

行政院所屬二、三級機關及縣市政府
社群服務健檢報告

國家發展委員會
中華民國106年8月

目 次

壹、	緣起及目的	1
貳、	政府機關社群服務健檢	2
一、	健檢對象	2
(一)	行政院及所屬二級機關	2
(二)	行政院所屬三級機關	4
(三)	直轄市及縣市政府機關	5
二、	社群優化健檢指標及執行方式	6
(一)	檢測方式與使用工具	6
(二)	檢測面向	6
(三)	計分說明	7
(四)	評分標準(包含各項構面之細項指標及評分標準)	8
參、	社群健檢彙整分析與建議	17
一、	健檢結果彙整及分析	17
二、	積分彙總與分析	17
(一)	行政院及所屬二級機關(共計31個機關粉絲頁)	18
(二)	行政院所屬三級機關(共計29個機關粉絲頁)	25
(三)	直轄市及縣市政府機關(共計22個機關粉絲頁)	32
三、	案例分享及社群服務營運建議	39
(一)	案例分享	39
(二)	社群服務營運建議	45
四、	檢討與改進	46
(一)	現行健檢作業檢討	46
(二)	未來健檢改進方向	47
(三)	機關社群經營未來改進方向	47
附錄、	立法委員管碧玲質詢內容與本專案健檢差異比較	48

壹、緣起及目的

隨著電腦及上網普及率逐年提升，民眾對於網路的依賴程度越來越高，而網路世界的互動模式，Web 2.0概念的開放、即時、互動、同步、多元的資訊傳遞方式逐漸被廣泛運用。Web 2.0一詞源自美國電腦出版商 O'Reilly 公司正式於2004年10月一場大會中發表¹，其認為 Web2.0應用廣泛，並沒有一個統一定義，但首要原則為將網路視為平臺，在此平臺上發揮 Web 2.0概念的核心價值，例如使用者兼具開發者、群體智慧、持續測試、豐富使用者的經驗，以及在使用者與使用者之間、使用者與網站之間的雙向互動和分享，透過多人貢獻提升使用者的參與意識，創造出更多的群體價值。在此之後，人們陸續開始談論 Web 3.0，從討論中可以嗅出 machine to machine 的發展²，然而這已非純粹是使用者與使用者之間雙向互動和分享的議題範圍，社群應用分享依然是 Web 2.0的主軸。

在 Web 2.0的概念與核心價值的發展之下，Web 2.0的應用在這幾年風行全世界，以目前全球最大流量前十名網站中³Facebook（臉書）排名第三，臉書則是全球流量最大的社群網站，截至2016年3月，全球的用戶使用數量有16.5億，每日的活躍用戶數量逾7億，每日按讚或分享總數達220億次，每天使用臉書上的平均時間為5.85小時，平均每名用戶對40個粉絲專頁按讚⁴。

面對推陳出新的網路活動，各先進國家政府機關，已將 Web 2.0概念和工具應用到政府網站和公共政策的服務上。Gov 2.0的意涵就是政府部門充分運用 Web 2.0網路工具中的社會網絡媒體(Social Media)以吸引公民參與(Civil Participation)在網路上交流及互動。政府部門經營臉書粉絲專頁，利用傳播速度快的社群網站進行政策宣傳行銷、政策溝通等，透過新形態與民眾互動的工具，使民眾更了解政策內容，進而政務更順利推廣，從而使各項公共政策更加開放和透明，並能與民眾進行更有效的溝通與政策推動。

¹ Web 2.0, from https://zh.wikipedia.org/wiki/Web_2.0#cite_note-7

² 從 Web 2.0 到 Web 3.0, 數位時代, from <https://www.bnext.com.tw/article/9186/BN-ARTICLE-9186>

³ *The Top 500 Sites on the Web*. Retrieved August 24, 2013, from <http://www.alexa.com/topsites>

⁴ Smith, Craig (2016). *By the Numbers: 200 Surprising Facebook Stats*. Retrieved 2016, from <http://expandedramblings.com/index.php/by-the-numbers-17-amazing-facebook-stats/#.UqBExNIW3Kg>

貳、政府機關社群服務健檢

為強化政府機關社群網路經營品質，本報告依據本專案所研析適合評量政府社群經營之指標，進行政府社群服務維運健檢，產出質化與量化診斷報告，以提供機關追蹤改善。

一、健檢對象

本次健檢對象主要以行政院及所屬二、三級、直轄市及縣市政府機關所經營的臉書社群為主，以確保其影響力及服務品質，成為後續推廣至其他政府機關之標竿。行政院及所屬二級機關共計31個，行政院所屬三級機關29個，直轄市及縣市政府22個，共計82個機關臉書社群。

(一) 行政院及所屬二級機關

下表所列為行政院及所屬二級機關經營臉書社群情況及健檢的對象，其中行政院所屬二級機關未經營臉書社群者有外交部、財政部、中央銀行、行政院主計總處、公平交易委員會、中央選舉委員會等6個部會。

另部會首長經營臉書社群者有文化部鄭麗君部長、科技部陳良基部長、行政院環境保護署李應元署長、行政院農業委員會林聰賢主任委員、原住民族委員會夷將·拔路兒主任委員等5位(部會首長粉絲專頁未納入本次健檢對象，列表僅呈現粉絲專頁資訊)。

序號	機關	臉書粉絲專頁	首長臉書粉絲專頁
1	行政院	中華民國行政院	林全 (粉絲人數36,326)
2	內政部	內政大小事	—
3	外交部	—	—
4	國防部	國防部發言人	—
5	財政部	—	—
6	教育部	教育部電子報	—
7	法務部	人權大步走	—
8	經濟部	經濟部	—
9	交通部	交通部：美好生活的 連結者	—

序號	機關	臉書粉絲專頁	首長臉書粉絲專頁
10	衛生福利部	衛生福利部	—
11	文化部	文化部	鄭麗君 (粉絲人數15,608)
12	勞動部	勞動部	—
13	科技部	科技大觀園	陳良基的創新筆記 (粉絲人數9,079)
14	國家發展委員會	國發會	—
15	蒙藏委員會	蒙藏文化中心	—
16	僑務委員會	僑務委員會 ocac-i 僑	—
17	中央銀行	—	—
18	行政院人事行政總處	行政院人事行政總處	—
19	行政院主計總處	—	—
20	行政院環境保護署	環保 E 學院	李應元-台灣應元團 (粉絲人數9,156)
21	行政院海岸巡防署	巡找北海英雄 I Need You	—
22	國立故宮博物院	國立故宮博物院 National Palace Museum	—
		國立故宮博物院南部 院區 South Branch of National Palace Museum	—
23	行政院大陸委員會	行政院大陸委員會	—
24	金融監督管理委員會	金管會	—
25	國軍退除役官兵輔導委員會	國軍退除役官兵輔導委員會	—
26	行政院原子能委員會	輻務小站	—
27	行政院農業委員會	行政院農業委員會	林聰賢 (粉絲人數64,108)
		產銷履歷	
		農業易遊網 FunClub	
28	公平交易委員會	—	—
29	行政院公共工程委員會	行政院公共工程委員會	—
30	原住民族委員會	原住民族委員會	夷將.拔路兒 (粉絲人數2,866)

序號	機關	臉書粉絲專頁	首長臉書粉絲專頁
31	客家委員會	好客之家~i-Hakka!~客委會粉絲專頁	—
		苗栗客家文化園區	
32	中央選舉委員會	—	—
33	國家通訊傳播委員會	國家通訊傳播委員會	—

(二) 行政院所屬三級機關

序號	機關	臉書粉絲專頁
1	警政署	NPA 署長室
2	消防署	消防署
3	役政署	服役大小事
4	移民署	我愛自動通關
5	財政資料中心	電子發票 e 起8-VAVA 熊
6	賦稅署	賦稅署點點通
7	青年發展署	教育部青年發展署
8	國家圖書館	國家圖書館 National Central Library
9	國立自然科學博物館	國立自然科學博物館 NMNS TW
10	調查局	法務部調查局
11	工業局	經濟部工業局
12	智慧財產局	經濟部智慧財產局
13	水利署	E 河川-交流水知識
14	台灣電力股份有限公司	電力粉絲團
15	台灣中油股份有限公司	台灣中油
16	中央氣象局	報天氣
17	臺灣鐵路管理局	fun 臺鐵
18	中華郵政股份有限公司	中華郵政 郵你真好
19	桃園國際機場股份有限公司	桃園國際機場 Taoyuan International Airport
20	國立歷史博物館	國立歷史博物館 National Museum of History
21	疾病管制署	1922防疫達人
22	國民健康署	國民健康署

序號	機關	臉書粉絲專頁
23	食品藥物管理署	食用玩家
24	食品藥物管理署	睡睡平安
25	衛生福利部社會及家庭署	衛生福利部社會及家庭署
26	檔案管理局	檔案 ing
27	林務局	森活情報站
28	勞工保險局	勞工保險局
29	勞動力發展署	台灣就業通

(三) 直轄市及縣市政府機關

序號	機關	臉書粉絲專頁	首長臉書粉絲專頁
1	新北市	我的新北市	—
2	臺北市	智慧臺北 幸福生活	—
3	桃園市	桃園事	—
4	臺中市	大玩台中	—
5	臺南市	我在台南	—
6	高雄市	高雄款	—
7	宜蘭縣	宜蘭縣政府衛生局	—
8	新竹縣	新竹縣 ing	—
9	苗栗縣	苗栗縣1999服務讚	—
10	彰化縣	彰化縣政府社會處	—
11	南投縣	樂旅南投	—
12	雲林縣	雲林縣稅務局	—
13	嘉義縣	嘉義縣文化觀光局	—
14	屏東縣	i屏東～愛屏東	—
15	花蓮縣	花蓮縣政府	—
16	臺東縣	—	台東縣長黃健庭
17	澎湖縣	澎湖縣 政府	—
18	金門縣	樂遊金門	—
19	連江縣	連江縣政府環境資源局	—
20	基隆市	基隆旅遊網	—
21	新竹市	新竹市新鮮事	—
22	嘉義市	—	嘉義市長涂醒哲

註：臺東縣及嘉義市以首長個人粉絲頁做為機關社群代表。

二、 社群優化健檢指標及執行方式

(一) 檢測方式與使用工具

本專案針對各機關之臉書粉絲專頁提供社群經營健檢服務，係採用工具檢測及人工檢視二種方式並行。工具檢測項目約佔80%，人工檢視約項目佔20%，以提供檢測結果在整體上具相當程度的客觀性。

健檢作業採前測及追蹤檢測兩階段進行，於前測後約2個月進行追蹤檢測。追蹤檢測目的除有追蹤機關社群經營現況外，也避免檢測結果可能因機關季節性活動影響，而粉絲互動有較大幅度差異所導致得分高低的現象，以利展現檢測結果的客觀性。

工具檢測係引進德國公司研發之 Fanpage Karma 及中華民國資訊軟體協會自行開發之臉書留言回應解析工具(Facebook Response Analytics Tool，簡稱 FRAT)。前者是專為 Facebook、Twitter、Instagram 等社群經營提供完善分析報告之產品，其中包含貼文表現、粉絲喜好、廣告價值、競爭分析等，可隨時掌握臉書粉絲專頁經營狀況，目前全球有超過500家政府機關、非營利組織及企業使用。

FRAT 是中華民國資訊軟體協會為提供社群健檢服務所開發的工具之一，可針對粉絲專頁特定期間內之留言回應進行統計與分析，同時呈現粉絲留言的回應內容及平均回應時間。本專案透過使用 FRAT 與 Fanpage Karma 檢測工具為政府機關臉書社群健檢服務進行全方位的解析。

(二) 檢測面向

社群服務健檢指標分為5大構面22項指標，包括基本資料、社群廣度、社群互動、社群關係、貼文營運等5大構面，其中僅基本資料構面採人工檢視，其餘構面均使用工具進行檢測。

(三) 計分說明

本專案健檢依據5大構面22項指標，各項指標分別以0至5分評分(滿分5分)，各構面分項滿分20分，由構面分項下所有指標得分以加權方式計算加總而得；5大構面分項得分總和即為健檢總積分，詳細說明如下所述。

1. 檢測指標計分

就5大構面22項檢測指標，依據機關提供之社群服務內容分別進行評分(1-5分，滿分5分)，同時說明評分之理由。

2. 構面分項計分

依據構面分項下所有檢測指標之得分，計算其構面分項加權分數(滿分20分)，加權分數計算公式如下：

$$\left(\sum_{i=1}^n \frac{\text{各項檢測項目得分}}{\text{分項檢測項目總數}} \times \text{分項滿分 20 分} \right) \times \frac{\text{分項滿分 20 分}}{\text{總滿分 100 分}}$$

3. 健檢報告總分

5大構面分項之分項加權分數總和即為該機關社群粉絲專頁健檢之總積分。報告中以雷達圖呈現社群服務在5大構面之整體表現，從雷達圖即可看出機關社群服務經營的強項與弱項，同時也針對健檢的社群粉絲專頁提出整體改善建議。

(四) 評分標準(包含各項構面之細項指標及評分標準)

1. 基本資料構面

檢測項目	指標說明	評分 (滿分5分)	評分說明／標準
粉絲專頁名稱	粉絲專頁的名稱	5	成功塑造精神與價值主張 可識別機關單位名稱 主題明確
		4	可識別機關單位名稱 主題明確
		3	可識別機關單位名稱，但相對較無特色
		2	無法識別機關單位名稱 主題明確
		1	可識別機關單位名稱 主題不明確
		0	無法識別機關單位名稱 主題不明確
大頭貼	粉絲專頁的專屬 代表圖示	5	可識別機關單位 搭配封面設計可呈現整體意象 吉祥物或代言人之設計更具親切感 視覺設計效果活潑
		4	可識別機關單位 吉祥物或代言人之設計更具親切感 視覺設計效果活潑
		3	可識別機關單位 視覺設計效果活潑
		2	可識別機關單位 視覺設計相對較無特色
		1	無法識別機關單位 視覺設計效果活潑
		0	無法識別機關單位 視覺設計相對較無特色
封面照片	粉絲專頁上的封面 標題圖示	5	Banner 設計風格獨特，能依節日或活動更換 視覺設計效果活潑，且更換頻率高 (每季一次以上)
		4	視覺設計效果活潑，Banner 更換頻率高(每季一次)
		3	Banner 更換頻率尚可 (每半年一次)
		2	Banner 更換頻率偏低 (每年一次)
		1	幾無更換 Banner (一年以上未更換)

檢測項目	指標說明	評分 (滿分5分)	評分說明／標準
		0	無封面照片
簡介資料完整性-關於	粉絲頁簡介、機關簡介、聯絡資訊等內容	5	以下四種資訊備齊外，另主動增加方便性或親和性之內容(如：位置地圖) 營業時間：應含平日或假日之上班時間 商家資訊：應含機關成立時間 聯絡資訊：應含機關電話、聯絡人信箱、機關官網網址 更多資訊：應含機關類別及組織簡介
		4	須備齊以下四種資訊： 營業時間：應含平日或假日之上班時間 商家資訊：應含機關成立時間 聯絡資訊：應含機關電話、聯絡人信箱、機關官網網址 更多資訊：應含機關類別及組織簡介
		3	以上四種必備資訊缺一項者
		2	以上四種必備資訊缺二項者
		1	以上四種必備資訊缺三項者
		0	以上四種必備資訊全缺者

2. 社群廣度構面

檢測項目	指標說明	評分 (滿分5分)	評分說明／標準
粉絲數	該粉絲頁之累計 粉絲人數	5	粉絲累計人數極佳 (累計人數10,001以上)
		4	粉絲累計人數較佳 (累計人數7001~10,000)
		3	粉絲累計人數尚可 (累計人數5001~7000)
		2	粉絲累計人數偏低 (累計人數2001~5,000)
		1	粉絲累計人數過低 (累計人數501~2,000)
		0	粉絲累計人數明顯不足 累計人數500以下
粉絲數每週平 均成長率	平均一週粉絲數 成長比率	5	粉絲成長動能佳 (成長率5%以上)
		4	粉絲成長動能佳 (成長率3%~4.99%)
		3	粉絲成長動能尚可 (成長率1%~2.99%)
		2	粉絲成長動能偏低 (成長率0.5%~0.99%)
		1	粉絲成長動能過低 (成長率0.1%~0.49%)
		0	粉絲成長無動能 (成長率0.1%以下)
談論粉絲頁的 用戶數(觸及數)	近一週觸及互動 粉絲人數	5	粉絲週成長人數極佳 (粉絲週成長人數1,001以上)
		4	粉絲週成長人數佳 (粉絲週成長人數501~1,000)
		3	粉絲週成長人數尚可 (粉絲週成長人數101~500)
		2	粉絲週成長人數偏低 (粉絲週成長人數51~100)
		1	粉絲週成長人數過低 (粉絲週成長人數50以下)
		0	粉絲人數無成長

3. 社群互動構面

檢測項目	指標說明	評分 (滿分5分)	評分說明／標準
平均每日貼文則數	平均每日貼文的則數	5	每日平均貼文數佳 (每日平均則數0.71~1.5)
		4	每日平均貼文數佳 (每日平均則數0.57~0.70)
		3	每日平均貼文數尚可 (每日平均則數0.42~0.56)
		2	每日平均貼文數偏低 (每日平均則數0.28~0.41)
		1	每日平均貼文數過低 (每日平均則數0.14~0.27)
		0	每日平均幾無貼文 (每日平均則數0.14以下)
參與率	每篇貼文粉絲回應的比率	5	粉絲參與率佳 (每篇貼文5.0%以上)
		4	粉絲參與率佳 (每篇貼文3.0%~4.99%)
		3	粉絲參與率尚可 (每篇貼文1.0%~2.99%)
		2	粉絲參與率偏低 (每篇貼文0.5%~0.99%)
		1	粉絲參與率過低 (每篇貼文0.1%~0.49%)
		0	幾無粉絲參與 (每篇貼文0.1%以下)
貼文互動率 (CTR)	所有貼文數、粉絲回應數的比率	5	貼文互動率佳 (貼文互動率5.0%以上)
		4	貼文互動率佳 (貼文互動率3.0%~4.99%)
		3	貼文互動率尚可 (貼文互動率1.0%~2.99%)
		2	貼文互動率偏低 (貼文互動率0.5%~0.99%)
		1	貼文互動率過低 (貼文互動率0.1%~0.49%)
		0	粉絲幾無互動 (貼文互動率0.1%以下)
貼文回應狀況	粉絲回應貼文的狀況	5	粉絲回應貼文狀況佳 (已處理留言比率81%以上)
		4	粉絲回應貼文狀況佳 (已處理留言比率61%~80%)

檢測項目	指標說明	評分 (滿分5分)	評分說明／標準
		3	粉絲回應貼文狀況尚可 (已處理留言比率41%~60%)
		2	粉絲回應貼文狀況偏低 (已處理留言比率21%~40%)
		1	粉絲回應貼文狀況過低 (已處理留言比率不足20%)
		0	幾無處理
回應平均時間	回應留言的平均 時間	5	留言回應速度佳 (1日內回應)
		4	留言回應速度佳 (2日內回應)
		3	留言回應速度尚可 (3日內回應)
		2	留言回應速度偏慢 (7日內回應)
		1	留言回應速度過慢 (14日內回應)
		0	超過14日以上回應

4. 社群關係構面

檢測項目	指標說明	評分 (滿分5分)	評分說明／標準
活躍粉絲排名	活躍粉絲的排名	5	活躍粉絲排名超過100人
		4	活躍粉絲排名51～100人
		3	活躍粉絲排名31～50人
		2	活躍粉絲排名11～30人
		1	活躍粉絲排名10人以下
		0	無活躍粉絲
粉絲分布與社群服務關連性	粉絲分布與社群服務關連性	5	粉絲分布與社群服務關連性高 (目標粉絲佔81%以上)
		4	粉絲分布與社群服務關連性高 (目標粉絲佔61%～80%以上)
		3	粉絲分布與社群服務關連性尚可(目標粉絲佔41%～60%以上)
		2	粉絲分布與社群服務關連性偏低(目標粉絲佔21%～40%以上)
		1	粉絲分布與社群服務關連性過低(目標粉絲佔20%以下)
		0	粉絲皆非服務目標
粉絲停留率	粉絲停留率	5	粉絲黏著度佳 (粉絲重返佔81%以上)
		4	粉絲黏著度佳 (粉絲重返佔61%～80%)
		3	粉絲黏著度尚可 (粉絲重返佔41%～60%)
		2	粉絲黏著度偏低 (粉絲重返佔21%～40%)
		1	粉絲黏著度過低 (粉絲重返佔20%以下)
		0	粉絲無黏著度

5. 貼文營運構面

檢測項目	指標說明	評分 (滿分5分)	評分說明／標準
圖文內容編排	圖文內容編排	5	圖文影片編排及整合性佳 特別設計與主題相符之圖片
		4	圖文影片編排及整合度佳
		3	圖文影片編排及整合度尚可
		2	圖文影片編排及整合度偏弱
		1	圖文影片過少 編排及整合度弱
		0	無圖文影片
效果最佳貼文	效果最佳貼文	5	最佳貼文之粉絲互動佳 (所有回應指標總數800以上)
		4	最佳貼文之粉絲互動佳 所有回應指標總數500~799)
		3	最佳貼文之粉絲互動尚可 所有回應指標總數300~499)
		2	最佳貼文之粉絲互動偏低 所有回應指標總數100~299)
		1	最佳貼文之粉絲互動過低 所有回應指標總數不足100)
		0	無粉絲互動
貼文類型分析	貼文類型分析	5	以貼文類型個數及其相對使用／互動程度 高低進行評分 (至少3種貼文類型＋至少3種貼文類型之互 動程度高)
		4	至少3種貼文類型＋至少2種貼文類型之互 動程度高)
		3	至少3種貼文類型＋至少1種貼文類型之互 動程度高)
		2	3種以下貼文類型＋至少1種貼文類型之互 動程度高)
		1	3種以下貼文類型＋無互動程度高之貼文類 型)
		0	無貼文
貼文類型效果 分析	貼文類型效果分 析	5	貼文回應效果佳 善用各種媒體展現貼文 (貼文類型至少3個+回應平均值500以上)

檢測項目	指標說明	評分 (滿分5分)	評分說明／標準
		4	貼文回應效果佳 善用各種媒體展現貼文 (貼文類型至少3個+回應平均值301~499)
		3	貼文回應效果尚可 善用各種媒體展現貼文 (貼文類型至少3個+回應平均值101~299)
		2	貼文回應次數偏低 善用各種媒體展現貼文 (貼文類型至少3個或回應平均值51~99)
		1	貼文回應次數過低 可善用各種媒體展現貼文 (貼文類型不足3個或回應平均值不足50)
		0	無貼文回應
每日貼文時段 效果分析	每日貼文時段效 果分析	5	貼文時段與互動情形搭配效果佳 (每週至少4個時段效果佳)
		4	貼文時段與互動情形搭配佳 (每週至少3個時段效果佳)
		3	貼文時段與互動情形搭配尚可 (每週至少2個時段效果佳)
		2	貼文時段與互動情形搭配偏低 (每週至少1個時段效果佳)
		1	貼文時段與互動情形搭配過低 (每週無時段效果佳)
常用字／熱標 籤	常用字／熱標籤	0	貼文時段與互動情形無法搭配 (無貼文)
		5	關鍵字與政策相關性高 #hashtag 熱標籤使用度高
		4	關鍵字與政策相關性尚可 #hashtag 熱標籤使用度高
		3	關鍵字與政策相關性尚可 #hashtag 熱標籤使用度低
		2	關鍵字與政策相關性尚可 無使用 #hashtag 熱標籤
		1	關鍵字與政策無關 #hashtag 熱標籤使用度低
常轉載網站	常轉載網站	0	關鍵字與政策無關 無使用 #hashtag 熱標籤
		5	與外部相關網站之連結佳 (與官網資訊相關連結點至少5個)
		4	與外部相關網站之連結佳 (與官網資訊相關連結點至少4個)

檢測項目	指標說明	評分 (滿分5分)	評分說明／標準
		3	與外部相關網站之連結尚可 (與官網資訊相關連結點至少3個)
		2	與外部相關網站之連結偏低 (與官網資訊相關連結點至少2個)
		1	與外部相關網站之連結過低 (與官網資訊相關連結點至少1個)
		0	無連結外部相關網站

參、 社群健檢彙整分析與建議

本次健檢係針對行政院及所屬二、三級、直轄市及縣市政府機關經營的臉書粉絲專頁進行檢核，期望透過完整規劃之指標，進一步協助改善社群網路服務經營、內容與營運，提升社群服務品質。

一、 健檢結果彙整及分析

本次健檢依據5大構面22項指標，各項指標分別以0至5分評分(滿分5分)，各構面分項滿分20分，由構面下之指標得分以加權方式計算加總而得；5大構面分項得分總和即為健檢總積分。現將各級機關從總積分、構面分項得分、各構面重要檢測指標得分三個面向來彙總呈現，並從彙總資呈現各級機關之整體表現，機關個別健檢報告則請參見附錄二。

二、 積分彙總與分析

下表說明本次健檢行政院及所屬各級機關粉絲頁之總積分得分情形。

機關類別	71-80	61-70	51-60	41-50	31-40	30(含)以下
行政院及所屬二級機關(31)	0	10 (32.2%)	14 (45.2%)	5 (16.2%)	0	2 (6.4%)
行政院所屬三級機關(29)	0	11 (37.9%)	12 (41.4%)	3 (10.4%)	2 (6.9%)	1 (3.4%)
直轄市及縣市政府(22)	1 (4.5%)	8 (36.4%)	10 (45.5%)	2 (9.1%)	0	1 (4.5%)

上表數據顯示本次健檢各級機關之健檢成績普遍落在50-70分之間，顯示仍有進步及改善的空間。

以下再就行政院所屬二級、三級、直轄市及縣市政府機關三大類分別呈現本次健檢之各項表現。

(一) 行政院及所屬二級機關(共計31個機關粉絲頁)

1.總積分表

序號	機關	臉書粉絲專頁	健檢評分 (5月底追蹤)
1	行政院	中華民國行政院	60.5
2	內政部	內政大小事	58.4
3	外交部	—	—
4	國防部	國防部發言人	61.4
5	財政部	—	—
6	教育部	教育部電子報	49.6
7	法務部	人權大步走	24.1
8	經濟部	經濟部	62.7
9	交通部	交通部：美好生活的連結者	57.4
10	衛生福利部	衛生福利部	53
11	文化部	文化部	62.3
12	勞動部	勞動部	51.5
13	科技部	科技大觀園	57.4
14	國家發展委員會	國發會	63.6
15	蒙藏委員會	蒙藏文化中心	52
16	僑務委員會	僑務委員會 ocac-i 僑	60.4
17	中央銀行	—	—
18	行政院人事行政總處	行政院人事行政總處	41.5
19	行政院主計總處	—	—
20	行政院環境保護署	環保 E 學院	21
21	行政院海岸巡防署	巡找北海英雄 I Need You	48.4
22	國立故宮博物院	國立故宮博物院 National Palace Museum	62.3
		國立故宮博物院南部院區 South Branch of National Palace Museum	60.4
23	行政院大陸委員會	行政院大陸委員會	50.4
24	金融監督管理委員會	金管會	60.8
25	國軍退除役官兵輔導委員會	國軍退除役官兵輔導委員會	55.4
26	行政院原子能委員會	輻務小站	69

序號	機關	臉書粉絲專頁	健檢評分 (5月底追蹤)
27	行政院農業委員會	行政院農業委員會	61.6
		產銷履歷	61.8
		農業易遊網 FunClub	53.6
28	公平交易委員會	—	—
29	行政院公共工程委員會	行政院公共工程委員會	45.8
30	原住民族委員會	原住民族委員會	56.8
31	客家委員會	好客之家~i-Hakka!~客委會粉絲專頁	54.4
		苗栗客家文化園區	53.7
32	中央選舉委員會	—	—
33	國家通訊傳播委員會	國家通訊傳播委員會	50.8

2.各構面分項得分彙總

個數及比例 構面	各項構面分數 (滿分20分)				
	0-0.9	1.0-5.9	6.0-10.9	11.0-15.9	16-20
基本資料 (所佔比例)	0	0	2	18	11
	0%	0%	6.4%	58.1%	35.5%
社群廣度 (所佔比例)	0	4	27	0	0
	0%	12.9%	87.1%	0%	0%
社群互動 (所佔比例)	1	2	16	12	0
	3.2%	6.4%	51.6%	38.8%	0%
社群關係 (所佔比例)	0	3	12	15	1
	0%	9.6%	38.8%	48.4%	3.2%
貼文營運 (所佔比例)	0	1	12	16	2
	0%	3.2%	38.8%	51.6%	6.4%

上表數據顯示行政院所屬二級機關在基本資料構面普遍獲得高分，已具相當高之成熟度。但在其他構面的表現仍有進步及改善的空間。

3.各構面重要指標得分彙總

(1) 基本資料構面

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
指標	0	1	2	3	4	5
粉絲專頁名稱	(無法識別+主題不明確)	(可識別+主題不明確)	(無法識別+主題明確)	(可識別但無特色)	(可識別+主題明確)	(可識別+主題明確+價值主張)
	0	0	1	17	10	3
	—	—	3.2%	54.9%	32.3%	9.6%
粉絲專頁的專屬代表圖示	(無法識別+視覺無特色)	(無法識別+視覺活潑)	(可識別+視覺無特色)	(可識別+視覺活潑)	(可識別+吉祥物+視覺活潑)	(可識別+吉祥物+視覺活潑+整體意象)
	2	0	1	11	14	3
	6.4%	—	3.2%	35.6%	45.2%	9.6%
粉絲頁簡介、機關簡介、聯絡資訊等內容	(四項全缺)	(缺三項資料)	(缺二項資料)	(缺一項資料)	(四項齊備)	(四項齊備+方便性設計)
	0	1	2	4	14	10
	—	3.2%	6.4%	12.9%	45.2%	32.3%

(2) 社群廣度

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
指標	0	1	2	3	4	5
累計粉絲數	(500人以下)	(501~2000人)	(2001~5000人)	(5001~7000人)	(7001~10000人)	(10001人以上)
	0	1	2	2	3	23
	—	3.2%	6.4%	6.4%	9.6%	74.4%
近一週粉絲成長人數	(0人)	(50人以下)	(51~100人)	(101~500人)	(501~1000人)	(1000人以上)
	30	1	0	0	0	0
	96.8%	3.2%	—	—	—	—
平均一週粉絲數成長比率	(0.1%以下)	(0.1~0.49%)	(0.5~0.99%)	(1~2.99%)	(3~4.99%)	(5%以上)
	8	15	4	4	0	0
	25.8%	48.4%	12.9%	12.9%	—	—

(3)社群互動

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
	0	1	2	3	4	5
每日平均貼文 則數	(0.14以下)	(0.14~0.27)	(0.28~0.41)	(0.42~0.56)	(0.57~0.7)	(0.71以上)
	2	0	1	1	1	26
	6.4%	—	3.2%	3.2%	3.2%	84%
每篇貼文粉絲 回應的比率	(0.1%以下)	(0.1~0.49%)	(0.5~0.99%)	(1.0~2.99%)	(3.0~4.99%)	(5%以上)
	4	12	10	5	0	0
	12.9%	38.7%	32.3%	16.1%	—	—
所有貼文數、 粉絲回應數的 比率	(0.1%以下)	(0.1~0.49%)	(0.5~0.99%)	(1~2.99%)	(3~4.99%)	(5%以上)
	4	18	7	2	0	0
	12.9%	58.1%	22.6%	6.4%	—	—
回應粉絲留言 的比率	幾無處理	(20%以下)	(21~40%)	(41~60%)	(61~80%)	(81%以上)
	15	6	5	2	2	1
	48.4%	19.5%	16.1%	6.4%	6.4%	3.2%
回應留言的平 均時間	(14日以上)	(14日內)	(7日內)	(3日內)	(2日內)	(1日內)
	6	0	3	0	3	19
	19.5%	—	9.6%	—	9.6%	61.3%

(4)社群關係

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
	0	1	2	3	4	5
活躍粉絲人數	(0人)	(10人以下)	(11~30人)	(31~50人)	(51~100人)	(100人以上)
	3	0	2	26	0	0
	9.6%	—	6.4%	84%	—	—
粉絲停留率	(無黏著度)	(20%以下)	(21~40%)	(41~60%)	(61~80%)	(81%以上)
	8	15	4	4	0	0
	25.8%	48.4%	12.9%	12.9%	—	—

(5)貼文營運

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
指標	0	1	2	3	4	5
貼文類型分析	(無貼文)	(3種類型以下 +無互動高)	(3種類型以下+1 種互動高)	(至少3種類型 +1種互動高)	(至少3種類型 +2種互動高)	(至少3種類型 +3種互動高)
	1	1	4	15	10	0
	3.2%	3.2%	12.9%	48.4%	32.3%	—
貼文類型效果 分析	(無貼文回應)	(3種類型以下 或回應50以下)	(至少3種類型 或回應51~99)	(至少3種類型+ 回應101~299)	(至少3種類型+ 回應301~499)	(至少3種類型+ 回應500以上)
	1	14	3	7	3	3
	3.2%	45.3%	9.6%	22.7%	9.6%	9.6%
每日貼文時段 效果分析	(無貼文)	(每週無時段 效果佳)	(每週1個時段效 果佳)	(每週2個時段 效果佳)	(每週3個時段 效果佳)	(每週4個時段 效果佳)
	1	3	3	12	7	5
	3.2%	9.6%	9.6%	38.8%	22.7%	16.1%

(6)整體表現分析

■ 基本資料構面

A. 29個機關粉絲頁(94%)能在此構面取得11分以上(滿分20分)，顯示此構面的表現已具備相當高的成熟度。

B. 29個機關粉絲頁(94%)之專屬代表圖示可有效識別機關，使民眾能快速找到相關服務的負責機關。僅2個機關粉絲頁(6%)之專屬代表圖示無法識別。此項指標整體表現甚佳。

C. 7個機關粉絲頁(23%)仍須強化機關簡介內容的完整性。

■ 社群廣度構面

A. 23個機關粉絲頁(74%)之累計粉絲人數達10,000人以上

(得分5分)，顯示民眾於粉絲頁互動之接受度已成熟。

B. 23個機關粉絲頁(74%)之粉絲週成長人數和週成長率低於0.5%(得分2分以下)，顯示成長動能仍有很大努力空間。

C. 未來可設計粉絲互動參與之各種社群活動，以增加粉絲人數。

■ 社群互動構面

A. 26個機關粉絲頁(84%)每週貼文5則以上(得分5分)，表現甚佳。

B. 22個機關粉絲頁(71%)之參與及互動率低於0.5%(得分2分以下)，顯示粉絲並未積極參與社群互動。

C. 21個機關粉絲頁(68%)之回應粉絲留言比率低於20%(得分1分以下)，顯示機關並未積極回應粉絲留言，仍應強化或落實粉絲留言回應的機制。

D. 19個機關粉絲頁(61%)可於1日內(得分5分)回應粉絲留言，表現甚佳。相對有6個機關粉絲頁(19%)之平均回應時間在14日以上(得分0分)，顯示部份機關極待建立或改善留言回應機制。

E. 未來需加強互動方式或引用工具協助解讀民意，針對凝聚力及品牌認知等方面的課題，進行更深入研究與探索。

■ 社群關係構面

A. 26個機關粉絲頁(84%)之活躍粉絲有31-50人(得分3分)，且無機關之活躍粉絲超過50人，整體表現僅達中等水平。另有3個機關粉絲頁(10%)完全無活躍粉絲(得分0分)。

B. 23個機關粉絲頁(74%)之粉絲造訪重返率20%以下(得分1分以下)，顯示機關之粉絲黏著度普遍過低，缺乏

粉絲重訪社群之誘因。

- C. 未來可強化貼文內容之吸引力，增加粉絲之關注度；也可設計增加粉絲留言及互動的活動，培養粉絲的黏著度。

■ 貼文營運構面

- A. 25個機關粉絲頁(81%)有3種以上之貼文類型，顯示機關均能運用多種方式貼文，增加貼文的活潑性及可看性。
- B. 15個機關粉絲頁(48.5%)貼文類型回應平均值50以下(得分1分以下)，顯示機關貼文類型與粉絲互動效果普遍過低。
- C. 24個機關粉絲頁(77%)每週貼文與互動效果搭配佳之時段有2個以上(得分3以上)，整體表現達中上水平，顯示貼文時段與粉絲互動效果搭配佳。
- D. 未來可透過觀察粉絲頁洞察報告之數據，分析粉絲偏愛之內容主題，依此調整或強化貼文方向，持續優化社群經營成效。同時可規劃系列性主題或以多國語言提供更多元內容，並連結機關屬性相關族群，提供更多專業性知識。

(二) 行政院所屬三級機關(共計29個機關粉絲頁)

1.總積分表

序號	機關	臉書粉絲專頁	健檢評分 (5月底追蹤)
1	警政署	NPA 署長室	63.8
2	消防署	消防署	63
3	役政署	服役大小事	42.1
4	移民署	我愛自動通關	28.4
5	財政資料中心	電子發票 e 起8-VAVA 熊	55.7
6	賦稅署	賦稅署點點通	66
7	青年發展署	教育部青年發展署	53.8
8	國家圖書館	國家圖書館 National Central Library	68.5
9	國立自然科學博物館	國立自然科學博物館 NMNS TW	54.7
10	調查局	法務部調查局	51.6
11	工業局	經濟部工業局	67.7
12	智慧財產局	經濟部智慧財產局	61.3
13	水利署	E 河川-交流水知識	55.6
14	台灣電力股份有限公司	電力粉絲團	57.9
15	台灣中油股份有限公司	台灣中油	54.9
16	中央氣象局	報天氣	54.2
17	臺灣鐵路管理局	fun 臺鐵	57.1
18	中華郵政股份有限公司	中華郵政 郵你真好	61.3
19	桃園國際機場股份有限公司	桃園國際機場 Taoyuan International Airport	51.8
20	國立歷史博物館	國立歷史博物館 National Museum of History	46.7
21	疾病管制署	1922防疫達人	59.6
22	國民健康署	國民健康署	62.5
23	食品藥物管理署	食用玩家	59.7
24	食品藥物管理署	睡睡平安	40.2
25	衛生福利部社會及家庭署	衛生福利部社會及家庭署	44.4
26	檔案管理局	檔案 ing	39
27	林務局	森活情報站	61.8

序號	機關	臉書粉絲專頁	健檢評分 (5月底追蹤)
28	勞工保險局	勞工保險局	66
29	勞動力發展署	台灣就業通	64.6

2.各構面分項得分彙總

個數及比例 構面	各項構面分數 (滿分20分)				
	0-0.9	1.0-5.9	6.0-10.9	11.0-15.9	16-20
基本資料 (所佔比例)	0	0	5	16	8
	0%	0%	17.2%	55.2%	27.6%
社群廣度 (所佔比例)	0	2	23	4	0
	0%	6.9%	79.3%	13.8	0%
社群互動 (所佔比例)	1	3	13	10	2
	3.4%	10.4%	44.8%	34.5%	6.9%
社群關係 (所佔比例)	0	1	12	14	2
	0%	3.4%	41.4%	48.3%	6.7%
貼文營運 (所佔比例)	0	1	7	16	5
	0%	3.4%	24.1%	55.2%	17.3%

上表數據顯示行政院所屬三級機關在基本資料構面普遍獲得高分，已具相當高之成熟度。但在其他構面的表現仍有進步及改善的空間。

3.各構面重要指標得分彙總

(1)基本資料

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
指標	0	1	2	3	4	5
粉絲專頁名稱	(無法識別+主題不明確)	(可識別+主題不明確)	(無法識別+主題明確)	(可識別但無特色)	(可識別+主題明確)	(可識別+主題明確+價值主張)
	0	0	9	11	7	2
	—	—	31.0%	37.9%	24.2%	6.9%
粉絲專頁的專屬代表圖示	(無法識別+視覺無特色)	(無法識別+視覺活潑)	(可識別+視覺無特色)	(可識別+視覺活潑)	(可識別+吉祥物+視覺活潑)	(可識別+吉祥物+視覺活潑+整體意象)
	0	12	2	8	4	3
	—	41.4%	6.9%	27.5%	13.8%	10.4%
粉絲頁簡介、機關簡介、聯絡資訊等內容	(四項全缺)	(缺三項資料)	(缺二項資料)	(缺一項資料)	(四項齊備)	(四項齊備+方便性設計)
	0	1	1	12	5	10
	—	3.4%	3.4%	41.4%	17.2%	34.6%

(2)社群廣度

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
指標	0	1	2	3	4	5
累計粉絲數	(500人以下)	(501~2000人)	(2001~5000人)	(5001~7000人)	(7001~10000人)	(10001人以上)
	0	1	1	0	1	26
	—	3.4%	3.4%	—	3.4%	89.8%
近一週粉絲成長人數	(0人)	(50人以下)	(51~100人)	(101~500人)	(501~1000人)	(1000人以上)
	21	2	2	2	1	1
	72.5%	6.9%	6.9%	6.9%	3.4%	3.4%
平均一週粉絲數成長比率	(0.1%以下)	(0.1~0.49%)	(0.5~0.99%)	(1~2.99%)	(3~4.99%)	(5%以上)
	10	10	3	5	1	0
	34.5%	34.5%	10.4%	17.2%	3.4%	—

(3)社群互動

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
	0	1	2	3	4	5
每日平均貼文 則數	(0.14以下)	(0.14~0.27)	(0.28~0.41)	(0.42~0.56)	(0.57~0.7)	(0.71以上)
	1	1	2	1	3	21
	3.4%	3.4%	6.9%	3.4%	10.4%	72.5%
每篇貼文粉絲 回應的比率	(0.1%以下)	(0.1~0.49%)	(0.5~0.99%)	(1.0~2.99%)	(3.0~4.99%)	(5%以上)
	5	13	4	6	0	1
	17.3%	44.8%	13.8%	20.7%	—	3.4%
所有貼文數、 粉絲回應數的 比率	(0.1%以下)	(0.1~0.49%)	(0.5~0.99%)	(1~2.99%)	(3~4.99%)	(5%以上)
	3	17	4	3	1	1
	10.4%	58.6%	13.8%	10.4%	3.4%	3.4%
回應粉絲留言 的比率	幾無處理	(20%以下)	(21~40%)	(41~60%)	(61~80%)	(81%以上)
	8	9	3	5	1	3
	27.5%	31.0%	10.4%	17.3%	3.4%	10.4%
回應留言的平 均時間	(14日以上)	(14日內)	(7日內)	(3日內)	(2日內)	(1日內)
	8	0	0	0	2	19
	27.5%	—	—	—	6.9%	65.6%

(4)社群關係

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
	0	1	2	3	4	5
活躍粉絲人數	(0人)	(10人以下)	(11~30人)	(31~50人)	(51~100人)	(100人以上)
	9	0	2	18	0	0
	31.0%	—	6.9%	62.1%	—	—
粉絲停留率	(無黏著度)	(20%以下)	(21~40%)	(41~60%)	(61~80%)	(81%以上)
	9	3	5	8	4	0
	31.0%	10.4%	17.3%	27.5%	13.8%	—

(5)貼文營運

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
	0	1	2	3	4	5
貼文類型分析	(無貼文)	(3種類型以下 +無互動高)	(3種類型以下+1 種互動高)	(至少3種類型 +1種互動高)	(至少3種類型 +2種互動高)	(至少3種類型 +3種互動高)
	0	0	9	16	3	1
	—	—	31%	55.2%	10.4%	3.4%
貼文類型效果 分析	(無貼文回應)	(3種類型以下 或回應50以下)	(至少3種類型 或回應51~99)	(至少3種類型+ 回應101~299)	(至少3種類型+ 回應301~499)	(至少3種類型+ 回應500以上)
	0	10	1	9	4	5
	—	34.5%	3.4%	31%	13.8%	17.3%
每日貼文時段 效果分析	(無貼文)	(每週無時段 效果佳)	(每週1個時段效 果佳)	(每週2個時段 效果佳)	(每週3個時段 效果佳)	(每週4個時段 效果佳)
	0	5	9	9	2	4
	—	17.3%	31%	31%	6.9%	13.8%

(6)整體表現分析

■ 基本資料構面

- A. 24個機關粉絲頁(83%)能在此構面取得11分以上(滿分20分)，顯示此構面的表現已具備相當高的成熟度。
- B. 12個機關粉絲頁(41%)之專屬代表圖示無法識別機關，此項指標比例偏高，應儘速改善。
- C. 14個機關粉絲頁(48%)仍須強化機關簡介的完整性，此項指標比例偏高，應儘速改善。
- D. 粉絲頁專屬圖示應具識別性，以呈現機關整體業務與專業形象，更須讓有需求的民眾能快速找到相關服務的負責機關。
- E. 可針對粉絲專頁設計吉祥物或代言人，增添與民眾互

動之親切感。

■ 社群廣度構面

- A. 26個機關粉絲頁(90%)之累計粉絲人數達10,000人以上(得分5分)，顯示民眾於粉絲頁互動之接受度已成熟。
- B. 20個機關粉絲頁(69%)之粉絲週成長人數和週成長率低於0.5%(得分2分以下)，顯示成長動能仍有很大努力空間。
- C. 未來可設計粉絲互動參與之各種社群活動，以增加粉絲人數。

■ 社群互動構面

- A. 21個機關粉絲頁(72%)每週貼文5則以上(得分5分)，表現甚佳。
- B. 20個機關粉絲頁(69%)之參與及互動率低於0.5%(得分2分以下)，顯示粉絲並未積極參與社群互動。
- C. 17個機關粉絲頁(59%)之回應粉絲留言比率低於20%(得分1分以下)，顯示機關並未積極回應粉絲留言，仍應強化或落實粉絲留言回應的機制。
- D. 19個機關粉絲頁(65%)可於1日內(得分5分)回應粉絲留言，表現甚佳。相對有8個機關粉絲頁(28%)之平均回應時間在14日以上(得分0分)，顯示部份機關極待建立或改善留言回應機制。
- E. 未來需加強互動方式或引用工具協助解讀民意，針對凝聚力及品牌認知等方面的課題，進行更深入研究與探索。

■ 社群關係構面

- A. 18個機關粉絲頁(62%)之活躍粉絲有31-50人(得分3分)，且無機關之活躍粉絲超過50人，整體表現僅達中等水平。相對有9個機關粉絲頁(31%)完全無活躍粉絲

(得分0分)，此比例偏高。

B. 12個機關粉絲頁(41%)之粉絲造訪重返率20%以下(得分1分以下)，顯示機關之粉絲黏著度普遍過低，缺乏粉絲重訪社群之誘因。

C. 未來可強化貼文內容之吸引力，增加粉絲之關注度；也可設計增加粉絲留言及互動的活動，培養粉絲的黏著度。

■ 貼文營運構面

A. 20個機關粉絲頁(69%)有3種以上之貼文類型，顯示機關均能運用多種方式貼文，增加貼文的活潑性及可看性。

B. 10個機關粉絲頁(34%)貼文類型回應平均值50以下(得分1分以下)，顯示機關貼文類型與粉絲互動效果普遍過低。

C. 15個機關粉絲頁(52%)每週貼文與互動效果搭配佳之時段2個以上(得分3以上)，整體表現達中上水平，顯示貼文時段與粉絲互動效果搭配佳。

D. 未來可透過觀察粉絲頁洞察報告之數據，分析粉絲偏愛之內容主題，依此調整或強化貼文方向，持續優化社群經營成效。同時可規劃系列性主題或以多國語言提供更多元內容，並連結機關屬性相關族群，提供更多專業性知識。

(三) 直轄市及縣市政府機關(共計22個機關粉絲頁)

1.總積分表

序號	機關	臉書粉絲專頁	健檢評分 (5月底追蹤)
1	新北市	我的新北市	68.2
2	臺北市	智慧臺北 幸福生活	61.9
3	桃園市	桃園事	65.4
4	臺中市	大玩台中	67.5
5	臺南市	我在台南	59.5
6	高雄市	高雄款	58
7	宜蘭縣	宜蘭縣政府衛生局	58.4
8	新竹縣	新竹縣 ing	55.6
9	苗栗縣	苗栗縣1999服務讚	51.5
10	彰化縣	彰化縣政府社會處	42.1
11	南投縣	樂旅南投	47.1
12	雲林縣	雲林縣稅務局	50.8
13	嘉義縣	嘉義縣文化觀光局	66.4
14	屏東縣	i屏東～愛屏東	73.4
15	花蓮縣	花蓮縣政府	52.1
16	臺東縣	台東縣長黃健庭	55
17	澎湖縣	澎湖縣 政府	54.7
18	金門縣	樂遊金門	56.7
19	連江縣	連江縣政府環境資源局	16.7
20	基隆市	基隆旅遊網	68
21	新竹市	新竹市新鮮事	65
22	嘉義市	嘉義市長涂醒哲	63.8

註：臺東縣、嘉義市以首長個人粉絲頁代表機關社群粉絲專頁

2.各構面分項得分彙總

個數及比例 構面	各項構面分數 (滿分20分)				
	0-0.9	1.0-5.9	6.0-10.9	11.0-15.9	16-20
基本資料 (所佔比例)	0	0	4	14	4
	0%	0%	18.2%	63.6%	18.2%
社群廣度 (所佔比例)	0	2	15	3	2
	0%	9.1%	68.2%	13.6%	9.1%
社群互動 (所佔比例)	1	2	8	9	2
	4.5%	9.1%	36.4%	40.9%	9.1%
社群關係 (所佔比例)	0	1	9	12	0
	0%	4.5%	40.9%	54.6%	0%
貼文營運 (所佔比例)	0	1	4	10	7
	0%	4.5%	18.2%	45.5%	31.8%

上表數據顯示直轄市及縣市政府機關在基本資料與貼文營運構面普遍獲得高分，已具相當高之成熟度。但在其他構面的表現仍有進步及改善的空間。

3.各構面重要指標得分彙總

(1)基本資料

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
	0	1	2	3	4	5
粉絲專頁名稱	(無法識別+主題不明確)	(可識別+主題不明確)	(無法識別+主題明確)	(可識別但無特色)	(可識別+主題明確)	(可識別+主題明確+價值主張)
	0	0	2	3	13	4
	—	—	9.1%	13.6%	59.1%	18.2%
粉絲專頁的專屬代表圖示	(無法識別+視覺無特色)	(無法識別+視覺活潑)	(可識別+視覺無特色)	(可識別+視覺活潑)	(可識別+吉祥物+視覺活潑)	(可識別+吉祥物+視覺活潑+整體意象)
	0	7	2	3	9	1
	—	31.9%	9.1%	13.6%	40.9%	4.5%
粉絲頁簡介、機關簡介、聯絡資訊等內容	(四項全缺)	(缺三項資料)	(缺二項資料)	(缺一項資料)	(四項齊備)	(四項齊備+方便性設計)
	0	3	6	7	3	3
	—	13.6%	27.3%	31.9%	13.6%	13.6%

(2)社群廣度

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
	0	1	2	3	4	5
累計粉絲數	(500人以下)	(501~2000人)	(2001~5000人)	(5001~7000人)	(7001~10000人)	(10001人以上)
	0	1	1	1	0	19
	—	4.5%	4.5%	4.5%	—	86.5%
近一週粉絲成長人數	(0人)	(50人以下)	(51~100人)	(101~500人)	(501~1000人)	(1000人以上)
	10	4	2	3	1	2
	45.5%	18.2%	9.1%	13.6%	4.5%	9.1%
平均一週粉絲數成長比率	(0.1%以下)	(0.1~0.49%)	(0.5~0.99%)	(1~2.99%)	(3~4.99%)	(5%以上)
	8	7	5	2	0	0
	36.4%	31.8%	22.7%	9.1%	—	—

(3)社群互動

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
	0	1	2	3	4	5
每日平均貼文 則數	(0.14以下)	(0.14~0.27)	(0.28~0.41)	(0.42~0.56)	(0.57~0.7)	(0.71以上)
	1	0	3	0	2	16
	4.5%	—	13.6%	—	9.1%	72.8%
每篇貼文粉絲 回應的比率	(0.1%以下)	(0.1~0.49%)	(0.5~0.99%)	(1.0~2.99%)	(3.0~4.99%)	(5%以上)
	2	8	3	8	1	0
	9.1%	36.4%	13.6%	36.4%	4.5%	—
所有貼文數、 粉絲回應數的 比率	(0.1%以下)	(0.1~0.49%)	(0.5~0.99%)	(1~2.99%)	(3~4.99%)	(5%以上)
	3	11	3	3	0	2
	13.6%	50.0%	13.6%	13.6%	—	9.1%
回應粉絲留言 的比率	幾無處理	(20%以下)	(21~40%)	(41~60%)	(61~80%)	(81%以上)
	7	4	5	2	2	2
	31.8%	18.2%	22.7%	9.1%	9.1%	9.1%
回應留言的平 均時間	(14日以上)	(14日內)	(7日內)	(3日內)	(2日內)	(1日內)
	6	0	0	0	1	15
	27.3%	—	—	—	4.5%	68.2%

(4)社群關係

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
	0	1	2	3	4	5
活躍粉絲人數	(0人)	(10人以下)	(11~30人)	(31~50人)	(51~100人)	(100人以上)
	5	1	12	4	0	0
	22.7%	4.5%	54.6%	18.2%	—	—
粉絲停留率	(無黏著度)	(20%以下)	(21~40%)	(41~60%)	(61~80%)	(81%以上)
	6	4	4	8	0	0
	27.3%	18.2%	18.2%	36.3%	—	—

(5)貼文營運

級別 個數及比例	檢測指標得分 (滿分5分)					
	0	1	2	3	4	5
貼文類型分析	(無貼文)	(3種類型以下 +無互動高)	(3種類型以下+1 種互動高)	(至少3種類型 +1種互動高)	(至少3種類型 +2種互動高)	(至少3種類型 +3種互動高)
	1	0	1	10	9	1
	4.5%	—	4.5%	45.6%	40.9%	4.5%
貼文類型效果 分析	(無貼文回應)	(3種類型以下 或回應50以下)	(至少3種類型 或回應51~99)	(至少3種類型+ 回應101~299)	(至少3種類型+ 回應301~499)	(至少3種類型+ 回應500以上)
	1	4	3	5	3	6
	4.5%	18.2%	13.6%	22.7%	13.6%	27.4%
每日貼文時段 效果分析	(無貼文)	(每週無時段 效果佳)	(每週1個時段效 果佳)	(每週2個時段 效果佳)	(每週3個時段 效果佳)	(每週4個時段 效果佳)
	1	4	5	6	5	1
	4.5%	18.2%	22.7%	27.4%	22.7%	4.5%

(6)整體表現分析

■ 基本資料構面

- A. 18個機關粉絲頁(82%)能在此構面取得11分以上(滿分20分)，顯示此構面的表現已具備相當高的成熟度。
- B. 15個機關粉絲頁(68%)之專屬代表圖示可有效識別機關，使民眾能快速找到相關服務的負責機關。相對有7個機關粉絲頁(32%)之專屬代表圖示無法識別機關。
- C. 16個機關粉絲頁(73%)仍須強化機關簡介內容的完整性，此項指標比例偏高，應儘速改善。
- D. 粉絲頁專屬圖示應具識別性，以呈現機關整體業務與專業形象，更須讓有需求的民眾能快速找到相關服務的負責機關。
- E. 可針對粉絲專頁設計吉祥物或代言人，增添與民眾互

動之親切感。

■ 社群廣度構面

- A. 19個機關粉絲頁(86%)之累計粉絲人數達10,000人以上(得分5分)，顯示民眾於粉絲頁互動之接受度已成熟。
- B. 15個機關粉絲頁(68%)之粉絲週成長人數和週成長率低於0.5%(得分2分以下)，顯示成長動能仍有很大努力空間。
- C. 未來可設計粉絲互動參與之各種社群活動，以增加粉絲人數。

■ 社群互動構面

- A. 16個機關粉絲頁(73%)每週貼文5則以上(得分5分)，表現甚佳。
- B. 14個機關粉絲頁(64%)之參與及互動率低於0.5%(得分2分以下)，顯示民眾並未積極參與社群互動。
- C. 11個機關粉絲頁(50%)之回應粉絲留言比率低於20%(得分1分以下)，顯示機關並未積極回應粉絲留言，仍應強化或落實粉絲留言回應的機制。
- D. 15個機關粉絲頁(68%)可於1日內(得分5分)回應粉絲留言，表現甚佳。但相對有6個機關粉絲頁(27%)之平均回應時間在14日以上(得分0分)，顯示部份機關極待建立或改善留言回應機制。
- E. 未來需加強互動方式或引用工具協助解讀民意，針對凝聚力及品牌認知等方面的課題，進行更深入研究與探索。

■ 社群關係構面

- A. 12個機關粉絲頁(55%)之活躍粉絲有11-30人(得分2分)，且無機關之活躍粉絲超過50人，整體表現僅達中下水平。相對有5個機關粉絲頁(23%)完全無活躍粉絲

(得分0分)，此比例偏高。

B. 10個機關粉絲頁(45%)之粉絲造訪重返率20%以下(得分1分以下)，顯示機關之粉絲黏著度普遍過低，缺乏粉絲重訪社群之誘因。

C. 未來可強化貼文內容之吸引力，增加粉絲之關注度；也可設計會增加粉絲留言及互動的活動，培養粉絲的黏著度。

■ 貼文營運構面

A. 20個機關粉絲頁(92%)有3種以上之貼文類型，顯示機關均能運用多種方式貼文，增加貼文的活潑性及可看性。

B. 9個機關粉絲頁(41%)貼文類型回應平均值300以上(得分4分以上)，整體表現達中上水平。相對仍有5個機關粉絲頁(23%)貼文類型回應平均值50%以下(得分1分以下)，顯示機關在貼文類型與粉絲互動效果上呈現兩極化現象。

C. 12個機關粉絲頁(54%)每週貼文與互動效果搭配佳之時段2個以上(得分3以上)，顯示貼文時段與粉絲互動效果搭配佳。

D. 未來可透過觀察粉絲頁洞察報告之數據，分析粉絲偏愛之內容主題，依此調整或強化貼文方向，持續優化社群經營成效。同時可規劃系列性主題或以多國語言提供更多元內容，並連結機關屬性相關族群，提供更多專業性知識。

三、 案例分享及社群服務營運建議

(一) 案例分享

1. 行政院及所屬二級機關

行政院及所屬二級機關共31個社群粉絲專頁，現以國家發展委員會(以下簡稱國發會)之社群粉絲專頁做為案例分享。

(1) 健檢得分與概述

構面	配分	得分
基本資料	20	15.0
社群廣度	20	8.0
社群互動	20	12.4
社群關係	20	13.3
貼文營運	20	14.9
總 分	100	63.6

由上表數據得知，基本資料及貼文營運是國發會之社群粉絲專頁得分最高的2個構面，另在累計按讚人數、每週貼文則數、粉絲黏著度、貼文互動上均有不錯的表現。惟有在社群廣度構面得分較低，究其原因在於粉絲成長動能較低所致。國發會是國家政策擬訂、發展與推動的主要負責機關，相對與民眾或粉絲的關係不如三級機關或縣市政府般容易建立或貼近，粉絲人數確實不易成長，但在粉絲專頁僅成立1年多的時間內，累計粉絲數已接近6萬人，顯見其社群服務經營的成效。

(2) 經營觀摩

A. 目前粉絲數累計接近6萬人，粉絲專頁僅成立1年多的前提下，確實在行政院及所屬三級機關的31個社群粉絲專頁中表現卓越。

- B. 貼文類型多樣化，結合影片、照片及外部連結等方式貼文，使得貼文更加生動活潑。除了有關國家發展政策相關的貼文外，也有許多民眾關心的生活化議題，例如：防蚊大作戰、常見食物過敏源等貼文，將更能貼近民眾或粉絲，也因此獲得貼文類型平均回應數500以上的佳績。
- C. 目前粉絲重返率超過40%，顯示在粉絲黏著度上已有不錯的表現。
- D. 國發會粉絲專頁設有多種議題專區，例如：關於所得這回事、IMD『世界競爭力是什麼?』等。專區內藉由懶人包影片方式，以簡單易懂的文字結合圖像或影片，宣導或說明複雜難懂的政策，對宣導法令或政策有事半功倍之效。從以下二則範例可見一斑。



2. 行政院所屬三級機關

行政院所屬三級機關共29個社群粉絲專頁，現以經濟部工業局之社群粉絲專頁做為案例分享。

(1) 健檢得分與概述

構面	配分	得分
基本資料	20	14.0
社群廣度	20	14.7
社群互動	20	7.2
社群關係	20	14.7
貼文營運	20	17.1
總 分	100	67.7

由上表數據得知，經濟部工業局之社群粉絲專頁在基本資料、社群廣度、社群關係、貼文營運4大構面的得分均高，顯示其不論在累計按讚人數、每週貼文則數、粉絲黏著度、貼文互動上均有不錯的表現。然而在社群互動構面得分較低，究其原因在於對粉絲留言未積極回應處理。惟在現有基礎下，再強化或落實粉絲留言回應的機制，未來將會有更突出的表現，社群經營的成效也將更加明顯。

(2) 經營觀摩

- A. 目前粉絲數累計超過20萬人，在行政院所屬三級機關的29個社群粉絲專頁中表現卓越。
- B. 貼文類型多樣化，結合影片、照片及外部連結等方式貼文，使得貼文更加生動活潑，特別是外部連結的貼文方式上，獲得與粉絲高互動之效果；同樣也因此能在貼文類型平均回應數達到600以上的佳績。
- C. 目前粉絲僅造訪一次的比率在40%以下，粉絲重返率達60%以上，顯示在粉絲黏著度上表現佳。

- D. 因機關屬性所致，社群粉絲專頁常吸引他國粉絲造訪。貼文中常藉由連結國外影片，增加粉絲對國際工業領域發展趨勢的認識與瞭解，進而增進粉絲的互動。此種作法值得其他機關參考。
- E. 工業局粉絲專頁設有懶人包專區，專區內藉由資訊圖像方式，以簡單易懂的文字結合圖像或影片，宣導或說明複雜難懂的法令或政策，對宣導法令或政策有事半功倍之效。

APEC環境商品降稅宣導影片(懶人包)



廢清法修正案影響Q&A



3.直轄市及縣市政府機關

直轄市及縣市政府機關共22個社群粉絲專頁，現以新北市政府之社群粉絲專頁做為案例分享。

(1) 健檢得分與概述

構面	配分	得分
基本資料	20	13.0
社群廣度	20	14.7
社群互動	20	11.2
社群關係	20	13.3
貼文營運	20	16.0
總 分	100	68.2

由上表數據得知，社群廣度及貼文營運是新北市政府粉絲專頁得分最高的2個構面，除了在22個直轄市及縣市政府機關社群粉絲專頁中表現優異外，同時在本次健檢82個機關粉絲專頁中，表現也不遑多讓。另在社群互動、社群關係2個構面得分雖不高，但相對仍是22個粉絲專頁中名列前茅，故新北市政府社群經營方式確實可做為其他機關借鏡及參考。

(2) 經營觀摩

- A. 進入粉絲專頁時自動啟動粉絲對話框，主動提供與粉絲互動的機制，讓有話要說或有需求的民眾或粉絲，可直接進行詢問及互動，拉近與民眾或粉絲的距離。
- B. 目前社群經營已滿6年，粉絲數累計超過61萬人，在直轄市及縣市政府機關22個粉絲專頁中表現卓越，多出第2高的高雄市2倍。
- C. 貼文類型多樣化，結合影片、照片及外部連結等方式貼文，使得貼文更加生動活潑，且在影片及外部連結的貼文方式上，獲得與粉絲高互動之效果；同樣也因此能在

貼文類型平均回應數達到600以上的佳績。

- D. 目前粉絲僅造訪一次的比率在60%以下，粉絲重返率達40%以上，顯示在粉絲黏著度上已有不錯的表現。
- E. 社群粉絲專頁除貼文生動活潑外，更經常舉辦能增加粉絲互動或粉絲流量的活動，除可快速增加粉絲人數外，有效提高與粉絲互動的機會，更可提升粉絲黏著度。這種作法值得其他縣市參考或借鏡之處。

F.

我的新北市 我的新北市
6月12日 11:22

🎁好禮持續加碼中🎁請密切關注貼文，呼朋引伴留言抽獎唷！

1. GARMIN 運動手環 (共2個)
2. 新北市國民運動中心vip體驗券 (共8個)

🎉我的新北市 6 歲破 60 萬粉絲🎉
🎉祝你 66 大順 6 出國🎉

🍰Step1. 加入「我的新北市」粉絲團。
🍰Step2. #分享本文，在本文下 #tag兩位朋友 並用一個 #形容詞 描述新北，祝「我的新北市」生日快樂！
(範例：我眼中的新北「很有生命力」，@辛北北、@辛小北 祝我的新北市 6 歲生日快樂！)
🍰Step3. 填寫資料 <https://goo.gl/kcRvUh>

📅活動時間：7/7 (五) 中午12:00 止
📅活動獎項：
1. 東京雙人來回機票一組 (共2張)
2. 新北在地特色好禮
#活動人數破1000再加碼神秘生日趴

留言祝我的新北市生日快樂
抽東京雙人來回機票大禮

34 萬次觀看

讚 留言 分享

5,249

3,477次分享

留言……
請按 Enter 鍵發表。

查看全部3,483則留言

(二) 社群服務營運建議

根據本次健檢之結果及前述彙整數據加以分析及檢討，將依5大構面分別提出機關未來社群經營可努力或改善的建議。

構面	改善建議
基本資料	1.粉絲專頁名稱或大頭貼應具識別性及主題明確，以呈現機關整體業務與專業形象。
	2.可針對粉絲專頁設計吉祥物或代言人，增添與民眾互動之親切感。
社群廣度	1.可設計粉絲互動參與之各種社群活動，增加粉絲人數。
	2.可依機關屬性開拓或增加國外或相關族群，多加相互串連、分享內容，擴大粉絲專頁能見度，有效提升粉絲人數。
社群互動	1.可設計粉絲互動參與之各種社群活動，增進社群經營成效。
	2.可透過舉辦小型社群行銷活動或議題，強化社群互動經營機制。
	3.可多提供影片或直播之內容，吸引粉絲關注。
	4.可引用各種社群媒體分析工具(Social Media Analytics)解讀民意，並針對社群凝聚力及品牌認知等方面的課題，進行更深入的研究與探索。
社群關係	1.可強化粉絲頁貼文之內容吸引力，以增加粉絲關注度。
	2.可設計鼓勵粉絲多留言、互動，培養粉絲黏著度。
貼文營運	1.可透過觀察洞察報告之數據，分析粉絲偏愛之內容主題，依此調整或強化貼文方向，持續優化社群經營成效。
	2.可規劃系列性主題或以多國語言提供更多元內容，並連結機關屬性相關族群，提供更多專業性知識。

四、 檢討與改進

本次為首次針對行政院及所屬二、三級、直轄市及縣市政府機關經營的臉書粉絲專頁進行健檢。整體而言，各機關社群經營在各健檢指標的得分表現不盡理想。現就整體健檢作業及檢測結果進行分析與檢討，並提出未來可改善的方向。

（一） 現行健檢作業檢討

1. 本次政府社群健檢作業採前測及追蹤檢測兩階段進行，於前測後約2個月進行追蹤檢測，除追蹤機關社群經營現況，同時避免檢測結果可能因機關季節性活動而受到不同程度的影響，例如檢測時間點機關若無辦理活動，粉絲互動可能有大幅降低的現象。惟間隔時間長短是否涵蓋機關季節性的經營週期，此議題值得再進一步探討。
2. 一般機關關注的經營重點在累計按讚人數及貼文數量等量化數據，並未考量貼文內容或呈現方式對吸引民眾互動等質化影響。
3. 機關無法落實粉絲留言回應機制，致使多個粉絲專頁雖有吸引民眾之貼文內容，但因無適時回應，從而影響粉絲互動率過低，缺少活躍粉絲及粉絲黏著度，也相對無法增加按讚人數，故在社群互動與社群關係上無法得分。
4. 部份機關有留言回應比例過低，或平均留言回應時間偏長的現象，經與機關確認現況後，粉絲以私訊留言的方式，因檢測工具無法偵測粉絲私訊留言，故僅能從粉絲頁之公開留言彙總及計算。
5. 機關在留言回應比例過低之現象，有部份係因留言僅為個人贊同理念或感嘆字眼，機關認為無回應之必要性及迫切性，然而檢測工具無法判斷未回應之原因，故所得數據偏低。建議機關可適時綜整回應並引導持續互動。

6. 由檢測結果得知，貼文內容的互動佔舉足輕重的角色，貼文內容與呈現方式直接影響社群廣度、社群互動及社群關係，更影響貼文效果評估，甚至影響社群經營的成敗。故強化貼文內容確實為機關在社群經營上必須深加研究的課題。

（二） 未來健檢改進方向

1. 本次政府社群健檢為首次試辦，檢測指標及評分標準(如級距)的適切性尚未成熟，未來可考量邀集專家學者，針對現行指標、評分標準、檢測時間等議題進行討論，並訂定符合各級機關特性之檢測內容。
2. 增加辦理檢測前後之推廣說明會，除說明健檢作業的方式與評分標準外，也可藉由典範案例經驗分享，俾利機關能具體瞭解社群服務經營改善的方向。

（三） 機關社群經營未來改進方向

1. 進入粉絲專頁時可自動啟動粉絲對話框，主動提供與粉絲互動的機制，讓有話要說或有需求的民眾或粉絲，可直接進行詢問及互動，拉近與民眾或粉絲的距離。
2. 機關可考量增加辦理系列式主題活動，或以資訊圖像、影片或懶人包方式增加貼文之活潑性，進而提高粉絲流量及粉絲黏著度。
3. 目前少數機關以首長個人粉絲頁代表機關粉絲專頁，為能延續各機關之粉絲頁經營成效，建議應即早建置代表機關社群服務之粉絲專頁。
4. 部份設有分支機構之機關，未來可考量集中資源經營社群服務，除可避免資源分散、且能有效利用外，更可增加貼文內容的豐富性，增進粉絲互動機會，進而提升社群服務之經營成效。

附錄、立法委員管碧玲質詢內容與本專案健檢差異比較

106年5月26日立法委員管碧玲指出行政院及所屬部會34個官方臉書或粉絲專頁經營成效不佳，並提列『行政部門粉絲團各項指標表現』彙總表供外界參考。

本專案執行行政院及所屬二、三級、直轄市及縣市政府機關所經營的臉書社群服務健檢作業。其主要任務即在針對上述相關機構之官方臉書或粉絲專頁進行健檢，並提出改進建議。

本章節將立法委員管碧玲質詢內容與本專案社群健檢結果，就檢測期間、檢測工具、檢測指標及檢測結果等方面進行比較。

一、檢測期間

檢測單位	檢測期間
立法委員管碧玲 辦公室	106/4/23～106/5/20
本專案	- 於106/2/01～106/5/15進行，並以檢測日期往前推28日之粉絲專頁內容進行彙總及評估。 - 前測後約2個月進行追蹤檢測，並修調相關數據。追蹤檢測目的除有追蹤機關社群經營現況外，也避免檢測結果可能因機關季節性活動影響，而粉絲互動有較大幅度差異所導致得分高低的現象，以利展現檢測結果的客觀性。

二、檢測工具

- (一) 由管立委提供之『行政部門粉絲團各項指標表現』彙總表中各項指標如：按讚人數、粉絲成長率、總文章數、粉絲互動率、Page Performance 等研判，應是採用德國公司研發專為 Facebook、Twitter、Instagram 等粉絲專頁提供完善分析報告之產品 Fanpage Karma。
- (二) 本專案健檢所採用之檢測工具主要有2種，其一為前項所提及之 Fanpage Karma；另一為中華民國資訊軟體協會之臉書留言回應解析工具(Facebook Response Analytics Tool 簡稱 FRAT)，可針對粉絲專頁特定期間內之留言回應進行統計與分析，同時呈現粉絲留言的回應內容及平均回應時間。

三、檢測指標

(一) 指標涵蓋層面

檢測面向	檢測指標	檢測單位	
		立法委員管碧玲辦公室	本專案
基本資料	粉絲專頁的名稱		✓
	粉絲專頁的專屬代表圖示		✓
	粉絲專頁上的封面照片		✓
	粉絲頁簡介、機關簡介、聯絡資訊等內容	僅檢測成立時間	✓
社群廣度	累計粉絲人數	✓	✓
	近一週觸及互動粉絲人數		✓
	平均一週粉絲數成長比率	✓	✓
社群互動	平均每日貼文的則數	以檢測期間 總貼文數呈現	✓
	粉絲參與率(Engagement)	✓	✓
	貼文互動率(Post Interaction)	✓	✓
	回應留言比率		✓
	回應留言的平均時間		✓
社群關係	活躍粉絲人數		✓
	粉絲分布與社群服務關連性		✓
	粉絲停留率		✓
貼文營運	圖文內容編排		✓
	效果最佳貼文		✓
	貼文類型分析		✓
	貼文類型效果分析		✓
	每日貼文時段效果分析		✓
	常用字／熱標籤		✓

檢測面向	檢測指標	檢測單位	
		立法委員管碧玲辦公室	本專案
	常轉載網站		✓
總 分		以 Page Performance 呈現	✓

(二) 指標對應關係

立法委員管碧玲 辦公室檢測指標	本專案社群健檢對應指標		
	檢測面向	檢測指標	說明
按讚人數	社群廣度	累計粉絲人數	
粉絲成長率		平均一週粉絲數成長比率	
總文章數	社群互動	平均每日貼文則數	平均每日貼文則數 x 30
粉絲互動率		粉絲參與率(Engagement)	
貼文互動率		貼文互動率(Post Interaction)	
綜合表現率 (Page Performance)	粉絲頁之健檢總積分		

四、檢測結果

(一) 立法委員管碧玲檢測彙總報告

行政部門粉絲團各項指標表現											
項次	行政院以及各部會機關	臉書專頁	成立時間	追蹤人數	按讚人數	粉絲成長率	總文章數	近十天按讚數平均數	粉絲互動率	Page Performance	備註
1	行政院	https://www.facebook.com/ey.gov.tw/	2010年7月1日	104,961	108,731	0.23%	74	374	0.75%	20%	
2	文化部	https://www.facebook.com/WenHuaBu/	2012年5月	48,883	49,615	0.19%	42	48	0.23%	10%	
3	外交部	無	X								
4	內政部	https://www.facebook.com/moi.gov.tw/	2015年5月22日	10,550	10,704	0.39%	17	34	0.22%	14%	
5	交通部	https://www.facebook.com/motc.gov.tw/	X	30,241	30,580	0.17%	34	98	0.47%	12%	
6	法務部	無，調查局以及行政執行署有臉書	X								
7	財政部	無，各分局國庫署有臉書	X								
8	科技部	https://www.facebook.com/www.most.gov.tw/	2014年3月3日	1,303	1,242	2.60%	28	7	1.60%	96%	
9	教育部	https://www.facebook.com/epaper.edu.tw/	2015年4月	8,876	8,933	0.51%	43	12	0.26%	17%	
10	國防部	https://www.facebook.com/MilitarySpokesman/	2011年5月24日	286,932	301,551	0.17%	152	606	1.20%	22%	
11	勞動部	https://www.facebook.com/mol.labor/	2015年6月	87,647	86,841	0.58%	41	462	0.78%	32%	
12	經濟部	https://www.facebook.com/moea.gov.tw/?fref=ts	2012年2月6日	143,763	146,477	0.06%	79	289	0.81%	11%	
13	衛生福利部	https://www.facebook.com/mohw.gov.tw/	2015年	46,271	46,046	0.63%	21	282	1.80%	90%	
14	農委會	https://www.facebook.com/contaiwan/	X	68,478	67,894	2.20%	100	287			
15	國家發展委員會	https://www.facebook.com/ndc.gov.tw/	2015年	58,727	59,092	-0.02%	46	492	0.92%	8%	
16	國家通訊傳播委員會	https://www.facebook.com/ncc.gov.tw/	X	3,082	3,083	0.25%	27	10	0.38%	14%	
17	公平交易委員會	無	X								
18	金融監督管理委員會	https://www.facebook.com/fsc.gov.tw/	2014年6月23日	19,994	20,247	0.17%	28	52	0.17%	8%	
19	國軍退除役官兵輔導委員會	https://www.facebook.com/vacweb1/	X	24,875	25,791	0.22%	558	16	1.80%	31%	
20	原子能委員會	https://www.facebook.com/radiationsafety/	2015年6月2日	9,691	9,844	0.42%	31	20	0.39%	19%	
21	大陸委員會	https://www.facebook.com/macgov/	2011年	239,875	256,285	0.07%	32	148	0.06%	3%	
22	公共工程委員會	https://www.facebook.com/ey.pcc/	X	9,629	9,657	0.18%	28	38	0.32%	12%	
23	原住民族委員會	https://www.facebook.com/aps.gov.tw/	X	7,003	6,971	1.00%	31	45	0.67%	40%	
24	客家委員會	https://www.facebook.com/www.hakka.gov.tw/	X	10,216	10,491	0.26%	65	7	0.21%	12%	
25	僑務委員會	https://www.facebook.com/jocac/	2014年9月9日	14,438	15,182	0.18%	64	25	0.45%	13%	
26	蒙藏委員會	https://www.facebook.com/MTCCenter/	X	2,371	2,410	0.58%	14	21	0.37%	30%	蒙藏文化中心
27	中央選舉委員會	無	X								
28	海岸巡防署	各岸巡隊有臉書，無官署臉書	X								
29	環境保護署	有若干主題臉書，無官署臉書	X								
30	主計總處	無	X								
31	人事行政總處	https://www.facebook.com/dgpaEY/	2015年3月	10,503	10,780	0.03%	38	12	0.18%	4%	
32	中央銀行	無	X								
33	國立故宮博物院	https://www.facebook.com/npmgov/?fref=ts	X	104,852	105,664	0.86%	80	318	0.98%	52%	
34	警政署	https://www.facebook.com/NPA4U/?fref=ts	2015年4月3日	150,790	150,137	2.10%	11	2096	2.20%	100%	

Engagement (粉絲互動率): 針對一段區間，每篇 po 文粉絲的回應數值

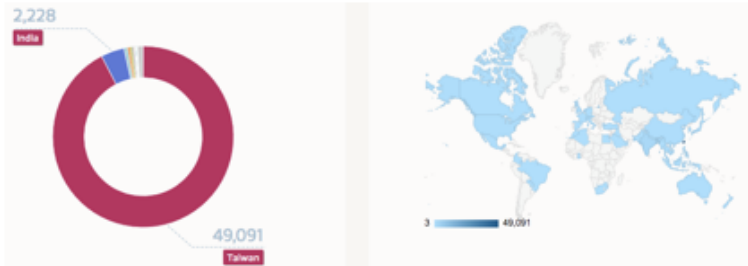
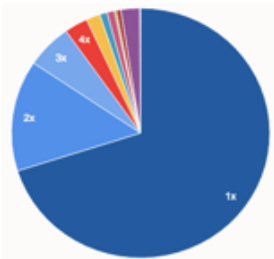
Page Performance: 綜合 Talking about (粉絲談論率)、Engagement (粉絲互動率)、Post Interaction (貼文互動率)、Karma Level (Karma 值) 等參數與粉絲成長率所給的評分，最高為 100%。

統計日期: 2017/04/23~2017/05/20

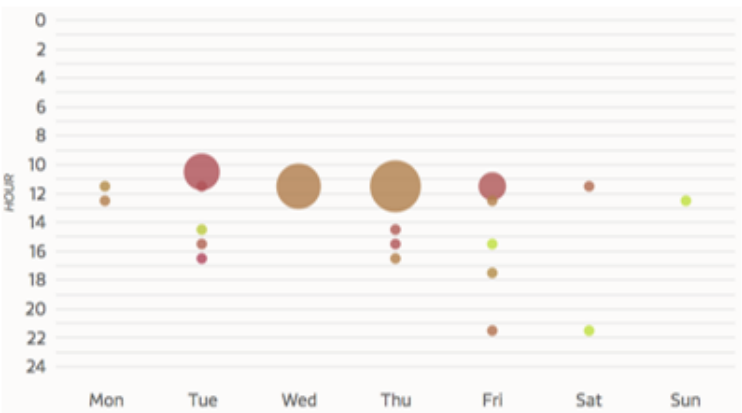
(二) 健檢報告(以國發會健檢報告為例)

機關名稱	國發會		總分(滿分100)	63.6
粉絲頁名稱	國發會			
粉絲頁網址	https://www.facebook.com/ndc.gov.tw/		檢測/追蹤日期	2017/2/10 2017/5/31
基本資料	分項星級(滿分5星)	分項加權分數(滿分20)		
	3.8	15.0		
檢測項目	指標說明	檢測結果	評分(滿分5)	備註
粉絲專頁名稱	粉絲專頁的名稱	國發會	3	可識別機關單位名稱，但相對較無特色
大頭貼	粉絲專頁的專屬代表圖示		3	可識別機關單位 視覺設計效果活潑
封面照片	粉絲專頁上的封面標題圖示		5	Banner設計風格獨特，能依節日或活動更換 視覺設計效果活潑，且更換頻率高(每季一次以上)
簡介資料完整性-關於	粉絲頁簡介、機關簡介、聯絡資訊等內容	資料填寫完整	4	須備齊以下四種資訊： 營業時間：應含平日或假日之上班時間 商家資訊：應含機關成立時間 聯絡資訊：應含機關電話、聯絡人信箱、機關官網網址 更多資訊：應含機關類別及組織簡介
建議	本粉絲頁社群版面設計及各項資料均能完整呈現，識別度頗高。惟若干基本資料不夠完整，建議充實改善之。			

社群廣度	分項星級(滿分5星)	分項加權分數(滿分20)		
	2.0	8.0		
檢測項目	指標說明	檢測結果	評分(滿分5)	備註
粉絲人數	該粉絲頁的累計粉絲人數	59,900	5	粉絲累計人數極佳 (累計人數10,001以上)
發給粉絲頁的用戶數	近一周觸及互動粉絲人數	0	0	粉絲人數無成長
粉絲數每周平均成長率	平均一周粉絲數成長比率	0.3%	1	粉絲成長動能過低 (成長率0.1% ~ 0.49%)
建議	累積粉絲人數佳，粉絲互動比例亦佳，粉絲成長動能亦佳，請繼續保持。			
社群互動	分項星級(滿分5星)	分項加權分數(滿分20)		
	3.1	12.4		
檢測項目	指標說明	檢測結果	評分	備註
平均每日貼文則數	平均每天貼文的則數	1.7	5	每日平均貼文數佳 (每日平均則數0.71 ~ 1.5)
參與率 (Engagement)	每篇貼文粉絲回應的比率	2%	3	粉絲參與率尚可 (每篇貼文1.0% ~ 2.99%)
貼文互動率(CTR)	粉絲對每則貼文的互動比率	1.2%	3	貼文互動率尚可 (貼文互動率1.0% ~ 2.99%)
留言回應狀況	回應粉絲留言的狀況	弱	0.5	粉絲回應貼文狀況過低 (已處理留言比率不足20%)
留言平均回應時間	回應留言的平均時間	一天內	4	留言回應速度佳 (2日內回應)
建議	貼文則數及頻率佳，但粉絲互動參與狀況較弱，社群互動性亦弱，應再繼續強化與粉絲互動之各項活動設計。			

社群關係	分項星級(滿分5星)	分項加權分數(滿分20)		
	3.3	13.3		
檢測項目	檢測結果		評分	備註
活躍粉絲排名	 Sheng-Yi Lin  陳慧珠  科技大觀園  一憲希望  陳孜語  洪敏莉  Tâi-oân-kiû - 台灣球  Renhow Ho  Joec Chiou  柯尚彬		3	活躍粉絲排名31~50人
粉絲分布與社群服務關連性			4	粉絲分布與社群服務關連性高 (目標粉絲佔61%~80%以上)
粉絲停留率			3	粉絲黏著度尚可 (粉絲重返佔41%~60%)
建議	粉絲來源與比例基本上符合機關業務屬性，但仍有較多粉絲僅造訪一次。未來可再多強化經營社群之凝聚力，培養粉絲忠誠度及黏著度。			

貼文營運	分項星級(滿分5星)	分項加權分數(滿分20)																																																														
	3.7	14.9																																																														
檢測項目	檢測結果		評分	備註																																																												
圖文內容編排	圖文整合與編排設計佳 經常特別設計與主題相符之圖片		4	圖文影片編排及整合度佳																																																												
效果最佳貼文	IG 廣告曾 shared a picture - February 10 7:00 AM 元宵就是耍蛇戰燈謎啊！不然耍幹嘛？元宵假期小助手將連續舉辦兩週燈謎活動，每 週都有許多500元和200元便利商店禮券卡/禮券獎項送出囉！ 活動期間：即日起至02/11(六)晚上21:00(下波活動隨即在本波活動結束後開始) 7本日題目是：萬人參加 全民串join -請將發給各參與平台(請寄光盤10個字) [提示]請https://join.gov.tw/ 請在本貼文留言處留下答案，答對者將隨機抽出下列獎項 活動獎項： 幸運一獎：500元便利商店禮券卡(或禮券)10組 幸運二獎：200元便利商店禮券卡(或禮券)50組 參與加碼獎：活動參與人數超過200名，加碼200元便利商店禮券卡(或禮券)20組 加碼加碼獎：活動期間粉絲頁按讚總數200個，加碼200元便利商店禮券卡(或禮券)20 組 多揪親朋好友一起參加，獎項越多囉！ 主辦單位保留活動最後舉辦、修改... Timeline Photos facebook.com 4,437 8 2 1 4,052 1,697		4	最佳貼文之粉絲互動佳 (所有回應指標總數500~799)																																																												
貼文類型分析			3	以貼文類型個數及其相對使用 / 互動程度高低進行評分 (至少3種貼文類型 + 至少1種貼文 類型之互動程度高)																																																												
貼文類型效果分析	<table><thead><tr><th>Type</th><th>Total</th><th>Avg. Likes</th><th>Avg. Comments</th><th>Avg. Shares</th><th>Avg. Total Reactions</th></tr></thead><tbody><tr><td>Status</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>Pictures</td><td>27</td><td>287</td><td>225</td><td>100</td><td>614</td></tr><tr><td>Links</td><td>2.0</td><td>47</td><td>1.0</td><td>3.0</td><td>53</td></tr><tr><td>Videos</td><td>1.0</td><td>105</td><td>6.0</td><td>0</td><td>118</td></tr><tr><td>Offers</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>Music</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>Slideshows</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>Others</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>Total</td><td>30</td><td>265</td><td>203</td><td>90</td><td>558</td></tr></tbody></table>		Type	Total	Avg. Likes	Avg. Comments	Avg. Shares	Avg. Total Reactions	Status	0	0	0	0	0	Pictures	27	287	225	100	614	Links	2.0	47	1.0	3.0	53	Videos	1.0	105	6.0	0	118	Offers	0	0	0	0	0	Music	0	0	0	0	0	Slideshows	0	0	0	0	0	Others	0	0	0	0	0	Total	30	265	203	90	558	5	貼文回應效果佳 善用各種媒體展現貼文 (貼文類型至少3個+回應平均值 500以上)
Type	Total	Avg. Likes	Avg. Comments	Avg. Shares	Avg. Total Reactions																																																											
Status	0	0	0	0	0																																																											
Pictures	27	287	225	100	614																																																											
Links	2.0	47	1.0	3.0	53																																																											
Videos	1.0	105	6.0	0	118																																																											
Offers	0	0	0	0	0																																																											
Music	0	0	0	0	0																																																											
Slideshows	0	0	0	0	0																																																											
Others	0	0	0	0	0																																																											
Total	30	265	203	90	558																																																											

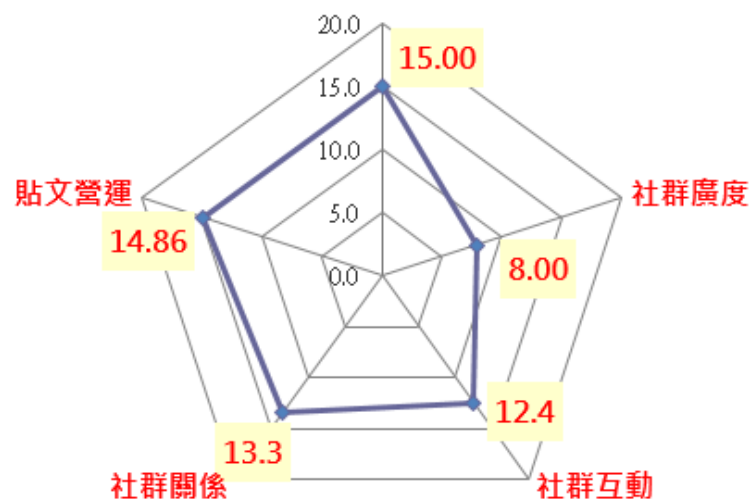
每日貼文時段效果分析		4	貼文時段與互動情形搭配佳 (每週至少3個時段效果佳)
常用字/熱標籤	東京國立博物館藏、【展品介紹】、日本重要文化財 #故宮南院兒童創意中心	3	關鍵字與政策相關性尚可 #hashtag熱標籤使用度低
常轉載網站	south.npm.gov.tw signup.npm.edu.tw npm.gov.tw	3	與外部相關網站之連結尚可 (與官網資訊相關連結點至少3個)
建議	本粉絲頁之貼文內容豐富，圖文整合及視覺呈現度佳，在內容規劃設計方面，可更多以系列主題式的方式呈現，建議未來多使用影片或直播，或舉辦更多網路行銷活動，可更加吸引粉絲關注及參與。		
	等級(滿分5星)	分數 (各分項滿分20)	
基本資料	3.8	15.0	
社群廣度	2.0	8.0	
社群互動	3.1	12.4	
社群關係	3.3	13.3	
貼文營運	3.7	14.9	
總平均	3.2		
總分		63.6	

粉絲頁：國發會(國發會)

基本資料

粉絲頁：國發會(國發會)

基本資料



整體建議

本粉絲頁社群版面設計及各項資料均能完整呈現，識別度頗高。惟若干基本資料不夠完整，建議充實改善之。累積粉絲人數佳，粉絲互動比例亦佳，粉絲成長動能亦佳，請繼續保持。貼文則數及頻率佳，但粉絲互動參與狀況較弱，社群互動性亦弱，應再繼續強化與粉絲互動之各項活動設計。粉絲來源與比例基本上符合機關業務屬性，但仍有較多粉絲僅造訪一次。未來可再多強化經營社群之凝聚力，培養粉絲忠誠度及黏著度。本粉絲頁之貼文內容豐富，圖文整合及視覺呈現度佳，在內容規劃設計方面，可更多以系列主題式的方式呈現，建議未來多使用影片或直播，或舉辦更多網路行銷活動，可更加吸引粉絲關注及參與。

整體而言，本粉絲頁之貼文呈現及內容呈現均佳，但社群凝聚力及互動參與方面仍有進步空間。未來建議可以規劃系列性的內容主題，多以影片或直播模式提供更多元與創新之內容。在互動方面，可多設計各種網路活動，鼓勵粉絲參與。此外，由於本粉絲頁之屬性，應多與其他各機關之粉絲頁加以聯結，或協助各機關粉絲頁進行聯合推廣活動之規劃，以整體力量協助我國政府機關之社群媒體之營運發展。