

高雄市議會第 4 屆第 8 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 7 月 24 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)製播高雄地方特色節目，促進公用頻道近用	
二、市政新聞發布及媒體聯繫服務	6
(一)新聞發布與市政宣傳	
(二)深化媒體聯繫與即時資訊傳遞	
(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.....	10
(一)平面、網路媒體、戶外媒宣行銷宣傳	
(二)影音製作、電視、社群及多元影音平臺行銷宣傳	
(三)國際行銷與城市形象推廣	
(四)多元管道交通安全宣導	
四、辦理都市行銷活動.....	15
(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.....	17
(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)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.....	26
肆、結語	27

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8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115年上半年重要工作成果。

為行銷高雄城市發展，新聞局透過新聞發布、製播地方特色節目與城市行銷短片，運用電視、平面刊物、戶外版面、網路社群及廣播等多元通路，呈現在地人文特色、施政成果及各項節慶活動；透過高雄市政府LINE官方帳號、高雄市政府官方臉書數位平臺提供最新資訊，並運用高雄市政府官方推特X(Twitter)及Instagram帳號，提供以英、日、韓、東南亞國家語言資訊供國際朋友瀏覽。

運用網路多元形式宣傳精彩活動，包括「2026高雄冬日遊樂園」、「2026高雄兒童節-恐龍酷樂園」、「2026法國生活節在高雄」、「2026高雄端午龍舟嘉年華」等大型活動，邀請各地民眾前來高雄遊玩。因應社群媒體趨勢，攝製直式短影音「2026高雄冬日遊樂園開幕」、「高雄婦女節活動」、「2026日光海島生活節」、「那瑪夏賞螢暨水蜜桃李宣傳」、「茂林雙年賞蝶季」、「2026高雄兒童節『恐龍酷樂園』4月1日快閃宣傳」、「2026高雄兒童節『恐龍酷樂園』錦集」、「那瑪夏賞螢」、「高雄六龜花旗木」、「鼓山運動中心」等10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，傳遞高雄多元豐富文化。

本局加強電影片映演業、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；持續製作公共建設、媒體識讀影音專題、地方文化及偏遠地區等特色節目，透過高雄市公用頻道CH3等平臺推廣。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，透過電子期刊與紙本刊物推廣閱讀，115年上半年出版「高雄新視界」、「閃耀星高雄」、「高雄，築夢之地」等多元主題介紹本市風貌、歷史人文、觀光旅遊、在地美食及38區地方特色等，提供大家多面向認識高雄。

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銀髮節目《長青樹》製播〈能吃、能笑、更自在-中高齡常見的牙齒疾病與保健〉專題節目，榮獲115年第一屆「台灣牙醫醫療暨公益報導獎」影音類佳作，以及〈內門宋江陣的性別翻轉與重生：羅漢門迎佛祖——行佇月娘面頂的這『陣』人〉節目專題企劃榮獲本府115年「Light Up！性平開箱行動」優選方案。

^{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，115年1月至6月實施臨場查驗共計113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，115年1月至6月均符合相關規定。
 - (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。115年1月至6月共查察15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。115年1月至6月查察本市4家有線電視系統開口廣告共計576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。115年1月至6月共處理282件，並輔導本市有線電視業者提升服務品質。
3. 辦理115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116年收視費用、有線電視系統業者改善服務品質之依據。

(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，展現城市新活力
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，115年1月至6月共製作26則專題，並剪輯成6集節目。
2. 製作高雄地方文化節目，傳遞在地人文特色
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，規劃主題式節目，製播20集「玩客瘋高雄 Mammamia」節目，每集30分鐘，讓觀眾觀賞後想進一步認識高雄。節目於115年6月27日起於高雄市公用頻道CH3播放。
3. 深入高雄偏鄉，製播在地節目
高雄山海之間蘊藏特色景觀、人文歷史、傳統工藝、生態及在地產業等豐沛資源，規劃以專題形式製播「脈動高雄」8集節目，分別走訪NCC定義之偏遠地區：茂林、甲仙、那瑪夏、六龜、田寮、杉林、桃源及旗津八區，帶領觀

眾以不同角度更深入的認識高雄，並增添公用頻道節目的可看性及在地性，節目完成後於高雄市公用頻道 CH3 播放。

4. 製播媒體識讀影音專題，提升市民思辨能力

為強化市民媒體識讀能力，以生動活潑、簡單易懂且具創意的方式攝製 8 支，每支長度 90 秒以上之短影音，內容包含了解新型態的 AI 詐騙模式及破解方法，除於高雄市公用頻道 CH3 播出外，亦結合時下社群媒體短影音平臺，吸引民眾關注與分享。

5. 沿海漁村多元文化紀錄節目

以漁村文化為核心，透過多元觀點呈現漁村在地生活的節奏與樣貌，從傳統漁事生活、聚落建築到深植人心的宗教信仰，交織出高雄深厚的海洋文化底蘊。節目共製作 5 集，完成後將於高雄市公用頻道 CH3 排播。

6. 購置專題座談會影像紀錄

因應傳播媒介生態劇烈變動，購置 2026 年臺灣傳播學會年會《永續與韌性：傳播的多元對話》活動相關專題座談會影像紀錄，於高雄市公用頻道 CH3 排播，提供民眾深入了解媒體內涵。

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，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。115 年 1 月至 6 月轉播議會實況：

- (1)115 年 1 月 12 日至 1 月 30 日第 4 屆第 8、9 次臨時會。
- (2)115 年 2 月 4 日至 2 月 12 日第 4 屆第 10 次臨時會。
- (3)115 年 3 月 27 日至 6 月 4 日第 4 屆第 7 次定期大會。

9. 排播外語教學節目，全齡學習真便利

結合民間雜誌社資源，於高雄市公用頻道 CH3 播出 6 個美語教學節目：「ABC 互動美語」、「Live 互動美語」、「大家說英語」、「A+ 空中美語」、「4 U 空中美語」及「傑夫美語通」節目。

10. 宣導高雄市公用頻道 CH3，鼓勵民眾近用

本局與有線電視業者合辦公用頻道行銷短片製作、廣告託播、社區推廣活動及經營高雄市公用頻道臉書粉絲專頁，加強民眾認識公用頻道、提供具有公益性、藝文性、社教性影片免費託播申請資訊，宣導本市公用頻道媒體近用權。

二、市政新聞發布及媒體聯繫服務

(一)新聞發布與市政宣傳

- 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，115年1月至6月共計發布405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。115年1月至6月市長重要行程及新聞發布擇要紀錄如下：

月份	115年1月至6月市長重要行程與市政新聞
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)出席馬年新春小物與超人力霸王提燈開箱記者會，預告發送時間及地點，並向民眾拜早年
	(3)出席「2026 CWF 天下經濟論壇」
	(4)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
	(5)陪同交通部長出席台灣高鐵第二檢修廠上梁典禮
	(6)出席「日台合作防災論壇 in 台灣高雄 2026」
	(7)出席2026高雄冬日遊樂園設施開箱體驗活動
2 月	(1)出席「2026 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園」開幕典禮
	(2)出席高雄市議會第4屆第10次臨時會閉幕
	(3)陪同總統前往岡山壽天宮及前鎮鎮南宮參香
	(4)出席國立清華大學高雄校區啟用典禮
	(5)陪同賴總統出席二二八事件紀念儀式
3 月	(1)出席「日光海島生活節」開幕活動
	(2)率高雄市政府團隊赴美出訪
	(3)率團出席NVIDIA GTC大會

月份	115年1月至6月市長重要行程與市政新聞
	(4)前往史丹佛胡佛研究所、Google及電信龍頭AT&T
	(5)出席2026高雄智慧城市展
	(6)出席第三屆「CITY COP城市氣候峰會」
	(7)出席楠梓園區聯外路網動土儀式
	(8)出席高雄市議會第4屆第7次定期大會開幕
	(9)出席高雄數位港及人工智慧發展產業交流座談會
	(10)赴議會進行施政報告
4 月	(1)出席2026高雄兒童節「恐龍酷樂園」開幕典禮
	(2)出席2026高雄內門宋江陣系列活動記者會
	(3)出席2026台鋼雄鷹澄清湖主場開幕戰
	(4)出席澳大利亞塔斯馬尼亞州財政廳長首訪高雄之拜會活動
	(5)出席西班牙商務辦事處長上任後首訪高雄之拜會活動
	(6)出席日月光仁武產業園區舉辦廠房新建工程動土大典
5 月	(1)出席FOCUS 13珊瑚廣場開幕典禮
	(2)出席2026法國生活節開幕典禮
	(3)出席鼓山運動中心啟用典禮
	(4)出席2026高雄夏祭新鮮市整合行銷記者會
6 月	(1)出席遠見雜誌五星市長頒獎典禮
	(2)出席高雄市議會第4屆第7次定期大會閉幕
	(3)陪同行政院長出席中華民國工商協進會南部工商午餐餐會

月份	115年1月至6月市長重要行程與市政新聞
	(4)因應0607豪雨災害應變中心召開應變準備會議
	(5)出席PIER F棧參庫新進企業進駐合作意向簽署儀式
	(6)出席國鼎智慧城市論壇
	(7)出席「2026高雄端午嘉年華暨龍舟錦標賽」開幕式
	(8)因應0625豪雨災害應變中心召開應變準備會議
	(9)陪同行政院長視察白米滯洪池成效與農損情形

3. 高雄市議會第4屆第7次定期大會期間（115年3月30日至6月4日），成立議會採訪小組發布新聞稿共24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。115年1至6月計蒐集網路即時新聞資料20萬8,087則、蒐集電視新聞摘要2萬1,765則。

(二)深化媒體聯繫與即時資訊傳遞

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；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

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」，邀請春聯書法家、設計師，一同開箱展示傳統春聯、斗方春聯、開運小紅包、新春賀卡等新春小物，吉祥物高雄熊也手持「超人力霸王」小提燈活力現身，以活潑朝氣的招牌形象及肢體動作，向市民朋友拜年祝福，生動呈現城市活力與年節喜慶氛圍。

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「高雄以『婚育宅』政策 讓年輕人『敢婚、願生、樂居』」、「鏈結國際趨勢、落實 AI 治理 高雄邁向全球智慧城市典範」、「高雄共享綠意的幸福日常 果嶺自然公園實踐人本、永續與生態共融」等主題，宣傳生育政策、宜居及智慧城市之成果。

2. 新春特刊

透過新春期間發行之平面刊物，刊登主題「漫遊春色高雄 綠原賞鳥看花 暢快登高覽風光」，介紹高雄果嶺自然公園、大社觀音山及林園海洋濕地公園，推展高雄豐富觀光旅遊資源，吸引更多民眾造訪高雄。

3. 觀光行銷

運用網路多元形式宣傳本府各項特色活動，宣傳主題包括「2026高雄冬日遊樂園」、「2026高雄兒童節-恐龍酷樂園」、「2026法國生活節在高雄」、「2026高雄端午龍舟嘉年華」等，邀請各地民眾前來高雄遊玩。

4. 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，包括「2026高雄冬日遊樂園」、「高雄智慧城市展」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。

(二) 影音製作、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排播「2026高雄智慧城市」、「2026高雄兒童節-恐龍酷樂園」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. 因應社群媒體趨勢，攝製直式短影音，完成「2026高雄冬日遊樂園開幕」、「高雄婦女節活動」、「2026日光海島生活節」、「那瑪夏賞螢暨水蜜桃李宣傳」、「茂林雙年賞蝶季」、「2026高雄兒童節『恐龍酷樂園』4月1日快閃宣傳」、

「2026高雄兒童節『恐龍酷樂園』錦集」、「那瑪夏賞螢」、「高雄六龜花旗木」、「鼓山運動中心」等10支影片，透過高雄市政府社群、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。

(三)國際行銷與城市形象推廣

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，如嘎呼拉斯山中音樂節、日光海島生活節、野森動物學校、美濃花海、2026高雄冬日遊樂園、法國生活節、世界博物館日、端午龍舟賽、高雄 X 皮馬郡 X 土桑市台美日三方合作締結姐妹市等。
2. 於日本、韓國、香港、新加坡、馬來西亞、泰國及越南等國家，透過國際網路社群平臺、國際航線機上影音、國外地鐵影音廣告及車站戶外電子看板等，投放「愛ài 高雄」外語版短片，宣傳高雄多元、友善及安心旅遊的環境。

(四)多元管道交通安全宣導

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115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、找代駕、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、車輛右轉靠右、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34面）行政大樓與學校外牆刊掛戶外帆布廣告，主題「高齡者行人安全過馬路」，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「人行道禮讓行人」、「遠離大型車」廣告，共400台。
- (4) 透過廣播、平面、網路媒體，宣導主題：「無號誌化路口停讓」，提醒民眾對於交通安全的重視，行經無號誌路口時減速慢行，該停、該讓不馬虎，共同維護自身及他人生命財產安全。
- (5) 透過捷運站燈箱及車廂內海報、平面及網路媒體，宣導主題「路口停讓行人、車輛行駛不超速、不闖紅燈、不分心」，深化

交通安全意識，打造友善人本的交通環境。

- (6) 運用網路多元形式宣傳交通安全新制，宣傳主題「高齡駕駛換照新制」，以強化其交通法規認知、安全駕駛觀念及風險辨識能力。

2. 刊播道安宣導短片

配合時事議題，刊播「大型車安全駕駛」宣導短片，加強防制宣導，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「騎機車戴3/4罩式安全帽 兒童安全帽不可省」、「非號誌化路口-機車左轉彎」等2支短影音，透過網路多元媒體、高雄市政府社群、影音平臺分享，市府中庭 LED 電視牆刊播，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) 115年1月至6月配合大型活動進行道安宣導計8場次：2026高雄富邦馬拉松、林園洋蔥節、草地野餐音樂會、世界地球日、籬筐會、鳳荔節、大高雄區域人文物產特色暨產業活動(岡山)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

(一)辦理 2026 高雄跨年活動

1. 邀請 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、洪暐哲、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〉，重現演唱會的經典感動時刻，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 6 月底止好友人數超過 181 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 6 月底止計有逾 58 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，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。115 年 1 月至 6 月共直播 3 場大型活動：

①2026 高雄跨年晚會 (114 年 12 月 31 日至 115 年 1 月 1 日)

②2026 高雄冬日遊樂園-超人力霸王開幕式(2月7日)

③2026 高雄端午嘉年華暨龍舟錦標賽(6月21日)

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，115 年 1 月至 6 月共發行 6 期，每月企劃不同主題，如 1 月「高雄新視界」、2 月「高雄有藝思」、3 月「閃耀星高雄」、4 月「孩享玩高雄」、5 月「高雄，築夢之地」、6 月「青春接力中」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》電子期刊於官方網站 (<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」等網路社群平臺行銷推廣，並與聯合新聞網、信傳媒、LINE、微笑台灣及景點家等網路平臺無償合作，於媒體上增加期刊內容之曝光。

(3)電子期刊網站於 115 年 1 月至 6 月期間，

瀏覽量超過 119 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，115 年 1 月至 6 月共發行 3 期，每期 1 萬 8,000 本，精彩主題包括：第 25 期（3 月）「高雄新視界」、第 26 期（4 月）「閃耀星高雄」、第 27 期（6 月）「高雄，築夢之地」。

(2) 行銷通路

定期寄贈機關學校、全國圖書館等單位提供民眾閱覽外，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，115 年 1 月至 6 月共發行 3 期，每期 9,000 本。精彩主題包括：第 41 期（2 月）「高雄新視界」；第 42 期（4 月）「閃耀星高雄」；第 43 期（6 月）「高雄築夢之地」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，並於出刊後將電子書上傳至本局《高雄畫刊》網站，且與聯合新聞網、聯合電子報等網路平臺合作，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. 豐富節目回應聽眾多元需求

（1）精選優質節目參加競賽及評選屢獲佳績

①銀髮節目《長青樹》製播〈能吃、能笑、更自在—中高齡常見的牙齒疾病與保健〉專題節目，榮獲 115 年第一屆「台灣牙醫醫療暨公益報導獎」影音類佳作。

②〈內門宋江陣的性別翻轉與重生：羅漢門迎佛祖——行佇月娘面頂的這『陣』人〉節目專題企劃榮獲本府 115 年「Light Up！性平開箱行動」優選方案，展現電臺因應超高齡化社會關懷銀髮族、深耕多元公共議題之專業成果。

（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，115 年 1 月至 6 月共製播 77 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、觀光局等單位，合作製播〈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。合作社團包括基督教芥菜種會、高雄市身心障礙服務協會、高雄市自強身障關懷協會、身心障礙團體聯合會、學學文化創意基金會及台灣無毒世界協會等，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)製播多檔古典音樂節目，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、國立海洋國家公園、國立海洋生物博物館、國立科學工藝博物館、壽山動物園、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
- ①115 年 1 月至 6 月製播 26 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。115年6月25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)強化重大議題宣傳推廣

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、防治漢他病毒、慎防熱傷害、節約能源、淨零綠生活、智慧城市、愛心募款、親職教育、家庭教育、兩性平權宣導、鼓勵生育、校園反霸凌、1953反霸凌專線、求職防騙、勞工保險、勞動權益、就業歧視、防制詐騙、反毒宣導、防治數位性暴力、防AI深偽詐騙、春天藝術節、公共資訊發布、消費者保護與服務、食品安全等主題。

2.製播多元英語節目，強化聽眾外語能力

- (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多元雙語節目，主題涵蓋本市市政訊息、生活應用、國際情勢、休閒娛樂、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。115 年 1 月至 6 月間，本臺自製英文雙語節目共播出 152 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. 深化反詐宣導，維護民眾權益

(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. 即時傳遞公共安全與災害應變資訊

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 0607 西南氣流豪雨、0625 西南氣流豪雨期間之應變作為如下：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 258 次，強化災時資訊服務功能，發揮公共媒體即時應變效能。

5. 拓展多元播送管道，滿足民眾閱聽需求

(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，115 年 1 月至 6 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 35 次，總瀏覽人次達 334,330 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 115 年 6 月 30 日，高雄廣播電臺播客(Podcast)節目共 25 個，收聽累積下載數為 78 萬 6,448 次。

6. 深化學齡聽眾媒體素養與識讀教育

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，115 年 1 月至 6 月共辦理 1 梯次，參訪人數 30 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，115 年 1 月至 6 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 7 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，115 年 1 月至 6 月報導市議會新聞約 90 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、腸病毒、漢他病毒、流感、嚴重特殊傳染性肺炎等各項措施、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、社宅興建等重大建設新聞。
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、恐龍酷樂園、內門宋江陣、海線潮旅行、六龜春遊季、那瑪夏賞螢暨水蜜桃季、高雄果嶺公園、農特產品行銷、演唱會經濟及各項藝文展演等。

叁、未來工作重點

- 一、整合本市重點政策及城市活動，運用平面、廣播、電子、網路及社群媒體、戶外版位等多元管道，行銷施政亮點，宣傳 AI 應用、淨零轉型，打造高雄成為具韌性及綠色永續的智慧城市。
- 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115年上半年工作成果及未來工作重點，提出以上報告，未來將整合各種行銷管道、創新表現形式、宣傳本市施政成果與重大活動，高雄廣播電臺積極製播高品質節目、運用各式傳播平臺推廣，即時傳達高雄最新資訊，展現高雄活力。

感謝各位議座的建言，敬請不吝指教！

敬祝

各位議員女士、先生健康愉快！大會圓滿成功！