

高雄市議會第4屆第3次定期大會

高雄市政府新聞局業務報告

報告人：項賓和局長

高雄市政府新聞局113年3月6日編

高雄市議會第4屆第3次定期大會
高雄市政府新聞局業務報告

目錄

壹、前言	1
貳、重要工作概況	3
一、電影業、錄影節目帶業與電影業輔導與管理	3
二、有線電視與電影業輔導與管理	3
三、透過網路平臺推廣高雄新風貌	6
四、強化影音動態傳播高雄新資訊	8
五、運用主題式行銷強化城市印象	9
六、多管道進行交通安全宣導	11
七、市政新聞發布及數位化媒體服務	14
八、辦理城市行銷活動吸引觀光人潮	18
九、出版刊物、年曆與月曆傳播高雄人文特色	20
十、高雄廣播電臺擴增市政宣傳量能	22
參、113年工作重點	27
一、聯合多元媒體宣傳管道展現高雄城市發展	
二、辦理都市行銷活動，呈現高雄幸福城市多元面貌	
三、輔導有線電視者提升收視與維護民眾服務品質	
四、出版數位電子期刊及紙本刊物報導高雄新發現	
五、高雄廣播電臺數位化服務擴充節目收聽管道	
肆、結語	28

壹、前言

議長、副議長、各位議員女士、先生，大家好！

欣逢 貴會第4屆第3次定期大會開議，^{賓和}很榮幸能列席向各位議員女士、先生報告新聞局及所屬高雄廣播電臺工作成果。

過去半年來，新聞局運用平面、網路、廣播及新聞發布等多元通路宣傳市政成果及重大活動，包括本市機關戶外帆布、公車候車亭、戶外大型電子看板，宣傳「高雄淨零產業鏈成型」、「打造高雄成軟體中心」、「輕軌成圓」、「公共托育」、「教保服務」、「長照政策」、「治水建設」、「黃色小鴨系列活動」、「高雄冬日遊樂園」等相關訊息，擴大本府行銷效益。

為提振觀光市場、活絡產業，吸引國際遊客至高雄旅遊，針對潛在目標市場(日本、韓國、新加坡、馬來西亞、泰國及越南等國家)，製播「高雄製造」國際城市形象短片於網路社群平臺宣傳高雄多元、友善及安心旅遊的環境。也運用高雄市政府官方推特X(Twitter)及Instagram帳號，發布多語言貼文與國際接軌。

新聞局辦理「2024高雄跨年晚會」，透過節目展演及轉播、直播，堅強陣容與華麗舞台帶來視覺與聽覺的音樂饗宴，同時吸引遊客到高雄觀光，加深對高雄的印象及喜愛。另外，透過辦理「2023大高雄區域人文物產特色暨產業活動」，將地方特色、農漁物產文化、人文故事、觀光旅遊、重大建設及交通安全等巧妙融入節目內容，並透過現場參與及後續影像放送，行銷地方產業及特色。

我們關心民眾生活，運用高雄市政府官方LINE、臉書等通訊及社群平台，宣導市政建設與重要民生資訊，並提供市政、

觀光旅遊、節慶活動以及防詐騙、災害應變等訊息。定期出版市政刊物與不定期出版《高雄市簡介》，介紹高雄人文新風貌，其中《高雄畫刊》數位期刊榮獲第47屆金鼎獎政府優良出版品推薦！在新年度來臨之際，印製2024高雄市「輕軌成圓」手繪年曆及「果然好日」水果月曆，提供市民使用並感受高雄的豐富與榮耀。

高雄廣播電臺製播豐富的節目及專訪，行銷高雄歷史人文及觀光藝文活動之外，更透過數位平臺增加收聽管道，提升服務量能。高雄廣播電臺節目入圍112年廣播金鐘獎五項大獎，「光影詩歌」及「Chill是青春」更榮獲「音效獎」、「少年節目獎」與「少年節目主持人獎」三項大獎！

^{賓和}謹代表新聞局全體同仁感謝各位議座對我們的支持與指導，使本局及電臺業務順利推展，敬請不吝指教！

貳、重要工作概況(112年7月至113年2月)

一、電影業、錄影節目帶業與電影業輔導與管理

(一) 輔導與管理電影院，落實影片映演分級制度

1. 依據電影法及其施行細則，輔導管理本市電影片映演業之電影分級。
2. 本市共計11家電影院，112年7月至113年2月實施臨場查驗共計123廳次，均符合相關規定。其中十全影城及台鋁秀泰影城暫停營業中。

(二) 加強出版品及錄影節目帶之輔導與管理，維護兒童與少年身心健全發展

1. 依據「性騷擾防治法」、「性侵害犯罪防治法」及「兒童及少年福利與權益保障法」等查察平面媒體廣告。
2. 依據兒少法相關規定，督導出版事業確實依法執行廣告刊登事宜。112年7月至113年2月止，查察共118則平面廣告，均符合相關規定。
3. 針對本市錄影節目帶租售業、MTV等地點，輔導錄影節目帶分級管理義務人，依法落實分級制度。112年7月至113年2月查察共計16家次，均符合相關規定。

二、有線電視與電影業輔導與管理

(一) 輔導與管理有線電視業，提供優質收視服務

1. 依據有線廣播電視法，加強輔導管理本市有線電視系統業者，播送節目與廣告應自律守

法。112年7月至113年2月查察本市4家有線電視系統開口廣告共計768頻道次（每次1小時），均符合相關規定。本市新高雄有線電視系統業者於111年度起暫停經營開口廣告。

2. 督導本市有線電視業者提升服務品質（消費爭議、收費、客服、工程），針對市民陳情有線電視系統爭議案件，立即協調業者現勘，或會同相關單位予以處理，112年7月至113年2月共處理222件。

3. 辦理112年度高雄市有線電視收視滿意度調查，提供有線電視費率審議委員會審議113年收視費用、有線電視業者改善服務品質之依據。

4. 辦理有線廣播電視系統費率審議委員會，審議113年本市5家業者各項收費上限，委員會決議：基本頻道收視費維持與112年相同，裝機費等各項費用酌予調整。

113年有線電視公司基本頻道收費標準一覽表(每月每戶)		
項目	收費情形	低收入戶
有線電視費率	慶聯：500 港都：500 鳳信：510 南國：550 新高雄：450	免費收視

(二)高雄市公用頻道地方文化特色節目

1. 製播公共建設影音專題節目，即時行銷宣導
「高雄進行式」－針對本市軟硬體建設、重要活動、政策實施等，製作影音專題報導，112年7月至113年2月共製作34則(3分鐘)專題，並剪輯成9集(15分鐘)節目。
2. 投入高雄地方文化節目，傳遞在地精神
為帶動提升有線電視收視品質，由主持人以活潑、達人帶路方式，每年製播20集主題節目、每集30分鐘，讓國內外朋友觀賞後想進一步認識高雄。112年「高雄玩夯局」節目已於公用頻道播放、113年「玩客瘋高雄」刻正規畫中。
3. 製播媒體識讀影音專題，提升市民媒體素養
為讓市民辨識訊息真假、提升反詐意識、厚植性別平等觀念，製播10集、每集10分鐘以專題探討方式進行之「媒體新識力」影音專題節目，並於112年11月4日開始於公用頻道播放。
4. 在地新聞輪播：整合本市有線電視系統業者自製新聞（港都新聞、鳳信新聞、南國新聞及新高雄新聞）於公用頻道 CH3輪播，每日透過不同媒體，即時提供市民瞭解高雄在地新聞。
5. 議會實況轉播：配合高雄市議會申請，於112年9月28日至12月15日高雄市議會第4屆第2次定期大會、113年1月15日至2月2日高雄市議會第4屆第3次臨時會在公用頻道 CH3轉播市長施

政報告、部門質詢及總質詢、市府總預算審議等實況，提供市民關注地方發展訊息。

6. 每週排播外語教學節目，提供豐富學習資源
結合民間雜誌社資源，於公用頻道 CH3 播出共 6 個英語教學節目：『空中美語』、『English 4 U』、『傑夫美語通』、『ABC 互動英語』、『Live 互動英語』及『大家說英語』節目。
7. 攝製「原鄉文化、觀光及產業行銷短片」3 分鐘完整版、1 分鐘精華版及 30 秒精簡版各 1 支，將原鄉文化祭典儀式（那瑪夏米貢祭、茂林勇士祭）、地方產業（咖啡、山茶、織布）及觀光景點、環境空拍等『原鄉之美』一一呈現。

三、透過網路平臺推廣高雄新風貌

- (一) 高雄市政府官方推特 X(Twitter) 及 Instagram 帳號提供以英、日、東南亞國家語言為主的城市訊息供國際人士瀏覽，議題包含高雄歷史人文、隱藏景點、節慶活動、美食特產、時事議題、親子情侶旅遊等，並發布貼文與國際接軌，如海洋派對、2023 旗津風箏節、TTXC 台灣文化科技大會在高雄、翡翠騎士前進大港、「高雄製造」國際城市形象短片、橘色惡魔、Coldplay 演唱會、聖誕節活動、2024 夢時代跨年、鳳山光之季、輕軌成圓・夢想成真、高雄冬日遊樂園・Kaohsiung Wonderland、黃色小鴨系列活動等。

- (二) 高雄燈會國際 IP 社群

成立高雄燈會國際 IP 社群，發布黃色鴨寶、高雄十年、小鴨輕軌、小鴨計程車、黃色角落、黃色旋風、2024高雄冬日遊樂園、「金呱閃閃」燈光展演、情人節限定小鴨游港、雙鴨 Kiss 等黃色小鴨相關貼文，提供相關活動資訊予民眾，擴大行銷之效。

(三)高雄市政府 LINE 官方帳號 (@kaohsiung)

截至 112 年 12 月底止好友人數超過 151.8 萬人，宣導並發布相關重要活動與市政訊息，囊括市政建設、重大活動、觀光旅遊、節慶活動，以及防詐騙、停限水、天災和其他災害應變處理及停班課通知等民生重要資訊。

(四)高雄市政府官方臉書(高雄市政府 Kaohsiung City Government)

截至 113 年 2 月底止計有逾 50.5 萬粉絲追蹤。以生動活潑的文字、圖像或影音，發布本市重大政策與建設、自然與人文景觀、節慶與藝文活動等多元城市風貌，以及防詐騙宣導、停限水、天災和其他災害應變處理及停班課通知等民生重要訊息。適時與粉絲互動，透過粉絲的串聯，發掘更多潛在目標族群，持續強化新媒體推動市政溝通的力道。不定時直播本市精彩活動，例如：2023 總統府音樂會(7 月 8 日)、翡翠騎士(10 月 8 日)及橘色惡魔(12 月 10 日)蒞臨高雄演出、高雄萬聖節大遊行(10 月 28 日)、2024 高雄跨年晚會(12 月 31 日)、2024 高雄冬日遊樂園開幕式(2 月 27 日)、情人節小鴨出遊趣(2 月 14 日)、港快跑鴨(2 月 24 日)、小鴨歡送趴(2 月 25 日)等，宣傳高雄在地節慶與

觀光活動，同時邀請粉絲透過留言互動線上參與活動，形塑口碑效應，行銷高雄城市品牌。

(五) 維運「好理災-災害數據網路平台」

鑑於天然災害或緊急事件發生時，社會大眾對於災情訊息需求迫切，新聞局已跨局處合作建置「好理災-災害數據網路平台」，配合災害應變中心開設期間或市長指示，彙整各局處權管災情現況，主動定期公布各項災情即時數據。維運網站並依需求調整呈現模式，俾提供媒體及民眾即時災情資訊。

四、強化影音動態傳播高雄新資訊

(一) 短片製作及電子媒體行銷宣傳

1. 為強化行銷高雄重大軟硬體建設、宣傳年度大型活動，運用全國性電視頻道通路，排播「高雄海洋派對」、「夏祭新鮮市」、「TTXC 台灣文化科技大會」、「2023高雄戲獅甲」、「高雄製造」城市形象短片、「高雄聖誕生活節」、「2024高雄跨年」、「原鄉之美」、「冬日遊樂園」等主題，迅速有效觸及國內大眾，讓高雄活動訊息及城市意象有效傳遞，邀請全國民眾至高雄旅遊消費，活絡在地商圈及觀光產業。

2. 製作5分鐘「高雄製造」國際城市形象短片，記錄高雄幅員遼闊的自然景觀、在地人文及市政建設等多元特色。為呈現高雄不同風貌，短片分為樂活、永續、風華、魅力等篇章，敘述各年齡、族群在高雄交織出不同色彩及圖案，人們在高雄

漫步、生活、創造，形成在地獨有的氛圍，而城市裡的永續建設及低碳運輸象徵淨零轉型。影片透過多元管道播放，向國內外傳達高雄城市意象。

3. 攝製112年度市政暨大型活動行銷短片，下半年完成2支行銷短片，主題為「高雄最潮夏日玩樂活動」、「最棒的高雄旅遊~Let's Go」，於多元媒體管道露出，行銷高雄系列活動，廣邀民眾一同參與。

(二) 邀請國際網路達人拍攝高雄影音遊記、撰文上傳自營網路平臺

112年邀請日本、韓國、馬來西亞當地國際網路達人訪問高雄，以生態旅遊為主軸，拍攝影音遊記、撰文上傳自營網路平臺(YouTube、Instagram)，提升國際對高雄城市認識，吸引該國受眾對高雄城市與觀光遊程進一步的瞭解。

(三) 國際行銷

為鼓勵海外民眾至高雄旅遊，並持續強化與南向區域國家之觀光、文化、產業交流，針對日本、韓國、越南、馬來西亞、泰國及新加坡等國家，投放相對應語版之「高雄製造」國際城市形象短片，行銷高雄多元、友善及安心旅遊的環境。

五、運用主題式行銷強化城市印象

- (一) 運用雜誌、報紙、網路、廣播等多元媒體通路，加強宣傳本市各項施政建設成果與觀光旅遊景點。

1. 為城市種一個希望：與雜誌合作廣告專輯宣傳，以平面、數位宣傳呈現各項市政的執行與成果。

下半年專題主題為「科技宜居 轉型智慧城市 創造高雄幸福方程式」、「邁向2050淨零排放 高雄建構永續韌性城市」，宣傳高雄宜居城市及市政建設。

2. 市政及觀光行銷：運用網路及平面媒體宣傳本府各項市政建設成果及區域特色活動，主題為「高雄製造」城市形象短片、「打造高雄成軟體中心」、「2023 TTXC 台灣文化科技大會」、「2023高雄戲獅甲」、「高雄熊貼圖」、「高雄聖誕跨年嘉年華」、「2024高雄跨年」、「高雄冬日遊樂園 Kaohsiung Wonderland」等，廣邀民眾共同參與，行銷城市意象與活力。
3. 新春特刊：為加強城市行銷，並促進高雄觀光發展，吸引各地人潮至高雄觀光旅遊，於平面媒體刊登宣傳廣告，主題為「春遊輕旅高雄左營鳳山」、「高雄輕軌幸福成圓 來趟 chill 城市輕旅行」，推薦介紹高雄地區景點特色，提供民眾於春節期間旅遊參考。
3. 淨零排碳：與平面媒體合作，刊登廣告行銷市政成果，主題為「高雄淨零產業鏈成型」。
4. 交通建設：運用網路媒體宣傳輕軌成圓成果，強化城市意象，吸引民眾造訪。

(二)運用公共空間宣傳本市施政成果與活動

1. 運用本市33處（計35面）行政大樓及學校外牆刊掛戶外帆布廣告，刊掛主題為「公共托育、教保服務、長照政策、治水建設」，行銷市政成果。

2. 運用交通局借用之公車候車亭燈箱(37面)刊登道安及市政行銷廣告，主題為「高雄聖誕跨年」、「高雄冬日遊樂園 Kaohsiung」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。
3. 運用本市6處交通人流量眾多之戶外電視牆播放「2023高雄聖誕生活節」、「2024高雄跨年卡司篇」影片，讓更多民眾了解高雄城市行銷及活動資訊。

六、多管道進行交通安全宣導

配合交通部、本府道路交通安全督導會報及本市交通特性，依據不同受眾屬性，運用多元媒宣通路向大眾宣導交通觀念，提高用路人道路風險意識及強化正確駕駛習慣。相關宣傳成果列述如下：

(一)透過各式媒宣平臺宣導

1. 運用平面媒體及公會發行之農民曆，刊登「車輛慢看停、行人安全行」道路交通安全跨頁廣告，隨農民曆贈送弱勢家庭民眾，或深入各階層及家庭等，廣告效益長達一年。
2. 製播112-113年度交通安全廣播宣導節目，加強宣導道路交通安全政策與維持良好交通秩序，透過廣播電臺以廣告、專訪、口播等方式，進行全年道安廣播宣導，宣導主題包括路口停讓行人、酒駕防制、大型車安全、高齡者交通安全、汽機車正確左右轉、暑假期間青年朋友不超速不逼車不無照、行人安全、閃紅燈、閃黃燈、停標誌或

標線非號誌化路口行車安全、速度管理及新交通法規等，向市民宣導正確的道安觀念。

3. 透過平面報紙搭配數位網路辦理道安整合宣導，刊播「非號誌化路口停讓」道安短片、刊登「車輛慢看停 行人安全行」平面廣告。
4. 配合交通部9月交安月政策，運用廣播及平面媒體露出「車輛慢看停 行人安全行」廣告；網路媒體宣導「非號誌化路口停讓」道安短片，共同響應交安月。
5. 運用平面及廣播媒體宣導跨年交通管制、疏運及搭乘大眾運輸等訊息。
6. 製播道安宣導短片：
 - (1) 製播道安短影音，邀請市府發言人、員警、高雄熊、親子網紅等入鏡，宣導主題有本市交通重點，包含「路口停讓行人」、「行人安全過路口」、「行車轉彎注意事項」、「轉彎或變換車道請使用方向燈」、「兒童乘坐安全座椅」，也針對重大交通事件宣導，包含「大型車安全」、「酒駕防制」等，並配合本市輕軌建設，宣導「輕軌交通安全事項」，短影音透過高雄市政府臉書、Instagram、X(Twitter)、YouTube 等社群媒體分享及刊播。
 - (2) 拍攝「非號誌化路口停讓」道安宣導短片，透過全國電視媒體、本市6處交通人流量大點位之戶外電視牆、網路媒體、高雄捷運及便利商店多媒體電視等方式排播，多方

面觸及市民，推動道路交通安全觀念，減少事故發生死傷人數。

(二)戶外及大眾運輸廣告宣導

1. 運用本市33處（計35面）行政大樓及學校外牆刊掛戶外帆布廣告，刊掛主題「汽機車不超速不飆車」、「車輛慢看停 行人安全行」、「遠離大車安全無限」，強化民眾道安觀念。
2. 運用交通局借用之公車候車亭燈箱（37面）刊登道安宣導廣告，主題「車輛慢看停 行人安全行」、「遠離大車安全無限」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。
3. 透過高捷、7-11、全家電視播放「悲劇是可以避免的」、「兒童乘坐安全座椅」、「行人安全過馬路」道安宣導短片，強化民眾用路安全觀念。
4. 運用本市公共腳踏車（YouBike）後泥除刊登「繫好安全帶戴好安全帽」、「行人走行穿線」廣告，共400台。
5. 運用港都客運、東南客運、漢程客運及統聯客運4家公車客運50面公車車體刊登交通安全宣導廣告，主題「大車駕駛行經路口，請慢看停；死角內輪差，多注意有差」。
6. 運用人潮進出頻繁之高雄捷運站月台玻璃貼、燈箱、車廂刊登「行人請走行人穿越道及秒數足夠再通過」道安廣告，共96面。

(三)設攤進行交通安全宣導

配合各局處都市行銷或民間自辦等活動進行道安宣導：112年7-113年2月道安宣導計12場次：

2023高雄海洋派對、大高雄區域人文物產特色暨產業行銷活動案-超級夜總會(小港場、美濃場、林園場)、2023重陽敬老活動、2023岡山籃簾會活動、富邦馬拉松活動、路竹番茄節、低碳淨山活動、大社區三寶意象推廣活動、美濃冬遊記活動、2024林園洋蔥豐年季，設立攤位進行道路交通安全宣導有獎徵答，透過與民眾互動，倡導正確用路觀念，提升本市交通安全。

七、市政新聞發布、數位化媒體服務及辦理記者會

(一) 發布市政新聞

1. 配合本府重要市政行程及重要建設、政策、活動發布市政新聞，並上傳市府全球資訊網供民眾閱覽，112年7月至113年2月共計發布768則。
2. 於議會定期大會期間(112年10月2日至12月15日)，成立議會採訪小組發布新聞稿共17則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。
3. 配合市長市政行程，辦理新聞聯繫、媒體服務與新聞發布(112年7月至113年2月份市長重要行程及新聞發布擇要紀錄如下)

重要市政新聞	
月/年	112年
7月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 陪同副總統賴清德及行政院長陳建仁出席「南高屏TPASS行政院通勤月票上線記者會」 2. 陪同副總統賴清德出席「愛河灣水樂園」開幕儀式 3. 陪同總統蔡英文走訪鹽埕第一公有市場 4. 陪同經濟部長王美花出席半導體供應鏈關鍵大廠新應材「第二期廠房動土典禮」

	<ol style="list-style-type: none"> 5. 出席「全球第一個生成式AI醫療供應聚落啟動」記者會 6. 陪同行政院長陳建仁視察左營國家運動訓練中心 7. 陪同安倍昭惠夫人訪問高雄 8. 視察寶業里滯洪池暨抽水站以及七賢抽水站水利防汛設施 9. 因應杜蘇芮颱風成立災害應變中心召開應變準備會議開設 10. 赴桃源、茂林視察杜蘇芮颱風災損情形 11. 陪同副總統賴清德出席「臨海50領航臺灣-新港都論壇」
8 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 陪同總統蔡英文、行政院副院長鄭文燦出席全國原住民族行政會議 2. 陪同副總統賴清德出席「本和安居」社會住宅動土典禮 3. 出席2023高雄永續城市高峰論壇 4. 陪同總統蔡英文與行政院長陳建仁出席臺灣碳權交易所開幕揭牌典禮 5. 出席天下城市高峰論壇 6. 陪同行政院副院長鄭文燦出席「亞灣2.0智慧科技創新園區」聯合招商說明會 7. 陪同行政院副院長鄭文燦、交通部長王國材出席長榮海運高雄港第七貨櫃中心啟用典禮 8. 陪同行政院長陳建仁、勞動部長許銘春出席長榮海運高雄港第七貨櫃中心啟用典禮
9 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 視察六龜區土石流整治及邊坡安全 2. 陪同總統蔡英文出訪友邦史瓦帝尼 3. 陪同內政部長林右昌出席濱海聯外道路南段工程動工典禮 4. 出席DevDays Asia 2023 亞太技術年會 5. 陪同行政院長陳建仁國際環境流行病學學會(ISEE)全球年度會議 6. 陪同行政院長陳建仁參訪大同福樂學堂日照中心 7. 陪同總統蔡英文出席房仲業奧斯卡「金仲獎」
10 月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 視察防汛整備因應小犬颱風來襲 2. 視察「小犬」颱風侵襲後道路、市容清理作業情形 3. 出席首屆「TTXC台灣文化科技大會」開幕典禮 4. 出席2023左營萬年季「高雄迎火獅」蓮潭開幕典禮 5. 出席「翡翠騎士」全台首演 6. 出席「草衙安居」社宅新建工程動土典禮 7. 陪同行政院長陳建仁出席高軟二期智科路啟用暨亞灣智慧

	<p>科技大樓開工典禮</p> <p>8. 陪同副總統賴清德參與毛孩嘉年華</p> <p>9. 出席鴻海科技日論壇</p> <p>10. 出席全國首間都會區原民日照中心揭牌典禮</p> <p>11. 出席「第九屆國際水協會亞太地區會議及展覽」開幕典禮</p>
11 月	<p>1. 陪同總統蔡英文出席高雄淨零學院開幕典禮</p> <p>2. 出席2023年高雄國際雲端產業峰會</p> <p>3. 出席「淨零永續關鍵行動論壇」</p> <p>4. 出席前鎮社宅興邦安居一期動工典禮</p> <p>5. 出席捷運小港林園延伸線動土典禮</p>
12 月	<p>1. 高市府說明800億大林蒲遷村安置計畫</p> <p>2. 出席鴻海高雄軟體研發中心啟用典禮</p> <p>3. 出席「大南方淨零新經濟」高峰論壇</p> <p>4. 出席「橘色惡魔襲捲高雄」活動</p> <p>5. 陪同行政院長陳建仁、屏東縣長周春米出席國道10號延伸線里港至美濃段動工典禮</p> <p>6. 陪同行政院長陳建仁視察旗山醫院長照大樓</p> <p>7. 出席高雄都會區大眾捷運系統黃線土建及軌道工程聯合動土典禮</p> <p>8. 高市府宣布惠民政策2024元旦上路</p> <p>9. 出席2024高雄跨年演唱會</p>
月/年	113年
1 月	<p>1. 陪同總統蔡英文出席高雄輕軌成圓試營運</p> <p>2. 出席「陽明交通大學高雄分部啟動儀式」</p> <p>3. 出席「簽署清華大學設高雄分部合作意向書」</p> <p>4. 陪同副總統賴清德至元帝廟參香祈福</p> <p>5. 出席「2024 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園」開幕典禮</p>
2 月	<p>1. 陪同副總統賴清德前往五甲龍成宮及覆鼎金道德院參香</p> <p>2. 出席「一卡通慶10週年啟動綠點」活動</p> <p>3. 出席「2024 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園」閉幕典禮</p> <p>4. 出席「二二八事件77周年追思紀念儀式」</p>

(二)建立數位化新聞發布與加強媒體服務

1. 將每日發布之新聞暨市長重要活動行程，以電子郵件及 Line 群組方式傳送給媒體記者參考運用，強化市政活動報導率。建立記者即時通訊群組，即時傳送市府活動最新消息或重大事件採訪事宜。
2. 針對本市市政活動拍攝製作及錄影存檔，並視需要提供媒體報導及使用，另亦透過平面影像記錄高雄城市亮點，做為城市行銷素材以及城市發展檔案資料，增進市民瞭解市府施政與建設成果。
3. 為強化媒體服務，於 2024 高雄夢時代跨年晚會期間，即時發布活動照片及新聞稿供媒體參採報導。

(三)辦理記者會

1. 113年1月於高雄港18號碼頭辦理「轉角遇見Y記者會」，安排55688集團37輛限量版黃色小鴨計程車到場，排成10Y字樣，象徵亞灣10年、高雄蛻變，並以旅運中心及高雄港灣為背景，拍攝縮時攝影及相關照片供媒體參採報導。
2. 113年1月辦理「開箱龍年春聯及開運紅包記者會」，市長偕同書法名家及設計師一同介紹《騰龍獻瑞》春聯、《興隆平安》斗方春聯及開運小紅包、《高雄龍好》賀卡等，並攜手觀光大使「高雄熊」向市民拜年祝賀。

八、辦理城市行銷活動吸引觀光人潮

(一) 辦理「2024高雄跨年活動」

1. 2024跨年透過跨年晚會展演及節目播出，展現高雄文化創意、產業轉型發展、綠色運輸以及市地重劃、土地開發等成果，企圖建立南台灣跨年品牌，增進市民的認同感，同時吸引國人到高雄旅遊或投資，加深對高雄的印象及喜愛。
2. 跨年倒數完，於時代大道底「第90期市地重劃區」，綻放240秒升級版璀璨「亞灣跨年花火」，最大達8呎高空花火超過7千發的高空花火，配合夢時代建築光影，還有3D立體花柱在低空左右跑動，搭配世界級搖滾天團 Coldplay 浪漫歌曲〈A Sky Full of Stars〉，象徵2024年分分秒秒都精采燦爛，讓民眾在滿天花火下享受感官的雙重饗宴，帶著悸動與感動共同迎接2024。
3. 今年跨年舞台設計最大亮點，左右兩側 LED 首度採直式螢幕，並結合燈光、特效呈現科技時尚感，加上居全臺之冠的19組演唱卡司，演出藝人：謝金燕、韋禮安、玖壹壹、Ozone、孫盛希、鼓鼓呂思緯、家家、滅火器、康士坦的變化球、大象體操等，還有來自泰國的混血歌手 Jeff Satur 羅杰夫，海外跨年首秀獻給高雄，堅強陣容與華麗舞台帶來視覺與聽覺的音樂饗宴，令人回味無窮。
4. 「2024高雄跨年晚會」超過34萬人湧入會場，跨年演唱卡司總共19組居全台之冠，晚會播出於民視無線台，創下超高收視：晚會平均收視1.33，更於22:40

至24:09間收視來到1.37，總收看人數突破104萬人(1,044,000)；其中，姊姊謝金燕表演時收視最高達到2.42，Youtube 線上收視瞬間爆衝6萬人。第二高收視來到2.29，落在滅火器帶來今年首發第六張創作專輯《家和萬事興》。第三高在頭戴黃色小鴨展現親和力的陳其邁市長倒數時刻1.79以及饒舌天團玖壹壹跨後精彩演出的1.74。

5. 「2024高雄跨年晚會」線上直播成績亮眼，締造線上觀賞超過412萬人次，包括 LINE TODAY 官方帳號觀看次數超過195萬次，YouTube 頻道累積觀看次數超過172萬次，臉書粉絲專頁有逾44萬人次觀看。
6. 運用多元通路配合辦理跨年暨聖誕活動宣傳，包括電視託播、平面廣告、網路媒體(含多媒體網路、網路 Banner、社群平台)、廣播電台、公車候車亭、戶外大型電子看板等，宣傳主題為「高雄聖誕生活節」、「高雄聖誕跨年嘉年華」、「2024高雄跨年卡司篇」、「2024高雄跨年」、「高雄跨年交通篇」、「跨年疏運搭乘大眾運輸」，宣傳相關活動資訊，及宣導多加搭乘大眾運輸工具，讓市民朋友、高雄從聖誕一路同樂到跨年。

(二) 辦理「2023大高雄區域人文物產特色暨產業活動」

1. 運用全齡化場域，於本市仁武、小港、湖內、美濃、林園等5區辦理5場闔家觀賞的活動，並與鄉親里民近距離互動，透過主持人許效舜、澎恰恰、苗可麗，結合每場多位藝人演出，吸引在地鄉親參與，並將地方特色、農漁物產文化、人文故事、觀光旅遊、

重大建設及交通安全等巧妙融入節目內容，並透過現場參與及後續影像放送，行銷地方產業及特色。

2. 活動結合交通安全、農漁轉型、觀光產業等宜居城市相關建設，透過電視廣告、網路、節目播出平台等通路，讓高雄多元豐富的特色被看見，帶動高雄區域觀光，並於活動後透過網路精華片段持續發酵。

(三) 「2024紫耀義大 義享歡樂」跨年煙火活動

活動主辦單位為義聯集團（經營管理委員會），本局受邀擔任指導單位，112年12月31日至113年1月1日在義大世界大草坪區，倒數後於00：00施放999秒煙火，最佳觀賞點為義守大學校園，主辦單位依據中華電信信令資料統計活動吸引60,000人次入場觀看。

九、出版刊物、年曆與月曆傳播高雄人文特色

- (一) 《高雄畫刊》數位期刊獲第47屆金鼎獎政府優良出版品推薦。

1. 《高雄畫刊》電子期刊：

每月發行1期，112年7月至113年2月共發行8期電子期刊。電子期刊網站於112年7月至113年2月，網路瀏覽量總計超過168萬次(1,683,344)。

2. 《高雄畫刊》紙本雙月刊每期1萬8,000本，自每2期《高雄畫刊》電子期刊內容，精選編輯成紙本刊物，每2個月發行1期（1本52頁），112年7月至113年2月共發行4期。出刊後寄贈機關學校、全國圖書館等單位提供閱覽外，並派送到機場、觀光飯店、旅

遊中心、觀光景點、各捷運站、咖啡餐飲店家等 210 個索閱點。紙本期刊另製作電子書上傳至電子期刊網站，提供民眾下載或線上閱讀。

3. 各期期刊透過「高雄市政府官方臉書」、「高雄市政府 LINE 官方帳號」等網路社群平台行銷推廣，並與聯合新聞網、中時新聞網、信傳媒、LINE、微笑台灣及景點家等網路平台合作，於媒體上增加期刊內容之曝光。

(二) 發行《Love Kaohsiung 愛高雄》英、日文雙月刊

1. 本刊每2個月發行1期，112年7至113年2月共發行4期，每期9,000本。出刊後派送至桃園國際機場、高雄國際機場、本市旅客服務中心、高雄捷運站、本市觀光飯店、藝文場所、美國在臺協會高雄分處、日本台灣交流協會高雄事務所等駐臺外事單位、本市新移民家庭服務中心以及本市設有華語學習的大專院校等約121處地點，提供民眾免費索閱。
2. 出刊後同步刊登電子書於本府新聞局《高雄畫刊》網站，且與聯合新聞網、聯合電子報等網路平台合作，提供讀者線上閱讀。

(三) 編印高雄市簡介《高雄心未來 幸福方城市》

於112年7月31日發行中、英、日三語版本，運用文字搭配大量圖像，由本府吉祥物高雄熊及壽山動物園動物明星，帶領讀者認識高雄，內容囊括：族群文化、產業聚落、新創據點、交通運輸及公共設施、旅遊景點、藝文節慶、美食名產、國際友好城市等，豐富且易於閱讀，提升本市知名度與國際能見度，以外賓為主要發送對象。

(四)印製 2024 高雄市「輕軌成圓」手繪年曆及「果然好日」水果月曆

印製水果月曆及創意年曆，於 112 年 12 月 11 日上午十時於本府四維、鳳山行政中心及 38 個區公所同步發送給民眾，電子檔亦刊登於本府新聞局網站首頁提供民眾免費下載使用。

十、高雄廣播電臺擴增市政宣傳量能

(一)製播在地特色優質節目

1. 高雄廣播電臺節目入圍 112 年廣播金鐘獎五項大獎，「光影詩歌」及「Chill 是青春」獲得「音效獎」、「少年節目獎」與「少年節目主持人獎」三項大獎。
2. 「我愛高雄」節目由高雄廣播電臺與客委會、社會局、原民會等局處合作製播，113 年度起新增勞動部勞動力發展署高屏澎東分署合力製播本系列節目，擴大市政雙向溝通，112 年 7 月至 113 年 2 月共製播 140 集，並不定期以電臺臉書進行影像直播，擴大宣傳效益。
3. 「高雄人第一階段」節目與勞工局、衛生局等單位，合作製播「就業加油站」、「健康方程式」等單元，宣導企業徵才、職業訓練、就業津貼、醫療知識等市政措施及生活資訊。
4. 「南方科技城」節目由高雄廣播電臺與國立高雄科技大學共同製播，每週二 17:30 至 18:30 播出，邀請產業、學界共同探討高雄產業脈動與科技發展，內容包含科技新知、產業脈動、在地產業及新創企業，

期盼讓市民對於高雄這座南方大城有更多認同與歸屬，每週一次，廣播及臉書同步播出。

5. 「公事好好說」節目由高雄廣播電臺與國立中山大學公共事務管理研究所合作規劃製播，每週一17:30至18:30播出，邀請民意代表、政府主管機關、社區、企業界或公民團體代表對話激盪，討論公共時事議題、分享在地創新經驗，為擴大市民公共參與度，並因應現代聽眾媒體使用習慣，每月固定一次進行臉書直播。
6. 製播多元化節目滿足不同受眾，包含關懷身心障礙者、多元性別議題、新移民（印尼語、越語及柬埔寨語）、外籍移工（泰、印尼語等）、原住民、客語族群、兒童少年及長青族等節目。
7. 持續邀訪各公益社團，提供身障團體及社福單位發聲管道，為慈善公益團體發聲，談公衛教育、精神障礙者服務、培力課程等主題。節目收聽族群遍及各界，合作社團包括：財團法人善慧恩社會慈善基金會、社團法人中華小腦萎縮症病友協會、社團法人高雄市唐氏症歡喜協會、社團法人高雄市關懷海洋性貧血協會、財團法人高雄市關愛社會福利慈善事業基金會等。
8. 古典音樂節目每日平均製播約200分鐘，提供南臺灣民眾獨特、深度之聽覺享受，為南臺灣播出古典音樂時數最多的電臺。
9. 提供即時食衣住行育樂各項生活訊息，為擴大提供民眾生活訊息，與法律扶助基金會、高雄市立歷史

博物館、國立海洋生物博物館、大同醫院、各大出版社固定合作製作播出。

10. 於「午后陽光第一階段」節目訪問農會、農友及養殖業者等，行銷在地農漁產品。
11. 加強道路交通安全宣導，112年7至12月製播27集交通安全專屬節目外，每日於早晚交通尖峰時段3次與交通大隊即時交通路況連線報導，亦於節目中不定時插播路況，提醒用路人注意。112年12月22日及12月25日辦理 call-in 道安宣導活動，進行交通安全有獎徵答活動，全日現場節目開放聽友 call in 互動回答，另不定時配合交通局於電臺臉書進行交通安全宣導。
12. 持續宣導多元安全與權益主題

包括「老人安全-慎防跌倒」、「165反詐騙專線」、「登革熱」、「施工交通疏導措施」、「檔案應用推廣」、「愛滋病匿名篩檢」、「夏日戲水安全」、「抗旱省水宣導」、「關懷新住民」、「大腸癌防治」、「平均地權修法」、「淨化選風」、「CEDAW 性別平等」、「勞工保險」、「用電安全」、「113 婦幼保護專線」、「捐血一袋救人一命」、「國民法官」、「登山安全」、「海外旅遊學習定型化契約」、「防震-遇震不慌忙」、「1957福利專線」、「腸病毒重症前兆」等。

(二) 英語節目天天好學習

1. 高雄廣播電臺與高雄市多所大學院校、產業、專業人士合作，共同製播節目或單元。合作單位包括：英國國家廣播公司（BBC）、高雄師範大學英語學系、

國立高雄科技大學應用英語系、文藻外語大學傳播藝術系、常春藤英語雜誌社及空中英語教室雜誌社等，英語節目及單元如下：

- (1)週一至週五「BBC Newsroom」新聞節目(同步聯播BBC)：服務英語母語人士的新聞節目。
 - (2)週一至週五雙語單元「交通安全 Follow me」(6月至12月播出)、「打狗英語通」、「原來英語可以這樣學」、「News ABC」。
 - (3)週一至週五「空中英語教室」、「常春藤解析英語」、「大家說英語」、「Advanced 彭蒙惠英語」。
 - (4)週六雙語節目「英語醬玩」、「雪人的早午餐」。
2. 於「午后陽光第三階段」節目中邀訪英語專業人士製播專訪，主題如「滷味英文暨觀光推薦」、「網路購物學英文」、「擲筊文化學英文」等，112年7月至113年2月專訪計67次。
 3. 定期將雙語單元上傳至官網、YouTube 平台，並於官網放置當日播出英語單元重點，方便聽眾重溫學習。

(三) 防災防颱即時公共資訊服務

提供防災防颱、停水停電等公共服務，因應地震及颱風等災變，於各節目口播並密集插播即時災情資訊及相關注意事項，112年7月至113年2月，於杜蘇芮颱風、海葵颱風、小犬颱風期間延長播音，提供市民最新訊息。

(四) 擴展多元媒體與收聽管道

1. 廣播節目影像化，建置直播平台，於電臺臉書、YouTube 直播，擴大行銷效益，112年7月至113年2月共計49次。
2. 運用網路播客 (Podcast) 平台提高電臺行銷能見度因應新興廣播收聽形式 - 播客 (Podcast) 流行趨勢，電臺也規劃特定節目以 Podcast 方式提供民眾收聽，內容含「理財生活課」、「幸福 CAFE'」、「奇幻故事屋」、「律師來了」、「CHILL 是青春」等節目及單元。

(五) 積極宣導反詐騙議題

於「高雄人第一階段」節目：

1. 製播「原來如此」單元，與法律扶助基金會合作，深入講解生活法律資訊，強化民眾法律觀念。
2. 112年3月起與高雄市政府警察局合作，專訪高雄市政府警察局各分局，深入說明常見詐騙手法，主題如「1合，2清，3減、4面加5不」打擊詐欺犯罪策略、「5大常見詐騙類型」等。
3. 112年7月起新闢「阿先老師說」單元，以生動活潑方式，講解實際案例及破解手法，加強反詐騙宣導。

(六) 深化新聞性節目品質，提供在地即時新聞資訊

1. 平日開闢3個新聞時段，報導高雄市重要市政及在地新聞，提供市民切身相關的高雄市政訊息，112年7月至113年2月報導逾2,500則。每日聯播公視12時中晝新聞、19時晚間新聞，提供國內外新聞，滿足聽眾多元、平衡獲取新聞之需求。
2. 全程實況轉播高雄市議會第4屆第2次定期大會「市長施政報告」與「市政總質詢」，並加強報導市議

會新聞，增進民眾對市府及議會之瞭解，112年7月至113年2月報導逾110則。

3. 製播「Live943新聞晚報」、「高雄943特派員」、「高雄傳真」節目，加強市政建設、活動及在地新聞專題報導。
4. 加強報導防治登革熱、嚴重特殊傳染性肺炎、流感、腸病毒等各項措施及市民應注意事項相關新聞。
5. 加強報導輕軌建設、碳權交易所揭牌、淨零學院揭牌、亞洲新灣區招商、科技業大廠進駐、智慧城市建設等重大建設新聞。
6. 加強報導公共安全、抗旱、防汛、防災、防空污、食品安全、消費安全、反詐騙、治安、交通安全、校園安全、勞工安全等保護市民生命財產相關新聞。
7. 報導高雄市軟硬體施政成果及施政方針新聞，如：社會住宅、公共托育、長照服務、空品改善、特色公園、運動中心、新動物園運動、大林蒲遷村等。
8. 配合行銷高雄市重要城市特色、藝文活動，加強相關新聞採訪或專題深入報導，如：黃色小鴨系列活動、高雄冬日遊樂園、聖誕跨年嘉年華、眷村嘉年華、左營萬年季、海線潮旅行、高雄戲獅甲、高雄時尚大賞、農特產品行銷、演唱會經濟等。

參、未來工作重點

一、聯合多元媒體宣傳管道展現高雄城市發展

配合本市「科技高雄」、「宜居高雄」、「幸福高雄」及「魅力高雄」四大施政願景，透過電子、平面、社群網路平臺、廣播電台、公用頻道(CH3)、戶外廣告等

多元媒宣管道，行銷市政成果及特色觀光活動，吸引國內外遊客前來，並將高雄城市發展、友善宜居推廣至國際。

二、辦理都市行銷活動，呈現高雄幸福城市多元面貌

結合公私部門資源，協力辦理特色活動，並運用各項通路平台推廣與行銷，吸引民眾參與進而促進周邊觀光經濟效益，爭取市民支持與認同。

三、輔導有線電視業者提升收視與維護民眾服務品質

協助本市5家有線電視業者持續優化視訊服務品質，重視在地近用需求及緊急事故時發佈警示訊息，提供市民更高品質及多元之收視服務。

四、出版數位電子期刊及紙本刊物報導高雄新發現

發行《高雄畫刊》、《Love Kaohsiung 愛高雄》等刊物，持續以主題豐富且多元之主題，報導高雄在地特色，適時結合時事與潮流，引發讀者閱讀興趣，並運用各式網路平台傳播，展現高雄魅力、宜居城市的精神。

五、高雄廣播電臺數位化服務擴充節目收聽管道

高雄廣播電臺製播多元節目宣導各項資訊，傳承弱勢族群文化，瞄準各聽眾族群，善用社群、串流媒體，提供市民優質內容及收聽服務。

肆、結語

^{賓和}謹就112年下半年迄今，新聞局及所屬高雄廣播電臺重要工作成果及未來工作重點，提出簡要報告。

新聞局將民生議題、重大政策及本市各項節慶活動等

資訊，透過新聞發布、刊物出版、地方特色節目及短片製播、廣播電臺等，及時提供給市民朋友，並將積極與各媒體平臺建立跨領域夥伴關係，運用網路社群平臺，持續推廣高雄在地文化及行銷城市風格。

敬祝

各位議員女士、先生平安愉快，大會順利成功！謝謝。