

臺北市政府客家事務委員會 112年度施政計畫績效報告

壹、前言

本會以形塑都會客家，友善客語環境為目標，致力強化本市都會客家品牌，以發揚客家文化，期透過辦理具有國際性、潮流化及創新性的客家語言及文化推廣活動，以提升國際能見度，吸引年輕族群關注，擴大民眾參與，形塑造都會客家樣貌，達多元推廣客家文化語言成效。為傳承客家語言，藉由扎根幼兒客語學習，透過客語教學示範環境建置、辦理營隊、客語教育中心、臺北客家書院及客家育成扎根計畫之執行，達到母語保存及客家文化延續之目的。另為打造客家文化主題公園成為城市小旅行的絕佳場域，本會持續改善硬體空間效益設施及提升服務品質，串聯客家特色團隊，辦理產業推廣及文化交流，型塑主題公園為臺北假日必遊景點。

貳、機關 109 至 112 年度預算及人力

一、近 4 年預、決算趨勢 (單位:百萬元)

預決算	109	110	111	112
預算	279.30	330.62	293.90	243.65
決算	266.42	311.23	283.74	236.13
執行率(%)	95.39	94.14	96.54	96.91

二、機關實際員額

年度	109	110	111	112
人事費占決算比例(%)	12.23	9.91	11.00	13.61
人事費(單位：千元)	32,592.38	30,840.55	31,197.28	32,134.80
合計	29	28	28	29
職員	21	20	20	21
約聘僱人員	4	4	4	4
警員	0	0	0	0
技工工友	4	4	4	4

參、重要年度目標、策略推動成果與未來精進方向

本會112年度重要年度施政目標為「打造客家語言友善環境」、「著重客家青年世代傳承」、「推動都會客家文化特色」等3項，期透過「塑造都會客家品牌」、「增進跨縣市合作」之施政理念，務實掌握「傳統與現代、都會與原鄉、客家與多元」三個對接，強化跨域連結，異業結合辦理推廣活動，開創新商機，使客家文化深耕臺北。並將客家精神融入永續議題(如SDGs)，藉由橫向發展策略，發揚臺北客家精神，塑造兼具本土、都會與國際特色之「都會客家」文化。

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
<p>打造客家語言友善環境</p>	<p>客語繪本改編為動畫，從臺北出發，與全球心靈共振，客家耀眼國際。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本會繪本過去授權客家公共傳播基金會（以下簡稱客傳會）所製作之動畫《咕咕咕》，已入選7個電影節、入圍2個獎項、榮獲2個獎項。 2. 參照客傳會《咕咕咕》於YouTube之瀏覽人次，本會112年度自行改編之繪本動畫，預估1年瀏覽人次將達3萬人次。 3. 以參加國內外各大影展為行銷宣傳手法，期藉所獲成績，一方面打造臺北都會客家品牌，另一方面亦提高本市於國際舞臺能見度。 4. 另將生動有趣的故事與客家族群的生存智慧連結到多項議題，一方面有助保存全球文化多樣性，為未來的創新保存文化DNA，另一方面更有助解決全人類共通的議題，並推動世界朝向更美好的願景前進。 	<p>首先，持續提升繪本動畫故事的品質，讓更具吸引力和感染力的動畫故事，引領觀眾深入探索客家文化、歷史和智慧。其次，考慮配合113年度客家繪本動畫之故事內容與走向，開發不同外語的動畫配音，期使不同種族和國籍的觀眾更容易走入客家繪本動畫的世界。最後，審酌是否與客家領域以外的政府機關、民間單位跨域合作行銷推廣客家繪本動畫，以更好地整合資源，提高行銷品質和宣傳效果。</p>
<p>著重客家青年世代傳承</p>	<p>辦理「後生文學獎」徵文比賽，徵選短篇小說、散文、小品文及客語詩，112年起新增圖文創作項目。</p>	<p>「2023後生文學獎」，以文字保留客家生活樣貌，使大眾能藉由文字一窺當代客家縮影、記錄客家生活，成為日後跨世代探討客家文化的重要資產，並從中獲得文化新詮釋與客家文本之參考，投稿件數共計199件，共頒發25個獎項。得獎者最小年齡5歲。</p>	<p>「後生文學獎」徵文比賽除持續規劃辦理，預計於10周年邀請歷年得獎者及文學家參加座談會。另將作品透過文化IP方式進一步創新及應用，發展為臺北客家獨特的內容作品，擴大客家文學影響力，吸引更多後生參與。</p>
	<p>第一座客家主題式圖書影音場館「客家圖書影音中心」，提供市民及年輕人</p>	<p>以活化館藏為核心辦理推廣活動，並與鄰近里辦公室合作，和社區里民及親子共同參與客家文化體驗、客家藝術教育活動。112年辦理推</p>	<p>結合客家影音資料以活化館藏為核心辦理推廣活動，帶動客家及非客家年輕族群投入客家文</p>

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
	獲得客家文化資訊及活用的平台。	廣活動12場次，場地出租共計141場次，服務人次共計7,791人次。	化創作之興趣。
推動都會客家文化特色	辦理臺北客家義民嘉年華，全臺最盛大、最多人、最依循古禮之義民祭，「省到幾時 SDGs」主題符合國際永續潮流。	臺北客家義民嘉年華於112年10月21至23日於臺北市客家文化主題公園及國家兩廳院藝文廣場辦理，以「省到幾時 SDGs」為主題，由臺北市政府團隊、超過50個臺北民間客屬團體及分布全臺23間義民廟通力合作，辦理內容包括迎神遶境、安座大典、陣頭獻藝、客家大戲、三獻吉禮、挑擔奉飯、創意踩街、主祭大典、藝文演出、送神大典及客莊物產市集等。實體活動約12萬5,000人次參與，相關直播影片瀏覽人次逾2萬，有效宣揚客家文化，讓下一個世代更了解義民祭的意義。活動融合傳統與創新，加入在地特色。	臺北客家義民嘉年華將以傳統信仰為基礎，加入吸引新世代年輕人相關議題，結合文化、藝文、產業與創意，提高客家文化能見度。
	辦理客家生活物產推廣平台，建構客家主題公園成為城市小旅行的絕佳場域。	每週六、日常態性舉辦之「市集」為核心，不定期規劃大型主題市集，串聯全臺客庄、臺北客家、世界客家聚落特色團隊，以在地生活、產業工作、職人故事、物產體驗、當代生活方式等內涵，形塑產業推廣及文化交流活動，帶動入園人數，以及臺北客家食農教育基地的軟體內容提升。合計1,550個攤位參展、假日市集共計98場次，8場微醺野餐日與2場客庄遶山花，共計吸引5萬5,841人次參與。	以「客家 X 永續 X 餐飲 X 農學」四大面向，建構北市南區最大、最具文化內涵之食農教育基地。
	客家文化產業交流計畫-「臺北客庄小禾埕市集」，打造最美、最多元、最時尚之客家味市集	112年10月14日、15日在花博公園舉辦「臺北客庄小禾埕市集」，結合各地客家鄉鎮市區村（聚）落及社區，匯集來自全臺72間客家特色商家，以客家風味美食、手工藝文、文創商品精選出「好生趣、好	結合各地客庄新興工藝、農特產品及客家後生新創作品，帶動創新文化產業及農村活力發展，打造臺北都會客家產業平台、建立原鄉客

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
		好食、好好寮」三大特色主題，共下打造最美的客家市集。兩日活動人流統計達2萬2,000人次，展售額達622萬元。	庄與都會客家之對話，使臺北成為流通全臺各地客家原鄉物產、人文之最佳窗口。
	2023世界客家博覽會-臺北展區，博覽會唯一呈現女性貢獻及產業連結	<p>1.以「發聲·發生」為主題。凸顯客家在臺北都會的發展脈絡，發揮客家在都會累積能量，向世界「發聲」的意涵，展示內容分為七項子題，包括時光列車、1988還我母語運動、客式生活、我的房間、都會叢林、文本IP授權及未來車票等，貫穿臺北市獨特的都會發展過程。</p> <p>2.其中「我的房間」—性別平權推動，在房間裡聆聽都會客家女性的發聲，展現客家女性在社會更多元的形象。「未來車票」—結合市場處、商業處及花博市集，在400間商家，行動裝置出示數位「未來車票」，享有商家優惠。</p>	無。

肆、整體風險管理(含內部控制)推動情形

本會已依「臺北市政府各機關學校風險管理作業方式」及「臺北市政府實施內部控制制度作業原則」，就年度施政目標及重要計畫方案或措施項目辨識可能面臨之各項風險及發生之原因後，評估風險發生可能性及影響程度，採取內部控制或其他處理機制，以合理確保達成施政目標，並將風險管理(含內部控制)融入日常作業與決策運作。另112年度內部控制運作查核經本會內部控制專案小組查核完竣、出具查核報告，並於112年9月26日簽奉核准，112年度查核項目錄案持續追蹤至改善完成為止，並每半年追蹤一次。