

管制人員的答覆

(問題編號：2899)

總目： (39) 渠務署

分目： (000) 運作開支

綱領： (1) 雨水排放

管制人員： 渠務署署長(莫永昌)

局長： 發展局局長

問題：

關於渠務署吉祥物「下水水」的推廣工作，政府可否告知本會：

- (一) 過去三年，每年管理和運作吉祥物「下水水」各個社交媒體帳號（包括Facebook專頁及Instagram帳號）的開支分別為何；
- (二) 過去三年，每年吉祥物「下水水」Facebook專頁的追蹤者人數和增長百分比、發布帖文和影片數目，以及平均每個帖文和影片的讚好、回應及分享次數分別為何；
- (三) 過去三年，每年吉祥物「下水水」Instagram帳號的粉絲人數和增長百分比、發布帖文和影片數目，以及平均每個帖文和影片的讚好、回應及分享次數分別為何；
- (四) 當局有否為吉祥物「下水水」的社交媒體帳號訂立績效指標，例如專頁或帳號的追蹤數字、帖文的觀看次數、與用戶互動次數等要求；如有，詳情為何；如否，原因為何；
- (五) 過去三年，每年當局以吉祥物「下水水」形象制作的周邊禮品或紀念品的開支；及
- (六) 渠務署早前沿敬業街一段翠屏河畔長廊設置75隻不同造型的吉祥物「下水水」的藝術裝置，當中涉及的開支為何？

提問人：林振昇議員（立法會內部參考編號：11）

答覆：

(一)、(五)及(六)

渠務署一直致力提供世界級的污水和雨水處理排放服務，以促進香港的可持續發展。由於渠務署的工作與市民日常生活息息相關，渠務署於2021年推出吉祥物「下水水Drainy」擔任「渠務KOL」，以「下水水Drainy」為帳戶名稱開設的社交媒體專頁包括Facebook和Instagram，透過影片和帖文介紹渠務署的工作、分享最新資訊和知識、回應公眾關注的議題，並在暴雨期間報告處理水浸實況等。由於與「下水水Drainy」相關的開支包括翠屏河

畔長廊設置的藝術裝置，屬宣傳推廣整體開支的一部分，因此並無備存分項數字。

(二)及(三)

過去三年，渠務署「下水水Drainy」Facebook及Instagram專頁詳情表列如下：

年份		2022	2023	2024
專頁追蹤者數目 (增長百分比%)	Facebook	13 204	15 339 (+16%)	19 331 (+26%)
	Instagram	3 455	5 439 (+57%)	7 548 (+39%)
專頁發布帖文和影片數目	Facebook	138	150	185
	Instagram	127	120	138
專頁平均互動次數 (即讚好、回應、分享及 點擊次數)	Facebook	611	586	636
	Instagram	225	352	395

(四)

渠務署為「下水水Drainy」的社交媒體帳號訂立以下績效指標：

- (i) Facebook及Instagram專頁追蹤者數目分別每年增長1 500；
- (ii) Facebook及Instagram專頁於每月發布的帖文和影片當中，其中4條需達10 000觀看次數；及
- (iii) Facebook及Instagram專頁於每月發布的帖文和影片當中，其中4條總互動次數（即讚好、回應、分享及點擊次數）需達400次。

自推出以來，渠務署在Facebook及Instagram專頁上所訂立的各項績效指標均已如期達標。

- 完 -