



高雄市議會第三屆第三次定期大會

新聞局業務簡報

報告人：鄭照新

109年5月22日





簡報大綱

- 一、前言
- 二、嚴重特殊傳染性肺炎防疫宣導
- 三、近半年來重要業務成果
- 四、未來工作重點
- 五、結語





一、前言

由於國際間嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)疫情持續擴大，本局配合中央疫情指揮中心及本府防疫指揮中心的防疫政策，運用多元通路傳達相關防疫訊息，讓市民能瞭解及配合，以確保本市民眾身體健康與正常生活；另本局也在市政行銷宣傳上，透過多元的行銷通路讓高雄市政建設成果與城市特色擴展至國內外，以活絡本市經濟活動，開創有利的投資環境。



二、嚴重特殊傳染性肺炎防疫 宣導



嚴重特殊傳染性肺炎防疫宣導

- ✓ 配合市長防疫相關行程，適時安排媒體聯訪，並發布新聞稿，說明本府防疫作為，呼籲民眾配合。
- ✓ 辦理防疫會議後記者會，由市長及相關局處對外說明本府因應作為及相關配套措施
- ✓ 針對敦睦艦隊群聚事件，本局與衛生局每日召開疫情說明會，將疫情概況與疫調資訊告知市民。
- ✓ 掌握新聞輿情，針對防疫新聞輿情進行蒐報
電視新聞則數共 1,462則
網路新聞則數共 7,565則
平面新聞則數共 1,610則





網路平台宣導 - 嚴重特殊傳染性肺炎疫情

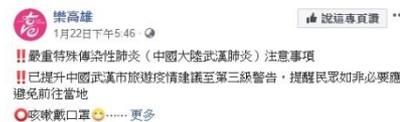
因應嚴重特殊傳染性肺炎疫情防疫工作，利用市府官方LINE及樂高雄臉書粉絲專頁發布相關訊息，讓民眾迅速掌握最新資訊以利應變。

新聞局吉祥物來福協助拍攝防疫短片，影片完成後並於各平台露出宣傳。

自1/29中午起至4/30

➢ 高雄市政府LINE官方帳號**86**則。

➢ 樂高雄臉書粉絲專頁**57**則。



大陸 防疫嚴重特殊傳染性肺炎 民眾前往中國武漢或鄰近地區 請做好 戴口罩 勤洗手 少去擁擠場所 避免與他人多接觸 避免與野生動物、禽鳥、牲畜接觸 避免前往活禽交易市場



注意 嚴重特殊傳染性肺炎

民眾前往中國大陸、當地及返國請做好

由中國大陸入境本國的旅客，請注意以下事項：

- 留意自身健康狀況至少14天
- 出現發燒或呼吸困難症狀，請撥打1922或衛生局防疫專線(7230250)，檢傷求醫口定配合就醫轉診，就醫時告知醫師相關歷史。

疾病名稱	嚴重特殊傳染性肺炎
病原體	新型冠狀病毒(2019-nCoV)
傳染方式	有限人傳人傳播，可能經由接觸、接觸後(或空氣傳播)、接觸傳染(仍待釐清)
潛伏期	14天內
可傳染期	未知
動物宿主	未知
主要流行地區	中國大陸武漢市
臨床症狀	發燒、四肢無力、部分咳嗽、少數患者伴隨喉痛並出現呼吸困難

高雄市政府衛生局 關心您 衛生局防疫專線：7230250 / 疫情通報及諮詢專線：1922



嚴重特殊傳染性肺炎防疫宣導-有線電視及公用頻道

- 嚴重特殊傳染性肺炎防疫相關訊息宣導：1/22-4/30有線電視跑馬共1,284則次，公用頻道2D插卡共1,416則次。



- 配合NCC徵用頻道訊息規定，通知本市5家有線電視業者配合防疫宣導。2/1-4/30跑馬訊息共405,291次(每小時2-3次)，防疫宣導影片共22,806次(每小時2次)。

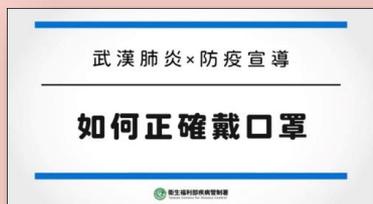


嚴重特殊傳染性肺炎-防疫影片拍攝及宣導

完成影片由樂高雄FB、高雄市政府Line、公用頻道CH3及YouTube推播宣導

1 後製新住民語言 「如何正確戴口罩」影片

- 將行政院防疫宣導「如何正確戴口罩」影片，後製**越南、印尼、柬埔寨、泰文及英文5國**語言。



3 拍攝「新禮貌運動」宣導影片



2 拍攝「跟病毒Say No」歌曲宣導影片



4 拍攝「居家檢疫14天要作什麼？ 市府報你知」影片



嚴重特殊傳染性肺炎防疫宣導-電影院業

● 督導電影院業者加強防疫工作

本局人員進行電影院例行性查察時，同時向業者宣導防疫措施。本市12家業者對於防疫措施均有自主管理，並嚴格要求第一線直接面對面接觸顧客的員工測量體溫並配戴口罩。

電影院相關防疫宣導作為如下：

- (1)請第一線直接面對面接觸顧客的影城員工測量體溫並配戴口罩
- (2)影城明顯處建請張貼防疫相關資訊
- (3)建請備酒精或乾洗手供民眾使用
- (4)加強環境衛生整潔消毒。



環球影城大門口

防疫宣導海報



華納威秀影城

提供消毒酒精



餐飲人員配戴口罩



查驗票券人員
配戴口罩



售票人員配戴口罩



嚴重特殊傳染性肺炎防疫宣導 - 廣播宣導

高雄廣播電臺 節目宣導

- 製播宣導帶及口播宣導
於節目加強宣導
共 2276 次
- 節目專訪
共 12 次
- 發布新聞稿
1/23-4/30
發布新聞共 2087 則
新聞專題 14 集



【新住民】節目 宣導情形

- 製播專題節目
共 1 次
- 製播宣導帶
 - ✓以越語、柬埔寨語、泰語、
印尼語4種語言
 - ✓錄製各2則不同內容之防
疫宣導帶
 - ✓共8支於節目插播運用
共 44 次
- 插播訊息
於「泰勞在高雄」、「開
心假期雅加達」等移工節
目中插播防疫宣導訊息
共 9 次

NCC徵用電臺 頻道時段播出

- 配合播出指定內容
自2月4日起依中央流行
疫情指揮中心需求，國
家通訊傳播委員會
(NCC) 徵用電臺頻道時
段播出指定宣導內容，
迄4月底播出
共 1202 次



三、近半年來重要業務成果



高雄市議會第三屆第三次定期大會 新聞局業務簡報

重要工作績效-向市民報告



#河裡清出沙發也太狂
【向市民報告30】「啊~好厚的泥」原來5年沒清了! 高市府啟動幸福川清淤計畫



#愛來高雄 #百年好合喜餅禮盒 #遊艇婚紗婚禮在高雄
【向市民報告29】愛情產業鏈起來! 不只遊艇婚禮 市府也點亮傳統餅店



#百年前的政經中心 #高雄版華爾街 #第一個棋盤式的...
【向市民報告28】來百年銀行喝咖啡 高雄版華爾街轉型重生



#哪一聲就輕鬆上山下海 #MenGo優惠方案實施中 #通...
【向市民報告27】全台獨家! MenGo卡整合高雄所有公共運輸 最高省50% 學生每天僅10元

• 向市民報告
108年8月-12月
20集/3分鐘、
109年2月-4月
製播10集。



#哩嗶叭叭走來照顧關心您 #擺五便當送到位 #里長...
【向市民報告26】防疫期間 里長好忙



【向市民報告25】邀您吃午餐! 高市府員工餐廳將進駐「新住民」美食! 民眾也...



#還有小黃專屬關懷據點 #協助解決人生大小問題 #休...
【向市民報告21】中午休息一下再出發! 高市府COVER小黃的路邊停車費



#高雄實物銀行據點共有 #6個實體商店 #53處實物貨...
【向市民報告22】分享幸福! 高雄市「實物銀行」據點數居全國之冠



#通車了就是高興高興再高興 #給辛苦的施工團隊比讚...
【向市民報告第23集】48年中華地下道走入歷史 高市府展現效率 35天填平通車



#帶領小朋友自由探索發掘興趣 #3年公共化幼兒園要...
【向市民報告第24集】公幼+199班! 想抽籤 高市府幫你機會加到滿



業務報告-維護民眾權益 端正社會善良風俗

輔導電影片映演業者 遵守電影片分級制度

- 108年9月至109年4月共計實施臨場查驗173廳次，未發現違法情事。
- 為保護觀影民眾之權益，本局向業者宣導「電影片映演業禁止攜帶外食定型化契約不得記載事項公告及解釋令」，以強化業者對消費者權益之重視。



加強出版品及錄影節目帶輔導與管理

- 查察平面媒體廣告是否違反「性騷擾防治法」、「性侵害犯罪防治法」及「兒童及少年福利與權益保障法」等相關規定並加強違規廣告查察，108年9月至109年4月均無違反相關法令之情形。
- 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。108年9月至109年4月查察共計40家次，未發現違法情事。





高雄市議會第三屆第三次定期大會 新聞局業務簡報

業務報告-製播優質節目行銷高雄

- 108年來去高雄住一晚
13集/60分鐘
透過明星介紹高雄
好吃好玩的去處
- 109年持續製播
「來去高雄住一晚」
節目



- 108年高雄38條通
50集/30分鐘
介紹38區人文、
景觀及特色活動
- 109年節目名
稱為「愛@高雄」



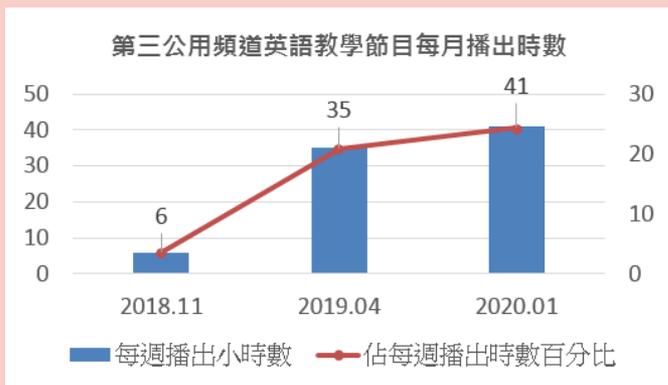
- 108年幸福高雄
24集/30分鐘
-國、台語雙聲的市政
專題報導-
- 109年「高雄進行式」
製播更具創意、
即時的市政宣導節目。

幸福高雄第286集 市長每月夜宿傾聽 盼社會理性包容接納自閉病友

業務報告-數位雙語

公用頻道CH3 雙語教學節目持續播出

- 週一至週日早、中、晚時段皆有播出英語教學節目，目前共有初級空中美語、中級空中美語、ABC互動英語、Live互動英語及大家說英語節目等5個英語節目。非議會期間，每天共播出5小時。
- 109年新增『空中大學高雄觀光導覽英文』教學節目每週再增加播出6小時。



愛@(在)高雄節目 片尾英語單元

- 「愛@(在)高雄」109年地方特色節目，並以英語單元「高雄Let 's talk」為每集節目收尾，讓民眾在節目情境中，認識生活化英語，也提升外籍朋友收看節目樂趣。





重要工作績效-登革熱防治宣傳 -有線電視服務品質提升

協助拍攝登革熱防治影片

- 為加強市民登革熱防治觀念，協助三民區公所拍攝「109年登革熱防治示範區-區塊式里別跨局處動員」影片。
- 完成影片由公用頻道CH3及YouTube推播宣導



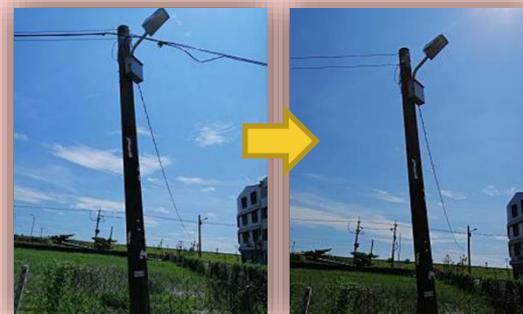
109年有線電視費率 審議會議

- 109年收視費用全面凍漲！
- 109年3月底修正定型化契約，依個資法第8條第1項揭露相關資訊，善盡告知義務。
- 低收入戶收視費用全免、業者提撥公益回饋，優先保障偏遠地區及弱勢學子。



纜線清理作業

- 協助民眾清理有線電視纜線，108年9月至109年4月止，共計處理220件(含不明纜線98件)。





新聞聯繫與媒體服務

市長行程採訪及媒體服務

提供新聞稿、照片、錄音及原始影像通傳

平台：

- ✓ 電子郵件、市政府官網
- ✓ Line媒體群組：平面、電子、廣播及國際群組，國內外約720位媒體同業
- ✓ 108年9月-109年4月計發布626篇市政新聞稿



外媒服務

- ✓ 108/10/15、16協助日本「RKB每日放送」電視台實地踩線拍攝高雄景點
- ✓ 108/11/28安排12名德國媒體了解高雄經濟轉型及港區發展參訪高雄



國際行銷

國際網路達人高雄行銷

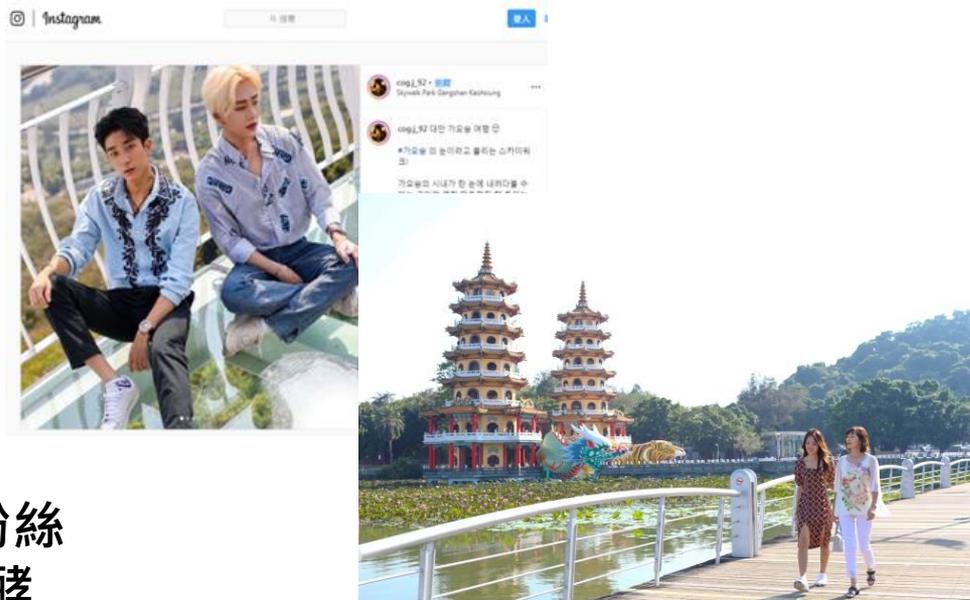
- ✓ 邀集日、韓、港、泰、馬計5組網紅
- ✓ 進行城市行銷、觀光踩線，拍攝影片、美照上傳自營社群平台
- ✓ 主題：親子旅遊、愛情產業、時尚品味、特色美食、個人創意風格
- ✓ 搭配網路行銷資源及記者會，以利城市知名度及觀光來客率行銷

YT行銷影片效益

- ✓ 5支影片逾200萬觀看人次
- ✓ 美照按讚數合計逾120萬

社群媒體

- ✓ 國際社群平台(twitter、IG)
 - twitter目前超過6萬3千名粉絲
- ✓ 網紅踩線城市行銷、社群發酵





辦理重大市政記者會

- ✓ 12/24舉辦市長就職周年記者會
以「高雄新頁」為題，細數一年來市府團隊30項璀璨政績。
- ✓ 2/6因應「嚴重特殊傳染性肺炎」疫情衝擊補助紓困
規劃記者會
- ✓ 2/11「飛躍一百★滿天星計畫」記者會
- ✓ 3/21偕同量販業者召開「四不二穩 高市量販通路供
貨無虞」記者會





製播城市形象影片

統合各局活動 製播大型活動行銷短片/網路懶人包

KOOL系列活動 【國慶系列/萬年季/戲獅甲/耶誕追光/跨年+升旗】

Light系列活動 【體感嘉年華/電影節/眷村嘉年華/直線競速SDR/動漫祭/棒球系列活動/千人洗愛玉】

春遊高雄 【環台自由車大賽/神農市集/那瑪夏賞螢季】



高雄城市行銷短片

- 製作「城市行銷簡介」、「愛高雄」2支主題
- 語版：中、英、日、韓、越



加強宣導市府重大活動及政策

配合本府重大活動及各項施政措施，如追光季、不廢搖滾音樂季、青年政策等議題，以新聞稿、電視媒體、網路平台、戶外媒體、平面廣告等多元管道加強宣導，提升訊息曝光度。

- 全國電視廣告
- 網路Banner廣告連結
- 社群媒體：FB、LINE、Youtube、IG、Twitter
- 雜誌(含數位)
- 公車候車亭
- 新聞專題
- 網紅合作



一日勇女 | 聖誕節必看情侶拍婚紗 | 中央公園追光季 | 播爾思庭



高雄青年對談 YouTube創辦人陳士駿：不要一開始就顧慮失敗





道路交通安全宣導

宣導主軸

配合交通部及本府道安委員會宣導重點



多元媒宣通路

- ✓ 拍攝道安宣傳短片，並透過網路、電影院、多媒體電視、全國電視、公用頻道及本局既有通路等加強露出
- ✓ 戶外媒體
公車車體、高捷版位、戶外帆布、公共腳踏車後土除廣告
- ✓ 道安廣播節目製播
- ✓ 平面廣告
- ✓ 配合市府活動、結合民間社團設攤宣導
- ✓ 配合交通大隊大執法宣導





編印定期及不定期刊物

□ 《Love Kaohsiung》英、日文雙月刊
每雙月出刊，全年出版6期。派送至駐台外事單位高雄辦事處、機場、高鐵、臺鐵、高捷、觀光飯店、大專院校語文學習中心等120個索閱點。

□ 《Takao樂高雄》電子月刊和紙本雙月刊
電子期刊每月出刊，紙本期刊每雙月出版，每期印製20,000本，派送至全台200個地點。

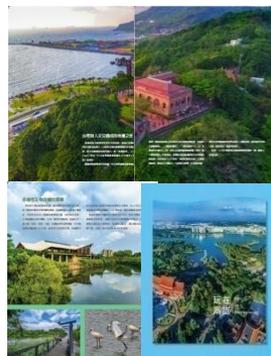
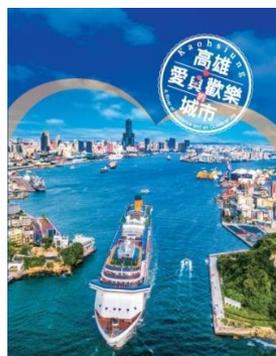
□ 不定期刊物

高雄-愛與歡樂的城市（高雄市簡介）

內容有8大單元，介紹本市豐富、多元的城市面貌、交通文化觀光產業經濟等各大面向，計有繁體中文、簡體中文、英文和日文四種語言版本。

《靠這本搞定高雄亞洲新灣區》
(中、英文版)

2020高雄市年曆





高雄品牌視覺設計

- 「樂高雄LOVE KAOHSIUNG」以「高」字結合「LOVE」，表達人與人間愛與歡樂。4款色系可自由設計運用，並上傳市府首頁供局處下載。
- LOVE高字圖像授權:新聞局制訂Love高字授權管理要點業經12月17日第453次市政會議審議通過。



粉茄紫_C40M30



熱情紅_M70Y50



海洋藍_C95Y10



台灣紅_M90Y20

- 「樂高雄Love Kaohsiung」標誌-應用範例：

✓新聞局臉書



✓高雄市政府
Line帳號



✓新聞局手提袋設計





吉祥物柴犬來福 (LOVE) 行銷活動暨商品開發

- 與市府活動結合積極推廣以強化本局吉祥物知名度，同時本局也陸續製作宣導品配合網路行銷及活動發送。
- 高銀金融卡卡面 (具有一卡通功能) 經本局同意授權使用柴犬來福圖樣，6/30前申請換發可免收工本費。
- 製作柴犬周邊商品 (便當盒、過夜包及人偶禮盒)，3/4起在駁二庫房賣店 (服務台) 寄售。
- 吉祥物「來福」行銷活動

- ✓ 高雄市和日本秋田縣續簽「國際交流合作備忘錄」
- ✓ 國際網紅宣傳記者會「疾速樂高雄」
- ✓ 「洗手開窗戴口罩，病毒遠離上學去」創意宣導活動
- ✓ 璀璨高雄十月慶典升旗典禮
- ✓ 「慶聯港都樂起飛-兒童劇校園巡演」
- ✓ 2019炫高雄國際新生青春田園趴始業式
- ✓ 發送高雄市年曆(鳳山行政中心)

- ✓ 2019大氣球遊行
- ✓ 2019 LOVE追光季吉祥物遊園
- ✓ 第三屆高雄市長就職周年記者會
- ✓ 2020市長及市府團隊發送紅包春聯
- ✓ 2020協助拍攝防疫短片





亮點活動行銷高雄



公私協力

- 2019大氣球遊行 - 由統一超商股份有限公司、寬魚國際股份有限公司、寬寬整合行銷股份有限公司主辦，本府為指導單位，本局擔任統籌窗口。「高雄隊」由來福前導、葉副市長率市府團隊沿時代大道踩街並發送精美贈品，傳遞歡度佳節的愛與喜悅，與市民朋友互動熱烈。活動總計18萬人次參與(主辦單位提供)。
- 義大世界跨年煙火 - 主辦單位為義聯集團經營管理委員會，本局擔任指導單位；2015年起改為無藝人演出(沒有晚會)，僅施放煙火。
- 「高雄夢時代跨年派對 - 主辦單位為統一企業集團及高雄夢時代購物中心，本府為指導單位，負責行政協助工作；夢時代邀請市長暨市府團隊於12月31日跨年倒數時登台，與市民朋友一同倒數迎新年。





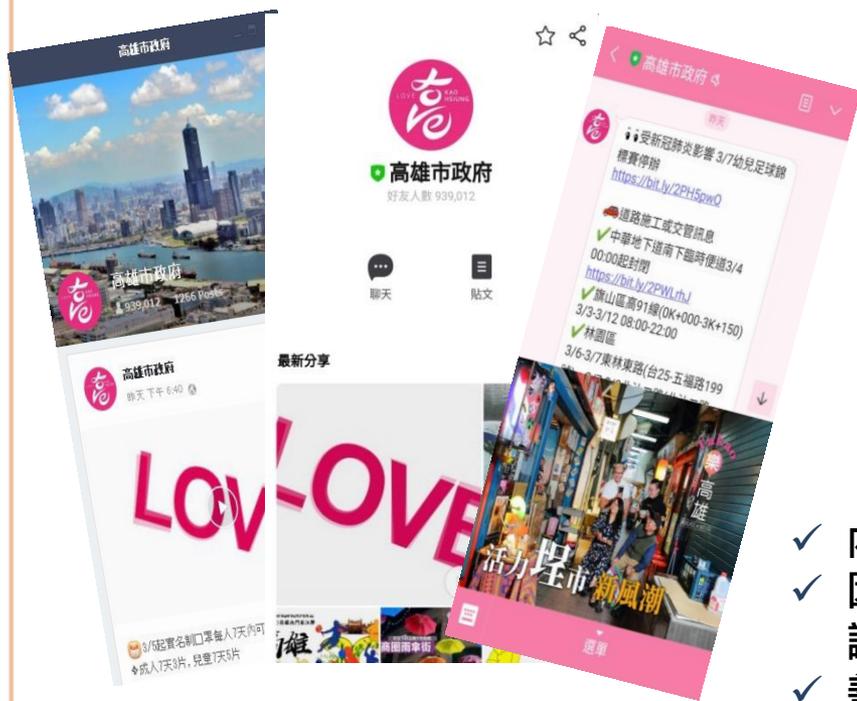
網路平台行銷

高雄市政府LINE

好友數**943,767**人(截至109/4/30 17:30)

樂高雄臉書(新聞局官方粉絲專頁)

粉絲**394,319**人(截至109/4/30 17:30)



- ✓ 內容包括觀光資訊、市政內容、活動直播等。
- ✓ 因應天災、民生資訊等特殊狀況，機動發布訊息，讓民眾迅速掌握第一手資訊以利應變。
- ✓ 善用網路平台特性，加強市政建設的宣導與認同感。



高雄電臺FM94.3 就是讚！

強化公營電臺角色 服務多元族群

- ✓ 即時重大災防訊息報導
- ✓ 轉播市政總質詢
- ✓ 製播新聞專題
- ✓ 報導市民切身新聞

108年9月-109年4月

- ☑ 新聞採訪報導 2,920則
- ☑ 新聞專題 169集



行銷在地特色 提供即時公共服務

製播多面向行銷節目

跨局處製播節目 活潑宣導市政

提供即時路況強化道安宣導

行銷南台灣觀光文化活動資源

製播關懷弱勢及服務少數族群節目
(新住民、外籍移工、同志、古典音樂及公益社團)

108年9月-109年4月

- ☑ 市政行銷宣傳帶播出 13,231次
- ☑ 節目專訪 906次
- ☑ 道安宣導 2,395則



高雄電臺雙語政策執行成果

- 高雄廣播電臺開闢雙語節目
- ✓ 每天製播至少 7.5 小時豐富多元雙語節目
包括「高雄人第三階段-主婦ABC」、「午后陽光第三階段-觀光ABC」、「NEWS ABC」、「打狗英語通」、「原來英語可以這樣學」等
- ✓ 109年起新闢多個趣味化雙語節目
英語醬玩、卡卡派雙語脫口秀、雪人的早午餐、Kirby的午茶時光
- ✓ 108年3月-109年4月雙語節目製播總時數
共計 3,082.8 小時
- ✓ 108年3月-109年4月雙語節目直播
共 18 次，瀏覽人次215,287 次





推動廣播節目影像化 建置廣播直播平台

高雄廣播電臺節目錄製影音直播影片，透過電臺官網、FB粉絲專頁及YouTube提供民眾收聽收看，增加與聽友親近互動機會，強化市政及電臺行銷。

108年2月-109年4月

☑ 直播次數：62 次

☑ 瀏覽人次：215,856 次

直播節目：

- ✓高雄人第三階段主婦ABC
- ✓午后陽光第三階段
- ✓e啦原住民
- ✓港都健康事
- ✓245福利談
- ✓最佳時客
- ✓運動港都好運發
- ✓公事好好說





建置高雄電臺官網響應式網頁及 節目線上隨選收聽系統

建置電臺全球資訊網 響應式網頁

線上收聽 + 重溫節目
取代原有之APP

網路影像直播

後台網頁瀏覽行為分析

—可知各節目瀏覽人次
聽眾停留時間等

✓ 高雄電臺新官網108/9/30上架

以響應式網頁設計，符合民眾多元行動上網需求，在不同裝置瀏覽均可最佳化呈現

✓ 網頁內建語音線上收聽(LIVE)

及重溫節目(VOD)系統，並設計直播畫面視窗及超連結臉書、YouTube平台功能，供民眾即時收看或重溫電臺製播之直播節目

✓ 108年10月-109年4月

[線上收聽]

FM: 121,947人次；AM: 13,012人次

[重溫收聽]

52,471人次





四、未來工作重點



未來重要工作

有線電視公共論壇

109年高雄市有線廣播電視產業發展研討會

- 為強化有線電視產業競爭力，邀集產、官、學三方，透過工作坊4場、專家學者座談會1場、全日研討會1場，進行討論、凝聚共識，並剪輯優質節目於高雄市公用頻道播出。



有線電視補助辦法

109年高雄市有線廣播電視公共訊息數位服務補助申請案

- 鼓勵4家有線電視業者提出申請，提供民眾優質民生即時資訊。





未來重要工作

✓ 配合本府重大政策及施政亮點，整合行銷宣傳

- 運用平面、網路、電子或戶外等多元媒宣通路，加強行銷本府各項施政、防疫相關政策及因應作為，提升訊息能見度。
- 與本府各局處合作，針對亮點活動及與市民權益攸關之重大政策，進行整合行銷，促進民眾支持與參與。

✓ 國際行銷

- 協助安排駐台外媒參訪高雄，促進對高雄各面向之認識。
- 規劃拍攝「109年高雄國際城市短片」，並適時運用多元媒宣通路，加強行銷。
- 持續營運本府Twitter、IG等社群平台，宣傳本市觀光旅遊、特色景點等，形塑城市形象。





未來重要工作

- 善用LINE、Facebook等社群網路之及時性及傳播力，配合中央及本府疫情指揮中心加強宣導嚴重特殊傳染性肺炎防疫訊息、市政及各項在地資訊，提升民眾資訊取得的便利性，增進防疫效能，促進民眾支持及參與度，強化城市健康與形象且有效行銷高雄。
- 運用文字、圖像等加強城市創意，持續推廣新聞局吉祥物來福（LOVE）相關城市商品，結合吉祥物經濟行銷高雄城市特色，營造城市愛與歡樂的氛圍，有效宣傳高雄地方特色，深化高雄價值。
- 企劃及發行定期電子期刊、印製紙本刊物及英日外文雙月刊等，持續辦理出版品數位化及不定期透過網路社群媒體分享資訊，並以多元語言呈現高雄，提升觀光旅遊效益和宣傳地方特色活動。



粉茄紫_C40M30



熱情紅_M70Y50



海洋藍_C95Y10



台灣紅_M90Y20





未來工作重點-高雄電臺

新闢「公事好好說」節目 擴大公共服務及建立溝通平台

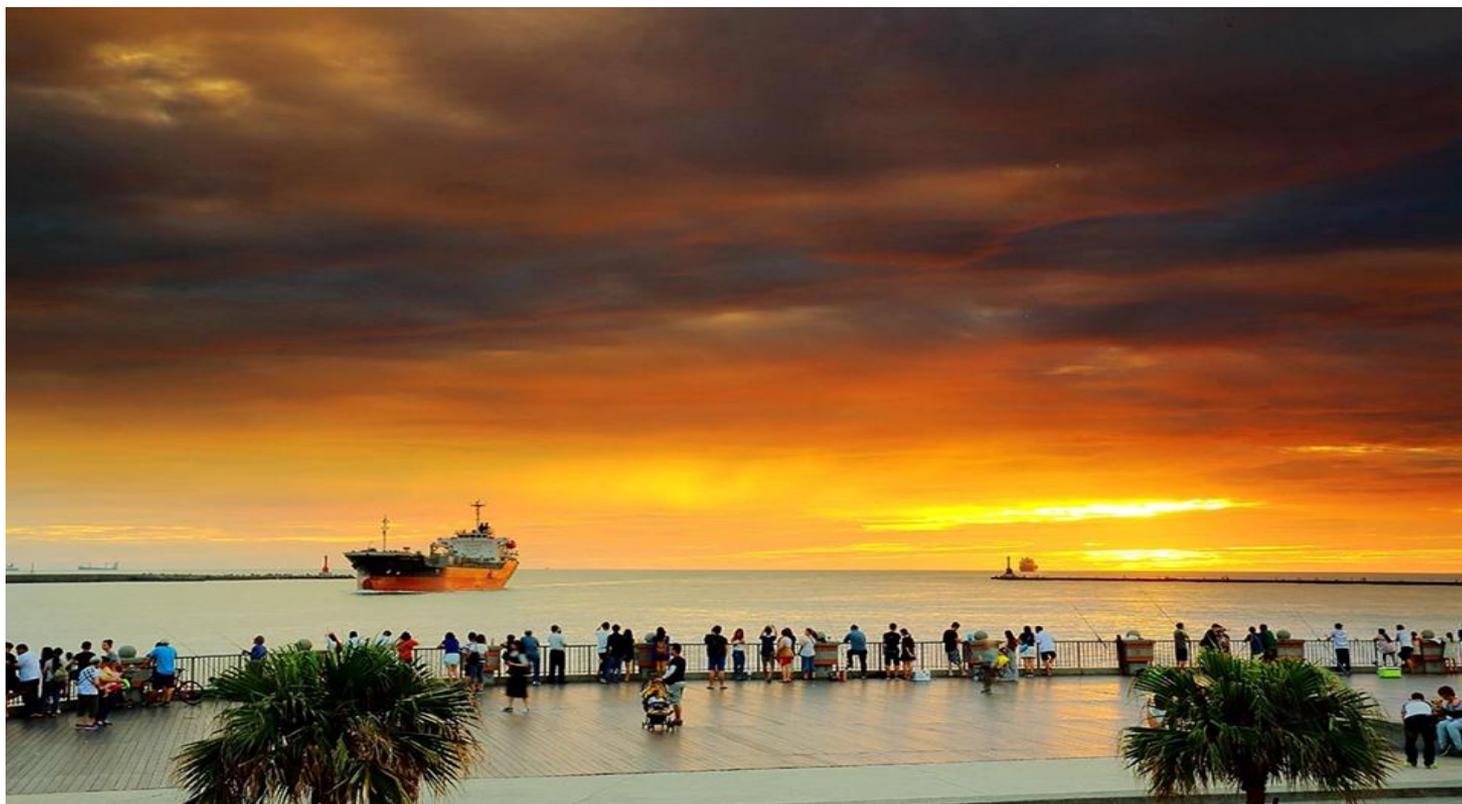
- ✓ 與中山大學公共事務管理研究所合作，109年2月17日起製播「公事好好說」公共建設議題性談話節目，加強電臺公共服務功能並落實資源共享
- ✓ 針對城市建設及發展等議題，邀請產官學、代議機關或市民共同討論，引領城市發展方向，勾勒發展藍圖，擴大公共議題討論空間
- ✓ 製播4型態：雙方或多方對談、開放CALL-IN 接聽市民意見、CALL OUT 進行電訪、臉書直播





五、結語

謹將上次大會以來本局業務執行之概況報告如上，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，即時了解輿情，回應民意；並提供市民最即時的防疫及市政訊息，讓市民能充分瞭解施政作為，爭取市民最大的支持與認同。



簡報結束 · 敬請指教