

# 高雄市議會第4屆第4次定期大會

## 高雄市政府新聞局業務報告

報告人：項賓和 局長



113年8月29日編

## 目錄

壹、前言	1
貳、重要工作概況	2
一、視聽事業之管理與輔導、維護民眾權益	2
(一)電影業、錄影帶業輔導與管理	2
(二)有線電視輔導與管理	2
(三)提升公用頻道節目品質及宣導	3
二、運用媒體網絡行銷宣傳	5
(一)發布新聞及媒體服務	5
(二)平面、網路媒體行銷宣傳	10
(三)透過網路平臺傳遞新資訊	12
(四)多管道進行交通安全宣導	13
三、強化主題行銷、提升城市亮點	16
(一)短片製作及電子媒體行銷宣傳	16
(二)國際行銷	16
(三)觀光行銷	17
四、出版數位及紙本刊物提升城市閱讀	18
(一)企劃發行《高雄畫刊》	18
(二)發行《Love Kaohsiung 愛高雄》	20
五、高雄廣播電臺擴增多元平台行銷市政	21
(一)結合各界資源製播優質廣播節目	21
(二)新聞採訪與即時播報	27
參、未來工作目標	28
肆、結語	29

# 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4次定期大會開議，<sup>賓和</sup>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。

113年上半年，新聞局重點宣傳市府淨零政策、演唱會經濟及積極招商引資成果，並於節慶期間宣傳高雄輕軌輕旅行、兒童藝術節、法國生活節在高雄、端午龍舟嘉年華、旗津風箏節、高雄暑期系列活動等休閒旅遊訊息，擴大行銷效益。

本局亦以網路社群平臺傳遞新資訊，《高雄畫刊》數位期刊各期主題報導地方特色人文歷史，高雄市政府官方LINE官方帳號、高雄市政府官方臉書宣導高雄相關訊息。為讓國際人士瀏覽高雄歷史人文、熱門景點、節慶活動、美食特產等資訊，我們以高雄市政府官方推特X(Twitter)及Instagram帳號，提供以英、日、東南亞國家語貼文，行銷高雄城市訊息。

高雄廣播電臺編採與播報高雄市重要市政及在地新聞、結合各界資源製播多元化節目滿足不同受眾，包含關懷身心障礙者、多元性別議題、新移民（印尼語、越南語及柬埔寨語）、外籍移工（泰、印尼語等）、原住民、客語族群、兒童少年及長青族、美語教學等節目；更結合影像拍攝、擴增直播等多元平台、提升服務量能。

<sup>賓和</sup>謹代表新聞局全體同仁感謝各位議座的建言與指導，使本局及電臺業務更加進步，敬請不吝指教！

## 貳、重要工作概況

### 一、視聽事業之管理與輔導、維護民眾權益

#### (一) 電影業、錄影帶業輔導與管理

##### 1. 輔導與管理電影院，落實影片映演分級制度

(1) 依據電影法及其施行細則，輔導管理本市電影片映演業之電影分級。

(2) 本市營運中電影院共計10家，113年1月至7月實施臨場查驗共計114廳次，均符合相關規定。

##### 2. 加強出版品及錄影節目帶之輔導與管理，維護兒童與少年身心健全發展。

(1) 依據「兒童及少年福利與權益保障法」及「兒童及少年性剝削防制條例」等進行相關查察事宜。

(2) 依據兒少法相關規定，檢視出版事業確實依法執行廣告刊登事宜。113年1月至7月止，查察共75則平面廣告，均符合相關規定。

(3) 針對本市錄影節目帶租售業、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。113年1月至7月查察共計21家次，均符合相關規定。

#### (二) 有線電視輔導與管理

##### 1. 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，加強輔導管理本市有線電視系統業者，播送節目與廣告應自律守法。113年1月至7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系統業者於111年度起暫停經營開口廣告。

(2)持續有線電視陳情案件（消費爭議、收費、客服、工程）之管理，針對市民陳情有線電視系統爭議案件，立即協調業者現勘，或會同相關單位予以處理，113年1月至7月共處理345件，督導本市有線電視業者提升服務品質。

(3)辦理113年度高雄市有線電視收視滿意度調查，提供有線電視費率審議委員會審議114年收視費用、有線電視業者改善服務品質之依據。

### **(三)提升公用頻道節目品質及宣導**

1. 製播公共建設影音專題節目，即時行銷宣導：「高雄進行式」－針對本市軟硬體建設、重要活動、政策實施等，製作影音專題報導，113年1月至7月共製作31則專題，並剪輯成7集節目。

2. 高雄地方文化節目，傳遞在地精神：為帶動提升有線電視收視品質，由主持人以活潑、達人帶路方式，製播20集主題節目、每集30分

鐘，讓國內外朋友觀賞後想進一步認識高雄。  
「玩客瘋高雄 Happy Long Stay」節目於 113 年 6 月 29 日起於本市公用頻道 CH3 播放。



圖 1：新聞局製播公共建設影音專題節目

3. 製播媒體識讀影音專題，提升市民媒體素養：因應性平、兒少、反詐騙及自殺防治等社會議題廣泛討論，為建構民眾對議題的認知，並提升市民媒體素養，規劃製播 8 集、每集 10 分鐘影音專題節目，預計於 113 年 11 月底製作完成後，安排於本市公用頻道 CH3 播放。
4. 製作「高雄市原民慶、祭典或文化等紀錄短片」共 4 支，藉此帶領民眾認識高雄豐富多元民族節慶、信仰及文化底蘊，並豐富公用頻道節目內容。預計於 114 年製作完成後，安排於本市公用頻道 CH3 播放。
5. 在地新聞輪播：整合本市有線電視系統業者自製新聞（港都新聞、鳳信新聞、南國新聞及新高雄新聞）於本市公用頻道 CH3 輪播，即時提供市民瞭解高雄在地新聞。

6. 議會實況轉播：配合高雄市議會申請，於 113 年 3 月 29 日至 6 月 5 日高雄市議會第 4 屆第 3 次定期大會在公用頻道 CH3 轉播市長施政報告、部門質詢、市政總質詢及議案審議等議程實況，提供市民關注地方發展訊息。
7. 每週排播外語教學節目，提供豐富學習資源：結合民間雜誌社資源，於本市公用頻道 CH3 播出共 6 個英語教學節目：『空中美語』、『English 4 U』、『傑夫美語通』、『ABC 互動英語』、『Live 互動英語』及『大家說英語』。
8. 高雄市公用頻道行銷宣導，鼓勵民眾近用
  - (1) 經營「高雄市公用頻道」臉書粉絲頁行銷本市公用頻道節目、託播申請方式、活動訊息等，鼓勵民眾近用此頻道。
  - (2) 加強宣導本市公用頻道媒體近用權，辦理「高雄市有線電視公用頻道近用宣導」廣告影片託播及圖稿刊登。

## 二、運用媒體網絡行銷宣傳

### (一) 發布新聞及媒體服務

#### 1. 發布市政新聞

- (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，113年1月至7月共計發布 522 則。

- (2) 議會定期大會期間（113年3月28日至6月5日），成立議會採訪小組發布新聞稿共15則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。
- (3) 配合市長市政行程，辦理新聞聯繫、媒體服務與新聞發布，113年1月至113年7月份市長重要行程及新聞發布擇要紀錄如下：

月份	113年1月至7月市長重要行程與市政新聞
1月	1. 陪同蔡英文總統出席高雄輕軌成圓試營運
	2. 出席「陽明交通大學高雄分部啟動儀式」
	3. 出席「簽署清華大學設高雄分部合作意向書」
	4. 陪同副總統賴清德至元帝廟參香祈福
	5. 出席「2024 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園」開幕典禮
2月	1. 陪同副總統賴清德前往五甲龍成宮及覆鼎金道德院參香
	2. 出席「一卡通慶10週年啟動綠點」活動
	3. 出席「2024 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園」閉幕典禮
	4. 出席「二二八事件77周年追思紀念儀式」
3月	1. 出席「2024高雄智慧城市展」
	2. 出席臺灣首屆「2024 CityCOP國際城市級氣候峰會-永續城市論壇」

月份	113年1月至7月市長重要行程與市政新聞
4月	1. 因應花蓮強震，召開記者會說明高雄處置作為，第一時間馳援東部救災
	2. 出席鴻華先進橋科電巴廠動土典禮
	3. 出席TULU 2024世界原住民族旅遊高峰會
	4. 陪同蔡英文總統出席「愛·全心全意」余登發·余陳月瑛紀念音樂會
	5. 陪同行政院長視察台39線(高鐵橋下道路)延伸至仁武規劃及推動情形
5月	1. 出席IC設計及AI技術服務大廠信驛科技及Skymizer進駐高雄簽署儀式
	2. 視察三洽水滯洪池、水溝疏濬等防汛準備措施
	3. 陪同行政院長視察原博館預定地
	4. 陪同行政院長視察楠梓產業園區建設規劃及相關聯外交通建設計劃推動情形
	5. 與經濟部長出席光寶科技高雄光寶大樓動土典禮
	6. 率市府團隊赴議會進行食品安全衛生專案報告
	7. 出席第15屆「台日觀光高峰論壇」
6月	1. 出席台灣人工智慧實驗室高雄辦公室揭牌典禮
	2. 出席遠見雜誌五星縣市長贈獎典禮

月份	113年1月至7月市長重要行程與市政新聞
6月	3. 出席「興邦安居B」社會住宅開工典禮
	4. 出席全台首次「法國生活節」開幕式活動
	5. 出席2024高雄愛河端午龍舟嘉年華活動
	6. 陪同賴清德總統出席第五屆國家海洋日慶祝活動暨雲林艦成軍典禮
	7. 出席「AIoT永續跨界台灣生態系夥伴鏈結大會暨合作意象書簽署儀式」
	8. 主持大林蒲遷村計畫第五場遷村說明會
	9. 視察湖內區大湖地區L幹線雨水下水道及抽水站工程
7月	10. 陪同賴清德總統出席高雄捷運RK1岡山車站通車啟動典禮
	1. 出席前金運動中心開幕典禮
	2. 陪同賴清德總統出席巴黎奧運代表團授旗典禮
	3. 出席淨零高峰論壇
	4. 出席2024高雄旗津風箏節
	5. 因應凱米颱風主持災害應變工作會議，並前往桃源、六龜、美濃等災區視察
	6. 陪同賴清德總統前往美濃勘災
7. 前往茂林區視察高132線及情人谷聯外道路搶通進度	

## 2. 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。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) 針對本市市政活動拍攝製作及存檔，亦透過平面影像紀錄高雄城市亮點，做為城市行銷素材以及城市發展檔案資料，增進市民瞭解市府施政與建設成果。
- (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知曉。

## 3. 辦理記者會

- (1) 113年1月於高雄港18號碼頭辦理「轉角遇見Y記者會」，安排55688集團37輛限量版黃色小鴨計程車到場，排成10Y字樣，象徵亞灣10年、高雄蛻變，並以旅運中心及高雄港灣為背景，拍攝縮時攝影及相關照片供媒體參採報導。
- (2) 113年1月辦理「開箱龍年春聯及開運紅包記者會」，市長偕同書法名家及設計師一同介紹《騰龍獻瑞》春聯、《興隆平安》斗方

春聯及開運小紅包、《高雄龍好》賀卡等，並攜手觀光大使「高雄熊」向市民拜年祝賀。

#### 4. 辦理媒體座談會及課程

- (1)113年2月於本府四維行政中心辦理「短影音製作與經營實戰課程」，介紹當前短影音內容市場趨勢與觀眾偏好，及提升數位媒體溝通能力，邀請市府各局處同仁前來參與。
- (2)113年4月與環保局合作辦理「媒體淨零概念通識班」，市府積極推動淨零轉型，為協助媒體快速了解淨零趨勢，邀請平面媒體、網路媒體、電子媒體及廣播媒體參加課程。
- (3)113年5月辦理「自殺防治 VS 媒體報導-媒體與專家學者交流座談會」，為降低自殺行為模仿效應，邀請公共衛生及傳播學類專家學者，與在地媒體進行交流，探討如何促進自殺事件正向報導。

### (二)平面、網路媒體行銷宣傳

1. 與雜誌合作廣告專輯宣傳，運用雜誌之數位通路，宣傳市政建設成果及政策。上半年專題主題「台積電投資」、「演唱會經濟」，宣傳高雄宜居城市及市政建設及觀光發展。
2. 與平面雜誌合作廣告專輯宣傳，運用雜誌之數位廣編、Banner 及影音宣傳市府淨零政策。上半年專題主題「淨零高雄 穩健轉型」、「擁抱綠色未來：從重工業穩健轉型中的淨零科技城市」、「半導體供應鏈與 AI 新創產業爭相進駐

帶動高雄經濟新未來」，宣傳市府淨零政策及積極招商引資成果。



圖2:新聞局透過網路及社群平台進行市政宣傳

3. 新春特刊：透過新春期間發行之平面刊物，刊登主題「春遊輕旅高雄左營鳳山」、「高雄輕軌幸福成圓 來趟 chill 城市輕旅行」，促進春節期間高雄觀光經濟效益。
4. 市政成果：運用平面及網路媒體之宣傳「大林蒲遷村方案選擇及意願調查」、「大林蒲遷村暨都市發展成果」、「大林蒲遷村暨城市開發規劃」等主題，使民眾進一步了解遷村計畫內容及市府相關因應作為。
5. 交通政策：透過網路媒體刊登「敬老、博愛兩卡雙加碼」，宣揚高雄無障礙樂齡友善之交通政策。

### (三)透過網路平臺傳遞新資訊

#### 1. 高雄市政府 LINE 官方帳號 (@kaohsiung)

截至113年7月底止好友人數超過154.5萬人，宣導並發布相關重要活動與市政訊息，囊括市政建設、重大活動、觀光旅遊、節慶活動，以及防詐騙、停限水、天災和其他災害應變處理及停班課通知等民生重要資訊。

#### 2. 高雄市政府官方臉書 (高雄市政府 Kaohsiung City Government)

##### (1)截至113年7月底止計有逾51.6萬追蹤者。

以生動活潑的文字、照片、圖卡或短片，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，以及防詐騙宣導、停限水、天災和其他災害應變處理及停班課通知等民生重要訊息。並適時與粉絲互動，透過粉絲的分享，發掘更多潛在目標族群，持續強化新媒體推動市政溝通的力道。

##### (2)精彩活動線上直播：

透過高雄市政府官方臉書直播本市精彩活動，例如：黃色小鴨雙鴨出遊趣(2月14日)、小鴨歡送趴(2月25日)、2024自行車環台賽—高雄市站(3月14日)、第21屆全國布農族射耳祭暨傳統技能競賽及祭典(5月23日)、2024高雄愛河端午國際龍舟嘉年華開幕及其精彩賽事(6月8日至6月10日)等活

動，大力宣傳高雄在地人文特色與觀光活動，同時邀請粉絲透過留言互動線上參與活動，形塑口碑效應，行銷高雄城市品牌。

### 3. 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鈞長指示，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。113年度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。

## (四) 多管道進行交通安全宣導

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。相關宣傳成果列述如下：

### 1. 媒體宣傳：

(1) 製播113年度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，宣導主題包括防制酒駕、汽機車停讓行人、高齡者交通安全、大型車防制、機車騎士安全帽正確戴法、安全帽使用年限、合格標章、汽機車行經路口減速停慢，行人優先、注意兒童過馬路、路口停讓、行人依規定穿越道路、騎乘機車正確左右轉及新交通法

規等，藉由電臺製播創意宣導帶，向市民宣導正確的道安觀念。

- (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，刊掛主題「大型車安全宣導」、「兒童交通安全及路口停讓」，強化民眾道安觀念。
- (3)透過公車候車亭燈箱（37面）刊登道安宣導廣告，主題「遠離大車 安全無限」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。



圖3：公車候車亭燈箱廣告-遠離大車 安全無限

- (4)運用本市公共腳踏車（YouBike）後泥除刊登「騎自行車不併排嬉戲」、「機慢車遠離大型車」廣告，共400台。
- (5)利用捷運車站進出人潮較多特性，於捷運站版面及車廂內海報等刊登「行人走斑馬線 勿在路段中任意穿越」道安廣告，觸及大眾運輸用路人。

- (6) 運用平面、網路及廣播媒體宣傳效益，向民眾加強宣導「大型車防制」道安觀念，提醒大型車駕駛轉彎時要減速慢行、停讓行人，加裝並善用行車視野輔助系統，用路人要特別注意大車內輪差及視野死角，路上請遠離大型車。
- (7) 運用網路及平面媒體加強宣導「路口停讓」觀念，減少民眾及學童交通意外事故之發生。
- (8) 透過平面、廣播媒體宣導高齡者行經路口交通安全觀念，另透過網路媒體針對「機車騎乘安全」觀念宣導，強化正確用路行為，養成遵守法令習慣，維持行車安全與秩序。

## 2. 配合大型活動辦理道安宣導：

- (1) 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。
- (2) 113年1-7月配合大型活動進行道安宣導計10場次：低碳淨山宣導活動、大社區三寶意象推廣活動、美濃冬遊記活動、2024林園洋蔥豐年季、2024高雄節電成果展、高雄市第64屆中小學科學展覽會、草地野餐音樂會、2024全球行善日活動、2024高雄鳳荔季活動(2場)，設立攤位進行道路交通安全宣導有

獎徵答，透過與民眾互動，倡導正確用路觀念，提升本市交通安全。

### 三、強化主題行銷、提升城市亮點

#### (一)短片製作及電子媒體行銷宣傳

1. 為強化行銷高雄重大軟硬體建設、宣傳年度大型活動，運用全國性電視頻道通路，排播「原鄉之美」、「冬日遊樂園」、「亞灣2.0 高雄新核心」、「兒童藝術節」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. 攝製113年度市政暨大型活動行銷短片，上半年完成主題短片「打卡美好旅程 就來高雄吧」、「高雄活動大禮包 給你無限夏日驚喜」，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)國際行銷

1. 運用高雄市政府官方推特 X(Twitter)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，如輕軌成圓、黃色小鴨系列活動、內門宋江陣、亞灣2.0、高雄智慧城市展、那瑪夏賞螢季、法國生活節在高雄、2024端午

節系列活動、捷運紅線 RK1岡山車站正式試營運、暑期壽山動物園全國12歲以下兒童免費入園、旗津風箏節、為出戰巴黎奧運高雄好手加油、台日大港水果祭、2024大港閱冰等。

2. 為鼓勵海外民眾至高雄旅遊，並持續強化與南向區域國家之觀光、文化、產業交流，針對日本、韓國、越南、馬來西亞、泰國及新加坡等國家，投放相對應語版之「高雄製造」國際城市形象短片，行銷高雄多元、友善及安心旅遊的環境。



圖4：新聞局製播高雄國際形象短片

3. 為迎接觀光正式邁向新常態旅遊時代，藉由日劇《獨活女子的守則4》主角在高雄的獨活行動體驗港都魅力，藉由該劇之官方網站、YouTube、X(Twitter)宣傳，並於國內 OTT 平臺，如：MOD、Hami Video 等推播廣告，吸引國際旅客到高雄觀光旅遊。

### (三)觀光行銷

1. 成立高雄燈會國際 IP 社群，發布黃色鴨寶、高雄十年、小鴨輕軌、小鴨計程車、黃色角落、

黃色旋風、2024高雄冬日遊樂園、「金呱閃閃」燈光展演、情人節限定小鴨游港、雙鴨 Kiss 等黃色小鴨相關貼文，提供相關活動資訊予民眾，並舉辦相關抽獎活動邀請民眾參與，擴大行銷之效。

2. 運用網路媒體宣傳本府各項特色活動，主題「冬日遊樂園 Kaohsiung Wonderland」、「兒童藝術節」、「法國生活節在高雄」、「2024高雄愛河端午國際龍舟嘉年華」、「旗津風箏節」、「高雄暑期系列活動」等，邀請民眾一同熱情參與。
3. 透過公車候車亭燈箱（37面）刊登市政行銷廣告，主題「高雄冬日遊樂園 Kaohsiung Wonderland」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。

## 四、出版數位及紙本刊物提升城市閱讀

### （一）企劃發行《高雄畫刊》數位及紙本刊物

#### 1. 數位期刊企劃發行

##### （1）發行概況

電子期刊為月刊，113年1至7月共發行7期，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）發行通路

《高雄畫刊》電子期刊於網站

(<https://takao.kcg.gov.tw/>) 發行後，透過電子報發送系統寄送給訂戶、市府同仁，亦與聯合電子報合作發送給其訂戶。各期期刊透過「高雄市政府官方臉書」、「高雄市政府 LINE 官方帳號」等網路社群平台行銷推廣，並與聯合新聞網、中時新聞網、信傳媒、LINE、微笑台灣及景點家等網路平台合作，於媒體上增加期刊內容之曝光。

(3) 電子期刊網站於 113 年 1 至 7 月，網路瀏覽量超過 150 萬次。



圖 5: 《高雄畫刊》雙月刊 No.16/2024 年 7 月出版

## 2. 印製紙本期刊

### (1) 發行期數及數量

紙本為雙月刊，自每 2 期《高雄畫刊》電子

期刊內容，精選編輯成紙本刊物，每2個月發行1期（1本52頁），113年1至7月發行4期，每期1萬8,000本。

## (2)行銷通路

定期寄贈機關學校、全國圖書館等單位提供閱覽外，並派送到機場、觀光飯店、旅遊中心、觀光景點、各捷運站、咖啡餐飲店家等約210個索閱點。紙本期刊另製作電子書上傳至電子期刊網站，提供民眾下載或線上閱讀。

## (二)《Love Kaohsiung 愛高雄》英、日文雙月刊

1. 本刊為雙月刊，113年1至6月共發行3期，每期9,000本。以英、日文報導本市活動、重大建設、觀光旅遊資訊、藝術文化活動等，藉由本刊介紹能傳達高雄多元而豐富的面貌。



圖 6:《Love Kaohsiung 愛高雄》No.31/2024 年 6 月出版

## 2. 行銷通路

定期派送至桃園及高雄國際機場、高鐵及台鐵

旅客服務中心、高雄捷運站、本市觀光及一般飯店、藝文場所、美國在臺協會高雄分處、日本台灣交流協會高雄事務所等駐臺外事單位、本市新移民家庭服務中心及設有華語學習的大專院校等約 121 處，提供民眾免費索閱，並於出刊後同步刊登電子書於本府新聞局《高雄畫刊》網站，且與聯合新聞網、聯合電子報等網路平台合作，提供讀者線上閱讀。

## 五、高雄廣播電臺擴增多元平台行銷市政

### (一) 結合各界資源製播優質廣播節目

#### 1. 節目在地、分眾化

- (1)精選優質節目參加 113 年（第 59 屆）廣播金鐘獎，共入圍 5 項大獎，包括：少年節目主持人獎、音效獎、企劃編撰獎、單元節目獎，及類型音樂節目主持人獎。另，以《安眠藥亂象：危機中的夜晚》節目榮獲 113 年臺灣藥事報導獎影音媒體組佳作。
- (2)高雄廣播電臺與客委會、社會局、原民會、勞動部勞動力發展署高屏澎東分署合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通，113 年 1 至 7 月共製播 123 集，並不定期以電臺臉書進行影像直播，擴大宣傳效益。
- (3)與高雄市政府衛生局、教育局家庭教育中心、交通局、消防局等單位，合作製播「健康方程式」、「家家暖心時光」等單元及專

訪，宣導醫療知識、家庭教育、交通安全、消防安全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，每週二 17:30 至 18:30 播出，邀請產業、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這座南方大城有更多認同與歸屬，每週一次廣播及臉書同步播出。

(5)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 17:30 至 18:30 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、因應現代聽眾媒體使用習慣，固定每月一次臉書直播。



圖 7:高雄廣播電臺整合多元媒體，製播優質節目

(6)製播多元化節目滿足不同受眾，包含關懷身心障礙者、多元性別議題、新移民（印尼語、越南語及柬埔寨語）、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。

- (7)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 123 視障追風協力車協會、社團法人高雄市小太陽協會、社團法人高雄市聲暉協會、創世基金會鳳山分會、社團法人中華小腦萎縮症病友協會。
- (8)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。
- (9)為擴大提供民眾生活訊息，與醫院、法律扶助基金會、高雄市立歷史博物館、國立海洋生物博物館、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。
- (10)於「午后陽光第一階段」節目訪問農會、農友、養殖漁民，行銷在地農漁產品。
- (11)加強道路交通安全宣導，113 年 1 至 7 月製播 30 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，於節目中機動性插播重大交通訊息；113 年 6 月 28 日辦理 call-in 道安宣導活動，進行交通安全有獎徵答活動，全日現場節目開放聽友 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。

#### (12)持續宣導重要資訊

包括「反詐騙」、「居家火電安全」、「登革熱」、「外籍勞工政策」、「CEDAW 性別平等」、「愛心募款」、「反毒宣導」、「勞工保險」、「農業保險」、「國民年金」、「節約用水」、「交通安全宣導」、「家庭收支調查」、「著作權」、「拒絕菸害」、「生活講座」、「黃色小鴨」、「環境教育」、「心血管疾病防治」、「捐血一袋救人一命」、「公益出租人」、「防震時自救要訣」等。

### 2. 多樣化雙語節目

(1)高雄廣播電臺與高雄市多所大學院校、產業、專業人士合作，共同製播節目或單元。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，英語節目及單元如下：

- ①週一至週五「BBC Newsroom」新聞節目（同步聯播 BBC）：服務英語母語人士的新聞節目。
- ②週一至週五雙語單元「交通安全 Follow me」（6 月至 12 月播出）、「打狗英語通」。

- ③週一至週五「空中英語教室」、「常春藤解析英語」、「大家說英語」、「Advanced 彭蒙惠英語」、「這句英語怎麼說」。
  - ④週六雙語節目「英語醬玩」、「雪人的早午餐」。
- (2)「午后陽光第三階段」節目中邀訪英語專業人士製播專訪，主題如「英國食物大總匯」、「在台美人遇到農曆新年」、「高雄輕軌」等，113年1月至7月專訪計118次。
- (3)定期將雙語單元上傳至官網、YouTube平台，並於官網放置當日播出英語單元重點，方便聽眾重溫學習。

### 3. 防範詐騙宣導

(1)「高雄人第一階段」節目：

- ①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。
- ②與高雄市政府警察局合作，定期專訪高雄市政府警察局各分局，深入說明常見詐騙手法，主題如「1合，2清，3減、4面+5不」打擊詐欺犯罪策略、「5大常見詐騙類型」等。

(2)「高雄人第二階段」節目：

- ①製播「理財生活課」單元，提供民眾理財正確知識。

②製播「律師來了」單元，與律師合作，針對時事提供民眾相關法律資訊。

(3)於「幸福圓舞曲」節目，與高雄市政府警察局少年警察隊定期合作製播節目專訪，談少年犯罪預防。

#### 4. 即時防災防颱資訊

提供防災防颱、停水停電等公共服務，因應地震及颱風等災變，於各節目口播並密集插播即時災情資訊及相關注意事項，提供市民最新訊息。有關 113 年凱米颱風作為如下：連續播音共 68 小時，於各現場節目插播颱風、停班課及相關防颱資訊，宣導帶及口播共計 211 次。

#### 5. 影音媒體推播

##### (1)廣播節目影像化

建置直播平台於電臺臉書、YouTube 直播，擴大行銷效益，113 年 1-7 月共計 50 次。

##### (2)運用網路播客 (Podcast) 平台提高電臺行銷能見度

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「理財生活課」、「幸福 CAFE'」、「奇幻故事屋」、「律師來了」、「CHILL 是青春」等節目及單元。

## 6. 學校參訪

為加強兒童及青少年廣播媒體識讀學習與實際體驗，本臺與義守大學、光華國中等學校合作辦理電臺參訪活動，活動內容包括認識錄音設備、節目與新聞製播概念及播報體驗等廣播媒體相關課程。

## (二)新聞採訪與即時播報

1. 平日開闢 3 個新聞時段，即時報導高雄市重要市政及在地新聞，113 年 1 月至 7 月報導逾 2,300 則。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 3 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，增進民眾對市府及議會之瞭解，113 年 1 月至 7 月報導市議會新聞近 100 則。
3. 製播「Live943 新聞晚報」、「高雄 943 特派員」、「高雄傳真」等新聞專題節目，深入報導市政建設、活動及在地新聞。
4. 加強報導防治登革熱、嚴重特殊傳染性肺炎、流感、腸病毒等各項措施、宣導市民應注意事項及防疫資訊。
5. 加強報導輕軌成圓、亞洲新灣區招商、科技業大廠進駐、智慧城市建設等重大建設新聞。



圖 8:高雄廣播電臺提供在地新聞資訊

6. 加強報導公共安全、防災、防空污、食品安全、消費安全、反詐騙、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：推動淨零學院等淨零政策、社會住宅、公共托育、長照服務、特色公園、運動中心、大林蒲遷村等。
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：高雄智慧城市展、黃色小鴨重返高雄、高雄燈會、愛河端午龍舟嘉年華、高雄海洋派對、放視大賞、演唱會經濟及各區觀光旅遊、藝文活動、農特產品行銷等。

## 參、未來工作目標

- 一、配合年度施政重點、重大活動，以整合行銷方式於電子媒體、平面媒體、廣播電臺、網路社群媒體、及戶外媒體等多元管道宣傳，展現高雄市政建設及成果。

- 二、辦理都市行銷活動，呈現高雄幸福城市多樣面貌，並運用各種通路平臺推廣及行銷，吸引民眾參與進而促進周邊觀光經濟效益，爭取市民支持與認同。
- 三、出版數位及紙本《高雄畫刊》、《Love Kaohsiung 愛高雄》等刊物，持續以主題多元且豐富之主題，報導高雄在地特色，適時呼應時事與潮流，增進讀者閱讀興趣，並運用各式平台傳播散布，展現高雄的魅力、活力與城市精神。
- 四、輔導本市 5 家有線電視業者加強客戶服務及完善收視品質，並提供本市低收入戶免費收視有線電視，維護弱勢族群之媒體近用權。
- 五、高雄廣播電臺製播優質節目，積極宣導高雄最新動態，節目內容多元，涵蓋各族群聽眾，善用媒體管道，提供市民便利服務。

## 肆、結語

賓和 謹就113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，提出以上報告。

未來，新聞局仍持續將民生議題、重大政策及本市各項節慶活動等資訊，即時提供各界新聞資訊，並積極規畫主題宣導高雄新建設與精采活動，讓高雄特色與在地文化廣為周知。

敬祝

各位議員女士、先生健康快樂！大會圓滿順利！

謝謝指教。