

二十八、高雄市政府新聞局業務報告

日期：102 年 10 月 28 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 6 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「高雄—亞洲新灣區」、「高雄—亞太前進新力量」行銷主軸，形塑本市成為「幸福高雄」、「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、引進國際品牌活動，積極爭取黃色小鴨到高雄展出

積極爭取國際知名的黃色小鴨台灣首站到高雄展出，作為高雄城市行銷的領先指標，繼而帶動城市觀光、文化活動、交通整合、在地農特產行銷、市政團隊合作、民間企業協力、文創能量大幅提昇和國際知名度的擴散等，以成功展現高雄國際形象。

二、製播優質公用頻道節目於全國及國際頻道合作播出

製作「玩客瘋高雄」、「高雄 38 條通」等優質節目，於第 3 頻道播出，並創新與全國及國際頻道合作播出，將高雄的休閒觀光景點及美食、豐富物產等地文化特色廣為介紹給全國觀眾認識，期能推廣高雄文創、觀光產業並行銷在地特有產品。

三、國際優質樂團代言，提升城市能見度

2013 年持續請形象清新、深受國內外年輕族群喜愛的亞洲流行音樂天團「五月天」為本市全球城市代言人，透過短片、宣傳照片與廣播錄音等方式行銷本市及亞太城市高峰會活動，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，增加與民眾互動機會，提升本市國際能見度。

四、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 節目於今年 10 月起透過國際頻道播出，在亞太地區 33 國，6 種語言，3 大頻道至少播出 628 次，以提高本市國際知名度。

五、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，並搭配「2013 亞太城市高峰會」及「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。

六、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。

七、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。

八、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（102 年 3 月至 102 年 8 月）

■年輕化人力精實有效運用

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，成立 1 個志工隊，22 位志工，在 102 年度配合電臺業務推展，計服務 1,530 小時、2,950 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，102年3月至102年8月共計實施臨場查驗80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，目前本市計有115家錄影節目帶業（製作業）。

(二)為執行錄影節目帶分級制度，會同本府警察局查察錄影節目帶租售店（含超商）、MTV等地點，是否有販售違法錄影節目帶（含影音光碟），102年3月至102年8月共計查察58家次，未發現違法情事。

項 目	查察家次	備註
電影片映演業	80家次	
錄影節目帶租售店	58家次	

三、出版事業之管理與輔導

(一)依據兒童及少年福利權益保障法、兒童及少年性交易防制條例及相關法令規定，辦理出版事業之管理。

(二)為貫徹執行，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規定，102年1月份至102年8月份，計查獲核處10件，罰鍰共計新臺幣50萬元，餘8件陳述意見。

四、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，均即刻處理，或配合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。102年3月至8月計處理102件次（慶聯40件、大信11件、港都24件、大高雄1件、鳳信16件、南國10件）。（截至102.8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，102年3月至8月共裁處違反「有線廣播電視法」規定者計60件次，依法罰鍰計新臺幣1,519萬元。

(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	◎慶聯、港都、大信、大高雄—	◎慶聯、港都、大信、大高雄—

電視 費率	每戶 500 元/月。 ◎鳳信—每戶 510 元/月。 ◎南國—每戶 550 元/月。	每戶 167 元/月。 ◎鳳信—每戶 170 元/月。 ◎南國—每戶 183 元/月。
----------	---	---

五、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】3 家地方台新聞首播時段為早上 07:00 至 8:30；另重播時段為 10 時、13 時、20 時播出「港都新聞」；13 時 30 分、17 時 30 分、19 時播出「鳳信新聞」；12 時 30 分、15 時 30 分、19 時 30 分播出「南國新聞」；其它時間為自製節目、教學節目、精選藝文節目等。

(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。

(三)為發揚地方文化、豐富公用頻道節目內容，製播優質節目於本市公用頻道及全國性頻道播出，以擴大行銷效益，例如玩客瘋高雄、高雄 38 條通等節目。

■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，102 年 3 月至 102 年 8 月計剪輯報紙新聞資料逾 13,501 則，蒐集電視新聞摘要 11,304 則，讓市府施政與民意更加貼近。

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，102 年 3 月至 102 年 8 月共發布 481 則。

(二)於議會市政總質詢期間（102 年 5 月 7 日至 102 年 6 月 4 日），成立議會小組發布新聞稿共 29 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

102 年度製作多支行銷短片，包含「102 年度大型活動行銷短片製作」、

「2013 亞太城市高峰會短片攝製」、「永續高雄都市行銷短片」等，透過全國性媒體頻道露出，行銷本市重大活動及特殊人文風情，吸引觀光及消費人潮。

2013 年與新加坡全球紀實有限公司台灣分公司合作，拍攝「亞洲新灣區-高雄」及「高雄愛玩樂」2 支城市紀實影片，2 節目安排於今年 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及能見度，並吸引國外觀光客到高雄一遊。

另，辦理 102 年永續高雄都市行銷短片攝製案，製作中、英、日發音的高雄都市行銷短片，呈現城市轉型、行銷本市多元文化、及持續進步發展的成果。

(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。

辦理 102 年度大型活動行銷短片製作，製播 30 秒短片，行銷大高雄之繽紛魅力，使民衆了解各區不同精彩活動內容與期程。

(三)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、有線電視跑馬、公用頻道、發送道安宣導摺頁，以及結合大眾運輸系統（捷運、公車、候車亭）等，加強宣導「老人交通安全」、「酒駕防制」、「機車、自行車交通安全」、「駕駛人及乘客應繫安全帶」與「禮讓行人及禮讓行車道安宣導」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。

擴大道安短片露出管道，在超商通路、高雄市公用頻道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 2 萬多人次參與討論；邀請偶像「郭雪芙」擔任高雄道安天使，拍攝道安短片『馬路上微笑的花』、『我們的小改變、高雄交通更美好』，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而方便的接觸道安宣導觀念，進而提高宣導效益。

運用公車外車體刊登「不酒駕、不超速及禮讓行車」廣告，結合本市 15 條公車行經路線，涵蓋高雄市區與偏鄉地區加強宣導，以減少交通事故發生。為加強提醒民衆確實遵守「不酒駕」等交通安全規則，以保障每一位用路人的安全，並於本市 15 個公車候車亭燈箱刊登五月天

宣導「愛自己、愛家人、絕不酒駕」廣告。

另透過高捷創意版面露出，於高雄捷運三多商圈站、美麗島站、高雄車站、巨蛋站、左營站，刊掛布幔、月台層玻璃門、創意壁貼、長廊布旗及 30 列高捷紅、橘線列車車廂刊登刊登「我愛高雄不酒駕、拒當低頭族、不飆車」系列廣告。

辦理「102 年暑期青少年交通安宣導活動」、結合本市重大活動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，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旗山母親節表揚活動、楠梓衛生所衛生篩檢活動及大樹鳳荔觀光季活動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

1. 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 102 年 2 月起至 102 年 6 月，接待外交部邀訪之運動觀光國際記者共計 16 名，荷蘭資深記者 1 名及加拿大渥太華公民報專欄記者 1 名，參訪駁二藝術特區、旗津、西子灣、蓮池潭等地方，以提升高雄國際形象及能見度。
2. 今年九月「亞太城市高峰會」，邀請二百多位國內外媒體參訪，擴大高雄城市宣傳效果。

■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，102 年 3 月至 102 年 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，102 年 3 月至 102 年 8 月共出刊 4 期，每期印製 4 萬 5 千冊，放置於飯店、車站、機場、書局、觀光景點及賣場等 150 多個以上地點供民衆索閱，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，亦於本局開發之「高雄不思議」App 同步提供智慧型手機、平板電腦等行動載具持有者下載閱讀。

3. 「今日高雄電子報」採雙週發行，以介紹市政活動、觀光旅遊、在地美食、藝文展演及地方特色等資訊為主，102年3月至102年8月共出刊13期，每期發送約6萬餘人次，並於「高雄不思議」App同步供智慧型手機持有者瀏覽閱讀。

(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，102年3月至102年8月共發行3期，每期發行1萬2千份，置於機場、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，介紹本市1,000家道地小吃店以及超過1,500道高雄在地美味，並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)共同出版「魅力高雄攝影專輯」

與陳中和翁慈善基金會合作，徵集以高雄自然景觀與人文風貌主題的照片，並集結成冊，受邀擔任「魅力高雄攝影專輯」共同出版單位。並於9月亞太城市高峰會召開期間，假義大世界購物中心，以高雄之美為主題展出這些攝影作品，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。

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9月中，粉絲團人數已超過84,000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)成功爭取荷蘭設計師霍夫曼的「黃色橡皮鴨」到高雄首展。成功行銷本市，有效提升城市能見度，創造觀光行銷效益。

- 1.展出期間：9月19日至10月20日，為期1個月。
- 2.展出地點：本市光榮碼頭。
- 3.活動特色：在本市展出之黃色橡皮鴨主體為世界第二、亞洲最大，高達18公尺（約6層樓高），浮台底座直徑15公尺，吸引民衆目光。
- 4.活動效益：結合旅宿業、遊艇業等觀光旅遊優惠配套、攤位招商及販售小鴨人氣商品，帶動本市觀光旅遊商機，預期可吸引超過300萬參觀人次，經濟產值上看10億元。

(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.「2013 藝想樂園嘉年華」活動

102年3月30、31日在時代大道舉行，藉由各式表演及競賽，舞動出豐富的地方文化特色與夢想，表現出歡樂愉悅的嘉年華精神。嘉年華會分成四大主軸，花車踩街遊行、兒童踩街遊行、藝想聚落、Ami Fashion Collection 時尚走秀，使活動成為春假期間南台灣最熱情的嘉年華盛會。

2.「2013 高雄啤酒節」活動

102年7月19-21日在時代大道舉行，豐富的趣味競賽、水派對、萬人星空派對，邀請朱俐靜、陶妍霖、郭書瑤、艾怡良、安心亞、女孩與機器人、李佳葳、杜俊瑋、激膚樂團、By2、熱狗、魏如昀、旺福、A-Lin等歌手接力演出，吸引民衆前來並創造觀光產值。

3.「2013 大高雄超級搖滾日」演唱會

透過與民間共同主辦演唱會之機會，邀請知名的日本團體 FLOW、MAN WITH A MISSION，台灣搖滾神團伍佰 & China Blue、雷鬼搖滾首席 MATZKA、來自高雄的龐克樂團滅火器等，在高雄世運主場館同場演出！帶動食宿、交通等演唱會周邊觀光效益，創造城市行銷產值。

■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)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及特別展出，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「內門宋江陣」、「世界運動舞蹈大賽」、「高雄過好年」、「2013 高雄燈會藝術節」、「布魯塞爾世界烈酒大賽」、「環球購物中心開幕」、「大高雄超級搖滾日」、「大高雄美食攻略新書行銷」、「自力造筏競賽」、「政府服務品質獎」、「夏日高雄系列活動」、「甲仙芋筍節」、「大崗山龍眼蜂蜜文化節」、「2013 庄頭藝穗節」、「2013 春天藝術節」、「旗津海洋音樂季」、「內門火鶴花」、「高雄輕軌」、「凱旋及金鑽夜市盛大開幕」、「美濃黃蝶祭」、「高雄啤酒節」、「高雄起飛城市熱氣球嘉年華」、「高雄市兒童藝術教育節」、「幸福三太子」、「高雄購物節」、「2013 海洋博覽會」、「鳳荔觀光季」、「國際龍舟競賽」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寶業里滯洪池、寶山部落假日市集、夢裡橋改建工程、岡山公園、寶來大街環境整建、APCS 亞太城市高峰會、青春設計節、瀑底山音樂節、米開朗基羅特展、旗山轉運站、狂犬病預防、大高雄旅遊路線票選、孕媽咪資源中心、山仔頂滯洪池啟用、高雄市環狀輕軌、禁宰活禽大執法、茄萣海岸復育等，與媒體進行策略聯盟託播，擴大大行銷效益。

(二)辦理市政行銷活動及節目講座

102 年 5 月 21 日法律講座「婚姻與財產」—陳樹村法官主講。

102 年 6 月 15 日「快樂數學講座」—劉清田主講。

102 年 6 月 18 日幸福家庭講座「從新（心）開始建構優質家庭關係」—高雄市學生輔導諮商中心主任鄭如安。

102 年 6 月 22 日舉辦中都濕地公園生態導覽。

(三)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。

(四)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。

(五)與交通大隊合作，於交通尖峰時段加強即時交通路況現連線報導，並於 6 月擴大辦理交通安全 call in 有獎徵答，全日現場節目開放聽友 call in 回答交通安全題目，強化交通安全宣導。並強化交通安全宣導事項。

(六)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。

(七)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，提供民眾最新災情及緊急避難措施等資訊。如 102 年 7 月 12 日蘇力颱風來襲，本臺立即插播相關訊息並延長播音製播防颱特別報導，呼籲民眾做好防颱工作。

(八)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，強化民眾對民意代表之認識，自 102 年 1 月至 3 月共邀訪 17 位市議員，製播 55 集。

(九)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、聽眾最多大高雄市新聞。

(二)全程實況轉播高雄市議會第 1 屆第 5 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。

- (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、勞工安全及登革熱、腸病毒、狂犬病防治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)加強報導高雄將舉辦亞太城市高峰會、世界運動舞蹈大賽、世界烈酒大賽暨酒類博覽會三大活動相關新聞。
- (八)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。
- (九)報導「2013 國家卓越建設獎高市獲 23 項大獎」、「高市獲 3 項政府服務品質獎成績全國最優」、「高市每人享綠地面積全國第一」、「旗山、岡山、小港轉運站啓用」、「岡山公園整建啓用」、「林園公 10 公園啓用」、「鳳山溪整體改善工程」、「旗津海岸線保護工程完工」、「旗津新行政中心啓用」、「茄萣區濱海公園啓用」、「前鎮之星自行車橋通車」、「高 132 線得樂日嘎大橋通車」、「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」、「推動懷孕婦女友善城市計畫」、「高市中輟生率五都最低」、「已成立 4 座公共托嬰中心」等施政成果新聞。
- (十)配合「黃色小鴨首展」、「高雄國際端午龍舟賽」、「高雄國際馬拉松」、「高雄春天藝術節」、「青春設計節」、「高雄內門宋江陣」、「鳳荔觀光季」、「藝想樂園嘉年華」、「大高雄國際搖滾日」、「大崗山蜂蜜文化節」、「甲仙芋筍節」、「旗津海洋音樂季」、「美濃黃蝶祭」、「植樹月系列活動」、「金爵獎國際調酒大賽」、「米開朗基羅特展」、「普立茲新聞攝影獎 70 年大展」等重要城市行銷、藝文活動，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

(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」，結合大型演唱會及各項國際活動之宣傳，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。

(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)攝製中、英、日文版宣傳短片，及中、英、日、韓、簡體版高雄市簡介，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。

肆、結語

今年亞太城市高峰會順利舉辦，高雄國際形象再次提升，大高雄在全體市民、議會及市府共同努力之下，已一步步向前邁進。

未來，新聞局仍將繼續引進各項資源，並擴大國內外行銷通路，全力提升高雄市國內外知名度，吸引更多人到高雄觀光投資，打造高雄成爲亞太前進的新力量。

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

再次感謝議長、副議長、各位議員女士、先生的支持！

敬祝 大會圓滿成功，謝謝！