

## 第 4 章

香港特別行政區政府

政府一般收入帳目

政府部門

政府新聞處  
影視及娛樂事務管理處  
香港電台

政府宣傳計劃的管理

香港審計署

二零零一年三月十三日

# 政府宣傳計劃的管理

## 目 錄

|                                  | 段數          |
|----------------------------------|-------------|
| 撮要及主要審計結果                        |             |
| 第 1 部分：引言                        | 1.1         |
| 政府新聞處的角色                         | 1.2 – 1.3   |
| 政府宣傳活動                           | 1.4 – 1.5   |
| 撥款制度                             | 1.6 – 1.8   |
| 帳目審查                             | 1.9         |
| 第 2 部分：利用電視及電台的免費廣播時間播放政府宣傳短片及聲帶 | 2.1 – 2.2   |
| 播放政府宣傳短片及聲帶的牌照規定                 | 2.3 – 2.7   |
| 沒有依照時間表播放政府電視宣傳短片                | 2.8 – 2.11  |
| 審計署對播放政府電視宣傳短片的意見                | 2.12 – 2.14 |
| 已採取的補救措施                         | 2.15        |
| 審計署的進一步意見                        | 2.16        |
| 監察機制不足之處                         | 2.17 – 2.22 |
| 審計署對監察制度不足之處的建議                  | 2.23 – 2.24 |
| 當局的回應                            | 2.25 – 2.26 |
| 香港電台播放政府宣傳聲帶的情況                  | 2.27        |
| 審計署對香港電台播放政府宣傳聲帶的意見              | 2.28 – 2.31 |
| 審計署對香港電台播放政府宣傳聲帶的建議              | 2.32 – 2.33 |
| 當局的回應                            | 2.34 – 2.35 |
| 第 3 部分：在報章刊登廣告的事宜                | 3.1         |
| 背景                               | 3.2 – 3.3   |
| 政府公告內容重複                         | 3.4 – 3.7   |
| 審計署對在報章刊登政府公告的意見及建議              | 3.8 – 3.9   |
| 當局的回應                            | 3.10 – 3.11 |
| 招聘廣告                             | 3.12 – 3.18 |
| 審計署對招聘廣告的意見及建議                   | 3.19 – 3.20 |
| 當局的回應                            | 3.21 – 3.22 |
| 第 4 部分：宣傳運動的策劃及評估                | 4.1 – 4.4   |
| 成效目標的訂定                          | 4.5 – 4.10  |
| 審計署對訂定成效目標的意見及建議                 | 4.11 – 4.12 |

## 目 錄 (續)

|                                      | 段數          |
|--------------------------------------|-------------|
| <i>當局的回應</i>                         | 4.13 – 4.14 |
| 預先測試                                 | 4.15 – 4.19 |
| <i>審計署對預先測試的意見及建議</i>                | 4.20 – 4.21 |
| <i>當局的回應</i>                         | 4.22        |
| 宣傳運動的評估                              | 4.23 – 4.24 |
| 評估目的被修訂                              | 4.25 – 4.27 |
| <i>審計署對宣傳運動評估的意見</i>                 | 4.28 – 4.30 |
| <i>審計署對宣傳運動評估的建議</i>                 | 4.31        |
| <i>當局的回應</i>                         | 4.32        |
| 職責轉移                                 | 4.33 – 4.34 |
| <i>審計署對職責轉移的建議</i>                   | 4.35        |
| <i>當局的回應</i>                         | 4.36        |
| 第 5 部分：政府刊物的銷售                       | 5.1         |
| 背景                                   | 5.2 – 5.4   |
| 電子化服務                                | 5.5         |
| <i>審計署對電子化服務的意見</i>                  | 5.6 – 5.8   |
| <i>審計署對電子化服務的建議</i>                  | 5.9         |
| <i>當局的回應</i>                         | 5.10 – 5.11 |
| 附錄 A：B1 頻道在年內漏播政府電視宣傳短片所涉廣播時間的估計費用   |             |
| 附錄 B：估計每年可節省的報章廣告費                   |             |
| 附錄 C：1999–2000 年度十個大型宣傳運動所涉廣播時間的估計費用 |             |
| 附錄 D：中文版從略                           |             |

# 政府宣傳計劃的管理

## 撮要及主要審計結果

A. 引言 宣傳是現代政府的重要一環。政府新聞處(新聞處)是政府的廣告及新聞機構、宣傳運動顧問、公關顧問及刊物發行人。政府每年都會舉辦多項大型宣傳運動，並會利用各種各樣的宣傳措施及廣告渠道。不少宣傳運動的信息，都是透過在電視及電台播放政府宣傳短片及聲帶而傳播的。1999-2000年度，政府在電視及電台播放政府宣傳短片及聲帶所涉廣播時間的估計費用為4.18億元(第1.1至1.4段)。

B. 1999-2000年度，為政府各部門推行大型宣傳活動而提供的撥款共約3.4億元。自從2000-01年度開始，舉辦宣傳活動的經費都由部門撥款項下提供(第1.5至1.8段)。審計署最近審查過政府宣傳計劃的管理。審查結果摘要載於下文C至J段。

C. 利用免費廣播時間播放政府宣傳短片及聲帶的監察制度不足之處 根據有關廣播牌照條件，三個本地商營電視廣播持牌機構和兩個本地商營電台廣播持牌機構必須各自在其每個頻道播放廣播事務管理局(廣管局)指明的政府宣傳短片及聲帶。新聞處負責編排於獲分配的廣播時間內，在這些電視台及電台播放所有的政府宣傳短片及聲帶(第2.2至2.7段)。

D. 二零零零年四月進行的審查的結果顯示，一個電視持牌機構的中文頻道在黃金時段(即每日由下午六時至十時五十九分)曾漏播20%編定的政府電視宣傳短片。此外，審計署亦查核兩個電視持牌機構是否依照新聞處所編訂的時間表，在指定時間播放編定的政府宣傳短片，結果發現，該兩個持牌機構誤播了所播放的約10%政府宣傳短片。新聞處在得知審查結果後，在二零零零年五月開始實施抽樣審查制度(第2.8至2.15段)。不過，審計署注意到監察制度仍有以下不足之處：

——對三個持牌機構的電視/電台頻道進行抽樣調查的抽查時數太少(第2.19及2.20段)；及

——抽樣調查並未涵蓋這三個持牌機構的六條頻道(共有17條頻道)(第2.21及2.22段)。

E. 審計署注意到，香港電台只在其三條廣東話頻道的任何一條頻道播放新聞處編定的政府宣傳聲帶，而非在所有三條頻道播放。審計署亦注意到，新聞處送交香港電台的播放政府宣傳聲帶時間表，並無包括普通話頻道、雙語廣播頻道及轉播英國廣播公司世界時事台節目的頻道。審計署的調查顯示，新聞處與香港電台並無就政府使用香港電台廣播時間播放政府宣傳聲帶，簽訂書面協議(第2.27至2.30段)。

F. 刊登報章廣告可節省的金錢 關於在報章刊登廣告的事宜，新聞處是政府的執行部門。審計署注意到，如果各政府公告的部分內容沒有重複，每年可節省報章廣告費約290萬元(第3.2至3.8段)。審計署亦注意到，新聞處有關縮減英文報章招聘廣告篇幅的建議，於一九九九年七月得到公務員事務局的支持，如若實施，每年應可節省約250萬元。不過，新聞處仍未實施這項節省成本的措施。審計署更注意到，招聘廣告有相當多部份內容重複(第3.12至3.19段)。

G. 宣傳運動的策劃及評估需要改善 宣傳運動的效果通常以對運動的認知程度及市民的觀念/行為的轉變來衡量。但新聞處在1999-2000年度進行的十個大型宣傳運動中的九個，以及各決策局及部門舉辦的很多宣傳運動，都沒有在策劃階段採用這兩個被普遍接受的可量化成效指標，且沒有為宣傳運動訂定成效目標(第4.2至4.11段)。此外，審計署亦注意到，新聞處設計及製作政府宣傳短片時，一般都沒有採用預先測試程序(這個程序會在製作宣傳短片的最終版本前，調查宣傳對象對短片的意念及設計可能作出的反應)(第4.15至4.20段)。

H. 新聞處在一九九八年六月委聘顧問公司進行調查，評估八個政府宣傳運動的成效和找出需改善的地方。但審計署注意到，評估工作的範圍已大大縮減，因此撥款進行評估的原定目標並沒有達到(第4.24至4.28段)。根據顧問公司的建議，會在宣傳運動進行“之前”、“期間”及“之後”進行三輪調查，衡量宣傳對象的認知及觀念的轉變程度。審計署注意到，在24套政府宣傳短片中，有9套(38%)已在第一輪調查前播出。因此，顧問公司無法就這些政府宣傳短片作出宣傳運動進行之前的估量，有違這項工作的目的，就是定下估量基準，以便與其後在“宣傳運動進行期間”和“宣傳運動進行之後”的估量作出比較(第4.29及4.30段)。

I. 目前，宣傳開支由各有關管制人員負責交代。新聞處作為政府的宣傳顧問，可為各部門，特別是較小的部門提供更多協助，以便擬備詳細的宣傳運動策略，從而讓這些部門能有效地執行職務(第4.33及4.34段)。

J. 政府刊物的銷售 使用電子化服務的好處在於能提高效率、擴大公共服務的涵蓋範圍，而長遠而言，則可降低刊物的成本。本港由二零零零年下半年開始進行公共服務電子化計劃，以提供多項公共服務。新聞處需要盡快推行公共服務電子化計劃售賣政府刊物。新聞處除出售印刷文本外，亦應探討可否早日透過互聯網售賣政府刊物的軟複本(第5.2至5.8段)。

K. 審計署的建議 審計署的主要建議如下：

——政府新聞處處長應：

- (i) 設立有效機制監察電視及電台的頻道，以確保政府宣傳短片及聲帶依照新聞處的時間表播放(第2.23段第一分段)；

- (ii) 與所有使用部門協調，讓其重新設計廣告的格式及內容，以期透過刪除字眼相同的內容，減少廣告印本的篇幅 (第 3.9 段)；
- (iii) 即時落實與公務員事務局所議定的節省費用措施，以減少在英文報章刊登招聘廣告的篇幅 (第 3.20 段第一分段)；
- (iv) 向各決策局及部門提供足夠指引，使他們能在策劃宣傳運動的階段，就常用的成效指標訂定可量度目標 (第 4.12 段)；
- (v) 促請政府各決策局及部門採取預先測試方式，測試政府宣傳短片及聲帶的宣傳對象可能作出的反應 (第 4.21 段第一分段)；
- (vi) 確保宣傳運動評估調查的目的得以達到，以及妥善策劃進行評估調查的時間 (第 4.31 段第一及第三分段)；
- (vii) 為部門提供足夠指引，以助部門管理宣傳計劃。就策劃、籌備及推行宣傳運動，為部門提供適當訓練 (第 4.35 段第一及第二分段)；及
- (viii) 盡快透過公共服務電子化計劃售賣政府刊物，以及探討可否以軟複本的方式在互聯網出售政府刊物 (第 5.9 段)；

——影視及娛樂事務管理處處長應：

- (i) 採取行動以確保電視台及電台會對漏播或誤播的政府宣傳短片及聲帶，作出補播。如確定有持牌機構漏播或誤播新聞處編定的政府宣傳短片及聲帶，應考慮建議廣管局向該持牌機構發勸諭信或警告信 (第 2.24 段第一及第二分段)；及
- (ii) 對屢次不依照新聞處時間表播放政府宣傳短片及聲帶的持牌機構採取較嚴厲的行動 (第 2.24 段第三分段)；及

——廣播處長應：

- (i) 連同政府新聞處處長就利用香港電台的廣播時間播放政府宣傳聲帶的事宜，作出正式安排 (第 2.32 段)；及
- (ii) 按照與新聞處議定的安排內所載的規定，播放政府宣傳聲帶 (第 2.33 段第一分段)。

L. 當局的回應 政府新聞處處長歡迎審計署的建議。影視及娛樂事務管理處處長和廣播處長都同意審計署的建議。



## 第 1 部分：引言

1.1 宣傳是現代政府的重要一環。一如世界上其他政府，香港政府透過宣傳，向市民澄清及解釋政府政策和法例的影響，告知市民各政府部門及非牟利機構所提供的各種服務，以及向市民灌輸公民權利和責任的意識。至於有關信息能否取得預期效果，則視乎很多因素而定，包括所接觸到的宣傳對象，以及宣傳對象對信息內容的接受程度。

### 政府新聞處的角色

1.2 政府新聞處處長負責制定政府的整體公共關係策略，包括本地及海外公關策略，並就有關策略提供意見。政府新聞處(新聞處)是政府的廣告及新聞機構、公關顧問、宣傳運動顧問及刊物發行人。

1.3 新聞處轄下宣傳事務科負責政府刊物、宣傳運動、廣告、創作、設計及政府攝影事務。該科為新聞處及政府其他部門提供支援，同時又充當公共服務廣告的行政機構。

### 政府宣傳活動

1.4 政府每年都會舉辦多項大型宣傳運動，提高市民對一些重要課題的意識。大型宣傳活動通常持續一整年，並會利用各種各樣宣傳措施及廣告渠道，包括在電視及電台播放政府宣傳短片及聲帶、舉行巡迴展覽和大型社區參與活動，以及在報章及互聯網刊登廣告。1999–2000年度，政府在電視及電台播放政府宣傳短片及聲帶所涉廣播時間的估計費用為 4.18 億元(見下文第 2.7 段表一)。

1.5 1999–2000 年度，為政府各部門推行大型宣傳活動而提供的撥款共約 3.4 億元。不過，由於政府宣傳開支包括部門各項宣傳活動，故難以確定總開支實額。此外，要確定間接成本總額(如職工成本)亦有困難，因這些活動並沒有就間接成本獨立報帳。

### 撥款制度

1.6 在2000–01年度的資源分配工作之前，各決策局及部門透過兩種制度申請宣傳運動資源，詳情如下：

**新聞處宣傳撥款** 各決策局及部門向新聞處提交建議，如建議獲政務司司長委員會屬下的資訊及公共關係政策小組(資訊及公關政策組)選中，有關活動便會由新聞處撥款項下提供經費，並由新聞處全面支援。

**部門撥款** 各決策局及部門向庫務局申請，以取得在其所屬的決策局或部門撥款(非經常帳或一般部門開支)項下，預留作推行計劃的資源，以舉辦宣傳活動。各決策局及部門亦可要求新聞處提供專業支援。

自從 2000–01 年度的資源分配工作開始，由新聞處的宣傳撥款項下為活動提供經費的安排，已經停止。新的撥款制度已經實施，凡舉辦宣傳及社區教育活動的經費，都由部門撥款項下提供。庫務局和新聞處會一起審議撥款申請，並向資訊及公關政策組作出建議。視乎資訊及公關政策組的指示，當局會接納獲推薦的撥款申請而撥款。

1.7 根據新撥款制度，新聞處為宣傳運動提供技術支援的方式與以前相若。新制度旨在確保所有政府宣傳 / 社區教育活動在統籌上充份協調及在合適時間推出，以取得預期效果。

1.8 現有幾個部門，如廉政公署及香港警務處 (警務處) 都需要持續宣傳。這些部門在部門宣傳撥款項下已有經常開支。經修訂的撥款制度不會影響這些部門的經常財政撥款。

#### 帳目審查

1.9 審計署最近審查過政府宣傳計劃的管理，包括這些計劃的策劃、籌辦及監察事宜。審計署認為，以下各方面尚有可改善之處：

利用電視及電台的免費廣播時間播放政府宣傳短片及聲帶的情況 (第2部分)；

在報章刊登廣告的事宜 (第3部分)；

宣傳運動的策劃及評估 (第4部分)；及

政府刊物的銷售 (第5部分)。

## 第 2 部分：利用電視及電台的免費廣播時間播放政府宣傳短片及聲帶

2.1 本部分審查政府有否善用廣播服務持牌機構 (即本地商營電視台及電台) 及香港電台提供的免費廣播時間，播放政府宣傳短片及聲帶。

2.2 在電視及電台播放政府宣傳短片及聲帶，是為政府宣傳運動傳播信息的重要途徑。根據廣播事務管理局 (廣管局 - - 註 1) 的定義，政府宣傳短片及聲帶所包含信息包括：

把重要的衛生及安全措施或影響市民權益的法例修訂告知市民；

教育市民身為公民的權利和責任；及

在處理重要社會和環境問題上呼籲市民合作。

### 播放政府宣傳短片及聲帶的牌照規定

2.3 根據有關廣播牌照條件，兩個商營電視廣播持牌機構 (下稱持牌機構 A 及持牌機構 B) 和兩個商營電台廣播持牌機構 (下稱持牌機構 C 及持牌機構 D) 必須按廣管局的要求，各自在其每條頻道播放指定的政府宣傳短片及聲帶，但這些短片及聲帶在每時鐘小時 (即由每小時第一秒計至最後一秒，下稱小時) 不能超過一分鐘。至於另一個商營電視廣播持牌機構 (下稱持牌機構 E) 根據牌照規定，則須按廣管局的指示，每兩小時在其每條頻道播放最多一分鐘的政府宣傳短片 (註 2)，其中包括由香港天文台提供與天氣有關的信息。

2.4 根據《廣播事務管理局條例》(第 391 章)，影視及娛樂事務管理處 (影視處) 作為廣管局的執行部門，有權調查和審核是否有任何可能違反牌照條件的情況。倘若有表面證據顯示可能有違反牌照條件的情況，影視處會把個案轉介廣管局。廣管局在審慎研究後，可向有關持牌機構發出勸諭信或警告信。《廣播條例》(第 562 章) 第 28 條及《廣播事務管理局條例》第 24 條賦權廣管局，可對不遵從上述條例或任何牌照條件的持牌機構施加罰款。倘若持牌機構因廣管局的決定而感到受屈，可以呈請方式向行政長官會同行政會議提出上訴。

2.5 新聞處負責統籌所有政府及非牟利機構宣傳短片及聲帶在獲分配的廣播時間播放的編排。宣傳短片或聲帶 (大多為時 30 秒或以下) 由新聞處或非牟利機構製作，內容涵蓋多項政府宣傳運動。新聞處就政府宣傳短片及聲帶的事宜，為電視持牌機構編訂每月時間表和為電台持牌機構編訂每週時間表，並把時間表送交這些機構。時間表列明須播放的政府宣傳短片及聲帶的編號和播出時間。廣播時間表按緩急次序編排，以配合政府個別宣傳運動的時間安排及開展計劃。

---

註 1：廣管局是一個由九名非官方成員及三名公務員組成的法定機構，負責控制和規管商營電視和電台廣播行業。

註 2：這項規定並不適用於按節目收費頻道和轉播其他電視台節目的頻道 (如英國廣播公司世界時事台)。

2.6 影視處已獲授權指示持牌機構按新聞處編訂的時間表播放政府宣傳短片及聲帶。影視處會定期發信予持牌機構，要求各機構按照新聞處的時間表在每條頻道播放政府宣傳短片及聲帶。

2.7 根據新聞處的每月 / 每週時間表，以1999-2000年度播放的政府宣傳短片及聲帶而言，全部廣播時間所需的估計費用 (註 3)，載於下文表一。

表一

1999-2000 年度播放政府宣傳短片及聲帶  
所涉廣播時間的估計費用

| 廣播服務持牌機構 | 廣播時間<br>(分鐘) | 估計費用<br>(百萬元) |
|----------|--------------|---------------|
| A (電視台)  | 12 100       | 156           |
| B (電視台)  | 11 900       | 108           |
| C (電台)   | 24 800       | 46            |
| D (電台)   | 26 300       | 47            |
| E (電視台)  | 35 000       | 61            |
| 總計       | 110 100      | 418           |

資料來源：審計署根據新聞處的記錄計算所得的結果

註：計算估計費用的基礎是，電視或電台的牌照條件如不包括播放政府宣傳短片及聲帶的規定，政府將如其他私營機構的廣告商一樣，必須向這些廣播機構購買廣播時間。

沒有依照時間表播放政府電視宣傳短片

2.8 如上文表一所示，持牌機構 A 及 B 播放政府宣傳短片的廣播時間所需估計費用最高。二零零零年四月，審計署進行審查，以確定持牌機構 A 及 B 是否按照新聞處的時間表播放政府電視宣傳短片。審計署選取新聞處為這兩個持牌機構所編訂，有關播放政府

註 3：計算廣播時間的估計費用時，在各有關廣播服務持牌機構對某一個時區的廣告收費中，審計署會採用最低的報價。如持牌機構給予預先承諾折扣和大使用量回扣，亦會計算在內，以審慎地得出廣播時間所需的估計費用。

電視宣傳短片的時間表，所涉期間為一九九九年五月、八月及十一月，以及二零零零年二月的第一個星期，並按照這些時間表，核對播放記錄。

2.9 審查結果顯示，該兩個持牌機構沒有依從影視處根據廣播牌照的指示，按照新聞處所編訂的時間表播放政府電視宣傳短片。有關詳情載於下文第 2.10 及 2.11 段。

2.10 *漏播編定的政府宣傳短片* 根據牌照條件，該兩個電視持牌機構按照指示，須在任何一小時內播放一分鐘政府電視宣傳短片。由於大部分政府宣傳短片為時30秒，新聞處的時間表規定持牌機構在任何一小時的電視節目播放兩套政府宣傳短片。審計署查核該兩個持牌機構在上文第 2.8 段所述四個星期內，有否漏播政府宣傳短片。審計署注意到，持牌機構B的中文頻道(下稱B1頻道)曾漏播148套編定的政府宣傳短片(佔總數1 176套的 13%)。在進一步分析漏播的 148 套政府宣傳短片時，審計署注意到其中 56 套編排在黃金時段(即每日由下午六時至十時五十九分)播放。新聞處一共編排了280套政府宣傳短片在 B1 頻道的黃金時段播放，因此，漏播的 56 套短片佔黃金時段共 280 套政府宣傳短片的 20%。B1 頻道在黃金時段的漏播比率甚高。

2.11 *誤播政府電視宣傳短片* 審計署亦查核上述電視台有否依照新聞處所編訂的時間表，在指定時間播放編定的政府宣傳短片。審計署發現，持牌機構 A 及 B 在編定的小時內，曾多次誤播其他政府宣傳短片。在該兩個持牌機構所播放的約 10% 政府宣傳短片中，都誤播了其他政府宣傳短片。這些個案的摘要載於下文表二。

表二

誤播政府宣傳短片摘要

| 電視頻道          | 新聞處編排播放的<br>政府宣傳短片數目 | 誤播的政府<br>宣傳短片數目 | 誤播的政府宣傳<br>短片所佔百分比                   |
|---------------|----------------------|-----------------|--------------------------------------|
|               | (a)                  | (b)             | (c) = $\frac{(b)}{(a)} \times 100\%$ |
| <b>持牌機構 A</b> |                      |                 |                                      |
| A1 頻道         | 1 176                | 132             | 11%                                  |
| A2 頻道         | 704                  | 85              | 12%                                  |
|               | <hr/>                | <hr/>           | <hr/>                                |
|               | 1 880                | 217             | 12%                                  |
|               | <hr/>                | <hr/>           |                                      |
| <b>持牌機構 B</b> |                      |                 |                                      |
| B1 頻道         | 1 176                | 103             | 9%                                   |
| B2 頻道         | 672                  | 64              | 10%                                  |
|               | <hr/>                | <hr/>           | <hr/>                                |
|               | 1 848                | 167             | 9%                                   |
|               | <hr/>                | <hr/>           |                                      |
| <b>總計</b>     | <b>3 728</b>         | <b>384</b>      | <b>10%</b>                           |

資料來源：新聞處的記錄

註：調查涵蓋時間為一九九九年五月、八月及十一月，以及二零零零年二月的第一個星期。

審計署對播放政府電視宣傳短片的意見

2.12 就向廣大觀眾宣傳政府信息而言，電視是十分有效的媒介。審查結果顯示，B1頻道在黃金時段漏播了20%編定的政府宣傳短片。根據二零零零年適用的電視廣告收費率，審計署估計，B1頻道漏播的政府電視宣傳短片所涉的廣播時間的估計費用，約為每年1,500萬元（見附錄A）。

2.13 此外，持牌機構A及B誤播約10%的政府電視宣傳短片。由於新聞處按緩急次序編訂播放政府宣傳短片的時間表，以配合政府個別宣傳運動的時間安排及開展計劃，因此，不依照時間表行事會削弱政府宣傳運動的效力。是項審查顯示，當時欠缺妥善的監察制度，以確保持牌機構嚴格依照新聞處的時間表，播放各項政府宣傳運動的電視宣傳短片。

2.14 審計署認為，由於情況未如理想，影視處和新聞處的當前急務，是從速採取行動加以糾正。二零零零年五月，審計署把審查結果，通知影視處和新聞處，特別指出當時欠缺妥善的監察制度，以確保持牌機構依照新聞處的時間表播放各項政府宣傳運動的電視宣傳短片。

#### 已採取的補救措施

2.15 影視處及新聞處在回應時都同意有需要監察商營電視及電台持牌機構播放政府宣傳短片及聲帶的情況。二零零零年五月，新聞處實施抽樣審查制度。影視處提醒廣播服務持牌機構須遵從廣管局的指示，依照新聞處的時間表播放政府宣傳短片及聲帶。新聞處如發覺有持牌機構不遵守規定或其播放安排有異於時間表，會把個案轉介影視處調查，並考慮是否把個案轉介廣管局處理。監察制度涵蓋由所有本地商營電視及電台持牌機構播放的政府宣傳短片及聲帶。

#### 審計署的進一步意見

2.16 審計署歡迎新聞處設立監察機制，以審查播放政府宣傳短片及聲帶的情況。不過，審計署注意到：

監察播放政府宣傳短片及聲帶的機制有不足之處(見下文第2.17至2.22段)；及新聞處並未與香港電台就在其轄下各電台頻道播放政府宣傳聲帶的事宜達成書面協議(見下文第 2.27 至 2.31 段)。

#### 監察機制不足之處

2.17 現有 21 條商營電視及電台頻道根據有關牌照條件，必須播放政府宣傳短片及聲帶。這些頻道每月共播放節目 14 576 小時，並須依照新聞處的每月 / 每週時間表在這些廣播時間中播放政府宣傳短片及聲帶。自二零零零年五月起，新聞處為監察播放政府宣傳短片及聲帶的情況，所採用的監察制度是以下列方式運作：

持牌機構 A 及 B. 新聞處利用政府宣傳短片每日報告(註 4) 進行抽樣審查；  
及

持牌機構 C、D 及 E. 新聞處利用已播放的電視節目錄影帶及電台節目錄音帶，進行抽樣審查。

2.18 新聞處對二零零零年五月至十月這六個月期間，對播放政府宣傳短片及聲帶的情況進行抽樣審查，現把每月抽查的平均時數摘要載於下文表三。

---

註 4：影視處每年支出約 336,000 元聘請一家獨立機構提供每日在持牌機構 A 及 B 頻道的播放記錄。這些記錄涵蓋多個項目，包括政府宣傳短片每日報告。這家機構亦向私營機構提供商業廣告的每日播放記錄。不過，目前此提供播放記錄的服務只限於持牌機構 A 及 B 的頻道。

表三

新聞處對二零零零年五月至十月期間  
播放政府宣傳短片及聲帶的情況進行的抽樣審查

| 抽樣審查<br>使用的工具  | 頻道            | 每月播放政府<br>宣傳短片及聲帶<br>的平均總時數 | 每月抽查的<br>平均時數 | 每月抽查的時數<br>百分比                       |
|----------------|---------------|-----------------------------|---------------|--------------------------------------|
|                |               | (a)                         | (b)           | (c) = $\frac{(b)}{(a)} \times 100\%$ |
| 政府宣傳短片<br>每日報告 | 持牌機構 A<br>的頻道 | 1 234                       | 163           | 13%                                  |
|                | 持牌機構 B<br>的頻道 | 1 222                       | 166           | 14%                                  |
|                | 總計            | <b>2 456</b>                | <b>329</b>    | <b>13%</b>                           |
| 錄影帶 / 錄音帶      | 持牌機構 C<br>的頻道 | 2 040                       | 1.0           | 0.05%                                |
|                | 持牌機構 D<br>的頻道 | 2 160                       | 0.8           | 0.04%                                |
|                | 持牌機構 E<br>的頻道 | 7 920                       | 5.3           | 0.07%                                |
|                | 總計            | <b>12 120</b>               | <b>7.1</b>    | <b>0.06%</b>                         |

資料來源：審計署根據新聞處的記錄所作的分析

2.19 從上文表三可見，新聞處每月抽查持牌機構 C、D 及 E 的頻道播放的節目平均共 7.1 小時，僅佔每月共 12 120 小時節目的 0.06%。抽樣審查的抽查時數這樣少，實難以有效監察持牌機構 C、D 及 E，以確定它們有否依照新聞處的時間表播放政府宣傳短片及聲帶。

2.20 抽查的時數少，主要是由於審查錄影帶和錄音帶均十分費時。相反，新聞處每月能抽查在持牌機構 A 及 B 的頻道播放的節目平均共 329 小時 (即 13%)。抽查的時數遠較其他持牌機構為多，是因有政府宣傳短片每日報告可依據。就此，審計署注意到，根據

《廣播條例》第 39(4) 條及《廣播事務管理局條例》第 22(1)(a) 條，廣管局可規定持牌機構提供有關資料及交出任何有關記錄，以作審查。

2.21 審計署亦注意到，二零零零年五月至十月這六個月期間進行的抽樣審查，並未涵蓋以下電視 / 電台頻道：

持牌機構 C 其中一條頻道 (共有三條頻道)，即英語頻道；

持牌機構 D 其中一條頻道 (共有三條頻道)，即英語頻道；及

持牌機構 E 其中四條頻道 (共有 11 條頻道)，當中包括兩條電影頻道、一條賽馬頻道及一條綜合節目頻道。

審計署認為，新聞處在特定期間 (例如三個月) 進行的抽樣審查，必須涵蓋所有須播放政府宣傳短片及聲帶的持牌電視及電台頻道。新聞處如發覺持牌機構未有遵守規定或其播放安排有異於時間表，應立即把個案轉介影視處調查及處理。就此，影視處曾指示持牌機構 A、B、C、D 保留節目的錄影帶 / 錄音帶 90 日，而持牌機構 E 則保留錄影帶 60 日。

2.22 以抽樣審查方式進行監察的制度自二零零零年五月起已實施。新聞處發出的審查程序沒有對須涵蓋的頻道及抽查時數的多寡，提供足夠指引。審計署認為，新聞處向屬下員工發出清楚的部門指引，以有效推行監察制度，是十分重要的。

審計署對監察制度不足之處的建議

2.23 審計署建議政府新聞處處長應：

設立有效機制監察電視及電台的頻道，以確保政府宣傳短片及聲帶依照新聞處的時間表播放；

探討及採用可行及有效率的方法監察在持牌機構 C、D、E 的頻道播放政府宣傳短片及聲帶的情況 (例如要求持牌機構提供播放政府宣傳短片及聲帶的記錄)；

在顧及抽樣審查的成本效益的情況下，增加抽樣審查的抽查時數，以監察在持牌機構 C、D、E 的頻道播放政府宣傳短片及聲帶的情況，就此，於某一個選作抽查的時期 (例如三個月) 進行的抽樣審查應涵蓋全部有關電視及電台頻道；及

在指引內，加入所涵蓋頻道的具體審查規定 (包括抽查時數的多寡)，以有效監察本地電視台及電台播放的所有政府宣傳短片及聲帶的情況。

2.24 審計署亦建議影視及娛樂事務管理處處長應：

採取行動以確保電視台及電台會對漏播或誤播的政府宣傳短片及聲帶作出補播；

如確定有持牌機構漏播或誤播新聞處編定的政府宣傳短片或聲帶，應考慮建議廣管局向該持牌機構發勸諭信或警告信；及

對屢次不依照新聞處時間表播放政府宣傳短片及聲帶的持牌機構採取較嚴厲的行動（例如考慮建議廣管局對該持牌機構施加罰款），以收阻嚇之效。

當局的回應

2.25 政府新聞處處長表示：

- (a) 新聞處歡迎審計署的建議；
- (b) 新聞處在徵詢影視處的意見後，現正研究如何改善抽樣審查電視台及電台播放政府宣傳短片及聲帶的情況的制度，以確保電視台及電台依照新聞處的時  
間表行事。新聞處正改善現行機制，包括透過影視處要求商營電視台及電台  
提供播放記錄，以協助審查。新聞處亦正就顧及成本效益的適當抽查時數，  
徵詢有關部門的意見；
- (c) 新聞處的新聞系統電腦化計劃檢討現正研究可否使用電腦化系統審查播放政  
府電視宣傳短片的情況，這是另一項為探討如何設立更有效率的機制而採取  
的措施；及
- (d) 同時，新聞處會繼續採用抽樣審查制度，新聞處已向屬下員工發出指引，以  
便監察各有關頻道。

2.26 影視及娛樂事務管理處處長表示：

- (a) 影視處會繼續與新聞處合作修訂並改善抽樣審查制度。在回應影視處的要求  
時，所有持牌機構都同意提供在其頻道播放政府宣傳短片及聲帶的記錄，這  
個做法會大大令抽樣審查變得更為方便；及
- (b) 新聞處如發覺政府宣傳短片及聲帶的播放與編定的有異，會把個案轉介影視  
處調查。影視處會按既定的投訴處理程序處理這類投訴，並會給予持牌機構  
合理機會，作出口頭及 / 或書面陳述。所有與投訴個案有關的資料會轉介廣  
播事務管理局投訴委員會，而該委員會會就投訴向廣管局提出建議。在考慮  
違規個案的性質、嚴重程度及情況後，廣管局可施加多項制裁，包括發出勸  
諭信、警告及罰款。

## 香港電台播放政府宣傳聲帶的情況

2.27 香港電台共設有七條電台頻道(註5)。新聞處把播放政府宣傳聲帶(以廣東話及英語廣播)的每週時間表送交香港電台,以便安排每小時在廣東話頻道(即香港電台第一、二及五台)及英語頻道(即香港電台第三台)播放一分鐘的政府宣傳聲帶。

## 審計署對香港電台播放政府宣傳聲帶的意見

2.28 影視處在發給商營電台的政府宣傳聲帶播放指示中,列明了在每條電台頻道播放新聞處編定的政府宣傳聲帶的規定(見上文第2.5及2.6段)。但作為政府部門,香港電台無須影視處發牌,因此新聞處把政府宣傳聲帶播放時間表直接交給香港電台。新聞處並沒有向香港電台發出明確規定,要求香港電台在其所有三條廣東話頻道播放已編定的廣東話政府宣傳聲帶。審計署注意到,香港電台只在其三條廣東話頻道的其中任何一條頻道(即香港電台第一、二或五台)播放新聞處編定的政府廣東話宣傳聲帶,而非在所有三條頻道播放。香港電台認為,如每小時在其三條廣東話頻道的其中任何一條頻道播放一分鐘政府宣傳聲帶,則已符合新聞處的規定。

2.29 審計署亦注意到,新聞處送交香港電台的播放政府宣傳聲帶每週時間表,並無包括普通話頻道(香港電台第七台)、雙語廣播頻道(香港電台第四台)及轉播英國廣播公司世界時事台節目的頻道(香港電台第六台)。新聞處告知審計署,該處會由二零零一年二月起提供普通話頻道播放政府宣傳聲帶每週時間表,而香港電台亦會按照該時間表播放宣傳聲帶。

2.30 審計署的調查顯示,新聞處與香港電台並無就使用廣播時間播放政府宣傳聲帶,簽訂書面協議。香港電台並無義務(例如以發牌形式訂定的義務)播放政府宣傳聲帶。新聞處把播放廣東話及英語政府宣傳聲帶的每週時間表送交香港電台,只是慣常做法。不過,審計署認為,香港電台作為政府部門,要擔當重要角色為政府宣傳運動播放宣傳聲帶。

2.31 香港電台有保存三個廣東話頻道播放政府宣傳聲帶的內部記錄。不過這些記錄卻沒有交予新聞處,以供監察香港電台有否播放編定的政府宣傳聲帶。此外,香港電台並沒有保存英語頻道播放政府宣傳聲帶的記錄,因此審計署不能確定香港電台有否按照新聞處編訂的時間表播放英語政府宣傳聲帶。香港電台就審計署的調查作出回應,確定英語政府宣傳聲帶定期在其英語頻道播放。

---

註5: 該七條電台頻道是:

香港電台第一、二及五台,以廣東話廣播;

香港電台第七台,以普通話廣播;

香港電台第三台,以英語廣播;

香港電台第四台,以廣東話及英語廣播;及

香港電台第六台,轉播英國廣播公司世界時事台的節目。

## 審計署對香港電台播放政府宣傳聲帶的建議

2.32 審計署建議，政府新聞處處長及廣播處長應就利用香港電台的廣播時間播放政府宣傳聲帶的事宜，作出正式安排，令香港電台的播放次數與規定商營電台的播放次數一致。有關安排應：

訂定條文，列明每條香港電台頻道分配給播放政府宣傳聲帶的廣播時間及廣播規定；及

訂明香港電台每條電台頻道播放政府宣傳聲帶的次數。

2.33 審計署亦建議廣播處長應：

按照香港電台及新聞處議定的協議安排內所載的規定，播放政府宣傳聲帶；及

保存足夠記錄，以便監察香港電台是否已遵從播放政府宣傳聲帶的規定。

## 當局的回應

2.34 政府新聞處處長表示，新聞處已以備忘錄形式與香港電台達成協議，在播放新聞處編訂的政府宣傳聲帶的事宜上，香港電台會遵照如其他兩個商營電台一樣的規定。

2.35 廣播處長表示完全同意審計署的建議。香港電台與新聞處達成協議，香港電台每條頻道每小時都會播放一分鐘的政府宣傳聲帶，但第四台（該台經常轉播古典音樂會）及第六台（該台 24 小時即時轉播英國廣播公司世界時事台的節目）除外。

### 第 3 部分：在報章刊登廣告的事宜

3.1 本部分審查在報章刊登廣告方面可否進一步節省費用。

#### 背景

3.2 關於公共服務的廣告事宜，新聞處是政府的執行部門(見上文第 1.2 段)。按照《總務規例》第 575 條所載有關廣告及在報章刊登公告的規定，廣告及在報章刊登公告必須經由政府新聞處處長送交報館。雖然許多決策局及部門本身設有廣告或宣傳撥款，但這是一項明確規定。

3.3 1999–2000 年度，政府刊登報章廣告的開支約為 8,300 萬元，這些廣告可分為以下兩大類：

法定公告及其他政府公告；及  
招聘廣告。

#### 政府公告內容重複

3.4 在報章刊登廣告的費用與廣告印本的篇幅是成正比的。審計署就報章刊登的政府廣告，進行審查。審計署注意到，在同日同一份報章刊登的同類政府公告中，不少內容是重複的。相同的字眼在同一性質的個別公告出現。下文第 3.5 至 3.7 段載述一些例子。

#### 根據《刑事罪行條例》發出的公告

3.5 舉例來說，根據《刑事罪行條例》(第 200 章)第 153A(1)(b)(ii)(B) 條的規定，假如某人根據《刑事罪行條例》第 139、143、144 或 145 條而被法庭定罪，則須刊登關於“封閉處所”的公告。公告須在中英文報章各一份刊登。刊登這些公告每年需款 300 至 400 萬元。每則刊登的公告載有以下兩項主要資料：

有關處所的詳細資料；及  
《刑事罪行條例》第 139、143、144 或 145 條的全文。

3.6 審計署注意到，每當在同日同一份報章刊登多則關於封閉若干處所的公告(而這種情況是常見的)，每則公告均重複刊載《刑事罪行條例》的上述條文。《刑事罪行條例》的文本通常佔了公告約八成的篇幅。假如廣告只把《刑事罪行條例》的文本刊印一次，然後註明有關處所的資料，並且逐項列出，則可免內容重複，而廣告總篇幅亦會顯著減少。這亦會大幅減低所需的廣告費。審計署在二零零零年十月查詢時，警務處指出，《刑事罪行條例》訂明，每則刊登的公告須臚列有關處所的詳情及該條例的有關條文。有見及此，警務處及律政司建議修訂《刑事罪行條例》的相關條文，以便可把一份這些條文的

文本連同多則公告刊登。《刑事罪行條例》的修訂條文在二零零零年六月制定。審計署注意到，由二零零一年一月起，警務處已修訂根據《刑事罪行條例》在報章刊登的公告。由於廣告篇幅減少了，警務處估計每年可節省費用約 200 萬元。

#### 其他政府公告

3.7 審計署注意到，就政府其他部門在報章刊登的政府公告而言，假如共有的資料在同一日只在報章刊登一次，亦同樣可節省費用。該等政府公告的例子列於下文表四。（有關《刑事罪行條例》的個案亦列入表四，以顯示可減多少篇幅。）

表四

#### 政府公告可減少的篇幅

| 部門    | 公告類別                            | 可減少的篇幅 (註) |
|-------|---------------------------------|------------|
| 入境事務處 | 根據《入境條例》(第 115 章) 發出的扣押船隻公告     | 60%        |
| 香港警務處 | 根據《刑事罪行條例》(第 200 章) 發出的封閉處所警告告示 | 50%        |
| 破產管理署 | 關於破產及公司清盤程序的公告                  | 37%        |
| 政府產業署 | 政府多層停車場大廈廣告牌照的招標公告              | 32%        |
| 地政總署  | 出租政府土地的招標公告                     | 29%        |

資料來源：審計署根據新聞處的記錄計算所得的結果

註：在評估可減多少篇幅時，審計署以公告原稿的版面編排、字體大小及行距來計算，也沒有刪除主要資料。

#### 審計署對在報章刊登政府公告的意見及建議

3.8 《總務規例》第 575 條規定，在報章刊登的廣告必須由政府新聞處處長送交報館。審計署注意到，如各政府公告內相同的內容沒有重複，便可大幅節省在報章刊登廣告的費用。如上文第 3.7 段表四有關減少廣告篇幅的建議獲接納，審計署估計每年可節省報章廣告費約 290 萬元 (見附錄 B 的計算方法)。

3.9 為節省在報章刊登廣告及政府公告的費用，審計署建議政府新聞處處長應與所有使用部門協調，讓其重新設計廣告的格式及內容，以期透過刪除字眼相同的內容，減少廣告印本的篇幅。

## 當局的回應

### 3.10 政府新聞處處長表示：

- (a) 新聞處歡迎審計署的建議。新聞處正徵詢有關部門的意見，研究可否減少公告的廣告印本的篇幅；及
- (b) 新聞處已要求各決策局及部門在顧及刊登廣告的成本效益的情況下，審慎研究可否將所有報章廣告中相同的資料集中只刊登一次。新聞處會在有需要時對廣告的設計提供意見，並在刊登廣告方面提供協助。

### 3.11 四個在上文第 3.7 段表四提及的使用部門的回應撮述於下文表五：

表五

#### 使用部門的回應

| 部門 (註) | 回應   |
|--------|--|
| 入境事務處  | 支持審計署的建議。律政司確認法律上沒有理由反對這項建議。   |
| 破產管理署  | 已在適當的情況採用合併公告的方式。  |
| 政府產業署  | 署方同意審計署的建議。把招標公告合併在報章上刊登以取得規模經濟的效益，是部門一貫的做法。審計署報告書提出的個案是疏忽所致，有關公告本應是合併刊登的。   |
| 地政總署   | 部門原則上接納建議，只要實際上可行，便會把廣告印本的篇幅減少。可是，批售土地是以適時、公平及有可觀回報的方式進行。這些招標公告涉及的款額可能甚巨。部門不應該單單為求合併刊登廣告而延誤招標程序。在此基礎上，部門會跟進審計署的建議。 |

註：警務處由二零零一年一月起減少了根據《刑事罪行條例》在報章刊登的公告的篇幅（見上文第 3.6 段）。

## 招聘廣告

3.12 根據《總務規例》第 575 條，所有政府職位招聘廣告應按照公務員事務局局長公布的格式及程序刊登。公務員事務局表示，招聘廣告的目標是向目標人士廣泛發布職位空缺的資料，並確保政府職位的招聘是公開的。

3.13 政府在中英文報章都刊登招聘廣告的做法，由來已久。新聞處一直分別與一份中文報章及一份英文報章（下稱中文報章為報章A、英文報章為報章B）簽訂大宗廣告合約，

在星期六刊登中央統籌的職位空缺招聘廣告。與本地報章簽訂大宗廣告合約，旨在使政府各決策局及部門能以優惠價格刊登廣告。各決策局及部門可以以其認為適當及有效的途徑，包括透過新聞處簽訂的大宗廣告合約，刊登招聘廣告。如有充分理由支持，亦可在其他報章、雜誌或透過其他途徑刊登招聘廣告。

3.14 一九九九年三月，新聞處在評估該兩份報章所提供的廣告服務是否合乎成本效益時，發現報章 B 的廣告收費率“略嫌過高”，而平常刊登的全版廣告，取價也過高。新聞處估計，如英文招聘廣告的篇幅由全版縮減為四分之一版，則每年應可節省開支約 250 萬元。

3.15 一九九九年六月，新聞處向公務員事務局建議把英文招聘廣告的版面簡化，僅載有主要資料和跟進細節（例如電話號碼、傳真號碼、電郵地址和招聘部門的互聯網網址）。一九九九年七月（即當時與報章 B 所簽訂的大宗廣告合約在二零零零年二月屆滿前七個月），公務員事務局通知新聞處，只要廣告內載明主要資料和跟進細節，該局支持新聞處的建議。公務員事務局認為，讓求職者按照廣告內所提供的跟進細節，搜集進一步資料，是合理的做法。不過，儘管該項節省費用的建議在一九九九年七月獲得通過，新聞處卻沒有付諸實行。

3.16 招標工作完成後，新聞處在二零零零年二月與報章 A 簽訂大宗廣告合約，為期 25 個月，以便在二零零零年三月一日至二零零二年三月三十一日期間，以中央統籌方式逢星期六刊登中文招聘廣告。該合約的估計費用為特價 13 萬元。新聞處沒有簽訂刊登英文招聘廣告的大宗合約，理由是報章 B 按大宗合約所徵收的廣告費，與逐次刊登廣告（即沒有簽訂大宗合約）的收費相若。新聞處估計，逐次在星期六於報章 B 刊登招聘廣告，在 25 個月（由二零零零年三月至二零零二年三月）期間所需費用為 600 萬元。由二零零零年三月至十二月這十個月內，逐次在報章 B 刊登招聘廣告，實際費用為 460 萬元。

3.17 新聞處決定與報章 B 所簽訂的合約屆滿後，不再簽訂刊登英文招聘廣告的大宗合約，又在二零零零年三月，與公務員事務局達成下述協議：

不再以中央統籌方式，在英文報章刊登政府招聘廣告。部門如欲刊登英文招聘廣告，可各自透過新聞處與有關報館作出安排；

會以“公告”形式，逢星期六在一份英文報章的分類廣告欄刊登廣告。廣告內會詳列職位空缺，且會宣傳政府網址，讓讀者透過網址查閱職位空缺詳情；及

由二零零零年三月一日開始，政府資訊中心互聯網網頁索引會設有註明“政府職位空缺”的特別圖標。求職者可瀏覽網頁，獲取有關政府職位空缺的詳情。

3.18 二零零零年四月，公務員事務局把上述安排，通知其他各決策局及部門。不過，該項藉着簡化英文招聘廣告版面以節省費用的建議，仍未付諸實行。

#### 審計署對招聘廣告的意見及建議

3.19 在報章刊登廣告，所費甚巨；另一方面，市民使用互聯網及從政府網站查閱資料(包括職位空缺資料)，也日益普遍。審計署注意到，報章招聘廣告有相當多部分內容重複(例如關於“申請手續”與“附註”的資料)。為減省廣告篇幅和費用，這些共有資料只應在同一日的報章廣告內刊登一次。此外，現時當局亦通常會請報章讀者進入政府網站獲取應徵程序詳情。

3.20 審計署建議政府新聞處處長應：

即時落實與公務員事務局所議定的節省費用措施，以減少在英文報章刊登招聘廣告的篇幅；及

與公務員事務局商討，以確定能否把上述藉減少廣告篇幅的節省費用措施應用於中文報章的招聘廣告。

#### 當局的回應

3.21 政府新聞處處長表示：

- (a) 新聞處歡迎審計署的建議；
- (b) 原先與報章 B 簽訂的大宗廣告合約在二零零零年二月二十九日屆滿後，新聞處在另一份英文報章，以中央統籌方式刊登公告把所列的職位空缺公布周知，並請市民進入政府網站，以獲取有關詳情。新聞處減少在該英文報章刊登廣告的篇幅所節省的開支淨額，與原先議定的節省費用措施相若。此外，刊登公告的費用是用來自該報章的回扣所支付，因此，政府實際上毋須繳付費用；及
- (c) 新聞處會與公務員事務局商討，研究可否引進其他節省費用措施。

3.22 公務員事務局局長表示，公務員事務局知悉審計署的意見和建議，並樂意與新聞處商討其建議，在顧及招聘廣告的目的是要吸引目標人士應徵的情況下，改善及精簡現行安排。公務員事務局亦會繼續容許各部門靈活地決定採用何種適當及有效途徑宣傳擬招聘人手的空缺。

## 第 4 部分：宣傳運動的策劃及評估

4.1 本部分審查政府宣傳運動的策劃及評估，是否有可改善之處。

4.2 媒體策劃的作用是決定如何最有效進行宣傳運動，使能把訊息傳達予宣傳對象。周全策劃包括訂定明確目的及成效目標，以評估及衡量效果。定下可量度的成效目標在整個管理過程中十分重要，以便可以評估計劃及加強向市民的問責性。當宣傳運動需要政府投入大量資源，政府和市民均有權知道款項是否用得其所，以及能否達致有關開支的目的。

4.3 宣傳運動的效果通常是用以下兩個被普遍接納的指標來衡量：

資料的發放：市民對運動的認知程度；及

對行為的影響力：市民的觀念 / 行為有與運動原意相符的轉變。

新聞處顧問在 1998–99 年度評估政府宣傳運動的成效時，亦採用這兩個可量化成效指標 (見下文第 4.27 段)。

4.4 1999–2000 年度，新聞處共進行十項大型宣傳運動，在新聞處經常宣傳撥款項下獲得 1,650 萬元 (開支不包括政府宣傳短片及聲帶的廣播時間的估計費用，以及進行運動所需部門人員成本)。這些大型宣傳運動被認為對市民十分重要，現開列於下文表六。

表六

1999–2000 年度

新聞處以經常宣傳撥款進行的大型宣傳運動

| 宣傳運動   | 撥款<br>(百萬元) |
|--------|-------------|
| 健康生活   | 3.0         |
| 防火     | 3.0         |
| 推廣服務業  | 2.0         |
| 撲滅罪行   | 1.5         |
| 道路安全   | 1.5         |
| 禁毒     | 1.5         |
| 保護知識產權 | 1.0         |
| 減少廢物   | 1.0         |
| 康復服務   | 1.0         |
| 關懷長者   | 1.0         |
| 總計     | 16.5        |

資料來源：新聞處的記錄

這些宣傳運動的撥款總額為1,650萬元，但有關政府宣傳短片及聲帶的廣播時間的估計費用約達十倍之多，即約 1.64 億元 (見附錄 C)。

#### 成效目標的訂定

4.5 就上文表六開列的宣傳運動而言，審計署留意到只有“健康生活”運動有訂定成效目標，就是要把市民對個人和環境衛生的重要性的認知程度提高最少十個百分點。至於其餘九個大型宣傳運動都沒有訂定成效目標，以衡量市民對運動的認知程度，以及市民的觀念 / 行為有否根據運動的原意轉變。因此在緊接宣傳運動完成後，新聞處沒有準則量度，在認知程度及觀念 / 行為轉變兩方面所取得的實際效果，所以不能知悉這些宣傳運動的成效。

#### 個案研究 道路安全運動

4.6 審計署選取了“道路安全”的宣傳運動作為個案研究。過去數年，新聞處推行了多次“道路安全”運動，但沒有評估宣傳工作的成效。審計署在一九九八年提出建議 (註6) 後，新聞處委託了顧問公司進行調查，以評估宣傳運動的成效，當中包括在一九九八年八月至一九九九年七月期間推行的“道路安全”運動。這項宣傳運動的主題為正確的駕駛態度。為配合宣傳，當局推出了四套主要政府電視宣傳短片，以喚起市民關注下列行為所帶來的不良後果：

- 超速駕駛；
- 行車時太貼近前車；
- 不小心轉換行車線；及
- 酒後駕駛。

4.7 一九九九年八月，顧問公司向新聞處匯報了調查的結果。這些調查探討了受訪者對宣傳運動的認知程度和其社會觀念的轉變。受訪者 (經常駕駛人士) 對宣傳運動的認知程度載於下文表七。

---

註 6：就道路安全運動，審計署署長在一九九八年六月發表的第三十號報告書第十章指出，當局並沒有正式評估道路安全宣傳工作的成效。當局答允進行正式評估，以衡量宣傳工作達到目標的程度。

表七

在一九九八年八月至一九九九年七月期間推行的道路安全運動  
經常駕駛人士對政府電視宣傳短片的認知程度

| 政府宣傳短片的主題         | 一九九九年一月      | 一九九九年四月      |
|-------------------|--------------|--------------|
|                   | 進行的調查<br>(a) | 進行的調查<br>(b) |
| 1. 超速駕駛           | 71%          | 89%          |
| 2. 行車時太貼近前車       | 69%          | 91%          |
| 3. 不小心轉換行車線       | 58%          | 69%          |
| 4. 酒後駕駛           | 89%          | 89%          |
| 5. 上述四套政府宣傳短片任何一套 | 99%          | 99%          |

資料來源：新聞處的記錄

4.8 表七載列在宣傳運動推行期間所進行兩次調查的結果，顯示在宣傳運動進行期間，對道路安全運動的認知程度持續上升。不過，由於當局在策劃階段，並沒有就宣傳運動政府預期達到的認知程度訂定成效目標，考慮到宣傳運動所需開支及獲分配的廣播時間，很難確定宣傳運動是否已達到原定目的。

4.9 為了確定一九九八年八月至一九九九年七月期間推行的道路安全運動會否令經常駕駛人士的態度有所轉變，新聞處委託的顧問公司分別在一九九八年七月、一九九九年一月及一九九九年四月調查了這些人士對小心駕駛的意見。受訪者被問及超速駕駛、行車時太貼近前車、不小心轉換行車線及酒後駕駛等行為會否造成危險。按照顧問公司的調查結果，受訪者在觀念上轉變的情況撮述於下文表八。

表八

經常駕駛人士對在駕駛時會構成危險的原因在觀念上的轉變  
(就一九九八年八月至一九九九年七月期間推行的道路安全運動而言)

問題：

下列駕駛行為是否會構成危險

受訪者同意該項駕駛行為會構成危險的百分比

|             | 一九九八年七月 | 一九九九年一月 | 一九九九年四月 |
|-------------|---------|---------|---------|
|             | 進行的調查   | 進行的調查   | 進行的調查   |
|             | (a)     | (b)     | (c)     |
| 1. 超速駕駛     | 80%     | 66%     | 73%     |
| 2. 行車時太貼近前車 | 98%     | 96%     | 95%     |
| 3. 不小心轉換行車線 | 100%    | 99%     | 97%     |
| 4. 酒後駕駛     | 86%     | 73%     | 79%     |

資料來源：新聞處的記錄

一九九八年七月初次進行的調查(在一九九八年八月宣傳運動展開前一個月進行)顯示，大部分受訪者同意該四項不良駕駛行為會構成危險。然而，其後在一九九九年一月及四月進行的兩次調查顯示，宣傳運動並未收到預期效果，經常駕駛人士的觀念沒有重大轉變。事實上，在推行宣傳運動期間，認為這些行為會構成危險的駕駛人士的百分比，特別是超速駕駛和酒後駕駛，比宣傳運動開始前還要低。由於在推行宣傳運動之前，當局並未就改變經常駕駛人士的觀念或行為訂定目標，因此很難確定宣傳運動是否已達到預期的目的。

#### 其他宣傳活動

4.10 審計署發現，就一些在1999-2000年度進行的大型宣傳運動而言，有關的決策局及部門採用多個投入指標(例如贊助機構/合作機構數目及所籌得的贊助款額)和產量指標(例如講座或午餐聚會數目、參加人數、探訪/聯絡次數及網站瀏覽人數)來衡量這些運動的成效，但卻沒有採用兩個被普遍接受常用來衡量宣傳運動的效果的可量化成效指標(即對宣傳運動的認知程度及市民觀念/行為有與運動原意相符的轉變 見上文第4.3段)，而且也沒有為這兩個指標定下目標。下文表九臚列這類宣傳運動的例子。

表九

1999–2000 年度進行的宣傳運動沒有訂定目標  
來衡量認知程度及市民觀念 / 行為轉變程度的例子

| 運動         | 決策局 / 部門 | 獲得的撥款<br>(百萬元) | 附註                        |
|------------|----------|----------------|---------------------------|
| 二零零零年立法會選舉 | 選舉事務處    | 76.5           |                           |
| 一九九九年區議會選舉 | 選舉事務處    | 48.2           |                           |
| 在各國宣傳香港    | 新聞處      | 29.5           |                           |
| 推廣資訊科技     | 資訊科技署    | 10.0           |                           |
| 推廣公民教育     | 民政事務局    | 9.8            | 只有公民教育<br>活動資助計劃<br>已訂定目標 |
|            | 總計       | 174.0          |                           |

資料來源：各決策局 / 部門的記錄

註：這些宣傳運動的經費來自有關的決策局 / 部門的非經常宣傳撥款。上文第 4.4 段表六所列宣傳運動的經費則來自新聞處的經常宣傳撥款。

#### 審計署對訂定成效目標的意見及建議

4.11 政府各決策局及部門在策劃許多宣傳運動時，都沒有採用被普遍接受並常用以衡量宣傳運動效果的成效指標。因此，政府在宣傳運動進行期間，難以監察宣傳運動取得多大效果，以及難以在運動完結後評估成效。鑑於宣傳運動對財政有很大影響（包括所涉及的廣播時間的估計費用），審計署認為，在籌劃階段訂定宣傳運動的目標，以及採用被普遍接受並常用以衡量成果的成效指標，是很重要的。

4.12 審計署注意到，政府新聞處處長是政府在公共關係，包括宣傳運動方面的顧問（見上文第1.2段）。審計署建議政府新聞處處長向各決策局及部門提供足夠指引，使他們能：

在策劃宣傳運動的階段，就常用的成效指標（例如：市民對運動的認知程度及市民觀念 / 行為有與運動原意相符的轉變）訂定可量度目標。從而估計運動的成果；

在訂定目標時，確保這些目標配合宣傳運動的目的，而達到目標對實現宣傳運動目的有明顯和正面的作用；及

監察宣傳運動的進度，以評估是否已經達到目的。

## 當局的回應

### 4.13 政府新聞處處長表示：

- (a) 新聞處歡迎審計署的建議；
- (b) 新聞處同意，訂定成效指標，例如認知程度、市民觀念／行為的轉變等，用以評估宣傳運動的成效，是有用的做法。為此，當局在宣傳運動前後都會進行調查，以比較宣傳對象對運動所載信息的認知程度，以及與運動主題有關的市民觀念／行為的轉變。調查結果經客觀詮釋和評估後，可據以衡量宣傳運動成效，並為日後同類宣傳運動的策劃和策略訂定提供基礎。新聞處和一些決策局／部門過往曾進行這類調查；
- (c) 不過，在運動的策劃階段能夠為成效指標訂定的可量度目標相當有限。如訂定這些基準，必須審慎行事，確保基準是有實際作用的；
- (d) 新聞處會建議各決策局及部門在適當情況下為其宣傳運動訂定成效指標，並透過意見調查按這些指標評估宣傳工作成效。在策劃階段時，須考慮進行調查的所需成本；及
- (e) 監察宣傳運動進展，是新聞處十分重視的工作。新聞處會繼續透過通常由多方代表組成的督導／諮詢委員會，與各決策局／部門緊密合作，一起監督運動進展，並確保運動達到預期目的，而實施過程亦合乎成本效益。

### 4.14 上文第 4.10 段表九所列其餘三個決策局／部門的回應如下：

- (a) 總選舉事務主任表示，原則上同意審計署的建議，就是要為宣傳運動常用成效指標訂定可量度的目標。他又表示：
  - (i) 有關市民認知程度，雖然不曾在宣傳運動前作評估，但民政事務局在每次選舉結束後，的確會進行選民行為調查，以了解市民對選舉的認知程度，並確定選民得知選舉消息的各種宣傳渠道。一九九九年區議會選舉的市民認知程度，可供二零零零年立法會選舉作參考；
  - (ii) 至於宣傳對象的行為，他實已訂定明確目標。在展開宣傳運動前，《2000-01 年度預算》已列明預期的登記選民人數。二零零零年立法會選舉結束後，當局立即公布了實際登記選民人數和投票率，並向行政長官報告；及

- (iii) 當局實施了若干措施，以確保有關宣傳運動以合乎成本效益的方式依照計劃進行。當局經已設立一個跨部門工作小組，負責監督宣傳運動的策劃和進展。每次選舉結束後，工作小組都檢討宣傳運動的成效，並就改善措施提出建議。
- (b) 資訊科技署署長表示：
  - (i) 他原則上同意審計署的意見和建議；
  - (ii) 推廣資訊科技的整體目標，是加深市民對這方面的認識和使資訊科技的應用更趨普及，這是透過市民的使用行為和觀念來衡量的；及
  - (iii) 在評估宣傳運動的成效方面，部門每年都會進行資訊科技基準調查。這些調查提供有關成效指標，例如個人電腦和互聯網滲透率、電子商貿收益、市民對公共服務電子化計劃的認識，以及個人數碼助理等科技的應用情況。
- (c) 民政事務局局長表示，他同意政府新聞處處長在上文第 4.13 段提出的意見。關於推廣公民教育活動，他會每年進行兩次民意調查，調查結果可提供客觀基準以評估公眾對公民責任及社區觀念的取態轉變。

## 預先測試

4.15 預先測試政府宣傳短片及聲帶有助設計者調查宣傳對象對短片及聲帶最終版本的創作意念、概念及設計可能作出的反應。預先測試政府宣傳短片及聲帶時，短片及聲帶的樣板稿會向小部分選作樣本的宣傳對象播放，看看他們對短片及聲帶有何評價，接收到什麼信息。若沒有進行預先測試，就要承受一個風險，就是所製作的政府宣傳短片及聲帶未必能傳達適當的信息給宣傳對象，而浪費了製作成本和所需廣播時間。

4.16 所有創作短片及聲帶都宜在早期預先測試，以確保有關工作按原定構思進行，這是由於宣傳運動的創作人員身處的文化及社會背景與宣傳對象可能有所不同。

4.17 新聞處為政府各決策局及部門設計及製作政府宣傳短片時，一般都沒有採用預先測試程序。審計署注意到，政府在一九九八年八月推出一系列以“撲滅青少年罪行”為主題的政府電視宣傳短片後，影視處所接獲的市民投訴特別多。在其後的八個月間，影視處共接獲 35 宗投訴，對其中一個名為“母與女”的政府電視宣傳短片的內容表示不滿。這套宣傳短片打算傳達的信息，是父母與子女之間的誤解及缺乏關懷是導致青少年罪行的關鍵因素。不過，投訴人卻批評該短片：

誤導青少年，令他們認為他們所幹的壞事是對的，而父母是錯的；

令子女與父母不和；

鼓勵子女以惡劣的態度對待父母；  
未能讓父母知道如何改善與子女之間的溝通；及  
應強調父母與子女之間相互溝通的重要性。

有些投訴人反應強烈，甚至要求政府停播這套政府電視宣傳短片。鑑於市民提出上述負面意見，有關信息的設計是否正確及有效，實在令人懷疑。

4.18 審計署認為，假若“母與女”的故事圖片和劇本經過預先測試，在最後製作電視宣傳短片前，向小部分宣傳對象(即父母和青少年子女)播放，監製便可在早期作出所需的修改。結果不但可能避免市民有負面意見，還可能更有效地達到該政府電視宣傳短片預定的目的。

4.19 審計署注意到，廉政公署以“焦點小組調查”的形式對其政府宣傳短片進行預先測試。有關調查是以焦點小組會議的形式進行。一小羣宣傳對象在看過故事圖片後，會進行簡短討論。他們被應邀填寫一份簡單問卷，內容大概是他們對故事的理解、對信息口號的感覺，以及是否喜歡該宣傳短片。根據他們的回應，所製作的宣傳短片會因應宣傳對象的意見作出修改。

#### 審計署對預先測試的意見及建議

4.20 政府的宣傳運動涉及大量公共資源。製作一套政府宣傳短片的成本約為25萬元。此外，在電視及電台播放政府宣傳短片及聲帶，以所用的廣播時間估計費用計算，費用高昂(見上文第2.7段)。審計署認為，妥善的做法，是就所製作的政府宣傳短片及聲帶進行預先測試，然後才在電視或電台播放。預先測試不但有助確定政府宣傳短片及聲帶會否把預定的信息傳達給宣傳對象，亦有助在支付大部分運動開支之前，確定任何可能嚴重地錯誤傳達信息的問題。預先測試可提高宣傳運動的效益。

4.21 政府新聞處處長在宣傳運動及政府宣傳短片及聲帶製作方面，為政府各決策局及部門擔當諮詢及支援的角色。審計署建議政府新聞處處長應：

促請政府各決策局及部門採取預先測試方式，在耗用大部分製作開支及廣播時間之前，測試政府宣傳短片及聲帶的宣傳對象可能作出的反應；及

考慮到宣傳運動的目的，以及用以評估宣傳運動成效的可量度成效目標，發出如何進行預先測試的指引。

## 當局的回應

4.22 政府新聞處處長表示：

- (a) 新聞處歡迎審計署的建議。預先測試政府宣傳短片及聲帶是有用的，尤以處理可能具爭議性的宣傳方法為然。不過，有需要考慮進行有關調查所需成本；
- (b) 政府宣傳短片及聲帶通常由有廣泛代表性的督導 諮詢委員會審議；及
- (c) 新聞處會鼓勵各決策局 / 部門在適當時採取預先測試程序，並會就如何進行有關調查提供意見。

## 宣傳運動的評估

4.23 政府每年會舉行多項宣傳運動。在宣傳運動進行期間和結束後進行成果評估，是很重要的工作，以便按目標評估運動的成效、改善運動的管理和確保物有所值。

4.24 1988-89年度，新聞處就宣傳運動的成效進行了一項評估調查。事隔十年，新聞處在一九九八年六月委託顧問公司進行調查，評估政府宣傳運動的成效和找出需改善的地方。進行調查以評估八項宣傳運動 (分別為防火、禁毒、道路安全、撲滅罪行、健康生活、推廣服務業、康復服務及公民教育) 的成效，所需費用合共 90 萬元。

## 評估目的被修訂

4.25 按新聞處的撥款申請所述，評估工作的目的為：

- (a) 在宣傳運動進行“之前”、“期間”及“之後”，衡量宣傳對象的認知、記憶、觀念及態度的轉變程度；
- (b) 找出導致受評估的運動成功或失敗的其他因素 (如策略)；及
- (c) 確定政府宣傳工作的優點和缺點、找出需改善的地方，以及制訂利便日後策劃的指引。

這些評估工作的目的亦載列於獲新聞處接納的顧問公司投標建議書內。

4.26 然而，審計署注意到，在顧問的最後報告中，評估工作的目的已有更改。修訂的目的只限於查究：

- (a) 市民對這些政府宣傳運動的認知程度；及
- (b) 在運動過程中，市民的觀念和行為有否按宣傳運動的原意而有所轉變。

4.27 評估工作的範圍大大縮減，但評估費用卻不變。審計署並無找到新聞處與顧問公司就修訂評估目的而簽訂的書面協議。

## 審計署對宣傳運動評估的意見

4.28 顧問報告既無確定或分析導致宣傳運動成功或失敗的因素，亦無提供指引，利便日後設計有效的宣傳運動。有關顧問公司似乎並無按照與新聞處簽訂原初的合約提供所有服務。由此可見，撥款進行評估的原定目的並非全部達到。

4.29 此外，審計署注意到，其中一個原定目的，是在宣傳運動進行“之前”、“期間”及“之後”，衡量宣傳對象的認知、記憶、觀念及態度的轉變程度。根據顧問公司的建議，要達到這個目的，必須對選定的受訪者進行三輪調查。在第一輪調查中，目標受訪者應會在宣傳運動展開前接受訪問，以便作出“宣傳運動進行之前的估量”。

4.30 第一輪調查在一九九八年七月三十一日至八月十三日進行，包括了有關八項宣傳運動的 24 套政府宣傳短片。然而，審計署注意到，有 9 套政府宣傳短片 (38%) 已在一九九八年七月三十一日前播出 (其中兩套更早在一九九七年已播出)。因此，顧問公司無法就這些宣傳短片作出宣傳運動進行之前的估量，有違這項工作的目的，就是定下估量基準，以便與其後在“宣傳運動進行期間”和“宣傳運動進行之後”的估量作出比較。沒有這些比較，則無法確定宣傳運動的成效。由此可見，在策劃評估時間方面有失當之處。

## 審計署對宣傳運動評估的建議

4.31 審計署建議政府新聞處處長應：

採取措施，確保撥款申請所述的宣傳運動評估調查的目的，得以達到；

就一九九八年六月委託顧問公司進行的評估調查進行檢討，確定調查範圍大為縮減的原因；及

確保日後妥善策劃進行評估調查的時間。

## 當局的回應

4.32 政府新聞處處長表示：

(a) 新聞處歡迎審計署的建議；

(b) 新聞處已致力確保有關評估調查已達到預定目的。顧問公司須對調查結果作出評估及詮釋，並已向新聞處提出意見，而這些意見亦會透過簡介會及其後舉行的會議，轉告有關的決策局／部門。顧問公司須負責執行在原來建議書中並無列明的額外工作，包括就該八個運動個別地 (而非整體地) 進行調查及擬備報告，以及擴大調查的樣本基礎。有關調查目的的範圍已作檢討。新聞處會加強這方面工作，確保日後就宣傳運動進行的評估調查能達到其預定的目的；及

- (c) 新聞處同意進行評估調查的時間性十分重要。這次調查所取得的經驗可作為日後有用的參考。

### 職責轉移

4.33 如上文第 1.6 及 1.7 段所述，政府宣傳運動的撥款安排及新聞處與其他部門的角色及關係已經改變。新聞處已不再擔當政府宣傳運動的撥款管制人員。目前，宣傳運動的開支由各有關管制人員負責交代。新聞處就公共關係事宜，包括宣傳運動，為中央政府及各部門擔當諮詢及支援角色。

4.34 審計署認為，新聞處作為顧問應繼續發揮重要作用。新聞處可為各部門，特別是並無設立公共關係組的較小部門，在擬備詳細的宣傳運動策略上提供更多協助，以助這些部門更有效執行有關推行政府宣傳運動的職務。

### 審計署對職責轉移的建議

4.35 審計署建議政府新聞處處長應：

為部門提供足夠指引 (如發出良好實務指引)，以助部門管理宣傳計劃。指引應包括：

- (i) 就如何設立管理宣傳運動的制度，提出意見，令宣傳運動符合成本效益、有效率和達到預期的效果；
- (ii) 規定在宣傳運動進行期間及結束後，對運動進行有系統的檢討，以監察進度。管制人員應妥善評估結果，並確定是否可改善日後的宣傳運動；及
- (iii) 規定各部門應評估其宣傳運動的成效，並在宣傳運動結束後，向新聞處及部門所屬的決策局提交宣傳運動的檢討報告，以便就這些宣傳運動作出整體評估；及

就策劃、籌備及推行宣傳運動，為部門提供適當訓練。

### 當局的回應

4.36 政府新聞處處長表示：

- (a) 新聞處同意審計署的建議，並會考慮就管理及檢討宣傳運動制定諮詢性指引 / 核對表；及

- (b) 根據經修訂的撥款制度，各決策局及部門可繼續向新聞處尋求協助及意見。為協助可能自行籌辦宣傳運動的部門，新聞處會向有關部門提供有助宣傳運動管理的資料，以供參考。此外，新聞處亦會考慮為其他決策局／部門的人員舉辦有關宣傳運動管理的訓練課程。

## 第 5 部分：政府刊物的銷售

5.1 本部分審查現時向市民大眾銷售政府刊物的安排，是否有可改善之處。

### 背景

5.2 政府整體宣傳工作中一個重要環節，是印製書刊和小冊子，藉以喚起市民對社會大事的興趣和灌輸有關知識，並且加強市民對公民責任的意識。政府也印製刊物用以在海外宣傳香港。

5.3 新聞處以經其創作、編輯、印製、銷售和派發的政府刊物的數量來說，堪稱香港最大的出版機構。新聞處也專責處理可供購買的政府刊物，在一九九九年可供出售刊物共 6 400 多種，售出超過 1 366 800 份。

5.4 在 1999–2000 年度，政府刊物的銷售總額達 3,500 萬元。新聞處刊物的定價政策，是讓政府收回出版的“全部成本”。“全部成本”包括印刷費及銷售派發的運作成本（不包括著作及設計成本）。新聞處如能減低銷售派發的運作成本，就可調低刊物售價，市民自然得益。降低售價亦有助增加可供購買的政府刊物的流通量。

### 電子化服務

5.5 目前，市民可於新聞處位於金鐘道政府合署的政府刊物銷售處購買政府刊物，或以郵遞方式購買。購買刊物的人士亦可從互聯網下載訂購表格，但必須以郵遞或傳真方式交回新聞處。新聞處收到訂購表格後，便會計算所需費用和郵費，將發票郵遞或傳真給上述人士。

### 審計署對電子化服務的意見

5.6 審計署注意到在多個國家，包括新加坡，市民可透過電子化服務系統直接訂購政府刊物。使用電子化服務的好處在於能提高效率、擴大公共服務的涵蓋範圍，而長遠而言，則可降低刊物的成本。本港在二零零零年下半年已推行公共服務電子化計劃，以提供多項公共服務，作為推廣香港資訊架構和服務的策略，使香港在全球聯繫的廿一世紀可成為領先的數碼城市。該計劃第一期的服務包括繳付各類政府帳單（例如差餉和水費），以及換領駕駛執照和車輛牌照等。公共服務電子化計劃提供的服務全年每日 24 小時可供使用。

5.7 審計署注意到，透過互聯網購買書籍愈趨普遍。新聞處需要盡早推行公共服務電子化計劃售賣政府刊物，以充分利用該計劃，為市民提供更佳的服務。

5.8 目前，新聞處出售的大部分政府刊物都是印刷文本，而有部分則以光碟形式出售。審計署注意到，在一些其他國家，亦有通過電子方式出售政府刊物的軟複本。以軟複本

方式出售刊物(包括政府刊物),可藉互聯網這個遠較其他方式快速而通常更具成本效益的媒體,達致盡量令刊物更廣泛供市民使用的目的。任何人士如欲購買或使用刊物,可在任何時間下載軟複本,並可以信用卡付款。審計署認為,新聞處除出售印刷文本外,亦應探討可否早日透過互聯網售賣政府刊物的軟複本。

#### 審計署對電子化服務的建議

5.9 審計署建議政府新聞處處長在諮詢資訊科技署後,應進行下述工作:

盡快透過公共服務電子化計劃售賣政府刊物,作為提高送遞效率的新增服務,方便市民取得政府刊物;及

除了售賣印刷文本外,探討可否以軟複本的方式在互聯網出售政府刊物,藉以提供更有效率的服務,並可望因減少儲存空間和送遞成本而節省成本。

#### 當局的回應

5.10 政府新聞處處長表示:

- (a) 新聞處歡迎審計署的建議。該部門會在二零零一年內透過公共服務電子化計劃實行在網上售賣政府刊物。市民可透過互聯網及公共服務電子化計劃的公眾諮詢服務站,提交政府刊物的訂購單和繳費;及
- (b) 以電子方式售賣政府刊物,亦在新聞處的新聞系統電腦化計劃檢討的範圍之內。該計劃第一期定於2001-02年度推行。新聞處會在該計劃第二期開展前檢討在互聯網上售賣政府刊物軟複本的事宜。

5.11 資訊科技署署長表示,以電子方式售賣政府刊物,已在新聞處剛完成的新聞系統電腦化計劃檢討中,獲確定和通過成為其中一項資訊科技應用系統。網上售賣政府刊物是公共服務電子化計劃今年推行的系統應用之一。

B1 頻道在年內漏播政府電視宣傳短片  
所涉廣播時間的估計費用

|                                 |   |                 |   |   |
|---------------------------------|---|-----------------|---|---|
| 在審計署審查的四<br>個星期內漏播的政<br>府宣傳短片數目 | × | 52 個星期<br>4 個星期 | × | 根據持牌機構 B 就各時區的<br>最低報價計算出的電視廣告<br>廣播時間加權平均收費<br>(註) |
| 148 套政府宣傳短片                     | × | 52 個星期<br>4 個星期 | × | 每套政府宣傳短片 8,029 元                                    |
|                                 |   |                 | = | <u>1,540 萬元</u><br><u>(約 1,500 萬元)</u>              |

資料來源：審計署根據新聞處的記錄計算所得的結果

註：預先承諾折扣和大使用量回扣已計算在內，以審慎地得出廣播時間的估計費用。

附錄 B  
(參閱第 3.8 段)

估計每年可節省的報章廣告費

| 公告類別                           | 在抽樣審查<br>期間 (註) 的廣告費 | 可減少的<br>篇幅比率 | 在抽樣審查期間估<br>計可節省的廣告費   |
|--------------------------------|----------------------|--------------|------------------------|
|                                | (a)<br>(元)           | (b)<br>(百分比) | (c) = (a) × (b)<br>(元) |
| 根據《入境條例》(第 115 章)<br>發出的扣押船隻公告 | 19,200               | 60%          | 11,520                 |
| 關於破產及公司<br>清盤程序的公告             | 44,200               | 37%          | 16,354                 |
| 政府多層停車場<br>大廈廣告牌照的<br>招標公告     | 240,800              | 32%          | 77,056                 |
| 出租政府土地的<br>招標公告                | 278,000              | 29%          | 80,620                 |
|                                |                      |              | 總計 185,550             |
|                                |                      |              | (約 19 萬元)              |

$$\begin{aligned}
 & \text{估計每年可節省的報章廣告費} = \text{1999-2000 年度報章廣告費總額} \times \text{在抽樣審查期間估計可節省的報章廣告費} \\
 & \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \times \text{在抽樣審查期間的報章廣告費總額} \\
 & \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \qquad \times 19 \text{ 萬元} \\
 & = 8,300 \text{ 萬元} \times 540 \text{ 萬元} \\
 & = \underline{\underline{290 \text{ 萬元}}}
 \end{aligned}$$

資料來源：審計署根據新聞處的記錄作出的估計

註：抽樣審查期間指二零零零年四月這一個月，審計署發現可減少在該月刊登在本地報章的政府廣告的篇幅。

附錄 C  
(參閱第 4.4 段)

1999–2000 年度十個大型宣傳運動所涉廣播時間的估計費用

| 廣播服務<br>持牌機構 | 政府宣傳短片及聲帶<br>總廣播時間的估計費<br>用 (見第 2.7 段表一) | 十個大型宣傳運動<br>政府宣傳短片及聲帶<br>的廣播時間所佔比例<br>(註) | 十個大型宣傳運動<br>政府宣傳短片及聲帶<br>的廣播時間的估計費用 |
|--------------|--|---|-------------------------------------|
|              | (a)<br>(百萬元)                             | (b)<br>(百分比)                              | (c) = (a) × (b)<br>(百萬元)            |
| A            | 156                                      | 39%                                       | 61                                  |
| B            | 108                                      | 39%                                       | 42                                  |
| C            | 46                                       | 41%                                       | 19                                  |
| D            | 47                                       | 43%                                       | 20                                  |
| E            | 61                                       | 36%                                       | 22                                  |
|              |  |   | 總計                                  |
|              |  |   | 164                                 |

資料來源：審計署根據新聞處的記錄計算所得的結果

註：百分比是根據新聞處一九九九年十一月播放政府宣傳短片及聲帶的時間表計算而得出的。