

高雄市政府新聞局 111 年度施政績效成果報告

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
壹、新聞行政 一、出版及視聽事業之管理與輔導 (一)出版事業之管理與輔導 (二)電影事業管理與輔導 (三)錄影節目帶業之輔導與管理 (四)有線電視系統輔導管理	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。 2. 持續加強查察報紙等平面廣告，以維護、保障兒童及少年閱聽權益。 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。 2. 本市電影片映演業共計 10 家，111 年度實施電影片映演業臨場查驗 157 廳次（含本市 111 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 35 廳次，共計查驗 192 廳次。 3. 防疫期間，加強查察本市電影院防疫措施，並請業者持續加強環境清消及落實執行防疫作為。 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，查察錄影節目帶租售業及錄影節目帶播映場所是否依法實施影片分級制度。 2. 本市錄影節目帶業約 23 家，新聞局 111 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。 3. 防疫期間，不定時派員前往查察錄影節目帶播映場所防疫措施落實情形，並請業者持續執行相關防疫作為。 1. 111 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 96 家次，均符合相關規定。 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，111 年度計處理 497 件（慶聯 128 件、港都 80 件、鳳信 66 件、南國 30 件、新高雄 12 件，其他屬不明纜線者 181 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。 4. 審議 112 年本市有線廣播電視系統基本頻道收視費標準，考量通膨壓力，穩定民生物價，112 年有線電視各項收視費用不調整，維持與 111 年相同：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。

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
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	裝機費、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，免收基本頻道收視費、裝機費、分機費、復機費、移機費等費用。 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。 6. 為持續鼓勵本市有線電視經營者提供公共訊息數位服務，以提升服務品質，受理業者申請提供公共訊息數位服務補助，111 年核定補助共 3 案（鳳信、慶聯及新高雄各 1 案），經費合計 197 萬元。 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。 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。 2. 為強化城市行銷，部分節目安排於全國性頻道播出，另上傳至高雄市政府 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 12 集節目、48 則專題。 節目內容除提供市民最新疫情資訊外，如：「高市防疫春節不打烊」、「高市開學防疫大作戰 三位副市長訪校園」、「高市開設小兒快篩陽特別門診 採檢看病領藥一次完成」、「快篩陽別怕 高市 500 家基層診所提供診斷治療」等專題外，另針對「2022 台灣燈會在高雄 氣勢磅礴高人氣」、「喜迎台積電設廠 高雄楠梓產業園區開工動土啦!」、「站東路開通 高雄南北交通更暢通」…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。 (2)行銷在地特色及休閒旅遊節目： ①高雄百工：節目規劃介紹高雄在地產業，讓更多市民有機會認識在高雄深耕打拼並善盡企業社會責任的產業，它們不僅創造出高雄第一、臺灣第一，同時也成為高雄經濟的中流砥柱。本系列節目透過以下方式行銷： A. 行銷宣傳：節目 20 秒行銷短片於本市公用頻道播出、臉書廣告投放宣傳。 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，並上傳至高雄市政府 YouTube 網路平台。 ②高雄玩夯局 2.0 漫遊攻略：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

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	MOD CH301 綜合台、海外衛星頻道Unifi TV 及三立國際台播出。 (3)2022 台灣燈會開閉幕展演活動 4K 影像轉播案透過本案讓全國民眾可透過多機(含空拍機)影像直播攝錄，即時觀賞 2022 台灣燈會在高雄之璀璨奪目，包括： ①光啟愛河灣·武營晚點名(2月1日) 透過YouTube、臉書直播並供訊於各家電視台，介紹愛河、衛武營雙場域展演活動，吸引全台民眾對台灣燈會之關注，並來高雄賞燈觀光。 ②開幕儀式(2月15日)、閉幕儀式(2月28日) 透過民視台灣台、YouTube、臉書直播台灣燈會開、閉幕式，並供訊於各家電視台 SNG 連線，讓高畫質「2022 台灣燈會在高雄」的主燈及各項展演活動能零時差呈現於各通路上供民眾觀賞。 ③此外，為讓市民能再次觀賞 2022 台灣燈會在高雄之美，製作剪輯開、閉幕精華各 1 小時於民視無線台及本市有線電視公用頻道播出。 (4)為增加本市有線電視公用頻道(CH3)節目媒體近用，並推展媒體識讀教育，購置由義守大學錄製「2022 傳播與媒體生態座談會-創造出真正咱高雄人的電視台：後疫情時代民眾如何運用公用頻道發揮媒體近用功能」專題座談版權。 3. 公用頻道行銷宣導 (1)平面媒體刊物部分： ①「111 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。 ②「111 年豆子劇團親子節能減碳暨有線電視公用頻道宣導」DM 刊登「公用頻道宣傳」1 則。 ③「有線電視公用頻道宣導」DM 刊登「公用頻道宣傳」1 則。 (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，111 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，鼓勵民眾近用公用頻道。 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連結，在同時段均可收看同一節目，以提升市民認同感、縮減資訊傳達時間，拉近行政區距離。 5. COVID-19 防疫警戒期間，新聞局租用設備與器材，協調各家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。 6. 有線電視新聞聯播

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
貳、新聞服務 一、綜合宣導 (一)綜合宣傳	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12:00播出「新高雄新聞」、12:30播出「南國新聞」、13:00播出「港都新聞」、13:30播出「鳳信新聞」；另重播時段為19:00播出「南國新聞」；19:30播出「港都新聞」；20:00播出「新高雄新聞」；20:30播出「鳳信新聞」。 1.新聞輯要 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，111年計剪輯平面新聞資料逾63,944則、網路即時新聞資料逾254,525則、搜集電視新聞摘要70,030則，加強民意輿情搜集、分析與反映工作，作為施政參考。 2.櫥窗 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。 3.持續維運「好理災-災害數據網路平台」 鑑於天然災害或緊急事件發生時，社會大眾對於災情訊息需求迫切，新聞局已跨局處合作建置「好理災-災害數據網路平台」，配合災害應變中心開設期間或市長指示，彙整各局處權管災情現況，主動定期公布各項災情即時數據。111年度持續維運網站並依需求調整呈現模式，俾提供媒體及民眾即時災情資訊。 4.媒體行銷宣傳 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： (1)開創永續 城市的造局者：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執行與成果。 主題為「從托育到樂齡 高雄創新校園空間活化新價值」、「高雄北城計畫 南部半導體S型廊帶敲門磚」、「北高雄一日暢遊 橋頭岡山文化地景的魅力」、「軌道建設四線齊發 綠色交通永續高雄」。 (2)打開高雄。想像未來：與平面雜誌合作廣告專輯宣傳案，平面結合數位廣編宣傳。 主題為「融合交通、生活與新舊文化，鳳山中城再造東高雄璀璨新地標」、「築巢引鳳，高雄市以產業升級推動城市轉型」、「高雄市青年局 陪伴在地青年打造自我事業」。 (3)春節專刊：為推廣春節高雄旅遊資訊，刊登「2022台灣燈會在高雄」春節旅遊專刊，以多元豐富吃喝玩樂資訊，供民眾春節假期旅遊參考。

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	(4)觀光行銷：運用青商會刊物刊登「2022 台灣燈會在高雄」，讓更多青年朋友瞭解城市轉型成果；宣傳「台灣燈會防疫平台」、「五行暢遊碼」及《共生花》、《脈動》等融合新住民元素且交織文化之燈會作品，讓民眾安心防疫、暢遊燈會。 (5)夏季專刊：介紹小港林園捷運延伸線及地方特色之觀光景點，吸引民眾遊賞高雄，行銷重要交通建設，並提升高雄的觀光經濟效益。 (6)秋節專刊：刊登主題「高雄農漁村好好玩」，以深度報導方式行銷高雄農特產、旅遊及其相關農業政策。 (7)產業發展：宣傳「111 年度促進產業發展獎補助辦法」、「迎向 2023 首選高雄」、「亞洲新灣區」、「產業轉型 投資高雄」、「煉油廠轉型與蛻變」，宣傳高雄煉油廠土壤、地下水汙染整治工作及產業轉型成果，歡迎業者到高雄投資，以提升產業競爭力、創造就業機會及繁榮地方經濟。 (8)交通建設：刊登主題「捷運聯合開發行銷」，行銷本市捷運場站聯開案及其地方建設發展。 (9)環境永續：刊登主題「推動低碳永續家園」、「環保淨零碳排」、「多元管制降空汙」，提升市民環境永續意識，朝 2050 高雄淨零碳排方向邁進。 (10)農業政策：刊登主題「明日超商」、「農漁業冷鏈外銷」、「神農市集」、「產銷履歷」、「智慧農業」，運用平面雜誌及其數位網站，擴大行銷本府農業政策。 (11)水利建設：宣傳「打造優質水環境美好生活在高雄」，宣傳水利建設施政作為。 (12)工務建設：宣傳「高雄厝 3.0」使民眾瞭解本府推動綠建築成果。 (13)土地開發：宣傳「高市土地重劃開發一甲子 城市蛻變轉型」，讓全國民眾更瞭解本市土地開發成果。 (14)都市發展：宣傳「旗糖農創園區」高雄土地開發招商成果。 (15)運動發展：宣傳「高雄富邦馬拉松」，推動馬拉松賽事政策宣導及成果。 (16)社會福利：刊登「高雄孕婦產檢交通補助」，以保障孕期安全，打造本市懷孕婦女安全友善環境。 5. 網路媒體行銷宣傳 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： (1)觀光行銷：宣傳「2022 台灣燈會新住民燈區」，運用《共生花》、《脈動》等融合新住民元素且交織文化之燈會作品，讓民眾安心防疫、暢遊燈會。藉由活動人潮帶動高雄觀光經濟，振興高雄觀光產業。 (2)產業發展：宣傳「006688 補助展延」、「111 年度促進產業發展獎補助辦法」、「高雄產業轉型及 5G AIoT 結合台灣燈會示範場域」、「再生水開發成果」、「煉油廠華麗轉身楠梓產業園區」、「打造南部科技廊帶」、「2022DigiWave」、「元宇宙」、「迎向 2023 首選高雄」、「5G AIoT 生態圈 高雄智慧

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	科技城」、「5G AIoT 亞洲新灣區 高雄新核心」、「永不止步」短片等，吸引企業投資高雄、並推動經濟發展、產業轉型時，行銷本市積極打造高科技、半導體優質產業聚落以提供友善招商引資環境，及 5G AIoT 科技城市新形象，展現智慧城市推動成果。 (3)交通建設：宣傳「軌道建設四線齊發 捷運聯開再創商機」，行銷本市捷運場站聯開案及其地方建設發展。 (4)環境永續：刊登主題「防制空污淨零碳排」，強化民眾環保意識。 (5)農漁產業：宣傳「高雄瘋農趣」、「漁業發展暨觀光行銷」、「冷鏈設施」、「大社蜜棗」，以影音專題製作、數位平臺行銷農漁政策。 (6)水利建設：宣傳「打造優質水環境 美好生活在高雄」，宣傳水利建設施政作為。 (7)工務建設：宣傳「綠園道」、「特色公園」、「高雄厝 3.0」、「高煉廠土汙整治 褐地重生科技園區」、「道路養護智慧化」，使民眾瞭解本府宣傳公園道路、推動綠建築、高煉廠土汙整治、道路挖掘管理等成果。 (8)都市發展：宣傳「旗糖農創園區」、「路竹都市計畫」、「高煉廠轉型循環經濟研發專區」、「特貿三南之南基地邁向全球」，運用網路媒體及製播短片，強化都市更新、招商引資等政策宣導及成果。 (9)運動發展：宣傳「高雄電競成果」、「高雄富邦馬拉松」，推動高雄電競及馬拉松賽事等政策宣導及成果。 (10)工安及求職防詐宣導：刊登主題「加強勞工安全保障預防職災」、「求職防詐騙」等相關資訊，以降低勞工職業災害發生與防範求職詐騙等情事。 6. 多元媒宣行銷宣傳 (1)運用本市公車候車亭燈箱(37 面)刊登道安及市政行銷廣告，主題為「清晨夜間外出穿戴亮色衣物或配件」、「FUN 心玩旗津」、「四線齊發、運動中心、台灣設計展、庄頭藝穗節、車輛慢看停行人停看聽」、「壽山動物園、2023 高雄跨年亞灣未來市」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。 (2)運用本市 33 處（計 35 面）行政大樓及學校外牆刊掛戶外帆布廣告，刊掛主題為「清晨夜間外出穿戴亮色衣物或配件」、「騎車開車不超速」、「軌道建設、運動中心」、「勿酒駕及路口安全」，以強化民眾道安觀念及行銷市政活動。 (3)2022 台灣燈會期間，為鼓勵民眾搭乘交通運具前往並落實防疫制度，運用電子戶外刊板加強宣導「台灣燈會防疫平台」及「五行暢遊碼」等相關訊息。並藉由高鐵車廂海報、台灣大車隊車體廣告及車內影音電視託播 2022 台灣燈會在高雄宣傳短片，將台灣燈會活動推廣至全國各地。 (4)後疫情時期，為宣傳產業數位轉型、招商引資及結合在地產業發展，於國內外旅客眾多的台北捷運月台電視、燈箱刊登廣告，

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
(二)交通安全宣導	提升本市經濟產業發展。 (5)透過廣播媒體進行「台灣燈會結合 5G AIoT 智慧運用」宣導，邀請民眾於台灣燈會中，實際體驗 5G AIoT 智慧科技應用成果；另為強化在地防災能量，宣導本市「水利防汛」相關訊息，增進民眾瞭解、熟悉汛期之正確觀念與應變能力；及積極佈建半導體聚落，打造電動車基地，媒合多家新創、國際加速器進駐高雄，宣傳本市「招商暨產業轉型成果」。 (6)推廣本市友善社福環境，展現本府施政作為，運用廣播電臺之宣導效益，鼓勵市民多加利用相關服務。 (7)為防範求職詐騙等情事，運用廣播媒體刊播主題「求職防詐騙」等相關資訊。 (8)透過高鐵車廂海報、高雄住宅大樓電梯資訊平臺及計程車內影音電視，刊登「迎向 2023 首選高雄」海報及排播「永不止步」短片，行銷宣傳高雄產業數位轉型。 (9)為宣傳市政行銷和活動短片，透過計程車內影音電視刊播「永不止步」、「產檢交通補助」、「迎向 2023 首選高雄」等宣傳短片。 (10)運用超商廣播宣傳「招商暨產業轉型成果」，展現高雄城市意象，擴大整體招商效益。 1. 媒體宣傳 (1)運用新聞記者會公會、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 111 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，透過廣播電臺以廣告、專訪、口播等方式，進行全年道安廣播宣導，宣導主題包括酒駕防制、大型車安全、高齡者交通安全、汽機車正確左右轉、考照再上路青春向前行、暑假期間青年朋友不超速 不逼車 不無照、機車如何正確左轉、無號誌化路口-閃紅閃黃、非號誌化路口行車安全-停標誌或標線 閃光紅燈、速度管理、酒駕防制及新交通法規等，藉由電臺製播創意宣導帶，向市民宣導正確的道安觀念。 (3)透過多媒體電視(高捷、7-11、全家電視)播放「高齡者行人安全-好習慣篇」、「阿達-機車轉彎」、「蝴蝶效應篇-大型車安全」、「機車逕行左轉」、「蔡哥-大型車安全」道安宣導短片，強化民眾路口安全觀念。 (4)運用平面媒體宣導「汽機車安全-路上不做他人意料外的行為」、「清晨夜間更要閃亮登場 外出請穿戴亮色衣物或配件」、「高齡者交通安全」、「汽車勿從外車道左轉、勿搶快轉彎」，加強用路人交通安全觀念，以減少意外事故發生。 (5)與廣播媒體合作製播「高齡者交通安全」、「不酒駕不超速」

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
(三)城市行銷	「跨年活動交通安全宣導」，呼籲市民朋友遵守交通規則、強化正確用路行為，並鼓勵民眾搭乘大眾運輸工具前往參加活動。 (6)運用高雄市公車車體刊登「守規則駛卡慢ㄟ啦」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。 (7)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「非號誌化路口停讓」道安廣告，共90面。 (8)運用本市公共腳踏車(YouBike)後泥除刊登「不逼車、不無照、不超速」廣告，共400台。 (9)印製酒駕新法宣導海報及酒後找代駕宣導貼紙，函請警察局、經發局、勞工局、民政局、交通局等局處協助張貼熱炒店、酒店、KTV等高風險場域，及大眾運輸節點、民眾常進出活動點位，隨時警惕大眾不酒駕及酒後請找代駕，保護市民生命財產安全。 (10)運用本市6處交通人流量大點位之電視牆播放道安宣導影片，加強宣導交通安全觀念，主題為「蝴蝶效應篇-大型車安全」、「機車如何轉彎-二段式左轉、逕行左轉」。 (11)印製雙享杯、手持電扇及手機架等道安宣導品，宣導不搶快轉彎、路口安全及不超速等主題，適時於宣導活動現場贈送參與民眾，強化道安觀念。 2. 製播宣導短片： (1)拍攝「愛有路用篇-機車安全」及「蝴蝶效應篇-大型車安全」宣導短片60秒2支、濃縮版30秒2支，運用多元通路宣導提高用路人道路風險意識及強化正確駕駛習慣。 (2)與YouTuber阿達、蔡哥合作拍攝「阿達-機車轉彎」及「蔡哥-大型車安全」長版短片各1支、濃縮版60、30秒短片各1支，宣導高齡者騎乘機車轉彎安全及大型車安全，將短片上傳網路平臺，深入影響及帶領長輩正確用路行為及觀念。 3. 活動配合： 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。 (1)配合民間社團舉辦道安宣導活動共計8場次。 (2)配合大型活動進行道安宣導計10場次：2022六龜觀光藝文季、2022高雄海洋派對、2022甲仙芋筍節、大高雄區域人文物產特色暨產業行銷活動案-超級夜總會(大社場、旗山場、小港場、鳳山場、路竹場、三民場)、路竹番茄節，設立攤位進行

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	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。 1. 短片製作及電子媒體行銷宣傳 (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「台灣燈會防疫大作戰」、「台灣燈會船愛大戲」、「台灣燈會穿越燈會」、「產業轉型永不止步」、「綠園道」、「亞灣未來市」、「大型車安全」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。 (2) 拍攝剪輯「LINE Beacon 功能導覽影片」，2022 台灣燈會是史上第一場防疫、智慧科技兼具的新形態燈會，以智慧導覽取代人工導覽，降低人群接觸風險，教導民眾瞭解相關功能及使用。 (3) 拍攝「高雄市居家照護中心防疫說明影片」，讓民眾熟悉居家照護、重症分流等應變措施及相關指引。 (4) 運用中華電信 MOD 網路電視刊播「產業轉型永不止步」，展現高雄城市意象，增加市民認同感。 (5) 「111 年市政活動攝製錄影及平面拍攝案」，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使用，另亦透過平面影像記錄高雄城市亮點，做為城市行銷素材以及城市發展檔案資料，增進市民瞭解市府施政與建設成果。 2. 國際行銷 (1) 運用高雄市政府官方推特 Twitter (@Kaohsiung City) 及 Instagram 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，議題包含高雄歷史人文、隱藏景點、節慶活動、美食特產、時事議題、親子情侶旅遊等，如 2022 台灣燈會期間，發布燈會系列活動貼文，感謝國際抗疫夥伴與臺灣扶持前行，經外交部引用推文並剪製無人機展演影片發布後，獲立陶宛外交部亦引用推文向臺灣致意；推文悼念日本首相安倍晉三逝世、登革熱境外移入通報採檢措施、開放相關邊境管制措施、口罩禁令鬆綁。 (2) 駐臺媒體如菲律賓 UNTV 電視台及法新社均有報導，發稿並獲菲律賓 Manila Bulletin Online、News Center 新聞網站、阿拉伯聯合大公國 Sharjah24 News、法新社阿拉伯新聞網 (AFP Arabic) 及阿爾及利亞 AL24news 等媒體轉載。另，駐地媒體斯洛伐克「真理報」(Pravda) 刊出「斯洛伐克心型國旗照亮臺灣的天空」之報導。美國休士頓主流 KHOU11 電視台轉播報導。其他如日本富士電視台、祕魯、貝里斯、哥倫比亞、巴拉圭、土耳其等國家亦多有媒體露出 2022 台灣燈會相關新聞。 (3) 與國際影音達人合作，拍攝三支行銷影片，介紹 2022 台灣燈會在高雄、高雄原鄉之美、親子共遊景點、共融式公園等，提升國際對高雄城市之認識。 (4) 運用 YouTube、臉書及 Instagram、Twitter 等社群媒體強化高

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
(四)辦理都市行銷活動	雄國際行銷，於日本、韓國、港澳、新加坡、馬來西亞、泰國、越南等當地地區露出國際城市行銷短片「永不止步」。 (5)透過外語專題宣傳「2022 台灣燈會在高雄」，包括路透社英、日語專題、美聯社英語專題及其他國際專題於各大國際媒體網站刊登等。 (6)為加速本市招商引資腳步、打造完整半導體產業聚落，吸引國際大廠投資，帶動本市經濟產業發展，規劃以中文、英語及日語等語言撰擬「打造高雄成為全球最有價值半導體產業聚落」、「高雄啟用 5G 智慧長照系統 放眼海外新興市場布局」、「高雄電動車產業鏈成形 大廠進駐布局全球市場」、「展望亞灣 5G AIoT 創新園區 建立完整產業鏈輸出國際」、「智慧港灣全球論壇扮國際平台 高雄將推動高雄港數位應用服務出海」、「發布 5G AIoT 帶路 DigiWave 驅動高雄設計經濟動能」等專題，整合媒體露出效益，針對標的區域對外宣傳高雄產業轉型及推動蛻變為 5G AIoT 科技城之嶄新形象，藉以提升高雄國際知名度。 3. 運用多元通路行銷高雄 (1)高雄市政府官方臉書 截至 111 年 12 月 31 日止，粉絲數逾 48.5 萬多人，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；並透過專頁回覆網友提問，成為市政溝通的橋梁。 (2)高雄市政府 LINE 官方帳號 透過 LINE 行動通訊軟體，發送有關本市最新市政、防疫、活動、觀光、交通、天災應變和停班停課等即時訊息，截至 111 年 12 月為止好友數已超過 128 萬多人。 1. 辦理「大高雄區域人文物產特色暨產業行銷活動」 (1)為宣傳高雄豐富在地景觀、人文核心價值、產業轉型發展等議題，同時兼顧疫後在地經濟活絡與振興並擴大在地參與，辦理 7 場超級夜總會及 1 場超級紅人榜。 (2)「超級夜總會」以最具話題性的綜藝節目主持人許效舜、彭恰恰、苗可麗，結合每一場超過 10 位以上的藝人演出及多型態單元(例如：點歌、歌中劇、群星 PK 競賽等)，號召力吸引人潮前往活動現場；另，超級紅人榜主持人于美人、蔡昌憲、許志豪也同樣將地方特色、物產文化、人文故事、產業發展巧妙融入節目內容中，8 場活動在幽默風趣歡笑聲，和樂聲歌曲伴隨下，打造深具在地風情的金曲晚會，8 場參與人次合計 60,080。 (3)活動前透過電視廣告、廣播、網路、平面及戶外露出等通路，將本市人文特色、積極推動產業招商、打造完整南部科技廊道及輔導產業在地轉型成果向外界行銷，希望帶動地方特色營運回溫，促進在地產業效益，並於活動後透過網路精華持續發酵；上述行銷合計超過 4 千萬以上觸及人次。

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
參、新聞發布 一、發布新聞及媒體服務 (一)發布新聞	2. 結合民間資源合作辦理 (1)「2022 OPEN!大氣球遊行」活動 ①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，本府為活動指導單位。 ②12月17日於高雄前鎮區時代大道舉行，遊行隊伍由海軍陸戰隊樂儀隊開場後，由市府團隊、高雄捷運公司組成的「高雄隊」為遊行拉開序幕，沿路發送精美贈品與民眾同樂，帶出表演團體、卡通造型大氣球、舞台車等吸睛遊行亮點。 (2)「2022 紫耀義大 享樂好漾」跨年煙火活動 主辦單位為義聯集團(經營管理委員會)，新聞局受邀擔任指導單位，111年12月31日至112年1月1日在義大世界舉行，自23:59開始倒數後，00:00施放999秒煙火，主辦單位估計50,000人次入場觀看，歡喜迎接2023年。 3. 辦理「2023 高雄跨年活動」 (1)2023 跨年主軸為「亞灣未來市」，以亞洲新灣區致力產業研發創新、發展國際研訓及應用技術管理人才中心，形塑兼具休閒觀光與產業經濟的水岸廊帶的「進行式」，希望以跨年活動讓現場民眾及全國觀眾，認識高雄產業轉型邁向未來，也預告亞灣航向「未來式」的無限可能。 (2)台灣跨年史上首座「雙面舞台」，以「進行式」(面中華五路)與「未來式」(面成功二路)舞台，給民眾260度視野，雙倍震撼、雙倍搖滾，更象徵從2022，跨越到更好的無限未來。 (3)跨年倒數完，於時代大道底「第90期市地重劃區」，綻放180秒璀璨「亞灣跨年花火」，最大達8吋高空花火，搭配3D特效煙火及燈光秀，帶來最精彩的視覺饗宴，讓現場觀眾在花火照耀下的歡樂及感動，一起跨過2022年。 (4)推出重磅演出藝人：包括高雄獨家「天生歌姬」A-Lin(重磅壓軸)、「金曲常客」動力火車、「雙金樂團」滅火器、「新生代饒舌團體」影子計劃。最強主持人：天團「浩角翔起」+搭檔NO.1女神「白家綺」，有最強棒卡司：開場「大勢人氣樂團」告五人、倒數後超人氣「搖滾天團」八三夭，更邀請到「金曲歌后」艾怡良、「抒情饒舌」高爾宣、「超人氣男子團體」原子少年金星、Ozone、「甜酷歌手」陳芳語、「鄉民老婆」吳卓源、「翻唱女神」文慧如及鳳凰藝能知名演員白家綺、蘇晏霈、張家瑋、謝京穎、楊淨宇和波波蓁6位所組合的PT Girls輪番熱唱。 (5)「2023 高雄跨年-亞灣未來市演唱會」現場計有31萬人次湧入參與，電視分段收視全台居冠，4歲以上平均分段收視1.30，總收視人口104萬2千，其中第一段收視更是高達1.89。史上第一座跨年雙面舞台打造震撼視覺效果，藝人演出相當具話題

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	及挑戰性，收視前三高為跨年限定「PT Girls」演出，最高收視來到 2.65；收視第 2 高為倒數前由天生歌姬 A-Lin 壓軸獻唱，收視最高點達 1.79；第 3 高 1.75 落在 Kimberley 陳芳語精彩的歌舞大秀。 (6)「2023 高雄跨年-亞灣未來市演唱會」於線上直播成績亮眼，共超過 458 萬人次線上觀看，高雄跨年於中華電信 MOD「2023 衛跨年」LIVE 轉播專區獨家以多視角 HD 高畫質轉播，包括「全知視角」、「進行式舞台」、「未來式舞台」和「搖滾視角」，讓觀眾可隨時切換不同角度欣賞港都跨年晚會及煙火秀。直播細部成果臚列如下：MOD 與 Hami Video 總計超過 121.2 萬人次收看；YouTube 頻道累積觀看次數超過 181 萬次，Facebook 於《高雄市政府》、《陳其邁 Chen Chi-Mai》市長、《史哲》副市長、《文化高雄-高雄市政府文化局》、《高雄旅遊網》、《四季線上 4gtv》等頻道分兩段直播，總觀看人次超過 16.5 萬；LINE TODAY 官方帳號線上觀看人次超過 117.7 萬，LINE TV 超過 21.9 萬觀看次數。 1. 發布新聞 適時發布重大市政活動及市政建設成果新聞，111 年度共發布 1,297 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. 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： (1)1 月 11 日市長協同疾管署、小港機場再盤點落實防疫工作 (2)1 月 15 日市長出席<u>仁武產業園區首建廠動土</u>典禮 (3)1 月 23 日召開 COVID-19 疫情視訊會議 中央地方聯手防堵 Omicron 變種病毒擴散 (4)1 月 26 日市長出席「高雄都會區大眾捷運系統岡山路竹延伸線 土建暨軌道統包工程動土典禮」 (5)2 月 15 日市長陪同總統蔡英文、行政院長蘇貞昌、交通部長王國材出席「2022 台灣燈會點燈儀式」 (6)2 月 23 日市長陪同經濟部長王美花出席「前鎮科技產業園區前瞻大樓揭牌啟用儀式」 (7)2 月 28 日市長陪同交通部觀光局長張錫聰及台北市副市長蔡炳坤出席「高雄衛武營舉辦閉幕典禮及進行交接儀式」 (8)3 月 4 日市長陪同總統蔡英文視察「台電興達電廠供電情形」

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	(9)3月7日市長陪同行政院長蘇貞昌出席「關務署100噸級巡緝艇首艘命名暨下水典禮」 (10)3月20日市長陪同行政院長蘇貞昌、內政部長徐國勇出席「『汰換老舊消防車輛3年中程計畫』交車典禮」 (11)3月30日市長出席「高雄AWS雲端聯合創新中心」啟動儀式 (12)4月3日市長陪同行政院長蘇貞昌、經濟部長王美花出席「全台首艘全迴旋大型浮吊船『環海翡翠輪』下水儀式」 (13)4月3日市長陪同行政院長蘇貞昌、交通部長王國材出席「『台20線78K+500寶來一橋改建工程』通車剪綵儀式」 (14)4月30日市長陪同行政院長蘇貞昌出席「『台20線南橫公路梅山口至向陽路段有條件復通』祈福典禮」 (15)5月1日市長出席「大寮區第81期重劃區公11、公12及綠地開闢工程動土典禮」 (16)6月3日市長陪同行政院蘇貞昌院長、衛福部陳時中部長前往高雄展覽館，視察兒童疫苗大型接種站 (17)6月15日市長出席鴻海臺灣電芯研發暨試量產中心高雄動土 (18)6月17日市長陪同總統參訪「永安石斑魚產業」 (19)6月22日出席「左營區福山安居社會住宅開工動土典禮」 (20)6月30日市長北上電視購物台攜手農委會主委陳吉仲推銷最好吃的高雄石斑 (21)7月2日市長偕同文化部長李永得出席「第33屆流行音樂金曲獎頒獎典禮」 (22)7月3日市長視察「橋頭區典寶溪D區滯洪池工程」 (23)7月4日市長出席「台灣IP・高雄原創——聊療號」輕軌彩繪列車開箱啟航 (24)7月9日市長視察「高雄輕軌二階工程進度」 (25)7月12日市長視察「大寮區拷潭排水整治工程」 (26)7月15日市長偕同內政部政務次長花敬群出席「鳳翔安居社會住宅開工動土典禮」 (27)7月18日市長出席「高雄市岡山區大鵬九村社會住宅新建統包工程」動土典禮」 (28)7月21日市長偕同財政部國有財產署副署長李政宗出席「興達漁港修造船區暨海洋遊憩設施民間自提BOT案」簽約儀式 (29)7月22日市長偕同總統蔡英文出席「半導體及重點科技研究學院揭牌典禮暨簽約儀式」 (30)7月22日高雄藥師送藥到府全國之冠，總統蔡英文偕同陳其邁感謝基層醫護人員 (31)7月26日市長偕同內政部政務次長花敬群出席「仁武安居社會

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
(二)媒體服務	住宅開工動土典禮」 (32)7月27日市長出席「2022臺灣文博會」在高雄！展前記者會 (33)7月30日市長偕同經濟部長王美花出席「大林蒲遷村第三次說明會」 (34)8月4日市長出席「2022臺灣文博會開幕典禮」 (35)8月6日市長出席「內門觀光休閒園區動土典禮」 (36)8月7日市長偕同行政院長蘇貞昌、經濟部長王美花出席「台積電進駐楠梓產業園區動土典禮」 (37)8月7日市長偕同行政院長蘇貞昌視察「高雄市區濱海聯外道路工程」 (38)8月10日市長偕同文化部長李永得出席「2022臺灣文博會商展開幕暨CET Best Award頒獎典禮」 (39)8月16日市長出席「2022高雄品牌創新行銷計畫」品牌聯名發布會 (40)8月18日市長出席「仁寶深耕高雄亞灣5G研發中心記者發布會」 (41)8月19日市長視察「橋頭鹽埔橋抽水站工程進度」 (42)8月23日召開防疫會議會後記者會，說明本市已做好開學防疫準備，並呼籲開學前儘速接種疫苗 (43)8月25日市長偕同基隆市長林右昌出席「2022智慧港灣全球論壇」 (44)8月29日市長偕同行政院長蘇貞昌出席「旗津第二條過港送水管通水典禮」 (45)9月2日市長偕同行政院長蘇貞昌出席，參加內政部、國科會與高雄市政府共同舉行「橋頭科學園區」區段徵收工程祈福動土典禮 (46)9月7日交通部長王國材及高雄市長陳其邁主持「高雄燈塔活化啟用典禮」 (47)9月7日市長出席「大寮社會住宅開工動土」 (48)9月28日市長偕同總統出席世界台商總會年會 (49)10月3日市長偕同經濟部長王美花一同出席「高軟二期首棟大樓動工儀式」 (50)10月5日市長出席「輕軌C20-C24路段正式開通試營運」 (51)10月6日市長偕同經濟部長王美花出席「啟動光之展演」 (52)10月6日市長出席「2022台灣設計展在高雄全面開展」活動 (53)10月31日市長偕同行政院副院長沈榮津出席「高雄捷運黃線機廠統包工程動土祈福典禮」 (54)11月4日市長出席「高市府啟動亞灣2.0計畫」
(三)記者會	
(四)成立議會新聞工作小組	
肆、行銷出版業務	

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
(二)年曆印製 (三)月曆印製 伍、廣播業務 一、編訪管理 (一)節目製作	1. 轉播供訊服務 (1) 因應新冠肺炎變種病毒流感化、傳染力強，國際疫情未歇，並將逐步放寬邊境管制、縮短入境檢疫天數等。為讓社會大眾即時獲得疫情最新狀況、防疫整備與管制鬆綁等方案，辦理「111 年網路平台轉播供訊案」，秉持資訊公開透明原則，對外界說明疫情最新狀況及防疫作為。 (2) 辦理高雄市第四屆市長、副市長及首長宣誓就職典禮，透過轉播供訊給各家媒體使用，並進行高雄市政府官方臉書、高雄市政府 YouTube 等通路直播，說明本市未來施政願景。 1. 加強記者聯繫成立議會工作小組 (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。 1. 電子期刊 《高雄畫刊》每月發行 1 期，全年發行 12 期，111 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。 2. 紙本期刊編印 (1) 每 2 期《高雄畫刊》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，111 年共發行 6 期，每期印製 18,000 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 210 個地點(包含景點、旅遊服務中心、機場、車站、藝文場所、書店等)供民眾索閱。 3. 行銷推廣 (1) 《高雄畫刊》網站整合中、英、日語版期刊內容及電子書，111 年 1 至 12 月網頁瀏覽量累計超過 176 萬 4 千次。 (2) 透過「高雄市政府」官方臉書、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。 (3) 《高雄畫刊》電子期刊每期發送高市府員工、既有訂閱戶，並與聯合新聞網、聯合電子報、中時新聞網、信傳媒、LINE 熱點等媒體平台合作授權內容轉載，擴大觸及效益。 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. 每雙月發行一期的紙本刊物，111 年度計劃發行 6 期(履約期限至

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	111 年 6 月 9 日止，111 年發行 3 期，最後 3 期為跨年度執行，將於 112 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。 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新聞局提供讀者線上閱讀，服務民眾網上閱讀本刊。此外，每期均上傳網路合作平台：聯合新聞網及聯合電子報。 1. 印製 2023 年《高雄市簡介》，為增進國內外訪賓對本市之瞭解，提昇本市知名度與能見度，內容規劃以圖像說故事，介紹高雄亞洲新灣區產業潛力、自然萬象、便利交通、藝文產業、旅遊資源、城市慶典、高雄好滋味、高雄願景等主題，提供予國內外賓客閱讀。 2. 預計於 112 年 7 月 31 日出版，發行中文 1,000 本、英文 2,000 本及日文 1,000 本。 「2023 高雄市年曆」印製 25,000 張，以手繪風格展現高雄重大市政建設、文化圖像以及物產美食；於 111 年 10 月 26 日 09:00 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。 「2023 高雄市月曆」印製 25,050 份，以高雄市生產之當季水果為主，藉以行銷本市優質農產品；於 111 年 11 月 9 日 09:00 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。 1. 高雄廣播電臺「彩虹旗的世界」入圍 111 年廣播金鐘獎「社會關懷節目獎」。 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 85 集，觀看人次達 242,000 餘次。因應新興電臺收聽形式－播客（Podcast）越來越流行的趨勢，電臺也規劃特定節目以 Podcast 方式提供民眾收聽，上傳「943 人聲小劇場」、「Hi(海)!聽渡輪說什麼」、「公事好好說」、「南方科技城」、「防疫『心』生活」、「波士派雙語脫口秀」、「城市說書」、「玻璃星球」、「彩虹旗的世界」、「錦荔枝的滋味」等節目及單元。 3. 節目製播多元化

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
(二)新聞採訪	(1)為優化民眾英語學習能力，製播多元雙語節目及單元，全年總播出時數約 1154 小時。上午 7:00~7:30 與 BBC 英國廣播公司合作聯播 BBC Newsroom 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、國立高雄科技大學應用英語系、常春藤雜誌社合作，製播英語小單元，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「波士派雙語脫口秀」。 (2)針對民眾關心的事務，開闢「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 260 集。 (3)與養工處、捷運局、勞工局、警察局、衛生局等單位，合作製播「探索高雄」、「高雄進行時」、「就業加油站」、「原來如此」、「健康方程式」等單元，宣導高雄的行道樹、輕軌及捷運交通規劃及工程建設進度、企業徵才、職業訓練、就業津貼、反詐騙、醫療知識等市政措施及生活資訊。 (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，每週製播新住民及移工節目共 3 集。 (5)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」等客語節目。每週播出客語節目 19 小時，內容涵蓋客家說唱及客家風俗文化等。 (6)每日平均製播約 200 分鐘古典音樂節目，提供南臺灣民眾獨特深度之聽覺享受，為南臺灣播出古典音樂時數最多的電臺。 (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 613 集。 (8)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。 (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。 (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：循環經濟國際趨勢與台灣

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
(三)設備維護管理 陸、整體風險管理(含內部控制)推動情形	現況、台灣離岸風電建置進度與遭遇、新創大南方展會、2022亞洲樂齡智慧生活展、智慧城市在高雄等，全年共製播 53 集。 (11)持續規劃「公事好好說」節目，週一 17:30~18:30 播出，全年共計 48 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，於每月進行臉書直播一次。 (12)與國立高雄科技大學共同製播「南方科技城」節目，全年共計 50 集，每集節目進行直播，邀請產業、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。 (13)高雄廣播電臺實況轉播議會質詢及大型活動： 111 年 3 月 21 日轉播第 3 屆第 7 次議會定期大會市長施政報告、4 月 25 日~5 月 24 日轉播市政總質詢；111 年 8 月 8 日轉播第 3 屆第 8 次議會定期大會市長施政報告、9 月 8 日~10 月 11 日轉播市政總質詢；111 年 11 月 26 日轉播九合一選舉即時開票情形；12 月 31 日轉播跨年晚會。 (14)配合市府各局處重要施政加強宣導，包括：不開快車不闖紅燈、113 婦幼保護專線、防疫宣導、登革熱就醫篇、愛心募款、農業保險、家庭收支調查、節約能源、汛期宣導、反毒宣導、關懷新住民、著作權、CEDAW 性別平等、捐血一袋救人一命、防詐騙等。 (15)配合台灣燈會在高雄、高雄首選電商平台、高雄過好年系列活動、春天藝術節、草地音樂會、高雄內門宋江陣、愛河端午龍舟嘉年華、旗津黑沙玩藝節、高雄左營萬年季、台灣文博會+設計展、高雄啤酒節、高雄電影節、鼓山魚市場開幕、庄頭藝穗節、全台最大聖誕光影展演-2022 愛河灣聖誕燈光展演、跨年系列等活動，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。 4. 強化道路安全宣導，於 111 年 6 月 27 日至 7 月 1 日及 111 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。 5. 提供重大防疫防災資訊，強化電臺公共服務功能 (1)因應新型冠狀病毒防疫之相關宣導措施 高雄廣播電臺配合國家通訊傳播委員會(NCC)及行政院宣導措施，於固定時段播出宣導音檔，並積極宣導疫情最新狀況、防疫措施、疫苗施打等訊息，111 年 1 月至 12 月口播及宣導帶播放累計 5,000 餘次，專訪計 51 次。 (2)配合高雄市政府召開市府疫情指揮中心防疫會議會後記者會進行實況轉播，111 年 1 月至 12 月轉播次數共 141 次。 (3)製播「防疫『心』生活」單元，邀請不同領域之專家，分享各種療癒身心之方法、舒心放鬆等資訊，期望透過廣播節目的傳遞，減緩聽眾因疫情而備感焦慮之身心，撫慰不安徬徨之情緒。 (4)提供防災防颱公共服務，因應 0303 跳電、地震、颱風等事件，

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	提供即時災情插播，將相關宣導資訊彙整，於各節目口播並密集插播相關注意事項，內容如電梯受困請撥打 119 請求救援、用路人請配合現場交通指揮人員行駛並留意路況、電器用品使用安全、區域供電供水最新狀況、地震速報、地震影響台鐵花東線停駛、芙蓉颱風外圍環流影響、軒嵐諾颱風最新消息、梅花颱風影響等。 1. 高雄廣播電臺「關懷、展望與重生-城中城事件系列報導」入圍 111 年度曾虛白先生新聞獎「公共服務報導獎」。 2. 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，強化在地新聞報導。 3. 全程實況轉播高雄市議會第 3 屆第 7 次及第 8 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 210 則。 4. 加強報導嚴重特殊傳染性肺炎、登革熱、腸病毒、流感防治各項作為及紓困措施相關新聞。 5. 報導防洪、治水、防寒工作、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。 6. 0303 停電、0918 地震、軒嵐諾颱風期間，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 60 則。 7. 加強報導重大建設新聞，包括：輕軌建設、站東路通車、鼓山魚市場整建、壽山動物園重新營運、府北公園完工、內惟藝術中心落成、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：亞灣 5G 企業專網、推動再生水廠建設、特色公園、SBIR 補助、市集優化、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：台灣文博會、台灣設計展、茂林小米豐收祭、愛·月熱氣球、愛國婦人會館重啟、神農市集、高雄海洋派對、高雄眷村設計生活節、海線潮旅行、高雄燈塔開放、旗津風箏節、高雄電影節、秋遊商圈觀光節、白玉蘿蔔季、耶誕光影展演、跨年系列活動等。 10. 製播「Live943 新聞晚報」、「高雄傳真」等深入報導新聞性節目。 1. 擴大服務範圍，提升播音品質 (1) 購置調頻及調幅發射機模組專用零配件、成音設備相關模組，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。 (2) 高雄市議會開議期間實況轉播市長施政報告及連線轉播市政總質詢，設備架設及音控等工作。 (3) 豪雨、風災、震災或無預警電力中斷，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。 (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、調幅臺廣播發射及播音系統運作班務輪值，確保機器設備正常運轉及電臺、中寮發射站安全。 (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

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	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。 2. 嚴密維護保養機器，提高設備使用效能 (1) 電臺及中寮發射站緊急柴油發電機年度保養、高低壓設備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。 (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。 1. 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)，並透過辨識及評估風險，採取內部控制或其他處理機制。 2. 111年1月13日召開第1次風險管理小組會議、討論111年度風險管理修正重點；2月16日召開第2次風險管理小組會議，確認計畫內容；2月16日奉新聞局長核定111年高雄市政府新聞局風險管理計畫。 3. 在現有風險對策下，新聞局計有17項重要工作計畫均係低度風險，仍隨時滾動式檢討因應，並於111年11月修訂風險項目。 4. 111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。