

高雄市政府新聞局 103 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> <p>二、電影事業管理與輔導</p> <p>三、錄影節目帶業之輔導與管理</p> <p>四、有線電視系統輔導管理</p>	<p>琮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。</p> <p>鏞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，103年未發現違規情事。</p> <p>琤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> <p>琮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。</p> <p>鏞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，103年度計實施臨場查驗141家次，未發現違規情事。</p> <p>琤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，103年辦理錄影節目帶業之變更登記共4件。</p> <p>苻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，103年共查察151家次，查獲違法光碟計600片，移送文化部影視局核處。</p> <p>琮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」，103年查察系統業者插播廣告及購物頻道違規情形，插播廣告部分，截至103年11月止未發現違規情事；購物頻道裁處70件，罰鍰新台幣2,898萬元整。</p> <p>鏞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254件(慶聯88件、港都94件、鳳信52件、南國20件)。</p> <p>琤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。</p> <p>苻審議103年本市有線廣播電視系統基本頻道收視費標準：慶聯、港都等2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</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

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。

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。

瓊為行銷高雄在地文化特色，促進觀光產業發展，精心規劃製作多元富節目於本市公用頻道(CH3)播放。

鏞為強化行銷，相關節目不僅於全國性頻道，例如：中天綜合台、三立都會台、MTV台、民視交通台等播出，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：

糶市政新聞專題節目：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，並新增台語發音版，本年共製作國語發音54集、台語發音44集。

糖行銷在地特色休閒旅遊節目：

曠高雄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、行銷短片30秒(於有線電視台，播出共1,824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，另於中天綜合台、民視交通台播出。

斂玩客瘋高雄：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、華流雜誌1期、愛玩客雜誌1期、行銷短片30秒(於有線電視台播出405檔、台北捷運播出216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、嘉義—世新、國聲有線電視播出。

棋絢麗高雄：為強化、豐富公用頻道節目內容，製播10集10分鐘、10支30秒城市行銷短片，期促進本市地方文化保存、推廣行銷觀光產業。

- 行銷宣傳：10支行銷短片30秒於民視電視台播出。
- 共製播10集節目，每集長度10分鐘。

糶藝文節目及大型活動轉播：

曠尚和歌仔戲劇團之禪風鉅作—『不負如來不負卿』節目：

為豐富本市有線電視公用頻道(CH3)節目內容，提供市民在地文化、傳統藝術節目新選擇，將台灣最具代表性之特色劇種—歌仔戲予以延續、傳承，節目長度60分鐘。

鉞閃靈暮沉武德殿MV 高雄拍攝花絮節目：

為豐富有線電視公用頻道節目內容，及讓民眾有機會了解高雄在地音樂文化之演變及發展，辦理此一節目購置案，且執行拍攝內容主要為促進地方文化發展、強化地方文化輸出效應，專輯長度共30分鐘。

棋大彩虹音樂節：

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6集節目，每集60分鐘。

璫公用頻道行銷宣導

樞平面媒體部分：

曠報紙廣告共4篇：

- 委託工商時報刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告(半十批)共2篇。
- 委託蘋果日報、自由時報、聯合報、中國時報、中華日報、真晨報、台灣導報、新新聞報等8大報刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告(全十批)共1篇。
- 委託蘋果日報、自由時報、聯合報、中國時報、中華日報、真晨報、台灣導報、新新聞報、經濟日報、聯合晚報、台灣新生報等11大報刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告(全十批)共1篇。

鉞其它刊物共13篇：

- 大寮區農特產促銷嘉年華活動專刊刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告(全十批)共1篇。
- 委託自由時報刊登「104年農民曆」廣告共1篇。
- 委託臺灣導報於2015年「海峽兩岸宗教寺廟巡禮」雜誌刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告共1篇。
- 卓越新聞獎基金會刊登「高雄市有線電視暨公用頻道形象廣告」共1篇。
- 於華流雜誌刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告共2篇。
- 於慶聯有線電視公司刊登公用頻道宣傳廣告共5篇。
- 於義大論文集刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告共1篇。
- 2014年高雄市青少年撞球公開賽暨有線電視收視戶權益宣導」活動專刊「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告共1篇。

棋摺頁共1款：於大型活動、各區公所、公共場所發放，共6

萬份。

擬活動宣導品：製作N次貼組合、腰包、手機包、購物袋等活動宣傳品於各大活動現場發送。

其他媒體宣傳：

擬計辦理2場記者會，並錄製宣導公用頻道節目廣告「我有話要說」共3集。

擬有線電視數位化宣導暨公用頻道(CH3)宣傳」廣播廣告時段購置：為加強宣導有線電視數位化，於103年5月19日至6月17日快樂廣播電台FM97.5播出，每日輪播5檔，總計播出150檔(每檔30秒)。

擬103年度本市「公用頻道(CH3)宣傳短片」：於本市港都、慶聯、鳳信及南國等4家有線電視股份有限公司刊播2支公用頻道宣傳短片(各30秒)，並於103年11月17日播出。

擬本市公用頻道聯播整合，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。

擬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。

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)於本市公用頻道播出，播出時間為：週一至週五首播時段為早上7時播出「港都新聞」、7時30分播出「鳳信新聞」、8時播出「南國新聞」；另重播時段為10時、13時、20時播出「港都新聞」；13時30分、17時30分、19時播出「鳳信新聞」；12時30分、15時30分、19時30分播出「南國新聞」，讓本市有線電視收視民眾透過公用頻道收看在地新聞。

六、有線電視新聞聯播

貳、新聞發佈聯繫與服務

一、發布新聞

適時發布重大市政活動及市政建設成果新聞，103年度共發布約1,059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。

二、舉辦座談會

與知名雜誌合作辦理人物論壇，以「微笑，走堅定的路-溫柔魄力打造宜居高雄」為主題，邀請民眾及企業團體參與座談會，以宣揚本府在交通建設、太陽能光電、社會福利、宜居環境等各項市政建設及施政成果之優越表現。

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。

三、建立數位化新聞
發佈與聯絡管道

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。

四、加強媒體服務

1. 陪同市長於 103 年 4 月 14 日至 4 月 23 日出訪世界著名的綠色首都—丹麥哥本哈根、瑞典太陽能之都—馬爾摩市、歐洲綠色首都德國漢堡…等城市，冀望藉由交流考察擷取重要城市的設計概念，思考高雄未來從宜居之城邁向綠色、綠能城市的全新發展。
2. 印製 2014 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 年年曆卡等。
3. 協助本府海洋局辦理 2014 台灣國際遊艇展，由新聞局統籌媒體行銷相關事宜，透過網站、平面廣告等方式揭露活動訊息，藉此國際展覽盛事讓高雄揚名國際，持續於國際社會行銷高雄海洋城市形象。
4. 103 年 12 月 31 日及 103 年 1 月 2-3 日「五月天營火晚會」演唱會期間，成立媒體服務中心提供媒體服務。
5. 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，新聞局提供接待、拍攝景點建議、相關市政建設參訪行程安排聯繫等服務。

為增進本市媒體友善互動關係，103 年度計辦理媒體記者聯誼 12 場。

五、不定期舉辦新聞
界人士聯誼

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 37 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。

六、加強記者聯繫成
立議會工作小組

於四維合署辦公大樓設置市政櫥窗，定期更新市政建設照片，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。

七、市政櫥窗

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，103 年計剪輯報紙新聞資料逾 43,245 則、蒐集電視新聞摘要 58,139 則，加強民意輿情蒐集、分析與反映工作，作為施政參考。

八、每日新聞輯要

1. 辦理 103 年電視市政資訊廣告短片時段購置事宜，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. 攝製 103 年高雄都市行銷短片，以翻轉高雄為主軸，讓世界看見高雄，持續推動城市改造，並於高雄不思議 YOUTUBE、公用頻道、

參、政令政績宣導

一、電子媒體

- 戶外電視牆、各大電視頻道播出宣傳。
3. 辦理 103 年國際媒體廣告時段購置事宜，透過國際頻道播出高雄城市行銷、市政宣導等相關短片，推廣暨行銷市政建設及施政成果至國內外，俾利吸引國內外民眾關注及提升城市競爭力。
 4. 製播 103 年度夏季大型活動行銷短片，加強宣傳各局處大型節慶活動，包含夏日啤酒節、丁噹演唱會、龍眼蜂蜜文化節、萬年季…等活動。
 5. 辦理 103 年高雄城市行銷暨道安宣導電視廣告時段購置事宜，以傳遞機車兩段式左轉、不飆車及汽車後座繫安全帶、不酒駕、禮讓行人與行車勿做低頭族之年度交通安全觀念，並加強宣導行銷市政軟硬體建設施政成果。
 6. 為配合重建工程進度、呈現災區更完整復原後嶄新面貌，辦理 103 年高雄城市行銷電視廣告時段購置事宜，鼓勵大眾蒞臨高雄旅遊揮別創傷陰霾之城市旅遊正面形象。
 7. 辦理 103 年榮耀高雄電視廣告時段購置事宜，持續宣揚高雄城市品牌形象，行銷相關市政建設成果，強化本市市民對在地生活之認同。
 8. 辦理高雄城市熱點專案，由知名餐飲店提供電視顯示器，作為本市播放行銷影片及訊息使用，本局提供高雄不思議 60 秒短片 5 支看見高雄堅定向前-陳彥博 60 秒短片、高雄之光-宜居之城、道安宣導-郭雪芙版、五月天版 30 秒短片各 1 支供排播，其中提供電視顯示器播放的店家達 50 個以上，包含仁武烤鴨、大高雄鵝肉店、米格霜淇淋、黃家牛肉麵、樺達奶茶……等。
 9. 製播 2 支一分鐘城市形象影片剪輯，透過新聞台以縮時攝影方式呈現高雄獲獎建設、觀光景點及人文地方特色。

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。

二、平面及網路媒體

1. 辦理「希望城市—高雄」廣告特輯，宣傳亞洲新灣區及本市文創產業，讓世界看見台灣之美。
2. 辦理平面廣告刊登，宣導幸福宜居城市意象，提升市民認同感及幸福感。
3. 辦理平面廣告刊登，以「世界的高雄、亞洲的門戶」進行市政宣導俾利民眾了解市府施政方向。
4. 辦理跨頁廣告刊登，以「亞洲亮點新門戶，世界幸福在高雄」進行市政宣導。
5. 辦理旅展大會專刊廣告，刊登本市 103 年春夏活動宣傳廣告，吸引民眾至高雄旅遊。
6. 辦理網路行銷宣傳案，透過網站 banner 與特別企劃文字稿宣傳全國首條輕軌捷運。
7. 以「高雄 台灣的驕傲」為主題，於 103 年寺廟巡禮特刊刊登一跨頁廣告，擴大市政行銷效益。
8. 辦理平面廣告刊登，以「2014 縣市長市政滿意度排行大調查」進

行市政宣導，俾利民眾了解市府施政方向。

9. 辦理網路行銷宣傳案，將「高雄·世界在這裡」banner 廣告連結至市府網站首頁。
10. 為使社會大眾瞭解往後復原工作及願景，以「氣爆民間善款運用」、「災後復原工作及重建願景」為主題刊登廣告，使民眾瞭解石化氣爆災後復原工作進行情況。
11. 為使本局製作之城市行銷影片，提升高雄觀光能見度，於臉書平台進行"高雄變與不變"影片宣傳，該影片曝光次數已達7千萬次以上，點擊數已達16萬次以上。

1. 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。
2. 協助本府海洋局辦理2014台灣國際遊艇展，新聞局統籌媒體行銷相關事宜，透過網站、平面廣告等方式揭露活動訊息，藉此國際展覽盛事讓高雄揚名國際，持續於國際社會行銷高雄海洋城市形象。
3. 運用戶外媒體刊掛賀年暨市政行銷宣傳帆布，並提醒民眾遵守交通安全規則，禮讓行人，減少交通事故發生。
4. 與相信音樂共同辦理丁噹「真愛好難得」演唱會，新聞局協助申請會場緊急醫療救護支援、刊掛路燈旗廣告…等行政事宜。
5. 為宣傳本府施政建設，辦理廣播媒體市政行銷案，製作3支廣播廣告帶（開闢綠地篇、防洪治水篇、藝文公共建設篇），於8家廣播電台廣告時段進行排播。
6. 為提供大眾即時掌握重建進度，市府每日公布災後復建進度，且於於氣爆災區設置電子佈告系統，宣傳重建進度及扶助資訊。

執行103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，榮獲103年金安獎安全宣導組單項成績第二名，相關宣傳成果列述如下：

1. 媒體宣傳

- (1) 於本市39處公車候車亭燈箱刊登道安宣導廣告，鼓勵民眾多多利用大眾運輸工具及騎乘自行車安全。
- (2) 運用本市公共腳踏車後土除廣告版面刊登道安廣告，刊登「酒駕防制及利用公共運輸」，呼籲民眾酒後勿開車及多多利用公共運輸，共計200台。
- (3) 於高雄捷運、7-11電視、電影院播出宣導小敏拍攝「機車安全—都教授篇」道安宣導短片，並透過Google行動廣告連結短片，共播出3,321,923檔次，露出99,657,690秒。
- (4) 辦理道路交通安全平面媒體(報紙)廣告，分別於103年3、4、9、10月刊登鼓勵民眾多多利用大眾運輸工具及騎乘自行車安全。
- (5) 為傳遞機車兩段式左轉、不飆車及汽車後座繫安全帶、不酒駕、禮讓行人與行車勿做低頭族之年度交通安全觀念，透過地方

三、多元媒宣

四、交通安全宣導

電視台排播「馬路上微笑的花」道安短片宣導。

- (6) 委託廠商製作馬克杯、手提帆布袋、隨身杯、便利貼、名片式隨身碟、便條紙、旅行整理袋等道安宣導品，宣導主題有禮讓行人、機車安全、大型車安全、拒當低頭族及酒駕防制等，適時於戶外交通安全宣導活動贈送參與民眾，或與地方社團合辦活動，贈送社區居民，擴大宣傳層面，加強宣導效果。
- (7) 運用高雄捷運版位刊登道安廣告，包括布幔、布旗、燈箱、車廂壁貼等，鼓勵大眾多加使用大眾運輸工具並注意騎乘自行車安全。
- (8) 運用高雄市港都客運、東南客運、漢程客運及高雄客運四家公車客運特性，以人潮流量集中並兼顧郊區之需求刊登道安廣告，共計 29 條線 35 面的公車車體刊登「酒駕防制及利用公共運輸」。
- (9) 製播 103 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，藉由電台廣播的方式及製播創意，向市民宣導正確的通安觀念。

2. 製播宣導短片：

- (1) 辦理 103 年度交通安全宣導短片製播，宣導騎乘機車安全，並透過全國性電視頻道廣告時段播出。
- (2) 製播道安宣導短片一支，宣導主題為大型車交通安全，並透過地方有線電視排播。

3. 活動配合：

配合各局處都市行銷活動或民間自辦活動，分送民眾交通安全宣導品，於日常生活中落實道安觀念。

- (1) 配合民間社團協助舉辦道安宣導活動共計 8 場次。
- (2) 配合地區活動進行道安宣導：於大樹區鳳荔文化節、五月天 just rock it 演唱會、岡山羊肉節、財政局路跑嘉年華活動、五月天營火晚會演唱會…等，設立攤位進行道安宣導有獎徵答，透過與民眾互動擴大宣導效益。

1. 結合民間資源合作的活動：

(1) 2014 藝想樂園嘉年華

與統正開發股份有限公司(夢時代購物中心)合作，於 103 年 3 月 29 日、30 日在時代大道及新崛江商圈的「藝想樂園嘉年華遊行」活動已邁入第 4 年，是為高雄年度盛事，活動 2 天共吸引約 24 萬人到場參加。

(2) 高雄啤酒節

與統一超商股份有限公司合作，假高雄時代大道辦理，活動期間自 7 月 18 至 20 日止，活動 3 天共計吸引超過 3 萬人入場參與，成為年輕人夏日必定前來高雄參與盛會之一。

(3) 「2014 大氣球遊行」暨「2014 OPEN! RUN 氣球路跑」

與統一超商股份有限公司合作，103 年 12 月 20 日在時代大道熱鬧登場，活動總計吸引約 30 萬人前來參與。

五、辦理城市行銷活動

(4)「2015 高雄夢時代跨年晚會」

12月31日在高雄夢時代舉辦之跨年晚會，是首度由市府結合民間企業資源合作，活動由民間企業集資主辦，市府提供行政協助方式辦理，一同打造「公私協力」的夥伴關係。活動當天吸引超過80萬人次參與，不但為高雄帶來可觀的經濟效益，也提升高雄捷運跨年夜的載容量。

(5)「2015 紫耀義大」跨年晚會活動

12月31日本府和義聯集團合辦之2015紫耀義大跨年晚會活動，亦採取由民間企業集資主辦，市府提供行政協助方式辦理，一同打造「公私協力」的夥伴關係。活動現場並吸引60萬人次參與，不但為本市帶來了可觀的觀光效益，也提升了高雄捷運跨年夜的載容量。

2. 辦理「真愛高雄 幸福啟航」感恩祈福音樂會

為感謝各界對於救災、重建的援助與支持，103年12月13日在時代大道舉辦音樂會，並邀請第一線警消、國軍、志工、醫護人員、旅館業者、重建工程人員等到場參與，感謝他們不分彼此、全力救災重建的無私奉獻。

辦理電子期刊、電子報企劃發行及「高雄畫刊」紙本編印。

1. 「高雄畫刊」電子期刊，以主題導向方式企劃編輯，並加入高雄的重大建設與政策、人文發展、社區關懷，記錄高雄的城市風情，清楚掌握高雄市的成長過程，並認識為這個城市付出心力的相關人物。103年度共發行12期電子期刊，紙本「高雄畫刊」6期，每期發送約6萬餘人次

2. 「今日高雄」電子報採雙週發行，以市政活動、產業發展、觀光旅遊、藝文展演、農特產品、地方美食等資訊為主，接觸民眾生活層面，使讀者了解當地發展現況與施政遠景，加強都市行銷。共發行24期，每期發送約6萬餘人次。

3. 另將每兩期「高雄畫刊電子期刊」內容編印為「高雄畫刊」紙本雙月刊，共發行6期，每期印行45,000冊，置於飯店、車站、捷運站、機場、書局、景點及賣場等150多個地點供民眾索閱。

4. 紙本刊物出刊後，並將圖文上傳新聞局網站，服務民眾網上閱讀本刊。

1. 以中文和英文兩種語言發行，報導本市外交或國際行銷活動、本市重大建設、觀光旅遊資訊等等，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。

2. 每雙月發行一期的紙本刊物，共發行6期，每期發行1萬2千份，放置機場、觀光飯店等地供民眾免費索閱。

3. 紙本刊物出刊後，並將圖文上傳新聞局網站，服務民眾網上閱讀本刊。

肆、編印市政宣導書刊

<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>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 編印「高雄市簡介」繁體中文、英文、日文、韓語以及簡體中文等5種語言版本。 (1)內容介紹本市，包括：城市概述、自然環境、歷史、多元族群等各面向。 (2)刊物印製數量如下： 曠繁體中文1500本。 欽簡體中文1500本。 棋英文3000本。 鍵日本1000本。 棚韓文1000本。 2. 編印「高雄石化氣爆重建通訊」單頁文宣共14期，每期印製5萬份。 3. 編印「高雄石化氣爆賠償請求權讓與Q&A」單頁文宣，共5萬份。 4. 編印「高雄石化氣爆捐款人通訊」單頁文宣1期，共26萬份。
<p>二、發行《Maritime Capital 海洋首都 》中英文雙月刊</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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，以及高雄好玩、特別的新鮮事，期許成為大高雄資訊提供平台，藉由一連串訊息的交流，廣泛增加市政訊息的曝光度，達到市政宣傳及城市行銷的加乘效應，目前粉絲人數已超過25萬8千人。 2. 辦理行動通訊軟體暨網路平台行銷案。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，並不定期舉辦ON AIR活動宣傳市政，與好友們交流，開通不到24小時即有超過6萬人加入成為好友，目前加入好友數約41萬5千多人。
<p>三、發行不定期刊物</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. 印製「2014暖冬遊高雄」海報共2,300份，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。 4. 印製「2015 Kaohsiung」雙面年曆卡共28萬份，提供市民索取使用。 <ol style="list-style-type: none"> 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。 2. 全程實況轉播高雄市議會第1屆第7次及第8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。 3. 報導「高雄市第二屆市長議員暨里長選舉及第一屆山地原住民區長、區民代表選舉」各項選務工作，及製播選情報導節目，連線報導選情及播報最新開票結果。 4. 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。

四、其他

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。
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。
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」、「高雄輕軌」等重大市政建設新聞。
8. 加強報導「2014年綠色品牌大調查綠色生活城市首獎」、「第二十屆建築園冶獎高雄市獨佔鰲頭獲獎12件」、「公寓大廈管理中央考核高雄全國第一」、「推動綠色交通運具」、「自行車友善城市」、「無障礙宜居城市」、「高齡友善城市」、「老舊危險校舍改建」、「社區通學道」、「推動遊艇產業發展」、「推動綠能及文創產業」、「推動陽光屋頂計畫」、「推動高雄厝綠建築」、「推動懷孕婦女及生養孩子友善城市」、「普設公共托嬰中心及育兒資源中心」、「高市圖新總館及中崙、草衙、河堤圖書分館落成啟用」、「仁武後港巷涵洞拓寬通車」、「鳳山溪大東文藝段水岸營造工程完工」、「阿公店溪水質改善與環境營造工程啟用」、「美濃中正湖擴區環湖環境設施工程啟用」、「鳳儀書院整修開館」、「旗美污水處理廠整建完工啟用」、「典寶溪B區滯洪池完工啟用」、「公園陸橋鐵道園區天空雲台」、「大樹舊鐵橋天空步道」等市政建設成果新聞。
9. 配合舉辦「台灣國際遊艇展」、「高雄電影節」、「高雄春天藝術節」、「高雄國際鋼雕藝術節」、「跨年晚會系列活動」、「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」、「高雄國際馬拉松」、「高雄內門宋江陣」、「高通巡迴展示」、「鳳荔觀光季」、各區特色活動、「兒童藝術教育節」、「大高雄國際無車日」、「高雄藝術博覽會」、「華文朗讀節」、「高雄購物節」、「高雄璀璨愛河系列活動」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。
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。

伍、廣播業務

一、新聞採訪

1. 高雄電臺參加103年廣播金鐘獎競賽，獲「單元節目獎」，並另獲「非流行音樂節目獎」入圍。
2. 節目製播多元化
 - (1) 為關懷弱勢族群，製播關懷身心障礙、同志議題、新移民、外籍勞工、原住民、客語族群、兒童少年及長青族等節目。
 - (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。
 - (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。

- (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12個社團參與製播，分別為高雄市生命線、陽光基金會、創世基金會、勵馨基金會、濟興長青基金會、伊甸基金會、高雄市心理復建協會、台灣導盲犬協會、家扶中心、台灣消保會、心路基金會及樂仁啟智中心，各合作4-5集節目。
- (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、新移民及身心障礙等服務弱勢族群節目
- (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。
- (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。
- (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。
- (9) 麥德姆及鳳凰颱風、八一氣爆及八一二豪雨來襲，連續一週延長為24小時播音，以提供氣爆即時災情、避難措施及災民安置、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。

二、節目製作

三、工務維護管理

3. 鼓勵市民關懷鄉土、參與公共事務：

(1) 舉辦活動，深入社區行銷市政：

103. 10. 16 舉辦「提升身體防護力」健康講座—韓天木醫師主講。

103. 11. 09 辦理洲仔濕地生態講座。

103. 12. 14 配合「岡山羊肉節」活動，辦理市政及電臺行銷暨交通安全有獎徵答宣導。

(2) 開放電臺參觀：楠梓高中大傳社及市立空大大傳系學員參訪。

4. 強化市政宣導：

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」、「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。

1. 擴大服務範圍，提昇播音品質

- (1) 購置「調頻發射機真空管模組專用零配件」，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。

- (2)實況連線轉播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。
- (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。
- (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。
- (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。

2. 嚴密維護保養機器，提高設備使用效能

- (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。
- (2)緊急柴油發電機年度保養、電氣及接地電阻檢驗。
- (3)各錄播音室清潔及系統測試保養。
- (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
- (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。

四、提昇播音品質

--	--