

高雄市政府新聞局 114 年度施政績效成果報告

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
壹、新聞行政 一、出版及視聽事業之管理與輔導 (一)出版事業之管理與輔導 (二)電影事業管理與輔導 (三)錄影節目事業管理與輔導 (四)有線電視事業管理與輔導	1. 依據兒童及少年性剝削防制條例規定，辦理平面媒體刊登違法色情廣告之查處。 2. 加強查察報紙等平面廣告，以維護、保障兒童及少年閱聽權益。 1. 依據電影法及相關法令規定，針對轄下各電影院，執行例行性不定期查察作業，輔導業者落實電影分級。 2. 本市電影片映演業共計 10 家，新聞局 114 年度實施電影片映演業臨場查驗 197 廳次及影展 32 廳次，共計查驗 229 廳次。 1. 依據兒童及少年福利與權益保障法、出版品及錄影節目帶分級管理辦法等法令規定，查察錄影節目帶租售業及錄影節目帶播映場所影片分級制度。 2. 本市錄影節目帶業約 12 家，新聞局 114 年度共查察 30 家次，均符合相關規定。查察時亦輔導業者落實分級制度，避免消費者觀看不合時齡之錄影節目帶，以保護兒童及少年身心健全發展。 1. 管理與輔導有線電視業，114 年每月查察系統業者插播廣告情形 96 頻道次，均符合相關規定。 2. 管理有線電視陳情案件（纜線、訊號、費用、其他及不明纜線等），針對市民陳情有線電視系統爭議案件，立即協調業者現勘，或會同相關單位予以處理，114 年共處理 628 件（其中不明纜線共 338 件），並輔導本市有線電視業者提升服務品質。 3. 依據有線廣播電視法暨施行細則相關規定，成立「高雄市政府有線廣播電視系統費率審議委員會」，由傳播學者、財經學者專家、消費者團體代表、會計師、律師、通訊網路學者及市府代表共計 11 人組成，以保障市民收視、消費權益。 4. 審議 115 年本市有線廣播電視系統各項收費標準，考量業者營運績效與獲利狀況、收視滿意度調查與公益回饋投入程度，115 年各項收視費用上限不調漲，維持與 114 年相同：慶聯、港都等 2 家每月每戶基本頻道組上限為 500 元、經濟型 200 元，鳳信基本頻道組每月每戶上限為 510 元、經濟組 200 元，南國每月每戶基本頻道組上限為 550 元、基本組 200 元，新高雄每月每戶基本普及組上限為 450 元、經濟組 160 元。對於社會局登記有案之低收入戶，免收基

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
二、製播高雄地方文化節目	本頻道收視費、裝機費、分機費、復機費、移機費等費用。 5. 協助各家有線電視業者配合中央及地方各項公共政策播送各項宣導短片。 6. 辦理本市有線電視收視滿意度調查，瞭解市民收視習慣等相關資訊，並提供各業者參考，提升服務品質。 1. 為提升公用頻道節目品質，吸引更多民眾近用高雄市有線電視公用頻道，製作具公益性、藝文性、社教性之多元精彩節目於高雄市公用頻道播放，持續傳遞有線電視在地精神。 2. 部分節目亦安排於全國性頻道播出，並上傳至高雄市政府 YouTube 平台，以增加節目曝光率，將在地影像推廣至全國及國際，114 年製播影片如下： (1) 市政專題節目 ① 針對本市在地市政活動，製作《高雄進行式》專題節目，本年共製作 13 集節目、52 則專題。 ② 節目內容提供市民重要市政資訊，如：「吉伊卡哇旋風無法擋 高雄冬日遊樂園倒數計時」、「國際巨星同步高雄開唱 演唱會經濟讓高雄不一樣了」、「高雄轉型撕去刻板標籤 八大施政面向勇奪六金」、「6 件感官藝術創作全完工 高雄車站驚喜無極限」、「化腐朽為神奇 高市環局月修百件二手家具」、「開箱高雄果嶺公園 草原湖泊景色壯觀」等市政議題進行專題報導，並於高雄市公用頻道排播，以即時傳達市民最新市政資訊。 (2) 地方文化節目 《玩客瘋高雄 Surprise》節目共製作 20 集（每集 30 分鐘），由主持人以活潑、趣味或達人帶路、體驗方式，讓觀眾了解高雄的人文風情及地方文化，並於高雄市公用頻道排播。 (3) 原民文化節目 製作「那瑪夏區-米貢祭」、「茂林區-萬山祖靈祭(勇士祭)」、「甲仙區、杉林區-大武壠族夜祭(小林部落)」及「桃源區-貝神祭」等 4 支主題短片，帶領民眾認識高雄的豐富原民節慶、信仰，形塑當地文化底蘊，於高雄市公用頻道排播。 (4) 地方創生節目 引領民眾關注公共議題，參與公共事務，製播《創生高雄進行式》8 集節目，呈現本市地方創生案例，並於高雄市公用頻道排播。 (5) 高雄古蹟及老建築影音短片案 為推廣本市城市之美及歷史傳承，凝聚市民認同感暨促進觀光發展，製作「高雄燈塔」等 10 支 30 秒影片，於高雄市公用頻

重要施政項目	執行成果與效益
	道排播。 (6)製作生態社區紀錄短片 為使市民更加瞭解在地生態，促進社區意識及環境保護觀念，透過 5 集紀錄短片，向市民介紹高雄的地方生態，強化民眾與環境、社區之間的連結，並於高雄市公用頻道排播。 (7)製作偏遠地區節目 製作《尋味高雄》節目呈現高雄偏鄉豐富的農漁特產，分別走訪高雄茂林、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，影片於高雄市公用頻道排播。 (8)製作多元族群文化節目 拍攝 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元性，以豐沛的文化底蘊彰顯城市脈動的重要生命力，影片完成後將於高雄市公用頻道排播。 (9)製播媒體識讀影音專題 為提升市民媒體素養，採取適當預防措施，就職場霸凌、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、媒體錯假訊息等重要議題，製播 8 集專題節目《限時媒體熱搜》、每集 6 分鐘之專題節目，於高雄市公用頻道排播。 (10)2025 高雄原創影像特輯 攝製《2025 高雄原創影像特輯》影片，介紹高雄電影節首映之原創影片與 VR 作品，並邀集導演現身訪談，向觀眾呈現高雄影視創作的厚度與深度，也讓更多人看見高雄影像品牌的發展成果，影片於高雄市公用頻道排播，培植市民具備多元媒體視讀能力及觀影內涵。 3. 高雄市公用頻道 近用宣導 (1)於活動 DM 刊登「公用頻道宣傳」共 5 則 於「114 年迎春揮毫贈春聯」、「114 年名家揮毫迎新歲」、「114 年樂活久久健行」、「大手牽小手-彩繪機場看世界」及「114 年重陽節」等活動 DM 各刊登 1 則「公用頻道宣傳」。 (2)配合重大活動宣導高雄市公用頻道 CH3 近用計 21 場次 114 年度計宣導 21 場次，讓大家認識公用頻道的優質節目內容與免費託播服務，鼓勵民眾近用公用頻道。 (3)加強宣導本市公用頻道媒體近用權，辦理「高雄市有線電視公用頻道近用宣導」廣告影片託播。 4. 整合有線電視公用頻道 24 小時各行政區同步聯播 協調 5 家有線電視業者（慶聯、港都、鳳信、南國、新高雄）公用頻道訊號連結，讓高雄市 38 個行政區均可同步收看公用頻道節目

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
貳、新聞服務 一、綜合宣導 (一)綜合宣傳	，促進各行政區公共訊息之傳遞。 5. 輪播有線電視自製地方新聞 與 5 家有線電視業者合作，週一至週五於高雄市公用頻道輪播各家自製地方新聞。 (1)首播時間：《港都新聞》18：15-19：00、《南國新聞》19：00-19：30、《新高雄新聞》19：45-20：15、《鳳信新聞》20：15-21：00； (2)重播時間：《鳳信新聞》08：30-09：00、11：15-12：00、《南國新聞》09：15-10：00、13：15-14：00、《新高雄新聞》10：00-10：30、12：00-12：30、《港都新聞》10：30-11：15、12：30-13：15。 6. 轉播議會議程實況 配合高雄市議會申請，協調 5 家有線電視業者，於高雄市公用頻道同步轉播議會議程實況，轉播市長施政報告、部門質詢及總質詢實況，以提供市民關注地方發展訊息。 1. 新聞輯要 每日蒐報本市重要網路媒體及電視新聞提供本府各層級首長及局處參閱，114 年計蒐集網路即時新聞資料 395,529 則、電視新聞摘要 53,236 則，加強民意輿情蒐集、分析與反映工作，作為施政參考。 2. 市政影像展示 於市府四維行政中心設置市政櫥窗，定期更新市政建設照片，呈現市政活動及城市發展概況，提升市民認同感及參與感。 3. 媒體行銷宣傳 運用雜誌、報紙、網路、廣播等通路，加強宣導本市各項施政建設成果與觀光旅遊景點，主題如下： (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』」、「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，宣傳高雄宜居城市、市政建設及觀光發展。

重要施政項目	執行成果與效益
	(2)觀光行銷 ① 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。 ② 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 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」、「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」、「愛ài 高雄」城市形象短片等，邀請各地民眾前來高雄遊玩。 ③ 運用無線廣播電視台、便利商店多媒體電視及社群媒體排播「原聚 Takao 湧動未來」影片，宣傳 114 年全原運活動。 (3) 市政成果 ① 透過平面、網路及社群媒體宣導，加強行銷本府衛生政策推動成果，主題「高雄市推廣「三不原則」 引導新世代遠離電子煙傷害」、「高市跨域打造飛象家園 全國首創兒虐重症照護新典範」、「高雄市衛生局攜手親師與醫界 守護兒童口腔保健」、「積極推動自殺防治工作 高市府守護市民心理健康」。 ② 透過平面、網路及社群媒體宣導，加強行銷本府水利政策推動成果，主題「水資源循環利用 高雄再生水供應產業用水實現綠色永續」、「因應極端氣候挑戰 高雄力推防災社區、打造韌性城市」。 (4) 城市產業 ① 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」。 ② 運用平面、網路、社群媒體宣傳本市捷運聯合開發成果，主題「R17 站 A5 基地公辦都更」、「09 BC 基地公告招商」、「R20 後勁站聯開案動工」、「高雄捷運黃線串聯城市核心交通 Y3 澄清湖運動園區打造運動休閒新據點」、「高雄捷運聯合開發推動城市升級 R17 世運站與 09 苓雅運動園區打造產業與生活新聚落」、「010、Y18 衛武營聯開」。 ③ 透過平面、網路及社群媒體，宣傳本市市地重劃土地開發成果，主題「市地重劃打造亞洲新灣區 改造市容創造新活力」、「87 期市地重劃打造優良環境 岡山運動中心 6/21 全新落成啟用」、「高雄邁向國際智慧城市 因應產業轉型 新開

重要施政項目	執行成果與效益
(二)交通安全宣導	發區持續建設引領都市發展」、「開發區土地標售」、「地籍清理」、「高雄邁向國際智慧城市 因應產業轉型 透過市地重劃引領都市發展」、「配合鐵路地下化與高雄火車站新建完工 71 期重劃打造新生活圈型態」、「從土地出發：高雄科技廊帶引領產業與城市新未來」、「從源頭到出海 愛河 30 年整治完工開啟北高雄水岸新篇」、「從軍營到綠地 小港 89 期重劃區蛻變打造南高雄運動休閒新核心」、「亞灣土地開發奠定發展基礎 2.0 計畫助攻智慧科技」、「高雄邁向國際智慧城市 因應產業轉型 透過市地重劃引領都市發展」、「『市地重劃與捷運聯開』雙引擎！高雄亞洲新灣區加速成形」。 ④ 製作 Podcast 專題，透過網路及社群媒體通路，宣傳本市產業招商引資、促進民間參與公共建設成果，主題「亞洲資產管理中心及金融科技創新園區」、「智慧服務應用創新城市治理思維」、「高雄轉型進行式！揭高雄『半導體 × AI × 演唱會經濟』三重蛻變」、「全國首推城市級主權 AI『智慧高雄燈塔計畫』加速建設智慧城」。 4. 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，主題「全國原住民族運動會」、「2025 冬日遊樂園」、「高雄智慧城市展」、「聖誕生活節」、「2026 雄嗨趴 高雄跨年晚會」，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。 1. 媒體宣傳 (1)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 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。

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	(3)運用本市 33 處（計 35 面）行政大樓及學校外牆刊掛戶外帆布廣告，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」、「車輛慢看停 行人安全行」，強化民眾道安觀念。 (4)運用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」、「車輛慢看停 行人安全行」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。 (5)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。 (6)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。 (7)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等通路刊播，宣導「高齡者交通安全」、「交安任務 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。 (8)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。 (9)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」。 (10)運用廣播、網路、平面媒體，加強宣導「酒駕防制」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。 (11)9 月交通安全月專案透過廣播、平面媒體宣導「車輛慢看停 行人安全行」，及運用網路媒體宣導「路口慢看停 行人安全行」等道安觀念，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。 (12)運用平面媒體刊登「無論大小車都要停讓」、「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」、「車輛慢看停 行人安全行」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。 (13)運用廣播媒體宣導「無號誌化路口宣導」、「行人行走宣導」，

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
(三)城市行銷	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。 (14) 運用網路媒體宣導「汽機車行經路口請停讓行人」、「路口慢看停 行人安全行」、「無論大小車都要停讓」、「穿越路口不違規」，減少交通事故發生率。 (15) 運用平面及網路媒體刊登「2026 雄嗨趴 高雄跨年晚會 跨年不開車 搭捷運最方便」，鼓勵市民搭乘大眾運輸參與。 (16) 印製行李收納袋、旅行折疊袋、修容組、摺疊衣架等道安宣導品，宣導「停讓行人 行車有禮」、「愛高雄紅燈停綠燈行」、「不超速最安心」、「行車專心 你我安心」等主題，適時於宣導活動現場贈送參與民眾，強化道安觀念。 2. 依據本市交通特性製播宣導短片 (1) 製播「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。 (2) 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」、「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 6 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。 3. 配合活動設攤宣導交通安全 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。 (1) 配合民間社團舉辦道安宣導活動共計 9 場次。 (2) 配合大型活動進行道安宣導計 21 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 籃簾會、2025 鳳荔節、2025 客家很有市-人偶公仔歡樂派對、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。 1. 製作短片及排播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通路，排播《2025 冬日遊樂園》，下半年另增高雄捷運多媒體電視通路，排播《愛ài 高雄》城市形象短片、《2026

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	雄嗨趴 高雄跨年晚會》等主題影片，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，包括《漫遊高雄 連載再開》、《今夏，我們高雄見》、《秋之慶典》等主題，於社群、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，主題為《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》、《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 18 支影片，透過社群、影音平臺及市府中庭 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，並透過官方 Instagram 宣導。 (5)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。 (6)攝製 10 支海洋行銷推廣短影音，包括《鼓山魚市場-新濱町海洋廚房》、《養殖漁業天然災害保險推廣》、《保育類野生動物救援行動(鯨豚與海龜)》、《彌陀漁港海岸光廊》、《三號船渠遊艇碼頭》、《減船計畫》、《船員會館》、《高雄食品展》、《2025 高雄海洋派對》、《郵輪》等主題，透過社群平臺傳播，使更多人瞭解高雄海洋相關政策推展。 (7)攝製 4 支短片，透過影音平臺、社群媒體、讓民眾了解本府致力推廣淨零減碳成效，主題「焚燒垃圾 24 年 高雄南區焚化爐的現在與未來」、「高雄南區焚化爐亟待翻新 BOT 模式迎接綠色新未來」、「高雄焚化爐 BOT 革新 效能升級展現環保真實力」、「高雄 BOT 打造智慧焚化爐 變廢為寶環境共生新時代」。 (8)攝製 6 支影片，運用電視、網路、社群媒體宣傳捷運場站聯合開發結合地方建設發展，主題「捷運聯開齊發」、「R20 聯開案 打造楠梓新地標」、「RK1 西基地 打造北高岡山新門戶」、「黃線 Y15 站 高雄亞灣旗艦總部」、「從鳳山到亞灣 高雄「雙軌共榮」以捷運 TOD 串聯城市新風貌」、「雙核心聯開帶動高雄轉型 從軌道出發的城市新未來」。

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	(9)攝製影音，透過網路及社群媒體宣傳本市土地重劃成果，主題「仁武 100 期重劃 加強草潭埤滯洪功能強化社區安全 補齊愛河上游最後一哩路」、「仁武 100 期市地重劃 從防洪起步 打造宜居新仁武」。 (10)攝製 4 支影音專題，透過影音平臺及社群媒體行銷本市推動演唱會經濟相關成果，主題「城市吸引力：高雄如何成為展演之都」「展演經濟力：一場演唱會如何帶動城市」、「城市旅宿力：演唱會如何點亮旅宿燈火」、「城市轉型力：高雄如何打造城市慶典」。 (11)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」。 (12)攝製「高雄果嶺自然公園」宣傳短片，透過影音平臺刊播。 2. 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、南橫秘境、台日大港水果祭、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。 (2)製作「愛ài 高雄」國際城市形象短片多國語版，內容涵括英、日、韓、泰、越語，透過獨特且富有故事性的敘事方式，從一位「神秘外來者」入住高雄、展開城市探索旅程的視角出發。取景範圍包括六合夜市、淨零學院、武廟市場、蚵仔寮漁港、駁二藝術特區及美濃等城市景點，及高雄輕軌、公車等大眾運輸，從陌生到熟悉，透過不同視角，隨著故事進展逐步認識這座充滿無限驚喜與變化的城市，感受港都的生命力，也看見高雄真摯的笑容與熱情。 (3)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。 與日本雜誌《pen》合作，於日本官網 Pen Online 刊登廣編稿，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

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
(四)辦理都市行銷活動	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。 3. 運用數位平臺行銷高雄 (1)高雄市政府官方臉書 截至 114 年 12 月止，粉絲數已逾 57 萬，運用精彩照片、直播、影片及圖卡等多元素材，搭配文字重點，宣導各類市政、活動資訊及多場演唱會活動、災害應變及停班停課等訊息。此外，亦適時回應網友留言與提問，與市民雙向溝通。114 年度發布超過 1,083 篇，觸及累計超過 623 萬人次。 (2)高雄市政府 LINE 官方帳號 截至 114 年 12 月止，好友數逾 180 萬，適時發送本市市政措施、重大建設、大型活動、觀光旅遊、災害應變及停班停課等訊息，向民眾周知宣導。114 年度訊息發布超過 242 則，觸及累計超過 2 億人次以上。 1. 辦理「2025 大高雄區域人文物產特色暨產業活動」 運用全齡化場域辦理闔家觀賞活動，並與市民朋友近距離互動，透過金鐘主持人許效舜、澎恰恰、苗可麗，結合多位藝人演出，於本市林園、旗山、路竹等 3 區各辦理 1 場活動，吸引在地鄉親參與，並將地方特色、農漁物產、人文故事、觀光旅遊、市政發展及交通安全等，巧妙融入節目內容，並透過現場參與及後續影像放送，行銷地方產業及特色。 2. 結合民間資源合作辦理「2026 紫耀義大 義享奔騰」跨年煙火活動 主辦單位為義聯集團(經營管理委員會)，新聞局受邀擔任指導單位，114 年 12 月 31 日至 115 年 1 月 1 日在義大世界大草坪區施放，倒數後於 00:00 施放 999 秒煙火，最佳觀賞點在義守大學校園，主辦單位依據中華電信信令及停車資料統計 56,000 人次參與，共同迎接 2026 年到來。 3. 辦理「2026 高雄跨年活動」 (1)集結 17 組臺韓超狂卡司，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、邱淑嬋、Ponay、Angie 安吉、台鋼雄鷹 WING STARS 啦啦隊，以及高雄限定獨家組合 AcQUA 源少年、鼓鼓 呂思緯帶來驚喜演出。 (2)跨年倒數後施放 240 秒亞灣跨年煙火，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〉

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
參、新聞發布 一、發布新聞及媒體服務 (一)發布新聞	與 TWICE 的〈ONE SPARK〉，重現演唱會上經典與感動的瞬間，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)，總收視人次 389 萬 2,000 人次。另 MOD 壹電視綜合台平均收視為 0.1，總收視人次為 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，網路直播平台有 Facebook (陳其邁市長、高雄市政府、高雄旅遊網、壹電視 Next TV)、YouTube 壹電視 Next TV 頻道、LINE TODAY、LINE VOOM、中華電信 MOD、Hami Video 等。 1. 發布新聞 適時發布重大市政活動及市政建設成果新聞，114 年度共發布 872 則，供大眾傳播單位參考運用，並傳達市政訊息，樹立良好市府形象。 2. 配合市政行程，辦理新聞聯繫與媒體服務及新聞發布等事宜，場次摘述如下： (1)1 月 3 日市長出席高雄智慧城市推動委員會年會 (2)1 月 10 日辦理蛇年新春小物開箱記者會，預告發放時間及地點，並向民眾拜早年 (3)1 月 15 日市長出席高雄亞灣金融科技創新園區啟用典禮 (4)1 月 23 日市長出席高雄市議會第 4 屆第 7 次臨時會閉幕 (5)1 月 25 日市長出席「2025 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園」開幕典禮 (6)1 月 30 日市長陪同總統前往三民區新大港保安宮拜廟參香 (7)2 月 10 日市長出席 ICDI 十週年新春茶會 (8)2 月 14 日開設 Maroon 5 演唱會媒體中心 (9)2 月 16 日市長出席「2025 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園」閉幕典禮 (10)2 月 20 日市長出席南方淨零倡議論壇暨展覽 (11)2 月 22 日市長出席「日光海島生活節」開幕活動 (12)2 月 28 日市長出席「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」 (13)3 月 6 日市長出席「仁武灣內公共托嬰中心」揭牌典禮 (14)3 月 15 日市長陪同副總統出席國際同濟會 2025 年亞太年會開

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	幕典禮 (15)3月16日至20日市長率團赴美參加NVIDIA GTC 2025大會 (16)3月26日高雄市議會第4屆第5次定期大會開幕 (17)3月27日市長赴議會進行施政報告 (18)3月31日市長陪同行政院長出席台積電2奈米擴產典 (19)4月3日市長出席2025高雄兒童藝術節《樂高雄》開幕典禮 (20)4月9日高市府因應對等關稅召開產業座談 (21)4月12日開設告五人演唱會媒體中心 (22)4月13日市長陪同行政院長出席高雄地區產業座談 (23)4月16日市長出席IPCC學者國際論壇 (24)4月23日至25日林副市長率團訪日、韓 (25)5月6日至20日市政總質詢期間成立議會採訪小組 (26)5月22日市長出席首艘淨零碳排船舶「保利馬1號」下水典禮 (27)5月23日市長出席2025法國生活節開幕典禮 (28)5月28日市長出席中國時報「全國縣市施政滿意度調查」贈獎典禮 (29)5月29日市長出席Taiwan COP5活動揭幕典禮 (30)5月30日市長出席「2025高雄愛河端午龍舟嘉年華暨龍舟錦標賽」開幕式 (31)5月31日開設ALL LOUD KT POP演唱會媒體中心 (32)6月2日高雄市議會第4屆第5次定期大會閉幕 (33)6月5日市長出席遠見雜誌五星市長頒獎典禮 (34)6月9日高市府召開「新冠疫情防疫整備記者會」 (35)6月10日市長出席「流域共好・南方行動倡議論壇」 (36)6月18日市長出席臺灣首座國家級原住民族博物館籌備處揭牌典禮 (37)6月20日市長視導楠梓科技產業園區跨局處搶救演習 (38)6月21日市長出席岡山運動中心啟用典禮 (39)6月30日市長出席麗星夢郵輪旗下「領航星號」首航來台訪船儀式 (40)7月4日市長陪同行政院長訪視國訓中心 (41)7月6日至7日因應丹娜絲颱風成立災害應變中心召開應變準備會議 (42)7月6日市長視察美濃湖、桃源山區防颱整備 (43)7月11日市長陪同總統出席德國萊茵魯爾世大運代表團授旗典禮 (44)7月11日市長出席思科AIoT生態系發展基地暨研發中心啟用典禮

重要施政項目	執行成果與效益
	(45)7月15日市長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 (46)7月25日市長視察仁武十九灣滯洪池與後勁溪拓寬工程 (47)7月26日市長出席 2025 台日大港水果祭 (48)7月28日至31日因應 0728 豪雨成立災害應變中心召開應變準備會議 (49)7月30日市長赴六龜視察 (50)7月31日因應 0728 豪雨，高市府設六龜寶來前進指揮所 (51)7月31日市長陪同交通部長前往台 20 線勘災 (52)8月1日至2日市長赴六龜、桃源、杉林、甲仙、茂林視察 (53)8月4日市長陪同行政院長視察六龜山區 (54)8月9日市長出席「2025 旗津風箏節暨氣墊水樂園 (55)8月12日至13日因應楊柳颱風成立災害應變中心召開應變準備會議 (56)8月16日市長出席「2025 大港閱冰冰品嘉年華」 (57)8月19日市長出席第三屆大南方高峰論壇 (58)8月22日市長出席出席亞灣新創大南方活動開幕典禮 (59)8月25日市長出席「八空橋改建及曹公新圳匯流口護岸拓寬治理工程」動土典禮 (60)9月1日市長視察開學日視察校園防疫整備 (61)9月4日市長列席行政院會 (62)9月22日至23日因應樺加沙颱風成立災害應變中心召開應變準備會議 (63)9月23日市長視察仁武、旗山防汛整備 (64)9月30日協助辦理高市府馳援花蓮救災記者會 (65)10月3日高雄市議會第4屆第6次定期大會開幕 (66)10月7日市長赴議會進行施政報告 (67)10月18日至19日開設 BLACKPINK 演唱會媒體中心 (68)10月18日市長陪同總統出席「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 (69)10月23日市長出席「淨零永續關鍵行動論壇」 (70)10月24日市長出席 2025 高雄海洋派對 (71)10月29日市長出席天下雜誌年度卓越城市頒獎典禮 (72)11月1日市長出席「2025 高雄萬聖節」 (73)11月6日市長出席 2025 遠見高峰會座談 (74)11月8日市長出席「2025 TAKAO 豐潮」 (75)11月11日市長赴議會報告 115 年度高雄市總預算 (76)11月11日至12日因應鳳凰颱風成立災害應變中心召開應變準備會議

重要施政項目	執行成果與效益
(二)媒體服務 (三)辦理記者會	備會議 (77)11月12日市長視察永安防汛措施 (78)11月19日至12月3日市政總質詢期間，成立議會採訪小組 (79)11月22日至23日開設TWICE演唱會媒體中心 (80)11月30日市長出席2025高雄聖誕生活節 (81)12月6日至7日開設Asia Artist Awards演唱會媒體中心 (82)12月12日市長出席「捷運黃線Y15站聯合開發案」簽約典禮 (83)12月18日市長出席捷星日本航空高雄—東京成田首航慶祝典禮 (84)12月19日高雄市議會第4屆第6次定期大會閉幕 (85)12月31日市長出席2025高雄跨年演唱會 3. 派員進駐應變中心 配合災害應變中心或指揮中心成立，派員進駐並配合市政行程或市長視察災情發布新聞稿。 1. 建立數位化新聞發布與聯絡管道 (1)每日即時發布新聞，並上傳市府全球資訊網市政新聞，供使用網際網路之民眾閱覽。 (2)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，強化市政活動報導率。 (3)建立記者即時通訊群組，即時傳送市府活動最新消息或重大事件採訪事宜。 2. 加強媒體聯繫 (1)印製2025媒體記者通訊名冊供府會記者索取，另配合本府舉辦各項大型活動，協助發送採訪證，並提供媒體本府局處主管通訊錄。 (2)不定期辦理媒體交流，以利市府與媒體建立雙向聯繫溝通。 3. 強化媒體服務 2026高雄夢時代跨年晚會期間，即時發布活動照片及新聞稿供媒體參採報導，並於現場設置媒體中心及媒體高台，供媒體取景拍攝。 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，新聞局配合辦理行前記者會，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。

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
(四)成立議會新聞工作小組	3. 114年9月辦理「馳援花蓮災區重建記者會」，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。 加強記者聯繫成立議會工作小組 1. 高雄市議會開議期間成立議會工作小組，發布市長答詢新聞稿共54則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。 2. 於市政總質詢期間，安排市長接受媒體專訪。
肆、行銷出版業務	
一、電子期刊編輯企劃發行、印製紙本期刊	
(一)《高雄畫刊》	1. 電子期刊 《高雄畫刊》每月發行1期，全年發行12期，114年共發行12期。以介紹高雄都市風貌、人文風情、觀光旅遊、在地美食、藝文及地方特色等資訊為主，提供讀者多面向認識高雄，加強都市行銷。 2. 紙本期刊編印及發行電子書 (1)每雙月發行1期，114年共發行6期，每期印製18,000本，亦發行電子書上架《高雄畫刊》網站。其內容從每兩期《高雄畫刊》電子期刊擇其精華，再編輯成紙本刊物。 (2)每期寄贈機關學校、駐外單位、全國圖書館等單位提供閱覽，並派送至全台約210個地點(包含景點、旅遊服務中心、機場、車站、藝文場所、書店等)供民眾索閱。 3. 行銷推廣 (1)《高雄畫刊》網站整合中、英、日語版期刊內容及電子書，114年1至12月網頁瀏覽量累計逾285萬8千次。 (2)透過「高雄市政府」官方臉書、高雄市政府LINE官方帳號等社群媒體，不定期分享期刊內容及連結。 (3)《高雄畫刊》電子期刊每期發送高市府員工、既有訂閱戶，並與聯合新聞網、聯合電子報、信傳媒、LINE等媒體平台合作授權內容轉載，擴大觸及效益。
二、編印外文期刊	
(一)《Love Kachsiung 愛高雄》英日文雙月刊	1. 以英、日文報導本市活動、重大建設、觀光旅遊資訊、藝術文化活動等報導，期使居住本市的外籍友人、新住民、來台觀光旅遊的國際友人等，藉由本刊介紹傳達高雄多元而豐富的面貌。 2. 每雙月發行1期，114年度總計6期，每期發行9,000份紙本，放

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
三、編印不定期刊物 (一)年曆印製 (二)月曆印製	置於機場、高雄捷運、本市觀光飯店與藝文場所，駐高雄外國機構、駐外館處及代表處、新移民家庭服務中心、本市設有華語學習的大專院校等 121 處地點，提供讀者免費索閱。 3. 紙本出刊後將圖文上傳《高雄畫刊》網站，並與聯合新聞網、聯合電子報等網路平台合作，亦上傳電子書，提供讀者線上閱讀。 1. 「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樣貌。插畫家歐佩玲創作的「撞色款」，匯集多樣色彩與自然景觀，展現活力與生機；另一「疊色款」年曆由插畫家黃湘以麥克筆疊色創作，運用層次與細節，呈現果嶺公園的原始美；共印製 27,000 張。 2. 年曆於 114 年 12 月 9 日上午 10 時於本府四維、鳳山行政中心及本市 38 個區公所同步發送予民眾免費索取。 1. 「2026 高雄市月曆」以時令水果為主角，呈現高雄土地的豐饒與水果的美味，藉以行銷本市優質農產品，共印製 27,000 份。 2. 月曆於 114 年 12 月 9 日上午 10 時於本府四維、鳳山行政中心及本市 38 個區公所同步發送予民眾免費索取。
伍、廣播業務 一、編訪管理 (一)節目製作	1. 高雄廣播電臺製播優質節目參加各項競賽及評選屢獲佳績：製播優質節目《週末 FUN 音樂》，榮獲 114 年度第 60 屆廣播金鐘獎「音效獎」，並入圍「企劃編撰獎」及「流行音樂節目獎」。製播優質兒少節目《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」，並入圍「年度主題—族群共融」；《故事任意門》入圍「年度最佳聲音節目獎」，前揭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。《高雄人第二階段》節目以〈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」。 2. 結合廣播與新興社群媒體，擴大傳播效益 (1)高雄廣播電臺掌握新興媒體趨勢與脈動，精選電臺多檔節目進行臉書直播，並提供 YouTube 平臺收看，包括：《TAKAO 知原讚》、《公事好好說》、《南方科技城》等，全年累計直播 74 集，總觀看人次達 107 萬 8,000 餘次。 (2)因應新興廣播收聽形式——播客 (Podcast) 之流行趨勢，電臺持續規劃並推動特定節目以 Podcast 方式提供民眾收聽，內容

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	包含《理財生活課》、《幸福 CAFE' 》、《奇幻故事屋》、《律師來了》、《CHILL 是青春》等節目及單元。 3. 提供豐富多元節目內容，滿足不同族群需求 (1)高雄廣播電臺與本市多所大專院校、產業及專業人士合作，共同製播多元雙語節目與單元。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、文藻外語大學傳播藝術系、常春藤英語雜誌社、空中英語教室雜誌社、LiveABC 等。主要節目及單元包含：週一至週五《BBC Newsroom》新聞節目（同步聯播 BBC），提供英語母語人士新聞服務；週一至週五雙語單元《交通安全 Follow me》、《打狗英語通》；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》；週六雙語節目《英語醬玩》、《雪人的早午餐》；週六英語節目《The History Hour》、《Discovery》、《Top of the Pops》。 (2)針對與民眾生活息息相關之公共事務，製作《我愛高雄》系列節目，與本府客委會、社會局及原民會合作，透過節目平台促進本府各局處與市民直接溝通，擴大市政訊息行銷效益，全年共播出 156 集。 (3)與本市立歷史博物館、本府交通局、警察局、捷運局、衛生局、農業局及消防局等單位合作製作專訪，宣導本市文化政策、交通建設、反詐騙、公共醫療、農業發展等市政措施與生活資訊。 (4)為重視新住民多元文化價值，由東南亞新住民主持人製播《愛家好姐妹》節目，協助新住民掌握生活相關資訊與社會連結；另製播多元移工專屬節目《泰勞在高雄》與《開心假期雅加達》，每週固定製播新住民及移工相關節目共 3 集。 (5)服務南台灣客家鄉親，規劃系列客語節目，推出《最佳時客》、《天下一家親》、《客家風情》、《客語歌曲大賞》、《如果回到那一天》、《喜感故事》、《動物探險隊》與《毛起來生活》等客語節目。每週播出客語節目 25 小時，內容涵蓋客家說唱及客家風俗文化等。 (6)提供南臺灣播出時數最多之古典音樂節目，每日平均製播約 200 分鐘，提供民眾深度音樂欣賞體驗。 (7)為帶動本市觀光產業發展，於《午后陽光第一階段》節目中介紹各行政區觀光資源、社區小旅行及特色產業，並訪問在地青年農漁民行銷本市農漁產品；《午后陽光第二階段》節目製播〈要去高雄〉單元，介紹本市觀光資源及旅遊活動，促進地方觀光發展。《943 好夜晚》節目於通勤尖峰時段播報本市最新食衣住

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	行資訊，強化活動與市政訊息報導。 (8)善盡媒體社會責任，提供弱勢族群發聲管道，於《午后陽光第二階段》節目安排固定時段，專訪台灣無障礙協會、創世基金會、心路基金會、星星兒社會福利基金會等公益團體。 (9)為加強民眾反詐騙觀念： ①於《高雄人第三階段》節目，加強防詐知識宣導，提升民眾對各類詐騙手法辨識能力。 ②於《我愛高雄—城市情報讚》節目，結合本府警察局各分局資源，定期製播〈城市守護者〉專訪單元，說明本市常見詐騙態樣，並宣導「反詐三步驟」及「打詐五不原則」，強化民眾防詐應變能力。 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主題專訪，宣導少年犯罪預防觀念，促進青少年健全成長。 (10)為提升民眾對本市經濟現況、外貿資訊及商務活動之瞭解，製播《經貿會客室》節目，針對重大經濟與商務議題，每週邀請相關領域專家進行解析與評析，全年共製播 52 集。 (11)持續規劃製播《公事好好說》節目，每週一 17:30 至 18:30 播出，邀請民意代表、政府機關、社區、企業或公民團體代表對話交流，促進公共議題理性討論，並於每月辦理 1 次臉書直播。 (12)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，每集同步進行直播，邀請產業界與學界代表探討本市產業發展與科技趨勢，增進市民對城市發展之認同感。 (13)高雄廣播電臺實況轉播議會質詢及大型活動： 114 年 3 月 27 日轉播第 4 屆第 5 次議會定期大會市長施政報告，5 月 6 日至 5 月 20 日轉播市政總質詢；114 年 10 月 7 日轉播第 4 屆第 6 次議會定期大會市長施政報告，11 月 19 日至 12 月 3 日轉播市政總質詢；12 月 31 日至 115 年 1 月 1 日轉播高雄跨年晚會。 (14)配合本府各局處重要施政加強宣導，包括路況與施工交通疏導、防震三步驟、防治兒少受虐、登革熱防治、公益募款、農業保險、防災教育、節約能源、防颱防汛、反毒、防堵非洲豬瘟、著作權、性別平等、勞動權益、校園反霸凌及反詐騙等政策宣導。 (15)配合三鳳中街年貨大街、岡山燈藝節、鹹酥雞嘉年華、永安石斑魚節、春天藝術節、高雄內門宋江陣、端午愛河龍舟嘉年華、

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
(二)新聞採訪	高雄啤酒音樂節、大港閱冰、路竹番茄節、高雄左營萬年季、高雄庄頭藝穗節、夏祭新鮮市旗山蕉饗樂、台日大港水果祭、商圈夜市優惠券、高雄聖誕生活節及高雄跨年晚會等 114 年度本市重要活動，製播專訪節目並配合口播宣傳，提升本市大型活動行銷成效。 4. 強化道路交通安全宣導，於 114 年 6 月 25 日辦理全時段現場節目之高廣 43 周年臺慶暨交通安全 call-in 有獎徵答活動；114 年 4 月 2 日、10 月 2 日及 12 月 24 日辦理全時段現場節目之交通安全有獎徵答活動；並於平日節目中持續宣導「不酒駕」及「不超速」等觀念，提升聽眾道路安全意識。 5. 提供即時防災、防颱及民生公共服務資訊，因應地震及颱風等天然災害，於各節目中口播並密集插播即時災情及注意事項；114 年間於丹娜絲颱風、7 月 29 日與 8 月 3 日豪雨、楊柳颱風及鳳凰颱風期間，均即時加強相關宣導與資訊傳遞，協助市民即時掌握災害動態。 1. 高雄廣播電臺製播《邊界練習曲》新聞專題，入圍 114 年卓越新聞獎「廣播及網路（音頻）類—廣播新聞獎」。 2. 針對民眾關切之新聞事件及重大議題製播深度報導，詳實反映民意，並針對大高雄人事地物等特色，強化在地新聞報導。 3. 全程實況轉播高雄市議會第 4 屆第 5 次及第 6 次定期大會市長施政報告及市政總質詢，加強報導市議會新聞逾 170 則。 4. 加強報導登革熱、嚴重特殊傳染性肺炎、流感、腸病毒、颱風過後之類鼻疽、鉤端螺旋體病等防治作為。 5. 報導抗旱、防洪治水、食品安全、消費安全、環保、治安、公共安全、勞工安全、詐騙防制等保護市民生命財產相關新聞。 6. 丹娜絲颱風、楊柳颱風、樺加沙颱風、鳳凰颱風期間，加強報導即時災情、防災、救災及災後重建、補助等相關新聞逾 140 則。 7. 加強報導市政建設成果新聞，包括：推動智慧永續城市、招商引資、交通建設、公共托育、長照服務、空品改善、大林蒲遷村等。 8. 配合以新聞或專題報導重要城市行銷及藝文活動，包括：海線潮旅行、夏祭新鮮市、高雄冬日遊樂園、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、高雄聖誕生活節、跨年活動、農特產品行銷，以及高美館、駁二、衛武營、高雄流行音樂中心等各場館之藝文活動。 9. 製播《Live943 新聞晚報》、《高雄傳真》等深入報導新聞性節目。
(三)設備維護管理	1. 擴大服務範圍，提升播音品質

重要施政項目	執行成果與效益
陸、整體風險管理(含內部控制)推動情形	(1)購置調頻及調幅發射機模組專用零配件、成音設備相關模組，確保設備正常運作及維持最佳播音音質，並提升節目製播品質。 (2)高雄市議會開議期間實況轉播市長施政報告及連線轉播市政總質詢，設備架設及音控等工作。 (3)豪雨、風災、震災或無預警電力中斷，中寮發射站以緊急柴油發電機供電，維持機器正常運轉及調頻臺正常播音，並配合延長 24 小時播音服務南台灣聽眾。 (4)不定期到廣播收聽範圍內縣市測量電場，了解收聽品質及收聽死角，以適時調整發射功率，維持播音品質。 (5)24 小時調頻、調幅臺廣播發射及播音系統運作班務輪值，確保機器設備正常運轉及電臺、中寮發射站安全。 (6)維護及管理電臺中、英文版全球資訊網響應式網頁，符合多元行動上網的需求，使網站在個人電腦、手機、平板等不同裝置上瀏覽及線上收聽或重溫節目時有最佳化的呈現。 2. 嚴密維護保養機器，提高設備使用效能 (1)電臺及中寮發射站緊急柴油發電機年度保養、高低壓設備電氣及接地電阻檢驗。 (2)各錄播音室清潔及系統測試保養。 (3)調頻、調幅發射系統年度保養、天線鐵塔油漆、校正及拉線保養。 (4)調頻、調幅發射系統故障機動維修，確保上線及備用系統均處最佳運轉狀態。 1. 新聞局已依「行政院及所屬各機關風險管理及危機管理及危機處理作業原則」，將風險管理(含內部控制)融入日常作業與決策運作，考量可能影響目標達成之風險，據以擇選合宜可行之策略及設定機關之目標(含關鍵策略目標)，並透過辨識及評估風險，採取內部控制或其他處理機制，以合理確保達成施政目標。 2. 114 年風險管理重要工作項目如下： (1)1 月 20 日完成新聞局 113 年度風險管理自行評估，7 月份進行內部稽核，相關成果提供各科室滾動式修正風險項目與風險值。 (2)新聞局 114 度風險管理作業計畫書於 1 月 3 日奉局長核定後實施。 3. 在現有風險對策下，新聞局 114 年度計有 14 項重要工作計畫均係低度風險，皆依照風險管理計畫控管、達成目標。