

高雄市議會第4屆第6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



114 年 9 月 10 日 編

目錄

壹、前言	1
貳、重要工作概況	2
一、視聽事業管理與輔導.....	2
(一)電影片映演業、錄影帶業等管理與輔導	
(二)有線電視業管理與輔導	
(三)提升公用頻道節目品質及CH3近用宣導	
二、市政新聞發布及媒體服務.....	5
(一)新聞發布	
(二)強化媒體服務	
(三)辦理府級重大市政及活動記者會	
三、綜合行銷宣傳市政建設與活動.....	9
(一)平面、網路媒體、戶外媒宣行銷宣傳	
(二) 短片製作及電視、社群及影音平臺行銷宣傳	
(三)國際行銷	
(四)交通安全主題與多管道宣導	
四、辦理都市行銷活動展現璀璨城市.....	14
(一)辦理2025高雄跨年晚會	
(二)協辦2025紫耀義大 義享歡樂跨年煙火	
(三)透過社群平臺行銷高雄各項活動	
五、出版高雄主題特色刊物.....	16
(一)《高雄畫刊》	
(二)《Love Kaohsiung 愛高雄》	
六、高雄廣播電臺多平臺城市行銷.....	19
(一)掌握市政脈動、整合社會資源，製播具多元價值之節目	
(二)新聞採訪與即時播報	
參、未來工作重點.....	25
肆、結語.....	26

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6次定期大會開議，^{賓和}代表新聞局及所屬高雄廣播電臺，向各位議員女士、先生報告114年上半年重要工作成果。

新聞局透過新聞發布、地方特色節目與短片製播、網路社群及廣播等多元通路，將城市發展、施政成果及各項節慶活動，包括產業轉型、淨零城市、智慧高雄燈塔計畫、亞洲資產中心、2025高雄兒童藝術節、風箏節暨氣墊水樂園等資訊，及時傳遞給民眾。為有效行銷城市意象及活動訊息，運用全國電視通路，排播2025冬日遊樂園短片，廣邀民眾旅遊首選高雄，活絡商圈觀光。

加強電影片映演業、錄影帶業、有線電視管理與輔導，提升收視品質、維護市民視聽權益；強化媒體服務，拍攝市政活動影像紀錄，提供媒體報導及使用，增進市民瞭解施政成果。此外，定期出版高雄主題特色刊物，介紹多元人文風情，透過電子期刊與紙本刊物推廣閱讀，讓讀者深入探索高雄獨特故事。

辦理2025高雄跨年晚會，透過現場展演及節目播出，呈現高雄熱情活力，期建立南台灣跨年品牌，增進市民的認同感，吸引國人到高雄旅遊，加深對高雄的印象。

高雄廣播電臺入圍114年廣播金鐘獎3項大獎，亦結合公私部門資源、製播多元節目，提供在地訊息與流行資訊，運用網路平臺行銷節目，滿足大眾各式收聽習慣！

^{賓和}謹代表全體同仁感謝各位議座對新聞局的支持與指導，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、視聽事業管理與輔導

(一)電影片映演業、錄影帶業等管理與輔導

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，114年1月至7
月實施臨場查驗共計130廳次，均符合相關規
定。

2. 加強出版品及錄影帶業輔導與管理，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，督導出版事業確實依
法執行廣告刊登事宜。114年1月至7月止，查
察共50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、M T V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。114年1月至7月查察共計18
家次，均符合相關規定。

(二)有線電視業管理與輔導

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。

114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。

2. 針對有線電視陳情案件（纜線、訊號、費用、其他及不明纜線等），立即協調業者現勘，或會同相關單位予以處理。114年1月至7月共處理386件，並輔導本市有線電視業者提升服務品質。
3. 辦理114年高雄市有線電視收視滿意度調查，提供本市有線電視費率審議委員會審議115年收視費用、有線電視系統業者改善服務品質之依據。

(三)提升公用頻道節目品質及 CH3近用宣導

1. 製播公共建設影音專題節目，讓市民掌握城市脈動

「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，114年1月至7月共製作30則專題，並剪輯成7集節目。

2. 製作高雄地方文化節目，傳遞在地精神

為吸引更多民眾認識高雄市公用頻道CH3，持續傳遞在地精神，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，讓觀眾觀賞後想進一步認識高雄。「玩客瘋高雄 Surprise」節目於114年6月28日起於高雄市公用頻道CH3播放。

3. 製作4支高雄原民慶、祭典或文化等紀錄短片，帶領民眾認識高雄多元民族節慶、信仰及文化底蘊，114年5月起於高雄市公用頻道CH3排播。

4. 製播地方創生節目，促進市民關心公共議題

為引領民眾關注公共議題，參與公共事務，運用在地特色翻轉地方，製播「創生高雄進行式」8集節目，呈現本市地方創生案例，114年7月起於高雄市公用頻道CH3排播。

5. 製播媒體識讀影音專題，提升市民媒體素養
針對職場霸凌、職場性騷擾、自殺防治、反詐騙、性別平等、兒少保護、青少年毒品防制、媒體錯假訊息等民眾關心議題，製播8集、每集6分鐘的專題節目。預計於114年9月起於高雄市公用頻道CH3播放。

6. 深入高雄偏鄉，製播在地節目

為讓民眾認識NCC定義之高雄偏遠八區農(漁)特產，並豐富公用頻道節目內容，製播「尋味高雄」10集節目，分別走訪茂林、甲仙、那瑪夏、六龜、田寮、杉林、桃源及旗津八區，透過農(漁)夫或廚師或技藝師傅等在地職人，帶領觀眾更深入的看見高雄豐富的生命力，預計115年完成後，於高雄市公用頻道CH3播放。

7. 輪播有線電視在地新聞

整合本市有線電視系統業者自製轄區新聞(港都新聞、鳳信新聞、南國新聞及新高雄新聞)於高雄市公用頻道CH3輪播，提供市民瞭解高雄在地新聞。

8. 轉播議會實況

配合高雄市議會申請，114年3月25日至6月2日高雄市議會第4屆第5次定期大會在高雄市公用頻道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。

9. 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，於高雄市公用頻道CH3 播出 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」節目。

10. 宣導高雄市公用頻道，鼓勵民眾近用

(1)經營高雄市公用頻道 CH3 臉書粉絲專頁、宣傳公用頻道節目，並提供託播申請訊息，鼓勵民眾近用頻道。

(2)加強宣導高雄市公用頻道 CH3 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。

二、市政新聞發布及媒體服務

(一) 新聞發布

- 配合本府重要市政行程及重要政策、活動及施政成果等發布市政新聞，並上傳市府全球資訊網供民眾閱覽，114年1月至7月共計發布489則。
- 配合市長市政行程，辦理新聞聯繫、媒體服務與新聞發布，114年1月至7月份市長重要行程及新聞發布擇要紀錄如下：

月份	114年1月至7月市長重要行程與市政新聞
1月	(1)出席高雄智慧城市推動委員會年會
	(2)出席高雄亞灣金融科技創新園區啟用典禮

月份	114年1月至7月市長重要行程與市政新聞
2月	(3)出席高雄市議會第4屆第7次臨時會閉幕
	(4)出席「2025 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園」開幕典禮
	(5)陪同總統前往三民區新大港保安宮拜廟參香
	(1)出席ICDI十週年新春茶會
	(2)出席「2025 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園」閉幕典禮
3月	(3)出席南方淨零倡議論壇暨展覽
	(4)出席「日光海島生活節」開幕活動
	(5)出席「期待光明，向望和平—高雄市二二八事件78周年追思紀念儀式」
	(1)出席「仁武灣內公共托嬰中心」揭牌典禮
	(2)陪同副總統出席國際同濟會2025年亞太年會開幕典禮
4月	(3)率團赴美參加NVIDIA GTC 2025大會
	(4)赴議會進行施政報告
	(5)陪同行政院長出席台積電2奈米擴產典禮
	(1)出席2025高雄兒童藝術節《樂高雄》開幕典禮
	(2)高市府因應對等關稅召開產業座談
5月	(3)陪同行政院長出席高雄地區產業座談
	(4)出席IPCC學者國際論壇
	(1)出席首艘淨零碳排船舶「保利馬1號」下水典禮
	(2)出席2025法國生活節開幕典禮
	(3)出席「全國縣市施政滿意度調查」贈獎典禮

月份	114年1月至7月市長重要行程與市政新聞
	(4)出席Taiwan COP5活動揭幕典禮 (5)出席「2025高雄愛河端午龍舟嘉年華暨龍舟錦標賽」開幕式
6月	(1)出席遠見雜誌五星市長頒獎典禮 (2)出席「流域共好・南方行動倡議論壇」 (3)出席臺灣首座國家級原住民族博物館籌備處揭牌典禮 (4)視導楠梓科技產業園區跨局處搶救演習 (5)出席岡山運動中心啟用典禮 (6)出席麗星夢郵輪旗下「領航星號」首航來台訪船儀式
	(1)陪同行政院長訪視國訓中心 (2)因應丹娜絲颱風主持災害應變工作會議，並前往美濃、桃源等災區視察
	(3)陪同總統出席德國萊茵魯爾世大運代表團授旗典禮 (4)出席思科AIoT生態系發展基地暨研發中心啟用典禮
	(5)陪同行政院長視察仁武糧倉、興達港海巡基地碼頭整建及浚深工程 (6)視察仁武十九灣滯洪池與後勁溪拓寬工程
	(7)出席2025台日大港水果祭 (8)因應0728豪雨主持災害應變工作會議，並前往六龜、桃源、寶來、杉林、甲仙、茂林等災區視察
	(9)陪同交通部長前往台20線勘災

3. 高雄市議會第4屆第5次定期大會期間（114年3月25日至6月2日），成立議會採訪小組發布新聞稿共28則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。

4. 蒐集輿情反映

為強化城市行銷，每日蒐集各報刊、網路即時及電視等平臺有關市政建設之新聞報導、評論與建議，分送相關局處參辦。114年1至7月計蒐集網路即時新聞資料22萬1,655則、蒐集電視新聞摘要3萬1,166則。

（二）強化媒體服務

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，傳送市府活動最新消息或重大事件採訪資訊。
2. 拍攝市政活動靜態與動態影像紀錄，做為城市行銷素材以及城市發展檔案資料，並視需要提供媒體報導及使用，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；不定期與媒體、媒體從業人員交流互動，聽取相關意見，以利市府與媒體保持有效聯繫溝通。
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。

(三)辦理府級重大市政及活動記者會

1. 114年1月辦理「開箱高雄限定版蛇年春聯及開運小紅包記者會」，市長偕同書法名家及設計師一同介紹《運開時泰》春聯、《好運蛇進來》斗方春聯及《蛇來運轉》開運小紅包、《好蛇年》賀卡等，並攜手觀光大使「高雄熊」向市民拜年祝賀。
2. 114年3月市長受邀參加2025 NVIDIA GTC 年會，新聞局辦理行前記者會，向各界說明訪美目的及行程規劃，展現高雄推動智慧城市之努力與願景。

三、綜合行銷宣傳市政建設與活動

(一)平面、網路媒體、戶外媒宣行銷宣傳

1. 與雜誌合作廣告專輯宣傳

運用雜誌、數位通路及社群媒體宣傳市政成果及政策。上刊「智慧高雄燈塔計畫」、「特貿三公辦都更北基地動土」、「高雄打造育兒友善城市 好孕連發減輕育兒家庭負擔」、「2025上半年促參招商高雄獲得『全國雙料冠軍』」、「高雄亞灣2.0啟動城市大躍升」、「從親子同樂到毛孩奔跑，高雄特色公園讓城市綠地成為幸福生活的起點」等主題，宣傳高雄宜居、智慧城市及招商成果。

2. 新春特刊

透過新春期間發行之平面刊物，刊登主題「岡山田寮一日遊 沉浸大自然 秀麗美景 走春絕

佳選擇」、「東高雄九區 世外桃源愜意遊」，增進春節期間高雄觀光經濟效益。

3. 觀光行銷

運用網路多元形式宣傳本府各項特色活動，上半年宣傳主題包括「2025冬日遊樂園」、「2025高雄兒童藝術節—樂高雄」、「高雄市學生看球優惠方案」、「法國生活節」、「2025高雄端午嘉年華暨龍舟錦標賽」、「2025高雄市國際帕拉桌球挑戰賽」、「風箏節暨氣墊水樂園」等，邀請各地民眾前來高雄遊玩。

4. 智慧城市成果

運用平面及網路媒體宣傳效益，加強行銷「智慧高雄燈塔計畫」。

5. 多元媒宣行銷宣傳

透過本市公車候車亭版面（36面）刊登市政行銷廣告，主題「全國原住民運動會」、「2025冬日遊樂園」、「高雄智慧城市展」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。

（二）短片製作及電視、社群及影音平臺行銷宣傳

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，上半年排播「2025冬日遊樂園」主題，廣泛觸及國內民眾，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114年度市政暨大型活動行銷短片，完成短片主題「漫遊高雄 連載再開」、「今夏，我們高

雄見」，於社群、影音平台及公用頻道 CH3 等通路露出，行銷高雄系列活動，廣邀民眾一同參與。

3. 因應社群媒體趨勢，攝製直式影片，上半年完成「2025冬日遊樂園」、「龍虎塔夜晚點燈」、「仁武灣內公托開幕」、「中華職棒36年開季」、「高雄內門宋江陣」、「高雄特色公園」、「國際搜救犬日」、「高雄綠園道」、「苓雅運動園區」、「高雄阿勃勒花季」、「全中運高雄市獲獎選手及教練表揚大會」、「高雄端午嘉年華暨龍舟錦標賽」、「旗後登山步道換新」、「援中港溼地公園」、「兒童美術館」等15支影片，透過社群、影音平台及市府中庭 LED 電視牆等管道露出。

(三) 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、韓、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2025冬日遊樂園開幕、日光海島生活節、吉伊卡哇小提燈、2025高雄兒童藝術節—樂高雄、法國生活節、高雄端午嘉年華、世界野餐日、旗後登山步道、2025台日大港水果祭等。
2. 於日本、韓國、越南、馬來西亞、泰國及新加坡等國家，透過網路社群平臺、華航機上影音投放「我們的高雄」國際城市形象短片，傳達高雄「智慧、宜居及魅力」的城市樣貌。

3. 日本雜誌《pen》合作，於日本官網 Pen Online 刊登圖文廣編，主題包括「透明的城市介面 高雄市圖書館的建築意涵」、「全球最大單一屋頂綜合劇院 衛武營國家藝術文化中心」、「從高雄捷運 看見城市的美學旅程」、「風格人文：從三餘書店探尋高雄新韻」、「TSUTAYA BOOKSTORE 的高雄生活提案與文化場域經營」等，行銷高雄多元面向，展現城市文化美學。

(四)交通安全主題與多管道宣導

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。相關宣傳成果如下：

1. 媒體宣傳：

(1) 製播114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，以廣告、專訪、口播等方式，宣導主題包括酒駕防制及酒後如何安全回家、行人依規定穿越馬路、汽機車行經路口停讓行人、高齡長者請依規定定期換照、行經輕軌路口應注意交通事項、不闖紅燈、安全帽使用年限合格標章、保持行車距離、專心駕駛、暑假期間年輕人不無照駕駛不超速、轉彎車應禮讓直行車先行及新交通法規等，向民眾宣導正確的道安觀念。

(2) 運用本市33處（計35面）行政大樓與學校外牆刊掛戶外帆布廣告，刊掛主題「汽機車行經路口 請停讓行人」、「行人請走斑馬線 車輛請停讓行人」，強化民眾道安觀念。

(3) 透過本市公車候車亭版面（36面）刊登道安宣導廣告，主題「汽機車行經路口請停讓行人」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。

(4) 運用本市公共腳踏車（YouBike）後泥除刊登「騎自行車禮讓行人」、「微型電動二輪，年滿14歲、戴安全帽、不雙載」廣告，共400台。

(5) 與平面、網路媒體合作，宣導道路交通安全意識，主題包含「微型電動二輪車 年滿14歲、戴安全帽、不雙載」、「汽機車停讓路口請停讓行人」、「騎士注意安全帽使用年限」。

(6) 運用廣播、網路、平面媒體，加強宣導「汽機車行經路口請停讓行人」、「酒駕防制」等道安觀念，減少交通事故發生率，市府並加強酒駕稽查，以打造友善、安全的通行環境。

2. 製播短影音

配合時下社群使用習慣，拍攝「號誌教學-圓頭燈 VS 箭頭燈」、「非號誌化路口停慢」、「防制酒駕」短影音，透過社群及影音平台分享及刊播，並搭配新聞稿發布。

3. 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)114年1月至7月配合大型活動進行道安宣導計7場次：2025高雄富邦馬拉松、2025林園洋蔥節、草地野餐音樂會、2025地球日-Our Power Our Planet、2025籃籃會、2025鳳荔節、2025客家很有市-人偶公仔歡樂派對，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。

四、辦理都市行銷活動展現璀璨城市

(一) 辦理「2025 高雄跨年活動」

1. 囊括「六金級」超強卡司，由麋先生、告五人、許富凱、U:NUS、GENBLUE 幻藍小熊等 20 組人氣歌手及團體輪番演出，以及世界棒球 12 強賽冠軍 Team Taiwan 棒球英雄陳柏青、張政禹，更邀請韓國天團 2NE1 成員 SANDARA PARK 演出，臺灣跨年首秀獨家獻給高雄，不僅重現 2NE1 多首經典團體歌曲，還特別準備中文歌曲〈你要的愛〉送給歌迷。壓軸登場的金曲歌后徐佳瑩，驚喜準備動感組曲，帶領全場熱舞，盧廣仲則於跨後演唱多首膾炙人口的熱門歌曲，為晚會畫下完美句點！
2. 跨年倒數後，施放千輪版 250 秒亞灣跨年花火，搭配火星人布魯諾 (Bruno Mars) 經典求婚神曲〈Just the Way You Are〉，在夢時代摩天輪彩虹燈光強力應援之下，吸睛指數破表的港景煙火秀，最後以氣勢磅礴的迎賓禮砲及金耀錦冠花火作為終章，象徵高雄市在迎向

嶄新的 2025 年的分分秒秒都燦爛精彩。

3. 跨年現場超過 31 萬人次共襄盛舉，電視頻道首度同步於無線台、有線台全程轉播，平均收視：華視 0.78、年代 MUCH 台 0.26、MOMOTV 0.06，總收視人口 441 萬 1,000 人次。另 MOD 壹電視綜合台平均收視為 0.09，總收視人口為 21 萬 2,000 人次。
4. 「2025 高雄跨年」線上直播成績亮眼，累計超過 498 萬觀看次數，直播平臺包含 YouTube 華視綜藝頻道、LINE TODAY、ETtoday、臉書平臺（陳其邁市長、高雄市政府、高雄旅遊網）、MOD、HAMI VIDEO 等。高雄廣播電臺亦實況轉播跨年。

（二）協辦「2025 紫耀義大 義享歡樂」跨年煙火

1. 主辦單位為義聯集團（經營管理委員會），本局受邀擔任指導單位，公、私協力 113 年 12 月 31 日至 114 年 1 月 1 日在義大世界大草坪區，倒數讀秒後施放 999 秒煙火，最佳觀賞點為義守大學校園。
2. 主辦單位依據中華電信信令及飯店住宿資料，統計活動吸引超過 5.1 萬人次參與。

（三）透過社群平臺行銷高雄各項活動

1. 高雄市政府 LINE 官方帳號（@kaohsiung）截至 114 年 7 月底止好友人數超過 172 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 114 年 7 月底止計有逾 55.8 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，透過粉絲的串聯，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) 透過高雄市政府官方臉書直播本市精彩活動，例如：2025 高雄跨年晚會精彩演出(113 年 12 月 31 日至 114 年 1 月 1 日)、2025 高雄冬日遊樂園-吉伊卡哇開幕式(1 月 25 日)、吉伊卡哇遊港(2 月 9 日)及閉幕活動(2 月 16 日)、114 年全國原住民族運動會開幕典禮(3 月 21 日)、原住民族語單詞競賽—高雄市初賽(4 月 27 日)、2025 高雄端午嘉年華暨龍舟錦標賽決賽(6 月 1 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。

五、出版高雄主題特色刊物

(一) 《高雄畫刊》

1. 數位期刊企劃發行

(1) 發行概況

電子期刊為月刊，113 年 1 月至 12 月共發行 12 期，114 年 1 月至 7 月發行 7 期，每月企劃不同主題，如 1 月「新春漫步 山·海·河」、2 月「我的高雄時光」、3 月「與春天來場約會」、4 月「童心探險隊」、5 月「美好城市」、6 月「山海繽紛饗高雄」、7 月「放風一夏」等，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無償合作，於媒體上增加期刊內容之曝光。

(3) 電子期刊網站於 114 年 1 月至 7 月，瀏覽量超過 155 萬次。

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，114 年 1 月至 114 年 7 月共發行 3 期，每期 1 萬 8,000 本，主題規劃有：第 19 期(2 月)「春遊漫

步山·海·河」、第 20 期(4 月)「童心探險隊」、第 21 期(6 月)「美好城市」。

(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 個索閱點並不定期滾動式調整。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》

1. 本刊為英、日文雙月刊，114 年 1 月至 7 月共發行 3 期，每期 9,000 本。每期規劃不同主題，如第 35 期(2 月)「春遊高雄—踏青・在地風味」；第 36 期(4 月)「慢生活的美好 那瑪夏賞螢」；第 37 期(6 月)「盛夏高雄 運動 × 旅行 × 品生活」等，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，藉由本刊傳達高雄多元而豐富的面貌。

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。

六、高雄廣播電臺多平臺城市行銷

(一) 掌握市政脈動、整合社會資源，製播具多元價值之節目

1. 多元節目符合多元聽眾群

(1) 精選優質節目參加競賽及評選屢獲佳績—參加 114 年（第 60 屆）廣播金鐘獎，「週末 Fun 音樂」節目共入圍 3 項大獎，包括：音效獎、企劃編撰獎及流行音樂獎；另，114 年第 2 屆臺灣藥事報導獎：「高雄人第二階段」節目以《疫苗三部曲：守護免疫力》專題榮獲聲音組佳作。

(2) 高雄廣播電臺與本府客委會、社會局、原民會合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通，114 年 1 月至 7 月共製播 91 集，並不定期以電臺臉書進行影像畫面直播，擴大宣傳效益。

(3) 與本府衛生局、警察局、交通局、消防局、高雄市立歷史博物館等單位，合作製播「健康方程式」、「城市守護者」等單元及專訪，宣導醫療知識、打詐防詐、交通安全、消防安全、高雄文史活動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，視議題邀請民意代表、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，每月一次臉書直播。

(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：平安社會福利慈善事業基金會、高雄市唐氏症歡喜協會、高雄市小太陽協會、高雄市盲人福利協進會、高雄市自強身障關懷協會、高雄市關懷台灣協會、心路基金會高雄分會、安德烈慈善協會、得勝者教育協會、紅十字會育幼中心、陽光社會福利基金會、高雄市都會原住民族家庭服務中心等。

(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、國立科學工藝博物館、臺灣電力公司、消費者文教基金會、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，114 年 1 月至 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；114 年 4 月 2 日與 6 月 25 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)重要資訊宣導

包括「行人安全」、「不酒駕」、「路口慢看停」、「戲水安全」、「登革熱」、「節約能源」、「淨零綠生活」、「愛心募款」、「親職教育」、「兩性平權宣導」、「鼓勵生育」、「校園反霸凌」、「1953 反霸凌專線」、「家庭教育」、「求職防騙」、「勞工保險」、「勞動權益」、「就業歧視」、「防制詐騙」、「防治數位性暴力」、「防 AI 深偽詐騙」、「春天藝術節」、「公共資訊發布」、「神農市集」、「消費者保護與服務」、「健康食品通報系統」等。

2. 製播不同類型英語節目提升聽眾英語能力

(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、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 月播出）、「打狗英語通」。
- ③週一至週五「空中英語教室」、「LiveABC」（初級、中級、中高級）、「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」。
- ⑤週六英語節目「The History Hour」、「Discovery」、「Top of the Pops」。

(2)114 年「午后陽光第三階段」節目中邀訪英語專業人士製播專訪，主題包括婚禮與小資族相關-「婚禮小物篇」、「婚宴菜色篇」、「新生兒禮物篇」等；用英文講日常用語-「找廁所篇」、「搭電梯篇」、「用英文打招呼篇」、「台灣伴手禮篇」等；探討新世代問題-「不易被 AI 取代的工作篇」、「新世代工作壓力篇」、「我喜歡的辦公室篇」等；家庭及生活相關英文學習單元「居家最難清潔的地方篇」、「國人最喜歡的早餐篇」、「健康飲食選擇篇」等，讓聽眾朋友用輕鬆聽廣播的方式開心學英文，114 年 1 月至 7 月英文單元專訪播出總計 42 次。

(3)定期將雙語單元上傳至官網、YouTube 平臺，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. 強化詐騙預防，保護民眾權利

(1)於「高雄人第三階段」節目，宣導詐騙無所不在，各式詐騙案例揭露，一起加入打詐國家隊，守護自己的血汗錢！

(2)於「我愛高雄-城市情報讚」節目，與本府警察局各分局攜手合作，定期製播「城市守護者」專訪單元，節目中邀請各分局長或副分局長，深入解析當前高雄地區常見的詐騙手法，從假冒公務機關、投資詐騙、網購詐財，到交友詐騙等，全面揭露犯罪集團的手段，並傳授民眾簡單易懂的「反詐三步驟」（一聽、二掛、三查證）、「打詐五不原則」（不接、不聽、不點、不傳、不信）。

(3)於「幸福圓舞曲」節目，與本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. 即時提供公安、災害等相關訊息

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 114 年丹娜斯颱風、0728 西南氣流豪雨、楊柳颱風作為如下：

連續播音共 83 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 303 次。

5. 多元播送管道滿足民眾各種閱聽需求

(1)透過直播平臺廣播影像化

建置直播平臺於電臺臉書、YouTube 直播，擴大行銷效益，114 年 1 月至 7 月直播節目包括：我愛高雄-TAKAO 知原讚、公事好好說、南方科技城等節目，共計直播 42 次，瀏覽人次共 584,500 餘次。

(2) 網路播客平台之運用

因應新興廣播收聽形式－播客（Podcast）流行趨勢，也規劃特定節目以 Podcast 方式提供民眾收聽，內容含「高雄原來這麼大」、「理財生活課」、「幸福 CAFE」、「奇幻故事屋」、「律師來了」、「健康方程式」等節目及單元。統計至 114 年 8 月 21 日，高雄廣播電臺播客（Podcast）節目共 25 個，收聽累積下載數為 676,678 次。

6. 提升學齡聽眾群之媒體識讀能力

為加強兒童及青少年廣播媒體識讀學習與實際體驗，與各大學、國中小等學校、高雄市立圖書館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，本年度至 8 月止共 3 梯次，參訪人數共約 140 人。

（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，114 年 1 月至 114 年 7 月報導逾 2,400 則。每日聯播公視 12 時中畫新聞、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 5 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，114 年 1 月至 114 年 7 月報導市議會新聞逾 80 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、流感、嚴重特殊傳染性肺炎、腸病毒、類鼻疽等各項措施、宣導市民應注意事項及防疫資訊。
5. 加強報導智慧城市建設、淨零轉型、交通建設等重大建設新聞。
6. 加強報導公共安全、防災、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：道路維護、就業促進、青創輔導、公共托育、長照服務、空品改善、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：高雄冬日遊樂園、吉伊卡哇炫風、高雄港郵輪季、林園鳳芸宮媽祖海巡、全國原住民族運動會、旗津風箏節、各區農特產品暨特色活動行銷、演唱會經濟及各項藝文展演等。

參、未來工作重點

一、以整合行銷方式宣傳本市施政成果、重大活動，透過電子、平面、廣播電臺、網路社群及戶外媒宣等多元管道，提升宣傳效益，展現高雄在地特色、產業轉型及智慧城市的樣貌。

二、持續推動都市行銷活動，在歲末年初之際，用音樂陪伴市民朋友總結過去一年的辛勞，市長率市府團隊與市民一同倒數，迎接嶄新的一年。

三、出版數位及紙本《高雄畫刊》、《Love Kaohsiung 愛高雄》等刊物，融合時事議題與潮流趨勢，持續透過多元而豐富的主題，深入呈現城市故事，吸引讀者閱讀興趣，並善用各式傳播平臺推廣，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、高雄廣播電臺製播高品質節目，積極宣導傳播高雄最新資訊。節目內容豐富多元，涵蓋多元族群聽眾，善用媒體管道、網際網路，提供市民便利、快速、更親近之服務。

肆、結語

賓和謹代表新聞局及所屬高雄廣播電臺就114年上半年迄今，重要工作成果及未來工作重點，提出以上報告，感謝各位議座的建言，敬請不吝指教！

敬祝

各位議員女士、先生健康快樂！大會圓滿順利！

謝謝指教。