情形分析
四、推動行政救濟業務。(8%)	人民提起訴願及國家賠償案件之處理(8%)	統計數據	本府受理國家賠償案件處理期限完成率。	30件/年	8	1. 辦理情形說明：已完成訴願案件及國家賠償案件審議30件以上。 2. 達成率：100% 指標類型：產出成果型
五、法規彙整及召本府法規審查小組進行審議(8%)	召開本府法規審查小組進行審議(8%)	統計數據	召開會議次數	5次	8	1. 辦理情形說明：召開10次本府法規審查小組會議。 2. 達成率：100% 指標類型：產出成果型
六、辦理本縣鄉鎮市調解業務研習會及法律扶助，確保民眾權益。(4%)	1. 辦理本縣鄉鎮市調解業務研習會(2%)	統計數據	研習會場次	1場	2	1. 辦理情形說明：於11月11日辦理完成 2. 達成率：100% 指標類型：投入過程型
	2. 聘請義務律師為縣民解答相關法律問題，以確保民眾權益(2%)	統計數據	受理件數	400件	2	1. 辦理情形說明：共計受理578件民眾法律諮詢案 2. 達成率：100% 指標類型：產出成果型
七、有效運用大眾傳播媒體，強化政府施政績效及政令宣導(15%)	1. 隨時發布縣政新聞及政令宣導，增進民眾對各項政策作為的了解。(8%)	統計數據	新聞發布則數	1200則	8	1. 辦理情形說明：共發布1,738則 2. 達成率：145% 指標類型：產出成果型
	2. 結合縣府、民間團體辦理交通安全宣導。(7%)	統計數據	宣導場次	25場	7	1. 辦理情形說明：共辦理52場 2. 達成率：208% 指標類型：產出成果型
八、辦理電影片映演業輔導查察、有線電視系統輔導管理運用及集集大山無線電視轉播站管理。(15%)	1. 電影片映演業輔導查察、有線電視系統輔導管理、集集大山無線電視轉播站管理(7%)	實地查驗	每月不定期執行	12/年	7	1. 辦理情形說明：155次/年 2. 達成率：1292% 指標類型：產出成果型
	2. 運用有線電視系統，配合縣府重	統計數據	委外或自製縣政新聞報導	960 則 / 年	8	1. 辦理情形說明：1751則/年 2. 達成率：182%

施政目標	績效指標	評估方式	衡量標準	年度目標值	項目權分	績效量暨達成情形分析
	大活動進行縣政成果宣導（8%）					指標類型：產出成果型

新聞及行政處（三）人力面向策略績效目標（權數為15%）

策略績效目標	衡量指標																															
	衡量指標	評估方式	衡量標準	年度目標值	項目權分	績效量暨達成情形分析																										
一、控管編制員額。 (2%)	機關編制員額成長率 (2%)	統計數據	(本年度編制員額-上年度編制員額)/ 上年度編制員額 x 100% <table><tr><td>數值(成長率)</td><td>核給分數</td></tr><tr><td>數值≤0%</td><td>2.0分</td></tr><tr><td>0%<數值≤5%</td><td>1.0分</td></tr><tr><td>5%<數值≤10%</td><td>0.5分</td></tr><tr><td>數值>10%</td><td>0分</td></tr></table>	數值(成長率)	核給分數	數值≤0%	2.0分	0%<數值≤5%	1.0分	5%<數值≤10%	0.5分	數值>10%	0分	0%	2	1. 辦理情形說明： 達成目標值0% 2. 達成率：100%																
數值(成長率)	核給分數																															
數值≤0%	2.0分																															
0%<數值≤5%	1.0分																															
5%<數值≤10%	0.5分																															
數值>10%	0分																															
二、控管約聘僱員額。 (2%)	機關公務預算約聘僱員額成長率 (2%)	統計數據	(本年度約聘僱員額-上年度約聘僱員額)/ 上年度約聘僱員額 x 100%。 <table><tr><td>數值(成長率)</td><td>核給分數</td></tr><tr><td>數值≤0%</td><td>2.0分</td></tr><tr><td>0%<數值≤5%</td><td>1.0分</td></tr><tr><td>5%<數值≤10%</td><td>0.5分</td></tr><tr><td>數值>10%</td><td>0分</td></tr></table>	數值(成長率)	核給分數	數值≤0%	2.0分	0%<數值≤5%	1.0分	5%<數值≤10%	0.5分	數值>10%	0分	0%	2	1. 辦理情形說明： 達成目標值0% 2. 達成率：100%																
數值(成長率)	核給分數																															
數值≤0%	2.0分																															
0%<數值≤5%	1.0分																															
5%<數值≤10%	0.5分																															
數值>10%	0分																															
三、足額進用身心障礙人員。 (6%)	依法應進用身心障礙人數與實際進用身心障礙人數「每月差額」 (6%)	統計數據	依法應進用身心障礙人數-實際進用身心障礙人數「每月差額」≤ 0 <table><tr><td>數值(差額) 每月個別合計，不加總</td><td>核給分數</td></tr><tr><td>1月≤ 0</td><td>0.5</td></tr><tr><td>2月≤ 0</td><td>0.5</td></tr><tr><td>3月≤ 0</td><td>0.5</td></tr><tr><td>4月≤ 0</td><td>0.5</td></tr><tr><td>5月≤ 0</td><td>0.5</td></tr><tr><td>6月≤ 0</td><td>0.5</td></tr><tr><td>7月≤ 0</td><td>0.5</td></tr><tr><td>8月≤ 0</td><td>0.5</td></tr><tr><td>9月≤ 0</td><td>0.5</td></tr><tr><td>10月≤ 0</td><td>0.5</td></tr><tr><td>11月≤ 0</td><td>0.5</td></tr><tr><td>12月≤ 0</td><td>0.5</td></tr></table>	數值(差額) 每月個別合計，不加總	核給分數	1月≤ 0	0.5	2月≤ 0	0.5	3月≤ 0	0.5	4月≤ 0	0.5	5月≤ 0	0.5	6月≤ 0	0.5	7月≤ 0	0.5	8月≤ 0	0.5	9月≤ 0	0.5	10月≤ 0	0.5	11月≤ 0	0.5	12月≤ 0	0.5	≤ 0	3.5	1. 辦理情形說明： 達成目標值0% 2. 達成率：100% ◎111年度4、5、6、10及12月均不足額進用，分數從6分修正為3.5分。
數值(差額) 每月個別合計，不加總	核給分數																															
1月≤ 0	0.5																															
2月≤ 0	0.5																															
3月≤ 0	0.5																															
4月≤ 0	0.5																															
5月≤ 0	0.5																															
6月≤ 0	0.5																															
7月≤ 0	0.5																															
8月≤ 0	0.5																															
9月≤ 0	0.5																															
10月≤ 0	0.5																															
11月≤ 0	0.5																															
12月≤ 0	0.5																															

策略績效目標	衡量指標								
	衡量指標	評估方式	衡量標準				年度目標值	項目權分	績效量暨達成情形分析
四、推動公務人員終身學習。 (5%)	1. 平均終身學習時數(2%) 2. 必須完成10小時課程達成率(3%)	統計數據	本年度單位平均終身學習時數至少應達20小時(其中包含必須完成之10小時課程-當前政府重大政策1小時、環境教育4小時、性別主流化1小時、廉政與服務倫理、人權教育、行政中立、多元族群文化、公民參與等4小時，並以數位學習為優先)。				1. 20小時 2. 90%達成率	(1)2分 (2)2分	1. 辦理情形說明： (1)平均終身學習時數目標值20小時，達成率100% (2)應完成10小時課程達成率78% ◎必須完成10小時課程達成率為78%，故核給分數為2分，分數從2.34分修正為2分，以上總計分數為4分。
			1. 平均終身學習時數	核給分數	2. 必須完成10小時課程達成率	核給分數			
			20 小時以上	2	達90%者	3			
			15-19小時	1.5	達80%者	2.5			
			10-14小時	1	達70%者	2			
			5-9小時	0.5	達60%者	1.5			
			未達5小時	0	達50%者	1			

新聞及行政處（四）經費面向策略績效目標（權數為15%）

策略績效目標	衡量指標					
	衡量指標	評估方式	衡量標準	年度目標值	項目權分	績效量暨達成情形分析
一、節約政府支出，邁向財政收支平衡。 (7%)	各單位當年度經常門經費賸餘數與預算數百分比 (7%)	統計數據	※指標設算公式： 【經常門預算數－經常門決算數】 /經常門預算數 ※設算說明： (1) 決算數＝實支數＋保留數 (2) 預算數及決算數皆不含人事費，並得扣除依法應全數執行之經費(應檢具資料說明) ※計算方式如下： 1. 節餘率達4% 以上者100分 2. 節餘率未達 3% 者 90分 3. 節餘率未達2% 者 80分 4. 節餘率未達1% 者 70分 5. 節餘率未達0.5% 者60分	4%	7	1. 辦理情形說明： 本處經常門預算數(不含人事費)為102,460,000元，決算數(不含人事費)為92,862,479元，節餘率為9%，得分為100分 2. 達成率：100%
二、提升預算執行績效 (8%)	資本門預算執行率 (8%)(無資本門者以滿分)	統計數據	【(資本門決算數/資本門預算數)*100%】 ※資本門決算數＝實支數＋保留數	80%	8	1. 辦理情形說明： 本處資本門預算數為85,005,000元，決算數為

策略績效目標	衡量指標					
	衡量指標	評估方式	衡量標準	年度目標值	項目權分	績效量暨達成情形分析
	計算)		※計算方式如下: 1. 執行率達80%以上者100分 2. 執行率達70%~79%者90分 3. 執行率達60%~69%者80分 4. 執行率達50%~59%者70分 5. 執行率未達50%者60分			83,383,947元，執行率為98%，得分為100分 2. 達成率：100%

參、未達年度目標值之績效目標檢討

績效指標	衡量標準	原訂目標值	達成度差異值	未達成原因分析暨因應策略
無				一、未達成原因分析： 二、因應策略：

肆、推動成果具體事蹟總評

一、優良事蹟

道路交通安全宣導業務於111年度榮獲交通部金安獎公開表揚，連續5年蟬聯該部考評單項成績分組第1名，並獲單項與團體工作補助費16萬元獎勵。

二、為加強宣導交通安全及食品安全，本處於本（111）年10月8日假中興新村親情公園舉辦「民歌好聽食在好行 Heartwarming 2022南投演唱會」，除邀請多位民歌手表演外，活動內容有播放宣導影片、交安食安講堂、有獎問答、局處政令宣導攤位、闖關遊戲攤位，吸引數千人參與，媒體報導計38則，活動迴響熱烈圓滿成功。

三、出版縣政成果專書：為宣傳本府施政成果，委託遠見天下文化出版股份有限公司出版縣政成果專輯，書名：「中間。中堅：島嶼中心的不平凡」，分別從六種不同面向，包括觀光、物產（茶與咖啡）、五大園區、青創、醫療、教育及縣政團隊等，挖掘在南投這片土地上奮鬥的素人故事，以及本府團隊的努力，共同讓南投更美好，並於111年11月30日辦理新書發表會。

四、為有效控管停車場秩序，改善停車格使用效益及簡化停車管理人員作業，落實

使用者付費精神，爰建置「車牌辨識系統」，掌握停入停車場之車牌號碼，建立大數據資料庫，隨時稽查停車狀況，並增進縣庫收入，業已於111年3月1日正式啟用，截至111年底共計收入112萬4,312元停車費。

五、為有效管理「綜合大樓停車場」，帶動停車空間周轉率，減少民眾長期私自佔用情事，爰依本縣縣有財產管理自治條例等相關規定辦理土地公開標租，案於110年8月1日正式標租予業者辦理停車收費，110年8月1日至12月31日租金收入共計52萬7,720元，111全年度租金收入計177萬7,680元。

六、受理有線電視申訴案，共計10件，均妥適處理完畢；每月進行有線電視側錄6次，111年查無不法情事；受理各局處有線電視跑馬宣導共計86件。

七、111年8月30、31日辦理「有線電視業務參訪研習活動」1場次，邀請本縣有線電視費率委員及媒體參訪新竹市振道有線電視公司及苗栗縣建設。

八、111年10月3日委託中投有線電視於南開科技大學辦理「公用頻道暨性別平權宣導活動」1場次，宣導本縣第3頻道公用頻道及性別平權觀念。

九、111年12月8日召開「111年度有線電視費率審議委員會會議」，審議112年有線電視費率，每月收視費用565元，季繳折扣30元，半年繳折扣120元，年繳折扣300元，本縣低收入戶(不分款)皆享有收視費用及3M 以上寬頻網路免費，並於111年12月20日公告周知。

十、集集大山電視轉播站為一無人駐守之數位無線電視轉播站，全年24小時發射數位無線電視訊號，因該站位處海拔1392公尺之集集大山頂端，為加強該站經營管理效能及實際需要，已增設連結電視訊號主機相關設備，並納入原已設置完成之監控系統切換，俾於第一時間監控電視訊號源，以保障民眾收視數位無線電視權益。

十一、配合本府各局處年度重大活動的舉辦，委託廣播電台製播各項縣政宣導及觀光、產業活動宣導促銷等廣播廣告，即時、快速的放送給全國聽眾，成功有效行銷南投，以吸引全國民眾到本縣觀光旅遊，增進各項產業產值，創造地方繁榮發展，111年度計委託10家廣播電台，分別製播118檔次至2,000檔次廣告，成效良好。

十二、配合縣長行程及本府各局處業務進行新聞採訪，製播縣政新聞於中投有線第4頻道播放宣導共計1,632則，並即時上架本府 YouTube 頻道，訂閱人數已逾1萬1千人，藉以促進民眾與政府間訊息交流增進縣務推動；請中投有線電視宣播跑馬燈共86則，即時將公益活動信息告知民眾，鼓勵民眾踴躍參與。

十三、依本府重要活動及政策推動，委託中國電視事業股份有限公司、鑫傳國際多媒體公司、好事文創行銷公司、中投有線電視公司等廠商製作「2022南投燈會-魷魚遊戲篇」、「2022南投燈會-現場篇」、「2022南投世界茶業博覽會」、「南投縣長新春賀歲拜年」、「親子共融公園」、「南投星空季」、「廚餘機補助」、「跟騷法」、「防範 Line 詐騙」等27則廣告短片，並運用多元管道宣傳，傳達本府重要施政成果。

十四、透過電子媒體重點宣傳行銷本府各項大型活動行縣政形象，宣傳成果如下：

(一) 2022南投燈會電子媒體行銷：

1. 新春期間安排全國性電視廣告託播，推廣予全國收視民眾：

託播業者	播出頻道	量化指標
台視	台視主頻、台視新聞、台視綜合	3頻道，5800秒
中視	中視主頻、中視新聞、中視精采	3頻道，6000秒
華視	華視主頻、華視新聞資訊、MOD 華視	3頻道，6120秒
年代電視	年代新聞、壹電視新聞、好萊塢電影、WAKUWAKU JAPAN、MOD 壹電視新聞台	5頻道，5960秒
東森電視	東森新聞、東森財經新聞、東森洋片、東森綜合、東森超視、東森亞洲新聞	6頻道，5360秒
中天電視	非凡新聞、中天娛樂、中天綜合、中天亞洲	4頻道，4800秒
三立電視	三立新聞、三立台灣、三立財經新聞、MTV、MOD 三立戲劇	5頻道，6860秒
TVBS 電視	TVBSN 新聞、TVBS 新聞綜合、TVBS 歡樂、MOD TVBS 精采台	4頻道，5900秒

2. 安排鄰近縣市地方有線電視系統台託播，推廣至鄰近民眾：

託播區域	播出系統台	量化指標
苗栗縣	吉元有線電視	5頻道，28840秒
台中市	群健有線電視、豐盟有線電視	10頻道，48720檔
南投縣	中投有線電視	9頻道，50800檔
彰化縣	新頻道有線電視、三大有線電視	7頻道，55440檔
雲林縣	佳聯有線電視	8頻道，40800檔
嘉義縣	大揚有線電視	8頻道，40800檔

3. 排各式新媒體平台廣告推播，觸及不同族群：

推播平台	推播素材	觸及率或觀看數
YouTube 影音廣告投放	2022燈會形象廣告	7萬曝光數
Facebook 影音廣告投放	2022燈會形象廣告	6萬曝光數
Instagram 影音廣告投放	2022燈會形象廣告	70萬曝光數
Yahoo! 首頁影音廣告	2022燈會形象廣告	10萬曝光數
台北戶外電視牆廣告	2022燈會形象廣告	4週

4. 拍攝空拍影像並媒合電視新聞宣傳燈會活動，露出媒體包含TVBS新聞、華視新聞、中視新聞、客家電視台、南投新聞等。

5. 協調全國性電視台密集於新聞時段播放文字快訊，包含台視、中視、華視、年代、東森、三立、TVBS等新聞頻道，於新春期間每日至少露出300次南投燈會文字訊息予全國周知。

(二) 2022南投世界茶業博覽會、2022南投巧克力咖啡節電子媒體行銷：

1. 委託全國性電視台託播茶博廣告片，爭取全國性認知度促進國旅：

託播業者	播出頻道	量化指標
台視	台視主頻、台視新聞、台視財經	3頻道，6840秒
中視	中視主頻、中視新聞、中視經典	3頻道，6240秒
華視	華視主頻、華視新聞資訊、MOD 華視	3頻道，6120秒
年代電視	年代新聞、壹電視新聞、好萊塢電影、MOD 壹電視新聞	5頻道，5960秒
東森電視	東森新聞、東森財經新聞、東森電影、東森戲劇、東森超視、MOD 寰宇新聞	6頻道，5820秒

中天電視	非凡新聞、中天綜合、中天娛樂、中天亞洲	4頻道，4660秒
三立電視	三立新聞、三立都會、三立財經、MOD 三立綜合台	4頻道，5640秒
TVBS	TVBSN 新聞、TVBS 新聞綜合、TVBS 歡樂	3頻道，5520秒

2. 安排鄰近縣市地方有線電視系統台託播，推廣至鄰近民眾：

託播縣市	播出系統台	量化指標
苗栗縣	吉元有線電視	4頻道，36500秒
台中市	豐盟有線電視	5頻道，37800秒
台中市	大屯有線電視	7頻道，44500秒
南投縣	中投有線電視	8頻道，56000秒
彰化縣	新頻道數位有線電視	3頻道，39900秒
雲林縣	佳聯有線電視	8頻道，56000秒

3. 利用網路新媒體平台密集推播宣傳，爭取曝光：

推播平台	推播素材	觸及率或觀看數
YouTube 觀看數推播	2022南投世界茶業博覽會廣告	至少22萬次
YouTube 前置廣告	2022南投巧克力咖啡節廣告	至少2萬次
Facebook	2022南投世界茶業博覽會廣告	至少7萬觀看數
Facebook&instagram	2022南投巧克力咖啡節廣告	至少70萬觀看數
年代電視官網影音	2022南投世界茶業博覽會廣告	至少5萬觀看數
壹電視官網影音	2022南投巧克力咖啡節廣告	至少5萬觀看數

十五、為宣傳本縣各項施政成果及重大活動，策劃全國電視台露出新聞宣傳並積極傳達本縣縣政成果予全國收視民眾，如下表列：

日期	露出主題	採訪對象	露出頻道
----	------	------	------

1/20	2022南投燈會記者會	縣長	台視、華視、年代、中天、三立
1/29	2022南投燈會開幕	縣長	中視、台視、東森、民視、TVBS
5/6	公視節目投89線建設專訪	縣長	公視
6/3	橋聳雲天開園蝶舞活動	縣長	台視、年代
6/15	台灣好行溪頭B線啟用	縣長	華視、中視
8/27	國際溫泉觀光特區藝品落成	縣長	台視、中視、TVBS
8/29	南投首創熱分解家戶垃圾	縣長	東森、華視、三立
9/27	南投巧克力咖啡節記者會	副縣長	年代、東森、TVBS
9/30	南投世界茶業博覽會記者會	縣長	台視、華視、三立、中天
10/8	茶博會開幕	縣長	年代、民視、中天
10/8	2022南投民歌演唱會	縣長	台視、中視、華視、民視、年代、東森、中天、三立、TVBS
10/9	茶博會千人茶會	縣長	中視、東森、三立
10/10	巧咖節粉紅泡泡野餐日	縣長	台視、華視、TVBS
10/11	巧咖節巧咖好物街	觀光處長	中視、TVBS
11/8	南基醫院擴建醫療利多	縣長	華視、台視
11/30	林縣長八年新書發表會	縣長	台視、華視、中天、三立
12/25	許縣長就職宣誓	縣長	台視、年代、東森、TVBS

十六、為宣傳本縣施政成果，辦理縣長參加中投有線電視南投亮點節目-「打造幸福南投-社福長照篇」「守護學子安心向學」節目錄製事宜。

十七、新興毒品因種類繁多不斷演化，且查辦不易，為防範縣內青少年朋友受到毒品危害，本處配合教育處及衛生局於中投有線電視5個頻道播放縣長及議長呼籲國人拒毒反毒及「小心毒品在你身邊」2集30秒廣告，共計播放15天，總計1125檔次同時也安排於660臉書及Youtube南投美好生活上架宣傳。

十八、建立友善影視音環境，期盼成功行銷本縣觀光景點，本處受理影視協拍如下：

(一) 磊動媒體有限公司-「sun moon 日月」電影片：

111年2月份受理磊動影視音業者申請協拍，主要拍攝地點在日月潭及魚池鄉街道，向本府工務處申請路權及警察局申請協助道路疏導、另協調台灣電力公司大觀發電廠同意申請水域拍攝，本片係由 Sony 美國電影委託本國影視公司拍攝製作，主要演員國內有賀軍翔、黃仲崑及其他國外知名演員，拍攝場域涵括文武廟、三育基督院等自然環境及本縣特色景點，爰依文化部影視及流行音樂產業局函頒中央流行疫情指揮中心對外公告「影視劇組拍攝防疫管理措施」相關防疫規定，要求劇組配合防疫相關事宜，順利於同年4月底殺青，將於全國電影院上映。

(二) 全富傳播股份有限公司-中視「飢餓遊戲」電視節目：

111年3月份受理全富影視音業者申請協拍，主要拍攝地點在本府轄管名間親子生態園區，向農業處申請場地無償借用及劇組2台遊覽車及1台9人座客車免費停車，本電視節目為收視率相當高之電視綜藝節目，主持人有111年年本府舉辦跨年晚會活動相當受歡迎之壓軸來賓豆花妹（蔡黃汝）、孫協志、王仁甫、許孟哲、崙崙等知名藝人。期盼藉由電視節目適時介紹本園區各項亮點及行銷本縣觀光景點及農產品，成功行銷本縣觀光景點及建立友善影視環境。

(三) 巨宸製作有限公司-「金盆洗手」電影片：

111年3月受理巨宸影視音業者申請協拍，本片主要拍攝地點在本縣南投市中興新村，協調國家發展委員會中興新村活化辦公室商借舊有房舍、商請本府警察局協助交通疏導及南投市公所商借光明里活動中心當演員化妝空間。本電影片由金馬獎最佳原著劇本獎入圍之知名編劇潘志遠執導；主要演員有蔡振南、電影瀑布演員陳以文、喜翔、李千那等知名演員。

(四) 勇沛傳媒國際傳媒有限公司-『台灣 X 檔案之靈異特搜隊』電視劇：

111年4月份受理勇沛傳媒影視音業者申請協拍，本電視劇為中國電視公司八點檔連續劇，劇情為描述基層警察的故事，主要拍攝場景在警察局之偵訊室、拘留室等空間，爰協調本府警察局空間提供拍攝。

(五) 時創影業股份有限公司-「零下一九七」電視劇：

111年4月份受理時創影視音業者申請協拍，主要拍攝地點在本縣向山遊客中心及南峰高爾夫球場，協調日管處商借向山行政暨遊客中心全區外觀及中心廊道、演員梳化空間等；及向南峰高爾夫球場商借戶外草地架設舞台及生日宴會會場、大門車道及大廳、3間 VIP 室及1間會議室等室內場地。本劇斥資3億，由馮凱導演及陳冠仲聯手執導；主要演員有邱澤、陳意涵、寇世勳等知名演員，全片於本縣拍攝3個月，於同年8月底殺青，預計112年上映。

(六) 我的假期股份有限公司-「AKB48 Team TP_夢之河」音樂 MV 拍攝：

111年6月份受理我的假期影視音業者申請協拍，本府協調日管處商借向山遊客中心水池週邊、廊道及梳化空間等，AKB48 Team TP 是由日本作詞家秋元康擔任總製作人、音樂製作人陳子鴻擔任顧問的臺灣女子偶像團體，為日本偶像團體 AKB48在海外的姊妹團體之一，俟完成後製後，將於各大網路平台播映，期盼行銷本縣觀光景點及建立友善影視環境。

(七) 甜蜜生活製作有限公司-「Volvo XC40 2022汽車」廣告片：

111年7月份受理甜蜜生活影視音業者申請協拍，主要拍攝地點在本縣向山遊客中心、玄光碼頭及水社半島，協調日管處商借向山行政暨遊客中心全區外觀及中心廊道、演員梳化空間、玄光碼頭等；及協調台灣電力股份有限公司大觀發電廠申請水社半島草地進行取景。本廣告片導演為「瀑布」電影片金馬獎導演鍾孟宏，期盼行銷本縣觀光景點及建立友善影視環境。

(八) 八大電視股份有限公司-「台灣第一等」電視節目：

111年7月份受理八大影視音業者申請協拍台灣第一等「南投日月潭-趕虎特攻隊」單元節目，本處協助劇組向日管處及台電大觀發電廠商借本縣伊達邵及日月潭周邊水域進行拍攝，該劇組除搭乘漁筏參與漁民捕魚作業外，並製作虎魚料理，藉此宣導政府單位如何防治外來魚種破壞的成果，節目將擇期於週日晚間九點於八大電視台播出。

十九、為因應本次嚴重特殊傳染性肺炎，本處防疫宣導措施如下：

(一) 配合中央疫情指揮中心，每日於有線電視全天候全區播送15~22則

不等跑馬燈加強宣導，每小時至少播送2次，加強宣導民眾防疫觀念。

- (二) 配合中央流行疫情指揮中心各項防疫指引，至本縣轄內埔里山明戲院、南投戲院、中投有線電視公司(南投市、埔里、水里、竹山營業處)，主動稽查民眾是否遵守防疫規範，共計48次，勸導件數計0件。
- (三) 本府縣政頻道持續製播防疫相關新聞，宣達正確防疫觀念及政策訊息，於中投有線第4頻道播放並於 YouTube 上架影片，本年度計製播102則防疫相關新聞，包含：疫苗施打措施、校園入學清消措施、疫情物資發放、自主防疫規定等，即時傳達縣民本縣防疫措施及相關訊息。
- (四) 為擴大新冠肺炎防疫宣傳，安排本府縣政頻道持續播出中央流行疫情指揮中心廣告影片，有效並即時正確傳達防疫作為，111年度播出20支廣告影片，包含「戰勝 Omicron 迎向新生活(台語版)」、「確診怎麼辦?(客語)」、「快篩陽性怎麼辦」、「國民阿嬤打疫苗 安心提升保護力」、等廣告短片。