

十一、高雄市政府新聞局業務報告

日期：112 年 10 月 18 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 2 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。

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。

賓和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，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，112 年 1 月至 112 年 8 月共計發布 651 則。
- 2.另於議會 4-1 定期大會期間（112 年 4 月 20 日至 6 月 28 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。

(二)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 1 月至 8 月份市長重要行程及新聞發布擇要紀錄如下：

日期	重要市政新聞
1 月	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	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

市政府各單位業務報告（新聞局）

日期	重要市政新聞
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
4 月	<ol style="list-style-type: none"> 1.陪同行政院長陳建仁視察國道 7 號 2.陪同行政院長陳建仁視察抗旱工作情形 3.陪同副總統賴清德出席秀傳紀念醫院上樑典禮 4.視察高屏溪川大寮九曲工作站水情 5.陪同經濟部長王美花出席北高雄產業園區開發案動土 6.陪同交通部長王國材出席國 10 燕巢交流道新設匝道通車剪綵
5 月	<ol style="list-style-type: none"> 1.高市府提供大林蒲居民多元建屋方案 2.偕同行政院長陳建仁出席「高雄市橋頭再生水廠興建移轉營運案」開工動土典禮 3.全球企管系統領導商 SAP 進駐亞灣 4.陪同總統蔡英文視察高雄緊急海淡機組 5.陪同經濟部長王美花出席緯創旗下晶傑達光電 B3 廠開工典禮 6.視察觀音湖防汛整備及景觀規劃
6 月	<ol style="list-style-type: none"> 1.陪同行政院長陳建仁出席公視臺語台南部中心啟用典禮 2.陪同行政院長陳建仁出席「亞灣 2.0 智慧科技創新園區」啟動記者會 3.陪同總統蔡英文出席「2023 第 4 屆國家海洋日慶祝典禮」暨「海安 11 號演習」 4.出席第六屆台灣大未來國際高峰會
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」 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」

日期	重要市政新聞
8 月	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

(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. 2023 年杜蘇芮颱風來襲，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。

(四) 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) 電子媒體行銷宣傳

1. 運用全國性電視頻道通路，強化行銷高雄重大軟硬體建設、宣傳年度大型活動及防疫注意事項，規劃運用全國性電視頻道通路，排播「高雄海洋派對」、「夏祭新鮮市」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. 規劃製作 5 分鐘「高雄製造」國際城市行銷短片，記錄高雄幅員遼闊的山海河港、人文景觀及軟硬體建設等多元面向，勾勒宜居的生活樣貌，展望美好的未來前景。影片敘述各年齡、族群在高雄交織出不同色彩的圖案，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。影片將透過多元管道播放，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「2023 悠遊高雄山海邀您共享美好時光」、「高雄最潮夏日玩樂活動」，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) 平面、網路、廣播媒體行銷宣傳

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。主題如下：

1. 與雜誌合作廣告專輯宣傳，以平面、數位、廣播宣傳呈現各項市政的執行與成果。
 - (1) 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」、「科技宜居轉型智慧城市創造高雄幸福方程式」，宣傳高雄宜居城市及市政建設。
 - (2) 韌性大港・永續未來：宣傳主題為「曾為重工業發展之地，如何化身為永續城市」、「重工業之城高雄市，如何減掉一個台北市的碳排」、「淨零城市」等，利用 Podcast、平面雜誌、數位網站等平臺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、雜誌及網路：
 - (1) 推廣本市在地特色旅遊景點、人文美食，如橋頭糖廠、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。
 - (2) 運用網路 banner 宣傳，加強高雄蓮潭燈會宣傳效果，吸引國內民眾前來觀光，促進觀光發展。
 - (3) 運用平面、網路媒體之宣傳效益，宣傳主題「山城觀光」行銷那瑪夏賞螢季及甲仙芋筍節，吸引國內旅遊人潮來訪，以提升觀光產值。
 - (4) 為帶動高雄觀光產業，運用網路媒體宣傳本府相關活動訊息，以吸引

國內外旅遊人潮來訪，主題「高雄暑期活動」、「高雄海洋派對」、「2023 旗津風箏節及氣墊水樂園」。

(三) 社群平臺行銷宣傳

1. 高雄市政府 LINE 官方帳號

截至 112 年 8 月止，好友數超過 129 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。

2. 高雄市政府 Facebook 粉絲專頁

(1) 截至 112 年 8 月止，追蹤人數計有 49.2 萬多人。以生動有趣的文字及各種引人入勝的圖片或短片，發布本市重大活動、政策與建設、自然與人文景觀、節慶與藝文活動等城市風采，即時分享民生資訊、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，作為市政溝通的渠道。

(2) 透過高雄市政府官方臉書直播本市精彩活動，例如：《守住台灣》228 草地音樂會（2 月 25 日）、2023 年拉阿魯哇族桃源區聖貝祭直播（2 月 27 日）、奈良美智線上直播講座：關於最近一年來我做的事、2011 東日本大震災之後的心境變化，以及今後（3 月 31 日）、2023 高雄愛河端午龍舟嘉年華網路直播（6 月 24 日）等，宣傳高雄在地人文特色與觀光活動，邀請無法親臨現場之民眾一同共襄盛舉，並透過留言互動獲得高度參與感，形成口碑效應，強力行銷高雄城市品牌。

(四) 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 (@KaohsiungCity) 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，如旅行台灣首選高雄、高雄米其林指南、加食延暢、2023 東京國際食品展、高雄港旅運中心開幕、高流點上土耳其藍色燈光傳遞台灣祝福、海洋派對、2023 旗津風箏節等。

2. 邀請 3 組國際網路達人拍攝高雄影音遊記、撰文上傳自營網路平臺，其中與日本網紅 ABlin エビリン、馬來西亞網紅大筆 Debbie 合作，分別至高雄海線景點如永安、彌陀、茄苳、梓官等地，體驗二仁溪船遊、當地文化手作 DIY 體驗、漯底山自然公園惡地形以及蚵仔寮漁港等，介紹高雄海線周邊特色景點遊程，吸引該國受眾對高雄城市與觀光遊程進一步的瞭解；另規劃韓國網紅노마드선 No mad Shaun 前往高雄原鄉地區，體驗原住民相關祭典活動，透過影音紀錄與自營社群平臺宣傳高雄兼容並

蓄的多元文化，藉以創造網路聲量宣傳高雄亮點，強化城市國際知名度。

(五)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「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.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，112 年 1 月至 112 年 8 月有線電視跑馬共計 419 則，公用頻道 CH3 插卡共計 249 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。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「讓愛在斑馬線上蔓延～行人請行走穿越道汽機車請停讓行人先行」、「汽機車不超速不飆車」。
2	運用本市公車候車亭燈箱（37 面）刊登廣告	主題為「讓愛在斑馬線上蔓延～行人請行走穿越道汽機車請停讓行人先行」。
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，宣導主題包括酒駕防制、路口停讓行人、大型車安全、行人用路安全、不超速不無照、高齡者安全及新交通法規等，藉由電臺製播創意，向市民宣導正確的道安觀念。
4	製播道安短片	依據本市交通特性，拍攝「非號誌化路口停讓」、「路口停讓行人優先」、「行人過馬路篇」、「變換車道及轉彎時使用方向燈」、「路口慢看停」道安宣導短片，運用多元通路宣導提高用路人道路風險意識及強化正確駕駛習慣。
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「非號誌化路口停讓」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。

項次	項目	執行內容
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「非號誌化路口停讓」。
7	多媒體電視	透過高捷、7-11、全家電視播放「悲劇是可以避免的」道安宣導短片，強化民眾路口安全觀念。
8	400 面公共腳踏車 (YouBike) 後泥除	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。
9	公車車體廣告	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」。
10	平面媒體宣傳	運用 12 家平面媒體宣導「路口停讓」廣告，向市民宣導用路安全觀念。
11	網路媒體宣傳	運用 9 家網路媒體宣導「路口停讓」廣告，藉由宣傳維持行人安全及交通秩序。
12	廣播媒體宣傳	運用 9 家廣播媒體辦理交通安全廣播宣傳案，建立正確道安觀念及風險意識，主題「高齡者交通安全宣導」。
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。兒童節系列活動、2023 年高雄鳳荔季、2023 高雄愛河端午龍舟嘉年華、2023 高雄海洋派對、2023 大高雄區域人文物產特色暨產業活動-超級夜總會。

四、都市行銷活動

(一)辦理「2023 大高雄區域人文物產特色暨產業活動」

- 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，將農漁產品、區域物產、景觀、人文故事或產業發展等特色，結合交通安全、觀光旅遊等宜居城市相關建設巧妙融入節目內容中，打造深具地方風情的活動。
- 2.透過現場活動參與，以及後續精華剪輯與影像放送，讓高雄多元豐富的特色被看見，帶動高雄區域觀光，促進在地產業效益，並透過網路播出持續發酵。
- 3.預計辦理 5 場活動，分別於 7 月 29 日在仁武區、8 月 19 日於小港區、8

月 20 日於湖內區、9 月 17 日於美濃區，另因天候因素，林園區場次將另擇日期辦理。

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，112 年 1 至 8 月共發行 8 期電子期刊，內容介紹本市風貌、歷史人文、觀光旅遊、在地美食及 38 區地方特色等，提供民眾多面向認識高雄，加強城市行銷。
- 2.紙本雙月刊每期印製 1 萬 8,000 本，112 年 1 至 8 月共發行 4 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，透過「高雄市政府官方臉書」、「高雄市政府 LINE 官方帳號」等網路社群平臺行銷推廣，並與聯合新聞網、聯合電子報、中時新聞網、信傳媒、LINE 熱點、微笑台灣、景點家等網路平臺合作，吸引民眾點閱，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.每期發行 9,000 份，112 年 1 至 8 月共發行 4 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臺合作，提供讀者線上閱讀。

(三)印製不定期出版品

1.編印高雄市簡介：

- (1)為致贈貴賓，企劃製作高雄市簡介《高雄心未來幸福方城市》中、英、日三語版本，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。
- (2)已於 112 年 7 月 31 日出版，中文 1,000 本、英文 2,000 本、日文 1,000 本。

六、出版、視聽與電影院管理與輔導

(一)輔導電影片映演業，落實電影分級制度

112年1月至112年8月進行本市電影院臨場查驗共計138廳次，均尚符相關規定。(本市共計11家電影院，其中十全影城及台鋁秀泰影城暫停營業中)

(二)輔導與管理出版品及錄影節目帶業，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。112年1月至112年8月共查察139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。112年1月至112年8月查察共計28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，輔導有線電視系統業者，播送節目與廣告應自律守法。112年1月至112年8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、纜線等)，立即協調業者現勘，或會同相關單位予以處理，112年1月至112年8月共處理425件(其中協助處理不明纜線共計221件)。

(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、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。

112年1月至112年8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「為身障朋友加油高市推百項身障秋節禮品」、「斥資328億元全台首座自動化貨櫃碼頭高港啟用」、「山腳下的秘境柴山滯洪池親水公園防洪兼休閒」、「兩豆樹下的流動高雄輕軌大順路段精彩可期」、「雜草變綠金年產值4.5億美濃野菜節這麼新鮮」、「愛河灣三大LINE巨星登場邀您搭咖波輕軌遊高雄」、「高雄7月起公幼全面開辦延長照顧」、「高雄海洋派對開趴啦！愛河灣水樂園盡情玩一夏」、「去年來不及今年別錯過！旗津風箏節今夏擴大舉辦」、「高雄飲料店減塑7/1起自備環保杯加倍優惠」等重要市政議題進行專題報導。

節目類型	節目名稱	說明
在地特色 休閒旅遊	高雄玩夯局	由在地達人帶路，藝人、網紅體驗好吃好玩的港都風情，紀錄高雄獨特的地方特色與飲食文化，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 4 月 11 日至 6 月 28 日市議會第 4 屆第 1 次定期大會期間，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)精準行銷－提供專業多元內容

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，112 年 1 月至 112 年 8 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。
2. 積極宣導反詐騙議題
 - (1)於「高雄人第一階段」節目：

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。

自 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，至 112 年 8 月專訪次數共 15 次，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。

自 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。
 - (2)於各節目當中播出反詐騙宣導帶，播出如「防制假投資真詐騙」、「反詐騙」、「求職防騙」等宣導帶，自 112 年 1 月至 8 月，共播出 432 次。
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. 與國立高雄科技大學共同製播「南方科技城」節目，邀請產官學界代表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。

- 5.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。
- 6.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：雷特氏症病友關懷協會、中華啟明重建協會、星星兒社會福利基金會、台灣彩虹愛家生命教育協會、高雄市123視障追風協力車協會等。
- 7.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。
- 8.為擴大提供民眾生活訊息，與法律扶助基金會、高雄首選電商平台、高雄市立美術館、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，提供即時食衣住行育樂各項生活訊息。
- 9.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。
- 10.加強道路交通安全宣導，112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。
- 11.與國立中山大學公共事務管理研究所合作製播「公事好好說」節目，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。
- 12.積極宣導多元議題
包括「檔案應用推廣」、「防震三步驟」、「捐血一袋救人一命」、「節約用水」、「防制假投資真詐騙」、「不酒駕」、「流感預防」、「瓦斯安全器材」、「CEDAW性別平等」、「農業保險」、「登革熱巡倒清刷」、「清廉大高雄」、「高雄I-Bus APP查詢」、「民法修正調降成年年齡」、「國民法官」、「檢視憂鬱情緒」、「反毒宣導」、「自殺防治」、「著作權」、「拒絕菸害」、「1953反霸凌專線」、「青年教育與就業儲蓄帳戶方案」、「勞工保險」、「輕軌」等。

(二)多語學習－打造語言學習友善環境

- 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)災害防救－提升防災資訊即時性

提供防災防颱公共服務，因應杜蘇芮颱風，延長播音提供即時災情插播，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，口播及宣導帶計播出 266 次，颱風期間連續播音共計 68 小時。

(四)智慧服務－提供多元便利媒體管道

- 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－e 啦！原住民、我愛高雄－運動港都好運發、公事好好說、南方科技城等節目，112 年 1 月至 112 年 8 月共計直播 50 次，瀏覽人次共 100,000 餘次。
- 2.運用網路播客（Podcast）平台擴大節目行銷效益
因應新興電臺收聽形式－播客（Podcast）日趨流行的趨勢，高雄電臺積極拓展 Podcast 平台之運用，規劃數個節目以 Podcast 方式提供民眾收聽，內容含「公事好好說」、「南方科技城」、「玻璃星球」、「彩虹旗的世界」、「錦荔枝的滋味」等節目及單元，112 年 7 月精選小單元上傳，主題涵蓋如「理財生活課」、「律師來了」、「幸福 CAFE」、「奇幻故事屋」等，提供民眾更便利多元的重溫收聽管道。

(五)提升新聞採訪報導品質

- 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 4 屆第 1 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」等新聞性節目，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、腸病毒、流感等各項措施及市民應注意事項相關新聞。
- 5.加強報導捷運輕軌建設、前鎮漁港改造、國道 7 號建設、亞灣 5G AIoT 發展、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：智慧城市應用、特色公園、運動中心、SBIR 補助、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：演唱會經濟、加食延暢、商圈夜市券、新動物園運動、蓮潭燈會、內門宋江陣、那瑪夏賞螢季、夏祭新鮮市、高雄啤酒節、端午龍舟嘉年華、旗津風箏節、大港閱冰等。

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，介紹高雄科技宜居、智慧轉型、淨零城市及未來發展方向、推廣在地觀光、行銷市政成果等，展現高雄新魅力。
- (二)發揮網路傳播力及即時性，善用 LINE、Facebook 等通訊及社群平臺，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 愛高雄》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、輔導本市有線電視及公用頻道優質服務

(一)輔導本市 5 家有線電視業者持續提升收視服務及推廣本市公用頻道近用，發揮在地媒體守望及社教功能，傳遞高雄在地精神。

(二)持續製播優質節目於公用頻道播出，介紹高雄觀光景點、藝文特色、地方風俗，並透過網路平台等多元管道，呈現高雄城市形象。

四、高雄廣播電臺提供優質、實用、在地節目內容

(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

結合民間資源，公私協力辦理都市行銷活動，並以最具有在地特色的活動打造高雄品牌，吸引觀光人潮，帶動經濟效益，形塑良好城市形象。

肆、結語

賓和謹就 112 年上半年迄今，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，提昇高雄城市形象。

敬祝

各位議員女士、先生平安愉快，大會順利成功！感謝。