

高雄市政府新聞局 109 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"> 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。 持續加強查察報紙等平面廣告，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。 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。 本市電影片映演業共計12家，新聞局109年度實施電影片映演業臨場查驗230廳次（含本市109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24廳次，共計查驗254廳次。 為維護觀影民眾消費權益，新聞局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。 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。 本市錄影節目帶業約30家，新聞局109年度共查察50家次，均符合相關規定。 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，以保護兒童與少年身心健全發展。 109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，均符合相關規定。 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，109年度計處理374件（慶聯54件、港都40件、鳳信41件、南國25件、新高雄12件，同時反映多家業者2件，其他屬不明纜線者199件）。 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

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容，加強城市行銷、宣導社區發展成果</p>	<p>成，以保障市民收視、消費權益。</p> <p>4. 審議110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. 協助各家有線電視業者配合中央流行疫情指揮中心於防疫期間播送各項防疫訊息。</p> <p>6. 有線電視全面數位化後，為使收視戶享受數位紅利、促進公益回饋及行政效率，鼓勵有線電視業者提供創新服務，帶動數位匯流產業發展，109年核定補助共3案(慶聯、港都及鳳信各1案)，經費合計210萬9,067元。</p> <p>7. 109年11月6日舉辦「109年高雄市有線廣播電視產業發展研討會」，匯集產、官、學、民等多方之意見，共同為有線電視產業轉型與升級匯聚願景。</p> <p>8. 辦理本市有線電視收視滿意度調查，瞭解市民收視習慣及相關資訊，成果並提供各業者參考，提升服務品質。</p> <p>1. 為行銷高雄在地文化特色，促進觀光產業發展，攝製多元豐富節目於本市公用頻道(CH3)播放。</p> <p>2. 為強化城市行銷，部分節目安排於全國性頻道播出，另上傳至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：</p> <p>高雄進行式：針對本市在地市政活動，製作新聞專題節目，本年共製作22集節目、66則專題。另針對「整合疫情問題 高市單一窗口服務」、「全新YouBike2.0 6月16港都上路」、「高市首座失智照顧園區 落腳大樹」、「全台第一跨港旋轉橋 高市啟用」、「高市智慧公車APP 啟用十年好便利」、「高雄跨年交通與美食」、「慶高雄跨百光年，港灣三舞台尬陣」…等重要市政議題進行專題報導，並同步上傳臉書、YouTube及市府中庭電視牆露出，提供民眾即時市政資訊。</p> <p>(2)行銷在地特色休閒旅遊節目：</p> <p>①愛在高雄：節目規畫涵括高雄在地文化、社福公益及社區營造及弱勢關懷等，讓市民認識更多在地深耕奉獻的公益社團及社造成果，以發揚高雄在地熱情，讓愛與關懷傳遞到每個</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>角落。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●行銷宣傳：20 秒行銷短片於有線電視台播出、捷運車廂廣告、FB 臉書廣告投放宣傳。 ●共製播 40 集節目，每集長度 30 分鐘。 ●於本市公用頻道(CH3)播出，並上傳至 YouTube 網路平台。 <p>②來去高雄住一晚：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：每集行銷短片(20 秒)當週於 TVBS 56 頻道 TVBS 歡樂台、TVBS 新聞台、TVBS 家族官網（影音版位）及食尚玩家 Facebook 宣傳。 ●共製播 13 集節目，每集長度 60 分鐘。 ●除於本市公用頻道(CH3)播出外，亦於 TVBS 56 頻道、食尚玩家 YouTube 及食尚玩家官網等平台播出。 <p>(3)培養市民新聞與媒體素養、提升市民知識與視野：購置由義守大學錄製「2020 傳播與媒體生態學術座談會-公用頻道的經營與媒體近用」專題座談版權。</p> <p>(4)東南亞影展版權購置：配合政府新南向政策，購置越南、印尼、泰國、印度等 4 國共 6 部電影於本市公用頻道 CH3 排播，包括：鵲橋有限公司、金牌男傭、花漾姊妹幫、歡迎再次光臨哲學咖啡館、愛情精算師、虎媽伴學方程式。</p> <p>(5)為吸引更多市民認識高雄市有線電視公用頻道 CH3，促進媒體近用，於有線電視公用頻道直播本市 2021 年跨年晚會活動(109 年 12 月 31 日晚間 7:00 至 110 年 1 月 1 日凌晨 00:30)，提供本市有線電視收視觀眾同步參與城市節慶活動，共享優質節目。</p> <p>3. 公用頻道行銷宣導</p> <p>(1)平面媒體部分：</p> <p>其他刊物共 3 篇：</p> <ul style="list-style-type: none"> a、卓越雜誌刊登「高雄市 CH3 公用頻道平面廣告」2 篇。 b、「109 年節能減碳健行暨有線電視公用頻道宣導」DM 刊登「公用頻道宣傳」各 1 則。 <p>配合重大活動宣導：製作多元、實用宣導品於各大活動現場發送，宣導公用頻道，109 年度計宣導 7 場次，讓大家認識公用頻道的優質節目內容與免費託播服務。</p> <p>(2)電視媒體部分：本市慶聯、港都、新高雄、鳳信、南國等 5 家有線電視託播「跨百光年活動轉播請鎖定公用頻道 CH3」10 秒廣告 1 則</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，</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、強化本府新聞聯繫暨輿情回應</p> <p>三、建立數位化新聞發</p>	<p>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，協調高雄市有線電視業者合作，公用頻道播出時間延長為24小時，以提升本市市民有線電視收視權益。</p> <p>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」)，本市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8時30分播出「鳳信新聞」、9時播出「港都新聞」、9時30分播出「新高雄新聞」、10時播出「南國新聞」；另重播時段為13時、19時30分播出「港都新聞」；13時30分、20時30分播出「鳳信新聞」；12時30分、19時播出「南國新聞」；12時20時播出「新高雄新聞」。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 適時發布重大市政活動及市政建設成果新聞，109年度共發布1,082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。 2. 2月6日因應「嚴重特殊傳染性肺炎」疫情衝擊 補助紓困規劃新聞發布記者會，提出四大紓困計畫，並籲請中央統一制定「嚴重特殊傳染性肺炎防治及紓困暫行條例」等政策。 3. 2月11日辦理「飛躍一百★滿天星計畫」記者會，鼓勵優秀學子踴躍申請參加，第1階段遴選百位大專校院學生，最快今年9月份補助獲選者出國，與國際社會接軌、培養自身語言等能力，成就更多明日之星。 4. 3月21日辦理提出「四不二穩」政策記者會，攜手高雄大型量販店家樂福、大樂及全聯召開記者會，提出「四不二穩」政策，公開保證各大通路供貨無虞，請民眾無須恐慌，不用搶購、囤積。 5. 5月11-26日辦理防疫紓困記者會，對外說明本府各局處紓困方案，包括「暖心相守挺青年」、「攤商紓困、商圈振興、稅務減免」、「批發市場振興計畫」、「水產國內運費補助」、「演出、場地、經費補助、觀眾參與」、「振興購物嘉年華」等紓困計畫與方案。 6. 5月3日協助高雄市因應嚴重特殊傳染性肺炎擴大管制兵棋推演，辦理新聞聯繫與媒體服務及新聞發布、供訊等相關事宜。 7. 8月24日協助市長就職典禮之媒體服務及直播事宜。 8. 9月11日至14日前鎮區通報氣體外洩，協助於前進指揮所之媒體服務事宜。

重要施政項目	執行成果與效益
布與聯絡管道	9.12月31日協助高雄「2021跨百光年」活動之媒體服務事宜。
四、加強媒體服務	4月7日辦理「新聞處理及危機反應」講座，現今網路媒體和自媒體發達，影音等資訊傳播速度快，爰此，邀請民視南部中心黃揚俊經理 Etoday 陳弘修副總編輯，分享新聞處理與危機反應，藉此提升本府輿情的即時回應，並對不實報導於第一時間澄清說明。
五、不定期舉辦新聞界人士聯誼	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。
六、加強記者聯繫成立議會工作小組	2. 將每日發布之新聞暨市長重要活動行程，以電子郵件及Line群組方式傳送給媒體記者參考運用，強化市政活動報導率。
七、市政櫥窗	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。
八、每日新聞輯要	印製2020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。
參、政令政績宣導	為增進本市媒體友善互動關係，109年度計辦理媒體記者聯誼94場
一、電子媒體行銷宣傳	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50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。
	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。
	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，109年計剪輯平面新聞資料逾80,894則、網路即時新聞資料逾270,330則、蒐集電視新聞摘要68,137則，加強民意輿情蒐集、分析與反映工作，作為施政參考。
	1. 為強化行銷高雄重大軟硬體建設、宣傳年度大型活動及落實交通安全觀念，規劃運用全國性電視頻道通路，排播「夏季行銷短片」、「不搶黃燈不闖紅燈」、「高齡者騎乘機車安全」、「高雄100時時抽」、「2021跨百光年」等主題，迅速有效觸及國內大眾，強化民眾交通安全觀念，也讓高雄市政資訊及城市意象有效傳遞，同時因應國旅風

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、平面媒體行銷宣傳</p>	<p>潮，邀請全國民眾至高雄旅遊消費。</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 規劃製作6分鐘高雄國際城市行銷短片，以實拍影像結合動畫後製，從文化、觀光、自然人文角度，行銷高雄整體印象。宏觀呈現高雄各項基礎建設、教育、醫療、運輸等內容，帶出高雄投資經商產業聚落。影片同時說明高雄未來發展方向，擇亞洲新灣區、循環經濟、智慧城市數位之都、會展、科技產業園區等相關重點內容，規劃藍圖，歡迎企業來投資。 3. 製作109年度大型活動行銷短片4支，春季行銷短片「春上枝頭 樂遊高雄」、夏季行銷短片「暢遊高雄 海派一夏」、秋季行銷短片「涼風秋日 高雄漫遊」、冬季行銷短片「冬日遊高雄 陽光暖心頭」，於多元媒體管道露出，行銷四季高雄系列活動，廣邀民眾一同參與。 4. 拍攝交通運輸政策宣傳行銷短片，本府積極規劃各項公共運輸優惠措施，包括 MeN Go 月票、YouBike2.0 等，以串聯強化本府交通運輸政策，鼓勵民眾踴躍搭乘大眾交通工具，以達降低空汙、碳排放量之效益。 <p>運用雜誌、報紙等平面通路，透過廣告專輯企劃，以兼具深度與廣度之方式，加強宣導本市各項施政建設成果與觀光旅遊景點，主題如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 高雄新頁：為加強行銷本市各項施政成果，以兼具深度、廣度的方式，宣傳高雄市政建設與轉變，與平面雜誌合作廣告專輯宣傳案，以平面、數位宣傳呈現各項市政的用心與市政成果。本年度規劃3則專題，主題為「高雄大眾運輸全面升級」、「四大優先打造國際智慧港灣城市」、「把握投資高雄最好的時機」。 2. 高雄即「100種可能」：與平面雜誌合作廣告專輯宣傳案，以「高雄即「100種可能」為主題，廣編宣傳「高市府青年局媒合新舊企業 為南台灣打造創業沃土」、「續眷村多元文化 戀高雄百年風華」、「多元創意，打造因地制宜的高雄大眾運輸網」、「仁武產業園區」。 3. 春節觀光行銷：為推廣春節高雄旅遊資訊，增進本市觀光經濟效益，刊登春節旅遊專刊平面廣告。 4. 市政行銷：刊登主題「幸福川」，感謝第一線維護河川環境無名英雄，並呈現市府專注於市政，同時呼籲大眾共同維持水域整潔，共同創造宜居城市。 5. 世界地球日：運用平面媒體之宣傳效益，執行主題為「綠建築綠未來」，展現高雄新建校舍獲得建築園冶獎，且說明高雄智能路燈及高雄曆的成果。 6. 端午專題、秋節專刊：行銷高雄新旅遊景點—大港橋及駁二特區相關活動介紹，與平面媒體合作廣告專輯企畫，透過廣告企劃與行

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三、網路媒體行銷 宣傳</p> <p>四、多元媒宣行銷 宣傳</p>	<p>銷，吸引民眾遊賞高雄，創造與提升高雄的觀光經濟效益。</p> <p>7. 產業發展：宣傳本市產業轉型、重大招商及投資成果，展現轉型亮點，增加高雄就業機會。</p> <p>8. 市政觀光行銷：宣傳「夏旅專刊」、「逍遙園」、「高雄一百瘋狂購物時時抽」、「2021 跨年活動」，廣邀民眾前往參與，活絡周邊商圈經濟，帶動業績成長。</p> <p>考量網際網路無遠弗屆之影響力，規劃運用網站橫幅banner廣告通路，行銷本市重大施政成果，強化資訊能見度，行銷主題包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 防疫宣導：宣導「攜手防疫、一起加油」、「高雄多元紓困振興方案」，提供正確官方資訊及本府相關因應作為予民眾知悉，以減少疫情對高雄之衝擊。 2. 市政行銷：宣傳「幸福高雄 持續前行」、「都市縫合」、「農業推廣」，讓民眾更能了解市府在產業轉型、農漁業升級、交通建設等各面向之努力及顯著績效。 3. 市政觀光行銷：宣傳「旗津黑沙玩藝節」、「眷村民宿」、「高雄真水」、「智慧旅遊好玩卡」、「高雄乘風而騎」、「2020 決戰高雄肉燥飯爭霸賽」、「高雄冬好玩『戴』你玩高雄」、「文化遊艇水岸遊程」、「高雄電影節」、「高雄一百週年慶 PHONE 狂GO物時時抽」、「2021 跨百光年系列活動」等，藉由活動人潮振興高雄觀光產業。 4. 青創政策及青年對談活動宣傳：與網路媒體合作，積極打造青年友善創業環境，輔導青年創業及新創育成，以帶動就業機會，為讓更多市民了解相關活動訊息。 5. 產業發展：宣傳「產業轉型」、「國巨投資高雄」、「仁武產業園區動土」、「投資高雄事務所」，提升高雄經濟發展、創造更多就業機會。 6. 土地開發政策：宣傳「中都地區」、「亞洲新灣區」、「第93期市地重劃區」等土地開發成果，讓市民更了解市府相關施政作為。 7. 交通運輸政策：宣傳「大眾運輸便捷」、「交通事故防制」、「通用計程車、復康巴士等照護弱勢之交通運具」，讓市民了解本府推行之交通運輸、事故防制及弱勢交通運具之政策。 8. 水利建設：宣傳「滯洪池的多功能使用」、「水資源再利用-鳳山再生水廠」，讓民眾瞭解本府水利設施相關建設及極端氣候下水資源的應用。 9. 工務建設：宣傳「民族陸橋機車道拆除通車」、「國道10號東向銜接國道1號北上匝道工程獲金質獎肯定」，展現本府積極推動工務建設成果。

重要施政項目	執行成果與效益
五、國際行銷	<ol style="list-style-type: none"> 1. 為行銷本市在產業轉型、農漁業升級、觀光旅遊、藝術文化、綠能環保、交通建設、及社會福利等方面施政成果，運用交通局無償借用之公車候車亭燈箱刊登市政行銷廣告，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。 2. 運用廣播媒體之效益，行銷本府施政作為或節慶活動，宣傳主題包括「六龜之心改造完成」、「逍遙園重新開園」、「高雄一百週年慶」、「2021跨年系列活動暨宣導搭乘大眾運輸」等。 3. 運用高鐵、北捷刊登「高雄一百週年慶時時抽」，以吸引民眾前往本市旅遊消費，藉此將本市特色商業活動傳遞全台。 4. 2020 第 18 屆遠見高峰會：與平面雜誌合作執行城市行銷案，透過活動會場露出高雄市政府 logo，並透過高峰會官網、電子報等連結共同露出。
六、交通安全宣導	<ol style="list-style-type: none"> 1. 運用高雄市政府官方推特 Twitter (@Kaohsiung City) 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，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。 2. 配合本府招商、振興經濟及提升觀光產值為目標，辦理國際媒體行銷案，針對日本、韓國、港澳、新加坡、馬來西亞、泰國、越南等目標市場透過網路及社群平台露出廣告，將高雄宜居、友善投資及安心旅遊的環境對外宣傳，觸及網路世代年輕族群，以利提升高雄國際知名度。 <p>1. 媒體宣傳</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 運用新聞記者公會、報紙發行的農民曆刊登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。 (2) 製播109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，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，宣導主題包括酒駕零容忍、避讓緊急車輛、不搶黃不闖紅、長者行路安全、轉彎車禮讓直行車、路口禮讓行人、保持行車安全距離、不超速、大型車安全及新交通法規等，藉由電台製播創意，向市民宣導正確的道安觀念。 (3) 透過多媒體電視(高捷、7-11、全家、屈臣氏、麥當勞電視)播放「不搶黃燈不闖紅燈」及「高齡者騎乘機車安全」道安宣導短片，強化民眾路口安全觀念。 (4) 運用17家平面媒體宣導「高齡者行路安全」，加強用路人交通安

重要施政項目	執行成果與效益
肆、辦理城市行銷活動	<p>全觀念，以減少意外事故發生。</p> <p>(5) 運用6家網路媒體廣告連結「不搶黃燈不闖紅燈」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>(6) 為加強宣導交通安全觀念，與本市13家廣播媒體合作製播廣播帶，主題包括「避讓緊急車輛」及「A1事故防制作為」等。</p> <p>(7) 運用本市38處（計41面）行政大樓及學校外牆刊掛戶外帆布廣告，刊掛主題為路口慢看停、不搶黃燈不闖紅燈、跟我一起安全過路口，以強化民眾道安觀念及行銷市政活動，廣邀前來參與。</p> <p>(8) 運用高雄市公車車體刊登「跟我一起安全過路口」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38面車體道安廣告。</p> <p>(9) 運用人潮進出頻繁之高雄捷運站月台玻璃貼、燈箱、車廂刊登「跟我一起安全過路口」廣告，共96面。</p> <p>(10) 運用本市公共腳踏車後泥除刊登「行人過路口安全」廣告，共180台。</p> <p>(11) 製作燭燒罐、陶瓷杯、申縮型USB及多功能便利貼道安宣導品，宣導酒駕零容忍、不超速、不搶黃燈不闖紅燈及避讓救護車等主題，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「不搶黃燈不闖紅燈」及「高齡者騎乘機車安全」交通安全宣導短片60秒2支、濃縮版30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7場次。</p> <p>(2) 配合大型活動進行道安宣導計6場次：配合大崗山龍眼蜂蜜文化節、2020旗津黑沙玩藝節(2場次)、大寮紅豆節(2場次)、路竹番茄節，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> <p>1. 召開「跨百光年」活動記者會</p> <p>109年12月17日於哈瑪星春田冰亭召開跨百光年記者會，邀請蓬萊舞台黃金搭檔主持人胡瓜、浩角翔起到高雄，以高雄雙層巴士實際帶路，帶觀眾認識獨步全台跨年2+1的蓬萊舞台、高流舞台和海上舞台。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>伍、編印市政宣導書刊及運用多元通路行銷高雄</p> <p>一、《樂高雄》電子期刊企劃發行</p> <p>二、《樂高雄》期刊編印</p>	<p>記者會約 100 人次參與。</p> <p>2. 辦理「2021 跨百光年」跨年晚會</p> <p>「2021 高雄跨年活動」納入高雄一百系列活動之一。「2021『跨百光年』」，不同以往只是一場演唱會，而是一場結合歷史、地景、科技、藝術、創意的時空展演，以全新的跨年行動，迎接高雄新世紀的啟動。</p> <p>(1) 109 年 12 月 31 日辦理「2021 跨百光年」跨年晚會，因應 COVID-19 疫情改為電視轉播及線上直播。民視無線台分段收視 1.97，全台跨年之冠，最高收視 3.93，總收視人口約 1,636,000；MOD 多視角轉播總觸及人次 447,506；YouTube 直播 2+1 舞台共 1,283,982 觀看次；FB 直播包括市長、史副市長、文化高雄及新聞局臉書，當天分 3 段直播，共 760,450 觀看次。</p> <p>(2) 3 場 LINE 直播配合跨百光年系列活動，分別於 12/24、25 及 27 日完成辦理，總計有 304,595 人線上觀看。第一場直播（時段 18：40-20：20），累計觀看人數 112,945 人。第二場直播（時段 20：10-21：12），累計觀看人數 90,252 人。第三場直播（時段 20：00-21：14），累計觀看人數 101,398 人。</p> <p>3. 「2021 紫耀義大享樂拾光跨年活動」擔任指導單位</p> <p>109 年 12 月 31 日辦理「2021 紫耀義大享樂拾光跨年活動」。「紫耀義大享樂拾光」跨年晚會在義大世界舉行，節目自 20:00 開始，卡司包括主持人曾國城、徐凱希，人氣樂團茄子蛋、金曲歌王蕭煌奇、搖滾女王楊乃文、嘻哈教父 MC HotDog 熱狗、初戀系女團 PINK FUN、百萬 YouTuber 黃氏兄弟、全能天后楊丞琳及情歌王子 Bii 畢書盡，倒數後並施放 610 秒煙火。受 COVID-19 疫情影響，僅開放義大飯店房客及學校師生參加，共計 5000 人入場。另於華視、華視新聞資訊台、華視 YouTube 頻道全程直播。</p> <p>1. 《樂高雄》電子期刊每月發行 1 期，全年發行 12 期，109 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. 《樂高雄》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、中時新聞網，每期觸及人數約 6 萬人。《樂高雄》電子期刊網站 109 年 1 月-12 月網頁瀏覽量累計至 12/31 共計 636,479 次。</p> <p>3. 《Takao-樂高雄》電子期刊與紙本雙月刊出刊後，透過高雄市政府</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三、發行《Love Kaohsiung》英日文雙月刊</p>	<p>官方LINE帳號、新聞局臉書發送訊息，吸引民眾點閱。自11月5日起授權信傳媒於其網站及其instagram帳號內容轉載。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 每2期《樂高雄》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，109年共發行6期，每期印製20,000本。 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200個地點(包含景點、旅遊服務中心、機場、各式車站、藝文場所、書店等)供民眾索閱，並製作成電子書上傳網站供民眾線上閱讀。 3. 媒體行銷與推廣活動：透過新聞局臉書粉絲專頁、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>四、運用多元通路行銷高雄</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 以英、日文報導本市活動、重大建設、觀光旅遊資訊、藝術文化活動等報導，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。 2. 每雙月發行1期的紙本刊物，109年度計劃發行6期(履約期限至109年3月31日止，109年發行4期，最後2期為跨年度執行，將於110年發行)，每期發行11,000份，放置地點包括桃園國際機場、高雄國際機場、高雄捷運站、本市觀光飯店、本市藝文場所如衛武營藝術文化中心、文化中心等，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120處地點，提供讀者免費索閱本刊物。 3. 紙本刊物出刊後，並將圖文上傳新聞局網站；英文版圖文也於高雄市政府英文版官網提供讀者線上閱讀，服務民眾網上閱讀本刊。此外，每期均上傳網路合作平台：聯合電子報。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 截至109年12月31日止，新聞局臉書粉絲團有39萬5千多人，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、訊息回復，形成市政溝通的橋梁。 2. 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109年12月加入好友數約96萬多人。 3. 設計「2021 高雄市年曆」 <ol style="list-style-type: none"> (1)插畫設計師洪添賢Croter，以本市特殊的山海河港城市景觀，結合多元族群、文化等元素，以Croter畫風的插畫與設計結合方式呈現。 (2)電子檔目前刊登於新聞局網站首頁大banner供民眾下載使用。

重要施政項目	執行成果與效益
陸、廣播業務 一、新聞採訪	<ol style="list-style-type: none"> 4. 2021 高雄市月曆設計印製 12月22日上午9時於本市38個區公所同步發送民眾免費索取。 5. 3場LINE直播配合跨百光年系列活動，已分別於12月24日、25日及27日完成辦理，總計有304,595人線上觀看。第一場直播（時段18：40-20：20），累計觀看人數112,945人。第二場直播（時段20：10-：21：12），累計觀看人數90,252人。第三場直播（時段20：00-21：14），累計觀看人數101,398人。 6. 用新聞局高雄一百臉書、高雄市政府LINE官方帳號以及LINE直播擴大行銷本府大型活動。 <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3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186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. 加強報導嚴重特殊傳染性肺炎、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。 5. 8月10日米克拉颱風、11月6日閃電颱風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31則。 6. 加強報導重大建設新聞，包括：岡山魚市場遷建、高雄市第70期市地重劃區通車啟用、凹子底停5用地BOT案、曹公新圳排水護岸加高工程、彌陀漁港水環境工程、青埔溝水質淨化場、前鎮漁港改造、高雄輕軌復工、鐵路地下化園道工程、仁武產業園區動土、林園高值化園區都市計畫變更等。 7. 加強報導市政建設成果新聞，包括：高雄厝計劃榮獲內政部考核全國第一名、建置好農無限+平台、路平專案中央考評道路全獲優等、中華地下道填平、建築園冶獎高市府榮獲12座大獎、高市公共自行車租賃系統2.0、高市交通工程全國第一名、高市海污防治績效榮獲全國特優、高市公車式小黃路線數量全國第一、高雄果品外銷防疫期間逆勢成長、高雄市家暴性侵害及性騷擾防治考核榮獲特優、高市獲智慧城市創新應用獎優勝、鳳山再生水案獲金擘獎肯定、建築園冶獎高市府獲12獎肯定、高市經發局攜手中央地方推招商資源平台、投資高雄事務所揭牌、高市成立智慧城市推動委員會5G AIoT國際大聯盟成立、高雄市政府SBIR計畫成果、市長就職百日施政成果等。

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、節目製作</p>	<p>8. 配合以新聞或專題報導重要城市行銷及藝文活動，包括：「大社三寶農特產觀光季」、「區域觀光元年啟動」、「2020 高雄過好年」、「高雄燈會」、「內門宋江陣」、「愛河·愛之鯨裝置藝術」、「高市觀光主題曲-出去走走」、「高雄愛情月」、「東高慢食旅」、「軍事觀光月」、「高雄國旅優惠專案」、「振興購物嘉年華」、「城市探險月」、「高雄真水夏季系列活動」、「高雄百選美饌」、「愛河水漾嘉年華」、「旗津黑沙玩藝節」、「左營萬年季」、「高雄海味魚鄉系列活動」、「高雄肉燥飯爭霸賽」、「流行音樂中心雙十點燈」、「還河於民」、「高雄一百原創設計」、「高雄一百週年慶 PHONE 狂 GO 物時時抽」、「跨百光年系列活動」等。</p> <p>9. 製播「Live943 新聞晚報」、「高雄傳真」等深入報導新聞性節目</p> <p>10. 製播「打狗小學堂」單元，針對易遭訛誤傳播以及需向民眾宣導事項，如「什麼是社區毒品防制關懷站?」、「您聽過職業災害個案管理員嗎?」、「岡山魚市場搬家了!」等，以口述、劇化或 Q&A 等方式，傳達正確知識。至 12 月底累計製播 36 則。</p> <p>1. 109 年入圍 2 項金鐘獎，李可製作的「聽！是誰在歌唱」入圍「音效獎」，王美英製作的「e 啦！原住民」入圍「教育文化節目主持人獎」。</p> <p>2. 廣播結合新興社群媒體：高雄廣播電臺順應新興媒體趨勢，精選電臺數個節目進行臉書直播及提供 YouTube 平臺收看，包括：最佳時客、245 福利談、e 啦！原住民、運動港都好運發、午后陽光第三階段、公事好好說，全年共直播 47 集，觀看人次達 244,914 次。因應新興電臺收聽形式－播客（Podcast）越來越流行的趨勢，電臺也規劃數個節目以 Podcast 方式提供民眾收聽，109 年 10 月開始陸續上傳「彩虹旗的世界」節目共 10 集。藉此提升電臺節目之閱聽眾觸及人數，並讓民眾擁有不同媒體管道的選擇權。</p> <p>3. 節目製播多元化</p> <p>(1) 為優化民眾英語學習能力，製播多元雙語節目，全年總播出時數約 1187 小時。上午 7:00~7:30 與 BBC 英國廣播公司合作聯播 BBC WORLD SERVICE 新聞節目，07:30~08:00、21:00~22:00 及 00:00~01:00 與英語雜誌社合作，播出英語教學節目。與文藻外語大學傳播藝術系及國立高雄科技大學應用英語系合作，製播 5 分鐘英語單元，於整點時段播出。並於週一~週五帶狀節目中增加英語教學內容：11:00~12:00「高雄人第三階段」以及 15:00~16:00「午后陽光第三階段」。週六 08:00~08:30 及週日 12:30~13:00 製播「英語自學王」節目週六 08:30 高師大英語系製播「英語醬玩」，週六 10:00~11:00 製播「雪人的早午餐」，週日 10:30~11:00「奇幻島」。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(2)針對民眾關心的事務，開闢有「我愛高雄」節目，週一至週五委由客委會、社會局、原民會、運發局及教育局製播，由各局處與市民直接溝通，擴大市政訊息行銷功能，全年共播 260 集。</p> <p>(3)自 109 年 8 月起，與養工處、交通局、環保局、勞工局等單位，合作製播「早安，高雄」、「高雄逗陣行」、「清氣的所在」、「就業加油站」等單元，宣導高雄的創新交通建設、空汙品質改善，以及最新的企業徵才、職業訓練、就業津貼等訊息。</p> <p>(4)為提升新住民多元文化適應力，由東南亞新住民主持群合作製播節目「愛家好姊妹」，讓新住民更容易掌握生活相關資訊與連結；另製播多元移工專屬節目「泰勞在高雄」、「開心假期雅加達」等，每週播出新住民及移工節目共 3 小時。</p> <p>(5)為服務南台灣客家鄉親，規劃系列客語節目：開闢「天下一家親」、「最佳時客」、「客家風情」及「HAKKA 呷呷滾」等客語節目。每週播出客語節目 26 小時，內容涵蓋客家說唱及客家風俗文化等。</p> <p>(6)週一至週五每日製播 120 分鐘之古典音樂節目，為南台灣播出古典音樂時數最多的電臺。</p> <p>(7)為帶動高雄觀光業發展，於「午後陽光第二階段」節目中製播【要去高雄】單元，介紹高雄地區的觀光資源及旅遊活動，帶動地方觀光產業的發展。此外，秉持南台灣地區共同生活圈的理念，於「午後陽光第二階段」節目中製播【南台灣即時通】單元，介紹高雄市、嘉義縣市、臺南市及屏東縣等南台灣觀光及重要活動。「943 好夜晚」節目【高雄尚青】單元，下班尖峰時段播報高雄最新的食衣住行訊息，加強活動報導。「午后陽光第一階段」節目提供聽友實用的旅遊路線、民宿、餐飲資訊並大量訪問在地青年農漁民行銷高雄農漁產，全年共製播 765 集。</p> <p>(8)為善盡媒體社會責任，提供弱勢發聲管道。每週於「午后陽光第二階段」週三 14:00-15:00 時段，專訪公益社團，全年共製播 44 集。</p> <p>(9)為鼓勵青年返鄉以提振地方活力，並促使臺灣農業邁向年輕化及高競爭力，「午后陽光第一階段」節目與行政院農糧署及高雄市政府農業局合作，大量訪問高雄在地及其他地區優秀青年農民談其創新作為，藉此提升農民形象，建構新的農產業價值鏈，全年共製播 52 集。</p> <p>(10)為加強聽眾對於高雄經濟現況、外貿資訊及商務活動的認識與參與「經貿會客室」節目針對重大經濟商務主題，每週邀請相關領域專家進行闡述與評析，如：探討對外貿易的競爭力與瓶頸、能源政策的趨勢與爭議、新零售市場的發展與應用、智慧化生產的進化與優勢、農業發展面向、產業人力資源的需求與培育、疫情對經濟貿易產生的衝</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>擊等，全年共製播 52 集。</p> <p>(11)規劃「公事好好說」新節目，自 109 年 2 月起，週一 17:30~18:30 播出，全年共計 46 集，邀請民意代表、政府主管機關、社區、企業界或公民團體代表對話激盪，討論公共時事議題、分享在地創新經驗。</p> <p>(12)電臺配合本市議會開議期間，第 3 屆第 3 次定期大會：109 年 5 月 18 日進行市長施政報告轉播、6 月 19 日~7 月 21 日進行市政總質詢轉播。第 3 屆第 4 次定期大會：109 年 10 月 7 日進行市長施政報告轉播、11 月 11 日~12 月 10 日進行市政總質詢轉播。</p> <p>(13)配合高雄市立空中大學教學需要，於 FM94.3 及 AM1089KHZ 頻道，開關時段供空大播出教學節目，每週播出 21.5 小時。</p> <p>(14)配合市府各局處重要施政加強宣導，包括：洗錢防制、反毒宣導、積欠工資墊償基金、國賠法修正、再生能源、汛期宣導、防災教育、禮讓救護車、避讓緊急車輛、行人安全、行車安全、交安禮讓、交安電動自行車、長照服務專線(家庭照顧者服務)、預防失智症、高齡者交通安全、防震三步驟、節約能源、節約用水、家庭收支調查、書香社會(Openbook 好書獎)、國民年金、愛心募款、跨年系列活動、防疫宣導、流感預防、預防近視、防治漢他病毒、雨後防範傳染病、友善失智照護網絡等。</p> <p>(15)配合 2020 張燈結綵岡山行、2020 金鼠賀歲好客迎新年-新客家文化園區活動、2020 高雄燈會藝術節、2020 高雄路竹蕃茄節、2020 高雄陣夯~宋江陣系列活動、光~高市皮影戲館 25 週年紀念特展、六龜青春不老泉開賣、臺灣眷村文化園區擴增、高雄百選美饌徵件、客家 2020 集團婚禮、高雄東高慢食旅起跑、神農市集與民同樂、高雄真水 2020 夏季系列活動、三倍券暢遊高雄再抽百萬名車、2020 高雄振興嘉年華高雄澄清湖慶開園一甲子、高雄展 3.0 聯合設計展、雄愛七桃:高雄桃園雙潭聯盟攻國旅、高雄流行音樂中心假日市集、高雄海味漁鄉系列活動、高雄一百系列活動、決戰高雄肉燥飯爭霸賽、我愛高雄全民一起做志工系列活動、2020 茄萣海洋生態文化節、跨百光年活動等活動，製播節目專訪及節目配合口播宣傳，全方位報導行銷本市大型活動。</p> <p>4. 提供防災防颱公共服務，因應 109 年 5 月 22 日豪大雨一級開設 109 年 5 月 23 日 0000-0800 豪大雨延長播音、109 年 8 月 10 日 0000-0800 米克拉颱風延長播音、109 年 08 月 26 日 1000 至 109 年 08 月 27 日 1800 豪雨二級開設、109 年 11 月 6 日 1700 至 109 年 11 月 7 日 0000 閃電颱風，提供即時災情插播，將相關宣導彙整，於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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三、設備維護管理</p>	<p>場、高雄防災通即時查詢系統等。</p> <p>5. 強化道路安全宣導，於 109 年 6 月 16 日及 109 年 12 月 22 日分別辦理 2 次全時段現場節目之擴大交通安全有獎徵答活動；平日節目插播「防酒駕」及「不超速」等政令宣導，加強傳遞交通安全知識。</p> <p>6. 嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)疫情於 2020 年肆虐全球，為配合政府超前部署防疫措施，電臺除配合國家通訊傳播委員會徵召播出，亦自製宣導帶每日播出，於 109 年度共計播出次數 5,002 次，專訪 26 集。</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) 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，並配合延長 24 小時播音服務南台灣聽眾。</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>(6) 維護及管理電臺中、英文版全球資訊網響應式網頁，符合多元行動上網的需求，使網站在個人電腦、手機、平板等不同裝置上瀏覽及線上收聽或重溫節目時有最佳化的呈現。</p> <p>2. 嚴密維護保養機器，提高設備使用效能</p> <p>(1) 電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>