

# 高雄市政府新聞局 105 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>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>2. 由警察局循線查獲性交易事實，轉請新聞局裁處之違規廣告，105年裁處違規廣告(自由時報1則)罰鍰新臺幣5萬元。</li> <li>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、保障兒童及少年閱聽權益。</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 依據電影法及相關法令規定，針對轄下的各家電影院，執行例行性不定期查察作業，輔導業者落實分級制度。目前本市電影片映演業共計22家，105年度實施電影片映演業臨場查驗199家次(含本市電影片映演業之安全、衛生、消防等事項之聯合稽查)及影展20家次，共計查驗219家次，未發現違規情事。</li> <li>2. 為保護觀影民眾之消費權益，新聞局均於臨場檢查同時向業者宣導「電影片映演業禁止攜帶外食定型化契約不得記載事項公告及解釋令」，並分享相關消費爭議案例，深化業者對於消費者權益之重視。</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>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，查察錄影節目帶業是否依法實施分級制度，目前本市錄影節目帶業約70家，105年共查察118家次，未發現違規情事。</li> <li>2. 105年06月17日「出版品及錄影節目帶分級管理辦法」修正，分級級別增加「輔導十五歲級」，原「輔導級」名稱則修正為「輔導十二歲級」。新聞局於查察同時宣導分級新制，輔導業者配合法規修正落實錄影節目帶新分級，保護兒童與少年身心健全發展。</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 加強有線電視系統輔導管理工作，105年查察系統業者插播廣告情形，裁處2件各罰鍰10萬元，共計20萬元。</li> <li>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424件(慶聯149件、港都108件、鳳信91件、南國28件、新高雄48件)。</li> <li>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。</li> </ol>

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>4. 審議106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家每月每戶上限為500元、鳳信每月每戶上限為510元、南國每月每戶上限為550元、新高雄每月每戶(基本普及組)上限為450元；裝機費500元，分機費、復機費及移機費亦均有規定。對於社會局登記有案之低收入戶，除免收基本頻道收視費外，並免收裝機費、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。</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：三立都會台、三立財經台、MTV台等播出，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，並新增台語發音版，本年共製作國語發音38集、台語發音30集，另製作專輯節目方面，針對「防疫最前線」、「高雄市財政狀況」、「石化管線自治條例」、「汙水下水道接管」、「國家卓越建設獎高市獲16獎」、「高市招商績效全國第一」、「老屋健檢與土壤液化因應」……等重要市政議題，於節目中完整報導，並同步上傳網路平台。</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。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 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、慶聯節目表月刊共3期等宣傳。</li> <li>● 共製播70集節目，每集長度30分鐘。</li> <li>● 除於本市公用頻道(CH3)播出，另上傳至youtube平台。</li> </ul> <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。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 行銷宣傳：開播記者會1場、華流雜誌2期、愛玩客雜誌1期、印製旅遊別冊2000本(其中1000本隨愛玩客雜誌寄送)、行銷短片30秒(三立都會台託播總計3,600秒)、戶外LED外牆宣傳共1,000檔、三立電視台臉書及官網等宣傳。</li> </ul>

重要施政項目	執行成果與效益
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●共製播35集節目，每集長度30分鐘。</li> <li>●除於本市公用頻道（CH3）播出，另於三立都會台、三立國際台、三立新聞網、三立youtube、MOD及三立綜合台播放。</li> <li>③好家在高雄：為強化、豐富公用頻道節目內容，製播20集各30分鐘，期促進本市多元族群地方文化保存、推廣行銷觀光產業。</li> <li>●行銷宣傳： <ul style="list-style-type: none"> <li>a、電視媒體：全國性頻道（民視交通台、人間衛視、中天電視）播出各三集、公用頻道及高雄都會台節目播出。</li> <li>b、廣播媒體：港都電台20秒廣告36檔。</li> <li>c、廣告排播：高雄都會台1200檔、南國357檔、鳳信280檔。</li> <li>d、平面媒體：慶聯／港都有線電視月刊1則、帳單廣告夾寄1個月、宣傳海報500張。</li> <li>e、網路媒體：慶聯／港都官網及粉絲團曝光、Youtube平台影片串聯。</li> <li>f、公關活動：開播記者會1場及慶聯／港都外部宣傳活動2場。</li> <li>g、電視廣告製作：20秒TVC製作。</li> </ul> </li> </ul> <p>3. 公用頻道行銷宣導</p> <p>(1) 平面媒體部分：</p> <p>① 其它刊物共 9 篇：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a、卓越新聞獎基金會刊登「公用頻道宣傳」 1 篇。</li> <li>b、華流雜誌刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告共 2 篇。</li> <li>c、愛玩客雜誌刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告共 2 篇。</li> <li>d、慶聯有線電視公司刊登公用頻道宣傳廣告共 3 篇。</li> <li>e、義大論文集刊登「好家在高雄」節目宣傳廣告 1 篇。</li> </ul> <p>② 配合重大活動宣導：製作手機擦拭布、肩背包耐熱壺、玻璃水瓶等於各大活動現場發送，宣導公用頻道，105 年度計宣導 10 場次，讓大家對公用頻道有進一步瞭解和認識。</p> <p>(2) 其它媒體宣傳：</p> <p>有線電視數位化宣導廣播廣告時段購置：為加強宣導有線電視數位化，於 105 年 12 月 5 日至 20 日</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>於快樂電台、高屏電台、大眾電台、港都電台、鳳鳴電台、正聲電台、成功、民生及金聲電台播出，共 1,509 檔次。</p> <p>4. 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、南國及新高雄等 5 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>5. 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>縣市合併後，為擴大服務高雄市民，提供更全面性及單一窗口式的在地資訊，並強化高雄市公用頻道內容，新聞局與高雄市現有自製新聞節目之 5 家有線電視業者協調合作(慶聯、港都聯製播出「港都新聞」)，合併 4 家電視新聞，安排於公用頻道輪播，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」、8 時 30 分播出「新高雄新聞」；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」；12 時、17 時及 20 時 30 分播出「新高雄新聞」。</p>
<p>貳、新聞發佈聯繫與服務</p> <p>一、發布新聞</p> <p>二、建立數位化新聞發布與聯絡管道</p> <p>三、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，105 年度共發布 788 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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>1. 印製 2016 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、2016 年年曆等。</p> <p>2. 105 年 5 月 10 日接待台北媒體團及中時記者團，參訪高雄環狀輕軌捷運等重大建設、搭乘太陽能船悠遊高雄港區參訪亞洲新灣區建設，共計 40 人。透過媒體記者親身體驗，裨益高雄市政建設的宣傳及推廣。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>3. 協助「105年總統就職典禮國際記者採訪團」參訪高雄，共計30員，前往市立圖書總館、駁二藝術特區、打狗英國領事館文化園區、捷運美麗島站（光之穹頂）、國家體育館等地。</p> <p>4. 105年8月11日上午接待台日產業合作日本記者團拜會高雄市政府，包括共同通信社、朝日新聞、每日新聞等計11名記者。</p> <p>5. 105年10月20日市長接受國外知名雜誌 Monocle 記者訪問，辦理訪問聯繫、行程安排、接待服務、訪問大綱擬定、翻譯人員安排等，均能在極短時間內完成，並有良好成效。</p>
<p>四、不定期舉辦新聞界人士聯誼</p>	<p>為增進本市媒體友善互動關係，105年度計辦理媒體記者聯誼10場。</p>
<p>五、加強記者聯繫成立議會工作小組</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共39則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。</p> <p>2. 於市政總質詢期間，安排市長接受媒體專訪。</p>
<p>六、市政櫥窗</p>	<p>於四維行政中心設置市政櫥窗，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。</p>
<p>七、每日新聞輯要</p>	<p>每日剪輯本市重要網路媒體新聞及電視監測新聞提供市長、副市長及局處首長參閱，105年計剪輯網路即時新聞資料逾188,795則、蒐集電視新聞摘要35,074則，加強民意輿情蒐集、分析與反映工作，作為施政參考。</p>
<p>參、政令政績宣導 一、電子媒體</p>	<p>1. 辦理105年高雄市政資訊電視廣告時段排播，透過電視時段購置，安排高雄形象短片於全國電視頻道及時段託播，行銷本市優質生活環境、活力創意等國際宜居城市意象。</p> <p>2. 105年高雄城市行銷短片攝製，以創新、精緻、富在地特色為原則；從高雄人文、美食、建設、地標等為發想，藉由創意的拍攝風格及剪接手法用影像說故事，製作高畫質及多語版形象短片，呈現高雄形象魅力。</p> <p>3. 105年度大型活動行銷短片製作案，攝製四季行銷活動短片2支，宣傳高雄燈會藝術節、高雄遊艇展、內門宋江陣、旗津黑沙玩藝節、全台吉祥物PK戰@高雄、高雄左營萬年季、高雄漫遊生活節，藉由將各項具多元文化</p>



重要施政項目	執行成果與效益
<p>四、國際行銷</p>	<p>度，提升民眾互動參與意願，與11家廣播電臺合作播出廣告。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 105年高雄市政府社群媒體網路行銷，"提升高雄城市形象、加強國外行銷，運用高雄市政府官方twitter (@KaohsiungCity) 及instagram(@Kaohsiung_City)帳號，提升本市在國內外社群網路之能見度。</li> <li>2. 2016全球港灣城市論壇國際媒體宣傳，關注港灣城市發展，並行銷105年9月6日至9月8日「2016年港灣城市論壇」，辦理2016港灣城市論壇議題撰稿、譯稿及刊登國際新聞網頁。</li> <li>3. 辦理105年國際媒體行銷廣告時段，透過多元國際媒體行銷管道宣傳，包含國際電視頻道廣告、飛航運輸工具廣告、網路媒體廣告、交通據點燈箱或電子看板，進行城市規劃、公共建設、自然生態、人文藝術等宜居城市風貌行銷</li> </ol>
<p>五、交通安全宣導</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 媒體宣傳 <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 運用高雄捷運車廂、公車候車亭燈箱及車體等張貼懸掛廣告，強化交通安全宣導效益及民眾對本市交通安全之認識。</li> <li>(2) 辦理道路交通安全平面廣告，105年分別於6、7、10及12月於報紙及雜誌刊登廣告，宣導大型車交通安全、行車不超速、機車兩段式左轉及高雄更好轉等交通安全廣告。</li> <li>(3) 製播105年度交通安全廣播宣導節目，強化交通安全宣導效益，委託廣播電台進行全年道安廣播宣導。主題：自行車交通安全、行車不酒駕、不用手機、輕軌交通安全等。</li> <li>(4) 製作行動電源、大型旅行袋、彈蓋保溫杯、野餐墊、手拿摺疊扇等道安宣導品，宣導機車兩段式左轉、不超速、不酒駕及拒當低頭族等交通政策，並以活潑行銷方式，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宣導，贈送社區居民。因宣導品質感佳且精緻，深受各年齡層民眾喜愛，期以寓教於樂且方便使用之優勢，擴大宣導效果。</li> <li>(5) 透過戶外多媒體電視如高捷電視、7-ELEVEN等播出播映道安宣導短片，將觸角延伸至民眾日常生活息息相關之便利商店、屈臣氏、速食店及大眾運輸工具，播映「機車二段式左轉」及「汽(機)車安全-路口停</li> </ol> </li> </ol>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>六、辦理城市行銷活動</p>	<p>讓、速度管理」等道安宣導短片。。</p> <p>(6) 辦理網路宣導廣告，運用國內各主要新聞媒體網站，刊播「路口停讓」道安宣導短片，強化青壯族對道路交通安全之遵守。</p> <p>2. 製播宣導短片：</p> <p>辦理 105 年度交通安全宣導短片製播，為執行宣導交通安全觀念，拍攝道安短片加強宣導。拍攝短片 30 秒 2 支、濃縮版 20 秒 2 支，主角由「左左右右」擔任，拍攝主題「機車二段式左轉」及「汽（機）車安全－路口停讓、速度管理」。</p> <p>3. 活動配合：</p> <p>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。</p> <p>(1) 配合民間社團舉辦道安宣導活動共計 9 場次。</p> <p>(2) 配合大型活動進行道安宣導計 10 場次：於 2016 高雄愛河國際鐵人三項競賽、2016 大樹鳳荔文化節、2016 國際馬拉松、2016 田寮農會蜂蜜節活動及 2016 五月天演唱會等，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。</p> <p>1. 辦理「2016 全台吉祥物 PK 戰@高雄」系列活動</p> <p>(1) 延續去年全國首創吉祥物 PK 戰，今年擴大舉辦，號召全台政府機關及民間企業等 32 隊，共有 57 個吉祥物人偶同台比萌。</p> <p>(2) 活動內容包括 9 月 11 日拔河賽、9 月 12 日上午 10 時至 10 月 4 日中午 12 時網路票選、10 月 1 日吉祥物車隊大遊行及 10 月 16 日頒獎晚會等。</p> <p>(3) 採分組競賽：「企業戰士組」10 隊與「模範公僕組」22 隊。經過網路票選、現場投票、專業評審，最後脫穎而出的吉祥物分別為：</p> <p>① 模範公僕組：大萌主高雄熊、二萌主丫桃&amp;園哥、三萌主熊讚。</p> <p>② 企業戰士組：大萌主 KIDO 家族、二萌主大義&amp;唐基、三萌主 Mimity。</p> <p>③ 特別獎高雄款-內門小將、人氣王-丫桃&amp;園哥。</p> <p>(4) 觀賞人次：全台超過 150 萬觀賞人次（含現場和網路及電視等），超過去年 91 萬觀賞人次。分列如下：</p> <p>① 民視無線台電視播出：超過 55 萬收視人口（依尼爾森收視率換算）。</p> <p>② 網路票選人次超過 35 萬人：公僕組 26.6 萬、企業組 8.5 萬。。</p> <p>③ 活動到場參與人數超過 2 萬人次（依嘉南藥理</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>大學文化事業發展系初估)。</p> <p>④影片觀看次數：Youtube 超過 8 萬、Facebook 超過 48 萬。</p> <p>⑤ Facebook 貼文按讚次數：4 萬。</p> <p>(5)活動整體效益：計約 4,130 萬元。</p> <p>①宣傳效益：自 105 年 7 月 5 日正式宣布以來，約有 254 則電視、網路及平面媒體報導，總宣傳效益超過 1 千 8 百萬元 (依潤利艾克曼資料顯示)。</p> <p>②經濟效益近 2,330 萬元，其中高雄在地近 1,515 萬元，外縣市近 815 萬元。</p> <p>③綜上所述，活動整體效益為經濟效益與宣傳效益之加總，即為 4,130 萬元 (=2330 萬+1800 萬)。換言之，以全台吉祥物 PK 戰活動預算 460 萬元的規模，獲得近 10 倍的效益。</p> <p>2. 結合民間資源合作的活動：</p> <p>(1)2016 藝想嘉年華</p> <p>①由統正開發(股)公司(夢時代購物中心)主辦，新聞局提供行政協助。</p> <p>②於 3 月 26 日和 3 月 27 日在時代大道熱鬧登場，自下午 2 點半至 6 點止，舉辦花車大遊行，105 年活動以「馬戲叢林森浪勢起」為構想，三座主花車分別為「里約狂歡」、「ogoh 森巴女郎」、「巴西先生」，載滿巴西森浪盡情搖擺 HIGH 翻高雄。另有「藝想聚落」，集結美加、巴西、峇里島、印度、台灣的原住民等一次感受 5 大國家文化市集與表演的豐富與多元性，讓所有市民朋友都感受到熱鬧繽紛的異國風情。</p> <p>③藝想樂園嘉年華活動，105 年已邁入第 6 年，主辦單位表示，為了帶民眾體驗各國嘉年華節慶，這次邀請了美加、巴西、峇里島、印度、台灣的原住民等，並邀請藝術家駐村教學，製作大偶、花車等，介紹全世界的嘉年華活動，舉辦至今，共計有超過 100 個社區遊行團體、3 千名表演工作者、1 千組兒童參與演出、超過 20 萬名民眾熱情參與。</p> <p>(2)2016 高雄啤酒節活動</p> <p>①由統一超商股份有限公司主辦，新聞局擔任指導單位，並由本府提供活動相關之行政協助。</p> <p>②每年七月都會舉辦「高雄啤酒節」，至今已連續辦理 8 屆。本年度活動期間自 7 月 29 至 31 日止，活動 3 天共計吸引約 3 萬人參與，已成</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>為年輕人夏日必定前來高雄參與盛會之一。</p> <p>③活動規劃豐富趣味競賽，現場各啤酒商更舉辦多樣的競賽、遊戲活動，更邀請蕭敬騰、施文彬、郭書瑤、黃小琥、董事長樂團等知名歌手團體接力演出，讓參與活動的民眾著實感受到高雄的熱情。</p> <p>④本活動並結合本府經發局所舉辦之「下酒菜料理競賽」，將該競賽勝選之下酒菜，進駐活動會場，今年更首次至「沖繩」舉辦邀請賽，帶來異國口味，滿足大家的味蕾。</p> <p>(3)2016 大氣球遊行活動</p> <p>①由統一超商股份有限公司主辦，本府擔任指導單位，並提供活動相關之行政協助。</p> <p>②本活動至今已舉辦 11屆，本年度活動於 105 年 12月 17日在時代大道辦理完畢。本次大氣球遊行共有 OPEN 家族、海綿寶寶、蛋黃哥、卡娜赫拉的小動物、杯緣子、雪鈴兔波波等超過 23 組可愛卡通角色大氣球，讓民眾驚呼連連。</p> <p>③遊行隊伍中，由本市備受歡迎的騎警隊領軍，另曾參與本局所辦「吉祥物pk戰」活動之參賽單位，也派出吉祥物到場同歡。本活動共有超過 40 組、合計 1,500 人以上的表演團隊包含：競技啦啦隊、樂儀隊、舞蹈團、扯鈴隊、單輪車隊、職棒球隊等各式團體，搭配其隊伍之大氣球精彩演出，讓活動場域時代大道沿線人潮滿滿、絡繹不絕。</p> <p>(4)2016 OPEN! RUN 路跑</p> <p>①由統一超商股份有限公司主辦，本府擔任指導單位，並提供活動相關之行政協助。</p> <p>② OPEN! RUN 路跑活動一直是廣受全台民眾歡迎的熱門賽事，本活動已第四度在高雄舉辦，於 105 年 12月 18日辦理完畢。</p> <p>③路跑路線除原有的 3K 組路線，讓跑者得以大手牽小手與 OPEN 家族開心歡樂路跑外，更有 11K 組競賽路線，讓各地長跑好手前來挑戰，兩組報名人數也首度突破 1 萬人，成功吸引全台各地民眾前來參加本次盛會。</p> <p>(5)「2017 紫耀義大 義起愛你」夢幻立體煙火秀</p> <p>①由義聯集團主辦，本府擔任指導單位，提供煙火施放及消防安全、交通維持（含輸運接駁）等行政協助。</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、《KH STYLE 高雄款》電子期刊企劃發行</p>	<p>②煙火秀在義大世界登場，主要觀賞區為義守大學校園內。倒數計時1分鐘後，迎接2017新年到來，煙火施放全台最久、光彩奪目最絢爛，長達999秒。</p> <p>③據主辦單位統計，活動總計吸引超過10萬5千人聚集參加。天悅飯店及皇家酒店住房率全數客滿，消費購物銷售數字較2016年成長百分之五十，不但為高雄帶來可觀的經濟效益，也提升大眾運輸系統（捷運、公車、客運）跨年夜的載客量。</p> <p>(6)「愛sharing。2017高雄夢時代跨年派對」</p> <p>①由統一企業集團、統正開發(股)公司(夢時代購物中心)主辦，本府擔任指導單位，提供活動相關行政協助。</p> <p>②跨年派對在本市前鎮區時代大道登場，以DJ(音樂)+VJ(影像)視覺與聽覺揭開跨年派對，邀請陳彥允、林芯儀、JR、阿喜、孫盛希、台灣爽樂團、大支等7組藝人熱情開唱，由亞洲創作才女陳綺貞壓軸演出。</p> <p>③夢時代也開啟新的跨年倒數模式，以科技、創意結合夢時代藍鯨造型建築，打造繽紛炫目、長達6分鐘的3D光雕秀，挑戰觀眾雙眼極限，陳菊市長帶領市府團隊和現場觀眾一起跨年倒數，迎接全新的2017年。</p> <p>④經主辦單位夢時代統計，跨年派對現場吸引超過55萬人次參與，不但為高雄帶來可觀的經濟效益，也提升跨年夜高雄捷運、公車、計程車等公共運輸的載客量。</p> <p>1.《KH STYLE 高雄款》電子期刊企劃發行</p> <p>(1)《KH STYLE 高雄款》電子期刊每月發行，以介紹市政活動、都市風貌、人文風情、觀光旅遊、在地美食、藝文展演及地方特色等資訊為主，提供讀者認識高雄發展現況與願景，加強都市行銷。105年度共發行12期電子期刊，每期發送約4萬餘人次。</p> <p>(2)《KH STYLE 高雄款》電子期刊每期均上傳以下網路合作平台：聯合新聞網(雜誌-地方采風)、聯合電子報(地方采風)、中央通訊社(品閱雜誌)、中時電子報(雜誌-生活健康)、鉅亨網(台灣-旅遊雜誌)。</p> <p>(3)其他行銷：寄送端午節、父親節及中秋節電子節慶賀卡。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、《KH STYLE 高雄款》期刊編印</p>	<p>1. 《KH STYLE 高雄款》期刊編印</p> <p>(1)將每2期「KH STYLE 高雄款」電子期刊內容，擇其精華再編輯成紙本刊物，每雙月發行1期，定期寄贈機關學校、駐外單位、全國圖書館等單位提供閱覽，並放置機場觀光飯店、旅遊中心、觀光景點、各捷運站、藝術文化展演場所、本市圖書分館、連鎖餐飲、藝文空間等共約160個定點，供民眾免費索閱，105年度共發行6期，每期印量22,000本。</p> <p>(2)製作《KH STYLE 高雄款》雙月刊電子書上傳新聞局網站，提供民眾線上閱讀。</p> <p>2.透過社群媒體行銷推廣《KH STYLE 高雄款》電子及紙本期刊</p> <p>(1)透過高雄款Facebook粉絲專頁(粉絲人數超過30萬人)不定時分享期刊內容及連結。</p> <p>(2)透過高雄市政府LINE官方帳號(好友人數約68萬人)不定時分享期刊內容及連結。</p>
<p>三、發行《Maritime Capital 海洋首都》中英文雙月刊</p>	<p>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。</p> <p>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，放置地點包括桃園國際機場、高雄國際機場、高雄捷運站、本市觀光旅館、本市藝文場所如文化中心、美術館等，本市觀光飯店、美國在台協會高雄分處、日本交流協會新移民家庭服務中心、本市設有華語學習的大專院校等約84處地點，提供讀者免費索閱本刊物。</p> <p>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；此外，每期均上傳以下網路合作平台：聯合新聞網(雜誌-地方采風)、聯合電子報(地方采風)、中央通訊社(品閱雜誌)。</p>
<p>四、編印「2016 高雄市簡介」中、英、日和簡體中文版</p>	<p>1. 共發行、印製4種語言版本：繁體中文1500本、英文3000本、日文1500本和簡體中文版1000本。</p> <p>2. 著眼本市國際交流日益頻繁，及本市指標性「亞洲新灣區」各項建設(包括輕軌運輸)陸續完工，藉由新拍攝的圖片和文字，提升本市國際港灣城市的競爭力，期使國際友人了解本市發展現狀。</p> <p>3. 出版刊物致贈本市貴賓，或供本府各機關，民間單位或民眾申請使用。</p> <p>1. 透過「高雄款」臉書粉絲專頁，以生動活潑的文字、圖片或短片，分享高雄在地資訊，包含市府重大政策與建設、自</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>五、其他</p>	<p>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，並且發佈重要資訊，例如登革熱防疫快訊、防治登革熱新政策等。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，進而達到市政宣傳及城市行銷的加乘效應，截至106年1月中，粉絲人數超過30萬人。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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，目前加入好友數約68萬多人。</li> <li>3. 設計發行「2016暖冬遊高雄」EDM，共計2階段，整合本府網站首頁及本局行銷管道Line官方帳號及高雄款臉書粉絲專頁，介紹推廣本市105年11月~106年2月份（農曆春節期間）之大型活動，運用無遠弗屆的網路，以Email發送給各縣市民眾及市府機關學校同仁。</li> <li>4. 由花媽領軍，匯集全市20組共39隻吉祥物為主角，推出「2017高雄市年曆」，共印製30萬份，分送予民眾。</li> </ol>
<p>伍、廣播業務</p> <p>一、新聞採訪</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>2. 全程實況轉播高雄市議會第2屆第3次及第4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共269則。</li> <li>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。</li> <li>4. 尼伯特、莫蘭蒂、梅姬颱風期間，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共319則新聞。</li> <li>5. 加強報導登革熱、腸病毒、流感防治各項措施及市民應注意事項相關新聞。</li> <li>6. 加強報導亞洲新灣區「高雄輕軌」等重大建設新聞。</li> <li>7. 加強報導「工程查核績效全國第一」、「警政署治安督導評核高雄市獲評六都甲組第一」、「2016國家卓越建設獎高市府獲16項獎」、「高雄招商成果奪地方政府第一名」、「衛福部社福績效考核3度特優」、「西太平洋健康城市獎高市府獲獎全國第一」、「高市民專線獲評鑑金牌」、「動保評鑑全國第一」、「推動綠色交通運具」、「推動數位內容等新產業」、「陽光屋頂」、「屋頂立體綠化」、「推動婦女及生養孩子友善城市」、「普設公共托嬰中心」、「多元性別友善城市」、「無障礙宜居城市」、「高齡友善城市」、「殯葬服務業務革新」、「宗教活動友善環境」、「鳳山再生水廠動土」、「阿公店森林公園完工啟用」、「旗山糖鐵故事</li> </ol>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、節目製作</p>	<p>館啟用」、「崗山之眼園區動土」、「永安滯洪池啟用」、「205 兵工廠合作開發意向書簽署」、「原住民保留地權利回復」、「全國首例包租代管公共住宅完工啟用」、「和發產業園區廠商進駐」、「中央通過高雄捷運岡山路竹延伸線計畫」、「高市多元計程車率先全國上路」…等市政建設成果新聞。</p> <p>8. 配合舉辦「全台吉祥物 PK 戰@高雄」、「跨年活動」、「大汽球遊行」、「高雄過好年」、「高雄燈會藝術節」、「高雄廣播節」、「高雄國際馬拉松」、「內門宋江陣」、「端午龍舟賽」、「左營萬年季」、「鳳荔文化節」、「大崗山龍眼蜂蜜文化節」、「田寮奇幻月世界」等各區特色活動、「旗津黑沙玩藝節」、「高雄電影節」、「高雄春天藝術節」、「國際貨櫃藝術節」、「大港自造節」、「青春設計節」、「第 2 屆台灣國際遊艇展」、「全球港灣城市論壇」、「高雄嘉年華」、「高雄兒童月」等重要城市行銷及藝文活動，加強相關採訪或連線，並製播專題深入報導。</p> <p>9. 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. 參加 105 年廣播金鐘獎競賽榮獲「非流行音樂節目獎」，並獲 6 項入圍：非流行音樂節目主持人獎、綜合節目主持人獎、少年節目獎、少年節目主持人獎、兒童節目獎及企劃編撰獎等。</p> <p>2. 辦理「2016 高雄廣播節活動」以創新方式行銷市政：      含網路票選及廣播博覽會，10 月 12 日至 11 月 6 日為網路票選；11 月 12 日於中央公園舉辦 15 家廣播電台博覽會。</p> <p>(1) 網路票選      共 12 家電臺 35 個節目參加票選，26 個投票日累計總投票數 32 萬 5 千 227 票。</p> <p>(2) 廣播博覽會      11 月 12 日於捷運中央公園廣場舉行，15 家大高雄在地廣播電臺設攤參展，含警廣、Hit FM、快樂、教育飛碟南台灣之聲、鳳鳴、漢聲、民生、金聲、好事聯播網南方之音、港都、中廣、漁業、正聲及本臺。</p> <p>(3) 舞台活動      共有 13 家電臺提供 DJ live show 舞台表演節目、21 組民眾參加廣播明日之星選拔、民眾電臺闖關遊戲及我是 DJ 廣播體驗等。</p> <p>(4) 效益      活動當日參與人數共 3,123 人次。活動訊息在網路新聞露出約 210 筆資料。透過各參展電臺全力行銷，廣播觸及人口約 126 萬人次，臉書網路直播總收看人次 1 萬 4 千 135 次，YouTube 相關影片超過 60 則。</p> <p>3. 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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>民(印語及越語)、外籍勞工(菲、泰、印語等)、原住民、客語族群、兒童少年及長青族等節目共 988 集。</p> <p>(2)與客委會、社會局、勞工局、環保局及衛生局合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通，全年共 260 集</p> <p>(3)配合高雄過好年、春安工作、2016 高雄燈會藝術節、內門宋江陣、鳳荔文化節、登革熱反桶戰、甲仙芋筍節、高雄電影節、高雄戲獅甲、左營萬年季、高雄玉荷包啤酒節、旗津黑沙玩藝節、田寮奇幻月世界、美濃黃蝶祭、高雄跨年晚會等活動或重要施政，各節目加強口播及製播專訪、全方位行銷本府大型活動。</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 12 個社團參與製播 52 集節目，成功為弱勢團體發聲，節目收聽族群深入各界社團，合作社團如下：高雄市街友關懷協會、喜願協會、星星兒文教基金會、羅慧夫臚顏基金會、台灣消保會、小草關懷協會、高雄市兒童發展協會、高雄築夢關懷協會、台灣導盲犬協會、高雄市春陽協會、高雄市生命線及安德烈慈善協會。</p> <p>(5)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。全年製播 520 集。</p> <p>(6)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>(7)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>(8)因應颱風來襲本臺延長播音計有 7 月 8 日至 7 月 9 日尼伯特颱風、9 月 14 日至 9 月 15 日莫蘭蒂颱風及 9 月 27 日至 9 月 28 日梅姬颱風，延長為 24 小時播音，以提供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。</p> <p>4. 105 辦理 2 次全時段現場節目之擴大交通安全有獎徵答活動，宣導交通安全知識。</p> <p>5. 開放電臺參觀：內惟國小 2 梯次及三民高中共 3 次。</p> <p>6. 5 月 18 日至 6 月 13 日及 11 月 28 日至 12 月 20 日全程實況轉播高雄市議會市政總質詢。</p> <p>7. 錄製市政宣導節目 7 集於本臺網站供民眾觀看，增加</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三、設備維護管理</p>	<p>市政行銷面相。</p> <p>8. 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「登革熱防治」、「防H1N1新型流感／腸病毒」、「交通安全」、「檢肅貪瀆」、「肅清煙毒」、「公共安全」、「勞工安全」、「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。</p> <p>1. 擴大服務範圍，提升播音品質</p> <p>(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，並提升節目製播品質。</p> <p>(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。</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)本臺及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)各錄播音室清潔及系統測試保養。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>

重要施政項目	執行成果與效益