

高雄市政府新聞局 107 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. 依據兒童及少年性剝削防制條例規定，訂定「高雄市政府新聞局處理違反兒童及少年性剝削防制條例案件裁罰基準」，辦理平面媒體刊登違法色情廣告之處理。 2. 107 年度由警察局循線查獲違反性剝削事實，轉請新聞局裁處之違規廣告，共 30 件，未發現違法情事。 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。
<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，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 20 家，新聞局 107 年度實施電影片映演業臨場查驗 223 家次（含本市 107 年度電影片映演業之安全、衛生、消防等事項之聯合稽查）及影展 31 家次，共計查驗 254 家次，1 家次違反電影法相關規定，新聞局依法核處業者新臺幣 6 萬元罰鍰。 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，深化業者對於觀影民眾消費權益之重視。 3. 為落實媒體識讀、培養新住民觀影人才，並促進影視產業發展，分別於 107 年 5 月 12 日及 6 月 3 日辦理新住民導演阮金紅影視特映會及蔡一峰(新住民主題微電影)影視座談會。
<p>三、錄影節目帶業之輔導與管理</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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、MTV 是否依法實施影片分級制度。目前本市錄影節目帶業約 50 家，新聞局 107 年度共查察 94 家次，未發現違規情事。 2. 新聞局於查察同時輔導業者落實錄影節目帶分級制度，避免消費者越級觀看不合時齡之錄影節目帶，保護兒童與少年身心健全發展。
<p>四、有線電視系統輔導管理</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 107 年度加強有線電視系統輔導管理工作，每月查察系統業者插播廣告情形 120 家次，未發現違規情形。 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，107 年度計處理 190 件(慶聯 58 件、港都 53 件、鳳信 46 件、南國 24 件、新高雄 6 件，同時反映多家業者 3 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

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>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。</p> <p>4. 審議108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，季繳者折扣至少30元，半年繳者折扣至少90元，年繳者折扣至少240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. 督導各家有線電視業者於107年3月底前全面數位化，並將持續督導各業者於108年底前完成「基本頻道全面高畫質(HD)播出」之計畫。</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、三立綜合台MOD、三立國際台及VIDOL等播出，並上傳至YOUTUBE平台及台固媒體股份有限公司與凱擘股份有限公司旗下各有線電視公司【城市專區-高雄館】(約觸及167萬戶收視戶)，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--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，製作台語發音版，107年共製作國語發音12集、台語發音12集，另製作專輯節目方面，針對「大牆面彩繪壁吸睛，衛武迷迷村新亮點」、「陸海空體驗美景，海天一線高雄限定」、「拚轉變!重劃期數，面積居全球之冠」、「啟航!衛武營開幕重量級貴賓齊聚」、「哈瑪星新景點79米滑梯遊歷史景點」、「鐵路地下化，金川-華安街綠廊年底完工」...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>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"> ●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。 ●共製播50集節目，每集長度30分鐘。 ●除於本市公用頻道(CH3)播出，另上傳至YOUTUBE平台。 <p>玩客瘋高雄：發掘觀光旅遊及在地產業亮點，發揚大高雄在地多元產業、公共建設、地方文創、農村生活、原鄉特色等地方文化。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●行銷宣傳：開播記者會1場、行銷短片30秒於三立都會台、三

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>立電視臉書及官網宣傳，製作旅遊手冊電子書並上刊 PUBU 電子書城提供免費觀賞。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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、YOUTUBE、三立綜合台 MOD、三立國際台及 VIDOL 播放。 <p>2017 高雄內門宋江陣活動：為強化、豐富公用頻道節目內容及保存在地文化特色，於創意宋江陣頭決賽現場電視即時轉播並錄製周邊活動節目。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●行銷宣傳： <ul style="list-style-type: none"> a. 電視媒體：全國性頻道(三立台灣台、三立財經新聞台、三立國際台、三立新聞網)播出及公用頻道節目播出。 b. 社群媒體：Vidol 影音平台、YOUTUBE、Live. Me 直播社交平台播出。 c. 行銷短片託播：電視 30 秒廣告 1000 秒、10 秒廣告 206 檔、高捷月台 756 檔。 d. 公關議題操作：開幕決賽活動宣傳 2 場、全國性頻道跑馬字幕 5 則、SNG 節目即時傳輸 2 場。 <p>高雄防災通：提升市民災害防救知識、宣導防救災機制，強化民眾對各種災害防救災知識與應變能力。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●製播 15 集節目每集 3 分鐘（分國、台語版）與 1 集 30 分鐘精華（分國、台語版）。 ●除於公用頻道播出外，亦透過民視新聞台、新聞局 YouTube、高雄款臉書及 LINE 宣傳。 <p>(3)新住民相關節目：</p> <p>「看家-新住民返鄉拍攝培力計畫」：107 年 4 月 1 日至 5 月 27 日辦理「看家-新住民返鄉拍攝培力計畫」課程，總計 40 人次報名，36 人次結業並完成課堂實作影片，學員實作影片集結於 CH3 公用頻道播出。</p> <p>「看家-新住民返鄉拍攝腳本徵件計畫」：107 年 4 月 20 日至 6 月 8 日向全台新住民徵求以家鄉為主題之 5 分鐘公民報導影片腳本，共計收 10 件作品，並甄選出 3 位優勝者：黃淨植(新二代回大馬、享受幸福好滋味)、阮秋嫻(萬福絲綢村)及阮氏藥(越南小鎮：沙壩)，媒合渠等與影視公司合作拍攝「看家-新住民返鄉拍攝」合輯節目，11 月 18 日辦理「看家-新住民返鄉拍攝腳本徵件計畫」影片發表會，合輯節目則於 CH3 公用頻道播出。</p> <p>(4)培養市民新聞與媒體素養、提升市民知識與視野：</p> <p>義守大學錄製「2018 傳播與媒體生態學術研討會」專題演講與論文發表各一場於公用頻道排播(共 2 集，各 1 小時)。</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>3. 公用頻道行銷宣導</p> <p>(1) 平面媒體部分：</p> <p>其它刊物共 6 篇：</p> <p>a. 卓越新聞獎基金會刊登「公用頻道宣傳」1 篇。</p> <p>b. 義大論文集刊登「公用頻道宣傳」1 篇。</p> <p>c. 臺灣國際酷兒影展手冊刊登「公用頻道宣傳」1 則。</p> <p>d. INK 印刻文學生活誌刊登刊登「公用頻道宣傳」1 則。</p> <p>e. 「2018 感恩音樂會暨有線電視公用頻道宣導活動」DM 刊登「公用頻道宣傳」1 則。</p> <p>f. 「新下低碳社區推展暨有線電視公用頻道宣導」DM 刊登「公用頻道宣傳」1 則。</p> <p>配合重大活動宣導：製作環保提袋、束口背包、廣告筆等於各大活動現場發送，宣導公用頻道，107 年度計宣導 13 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>有線電視近用公用頻道宣導廣播廣告時段購置，於 107 年 10 月 29 日至 11 月 9 日於快樂電台等本市 13 家電台播出，共 949 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>1. 適時發布重大市政活動及市政建設成果新聞，107 年度共發布 771 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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>象。</p> <p>2. 5月7日與本府法制局合辦，召開重傷者和解執行成果記者會，說明本府與華運、榮化推動三方和解之具體成果，宣告和解工作階段性告終，允諾市府關懷陪伴不停歇，並感謝自救會和各方的支持包容，期許意外永不發生。</p> <p>3. 5月11日召開「三方協議和解法院判決誤解」記者會，針對法院判決結果予以澄清，向各界說明高雄市政府非案件訴訟當事人，並無管道能提供完整的和解資料，倘法院需本府提供相關數據與和解資料，義不容辭。</p> <p>4. 7月11日與本府捷運局合辦，召開「大眾運輸·綠色運具 輕軌建設不會停」5大放心方案向市民報告記者會，向市民說明，並回應美術館周邊居民疑慮，讓輕軌周邊相關設計更貼近民眾需求，亦配合市府大美術館計畫，除方便旅客參觀美術館園區外，同時也提升大美術館週邊市民的交通便利。</p> <p>5. 12月20日召開「第三屆第1次氣爆捐款專戶管理會-會後記者會」，向社會各界說明氣爆善款執行成果與工作交接事宜。</p> <p>6. 12月21日舉辦「招商 財政 市地重劃～為高雄留下永續發展資產」記者會，分別由經發、財政、地政局長簡報，說明12年來市府在招商、財政、市地重劃等方面的重大成果。</p>
<p>二、建立數位化新聞發布與聯絡管道</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>三、加強媒體服務及協助外賓拜會</p>	<p>1. 印製2018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。</p> <p>2. 5月10日協助安排外交部「政經記者團」參訪，計美國、加拿大、奧地利、法國等共14名記者，安排參訪地點為佛光山、智崙資訊股份有限公司、駁二藝術特區。</p>
<p>四、不定期舉辦新聞界人士聯誼</p> <p>五、加強記者聯繫</p>	<p>為增進本市媒體友善互動關係，107年度計辦理媒體記者聯誼46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>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>成立議會工作小組</p> <p>六、市政櫥窗</p> <p>七、每日新聞輯要</p> <p>參、政令政績宣導</p> <p>一、電子媒體</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>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，107年計剪輯網路即時新聞資料逾166,059則、蒐集電視新聞摘要44,361則，加強民意輿情蒐集、分析與反映工作，作為施政參考。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 辦理107年高雄市政活動廣告電視託播案，透過電視時段購置，安排高雄大型活動行銷、城市形象及交通安全等短片於全國電視頻道及時段託播，行銷本市重大軟硬體建設、優質生活環境、活力創意等國際宜居城市意象；並培養民眾養成遵守道路交通安全觀念。 2. 製作107年高雄城市行銷短片「高雄時刻」，呈現不同世代高雄人的視角，讓每個人都能找到屬於自己在高雄的燦爛時刻，內容兼顧城鄉並配合不同風景、建設、人文、政績等，將其區分為「人文篇」、「宜居篇」、「蛻變篇」數個篇章，並於高雄款臉書、推特、YOUTUBE、公用頻道、戶外電視牆及各大電視頻道播出宣傳。 3. 製作107年度大型活動行銷短片3支，包括2018台灣國際遊艇展在高雄、孤獨星球最佳旅遊城市及橋頭科學園區等行銷短片，並透過多元媒宣管道露出，讓民眾了解高雄經濟持續轉型，並廣邀民眾參與、行銷高雄。 4. 製播「高雄市城市轉型4,000天紀錄影片」，回顧12年高雄軟硬體建設的蛻變，如生態環境、整治河川、建構大眾運輸系統、產業升級等，紀錄高雄12年來重大事件發生的始末及城市轉型成果。 5. 辦理「都市水肺～滯洪池 宣傳短片製作」案，宣傳本府致力打造海綿城市，系統性地整治河川，改善水質，並加強排水防洪，尤其在滯洪池的建設更是率全國之先。短片並運用新聞局所轄影音通路播放，使市民瞭解高雄水利建設成果。 6. 製作「棧貳庫-旗津渡輪新航線」宣傳廣告短片，以強化宣傳「棧貳庫」；該歷史建築於本(107)年3月底開幕，針對自由行背包客推薦高雄觀光新航線、新景點、新玩法，提供民眾於夏季旅遊參考，並於高雄款臉書、推特、YOUTUBE、公用頻道、戶外電視牆及各大電視頻道播出宣傳。 7. 辦理107年高雄重大國際活動廣告電視託播案及城市行銷多媒體電視廣告購置案，針對本市主辦的「2018 港灣城市論壇」及「2018 電競世界錦標賽」等國際性活動，運用全國有線電視頻道廣告時段、MOD頻道廣告時段、高雄捷運及7-11多媒體電視，以觸及多元電視收視

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、平面及網路媒體</p>	<p>群，創造國際產業交流合作機會展現高雄城市形象。</p> <p>8. 辦理 107 年度招商成果宣導短片攝製案，為行銷本府連 3 年獲招商卓越獎肯定並積極招商引資，全力推動高雄產業轉型，透過影像短片製作與行銷，持續與市民朋友溝通，提升本市產業轉型及經濟發展翻轉形象。</p> <p>為形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. 水利建設成果：與平面雜誌合作，行銷本市將於年底達成 15 座滯洪池、326 萬噸的滯洪量，成為全國之最，並強化宜居、永續的城市意象，呈現各項水利建設成果。 2. 幸福科技城市：行銷本市科技幸福城市的意象，藉著報導與影音強化市民及閱聽者的認同，並製播東南亞留學生看高雄影片，展現高雄是一個友善外籍學生的城市，也是具多元文化包容的城市。 3. 新春旅遊介紹：配合高雄新地標崗山之眼於年初開幕，與平面通路合作介紹崗山之眼與周邊旅遊景點，提供民眾春節假期旅遊指南。 4. 太陽能光電：配合 4 月 22 日世界地球日議題，運用平面媒體刊登行銷本市友善環境的施政成果，並喚起大眾環保意識、愛護地球。 5. 夏季旅遊介紹：因應暑期將屆，規劃製作平面廣編行銷棧貳庫與旗津新航線遊程，提供民眾夏遊高雄新選擇。 6. 1999 高雄萬事通：透過 12 家平面媒體，宣傳 1999 市民服務專線的服務內容與項目，及開辦 10 周年來的成就，強化市民對 1999 的瞭解與認同。 7. 辦理「邁向海綿城市 高市建 15 座滯洪池」和「污水下水道接管率增 15% 高雄連兩年優等」等水利建設成果，並製作連結 QRcode，將影音嵌入廣編之中，運用網際網路無遠弗屆之傳播力及滲透力，讓市民得以運用數位或行動載具瞭解高雄水利建設成果。 8. 市政行銷：推動育兒長照、光電智慧、綠色廊道與運輸等，在市容景觀、產業轉型等方面亦有長足躍進變化，下半年舉辦國際性活動，有助於提升城市能見度，與發行量和閱報率居冠之平面媒體合作刊登「綠色運輸」廣告，使大眾更加瞭解本市的發展轉變與政策成果。 9. 宜居城市：運用平面媒體刊登，展現本市積極轉型產業型態、縮短城鄉差距，及建構安全宜居家園的用心。 10. 綠能運具宜居城市：運用 13 家平面媒體，宣傳綠能運具，連結南北高雄形成環狀路網，使運輸路網更便捷，同時提升觀光產值。 11. 秋季遊賞高雄：高雄觀光資源豐富，且交通便利，行銷高雄旅遊景點、美食與中秋賞月等活動，吸引民眾遊賞高雄，創造與提升高雄的觀光經濟效益。

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三、多元媒宣</p>	<p>12. 市地重劃成果，亞洲新灣區開發：運用 8 家平面媒體，宣傳使更多市民瞭解市地重劃取得公共設施用地，可以落實漲價歸公，減輕財政負擔，帶動城市的進步發展，創造公共利益。</p> <p>13. 長照 2.0 政策：運用廣告通路，讓更多民眾了解長照 2.0，瞭解本市關心且照顧長者的用心，並善用本府所提供安心、安全、健康照顧的資源，使長者獲得妥善的長期照顧服務。</p> <p>14. 台灣國際遊艇展：運用網路通路，強化活動能見度。</p> <p>15. 市政網路行銷：規劃與網路媒體合作，運用網路廣告，行銷本市招商促參成果及宣導高雄城市進步與轉型。</p> <p>16. 市府招商成果及新南向政策網路行銷：透過 16 家網路媒體刊播市府所製作招商影片及新住民返鄉拍攝影片。</p> <p>1. 運用臺鐵高雄站跨站文化棧道 7 座燈箱廣告，以「速度的高雄」為主題，以提升高雄城市形象，擴大市政建設、活動行銷宣傳。</p> <p>2. 運用本市 37 處（40 面）刊掛戶外帆布廣告，強化民眾道安觀念，及行銷宣傳本市市政活動暨建設。</p> <p>3. 辦理「反毒公益宣導合作案」，藉由在校園擁有超高人氣、受歡迎創作歌手及健康正面具影響力的代表人物—畢書盡擔任高雄市反毒大使，配合毒品防制政策，有效宣導防毒、反毒、拒毒，建立青年朋友與學生族群反毒意識。</p> <p>4. 因應暑期到來，年輕學子常去海邊戲水，且夏日高溫用電量倍增，並預防登革熱疫情蔓延等市政議題，為使用民眾建立正確的觀念，減少意外事故發生率，運用廣播通路強化宣傳，呼籲市民朋友注意各項規定，以維護生命財產安全。</p> <p>5. 為加強宣傳本府青創平台與相關補助優惠措施，規劃製作「返鄉青年創業」行銷案，運用平面廣編、網路影音專題製播等多元方式，以實際個案強化政策能見度與認同。影音專題亦於高雄款臉書、公用頻道等通路宣傳。</p> <p>6. 運用台灣高鐵、41 面公車候車亭及大型帆布(地點：中正體育場北側)，刊登(掛)市政行銷廣告，為配合各局處重點施政成果與政策，本府 107 年 9 月及 11 月舉辦國際港灣城市論壇、電競世界錦標賽等國際活動，藉此提高市政宣導效益，打造國際城市意象。</p> <p>7. 辦理「反毒公益宣導合作案」，藉由在校園擁有超高人氣、受歡迎創作歌手及健康正面具影響力的代表人物—畢書盡擔任高雄市反毒大使，配合毒品防制政策，有效宣導防毒、反毒、拒毒，建立青年朋友與學生族群反毒意識。</p> <p>1. 8. 專輯短片製作暨多元通路整合行銷案 (1)市地重劃成果：運用市地重劃短片專輯製播，呈現一甲子以來的重劃成果，讓更多人看見高雄城鄉的轉變和風華。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>四、國際行銷</p>	<p>(2)重大工程建設成果：運用多元通路整合行銷宣導，呈現各項建設的用心與成果，提升市民的認同感與光榮感。</p> <p>(3)高雄環狀輕軌建設：運用短片專輯製播暨多元媒宣管道，展現本市營造宜居城市的用心和成果，並提升民眾使用大眾運輸習慣及提高對輕軌支持度，增加未來營運效能。</p> <p>(4)水利建設成果：運用網路平台及多元媒宣管道宣傳本市水利建設成果與轉變。</p> <p>1. 運用高雄市政府官方 twitter(@KaohsiungCity)帳號，提供以英、日、東南亞國家語言為主的城市訊息供國際人士瀏覽，進而達到議題創造、快速轉發的效果。並與網路影音達人及部落客合作，行銷高雄城市魅力。</p> <p>2. 辦理 107 年國際媒體行銷廣告案，透過多元國際媒體行銷管道宣傳，包含國際電視頻道廣告、機場燈箱、電子看板、網路媒體廣告等，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。同時，配合新南向政策，持續吸引東南亞國家旅客前來，亦透過各種廣告宣傳，強化高雄形象，提升國際能見度。</p> <p>3. 辦理「2018 東南亞網路影音達人高雄行銷案」，邀請東南亞國家網路達人至高雄拍攝影音遊記與城市發展，且撰文上傳網路社群媒體，並(Hashtag)#kaohsiungstyle，希望藉由知名影片播放平台或社群網站之快速點擊效率，增加高雄曝光度，創造網路能量，提升高雄國際知名度。</p> <p>4. 辦理「2018 電競世界錦標賽國際媒體宣傳案」，2018 電競世界錦標賽 11 月首次於台灣舉行，吸引約 50 國、700 位選手及外國嘉賓蒞臨高雄，透過於海外網站刊登國際媒體宣傳，除宣傳活動本身，同時行銷本市電子競技產業發展現況與未來願景。</p> <p>1. 媒體宣傳</p> <p>(1)運用報紙發行的農民曆刊登「不酒駕」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，廣告效益長達一年。</p> <p>(2)運用 10 家平面媒體刊登廣告，宣導主題為「107 年春節交通疏導資訊」。</p> <p>(3)運用 11 家平面媒體，宣導「酒駕防制」，呼籲酒前酒後不駕車，以減少交通事故，維持行車安全和交通秩序。</p> <p>(4)加強宣導「不超速」道路交通安全觀念，委託 11 家網路媒體，連結刊播道安宣導短片。</p> <p>(5)運用 10 家網路媒體，宣導「春節交通 FUN 心 GO」。</p> <p>(6)製播 107 年度交通安全廣播宣導節目，加強宣導道路交通安全政</p>

重要施政項目	執行成果與效益
五、交通安全宣導	<p>策與維持良好交通秩序，透過廣播電台以廣告、專訪、口播等方式，進行全年道安廣播宣導，宣導主題包括機車安全、路口停讓、不酒駕、勿使用手機、大型車安全、高齡者安全及新法規等，藉由電台製播創意，向市民宣導正確的道安觀念。</p> <p>(7)運用 11 家廣播電台，辦理道路交通安全廣播行銷，宣導路口停讓及高齡者交通安全。</p> <p>(8)運用高雄市公車車體刊登「高齡者安全」道安廣告，公車路線行經商圈、市場、影城、百貨公司、大賣場、醫院、社區等人潮眾多之區域，藉由公車移動式特性，加強道安宣導，提高宣導效益；於本市港都客運、東南客運、漢程客運及統聯客運等 4 家客運公車，刊登 30 面車體道安廣告。</p> <p>(9)運用高雄捷運站長廊布旗、車廂刊登「高齡者安全」廣告，提醒長輩不違規使用道路，請走行人穿越道等觀念。</p> <p>(10)運用 6 家網路媒體廣告連結「你和我想的不一樣」道安宣導短片，透過網路分享及轉載，增加影片曝光，倍增宣傳效益。</p> <p>(11)辦理機車交通安全短片徵選活動，以競賽方式吸引具有創意、才華的年輕學子，透過鏡頭從不同面向表現交通安全議題，並在拍攝過程中更瞭解交通安全重要性，深耕學生交通安全教育。</p> <p>(12)購置「保溫瓶」、「工具組」、「隨身碟」、「伸縮型 USB」、「馬克杯」、「帆布袋」等道安宣導品，宣導大型車交通安全、不酒駕、高齡者交通安全、不超速、路口停讓等主題，適時於宣導活動贈送參與民眾，強化道安觀念。</p> <p>2. 製播宣導短片：</p> <p>拍攝「他還在等你回家篇」及「你和我想的不一樣篇」交通安全宣導短片 30 秒 2 支、濃縮版 20 秒 2 支。</p> <p>3. 活動配合：</p> <p>配合各局處都市行銷或民間自辦等活動，透過有獎徵答等方式，致贈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 8 場次：配合生態交通日、2018 虛實共感印象橋頭(橋見歷史)系列活動、文康休閒宅急便~放送福利在社區、岡山羊肉節、仁武悠遊埤塘秋之紅菱饗宴、高雄廣播節、大寮紅豆節及大樹扶輪社大樹舊鐵橋濕地園區公益活動，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。</p>
六、辦理城市行銷活動	<p>1. 辦理「高雄宜居·移居高雄—看見另一個精彩」分享會：</p> <p>(1)9 月 29 日 13:30-17:00 於台北富邦國際會議中心辦理完畢。</p> <p>(2)邀請「移回」或「移居」高雄的創業青年：孫介珩、莊承翰、曾湘樺、</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>江淑媛等人分享親身經驗，並由知名作家苦苓擔任主持人，一次了解「高雄」如何挺你的夢想，更加了解高雄的移居/宜居資源。</p> <p>(3)含網站、短片、直播、刊登平面刊物、精華影像剪輯等相關行銷。</p> <p>(4)現場逾 70 人參與；影像直播創造逾 9,956 次觀看。</p> <p>2. 辦理「高雄遊戲趴」系列活動</p> <p>(1)2018 年高雄舉辦「全球港灣城市論壇」及「第十屆 IESF 世界電競錦標賽」，藉此機會結合港灣城市轉型成果、電子遊戲、音樂等元素，辦理「高雄遊戲趴」系列活動，以「樂高雄」桌上型遊戲（桌遊）、「翻轉高雄 GO!GO!GO!」手機遊戲（手遊），以及桌遊爭霸賽、電玩音樂會等活動，呈現近年來高雄港灣城市轉型的過程與成果，讓市民及國際友人透過桌遊、手遊、電玩音樂會一同見證高雄港灣城市的新風貌。</p> <p>(2)活動內容有：</p> <p>「樂高雄」桌遊：名稱取英文 Love Kaohsiung 諧音，是好玩又容易上手的反應類遊戲，也是第一款以建設大高雄為主題設計的桌遊，共有 20 個關卡（景點），玩家將在遊戲中扮演一同建設高雄的推手，藉由收集各種資源的方式，完成高雄各文化景點及建設，不但娛樂性十足，也能讓人勾起對高雄的回憶，並見證高雄近 10 年來的轉變。</p> <p>「翻轉高雄 GO!GO!GO!」手遊：高雄第一款運動反應類手遊，共有 12 個關卡（景點），玩家透過關卡承接掉落物品，瞭解該景點的特色，並藉此累積分數，排名前 800 名的玩家，還獲得 10 月上旬的電玩音樂會門票，享有優先進場的待遇。</p> <p>玩「樂高雄」桌遊爭霸賽：9 月 30 日於高雄捷運美麗島站光之穹頂辦理，網路報名推出不到半日立即額滿。時下真實與虛擬世界並行，多少人週末假日休息時間當低頭族，家人、朋友與伴侶間少了許多親密的互動，希望透過桌遊爭霸賽，邀請市民、網友週末不插電一同享受真實快樂的互動時光。</p> <p>High!高雄電玩音樂趴：10 月 6、7 日於海洋文化及流行音樂中心 3 號小鯨魚辦理。結合音樂、影像並運用炫目的舞台技術與現場觀眾互動，邀請畢書盡、八三夭、陳零九、荒山亮、女孩與機器人、闊樂集、新古典室內樂團、藍色狂想 Super Band、亦帆等卡司，並加入 AR 體感互動，拉近舞台與觀眾的距離。</p> <p>(3)活動效益：</p> <p>活動期間觀賞與觸及人次近 120 萬（含活動現場、網路）</p> <p>活動時間不到一個月，媒體總聲量共露出 60 則（含網路、電子、平面）。</p> <p>活動整體效益近千萬（媒體效益 350 萬元+經濟效益 600 萬元）。</p> <p>3. 結合民間資源合作的活動：</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(1)2018 第九屆 7-ELEVEN 高雄啤酒節</p> <p>由統一超商股份有限公司、寬寬整合行銷股份有限公司主辦，新聞局與經發局共同為協辦單位。</p> <p>7月6日至8日於高雄夢時代正對面廣場，已邁入第10年的啤酒節，以啤酒、音樂、美食、科技，打造全台最大啤酒音樂節，年年吸引全台上萬名民眾共襄盛舉，已經成為每年高雄、甚至全台最具代表的夏日戶外大型節目之一，今年適逢2018世足賽的八強賽，透過3面大螢幕轉播賽事，並搭配第六屆高雄下酒菜料理競賽推廣，三天累計人次共超過37,000人參與。</p> <p>(2)《英雄聯盟》「2018六都電競爭霸戰」</p> <p>由世代傳媒股份有限公司[上報]主辦，六都市府列名指導單位。高雄場於8月6日至9日舉行一連串的線上比賽，並於8月11日在高雄捷運美麗島站光之穹頂大廳舉行線下賽(高雄決賽)，現場開放民眾前往觀賽，吸引1500人次的電玩迷參加。</p> <p>六都電競爭霸戰總計有160個報名隊伍、1000多位選手、總計六都線上及線下高達200多場賽程，全國總決賽於8月25日假臺北信義Neo Studio展演館舉行，代表高雄出賽的「恩母17」在六都電競爭霸賽拿下全國總冠軍名次，抱走新台幣1百萬元獎金。</p> <p>(3)2018 OPEN!大氣球遊行活動</p> <p>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>本活動至今已舉辦13屆，本年度於106年12月15日在時代大道辦理完畢。本次大氣球遊行共有OPEN家族、正能量企鵝、馬來貘等23顆可愛卡通角色大氣球以及超過30組、千人以上的表演團隊，沿著時代大道精彩演出，讓民眾驚呼連連。</p> <p>(4)2018 OPEN! RUN 路跑</p> <p>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>OPEN! RUN 路跑活動一直是廣受全台民眾歡迎的熱門賽事。本活動已第六次在高雄舉辦，於107年12月16日辦理完畢。</p> <p>路跑路線有3K組、6K、11K三組，報名人數衝破12,000人。</p> <p>(5)「2019紫耀義大 義起享樂」3D藝術跨年煙火秀</p> <p>由義聯集團主辦，新聞局擔任指導單位，召開有關煙火燃放消防安全、交通維持(含輸運接駁)協調跨局處會議等行政協助。煙火秀在義大世界登場，主觀賞區為義守大學校區。23:59倒數計時1分鐘後，迎接2019新年到來，煙火燃放999秒(全國最長)。</p> <p>據主辦單位統計，活動總計吸引超過15萬人聚集參加，提升大</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、《高雄款》電子期刊企劃發行</p> <p>二、《高雄款》期刊編印</p>	<p>眾運輸系統(捷運、公車、客運)跨年夜的載客量。</p> <p>(6)「2019 愛·sharing 高雄夢時代跨年派對」 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。 跨年派對卡斯陣容堅強，由浩角翔起、Janet、艾力克斯擔任主持人，更邀請周湯豪、八三夭、安心亞、黃小琥等多位最受歡迎的歌手同台接力演出。倒數時刻，韓國瑜市長帶領市府團隊和市議會團隊、現場觀眾一起跨年倒數，迎接全新的2018年。</p> <p>③電視轉播(民視無線台)收視全國第二，民視無線台與民視第一台收視總人口為4,082,000人；網路直播(含YouTube、Facebook、四季視頻網、APP民視線上等)1,645,314觀賞次數(主辦單位提供)。</p> <p>1.《高雄款》電子期刊每月發行1期，全年發行12期，107年共發行12期。以介紹高雄都市風貌、人文風情、觀光旅遊、在地美食、藝文及地方特色等資訊為主，提供多面向認識高雄，加強都市行銷。</p> <p>2.《高雄款》電子期刊每期發送高市府員工、既有訂閱戶，以及上傳網路合作平台：聯合新聞網、聯合電子報、中時電子報，每期觸及人數約60,000人。《高雄款》電子期刊網站107年1月-12月共12期點閱率共計432,450次。</p> <p>1. 每2期《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，107年共發行6期，每期印製23,850本。</p> <p>2. 每期寄贈機關學校、駐外單位、全國圖書館等單位提供閱覽，並派送至全台約300個地點(包含景點、旅遊服務中心、機場、各式車站、藝文場</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>所、書店等)、擴及台澎金馬共 19 個縣市，供民眾索閱，並製作成電子書上傳網站供民眾線上閱讀。</p> <p>3. 媒體行銷與推廣活動：</p> <p>(1) 透過高雄款 Facebook 粉絲專頁、高雄市政府 LINE 官方帳號等社群媒體，不定期分享期刊內容及連結。</p> <p>(2) 107 年辦理 2 場高雄款分享會，拓展城市行銷。分別在 5 月 26 日誠品書店高雄大遠百店辦理「從異鄉到家鄉」分享會、10 月 20 日台北敦南店辦理「高雄女力」分享會，限於場地，參加人數每場限額 200 人，2 場分享會分別透過高雄款 FB 直播分享。</p> <p>三、發行《KH Style》英文雙月刊</p> <p>1. 以英、日文報導本市活動、重大建設、觀光旅遊資訊等，期使居住本市的外籍友人、來台觀光旅遊的國際背包客、新住民等，藉由本刊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 119 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、聯合電子報，並授權中央通訊社 Focus Taiwan 使用圖文。</p> <p>四、其他</p> <p>1. 截至 108 年 1 月 3 日止，新聞局官方臉書粉絲團有 353,000 人，以活潑、跳脫官方樣版的內容，即時宣導行銷高雄市吃喝玩樂、節慶活動、市政建設、社會福利等各種訊息，完整呈現高雄的魅力；並透過專頁、訊息回覆，形成市政溝通的橋梁。</p> <p>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，截至 108 年 1 月初加入好友數約 88 萬多人。</p> <p>3. 印製《靠這本搞定亞洲新灣區》旅遊專刊 1 萬本並於 107 年 10 月 5 日辦理新書分享會，超過 100 人參與；會後引起民眾廣大回響，並有高雄美國學校及國家圖書館等單位主動聯繫索取專刊。</p> <p>4. 印製 2019 高雄市年曆：設計理念為使用不同軟性材質製作，並從環保概念出發，在年曆張貼使用後，可經過簡單裁剪、縫合後成為”環保袋”延續實用功能，並於 107 年 12 月 21 日上午 9 時於四維、鳳山行政中心及 38 個區公所同步分送予民眾。</p>	<p>所、書店等)、擴及台澎金馬共 19 個縣市，供民眾索閱，並製作成電子書上傳網站供民眾線上閱讀。</p> <p>3. 媒體行銷與推廣活動：</p> <p>(1) 透過高雄款 Facebook 粉絲專頁、高雄市政府 LINE 官方帳號等社群媒體，不定期分享期刊內容及連結。</p> <p>(2) 107 年辦理 2 場高雄款分享會，拓展城市行銷。分別在 5 月 26 日誠品書店高雄大遠百店辦理「從異鄉到家鄉」分享會、10 月 20 日台北敦南店辦理「高雄女力」分享會，限於場地，參加人數每場限額 200 人，2 場分享會分別透過高雄款 FB 直播分享。</p> <p>1. 以英、日文報導本市活動、重大建設、觀光旅遊資訊等，期使居住本市的外籍友人、來台觀光旅遊的國際背包客、新住民等，藉由本刊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 119 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、聯合電子報，並授權中央通訊社 Focus Taiwan 使用圖文。</p> <p>1. 截至 108 年 1 月 3 日止，新聞局官方臉書粉絲團有 353,000 人，以活潑、跳脫官方樣版的內容，即時宣導行銷高雄市吃喝玩樂、節慶活動、市政建設、社會福利等各種訊息，完整呈現高雄的魅力；並透過專頁、訊息回覆，形成市政溝通的橋梁。</p> <p>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，截至 108 年 1 月初加入好友數約 88 萬多人。</p> <p>3. 印製《靠這本搞定亞洲新灣區》旅遊專刊 1 萬本並於 107 年 10 月 5 日辦理新書分享會，超過 100 人參與；會後引起民眾廣大回響，並有高雄美國學校及國家圖書館等單位主動聯繫索取專刊。</p> <p>4. 印製 2019 高雄市年曆：設計理念為使用不同軟性材質製作，並從環保概念出發，在年曆張貼使用後，可經過簡單裁剪、縫合後成為”環保袋”延續實用功能，並於 107 年 12 月 21 日上午 9 時於四維、鳳山行政中心及 38 個區公所同步分送予民眾。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>伍、廣播業務</p> <p>一、新聞採訪</p>	<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2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共214則。 3. 報導防洪、治水、救災工作、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。 4. 0822豪雨期間市府災害應變中心一級開設，加強報導豪雨動態、即時災情、防災、救災以及災後重建、補助等相關新聞至少38則。 5. 加強報導非洲豬瘟、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。 6. 加強報導重大建設新聞，包括：前瞻基礎建設計畫、衛武營國家藝術文化中心、鳳山運動園區、捷運岡山路竹延伸線、鐵路地下化、岡橋污水處理廠、水平旋轉大港橋等。 7. 加強報導市政建設成果新聞，包括：「高市教育局與印尼雅加達臺灣學校簽署MOU」、「亞洲第一艘全新電力渡輪高雄啟用」、「環保局小型掃街車小港上路」、「鳳西溜冰場啟用」、「高雄燕巢鳳雄社區據點揭牌」、「全國第一所榮家日照據點楠梓營運」、「高雄AI人才培訓基地揭牌」、「鳳山水資源回收中心通水」、「黃1捷運先導公車上路」、「高雄市首創油電車洗街啟用」、「高市鐵路地下化園道工程動土」、「以住代護高雄眷村重生」、「高雄青年參與式預算工作坊啟動」、「高市獲106年城市好旅宿特優首獎」、「鳳儀書院夜間照明榮獲國際照明優秀獎」、「高市獲106年度直轄市公共管線資料庫管理優等獎」、「高雄市政府海污防治績效再獲全國優等」、「全國原住民族語戲劇競賽 高市三冠王」、「第五屆教育部藝術教育貢獻獎高市獲6大獎」、「高雄市7校入選教育部中小學數位學習深耕計畫」、「高市運動發展局掛牌成立」等。 8. 配合以新聞或專題報導重要城市行銷及藝文活動，包括：「高雄鳳荔季」、「見城計畫見城實境遊」、「高雄遊艇展」、「高雄過好年商圈聯合行銷」、「大港自造節」、「高雄哈客嘉年華」、「宋江陣系列活動」、「高雄愛河端午龍舟嘉年華」、「世界海洋日活動」、「高雄下酒菜料理競賽」、「市境之南樹迎曙光活動」、「2018旗津黑沙玩藝節」、「MIZUNO高雄馬十週年」、「茂林紫蝶季」、「原住民族月系列活動」、「全國古蹟日歷史散步小旅行」、「2018甲仙芋筍節」、「高雄啤酒音樂節」、「海洋小學堂漁村文化體驗活動」、「苓雅國際街頭藝術節暨街舞大賽」、「全台最長溜滑梯在哈瑪星」、「拉阿魯哇族新書《貝神的召喚》出爐」、「看家-新住民返鄉拍攝腳本徵件計畫」等。 9. 製播「Live943新聞晚報」、「高雄十分話題」等深入報導新聞性節目及

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、節目製作</p>	<p>「高雄傳真」地方特色節目。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 參加第53屆廣播金鐘獎競賽榮獲3項入圍。林利入圍兒童節目主持人獎；李可入圍音效獎；新住民主持人阮氏貞、徐閻芸及劉麗娜入圍社會關懷節目主持人獎。 2. 辦理廣播行銷活動： <ol style="list-style-type: none"> (1) 107年7月5日及6日辦理「2018少年DJ夏令營」活動，二梯次共50位學生參加，培訓少年廣播人才。 (2) 辦理「2018高雄廣播節」活動，以創新方式行銷市政，包括：金曲票選、廣播講座、廣播嘉年華及最愛金曲演唱會。 <ol style="list-style-type: none"> A. 邀集15家在地廣播電台參與，共同挑選出122首1970到1980年代的國台語暢銷金曲，透過「2018高雄廣播節」臉書粉絲專頁供歌迷票選。總計參與人數為4,760人次。 B. 辦理兩場廣播講座： <ol style="list-style-type: none"> ◎第1場「因為愛，所以不離不棄」：10月27日14:30-16:30於李科永紀念圖書館，邀請資深廣播人丁村(金聲電臺前董事長暨資深節目主持人)、曾平(高雄電臺資深節目主持人)及曾安圻(快樂電臺臺長暨資深節目主持人)分享廣播人生的點滴。 ◎第2場「今夜未眠 星辰再現—我的廣播歲月」：11月3日14:30-16:30於高雄文學館，邀請港都電臺董事長暨知名節目主持人倪蓓蓓主講。 C. 廣播嘉年華於11月10日在高雄市文化中心圓形廣場舉行，共15家電台共同設攤，進行DJ相見歡、闖關遊戲等活動。 D. 11月10日晚間7時起「最愛金曲演唱會」，由于櫻櫻、葉佳修、清新合聲知己二重唱、藍色狂想樂團以及pub唱將Rita等歌手，現場Live演唱1970-1980年代膾炙人口的懷念金曲，與民眾共同回味青春時代的酸甜苦辣記憶。金曲演唱會及廣播嘉年華參與人次計2,520人次。 3. 節目製播多元化 <ol style="list-style-type: none"> (1) 為關懷弱勢族群，製播關懷身心障礙、同志議題、新移民(印語、越語及柬埔寨語)、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2030集。 (2) 與客委會、社會局、原民會、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。 (3) 配合2018大樹龍目井鳳梨路跑嘉年華、港和國小「0131月全蝕」觀察活動、2018葵花迎賓滿杉林、高美館「感動狗展覽暨大福旺旺來春節活動」、美濃區立體版名畫田園地景藝術、2018全國客家日慶祝活動、2018高雄婦女節活動、啦嚕哇族

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>的祭典、打造高雄友善城鄉環境計畫及國家清潔週活動、2018 高雄內門宋江陣-陣在高雄與誰爭鋒、2018 台灣國際遊艇展、婦女節系列活動、高雄老人研究發展中心-家庭照顧者外部支持論壇及展示活動、2018 南社嘉活動、高雄市婦女權益促進會推動 20 年成果、高雄老人研究發展中心-家庭照顧者外部支持論壇及展示活動、兒童節系列活動、高雄市母親節美力媽媽慶祝活動、2018 台灣國際扣件展在高雄、2018 高雄市旅行公會國際旅展、愛發芽-特教孩童完成夢想活動、兒童安全日活動、高雄市國慶活動、高雄客家文物館 20 周年館慶、2018 高雄國際食品展、登山街 60 巷歷史場域與長滑梯啟用、創客嘉年華暨客家音樂會、體感科技產業 Kosmospot 奇點站及電競大賽系列活動、2018 國際身障日活動、2018 國際農業週及漁業展、2018 高雄市原住民故事館聖誕嘉年華會、高雄市新車大展、2018 全球港灣城市論壇、高雄遊戲趴、大氣球遊行、反賄選、九合一選舉、市長就職及跨年晚會等活動或重要施政，製播節目專訪及節目配合口播等，全方位報導行銷本市大型活動。</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，共徵選 24 個社團參與製播 105 集節目，為弱勢團體發聲。節目收聽族群遍及各界，合作社團如下：</p> <p>弘道老人福利基金會、牧愛生命協會、兒童福利聯盟、社團法人高雄市社區大學促進會、台灣國際家庭互助協會、自閉症協進會、善牧基金會、方舟就業協會、高雄市新住民互助發展協會、高雄市身心障礙團體聯合總會、高雄市新移民社會發展協會、高雄市關懷海洋性貧血協會、芥菜種會、台灣癌症基金會、高雄市綠繡眼發展協會、法律扶助基金會、高雄市基督教女青年會、快樂堤心理協會、家扶基金會、南高雄家扶中心、吉祥臻社會福利事業基金會、林柔蘭社會福利基金會、高雄市天晴女性願景協會、高雄市基督教家庭服務協會、高雄市私立慈暉關懷學園。</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。另與國立高雄科技大學合作製播「打狗英語通」節目，週一至週五播出，對強化聽眾外語能力甚有助益。</p> <p>(6) 每日製播 170 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」節目單元時段，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、聯合醫院、大同</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三、設備維護管理</p>	<p>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6月13日、6月19日、7月1日、8月22日豪雨(8月24日至29日期間延長24小時播音)及9月9日山竹颱風豪雨，各節目口播並密集插播防災宣傳帶，內容含雨天行車安全、即時路況、救災即時訊息、疏導排水孔、領沙包防淹水、救助撥打1999、停班停課、開放臨時停車場、高雄防災通即時查詢系統等。</p> <p>5. 107年辦理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>6. 開放電臺參觀 5月15日、5月22日、5月29日內惟國小共6班，及5月16日原住民族部落大學師生參觀高雄廣播電臺。</p> <p>7. 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「非洲豬瘟」、「防疫」、「防腸病毒」、「防酒駕及交通安全」、「節約用水」、「新移民服務」、「太陽能政策及綠能城市」、「重大活動」、「城市行銷」、「大眾運輸」、「檢肅貪瀆」、「肅清煙毒」、「公共安全」、「勞工教育」、「防治登革熱」、「稅務宣導」、「人口政策」、「勞工安全衛生」、「社會福利及安全」、「人權」、「生態環保」、「防溺」、「防火」、「菸害防制」、「調解委員會」、「消費者保護」、「犯罪被害人保護」等事項。</p> <p>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)豪雨颱風期間電力中斷，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。</p> <p>2. 嚴密維護保養機器，提高設備使用效能 (1)高雄電臺及電臺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)各錄播音室清潔及系統測試保養。 (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>

重要施政項目	執行成果與效益
	(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。