

高雄市政府新聞局 102 年度施政績效成果報告

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p>壹、新聞行政</p> <p>一、出版事業之管理與輔導</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 依據兒童及少年性交易防制條例第33條規定，訂定「高雄市政府違反兒童及少年性交易防制條例第33條第1項規定事件裁量基準」，辦理平面媒體刊登違法色情廣告之處理。 2. 由警察局循線查獲性交易事實，轉本府新聞局裁處之違規廣告，102年共移送67則報紙疑涉違反刊登色情廣告，共裁處11件，罰鍰新台幣55萬元。 3. 未來將持續加強查察報紙廣告，如發現有違法情事，將依法核處，以維護兒童及少年閱聽權益，讓青少年在乾淨的生活空間成長。
<p>二、電影事業管理與輔導</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 依據電影法及相關法令規定，辦理電影片映演業之設立、變更登記，目前本市計有電影院19家。 2. 依電影法督導電影片映演業依法經營，並執行電影分級制度，102年度計實施臨場查驗149家次，未發現違規情事。
<p>三、錄影節目帶業之輔導與管理</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 依據廣播電視法暨其施行細則、廣播電視節目供應事業管理規則等法令規定，辦理錄影節目帶業之設立、變更登記，102年共辦理錄影節目帶業之變更登記共8件。 2. 會同本府警察局查察錄影節目帶業是否有販售違法錄影節目帶(含影音光碟)，並實施分級制度輔導，102年共查察113家次，查獲違法光碟計1185片，移送文化部影視局核處。
<p>四、有線電視系統輔導管理</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 加強有線電視系統輔導管理工作，訂定「高雄市政府處理違反有線廣播電視法事件裁罰基準」，102年查察系統業者插播廣告及購物頻道違規情形，依法裁處插播廣告部分共26件(罰鍰5萬元共3件、警告共23件)；購物頻道裁處87件，罰鍰新台幣2,681萬元整。 2. 針對市民及里長反映有線電視系統纜線架設爭議，適時派員或請權責單位及業者至現場查勘，並將附掛之纜線重新規劃整理或拆除，全年計處理287(慶聯105件、大信27件、港都71件、大高雄12件、鳳信51件、南國21件)件。 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102年本市有線廣播電視系統基本頻道收視費標準：慶聯、

重要施政項目	執行成果與效益
<p>五、充實有線電視公用頻道節目內容，加強城市行銷、宣導社區發展成果</p>	<p>大信、港都、大高雄等4家每月每戶維持為500元、鳳信每月每戶維持為510元、南國每月每戶維持為550元；裝機費由1000元調降為500元，分機費、復機費及移機費亦均有調降。對於社會局登記有案之低收入戶，除基本頻道收視費以1/3收費為上限外，亦免收裝機費、分機費、復機費、移機費等費用。</p> <p>5. 不定期邀請各家有線電視業者開會檢討業務改善措施及需配合宣導事項，102年共辦理8次。</p> <p>1. 為行銷高雄在地文化特色，促進觀光產業發展，精心規劃製作多元豐富節目於本市公用頻道(CH3)播放。</p> <p>2. 為強化行銷，相關節目不僅於全國性頻道，例如：中天娛樂台、三立都會台、MTV台、年代much台、人間衛視等播出，亦透過人間衛視、中天亞洲台於國際露出，亦在中華電信MOD平台播出，並上傳至youtube平台，以增加節目曝光率，相關節目如下：</p> <p>(1) 市政新聞專題節目：幸福高雄—新增台語發音 針對本市在地市政活動，製作新聞專題節目，另為服務不同收視族群，於102年10月特別新增台語發音版，本年共製作國語發音48集、台語發音6集。</p> <p>(2) 行銷在地特色休閒旅遊節目：</p> <p>① 高雄38條通：為推廣大高雄之在地生活、樂活創意、豐富物產、休閒觀光景點等在地文化特色。 • 行銷宣傳：開播記者會1場、報紙廣告1則(於蘋果日報自由時報、聯合報、中國時報、台灣時報、民眾日報刊登)廣播廣告(港都、警廣電台播出)、行銷短片30秒(於有線電視台，播出共870檔)、慶聯節目表月刊共3期等宣傳 • 共製播70集節目，每集長度30分鐘。 • 除於本市公用頻道(CH3)播出，另於年代Much台、人間衛視(含國際頻道)播出。</p> <p>② 玩客瘋高雄：發展高雄觀光產業，行銷在地特有產品及豐富資源、農產品。 • 行銷宣傳：開播記者會1場、報紙廣告1則(同上)、華流雜誌2期、行銷短片30秒(於有線電視台，播出共120檔)、三立電視台臉書、官網及手機APP等宣傳。 • 共製播35集節目，每集長度30分鐘。 • 除於本市公用頻道(CH3)播出，另於三立都會台、MTV台、MOD-三立綜合台播出。</p> <p>③ 聚焦高雄：用背包客精神上山下海玩高雄，暢遊高雄私房景點，體驗各項產業新奇好玩，挖掘巷子內的驚奇。 • 行銷宣傳：10支行銷短片30秒於民視電視台播出。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<ul style="list-style-type: none"> • 共製播 10 集節目，每集長度 10 分鐘。 ④高雄不思議-手機短片甄選活動：使用「手機」作為拍攝器材，跳脫傳統拍片之窠臼，以發掘更多大高雄之風華美麗本活動共徵選出 8 支精采手機短片。 • 行銷宣傳：成立活動臉書、youtube、高雄市觀光協會 banner 連結等網路媒體、宣傳海報、「高雄暢遊 GO」雜誌 1 期、廣播廣告(高雄廣播電台播出)等宣傳。 • 共製播 1 集節目。 (3)藝文展演活動節目：藝文大小事 規劃藝文頻道節目甄選平台，透過審查機制，甄選出優秀表演藝術節目，並區分五大類(音樂、戲劇、舞蹈、民俗、校園)至少 100 檔藝文節目。 • 行銷宣傳：報紙廣告 2 則，成立 youtube 等宣傳。 • 共製播 62 集節目，每集長度 120 分鐘。 (4)各地節慶及大型活動轉播： <ul style="list-style-type: none"> ① 2013 高雄內門宋江陣嘉年華會精華剪輯：詳實紀錄創意宋江陣比賽之決賽、開幕、閉幕及重要活動等。 • 行銷宣傳：活動記者會 1 場。 • 共製播長度至少 4 小時以上(含片頭、側標等前製及後製作業，內容含開幕、閉幕及重要活動等)，另製作長度 1 小時精華版本。 • 除於本市公用頻道(CH3)播出，另於中天娛樂台、亞洲台播出。 ② 2013APCS 高雄之夜：102 年 9 月 10 日為歡迎來自全球 104 個城市、1000 位貴賓到訪高雄，於光榮碼頭舉辦迎賓晚會「2013APCS 高雄之夜」，邀請高雄城市代言人—五月天、知名藝人丁噹、嚴爵、MP 魔幻力量等及高雄在地傳統藝陣的精彩表演，當日現場湧入超過 3 萬人次 High 翻全高雄，讓與會國際貴賓與民眾，度過一個浪漫、抒情又搖滾的碼頭之夜。 • 為讓市民重溫演唱會實況，經新聞局影音小組後製，於 102 年 10 月起每週六、日晚間 9 點至 11 點於本市公用頻道(CH3)播出。 ③ 大彩虹音樂節：為帶動本市在地音樂文化創新、挹注音樂藝術展演能量，並開啟本市在地音樂文化新發展，將活動當天現況剪輯播出。共製播 5 集節目。 ④「黃色小鴨高雄首站」文化創意節目全紀錄：海陸空拍攝黃色小鴨製作、測試、開閉幕及展出期間之全部歷程，完整紀錄黃色小鴨到高雄此一兼具帶動在地商業、觀光、文化創

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>意產業發展之大型公益盛會。共製播4集全紀錄節目，及1集活動精華版。</p> <p>(5)國際活動剪輯：將亞太城市高峰會、世界運動舞蹈大賽等國際大型活動翻譯、剪輯成節目帶，於本市公用頻道CH3安排播出。</p> <p>(6)災後紀錄片節目：走過八八風災-災區重生實錄報導原鄉重建三大主軸-基礎建設、產業重建及家園重建之歷程。</p> <p>• 共製播30集節目，每集長度30分鐘。</p> <p>3. 公用頻道行銷宣導</p> <p>(1)平面媒體部分：</p> <p>①報紙廣告共2篇：分別於6月25日及10月16日在臺灣時報等各大報刊登廣告宣導。</p> <p>②摺頁共2款：於大型活動、各區公所、公共場所發放，共10萬份。</p> <p>③黃色小鴨畢業證書：適逢黃色小鴨高雄展出期間，與公用頻道宣傳暨有線電視收視戶權益宣導元素結合，設計1款A4單面廣告，並預留小鴨紀念戳章空白處於閉幕當日發放，索取踴躍造成廣大回響，並吸引各大媒體爭相報導。</p> <p>(2)其它媒體宣傳：</p> <p>計辦理2場記者會，每月並邀請公用頻道推動委員會之委員錄製宣導公用頻道節目廣告。</p> <p>(3)開辦公用頻道影視製作培訓班：</p> <p>為培植公用頻道節目製作專業人才，特別開辦「映像高雄」數位動畫影視製作課程供市民免費報名辦理。</p> <p>3. 在有線電視第三頻道積極進行公用頻道聯播整合，以提升市民認同感、縮減資訊傳達時間，拉近行政區距離。協調慶聯、港都、鳳信、南國4家有線電視的頭端機房進行聯結，在同時段均可收看節目。</p> <p>4. 為擴大服務高雄市民，提供全天候在地資訊，經與高雄市有線電視業者協調合作，克服經費等問題，播出時間延長為24小時，以提升本市市民有線電視收視權益。</p> <p>利用網路及設備傳輸工具，整合有線電視系統業者自製新聞(鳳信新聞、南國新聞及港都新聞)至慶聯有線電視排播，每日於7:00至8:30、10:00至10:30、12:30至14:00、15:30至16:00、17:30至18:00、19:00至20:30等時段讓本市有線電視收視民眾透過公用頻道收看當天即時之在地新聞。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>六、有線電視新聞聯播</p> <p>貳、新聞發佈聯繫與服務</p> <p>一、發布新聞</p> <p>二、召開記者會</p> <p>三、建立數位化新聞發佈與聯絡管道</p> <p>四、加強媒體服務</p>	<p>適時發布重大市政活動及市政建設成果新聞，102年度共發布約1,021則，供大眾傳播單位參考運用，傳達為民服務訊息，樹立良好市府形象。</p> <p>配合各局處召開專案記者會或臨時記者會，向媒體說明重要活動或重大事件，102年度舉辦之重要記者會共7場，摘述如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 2013 亞太城市高峰會宣告四大講者記者會。 2. 2013 第一屆世界運動舞蹈大會歡迎記者會。 3. 魅力高雄 2013 香港行銷記者會。 4. 辦理「高雄城市影像紀錄片」開播記者會。 5. 協助本府衛生局、消保官等召開食品安全記者會。 6. 102年高雄市光電智慧建築影像紀錄成果發表記者會。 7. 辦理縣市合併三周年記者會(12月24日)。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 每日即時發布新聞，並上傳市府全球資訊網市府新聞部份，供使用網際網路民眾閱覽。 2. 將每日發布之新聞暨市長重要活動行程，以電子郵件方式寄給媒體記者參考運用，強化市政活動報導率。 3. 建立記者簡訊群組，即時傳送市府活動最新消息或重大事件採訪事宜。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 陪同市長出訪歐洲西班牙，參訪及實地考察當地公共建設及輕軌捷運建設情形，處理新聞發布聯繫事宜。 2. 陪同市長出訪馬來西亞及新加坡，觀光推廣及宣傳亞太城市高峰會，處理新聞發布聯繫事宜。 3. 陪同市長出訪日本，宣傳亞太城市高峰會暨城市交流，處理新聞發布聯繫事宜。 4. 陪同李副市長出訪香港，參加香港旅展前夕之記者招待會，共同與高雄全球代言人五月天行銷高雄。 5. 陪同市長於8月9日至14日出訪天津、深圳、廈門、福州等城市參訪交流，邀請渠等城市率團參加2013亞太城市高峰會。 6. 12月8日至9日辦理市政線平面媒體參訪田寮月世界、六龜寶來、甲仙等市政建設成果。 7. 印製2013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、2014年月曆等。 8. 配合高雄跨年系列活動，成立大氣球遊行媒體服務中心提供媒體服務。 9. 102年12月31日及103年1月1日「五月天 Just rock it」演唱會期間，成立媒體服務中心提供媒體服務。 10. 邀請中國大陸、日本、美國…等國際媒體記者來本市參訪或拍攝

重要施政項目	執行成果與效益
<p>五、不定期舉辦新聞界人士聯誼</p> <p>六、加強記者聯繫成立議會工作小組</p> <p>七、市政櫥窗</p> <p>八、每日新聞輯要</p> <p>叁、政令政績宣導</p> <p>一、電子媒體</p>	<p>本局提供接待、拍攝景點建議、相關市政建設參訪行程安排聯繫等服務。</p> <p>為增進本市媒體友善互動關係，102年度計辦理媒體記者聯誼13場及參訪田寮月世界、六龜寶來、甲仙等市政建設活動1場。</p> <p>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。 2. 於市政總質詢期間，安排市長接受媒體專訪。</p> <p>於四維合署辦公大樓設置市政櫥窗，定期換貼市政建設照片，以報導市政活動及建設進步情形，提升市民認同感及參與感。</p> <p>每日剪輯本市重要平面媒體新聞及電視監測新聞提供市長、副市長等及首長參閱，加強民意輿情蒐集、分析與反映工作，作為施政參考。</p> <p>1. 辦理102年電視市政資訊廣告短片攝製暨廣告時段購置事宜，使本市各項市政推動情形、族群多元文化、農漁牧特產、觀光資源、產業發展、特色慶典及重大活動等，更為市民及全國民眾瞭解、認同。 2. 邀請亞洲天團五月天擔任高雄城市代言人，以行銷本市宜居城市意象及各項軟硬體建設之施政成果，並宣導便捷、順暢、安全之大眾運輸工具及道路交通安全觀念。 3. 辦理2013第一屆世界運動舞蹈大會宣傳暨電視轉播，紀錄活動精采賽事，民眾亦可透過電視媒體收看，提升市民對高雄辦理國際運動大會的認同感。 4. 攝製亞太城市高峰會中、英、日文宣傳短片，向國際行銷本市獨有城鄉風貌、多元文化、農漁特產及各項軟硬體建設成果。 5. 辦理102年永續高雄都市行銷短片事宜，邀請超馬好手陳彥博拍攝「看見高雄堅持向前」短片，並於高雄不思議YOUTUBE、公用頻道、中華航空機上廣告、高鐵、東森等電視頻道播出宣傳。 6. 為加強宣導市政軟硬體建設施政成果行銷，透過本市4家有線電視台排播高雄大型活動宣傳廣告、2013年第一屆世界運動舞蹈大賽行銷短片…等宣導。 7. 拍攝4部102年度大型活動行銷短片，加強行銷本市各項大型活動。 8. 協助工務局宣傳本市重大工程技術及環境營造成果，紀錄高雄市光電智慧建築影像，並透過3家電視台協助播放宣傳，以吸引全球對於高雄之關注，提升觀光、經濟產業效益及城市競爭力。 9. 與國際知名頻道Discover合作製播高雄城市影像城市紀錄片，並於102年10月透過該頻道播出，在亞太地區33個國家，6種語言，3大頻道等至少播出628次，以提高本市國際知名度及能</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、平面及網路媒體</p>	<p>見度。</p> <p>為型塑高雄幸福宜居城市形象，擴大市政行銷效益，辦理下列平面及網路媒體廣告刊登事宜，露出本市各項觀光活動、市政宣導、施政成果…等資訊。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 辦理新春旅遊專刊行銷本市觀光活動。 2. 辦理新春特輯，刊登高雄燈會、花海、宋江陣等本市新春節慶活動。 3. 2013年農民曆刊登「繽紛熱力新高雄」四季活動廣告。 4. 辦理市府3月至4月重大活動宣傳廣告，帶動觀光商機與城市形象。 5. 刊登本市「國際宜居城市獎」平面廣告，行銷旅遊首選高雄的城市形象。 6. 辦理「最愛高雄-國際級的幸福城市」廣告特輯。 7. 辦理「2013我愛高雄-熱活精神造就文創新港都」廣告專輯企畫。 8. 辦理本市低碳旅遊宣傳廣告專輯。 9. 辦理亞太城市高峰會宣傳廣告及城市建設廣告。 10. 為加強行銷本市推動國際宜居城市績效及城市形象，透過各大平面媒體刊登廣告宣傳。 11. 辦理2014年農民曆「宜居城市」市政行銷廣告。 12. 辦理平面廣告刊登，行銷「亞洲新灣區-高雄展覽館」。 13. 辦理平面廣告刊登，型塑本市綠能減碳、永續家園形象。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 於農曆年節前有效運用戶外媒體刊掛賀年暨形象宣傳帆布，擴大露出之廣度與效度。 2. 運用台鐵高雄站跨站長廊文化棧道刊掛燈箱廣告，進行市政活動宣傳。 3. 為擴大2013亞太城市高峰會行銷宣傳，並強化民眾道安意識，減少交通事故發生，運用戶外媒體39處，計43面帆布刊掛宣傳。 4. 辦理亞洲新灣區及亞太城市高峰會識別形象設計，以提高亞洲新灣區及APCS亞太城市高峰會之意象在國內、外活動及媒體上露出之效果更加具體顯著。 5. 舉辦高雄新創業精神論壇，將本府施政之創新精神與理念擬與產學界相互交流，以深度論壇方式，探討創新精神典範與產業成功經驗，並藉此宣揚本府市政建設。 6. 辦理廣播媒體行銷事宜，以廣告露出方式播放「高雄展覽館」、「市公車免費搭乘」、「2013國際宜居城市獎」等廣播帶。 7. 辦理公車車體刊登「8月30日國際鯨鯨日 鯨鯨公車上路」宣傳活動事宜，提升市民保育鯨鯨意識。 <p>執行102年度院頒「道路交通秩序與交通安全改進方案」，運用下列各項宣導管道及創新作為，加強用路人重視道路交通安全政策與維持良好交通秩序，並經中央視導考評，本局榮獲102年金安獎安</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>五、辦理城市行銷活動</p>	<p>(1)8月5日假福容飯店召開記者會，荷蘭設計師霍夫曼與陳菊市長共同宣布高雄市是台灣第一個展出城市，也是全球第15個展出城市。</p> <p>(2)展出時間從9月19日起至10月20日止，展出長達32天，全天候24小時，在光榮碼頭開放給國內、外遊客參觀，創新活動辦理形式，總計吸引390萬參觀人次，帶來10億元以上的觀光效益。</p> <p>(3)除了國內各家電視台以SNG車現場連線和平面報章媒體採訪報導外，國際外電也紛紛以大篇幅報導，包括美聯社、法新社、美國之音、美國廣播公司、彭博商業周刊、美國華盛頓郵報、日本富士新聞、歐洲新聞台及CNN新聞旅遊網首頁頭條等。</p> <p>(4)另外，Google街景攝影團隊特地於活動期間拍攝，提高光榮碼頭全球行銷機會。入口網站蕃薯藤舉辦高雄市十大觀光景點gogogo票選活動，過去不曾名列景點的光榮碼頭，首次拿下了第一名，成功行銷「亞洲新灣區」。</p> <p>2. 與民間合作「2013大氣球遊行」暨「OPEN! RUN 氣球路跑」活動：</p> <p>(1)11月14日於前鎮區時代大道舉行「2013大氣球遊行」，是亞洲最大的氣球盛會，由於連續8年舉辦，已成為高雄年度盛事。除了近30組「SNOOPY」及「老皮+阿寶」等國際超人氣卡通造型氣球、人偶，以及15組表演團隊一路歡樂遊行，市府團隊首次以縮小版黃色小鴨，及各局處可愛的造型人偶、三太子逗陣參與遊行，吸引約25萬人潮親子同遊。</p> <p>(2)首度新增大氣球夜間展示（20時至24時），延續遊行的歡樂時光，大、小朋友爭相與大氣球合影，共度歡樂不思議的週末假期。</p> <p>(3)11月15日舉行結合全台唯一氣球主題、親子造型的「OPEN! RUN 氣球路跑」活動，全程可近距離觀賞高達10公尺的壯觀空飄氣球，沿路更有OPEN家族人偶陪伴超過5千名大小朋友一同奔馳，享受路跑的暢快。</p> <p>3. 舉辦「WOW高雄！2014 不思議港都跨年夜」活動：</p> <p>(1)12月31日舉辦的「WOW高雄！2014 不思議港都跨年夜」活動，邀請高雄城市代言人、亞洲天團五月天、情歌王子林俊傑兩大天王獨家獻唱，在平常上班日的跨年夜，仍吸引超過60萬人次參與，讓市府團隊、市民朋友與國內外觀光客一起迎接充滿希望的2014。</p> <p>(2)除了在三立都會台（CH30）、Hit FM廣播電台LIVE播出，為了提升高雄國際能見度，更在三立國際台（全球）、Youtube、Yahoo奇摩等平台全程同步播出，讓全球華人同步看見高雄市跨年盛況，拓展高雄國際行銷面向。</p> <p>1. 「高雄畫刊」電子期刊共12期，以主題導向方式企劃編輯。今日</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>肆、編印市政宣導書刊</p> <p>一、企劃發行高雄畫刊電子期刊、今日高雄電子報及編印《高雄畫刊》</p>	<p>高雄電子報以市政建設、市府活動、藝文展演資訊為主，採雙週發行，共 24 期。</p> <p>2. 每期高雄畫刊、今日高雄電子報將市政資訊主動迅速傳遞予全台至少約 5 萬名民眾及市府員工。</p> <p>3. 編印《高雄畫刊》紙本雙月刊，共 6 期，每期 45,000 本，置於本市觀光飯店、車站、捷運站、機場、大型書局、連鎖咖啡店、旅遊中心、觀光景點及賣場等 160 多個地點供民眾索閱。</p> <p>1. 以中文和英文兩種語言發行，以主題規劃內容方式，報導本市外交或國際行銷活動、本市重大建設、觀光旅遊資訊、本市農林漁牧精緻產業及各產業(如遊艇產業、文創產業等)精采面向、在地特色產業、人物專訪及藝術文化活動、本市美食報導，期使居住本市的讀者藉由本刊的介紹能了解高雄多元而豐富的面貌，讓市民居住在高雄覺得很幸福也很光榮。</p> <p>2. 每雙月發行一期的紙本刊物，每期發行 1 萬 2 千份，放置機場、觀光飯店、美國在台協會、日本交流協會、各駐華大使館或代表處外賓出入頻繁之地點、本市飯店、旅館及旅遊中心服務台，供民眾免費索閱。</p> <p>3. 紙本刊物出刊後，並將圖文上傳新聞局網站，提供民眾網上閱讀本刊的服務。</p> <p>1. 編印「2013 高雄市簡介」繁體中文、簡體中文、英文、日文和韓文等五種語言版本。</p> <p>(1)內容介紹本市全方位大概念，包括：城市概述、自然環境、歷史、多元族群、高雄港—國際級貨櫃大港、亞洲新灣區、經貿產業概況、農漁重鎮、香甜的四季水果、精緻花卉、遠洋漁業縱橫三大洋、各區養殖特色、便捷的交通運輸、地標建築、水與綠的高雄、全方位社福體系、愛運動城市—高雄、藝術和節慶、觀光旅遊、高雄美食、國際高雄等各面向。</p> <p>(2)刊物印製數量如下：</p> <p>①繁體中文 2 千。</p> <p>②簡體中文 1 千。</p> <p>③英文 2500 本。</p> <p>④日本 500 本。</p> <p>⑤韓文 500 本。</p> <p>2. 與國內知名出版公司合作出版發現高雄城市特刊—「五月天高雄特輯」，透過高雄城市代言人五月天及包括作家、設計師、導演、攝影家、二代型農、餐飲烘焙達人、生態保育推手、音樂人等在地共 30 位朋友，以眼耳鼻舌身心六感，分享推薦市民及各地朋友一起來趟高雄風格小旅行，藉著到風格小店挖寶、走踏土地香氣、</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、發行《Maritime Capital 海洋首都》中英文雙月刊</p>	<p>體驗高雄夜生活等，於國內超商、傳統書店及網路書店等通路發行，讓大家重新認識高雄新魅力，深度體會這個海派城市不思議的能量，帶動高雄新一波觀光熱潮，進而對高雄有更深層了解與感動。</p> <p>3. 高雄美食導覽專書-「大高雄美食攻略完全制霸」： 為城市行銷，並符合時下背包客之慢活、深度旅遊之觀光潮流，本局構思以介紹大高雄1000家在地小吃、美食為導覽地圖，與出版社之旅遊專書結合，藉由出版社之國內連鎖書店，與機場、高鐵等國內交通樞紐書店，以及香港、澳門、新加坡與馬來西亞等海外發行通路，希望零距離呈現高雄巷子裡的在地美食，讓讀者跟著美食的腳步認識高雄，進而對高雄有更深層體認與感動，也強化本市國際行銷面向。</p>
<p>三、發行不定期刊物</p>	<p>1. 印製「2013 繽紛秋冬就在高雄」海報，整合行銷本市10~12月份大型活動，並分送至本市各機關學校、台鐵各車站、各縣市旅行公會等協助張貼宣傳。</p> <p>2. 辦理行動通訊軟體暨網路平台行銷案，102年12月31日開通高雄市政府LINE官方帳號，透過LINE行動通訊軟體提供加入市府LINE官方帳號好友之民眾，有關本市最新市政、活動、觀光、交通天災應變和停班停課等相關即時訊息，開通不到24小時即有超過6萬人加入成為好友。</p> <p>3. 透過「高雄不思議」臉書粉絲專頁，以生動活潑之文字、圖片或短片，分享高雄在地資訊，包含市府政策、重大建設、自然景觀、人文風情、節慶活動、藝文展演、小吃美食等多元城市風貌，以及高雄所發生的一些好玩、特別的新鮮事，希望成為大高雄資訊提供平台，藉由朋友按讚、朋友的朋友按讚、朋友的朋友的朋友按讚等一連串訊息的交流，廣泛增加市政訊息的曝光度，進而吸引國內外朋友到高雄旅行，刺激商機並提升觀光效益，達到城市行銷的加乘效應，目前粉絲人數已超過12萬人。</p> <p>1. 針對民眾關切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製播單元及強化在地新聞。</p> <p>2. 全程實況轉播高雄市議會第1屆第5次及第6次大會之市長施政報告及市政總質詢，加強報導市議會新聞。</p> <p>3. 報導防洪、治水、救災工作及食品安全、消費安全、環保、治安、公共安全、勞工安全等保護市民生命財產相關新聞。</p> <p>4. 加強報導縣市合併後「高高平等」各項施政措施。</p> <p>5. 豪大雨、颱風期間，市府災害應變中心一級開設時24小時加強豪大雨、颱風動態、防颱應變等相關新聞報導。</p> <p>6. 加強報導登革熱防治各項措施及市民應注意事項相關新聞。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>四、其他</p> <p>伍、廣播業務</p> <p>一、新聞採訪</p>	<p>7. 加強報導亞洲新灣區「高雄世界貿易展覽會議中心」、「海洋文化及流行音樂中心」、「高雄市立圖書館新總館興建」、「高雄環狀輕軌」等重大市政建設新聞。</p> <p>8. 加強報導「國際宜居城市獎獲4金4銀3銅」、「多項公共工程獲國家卓越建設獎、園冶獎、中華建築金石獎」、「高市獲3項政府服務品質獎成績全國最優」、「高市每人享綠地面積全國第一」、「公寓大廈管理中央考核高雄全國第一」、「市區道路養護管理績效考評高市獲得都會型類組優等」、「第五屆健康城市暨高齡友善城市獎高市獲7項大獎」、「全台首座ARM自動資源回收機啟用」、「前鎮之星自行車橋通車」、「旗津新行政中心啟用」、「旗津海岸線復育完工」、「打狗英國領事館文化園區開園」、「旗山區鼓山公園整體景觀改善工程完工」、「茄萣區濱海公園啟用」、「岡山公園整建工程啟用」、「路竹公園改造完工啟用」、「林園公10公園啟用」、「高132線得樂日嘎大橋通車」、「杉林大橋道路災修工程完工通車」、「推動數位內容產業發展」、「推動陽光屋頂計畫」、「推動友善建築」、「推動綠能及文創產業」、「推動懷孕婦女及生養孩子友善城市」、「無障礙計程車隊上路」、推出「1999高雄一指通APP上線」、「高雄市政府LINE官方帳號開通」等市政建設成果新聞。</p> <p>9. 配合舉辦「黃色小鴨高雄首展」、「亞太城市高峰會」、「世界運動舞蹈大會」、「世界烈酒大賽暨酒類博覽會」、「跨年晚會」、「大汽球遊行」、「五月天演唱會」、「高雄燈會藝術節」、「高雄過好年」、「端午龍舟賽」、「MIZUNO高雄國際馬拉松」、「高雄春天藝術節」、「高雄內門宋江陣」、「鳳荔觀光季」、各區特色活動、「兒童藝術教育節」、「高雄海洋博覽會」、「大高雄國際無車日」、「高雄左營萬年季」、「高雄電影節」、「雙城戲獅甲」、「大彩虹音樂節」、齊柏林『看見台灣』首映會、「高雄藝術博覽會」、「華文朗讀節」、「FORMOSA雕塑雙年展」、「蒙娜麗莎500年：達文西傳奇特展」、「米羅特展」、「紙風車動物昆蟲創意展」、「高雄設計節」、「高雄國際貨櫃藝術節」等重要市政活動，加強相關採訪或連線，並製播專題深入報導。</p> <p>10. 製播「Live943新聞晚報」、「新聞廣場」、「高雄十分話題」等深入報導新聞性節目。</p> <p>1. 高雄電台參加102年廣播金鐘獎競賽，獲單元節目獎二項及藝術文化節目獎等共三項入圍。</p> <p>2. 節目製播多元化</p> <p>(1) 為關懷弱勢族群，製播關懷身心障礙、同志議題、外籍配偶、外籍勞工、原住民、客語族群、兒童少年及長青族等節目。</p> <p>(2) 為加強市政行銷，由市政廣播行銷中心將市府最新施政及第一手消息透過現場直播，傳送予每位市民及南台灣民眾，並充分整合各局處資源，即時回應民眾反映意見及建議。「市政廣播行銷中心」，每日製播「行動市府」首長專訪及5檔整點新聞、1檔次市政輿情回應；每週製播5則「市政部落格」單元</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、節目製作</p>	<p>5則「高雄百寶箱」，每週製播2則重要市政宣傳帶，多元化手法行銷市政。</p> <p>(3)與客委會、社會局、勞工局、教育局及衛生局合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通；另配合市府各局處重要施政，以小單元、公益廣告及短劇等活潑多元手法加強市政宣導。</p> <p>(4)持續徵選公益社團參與製播節目，提供弱勢團體發聲管道，全年共徵選7個社團參與製播，分別為聲暉協會、世界和平會雅文基金會、台灣消保協會、婦女新知協會、罕見疾病基金會及盲人重建院。</p> <p>(5)製播客語、原住民語、菲語、泰語、英語、印語、越語等少數族群語言節目及同志議題、外籍配偶及身心障礙等服務弱勢族群節目。</p> <p>(6)營造多語學習環境，每日聯播半小時英國國家廣播公司(BBC)新聞節目，為南台灣唯一播送該節目之公營電台。另與國立高雄第一科技大學合作製播「打狗英語通」節目，週一至週五播出；與永漢日語合作製播「三分鐘日語」節目，提供多元語言學習環境。</p> <p>(7)每日製播160分鐘古典音樂節目，提供南台灣民眾獨特、深度之聽覺享受。</p> <p>(8)落實頻道資源共享，開闢「發現高屏」及「南台灣即時通」節目時段，與南台灣各縣市合作，共同實踐南台灣生活圈理念。另為擴大民眾生活訊息提供，與高美館、高雄電影館、高雄市圖書館、國立海洋生物博物館、國立科學工藝博物館、讀冊生活網路書店、聯合醫院、行政院農糧署及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。</p> <p>(9)蘇力、康芮及天兔等颱風來襲，延長播音共4日，提供颱風最新動態、防颱及交通相關訊息，充分發揮服務聽眾、防災功能</p> <p>3. 鼓勵市民關懷鄉土、參與公共事務：</p> <p>(1)舉辦活動，深入社區行銷市政：102年9月舉辦「食品安全」節目講座，吳月盈營養師主講；12月18-19日辦理交通安全callin有獎徵答；12/31進行2014高雄跨年晚會實況轉播。另配合各區特色活動分別辦理三場電臺行銷及道安宣導活動：6/1鳳荔文化節；8/4大崗山龍眼蜂蜜文化節；12/1岡山羊肉文化節。</p> <p>(2)配合黃色小鴨來高雄，9/16起至10/20開闢專屬單元，每日與記者連線報導賞鴨最新現況及交通訊息。</p> <p>(3)開放電臺參觀：內惟國小120位小朋友、文山高中、微遠基金會及客委會客語廣播班學員等參訪</p> <p>4. 強化市政宣導：</p> <p>配合市府各局處重要施政，加強宣導重點包括「防H1N1新流感/腸病毒」、「交通安全」、「檢肅貪瀆」、「肅清煙毒」、「公共安全」、「勞工安全」、「防治登革熱」、「稅務宣導」、「防颱防汛」、「治安」、「觀光」、「健康」、「市府及各區活動」、「老人福利」、「人口政策」</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>「就業」、「社會福利及安全」、「生態環保減碳」、「菸害防制」、「調解委員會」、「消費者保護」、「犯罪被害人」等宣導事項。</p> <p>1. 擴大服務範圍，提昇播音品質</p> <p>(1) 購置「錄播音室成音設備專用零配件」，確保設備正常運作及維持最佳播音音質，並提昇節目製播品質。</p> <p>(2) 實況連線轉播跨年晚會活動、本市議會開議期間市長施政報告及市政總質詢，設備架設及音控等工作。</p> <p>(3) 颱風期間電力中斷，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，並延長 24 小時播音以服務南台灣聽眾。</p> <p>(4) 不定期到本市及外縣市測量電場，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。</p> <p>(5) 24 小時調頻、調幅發射系統機務排班維護，確保機器設備正常運轉及電臺安全。</p> <p>2. 嚴密維護保養機器，提高設備使用效能</p> <p>(1) 中寮發射站緊急柴油發電機年度保養、電氣及接地電阻檢驗。</p> <p>(2) 緊急柴油發電機年度保養、電氣及接地電阻檢驗。</p> <p>(3) 各錄播音室清潔及系統測試保養。</p> <p>(4) 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。</p> <p>(5) 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。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
三、工務維護管理	