

三、高雄市政府新聞局業務報告

日期：101 年 10 月 3 日

報告人：局長 賴 瑞 隆

壹、前言

議長、副議長、各位議員女士、先生：

欣逢 貴會第 1 屆第 4 次大會開議，瑞隆奉邀列席報告並親聆教益，至感榮幸。承蒙各位議員女士、先生對於新聞局的策勵與支持，使本局各項業務均能順利推展，謹致上最誠摯的謝意，並祝各位議員女士、先生身體健康、萬事如意，大會圓滿成功。

本局暨所屬高雄廣播電臺全體同仁秉持積極任事態度，掌握城市脈動，以宏觀、前瞻、創新的思惟，扮演新聞聯繫、政策宣導與城市行銷等雙向溝通的角色與功能，無論在有線電視事業之輔導、刊物之編採、市政之行銷、廣播之宣導等業務，均依施政目標如期推展，並以「繽紛熱力新高雄」、「高雄－亞洲新灣區」行銷主軸，形塑本市成為「海洋首都」、「宜居城市」的國際港灣大都會。

謹將幾項重大工作績效彙整報告如次：

一、本市無線電視全面提升數位收訊品質

民國 101 年為「臺灣高畫質數位電視元年」，中央與地方攜手共同宣導我國無線電視傳統類比訊號於 101 年 6 月 30 日關閉，全面轉換為數位訊號播送，自 101 年 7 月 1 日起，本市無線電視已全面改以數位訊號播送，整體提升無線電視收訊品質。

二、改善偏遠地區數位無線電視收訊

配合國家通訊傳播委員會數位轉換政策，100 年完成建置「高雄市六龜區數位無線電視改善站」、「高雄市茂林區數位無線電視改善站」，並於 101 年 5 月 24 日正式啓用，可讓六龜、茂林地區民衆收看 16 台數位電視節目，有效改善本市偏遠地區數位無線電視收視品質。

三、明星代言，提升城市能見度

五月天擔任 2011-2012 年本市全球代言人，透過短片、宣傳照片與廣播錄音等方式行銷本市，參與美濃月光音樂節，配合出席國外記者會進行城市行銷宣傳，並透過 Facebook 與 Youtube 網路媒介平台，拓展行銷觸角，增加與民衆互動機會，提升本市國際能見度。

四、多元傳媒創意行銷

運用平面、電子、網路媒體及行動化服務等多元傳媒及創意策略，積極形塑「繽紛熱力新高雄」城市意象，強化「高雄－亞洲新灣區」國際城市定位。

五、平面出版數位化

因應資訊數位化，整合「高雄畫刊」、「今日高雄電子報」等刊物資源，於「高雄電子期刊入口網」及本局官網推動電子化刊物，增加市政資訊傳達廣度，同時運用網際網路無遠弗屆特性影響力，將本市最新活動資訊及市政建設成果快速傳遞至全世界。

六、廣播節目優質多元

透過高雄廣播電臺製播優質、多元節目，並運用市政廣播行銷中心，擴大宣導市政建設成果及施政現況。

七、提高電臺發射功率

提高高雄廣播電臺調頻臺(FM94.3)發射電功率，由 4KW 加大至 16KW，擴大節目收聽範圍，提升桃源、六龜、那瑪夏等三區之收訊品質，加強市政宣導及天然災害之救、防廣播服務。

貳、重要工作概況(101年3月至101年8月)

■新聞行政與管理

一、健全電影事業提升電影片映演業水準

依據電影法及相關法令規定，辦理電影片映演業之設立、變更登記，目前本市計有 20 家電影院。

為貫徹執行電影分級制度，依據電影法相關規定督導本市電影片映演業確實依法執行電影分級制度，101 年 3 月至 101 年 8 月共計實施臨場查驗 88 家次，未發現違法情事。

依據文化部（前行政院新聞局）及消保法之規定，輔導本市電影片映演業對禁帶外食之規範應以保障消費者權益為首要考量。本局於 4 月 12 日邀集本市電影片映演業者，召開「研商電影片映演場所 3D 眼鏡及禁帶外食會議」，要求業者依規定辦理 3D 眼鏡及禁帶外食之相關事項，並於 4 月 20 日至 5 月 1 日前往本市各電影院進行查察，查察結果如下：

1. 有關 3D 眼鏡問題，各電影院皆有依照規定清潔、消毒，工作人員並依規定帶手套發給眼鏡，另告示 3D 眼鏡損壞遺失賠償金額及「3D 眼鏡已消毒，請安心使用」等文字。
2. 有關禁帶外食問題，各電影院已依文化部(前行政院新聞局)「電影

片映演業禁止攜帶外食定型化契約不得記載事項」規定，禁帶味道濃郁嗆辣、熱湯熱飲及食用時會發出聲響等影響觀影品質之食物；另自家戲院有販賣之食品、飲料，不應禁止觀眾攜帶入場，並已在明顯地點揭露相關訊息。

本局將依規定賡續執行電影院之輔導與查察，以維護消費者權益，並提供市民一個優質、安全的觀影環境。

二、錄影節目帶業之輔導與管理

依據廣播電視法暨其施行細則等法令規定，辦理本市錄影節目帶業之設立、變更登記。

會同本府警察局專責警力密集稽查錄影節目帶業是否有販售違法錄影節目帶(含影音光碟)，101年3月至101年8月共計查察35家次，查扣違法光碟910片，依規定移送文化部影視局核處。

101年3-8月電影片映演業、錄影節目帶業查察統計表			
項目	查察家次	查扣片數	備註
電影片映演業	88家次		本市計有20家電影院
錄影節目帶業	35家次	910片	本市計有143家錄影節目帶業

三、有線電視業之輔導與管理

為加強有線電視纜線之管理工作，針對市民及里長反映有線電視系統纜線爭議，均即派員會同相關單位及業者至現場查勘，並將附掛之纜線重新規劃整理或拆除，101年3月至101年8月14日計處理187件次(慶聯79件、大信13件、港都54件、大高雄8件、鳳信22件、南國11件)。

為加強有線電視系統之輔導管理工作，持續查察系統業者播放之廣告，101年3月至101年8月共裁處違反「有線廣播電視法」規定者計共34件次，依法罰鍰計新臺幣170萬元(至8/14)。

每年由專家學者組成之費率審議委員會，執行本年度費率審議並於年底前公告，費率委員除了以專業審核費率外，亦考量當時之社經狀況等評估年度費率。

101年度有線電視公司收費標準一覽表		
項目	收費情形	低收入戶
有線電視費率	◎慶聯、港都、大信、大高雄—每戶500元/月。	◎慶聯、港都、大信、大高雄—每戶167元/月。
	◎鳳信—每戶510元/月。	◎鳳信—每戶170元/月。
	◎南國—每戶550元/月。	◎南國—每戶183元/月。

四、公用頻道開播及推展

為推展公用頻道，提升收視率，本局除促請有線電視業者改善公用頻道畫質外，亦向國家通訊傳播委員會 NCC 反映該頻道易受干擾問題，並獲允協助處理降低干擾，同時充實節目內容之質與量。

【議會開議期間】早上 06:00-09:00 為地方新聞及公益宣導時段，09:00-19:00「議會時間」，晚上 19:00-23:00 為 3 家地方台新聞、自製節目及精選節目時段，凌晨 00:00-06:00 為精選節目重播時段。【非議會期間】早上 06:00-12:00 為 3 家地方台新聞、公共議題性節目、自製節目、名人講座及公益宣導短片。中午 12:00-17:00 為自製節目及精選藝文節目，晚上 18:00-23:00 為新聞台及在地旅遊資訊節目。週六、週日則播出地方公共資訊、在地旅遊資訊等節目。

為加強向市民推廣收視公用頻道，本局除廣為宣傳，向本市大專院校或藝文團體等單位徵求優秀影音作品外，並積極製播與精選各類公益性、藝文性、社教性節目，提升公用頻道節目之內容與品質。

■新聞服務與聯繫

一、蒐集輿情反映

每日蒐集各報刊及電視有關市政建設之新聞報導、評論與建議，陳報市長，並分送相關局處參辦，101 年 3 月至 101 年 8 月計剪輯報紙新聞資料逾 1 萬 2,402 則，蒐集電視新聞摘要 1 萬 5,378 則。

二、新聞發布

依市長行程及重要建設、政策、活動發布市政新聞，並上網供民衆閱覽，101 年 3 月至 101 年 8 月共發布 406 則。

於市議會開議期間(101 年 5 月 4 日至 6 月 1 日)，成立議會小組，發布市長答詢新聞稿共 31 則。

三、媒體服務

配合市長行程發布新聞。

協助民政局「市長與市民有約」活動，媒體規劃採訪及新聞發布等媒體服務事宜。

陪同市長前往「2012 東京國際食品展」高雄物產館暨城市行銷並發布新聞稿。

陪同市長赴美西招商暨都市更新城市再生考察案並發布新聞稿。

陪同劉副市長赴北京參加北京旅展暨舉辦北京國際行銷記者會，協助新聞發布與照片攝影通傳媒體。

陪同劉副市長赴檀香山參加本市與檀香山市締盟 50 週年慶祝活動

案，協助新聞發布與照片攝影通傳。

四、辦理多元媒體行銷案

電子媒體與廣播媒體

1. 「繽紛港灣·新高雄」電視廣告時段購置案。
2. 宋江陣嘉年華活動廣播媒體合作宣傳案。
3. 2012 內門宋江陣嘉年華電視短片暨媒體服務行銷案。
4. 101 年「都市行銷暨道路交通安全宣導短片」電視廣告時段購置案。
5. 101 年電視市政資訊廣告短片攝製暨廣告時段購置案。
6. 101 年度「大型活動行銷短片剪輯案」。
7. 101 年度「市政行銷廣播廣告時段購置案」。

平面及網路媒體

1. 2012 高雄內門宋江陣報紙廣告。
2. 「2012 永續台灣 Good to Great—輝煌年代迎未來」遠見雜誌廣告專輯企畫案。
3. 「最愛高雄-亞洲魅力城市」天下雜誌廣告特輯企劃案。
4. 美濃月光音樂節報紙全國版廣告採購案。
5. 五月天行銷本市農特產海報。
6. 不定期更新高雄不思議臉書軟性市政相關議題並行銷城市活動。

戶外看板廣告案

1. 本市公車候車亭燈箱及版面刊登道安廣告案。
2. 高雄捷運燈箱及版位道安廣告刊登案。
3. 道路交通安全戶外帆布廣告製作案。
4. 「繽紛高雄」台鐵高雄站跨站文化棧道燈箱看板案。

多元媒宣案

1. 為行銷城市意象、各項軟硬體建設成果及便捷順暢之安全交通設施，將交通安全觀念融入民衆生活中，辦理「百年高雄都市行銷多元媒宣案」。內容包括五月天擔任都市行銷暨道安宣導代言人、出席國際記者會及其他創意回饋項目等。
2. 101 年度市政行銷戶外電子廣告時段購置案。
3. 繽紛熱力新高雄國際媒體行銷案。
4. 「2012 東京國際食品展」高雄物產館暨城市行銷媒體規劃與執行委託服務案。
5. 2012 多媒體簡報節目影像剪輯及更新攝製案。
6. 2012 高雄觀光推廣活動北京行銷案。

道路安全宣導業務

- 1.製播 101 年度交通安全廣播宣導節目案。
- 2.101 年度交通安全宣導平面廣告案。
- 3.101 年 5 月 12 日配合高雄市活力青年關懷協會舉辦「森林公園音樂會暨道路安全宣導社區活動」。
- 4.道路交通安全平面媒體廣告刊登-老人交通安全。
- 5.幸福平安大無限-交通安全短片攝製案。
- 6.深入社區辦理道安多元活動宣導案。
- 7.配合道安宣導活動，採購名片型隨身碟、「我愛高雄守規則」、「我愛高雄不飆車」道安宣導帽及「我愛高雄 行車禮讓」L 夾等道安宣導品，於活動中與市民做近距離的互動，以豐富活動內容，提升宣導效益。
- 8.道安宣導報紙廣告刊登案-後座繫安全帶。
- 9.101 年道安多媒體電視廣告購置案。

五、錄製市政行程活動影片

每日錄製市政各項重要活動，做為市政建設視聽資料，並提供電視台作為新聞素材運用。

六、維繫媒體公共關係

國內媒體

配合舉辦各項大型活動，協助發送採訪證，配合交通局辦理 100-101 年媒體停車證；並提供媒體通訊錄、局處主管通訊錄；辦理媒體聯誼案等。

國際媒體

於國際媒體人員來本市參訪或拍攝時，提供接待、拍攝景點建議、相關行程安排聯繫等服務。

七、辦理城市行銷活動

辦理「2012 夏日高雄」等系列活動，邀請高雄市民及國內、外觀光客共同參加，獲得各媒體廣加報導，成功行銷本市，有效提升城市能見度，創造觀光行銷效益。

辦理「高雄精品徵集評鑑」：邀請創意料理達人詹姆士、米其林三星主廚藤井正己(Masami Fujii)、金曲作詞家及潮牌設計人方文山、中華文化薪傳獎得主葉經義等專業領域之人士評鑑。從 372 件商品選出食品類 20 件、工藝類 21 件「高雄精品」，達到促進在地產業經濟，並塑造城市形象。

■綜合出版與活動專題行銷

一、定期刊物

「高雄電子期刊」入口網站及本局官網企劃發行電子期刊、電子報及印製《高雄畫刊》紙本，「高雄電子期刊」入口網站(101年7月前)及本局官網(101年8月起)，定期發送：

- 1.「高雄畫刊」電子期刊，101年3月至8月共出刊6期，每月發送約6萬餘人次。並將每兩期之「高雄畫刊電子期刊」內容編印為《高雄畫刊》紙本雙月發行，101年3月至8月共出刊3期，每期印製4萬5千冊，放置於飯店、車站、捷運站、機場、書局、觀光景點及賣場等150多個地點供民眾索閱。
- 2.「今日高雄」雙週電子報，101年3月至8月共出刊13期，每月發送約6萬餘人次；另電子報隨附商家提供之優惠券，供網友下載使用，加強行銷。

發行《Maritime Capital 海洋首都》中英文雙月刊

每雙月出刊1期，101年發行6期(至8月已發行4期)，每期發行1萬2千份，置於機場、觀光飯店、美國在台協會、日本交流協會、各駐華大使館、辦事處及外賓出入頻繁之地點，供國內、外觀光人士及民眾索閱。

發行「莫拉克風災重建快報」

- 1.藉由圖文報導形式，呈現市府落實災區基礎設施、重建進度及其他生活、產業等各項重建工作執行成果，讓受災民眾及關心重建進度的社會大眾，瞭解重建公共事務。
- 2.發行期間自100年7月1日起至101年7月1日止，每月發行1期，每期發行3萬5,000份，101年3月至7月，共發行5期，計17萬5,000份，分為紙本及電子等管道發送。以戶為單位，紙本主要發送至慈濟大愛園區、甲仙五里埔小林社區及旗山、甲仙、杉林、六龜、桃源、那瑪夏、茂林等7個受災行政區；另製作電子書於UDN數位閱讀網、高雄市重建會及本局網站提供連結下載，普及至一般社會大眾閱讀層面及學校防、救災教育。

二、不定期刊物

高雄市簡介

高雄市簡介共印製中、英、日文版三個語版，期能呈現高雄市多元豐富的面貌，本刊從高雄市歷史、世界級的貨櫃港—高雄港、山海河、經貿發展主軸、豐富的物產、多元的文化、別具特色的在地藝術、觀

光旅遊、高雄特色美食以及國際交流情形，吸引外賓前來本市交流、觀光、投資。

享趣高雄旅遊書

為推廣本市城市行銷，本局與專門發行編撰旅遊觀光書刊的墨刻出版社(MOOK)，合作再版「大高雄旅遊專書中文簡體版-2012 享趣高雄」一書，內容以大高雄人文風貌及特色景點為主，針對陸客食宿、購物、交通等，設計包裝不同主題行程，透過豐富生動的文字及淺顯易懂的圖文，編排「七大主題路線」之3天2夜暢遊高雄的行程，並介紹高雄的四季慶典及詳細的交通旅遊資訊。

■高雄廣播電臺

一、加強製播優良節目，落實高雄電臺服務功能

加強市政廣播行銷中心市政行銷功能

- 1.「市政廣播行銷中心」為高雄電臺第二播音現場，將最新市政措施透過現場直播進行市政行銷，在空中為政策說明，即時回應民衆建議。每日製播5檔整點新聞、「輿情回應」、「市政最前線」、30分鐘「行動市府」，共8個現場時段。
- 2.開闢大高雄行政區報導，行銷大高雄自然生態及特產。
- 3.每週製播5則「市政部落格」單元、5則「高雄百寶箱」、3則重要市政行銷宣傳帶。

辦理市政行銷活動

- 1.101年4月7日配合美濃月光音樂節進行全程實況轉播。
- 2.101年6月9日舉辦好厝邊歌唱大賽。
- 3.101年6月於高美館進行本臺30週年臺慶嘉年華活動，吸引衆多民衆參加。
- 4.101年6月25-26開放電臺供民衆參觀，敦親睦鄰。
- 5.101年6月進行擴大交通安全call in有獎徵答活動。

與客委會、社會局、勞工局、教育局及衛生局合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通。另配合各局處重要施政以小單元、公益廣告及短劇等活潑多元手法加強市政宣導。

關懷弱勢及服務少數族群

為關懷弱勢族群，製播關懷外籍配偶、外勞、同志議題及原住民文化節目之外，每日播出5小時客語節目；為營造多語學習環境，開闢「打狗英語通」及「三分鐘日語」等外語節目單元，每日同步聯播英國國家廣播公司(BBC)「The World Today」節目0.5小時；另每日播出

古典音樂節目 160 分鐘，服務愛樂者；開闢帶狀「幸福圖書館」節目及「活力高雄」節目，提升藝文、閱讀及運動風氣。

於交通尖峰時段加強交通路況連線報導，並強化交通安全宣導事項。

行銷南台灣觀光文化活動及資源

為促進南台灣生活圈資源共享，與屏東縣政府合作製播「發現高屏」節目，與台南市及嘉義縣合作製播「南台灣即時通」單元，以專訪或連線方式，行銷南台灣觀光文化活動，促進城鄉交流。

加強報導介紹大高雄人文及觀光資源，強化市民大高雄城市認同感。

遇重大災害（如颱風、地震、水災等重大意外），機動停止常態節目，如因應 610 豪雨、泰利颱風及蘇拉颱風來襲，配合採取因應措施或延長為 24 小時現場播音，報導防颱、災情及路況等，提供民眾最新災情及緊急避難措施等資訊。

配合各局處重要施政加強宣導，重點包括「婦幼安全及福利」、「青少年暑期工讀安全」、「本府大型活動」、「高雄捷運」、「太陽光電與綠色城市」、「防家暴」、「人口政策」、「關懷青少年」、「環保」、「外籍配偶」、「防性侵」、「節約用水」、「交通安全」、「防溺」、「防颱」、「求職防騙及打工安全」、「檢肅貪瀆」、「肅清煙毒」、「公共安全」、「勞工教育」、「防治登革熱」、「防腸病毒」、「稅務宣導」、「老人福利」、「勞工安全衛生」、「社會安全」、「生態環保」、「菸害防制」、「調解委員會」、「消費者保護」、「犯罪被害人」等。

二、強化新聞採訪報導，提升新聞性節目品質

每日開闢 9 個新聞時段，報導重要市政工作及在地新聞，提供市民、聽眾最多大高雄市新聞。

全程實況轉播高雄市議會第 1 屆第 3 次定期大會「市長施政報告」與「市政總質詢」，提供民眾即時資訊、增進民眾對市府及議會瞭解。

製播「Live943 新聞晚報」、「新聞廣場」及「高雄十分話題」節目，加強市政建設、活動及在地新聞專題報導。

加強報導縣市合併後「高高平等」各項施政工作進行情形及莫拉克颱風災後各項重建工作進度及災區產業觀光推展。

加強報導防汛救災準備工作及食品安全、消費安全、治安、公共安全、勞工安全等保護市民生命財產相關新聞。

610 豪大雨及泰利颱風、蘇拉颱風來襲期間，24 小時加強颱風動態、防颱應變等相關新聞報導。

持續加強報導「高雄世界貿易展覽會議中心」、「海洋文化及流行音樂中心」、「高市圖新總館興建」、「水岸輕軌」等亞洲新灣區重大建設新聞報導。

加強「開徵氣候變遷調適基金」、「公共腳踏車租賃站持續增設」、「推動綠建築」、「補助建置太陽光電系統計畫」、「各項捷運、公車優惠活動」、「空氣污染防治改善成效」、「電動機車補助加碼」等環保、節能減碳施政工作相關新聞報導。

報導「多項公共工程獲國家卓越建設獎、園冶獎」、「大東文化藝術中心啓用營運」、「紅毛港文化園區試營運」、「區區有公車」、「茄萣海岸復育及景觀改善工程」、「中山四路跨越凱旋四路自行車橋工程」、「各生態滯洪池工程」、「岡山中山公園整建工程動土」、「大社觀音山風景區景觀改善」、「大寮兒 3-2 公園開闢工程動土」、「污水下水道建設」、「社區通學道計畫」、「首創道路聯合挖掘制度、施工缺失記點」、「徵選高雄精品」、「都委會審議通過南北兩大投資案」、「綠能及文創產業」、「獎勵拍片推動影視產業」、「成立高雄物產館」、「微風市集蓮池潭新據點」、「首座綜合性社會福利館鹽埕社福館啓用」、「懷孕婦女友善城市」、「首座托育資源中心啓用」等市政建設成果新聞。

配合高雄市「2012 夏戀高雄海洋博覽會」、「2012 高雄市兒童藝術教育節」、「2012 大崗山龍眼蜂蜜文化節」、「2012 旗山香蕉文化節」、「2012 甲仙芋筍節」、「2012 端午龍舟賽」、「2012 高雄春天藝術節」、「2011 青春設計節」、「2012 高雄內門宋江陣」、「2012 鳳荔文化觀光季」、「橋頭嗶聲音樂祭」、「五月天美濃月光音樂會」、「101 年全國身障運動會」、「高雄夜合季」、「高雄市原住民聯合豐年祭」、「Watch Me Move一百年動畫展」、「IIIDOL 我我偶像 新型唱片美學展」等重要市政活動，加強相關新聞採訪並製播專題深入報導。

參、未來工作重點

本局未來工作重點，涵蓋有線電視、都市行銷、刊物、網路整合宣導、推廣城市商品，以及電臺業務推廣等等，茲將內容分述如後：

一、推動有線廣播電視產業持續發展

加強本市 6 家有線電視違規廣告及廣告蓋台管理，積極處理有線電視消費者申訴，以保障收視戶權益。

充實公用頻道內容及多樣性，製作「榮耀高雄」、「高雄不思議」等節目，並協調有線電視業者於公用頻道輪播各台地方新聞，讓民眾瞭解最在地、即時之大高雄資訊。

二、加強國內外行銷及媒體雙向溝通

加強國內外平面、視聽宣傳，針對重大市政建設、大型活動或美麗地標製播行銷短片，運用平面、視聽媒體廣為宣導，並協調電視台相關節目南下本市取景拍攝，將高雄美麗、友善、熱情城市風貌，以活潑手法傳達給全國觀眾，行銷高雄，增加城市能見度，提升市民幸福、光榮感。

持續配合本市代言人「五月天」，結合大型演唱會及跨年活動之宣傳，充分運用五月天國內外知名度，露出本市城市意象宣傳。另結合網路平台 Facebook 與 Youtube，增加與民眾直接互動，強化市政行銷宣傳效益。

持續舉辦及引進大型活動，讓市民能參與國內外知名活動，並吸引國內外遊客至本市參加活動，創造經濟產值，提升高雄國際能見度。

三、加強推動優質刊物及電子化行銷

彙整市政建設成果及風俗民情特色等動靜態圖文影像資料，作為城市行銷基本素材。

推動刊物國際化，規劃編印不同語版的高雄行銷刊物，拓展市政刊物通路，爭取海外上架，提高國際能見度。

網路方面，充實更新本局官網「出版刊物」項目內容，運用網際網路無遠弗屆特性，將市政建設成果迅速傳遞國際世界。

四、持續高雄電臺多元化優質服務

運用高雄廣播電臺公共資訊服務及行銷功能，製播大高雄系列節目，行銷大高雄生態及觀光資源；製播關懷弱勢及少數族群專屬節目，持續與公益社團合作製播節目，俾有效整合社會資源。

運用「市政廣播行銷中心」，提升製播市政行銷節目品質，擴大宣導市政建設成果及施政現況，並採媒體策略聯盟方式，製播市政行銷宣傳帶，擴大行銷效能。

加強高雄廣播電臺在地新聞報導，提供市民最迅速、詳實的新聞資訊，以促進市民關心市政、踴躍參與公共事務。

肆、結語

2012 年，我們以「繽紛熱力新高雄」及「高雄－亞洲新灣區」為行銷

主軸，高雄在全體市民、議會及市府共同努力之下，已逐漸轉型為科技、文創、綠能、農漁與觀光的國際港灣、宜居城市。

未來我們仍會繼續結合各項資源及行銷通路，全力提升本市國內外知名度，並打造高雄為國際港灣城市、繽紛魅力之都形象，強化高雄市在全球都市的競爭力。

最後，仍請各位議員先進對本局業務多予指導及支持，我們將繼續全力以赴，讓高雄持續前進，再次感謝各位議員先進，謝謝。

謹祝

大會圓滿成功，議長、副議長、各位議員女士、先生身體健康，萬事如意。