



# 高雄市議會第二屆第三次定期大會業務簡報

報告人：丁允恭

報告時間：105年4月15日



高雄市政府新聞局  
Information Bureau, Kaohsiung City Government

[ 簡報大綱 ]

# 簡報大綱

- 重要工作概況
- 結語



## 重要工作概況

- 一、運用多元傳媒行銷
- 二、國際宣傳
- 三、充實公用頻道內容
- 四、活動行銷
- 五、出版品數位化





93 貼文 151 粉絲人數 5 追蹤中

Kaohsiung City  
www.kcg.gov.tw/EN/index.aspx

✓ 追蹤中



+ 建立行動呼籲

發佈 相片 影片 活動

用 NT\$332 推廣你的粉絲專頁  
觸及更多位於高雄市的用戶

301,429  
讚

# 一、運用多元傳媒行銷

- 行銷短片
- 平面媒體
- 戶外廣告
- 網路媒體

# 一、運用多元傳媒行銷

## 拍攝城市行銷短片—翻轉宿命。高雄

讓原本貧瘠的土壤開出美麗的花來

# 高雄 翻轉宿命



▶ 5:32

兒時 見火從空中來 老後 見火往地上去...

## 翻轉宿命 看高雄火光後重生

【記者謝梅芬／高雄報導】「我小時候遇到岡山大火空襲，當時「火」從空中來；老了後，看到高雄石化氣爆「火」從地下衝上來，一生見證這座城市的轉變。」高市新聞局首度透過86歲長者道出氣爆後高雄翻轉宿命的過程，希望讓大家看到高雄人在面對挑戰時的努力與付出。

這是高雄氣爆以後，第一支城市行銷短片。短片一開始就引用86歲長者梁啟祥的話。新聞局長丁允恭說，城市行銷短片就像拍一個人一樣，除了拍她的美貌，更要拍出她的靈魂，那才是真正動人的所在。

身為文學創作者，丁允恭自己寫短片腳本，他說，一座城市之所以吸引人來造訪，除美景之外

背後的故事、歷史、文化底蘊，更是關鍵。

「翻轉宿命。高雄」以鼓山輪渡站、紅毛港文化園區、舊鐵橋濕地公園等，收錄高雄經典的景觀建設，搭配老照片今昔對比，呈現歷史與人文。影片透過耆老、作家、攝影師、舞者等4位在地人的觀察，呈現城市數十年來的轉變，揭示高雄人勇於翻轉宿命的決心。片長5分鐘，即日起在新聞局網站、社群媒體官方粉絲頁播放。

高市新聞局邀4名在地人透過他們的真實故事，行銷高雄。 記者謝梅芬／攝影



- 首創紀錄片式風格拍攝「翻轉宿命。高雄」短片
- 藉著在地耆老、作家、攝影師、舞者等4位主角觀察，述說高雄產業、城市景觀之今昔對比，引領觀眾看盡大高雄數十年來的成長轉變
- 於YouTube曝光達75萬次、臉書曝光達35萬次，國內外電視排播1,871檔





# 一、運用多元傳媒行銷 拍攝道安宣導短片



- 配合輕軌試營運，邀請藝人袁艾菲代言拍攝道安宣導短片2支
- 網路影音廣告曝光300萬次、全國電視排播1,100檔、有線電視排播800檔
- 104年榮獲金安獎安全宣導組單項成績第一名



# 一、運用多元傳媒行銷 平面媒體

■ 透過報紙、雜誌、戶外廣告等平面媒體通路，讓市民瞭解市府重點政策與建設。營造「幸福安全宜居城市」

■ 宣導主題含：亞洲新灣區、輕軌、社福政策、安全及智慧城市等

## 亞洲新灣區「開創啟程」 開展港灣城市新格局

### 高雄立足於世界

「亞洲新灣區」是高雄邁向國際化、展現城市新風采的絕佳契機。高雄市政府積極推動「亞洲新灣區」開發，將以「開創啟程」為主題，展現高雄立足於世界的城市格局。市府將透過多元傳媒行銷，讓市民瞭解市府重點政策與建設，營造「幸福安全宜居城市」。

高雄市政府表示，「亞洲新灣區」是高雄邁向國際化、展現城市新風采的絕佳契機。市府將積極推動「亞洲新灣區」開發，將以「開創啟程」為主題，展現高雄立足於世界的城市格局。市府將透過多元傳媒行銷，讓市民瞭解市府重點政策與建設，營造「幸福安全宜居城市」。

高雄市政府表示，「亞洲新灣區」是高雄邁向國際化、展現城市新風采的絕佳契機。市府將積極推動「亞洲新灣區」開發，將以「開創啟程」為主題，展現高雄立足於世界的城市格局。市府將透過多元傳媒行銷，讓市民瞭解市府重點政策與建設，營造「幸福安全宜居城市」。



## 高雄市府貼心政策 十大長照服務 長者樂居港都

高齡社會台有未來趨勢，隨著社會進步，醫療發達，高齡化人口比例逐年增加。市府為因應高齡化社會需求，特推出「十大長照服務」，讓長者能安享晚年，樂居港都。

市府表示，「十大長照服務」包括：居家服務、日間照顧、長期護理、社區服務、交通服務、法律諮詢、心理輔導、醫療轉介、遺囑執行、及安樂死諮詢等。市府將透過多元傳媒行銷，讓市民瞭解市府重點政策與建設，營造「幸福安全宜居城市」。

市府表示，「十大長照服務」是市府為因應高齡化社會需求，特推出的一項重要政策。市府將積極推動「十大長照服務」開發，將以「開創啟程」為主題，展現高雄立足於世界的城市格局。市府將透過多元傳媒行銷，讓市民瞭解市府重點政策與建設，營造「幸福安全宜居城市」。

市府表示，「十大長照服務」是市府為因應高齡化社會需求，特推出的一項重要政策。市府將積極推動「十大長照服務」開發，將以「開創啟程」為主題，展現高雄立足於世界的城市格局。市府將透過多元傳媒行銷，讓市民瞭解市府重點政策與建設，營造「幸福安全宜居城市」。



## 全台首創輕軌系統 宣告運輸環保新時代來臨 營造城市最美移動風景

高雄市府表示，「亞洲新灣區」是高雄邁向國際化、展現城市新風采的絕佳契機。市府將積極推動「亞洲新灣區」開發，將以「開創啟程」為主題，展現高雄立足於世界的城市格局。市府將透過多元傳媒行銷，讓市民瞭解市府重點政策與建設，營造「幸福安全宜居城市」。

市府表示，「亞洲新灣區」是高雄邁向國際化、展現城市新風采的絕佳契機。市府將積極推動「亞洲新灣區」開發，將以「開創啟程」為主題，展現高雄立足於世界的城市格局。市府將透過多元傳媒行銷，讓市民瞭解市府重點政策與建設，營造「幸福安全宜居城市」。

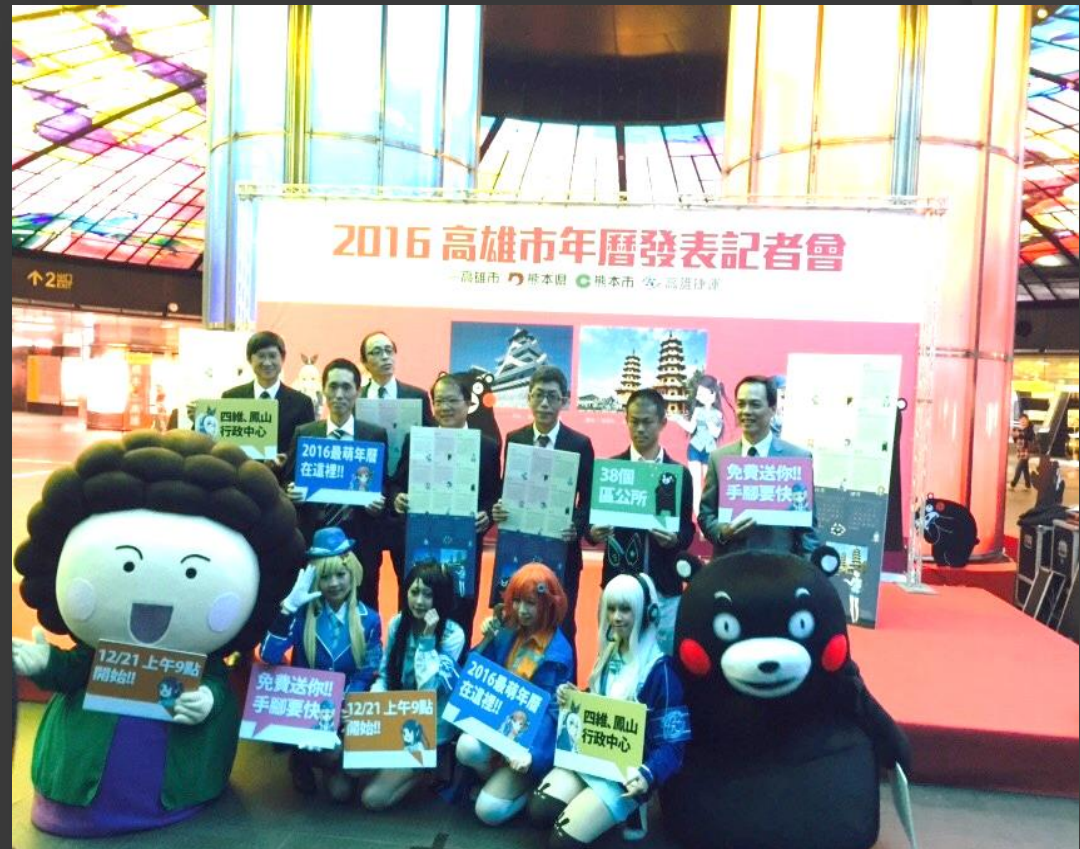




# 一、運用多元傳媒行銷

## 雙城年曆行銷城市

- 突破城市行銷方式，首次跨國合作
- 熊本熊vs高捷少女
- 印製中、日文版30萬份，分送熊本、本市38個區、捷運等處





## 一、運用多元傳媒意行銷

### 戶外廣告

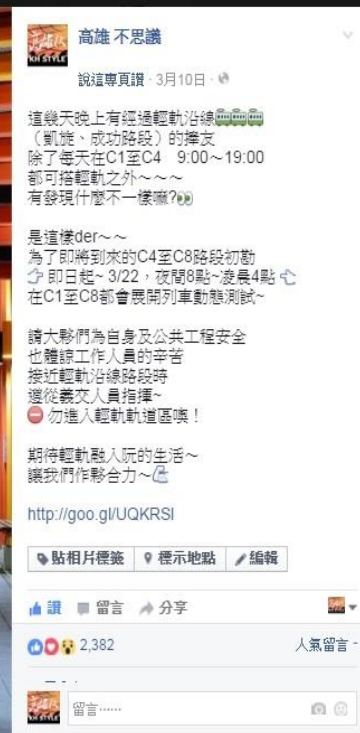
- 運用戶外媒體廣告強化亞洲新灣區暨輕軌之行銷，展現高雄新風貌



# 一、運用多元傳媒行銷

## 網路媒體

- 透過「高雄款」臉書、LINE社群、Youtube等網站平台，即時提供民眾最新市政、節慶、藝文活動與民生等資訊
- 截至目前Line好友59萬人、臉書粉絲超過30萬人







## 二、國際行銷

- Twitter、Instagram官方帳號 強化國際行銷
- 飛航候機室、機上電視廣告刊播行銷短片

## 二、國際行銷

### 創立Twitter、Instagram帳號強化國際行銷



- 以英、日等外語，搭配優美圖片發信，向國際社群用戶傳達第一手高雄資訊，強化高雄國際知名度與城市形象
- Twitter官方帳號自104年8月18日正式上線至105年3月，累計跟隨者約2萬8千人



## 二、國際行銷

### 國際航線、機場貴賓室電視廣告刊播行銷短片

- 運用國際航線機上及國際機場候機貴賓室電視廣告，刊播城市行銷短片—「高雄變與不變」及「翻轉宿命。高雄」，讓國內外旅客第一眼認識高雄
- 中華、長榮航空全航線(歐、美、亞)機上電視廣告計排播8,000檔；中華航空桃園候機貴賓室電視廣告計排播960檔





### 三、充實公用頻道內容

■玩客瘋高雄

■高雄38條通

■幸福高雄





## 三、充實公用頻道內容

### 玩客瘋高雄

- 透過三立愛玩客主持群實地走訪本市各地，成功行銷高雄在地文化、觀光產業及農特產品
- 共製播35集節目
- 於三立都會台、三立財經台、MTV台、MOD-三立綜合台、三立國際台、三立youtube、三立新聞網線上直播及嘉義 - 世新、國聲有線電視等8大平台播出



## 三、充實公用頻道內容

### 高雄38條通

- 製播在地小人物創業夢想故事、社區營造及地方產業等內容，帶領高雄人了解他所不知道的高雄
- 共製播70集節目，每集30分鐘
- 除於本市公用頻道(CH3)播出，另於中天綜合台、民視交通台及國際頻道-人間衛視等平台播出





## 三、充實公用頻道內容

### 幸福高雄

- 報導市政軟硬體建設、政策等專題節目，並製播國、台語發音版本服務不同收視族群。截至105年2月底止共製作226集(國語版)、89集(台語版)，獲收視市民肯定
- 針對本市財政狀況說明、徵收污水下水道使用費說明、氣爆重建區彩繪圍牆...等節目中亦有完整專題報導



前鎮區

幸福高雄

藝術創作者進駐 塗鴉氣爆重建區



高雄市

幸福高雄

接管公共污水下水道 政府補助施工費用



## 四、活動行銷

- 創新活動
- 公私協力合辦活動
- 跨局處協力活動





## 四、活動行銷

### 創新活動~吉祥物PK賣萌 全台首創

- 全市18隊總動員、30位吉祥物賣力拉票，3場實體賽事活動，累計超過2萬5千人次參加、網路票選活動超過21萬6千人次參與投票
- 活動期間，近百則報紙及電視媒體自發性報導，高曝光度
- 媒體效益達千萬元以上
- 延續去年盛況，105年將再掀民間版吉祥物PK

民視播出  
超過66萬  
人觀看



## 四、活動行銷

### 創新活動~問答RPG-魔法使與黑貓維茲合作案

- 首創政府機關與電玩業者So-net、高捷三方合作
- 手機遊戲《問答RPG-魔法使與黑貓維茲》高雄城市專屬關卡，進行城市行銷





## 四、活動行銷

### 創新活動~ 反桶戰登革熱防疫

- 為預防登革熱疫情，發揮創意成立「反桶戰」網站 ([www.17ko.tw](http://www.17ko.tw))(一起ko)創意宣導活動，呼籲民眾響應一起ko登革熱病媒蚊
- 鼓勵民眾上傳反桶照片至網站，參加抽獎，一起「反桶作戰、共同抗疫」



## 四、活動行銷

### 公私協力合辦活動

月份	活動名稱
11月	2015「愛·Sharing」聖誕節系列活動
12月	2015大氣球遊行
12月	2015 OPEN!RUN路跑
12月	愛sharing。2016高雄夢時代跨年晚會
105年1月	2016義大跨年煙火秀
105年3月	2016藝想樂園嘉年華遊行





## 四、活動行銷

### 公私協力合辦活動

- 結合民間資源協辦大型活動，吸引外地民眾至本市觀光

2015大氣球遊行



2015夢時代跨年晚會



2016藝想樂園嘉年華遊行







## 四、活動行銷

### 跨局處協力活動-全運會

- 北、高2場宣傳記者會
- 運用電視、網站、平面廣告等宣傳
- 電視及網路即時轉播開幕典禮
- 設置媒體中心，傳遞賽事精彩內容

# 全運 在高雄

THE NATIONAL GAMES  
2015 IN KAOHSIUNG

10/17-22

我們在  
高雄等你



游泳代表選手

楊金桂



## 四、活動行銷

### 跨局處協力活動-內門宋江陣

- 活動當天在中天娛樂台、中天亞洲台、中視HD及中天快點手機APP、youtube、官網等同步實況播出
- 實況轉播收視總人口數22萬6千人
- 本市公用頻道(CH3)重播4次





## 四、活動行銷

### 跨局處協力活動-四季活動行銷

- 製播春、夏大型活動行銷短片，展現本市節慶特色及觀光特點
- 另透過電子、平面、短片、海報、戶外廣告等多元媒體通路加強行銷本市活動



# 暖冬遊高雄

## 2015

品文化 · 嚐美食 · 遊高雄

- 11/19-12/25 「愛·Sharing」聖誕節系列活動·高雄夢時代/統一阪急百貨廣場
- 12/5 第二屆大高雄萬人城市路跑·世運主場館
- 12/5-12/6 幸福在大寮紅豆節·高雄捷運大寮站1號出口
- 12/12 茄荳烏魚海鮮美食節·興達港情人碼頭園區
- 12/12-12/13 路竹番茄節·路竹體育園區
- 12/12-12/13 高雄大氣球遊行暨OPEN! RUN路跑·時代大道
- 12/19-2016/2/21 高雄購物節·高雄市各大商圈
- 12/31 「愛Sharing」2016高雄夢時代跨年晚會·時代大道
- 12/31 2016義大世界跨年煙火秀·義大世界

大寮路遊行

## 2016

- 1/9-1/10 六龜寶來竹林賞梅·六龜寶來竹林休閒農業區
- 1/23 美濃彩繪大地·美濃區泰安路(中正湖畔)
- 1/23 洋蔥文化節·林園夜市廣場
- 1/30-1/31 大社三寶農特產觀光季·大社區觀音山風景區一大覺寺前廣場
- 1/31 「為希望再生而跑」高雄南橫馬拉松·起終點：六龜寶來國小
- 2/6-2/14 旗山燈會藝術節·旗山公共體育場
- 2/8-2/13 岡山燈會藝術節·岡山公園
- 2/8-3/8 佛光山燈會藝術節·佛光山寺·佛陀紀念館
- 2/10-2/22 高雄燈會藝術節·愛河兩岸(高雄橋至七賢橋)及中央公園舉辦

高雄市政府新聞局



## 五、出版品數位化

- 《KH STYLE高雄款》全新改版
- 《海洋首都高雄》中英文雙月刊



## 五、出版品數位化

### 《 KH STYLE高雄款 》 全新改版

- 以PDF電子書形式置於本局官網及中時電子書、聯合電子報、中央社電子報等合作網站供民眾閱覽
- 置於本市觀光飯店、大型書局、連鎖咖啡店、旅遊中心景點、捷運站等160處供民眾索閱





## 五、出版品數位化

### 「海洋首都高雄」中英文雙月刊

- 以中、英文報導城市交流、重大建設、觀光旅遊、特色產業、藝術文化、美食、風土人情等
- 每雙月發行1萬2千份，置於機場、捷運、觀光飯店、旅客中心、各國駐華使館...等84處供國內外民眾索閱，另以PDF電子書，供網友閱覽

#### A New Era in Public Transportation: Kaohsiung's Light Rail

English translation: Hou Ya-ting

Photos by Kao Jhih-hung, Jhang Jian Ying-hao, Kao Chia-tse

Kaohsiung's light rail system commenced trial runs in October 2015, and many local residents have participated with enthusiasm. These passengers share a sense of joy and pride at riding Taiwan's very first light rail. The light rail system marks an important milestone in Taiwan's public transportation. As Mayor Chen Chu has stated, the light-rail system shows Kaohsiung's public transportation is on a par with other international cities.



Kaohsiung's light-rail stations are minimalist in terms of design. The open space better connects the stations to surrounding communities, and enhances ventilation. There is grass on either side of the track, helping passengers relax while waiting for trams.

The trams themselves enhance the city's intriguing scenery. As a tram approaches, the streamlined vehicle with its green and white exterior fits smoothly in with the backdrop of blue skies and trees. When they move, the trams look as if they are sliding through grass. When a tram stops, and riders press a button indicating they wish to embark; the doors slide open in opposite directions. The interior of each car is decorated in white, bluish gray and light green. Ergonomic seat design ensures every passenger has a pleasant journey.

Light rail riders can use the trams for sightseeing as well as commuting, thanks to the large windows and the complete absence of catenary wires which might otherwise obscure the view. Thus riding the light rail is a comfortable and interesting way to travel in Kaohsiung.

Kaohsiung's light rail system realizes the city's determination to adopt sustainable transportation, and marks a new era for Taiwan's public transportation. Kaohsiung welcomes friends from all over the world to experience this new way of traveling in Kaohsiung.

## 結語

- 一、因應廣電三法修法，推動有線廣播電視產業發展
- 二、持續運用新媒體行銷策略，強化高雄國際知名度與城市形象
- 三、善用資源，蒐集體察民意，掌握宣傳契機，提升城市競爭力
- 四、製作優質活潑公用頻道節目，提高城市意象曝光度
- 五、加強高雄電台行銷功能，市政宣傳多元活潑化







簡報結束  
謝謝指教