

第 3 屆交通部服務品質獎 參獎申請書

參獎類別：第一線服務機關

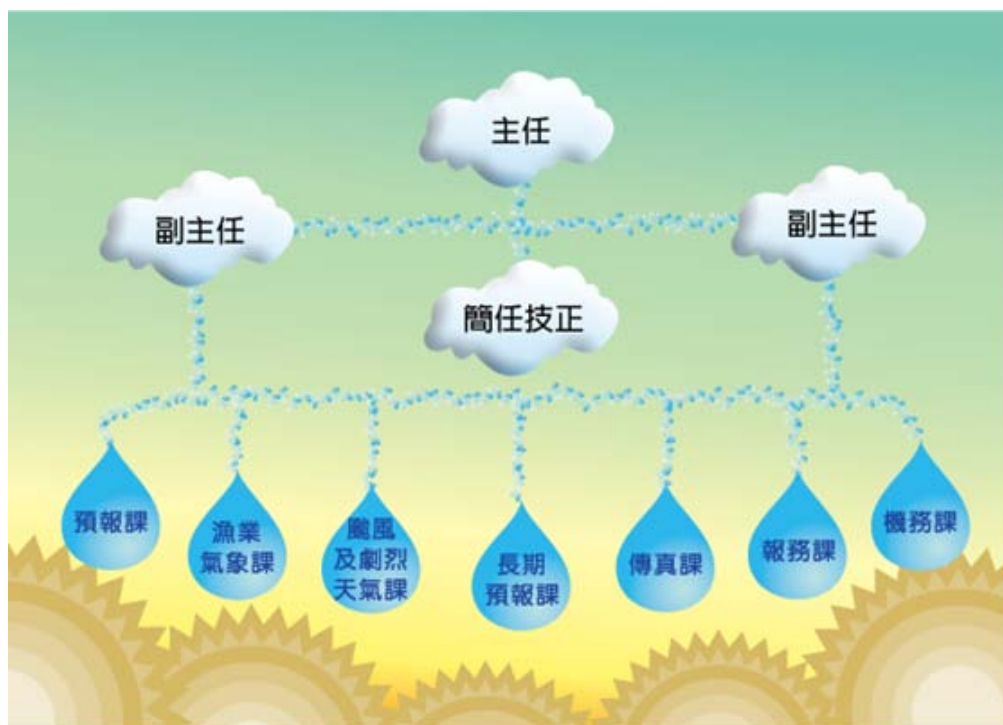
交通部中央氣象局氣象預報中心

中華民國 100 年 1 月

基本資料

機關名稱	交通部中央氣象局 氣象預報中心	首長	鄭明典	職稱	主任
機關地址	10048 台北市中正區公園路 64 號				
機關網址	http://www.cwb.gov.tw				
預算員額	共計：66 人(現有人員 64 人、約聘僱 5 人、國防訓儲役 3 人、替代役 1 人、臨時人員 2 人)				
總預算	29,449 千元				
聯絡人	廖純慧	職稱	課長	電話	(02)23491222
E-mail 位址	coco@cwb.gov.tw			傳真	(02)23812276

機關組織圖



目 錄

壹、為民服務業務現況簡介.....	1
一、服務理念.....	2
二、為民服務績效概述	3
貳、提升為民服務品質績效.....	17
一、「優質便民服務」構面.....	17
二、「資訊流通服務」構面.....	48
三、「創新加值服務」構面.....	56
參、未來努力方向.....	79
一、提供優質多元的精緻化預報	79
二、貼近民眾的生活小秘書.....	79
三、未來天氣鐘_便民加值的客製化服務	80
四、服務到家的快捷資訊.....	81
五、深入基層的科普教育.....	81
六、傾聽民意、努力改進.....	81
肆、附件.....	83



台灣，得天獨厚的地理位置及地形環境，孕育出變化萬千的四季氣候，春雨、濃霧、梅雨、午後雷陣雨、颱風、寒潮、乾旱等等重大天氣，這些天氣現象隨著美麗的季節變化而影響著大家的生活，但同樣也可能對我們的生命財產造成重大威脅。

壹、為民服務業務現況簡介

天氣與民眾生活息息相關，多數民眾晚上總習慣要看一段新聞氣象時間，白天出門則聽廣播報導天氣，若是錯過了還好有 166、167 電話語音天氣查詢專線，而每天上網翻開首頁也經常會看到數則天氣又要轉變的新聞。如需要更進一步的天氣訊息時，可以連上中央氣象局網站看看過去、現在和未來的天氣。天氣的影響無所不在，氣象報告已經成為生活裡面的大部分，甚至有時亦被當成新聞事件的主角，跟災害及經濟發展都有密切的關連。提早預知天氣可以決定當天要安排的活動、是否需要攜帶雨具或做好防曬等措施，更甚者，士農工商百業的活動也常與天氣息息相關。

中央氣象局氣象預報中心(以下簡稱本中心)負責全國天氣預報的發布，包括全年無休的天氣守視、每日例行性的天氣預報，並在天氣發生預期之外的重大變化時發布災害性天氣特報，另外嚴密監測每年可能帶來最大天然災害的颱風，並適時發布颱風警報等等。

近幾年，我們不斷追求更高的預報準確度，同時秉持「觀測現代化、預報精緻化、服務多元化」的整體目標，然在預報技術及觀測技術的長足進步，加上社會及防災的需求愈來愈多，天氣預報的資料量較之前成長許多，而需求也有了不同型態的改變，因此，我們調整了整體目標為「觀測現代化及災防化、預報精緻化及活用化、服務多元化及口語化」，我們不再只是追求更高的預報準確度，而是讓生活在這裡的人都可以得

到有效的氣象資訊服務。我們將天氣觀測(如降雨)提升至監測與防災角度，加強了天氣預報的有效性及客製化產品，同時化被動為主動，提供更多樣、更口語化的生活氣象服務。如果每一個家庭的父母親在前一天晚上即可以清楚知道次日要幫小孩穿什麼衣服上學，而我們以現在時下流行的手機或網路服務(如Facebook)提供送到您手上的服務等等，那才會是一個有效的、生活化的氣象資訊，這亦是我們 99 年的整體服務主軸。

一、服務理念

氣象業務與社會是互動的，本中心本著服務的絕對價值觀，以旺盛的企圖心追求效能，期望提供民眾及防救災最有效及生活化的氣象資訊服務。

(一) 氣象與防救災的對話-由配合性角色轉向主動思考及雙向溝通

莫拉克風災帶來的深痛衝擊，促使我們重新思考氣象資訊發布的有效性及災防意義。沒有受過專業天氣訓練的大多數民眾以及基層的防救災人員，常常不能充分理解傳統天氣預報中隱含的特殊訊息，這之間一定要有人來跟災防執行者進行溝通，在很多條件上(包括媒體及民眾目光)，實際做預報的預報人員最適合將氣象預報轉換成災害的語言。因此，本中心這一年來致力於推動與防救災單位的雙向連繫及溝通，希望將天氣預警資訊裡面隱含的災防訊息，清楚且有效的傳遞給防救災人員，以因應災防決策。

(二) 提前走在需求的前面-重視使用者的需求

由於氣象資訊的本質是科學的，使用者的反應則是生活面的詮釋，亦即專業的預報人員思考的是數據及資料，而民眾重視的是感覺(包括形容詞)及應用，這之間複雜的過程必須透過「科學溝通」才能將之互相轉換並減小落差。為了拉近這個距離，我們有了許多新的作為，而大方向則是將過去以來從發展者、提供者角度的思維，改變為從使用者的角度，以符合社會脈動及需求。



(三) 願景：生活有氣象

本中心今年大力推動的口語化及大眾化氣象服務，便是希望以民眾聽得懂的語言詮釋天氣，例如氣象播報口語化、生活化，同時以更貼近民眾想法與使用習慣為服務導向，讓生活中不可或缺的氣象資訊可以有效的、親民的傳遞給社會大眾。另外加強氣象宣導教育，教導民眾正確使用氣象資料的能力，提供讓民眾聽得懂甚至喜歡聽的「生活氣象服務」，這亦是我們的願景。

願景：生活有氣象



二、為民服務績效概述

本中心除每日發布天氣預報資訊，近年來更致力於氣象服務品質的提升，由於我們的服務對象族群眾多，除了一般民眾之外，還包括媒體、機關團體以及政府各級防救災單位，且氣象預報攸關國計民生，因此我們更加努力、用心去做好每一次的氣象預報工作及氣象服務。

(一) 創新加值服務績效

1. 吉祥物「雲寶」誕生-企業形象與品牌



雲寶家族

氣象也可以是這麼的活

潑，這是我們 99 年推出可愛的吉祥物—雲寶擔任氣象預報代言人的最初發想，透過它生動的造型及表情傳達給民眾目前天氣的感受，讓民眾一看到雲寶的打扮造型就知道天氣的變化，及該不該帶傘或加減衣服，希望可以拉近氣象預報與民眾的距離。在過去一年間，雲寶確實達成親民及活潑的形象，而未來我們亦將持續透過雲寶當代言，結合更多樣有趣的傳播方式及更廣的傳播管道，希望能讓更多民眾認識氣象局友善、親切、大眾化的一面，更讓氣象報告Q了起來。

2. 小小孔明營

「希望讓小朋友也可以懂得簡單有趣的天氣預報」是本活動的目的。



孔明雲寶

這是本中心首次主動走入校園，與

台北市政府教育局「臺北市校園數位氣象網」

(<http://weather.tp.edu.tw/>)推動小組和中央大學網路學習科技學者等共同舉辦的氣象系列學習活動，同時以備受歡迎的雲寶形象設計出本次活動吉祥物—「孔明雲寶」。本活動計有「氣象小博士」、「網路天氣預報競賽」及「氣象小學堂PK賽」等3個主題課程，希望能讓他們可以「看得懂、聽得懂」氣象預報內容並成為社會上氣象小種子。

本次活動乃是本中心 99 年首次跨單位的大型科普合作計畫，成果豐碩，未來



課程中小朋友熱烈舉手發問



最後前4強-氣象小學堂PK賽

將藉由此一成功模式持續推廣更多的氣象科普教育，希能與更多學校(包括中、小學、大專院校)建立起良好及活化的互動機制，深耕氣象科普教育於未來的每一位氣象種子。

3. 來氣象局作客—開放參觀活動

「原來氣象局這麼好玩與豐富」，您來過氣象局嗎?過去以來許多民眾都覺得這是一個難以接近、高科技的政府單位，但在 99 年我們擴大辦理及宣傳了開放參觀活動之後，許多人從此對氣象有了更親切的感受。

我們於 99 年 7 月 1 日至 7 月 5 日首次擴大辦理邀請社會各界及民眾到氣象局參觀。此次活動內容極為豐富，動員工作人員人數眾多，並招募志工參與，本中心拿出創意及活力提供氣象預報展示區、氣象主播台、颱風警報現場實境、超吸睛「地球展示系統」與其他等等有趣的活動及多場演講，即使期間艷陽高照，高溫曾達 38 度，仍不減民眾參觀之興趣，共計 1 萬 3,877 人次，從嬰兒到高齡 88 歲婆婆及 90 歲阿公都來參觀。

本次活動獲得廣大迴響，許多民眾撰寫部落格記錄下參觀心得(參考 <http://blog.yam.com/fionac/article/30478231>)，並要求日後可再持續辦理，而電視、報紙及電子媒體亦多有報導(參考 http://interush.tw/news_list_1_detail.php?fname=5699803.xml)，因此，我們未來將秉持推廣氣象科普教育之服務理念，與民眾建立良性互動關係，除了加強目前每週三下午之開放民眾來局參觀之展示內容外，更應民眾要求，新增每月第一個星期假日全日開放，持續規劃及辦理大型及專題型開放參觀活動，真正縮短氣象與民眾的距離。



阿嬤與小朋友的氣象播報



牆上貼滿小朋友 DIY 作品

4. 2010 台北國際花卉博覽會之氣象服務-生活有氣象、城市有花卉

只要到過花博展場，一到售票亭，一抬頭就會立即看見我們貼心提供的圓山及大佳的即時天氣預報資訊，而這只是我們為了台北國際花卉博覽會而提供的客製化氣象服務的其中之一。

由於花博會展期長達 171 天(自 2010 年 11 月 6 日至 2011 年 4 月 25 日)，不論是對於花卉植栽、展場及人潮，都將有可能受到寒流、強風、豪大雨、濃霧等災害性天氣的影響，因此氣象資訊的提供更顯得重要。

本中心於 99 年 2 月起主動與台北市政府連繫，經過數個月來進行緊密的跨單位合作，提供「2010 台北國際花卉博覽會氣象服務」，並共同提出「生活有氣象、城市有花卉」的



於花博展區提供氣象資料

宣傳標語，以提供多樣滾動式並具即時預警的客製化氣象服務，希望花博會活動圓滿順利，同時讓民眾可以感受到優質的氣象服務，為台北花博盛會做出政府氣象部門應有的貢獻。

5. 其他創新作為

99 年有多項創新產品，如元月起於本局網站首頁新增「天氣小幫手」、「天氣周報」、「雲圖與天氣」等產品；於 5 月起新增發布「即時天氣訊息」；於 6 月起新推出之「Facebook 報天氣、報地震、報天文」；於 8 月起新增「聖嬰展望」等產品、並於網站中增加氣候專區。另有多項創新服務方式，如於中華電信「MOD 電視平台」增加天氣預報內容，於中華電信新設之「影音電話」中增加天氣選單等多元管道服務等等。

(二) 預報理念的改變，預報服務產品也隨之改變

1. 防救災與氣象的對話

過去氣象與防災之間有效的對話其實並不多，有時數據的呈現仍不足以表達完整的天氣狀況，然而在經過莫拉克颱風事件的衝擊後，

我們的預報有了本質性的轉變，將資料分析得更完整，並考慮到應用面，從需求者的角度來提供訊息。而最具效益的則是與防災單位之間的雙向對話與互動。我們詮釋預報資料使更具有災防意義，同時提供防災決策者更有效的天氣資訊。

2. 跨單位雙向溝通

目前本中心與消防署災害應變中心及各縣市消防局等單位具有緊急應變處理機制，並且加強通報，值班預報員得逕與防災人員電話聯繫通報，並進行後續追蹤與作成紀錄。另外，自99年起新增與防災科技研究中心共同成立「情資研判組」，由本中心預報課課長為聯絡窗口與該防災中心的研究員進行直接的雙向溝通，並且定期召開檢討會議，討論溝通制度面是否完善，將通報從單方面改進到雙方面密切溝通，使氣象資訊能夠更有效的被應用。

3. 縮短並提前預警時間：

由於預報能力的提升，對於天氣系統的預測也越來越準確。因此99年起對於比較好掌握的天氣系統（如梅雨、鋒面、冷氣團等），本中心提早對外界發出預警，例如99年12月05日大陸冷氣團南下，本中心於11月30日就提前透過記者會發布低溫特報，讓民眾能夠提前準備。而很多災害性天氣，如豪大雨，過去大部分都在前24小時方才發布，自99年起則提前在事件發生前3到5日開始向上對外通報，縮短並提前預警時間，並且電話告知防救災單位。

4. 縮小預警區域

除了改善發布特報的時間外，我們也縮小預警區域，過去發布特報時都以大區域為單位，像是北部地區、中部地區等；而自99年起將範圍縮小到縣市以內，例如花蓮縣豐濱鄉、基隆北海岸地區等，讓外界能更準確掌握災害性天氣影響的範圍。

5. 將天氣觀測提升為具監測意義

近年造成台灣重大災害的天氣以豪大雨為主，與過去氣候不同的是，時間短但降雨量大的劇烈天氣發生次數增多。有鑑於此，本中



心自99年5月訂定「即時天氣監測預警作業要點」(附件1)，將可能會造成民眾生活不便，但未達到災害性標準的天氣，利用預警的方式告知外界。為此並特別增設「即時天氣訊息」服務，希望在災害性天氣發生「之前」就能以簡訊或電話通知媒體、防救災單位，並發佈在氣象局網頁，以達預警的效果。當我們的觀測變成監測以後，監測自然就會步入到災防層面。(99年創新)

將觀測提升為監測意義的另一作為還有：當分布於全國之各氣象站觀測到已經發生之劇烈天氣時(包括豪雨、大雨、低溫等)，便會立即傳真主動通報所屬下游防救災單位及本中心，讓各單位迅速掌握最新的災害性天氣訊息，爭取防救災時限。

6. 主動召開記者會回應輿情

本中心機動性針對重大天氣及重要氣象新聞議題召開臨時記者會，以達到即時預警及回應輿情之目的。99年共召開2場臨時記者會，例如：本中心於7月26日15時發布豪雨特報，由於預估該發布豪雨特報期間之降雨量可能引發災害，特於該日下午17時主動召開記者會，並於網站播出記者會內容，加強訊息發布，以期達到防災減災之效。



(三) 希望讓颱風的衝擊降到最小

面對每年造成80%以上重大氣象災害損失的颱風，我們更是全員嚴陣以待、戮力以赴，當警報一發布便立即成立颱風工作小組，24小時嚴密監測颱風動態，海上颱風警報每3小時發布一次最新颱風動態，海上陸上颱



颱風警報記者會-共計86場次

風警報每小時發布一次颱風最新動態，且每 3 小時發布一次風雨預報資料。並主動召開記者會。99 年共計發布 5 次 71 報颱風警報，召開記者會 89 場次。

1. 不只嚴陣以待，更要積極應對

颱風的瞬息萬變及巨大的破壞力讓我們不敢輕忽，尤其當一次次的重創後，身為國內颱風警報唯一發布者的我們，已經改變為站在使用者的角度要求自己，不再受限於「颱風警報發布辦法」，而是以警報發布的效益為主要考量。例如，於 99 年萊羅克颱風、凡那比

颱風警報期間，我們皆在陸上颱風警報發布前，就打破原颱風警報發布辦法，而提早發布風雨預測，期間曾有媒體提出質疑，然正可反過來藉助媒體力量將此一訊息傳遞出去。甚至於清晨 2 點多時，由值班預報員們一通通電話緊急通報各縣市防救災單位。

2. 開發客製化雨量防災產品

99 年梅姬颱風帶來蘇澳地區的強降雨及災害，讓我們深思雨量資料在防災使用上的有效性及可用性。經與公路總局及消防署之間的不斷溝通與協調，瞭解雨量資料在各個公路段及橋梁的防災需求，因此我們藉由雷達降雨估計技術，開發並提供客製化雨量降雨資料，包括依據降雨強度警戒標準而分別提供 10 分鐘、1 小時、12 小時、24 小時的降雨資料，以及 0~1 小時雨量預報值及劇烈天氣客製化警訊顯示，同時我們亦將於 100 年在全國各高風險地區增建(自動)雨量站。希能協助下游應用單位依個別需求，建立即時雨量監測與自動警示系統。



簡訊服務-第一時間通知颱風警報發布



蘇花公路沿線新增雨量站(100年)



公路橋梁雨量監測系統

3. 追風計畫

我們與國科會及台灣大學共同合作侵台颱風之飛機偵察及投落送觀測實驗，又名「追風計畫」。當颱風接近並有可能影響台灣地區時，此計畫就會啟動，以ASTRA噴射機，飛行至颱風上空 1,3000 公尺左右的上空投擲投落送，以取得颱風周圍關鍵區域的大氣環境資料：溫度、溼度、氣壓以及風速等，所取得的資料會即時傳送至中央氣象局及國外合作機構。本中心以這些珍貴的觀測資料得到更精確的颱風強度及路徑預報。99 年總計觀測 4 個颱風(康伯斯、萊羅克、凡那比及梅姬)，投擲 95 枚投落送。

4. 整合防救災資訊

氣象、水文、環境、都市等環環相關，每一個因子都可能具關鍵性的影響，我們亦體認到颱風帶來的豪雨與強風及這些因子的關聯性，因此 99 年特別加強氣象與防救災資訊的整合評估及服務。作為如下：

- (1) 颱風警報期間，派員進駐中央災害應變中心，參與颱風警報工作會報及情資研判會議，負責颱風動態說明及資料分析，以為防救災決

策應變參考；另外當有特殊天氣狀況發生時，本中心則會立刻以電話通知中央災害應變中心及相關防救災單位。

- (2) 於本中心召開的颱風警報記者會中代為報導轉述農委會水土保持局土石流警戒及經濟部水利署淹水潛勢之相關警訊，以加強風雨預報資訊與各種可能性的災害分析。
- (3) 建置雨量地理(Google)系統，以全國約 30 個流域為區分區域，將雨量分布的觀念由原來縣市行政區改變為河川上下游流域區，更可清楚瞭解各流域間的連結及上下游的相對位置，同時於該系統中植入淹水潛勢之河川資訊，整合防救災資訊，達更有效的預警。
- (4) 提供新版颱風警報單，其中整合了各種颱風預報產品以及防救災產品，同時該警報單內容，會依當下的颱風狀況而選擇不同的產品，為一客製化且全面性的颱風警報單，改善了舊有警報單之資訊過於單一之缺憾。(99 年創新)

(四) 口語化及大眾化氣象服務

氣象預報的發布不再只限於基本資訊的提供，進一步需要更專業的資訊解讀及科學溝通，期望使專業氣象預報的傳遞，成為簡單易懂的語言，讓民眾「聽得懂、看得懂」，甚至「喜歡聽、喜歡看」氣象預報，這是我們的目標，也是 99 年本中心致力推動的「口語化、大眾化氣象服務」。



透過媒體採訪報導，加強氣象資訊傳播

1. 服務必須從使用者角度

生活裡到處都充滿著氣象，小從出門看天氣，大至活動行程的提前規劃等等都與天氣息息相關；而如果每一個家庭的父母親在前一天晚上即可以清楚知道次日要幫小孩穿什麼衣服上學、如果我們以現在時下流行的手機或網路服務(如Facebook)提供送到您手上的服務等等，那才會是一個有效的、生活化的氣象資訊。「生活有氣象」



真意就是讓生活在這裡的人都可以得到有效的氣象資訊服務，不只是正確或準確的而是有效的。

2. 口語化的氣象播報

擔任預報工作的預報員責無旁貸的負起氣象資訊的解讀及所謂科學溝通的角色，我們希望以說故事的方式、將氣象資訊轉換成民眾聽得懂的語言詮

釋天氣，甚至嘗試著將大家耳熟能詳但不一定瞭解的「預報名詞」，改由另一種詮釋方式及文字。

舉例說明：例如將原本以雨量值定義的大雨特報，即「日累積雨量在 50~130 毫米之間，時雨量在 15 毫米以上」，描述為生活中實際感受的到的現象及聲

音的說法，如「雨落如傾盆，雨滴模糊呈片，落到屋頂、雨遮和硬地上四濺可達數公分，馬路有局地積水現象；雨聲嘩啦」等。

而由於媒體一直是我們發布氣象資訊的主要管道之一，因此我們亦善用媒體資源，在多種場合及接受錄影採訪時，以口語溝通的方式講解天氣，並主動提醒天氣帶來的生活上應注意事項。

3. 新增天氣小幫手、天氣周報、雲圖與天氣

本中心自 99 年起在網站推出「天氣小幫手」、「天氣周報」、「雲圖與天氣」等文圖產品，希望透過淺顯的文字說明，提醒大家為天氣的變化做好準備，落實天氣預報於民眾日常生活中，最終使天氣預報由生硬的專業知識轉化為庶民知識。而可愛的



加強口語化播報訓練-任主播一對一授課



網頁新增天氣小幫手-雲寶換造型，天氣看得懂

雲寶則在「天氣小幫手」中透過不同的扮相來告訴大家台灣北、中、南、東四區的天氣型態，民眾亦可參考雲寶的裝扮更直覺的了解天氣訊息。(99年創新)

4. 送到您手上的服務_e化服務

網站服務是目前本中心發布氣象資訊的最主要平台，99年瀏覽人數超過9700萬人次。我們的網站具多元化服務特色，有完整豐富的氣象資訊及各類e化線上服務，並結合各種現代化科技的傳播工具(如手機等)，增加流行性與便利性，拉近年輕族群的心。我們最夯的網站服務還有RSS服務、訂做個人化網站、互動貼身_PDA服務、定時服務_電子報、無所不在_手機服務等等，同時於99年新增「Facebook報天氣」(99年創新)。希望能將最新的氣象資訊直接送到民眾手上，盡量做到零時差、零距離的資訊傳播服務。

(五) 宣導及教育

1. 氣象防災教育宣導

如何讓防災人員及決策者懂得如何善用氣象資訊作出救災研判，是今年我們的氣象防災教育宣導重點。為減少氣象防救災應變時的溝通風險，



防災研討會共160人參加

於99年擴大辦理「氣象防災資訊應用研討會」，計有中央部會、地方政府、新聞媒體、防災協力機構、氣象產業公司，共75個單位160人出席參加。此外我們並主動深入各縣市基層防救災單位、鄰里(長)以及各個區漁會等，進行氣象防災教育宣導課程，99年共計50場次，希望透過與基層防救災人員及漁民朋友們面對面溝通，瞭解大家的需求及疑惑，並真正傳達氣象防災觀念及作為。

2. 讓防災人員懂得如何提需求，及使用天氣監測系統

除教導大家懂得如何看懂氣象資訊，也要教導大家尤其是防救災單位如何提出需求。近年來我們不斷協助防救災單位建置「氣象防災資訊服務系統」，利用專線傳送即時之預報及觀測資料，(目前共裝



設於 25 縣市及消防局及台電、海巡署、北市大地工程處等單位。) 甚且，我們開發「劇烈天氣監測系統」(該系統為本局與經濟部水利署、農委會水土保持局及美國劇烈風暴實驗室所共同開發)，提供強降雨估計及預報資訊，同時整合雷達、衛星、地理資訊及水文等資訊，該系統除了於我們的網站首頁提供給一般民眾使用之外，另亦裝設於各防救災單位，而防救災人員對於該系統的使用與操作則成了災防決策時的依據，因此我們教導防救災人員操作及使用該監測系統，充分溝通合作，建立良性互動。



3. 教育媒體即是擴大傳播面

我們亦針對媒體進行氣象防災宣導教育，且抓住每次可能的機會，包括於天氣採訪、專題訪談、電話諮詢及記者會時，進行氣象防災、常識教育及施政內容等的宣導，並主動邀請媒體朋友講授氣象防災與天氣常識課程，希能借助媒體的力量廣為宣傳氣象防災與應用。

4. 好玩的氣象科普教育

99 年我們主動製造機會、創造管道、並製作打動人心的宣導影片及宣導品，同時加強網站首頁宣導，希望可以深耕氣象科普教育。例如，我們走入校園，辦理「小小孔明營」系列活動及「花博氣象小主播」，我們擴大辦理開放參觀活動，每週每月皆邀請社會各界及民眾來氣象局參觀，我們製作Q版「雲寶」公仔宣導品於活動中贈出，我們於中華電信MOD、影音電



好玩的活動，加強科普教育

話中新增氣象資訊等等，希望透過多樣管道及方式，拉近氣象與民眾的距離，讓民眾先喜歡氣象，進一步願意瞭解氣象，使用氣象。

(六) 跨機關合作

1. 重視氣象在經濟效益上之開發

過去我們曾經以春季雨量預測，協助政府做成取消休耕計畫的決策，為政府省下一筆可觀的補償費，也曾協助工務單位，在雨季中掌握難得的晴天，順利完成具急迫性、但對降雨敏感的路面工程；99 年也在經濟部多次抗旱會議中(共計參與 17 場次)提供長期天氣資訊予政府相關單位進行水資源調度及抗旱會議決策(如限水與否)諮詢與參考。(附件 2)

近幾年，我們也嘗試敞開大門與使用者直接溝通，成效亦相當具體。以氣象局和台灣電力公司的合作模式為例，在我們提供「顯著」降水事件預報後，該公司每年約可節省數以十億計的發電燃料費(附件 3)。其他接受我們提供特殊氣象資訊服務的單位還包括有中國石油公司、中國鋼鐵公司及部分航空公司等。

另外本中心針對國內重大慶典及重大活動，皆有提供客製化氣象資訊服務，例如國慶日、聽障奧運、高雄世運、各重要國家考試或升等考試時，提供相關氣象資訊，並有專人負責將即時之重大天氣資訊提供主辦單位安排活動之參酌。

2. 花博氣象服務：

與台北市政府合作，共同提供花博氣象服務，重視使用者需求，建立雙向溝通管道，因而提出多樣創新產品及服務，並將預報範圍縮小至大佳及圓山地區，這些亦都是客製化預報服務的創舉。

3. 防救災合作：

與消防署、各縣市防救災單位、國家防災科技中心、農委會水保局、經濟部水利署等單位合作，加強氣象與防救災的對話，強化防救災體系之橫向連結與資訊整合。

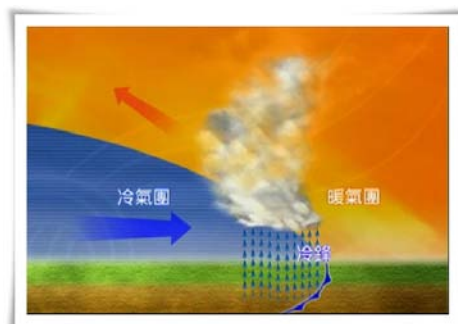
4. 小小孔明：



與台北市政府教育局校園數位氣象網之學校及中央大學網路學習科技學者共同合作，舉辦系列科普教育活動，並擬定永續經營之目標及方針，讓氣象教育深入學校。

5. 媒體合作：

與公共電視合作，於其頻道上每日固定播出本中心預報員天氣播報內容，及於颱風警報時全程 live 播出本中心颱風記者會內容，於平時則加強氣象防災宣導，播出宣導短片(如颱風、低溫、豪大雨)，希望透過媒體平台廣為傳播及宣導。



充實氣象教育-鋒面短片

(七) 努力精進服務

1. 提升颱風預報準確度

本中心致力於改進颱風的預測，對於西北太平洋颱風之 24 小時預報路徑誤差由過去 10 年(90 至 99 年)平均誤差為 118 公里，進步至近 5 年(95 至 99 年)平均誤差的 104 公里，**改進幅度達 20%**，顯見近幾年於颱風路徑預報準確度方面，確有顯著提升，已與世界先進國家並駕齊驅甚至超越(美國和日本最近 5 年的平均誤差則分別為 105 公里及 111 公里)。

2. 提升天氣預報準確度

針對一周預報逐日預報降雨及天空狀況之準確度做校驗，第 1 天之預報得分約為 91，第 2 至第 7 天皆在 80 以上，顯見本中心一般性天氣預報之技術已達足夠之水準，未來將針對較劇烈天氣之預報、預警提高發布準確度，並朝向「鄉鎮逐時天氣預報」發展，提供小區域、定點、短時的精緻化天氣預報，提升整體的氣象服務品質。



貳、提升為民服務品質績效

一、優質便民「服務」構面

(一) 服務流程

1. 服務流程便捷性

(1) 單一窗口服務全功能程度

A. 氣象專案諮詢服務_「單一窗口」24 小時不打烊

我們設有一組氣象團隊，是由主管率領具預報經驗的預報員共 20 餘位所組成，不管一般性天氣預報或災害性天氣預警發布，都由此氣象團隊完成。此項服務全年無休，不分日夜，即使預報工作繁複緊湊，依然堅持由預報員在第一線為民眾進行氣象專案諮詢服務，實為民眾全天候的天氣守護。我們提供 5 種服務，如圖示：



(A) 電話諮詢服務

設有專線電話(02)23491234，由第一線值班預報人員受理民眾 24 小時天氣預報查詢及氣象問題諮詢。為能更加速服務效率，該線為代表



電話諮詢服務 99 年共 57,148 通

號，忙線時會自動跳號，計 5 線電話。本中心 99 年提供電話諮詢服務共計 7 萬 8,417 通(表 1)，平均每日約有 210 多通，尤以凡那比颱風警報期間 9 月 17 日單日曾高達 817 通為最大量。

表 1 電話諮詢服務案件成果表

	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	合計
案件數	6508	2690	2307	7046	7052	6982	6779	7624	10160	8506	6411	6352	78417

(B) 媒體諮詢服務

由於“電視”媒體仍是目前民眾方便獲得氣象資訊的最主要管道，且氣象報導、氣象新聞深受民眾關心，因此透過媒體將氣象訊息傳遞給民眾，是本中心每日重要的服務項目之一。

a. 媒體電話諮詢服務

設有諮詢專線電話(02)23491234，由資深專業預報人員接受電視、平面媒體及廣播電臺 24 小時天氣預報查詢及氣象諮詢。本中心 99 年月電台連線連線共計 10,950 次，平均每日約 30 通，另有每日不定時電話訪談。(附件 4)

b. 媒體採訪服務

本中心平日即設有資深諮詢席預報員不定時接受媒體 24 小時氣象採訪及錄影專題採訪。99 年共計 10 餘家電視媒體，採訪次數 1726 次。

表 2 媒體採訪諮詢服務案件成果表

月份	台視	華視	中視	民視	公視	三立	東森	年代	TVBS	中天	八大	非凡	大愛	客家	原住民	其他	小計
1	9	10	10	15	16	16	9	8	2	11	10	10	11	1	2	1	141
2	10	6	9	12	8	8	8	6	7	11	10	9	7		3	1	115
3	12	10	12	16	13	16	10	15	8	14	9	9	13	2	2	12	173
4	3	2	9	10	9	13	9	7	6	12	3	4	3	1	2	4	97
5	7	7	9	10	15	11	9	9	7	15	9	7	11	1	4	6	137
6	6	4	12	8	12	7	4	5	3	15	3	6	6		2		93



7	9	7	13	14	18	13	14	11	11	15	10	12	11	2	3	2	165
8	11	8	12	11	18	13	10	12	11	15	9	11	9	2	5	3	160
9	8	8	12	14	8	11	14	13	13	13	5	9	10		1	10	149
10	14	12	14	15	14	14	11	12	13	13	11	11	10	1	5	9	179
11	4	1	8	10	24	4	2	4	4	5	5	5	3	0	0	8	87
12	14	13	20	19	31	17	16	18	13	12	17	12	14	4	1	9	230
小計	107	88	140	154	186	143	116	120	98	151	101	105	108	14	30	65	1726

(C) 防救災諮詢服務

設有專線電話(02)23491234及消防署連線專線，由資深預報人員接受防救災單位 24 小時天氣預報查詢及氣象問題諮詢。另外當有較劇烈天氣發展時，值班預報員亦會立即以電話主動通知中央災害應變中心及消防署等相關防救災單位。

附件 5：凡納比颱風警報期間通報紀錄

感動小故事：凡納比颱風警報期間，主動提醒西班牙安達魯西亞號之航海風險。(附件 5)

(D) 颱風記者會服務

於發布颱風警報期間，主動定時召開單一窗口颱風記者會。海上警報期間，颱風記者會場次為每日 8 場，海上陸上警報期間增加 1 場(自清晨 6 點至深夜 23 點 40 分)，上述颱風記者會除電視台同步播出外，本中心亦提供網路直播，以便網友於網路上同步收看，99 年共計召開 86 場次記者會，現場採訪媒體共計 653 家次，電視同步播出共計 159 台次。

(E) 劇烈天氣資訊提供服務

我們 99 年發布的災害性天氣特報共計有大雨特報 117 次 343 報、豪雨特報 22 次 125 報、濃霧特報 30 次 129 報、低溫特報 9 次 108 報、熱帶性低氣壓特報 1 次 9 報等。當上述災害性天氣發生及颱風警報發布時，我們主動以傳真及簡訊通報：

a. 傳真通報

當本中心發布災害性天氣特報、颱風警報時，立即主動以傳真



方式提供防救災單位、媒體、政府機關，共約 1400 多家，99 年 共計傳送 685,578 家次。上述單位若需申請或調整傳真資料，逕向本中心申請即可。

表 3 傳真通報服務案件成果表

通報種類	應通報單位總次數	通報成功總次數	追蹤處理總次數	追蹤處理成功總次數	追蹤處理失敗總次數	未追蹤處理總次數	原始成功率	追蹤處理後成功率
1月災害性天氣特報	17440	16981	459	281	178	0	97%	99%
2月災害性天氣特報	32983	31149	1834	590	1244	0	94%	96%
3月災害性天氣特報	18961	18568	393	233	160	0	98%	99%
4月災害性天氣特報	34948	34114	834	476	358	0	98%	99%
5月災害性天氣特報	64179	61556	2623	1186	1437	0	96%	98%
6月災害性天氣特報	70881	68957	1924	914	1010	0	97%	99%
7月災害性天氣特報	47126	45938	1188	518	670	0	97%	99%
8月災害性天氣特報	54856	53454	1402	654	748	0	97%	99%
9月災害性天氣特報	48190	46954	1236	630	606	0	97%	99%
10月災害性天氣特報	43042	42142	900	395	505	0	98%	99%
11月災害性天氣特報	19633	19258	375	218	157	0	98%	99%
12月災害性天氣特報	22993	22310	683	418	265	0	97%	99%
萊羅克颱風警報	36012	34790	1222	533	689	0	97%	98%
南修颱風警報	23805	22649	1156	700	456	0	95%	98%
莫蘭蒂颱風警報	24030	23356	674	366	308	0	97%	99%
凡那比颱風警報	62764	59635	3129	1584	1545	0	95%	98%
梅姬颱風警報	63735	60793	2942	1404	1538	0	95%	98%
合計	685578	662604	22974	11100	11874	0	97%	98%

b. 簡訊通報

當本中心發布災害性天氣特報、颱風警報時，會以簡訊傳送至防救災單位、媒體、政府機關等之重要、主辦人員手機。上述單位可逕向本局申請簡訊傳送。99 年共計傳送 375711 家次。

B. 全功能「單一窗口」

我們因業務性質特殊，民眾到氣象局申辦案件數量比例並不高，然對於洽公的每一位民眾，我們依然重視，並設有「單一服務窗口」

受理民眾申請，目前民眾可以從大廳 1 樓「資料申購服務窗口」(以下簡稱「服務窗口」)獲得三種服務，包括資料申購、參觀服務申請、電話諮詢服務。另外本中心亦有以傳真、簡訊等方式，提供防救災單位、媒體及政府機關相關氣象資訊。

(A) 資料申購

本項業務採取隨到隨辦性質。目前民眾透過中央氣象局的「氣象資料申購系統」，可申請共計 15 類完整氣象資料。

(B) 參觀申請

- a. 機關團體：開放參觀時間為經事先預約之上班日。
- b. 一般民眾：展示室開放參觀時間為每週三下午 1 時 30 分至 5 時整，一般民眾不需預約即可自由參觀，並於99 年增加一般民眾個別或團體參觀本局之導覽服務，及於99 年 11 月起新增每月第 1 個星期日開放參觀。(99 年創新)

(C) 電話諮詢

受理民眾一般氣象問題諮詢、氣象資料申購、參觀氣象局相關事宜及本局網頁資訊之詢答。另外，轉接民眾詢問有關預報、地震、海象、衛星及資訊等作業單位相關專業問題之詢答。

(2) 申辦案件流程簡化程度

A. 專案諮詢流程簡化

(A) 24 小時專人氣象諮詢服務

民眾以至於媒體、防救災單位，皆可透過我們提供的電話諮詢專線(02)23491234，詢問氣象預報資訊，相當便捷，且這是目前本中心與民眾直接接觸最多也最主要的管道。

(B) 166/167 電話語音諮詢服務

提供民眾方便以電話語音查詢最新之氣象預報資訊，其中 166 為國語服務，167 為台語、客語及英語服務。99 年案件數為 6820355 件。

(C) 氣象資訊傳真回覆服務

提供民眾以傳真方式透過氣象資訊傳真回覆系統獲得最新之氣象預報資訊，傳真服務專線為 020303166。99 年案件數為 814 件。

B. 臨櫃辦理資料申購

(A) 服務窗口不午休

我們突破政府機關中午暫停服務之情形，服務窗口之服務時間為上班日上午 8 時 30 分至下午 5 時 30 分，執行上班 8 小時服務 9 小時之便民服務。

(B) 資料申購時間縮短

a. 改進作法：

- 主動告知民眾等候處理時間並提供茶水、上網、報紙、雜誌，包括於電腦上提供笑話集等供民眾參用。
- 99 年將服務窗口櫃台重新修繕，藉縮短臨櫃距離以增加親切感，使得雙方可面對面交談，並可透過同畫面的電腦螢幕確認申購資料內容、開立收據之正確性，有更好的互動。

b. 成效：

資料申請時間由 14 分鐘縮短為 10 分鐘，縮短比例約 30%。若以 99 年 2312 人臨櫃申購資料，共計節省 9,248 分鐘。

c. 滿意度檢討及改進：

我們對臨櫃申購資料民眾進行「服務滿意度調查」，採隨機抽樣，抽樣 190 人。(樣本母群體為 99 年臨櫃申請資料為 2312 人)

- 對於申購資料流程所需的時間，民眾覺得滿意以上程度達 98.9%，其中包括 66% 感到非常滿意。
- 民眾對於申購資料流程手續的便利性，民眾覺得滿意以上程度達 97.9%，其中包括 64% 感到非常滿意。
- 對於申請表單格式是否簡明易填寫，民眾覺得滿意以上程度達 96.9%



滿意度調查顯示：對於申購資料流程所需時間，民眾覺得滿意以上程度達 98.9%

%，其中包括 66% 感到非常滿意。

(C) 跨縣市受理資料申購

民眾申購氣象資料，除可至局本部申購之外，亦可到鄰近的局屬氣象站進行申購，申購地點涵蓋 18 縣市共 22 處，避免讓民眾舟車勞頓，省時又省錢。

C. 非臨櫃辦理

檢視我們的服務內容，因為不涉及隱私性，我們也盡力推廣非臨櫃辦理就可獲得各種資訊，說明如下：

(A) 持續善用網站資源

- a. 改善前：民眾必須親至本局，透過氣象資料申購程序才能獲得各種氣象觀測資料。
- b. 改善後：於本局網站提供常用的氣象資料統計報表，可使民眾免去來回奔波，省時又省錢。目前在本局網站提供 99 年及過去統計資料有氣候統計、海象統計、氣候監測、雨水 pH 值、臭氧觀測、農業氣象等資料，民眾可立即下載運用，不須申購，節省民眾時間與費用支出。

(B) 網路申購氣象資料流程更簡便

網路申購流程簡化如下：

原先做法	現在做法
民眾上網申購資料。	民眾上網申購資料，提供 E-mail 信箱。
主動通知民眾確認申購資料	以 E-mail 通知民眾，且進行到何步驟都會一一告知，包括「本局收到申購訂單通知」、「申購訂單成立，等待付款通知」。
請民眾以劃撥方式付款並於附註欄填寫收據抬頭、統編、訂單編號、E-mail 信箱。	民眾收到 E-mail 後付款，可選擇郵局劃撥或電子支付(劃撥單上附註欄只須寫上訂單編號；99 年新增電子支付。(本年新增)
寄送資料及收據	以 E-mail 通知民眾「收到款項通知」。
	寄送資料及收據，且以 E-mail 告知訂單結案已寄出。



●電子支付為 99 年新增服務。

●99 年網路申購案件辦理案件為 630 件較 98 年成長 18%

(C) 劇烈天氣資料申請服務

當防救災單位、媒體、政府機關需要本中心發布之「災害性天氣特報」、「颱風警報」等傳真或簡訊資料，本中心即以傳真方式傳送申請表至該單位以確認所需資料項目，待填妥回傳至本中心。確認無誤後，本中心承辦人員會立即於傳真或簡訊系統更新資料，立即傳送完成。

(D) 簡化參觀服務申請流程

a. 原先作法

針對學校或機關為單位提出參觀申請，接受電話預約且必需來文告知，以利本局安排參觀行程。

b. 現在作法

當學校或機關單位提出申請，僅需事先以電話預約即可，不需來文，減少公文程序，展現便民作為，自 10 月起獲益計 40 梯次 1,716 人。(99 年創新)

(E) 參觀服務增加專人展示室導覽，服務更有效率

a. 原先作法：

於地下 1 樓展示室開放參觀時間為每週三下午 1 時 30 分至 5 時整，民眾不需事先預約即可自由參觀。

b. 現在作法：

依舊維持上述作法並增加一般民眾個別或團體參觀時，本局提供專人導覽服務。

(3) 申辦案件書表減量程度

為考量民眾便利性，民眾申購氣象資料不需檢附證件就可獲得各種資訊，以下針對辦理案件書表減量程度績效說明如下：

A. 多項資料申請零證件

●民眾辦理多項資料申請無需檢附證件正本或影本、授權書、同意



書及謄本(如表 4)。申購本局氣象資料不必檢附任何文件，因此亦無補件需求。

- 無需證件、授權書、同意書、謄本達 100%

表 4 資料申請檢附資料一覽表

申請方式	服務項目	檢附文書種類			是否提供電子申請
		申請書	證件正本或影本	授權書、同意書、謄本	
電話、行文	機關團體之參觀服務	否	否	否	否
傳真	氣象傳真服務	是	否	否	否
傳真、行文	氣象簡訊服務	是	否	否	否
臨櫃、網路	氣象資料申購	是	否	否	是
網路	颱風資料庫申請	否	否	否	是
網路	海洋數位平台	否	否	否	是
網路	地球物理資料管理系統	否	否	否	是
網路	網路討論區	否	否	否	是
網路	個人化網頁	否	否	否	是
行文	氣象防災資訊服務	是	否	否	否

- 99 年使用颱風資料庫受益人數達 342,579 人次。

B. 氣象防災資訊服務

我們利用專線傳送即時之預報及觀測資料，並透過我們架設之防災資訊服務網頁，呈現最新之氣象資訊。防救災單位取得資料不需經過機關發文程序，目前該服務受益達 25 縣市。(舉例：高雄市災害應變中心 <http://163.29.230.248>)

C. 電子閘門一把罩

目前使用電子閘門可以進行申請的業務服務項目共有 4 種(如表 5)。以上使用界面均係自行開發，各機關團體、個人透過 E-mail 即可申請，獲認證後透過帳號與密碼即可進入使用界面，取得各項數據資料，99 年使用跨機關電子閘門認證辦理案件數較去年同期平均成長率 48%。



表 5 使用跨機關電子閘門認證辦理案件數成長率

項目	項目名稱	使用機關	98 年數量	99 年數量	99 年成長率
1	地球觀測衛星(EOS)高解析資料介面 (ftp 至 msc.cwb.gov.tw)(ftp 次數)	學術、研究	16625	25243	52%
2	海洋數位平台 (http://mwisp.cwb.gov.tw) (要求資料船隻數)	船舶公司	372	512	38%
3	地球物理資料管理系統 (http://gdms.cwb.gov.tw) (會員申請數)	學術、研究	82	82	0
4	網路申購氣象資料以電子支付付款	民眾	—	20	100%
	平均成長率				48%

2. 服務流程透明度

(2) 案件處理流程查詢公開程度

A. 提供案件承辦資訊種類

(A) 服務場所公布

於 1 樓服務台牆面明確公佈資料申購標準作業流程、服務時間、服務項目、服務流程、服務電話等資訊，採中英雙語、圖例方式呈現，方便民眾瀏覽。另以擋牌方式公佈承辦人員姓名等資訊，採雙語(中英)標示。

(B) 全球資訊網站公布：

於 1 樓服務窗口旁設置公共資訊電腦，方便民眾瀏覽及查詢本局網站。於網站提供業務簡介、服務時間、服務電話、資料申購標準作業流程、施政計畫、服務網址、招標訊息等提供民眾一次告知的服務。



公布資料申購標準作業流程

B. 提供多種案件查詢管道種類

案件查詢管道提供現場、電話、網路、手機、PDA等 5 種查詢管道，如表 6：

表 6 案件查詢管道一覽表

申請案件種類	案件查詢管道				
	現場	電話	網路 (含 E-mail)	手機	PDA
氣象資料申購	○	○	○	○	○
天氣預報資訊申請	○	○	○	○	○
氣象局參觀解說申請	○	○	○		
颱風資料庫申請	○	○	○		
海洋數位平台	○	○	○		
地球物理資料管理系統	○	○	○		
網路討論區	○	○	○		
個人化網頁	○	○	○		
各種最新天氣圖(含雷達圖、衛星雲圖、雨量累積圖)	○	○	○	○	○
警特報資料	○	○	○	○	○
網站氣象統計資料	○	○	○		



(2) 案件處理流程主動回應程度

A. 氣象資料申購案件

(A) 臨櫃申購-貼心提醒

- a. 隨到隨辦，並定有標準作業時間為 10 分鐘，承辦人員接受案件申請時會主動告知預計處理時間。

- b. 大量資料申請時，會引導申請人至休憩區稍候，並於結案時主動通知領件。
- c. 如果案件處理時間延遲會主動告知，如申請人未在現場等待也會以電話通知。

(B) 網路申購進度掌控及主動告知機制

- a. 民眾網路申購後，可利用購物車編號查詢案件進度
- b. 我們每日上網追蹤申購案件進度，在不同階段會以 e-mail 通知申購者(表 7)，若進度逾期時，會主動透過電話或 e-mail 告知。

表 7 主動提供 e-mail 通知確認功能之服務項目成果表

主動提供 e-mail 通知確認之服務項目	99 年案件數量
本局收到申購訂單通知	647
申購訂單成立，等待付款通知	647
收到款項通知	630
申購資料已寄出通知	630
逾期通知	0

B. 參觀預約申請

可電話先向本局進行預約參觀申請後，由專人通知申請結果。

C. 陳情案件

- a. 當民眾以 e-mail 或書函陳情時，本局會於 5 天內回覆處理完畢，若無法於限時內完成答覆，將主動透過書面、e-mail、電話告知民眾案件處理現況及預計進度。
- b. 99 年共計回覆 2032 封電子郵件。

(二) 機關形象

1. 服務場所便利性

(1) 洽公環境適切程度

民眾洽公第一印象為本局的環境是否乾淨整潔，因此提供一個優質的洽公環境，也是為民服務的基本要求。我們 99 年針對洽公環境有多項便民、貼心、創新作為，說明如下：

A. 進行環境綠美化及提供舒適、明亮、整潔之洽公環境

(A) 99 年重新整修 1 樓大門廣場，從入口處門檻即是無障礙空間之設計，並設有洽公專用停車位，塑造優質洽公環境。(99 年創新)

(B) 99 年於 1 樓大廳增加桌椅，提供洽公民眾休息及等待時使用，並於桌上放置小盆栽進行綠美化。(99 年創新)

(C) 於地下 1 樓中庭栽種花草樹木以美化環境，並於戶外牆面展示天文資訊及提供桌椅供民眾休憩。(99 年創新)

(D) 1 樓大廳設置一般垃圾桶及資源回收桶，在進行清潔時也能為地球環保盡一份心力。

(E) 實施辦公場所全面禁煙並張貼禁煙宣導標誌，保持洽公環境空氣清新。



天文展示牆面美化環境，並提供桌椅供民眾休憩

B. 規劃具特色的洽公環境：

(A) 規劃媒體採訪專用之 24 小時便利洽公環境

我們服務對象除了民眾之外，還包括媒體等，因此我們設置媒體專用採訪區 24 小時提供給媒體使用，並於颶

風警報期間 24 小時提供颶風記者會採訪專區及SNG連線區。其

中，媒體採訪區原先位於辦公室門口，為提供專有專業且不受打擾的洽公環境，我們於 99 年將媒體採訪區搬遷至室內，並重新建置採訪環境，包括大尺寸投影、觸控螢幕，並提供桌椅於媒體等待採訪時使用，深獲好評。(99 年創新)

(B) 親近民眾作為

99 年將服務窗口櫃台及 information



今年重新建置媒體採訪室



縮短臨櫃距離，貼近民眾

服務台重新修繕，降低臨櫃高度以親近民眾。(99年創新)

(C) B1 展示室重新整修

99年B1展示室重新規劃，增加並更新展示內容，展示內容有氣象、海象、地震、天文等四大業務之實體模型或燈箱等。(99年創新)

(D) 新增「地球展示系統」(SOS) 展示區

於本局1樓大廳選擇適當區域懸掛一個直徑173公分的「地球展示系統」(SOS)，且設置有電動式天窗簾得以於陽光過強時遮蔽光線，以避免投影亮度不足時之用，增加展示效果。(99年創新)

C. 洽公動線規劃妥適及提供清楚標示服務

(A) 牆面公告洽公動線

於入口處左側牆面清楚標示各單位位置圖，且提供雙語(中英)標示服務。

(B) 服務窗口櫃檯設置檔牌清楚標示服務人員姓名，且提供雙語(中英)標示服務。

(C) 運用移動式標示牌

辦理活動時，均特別規劃動線，隨時運用移動式標示牌，使動線更機動順暢。

(2) 服務設施合宜程度

本局服務設施提供核心設施及一般設施供洽公民眾及媒體使用，以下為我們服務設施妥適完備程度。

A. 本局提供完善核心設施

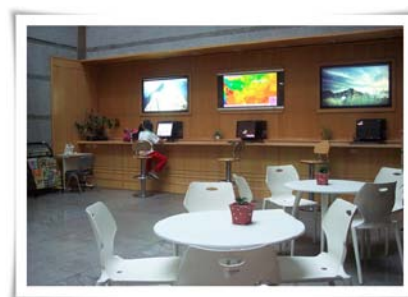
(A) 我們提供核心設施，包括服務櫃台、洽公座椅、乾溼分離盥洗室、電梯、洽公專用停車位、哺(集)乳室等。



方向引導標示清楚(中英雙語標示)



公佈承辦人員姓名等(中英雙語標示)



今年新增休憩桌椅

- (B) 我們提供無障礙設施包括大門入口處門檻是無障礙空間之設計及戶外身心障礙專用停車位、室內身心障礙專用電梯、身心障礙專用洗手間、愛心鈴。
- (C) 我們於服務窗口櫃台提供申辦書表及填寫範例。



設置洽公專用停車位

B. 本局提供完整一般設施及體貼民眾作為

- (A) 我們提供一般設施，包括 information 服務台、書寫台、公用電腦(含網路)、飲水機、公用電話等。
- (B) 我們於服務櫃台放置宣導資料，及設置雜誌、書報區供洽公民眾休息及等待時使用。
- (C) 我們於服務櫃台提供文具用品，方便民眾填寫申辦書表時使用。
- (D) 我們於服務窗口設有老花眼鏡，體貼視力不佳之民眾閱讀，另備有血壓計、乾洗手，為來局民眾健康守護。



體貼民眾作為，如老花眼鏡、乾洗手等

C. 為本局特殊業務需求，提供具特色設施

我們於 99 年進行檢討並更新部份設施：

(A) 提供晚到媒體錄影

我們設有副控導播室，同步錄影每一場記者會並設置有公用錄放影機，可提供晚到媒體轉錄使用；另外亦設有SNG及微波機組，媒體可方便於現場立即以微波發射傳送錄影內容回傳電視台，以供現場同步播出，功能完整便利。



貼心提供晚到媒體錄影

(B) 充實媒體洽公座椅

目前於媒體採訪區設置座椅供媒體使



記者會媒體採訪區提供舒適、好用座椅



用，並於每座椅旁提供活動式桌面方便媒體撰寫新聞稿或紀錄採訪使用。

(C) 建立自動化更新資料系統並強化播報之展示效果

為了讓民眾「看得懂」天氣播報，我們自行開發播報系統，以觸控螢幕型式整合颱風資訊，增加展示效果。另外我們自行開發「雨量地理系統」，將全台各地 500 多個自動雨量站資料即時匯入 Google Earth 地理資訊系統，相較於過去以縣市為區分單位，本系統以全國約 30 個流域為區分區域，於播報時搭配地形，更可清楚講解各流域間的連結及上下游的相對位置，預先警戒河岸邊的民眾儘早撤離。

(C) 加強電視牆展示

我們於 99 年自行開發軟體將 1 樓大廳電視牆展示畫面由原先僅有單一畫面，更新為多畫面展示，計有天氣預報、颱風警報相關資訊、衛星雲圖、雷達回波、累積雨量圖、地震特報等。(99 年創新)

(D) LED 電子看板

以大門前設置 LED 電子看板，提供最新天氣訊息、宣導訊息等，主動提醒民眾注意天氣變化，利用此宣導管道除減少紙類文宣的使用之外並合乎環保行為。

(E) 展示室更新

原先的展示室以靜態圖片展示為主，99 年進行多項展示內容更新，除了新增以氣象觀測儀器實體展示之外，並增加動態圖片及立體模型展示。

D. 設施管理與定檢，以確保設施品質

(A) 響應節能省碳，及增設太陽能板

將辦公室燈管更換為省電燈管，並調整燈管數量由 4 支調降為 2 支，冷氣送風機調整在 26-28°C，辦公區域中午休息時間不開燈，我們的節碳措施還包括於 1 樓廣場旁新增設有太陽能電板(99 年



創新)，響應環保綠能減碳政策。

(B) 環境綠美化及清潔

於室內多處放置盆栽並定期更換，並委外進行環境清潔。

(C) 設置防救災設備並進行消防演練

設置各項消防及逃生設備包含滅火器、消防警鈴、消防廣播主機、偵煙器、排煙設備、消防栓、出口警示燈、緊急照明燈等，並每年執行至少 2 次消防演練及訓練課程。



消防設備置於明顯區域並清楚標示

(D) 安全巡視

設有警衛人員，並每天至少 1 次對各辦公空間巡查且做成紀錄，對於各種突發狀況隨時掌握。

(E) 專業守護

為延長設備的壽命及服務品質，委外進行各項專業性的保養或檢測。保養頻率及項目如表 8。

表 8 設備專業保養一覽表

專業保養項目	保養頻率	備註
中央空調	依保養項目分別施做月、季、半年、年度保養	含不定時機動維修
發電機	每月 2 次	含不定時機動維修
高低壓電氣設備	每月 1 次巡檢且每年 2 次檢測	含不定時機動維修
電梯	每月 2 次	含不定時機動維修
消防設備	每月 2 次	含不定時機動維修
環境清潔	依項目分別每日 1 次、每週 1 次、每月 1 次進行清潔	—
飲水機保養	依項目分別每月 1 次保養、每 3 月 1 次更換濾心	含不定時機動維修
水質檢測	每 3 月 1 次	—
盥洗室清潔	每日 2 次	含不定時機動維修
投影機設備	每月 2 次	含不定時機動維修

除草剪樹	全年 24 次	—
LED 電子看板	不定時機動維修	—
水電設備	不定時機動維修	—
不斷電系統	定時維修	—

E. 洽公環境滿意度調查

(A) 我們 99 年對媒體進行「氣象服務滿意度調查」(採隨機抽樣，抽樣 17 份，樣本母群體為電視媒體數量)，結果如下：

👑 媒體對於我們所提供之採訪環境、設施及洽公環境(整體環境)，81% 感到滿意，無不滿意意見。

(B) 99 年對臨櫃申購資料民眾進行「服務滿意度調查」，採隨機抽樣，抽樣 190 人。(樣本母群體為 99 年臨櫃申請資料為 2,312 人)

👑 對於服務窗口標示及動線規劃，民眾覺得滿意以上程度達 96.8 %，其中包括有 59.5% 感到非常滿意。

2. 服務行為友善性與專業性

(1) 服務親和程度

A. 洽公服務禮儀滿意度

臨櫃人員服務態度攸關民眾對我們服務滿意度的感受，為此特別加強要求負責櫃台同仁注意服務禮儀，除了主動關切及引導洽公民眾外，更要注意服裝儀容禮儀，以下為洽公服務禮儀辦理情形：

(A) 在 1 樓入口大廳處設置有 Information 服務台，同仁會主動關切及引導民眾進行不同服務所需的指引及諮詢服務。服務台之輪值，除一級主管外，全局其他同仁皆需輪值，以提醒同仁需適時保持基層人員心態，並藉由與民眾第一線的接觸，可以更直接了解民眾的需求。

(B) 本中心同仁接受媒體採訪之服務實代表氣象局形象，本中心除特別要求男士需著襯衫之外，還要求應對媒體時之言語、禮貌。另外，本局首長亦特別於局務會報上指示並提醒同仁，需要注意服裝儀容之禮儀。



(C) 滿意度績效及檢討

- a. 本局於 99 年對臨櫃申購資料民眾進行「資料申購服務滿意度調查」，有效樣本數 190 個。
- b. 對於服務人員的服務態度，民眾覺得滿意以上程度達 99.4%，其中包括 76.8% 感到非常滿意，可見服務人員之態度親切良好，獲得民眾肯定。
- c. 對於服務人員的現場答詢服務，民眾覺得滿意以上程度達 98.9%，其中包括 75.3% 感到非常滿意，顯示本局人員之現場答詢態度及內容，均能達到 9 成以上民眾之要求。
- d. 雖然本局人員之態度親切良好獲得民眾肯定，但我們不敢鬆懈，仍繼續維持良好之服務態度，針對不滿意部分，我們將耐心解說服務作業流程，並隨時傾聽民眾需求配合改進。

B. 電話禮貌測試績效

本中心設有 24 小時「單一窗口」專業氣象電話諮詢。預報員接聽電話時之禮貌攸關民眾對本局滿意度感受，為此本中心於 99 年特別加強要求同仁注意電話禮儀。以下為本中心電話禮貌辦理情形：

(A) 根據行政院研考會版本進行電話禮貌測試，本中心同仁平均成績為 94.1 分。

(B) 於 99 年 7 月局慶開放參觀期間對參觀民眾進行「氣象服務滿意度調查」，調查結果顯示有關氣象諮詢專線中諮詢服務人員態度，有 77% 覺得很好以上程度，其中包括 49% 認為非常好。

(C) 本中心為加強電話諮詢禮貌，特別要求同仁於電話鈴響盡速接起電話，且以悅耳聲音說出「預報中心，您好」等歡迎字句，同時耐心聆聽民眾問題，詳細回答，並於結束詢問前說出「不客氣」等詞句。本中心同仁皆以做到上述要求，本中心主管亦會不定期電話抽查，並適時導正同仁。

(2) 服務可勝任程度

A. 持續提升員工專業知識及服務品質



天氣預報含有不確定性，我們提供的預報內容仍有部分不準確度存在，導致部分民眾對此有些不諒解。不過，我們並不氣餒，我們體認氣象預報是一個極為複雜的科技層面，因此如何突破科技，尋求更為準確的氣象預報，依舊是我們持續努力的方向。以下就提升員工專業知識及服務品質說明如下：

- (A) 邀請媒體資深主播加強訓練預報員面對媒體技巧及口語化播報能力，包括預報員實地播報後進行 1 對 1 個別指導，本次訓練課程共計 11 次 11 小時。(99 年創新)
- (B) 本中心定期每月 1 次針對本中心同仁進行 4 小時教育訓練以提升同仁氣象專業知識，99 年度辦理之教育訓練共計 12 次。
- (C) 本局辦理專業知識及防災專題講座以提升同仁專業知識，99 年度辦理之講座共計 50 場。(表 9)

表 9 專業知識專題講座一覽表

項目	講座名稱	項目	講座名稱
1	99 年氣象防災資訊應用研討會	10	氣象衛星資料基本分析與應用(15 場次)
2	梅雨季預報技術訓練	11	颱風警報與防災
3	颱風警報與防災	12	雷達基本原理(2 場次)
4	颱風警報與風險管理	13	雙都卜勒雷達風場整合
5	颱風及其豪雨預報原理(2 場次)	14	全球暖化
6	颱風	15	梅雨鋒面及颱風系統之為星雲圖特徵分析(4 場次)
7	全球氣候變遷與海洋災害(2 場次)	16	氣象衛星資料基本分析與應用(15 場次)
8	季風迴旋	17	太陽變動與氣候關聯
9	「無意外」天氣預報		

- (D) 辦理服務及溝通協調相關主題講座以提升同仁服務品質，99 年度辦理之講座共 11 場。(表 10)

表 10 提升服務品質專題講座一覽表

項目	講座名稱	項目	講座名稱
1	應變力與高效執行力	7	危機處理
2	行銷理念與推廣-服務觀點	8	溝通與協調之技巧
3	公務人員執行力	9	花博氣象服務訓練
4	面對媒體溝通技巧	10	公務倫理
5	人際溝通技巧	11	導覽技巧與觀眾特質
6	尊重		

(E) 為加強氣象防災專業知識，於 99 年辦理「氣象防災資訊應用研討會」，參與人員除氣象局同仁外，外單位共有 75 個單位 122 人出席。

B. 服務人員專業度調查績效(提供 Q&A 於附件 6)

(A) 根據行政院研考會「電話測量表」進行電話禮貌測試，有效問卷 27 份，本中心同仁在回應問題正確率上平均成績為 92.4 分。

(B) 於 99 年 9 月針對媒體進行「氣象服務滿意度調查」(有效問卷 17 份，受訪者全為電視媒體)，顯示媒體對於本中心預報員接受採訪及播報時之專業度，高達 95% 表示滿意，無不滿意意見。

(C) 於 99 年針對「大眾化氣象服務」所設計之問卷進行滿意度調查，有效問卷 205 份，有關本中心預報員接受採訪及播報的內容是否口語化且容易懂之調查結果顯示，有 71% 民眾覺得容易懂。

3. 服務行銷有效性

(1) 施政宣導有效程度

根據 99 年 11 月「為民服務滿意度調查」，調查結果顯示民眾獲得有關氣象資訊的管道，主要由電視，其次為氣象局網站，佔 47.7%，顯示民眾除了習慣從電視媒體獲得氣象資訊，網路也已經成為一個重要管道，因此我們除了重視媒體傳播服務管道之外，也特別加強本局網站傳播。以下是我們施政宣導的績效：

A. 主動製造機會，藉助媒體力量

電視、電台及報紙的傳播是傳統上民眾獲得氣象資訊的主要途徑，也是我們長期以來相當重視的一項服務管道。

- (A) 本中心常設的氣象諮詢席位，每日 24 小時提供電視、平面媒體諮詢及電台廣播服務，並適時提供最新施政內容之宣導。
- (B) 與各電視台合作，於其頻道播出本中心各式宣導短片。
- (C) 與財團法人公共電視文化事業基金會合作，於其頻道播放本局颱風警報記者會現場直播、預報員每日天氣播報、及各式宣導短片，提醒民眾注意本局發布之天氣訊息。
- (D) 於記者會(99 年共計召開 7 次)主動宣導施政作為及創新產品。
- (E) 與光遠科技公司合作，於其全國各地 10 餘個大賣場、人潮匯集處置放電子屏幕，於上播放本中心製作之宣導短片。宣導短片播放地點及時數如表 11。

表 11 光遠科技 360 圓形電視點位檔次表

區域	項次	室內/外	點位	播放時間	平均月流量 (人/庫)	播放時數	播放檔次
台北	1	內	微風廣場室內	11:00 ~ 22:00	540,000	11	1,320
	2	外	士林夜市	07:30 ~ 01:30	1,060,000	18	2,160
	3	內	士林都會叢林	14:00 ~ 01:00	296,000	11	1,320
	4	內	美麗華購物中心	11:00 ~ 22:00	464,000	11	1,320
	5	內	美麗華天母影城	12:00 ~ 24:00	174,000	12	1,440
	6	內	京華城室內(投影機)	11:00 ~ 23:00	424,000	12	1,440
	7	外	京華城室外	11:00 ~ 23:00	1,200,000	12	1,440
	8	內	中和環球購物中心	11:00 ~ 22:00	460,000	11	1,320
	9	外	西門町萬國百貨	10:00~22:00	1,200,000	12	1,440
桃園	10	內	桃園台茂購物中心	11:00 ~ 22:00	570,000	11	1,320
台中	11	內	台中德安購物中心	11:00 ~ 22:00	530,000	11	1,320
高雄	12	內	高雄夢時代	11:00 ~ 22:00	950,000	11	1,320
聯播					7,868,000		17,160
專機專用點位							
台北	13	外	NYNY廣場	10:00~22:00	4,500,000	12	1,440
台北	14	外	微風戶外廣場	10:00~22:00	4,500,000	12	1,440

B. 與民眾互動，主動宣導

(A) 擴大辦理參觀活動

99 年局慶期間辦理擴大參觀活動，除了可與民眾建立良性的互動關係，並可推廣氣象科普教育。活動為期 5 日，包括星期六、日，



活動內容豐富有趣，均深獲好評，參觀人數共計 1 萬 3,877 人次。
(99 年創新)

(B) 擴大辦理專題演講

99 年局慶期間辦理擴大專題演講，由同仁對參觀民眾進行氣象及防災宣導，共計 10 場次。(99 年創新)

(C) 漁業訪問

99 年度計分 5 梯次，主動派員前往 9 處漁會進行漁會訪問，地點包括蘇澳漁會、花蓮漁會、台中漁會、彰化漁會、日月潭漁會、恆春漁會、金門漁會、淡水及馬祖等區漁會，以進行氣象宣導及施政宣導。

(D) 展示室參觀

展示室原先展示以靜態圖片展示為主，包括海報、燈箱，99 年重新規劃布置展示室，除了新增氣象觀測儀器實體展示之外，並增加動態圖片及立體模型展示，讓參觀民眾更加深印象，以達氣象、地震、海象及天文常識之宣導。(99 年創新)

(E) 氣象教育推廣

積極與各級政府單位、學校及社會團體合辦活動，藉以推廣氣象教育與宣導。(99 年創新)

- 99 年配合行政院人事行政局於全國北、中、南、東 4 區辦理「天然災害通報權責機關作業人員講習會」，加強各級政府人事人員之氣象與地震知識及天然災害通報權責相關規定。
- 99 年配合內政部辦理「99 年強化防救災教育訓練」，以推廣氣象防災教育；另外派員至各地宣導氣象與地震防災知識，講授「氣象與防災」等專題，積極主動推展氣象教育。本中心派員擔任講座共計 34 場次。
- 為進一步宣導氣象常識，99 年製作數位學習教材《氣象 e 學院》，內容以氣象、海象、地震及天文常識為主軸，透過互動式教學方式，以達到推廣氣象常識的目標。

C. 利用文宣品進行宣導



(A) 於 99 年重製本局簡介影片約 20 分鐘，以打動人心的說故事方式宣導本局氣象、地震、天文及海象 4 種業務，分國語及英語 2 種版本。(99 年創新)

(B) 局慶之宣傳活動包括於氣象局網頁公告、以跑馬燈及最新消息公告，並提供海報及導覽摺頁(圖檔)供網友下載。同時並寄發宣傳海報，寄發對象包括學校、防救災機關、氣象站，共計 4,489 個單位。(99 年創新)

(C) 本局大廳服務櫃檯及展示室置放文宣品，提供民眾自由索取。

(D) 氣象防救災宣導

- 本年度新增編印「天然災害災防問答集」及「氣象常識問答集」宣導小冊。(99 年創新)
- 印製氣象防護、氣象服務、氣象常識等 7 個系列宣導摺頁及各作業中心中英文業務簡介等。
- 攝製「氣象與防災」宣導影片。

D. 運用網路介面，宣導無遠弗屆

(A) 於網站首頁宣導本年度施政目標(含重點)與施政計畫。

(B) 於網站供防災宣導影片，包括颱風短片、氣團短片、鋒面短片、梅雨短片等共 7 部。

(C) 同仁自行拍攝展示室參觀短片，提供於首頁，民眾不必出遠門，透過網路即可參觀本局展示室並可節省社會成本。(99 年創新)

(D) 於網站新增「氣象防災專區」網頁。(99 年創新)

E. 99 年度宣導績效表現

(A) 99 年參觀人數共 18,395 人遠超過 98 年參觀人數 3,497 人，主因是辦理局慶開放參觀 5 日，吸引約 13,788 人來局參訪。此數據顯示局慶的大力宣傳，已見成效，同時藉由此活動，亦將促進民眾對氣象局施政及服務內容的了解。(99 年創新)

(B) 於 99 年辦理之「小小孔明營」活動時，曾針對參與小朋友調查詢問最想獲得之獎品，其最多人票選獎品為最新吉祥物「雲寶公

仔」，顯見我們推動親民、活潑之形象與服務，受到喜愛及肯定。

(C) 網站 99 年瀏覽人次達 9700 萬人次。

(三) 顧客關係

1. 機關服務滿意度

我們對於提供之預報產品及氣象服務是否受到民眾肯定及民眾之意見需求非常重視，分別針對不同族群及不同議題設計不同類別問卷，共計有(1)「為民服務滿意度」調查問卷、(2)「媒體之服務滿意度」調查問卷、(3)針對臨櫃民眾「資料申購服務滿意度」調查問卷、(4) 99 年創新之「大眾化氣象服務滿意度」調查問卷。滿意度調查結果皆將作為本中心未來改進方向之重要參考依據。



滿意度的榮耀：

- 👑 99 年交通部調查服務滿意度，氣象局之民眾服務滿意度 89.5%，幾達九成以上，對我們具相當大的肯定及鼓舞。
- 👑 99 年讀者文摘曾票選全國最值得信賴的行業，「氣象人員」排行第六，可見民眾對於我們預報工作的肯定。

(1) 問卷 1：為民服務滿意度調查

我們每年皆委託民間公司電話訪問調查機關服務滿意度，希望能藉由客觀之調查結果發現服務之缺失及改進努力之方向。98、99 年委託精湛民意調查顧問股份有限公司辦理之電話訪問調查（以台澎金馬地區住宅電話為調查範圍，年滿 12 歲以上者為調查對象，信心水準 95%，有效樣本數、抽樣誤差詳見下表）。

	有效樣本數	抽樣誤差
99 年	1, 236	±2. 79%
98 年	1, 200	±2. 83%

A. 抽樣方法

抽樣設計採「分層比例隨機抽樣」。以臺閩地區家戶電話資料庫為抽樣母體，將調查母體依縣市劃分為七個副母體，按各副母體 12



歲以上人口的比例抽取所需樣本。電話撥打使用「隨機撥號法」，各區域依應完成樣本數的6倍抽取電話數目。

B. 樣本結構分析

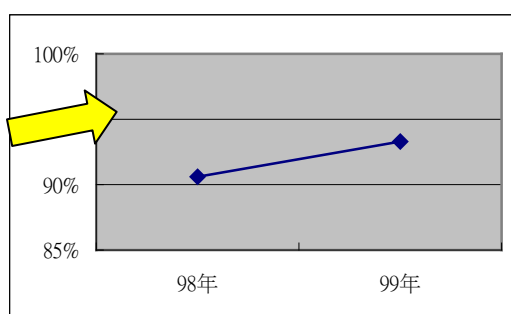
調查報告中依據受訪民眾居住區域、年齡、教育程度、性別、職業做樣本結構分析。

C. 本問卷調查內容設計有四大項「預報準確度」、「宣導服務」、「服務滿意度」及「未來努力方向」。茲將重要結果及本中心改進方案臚列如下：

(A) 「整體而言，您對中央氣象局所提供的氣象服務滿不滿意？」調查結果如下：

	非常滿意	滿意	不滿意	非常不滿意	不知道或無意見
99年	13.7%	79.6%	5.5%	0.6%	0.6%
	93.3%		6.1%		
98年	12.4%	78.2%	6.0%	0.3%	3.1%
	90.6%		6.3%		

連續2年表示服務滿意度「滿意」的比例皆有9成以上，且有向上提昇之趨勢，服務滿意度成長率約3%。



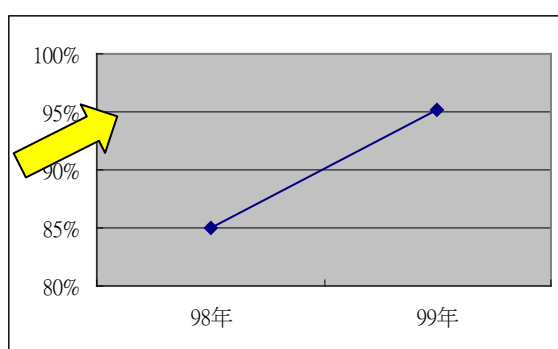
(B) 「請問，就您個人的感覺，中央氣象局所提供氣象預報的準確性，和去年比較起來，是比較準確、比較不準確，還是差不多？」調查結果如下：

	較準確	差不多	較不準確	不知道
99年	33.5%	61.7%	3.3%	1.6%

	95.2%			
98年	24.7%	60.3%	10.8%	4.2%
	85%			

氣象預報準確性提高的服務滿意度**成長率高達35.6%**。

- **改進做法：**要提高民眾心目中的預報準確率，我們除了努力提升預報技術外，也努力改善資訊傳遞，讓預報員固定接受媒體諮詢改進表達的方式，不再只用一些專有名詞，讓內容及播報時生活化、口語化，以達到我們有效傳遞氣象資訊的目標。



(C) 「民眾對氣象資訊的需求及獲取管道」民眾到底從哪裡獲得氣象資訊？

雖然從電視獲得的比例皆有9成以上占最多，但其次以網路為獲取氣象資訊之管道且從98年的43.6%、99年的47.7%可看出增加之趨勢，顯示藉由網路的方式獲得資訊已經隨著網路普及和使用人口增加而日漸重要。

- **改進做法：**加強網站資料之豐富性及活潑性、生活化。如增加FaceBook報天氣、天氣小幫手等產品。

(D) 我們未來首要加強的服務項目？

民眾認為未來首要加強的氣象服務項目，99年調查結果，「提高資訊提供的正確性」(81.2%)排名第一，其他依序為「針對特定區域的氣象資訊」(71.7%)、「提供更精確的氣象資訊描述」(69.7%)，98年的結果前三位排名也和99年相同。

- **改進作法：**
 - a. 加強預報技術及準確度。

b. 「針對特定區域的氣象資訊」方面，我們也正朝小區域單點的精緻化預報而努力。

c. 提供大眾化、口語化的氣象服務。

(2) 問卷 2：媒體對我們的滿意度(附件 7)

99 年針對媒體進行「氣象服務滿意度調查」(由於媒體家數少，所以僅有效問卷 17 份，受訪者全為電視媒體，本問卷調查內容針對三大項進行設計，分別為「洽公採訪環境」、「預報員禮儀」、「預報員專業度」，調查結果媒體對本中心所提供之媒體採訪整體滿意度(包括人、環境、設施)高達 94%；「預報員專業度」滿意度達 94%，「預報員禮儀」滿意度達 94%，「洽公採訪環境」滿意度達 88%。本份問卷調查為今年度新增，無法提供與去年比較的成長率。

(3) 問卷 3：資料申購服務滿意度(附件 8)

1 樓服務窗口於 99 年 1~12 月對臨櫃申購資料民眾進行「資料申購服務滿意度調查」(問卷，有效樣本數 190 個，抽樣母群體為臨櫃申購資料民眾共 2,312 人，採簡單隨機抽樣)。本次滿意度調查項目包括「服務窗口標示及動線」、「申購資料流程」、「服務人員的服務態度及專業度」、「申請表單格式」、「目前氣象觀測站之設置地點」等共 10 題。調查結果顯示民眾對臨櫃申購資料服務動線規劃、所需時間、手續便利性、服務態度等各項調查項目皆超過 90% 表示滿意以上程度。其他各分項調查結果已於本文「申辦案件流程簡化程度」、「洽公動線規劃妥適」、「服務行為友善性」中詳細說明，建請參閱。

(4) 問卷 4：「大眾化氣象服務」的努力方向

針對本中心 99 年服務主軸之一「大眾化氣象服務」所設計之問卷進行滿意度調查(有效樣本數 205，抽樣母群體為 7 月局慶開放參觀期間來局參觀民眾共 13,877 人，採簡單隨機抽樣，18 歲以下佔 48%，19~39 歲佔 37%，40 歲以上佔 15%，教育程度高中(職)以下佔 53%，大學(專)以上佔 47%，男性佔 47%，女性佔 53%)，希



能藉由調查結果，回饋於本中心未來在「大眾化氣象服務」的努力方向，重要調查結果如下：

- A. 民眾對於 99 年新增服務項目「天氣小幫手」及「天氣周報」所描述的內容，認為非常易懂和容易懂共佔 66%，認為普通佔 27%，可見近七成以上民眾認為上述兩項服務內容容易瞭解。
- B. 民眾對於預報員接受採訪及播報的內容是否口語化且容易懂，認為非常易懂和容易懂共佔 71%，認為普通佔 23%。
- C. 關於民眾認為中央氣象局在颱風警報期間播報內容及提供的資料是否符合需求，覺得非常滿意與滿意共佔 75%，認為普通佔 22%。
- D. 本份問卷調查為今年度新增，無法提供與去年比較的成長率。

● 改進措施如下：

- a. 氣象服務網站新增之服務項目調查顯示，具有「即時」與「口語」特點的產品最能滿足民眾之需求，但點選之比率仍有很大進步空間，可能和網頁版面排放方式有關，我們正在研擬調整氣象服務網頁版面，以「即時」與「口語」為未來網頁之重點。
- b. 已研擬完成新版颱風警報單及防救災內容，希能依據民眾需求新增呈現資料及呈現方式，以符合民眾期待。

2. 民眾意見處理有效性

(1) 民眾意見回應與改善程度

本局提供現場、書函、電話、電子郵件等多種民眾意見反映管道，並為有效處理人民陳情案件，訂有「交通部中央氣象局處理人民陳情案件作業要點」（如附件 9），作為所屬各單位處理各種人民陳情（包括書函、陳情書、電子郵件、傳真、電話親自到場及上級交辦等）之依據，每個月統計人民陳情案件並作檢討。另外訂有交通部中央氣象局重大違失事件及重大輿情處理程序，依程序迅速通報局長及業務單位，並陳報交通部，通報資料包括案情摘要、處理情形及檢討建議。

A. 處理各類陳情案件具體做法如下：

(A) 現場陳情

由 1 樓服務窗口櫃檯即時受理民眾現場陳情意見，並立即回覆處理。

(B) 電話陳情

由接聽人員在接獲陳情後儘速將電話轉接予權責單位，經權責單位承辦人員於聆聽陳訴後，應將陳情事項製作紀錄，並依規定辦理擬稿、會辦（含會知陳情案件專責人員）、陳核等作業。陳情事項非屬氣象局主管業務者，應委婉告知陳情人，並應告知相關主管機關之聯繫電話或其他聯繫方式。

(C) 書函陳情

總收文或單位收文人員按陳情內容分送各承辦單位或承辦人員處理。各單位承辦人員依照規定辦理擬稿、會辦（含會知陳情案件專責人員）、陳核等作業。如陳情事項非屬氣象局主管業務者，綜由秘書室移請主管機關處理。99 年統計至 12 月止共 75 件，其中興革建議占 92%。

(D) 電子郵件陳情

秘書室按陳情內容分送各承辦單位或承辦人員處理，承辦人員應依照規定辦理擬稿、會辦（含會知陳情案件專責人員）、陳核等作業。99 年統計至 11 月止共 2,032 件。本中心每日有專人負責回覆民眾關於天氣及預報類電子郵件，最遲於 3 日內回覆完成，同時在回覆內容結尾加註感謝提供寶貴意見。

(E) 政風電話或信箱陳情：

氣象局政風室設有專線及信箱供民眾針對政風有關案件進行陳情與檢舉，對於查明並無確實情事者即可回覆結案，若無法即時釐清者，則須繼續追蹤處理至調查完畢方可回覆結案。99 年共接獲陳情案件共 4 件，已結案並將案件專卷歸檔。

B. 99 年人民陳情案件統計資料如下：

陳情方式分為電子郵件及書函，總件數 2,104 件，其中書函類別共



72 件，約佔 3.4% ，電子郵件類別共 2,032 件，約佔 96.6% ，可發現 e 化時代民眾反映意見之管道轉變為以網路為主。以案件類別統計，諮詢服務為最主要，約佔每月案件總數 74~94% ，其次為興革建議，約佔每月案件總數 3~13% ，顯見民眾對氣象局之陳情案件內容以獲得氣象相關資訊為主，其次為對我們之改善意見。上述陳情案件皆已於規定時間內處理完畢。

民眾意見回應與改善

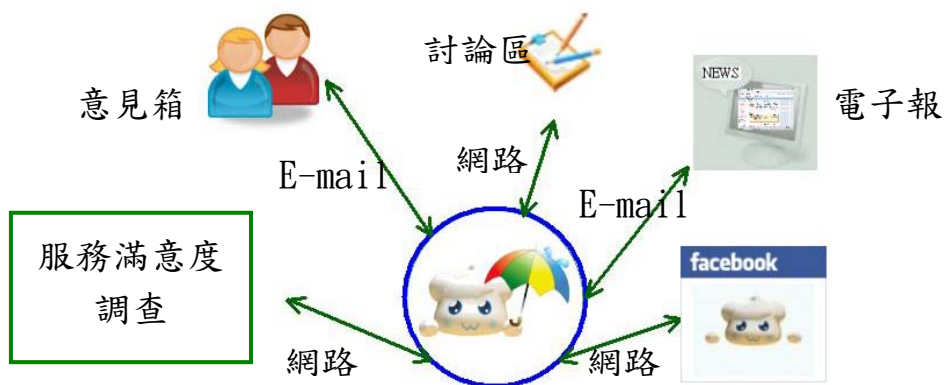


中央氣象局人民陳情案件處理機制及作業流程

(2) 民眾意見回應電子參與程度及回應機制：

在處理民眾陳情案件完畢後，均會發函給民眾，詢問處理滿意度，雖幾乎都未獲答覆，但也代表未再有針對同案件之不滿意回覆。

重視民眾電子參與



提供民眾意見反映及討論區，並有互動機制及實際回應。

(3) 我們對新聞輿情主動回應！（新聞輿情回應實例）

我們改變以往被動之角色，面對新聞輿情引起民眾關切話題主動提供資訊不定期更新於氣象服務網站首頁之「熱門話題」專區。

媒體：自由時報

日期：99 年 1 月 6 日

內容摘要：北極振盪，月底前天氣多偏冷。

回應：因媒體報導強調「北極振盪」名詞，引起民眾討論，除主管、預報員接受媒體訪問時解說外，另於中央氣象局全球資訊網首頁之「熱門話題」專區新增解說網頁。

二、「資訊流通服務」構面

(一) 資訊提供及檢索服務

1. 資訊公開適切性與內容有效性

公開法令、政策及服務資訊程度

(1) 依據「政府資訊公開法」第 7 條主動公開相關資訊於網站（頁）比例(附件 10)

A. 依據

依「政府資訊公開法」第 7 條規定應主動公開之 10 項政府資訊，除第 10 項為合議制機關之會議紀錄不適用本機關外，本機關應主動公開者有 9 項。均已公開於氣象服務網站(<http://www.cwb.gov.tw>)之「主動公開之政府資訊專區」。

B. 公開比例

相關資料已回溯至民國 91 年。應主動公開資訊項目總數 913 項，已主動公開資訊項目數 913 項，公開比例為 100%。

(2) 服務措施及出版品資訊周知度(附件 11)

氣象服務網站(<http://www.cwb.gov.tw>)公布服務措施及出版品資訊共計 5 大單元、338 項次。

A. 最新消息

在此單元發布機關最新訊息及機關新聞稿等 2 項服務資訊。

B. 教育宣導

(A) 氣象百科

共有氣象常識、氣象儀器、颱風百問、地震百問、天文百問、海象問答等 6 項。

(B) 氣象宣導

共有出版的文宣品包含業務簡介、氣象防護、氣象服務、氣象常識、氣象觀測、海象常識、地震常識、天文常識等 8 大類，計 54 項。

C. 便民服務

(A) 服務績效

包含為民服務執行計畫、為民服務不定期考核、電話禮貌績效、處理人民陳情案件績效等 4 項目。

(B) 服務滿意度調查

服務滿意度問卷調查及年度滿意度調查結果。

(C) 服務窗口

共有為民服務窗口共計 16 種之相關聯絡電話、網址或服務項目內容。

(D) 雙語辭彙

共提供一般行政用雙語對照辭彙 95 個，氣象專業用中英文對照辭彙 146 個，共計 241 個。

(E) 出版品

- a. 包含氣象研究、地震研究、海象研究、氣象資料、海象資料、天文資料、宣導資料、其他等 8 類，共計 85 項。
- b. 出版品均依著作權相關規定留有版權頁面，刊載著作權利管理資訊。

(F) 好站介紹

提供相關業務網站的連結服務，連結分類及項目共有政府相關

部門 16 項、學術研究單位 30 項、國際作業研究相關組織 41 項及其他相關網站 16 項等共 103 項連結。

D. 多元服務

共提供個人化網頁、討論區、電子報、手機服務、PDA 服務、RSS、海洋數位平台、雲寶桌布下載及臉書(FACEBOOK)等 10 種服務項目使用說明等服務功能。

E. 常見問題

共提供氣象問題 10 題、網頁問題 5 題及熱門話題 6 題。

(3) 網站（頁）資訊內容檢查

依據「交通部所屬機關網頁資料更新監督要點」依資料特性由專人負責資料之定期或不定期更新及審視資訊內容之有效性，以確保公布資訊之正確性，相關更新、審視週期及負責人詳如附件 12。

(4) 網站（頁）連結有效性檢查

每週使用 Web Link Validator's 軟體作連結有效性檢測，並根據檢測結果做相關處理，以確保網站資訊連結正確度。相關檢測結果如有錯誤立即處理，並具實登錄。

2. 資訊檢索完整性與便捷性

資訊檢索服務妥適性及友善程度---機關網站(頁)資訊提供檢索服務情形及相關作為。

(1) 全文檢索

氣象服務網站提供相關檢索功能及說明範例，相關設定及查詢顯示畫面等包含如下：

A. 查詢基本設定

(A) 查詢框

查詢欄供使用者輸入欲搜尋的關鍵字，設定完成按下查詢鈕即可進行資料檢索。

(B) 選擇查詢方式

除了一般查詢技巧之外，使用者亦可利用彈性的進階查詢功能，

包含同音、同義、容錯與英數字半形轉全形。

a. 「同音」

針對中文同音異字的特性所設計，對於只知發音而不確定正確寫法的情況下，即能用「同音查詢」得到所需的資訊。例如：輸入「鋒面」或「風面」，皆可搜尋到正確的資訊。

b. 「同義」

系統管理者能定義那些字具有相同的意義。例如：設定「貝多芬 \$樂聖 \$Beethoven」，即能輸入貝多芬查到含有「樂聖」或「Beethoven」的文章。

c. 「容錯」

解決中英文拼字錯誤的問題，系統會自行判斷中英文之文字近似程度，並列出相關資訊。例如：輸入「Discoverer」能查到「Discovery」等。

d. 「英數字半形轉全形」

在資料來源當中若有英數字全形與半形文字同時存在，且希望一次查詢即可同時搜尋到。

B. 查詢範圍設定

為更精確、有效率搜尋到資料，您可以縮小查詢範圍，包含設定日期區間、檔名區間或是指定查詢項目等方式。

(A) 指定檔案「日期區間」搜尋

使用者可選擇所有檔案或指定查詢檔案的時間範圍，例如：可指定查詢，從 2001 年 1 月 1 日到 2001 年 6 月 30 日之間的檔案。

(B) 指定「檔名區間」搜尋

使用者可指定查詢從「a*.doc」到「z*.doc」之間的檔案。如有指定副檔名時，則只會針對指定之檔案類型進行查詢；亦可不指定副檔名，則針對所有符合限制之檔案進行搜尋。

(C) 指定「查詢項目」搜尋

可選擇全文、標題、摘要、公司、作者、檔名、註解、關鍵字



等做個別查詢，但資料庫資料來源則無法指定此項目。

C. 輸出頁面設定

本搜尋系統針對查詢結果的畫面輸出，提供許多高效能且完整的功能。不但可以彈性調整瀏覽介面，還可以做更進一步查詢。其功能如下：

(A) 排序方式

查詢結果提供多種輸出排序方式，可依「符合程度」、「檔案名稱」、「檔案日期」、「檔案大小」、「資料來源」等方式進行排序。

(B) 排列順序

根據上述選定的排序項目，可以由大到小排序，或由小到大排列。

(C) 查詢結果輸出方式設定

包含標準輸出、簡潔輸出 2 種選項。

(D) 每頁輸出筆數

查詢結果可選擇每頁顯示 5/10/15/20 筆資料，預設為每頁 10 筆輸出。

(E) 結果表示方式

「顯示關鍵字位置」、「結果概要表示」，及「不顯示關鍵字位置」三種方式。

(2) 分類檢索

依據行政院函頒「行政機關電子資料流通實施要點」，及研考會函頒「行政機關電子資料詮釋資料及分類檢索規範」等相關規定，提供分類檢索服務。

A. 主題分類

主題分類共計 2 層，第一層設有交通建設(600)，該層之下一層設有天文氣象(650)，氣象服務網主題分類屬(表 12)。



表 12 主題分類表(摘錄)

主題分類第 1 層	主題分類第 2 層
600 交通建設	610 交通運輸
	620 電信通訊
	630 休閒觀光
	640 資訊傳播
	650 天文氣象
	660 公共工程
	670 政府採購
	6Z0 其他

B. 施政分類

第一層環境資源(C00)下一層設有氣象分類(CM0)，氣象分類再下一層有氣象相關施政分類共計 7 類，氣象服務網站各施政分類依此進行(表 13)。

表 13 施政分類表(摘錄)

施政分類第2層	施政分類第3層	施政分類第4層	備註
CM0 氣象	CM1 氣象預報		由原交通類 908移入
	CM2 天文業務		
	CM3 測政管理		
	CM4 應用氣象		
	CM5 氣象技術		
	CM6 氣象觀測		
	CM7 氣象儀器檢校		
	CMZ 其他		

C. 服務分類

服務分類第 1 層設有生活安全及品質(E00)，該類下一層設有人身及財物安全(E10)、食品安全(E20)、居家及社區生活(E30)、環境品質(E40)、消費者權益(E50)、其他(EZ0)等 7 類，氣象服務網頁服務分類為其他(EZ0)。

D. 輕鬆的分類檢索服務

氣象服務網頁各項內容均依主題、施政及服務 3 項分類標準進行分類，一般民眾可從 MyEGov 網站([http:// www.gov.tw/](http://www.gov.tw/))搜尋到氣象服務網(<http://www.cwb.gov.tw/>)內各項主題分類資料。

(二) 線上服務及電子參與

1. 線上服務量能擴展性

線上服務提供及使用情形

(1) 線上服務量能

A. 線上服務成長率

線上服務項目包含電子報、PDA、手機網頁服務、個人網頁、RSS、網路氣象資料申請、颱風資料庫、氣象展示場參觀線上申請、地球物理資料管理系統等項目 (表 14)。

表 14 線上服務案件成長率

線上服務項目	98 年	99 年	成長率	是否於 MyEGov 網站連結
電子報	2,073	2,234	+7.7%	否
PDA	285,859	495,527	+73.3%	否
手機網頁服務	170,112	194,830	+14.5%	否
個人化網頁註冊人數	4,167	4,335	+4.8%	否
RSS	6,526 萬	7,347 萬	+12.6%	否
網路氣象資料申請	607	630	+3.8%	是



颱風資料庫	419,335	342,579	-18.4%	是
氣象展示場參觀預約線上申請	214	214	0.0%	是
地球物理資料管理系統註冊人數	82	82	0.0%	是
網路申購電子支付	0	20	100%	否
Facebook	0	76939	100%	否
平均成長率			27%	

B. 線上服務項目在 MyEGov 提供連結

線上服務包含網路氣象資料申請、颱風資料庫、氣象展示場參觀線上申請、地球物理資料管理系統等 4 項在 MyEGov 網站中提供連結服務。

(2) 線上服務推廣績效

A. 講座活動中推廣

氣象局各類講座活動中推廣，如開放參觀活動中推廣。

B. 學校宣導活動中推廣

在各級學校宣導活動中推廣。

2. 電子參與多樣性

為鼓勵民眾參與，建立與民眾更多的互動機制及實際回應，於氣象局網站首頁有提供「意見箱」、「討論區」、及「電子報」、「Facebook」、「服務滿意度調查」之問卷調查等管道可供民眾參與及表達意見，針對民眾反映之意見，有標準實際回應流程，由專責單位處理民眾意見，務使民眾意見可充分表達與得到合宜的處理結果。

(1) 意見箱

提供電子意見箱(webqry@cwbc.gov.tw)服務，民眾如有任何建議可透過本信箱傳送電子郵件，每日專人接收郵件並依案情種類轉送氣象

局所屬各單位或附屬機構以 e-mail 答覆，依規定於 5 日內結案。

(2) 討論區

提供民眾討論區(<http://pweb.cwb.gov.tw/phpBB2/>)服務，本項服務提供民眾討論氣象各種問題的園地。在使用前必須先註冊成為氣象服務網站會員，才得以使用。在網站中明列各種使用規範，若有不當言論，將保留刪除會員言論，甚至停權的權利。



提供討論區，重視民意、輿情

(3) 電子報

每天提供 1 次天氣預報電子報傳送服務，讓民眾接收 e-mail 時可以瀏覽接收最新氣象訊息。99 年訂閱人次共 2234 人次。

(4) Facebook

將民眾關心的天氣、地震及天文訊息發布到 facebook，目前主要發布內容有災害性天氣特報、天氣小幫手、天氣周報、及較大雨量圖等，另有地震報告及天文訊息等。

(5) 服務滿意度調查

在氣象服務網站內提供服務滿意度調查(<http://www.cwb.gov.tw/V6/Polls/index.htm>)，民眾可以在該網址點選氣象服務滿意與否，並瀏覽逐年統計民調結果，而機關內部也會隨時觀察紀錄並做為改善服務作為的依據。

三、創新加值「服務」構面

➤ 創新加值服務 1：吉祥物「雲寶」—讓氣象報告 Q 起來~

(一) ※有價值的創意服務※

1. 對外服務面向

(1) 思考方向

天氣預報是一種社會服務，服務講求的是形象與品牌，在資訊蓬勃發展的現今社會，要想讓大家關注、瞭解或使用我們的服務與產品，就必須有新的服務(經營)型態，做到過去所不曾做過的創新，甚至創造自己的品牌，以及全新的優質形象。

(2) 氣象局可愛公仔現身！

以企業公仔的策略吸引民眾，於是發想本中心也可以創造一個讓小朋友到大朋友都喜歡的吉祥物。因此，從 99 年起本中心引進企業理念，推出可愛的吉祥物—「雲寶」，擔任本局的代言人與親善大使，希望可以拉近氣象預報與民眾的距離。

雲寶的創意發想，是來自與天氣息息相關的雲，由於看到雲就會想到天氣，因而設計出一朵胖胖雲造型且飄在天空中的娃娃，有著大大如水滴般的眼睛以及稚嫩的臉龐，同時會依天氣的不同而變換造型及裝扮，希望民眾看到雲寶，就可以決定出門該穿甚麼衣服。



(3) 處處有雲寶

我們透過各種管道，並製作各種宣導品，循序漸進地將雲寶介紹給大家認識，希望塑造處處有雲寶的親民形象，將有形的雲寶創造出無形的價值：

網站行銷	<ol style="list-style-type: none">1. 配合節慶製做雲寶祝賀動畫，如：元旦HAPPY NEW 2010 篇、春節賀年篇、元宵節天燈祈福篇等。2. 您的「天氣小幫手」：雲寶透過不同的扮相告訴大家台灣北、中、南、東四區的天氣型態，讓民眾可以更直覺地了解天氣訊息，決定該不該帶傘或加減衣服。
-------------	--

	3. 超夯「雲寶桌布」:為春、夏、秋、冬4個季節的99年月曆桌布,還加註與氣象相關的廿四節氣名稱,貼心提醒民眾。放在氣象局網頁供民眾下載使用。
影音傳播	1. 雲寶跳進播報螢幕:製作雲寶電腦動畫,與氣象局觸控螢幕播報展示系統做結合,讓天氣播報更為生動活潑。 2. 雲寶擔綱宣導短片主角:如氣象局同仁自行製作的「氣象小學堂-舒適度指數篇」、「花博氣象服務篇」等,讓氣象宣導內容更易於被接受。
教育宣導	99年與台北市校園數位氣象網共同舉辦的「小小孔明營」就以該活動主題而設計出新款「孔明雲寶」,深受小朋友喜愛,同時雲寶公仔更是小朋友票選最想要獲得的獎品。
實體產品	雲寶頭巾、雲寶公仔、雲寶提袋、雲寶環保袋、雲寶資料夾、雲寶背心,實用又充滿趣味性。



網站行銷之雲寶系列產品

2. 內部管理面向

(1)機關內部強調企業行銷與顧客導向的服務理念。

(2)處處有雲寶，美化洽公環境。

(二) ※服務措施延續性及標竿學習推動效益※

本中心推出的吉祥物-雲寶，在大力推廣下，於過去一年間確實達成氣象局親民及活潑的形象。而未來我們亦將持續透過雲寶當代言，結合更多樣有趣的傳播方式及更廣的傳播管道，希能讓更多民眾認識氣象局友善、親切、大眾化的一面，更讓氣象報告Q起來！

(三) ※服務措施執行方法效能性※

1. 節省成本

所需經費除製作實體宣導品外，其餘新增設計、網路行銷及其他傳播型態皆由本中心雲寶創意小組同仁自行製作，不需增加額外費用，即以最小的經濟成本，達到氣象宣導的最大效益。

2. 服務滿意度高

於99年9月進行「氣象服務滿意度調查」，以瞭解氣象預報口語化播報之實際成效與回饋。滿意度達九成以上之高滿意度。雲寶的延伸性效益獲得肯定。

➤ 創新增值服務 2：2010 臺北國際花卉博覽會氣象服務

(一) ※有價值的創意服務※

1. 對外服務面向:主動出擊

2010 臺北國際花卉博覽會是我國首次獲得國際授權認證之博覽會，將讓世界看到台北，讓台北走向世界。花博展期長達171天，季節交替之天氣系統複雜多變，期間不可避免的會受到寒流、強風、春雨、雷擊等劇烈天氣威脅。為此，本中心提供台北花博氣象服務方案，整合氣象監測、預報，教育等資訊能力，提供花博會優質氣象服務，為台北花博盛會做出政府氣象部門應有的貢獻。

於 99 年 6 月 25 日，共同簽訂「2010 臺北國際花卉博覽會-氣象服務合作意向書」，並召開盛大記者會加強宣傳。當日由台北市郝龍斌市長、交通部張邱春次長以及氣象局辛在勤局長 3 人於記者會場完成簽約儀



花博氣象服務簽約儀式記者會

式，正式向外界宣布，氣象局將提供全程氣象預報，並且持續進行天氣監測還有預警服務，達到「生活有氣象、城市有花卉」氣象服務宗旨。

(1) 服務流程便捷：送到您手上的多元服務

氣象局提供的每項服務皆具主動性及便捷性，與花博會共同建置完善的氣象資訊自動化傳送機制，民眾及花博工作團隊皆可輕易、方便透過各種管道獲得各類氣象預報資訊及專業的氣象諮詢，讓民眾收到氣象資訊時能感受到我們的用心及貼心。分述如下：

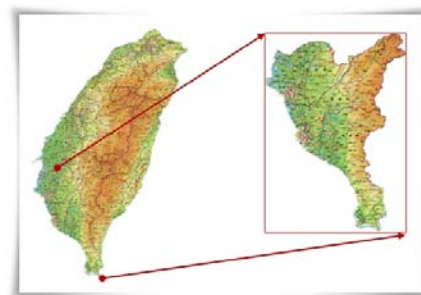
便捷的服務項目	服務內容
A.花博氣象網 (http://www.cwb.gov.tw/Flora/)	提供花博會一個專屬的氣象網頁-「花博看氣象」，內容主要包含豐富完整的預報與觀測項目以及天氣小叮嚀等。同時提供英文版的網頁。
B.花博展區 LED 氣象螢幕	於花博展區入口處設置大型 LED 螢幕，定時或不定時插播氣象預報或宣導資訊，即時提醒展場遊客重要天氣訊息。
C.手機簡訊服務	與中華電信合作，讓進入展場的遊客及位於展場附近之用戶，可即時接收到最新的天氣動態簡訊，即時預警。
D.展場廣播系統	本中心若監測到展場附近之顯著天氣時，透過花博內的廣播系統傳遞即時天氣資訊給遊客與花博工作團隊。
E.加強天氣報導	由預報員每日天氣播報中特別提醒民眾花博天氣預報，於公視頻道及本局網站上同步播出。
F.氣象諮詢專線 (02-23491234)	花博工作團隊及民眾可撥打氣象專線得知最新天氣資訊，提供最完整及專業的氣象預報資訊。



(2) 服務項目改造：提供民眾實用、看得懂的氣象資訊

A. 提供客製化的「小區域、單點」的精緻化預報

目前我們的一般性天氣預報區域是以行政區域(如台北市、台南市)為劃分，而經與花博會討論使用需求後，我們提供了花博展區「圓山」、「大佳」的單點區域以及每 3 小時間隔的時段天氣預報，這是預報技術及預報服務的一大躍進。



B. 口語化、生活化的訊息叮嚀

在「花博氣象網」網頁上方就是天氣叮嚀的跑馬文字，並會用「請攜帶薄外套」這種貼心的字句，提供不同以往的天氣叮嚀。

C. 氣象小主播

本著落實教育宣導的理念，以及給民眾多元的氣象知識，這次特別與台北市許多國小合作，錄製「氣象小主播」和「氣象諺語」影片，民眾可以在花博網頁上，看到可愛的小主播陪您聊天氣。(附件 13)





中央氣象局
Central Weather Bureau



生活有氣象
城市有花卉

English

回氣象局首頁

訊息叮嚀 今(25)日受到強烈大陸冷氣團影響，天氣濕冷並且有些短暫雨，提醒注意保暖外也記得攜帶雨具。

花博氣象DM

展場天氣預報 本次更新時間：01/25 14:00

時間	01/25(二)			01/26(三)						01/27(四)						
	17	20	23	2	5	8	11	14	17	20	23	2	5	8	11	14
溫度(°C)	14	14	13	13	13	15	16	17	16	16	16	15	15	16	17	19
天氣																
風力(級) 風向	3 	3 	3 	3 	3 	3 	3 	3 	3 	3 	3 	3 	3 	3 	3 	3
濕度(%)	80	81	82	82	82	82	81	81	82	84	86	87	87	86	85	85
舒適度																
降雨機率(%)	50			60				50				40				40

即時天氣

地點：圓山公園
時間：01/25 15:40
溫度：14.8 °C
風力：3級，4.0公尺每秒
風向：東南東
相對濕度：83.1 %
累積雨量：0.10 毫米

地點：大佳河濱公園
時間：01/25 15:40
溫度：14.7 °C
風力：3級，4.6公尺每秒
風向：東南東
相對濕度：82.0 %
累積雨量：0.20 毫米

雷達回波圖 溫度分析 溫度分析 雨量分析



(3) 服務方法創新：提供全新客製化服務

花博氣象服務為提供小區域、定點、即(短)時天氣資訊，為過去本中心未曾提供之服務類型，此項服務不僅考驗著本中心的天氣預報能力，更為了展場、花農、民眾及工作團隊提供全新的客製化服務，有多樣新增服務，分述如下：

展區園藝氣象							
	01/25 (二)	01/26 (三)	01/27 (四)	01/28 (五)	01/29 (六)	01/30 (日)	01/31 (一)
澆灌 指引	●	●	●	●	●	●	●
換植 指引	●	●	●	●	●	●	●

此為本局提供花博園藝服務中心，未來1週執行澆灌、換植時的氣象預報參考指引，●代表適合澆灌或換植、●代表不適合、●則介於兩者之間。

展區園藝氣象服務(澆灌指數)

新增服務項目	服務內容
A. 氣象監測服務	在圓山和大佳河濱公園架設移動式觀測儀器，提供溫度、濕度等即時觀測資料。
B. 展場短期天氣預報	每天提供 2 次預報資料，包括上午「開場」前的當天展場天氣預報，及每天晚間，提供當晚及隔天的天氣預報資訊。
C. 展場特殊天氣預報服務	如發現展場有「特殊」天氣現象，將在電視台、網站或現場發布「展場天氣特報」。
D. 熱門旅遊景點天氣預報	提供台北鄰近旅遊景點的天氣預報於氣象局花博氣象網站，包括淡水、竹子湖、基隆、烏來及石門水庫等熱門旅遊景點。
E. 園藝氣象(灌溉指數及植換指引)	新增提供花農於植栽時的農業氣象預報，以利花博會花農種植、換栽時機的參考。
F. 藍色公路及農業氣象預報	提供基隆河未來 3 天潮汐預報及農業氣象預報。
G. 速報叮嚀	於網站上提供花博展場天氣變化訊息，讓現場遊客及工作人員及早因應。
H. 花博天氣小幫手	於花博氣象網頁上提供即時的天氣資訊。
I. TEAM-R 雷達觀測	TEAM-R 雷達觀測車號稱「氣象界的 SNG 車」，可深入山區、溪谷等地區監測風暴，提供即時天氣預警天氣訊息。

(4) 服務評價回饋：重視民意、積極處理

氣象局網站首頁提供的「意見箱」、「討論區」、及「電子報」、「Facebook」、「服務滿意度調查」之問卷調查等管道可供民眾參與及表達意見，針對民眾反映之花博氣象意見，有標準回應流程，由專責同仁處理，務使民眾意見可充分表達與得到合宜的處理結果。

另外還有專人氣象諮詢專線(02-23491234)，由專業的預報員在第一



線 24 小時負責幫民眾解決花博氣象疑問。而本中心也會將問題彙整，於每日的例行性會議做檢討，調整發佈的資料。

2. 內部管理面向

(1) 機關與機關之間

A. 本中心與台北市政府合作成功

本次花博氣象服務為本中心主動提出之氣象服務，事先即與台北市政府及其花博團隊有多次會議研商，擬訂花博會氣象服務執行方案，明定各單位任務，而對於現場服務及各種預報產品，每項工作流程、任務內容、任務負責人等都有具體的執行方案。

當本中心發現有劇烈天氣即將發生時，除主動通知花博會工作小組，並將適時派員參與花博工作會議，提供最專業的氣象諮詢及建議。

B. 國立中央大學雷達支援

本中心在花博期間與中央大學大氣科學系合作，增加移動式氣象雷達觀測資訊，提供即時的天氣消息。在科普教育領域中，與中央大學網路學習科技研究所合作，推動氣象網路競賽，讓國內師生增進天氣預測的資料解讀和應用能力。

(2) 機關內部連結順利

本中心從 99 年 2 月 22 日起對花博各項服務進行內部溝通協調，共有約 20 多次會議，希望能在花博期間提供優質的氣象服務，創造「生活有氣象、城市有花卉」的氣象服務遠景。

3. 其他創新服務樣態：製作花博氣象手冊

配合花博會整體營運管理相關需求，氣象局與台北市政府共同擬定之花博氣象服務手冊，將在花博展期間於展場提供此手冊，讓所有花博工作團隊及民眾能



花博會氣象服務	
依照花博營運總師不同的服務群	31
細、數量及針對不同的工作群組	31
提供細所定之氣象資料，包含	31
提供即時天氣預報，另外還可	31
透過查詢簡報的查詢方法，找到	31
氣象資訊。	31
圖說定遠氣象服務	31
圖說氣象服務	31
a. 提供現場	31
b. 提供即時天氣預報及空	31
c. 提供氣象簡報	31
d. 查詢簡報	31

花博氣象服務手冊

透過手冊內容更加瞭解氣象資訊的應用。內容包含4大部分，包括有台北花博期間天氣概述、花博會氣象服務、天氣DIY及緊急情況處理。

(二) ※服務措施延續性及標竿學習推動效益※

1. 標竿學習推動-未來鄉鎮逐時天氣預報之試煉

花博氣象資訊服務可說是本中心第一次提供小區域(圓山、大佳)單點氣象預報資訊，我們會將此次經驗作為標竿學習，帶動未來鄉鎮逐時天氣預報技術，推廣天氣預報實作，本中心亦特別針對預報員加強訓練小區域的精緻化預報能力，同時也藉此發展出一套新的作業模式及數值分析手法，並做為預定明後年上路的「鄉鎮區別」的地方預報練兵暖身。預計在100年9月開始提供南部地區各鄉鎮天氣預報，預期101年達到提供全國各鄉鎮市更精緻的天氣預報資訊。

2. 強化極短時(0-3小時)預警能力，提供生活化天氣資訊

改善極短時(0-3小時)預警能力，以提供即時之氣象防災資訊。預期效益希望廣泛應用精緻化天氣預報資訊於生活氣象資訊，如旅遊氣象資訊、體育氣象資訊、農業氣象資訊以及海洋氣象資訊等範疇，有效提升國內本土化產業的國際競爭力，並可提供民眾更精緻的天氣預報資訊。

(三) ※服務措施執行方法效能性※

1. 氣象因素保障活動成功

由於台北盆地天氣複雜多變，花博展期經歷秋天、冬天、春天三個季節，對於花農、遊客、各主辦單位等都具有相當大且不可預期的天氣影響，因此主動提供如此豐富、即時且精緻化、客製化的預報服務，對於減少天氣帶來的不便與災害，達防災減災、甚至保障大型活動成功，都具有相當大的助益。

2. 促進經濟發展、提升國際形象，我們亦盡一份心力



花博會不僅對內促進大台北地區觀光產業發展、國內花卉產業成長，更可對外促進國際交流，提升我國國際形象，氣象局在不增加預算的前提下，增加服務項目提供花博專業氣象服務，對於促進經濟發展、提升國際形象，我們亦盡一份心力。

3. 跨機關合作經驗累積及氣象服務的觸角延伸

透過花博氣象服務，不僅加強氣象局內部各單位的連結，也與各單位(如：台北市消防局、教育局、花博工作團隊、中央大學、中華電信)有所交集，讓氣象資訊能活絡在各單位間，使氣象服務的觸角伸得更遠。

4. 與政府機關合作，雙方互助互惠之效益如下：

台北市政府獲益	氣象局獲益
降低成本	落實預報科技成果
增加宣傳效果	創新服務
安全保障	科技宣導
優質活動管理	優質政府形象
低費用	國際宣傳





ㄟ～怎麼氣象局辛局長、台北市郝市長和交通部張次長集聚一堂，還伸手比讚ㄟ！不過，看到左右護法的台北花博吉祥物，大概可以略知一二了。其實，為了展期長達171天及跨越了秋、冬和春季的台北花博，氣象局和台北市共同簽署「2010台北國際花卉博覽會氣象服務合作意向書」。

辛局長表示世界各國舉辦大型展覽或活動，一定會進行詳細的氣象規劃和預報，例如目前正在進行的上海世博和南非世足賽都是如此。所以在台北花博展覽期間，為了讓民眾可預先掌握展區詳細天氣，工作人員也能在颱風或大雨來臨前，趕快保護珍貴花卉。氣象局目前已投入近5千萬的預算，在花博園區架設最先進的氣象觀測站，希望盡全力於花博期間，在92公頃展區內提供精緻的「小地區即時氣象」服務，也就是在每天未來48小時內，每3小時對民眾做一次氣象預報。

此外，氣象局也將在展區的「爭豔館資訊諮詢區」設置最新的液晶螢幕，一天24小時不斷播放最即時的氣象訊息，並在大佳河濱公園區以及圓山入口售票處設置LED螢幕，秀出展場溫度、日累積雨量及溼度，並設立花博專屬的氣象網站，提供民眾查詢資料。

辛在勤局長上任後，對於氣象資訊的服務特別重視，期待多拉近氣象局與民眾的距離，這次花博主動出擊，雖然可以讓民眾更深刻感受到氣象服務的重要，但幕後的辛勞與壓力是無法言喻的，氣象局的同仁們加油囉！

另外幫忙廣告一下，七月一到五日氣象局99年局慶開放民眾參觀，有詳盡的導覽，趕緊來認識氣象局吧！

電子媒體報導花博氣象服務

➤ 創新加值服務 3：跨機關合作－寓教於樂的小小孔明營

(一)※有價值的創新服務※

1. 對外服務面向

(1) 思考方向：

天氣與生活息息相關，本中心提供了多元化的氣象服務，但，要以什麼方式才能有效傳遞氣象知識給莘莘學子並引發其對天氣的興趣，達到深耕氣象教育的目的？並喚起教育單位重視全球氣候變遷的意識？

(2) 於是，好玩的活動誕生了！

歷史上有名的「孔明借東風」是大家耳熟能詳的故事，孔明能有如此功績流傳千古，靠的是他熟知氣象，預先掌握了天氣的變化。藉此發想，本中心與「台北市校園數位氣象網」及中央大學網路科技學習專家首度合作舉辦大規模的氣象教育宣導活動，並命名為「小小孔明營」。

合作項目包含「氣象小博士」學習營、「氣象預報探究網路競賽」、「氣象小學堂PK賽」與「花博氣象小主播」，為增添趣味性，另設計了頭戴官帽的孔明雲寶作為本次活動的活動大使，不但符合雲寶善於預測風雲的形象，亦詮釋了「小小孔明營」所要表達的氣象精神。此活動為簡化流程同時方便參加者一覽活動內容，採網路報名，共吸引了台北市 200 多名國小師生（其中含學生 150 多名）報名參與。(附件 14)



(3) 走入校園，與師生零距離接觸

我們居住的地方被大氣層包圍著，就好比是生活在一座巨大的大氣實驗室內，四季風情萬種。能將如此貼近我們的氣象透過面對面的方式介紹給學員認識，一來可以現場解惑立即滿足學員的求知慾，二來從戶外氣象體驗、預報競賽、PK搶答活動中喚起了學員對氣象的興奮與熱情。此外，教學相長，走向民眾，也才讓我們更清楚了解其真正的需求。相較於以往只能從氣象局網站上獲得氣象知識的宣導方式而言，主動跨機關合作創辦大型氣象教育宣導活動，是本中心對外服務的一大改革，也使受惠民眾大幅增加！

(4) 跳脫舊有框架—創新的多元化學習管道

此活動的課程設計運用到多面向的資源，包括本中心諸多預報員協助兩梯次授課與有獎徵答、開放中心視訊室作為主播台供花博氣象小主播播報、以及其他單位提供之網路資源…等，包羅萬象的創新教育方式，目的就是希望學員能從實務與歡笑中吸取氣象知識。另外，藉由小朋友可愛的播報，亦展現出我們花博氣象服務親民、生動、活潑的一面。播報內容可從本局網站、花博氣象網、youtube及北市教育局校園數位氣象網等處觀看。

活動名稱	多元化活動性質	學習內容
氣象小博士學習營	面對面的互動式教學	1. 天氣預報知識學習及實驗活動 2. 認識梅雨季節的天氣特徵 3. 走出戶外的氣象體驗課程
網路氣象預報競賽	透過競賽激發主動求知慾及整合資訊的能力	1. 觀測及記錄天氣 2. 學會看懂並使用天氣預報產品 3. 對特定的氣象站進行最高溫預報、最低溫預報、降雨機率預

		報及檢討
氣象小學堂 PK 賽	激盪腦力的 趣味搶答	搶答題目包含預報、觀測、衛星、 雷達、天氣、颱風、臺灣的氣候、 海象等 8 大類 (題目來源：中央氣象局兒童網)
氣象小主播	展現自信、訓 練溝通與表達 能力的個人魅 力秀	播報主題為花博期間天氣叮嚀、特 殊天氣主題及預報、花博花卉與氣 象。



豐富的授課內容



150 多位小朋友參與 PK 賽盛況



花博氣象小主播錄影現場



花博氣象網的氣象諺語影片

(5) 感謝—我們的用心獲得師生及家長的肯定！

本次活動深受學生、老師及家長的認同，並有多位家長要求持續辦理相關活動，同時於最後一天 PK 賽時亦有媒體到場報導，深獲嘉許，這讓我們更有信心繼續以此種方式推廣氣象科普教育。



2. 內部管理面向—政府部門與教育單位美好的合作經驗

本中心透過氣象科普教育，與台北市校園數位氣象網教師合作，不僅加強本中心內部連結，也讓氣象科普教育能進一步落實於教學生活中，規劃過程中除不斷討論教學內容，我們亦藉由彼此對談瞭解國小氣象教學的內涵，做為未來科普教育之參酌。

(二) ※服務措施延續性及標竿學習推動效益※

1. 延續的橋樑—科普教學研究交流

本中心同仁於 99)年本局舉辦之「天氣分析與預報研討會」發表了「小小孔明營」活動論文乙篇(呂國臣、王緒溢，天氣預報融入國小教學實驗成果分析)，其目的在促進學校師生與本局之學術交流，使氣象教育有突破性的發展，提供優質的氣象教育環境，為本中心在未來科普教育上，奠定良好的溝通合作管道。

2. 永續經營的科普教育活動

本次活動參與人數眾多踴躍，反應相當良好，有鑑於此，我們將於100年持續著手進行同性質之氣象教育宣導活動，並擴大辦理，邀

請更多學校共襄盛舉。除小學外，未來也會與中學及大專院校合作，提供不同主題及不同對象的基礎氣象科普教育。

(三) ※服務措執行方法效能性※

1. 本活動未編列預算，除文件資料由「台北市校園數位氣象網」支出外，本中心未有任何支出，整個活動獲益學員及老師共計約 200 多名。

2. 科研教育未來展望

本次活動結合科學教育學者、數位學習學者，以及本中心預報之專業力量，希望透過活動教學內容導引到實際的體驗，落實資訊融入教學的要旨，培育國內氣象人才，並讓這群氣象小種子能深耕並向上伸展於氣象的天空，為未來氣象領域注入一股新的活力。

➤ **創新增值服務 4：氣象局開放參觀活動 - Open house! Open your eyes!**

(一) ※有價值的創新服務※

1. 對外服務面向

(1) 思考方向

民眾對氣象局的印象大多是：「城牆高聳的政府機關」、「發布氣象消息的單位」或是「專業難懂的領域」，殊不知氣象局其實一直致力於將氣象知識大眾化、生活化，且氣象局內蘊藏著許多豐富又好玩的科學奧秘，非常值得讓民眾深入了解，所以，要貼近民眾，最好的方法就是讓民眾能夠貼近我們！

(2) 打開大門，歡迎民眾呼朋引伴逗陣來！

99年7月1日(四)是氣象局69歲生日，也適逢各學校的暑假假期，藉著這個好機會，我們盛大舉辦了「開放民眾參觀活動」，邀請民眾與我們共襄盛舉，活動一直持續至7月5日(一)，目的就是希望在周末假期能湧入更多人潮，提升受惠人數。



為此，我們有別於以往，透過多方管道擴大宣傳本活動：

- A. 6月14日-主動寄發活動宣傳海報給各機關及學校，共計4489張。
- B. 6月15日-在本局網站以跑馬燈公告，並提供海報及導覽摺頁下載。
- C. 6月25日-於與台北市政府簽訂「2010台北國際花卉博覽會氣象服務合作意向書」之記者會中發布此活動訊息及新聞稿乙篇，請媒體廣為宣傳。

(3)您的一小步，氣象的一大步！

民眾到氣象局參觀的程序非常簡單—當天直接走進大門！

此活動毋須事先報名，全程也是免費參觀，且從台大醫院捷運站或中正紀念堂捷運站步行5~10分鐘就

能抵達本局，十分便民。參觀民眾一進本局大樓就會有服務人員微笑進行引導，若有團體來電洽詢，另會安排專人負責帶領全程。為使當天眾多人潮也能順利遊局，我們事先規劃

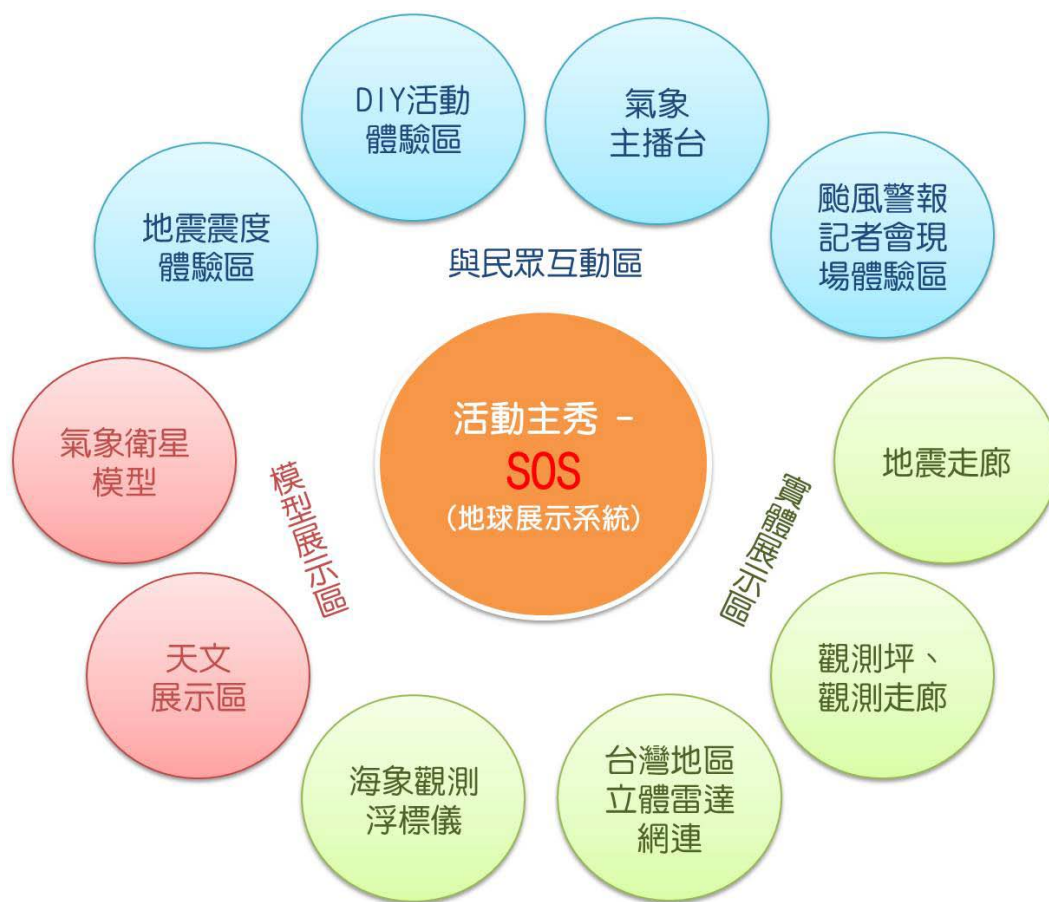


同仁精采解說

了妥適的參觀動線及參觀環境，招募近30名志工老師擔任導覽人員，本中心也動用了近30人擔任服務人員支援活動現場(其他單位亦同)，如此浩大慎重的排場，為的就是希望每一位民眾在活動中能玩得自在、學得精彩！對民眾而言，也許只是簡單地踏進氣象局走走、看看、玩玩，但對我們而言，為期五天進局參觀總人數破萬，就是對我們此種改革性大眾化氣象宣導服務的肯定與支持。

(4)讓民眾直呼「明天還要再來」的創意活動

為了讓民眾不虛此行，本次是我們動員最多、創意最大、活力最旺盛的活動。共設計 10 多種不同性質及類科的重要攤位：(附件 15)



其中，最吸引人的就是懸掛於一樓大廳的地球展示系統(簡稱SOS)，這是 99 年 5 月自美國引進的球型展示系統，可播放大氣、陸地、海洋、天文、數值模擬及人文環境等題材影片，為全台僅有的 2 座之一，於本次活動正式啟用。主講者透過Wii的操控，可輕易讓地球旋轉起來，影像的呈現讓人有種彷彿置身於外太空看著地球的錯覺，提供民眾又全新的視覺享受。SOS的獨特



從太空看地球-地球展示系統



電視台主動加強宣導

加上媒體的報導，讓參觀民眾加深了期待，我們希望透過這個美麗的星球，讓大家對地球科學能有初步認識並深感興趣，這也是我們於99年局慶開放參觀的主秀，也希望大家能感受到氣象局不斷追求進步的用心。每20分鐘便有一場SOS的解說，場場皆是滿滿的人潮，擠滿了一樓大廳，其中還有一場次高達近200人的盛況。



(5) 其他有趣活動花絮：(附件 16)

A. DIY 活動體驗區：

小朋友可以親自動手做颱風模型、台灣地殼模型等等精彩趣味的闖關活動，搶答便可獲得可愛宣導品(包括本中心最新出爐的限量雲寶公仔)，其中許多小朋友在完成的模型還寫上祝福話語，我們將之黏貼於本局國際會議廳外牆，成了一片公共藝術牆面。



B. 氣象主播台：

民眾可以親自站上氣象主播台，跟雲寶合照，並試著播報一



雲寶看天氣-氣象主播台

段天氣，體驗當主播的樂趣。從稚齡小朋友到 88 歲的阿嬤，都玩得不亦樂乎！

C. 颱風警報記者會現場：

這也是聽到民眾笑聲最多的一站！本中心開放防災視訊室的藍板給民眾上台玩，讓他們體驗到電視台攝影棚的實際錄影方式，身穿藍色衣服的小朋友看到自己在合成的畫面上變成了透明人，都笑得合不攏嘴，直呼太神奇了！



藉由這些受到民眾熱烈迴響的活動，成功傳遞給民眾天氣所帶來的影響以及本中心是如何為大家守護天氣的初衷。

(6) 感謝—媒體、民眾部落格佳評不斷！(附件 17)

本次活動深獲好評，共計 1 萬 3,877 人次參與，從嬰兒到高齡 88 歲阿嬤及 90 歲的阿公都來參觀，對本次活動稱讚有加。另有電視、報章、電子媒體報導以及民眾撰寫部落格推薦嘉許本次活動。(部落格參考之一<http://chinese.engadget.com/2010/07/13/cwd-tour/>)

(二) ※服務措施延續性及標竿學習推動效益※

1. 本次活動將原先展示室展示內容做了大幅度更新，深受來訪民眾嘉許，這都是局內同仁集思廣益、發揮創意、團結一心所得的成果，而本中心同仁在與民眾面對面互動中，亦有相當大的成長與收穫，可做為未來辦理活動時之學習指標。

2. 藉由本次活動累積經驗，本中心與其他單位同仁合作自製拍攝展示室參觀短片，放在氣象局首頁供大眾點閱觀賞，並以此短片作為標竿學習推動參觀展示室之導覽教學影片。
3. 由於此次活動深受好評，有民眾反應希望我們假日亦能開放參觀，因此於 99 年 11 月起延續此服務，並安排專人導覽解說。

(三) ※服務措施執行方法效能性※

1. 效益分析

本次活動所需的經費，在人力費用方面，皆由氣象局同仁及志工支援，無額外費用支出，另外，展示室更新花費僅數 10 萬元，且展示室內容繼續原地留用，可謂以最經濟成本，達到氣象宣導的效益。

2. 外部效益

- (1) 自製拍攝展示室參觀短片，提供於本局首頁，民眾不必再出遠門，透過網路即可參觀本局豐富多元的展示室展覽，並可節省社會成本。
- (2) 推廣氣象宣導及科普教育深入各階層族群，共有約 1 萬 4 千人受益，拉近氣象與民眾的距離。
- (3) 假日不打烊，提供民眾更多科普教育服務時間之選擇。
- (4) 宣導費用為零，民眾到局參觀亦全程免費，且還有多樣宣導品及贈品可以領取。

3. 內部效益

- (1) 本次活動結束後，氣象局亦自行辦理「地球展示系統」相關課程的終身學習，指派各領域(氣象、海象、地震、天文)同仁講授地球展示系統之各類知識，讓本中心同仁得以自我進修及學習，並對該展示系統有更多的瞭解及興趣。
- (2) 本次活動結合氣象局各個單位特色，呈現出最適合的展示，由於這次的團結合作，增加跨單位的相互瞭解，並強化了大家對氣象局的向心力。

➤ **創新加值_其他新增服務樣態**

本中心於 99 年有多項創新服務樣態，在預報產品部分，元月起於氣象局網站首頁新增「天氣小幫手」、「天氣周報」、「雲圖與天氣」等產品，於 5 月起新增發布「即時天氣訊息」，於 6 月起新推出之「Facebook 報天氣、報地震、報天文」，於 8 月起新增「聖嬰展望」等產品。另在傳播管道方面亦新增多樣平台，如於中華電信「MOD 電視平台」增加天氣預報內容，於中華電信新設之「影音電話」中增加天氣選單等多元管道服務等。而為營造更舒適便利的洽公環境，亦新增多樣洽公環境設施，例如新增媒體採訪室、降低臨櫃高度、綠化美化 1 樓廣場等等。我們希望從民眾的角度出發，講求創意、行銷及顧客導向等理念，真正做到「生活有氣象」的大眾化氣象服務之核心目標。



叁、未來努力方向

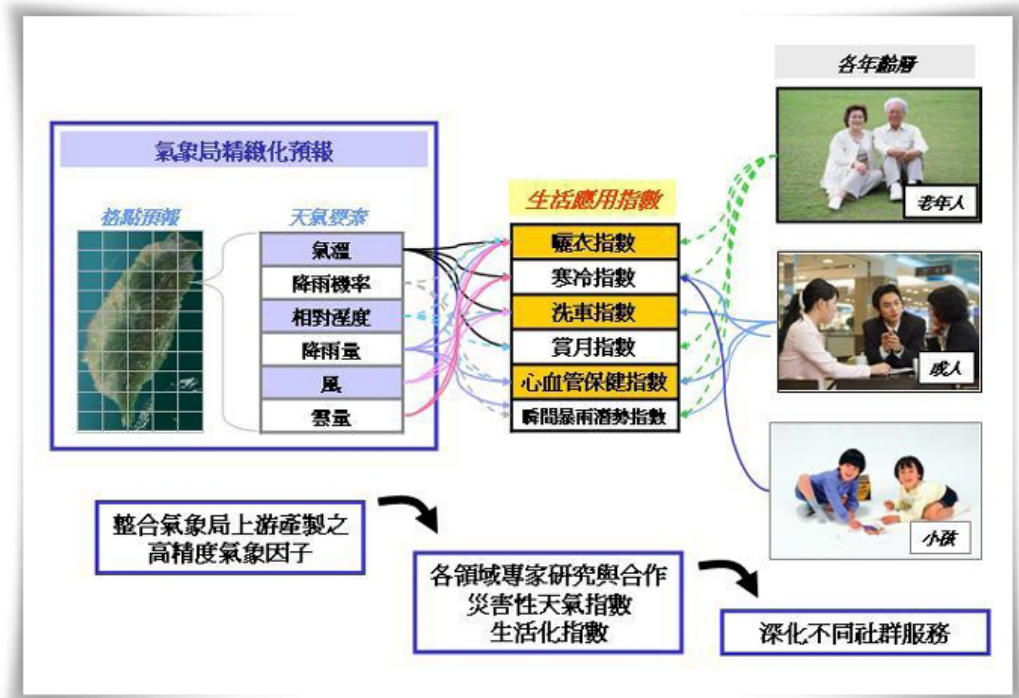
由於經濟的發達及生活品質的提升，人民對準確的天氣預報需求甚殷，台灣地理環境處於世界最大陸塊與海洋交界，天然災害常導致國家經濟及人民生命財產的鉅大損失，加之近年來極端氣候事件加劇且頻繁，天氣預報資訊已是民眾日常生活與災害防治不可或缺的重要資訊，爰規劃「氣象服務新方向」，並延續本中心「提供專業、創新、熱忱的生活氣象服務」核心價值，以及盡心推動「雖無百分百的預報、卻有百分百的努力」的親民、便民新理念。

一、提供優質多元的精緻化預報

隨著經濟活動的頻繁，傳統概括式定性氣象預報已無法滿足瞬息萬變的環境，亟需將預報精緻化方足以提供適時、適所的量化資訊，以因應寒流、梅雨、颱風等災害性天氣的侵襲，尤對防災、減災及水資源管理都有很高的潛在價值。因此本中心目前正積極發展「鄉鎮逐時天氣預報」，希能提供台灣、金門及馬祖 368 鄉鎮市之逐時天氣預報資訊，使得日常生活的天氣預報可以普及到「更小空間」的每個鄉鎮，並將預報時間減少至每小時。同時新增提供多項氣象因子之預報，如雲量、地表風等。本項服務於 99 年花博會展期時將試行花博會展場天氣預報，且預計於民國 101 年正式提供全國 368 鄉鎮逐時天氣預報資訊。

二、貼近民眾的生活小秘書

台灣各地天氣差異明顯，經常因人、因地、因時對天氣變化的感受程度不一，因此本中心將結合台灣自然科學家與社會科學家或社群團體共同合作研究，依各地人文地理以及環境氣象等特徵，將研究相關的氣象資訊轉換為個人貼身生活化指標，例如將風速和氣溫轉換為風寒指數、潛勢淹水指標、以及曬衣指數、洗車指數等，甚至有心血管保健指數等之關心服務，以深化不同社群之氣象服務，更貼近民眾日常生活之使用。本項服務如示意圖情境。



天氣資訊轉換為生活指數示意圖

三、未來天氣鐘_便民加值的客製化服務

未來的環境勢必走向科技越進步、經濟越發達，民眾將越需要細緻的天氣資訊，以調適快速的生活步調。例如，交通網路的發達，擴大了一日生活圈的空間範圍，行程安排受天氣影響之機會大增，因此，若能獲得精緻的天氣資訊，將可以更有效率的安排各類的活動。本中心將推出「未來天氣鐘」的創新理念，民眾可在網路上、火車站、高鐵站或各大景點輸入旅遊時段或重要活動的時程及不同地點，即能快速的取得未來詳細的天氣資訊，期間如有劇烈天氣發生的可能性，本中心亦會立即傳送警特報資訊給該民眾，告知天氣在何時、何地、如何改變。

「未來天氣鐘」會於天氣發生前提出預警，方便做後續活動的安排或調整。

四、服務到家的快捷資訊

氣象局具有發展數值天氣預報以及統計預報的多年經驗，配合近年持續設置之地面自動監測與雷達觀測網，並引進美國國家大氣研究中心(NCAR)發展之雷達資料分析及對流系統預測技術(Auto Nowcaster；ANC)，希能達到對流系統自動即時預報功能。

目前正與電信業者合作洽談傳送天氣資訊事宜，未來如有非預期性或災害性發生之虞，不論您身處山區或人在溪邊，本局會立即以手機或無線電天氣廣播系統，以快速、便捷的傳播管道與方式，將最即時及正確的天氣資訊傳到民眾手上，達到即時預警之功能，在第一時間減少危險的發生及生命財產的損失。

五、深入基層的科普教育

為使各界對氣象資訊能有正確的解讀，每年辦理防救災講習，並配合各縣市政府辦理防救災訓練，派員講授「氣象與防災」課程，平時開放各界來局參觀，並指定專人解說有關氣象、地震、海象與天文資訊。

未來本中心除持續辦理上述相關事宜外，將更積極主動至學校、防救災單位，甚至各行各業對氣象資訊有興趣者，講解有關認識台灣天然災害、氣候變遷及如何正確解讀氣象資訊等議題，讓科普教育能深化、落實至基層，從認識我們生長的环境，到如何保護自身的安全，進而在氣象的天空裡愛護我們共有的這塊土地。

六、傾聽民意、努力改進

本中心為傾聽民意，以民意為服務依規及導向，今(99)年度針對民眾進行5份問卷調查，主要針對預報準確度、整體服務品質、資料申購、民眾最希望本局提供的氣象預報內容以及今(99)年度推動的大眾化氣象服務等。結果顯示氣象服務整體滿意度逾九成，然仍有部分是我們要檢討改進的。其中對提供的氣象預報內容，民眾希望能提供更短時、小區域的預報、以及更即時的天氣預警，我們會加



緊努力逐步提升天氣預報能力。至於在大眾化、口語化氣象服務方面，則可看到預報員接受採訪的整體表現是值得肯定的，不過部分時候服務人員仍需更有耐心、詳細解說。

我們希望透過這些問卷結果，當成本中心未來努力改進方向之參考，除致力提升預報準確度之外，也希望能提供更多民眾需要的資訊，讓我們的氣象服務真正能做到大家看得懂、喜歡看、喜歡用，這也是本中心的核心價值－「提供專業、創新、熱誠的生活氣象服務」，且拭目以待氣象服務未來將為您的生活帶來更多的加值效益。



附件 1

交通部中央氣象局即時天氣監測預警通報作業要點

中華民國 99 年 5 月 3 日中象預字第 0990005250 號函訂定

- 一、交通部中央氣象局（以下簡稱本局）為「即時天氣訊息」之通報效益，特訂定本要點。
- 二、本要點不涉及本局現行之警特報作業。
- 三、本要點所稱即時天氣訊息，係指未來 3 小時內，可能發生下列天氣現象之一：
 - (一) 出現非預期之天氣現象，其可能影響正常生活作息。
 - (二) 雷達回波強度達 50dbz 以上，且有下列情形之一：
 1. 預估時雨量可能達 15 毫米以上之強對流系統(含雷電現象)。
 2. 可能引發陸上瞬間最大陣風達 8 級以上強陣風。
 - (三) 焚風(相對溼度明顯下降至 50%以下，且白天氣溫高於 36°C 以上)。
- 四、當有即時天氣訊息現象發生時，值班預報員應立即通報相關單位及傳播機構轉知民眾注意，且記錄備查，並得適時發布即時天氣訊息。
- 五、同一天氣系統以通報一次為原則，得視需要更新訊息內容。
- 六、預報員得視情況選擇下列對象或方式通報：
 - (一) 本局網頁。
 - (二) 消防署。
 - (三) 廣播電台。
 - (四) 簡訊。
 - (五) 電視台。
 - (六) 氣象站。
- 七、本要點奉局長核可後實施，修正時亦同。



附件 2

本中心派員參與抗旱會議一覽表

1 月 6 日派員至桃園龍潭北水局參加 99 年度臺北、桃園及新竹地區水源調度協調會並提供短期氣候預報資料。
1 月 15 日派員至桃園龍潭北水局參加 99 年度臺北、桃園及新竹地區水源調度協調會並提供短期氣候預報資料。
1 月 22 日派員至桃園龍潭北水局參加 99 年度臺北、桃園及新竹地區水源調度協調會並提供短期氣候預報資料。
1 月 25 日派員至經濟部水利署參加抗旱第二次工作會議並提供短期氣候預報資料。
1 月 31 日派員至高雄高屏堰管理中心參加未雨綢繆看高屏溪的旱象與解決之道現堪與公聽，並提供簡報內容。
2 月 23 日派員至桃園龍潭北水局參加 99 年度臺北、桃園及新竹地區水源調度協調會並提供短期氣候預報資料。
2 月 26 日派員至經濟部水利署參加抗旱第三次工作會議並提供短期氣候預報資料。
3 月 24 日派員至桃園龍潭北水局參加 99 年度臺北、桃園及新竹地區水源調度協調會第 6 次會議並簡報台灣未來降雨展望。
4 月 29 日派員至桃園龍潭北水局參加 99 年度臺北、桃園及新竹地區水源調度協調會第 7 次會議並提供短期氣候預報資料
5 月 10 日派員前往台南曾文水庫參加南區水資源局旱災緊急應變第 9 次會議
5 月 20 日派員前往經濟部參加旱災緊急應變第 4 次會議
5 月 21 日派員前往桃園龍潭參加北水局水源調度協調第 8 次會議
6 月 18 日派員前往桃園龍潭參加北水局水源調度協調第 9 次會議
6 月 25 日派員前往經濟部參加經濟部旱災緊急應變第 5 次會議
8 月 18 日派員前往桃園龍潭參加北水局水源調度協調第 11 次會議-基隆宜蘭水源調度
8 月 26 日派員前往經濟部參加經濟部基隆及澎湖水源調度會議
8 月 30 日派員前往基隆參加北水局水源調度協調第 12 次會議-基隆水源調度



吳德榮一句話 台電省了 10 億

中央氣象局預報中心主任吳德榮一句話，讓台電公司節省超過十億元發電成本！台電公司電力調度處長藍宏偉昨日特地率領相關主管，參加氣象局為吳德榮舉辦的退休歡送茶會，親自致贈紀念品，感謝吳德榮對台灣電力系統運轉安全和穩定供電貢獻良多。

藍宏偉透露，前年夏天有個颱風重創日本，導致當地的天然氣專用港輸送管線嚴重受損，當時原本有艘來自東南亞天然氣運送船取道台灣海域、準備到日本「卸貨」，卻因事出突然，緊急聯絡中油公司探詢可否代為尋找買主，承接這批天然氣。「當時中油打電話給我，問我們要不要『吃』下這批貨。我馬上打電話問吳主任。」藍宏偉指出，吳德榮當時告訴他接下來的天氣會非常熱，氣溫會持續飆高（夏季氣溫居高不下，用電量也會跟著飆高，發電用石化原料需求也會跟著增加），「我就決定『吃』下來，結果為台電賺了十億（指因使用該批天然氣而節省的發電成本）。

面對藍宏偉在他退休前透露這段祕辛，吳德榮笑說，「台電今天沒講，我也不知道這件事。他們問完天氣之後，通常不會再告訴我們後面到底發生什麼事。」氣象局經常提供氣象資訊給台電，作為水力發電調度參考依據，或是安排運油船靠港日期，但可以幫他們「賺」十億這麼大的數字，「還是第一次聽說」。

除了台電以外，中鋼公司也很依賴氣象局提供的氣象資訊，最主要是因為中鋼利用燃煤煉鋼，從國外進口的燃煤都是露天存放在港口岸邊，若遇大雨，就會被沖到海裡，必須在下雨前，做好覆蓋防護。最讓氣象界津津樂道的是，遇到春雨遲到、灌溉用水吃緊的乾早年，農委會都要徵詢氣象局的專業預測，決定是否要宣布稻作休耕。

及時雨免休耕 有助水資源調度

吳德榮指出，有一年，春雨遲遲不來，缺水很嚴重，農委會已決定要宣布休耕了，「但我們看到有波鋒面會帶來明顯降雨，就建議農委會暫時不要宣布休耕，等這波鋒面來了以後再作決定。」結果，鋒面系統不但帶來豐沛降雨，也跟著帶來春雨，缺水問題馬上迎刃而解。「當年如果真的宣布休耕的話，政府至少要發放好幾億元的休耕補助，對國家財政和水資源調度都有影響。」



附件 4

本局連線之廣播電台名稱及廣播頻率 2010/08/03

號次	錄音時間	廣播電台	頻率	錄音方式	時間長度
1	06:10	中廣全國廣播	AM657	現場	3 至 5 分
2	06:15	飛碟電台	FM 92.1	錄音	3 至 5 分
3	06:30	東森廣播網	FM 89.3	錄音	3 至 5 分
4	06:50	警廣高雄台	FM 94.3	錄音	3 至 5 分
5	07:05	警廣全國聯播	FM 104.9	現場	3 至 5 分
6	07:15	中廣全國廣播	AM 657	現場	3 至 5 分
7	07:20	台北之音	FM107.7	錄音	3 至 5 分
8	07:23	警廣花蓮台(周一至周五)	FM 94.3	現場	3 至 5 分
9	07:25	漢聲電台(預報席)	FM 106.5	現場	3 至 5 分
10	07:30	警廣全國聯播(僅六、日)	FM 104.9	現場	3 至 5 分
11	07:35	台中全國廣播	FM 106.1	現場	3 至 5 分
12	07:50	警廣台北台	FM 94.3	現場	3 至 5 分
13	08:45	警廣台中台(僅六、日)	FM 94.5	現場	3 至 5 分
14	08:50	彰化國聲(周一至周五)	AM 810	現場	3 至 5 分
15	09:05	台灣廣播公司(僅周日)	AM1323、1180、 1170、	現場	3 至 5 分
16	09:50	漁廣	AM 738	現場	3 至 5 分
17	10:35	警廣全國聯播(含六、日)	FM 104.9	現場	3 至 5 分
18	10:50	警廣高雄台	FM 94.3	現場	3 至 5 分
19	11:00	漢聲電台	FM 106.5	錄音	3 至 5 分
20	16:10	台灣廣播公司	AM1323、1180、 1170、	錄音	3 至 5 分
21	16:30	警廣全國聯播(含六、日)	FM 104.9	現場	3 至 5 分
22	17:00	台北電台	FM 93.1	現場	3 至 5 分
23	17:30	警廣台北台	FM 94.3	現場	3 至 5 分
24	17:50	警廣花蓮台	FM 94.3	現場	3 至 5 分
25	18:00	台北之音	FM107.7	錄音	3 至 5 分
26	19:00	客家電台	FM 93.7	現場	3 至 5 分
27	21:20	警廣台中台	FM 94.5	現場	3 至 5 分
28	22:30	警廣全國聯播(含六、日)	FM 104.9	現場	3 至 5 分

※ 自 99 年 8 月 9 日起，新增台灣廣播公司 16:10 錄音。

警廣緊急上線電話 (02) 2388-8099 轉 5227、5216 (交通網現場，FM 94.3)
5315 (全國網現場，FM 104.9)

漁業廣播電台緊急上線電話 0800-008-166

中國廣播電台 (02) 2501-5515，25005420(大夜班，整點十分鐘後)

台中全國廣播 (04) 2323-5656

彰化國聲廣播 (04) 7222710；基隆海岸電台 (02) 24241912，24257264



附件 5

氣象專案諮詢服務_凡那比颱風警報期間

● 凡那比颱風警報期間特殊狀況通報過程紀錄

1. 99年9月18日09時25分請花蓮氣象站陳主任通知花蓮縣政府防颱中心，告知颱風眼強風區已接觸花蓮陸地，中心會在花蓮縣登陸，請縣政府做好防災準備。
2. 99年9月19日清晨蘇澳出現16級強陣風，電話通知蘇澳氣象站，請其通知當地防災單位防範強陣風可能出現的災情。
3. 99年9月19日8時40分中心登陸花蓮風豐濱，通知防災中心氣象席。
4. 99年9月19日下午高雄岡山地區雨量增加快速，風雨預報上修，並通知高雄氣象站，提醒高雄防災單位注意。

● 感動小故事-西班牙「安達魯西亞號帆船」成功造訪宜蘭

宜蘭縣政府文化局原定於99年9月18日展開西班牙「安達魯西亞號帆船」造訪宜蘭一系列活動，但因凡那比颱風影響，天候不佳，我們主動聯繫活動主辦人李小姐提供天氣資訊，並建議活動延期及提醒帆船加強強風及海水上漲等防止帆船撞傷等措施。隨後我們告知18日晚至19日為風力最強時刻，雖然颱風中心正往花蓮前進，帆船停泊於基隆港為相對安全的區域，但仍請非必要人員應撤離該船。對方聽取我們建議船上僅留下3人戒備，其餘人員撤離至附近岸上待命。凡那比颱風影響過後，該船已安全度過颱風侵襲並於99年9月21日展開活動。



西班牙「安達魯西亞號帆船」成功造訪

附件 6

氣象預報中心電話諮詢服 Q&A 15 題

問題 (Q)	回答 (A)
1. 請問氣象局有開放一般民眾參觀嗎？	您好，本局於每週三下午 2 時至 5 時（政府規定停止上班時除外），有開放民眾自行前來參觀本局展示室，以及每個月第一個星期日接受民眾團體電話預約，並有播放自然科學影片欣賞。
2. 請問團體參觀要如何申請？	您好，本局有接受團體預約參觀，並有提供專人解說服務，入內參觀較適合國小 3 年級以上及社會人士。參觀時間安排及程序請與本局服務科 (02) 23491102 聯繫。
3. 請問氣象局展示場有哪些展示內容？	您好，本局有兩個展示場，展示室一包括衛星、雷達、預報及資訊區。展示室二包括氣象儀器、海象、地震及天文區。另有展示氣象觀測坪。
4. 請問氣象局網站上，想要查到 30 天以前的資料要如何取得？	您好，本局網頁有提供過去 30 天觀測資料，您點選進去後，還可以查詢 2001 以後本局氣象站之日雨量資料，其他資料請您與本局服務科 (02) 23491102 辦理申購。
5. 請問如何辦理申購氣象觀測資料？	您好，您可在上班時間上午 9 時至下午 5 時直接至本局局本部或各地氣象站現場辦理申請，也可以利用網路申購，請您至中央氣象局網站，在多元服務選項下，點選資料申購，內有提供測站資訊及資料價目表。若您仍有疑問請您與本局服務科 (02) 23491102 聯繫。
6. 請問氣象局可申購的氣象資料有哪些？	本局可申購的資料包含氣象觀測、衛星雲圖、地震觀測及海象資料。
7. 請問目前台北及淡水的溫度是幾度？	預報值班人員透過網址 http://172.16.5.92/automap/ 下查詢各地觀測資料，直接答覆。
8. 請問明天晚上台中會不會下雨，我們要舉辦一個大型活動？	預報值班人員經由該中心建置之預報單查詢系統，答覆民眾詢問之預報資料，超過預報可提供之期限，則請民眾時間較為接近再詢問或上網查詢。
9. 請問寒流的定義是什麼？	您好，當氣象局預測台北的日最低溫會降到 10 °C 或以下時，就稱為寒流。
10. 請問預報裡面提到晴、多雲和陰，有什麼差異？	您好，多雲和陰都是指天空雲量的多寡，雲量佔全天空 0-4/10 時稱為晴，雲量佔全天空 5/10-8/10 時稱為多雲，雲量佔全天空 9/10-10/10 時稱為陰。
11. 請問明天花蓮日出的時間？	預報值班人員經由氣象局網站天文星象內點選日出日沒查詢，並告知民眾如何至本局網站查詢。
12. 請問後天淡水漲潮時間？	預報值班人員經由氣象局網站海象測報內點選潮汐預報查詢，並告知民眾如何至本局網站查詢。
13. 請問剛才發生的地震，台北市幾級？	預報值班人員經由氣象局網站查詢地震消息直接提供震度。若詢問更深入問題，請對方播打地震中心 (02) 23491168 詢問。
14. 請問如何查詢停止上班上課訊息？	您好，宣佈停止上班上課是各縣市政府之權責，不是本局業務，您可播打 020300166 語音電話號碼或至人事行政局網頁查詢。此外，電視台也會以跑馬方式提供資訊。
15. 請問想要查詢天氣預報資料，有哪些管道？	您好，您可直接進入本局網站 http://www.cwb.gov.tw/ 查詢，也可以電話播打 166 (國語)、166 (台語、客語、英語)，此外，如果你有傳真機，也可播打 020303166 下載預報單。



附件 7

問卷 2：媒體「氣象服務滿意度」調查分析表

(由於媒體家數少，所以僅有效問卷 17 份，受訪者全為電視媒體)

一、您對本中心所提供之媒體採訪整體滿意度 (包括人、環境、設施)

非常滿意	滿意	尚可	不滿意	非常不滿意
11.8%	82.4%	5.9%	0.0%	0.0%

二、您對本中心預報員接受採訪及播報時之專業度滿意嗎？

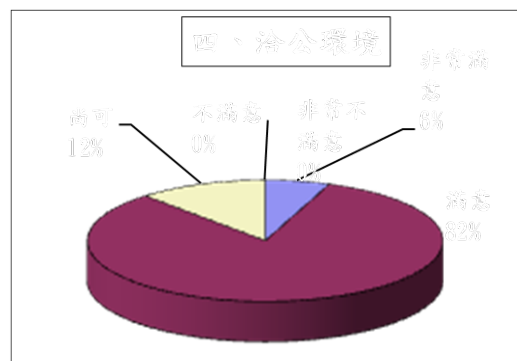
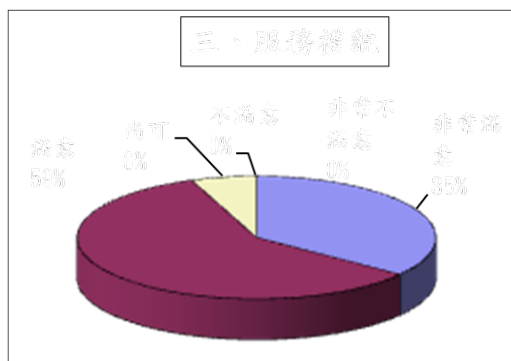
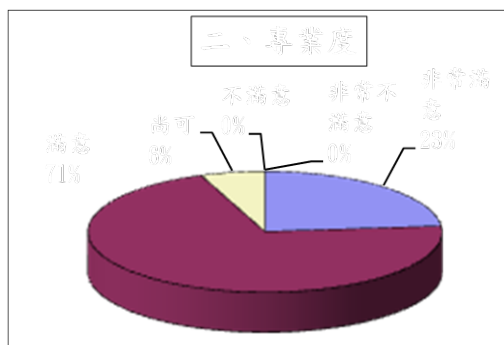
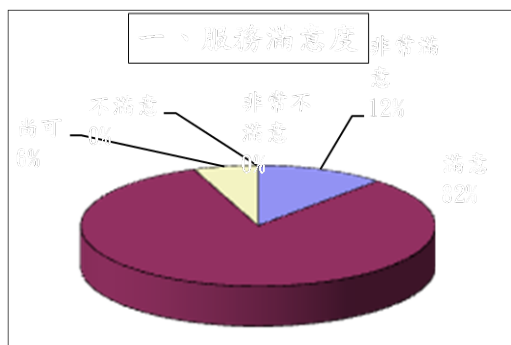
非常滿意	滿意	尚可	不滿意	非常不滿意
23.5%	70.6%	5.9%	0.0%	0.0%

三、您對本中心預報員接受採訪及播報時之服務禮儀滿意嗎？

非常滿意	滿意	尚可	不滿意	非常不滿意
35.3%	58.8%	5.9%	0.0%	0.0%

四、您對中央氣象局所提供洽公環境 (整體環境) 滿意嗎？

非常滿意	滿意	尚可	不滿意	非常不滿意
5.9%	82.4%	11.8%	0.0%	0.0%



附件 8

問卷 3：中央氣象局資料申購服務滿意度調查統計表

(問卷，有效樣本數 190 個，抽樣母群體為臨櫃申購資料民眾共 2,312 人，採簡單隨機抽樣)

一、服務窗口標示及動線規劃

非常滿意		滿意		無意見		不滿意		非常不滿意	
113	59.47%	71	37.37%	5	2.63%	1	1%	0	0%

二、申購資料流程所需的時間

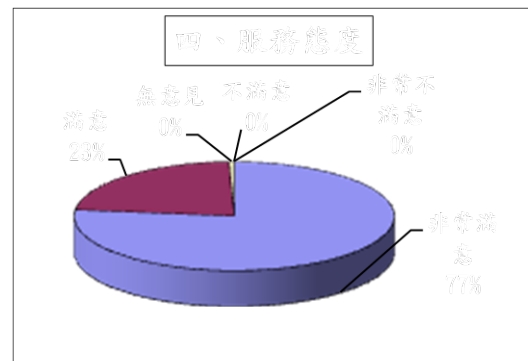
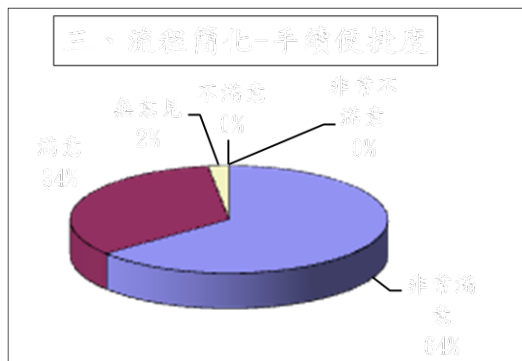
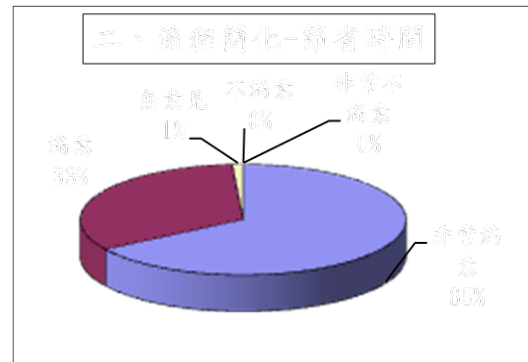
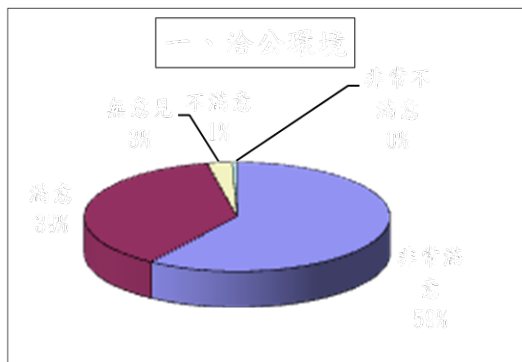
非常滿意		滿意		無意見		不滿意		非常不滿意	
124	65.96%	62	32.98%	2	1.06%	0	0%	0	0%

三、申購資料流程手續的便利性

非常滿意		滿意		無意見		不滿意		非常不滿意	
121	64.02%	64	33.86%	4	2.12%	0	0%	0	0%

四、服務人員的服務態度

非常滿意		滿意		無意見		不滿意		非常不滿意	
146	76.84%	43	22.63%	1	0.53%	0	0%	0	0%



附件 9

交通部中央氣象局處理人民陳情案件作業要點

93 年 7 月 13 日中象秘字第 0930090963 號函實施

95 年 6 月 23 日中象秘字第 0950090816 號函修正

- 一、交通部中央氣象局（以下簡稱本局）為有效處理人民陳情案件，特訂定本要點。
- 二、陳情案件之範圍：
 - (一)對本局業務或行政處理認有違反法令、規定或妨礙正當之權益者。
 - (二)對本局業務或行政處理認有不公或不當者。
 - (三)對本局業務有具體興革建議者。
 - (四)對本局行政法令有疑義者。
- 三、陳情案件來源及受理單位：
 - (一)函、書函、陳情書—總收文、或單位(含附屬氣象測報機構)收文。
 - (二)電子郵件—接收管理人。
 - (三)傳真—各單位。
 - (四)電話—各單位。
 - (五)親自到場—各相關權責單位。
 - (六)上級交辦事項—秘書室。
- 四、陳情案件處理時程：
 - (一)院長及部長電子信箱陳情案件處理期限三天。
 - (二)交通部函轉人民陳情案以書面逕復陳情人案件處理期限五天。
 - (三)本局受理陳情案件處理期限五天。
- 五、秘書室負責列管追蹤受理單位處理之人民陳情案，凡未能在規定期限內辦結者，受理單位應依分層負責相關規定簽請核准，並將延期理由以書面告知陳情人。
- 六、人民以信函、陳情書、電子郵件、傳真陳情者，應依下列方式辦理：
 - (一)總收文或單位收文人員應按陳情內容分送各承辦單位或承辦人員處理。
 - (二)首長交辦之陳情案件，交由各承辦單位處理。
 - (三)各單位承辦人員應依規定辦理擬稿、會辦(含會知陳情案件專責人員)、陳核等作業。
 - (四)如陳情事項非屬本局主管業務者，綜由秘書室移請主管機關處理。
- 七、人民以電話陳情者，應依下列方式辦理：
 - (一)接聽人員應儘速將電話轉接予權責單位，經權責單位承辦人員於聆聽陳訴後，應將陳情事項製作紀錄(格式如附件)，並依照第六點第三款規定程序處理。
 - (二)陳情事項非屬本局主管業務者，應委婉告知陳情人，並應告知相關主管機關之聯繫電話或其他聯繫方式。
- 八、人民親至本局陳情者，依本局「緊急事件及陳情請願處理小組作業要點」處理。
- 九、各單位處理人民陳情案件，得依下列方式處理之：
 - (一)由承辦單位直接處理並函復陳情人。
 - (二)移請主管機關處理，同時副知陳情人；並請主管機關將處理情形及結果副知本局。
 - (三)無法確定陳情事項之主管機關時，得協調相關機關處理。
 - (四)有「行政院暨所屬各機關處理人民陳情案件要點」第十四點所列四款情形之一者，陳閱後予以存查。
- 十、各單位處理人民陳情案件，應以「案」為單元，並於年度結束後將該年度處理陳情案件數量、涉及問題性質、類別及處理結果等，加以檢討分析、提出改進建議，並將分析報告送人民陳情案件專責人員彙整，供局長及有關單位參採並提報交通部。
- 十一、各單位每年得就處理人民陳情案件績效優良人員，報請機關首長核定予以獎勵；對於違反本作業要點規定者，應按情節輕重，報請懲處。
- 十二、本作業要點簽奉 局長核定後實施。



附件 10

主動公開政府資訊一覽表

法規及行政規則	組織法規	4
	作用法規	9
	行政規則	12
對外關係文書		4
條約		0
行政指導有關文書		29
施政計畫		7
業務統計	行政業務統計	15
	氣象業務統計	連結網頁
委託研究報告		6
公務出國報告		1
預算及決算書		18
訴願決定書		0
請願處理結果		1
公共工程契約	90 年	0
	91 年	2
	92 年	1
	93 年	0
	94 年	0
	95 年	1
	96 年	8
	97 年	0
	98 年	0
	98 年	0
採購契約	90 年	26
	91 年	33
	92 年	54
	93 年	59
	94 年	117
	95 年	134
	96 年	139
	97 年	74
	98 年	81
	99 年	97
支付或接受之補助		0
人民申請案件處理時程表		1
合計		935

附件 11 服務措施及出版品周知度

項目		項目數	
最新消息	最新消息	1	
	新聞稿	1	
宣導教育	氣象百科	6	
	氣象宣導(文宣品)	53	
	特輯	4	
	宣導短片	7	
	專題動畫	3	
	主題專訪	3	
	數位氣象展示	1	
便民服務	服務績效	為民服務執行計畫	5
		為民服務不定期考核績效	5
		電話禮貌績效	1
		處理人民陳情案件績效	1
	服務滿意度調查	1	
	服務窗口	16	
	雙語辭彙	1	
	出版品	氣象研究	4
		地震研究	1
		海象研究	1
		氣象資料	11
		海象資料	36
		天文資料	9
		宣導資料(地震、颱風、天文百問)	3
		其他出版品(天文日曆)	7
	好站介紹	政府相關部門	16
		學術研究單位	30
		國際作業研究相關組織	41
		其他相關站台	19
	多元服務	個人化	http://pweb.cwb.gov.tw/PWEBD/index.jsp
討論區		http://pweb.cwb.gov.tw/phpBB2/	1
電子報		會員登入申請	1
手機服務		http://www.cwb.gov.tw/mobile/	1
PDA 服務		http://www.cwb.gov.tw/pda/	1
RSS		http://www.cwb.gov.tw/rss/	1
資料申購		http://e-service.cwb.gov.tw/i-sales-web2/	1
海洋數位平台		(http://mwisp.cwb.gov.tw)	1
常見問題	氣象 Q & A	10	
	網路 Q & A	5	
合計		323	



附件 12 網站網頁分類表包含更新、審視週期及負責人等資料

網頁資料名稱	資料更新頻率或 資訊須檢視之週 期	資訊提供單位	網頁資訊內 容負責人員	聯絡電話
首頁>天氣預報>天氣概況 >天氣概況	每 6 小時	預報中心	預報席	1234
首頁>天氣預報>天氣概況 >1 週天氣概況	每日	預報中心	預報席	1234
首頁>天氣預報>今明天氣	每 6 小時	預報中心	預報席	1234
首頁>天氣預報>一週預報 >一週天氣預報	每日	預報中心	預報席	1234
首頁>天氣預報>一週預報 >一週旅遊預報	每日	預報中心	預報席	1234
首頁>天氣預報>長期預報 >月長期天氣展望	每週	預報中心	賈新興	1214
首頁>天氣預報>長期預報 >季長期天氣展望	每月	預報中心	賈新興	1214
首頁>天氣預報>全球都市	每日	預報中心	預報席	1234
首頁>天氣預報>漁業氣象 >3 天漁業	每 6 小時	預報中心	預報席	1234
首頁>天氣預報>漁業氣象 >台灣近海	每 6 小時	預報中心	預報席	1234
首頁>天氣預報>漁業氣象 >潮汐預報	每日	海象中心	林芳如	1192
首頁>天氣預報>影音預報	每日	預報中心	萬慧文	1332
首頁>天氣預報>天氣/預測 圖>最新天氣圖	每日 4 次	預報中心	預報席	1234
首頁>天氣預報>天氣/預測 圖>波浪分析圖	每日	海象中心 預報中心	朱啟豪 蔡立夫	1313 1217
首頁>天氣預報>天氣/預測 圖>24 小時波浪預報圖	每日	海象中心 預報中心	朱啟豪 蔡立夫	1313 1217
首頁>天氣預報>天氣/預測 圖>36 小時波浪預報圖	每日	海象中心 預報中心	朱啟豪 蔡立夫	1313 1217
首頁>天氣預報>天氣/預測 圖>48 小時波浪預報圖	每日	海象中心 預報中心	朱啟豪 蔡立夫	1313 1217
首頁>天氣預報>數值模式	每日	資訊中心	柯宏明 李香蘭	1374 1273
首頁>天氣觀測>目前天氣	每小時	預報中心	預報席	1234

附件 13

媒體好評－花博氣象小主播



小小孔明營活動精采回顧



分階段報到頒獎



走動式教學



讓孔明失算的夏天雷雨_知道的舉手



我知道答案_互動式教學



我來畫天氣圖-實地教學



唱作俱佳的精采教學

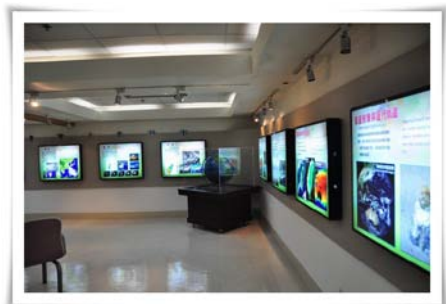


PK 賽最後前 4 強!請出列



PK 賽冠軍得主接受訪問

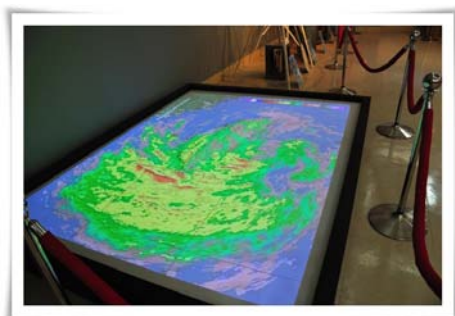
99 年展示室新增內容



氣象衛星觀測雲圖內容更新



新規劃製作觀測立體模型、超級電腦及數值模擬展品展示



新增立體雷達回波模型



新增波浪示意模型



新增海象觀測儀器-浮標展覽



於時光走廊新增 24 項觀測儀器



重新油漆探空氣球模型及觀測坪，並重製本局所有觀測站立體模型。



新增雲寶看天氣-氣象主播台

OPEN HOUSE 活動精采回顧(一)



小學生排隊進場



中央氣象局生日快樂



大家長全程坐鎮



徵召護理志工協助急救及護理



同仁主動幫忙引導身障人士



視障朋友-用聽的



氣象主播體驗區



年紀最小的氣象主播

OPEN HOUSE 活動精采回顧(二)



活動主秀-SOS



地震宣導-地震走廊



DIY 體驗區_滿滿的人潮



雲寶也上場囉



丫嬭-我們歡迎您



科技無國際



來氣象局看_美麗的木星



同仁賣力演出-歡迎下次再來

民眾好評－開放參觀活動

參訪中央氣象局 作者: 霽仁 日期: 2010-07-06 09:41



參訪中央氣象局

2010-07-04 - 11:07:52
霽仁的旅遊與心情點滴

俗話說天威難測，用在氣候的變化上同樣也是相當傳神。尤其台灣位在歐亞版塊與菲律賓版塊交界處，地震發生機率頻繁。加上每年幾乎都會有颱風侵襲，氣候變化相當大。而台灣有著海拔落差極大的地形因素，更增添了天氣預報上的難度。

在我們的認知當中，中央氣象局有著相當精密的科學儀器，但同時也背負著天氣預報不如預期的負面評價。此次正好適逢中央氣象局局慶，自7/1到7/5連續五天，開放民眾參觀中央氣象局。除了有氣象局的專業人員為民眾進行導覽解說，更可以參觀多項精密的氣象偵測儀器與模組。透過這次的參訪行程，相信可以讓更多的社會大眾了解氣象預報的模組是如何建立，並呈現在大家的眼前。其中7/3與7/4兩天適逢假日，聽說7/3的參訪人數達2700人，而7/4更是才到中午就已經到達2000人，對於氣象這個與每個人的生活息息相關卻又帶點神秘色彩的科學而言，相信有不少人是充滿興趣的。

聽說今年是中央氣象局69週年局慶，不知道明年70週年加上中華民國建國百年，會不會擴大舉辦。

真的是非常豐富且充實的參訪行程，感謝中央氣象局許技正的帶領與說明。台灣的氣象預報能力在全世界有著相當好的口碑，儘管在台灣仍得遭受許多負面評價。想要真正做些事情，就必須要有接受負面評價的心理準備。我相信氣象局整體而言是個肯做事的單位，只不過我們對於肯做事的單位是不是太過苛刻了點？甚至大多數的批評其實是缺乏有效的學理根據？

至少在我心目中，我給中央氣象局最大的肯定。最起碼幾次登山行程，依賴中央氣象局的預報資料，倒是沒有讓我失望過。

霽仁 · 2010/07/06