

高雄市議會第4屆第7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



115年3月5日編

目錄

壹、前言	1
貳、重要工作概況	3
一、視聽事業管理與輔導.....	3
(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)製作高雄地方特色節目，促進公用頻道近用	
二、市政新聞發布及媒體服務.....	7
(一)新聞發布與資訊傳達	
(二)強化媒體溝通與服務機制	
(三)籌辦府級重大市政議題及重要活動記者會	
三、市政建設與活動之整合行銷宣傳.....	11
(一)平面、網路媒體、戶外媒宣行銷宣傳	
(二)短片製作、電視、社群及影音平臺行銷宣傳	
(三)推動國際行銷與國際接軌	
(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.....	17
(一)辦理2026高雄跨年活動	
(二)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.....	19
(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.....	21
(一)節目企劃與多元製播	
(二)新聞採訪與即時播報	
參、未來工作重點.....	29
肆、結語.....	30

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7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年下半年重要工作成果。

新聞局透過新聞發布、製播地方特色節目與短片行銷、網路社群及廣播等多元通路，呈現城市發展、施政成果及各項節慶活動。為提升收視品質、維護市民視聽權益，本局加強電影片映演業、錄影帶業、有線電視管理與輔導，製作公共建設、媒體識讀影音專題、生態社區紀錄短片、地方文化、地方創生、偏遠地區及多元族群文化等特色節目，透過公用頻道等平臺推廣。

運用網路、廣播多元形式宣傳本府各項特色活動，包括「2025高雄市國際帕拉桌球挑戰賽」、「風箏節暨氣墊水樂園」、「2025甲仙芋筍節」、「2025高雄海洋派對」、「2025高雄萬聖節」、「2026雄嗨趴 高雄跨年晚會」，以及製播「愛ài 高雄」、「今夏，我們高雄見」、「秋之慶典」等城市形象與活動主題短片，行銷系列活動，邀請各地民眾前來遊玩。

高雄廣播電臺因應市政發展脈動、整合社會資源，製播彰顯多元價值之節目，《週末FUN音樂》，榮獲114年度第60屆廣播金鐘獎「音效獎」；兒少節目《Chill是青春》榮獲114年第25屆臺灣兒童及少年優質節目獎「聲音類兒少評審團獎」，《故事任意門》入圍「年度最佳聲音節目獎」，兩節目均獲財團法人台灣媒體觀察教育基金會推薦為優質兒少節目。以及製播〈疫苗三部曲：守

護免疫力〉專題，榮獲114年第2屆臺灣藥事報導獎「聲音組佳作」。

本局定期出版《高雄畫刊》、《LOVE KAOHSIUNG愛高雄》英、日文雙月刊等高雄主題特色刊物，介紹多元人文風情，透過電子期刊與紙本刊物推廣閱讀，帶領觀眾深入探索高雄在地故事。114年印製「2026高雄市年曆」以2款不同手繪風格，呈現出《果嶺自然公園》豐富的自然樣貌，「2026高雄市月曆」以時令水果為主角，展現高雄土地的豐饒與農產特色，藉以行銷高雄之美與本市優質農產品。

在歲終年末之際，辦理2026高雄跨年活動，集結17組臺韓表演卡司、帶領民眾重現演唱會期間經典感動時刻，陪伴大家一起迎新年！電視頻道同步於無線臺、有線臺全程轉播以及網路直播平臺直播，提供各地觀眾一同感受高雄高雄城市之美與活力。

^{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7月至115年1月實施臨場查驗共計134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7月至115年1月止，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7月至115年1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7月至115年1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7月至115年1月共處理377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。
4. 辦理2次有線廣播電視系統費率審議委員會，審議115年本市5家業者各項收費上限，委員會決議：各項收費維持與114年相同。

(三)製播高雄地方特色節目，促進公用頻道近用

1. 製播公共建設影音專題節目，讓市民掌握城市脈動

針對本市軟硬體建設、重要活動、政策實施等，製作「高雄進行式」影音專題報導，114年7月至115年1月共製作30則專題，並剪輯成8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，以主持人活潑、達人帶路及體驗等方式，製播 20 集「玩客瘋高雄 Surprise」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. 製播地方創生節目

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。

4. 製播媒體識讀影音專題，提升市民思辨能力

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，業於114年9月於高雄市公用頻道CH3播放。

5. 深入高雄偏鄉，製播在地節目

為讓民眾認識國家通訊傳播委員會(NCC)定義高雄偏遠八區農(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，於114年11月起於高雄市公用頻道CH3播放。

6. 多元族群共融 深化在地節目

製播「相遇高雄」5集節目，從不同面向呈現高雄涵蓋閩南、客家、眷村、原民及新住民等文化多樣性，以豐沛的文化底蘊彰顯城市脈動的重要生命力，深化公用頻道節目的多元性及在地性。預計115年4月起在高雄市公用頻道CH3排播。

7. 製播生態社區紀錄短片「咱的厝邊。飛鳥為鄰」，增進市民社區意識及環境保護觀念，並強化民

眾與環境、社區之間的連結。本案透過 5 集紀錄短片，呈現本市在地生態，於 115 年 3 月起在高雄市公用頻道 CH3 排播。

8. 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。

9. 轉播議會實況

配合高雄市議會申請，114 年 10 月 2 日至 12 月 19 日高雄市議會第 4 屆第 6 次定期大會，115 年 1 月 12 日至 1 月 30 日第 4 屆第 8、9 次臨時會，及 115 年 2 月 4 日至 2 月 12 日第 4 屆第 10 次臨時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。

10. 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。

11. 協助業者宣導公用頻道，鼓勵民眾近用

(1) 協助業者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) 鼓勵業者加強宣導「高雄市公用頻道 CH3」

媒體近用權，辦理公用頻道近用宣導廣告影片託播。

二、市政新聞發布及媒體聯繫服務

(一)新聞發布與資訊傳達

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7月至115年1月共計發布502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7月至115年1月份市長重要行程及新聞發布擇要紀錄如下：

月份	114年7月至115年1月市長重要行程與市政新聞
7月	(1)陪同行政院長訪視國訓中心
	(2)因應丹娜絲颱風成立災害應變中心召開應變準備會議
	(3)視察美濃湖、桃源山區防颱整備
	(4)陪同總統出席德國萊茵魯爾世大運代表團授旗典禮
	(5)出席思科AIoT生態系發展基地暨研發中心啟用典禮
	(6)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
	(7)視察仁武十九灣滯洪池與後勁溪拓寬工程
	(8)出席2025台日大港水果祭
	(9)因應0728豪雨成立災害應變中心召開應變準備會議

月份	114年7月至115年1月市長重要行程與市政新聞
	(10)赴六龜視察道路搶通及側溝疏通情形
	(11)因應0728豪雨，高市府設六龜寶來前進指揮所，進行勘災及應變指示
	(12)陪同交通部長前往台20線勘災
8月	(1)赴六龜、桃源、杉林、甲仙、茂林視察豪雨災情之道路搶通及搜救進度
	(2)陪同行政院長視察六龜山區道路修復及墜車事件搜救情形
	(3)出席「2025旗津風箏節暨氣墊水樂園
	(4)因應楊柳颱風成立災害應變中心召開應變準備會議
	(5)出席「2025大港閱冰冰品嘉年華」
	(6)出席第三屆大南方高峰論壇
	(7)出席出席亞灣新創大南方活動開幕典禮
	(8)出席「八漥橋改建及曹公新圳匯流口護岸拓寬治理工程」動土典禮
9月	(1)視察開學日視察校園防疫整備
	(2)列席行政院會
	(3)因應樺加沙颱風成立災害應變中心召開應變準備會議
	(4)視察仁武、旗山防汛整備
	(5)辦理高市府馳援花蓮救災記者會
10月	(1)高雄市議會第4屆第6次定期大會開幕
	(2)赴議會進行施政報告
	(3)開設BLACKPINK演唱會媒體中心

月份	114年7月至115年1月市長重要行程與市政新聞
	(4)陪同總統出席「誌過去，致未來—平復國家不法暨頒發名譽回復證書聯合典禮
	(5)出席「淨零永續關鍵行動論壇」
	(6)出席2025高雄海洋派對
	(7)出席天下雜誌年度卓越城市頒獎典禮
11月	(1)出席「2025高雄萬聖節」
	(2)出席2025遠見高峰會座談
	(3)出席「2025 TAKAO豐潮」
	(4)赴議會報告115年度高雄市總預算
	(5)因應鳳凰颱風成立災害應變中心召開應變準備會議
	(6)視察永安防汛措施
	(7)市政總質詢期間，成立議會採訪小組
	(8)開設TWICE演唱會媒體中心
	(9)出席2025高雄聖誕生活節
12月	(1)開設Asia Artist Awards演唱會媒體中心
	(2)出席「捷運黃線Y15站聯合開發案」簽約典禮
	(3)出席捷星日本航空高雄—東京成田首航慶祝典禮
	(4)高雄市議會第4屆第6次定期大會閉幕
	(5)出席2025高雄跨年演唱會
1月	(1)出席內門觀光休閒園區「野森動物學校」試營運活動
	(2)出席「2026 CWF 天下經濟論壇」

月份	114年7月至115年1月市長重要行程與市政新聞
	(3)視察大寮社宅並宣布推出「婚育宅加碼」與「育兒租金補貼2.0」加碼政策
	(4)與交通部長出席台灣高鐵第二檢修廠上梁典禮
	(5)出席「日台合作防災論壇 in 台灣高雄 2026」
	(6)出席2026高雄冬日遊樂園設施開箱體驗活動，

3. 高雄市議會第4屆第6次定期大會期間（114年10月3日至12月19日），成立議會採訪小組發布新聞稿共26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7至115年1月計蒐集網路即時新聞資料23萬3,896則、蒐集電視新聞摘要2萬9,576則。

(二)強化媒體溝通與服務機制

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. 拍攝市政活動之靜態影像紀錄，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)籌辦府級重大市政議題及重要活動記者會

1. 114年9月辦理「慰問支援花蓮救災團隊記者會」，為協助花蓮地區災後重建，高雄市政府集結跨局處支援團隊，前往花蓮協助清除災區淤泥與環境復原工作；特搜隊返抵高雄時，市長前往迎接並致贈加菜金慰勉辛勞。
2. 115年1月辦理「馬年新春小物與超人力霸王提燈開箱記者會」，市長偕同書法名家及設計師一同介紹《躍馬迎福》、《駿騰迎祥》春聯、《馬雄好》斗方春聯及新春賀卡等，並開箱「初代超人力霸王」紅包、提燈，傳遞勇敢、希望與領先的祝福，向市民拜年祝賀。

三、市政建設與活動之整合行銷宣傳

(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」、「幸福養育」、「特色公園」、「強強聯手協助市立民生醫院升格 完善在地醫療照護」、「高雄演唱會經濟持續發燒 跨局處合力打造享譽國際的城市品

牌」、「高雄亞灣2.0啟動城市大躍升」、「從熱島效應到綠意盎然 高雄空間綠美化打造城市小森林」、「整合社福資源打造高齡友善新典範 高雄關照銀髮長輩好安養」等主題，宣傳高雄宜居、智慧城市及招商成果。

2. 觀光行銷

運用網路、廣播多元形式宣傳本府各項特色活動，宣傳主題包括「2025高雄市國際帕拉桌球挑戰賽」、「風箏節暨氣墊水樂園」、「2025甲仙芋筍節」、「2025高雄海洋派對」、「2025高雄萬聖節」、「2026雄嗨趴 高雄跨年晚會」、「2026冬日遊樂園」、「愛ài 高雄」城市形象短片等，邀請各地民眾前來高雄遊玩。

3. 多元媒宣行銷宣傳

(1)透過本市公車候車亭版面（36面）刊登市政行銷廣告，包括「聖誕生活節」、「2026雄嗨趴 高雄跨年晚會」、「2026冬日遊樂園」等主題，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。

(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，主題為「高雄果嶺自然公園」、「完善托育教保」，行銷施政成果。

(二)短片製作、電視、社群及多元影音平臺行銷宣傳

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、高雄捷運多媒體電視通路，排播「愛ài 高雄」城市形象短片、「2026雄嗨趴 高雄跨年晚會」主題短片，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「今夏，我們高雄見」、「秋之慶典」主題短片，社群、影音平臺、高雄市公用頻道 CH3 及市府中庭 LED 電視牆等通路露出，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，完成「援中港溼地公園」、「兒童美術館」、「高雄林園文化歷史之旅」、「高雄果嶺自然公園開箱」、「高雄果嶺自然公園開幕」等5支影片，透過社群、影音平臺、高雄市公用頻道 CH3 及市府中庭 LED 電視牆等管道露出。
4. 依據性別影響評估計畫，攝製數位/網路性別暴力防治觀念短影音，並透過高雄市政府官方 Instagram 宣導。
5. 透過名人帶路影片及數位通路，宣傳在青年創業與產業推動面向的努力與成果，主題「青年攤車品牌輔導計畫」及「演唱會經濟」。

(三)推動國際行銷與國際接軌

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，如百年歷史濱線小火車、寶劍樹、泰國生活節、台浮緣日、高

雄果嶺自然公園、萬聖節、城市應援演唱會、高雄聖誕生活節、2026雄嗨趴高雄跨年晚會、2026冬日遊樂園等。

2. 於日本、韓國、香港、新加坡、馬來西亞、泰國、越南等國家，透過網路社群平臺、華航機上影音投放「愛ài高雄」外語版城市形象短片，宣傳高雄多元、友善及安心旅遊的環境。

(四)交通安全主題與多元管道宣導

運用多元宣導管道及創新作為，加強用路人遵守道路交通安全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) 運用本市公車候車亭版面（36面）刊登燈箱廣告、33處（計35面）行政大樓與學校外牆刊掛戶外帆布廣告，主題「車輛慢看停 行人安全行」，強化民眾道安觀念，以

觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。

- (3) 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。
- (4) 運用市區公車走遍全市之特性，於本市市區公車車體刊登「遵守號誌不闖紅燈」宣導廣告。
- (5) 運用全國性電視、有線電視頻道及高雄捷運、7-11(統一超商)、全家超商、臺鐵高雄市火車站(9站)之多媒體電視、鼓山渡輪站行人候船室電視牆及本市路口戶外刊板等通路刊播，宣導「高齡者交通安全」、「道安任務 最佳保護」、「為愛減速」宣導短片，迅速有效觸及市民，推動高雄道路交通安全觀念，減少事故發生死傷人數。
- (6) 運用本市捷運站版面及車廂內海報、臺鐵高雄市火車站版位及燈箱、高雄輕軌彩繪列車玻璃、車廂內海報及輕軌候車亭玻璃貼刊登「行車停讓不超速，行人請走斑馬線」、「無論大小車輛都要停讓」、「熊平安：我們都會是行人，路口停讓從不嫌晚，一起努力」廣告。
- (7) 9月交通安全月專案透過廣播、平面、網路媒體宣導「車輛慢看停 行人安全行」道安觀念，喚起民眾對於交通安全的重視，並

落實路口安全與禮讓，共同維護自身及他人生命財產安全。

- (8) 運用平面媒體刊登「美好一天就從停讓開始」、「行人號誌正確判斷」、「熊平安：我們都會是行人」等廣告，提升道路交通安全意識，提醒用路人注意道路交通安全及汽機車行駛安全等正確用路觀念。
- (9) 運用廣播媒體宣導「無號誌化路口宣導」、「行人行走宣導」，喚起民眾對於車輛停讓行人的重視，並加強行人用路觀念，共同維護自身及他人生命財產安全。
- (10) 運用網路媒體宣導「穿越路口不違規」，減少交通事故發生率。
- (11) 透過平面及網路媒體宣導「無論大小車都要停讓」，提升民眾道路交通安全意識；刊登「2026雄嗨趴 高雄跨年晚會 跨年不開車 搭捷運最方便」廣告，鼓勵市民搭乘大眾運輸參與。
- (12) 運用新聞記者公會、平面媒體發行之農民曆刊登「車輛慢看停、行人安全行」道路交通安全跨頁廣告，隨農民曆贈送弱勢家庭民眾，或深入各階層及家庭等，廣告效益1年。

2. 製播道安宣導短片

依據本市交通特性，拍攝「高齡者交通安全」宣導短片，並運用多元通路宣導，使民眾瞭解行車、用路等交通規則，促進本市交通安全友善環境。

3. 製播短影音

配合時下社群使用習慣，拍攝「不搶黃燈、不闖紅燈」、「微型電動二輪車五要知」、「開心不老 平安是寶」等3支短影音，透過高雄市政府臉書、Instagram、YouTube 等社群媒體分享及刊播，並搭配新聞稿發布。

4. 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7月至115年1月配合大型活動進行道安宣導計16場次：大高雄區域人文物產特色暨產業活動(林園、旗山、路竹)、2025甲仙芋筍節、重陽節活動、2025高雄市眷村文化節、2025海洋派對、健康滿點 GO-健走闖關活動、愛上大樹舊鐵橋、永安石斑魚文化節、橋頭糖藝文化節、淨零綠校園環教成果博覽會、2025路竹番茄節、2025大寮紅豆節及2026高雄富邦馬拉松等，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 2026 高雄跨年活動

1. 集結 17 組臺韓表演卡司，橫跨多世代與多元風格，主持陣容由陳漢典、金鐘紅毯主持木木 林葦妮及阿本共同擔綱，演出卡司包括

Lulu 黃路梓茵、告五人、八三夭、滅火器、芒果醬、韓國「水彈女王」權恩妃 KWON EUNBI、鳳小岳&壓克力柿子、洪暉哲、熊仔、陳忻玥、邱淑蟬、Ponay、Angie 安吉、台鋼雄鷹 WING STARS 啦啦隊，並推出高雄限定獨家組合 AcQUA 源少年、鼓鼓 呂思緯與晚會主持人陳漢典同台共演，為晚會帶來驚喜亮點。

2. 跨年倒數後施放 240 秒亞灣跨年花火，首度施放最大 10 吋的高空花火，搭配 2025 年曾到高雄開唱的 BLACKPINK 歌曲〈JUMP〉與 TWICE 的〈ONE SPARK〉，帶領民眾重現演唱會期間經典感動時刻，陪伴大家一起迎新年！
3. 跨年現場超過 30 萬人次共襄盛舉，電視頻道同步於無線台、有線台全程轉播，平均收視 1.05（華視 0.79、年代 MUCH 台 0.26），總收視 389 萬 2,000 人次。另 MOD 壹電視綜合台平均收視為 0.1，總收視為 24 萬 7,000 人次。
4. 「2026 高雄跨年」線上直播成績亮眼，累計超過 502 萬觀看次數，網路直播平臺有 Facebook（陳其邁市長、高雄市政府、高雄旅遊網）、YouTube 壹電視 Next TV 頻道、LINE TODAY、LINE VOOM、中華電信 MOD、Hami Video 等。

(二)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 115 年 1 月底止好友人數超過 180 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 115 年 1 月底止計有逾 57 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：2026 高雄跨年晚會精彩演出（114 年 12 月 31 日至 115 年 1 月 1 日）、2026 高雄冬日遊樂園-超人力霸王開幕式（2 月 7 日）等，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，114 年 7 月至 115 年 1 月共發行 7 期，每月企劃不同主題，如 7 月「放風一夏」、8 月「他們的故事」、9 月「港都職場百景」、10 月「共享港都幸福時光」、

11月「城市拾光 綠意漫行」、12月「高雄動起來」、1月「高雄新視界」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、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7月至115年1月，瀏覽量超過175萬次。

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7月至115年1月共發行3期，每期1萬8,000本，主題規劃有：第22期(8月)「放風一夏」、第23期(10月)「體驗港都日常」、第24期(12月)「城市拾光 綠意漫行」。

(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 7 月至 115 年 1 月共發行 3 期，每期 9,000 本。每期規劃不同主題，如第 38 期(8 月)「放風一夏 旗津一日遊×茂林萬山部落×美濃湖水雉」；第 39 期(10 月)「旅行×生活 在高雄」；第 40 期(12 月)「遇見驚喜 果嶺自然公園的綠色饗宴」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) 節目企劃與多元製播

1. 多元節目契合多元聽眾群

- (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》節目入圍音效獎、企劃編撰獎及流行音樂節目獎等 3 項大獎，並榮獲「音效獎」，為電臺連續三年蟬聯該獎項；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」連續二年獲獎；114 年台灣媒體觀察教育基金會舉辦第 25 屆台灣兒童及少年優質節目：《Chill 是青春》榮獲「聲音類兒少評審團獎」，並入圍「年度主題獎」，《故事任意門》入圍「年度最佳聲音節目獎」，兩節目均獲該會推薦為優質兒少節目，展現電臺深耕公共議題與兒少內容之專業成果。
- (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》系列節目，擴大市政雙向溝通，114 年 7 月至 115 年 1 月共製播 92 集，並不定期以電臺臉書進行影像直播，擴大市政資訊觸及範圍與宣傳效益。
- (3)與本府衛生局、警察局、交通局、消防局、觀光局、高雄市立歷史博物館等單位，合作製播〈健康方程式〉、〈健康上線〉、〈城市守護者〉等單元及專訪，宣導醫療保健知識、防詐反詐措施、交通與消防安全、觀光旅遊資源及高雄文史活動等市政重點與生活資訊，增進市民對相關政策與措施之瞭解與參與。

- (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，期盼與市民共同學習認識科技新潮流，掌握各科技領域之產官學研合作模式與發展成果，每週一次現場播出，並與臉書、Youtube 同步直播。
- (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就與生活息息相關之公共議題與人民權益深入探討分析，並分享在地創新經驗，以及建議未來市政可能發展方向，而為擴大市民公共參與度、因應現代聽眾媒體使用習慣，每月一次現場播出，並與臉書、Youtube 同步直播。
- (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。節目收聽族群涵蓋各年齡層及不同社群，積極連結民間團體與公益組織資源，共同推動公共關懷與社會參與。合作社團包括高雄市唐氏症歡喜協會、高雄市 123 視障追

風協力車協會、無障礙玩家生活關懷協會、高雄市樂齡照顧關懷協會、台灣無障礙協會及安德烈慈善協會等，透過節目平台分享服務成果與倡議議題，展現本臺關懷弱勢及促進多元共融之具體作為。

(8) 製播古典音樂節目，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) 訪問農會、農友及養殖漁民，介紹在地農漁產業發展，並行銷推廣地方特色農漁產品。

(11) 加強道路交通安全宣導

① 114 年 7 月至 115 年 1 月製播 31 集交通安全專屬節目《請跟我來》，系統性推廣正確用路觀念與道安政策重點。

② 每日於交通尖峰時段 3 次與交通大隊進行即時路況連線報導，並於節目中機動插播重大交通訊息，強化即時資訊傳遞機制，提升市民行車安全。114 年 10 月 2 日及 12 月 24 日辦理 Call-in 道路交通安全宣導活動，舉辦交通安全有獎徵答，透過全日現場節目開放聽友 Call-in 互動參與，深化交通安全教育成效。

- ③另不定時配合本府交通局及交通部高速公路局，於電臺臉書辦理交通安全宣導及路況即時播報，結合新媒體平臺擴大道安宣導觸及範圍。

(12)強化重大資訊之宣傳推廣

包括「行人安全」、「不酒駕」、「路口慢看停」、「戲水安全」、「非洲豬瘟」、「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. 製播多元類型英語節目提升聽眾英語能力

(1)高雄廣播電臺與本市多所大學院校、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》、《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)邀請英語專業人士製播專訪單元，主題涵
蓋生活應用、職場發展、社會議題及健康
促進等面向，包括國人飲食與營養、職場
適應、高齡社會趨勢、失智症預防及寵物
照護等多元議題，兼具知識性與實用性。
114年7月至115年1月間，英文單元專
訪共播出44次，透過情境式與主題式內容
設計，營造輕鬆學習氛圍，提升聽眾英語
聽說能力與國際視野。

(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《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)。

(2)於《幸福圓舞曲》節目，定期與本府警察局少年警察隊合作製播專訪單元，針對少年犯罪預防議題進行宣導與案例分享，強化青少年法治教育觀念，提升家庭與社會對少年保護及輔導措施之重視。

4. 即時提供公共安全與災害應變等相關資訊
提供防災防颱、停水停電等公共資訊宣導服務，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，即時傳遞最新應變措施與生活提醒，確保市民掌握正確訊息。有關 114 年丹娜絲颱風、0728 西南氣流豪雨、0803 西南氣流豪雨、楊柳颱風、樺加沙颱風及鳳凰颱風期間之應變作為如下：啟動連續播音機制累計達 228 小時，於各現場節目機動插播颱風動態、停班停課資訊及相關防災宣導內容，宣導帶及口播總計 519 次，強化災時資訊服務功能，發揮公共媒體即時應變效能。

5. 建構多元播送管道，以回應民眾各項閱聽需求
(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 7 月至 115 年 1 月直播節目包括《公事好好說》、《南方科技城》及《我愛高雄-TAKAO 知原讚》等節目，累計直播 43 次，總瀏覽人次達 692,438 餘次，有效擴大市政資訊傳播觸及率，提升市民即時參與與互動機會。

(2)網路播客平臺之運用

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。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. 提升學齡聽眾之媒體素養與識讀能力

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，114 年 7 月至 115 年 1 月，共辦理 3 梯次，參訪人數約 142 人。

(二)新聞採訪與即時播報

1. 製播優質新聞參加競賽獲佳績-參加 114 年第 24 屆卓越新聞獎，「邊界練習曲」專題入圍廣播及網路（音頻）類—廣播新聞獎。
2. 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 7 月至 115 年 1 月報導逾 2,500 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。
3. 全程實況轉播高雄市議會第 4 屆第 6 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 7 月至 115 年 1 月報導市議會新聞逾 90 則。
4. 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。

5. 加強報導防治流感、嚴重特殊傳染性肺炎、腸病毒、登革熱、類鼻疽等各項措施、宣導市民應注意事項及防疫資訊。
6. 加強報導智慧城市建設、淨零轉型、交通建設、社宅興建等重大建設新聞。
7. 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。
8. 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、空品改善等。
9. 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、高雄跨年晚會、聖誕生活節、原住民族聯合豐年節、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、協助本市5家有線電視業者持續優化視訊服務品質，重視在地近用需求及緊急事故時發佈警示訊息，提供市民更高品質及多元之收視服務。

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年下半年迄今，重要工作成果及未來工作重點，提出以上報告，未來將持續創新宣傳內容、整合各種行銷管道，宣傳本市施政成果與重大活動，高雄廣播電臺積極宣導高雄最新資訊、製播高品質節目，善用各式傳播平臺推廣，展現高雄的魅力、活力與城市精神。

感謝各位議座的建言，敬請不吝指教！

敬祝

各位議員女士、先生如意平安！大會圓滿順利！