

高雄市政府新聞局 110 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、出版及視聽事業之管理與輔導</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>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查處。</p> <p>2. 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。</p> <p>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。</p> <p>2. 本市電影片映演業共計11家，110年度實施電影片映演業臨場查驗166廳次（含本市110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23廳次，共計查驗189廳次。</p> <p>3. 為落實本市電影院防疫相關規定，新聞局加強查察本市電影院防疫措施，並請影城業者持續加強環境清潔消毒及落實執行相關防疫作為。</p> <p>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。</p> <p>2. 本市錄影節目帶業約30家，新聞局110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。</p> <p>3. 本市MTV業者(共1家)110年10月6日於遵循防疫原則下恢復營業，新聞局不定時派員前往查察業者防疫措施落實情形，並請業者持續落實執行相關防疫作為。</p> <p>1. 110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。</p> <p>2. 針對市民及里長反映有線電視系統纜線架設爭議，即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，110年度計處理464件(慶聯67件、港都51件、鳳信57件、南國22件、新高雄16件，同時反映多家業者1件，其他屬不明纜線者250件)。</p> <p>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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、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>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。</p> <p>4. 審議111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家每月每戶基本頻道組上限為500元、經濟型200元，鳳信基本頻道組每月每戶上限為510元、經濟組200元，南國每月每戶基本頻道組上限為550元、基本組200元，新高雄每月每戶基本普及組上限為450元、經濟組160元；基本頻道組(基本普及組)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. 為持續提升公共訊息聯播（CH3）服務品質，服務廣大市民朋友，受理業者申請提供即時公共訊息聯播服務之設備費用補助，110年核定補助共2案（慶聯及南國各1案），經費合計44萬2,000元。</p> <p>7. 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，調查結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： (1)市政新聞專題節目： 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13集節目、52則專題。 節目內容除提供市民最新疫情資訊外，如：「創全國之先 搭捷運打疫苗更方便」、「避免群聚風險 高市推防疫新科技」、「防疫微解封 高市有哪些注意事項?」、「感謝市民 高市設最好的大型接種站!」等專題外，另針對「高雄流行音樂中心 歷經12年籌建」、「高雄開就賺 振興經濟五億高雄券加倍奉還」、「2021國慶焰火&熱氣球 港都十月天空璀璨繽紛」…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，以即時傳達市民最新市政資訊。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(2)行銷在地特色休閒旅遊節目：</p> <p>①高雄百工：節目規劃介紹高雄在地產業等，讓市民認識更多在地深耕及善盡企業社會責任的產業，創造出高雄第一、臺灣第一，並成為高雄經濟的中流砥柱。受疫情影響，本案拍攝因故延期，110年只完成第一期共14集節目，預計第二期節目於明年3月完成。目前規劃完成之節目將透過以下方式行銷：</p> <p>A.行銷宣傳：20秒行銷短片於公用頻道播出、FB臉書廣告投放宣傳。</p> <p>B.共製播28集節目，每集長度15分鐘，除於本市公用頻道(CH3)播出，並上傳至YouTube網路平台。</p> <p>②高雄玩夯局：製作20集節目(每集30分鐘)，由在地達人帶路，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。除於高雄市公用頻道CH3、高雄市政府YouTube播出外，也透過三立都會台CH30、三立新聞網、三立YouTube及Vidol、Vidol YouTube播出；更於中華電信MOD CH301綜合台、海外衛星頻道Star Hub、Unifi TV及三立國際台播出。</p> <p>(3)在地影像紀錄節目</p> <p>高雄在地文化影像紀錄案：有鑑城市發展快速，城市影像稍縱即逝，經由影像拍攝、剪輯，製作「大林蒲」、「防疫」、「海上媽祖」、「綠園道」、「美濃」、「三鳳中街」、「高雄科技城」7則專題，每則3分鐘以上，於本市公用頻道(CH3)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：購置由義守大學錄製「2021傳播與媒體生態座談會-接收與查核的公民媒體素養：疫情期間面對多元媒體平台的假訊息因應之道」專題座談版權。</p> <p>3.公用頻道行銷宣導</p> <p>(1)平面媒體部分：</p> <p>①其他刊物共2篇：</p> <p>A.卓越雜誌刊登「高雄市CH3公用頻道平面廣告」1篇。</p> <p>B.「110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」1則。</p> <p>②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，110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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>貳、新聞服務</p> <p>一、綜合宣導</p> <p>(一)綜合宣傳</p>	<p>五家有線電視託播「高雄市有線電視權益宣導暨公用頻道免費託播平面圖卡」20秒廣告1則。</p> <p>4. 本市公用頻道聯播整合，除24小時播送節目，也協調慶聯、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，以提升市民認同感、縮減資訊傳達時間，拉近行政區距離。</p> <p>5. COVID-19三級警戒期間，新聞局協調港都、慶聯有線電視鋪設纜線、傳輸訊號，整合鳳信、南國及新高雄有線電視公司，透過高雄市公用頻道CH3，全程LIVE直播「高雄市政府防疫會議會後記者會」，讓高雄市38個行政區的市民朋友，從家裡有線電視同步即時收看市府的防疫作為或施打疫苗等衛教資訊。</p> <p>6. 為擴大服務高雄市民，今年疫情期間，結合本府文化局、運發局、教育局、客委會、觀光局及青年局資源，於公用頻道推出高雄好家宅防疫系列節目，有藝文、社教及運動等節目，陪伴民眾居家防疫，並充實防疫期間的居家生活。</p> <p>7. 有線電視新聞聯播</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中午12時播出「新高雄新聞」、12時30分播出「南國新聞」、13時播出「港都新聞」、13時30分播出「鳳信新聞」；另重播時段為19時播出「南國新聞」；19時30分播出「港都新聞」；20時播出「新高雄新聞」；20時30分播出「鳳信新聞」。</p> <p>1. 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，110年計剪輯平面新聞資料逾68,739則、網路即時新聞資料逾243,654則、蒐集電視新聞摘要49,074則，加強民意輿情蒐集、分析與反映工作，作為施政參考。</p> <p>2. 櫥窗</p> <p>於市府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>3. 媒體行銷宣傳</p> <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> <p>(1)城市新引力：與平面雜誌合作廣告專輯宣傳案，以平面、數</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>位宣傳呈現各項市政的執行與成果。</p> <p>主題為「高流Play!高雄流行音樂中心港灣聚焦」、「高雄驛起飛 揭開城市新頁」、為「高雄建構南部半導體材料 S 廊帶 樂業宜居 擁抱青年人才返鄉的契機」</p> <p>第四篇為「高雄打造健康城市 拉近與運動的距離」。</p> <p>(2)高雄起飛：與平面雜誌合作廣告專輯宣傳案，平面結合數位廣編宣傳。</p> <p>主題為「蛻變的高美館 開啟城市的文化新生」、「高雄特色公園」、「以5G AIoT為基礎 高雄產業升級 成為科技智慧城市。</p> <p>(3)春節專刊：為推廣春節高雄旅遊資訊，刊登「逍遙園」春節旅遊專刊，邀請民眾新春期間造訪，並了解本府在歷史建築修復的成果。</p> <p>(4)夏秋專刊：介紹「旗津」、「彌陀」、「永安」沿海風情之觀光景點，吸引民眾遊賞高雄，創造與提升高雄的觀光經濟效益。</p> <p>(5)交通建設：刊登主題「中博高架橋拆除道路改道」等相關資訊，俾利民眾預做因應準備。</p> <p>(6)市政行銷：刊登主題「節約用水」，宣導本市水情資訊及呼籲民眾節約用水；另宣傳「搭乘綠色運具看國慶焰火」、「高雄輕軌全線免費搭乘」，提升大眾運輸的使用率，並活絡周邊商圈經濟，帶動業績成長。</p> <p>(7)防疫紓困振興經濟：宣導「高雄好家載」、「好家載時時抽」、「好家載振興加碼」，以數位科技支持防疫宅經濟及提供紓困振興方案，並配合行政院推出五倍券，進行「高雄開就賺」、「高雄券對接中央八大券振興活動」等宣導。</p> <p>4. 網路媒體行銷宣傳</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> <p>(1)市政行銷：宣導「水情及節約用水」，向大眾發布本市水情資訊及呼籲民眾節約用水，倡導省水好習慣；另宣傳「草地音樂會」、「海上媽祖」、「搭乘輕軌賞國慶焰火」、「高雄輕軌全線免費搭乘」、「2022高雄跨年晚會」，鼓勵民眾多加搭乘公共運具，並藉由活動人潮帶動高雄觀光經濟，振興高雄觀光產業。</p> <p>(2)交通建設：宣傳「中博高架橋交通疏運措施」及「路平」推動，展現高雄交通建設成果。</p> <p>(3)產業發展：宣傳「亞灣，智慧城市先驅引擎」，增進民眾了解本市產業發展趨勢。</p> <p>(4)防疫紓困振興經濟：宣導「高雄好家載」、「好家載時時抽」、「好</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(二)交通安全宣導	<p>家載振興加碼」、「高雄開就賺」、「高雄券對接中央八大券振興活動」、「戴資穎五倍券—飯店篇、餐廳篇」，藉由數位整合行銷，執行相關救助資訊露出，以刺激民生消費、協助各行各業度過難關。</p> <p>5. 多元媒宣行銷宣傳</p> <p>(1)運用交通局無償借用之公車候車亭燈箱(37面)刊登市政行銷廣告，主題為「春天藝術節」、「高齡者過路口5撇步」、「高雄開就賺」、「2022跨年晚會及2022台灣燈會在高雄」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。</p> <p>(2)運用本市35處(計37面)行政大樓及學校外牆刊掛戶外帆布廣告，刊掛主題為「高齡者過路口5撇步」、「路口慢看行人慢看聽」、「騎車依速限幸福又安全」、「2022台灣燈會在高雄」，以強化民眾道安觀念及行銷市政活動。</p> <p>(3)中博高架橋拆除工程及交通疏導宣導，製作垃圾清運時間及地點調整宣導單張，交由區公所及清潔隊發送受影響區內鄰里；邀請市長錄製廣播帶，安排於本市垃圾車播放宣導；設計宣導圖卡，透過本局臉書、Line刊播網路圖卡及地方有線電視跑馬、高雄廣播電台宣傳。</p> <p>(4)運用廣播媒體之效益，行銷本府交通建設施政作為，宣傳主題包括「中博高架橋拆除交通疏導」、「路平」推動成果。</p> <p>(5)函請各公民營電台配合宣導防疫相關應注意事項，如：雙北地區旅遊史民眾應注意事項、各項加嚴措施、四維鳳山行政中心防疫升級、醫療院所整備應變措施、傳統市場人員分流管制、增設快篩站等。</p> <p>(6)透過廣播媒體進行「高雄好家載時時送」、「高雄券對接中央八大券振興活動」宣導，振興經濟及促進觀光消費。</p> <p>(7)運用廣播媒體之效益宣傳「搭乘輕軌看國慶焰火」、「高雄輕軌全線免費搭乘」，鼓勵民眾搭乘大眾運輸工具前往參加活動。</p> <p>(8)為行銷高雄市相關活動，透過計程車內影音電視刊播「2022跨年晚會」、「2022台灣燈會在高雄」等宣傳短片。</p> <p>(9)於本市重要車流量路口六處之電子戶外刊板刊登「2022高雄跨年晚會」廣告，以擴大宣傳成效。</p> <p>1. 媒體宣傳</p> <p>(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。</p> <p>(2)製播110年度交通安全廣播宣導節目，加強宣導道路交通安全</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>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、路口防禦駕駛、大型車安全及新交通法規等，藉由電台製播創意宣導帶，向市民宣導正確的道安觀念。</p> <p>(3)配合棒球熱身賽，於澄清湖棒球場外野看台刊登「開車 要像打擊時一樣專心」、「路口慢看停 安全紅不讓」大型道安廣告，讓球迷在觀看賽事之餘，也關注提醒專心開車等道安標語。</p> <p>(4)透過多媒體電視(高捷、7-11、全家電視)播放「年輕族群騎乘機車安全」及「高齡者交通安全」道安宣導短片，強化民眾路口安全觀念。</p> <p>(5)運用14家平面媒體宣導「交通安全月-路口安全」，加強用路人交通安全觀念，以減少意外事故發生。</p> <p>(6)運用12家網路媒體廣告連結「年輕族群騎乘機車安全」及「高齡者交通安全」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>(7)與本市12家廣播媒體合作製播「高齡者交通安全」等，大約1千檔次。</p> <p>(8)運用高雄市公車車體刊登「高齡者過路口安全」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52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「高齡者過路口安全」廣告，共91面。</p> <p>(10)運用本市公共腳踏車(Ubike)後泥除刊登「路口慢看停 行人優先」廣告，共400台。</p> <p>(11)印製多功能充電線、口罩盒(夾)及環保餐具組等道安宣導品，宣導不超速、路口安全及注意大型車死角等主題，適時於宣導活動現場贈送參與民眾，強化道安觀念。</p> <p>2. 製播宣導短片：</p> <p>拍攝「年輕族群騎乘機車安全」及「高齡者交通安全及搭乘大眾運輸」宣導短片60秒2支、濃縮版30秒2支，運用多元通路宣導行車規則並提倡搭乘大眾運輸觀念。</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>

重要施政項目	執行成果與效益
(三) 城市行銷	<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4場次：2021旗津黑沙玩藝節、趣林園.遊汕玩水、高雄海洋派對暨國際帆船賽活動、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. 短片製作及電子媒體行銷宣傳</p> <p>(1)為強化行銷高雄重大軟硬體建設、宣傳年度大型活動、落實交通安全觀念及推廣疫後振興方案，規劃運用全國性電視頻道通路，排播草地音樂會「馴龍高手」、「純真年代」、「原祈高雄 團結防疫」、「臺灣燈會」、「綠園道」、「永不止步」、「高雄開就賺對接八大券」、「戴資穎五倍券—飯店篇、餐廳篇」、「2022 跨年晚會」、「年輕族群騎乘機車安全」及「高齡者交通安全及搭乘大眾運輸」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，邀請全國民眾疫後至高雄旅遊消費，活絡在地商圈及觀光產業。</p> <p>(2)製播 5 分鐘「永不止步」高雄國際城市行銷短片，輔以英、日、韓、泰、越國家語言和字幕，記錄高雄幅員遼闊的山海河港、人文景觀及軟硬體建設等多元面向，以文化、觀光、自然人文角度，強化高雄整體印象行銷，向國內外傳達高雄的獨特城市魅力。短片運用全國電視頻道、公用頻道(CH3)、社群平台(含 Twitter、IG、YouTube、臉書)等通路宣傳。</p> <p>(3)製作 110 年度大型活動行銷短片 3 支，主題為「春日迎夏 就來高雄」、「行銷短片「秋風拂來 高雄起飛」、「冬遊高雄 喜迎新年」，於多元媒體管道露出，行銷高雄系列活動，廣邀民眾一同參與。</p> <p>(4)拍攝「中博高架拆橋配套宣傳短片」，並運用多元通路向大眾宣導相關交通疏運措施，使民眾充分掌握最新資訊，提早規劃行進動線，降低中博高架橋拆除期間之不便。</p> <p>(5)為宣導土地開發成果及行銷開發區域，透過影像拍攝，以市地開發的起點及成果，回顧港灣城市土地開發與軌道建設，見證高雄新願景及城市轉型的光榮感，並運用電視媒體排播宣傳。</p> <p>(6)拍攝「高雄重大產業廊道行銷短片」，透過影像拍攝從市地重劃開發、產業轉型活化至積極招商引資的過程，完整呈現高雄產業轉型發展脈絡及未來藍圖。</p> <p>(7)「110 年市政活動攝製及錄影案」，針對本市市政活動拍攝製作及錄影存檔，並視需要提供媒體報導及影片製作使用，增</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(四)辦理都市行銷活動	<p>進市民瞭解市府施政與建設成果。</p> <p>2. 國際行銷</p> <p>(1)運用高雄市政府官方推特 Twitter(@KaohsiungCity)及 IG 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，如日籍太空人野口聰一在 Twitter 上貼出在太空站拍攝的南台灣空拍照，本局以日文及高雄美照發布貼文，邀野口先生疫情後遊玩港都，野口先生也回應轉貼，進而達到議題創造、快速轉發的效果。</p> <p>(2)COVID-19 三級警戒期間，持續塑造高雄國際城市形象，運用官方推特 Twitter 及 IG 發布貼文，感謝日本、美國、立陶宛及斯洛伐克等國家捐贈口罩與疫苗，並撰寫高流榮獲 2021 全球卓越建設獎、高雄港一舉奪得「韌性基礎建設最佳實踐獎」、「左營綠園道獲獎」、「戴資穎登上高雄券」、「國慶煙火在高雄」、「2022 台灣燈會」等貼文，搭配時事與國際議題接軌。</p> <p>(3)與國際影音達人合作，拍攝三支行銷影片，介紹高雄在地美食、觀光景點、2022 台灣燈會在高雄等，提升國際對高雄城市之認識。</p> <p>3. 運用多元通路行銷高雄</p> <p>(1)「高雄市政府 Kaohsiung City Government」官方臉書粉絲團截至 110 年 12 月 31 日止，有 45.5 萬多人追蹤，跳脫官方樣版的內容，以直播、文字、影片或圖卡方式宣導各類市政資訊，包括防疫記者會直播、防疫新知及紓困振興方案，並掌握後疫振興商機，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，完整呈現高雄城市魅力；並透過專頁回復網友提問，成為市政溝通的橋梁。</p> <p>(2)透過 LINE 行動通訊軟體，提供加入高雄市政府 LINE 官方帳號好友之民眾，有關本市最新市政、防疫、活動、觀光、交通、天災應變和停班停課等相關即時訊息，截至 110 年 12 月加入好友數約 121 萬多人。</p> <p>(3)為記錄行銷林園宮媽祖海巡、「2022 國慶焰火在高雄」活動，以平面影像多角度拍攝活動籌備及正式展演過程，精準捕捉 4 年一科媽祖海巡及國慶焰火照亮高雄 20 年來港灣建設成果，並使用於出版刊物、社群網路及提供新聞媒體之用達到行銷高雄效果，有效展現高雄城市魅力。</p> <p>1. 辦理「2022 台灣燈會會前會-高雄跨年蓬萊舞台」活動</p> <p>(1)2022 高雄跨年活動定位為「2022 台灣燈會在高雄」會前會，首創由民視、華視兩家無線台攜手雙製播，分別籌辦蓬萊、</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>高流雙舞台，本局負責高雄跨年蓬萊舞台。</p> <p>(2)號召四金卡司陣容堅強：Sandy吳姍儒、浩角翔起、籃籃擔綱主持，陳零九、邱鋒澤開場，伍佰&China Blue倒數前壓軸，滅火器樂團倒數後嗨翻高雄港。更邀請蘇慧倫、鼓鼓呂思緯、許富凱、曾沛慈、陳芳語、郭書瑤、炎亞綸、安心亞、吉那楊淑喻等卡司輪番熱唱。</p> <p>(3)與中華電信5G新創技術合作，雙舞台隔海異地共演，成功實現歌手許富凱及蔡昌憲隔海合唱、雙舞台觀眾共同倒數迎新年，呈現高雄港灣美景及智慧科技成果。</p> <p>(4)結合雙軍艦的高雄跨年蓬萊舞台，是我國海軍史無前例參加跨年的『代表作』。海軍以「國防安全」派遣2艘軍艦與精實的儀隊、莒拳和戰鼓表演參與跨年，展現「國土主權、寸步不讓」的決心，達到敦睦及深化全民國防意識的目標，全國觀眾也藉此機會，向臺灣最穩固的靠山國軍致敬。</p> <p>(5)12月31日晚間6點半起至1月1日凌晨1點止，雙舞台現場湧入230,100人，受COVID-19疫情影響，入場觀眾須配合實聯制、全程戴口罩、體溫量測等防疫規範。</p> <p>(6)高雄跨年蓬萊舞台分段平均收視2.50，名列第一。高雄雙舞台跨年與中華電信5G技術合作，全臺跨年首創隔海異地共演。收視最高點3.11落在來自高雄旗山的金曲歌王許富凱，於「蓬萊舞台」跟另一端「高流舞台」的蔡昌憲5G連線無時差合唱「眠照被」，雙邊主持群互相PK粉絲尖叫聲，把氣氛炒到最高點。</p> <p>(7)雙舞台跨年於線上直播成績亮眼，共超過400萬人次線上觀看，細部成果臚列如下：MOD與Hami Video總計超過110.4萬人次收看，在MOD跨年專區裡收視名列第一；YouTube頻道累積觀看次數超過215萬次，其中蓬萊舞台超過134.7萬、高流舞台超過81萬次觀看；Yahoo TV直播雙舞台，蓬萊舞台超過15.9萬、高流舞台15.1萬，累計超過31萬次觀看；Facebook於《高雄一百》、《陳其邁 Chen Chi-Mai》、《民視娛樂》等頻道分兩段直播，總觸及人次超過26.5萬人，數字持續增加累計中；LINE TODAY LIVE官方帳號線上觀賞蓬萊舞台超過17.3萬、高流舞台2.8萬，超過20.1萬觀看次數。</p> <p>2. 「2022紫耀義大 樂享平安跨年煙火」擔任指導單位，110年12月31日至111年1月1日在義大世界舉行，自23:50開始，倒數後00:00施放888秒煙火，共計5萬人在義守大學校區入場觀看，迎接2022年。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>參、新聞發布</p> <p>一、發布新聞及媒體服務</p> <p>(一)發布新聞</p>	<p>1. 發布新聞</p> <p>適時發布重大市政活動及市政建設成果新聞，110 年度共發布 1,228 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>2. 配合市政行程，辦理新聞聯繫與媒體服務及新聞發布等事宜，場次如下：</p> <p>(1)3月8日視察中博及站西路等會議</p> <p>(2)3月13日大林蒲遷村計畫書說明會</p> <p>(3)3月19日市長陪同總統視察高雄捷運橋頭糖廠站</p> <p>(4)3月27日高雄流行音樂中心海音館滿載測試</p> <p>(5)6月15日-18日AZ疫苗大規模施打視察</p> <p>(6)7月1日莫德納疫苗施打首日視察</p> <p>(7)7月13日「提供疫苗施打意願登記與預約系統」使用服務及「解封轄管電影院防疫作為稽查」</p> <p>(8)8月9日市長陪同蘇院長視察豪雨災情農損</p> <p>(9)8月22日「高雄驛起飛」啟動典禮《19典範再現風華》</p> <p>(10)8月24日施政週年成果說明會</p> <p>(11)8月28日非洲豬瘟防治記者會</p> <p>(12)9月4日協助市長陪同總統視察「明霸克露橋便道」、「鳳山水資源中心」、「市長陪同總統慰勞警消第一線同仁」</p> <p>(13)9月21日「2021國慶焰火在高雄」記者會</p> <p>(14)9月25日高雄驛起飛 挪移慶典《科技城市·璀璨願景》</p> <p>(15)9月26日高雄驛起飛座落儀式《門戶開啟·重返榮耀》</p> <p>(16)10月2日協助市長陪同行政院長蘇貞昌「視察橋科建設」</p> <p>(17)10月6日視察岡山社宅興建基地</p> <p>(18)10月10日「國慶焰火在高雄」</p> <p>(19)10月14日城中城火災事故對外說明記者會</p> <p>(20)10月14至16日協助市長陪同總統、行政院長蘇貞昌「探視慰問城中城傷亡者」</p> <p>(21)10月22日城中城大火事件舉行罹難者聯合公祭</p> <p>(22)10月29日城中城火災事故行政調查記者會</p> <p>(23)10月31日協助市長陪同總統出席「高雄流行音樂中心開幕典禮」</p> <p>(24)11月9日建築物公共安全申報、消防安全申報及住警器專案補助措施說明會</p> <p>(25)11月11日高雄首例「公益性跨區區段徵收」城中城改建公園</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(二)媒體服務</p> <p>(三)記者會</p>	<p>記者說明會</p> <p>(26)11月15日協助市長陪同行政院長蘇貞昌出席「『崇實安居』開工動土典禮」</p> <p>(27)11月19日協助市長陪同總統出席「鳳山區『鳳誠安居』及『鳳松安居』社會住宅開工動土典禮」</p> <p>(28)11月26日協助市長陪同行政院長蘇貞昌出席「高鐵電車線維修工程車啟用典禮」</p> <p>(29)12月6日協助市長陪同總統出席「亞灣新創園暨5G AIoT專案辦公室開幕」</p> <p>(30)12月15日協助「市長陪同總統視察永安漁業」</p> <p>(31)12月20日2022台灣燈會主燈安座典禮</p> <p>(32)12月23日明仁好室社宅動土</p> <p>(33)12月24日協助市長陪同總統參加「高雄新市鎮1-2號道路工程位置舉辦選地招商啟動典禮」</p> <p>(34)12月29日新都段社宅動土」</p> <p>3. 中博高架橋拆除工程任新聞宣導小組，派員進駐應變中心</p> <p>(1)於會勘現場媒體服務，並代為發布新聞稿，予媒體參考報導，亦公布於本府官網供民眾瀏覽。</p> <p>(2)每日蒐集相關新聞輿情，供應變小組即時針對輿情做出回應及說明。</p> <p>4. 派員進駐應變中心</p> <p>配合災害應變中心或指揮中心成立，派員進駐並配合市政行程或市長視察災情發布新聞稿。</p> <p>1. 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。</p> <p>(3)建立記者即時通訊群組，即時傳送市府活動最新消息或重大事件採訪事宜。</p> <p>2. 加強媒體聯繫</p> <p>(1)印製 2021 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)增進本市媒體友善互動關係，辦理媒體記者餐敘、贈送伴手禮等。</p> <p>1. 辦理記者會</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(四)成立議會新聞工作小組</p> <p>肆、行銷出版業務</p> <p>一、電子期刊企劃發行、印製定期刊物</p>	<p>(1)5月11-12日、14-20日辦理防疫會議會後記者會，說明本市防疫因應措施。</p> <p>(2)5月21日起每日配合中央流行疫情指揮中心日公布「記者採訪注意事項」，執行防疫會議會後記者會轉播供訊，並聘請手語翻譯。</p> <p>(3)5月28日辦理「高雄好家載、防疫互助經濟」記者會。</p> <p>(4)6月4日辦理「高雄好家載、防疫互助經濟」上線記者會。</p> <p>(5)7月12日辦理「呼籲民眾踴躍使用接種意願登記系統」上線記者會。</p> <p>(6)7月24日辦理「說明二級警戒管制作為」記者會。</p> <p>(7)8月17日辦理「防疫微解封-積極管理有效開放」記者說明會。</p> <p>(8)8月23日辦理高雄市防疫管制作為調整說明」記者會。</p> <p>(9)8月27日辦理「校園防疫說明記者會」。</p> <p>(10)9月28日舉辦「高雄開就賺」高雄券記者會，邀集產業代表，說明高雄券兌換領取、抽獎活動等重要資訊露出，派員採訪、發布新聞稿及辦理媒體服務事宜。</p> <p>(11)10月8日辦理國慶焰火交通暨防疫記者會。</p> <p>2. 轉播供訊服務</p> <p>(1)辦理「嚴重特殊傳染性肺炎防疫記者會轉播供訊服務案」，因應中央流行疫情指揮中心頒布之記者採訪注意事項，本府防疫及紓困等相關記者會，採線上直播、供訊之方式進行，俾利媒體採訪。</p> <p>(2)辦理「高雄開就賺」記者會採線上直播、供訊之方式進行，俾利媒體採訪，藉由新聞露出、宣傳效益，活絡振興經濟，帶領業者走過疫情衝擊。</p> <p>(3)為完整記錄焰火實況及舞臺表演，辦理「110年國慶焰火在高雄」供訊服務，便利媒體記者採訪報導，並於網路平台、全國電視及MOD頻道播出，供全國民眾觀賞。</p> <p>1. 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36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>(一)《樂高雄》電子期刊企劃發行</p> <p>1. 每月發行1期，全年發行12期，110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>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、編印外文期刊</p> <p>三、編印不定期刊物</p>	<p>2. 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，以上每期總觸及人數約 6 萬人。《樂高雄》電子期刊網站 110 年 1 月-12 月網頁瀏覽量累計計 484,477 次。</p> <p>3. 電子期刊與紙本雙月刊出刊後，透過高雄市政府官方 LINE 帳號、新聞局臉書發送訊息，吸引民眾點閱。自 11/5 起授權信傳媒於其網站及其 instagram 帳號內容轉載。</p> <p>(二)《樂高雄》期刊編印</p> <p>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，110 年共發行 6 期，每期印製 20,000 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 207 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。</p> <p>3. 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>(一)發行《Love Kaohsiung》英日文雙月刊</p> <p>1. 以英、日文報導本市活動、重大建設、觀光旅遊資訊、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。</p> <p>2. 每雙月發行一期的紙本刊物，110 年度計劃發行 6 期(履約期限至 111 年 5 月 31 日止，110 年發行 3 期，最後 3 期為跨年度執行，將於 111 年發行)，每期發行 9,000 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 121 處地點，提供讀者免費索閱本刊物。</p> <p>3. 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。</p> <p>(一)編印《高雄市簡介—高雄 百年領航》</p> <p>《高雄市簡介》發行中、英、日文版 3 種語言版本，各印刷 500 本。《高雄市簡介》為增進國內外訪賓對本市之瞭解，提升本市知名度與能見度，本刊介紹港區(亞洲新灣區產業潛力)、都會區、海洋產業(遊艇產業、濱海的養殖產業以及遠</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>伍、廣播業務</p> <p>一、編訪管理</p> <p>(一)節目製作</p>	<p>洋漁業)、小鎮文化風光、璀璨的原民文化、多元的藝術文化、在地農漁特產以及國際交流。當全球受疫情之累，藉由本刊持續推動本市與國際友人的交流，傳遞本市越在地、越國際的多元、迷人面貌。</p> <p>(二)年曆印製</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 「2022 高雄市年曆」推出二款，分別由新聞局繪製「鐵路綠廊道」及文化局繪製「高雄城市百景人情」。 2. 年曆二款各印製 6 萬 3 千張，於 12 月 14 日上午 9 時於本府四維、鳳山行政中心及本市 38 個區公所同步發送予民眾免費索取。 <p>(三)月曆印製</p> <p>2022 高雄市月曆印製 6 萬 8 千份，月曆業於 12 月 24 日上午 9 時於本府四維、鳳山行政中心及本市 38 個區公所同步發送予民眾免費索取。</p> <p>(四)貴賓提帶及城市行銷。印製數量為：大提袋 1,000 個、中提袋 1,800 個、小提袋 1,000 個。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 高雄廣播電臺「南風樂府第一階段」入圍 110 年廣播金鐘獎「類型音樂節目獎」。 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：e 啦！原住民、運動港都好運發、公事好好說、南方科技城，全年共直播 88 集，觀看人次達 275,737 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，上傳「彩虹旗的世界」、「卡卡派雙語脫口秀」、「943 人聲小劇場」、「玻璃星球」、「青春 Fun 一點」、「南方科技城」、「公事好好說」等 7 個節目；另與高雄市政府教育局合作，110 年 5 月 30 日起上傳由教育局製播之「聽故事抗疫趣」節目。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。 3. 節目製播多元化 <ol style="list-style-type: none"> (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 1135 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，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

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>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」，週六 08:30~09:00 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」，週日 18:00~19:00「卡卡派雙語脫口秀」。</p> <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、運發局及高雄輪船公司製播，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 261 集。</p> <p>(3) 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，宣導高雄的行道樹、交通政策與建設、空氣污染減量措施、維護空氣品質作為、企業徵才、職業訓練、就業津貼等訊息，多元行銷市政措施及施政成果。110 年 6 月 4 日起，新增「高雄進行事」單元，與高雄市政府捷運工程局合作宣導近期工程建設進度，並提供民眾輕軌及捷運輕旅行建議。</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「午后陽光第二階段」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。「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消息，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 768 集。</p> <p>(8) 為善盡媒體社會責任，提供弱勢發聲管道，於「午后陽光第二階段」節目，安排固定時段專訪公益社團。</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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>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。</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擊等，全年共製播 52 集。</p> <p>(11)持續規劃「公事好好說」節目，週一 17:30~18:30 播出，全年共計 33 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。110 年該節目以公開招標方式進行採購，由中山大學公共事務管理研究所得標，2 月起每集節目進行直播及錄影。110 年 4 月 6 日起於公用頻道播出。</p> <p>(12)110 年起與國立高雄科技大學產學營運處共同製播「南方科技城」節目，每集節目進行直播，邀請產官學界共同探討高雄產業脈動與科技發展，內容包含科技新知、產業脈動、在地產業及新創企業，期盼讓市民對於高雄這座南方大城有更多認同與歸屬。</p> <p>(13)高雄廣播電臺配合本市議會開議期間，第 3 屆第 5 次定期大會：110 年 4 月 12 日進行市長施政報告轉播、5 月 14 日~5 月 17 日及 7 月 28 日~8 月 24 日進行市政總質詢轉播。第 3 屆第 6 次定期大會：110 年 9 月 30 日進行市長施政報告轉播、11 月 4 日~12 月 3 日進行市政總質詢轉播。</p> <p>(14)配合高雄市立空中大學教學需要，110 年 1 月 1 日至 7 月 2 日於 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>(15)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、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>(16)配合高雄 100 系列活動、高雄過好年系列活動、高雄燕巢芭菓節、山城花語溫泉季、春天藝術節、高雄大港開唱、草地</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(二)新聞採訪	<p>音樂會、茂林紫斑蝶賞蝶季系列活動、2022 台灣燈會、高雄首選電商平台、高雄購物節、大崗山龍眼蜂蜜文化節、2021 國慶焰火在高雄、高雄國際食品展、旗津黑沙玩藝節、2022 跨年系列活動、高雄國際帆船賽、茂林豐年祭、高雄開就賺等活動，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> <ol style="list-style-type: none"> 4. 提供防災防颱公共服務，因應璨樹颱風一級開設，110/9/11 0800-110/9/12 1200 延長播音，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，內容含颱風來臨勿進行海邊活動、即時路況、救災即時訊息、做好防颱工作、颱風最新動向、停班停課相關資訊、台鐵停駛更新等。 5. 強化道路安全宣導，於 110/6/28 及 110/12/21 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。 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，高雄廣播電臺除配合國家通訊傳播委員會徵召播出，亦口播宣導最新消息並自製宣導帶每日播出，於 110 年度共計播出次數 6000 餘次，專訪 22 集。110 年 5 月至 12 月配合市府疫情指揮中心不定時召開防疫相關事項會議，高雄廣播電臺全程實況轉播會議後記者會總計 87 次。 <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 5 次及第 6 次定期大會之市長施政報告及市政總質詢，加強報導市議會新聞逾 180 則。 3. 加強報導嚴重特殊傳染性肺炎、登革熱、腸病毒、流感防治各項作為及紓困措施相關新聞。 4. 報導防洪、治水、抗旱工作、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。 5. 0513 停電、盧碧颱風、璨樹颱風期間，加強報導即時災情、防災、救災及災後重建、補助等相關新聞逾 80 則。 6. 報導城中城事件救災、住戶安置、公共安全提升等相關新聞逾 80 則。 7. 加強報導重大建設新聞，包括：輕軌建設、中博高架橋拆除、高雄驛回娘家、鐵路地下化綠園道、亞洲新灣區招商、科技業大廠進駐等。 8. 加強報導市政建設成果新聞，包括：推動危老重建、推動再生水廠建設、以住代護 3.0、SBIR 補助、公托家園、社會住宅等。 9. 配合以新聞或專題報導重要城市行銷及藝文活動，包括：市長

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(三)設備維護管理</p> <p>陸、整體風險管理(含內部控制)推動情形</p>	<p>行銷高雄蜜棗、高雄過好年、高美館重新開館、市長促銷高雄鳳梨、港都選物所、草地音樂會、那瑪夏賞螢季、高雄國民美食嘉年華、中職賽事重回高雄、青春設計節、新動物園運動、愛。月熱氣球、國慶焰火、跨年晚會、2022 台灣燈會在高雄等。</p> <p>10. 製播「Live943 新聞晚報」、「高雄傳真」等深入報導新聞性節目。</p> <p>11. 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 5G AIoT?」、「局限空間作業安全」、「危老重建」等，以口述、劇化等方式，傳達正確知識。至 12 月底累計製播 25 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> <p>(一)新聞局已依「行政院及所屬各機關風險管理及危機管理及危機處理作業原則」，將風險管理(含內部控制)融入日常作業與決策運作，考量可能影響目標達成之風險，據以選擇合宜之策略及設定機關之目標(含關鍵策略目標)，並透過辨識及評估</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	<p>風險，採取內部控制或其他處理機制。</p> <p>(二)新聞局依據市府 109 年 11 月 13 日函文，參照行政院相關規定辦理風險管理作業，並於 109 年 12 月 8 日成立「風險管理及危機處理專案小組」，由副局長擔任召集人、各科室主管擔任委員，辦理本局風險管理及危機處理等相關事宜。</p> <p>(三)110 年 1 月開始研訂、2 月 17 日完成「新聞局 110 年度風險管理作業計畫」。</p> <p>(四)在現有風險對策下，新聞局計有 16 項重要工作計畫均係低度風險，仍隨時滾動式檢討因應，110 年新聞局各項計畫機皆依照風險管理計畫如期如質達成目標。</p>