

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，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。

（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」等法令辦理查察。
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。115 年 1 月至 6 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。115 年 1 月至 5 月查察本市 4 家有線電視系統開口廣告共計 480 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案件，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 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 CH3 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，115 年 1 月至 6 月共製作 26 則專題，並剪輯成 6 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 Mamma Mia」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。

115 年共製作 20 集節目，持續傳遞在地精神，並於本市公用頻道 CH3 排播。

3. 製作偏遠地區節目

製作「脈動高雄」節目 8 集，分別走訪 NCC 定義之偏遠地區，

介紹高雄旗津、田寮、六龜、杉林、甲仙、茂林、桃源及

那瑪夏等 8 區，聚焦各地自然地景、人文風土、歷史記憶、

生態環境、傳統工藝及在地產業，帶領觀眾以不同角度更

深入的認識高雄，並於本市公用頻道 CH3 排播。

4. 製作媒體識讀影音專題

為強化市民媒體識讀能力，規劃以生動活潑、簡單易懂且具創意的方式攝製 8 支影音，除於本市公用頻道 CH3 排播外，亦投放於時下社群媒體短影音平臺，吸引民眾關注與分享，進一步提升公民的媒體識讀素質。

5. 製作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，完成後將於本市公用頻道 CH3 排播。

6. 購置專題座談會影像紀錄

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，於本市公用頻道 CH3 排播，提供民眾進一步了解媒體內涵。

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）於本市公用頻道 CH3 輪播，提供市民瞭解高雄在地新聞。

8. 轉播議會實況

配合 115 年 3 月 27 日至 6 月 4 日高雄市議會第 4 屆第 7 次定期大會，於本市公用頻道 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。

9. 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，於本市公用頻道 CH3 播出 5 個英語教學節目：「空中美語」、「English 4 U」、「ABC 互動英語」、「Live 互動英語」及「大家說英語」節目。

10. 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。並於本市公用頻道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。115年1月至6月計蒐集網路即時新聞資料208,087則、蒐集電視新聞摘要21,765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

運用數位通路及社群媒體宣傳市政成果及政策。上半年上刊「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，上半年宣傳主題包括「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。

3. 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，主題「2026高雄冬日遊樂園」、「高雄智慧城市展」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。

(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。

- (1) 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。
- (2) 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。
- (3) 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。
- (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) 運用網路多元形式宣傳交通安全新制，上半年宣傳主題「高齡駕駛換照新制」，另透過平面媒體宣導主題「路口停讓行人、車輛行駛不超速、不闖紅燈、不分心」等。

2. 製播短影音

配合時下社群使用習慣，規劃拍攝「非號誌化路口-機車左轉彎」、「騎機車戴 3/4 罩式安全帽 兒童安全帽不可省」等 2 支短影音，透過高雄市政府社群、影音平臺分享，市府中庭 LED 電視牆刊播，並搭配新聞稿發布。

3. 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。115 年 1 月-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、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。

（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，上半年排播「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，攝製直式影片，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』集錦」、「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。
- (3) 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。

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。
- (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。

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 115 年 6 月底，好友人數逾 181 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 115 年 6 月底，追蹤者逾 58 萬人。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：

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，115 年 1 月至 6 月共計發布 405 則。另於議會定期大會期間（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。

（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

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。

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、邱淑嬋、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。

（二）公私協力辦理「2026 紫耀義大 義享奔騰」跨年煙火活動

114 年 12 月 31 日至 115 年 1 月 1 日假義大世界草坪區施放 999 秒大型立體藝術煙火，主辦單位依據中華電信信令及停車數量等資料統計 56,000 人次參加。

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，115 年 1 月至 6 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)115 年 1 月至 6 月電子期刊網站瀏覽量超過 118 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），

115 年 1 月至 6 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，115 年 1 月至 6 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、藝文文化活動等，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

為與時俱進呈現本市多元發展及市政建設軌跡，高雄市簡介《浪·潮高雄》多媒體電子書已於 115 年 4 月修訂更新。

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. 製播的優質節目《長青樹》，以〈能吃、能笑、更自在——中高齡常見的牙齒疾病與保健〉節目專題，榮獲社團法人中華民國牙醫師公會全國聯合會舉辦的「115年五四牙醫師節—台灣牙醫醫療暨公益報導獎」佳作肯定。
2. 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，115年1月至6月共製播77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。
3. 與本府衛生局、教育局家庭教育中心、交通局、警察局、消防局、捷運局及藥害救濟基金會等單位合作製播《我愛高雄—城市生活報》、《我愛高雄—城市情報讚》、〈健康上線〉、〈健康方程式〉等單元、Podcast或主題專訪，宣導正確醫藥知識、家庭教育、大眾運輸政策及交通安全、預防詐騙、消防安全等市政措施及生活資訊，提升市民公共安全意識與生活品質。
4. 協助本府地政局播出不動產交易安全、實價登錄及買賣房屋找合法經紀等政策宣導帶。
5. 推廣「2026智慧城市展」，115年2月起至3月20日展覽前與智慧城市推動委員會合作，邀請參展單位於帶狀節目《高雄人第一階段》、週四《城市生活報》節目受訪宣傳，共計15集。
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，每月固定一次於本府及電臺官方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、高齡族群、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：無礙玩家關懷協會、心路基金會高雄分會、平安社會福利慈善事業基金會、高雄市身心障礙服務協會、高雄市身心障礙團體聯合總會、高雄市自強身障關懷協會等。

10. 提供南臺灣播出時數最多之古典音樂節目，每日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. 訪問農會、農友及養殖漁民，介紹並推廣在地農漁產品，協助提升產品曝光度與市場能見度。
13. 加強交通安全宣導，115年1月至6月播出25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；並一年兩次辦理交通安全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、重大節日交通資訊、雨天交通安全、夏日戲水安全、登革熱、非洲豬瘟、漢他病毒、腸病毒及流感等疫病防治、節約能源、淨零生活、愛心募款、親職教育、多元平權、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、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》。
 - (6) 製播《雄愛攻英文》節目，以「英語及台語」播報生活資訊，主題涵蓋生活、職場、社會及健康等議題，包括：本府市政訊息、交通安全、職場安全、社會福利及英語

歌曲歌詞學習等相關議題。115 年 1 月至 6 月間，英文單元共播出 78 次，讓聽眾以輕鬆方式學習英文。

2. 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、豪雨、淹水、土石流、火災、空氣污染、極端高溫、寒害、旱災及其他重大災害變化，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、防火、防空污、節約用水、停水停電、交通管制、避難疏散及緊急救援等事項，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，發揮媒體公共服務與防災傳播功能。

(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《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。
2. 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. 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。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。
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 85 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、流感、腸病毒、漢他病毒等各項措施、宣導市民應注意事項及防疫資訊。
5. 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。

6. 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。
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、長照服務等。
8. 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、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李、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。

七、「超高齡社會因應作為」

- (一)運用多元媒宣通路暨高雄市政府 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，1 月份刊載「我是良兵亦是良民：稻米達人巫璋貴，以一生忠誠守護家鄉土地」、5 月份刊載「為布袋戲偶戴上氣勢 紅燈師蘇志榮的盔帽美學」等主題，呈現世代與文化傳承，以及高齡者社會參與。6 月份刊載「酒瓶水桶當樂器 敲開偏鄉長者的心門」、「歲月如戲 揉亮港都跨世代生命之光」等，透過音樂及舞蹈，讓長者重新累積自信，重新建立與家人、社會的連結，及青銀交流；另「全家一起 走進樂活風景」、「廣興菸廠新生 打造青銀共榮培力中心」、「全齡新地標『鼓』動新生活」等報導，介紹全齡運動及青銀共融場域，鼓勵高齡者走到戶外、維持身心活力。
- (三)針對銀髮族群，本府高雄廣播電臺營造舒適收聽情境，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，提供實用之生活資訊，並以〈能吃、能笑、更自在——中高齡常見的牙齒疾病與保健〉節目專題，參加社團法人中華民國牙醫師公會全國聯合會辦理「115 年五四牙醫師節—台灣牙醫醫療暨公益報導獎」榮獲佳作肯定；《舊情

綿綿》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，115年1月至6月報導相關新聞約35則，如：高齡路權、銀髮社會參與、高雄敬老卡福利加碼、老人健檢加碼、老人免費裝假牙計畫、住宿機構補助、原民長者族語認證、長照資源整合等。