

貳拾貳、新聞

一、新聞行政與管理

(一) 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 12 月實施臨場查驗共計 117 廳次，均符合相關規定。

(二) 輔導與管理出版品及錄影節目帶，維護兒童與少年身心健全發展

1. 依據「兒童及少年性剝削防制條例」、「兒童及少年福利與權益保障法」、「性騷擾防治法」、「性侵害犯罪防治法」及「家庭暴力防治法」等法令查察平面媒體廣告。
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 12 月止，查察平面廣告，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 7 月至 12 月查察共計 15 家次，均符合相關規定。

(三) 輔導與管理有線電視業，提供優質收視服務

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 12 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。本市新高雄有線電視股份有限公司於 111 年度起暫停經營開口廣告。
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 7 月至 12 月共處理 322 件，並輔導本市有線電視業者提升服務品質。
3. 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 家有線電視業者各項收費上限，委員會決議各項收費上限維持與 114 年相同。

(四) 提升公用頻道節目品質及近用 CH3 宣導

1. 製作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 7 月至 12 月共製作 26 則專題，並剪輯成 7 集節目，於本市公用頻道 CH3 排播。
2. 製作高雄地方文化節目，傳遞在地精神
「玩客瘋高雄 Surprise」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。114年共製播20集節目，持續傳遞在地精神，並於本市公用頻道CH3排播。
3. 製作地方創生節目
為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，114年7月起於本市公用頻道CH3排播。
 4. 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，影片完成後將於本市公用頻道CH3排播。
 5. 製作偏遠地區節目
製作「尋味高雄」節目10集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，114年11月起於本市公用頻道CH3排播。
 6. 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，影片完成後將於本市公用頻道CH3排播。
 7. 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」，114年9月起於本市公用頻道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. 宣導高雄市公用頻道，鼓勵民眾近用

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。並於高雄市公用頻道CH3臉書粉絲專頁宣傳，提供託播申請訊息，鼓勵民眾近用頻道。

二、新聞服務

(一) 綜合宣導

1. 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之市政建設新聞報導、評論與建議，分送相關局處參辦。114年7月至12月計蒐集網路即時新聞資料207,935則、蒐集電視新聞摘要26,644則。

2. 平面、網路、廣播媒體行銷宣傳

(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。下半年上刊「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，下半年宣傳主題包括「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」、「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，主題「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。

(二) 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。

- (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。
- (12) 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。
- (13) 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，下半年拍攝「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. 配合活動設攤宣導

配合各局處都市行銷或民間自辦等活動，以有獎徵答、致贈民眾交通安全宣導品等方式，將道安觀念落實於日常生活。114年7月-12月配合大型活動進行道安宣導計14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。

(三) 城市行銷

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、高雄捷運多媒體電視通路，下半年排播「愛ài高雄」城市形象短片、「2026雄嗨趴高雄跨年晚會」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，下半年完成短片主題「今夏，我們高雄見」、「秋之慶典」，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，下半年完成「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) 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。
- (5) 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。
- (6) 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」。

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. 運用數位平臺行銷高雄

(1) 高雄市政府 LINE 官方帳號 (@kaohsiung)

截至 114 年 12 月底，好友人數超過 179 萬人，宣導市政相關資訊，涵蓋市政建設、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措施及停班課通知等攸關民生之重要資訊。

(2) 高雄市政府官方臉書 (高雄市政府 Kaohsiung City Government)

①截至 114 年 12 月底，計有逾 57 萬追蹤者。以生動活潑的文字、照片、圖卡及短影音，發布本市重大政策與建設成果、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措施及停班課通知等民生重要訊息。並適時與粉絲互動，藉由社群串聯擴大觸及層面，發掘潛在目標族群，持續強化新媒體推動市政溝通與公共服務。

②透過高雄市政府官方臉書直播本市精彩活動，例如：TAKAO 豐潮_高雄原住民族聯合豐年節(11 月 8 日)、2026 高雄跨年晚會(114 年 12 月 31 日至 115 年 1 月 1 日)等活動直播，宣傳高雄在地人文特色與觀光活動。

三、新聞發布及媒體服務

(一) 新聞發布

配合本府重要市政行程及重要建設、政策、活動發布市政新聞，並上傳市府全球資訊網供民眾閱覽，114 年 7 月至 12 月共計發布 451 則。另於議會定期大會期間(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。

(二) 強化媒體公共關係

1. 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，以及不定期辦理媒體交流，以利市府與媒體建立雙向聯繫溝通。
2. 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了解。

(三) 辦理記者會

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。

四、辦理都市行銷活動

(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的原式大樂隊、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臺共演，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臺、有線臺全程轉播，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壹電視綜合臺平均收視為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502萬次觀看數，網路直播平臺有YouTube壹電視Next TV頻道、LINE TODAY、LINE VOOM、Facebook（陳其邁市長、高雄市政府、高雄旅遊網、壹電視Next TV）、中華電信MOD、Hami Video等。

五、行銷出版

(一) 電子期刊企劃發行、印製定期刊物

1. 電子期刊企劃發行

(1) 發行概況

電子期刊為月刊，114年7月至12月共發行6期，內容介紹本市風貌、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

期刊內容於電子期刊網站 (<https://takao.kcg.gov.tw/>)

發行後，寄送予電子報訂戶，亦透過「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合作，於媒體上增加期刊內容之曝光。

(3)114 年 7 月至 12 月電子期刊網站瀏覽量超過 151 萬次。

2. 印製紙本期刊及發行電子書

(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，每 2 個月發行 1 期（1 本 52 頁），114 年 7 月至 12 月共發行 3 期，每期 1 萬 8,000 本。

(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。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) 發行《LOVE KAOHSIUNG 愛高雄》英、日文雙月刊

1. 本刊為雙月刊，114 年 7 月至 12 月共發行 3 期，每期 9,000 本。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，藉由本刊介紹能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、高鐵及臺鐵旅客服務中心、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電子期刊網站，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。

(三) 印製不定期刊物

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》豐富的自然樣貌，114 年 12 月 9 日上午 10 點於本府四維、鳳山行政中心及本市 38 個區公所同步發送民眾免費索取。

2. 「2026 高雄市月曆」首度以《果嶺自然公園》為封面，並以時令水果為主角，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，於114年12月9日上午10點於本府四維、鳳山行政中心及本市38個區公所同步發送民眾免費索取。

六、高雄廣播電臺多平台城市行銷

(一) 多元節目內容強化市民服務

1. 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」。
2. 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」，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。
3. 製播優質節目《高雄人第二階段》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」。
4. 與本府客委會、社會局、原民會合作製播《我愛高雄》系列節目，強化市政多面向溝通，114年7月至12月共製播74集，並不定期透過電臺FB粉絲專頁進行影音直播，提升宣傳效益。
5. 與本府衛生局、教育局家庭教育中心、交通局、警察局、消防局、高雄市立中醫醫院及藥害救濟基金會等單位合作製播〈健康方程式〉、〈家家暖心時光〉、〈城市生活誌〉、〈健康上線〉等節目及專訪，宣導醫療知識、家庭教育、交通安全、預防詐騙、消防安全等市政措施及生活資訊。
6. 與國立中山大學公共事務管理研究所合作製播節目《公事好好說》，邀請民意代表、政府主管機關、社區、學界、企業界及公民團體代表對話討論公共議題，分享在地創新經驗，擴大市民公共參與，每月固定一次於電臺FB粉絲專頁直播。
7. 與國立高雄科技大學合作製播節目《南方科技城》，邀請產業與學界探討高雄產業脈動與科技發展，包括科技新知、產業動態及在地新創企業，透過廣播及臉書同步直播，提升市民對城市發展之認同感。
8. 為服務多元族群，製播涵蓋兒童、少年、長青族、客家族群、原住民族、新移民（印尼語、越南語及柬埔寨語）、外籍移工（泰語、印尼語等）、身心障礙者及多元性別議題之節目，落實媒體近用與文化多元。
9. 持續邀訪公益社團，提供身障團體及社福單位發聲平台，談論公衛教育、精神障礙者服務及培力課程等主題，強化社會關懷網絡。合作社團包括：樂齡照顧關懷協會、社團法人高雄市善護關愛協會、財團法人高雄市華仁社會福利慈善事業基金會、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、得勝者教育協會等。

10. 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。
11. 與醫療院所、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、社區發展協會及各大出版社固定合作，提供即時食衣住行育樂等生活資訊。
12. 於《午后陽光第一階段》節目訪問農會、農友、養殖漁民，協助行銷在地農漁產品。
13. 加強交通安全宣導，114 年 7 月至 12 月播出 26 集交通安全專屬節目《請跟我來》；每日交通尖峰時段 3 次與交通大隊即時連線報導；並於 10 月 2 日與 12 月 24 日辦理交通安全 call-in 有獎徵答活動，提供聽友互動學習，同時不定期配合交通局於電臺 FB 進行宣導。
14. 持續宣導多元安全與權益議題，包括：行人安全、不酒駕、路口慢看停、節日交通、雨天交通安全、戲水安全、登革熱防治、節約能源、淨零生活、愛心募款、親職教育、兩性平權、鼓勵生育、反霸凌、家庭教育、樂學忘齡、求職防騙、勞工保險與勞動權益、就業歧視防制、防詐騙、防治數位性暴力、防 AI 深偽詐騙等多元公共安全與權益議題，落實公共資訊服務。

(二) 提供豐富雙語學習環境

1. 高雄廣播電臺與本市多所大學院校、產業及專業人士合作，共同製播雙語節目及單元。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。主要節目及單元如下：
 - (1) 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。
 - (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. 於《午后陽光第三階段》節目中，邀訪英語專業人士製播專訪，主題涵蓋生活、職場、社會及健康等議題，包括：國人飲食與營養、職場、社會、高齡社會與老年失智預防及寵物

等相關議題。114年7月至12月間，英文單元專訪共播出51次，讓聽眾以輕鬆方式學習英文。

3. 定期將雙語單元上傳至官方網站及YouTube平台，並於官網提供當日播出單元重點，方便聽眾重溫收聽，持續學習英文。

(三) 即時災害資訊強化防災應變

因應地震、颱風及其他災害變化，於各現場節目即時口播及密集插播災情資訊、防災宣導及相關公共服務訊息，涵蓋防汛、防颱、防震、停水停電等事項，確保市民掌握最新即時資訊，提升災害應變能力與生活安全保障。

(四) 多元媒體宣導提升法律與財經素養

製播〈理財生活課〉及〈律師來了〉單元，結合法律扶助基金會、專業律師及相關專家，深入說明生活法律與權益議題，提升民眾法律知能與自我保障能力。

(五) 強化防詐落實犯罪預防

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之辨識能力。
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，邀請各分局長或副分局長說明本市常見詐騙態樣，包括假冒公務機關、投資詐騙、網購詐財、交友及愛情詐騙等，深入解析犯罪手法，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，促進青少年健全發展。

(六) 即時新聞

1. 製播優質新聞專題參加競賽獲佳績-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12月報導逾2,000則。聯播公視台語台中晝新聞、公視晚間新聞與假日午間新聞，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12月報導市議會新聞約85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. 加強報導防治登革熱、嚴重特殊傳染性肺炎、流感、腸病毒等各項措施、宣導市民應注意事項及防疫資訊。

6. 加強報導推動智慧城市建設、淨零永續、交通建設等重大建設新聞。
7. 加強報導公共安全、防災、防空污、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、大林蒲遷村等。
9. 配合行銷高雄市重要城市特色、觀光藝文活動，加強相關新聞採訪或專題深入報導，如：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、農特產品行銷、演唱會經濟及各項藝文展演等。

七、「超高齡社會因應作為」

- (一) 運用高雄市政府 LINE 官方帳號及官方臉書，加強宣導並發布有關高齡福利政策、長照服務、運動設施、展覽活動、課程講座、飲食健康及交通安全等資訊，透過多元的傳遞管道，協助長者維持身心健康與生活活力，建構良善的高齡友好環境。
- (二) 《高雄畫刊》透過多元主題報導，從健康促進、就業支持、心理照護及文化歷史等面向，持續關注超高齡社會議題，如 8 月份刊載「一站式運動生活新風尚 岡山運動中心全面啟用」及 11 月份「高雄果嶺自然公園」、「全齡社福館『鼓』動新活力」及 12 月份「杉林區社區心理衛生中心 以心為橋守護偏鄉心理健康」等報導，介紹全齡運動及青銀共融場域與心理健康活動，鼓勵高齡者維持身心活力；9 月報導「啟航人生新方向 高年級實習生出發！」，回應中高齡族群或退休人士就業與再學習需求；8 月報導「榫卯傳承：木匠父子共築工藝美學」、「腳踏傳統，傘舞新生——呂柏達薪火相傳涼傘藝陣」、10 月份「新懷舊秘境 六燃丁種宿舍重返油人記憶」以及 11 月份「讓拆船老物件重生的收藏家——黃道明與他的航海古董商行」等主題，呈現世代傳承與文化遊程，展現青銀交流與高齡者社會參與。
- (三) 高雄廣播電臺針對銀髮族群營造舒適收聽情境，收聽族群以高雄、台南、屏東區域為主，聽眾族群多為熟齡及銀髮族，近年來，電臺積極深耕在地服務，提升臺語節目比例，節目內容高度在地化，且無商業廣告干擾，各節目主持人熟稔高雄在地資訊，主持風格獨具特色，兼具幽默感與文化內涵，深受熟齡及銀髮聽眾肯定與支持。
- (四) 高雄廣播電臺結合市府政策及各項福利資訊，透過相關節目進行宣導與推廣。因應超高齡社會來臨，製播《長青樹》節目，關注銀髮族健康議題，並提供實用之生活資訊；《舊情綿綿》、《舊曲情懷》等老歌節目，帶領聽眾回顧與賞析經典音樂作品；《我愛高雄之二四五福利談》則聚焦社會福利、社會

救助及志願服務等政策內容，強化政策宣導效益，落實關懷精神，讓市政資源與溫暖傳遞至社會各個角落。

- (五) 高雄廣播電臺製播高齡政策措施新聞，配合邁入超高齡社會，加強報導各項政策、福利措施等，114年7月至12月報導相關新聞約25則，如：銀髮家園、銀髮樂活站、重陽禮金發放、高齡者交通安全、長者飲食設計、強化社區營養服務、樂齡運動會等。