

三十一、高雄市政府新聞局業務報告

日期：102 年 4 月 29 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 5 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、刊物編採、市政行銷、廣播宣導等業務，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下：

一、國際優質樂團代言，提升城市能見度

2012 本府代言人五月天四場演唱會吸引 20 萬人次觀賞，為高雄市創造 5 億以上觀光產值，2013 年五月天續任本市全球代言人，透過短片、宣傳照片與廣播錄音等方式行銷本市，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。

二、與國際知名頻道合作製播城市紀錄片

2013 年與新加坡全球紀實有限公司台灣分公司合作，拍攝 2 支城市紀實影片。分別由 Discovery 頻道拍攝高雄城市紀錄片，介紹本市重大建設發展及未來亞洲新灣區展望。TLC 頻道則由主持人 Janet 與在地高雄人一同探訪高雄特色旅遊景點，結合亞洲音樂城市及文創高雄之觀點，推廣高雄深度旅遊。2 節目將於今年 10 月透過國際頻道播出，在亞太地區 33 國 3 大頻道至少播出 628 次，以提高本市國際知名度。

三、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，並搭配「亞洲新灣區」重點建設行銷，設計專屬意象 LOGO，強化高雄國際城市之定位。

四、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，於本局官網推動電子化刊物，並開發「高雄不思議」App 及臉書，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。

五、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。

六、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 9 月至 102 年 2 月）

■精簡人力有效運用

本局暨所屬高雄廣播電臺貫徹本府人力精簡政策，精簡員額 5 人，以平均 40 歲年輕化的精實人力，秉持幹練積極的任事態度，掌握城市脈動，以創新思維，扮演新聞聯繫、政策宣導與城市行銷角色，展現幹勁與活力。

運用志願人力，優化服務貼近市民，計成立 1 志工隊，27 位志工，在 101 年度配合電臺業務推展，計服務 2,890 小時、6,786 人次。

■新聞行政與管理

一、電影片映演業之輔導與管理

(一)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 19 家電影院。

(二)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 9 月至 102 年 2 月共計實施臨場查驗 83 家次，未發現違法情事。

二、錄影節目帶業之輔導與管理

(一)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。

(二)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 9 月至 102 年 2 月共計查察 52 家次，查扣違法光碟 575 片，依規定移送文化部影視局核處。

101年9月-102年2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	83家次		本市計有19家電影院
錄影節目帶業	52家次	575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

- (一)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9月至102年2月計處理114件次（慶聯40件、大信15件、港都31件、大高雄5件、鳳信15件、南國8件）。（截至102.2月底）
- (二)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9月至102年2月共裁處違反「有線廣播電視法」規定者計27件次，依法罰鍰計新臺幣394萬元。
- (三)每年由專家學者組成之費率審議委員會，執行當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。

102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

- (一)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。

(二)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。

■新聞服務與城市行銷

一、重視民情輿情蒐集媒體報導

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，陳報各級長官，並分送相關局處參辦，101年9月至102年2月計剪輯報紙新聞資料逾1萬2,589則，蒐集電視新聞摘要1萬306則。

二、新聞發布

(一)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，並上網供民衆閱覽，101年9月至102年2月共發布489則。

(二)於市議會開議期間（101年11月6日至12月4日），成立議會小組發布新聞稿共33則，使民衆瞭解議會重大決議與質詢焦點。

三、辦理多元媒體行銷案

(一)電子媒體與廣播媒體

101年度製作多支行銷短片，包含「繽紛秋冬就在高雄行銷短片剪輯」、「要去高雄活動短片」、及「我愛高雄」行銷短片，透過全國性媒體頻道露出，行銷本市重大活動及市政建設及特殊人文風情，吸引大量觀光及消費人潮。

為拓展本市國際知名度，與新加坡全球紀實有限公司台灣分公司合作，拍攝2支城市紀實影片。分別與Discovery頻道合作拍攝高雄城市紀錄片1支，與TLC頻道合作製播高雄特色旅遊節目，結合亞洲音樂城及文創高雄觀點，推廣高雄深度旅遊，將於今年10月透由國際頻道向亞太地區播出，計有24國家，3億4,300萬收視戶，並以8種不同語言播出，期透過國際媒體通路，藉其廣大收視戶及頻道國際知名度，有效塑造高雄正面形象，提高本市國際知名度。

另，辦理本局多媒體簡報節目影像剪輯更新案，製作新版中、英、日與台語發音的高市簡介，已接待過美國、日本、中國、澳洲、馬來西亞等各國交流訪問團，讓外賓能以最短的時間綜覽高雄全貌，了解本市現況。

(二)平面及網路媒體

為行銷宣傳本市亞洲新灣區重大市政建設與環狀輕軌等建設，以帶動經濟產業發展，透過平面媒體、商業性期刊、世界年鑑刊物與公益性月刊廣告等媒體通路，使各界民衆瞭解本市未來都市建設之發展與展望。

並針對 101 年底高雄多項秋冬活動，以「繽紛高雄 冬賞春遊」為主題，行銷高雄美食、跨年系列活動、月世界、興達港情人碼頭、六龜及新春花海等特色景點，與新春節慶活動進行各式媒宣行銷，於商業性期刊與平面雜誌、平面報紙媒體及旅遊專刊等通路刊登廣告，行銷大高雄之繽紛魅力。另針對本市榮獲素有【綠色奧斯卡】之稱的 2012 年國際宜居城市獎 1 金、1 銀、3 銅之佳績，透過平面媒宣「高雄國際宜居城市成果」廣告，讓市民共享榮耀和光榮感。

(三)其他多元媒宣廣告案

為加強行銷本市秋、冬兩季重大活動，以「繽紛秋冬，就在高雄」為主題，於新聞網站刊登 Banner 廣告，加強宣導。並將「我愛高雄」等城市行銷短片提供本市各商圈及公共場域播放，同時運用公車候車亭燈箱版面、帆布廣告刊登「高雄國際宜居城市獲獎成果」。

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「102 年高雄都市行銷暨道安宣導多元媒宣採購案」。內容包括五月天擔任都市行銷暨道安宣導代言人、出席國際記者會等。

此外，本局亦辦理「運用高雄捷運車廂內媒體創意版面刊登交通安全暨市政宣導廣告案」，製作五月天高雄不思議高捷專車，101 年 12 月起運行一個月，吸引大批國內外旅客搭乘專車，專車設計含括高雄特殊景色、美食小吃及亞洲新灣區之建設，讓乘客更了解本市人文風情及未來願景。

(四)道路安全宣導業務

為維護道路交通之安全，透過各式媒體通路，如廣播節目製作、戶外帆布廣告、道安多媒體電視、交通安全宣導電視節目製播、公車車體廣告、平面媒體廣告，道安宣導摺頁等通路，加強宣導「老人安全」、「酒駕防制」、「機車安全」、「禮讓行人及禮讓行車道安宣導」與「禮貌高雄 尊重路權」等道安觀念，強化民衆重視道安觀念，遵守交通規則，以預防交通意外事故發生。

此外，透過各項道安創新作為：擴大道安短片露出管道，在 MOD 通路播出五月天道安短片、成立「高雄不思議」臉書粉絲專業進行道安有獎問答，吸引超過兩萬多人次參與討論；拍攝道安微电影『保持距離愛更近』，並在 youtube 與高雄不思議臉書及本局 APP 行銷。讓民衆在生活中快速的接觸道安宣導觀念，進而提高宣導效益。

結合五月天諾亞方舟演唱會設攤，辦理有獎問答及遵守交通規則宣誓活動，發送五月天代言之系列道安宣導品，共計發出約 1 萬 8 千多份道安宣

導品、摺頁及專刊，成果卓著。

另透過高捷創意版面露出，於捷運車站燈箱及站內刷票機、月台玻璃門、手扶梯橫梁海報、車廂內海報刊登「我愛高雄 守規則」系列廣告，並發送 3 萬張捷運票卡貼紙，宣導不飆車、不酒駕及禮讓老人等觀念。

同時主動出擊，前進偏鄉進行道安宣導，針對 A1 事故發生率較高及偏鄉戴帽率偏低現象，分別於假日期間前往林園區夜市場、旗山區香蕉文化節、岡山羊肉文化節及美濃月光音樂節進行多元道安宣導活動，落實宣導在地化，也獲得在地市民熱烈迴響。

四、媒體服務與聯繫

(一)國內媒體

配合舉辦各項大型活動，設立媒體服務中心，協助發送採訪證，並提供媒體通訊錄、局處主管及新聞媒體通訊錄，並辦理媒體聯繫雙向溝通等。

(二)國際媒體

邀請國際媒體人員來本市參訪或拍攝，並協助採訪事宜等相關服務。自 101 年 12 月起至 102 年 2 月，共計有來自德國、香港、日本、新加坡、馬來西亞、中國、愛爾蘭、南非、甘比亞、海地、宏都拉斯、尼加拉瓜、巴布亞紐幾內亞、蒙古，共 14 國，120 人蒞高參訪，提升高雄國際形象及能見度。

五、辦理城市行銷活動

巡迴世界的五月天「諾亞方舟」演唱會以代言城市高雄為航行終點，101 年 12 月 21 日在世運主場館的「末日狂歡版」、12 月 22 日「明日重生版」及 12 月 30 日、12 月 31 日「特別加場版」等 4 場演唱會，共 20 萬人參與，吸引超過 10 萬國內外遊客造訪高雄，周邊觀光產值達五億元以上。

■綜合出版與主題活動行銷

一、定期刊物

(一)發行電子期刊、電子報及印製《高雄畫刊》紙本，並建置於本局官網

- 1.「高雄畫刊」電子期刊，101 年 9 月至 102 年 2 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 9 月至 102 年 2 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 多個地點供民衆索閱，以瞭解本市相關資訊。
- 2.另以 PDF 檔電子書上傳本局官網提供網友瀏覽，亦於新開發之「高雄不思議」App 同步提供智慧型手機持有者下載閱讀。
- 3.「今日高雄」雙週電子報，以介紹市政活動、觀光旅遊、藝文展演

及地方特色等資訊為主，101 年 9 月至 102 年 2 月共出刊 10 期，每期發送約 6 萬餘人次。

- (二)發行《Maritime Capital Kaohsiung 海洋首都高雄》中英文雙月刊
每 2 個月出刊 1 期，101 年 9 月至 102 年 2 月共發行 3 期，每期發行 1 萬 2 千份，置於機場、捷運站、旅客服務中心、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、外觀光人士及民衆索閱。另，將刊物內容之電子檔上傳至本局官網，提供更多讀者閱讀。

二、不定期刊物

(一)高雄美食導覽專書

為城市行銷，並符合時下背包客之慢活、深度旅遊之觀光潮流，本局構思以介紹大高雄在地小吃、美食為導覽地圖，與墨刻出版社之旅遊專書結合，藉由出版社之國內連鎖書店，與機場、高鐵等國內交通樞紐書店，以及香港、澳門、新加坡與馬來西亞等海外發行通路，希望零距離呈現高雄巷子裡的在地美食，讓讀者跟著美食的腳步認識高雄，進而對高雄有更深層體認與感動，也強化本市國際行銷面向。

(二)2013 年高雄市月曆

2013 年月曆內容依高雄市慶典、文化、農、漁特產、季節及觀光景點等特色為設計主題，傳達本市所具備之城市優勢，帶給民衆生活面向的各種豐富感受。

(三)中、英、日文高雄精品摺頁及海報

為將高雄精品推薦國內外遊客，並行銷至國際，增進城市品牌觀光、文化休閒等經濟效益，進而提升本市之知名度，印製高雄精品中文摺頁 10 萬份、英、日文摺頁各 2,000 份及海報 1,000 份，並發送至公務機關、機場、火車站、捷運、旅遊中心等地，加以宣傳。

(四)2012「繽紛秋冬 就在高雄」海報印製、配送

印製「2012 繽紛秋冬就在高雄」海報，整合行銷本市 101 年 10~12 月份大型活動，並分送至本市各機關單位及學校、台鐵各車站、各縣市旅行公會等協助張貼宣傳。

三、網路行銷

(一)「高雄不思議」臉書

「高雄不思議」臉書於 2012 年 1 月 3 日創立，至 2013 年 2 月，粉絲團人數已超過 52,000 人，配合市政向廣大之社群媒體網路使用者宣傳重大建設、社福政策、節慶活動等軟性議題，以達到發佈高雄市政訊息、

強化城市行銷及凝聚地方情感等目的。

(二)「高雄·不思議」App

「高雄·不思議」App 內容有「影音短片」、「市政新聞」、「活動行事曆」、「今日高雄」電子報等訊息，以及《高雄畫刊》等電子書，將市政新聞資訊、活動、電子報等轉化為行動即時動態訊息，透過行動裝置傳遞給民衆，提增民衆對高雄相關資源之運用與活動參與力。

四、主題活動行銷

(一)辦理「2013 高雄跨年晚會」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。

1.活動內容：

101 年 12 月展開 3 場系列活動，12 月 1 日在林園區廣應廟舉辦「超級夜總會」、12 月 9 日舉辦「大氣球遊行」、12 月 31 日舉辦「2013 高雄跨年晚會」，計吸引超過百萬市民與國內外遊客共同參與，為大高雄創造觀光商機，提升高雄國際能見度。

2.高雄跨年晚會活動、五月天演唱會及義大世界跨年晚會，不僅使高雄捷運跨年夜疏運達 47 餘萬人次，創日運量歷史新高，比 2011 年的跨年運量大增 52%；高市各飯店和旅館更是一房難求，高雄跨年晚會超過 70 萬民衆參與，更使周邊購物中心來客數成長 63%，業績成長 37.4%成功帶動住宿及餐飲的經濟產值，為大高雄帶來廣大經濟效益。

(二)結合民間資源協辦大型活動

協助民間舉辦大型活動，以達行銷本市，吸引外縣市民衆至本市觀光：

1.協辦「2012MTV 愛瞎佛搖滾音樂派對」

協助辦理 10 月 5 日於時代大道舉辦「2012MTV 愛瞎佛搖滾音樂派對」，活動內容包含柯有倫、戴愛玲、謝金燕、張芸京、林宗興、自由發揮、八三夭等知名藝人開唱，吸引超過 3 萬人參加。活動當日 SNG 連線，並於活動開始前播放高雄市行銷短片，且經由 youtube、Facebook 網站、電視 CF 短片播送、MTV 台播放及媒體報導等宣傳效益，增加高雄城市曝光、提升觀光效益與本活動露出。

2.協辦「2013 義大世界跨年晚會」

本局擔任該活動指導單位，協助義聯集團邀集本府相關局處協助規劃並執行該活動之交通管制暨安全維護計畫。活動節目內容請來胡瓜、天心、歐漢聲主持，並邀請蘇打綠、謝金燕、模王幫、嚴爵等知名藝

人演出，當天吸引 55 萬人次到場參加；運輸接駁於 1 月 1 日凌晨 4 點順利收班。

3. 與陳中和基金會合辦「魅力高雄」攝影比賽

今年 9 月亞太城市高峰會於高雄市召開期間，本府與陳中和基金會合作，計畫於高雄巨蛋迴廊會場，以高雄之美為主題展出「魅力高雄」攝影作品，充分結合民間資源，運用國際會議機會，行銷大高雄地景之美及觀光產業。

「魅力高雄」攝影比賽相關作品徵件及活動宣傳，已積極展開，本局亦運用多元媒體通路配合宣傳。

■ 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

(一)製播優良精緻節目參加 101 年廣播金鐘獎競賽榮獲 4 項入圍並獲得 2 座金鐘獎－「社區節目獎」及「音效獎」。

(二)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，將主要政策及訊息，透過現場直播進行市政宣導與行銷，說明施政內容，即時回應民衆建議。每日製播 5 檔整點新聞、「輿情回應」及 20 分鐘「行動市府」，共 7 個現場時段，報導本市工務、環保、教育、農業觀光、社會福利、交通治安、勞工等重要施政作為及成果。

2. 持續開闢大高雄各行政區特色報導，宣導大高雄自然生態及特產。配合高雄各行政區產業文化節邀訪首長製播特別報導及製作宣傳帶，提供大高雄市政及相關活動訊息。計報導「岡山羊肉文化節」、「橋頭花田喜事」、「大寮紅豆節」、「國際宜居城市」、「太陽光電城市及綠建築」、「大彩虹音樂節」、「永安石斑魚文化節」、「彌陀虱目魚文化節」、「梓官及茄萣烏魚文化節」、「2012 繽紛冬季」、「茂林黑米祭」、「美濃白玉蘿蔔節」、「迎接亞洲新灣區」、「2012 高雄風雲戲獅甲」、「2012 高雄電影節」、「2012 高雄左營萬年季」、「小林平埔夜祭」、「中秋節系列活動」、「草地音樂會」、「2012 岡山籃筐會」、「美濃田園音樂節」、「2012 鋼雕藝術節」、「五月天 2012 世界巡迴演唱會」、「2013 高雄國際馬拉松賽」及「路竹蕃茄文化節」等。

3. 每週製播 5 則「市政部落格」單元報導最新市政措施及活動，如 2013 MIZUNO 高雄國際馬拉松、逗陣來抓龍－視障按摩院所、友善城市、流感疫苗施打、公共運輸年運量突破 1 億人次、寒假送溫情、老人與假牙、魅力漁港蚵仔寮票選第一、黑膠唱片特展、春節交通規劃；5 則

「高雄百寶箱」報導大高雄風土民情及旅遊觀光等，如六龜原生茶、高雄精品系列、大社蜜棗、旗津天后宮、三鳳宮等；2 則重要市政行銷宣傳帶，如 2013 不思議港都跨年活動、捷運南岡山站通車、高雄過好年、2013 高雄燈會藝術節、五月天演唱會公共運輸、2012 高雄戲獅甲、2012 高雄左營萬年季、2012 高雄電影節、岡山羊肉文化節、高雄市文化公車等，並與媒體進行策略聯盟託播，擴大行銷效益。

(三)辦理市政行銷活動

- 1.101 年 12 月 31 日全程實況轉播 2013 高雄不思議跨年晚會。
- 2.101 年 12 月進行擴大交通安全 call in 有獎徵答活動。
- 3.102 年 2 月高雄燈會藝術節：

製播宣傳帶 6 則於本臺頻道密集播放，並與其他電臺策略聯盟播放。

(四)跨局處合作

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。

(五)關懷弱勢及服務少數族群

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 3 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）「Newsday」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「活力高雄」節目，邀請各單項運動委員會人員介紹各項運動推廣情形及比賽訊息，提升運動風氣。

(六)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。

(七)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，每週各一次與屏東縣政府合作製播節目，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。

(八)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。如報導旗山老街、美濃敬字亭、六龜龜王文化祭、甲仙及杉林等偏遠山區旅遊、中都濕地公園、高雄精品、多納黑米祭、茂林紫蝶幽谷、田寮月世界、寧靖王文化祭、卡那卡那富「米貢祭」及岡山籃籬會等。

(九)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，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，提供民衆最新災情及緊急避難措施等資訊。如 102 年 1 月 29 日高

- 雄市大停水，本臺立即插播相關訊息，呼籲民衆節約用水及儲水備用。
- (十)製播「麻吉高雄人單元」，邀訪高雄市議員分享生活智慧及成長點滴，強化民衆對民意代表之認識，至今年 2 月共邀訪 12 位市議員。
 - (十一)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

- (一)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、聽衆最多大高雄市新聞。
- (二)全程實況轉播高雄市議會第 1 屆第 4 次定期大會「市長施政報告」與「市政總質詢」，提供民衆即時資訊、增進民衆對市府及議會瞭解。
- (三)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。
- (四)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。
- (五)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。
- (六)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」、「高雄輕軌捷運」等亞洲新灣區重大建設新聞報導。
- (七)加強「公共腳踏車租賃系統」、「推動綠建築」、「補助建置太陽光電系統計畫」、「各項捷運、公車優惠措施活動」、「空氣污染防治改善成效」等環保、節能減碳工作相關新聞報導。
- (八)報導「國際宜居城市獎獲 1 金 1 銀 3 銅」、「1999 服務入選國際城市創新獎」、「達成區區有公車」、「南岡山站通車」、「旗山轉運站暨旗美國道電動公車啓用」、「公共運量破 1 億人次」、「無障礙評比 22 縣市排名第一」、「消防局綜合大樓暨中央災害應變中心南部備援中心啓用」、「寶業滯洪公園啓用」、「五甲公園」、「旗山區鼓山公園景觀改善完工啓用」、「林園 2 座里民活動中心啓用」、「仁武後港巷穿越中山高速公路涵洞拓寬工

程動工」、「義大二路路面改善工程」、「岡山大仁橋、岡燕橋通車」、「田寮區埔頂橋改建動土」、「林園海洋濕地公園動工」、「鹽埕綠廊全線完工啓用」、「西臨港線自行車道全線完成」、「推動陽光屋頂計畫」、「推動高雄厝綠建築計畫」、「推動綠能及文創產業」、「獎勵拍片推動影視產業」、「都委會審議通過南北兩大投資案」、「市圖中庄分館動土」、「全國最大公共托嬰中心開幕」、「坐月子到宅服務」等市政建設成果新聞。

(九)配合高雄市「2013 高雄燈會藝術節」、「2013 旗山燈會」、「2013 岡山燈會」、「Wow 高雄！2013 不思議港都跨年夜」、「大氣球遊行」、「高雄過好年」、「商圈購物·百萬添福」、「2013 高雄春天藝術節」、「Fashion's Night Out 全球購物夜」、「大高雄國際無車日」、「高雄左營萬年季」、「高雄電影節」、「戲獅甲藝術節」、「大彩虹音樂節」、「瘋狂達利特展」、「積木夢工場」、「MTV 搖滾音樂派對」、「高雄國際鋼雕藝術節」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、榮耀分享

一、高雄廣播電臺榮獲 2 座金鐘獎

高雄廣播電臺參加 101 年廣播金鐘獎競賽，榮獲【最佳社區節目獎】及【音效獎】二項殊榮。

(一)【最佳社區節目獎-天下一家親節目】

由溫文相主持，節目深入社區發掘美濃小鎮社區故事，如外籍配偶、送報生生涯及遊子返鄉等議題，小人物真情流露及動人故事深刻刻劃社區形貌，並結合 10 大觀光小鎮之名，讓美濃小鎮除觀光層面外，更增人文價值，益加令人動容。

(二)【音效獎-奇幻島節目】

由亞瑟及小雨主持，奇幻島為高雄電臺歷史悠久之兒童節目，以學齡前及國小低年級兒童為主要聽眾群，節目內容採說故事及帶領兒童探索科學領域方式呈現，節目善用歌曲、音樂、各式音效及科幻效果，大大提昇兒童收聽意願，為兒童提供優質豐富及純淨的廣播節目，增進其休閒活動內涵，提昇視界。

二、自製行銷短片榮獲全國第一

配合行政院人事行政總處地方行政研習中心 101 年度推動公務人員數位學習實施計畫，本局同仁與人事處合作自製城市行銷短片「關鍵打狗時刻」參加行政院主辦競賽，在 220 支參賽作品中榮獲全國第 1 名，並獲邀至全國性成果發表會心得分享。

肆、未來工作重點

本局未來的工作重點，茲分述如後：

一、推動有線廣播電視產業持續發展

(一)加強本市 6 家有線電視違規廣告管理，積極處理有線電視消費者申訴案件，以保障收視戶權益。

(二)充實公用頻道內容及多樣性，製作藝文性、公益性、社教性等節目，並協調有線電視業者於公用頻道輪播各台地方新聞，讓民衆瞭解最在地、即時之大高雄資訊。

二、加強國內外行銷及媒體雙向溝通

(一)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及國際人士，行銷高雄，增加城市能見度，提升市民幸福、光榮感。

(二)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，增加與民衆直接互動，強化市政行銷宣傳效益。

(三)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。

(四)配合亞太城市高峰會，攝製中、英、日文版宣傳短片，向國際行銷本市獨有城鄉風貌、多元文化、農漁等特產，及各項軟硬體建設成果。

三、加強推動優質刊物及電子化行銷

(一)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。

(二)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。

(三)加強「高雄不思議」APP 及臉書，運用網際網路及行動載具無遠弗屆和便利之特性，將市政建設成果迅速傳遞國內外。

四、持續高雄電臺多元化優質服務

(一)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。

(二)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。

- (三)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。

伍、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，在全體市民、議會及市府共同努力之下，打造大高雄為科技、文創、綠能、農漁與觀光的國際港灣、宜居城市。

面對嶄新的2013年，我們仍會繼續開創各項資源及行銷通路，配合市政發展方向，全力提升本市國內外知名度，型塑大高雄為國際港灣城市、繽紛熱情之都形象，強化高雄市在全球都市的競爭力。

謹將上次大會以來本局業務執行之概況提出報告，尚祈各位議員先進多予指導及支持，新聞局全體同仁將繼續全力以赴，讓高雄越來越好。

再次感謝議長、副議長、各位議員女士、先生的支持！

謹祝 大會圓滿成功，謝謝！