

## 六、高雄市政府新聞局業務報告

日期：101 年 4 月 5 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 3 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，於此敬致最誠摯的謝意，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、創新的角度行銷，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、廣播之宣導等等業務，均依施政目標如期推展，依據「繽紛熱力新高雄」、「高雄－亞洲新灣區」行銷主軸，形塑本市成爲「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、整合視訊聯播：完成本市六家有線電視公用頻道訊號聯播，及三家有線電視新聞聯播，讓本市有線電視收視戶於每天 18:30-19:30 可收看當天即時的在地新聞，議會開議期間收視議員問政內容，以及本府製播的各項藝文、觀光、旅遊、體育休閒、政策宣導節目，促進政府與民衆雙方溝通。
- 二、改善偏遠地區收訊：爭取國家通訊傳播委員會(NCC)專案補助1,738萬7,000元，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」，100年12月建置完成啓用後，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，提昇能見度：規劃高雄市全球代言人，由五月天擔任 2011-2012 年本市代言人，透過一系列短片拍攝、宣傳照片與廣播錄音等方式，配合國際行銷規劃赴國外進行城市行銷宣傳，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，提升高雄國際能見度。
- 四、多元傳媒創意行銷：運用平面、電子及網路媒體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，辦理「高雄電子期刊」入口網站，推動電子化刊物，增加市政

## 市政府各單位業務報告（新聞局）

資訊傳達廣度，同時運用網際網路無遠弗屆特性影響力，將高雄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：透過高雄廣播電台製播優質、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，由現行4KW發射功率加大至16KW，有效擴大節目收聽範圍，同時提昇桃源、六龜、那瑪夏等三區之廣播收訊品質，加強市政宣導及天然災害之救災、防災廣播服務。

八、優良節目金鐘肯定：高雄廣播電臺林利製播「小蕃薯列車」榮獲100年度廣播金鐘獎「兒童節目獎」及「兒童節目主持人獎」，高雄廣播電臺製播優良節目，獲雙金鐘肯定。

### 貳、重要工作概況（100年9月至101年2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

(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，目前高雄市計有20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，100年9月至101年2月共計實施臨場查驗78家次，未發現違法情事。

(三)依據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。

##### 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)，100年9月至101年2月共計查察32家次，查扣違法光碟1,997片，造冊移請行政院新聞局依法核處。

電影片映演業、錄影節目帶業輔導與管理一覽表

項目	查察家次	片數	備註
電影片映演業	78家次		本市計有20家電影院
錄影節目帶業	32家次	1,997片	

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，100年9月至101年2月計處理144件次（慶聯55件、大信18件、港都36件、大高雄6件、鳳信24件、南國5件）。
- (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，100年9月至101年2月共裁處違反「有線廣播電視法」規定者計共32件次，依法罰鍰計新台幣196萬元。
- (三)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

- (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、名人講座、世運精華、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。自100年9月至101年2月製播與精選之影片包括：
  - 1.高雄現場：公共議題Call in節目。

2. 高雄亮起來：市府各局處首長及地方意見領袖訪談節目。
3. 打狗週記：地方人文介紹。
4. 嘻 Hot 高雄：高雄觀光旅遊節目。
5. 城市新勢力：藝文界訪談性節目。
6. 高雄市社區營造系列專輯。
7. 登革熱疫情防治宣導節目。
8. 真情巴士寶來線及甲仙線。
9. 美濃黃蝶祭專題報導。
10. 大崗山龍眼蜂蜜文化節。
12. 小林夜祭系列活動。

### (三)改善偏遠地區數位無線電視收訊品質

配合國家通訊傳播委員會改善數位無線電視收訊品質，爭取中央專案補助經費 1,738 萬 7 千元，建置六龜區、茂林區數位無線電視改善站，業於 100 年 12 月完工，101 年啓用後可讓六龜及茂林等地區民衆收看 16 台數位無線電視節目。

### (四)全面提升無線電視收訊品質

民國 101 年爲「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將於 101 年 6 月 30 日關閉，全面轉換爲數位訊號播送，自 101 年 7 月 1 日起，臺灣無線電視全面改以數位訊號播送，全面提升無線電視收訊品質。

## ■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，100 年 9 月至 101 年 2 月計剪輯報紙新聞資料逾 10,932 則，蒐集電視新聞摘要 16,007 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，100 年 9 月至 101 年 2 月共發布 404 則。

### 三、媒體服務

- (一)成立「高雄超犀利趴\_趴吐」演唱會媒體服務中心提供媒體服務。
- (二)成立「MTV 封神榜」媒體服務中心提供媒體服務。
- (三)協助民政局「市長與市民有約」行程，媒體規劃採訪及新聞發布等相關媒體服務事宜。
- (四)成立「2011 M-Live 大韓流·大高雄」演唱會媒體服務中心提供媒體服務。

(五)配合高雄跨年月系列活動，成立「Open your dream」大氣球遊行媒體服務中心提供媒體服務。

(六)2012年高雄跨年活動，配合市長行程發布新聞。

(七)成立2012年高雄燈會藝術節媒體服務中心，並配合市長行程撰稿，發布新聞。

#### 四、辦理多元媒體行銷案

##### (一)電子媒體

1.101年「繽紛港灣·新高雄」電視廣告時段購置案。

2.2012內門宋江陣嘉年華電視短片暨媒體服務行銷案。

3.宋江陣活動廣播媒體行銷案，與電台合作宣傳宋江陣活動。

##### (二)平面及網路媒體

1.宣傳港灣改造，刊登港灣改造廣告案。

2.100年度老人免費裝假牙宣導業務平面媒體行銷案。

3.101年農曆年節刊登本市觀光旅遊資訊案。

4.「亞洲新灣區」報紙廣告刊登案。

5.宋江陣活動平面媒體行銷案。

##### (三)戶外看板廣告案

1.100年度高雄市道路交通安全宣導戶外帆布看板廣告案。

2.100年度高雄捷運站公益燈箱道安宣導廣告案。

3.100年度道安公車候車亭站體廣告案。

##### (四)多元媒宣案

1.辦理「百年高雄都市行銷多元媒宣案」，五月天擔任都市行銷暨道安宣導代言人、都市行銷及道安宣導短片拍攝、廣播帶錄製、出席國際記者會及其他創意回饋項目等。

2.「幸福高都·五都第一」戶外帆布廣告設計製作案。

3.「幸福果鄉」高雄市赴日水果暨市政行銷案。

4.「2011高雄農特產上海行銷宣傳」案。

5.上海農特產及香港跨年晚會、燈會行銷記者會出國暨上海及香港市政暨考察採購案。

6.100年度公車站牌燈箱刊登五月天代言市政行銷意象案。

7.101年「繽紛熱力新高雄」高雄國際媒體行銷案。

##### (五)道路安全宣導業務

1.幸福高雄平安開步走-交通安全系列短片案。

2.「平安百年道安多媒體電視廣告購置」案。

- 3.100 年度「交通安全宣導業務」平面媒體行銷案。
- 4.刊登交通大執法政令宣導行銷案，印製宣導單張 DM。
- 5.「2011 全民道安宣導暨中秋聯歡晚會」道安有獎徵答活動。
- 6.辦理公益月刊道路交通安全宣導案。
- 7.於農民曆刊登「我愛高雄 我戴安全帽 不酒駕」廣告。
- 8.印製五月天代言道安及市政行銷宣導海報。
- 9.刊登道路交通安全「喝酒不開車」廣告案。

### 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

#### (一)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。

#### (二)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 高雄跨年月系列活動」：自 12 月 4 日至 31 日共舉辦 9 場次精采活動，12 月 4 日、11 日、17 日、23 日、24 日、31 日在統一夢時代時代大道辦理「Open your dream 大氣球遊行活動」、「萬人吉他匯高雄」、「手機電競大賽」、「民歌高雄會」、「萬人星空聖誕派對」、「2012 高雄跨年晚會活動」，12 月 11 日、17 日、18 日在捷運鳳山西站、岡山河堤公園、美濃國中辦理「在地夢想巡迴走唱車」活動，邀請知名藝人團體出席表演，邀請高雄市民及國內、外觀光客共同參加跨年月系列活動，並獲得各媒體大篇幅報導，成功行銷本市，有效提升城市能見度，創造觀光行銷效益。

### ■綜合出版與活動專題行銷

#### 一、定期刊物

##### (一)「高雄電子期刊」入口網站企劃發行電子期刊、電子報及印製《高雄畫刊》紙本

「高雄電子期刊」入口網站，定期發送：

- 1.「高雄畫刊」電子期刊，100 年 9 月至 101 年 2 月共出刊 6 期，每月發送約 5 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，100 年 9 月至 101 年 2 月共出刊 2 期，100 年

每期印製 4 萬冊，101 年每期增印至 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 100 多個地點供民眾索閱。

2. 「今日高雄」雙週電子報（原名稱「今日高甯」雙週電子報，自 101 年起正式更名「今日高雄」雙週電子報），100 年 9 月至 101 年 2 月共出刊 10 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。

(二)發行《Maritime Capital 海洋首都》中英文雙月刊

每雙月出刊 1 期，100 年 9 月至 101 年 2 月共出刊 3 期，每期發行 1 萬 2 千份，置於機場、觀光飯店、美國在台協會、日本交流協會及外賓出入頻繁之地點，供國內、外觀光人士及民眾索閱。

(三)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. 自民國 100 年 7 月至 101 年 7 月，每月發行 1 期，預計發行 13 期，每期發行 3 萬 5,000 份，100 年 9 月至 101 年 2 月已發行 6 期。
3. 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

101 年 1 月印製 10 萬份月曆，於鳳山、四維行政中心及全市 38 個區公所發送給民眾。

■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，即時回應民眾建議。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。

(二)辦理深入社區行銷市政活動：

1. 配合 2012 高雄跨年晚會進行實況轉播。
  2. 100 年 9 月 9 日舉辦蚵仔寮藍色公路市政參訪之旅。
  3. 100 年 12 月 14 日舉辦杉林重建市政參訪之旅。
  4. 100 年 12 月 21 日舉辦六龜重建市政參訪之旅。
  5. 100 年 10 月 29 日辦理王文華【夢想 財富 人生】講座。
  6. 100 年 12 月 22-23 日辦理交通安全有獎徵答。
- (三)與客委會、社會局、勞工局、研考會、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。為強化服務效率，與聯合服務中心合作「空中馬上辦」節目，聽眾透過 call in 反映問題並即時連線有關局處，同時將處理情形列管於市府線上即時服務系統網站，展現行動市府為民服務形象。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)公開徵選公益社團參與製播節目：  
公開徵選「勵馨社會福利事業基金會」、「張老師基金會」、「立德社區發展協會」、「台灣兒童暨家庭扶助基金會」參與製播節目。
- (五)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，提昇藝文、閱讀及運動風氣。
- (六)於交通尖峰時段加強交通路況連線報導，並於 12 月 22 至 23 日擴大辦理交通安全 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。
- (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，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。
- (八)配合市府大型活動實況轉播，行銷高雄：如實況轉播高雄跨年晚會。
- (九)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。
- (十)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，提供民眾最新災情及緊急避難措施等資訊。

(五)配合各局處重要施政加強宣導，重點包括「婦幼安全及福利」、「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，提昇新聞性節目品質

- (一)每日開關 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 2 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)加強報導「第 13 屆總統副總統及第 8 屆立法委員選舉」各項選務工作及製播選情特別報導節目，連線報導選情及播報開票結果。
- (四)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。
- (五)加強報導縣市合併各項市政無縫接軌、「高高平」執行情形。
- (六)加強報導防災整備、公共安全、勞工安全、治安交通、食品衛生及消費安全檢查等維護市民生命財產安全工作，以及登革熱、腸病毒、流感各項防治措施及市民應注意事項相關新聞。
- (七)加強亞洲新灣區高雄世界貿易展覽會議中心、海洋文化及流行音樂中心、高雄市立圖書館新總館興建、水岸輕軌捷運等重大建設與市政議題新聞報導。
- (八)加強公共腳踏車租賃、推廣低污染交通工具、空氣污染防治改善成效、事業氣候調適費徵收自治條例、推廣節能標章產品等環保、節能減碳施政工作相關新聞報導。
- (九)報導月世界觀光亮點計畫、旗津區海岸線保護工程、茄苳區海岸全線景觀改善工程、60 期重劃道路全線貫通、旗山中山公園整建、鳳山大東公園景觀改善、前鎮中山凱旋自行車道空中走廊、大寮第二圖書館、中都願景橋、推動綠能及文創產業、獎勵拍片推動影視產業、台灣物產館、行銷大高雄農漁特產品、原高雄縣水患治理工程、污水下水道建設、人行環境改善工程計畫、社區通學道計畫、區區有公車、公共運輸運量成長三倍、友善托育政策等市政建設成果新聞。
- (十)配合「賽德克·巴萊」上下集聯映會、2011 高雄國際無車日、2011 高雄左營萬年季、2011 高雄戲獅甲、2011 高雄電影節、五月天「超犀利趴」

臥吐」演唱會、甲仙芋筍節、彌陀虱目魚文化節、永安石斑魚文化節、高雄芭棗節、2011 高雄國際貨櫃藝術節、2012 跨年晚會系列活動、2012 高雄過好年、2012 高雄燈會藝術節、2012 高雄國際馬拉松、痞子英雄嘉年華等重要市政活動，加強相關採訪或連線，並製播專題深入報導。

### 參、當前工作重點

本局當前工作重點，涵蓋有線電視、都市行銷、刊物、網路整合宣導、推廣城市商品，以及電台業務推廣等等，茲將內容分述如后：

#### 一、健全有線廣播電視產業永續發展

- (一)加強本市 6 家有線電視違規廣告及廣告蓋台側錄查察取締，積極處理有線電視消費者申訴，以保障收視戶權益。
- (二)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，讓民衆瞭解最在地、即時之大高雄資訊。
- (三)民國 101 年為「臺灣高畫質數位電視元年」，與中央（國家通訊傳播委員會）攜手共同宣導我國無線電視傳統類比訊號將於 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 日起臺灣無線電視全面改以數位訊號播送。
- (四)鑑於音樂無國界，MV 行銷效益無遠弗屆，結合國內知名樂團或演唱會活動，製播以高雄為視覺意象之 MV 或專輯節目，安排於公用頻道及衛星頻道播出，促進高雄文創產業發展，並將本市美麗景點融入新歌 MV 中，藉由 MV 在國、內外強力播送，強化城市行銷效益，提升高雄國際能見度。
- (五)持續引進大型演唱會在高雄舉辦，讓市民能欣賞國內外知名藝人演唱會活動，吸引國內外觀光客至本市觀光旅遊、參加演唱會活動，創造觀光產值，提升高雄國際能見度及城市競爭力，促進本市文創及觀光產業蓬勃發展。

#### 二、加強媒體雙向聯繫及國內外行銷

- (一)賡續辦理本市代言人「五月天」代言行銷案，規劃多元行銷方式行銷高雄，包括都市行銷短片排播、都市行銷廣播宣傳帶排播，並充分運用五月天國際知名度，藉由飛航運輸工具及航空站體大量旅運人潮之行銷通路，露出本市城市意象宣傳，將行銷觸角擴及國際，提昇本市國際知名度與能見度。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。
- (二)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或專

題報導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，提昇市民幸福、光榮感。

### 三、加強推動各項平面刊物電子化及網路行銷

- (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，規劃編印國際版高雄行銷刊物，拓展市政刊物國際通路，爭取海外上架，提高國際能見度。
- (三)網路方面，充實更新「高雄電子期刊」入口網站內容，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)延伸城市行銷多元化，結合農漁豐富特產、原鄉手工藝、觀光伴手禮和文化創意商品，進一步催生「高雄精品」，藉此找出代表「高雄」的特色，提升城市商品精緻性，打造高雄市專屬形象的商品品牌。
- (五)規劃辦理「2012 夏日高雄」系列活動，吸引國內、外觀光客至本市旅遊，促進觀光產業發展。

### 四、強化高雄電台多元化服務

- (一)運用高雄廣播電台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」，提昇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)加強高雄廣播電台在地新聞報導，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，高雄市以「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。

未來我們仍將秉持積極、友善、開放態度，以創意熱情積極，結合大高雄各項資源及行銷通路，全力推展高雄國內外知名度，並打造高雄國際港灣城市、農漁水果之都的形象，建構高雄市全球都市競爭中的城市定位。

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，讓高雄持續進步，走向國際，再次感謝各位議員先進，謝謝。

最後謹祝

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。謝謝！