

十七、高雄市政府新聞局業務報告

日期：112 年 5 月 5 日

報告人：局長 項 賓 和

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 1 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；謹代表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！

新聞局積極與各媒體平台建立跨領域夥伴關係，將民眾最關注的民生議題、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，並運用 Line、Facebook、Instagram、Twitter 等社群平臺，推廣在地文化及觀光資訊，持續將高雄的發展行銷至各地。

賓和謹將本局暨高雄廣播電臺 111 年下半年迄今重要工作成果及未來目標，向各位議座報告，敬請不吝指教！

貳、重要工作概況

一、發布新聞與記者會服務

(一)發布新聞提供媒體與大眾閱覽

- 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，111 年 9 月至 112 年 3 月共計發布 717 則。
- 2.另於議會 3-8 定期大會期間（111 年 8 月 5 日至 10 月 12 日），成立議會採訪小組發布新聞稿共 16 則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。

(二)配合市長市政行程，辦理新聞聯繫、媒體服務與新聞發布

111 年 9 月至 112 年 3 月份市長重要行程及新聞發布擇要紀錄如下：

111 年	
日期	重要市政新聞
9 月	1.內政部、國科會與高雄市政府共同舉行「橋頭科學園區」區段徵收工程祈福動土典，偕同行政院長蘇貞昌出席 2.與交通部長王國材主持「高雄燈塔活化啟用典禮」 3.出席「大寮社會住宅開工動土」 4.偕同總統出席世界台商總會年會

111 年	
日期	重要市政新聞
10 月	<ol style="list-style-type: none"> 1.偕同經濟部長王美花一同出席「高軟二期首棟大樓動工儀式」 2.出席「輕軌 C20-C24 路段正式開通試營運」 3.偕同經濟部長王美花出席「啟動光之展演」 4.出席「2022 台灣設計展在高雄全面開展」活動 5.偕同行政院副院長沈榮津出席「高雄捷運黃線機廠統包工程動土祈福典禮」
11 月	<ol style="list-style-type: none"> 1.出席「高市府啟動亞灣 2.0 計畫」 2.出席「前鎮亞灣智慧公宅動土典禮」 3.出席「橋頭再生水廠興建移轉營運計畫」簽約 4.出席「南臺灣首座新建型凱旋青樹社宅近完工」典禮
12 月	<ol style="list-style-type: none"> 1.至前鎮區漁港北一路視察下水道清疏作業 2.出席「第四屆市長、副市長及首長宣誓就職」 3.出席「清豐安居社宅動土動土」典禮 4.出席「七賢安居社宅動土」典禮
112 年	
日期	重要市政新聞
1 月	<ol style="list-style-type: none"> 1.偕同水利署長視察抗旱鑿井整備全力確保高雄供水無虞 2.陪同蘇貞昌院長視察前鎮漁港 3.陪同總統蔡英文至高屏溪攔河堰管理中心視察水情 4.出席蓮潭燈會開幕「ㄇㄩˊ 幾兔」水陸雙主燈吸睛
2 月	<ol style="list-style-type: none"> 1.陪同陳建仁院長下鄉參訪螺絲業者 2.偕同經濟部長王美花出席大林蒲遷村第四次說明會 3.陪同蔡英文總統視察大樹抗旱井、中鋼再生水及節水措施 4.陪同副總統賴清德出席《悲情城市》33 週年 4K 數位版特映會 5.陪同行政院長、文化部長視察鳳山無線電信所不義遺址
3 月	<ol style="list-style-type: none"> 1.高市府成立旱災應變中心說明各項節水措施 2.召開「高雄香港雙母港發布會」 3.赴日本東京及九州考察 4.市長出國期間，林副市長陪同行政院長陳建仁等人共同見證高雄港旅運中心落成啟用 5.出席大南方平台首長會議 6.至自來水公司澄清湖淨水廠視察供配水狀況 7.偕同文化部長史哲出席「見城之道」竣工啟用典禮

(三)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.配合災害應變中心或指揮中心成立，派員進駐並配合市政行程或市長視察災情發布新聞稿。
- 3.配合本府各局處大型活動的舉辦，協助發送媒體採訪證，並提供媒體通訊錄、局處主管通訊錄等，以及不定期辦理媒體餐敘、交流，以利市府與媒體建立雙向聯繫溝通。
- 4.協助本府各局處新聞媒體聯繫作業，強化媒體即時新聞露出供民眾了解。
- 5.2023 高雄跨年亞灣未來城市演唱會強化媒體服務，即時發布活動照片及新聞稿供媒體參採報導，並於迪卡儂三樓設置媒體中心，供媒體取景拍攝。

(四)記者會轉播供訊服務

辦理高雄市第四屆市長、副市長及首長宣誓就職典禮，透過轉播供訊給各家媒體使用，並進行高雄市政府臉書、高雄市政府 YouTube 等通路直播，說明本市未來施政願景。

(五)持續維運「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。112 年度持續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。

二、透過與多元媒體合作進行城市行銷宣傳

(一)平面媒體行銷宣傳

運用雜誌、報紙等平面媒體通路，透過廣告專輯企劃，以兼具深度與廣度之方式，加強宣傳本市各項施政建設成果與觀光旅遊景點。主題如下：

- 1.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。
 - (1)開創永續・城市的造局者：專題主題為「北高雄一日暢遊橋頭岡山文化地景的魅力」、「軌道建設四線齊發綠色交通永續高雄」。
 - (2)打開高雄・想像未來：宣傳主題為「築巢引鳳，高雄市以產業升級推動城市轉型」、「高雄市青年局陪伴在地青年打造自我事業」。
 - (3)為城市種一個希望：專題主題為「高雄城市玩家打造區區特色公園」，利用各區原有遊戲場或新闢公園，111 年度共投入 34 座公園改造或闢建，為孩子、親子打造夢幻城堡。

(4) 韌性大港・永續未來：宣傳「淨零城市」，利用 Podcast、SDGs 和平面雜誌、數位網站等平台讓市民了解市府利用智慧交通使用再生能源和減少交通阻塞，從而減少溫室氣體排放，達到節能減碳生活轉型的目的，使高雄蛻變成智慧、韌性、永續的淨零城市。

2. 平面報紙及雜誌：

推廣本市在地特色旅遊景點、人文美食，如岡山醒村、橋頭糖廠、岡山羊肉爐、壽山動物園、鼓山魚市場、高雄燈塔等，透過新春期間發行之平面刊物，提供最多元豐富的旅遊內容，廣邀民眾遊賞高雄，創造觀光經濟效益。

(二) 網路平臺行銷宣傳

1. 運用網路媒體多元廣告形式，行銷本市重大施政成果，強化資訊能見度。宣傳「2022 臺灣文博會」及「2022 台灣設計展」在高雄，並建置「台灣設計設計台灣」官方網站，自 111 年 7 月 7 日開通，內容集結兩大國家級展覽、活動、影音、交通及高雄幣平台等資訊，讓民眾一站式獲取所有最新訊息；另於市府官方 LINE 帳號設置選單專區以及關鍵字回應機制，便於民眾直覺操作，強化活動行銷量能，藉由活動人潮帶動高雄設計、文化、交通、觀光等相關產業。宣傳 2023 高雄燈會首度移師蓮池潭舉行，透過觀光節慶活動帶動北高雄地區的觀光發展，加強高雄蓮潭燈會宣傳效果。

2. 高雄市政府 LINE 官方帳號

截至 112 年 3 月止，好友數超過 128 萬人。受理本府各單位申請，協助宣導相關重要活動與訊息，提供市政建設、重大活動、觀光旅遊、節慶活動、民生資訊及災害應變處理及停班課通知等訊息。

3. 高雄市政府 Facebook 粉絲專頁

截至 112 年 3 月止，追蹤人數計有 48.7 萬多人。以生動活潑的文字、圖片或短片，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，以及民生資訊、災害應變處理及停班課通知等訊息，並適時與網友互動、回應民眾提問，成為市政溝通的橋樑。

(三) 透過國際行銷推廣高雄文化與特色景點

1. 運用高雄市政府官方推特 Twitter (@Kaohsiung City) 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，並適時結合市政建設成果與國際議題發布貼文，如內門宋江陣、加食延唱系列活動、愛河點燈為土耳其祈福、蓮潭燈會、追悼安倍晉三、國外入境防疫鬆綁等主題，引發國際共鳴，讓高雄與國際接軌。

2.與在台旅居之國際影音達人合作，拍攝行銷影片，111 年底與英國籍網紅合作，介紹共融式公園及高雄親子餐廳及景點。112 年 3 月與日籍網紅合作，以「加食延暢」為主軸，介紹民眾享受演唱會同時，可以順遊的高雄景點及美食，如壽山動物園、鼓山漁市場、史奴比渡輪及旗津夜間燈塔等處。

(四)運用多元方式宣傳行銷市政

- 1.運用本市公車候車亭燈箱（37 面）刊登市政行銷廣告，主題為「軌道建設四線齊發」、「運動中心」、「台灣設計展」、「庄頭藝穗節」、「壽山動物園」、「2023 高雄跨年亞灣未來市」與「春遊高雄」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。
- 2.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「軌道建設四線齊發」、「運動中心」，以宣傳市政成果。
- 3.有線電視跑馬及高雄市公用頻道（CH3）行銷宣傳
受理本府各單位申請，協助宣導重要活動與訊息，適時提供市政建設、節慶活動、災害防範、停限水等重要民生資訊，111 年 9 月至 112 年 3 月有線電視跑馬共計 347 則，公用頻道 CH3 插卡共計 269 則。

三、交通安全宣導

執行院頒「道路交通秩序與交通安全改進方案」，運用各項宣導管道及創新作為，加強用路人重視道路交通安全政策與維持良好交通秩序。111-112 年度交通安全相關宣傳成果如列表：

項次	項目	執行內容
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「勿酒駕及路口安全」，以強化民眾道安觀念。
2	運用本市公車候車亭燈箱（37 面）刊登廣告	主題為「車輛慢看停行人停看聽」
3	廣播節目製播	製播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，宣導主題包括無號誌化路口停讓、速度管理、酒駕防制、高齡者安全、汽機車行經路口減速停慢，行人優先、3 月開學季宣導大型車視野死角跟內輪差等，藉由電臺製播創意，向市民宣導正確的道安觀念。

項次	項目	執行內容
4	製播道安短片	與 YouTuber 阿達、蔡哥合作拍攝「阿達－機車轉彎」及「蔡哥－大型車安全」宣導短片，宣導高齡者騎乘機車轉彎安全及大型車安全，將短片上傳網路平臺，深入影響及帶領長輩正確用路行為及觀念。
5	全國電視宣導	運用全國性電視頻道通路，提醒民眾遵守重要道路交通安全規則，於電視頻道通路排播「大型車交通安全」主題，迅速有效觸及市民，推動高雄道路交通安全觀念，減少事故發生死傷人數。
6	6處電視牆宣導	運用本市 6 處交通人流量大點位之電視牆播放道安宣導影片，加強宣導交通安全觀念，主題為「蝴蝶效應篇-大型車安全」、「機車如何轉彎－二段式左轉、逕行左轉」。
7	多媒體電視	透過高捷、7-11、全家電視播放「大型車安全」、「機車安全－左轉篇」道安宣導短片，強化民眾路口安全觀念。
8	96 面高雄捷運版位廣告	利用捷運車站人潮進出較多特性，刊登「非號誌化路口停讓」道安廣告，觸及大眾運輸用路人，共 96 面。
9	400 面公共腳踏車（Ubike）後泥除	運用本市公共腳踏車（YouBike）後泥除刊登「不逼車、不無照、不超速」廣告，共 400 台。
10	平面媒體宣傳	(1)運用 13 家平面媒體宣導「汽車勿從外車道左轉、勿搶快轉彎」廣告。 (2)與台灣新聞記者協會合作，刊登「清晨夜間更要閃亮登場外出請穿戴亮色衣物或配件」廣告。 (3)運用 4 家平面媒體發行之農民曆刊登「汽車勿從外車道左轉、勿搶快轉彎」廣告。
11	廣播媒體宣傳	(1)與本市 13 家廣播媒體合作製播「不酒駕不超速」，呼籲市民朋友請遵守交通規則、強化正確用路行為。 (2)與本市 14 家廣播媒體合作製播「跨年活動交通安全宣導」，呼籲市民朋友遵守交通規則、強化正確用路行為，並鼓勵民眾搭乘大眾運輸工具前往參加活動。

項次	項目	執行內容
12	酒後找代駕宣導貼紙印製	酒駕防制為本市執法宣導重點，製作酒後找代駕宣導貼紙，張貼熱炒店、酒店、KTV、電子遊樂場等高風險場域，隨時警惕大眾不酒駕，酒後請找代駕，保護市民生命財產安全。
13	宣導活動	配合各局處都市行銷或民間自辦等活動，透過有獎徵答等方式，致贈民眾交通安全宣導品，於日常生活中落實道安觀念，計 5 場次。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、鳳山場、路竹場、三民場）、路竹番茄節。

四、都市行銷活動

(一)辦理「大高雄區域人文物產特色暨產業行銷活動」

- 1.為宣傳高雄豐富景觀、人文、產業及轉型發展等議題，同時兼顧後疫時期在地經濟活絡與振興，並擴大在地參與，辦理 8 場活動，將地方特色、物產文化、人文故事、產業發展巧妙融入節目內容中，打造深具地方風情的活動。
- 2.活動前透過電視廣告、廣播、網路、平面及戶外露出等通路，將本市人文特色、產業招商、打造完整南部科技廊道及輔導產業在地轉型成果等向外界行銷，希望帶動地方特色營運回溫，促進在地產業效益；活動後，亦透過網路播出持續發酵。

(二)辦理「2023 高雄跨年活動」

- 1.2023 高雄跨年主軸定調為「亞灣未來市」，首創台灣跨年史上首座「雙面舞台」，以「進行式」（面中華五路）與「未來式」（面成功二路）舞台進行展演，使舞台前搖滾區的觀眾，創歷年來最多。倒數後，180 秒璀璨亞灣跨年花火於時代大道底「第 90 期市地重劃區」綻放，讓現場觀眾在花光照耀下感受歡樂及感動，一起跨過 2022 年。
- 2.邀請 15 組藝人：包括高雄獨家：A-Lin（壓軸）、動力火車、滅火器樂團、影子計劃。人氣卡司：由告五人開場、八三夭倒數後演出，以及艾怡良、高爾宣、原子少年金星、Ozone、陳芳語、吳卓源、文慧如，以及由 6 位知名演員白家綺、蘇晏霏、張家瑋、謝京穎、楊淨宇和波波綦所組合的 PT Girls，還有高人氣主持人：浩角翔起、白家綺。
- 3.夢時代跨年現場計有 31 萬人次參與；捷運與輕軌運量超過 30.3 萬人次搭乘，其中捷運 25 萬人次，創 2022 年單日運量新高，輕軌 5 萬 3 千人

次。民視無線台轉播平均收視居冠，4 歲以上平均收視 1.30，總收視人口 104 萬 2 千人次。

4. 螢幕前共逾 458 萬人次觀看，平台包括 MOD 與 Hami Video 合計超過 121.2 萬人次；YouTube 頻道累積觀看次數超過 181 萬次；LINE TODAY 官方帳號線上觀看人次超過 117.7 萬；LINE TV 超過 21.9 萬觀看次數；Facebook 總觀看人次超過 16.5 萬人，包括《高雄市政府》、《陳其邁 Chen Chi-Mai》市長、《文化高雄－高雄市政府文化局》、《高雄旅遊網》、《四季線上 4gtv》等頻道分兩段直播。

(三) 結合民間資源合作辦理活動

1. 「2022 OPEN！大氣球遊行」

由統一超商股份有限公司、寬寬整合行銷股份有限公司主辦，本府為活動指導單位。111 年 12 月 17 日於時代大道舉行，遊行隊伍由海軍陸戰隊樂儀隊開場後，由市府團隊、高雄捷運公司組成的「高雄隊」為遊行拉開序幕，沿路發送精美贈品與民眾同樂，帶出表演團體、卡通造型大氣球、舞台車等吸睛遊行亮點。

2. 2023「紫耀義大 享樂好漾」跨年煙火活動

由義聯集團主辦，本局受邀擔任指導單位，111 年 12 月 31 日至 112 年 1 月 1 日假義大世界草坪區施放 999 秒大型立體藝術煙火，依據主辦單位統計逾 5 萬人次參加。

五、出版城市刊物與文宣品，提供數位化服務

(一) 《高雄畫刊》電子月刊、紙本雙月刊

1. 電子期刊每月發行 1 期，全年發行 12 期，於《高雄畫刊》網站供讀者閱覽、檢索，111 年 9 月至 112 年 3 月，共出刊 7 期。
2. 紙本雙月刊每期印製 1 萬 8,000 本，111 年 9 月至 112 年 3 月，共發行 3 期，精選電子期刊精彩內容編輯而成，後續派送至機關學校、駐外單位、全臺圖書館等單位提供閱覽，並派送至全臺約 210 個地點（包含景點、旅遊服務中心、機場、車站、藝文場所、書店等）供民眾索閱，並製作成電子書上傳網站供民眾線上閱讀。
3. 電子期刊與紙本雙月刊出刊後，與聯合新聞網、聯合電子報、中時新聞網、信傳媒、LINE 熱點、微笑台灣等網路平台合作，吸引民眾點閱。

(二) 發行《Love Kaohsiung》英日文雙月刊

1. 每期發行 9,000 份，111 年 9 月至 112 年 3 月共發行 3 期，出刊後派送至桃園國際機場、高雄國際機場、高雄捷運站、本市觀光飯店、本市藝文場所如衛武營藝術文化中心、文化中心等，美國在台協會高雄分處、日

本交流協會高雄事務所、新移民家庭服務中心、本市設有華語學習的大專院校等 121 處地點，提供讀者免費索閱本刊物。

2.同時於《高雄畫刊》數位網站發行電子刊，並與聯合新聞網、聯合電子報等網路平台合作，提供讀者線上閱讀。

(三)印製不定期出版品

1.印製 2023 高雄市年曆：以手繪風格展現高雄重大市政建設、文化圖像以及物產美食，111 年 10 月 26 日上午 9 時於本府四維、鳳山行政中心及本市 38 個區公所同步發送民眾免費索取。

2.印製 2023 高雄市月曆：以高雄市生產之當季水果為主，藉以行銷本市優質農產品，於 111 年 11 月 6 日上午 9 時於本府四維、鳳山行政中心及本市 38 個區公所同步發送民眾免費索取。

六、加強出版、視聽與電影院管理與輔導

(一)輔導落實電影分級制度，加強影城防疫宣導

111 年 9 月至 112 年 3 月進行本市電影院臨場查驗共計 119 廳次，均符合相關規定。（原 10 家，本市岡山統一戲院營業至 111 年 9 月 25 日，喜樂時代影城高雄總圖店於 111 年 12 月 8 日開幕，高雄夢時代秀泰影城於 112 年 1 月 14 日開幕。目前本市共計 11 家電影院，其中十全影城暫停營業中。）

(二)加強出版品及錄影節目帶之輔導與管理，維護社會善良風俗

1.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。111 年 9 月至 112 年 3 月共查察 125 則平面廣告，均符合相關規定。

2.針對本市錄影節目帶租售店、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。111 年 9 月至 112 年 3 月查察共計 35 家次，均符合相關規定。

(三)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，加強輔導有線電視系統業者，播送節目與廣告應自律守法。111 年 9 月至 112 年 3 月查察本市 4 家有線電視系統開口廣告共計 672 頻道次（每次 1 小時），均符合相關規定。（本市新高雄有線電視於 111 年度起暫停頻道插播廣告業務）

2.針對市民陳情有線電視系統爭議案件（消費爭議、收費、客服、工程），立即協調業者現勘，或會同相關單位予以處理，111 年 9 月至 112 年 3 月共處理 205 件（其中不明纜線 119 件）。

3.依據「高雄市有線廣播電視提供公共訊息數位服務補助辦法」，111 年共核定 3 案，補助鳳信有線電視執行『面面俱到的社區安全防護』計畫、補助新高雄有線電視執行『高雄市公共訊息數位服務-數位服務資訊』

及補助慶聯有線電視執行『高雄市防疫地圖查詢系統應用服務計畫』，鼓勵運用數位化後釋出之頻寬，優化有線電視數位服務品質，創造更符合在地需求之服務。

(四)製播地方文化等節目於高雄市公用頻道 CH3 播出

製播公共建設專題、精緻休閒旅遊以及在地產業特色節目，行銷高雄在地文化特色，促進觀光產業發展，並申請於高雄市公用頻道 CH3 播放，以及高雄市政府 YouTube 宣傳。

111 年 9 月至 112 年 3 月本局製播節目如下：

節目類型	節目名稱	說明
市政專題	高雄進行式	節目內容包含「站東路開通高雄南北交通更暢通」、「台灣設計展登場蓬萊商港化身設計中島超驚喜」、「好開心久別重逢壽山動物園開幕試營運」、「迎向美好的未來大林蒲遷村最後一哩路」、「最濃台灣味蓮潭燈會創下逾 2 百萬參觀人次」、「幸福有感高市治安改善六都模範生」、「守護勞工安全高市重大職災死亡人數下降」、「高港旅運中心啟用郵輪進港空拍超感動」、「水情嚴峻高市多元開發水資源籲市民節水」、「高市道安改善獲肯定小小交安大使超吸睛」、「百座特色公園為目標全高雄都是孩子遊戲場」等重要市政議題進行專題報導。
在地特色 休閒旅遊	高雄玩夯局	由在地達人帶路、偶像明星體驗好吃好玩的港都風情，引領觀眾漫遊高雄最多元、最獨家的私房秘境，還有最夯、最具魅力的打卡景點。

(五)安排議會實況於高雄市公用頻道 CH3 播出

節目類型	節目名稱	說明
公共資訊服務	議會實況	配合高雄市議會申請於高雄市公用頻道 CH3 播出定期大會、臨時會召開實況，提供市民關注地方發展訊息，協助調整節目時段於 112 年 2 月 1 日至 2 月 22 日市議會第 4 屆第 1 次及第 2 次臨時會期間，配合議程播出實況。

七、高雄廣播電臺節目製播與新聞播報

(一)製播多元優質節目

1. 「我愛高雄」節目與客委會、社會局、原民會、運發局合作製播，擴大

- 市政雙向溝通，111年9月至112年3月共製播46集，並不定期以電臺臉書進行影像直播，擴大宣傳效益。
- 2.與勞工局、警察局、衛生局等單位，合作製播「就業加油站」、「原來如此」、「健康方程式」等單元，宣導企業徵才、職業訓練、就業津貼、反詐騙、醫療知識等市政措施及生活資訊。
 - 3.與國立高雄科技大學產學營運處共同製播「南方科技城」節目，邀請產官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有更多認同與歸屬，並因應現代聽眾媒體使用習慣，每集臉書直播。
 - 4.為滿足特定受眾，製播專門化節目，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。
 - 5.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：高雄市築夢關懷協會、高雄市活泉愛鄰社區服務協會、台灣無障礙協會、中華啟明重建協會、伊甸基金會等。
 - 6.每日平均製播約200分鐘古典音樂節目，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。
 - 7.為擴大提供民眾生活訊息，與法律扶助基金會、東高雄觀光產業聯盟、高雄市立歷史博物館、國立海洋生物博物館、聯合醫院、大同醫院、各大出版社固定合作，提供即時食衣住行育樂各項生活訊息。
 - 8.於「午后陽光第一階段」節目訪問農會、農友、綠色友善餐廳等，推廣蔬果文化，行銷高雄在地農特產。
 - 9.加強道路交通安全宣導，111年製播26集交通安全專屬節目外，每日於交通尖峰時段3次與交通大隊即時交通路況連線報導，定期辦理call-in道安宣導與檔案應用推廣活動，進行交通安全及檔案應用專區有獎徵答活動，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。
 - 10.與國立中山大學公共事務管理研究所合作規劃製播「公事好好說」節目，每週一下午5時30分至6時30分播出，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。
 - 11.積極宣導多元議題

包括「跟蹤騷擾防制法」、「愛心募款」、「捐血一袋救人一命」、「防災教育」、「節約能源」、「檢視憂鬱情緒」、「防治漢他病毒」、「登革熱」、「反毒宣導」、「防疫宣導」、「預防失智症」、「性別平等」、「反詐騙」、「廢電池回收」、「國民法官」、「腸病毒防治」、「拒絕菸害」、「水中自救 4 步」、「國家防災日」、「自殺防治」、「民法修正調降成年年齡」、「交通安全宣導」、「著作權」、「節約用水 SCD」等。

(二) 打造沉浸式語言學習環境

1. 高雄廣播電臺與高雄市多所大學院校及產業合作，共同製播外語節目，如英語醬玩、雪人的早午餐、打狗英語通、News ABC 等節目或單元。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。
2. 為提升新住民多元文化適應力，由東南亞新住民主持群合作製播節目「愛家好姐妹」，讓新住民更容易掌握生活相關資訊與連結；另製播多元移工專屬節目「泰勞在高雄」、「開心假期雅加達」等。每週播出新住民及移工節目共 4 小時。
3. 規劃系列客語節目：開闢「天下一家親」、「最佳時客」、「客家風情」等節目。每週播出客語節目 19 小時，內容涵蓋客家說唱及客家風俗文化等。

(三) 提供防災即時資訊

1. 宣導新冠肺炎防疫訊息
配合國家通訊傳播委員會（NCC）的頻道徵用政策，每日於徵用時段播出指定宣導內容；配合市府疫情指揮中心召開防疫記者會進行實況轉播；於 111 年 5 月至 12 月製播「防疫『心』生活」單元，邀請不同領域之專家，分享各種療癒身心之方法、舒心放鬆等資訊，期望透過廣播節目的傳遞，減緩聽眾因疫情而備感焦慮之身心，撫慰不安徬徨之情緒。
2. 提供防災防颱公共服務
提供防災防颱公共服務，因應軒嵐諾颱風，提供即時災情插播，將相關宣導資訊彙整，於各節目口播並密集插播注意事項，內容如防颱要點、颱風動向、陸警發布等。配合汛期及颱風季節，提供最新防災防颱資訊。

(四) 整合多元媒體

1. 臉書直播與 YouTube 平臺：順應新興媒體趨勢，精選電臺數個節目進行臉書直播及提供 YouTube 平臺收看，直播節目包括：我愛高雄-運動港

都好運發、公事好好說、南方科技城等節目，111年9月至112年3月共計直播46次，瀏覽人次共76,856餘次。

2.運用網路播客（Podcast）平台擴大節目行銷效益

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「943人聲小劇場」、「Hi(海)！聽渡輪說什麼」、「公事好好說」、「南方科技城」、「防疫『心』生活」、「波士派雙語脫口秀」、「城市說書」、「玻璃星球」、「彩虹旗的世界」、「錦荔枝的滋味」、「Chill是青春」、「彼當陣·現此時」等節目及單元。

(五)強化新聞採訪報導，提升新聞性節目品質

- 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。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3屆第8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，增進民眾對議會問政、監督市政之瞭解。
- 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.加強報導防治嚴重特殊傳染性肺炎、登革熱、腸病毒、流感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、站東路通車、鼓山魚市場整建、新動物園運動、內惟藝術中心落成、亞洲新灣區招商、科技業大廠進駐等重大建設新聞。
- 6.加強報導公共安全、防汛、防旱、防災、防空污、食品安全、消費安全、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：亞灣5G企業專網、智慧城市、推動再生水廠建設、特色公園、SBIR補助、市集優化、公托家園、社會住宅、大林蒲遷村進度等。
- 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：台灣文博會、台灣設計展、愛·月熱氣球、高雄海洋派對、高雄眷村設計生活節、海線潮旅行、旗津風箏節、高雄電影節、秋遊商圈觀光節、跨年系列活動、蓮潭燈會、內門宋江陣、加食延暢等。

參、未來工作重點

一、運用多元媒宣管道宣導市政與民生訊息

(一)配合本市施政重點、重大建設與節慶活動加強宣導，運用多元媒宣管道，包括製播市政宣導短片及廣播宣傳帶，並透過電子、平面、網路社群、廣播電臺、公用頻道（CH3）、戶外看板等露出，介紹高雄產業招商環境及未來發展方向、行銷市政成果、宣導紓困振興政策等，有效帶動高雄經濟復甦成長，展現高雄城市形象。

(二)發揮網路傳播力及即時性，善用 LINE、Facebook 等通訊及社群平台，提升民眾資訊取得的便利性，迅速傳遞市政、民生等多元資訊，提供民眾雙向溝通之管道，藉以增進理解與支持，以利市政之推行。

二、運用城市出版品行銷高雄多元文化及在地特色

(一)發行《高雄畫刊》電子及紙本期刊、《Love Kaohsiung》英日外文雙月刊等，持續透過豐富的企劃主題，多角度呈現高雄，帶領閱讀者進入宜居高雄。

(二)持續改善電子期刊網站分類與搜尋之功能性，增加網站使用便利性，使刊物精彩內容增加更多元廣泛的通路。

三、督導本市有線電視及公用頻道優質服務

(一)積極輔導本市有線電視業者管理，提昇收視品質與保障收視權益，發揮在地媒體守望及社教功能，賡續傳遞在地精神。

(二)持續製播優質節目於公用頻道播出，並透過網路平台等多元管道，行銷休閒旅遊、藝文知性、地方文化等優質節目內容，讓各界了解高雄。

四、高雄廣播電臺提供多元、即時、在地資訊

(一)積極於各節目及新聞時段，強化社區發展、青年創業、文化創意、觀光旅遊、防災教育、公共衛生、社會福利、法律知識、交通建設、關懷弱勢族群等多元議題，以提供民眾生活資訊與相關之新聞報導，並持續推動雙語教育，提升市民英語素質。

(二)持續邀請各界人才，開闢議題型節目，探討公共建設、經濟發展、科技新知等議題，提供城市未來發展政策走向，培養市民對高雄的認同感及公民素養。

(三)透過建置之廣播直播平台以及 Podcast 播客平台，運用網路增進與民眾之雙向溝通，整合多元媒體效益，擴大城市行銷效果。

五、辦理城市行銷活動凝聚高雄在地精神

除辦理都市行銷活動外，並結合民間資源，公私協力辦理特色活動，藉此形塑高雄品牌，帶來觀光效益，提升城市形象。

肆、結語

賓和謹就 111 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。

新聞局將持續整合電視、平面、數位傳播平臺資源，積極宣導市政資訊及辦理城市行銷活動，爭取民眾認同及支持，共同提昇高雄城市形象。敬請各位議員先進支持與指教。

敬祝

各位議員女士、先生平安愉快，大會順利成功！感謝。