

二十一、高雄市政府新聞局業務報告

日期：103 年 9 月 11 日

報告人：局長 丁允恭

壹、前言

議長、副議長、各位議員女士、先生：

欣逢 貴會第 1 屆第 8 次大會開議，允恭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服務功能，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「看見高雄」、「世界在這裏」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、與知名雜誌合作舉辦城市治理暨產業行銷公共論壇

與遠見雜誌合作辦理人物論壇，以「微笑，走堅定的路-溫柔魄力 打造宜居高雄」為主題，邀請民衆及企業團體參與座談會，宣揚本府在交通建設、太陽能光電、社會福利、宜居環境等各項市政建設及施政成果之優異表現。

二、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「亞洲新灣區」重點建設行銷，型塑高雄幸福宜居城市，強化高雄國際城市之定位。另，善用各式宣導管道及創新作為，強化道安政策宣導，以加強民衆重視道路安全觀念及遵守交通規則。

三、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、豐富物產等在地文化特色，廣為介紹給全國觀眾及國際人士認識，期能推廣高雄文創、觀光產業並行銷在地特有產品，並加入台語播出。

四、平面出版數位化

運用網際網路無遠弗屆的影響力，及因應資訊數位化潮流，整合「高雄畫

刊」、「今日高雄電子報」等市政刊物資源，於本局官網推動電子化刊物，並開發「高雄不思議」App、臉書及高雄市政府 LINE 官方帳號，增加市政資訊傳達廣度，以及將本市最新活動資訊和建設成果快速傳遞給國內外認識。

五、廣播節目優質多元

高雄廣播電臺以專業用心態度製播優質、弱勢及少數族群等多元節目，並運用市政廣播行銷中心，擴大宣導市政建設成果及施政政策和市民生活相關的訊息。

貳、重要工作概況（103 年 3 月至 103 年 7 月）

■年輕化人力精實有效運用

貫徹本府人力精簡，本局暨所屬廣播電臺計精減 5 名員額，彈性調配內部人力，同時透過線上數位與實體課程，強化在職學習與歷練，以創新與激盪思維，形塑行銷及宣導市政角色，並掌握城市時趨脈動，展現新聞聯繫與服務的活力。招募及運用志願服務人力，成立電臺志工隊 1 隊，現有 32 位志工，服務時數累計有 1,356 小時，服務人次累計有 2712 人次，以更優質及多元方式宣傳各項市政便民措施，使政府服務更貼近市民。

■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，103 年 3 月至 103 年 7 月共計實施臨場查驗 67 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（製作業）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），103 年 3 月至 103 年 7 月共計查察 62 家次，未發現違法情事。另查扣違法光碟 600 片，並移送文化部影視局核處。

項 目	查察家次	備註
電影片映演業	67 家次	
錄影節目帶租售店	62 家次	查扣違法光碟 600 片

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，103 年 3 月份至 7 月份，計查察疑涉「兒童及少年性交易防制條例」共計 13 件次，6 月尚有 4 件陳述意見中。

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。103 年 3 月至 7 月計處理 91 件次（慶聯 34 件、港都 28 件、鳳信 25 件、南國 4 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，103 年 3 月至 7 月共裁處違反「有線廣播電視法」規定者計 32 件次，依法罰鍰計新臺幣 1,354 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。

103 年有線電視公司收費標準一覽表		
項目	收費情形	低收入戶
有線電視費率	◎慶聯、港都—每戶 500 元/月。	◎慶聯、港都—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。

五、公用頻道開播及推展

- (一)為推展公用頻道，提升收視率，本局促請有線電視業者改善公用頻道畫質並降低干擾，同時亦向國家通訊傳播委員會 NCC 反映頻道干擾等問題。
 【議會開議期間】早上 06:00-09:00 為地方新聞、自製節目、教學節目及公益宣導時段，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 為藝文節目、自製精選節目重播時段。
 【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，本局除製作短片（五月天代言）於公用

頻道播出廣為宣傳外，也結合市府各項重要活動發送公用頻道宣傳摺頁、海報、宣導品，以及刊登報紙廣告向市民宣傳各項公用頻道精彩節目，並向本市大專院校或藝文團體等單位徵求優秀影音作品外，同時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，103年7月份起開播全新一季深度行腳節目，如玩客瘋高雄、高雄38條通等節目；且全新改版幸福高雄節目片頭、片尾及鏡面等設計並加入台語播報，服務廣大市民朋友，均廣受好評。

■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，103年3月至103年7月計剪輯報紙新聞資料逾15,198則，蒐集電視新聞摘要10,021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，103年3月至103年7月共發布333則。
- (二)於議會市政總質詢期間（103年5月5日至103年6月3日），成立議會工作小組發布新聞稿共21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

(一)電子媒體

103年度製作多支行銷短片，包含「103年夏季大型活動行銷短片」、「103年耀眼新高雄城市行銷短片」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。

並與本市知名特色餐飲店合作，辦理高雄城市熱點專案，超過50家的知名餐飲店提供該店電視顯示器，協助播放本市行銷影片及訊息，本局計提供高雄不思議60秒短片5支、看見高雄堅定向前-陳彥博60秒短片、高雄之光-宜居之城、道安宣導-郭雪芙版、五月天版30秒短片各1支供排播，提供電視顯示器播放的店家包含仁武烤鴨、大高雄鵝肉店、米格霜淇淋、黃家牛肉麵、樺達奶茶…等。

(二)辦理城市治理暨產業行銷公共論壇

與遠見雜誌合作辦理人物論壇，以「微笑，走堅定的路—溫柔魄力 打造宜居高雄」為主題，邀請民衆及企業團體參與座談會，透過論壇方式，與各界分享本府施政典範與成功經驗，宣導本府在各項市政建設及施政成果

之優異表現，強化高雄優質城市形象。

(三)平面及網路媒體

為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，透過報紙、雜誌、戶外帆布等平面媒體通路，讓各界民衆瞭解本市未來都市建設之發展與展望。

本市 2013、2014 連續二年榮獲遠見雜誌辦理之「縣市長施政滿意度調查」施政滿意度五顆星的肯定，該滿意度調查係從教育、環保、警政治安、道路及交通、消防及公安、醫療衛生、觀光休閒以及經濟就業等八大施政的面向進行評量，顯示高雄各項施政發展深獲市民肯定，也讓其他縣市看見高雄的美麗與進步。

另外，運用網路媒體行銷範圍無遠弗屆的特性，透過本局全球資訊網、youtube 頻道、高雄不思議臉書粉絲團，上傳多部城市行銷短片，展現大高雄繽紛魅力，並讓民衆對本市各區所舉辦之精彩活動內容及城市獨特風貌有深入的認識。

(四)道路安全宣導業務

1. 多元媒體宣傳

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、多媒體電視節目製播、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。

2. 擴大道安短片露出管道

運用本市有線電視公用頻道、電影院（包含本市 10 家影城，86 廳）及知名餐飲店家附設電視牆播出五月天道安短片『我們的小改變、高雄交通更美好』及郭雪芙拍攝之道安短片『馬路上微笑的花』，並將短片上傳至臉書粉絲團、youtube 影音平台，藉由知名藝人代言拍攝，加強民衆遵守交通安全規則效益。

3. 與民間團體合作宣傳

配合民間社團協助舉辦「森林公園健走暨道路安全宣導音樂會」、「慶祝母親節暨道路交通安全宣導音樂會」、「青春、活力蓮潭反毒健走暨道安宣導活動」、「幸福社區、安居高雄、用愛守護交通安全宣導活動」、「志工聯誼暨道安宣導活動」、「高雄市鳳山香功協會會員大會暨道安宣導活

動」等，共計 6 場次。

4. 高雄捷運廣告版位、公車亭燈箱看板宣導

為鼓勵民衆多加利用公車、捷運及公共腳踏車等大衆運輸工具並提醒民衆騎乘自行車注意安全，運用本市 39 個公車候車亭燈箱刊登宣導「自行車禮讓行人、單車高雄逍遙遊」廣告，以減少交通事故發生。

5. 結合本市重大活動宣傳

結合本府各機關舉辦重大活動時機，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，加強對民衆交通安全觀念之宣導，103 年 3 月至 7 月計有「大樹區鳳荔文化節」及「玩客瘋高雄開播記者會」2 場次。

6. 加強偏遠地區宣傳

結合社會局長青中心活動，前進偏鄉，針對年長者進行道安宣導，落實宣導在地化，普獲在地市民熱烈迴響，103 年 3 月至 103 年 7 月共計辦理 207 場次，參與人數約 11,197 人。

7. 公車車體、公共腳踏車廣告版位宣導

為加強宣導「酒後不開車、安全有保障」，並鼓勵民衆多加使用一卡通，搭乘公車、捷運及公共腳踏車等大衆運輸工具，運用市公車 29 條路線（共 34 面道安廣告）及 200 輛公共腳踏車（共 400 面道安廣告）擴大宣傳效益，提醒大衆重視交通規則。

四、媒體服務與聯繫

(一) 國內媒體

配合各項大型活動的舉辦，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，與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，提供接待、拍攝景點建議、相關市政建設參訪行程安排聯繫等服務。103 年 3 月至 103 年 7 月期間，計有接待德國「世界日報」記者 Helmut Philipp Hetzel，參訪美濃、遊艇展、駁二藝術特區等。以及接待來自美國、加拿大、韓國、印尼…等經貿外交參訪團計 25 名，參訪高鼎遊艇公司與駁二藝術特區，以提升高雄國際形象及能見度。

■ 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，103 年 3 月至 103 年 7 月共出刊 5 次，每次發

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，103 年 3 月至 103 年 7 月共出刊 2 期，每期印製 4 萬 5 千冊，放置於高捷車站、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，103 年 3 月至 103 年 7 月共出刊 11 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，103 年 3 月至 103 年 7 月共發行 2 期，每期發行 1 萬 2 千份，置於機場、旅客服務中心、高捷車站、觀光飯店、新移民家庭服務中心、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

因應國際化潮流，編印「2014 高雄市簡介」，含繁體中文、簡體中文、英文、日文和韓文等五種語言版本，全方位介紹高雄市各項軟硬體建設成果，包括：城市概述、自然環境、歷史、多元族群、國際貨櫃大港高雄港、亞洲新灣區、經貿產業、農漁養殖、水果花卉、遠洋漁業、交通運輸、地標建築、水綠高雄、社福體系、運動城市、藝術節慶、觀光旅遊、高雄美食、國際高雄等各面向，致贈予外賓及本府人員出國參訪使用，同時開放公司、社團和各級學校申請使用，期能促進本市與國際友人更頻繁地交流。

三、網路行銷

(一) 「高雄不思議」臉書

「高雄不思議」臉書於 101 年 1 月 3 日創立，至 103 年 7 月底，粉絲團人數近 18 萬人，配合市政向廣大之社群媒體網路使用者宣傳重大建設、災害應變處理、停班課通知、社福政策、節慶活動等議題，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。

(三)行動通訊軟體暨網路平台行銷

運用下載率極高的 LINE 行動通訊軟體，102 年 12 月 31 日開通高雄市政府 LINE 官方帳號，至 103 年 7 月底，加入好友人數超過 25 萬人，即時提供民衆有關高市好吃好玩好行的各項活動、市政建設、藝文活動、出版刊物、災害應變處理及停班課通知等訊息，並結合高雄不思議臉書等網路平台相互提高行銷成效。

四、主題活動行銷

(一)2014 夏高雄活動

- 1.8 月 9 日於時代大道舉行，不但邀請 MP 魔幻力量、畢書盡、嚴爵等知名藝人，爲了強化行銷原創音樂，以及高雄在地元素，更邀請高雄知名樂團滅火器，以及原創樂團八三夭、「來去高雄」原唱宇宙人等，嗨翻高雄夏日夜晚，進而形塑高雄音樂城市意象，提升台灣文化創意能量，達到城市行銷之目的。
- 2.爲強化城市行銷，活動除了在三立都會台、MTV 播出，也在本市有線電視第 3 頻道播放，另爲拓及國際行銷，亦於三立國際台播出，讓世界看見高雄。

(二)結合民間資源協辦型活動

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.「2014 藝想樂園嘉年華」活動

- (1)與統正開發股份有限公司（夢時代購物中心）合作，截至 103 年已邁入第 4 年的「藝想樂園嘉年華遊行」活動，已是高雄年度盛事。103 年 3 月 29 日、30 日在前鎮區時代大道及新崛江商圈的遊行活動，邀請 35 支表演團隊參與，多達 700 人化身各種造型森巴舞者，與在主花車「火焰鋼鐵海盜船」領軍的李永得副市長，一同和市民朋友歡慶，絡繹不絕的人潮頻頻湧入時代大道，讓現場更增添熱鬧氣氛，也讓所有市民朋友都感受到熱鬧繽紛的異國風情。
- (2)3 月 30 日的兒童「動物狂歡嘉年華」踩街遊行，同樣在時代大道舉辦，有超過 300 位的小朋友，裝扮成象徵各種樂器的動物，與市民朋友歡樂踩街。同時，花車踩街遊行活動原班人馬移師「新崛江商圈」，吸引不少民衆目光，更吸引衆多年輕朋友的參與。

2.「2014 高雄啤酒節」活動

- (1)103 年 7 月 18 至 20 日，共計 3 天，由統一超商股份有限公司主辦，

市府經發局、新聞局協辦之「高雄啤酒節」活動，今年是第六屆在高雄舉行，現場齊聚十大啤酒商供遊客豪飲，每年都有超過 3 萬人參與，成為吸引年輕人前來高雄朝聖的重大盛典。今年並第 2 度結合「高雄下酒菜料理競賽」，分別由網路投票、評審團試吃、現場料理，評選出 10 家嚴選優良店家，進駐啤酒節活動大會食堂，成為遊客美味下酒菜。

(2) 本次 3 天活動特別邀請到多位知名藝人包含蔡依林、黃小琥、蕭煌奇、陳勢安、郭書瑤及眾多知名團體、在地樂團等輪番演出，讓遊客們盡情搖滾。

■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，即時回應民眾建議。每日製播 6 檔整點新聞及 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，103 年 3 月至 7 月計專題報導「高雄內門宋江陣」、「高雄春天藝術節」、「鳳荔文化節」、「高雄國際遊艇展」、「高雄魷魚季」、「高雄啤酒節」等重要大型活動。
3. 每週各製播 5 則「市政部落格」單元及「高雄百寶箱」單元，報導最新市政措施、活動及大高雄風土民情、觀光資源，103 年 3 月至 103 年 7 月製播主題計製播 218 則。

(二) 辦理市政行銷活動及節目講座

1. 舉辦活動，策劃專題，深入社區行銷市政
 - (1) 103 年 5 月配合「鳳荔文化節」辦理現場行銷活動
 - (2) 103 年 5 月配合盛大高雄國際遊艇展，展出期間以專訪、宣傳帶播放、記者現場連線 4 次及各節目口播全面行銷。
 - (3) 103 年 6 月 25 日辦理交通安全 call in 有獎徵答。
2. 提供社區楠梓高中廣播社學生參訪電臺活動，以促進高雄電台與社區民眾互動機會，達敦親睦鄰目的。

(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，製播關懷新移民、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）「Newsroom」節目半小時；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場連線報導，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。

(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。另為擴大民衆生活訊息提供，與高美館、高雄電影館、高雄市圖書館、國立海洋生物博物館、國立科學工藝博物館、讀冊生活網路書店、聯合醫院、行政院農糧署及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。

(七)遇重大災害（如颱風、地震、水災、火災、化學災害等重大意外），本臺立即插播相關訊息並延長播音製播防颱防災特別報導，呼籲民衆做好防颱、防災工作。

(八)配合各局處重要施政加強宣導，重點包括「十二年國教」、「防疫宣導」、「防腸病毒」、「防酒駕及交通安全」、「新移民服務」、「太陽能政策及綠能城市」、「重大活動」、「城市行銷」、「大眾運輸」、「檢肅貪瀆」、「肅清煙毒」、「公共安全」、「勞工教育」、「防治登革熱」、「稅務宣導」、「人口政策」、「勞工安全衛生」、「社會福利及安全」、「人權」、「生態環保」、「防溺」、「防火」、「菸害防制」、「調解委員會」、「消費者保護」、「犯罪被害人保護」、「婦幼安全及福利」、「太陽光電與綠色城市」、「交通安全」、「求職防騙及打工安全」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 7 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，提供民衆即時資訊、增進民衆對市府及議會之瞭解。
- (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產業觀光推展。
- (五) 加強報導防汛、食品安全、消費安全、治安、交通安全、公共安全、勞工安全等保護市民生命財產相關新聞。
- (六) 持續加強報導亞洲新灣區重大建設及本市重要市政活動新聞報導。

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、視聽媒體廣爲宣導，並協調電視台相關節目在本市取景拍攝，將高雄美麗、友善、熱情城市風貌，以活潑手法傳達給全國觀衆及國際人士，行銷高雄，增加城市能見度，促進產業發展，提升市民幸福、光榮感。
- (二) 持續透過創意、多元行銷管道，例如與 Discovery、NGC 等國際媒體合作，拍製節目或辦理國際活動，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) 攝製中、英文版宣傳短片，及編印中、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。
- (四) 積極辦理國內外媒體聯繫雙向溝通等事務，主動邀請國際媒體記者來高雄參訪，提供接待、拍攝景點建議、相關市政建設參訪行程安排聯繫等服務，並安排國內媒體參訪市政建設，強化本市行銷報導，另配合各局處大型活

動，設立媒體服務中心，協助發送採訪新聞。

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，編印不同語版的高雄行銷刊物，拓展市政刊物通路。
- (三)加強「高雄不思議」App、臉書及行動通訊軟體 LINE 的行銷功能，運用國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；強化重大災害（如颱風、地震、水災、火災、化學災害等重大意外），防災訊息及救災訊息的播報；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

我們建構的高雄亞洲新灣區藍圖已逐漸成型，新聞局推動城市行銷的工作將更積極朝向國際化城市邁進，以「世界的高雄，亞洲的門戶」為行銷主軸，推動高雄邁向國際與卓越。並以「幸福宜居高雄」為行銷重點，將近年來高雄的轉型及優異成果傳達給市民，讓市民感受到高雄的轉變與進步，也讓世界看見高雄。

未來，新聞局仍將繼續引進各項資源，擴大網路行銷通路，進行多元化行銷，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，打造高雄成為亞太前進的新力量。

謹將上次大會以來本局業務執行之概況提出報告，尚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！