

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、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。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

1. 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。
2. 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
	(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
2 月	(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)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」
3 月	(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
	(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
4 月	(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
	(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
5 月	(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
7 月	(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籃簞會、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、臉書平台(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—高雄巿初賽(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 x 旅行 x 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 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。

叁、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。