

臺北廣播電臺 112 年度施政計畫績效報告

壹、 前言

本臺以成為本市防救災訊息露出主要管道，發揮臺北市防救災專屬電臺角色為目標，並致力行銷台北，透過製播優質廣播節目、拓展閱聽多元族群；利用多元管道（含 Facebook 粉絲頁、YouTube、Podcast 頻道等）提升電臺整體行銷效能；建置電臺專屬廣播網站，強化網路、手機 App 收聽功能，力求收聽人口持續正成長。

貳、 機關 109 至 112 年度預算及人力

1、 近 4 年預、決算趨勢 (單位:百萬元)

預決算	109	110	111	112
預算	54	55	57	104
決算	53	54	57	104
執行率(%)	98	98	99	99

2、 機關實際員額

年度	109	110	111	112
人事費占決算比例(%)	60%	58%	61%	33%
人事費(單位：千元)	31,548	31,421	34,463	34,299
合計	39	35	37	37
職員	34	30	32	32
約聘僱人員	2	2	2	2
警員	0	0	0	0
技工工友	3	3	3	3

參、 重要年度目標、策略推動成果與未來精進方向

本臺112年度重要年度施政目標為「廣播設備世代更新」、「新廣播網站建置」、「以優質節目凸顯電臺之公共服務及多元特色」、「加強都市行銷」、「跨局處、團體合作、擴展電臺資源」等5項，期透過加強廣播設備及機具維護，辦理電力(器)、影音及轉播設備更新，提升廣播與播音效能；藉由推動都會觀光、藝文活動、跨局處合作以及運用多元管道加強行銷臺北。

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
臺北廣播電臺廣播設備世代更新財物採購統包案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新建8間廣播專業播音室。 2. 獨立空調溫控系統汰換。 3. 廣播節目自動播出系統汰換。 4. 混音系統暨週邊傳輸鏈路設備汰換。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建置8間全新播音室，設備採用德國最新混音系統及傳輸設備，大幅提升播出音質和傳輸的穩定性，隔音、吸音等聲學效果更通過專業認證達到國際標準，可以提 	持續推動廣播設備軟硬體相關更新與汰換。

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
	5. 主控室、機房與電力配電線路更新。	<p>供聽眾最優質的收聽體驗。</p> <p>2. 其中1間播音室特別設計為沉浸式播音室，受訪來賓可以坐在仿如大客廳的沙發椅上輕鬆接受主持人訪問，讓節目錄製效果更為自然。</p> <p>3. 另1間播音室提供最新的直播設備，設置2個不同角度的攝影鏡頭，可以由主持人透過桌上型操控介面控制畫面切換，讓民眾有機會看到更生動、更有變化的直播畫面。</p>	
臺北廣播電臺新廣播網站建置案	<p>1. 網路廣播新網站建置。</p> <p>2. 新網站前臺設計規劃與使用者使用模式。</p> <p>3. 新網站後臺客製化與自動化。</p> <p>4. 既有隨選收聽系統資料移轉。</p> <p>5. 相關資安防護措施。</p>	<p>本臺推出「聽臺北」網路電臺，以現代簡約風格設計的使用介面，提供更方便的搜尋系統和主題分類，讓使用者能隨時根據喜好快速搜尋和聆聽臺北電臺的節目，達到數位時代多元民眾的聆聽需求。</p>	<p>依本臺核心精神，經營一系列深具「真誠·溫暖」的節目內容，同時努力打造具有「臺北聲景」的「聽臺北」網路電臺。</p>
以優質節目凸顯電臺之公共服務及多元特色	<p>1. 持續邀請知名媒體人、專家及金鐘主持人製播藝文、教育、觀光、民生、社福等議題節目，並辦理節目聽審，打造優質節目。</p> <p>2. 企製多檔原住民文化節目，介紹原住民語</p>	<p>依據尼爾森2023年廣播大調查顯示，本臺112年前3季收聽率分別為13.7%、11.5%、14.6%，均較往年高，其中第3季為歷來最高；112年度除入圍2</p>	<p>持續邀請專業人士製播節目，增進本臺節目品質、公共性及多元性。</p>

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
	<p>言、音樂、傳統文化、福利政策資訊；透過自製與合製方式製作印尼語、越南語等新移民節目，關注新移民生活及政策議題，促進跨族群了解與融合。</p> <p>3.製作多檔兒少節目，主題涵蓋成長經驗、身心發展、英語教育、永續議題、法治教育、新移民等，落實公營電臺之公共服務使命。</p>	<p>項廣播金鐘獎外，自製節目《在青春的週記裡》亦獲台灣兒童及少年優質節目促進性別平等教育獎肯定。</p>	
<p>推廣都會觀光、藝文活動，加強城市行銷。</p>	<p>1.製播節目推廣臺北景點、藝文活動、街頭藝人表演等，提供聽眾城市生活情報、藝文表演及遊憩資訊。</p> <p>2.執行基北北桃觀光串聯行銷計畫，推廣基北北桃觀光資訊，豐富節目廣度並強化城市行銷綜效。</p> <p>3.辦理演唱會等活動，推廣電臺及音樂藝術，同時結合街頭藝人表演等，推廣觀光並收行銷城市之效。</p>	<p>邀請桃園市政府客家事務局、新北市政府觀光旅遊局、桃園市政府觀光旅遊局等基北北桃觀光有關單位首長於本臺節目推廣觀光；另於112年度辦理3場演唱會，聽眾反應良好。</p>	<p>製播觀光、美食主題節目，加強行銷臺北城市觀光。並以「臺北聲景」為概念企畫單元，以聲音建構屬於臺北的城市形象。</p>
<p>運用多元管道推廣電臺</p>	<p>1.辦理演唱會、聽友會等活動回饋聽友與市民，並提升電臺知名度。</p> <p>2.經營臉書等社群媒體，並透過YouTube直播及上傳影片，同時於Podcast上架優質主題節目，亦可透過台北通App及電臺官網線上收聽節目，多管道</p>	<p>迄112年底累計臉書粉絲追蹤數達1萬9,464人；112年Podcast節目總下載數達86萬次；YouTube影片觀看達46萬次，有效觸及多元聽眾。</p>	<p>持續加強節目、活動、網站、社群媒體、聲音媒體、影音平臺之協作，增進多元管道宣傳之綜效。</p>

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
	拓展收聽族群。		
跨局處、團體合作，擴展電臺資源	1.與其他市府單位以及大專院校合作製作節目，跨單位行銷市政。 2.與其他公營電臺合製節目，除降低製作成本，同時可結合外部資源製作多元特色節目，並藉此擴展收聽族群。	112年度跨機關合作節目共計3檔、建教合作節目1檔，另與公營電臺合製節目共4檔。同時本臺3節目透過漢聲電臺於全國或中國大陸播出，有效擴大收聽範圍。	賡續進行跨單位合作製播優質節目。

肆、 整體風險管理(含內部控制)推動情形

本臺已依「臺北市政府實施內部控制制度作業原則」，將風險管理(含內部控制)融入日常作業與決策運作，考量可能影響目標達成之風險，據以擇選合宜可行之策略及設定機關之目標，並透過辨識及評估風險，採取內部控制或其他處理機制，以合理確保達成施政目標。