

高雄市政府 107 年度市政創新提案表

編號：18

項目	內容
提案名稱 (20 字內)	財訊 e 指發，標售訊息一把抓
摘要說明 (約 50 字)	突破官網被動行銷模式，掌握行動裝置上網趨勢與通訊社群軟體優勢，建置 Line@官方帳號，以更即時、廣泛流通土地標售訊息或宣導業務。
提案內容 (約 6 百~1 千 5 百字，可分項次、分段落撰寫；內容若參考國內、外案例、書籍文獻、網站資料等，應敘明引用出處。)	<p>1. 問題描述：</p> <p>目前機關宣導政策的途徑，除了付費刊登報紙外，主要透過建立官網，將最新消息、公告資訊、宣導事項（例如：標售訊息、開標結果、新聞稿…等）張貼至官網，由民眾自行上網閱覽，屬於靜態、被動的傳達訊息，宣傳效果較為有限。</p> <p>根據調查，台灣 2017 年智慧型手機用戶有 1,780 萬，占總人口數 75.8%，智慧手機的普及率位居全球前茅。隨著智慧型手機的普及，手機連網行為已逐漸取代民眾用桌機或平板上網的習慣，滑手機成了全民運動，使得網路、社群、手機變成我們的日常生活，也影響了企業與政府的行銷溝通思惟。Line 是目前最常使用的「社群」軟體之一，其在台灣的月活躍用戶數已超過 1,900 萬，用戶黏著度高居全球之冠，很多企業品牌利用 Line 的高滲透率，進行社群行銷，坐收手指經濟所帶來的經濟效益。</p> <p>「行動上網」已成為新的生活型態與消費習慣，順應這股潮流，政府機關政策的擘畫、宣導與溝通，需要突破過往靜態的行銷模式，不僅要從網路下手，連結社群也是不可或缺的；應更積極、主動掌握行動社群行銷之時代趨勢，善用通訊軟體（Line App）的優勢，讓使用者更容易、快速接觸到訊息，進而達到最佳的溝通效果，並提高民眾認同感與曝光度。</p> <p>2. 具體創新作為：</p> <p>(1) 以本局機關名義，申請 Line @官方帳號，透過網路與通訊社群軟體宣傳行銷，定期傳送土地標售、標租、地上權或開發招商訊息（例如：都市更新）、業務宣導訊息（例如：菸酒宣導），使標售與開發資訊能更即時、廣泛流通，也讓民眾更加輕鬆地獲取相關新聞信息與業務宣導資訊。</p> <p>(2) 透過現有電子郵件傳送標售訊息之機制（目前通知對象有四</p>

百多位) 或於土地開標場合，加強宣導本局已建置 Line @官方帳號，並邀請民眾或建設公司加入好友，增加社群人數與經濟規模。

3. 經費來源：

因 Line @官方帳號的免費版有訊息數量的限制，建議申請付費的入門方案（每月約 800 元），加計綁定手機、門號費用，得以一般公務預算支應。

4. 預期效益：(例如：人力、物力、經費之節省或行政效能、經濟效益之提升等，以量化為佳。)

- (1) 加速流通土地標售或開發訊息，促進領標數量與價格競爭，並提升標脫率，以增加市庫收入。
- (2) 強化業務宣傳與新聞信息流通，增進民眾對財政業務、菸酒法令認知與機關認同感。
- (3) 除透過群發訊息即時發送資訊外，亦可運用「1:1 聊天」功能，直接回應民眾之諮詢，提升為民服務品質。
- (4) 節省刊登報紙之廣告費用支出。

5. 可能的風險或限制：無。

6. 參考資料出處：eMarketer、Google 調查。