

人口及土地利用，並妥適調整公共設施配置，避免排擠既有市區更新及危老建築物重建資源，影響政府改善既有市區民眾居住品質綜效等情事，經函請行政院查明妥處。據復：1. 已責請內政部偕同國家住都中心重新檢視向國防部價購之營地，若涉及地上物、現住戶處理及私有鄰地整合，且周圍環境較為窳陋，可有條件採都市更新方式辦理，反之則興辦社會住宅；另按都市更新名義價購之土地，應與興辦社會住宅分開辦理，以避免衍生誤解，並將持續強化民眾參與機制，俾政府政策順利推展；2. 危老條例係推動都市計畫區內老舊建築物重建之策略，為整體都市更新政策之重要一環，內政部已規劃於該條例屆期前妥為評估後續修法方式，以因應民眾申請辦理都市危險及老舊建築物重建需求；3. 內政部刻正審視市縣政府辦理轄內各都市計畫區之公共設施用地專案通盤檢討，因應人口發展趨勢，覈實檢討計畫人口及公共設施需求，促使有限土地資源合理利用，並將持續強化政府主導都市更新及輔導民眾自主更新等業務量能，積極改善國人生活環境品質。

(二十) 預算法第 62 條之 1 規定公布施行迄至 110 年底已近 11 年，各機關辦理政策及業務宣導於預算編列、採購作業程序、辦理機關或廣告標示、資訊公開等執行情形，仍有部分事項尚待研謀改善。

110 年度中央政府 23 個主管機關（含所屬公務、營業基金、非營業特種基金）於平面媒體、網路媒體（包括 Facebook、LINE 等網路社群媒體）、廣播媒體及電視媒體等 4 大媒體（下稱 4 大媒體）辦理政策及業務宣導，總計支用 13 億 4,519 萬餘元（表 31）。經查 110 年度中央政府各機關、營業基金及非營業特種基金（下稱各機關）依預算法第 62 條之 1、立法院決議事項等相關規定辦理宣導案件結果，暨各機關 108 至 110 年度辦理宣導採購執行情形，核有下列事項，經函請行政院督促相關機關研謀改善。據復：業交付行政院主計總處處理，該總處業於 111 年 6 月 29 日函請相關機關研處及檢討辦理。

表 31 110 年度中央政府各機關辦理政策及業務宣導經費執行情形
單位：新臺幣千元

預算別	支用數
合計	1,345,199
公務機關	694,507
營業基金	127,240
非營業特種基金	523,451

資料來源：整理自中央政府各機關提供資料。

1. 政策及業務宣導經費尚乏明確定義、採購需求項目尚未建立相關價格資料庫，允宜督促權責機關明確定義「政策及業務宣導經費」範圍、研謀蒐集政策及業務宣導採購共通性商情資訊，建立可供運用之價格資料庫，俾為各機關預算編列之準據及參考：中央政府部分機關辦理政策及業務宣導相關經費預算編列情形，核有：(1) 各機關自編列 111 年度預算起，應將媒體政策及業務宣導費編列於專屬三級用途別科目，惟內政部警政署警察廣播電臺、農業委員會漁業署漁業廣播電臺、國立教育廣播電臺等 3 個公營廣播電臺，依法定職掌配合主管機關政策或業務，進行宣導及製播節目（表 32），

表 32 111 年度公營廣播電臺編列預算涉有預算法第 62 條之 1 規定適用疑義情形
單位：新臺幣千元

廣播電臺名稱	預算數	編列於媒體政策及業務宣導專屬三級用途別科目金額
內政部警政署警察廣播電臺	201,823	—
農業委員會漁業署漁業廣播電臺	84,881	—
國立教育廣播電臺	221,954	153

資料來源：整理自各該機關 111 年度預算書。

以及部分機關捐助或委託財團法人製播與機關業務具高度攸關性之節目，並於 4 大媒體託播等（表 33），相關預算編列及執行多經機關認定非適用預算法第 62 條之 1 規範，為避免各機關認定不一或規避適用，允宜督促權責機關明確定義「政策及業務宣導經費」範圍，俾為各機關預算編列、執行以及後續揭露政策及業務宣導案件明細之準據；(2) 行政院公

表 33 111 年度部分機關編列捐助或委辦經費涉有預算法第 62 條之 1 規定適用疑義情形

單位：新臺幣千元

主管機關	三級用途別科目名稱	預算數	財團法人名稱	捐助或委辦事項
原住民族委員會	對團體捐助	411,155	財團法人原住民族文化事業基金會	辦理原住民族電視臺自製節目及廣播，並於原住民族電視臺及原住民族廣播電臺託播。
客家委員會	對團體捐助	201,300	財團法人客家公共傳播基金會	辦理全國性客家公共廣播，並於講客廣播電臺託播。
	委託辦理	390,000	財團法人公共電視文化事業基金會	辦理客家電視節目製播，並於客家電視臺託播。
文化部	對團體捐助	450,433	財團法人公共電視文化事業基金會	辦理產製臺灣文化節目內容，並於公共電視託播。
		294,544	財團法人中央通訊社	辦理國內外新聞報導業務等，並於中央通訊社網路新聞媒體託播。

註：1. 按 111 年度各該機關表列捐助或委辦事項均未編列於媒體政策及業務宣導專屬三級用途別科目。

2. 資料來源：整理自各該機關 111 年度單位預算書。

共工程委員會已建置公共工程價格資料庫，供機關辦理採購預算編列及底價訂定參考，惟就政策及業務宣導採購需求項目則尚未建立相關價格資料庫，鑑於政策及業務宣導採購需求項目多元，成本分析較為不易，且機關辦理是項業務情形，仍間有招標簽核過程，未就採購預算需求項目逐項進行成本分析，相關預算編列未盡詳實，衍生得標廠商加值回饋金額占契約金額比率偏高之異常情事（舉如：內政部營建署「108 年度社會住宅包租代管行銷宣導委託專業服務案」，係委請廠商製作社會住宅包租代管相關宣導影片，並透過廣播、網路、社群及電視等媒體進行宣導，得標廠商加值回饋項目亦包含於上述媒體進行宣導，採購案之契約金額 959 萬元、得標廠商加值回饋金額 519 萬餘元，占契約金額比率 54.18%），允宜促請權責機關研謀蒐集政策及業務宣導採購共通性商情資訊，並建立可供運用之價格資料庫，以供機關辦理採購預算編列及底價訂定參考，確保採購預算編列之合理性等情事。

2. 部分機關辦理政策及業務宣導，未依預算法第 62 條之 1、立法院決議事項等規定辦理，或採購作業間有缺失情事：中央政府部分機關（基金）辦理 110 年度政策及業務宣導執行情形，及 108 至 110 年度採購案件之招標、決標、履約作業，核有：(1) 未於預算書表專項列示政策宣導經費，而以突發事件或辦理工程案件所需為由，動支經費辦理宣導，允應督促嗣後依行政院主計總處 111 年 1 月 11 日召開政策及業務宣導經費編列與執行事宜會議之決議於法定預算額度內列支；(2) 辦理宣導間漏未依規定按月於機關網站資訊公開區公布、按季彙送立法院，或未正確公告資訊，或按月於機關資訊公開區公布及送立法院備查案件資料之欄位格式，與規定未符；(3) 辦理宣導間有未依規定明確標示機關名稱或廣告；或已標示廣告，惟字體過於模糊；(4) 預算法第 62 條之 1 之立法意旨，係基於行政中立、維護新聞自由及人民權益，惟部分對外宣導仍集中於少數電視新聞台、網路媒體，或僅擇選於有線電視台宣導；(5) 辦理部

分採購案件，係將與採購標的無關項目納入履約、執行成果未見後續推廣運用或宣導成效欠佳（表 34）；（6）行政院主計總處 110 年 6 月 22 日通函各機關「○○主管機關（含國營事業、基金、財團法人）○年第○季辦理政策及業務宣導之執行情形表」，尚無採購「標案名稱」欄位，致主管機關無法透過採購標案名稱，結合機關之政策及業務宣導採購決標資訊，進行交互勾稽，以要求補正漏未公開資訊等情事，允宜督促相關機關依規定辦理並研謀改善。

表 34 108 至 110 年度部分機關辦理政策及業務宣導缺失情形

項次	缺失事項	機關（基金）名稱
110 年度辦理政策及業務宣導部分：		
1	未於預算書表專項列示政策宣導經費，而以突發事件或辦理工程案件所需為由，動支經費辦理宣導	內政部營建署墾丁國家公園管理處、交通部公路總局、運輸研究所、鐵道局及所屬等 4 個機關
2	漏未按月於該網站資料公告，或按季彙送立法院備查	外交部、衛生福利部等 2 個機關
	將非屬於 4 大媒體託播之宣導案件誤列入按月公布或按季彙送立法院備查之執行情形表	原住民族委員會、交通部觀光局茂林國家風景區管理處、花東縱谷國家風景區管理處等 3 個機關
	按月於機關資訊公開區公布及按季送立法院備查等資料相關欄位與規定未符	大陸委員會
3	未標示機關名稱及廣告	大陸委員會、客家委員會及所屬、原住民族委員會、財政部、財政部高雄國稅局、教育部、農業委員會等 7 個機關
	未標示廣告	中央選舉委員會、原住民族委員會、勞動部勞動力發展署、勞動部勞動力發展署桃竹苗分署、勞動部勞動力發展署雲嘉南分署、中央研究院科學研究基金、菸害防制及衛生保健基金、財政部高雄國稅局等 8 個機關（基金）
	未標示機關名稱	國軍退除役官兵安置基金
	已標示廣告，惟字體過於模糊	客家委員會及所屬
108 至 110 年度辦理政策及業務宣導採購案件部分：		
4	政策及業務對外宣導，集中於少數電視新聞台、網路媒體，或僅擇選於有線電視台宣導	舉如：行政院「109 年政策溝通行銷案」，其中「行政院紓困振興措施訊息宣導」、「振興三倍券訊息宣導」等專案宣導內容，均係與民眾生活攸關，且契約訂有 11 家新聞台可供選擇，惟僅於三立新聞台、民視新聞台、東森新聞台或年代新聞台等電視新聞台播出。
5	採購標的無關項目納入履約、執行成果未見後續推廣運用或宣導成效欠佳	舉如：經濟部水利署「108 年度水利施政媒體廣宣」採購案，係以加強宣導治水成效及汛期災害預警等由，辦理契約變更增購電視託播工作，惟實際委由電視媒體託播內容為國慶日期間凝聚國家認同之「土地一直在篇」30 秒廣告。

資料來源：整理自本部調查結果。

（二十一）政府設置文創園區以促進文化創意產業發展，惟園區產值占文創產業營業額比率甚微，且園區定位攸關後續營運策略及發展，允宜妥適檢討明確文創園區定義及督促滾動調整其營運模式或轉型發展，以結合各部會資源提供系統性輔導，達成透過產業群聚促進發展之目標。

前行政院文化建設委員會（下稱文建會，於 101 年 5 月 20 日改制為文化部）於「文化創意園區總結報告」中，將文化創意園區（下稱文創園區）定義為一種發展平臺，作為「文化創意」與「產業經濟」之媒介，而中央及市縣政府多運用文化資產或閒置空間再利用、製造業工廠轉型等一定基地面積，整建開發成微小型企業規模及非以規模量產製作產品之文創園區。按文創園區之設置與營運，旨在促進文化創意產業發展，創造財富與就業機會之潛力，以建構富有多元文化及創意之社會環境。截至 110 年底止，中央政府（文化部及教育部）已設置華山等 7 處文創園區（表 35）；市縣政府則有臺北市等 12 市縣政府設置松山等 42 處文創園區（表 36）。