

高雄市政府新聞局 112 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>	<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，針對轄下各電影院，執行例行性不定期查察作業，輔導業者落實電影分級。 2. 本市電影片映演業共計 11 家(十全影城及台鋁秀泰影城暫停營業中)，112 年度實施電影片映演業臨場查驗 167 廳次及影展 32 廳次共計查驗 199 廳次。 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 18 家，新聞局 112 年度共查察 37 家次，均符合相關規定。查察同時輔導業者落實分級制度，避免消費者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。 1. 112 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 頻道次，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，112 年度計處理 610 件(慶聯 61 件、港都 46 件、鳳信 81 件、南國 31 件、新高雄 19 件，綜合 2 件，其他屬不明纜線者 370 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 113 年本市有線廣播電視系統基本頻道收視費標準，考量家庭支配所得、原物料與人力成本，113 年基本頻道收視費用不調漲，維持與 112 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

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、帶動製播高雄地方節目，將在地影像推廣至全國及國際</p>	<p>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。裝機費、分機費、復機費及移機費酌予調整。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。</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. 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. 為帶動有線電視製播高雄地方文化節目，促進本市有線電視業者視聽內容產製，鼓勵製作多元精彩節目於公用頻道(CH3)播放。</p> <p>2. 部分節目亦安排於全國性頻道播出，並上傳至高雄市政府YouTube平台，以增加節目曝光率，將在地影像推廣至全國及國際，如：</p> <p>(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。 節目內容提供市民重要市政資訊，如：「幸福有感 高市治安改善六都模範生」、「守護勞工安全 高市重大職災死亡人數下降」、「高市道安改善獲肯定 小小交安大使超吸睛」、「水情嚴峻 高市多元開發水資源籲市民節水」、「高市加強登革熱防治 籲踏青慎防恙蟲叮咬」、「10年就等這一刻 高雄輕軌全線將試營運免費搭乘」等市政議題進行專題報導，並同步上傳高雄市政府臉書、高雄市政府LINE、四維行政中心中庭電視牆、高雄都會台CH4、高雄部分區公所及戶政事務所等處宣傳露出，以即時傳達市民最新市政資訊。</p> <p>(2) 在地特色及休閒旅遊節目： A. 高雄玩夯局 Happy Together：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Unifi TV及三立國際台播出。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>B. 2023 原鄉文化、觀光及產業影片：攝製 1 支 3 分鐘宣傳影片、及 1 支 1 分鐘精華影片，拍攝文化祭典儀式（如那瑪夏米貢祭、茂林勇士祭）、地方產業（咖啡、山茶）及觀光景點、環境空拍，呈現部落的熱情和風貌，並以多元媒體管道露出，讓全民共享高雄原鄉之美。</p> <p>(3) 提升市民媒體識讀能力節目</p> <p>A. 媒體新識力：製作 10 集節目（每集 10 分鐘），為提升市民的媒體素養、辨識訊息真假、提升反詐意識、厚植性別平等觀念，具備媒體識讀之解讀能力，經由本案製播，讓市民了解媒體運作並能更謹慎深入的思考，提升公民素養。除於公用頻道 CH3 排播、上傳至高雄市政府 YouTube 網路平台外，並於年代 MUCH 台(CH38)播出。</p> <p>B. 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「2023 傳播與媒體生態座談會- AI 人工智慧對媒體的影響與挑戰」專題座談版權。</p> <p>(4) 為豐富本市有線電視公用頻道(CH3)節目多元性，鼓勵民眾參與公共事務意願，委由高雄電臺製播對焦高雄系列節目共 43 集，每集 60 分鐘，於公用頻道排播。製播主題包括：「AI 崛起時代-產業的多重挑戰」、「科技餐飲-數位行銷之關鍵影響」、「打造城市文創空間」、「高雄海緣-科技映照的文化航跡」、「從傳統光學到未來光學」、「完全街道設計」、「高雄觀光城市之發展」及「護理師的過勞與影響」等。</p> <p>3. 公用頻道行銷宣導</p> <p>(1) 平面媒體刊物部分：</p> <p>A. 於「112 年節能減碳日走萬步健行」DM 刊登「公用頻道宣傳」1 則。</p> <p>B. 於「有線電視公用頻道宣導」DM 刊登「公用頻道宣傳」1 則。</p> <p>C. 於「112 年重陽節敬老活動」DM 刊登「公用頻道宣傳」1 則。</p> <p>(2) 配合重大活動宣導：</p> <p>製作多元、實用宣導品於各大活動現場發送，宣導公用頻道 112 年度計宣導 10 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。</p> <p>(3) 加強宣導本市公用頻道媒體近用權，辦理「高雄市有線電視公用頻道近用宣導」廣告影片託播。</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>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。</p> <p>5. 有線電視新聞聯播 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 11:30 播出「鳳信新聞」、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」；另重播時段為 18:45 播出「港都新聞」、19:30 播出「南國新聞」；20:00 播出「新高雄新聞」；20:30 播出「鳳信新聞」。</p> <p>6. 議會議程實況轉播 配合高雄市議會申請，協助於高雄市公用頻道 CH3 調整節目時段播出議程實況，分別於 112 年 2 月 1 日至 2 月 22 日播出高雄市議會第 4 屆第 1、2 次臨時會、112 年 4 月 20 日至 112 年 6 月 28 日第 4 屆第 1 次定期大會及 112 年 9 月 28 日至 12 月 15 日高雄市議會第 4 屆第 2 次定期大會轉播市長施政報告、部門質詢及總質詢實況，以提供市民關注地方發展訊息。</p> <p>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，112 年計蒐集平面新聞資料 66,106 則、網路即時新聞資料 429,271 則、電視新聞摘要 43,866 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 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. 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。112 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。</p> <p>4. 媒體行銷宣傳 運用雜誌、報紙、網路等通路，透過廣告專輯企劃，以兼具深度與</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>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)為城市種一個希望：專題主題為「高雄城市玩家打造區區特色公園」、「科技宜居 轉型智慧城市 創造高雄幸福方程式」、「邁向 2050 淨零排放 高雄建構永續韌性城市」，宣傳高雄宜居城市及市政建設。</p> <p>(2)韌性大港·永續未來：宣傳主題為「曾為重工業發展之地，如何化身為永續城市」、「重工業之城高雄市，如何減掉一個台北市的碳排」、「淨零城市」等，利用 Podcast、平面雜誌、數位網站等平臺讓市民了解市府利用智慧交通使用再生能源和減少交通阻塞，從而減少溫室氣體排放，達到節能減碳生活轉型的目的，使高雄蛻變成智慧、韌性、永續的淨零城市。</p> <p>(3)春節專刊：推廣本市在地特色旅遊景點、人文美食，如橋頭糖廠、岡山羊肉爐、壽山動物園、鼓山魚市場、高雄燈塔等，透過新春期間發行之平面刊物，提供最多元豐富的旅遊內容，廣邀民眾遊賞高雄，創造觀光經濟效益。</p> <p>(4)市政及觀光行銷：</p> <p>A. 運用網路媒體 banner 宣傳，加強高雄蓮潭燈會宣傳效果，吸引國內民眾前來觀光，促進觀光發展。</p> <p>B. 運用平面、網路媒體之宣傳效益，宣傳主題「山城觀光」行銷那瑪夏賞螢季及甲仙芋筍節，吸引國內旅遊人潮來訪，以提升觀光產值。</p> <p>C. 為帶動高雄觀光產業，運用網路媒體宣傳本府相關活動訊息，以吸引國內外旅遊人潮來訪，主題「高雄暑期活動」、「高雄海洋派對」、「2023 旗津風箏節及氣墊水樂園」。</p> <p>D. 運用 Google 聯播網宣傳本府各項市政建設成果及區域特色活動，主題為「2023 TTXC 台灣文化科技大會」、「2023 高雄戲獅甲」、「高雄製造」城市形象短片、「高雄熊貼圖」、「打造高雄成軟體中心」、「高雄聖誕跨年嘉年華」。</p> <p>E. 運用網路媒體宣傳高雄聖誕跨年嘉年華，廣邀民眾共同參與。</p> <p>F. 運用平面媒體宣傳本市跨年相關活動，行銷城市意象與活力。</p> <p>(5)水資源環境永續：與電視媒體合作，運用影音專題攝製方式，投放於網路通路宣傳 3 支影片，主題為「都市抗旱英雄-高雄伏流水」、「地下水庫-『抗旱水井』立大功」、「地下水與地層下陷的迷思破除」，及 5 家平面媒體宣傳「伏流水助高雄</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(二)交通安全宣導	<p>穩定供水」廣告，傳遞民眾正確水資源知識。</p> <p>(6)淨零減碳：與平面媒體合作，刊登廣告行銷市政成果，主題為「高雄淨零產業鏈成型」。</p> <p>(7)交通建設：</p> <p>A. 透過平面媒體整合行銷，運用市府臉書、Google 聯播網 banner 廣告、網路廣編、平面廣告等多元通路，宣傳土地開發及捷運聯合開發成果。</p> <p>B. 運用雜誌、網路媒體，宣傳捷運聯合開發成果，提升捷運周邊土地開發曝光率及增加捷運土地開發招商機會。</p> <p>C. 運用網路媒體宣傳輕軌成圓成果，強化城市意象，吸引民眾造訪。</p> <p>5. 多元媒宣行銷宣傳</p> <p>(1)運用本市公車候車亭燈箱(37 面)刊登市政行銷廣告，主題為「春遊高雄」、「高雄聖誕跨年」，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 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「公共托育、教保服務、長照政策、治水建設」，行銷市政成果。</p> <p>(3)運用本市 6 處交通人流量眾多之戶外電視牆播放「2023 高雄聖誕生活節」、「2024 高雄跨年卡司篇」影片，讓更多民眾了解高雄城市行銷及活動資訊。</p> <p>(4)節約用水：運用廣播媒體向民眾宣導，提倡節約用水的重要性</p> <p>(5)環保減塑：運用網路、廣播媒體宣傳，推行不提供一次性塑膠杯政策，鼓勵民眾自帶環保杯。</p> <p>(6)特色公園：運用平面、網路、廣播媒體宣傳，提升特色公園遊戲場能見度。</p> <p>(7)製作 4 支淨零碳排專題影音，配合數位通路及戶外電視牆露出推廣城市減碳發展面向，宣傳主題為「工廠減碳」、「智慧節能城市」、「淨零學院」、「低碳綠色生活」等。</p> <p>1. 媒體宣傳</p> <p>(1)與平面媒體及公會發行之農民曆合作，刊登「車輛慢看停、行人安全行」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 112 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，宣導主題包括路口停讓行人酒駕防制、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。</p> <p>(3)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「路口安全~行人請行走穿越道 汽機車請停讓行人先行」、「汽機車不超速不飆車」、「車輛慢看停 行人安全行」，強化民眾道安觀念。</p> <p>(4)運用交通局借用之公車候車亭燈箱（37 面）刊登道安宣導廣告，主題為「路口安全~行人請行走穿越道 汽機車請停讓行人先行」、「車輛慢看停 行人安全行」，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>(5)運用全國性電視頻道排播、本市 6 處交通人流量眾多之戶外電視牆、網路媒體等通路，宣導「非號誌化路口停讓」道安短片迅速有效觸及市民，推動高雄道路交通安全觀念，減少事故發生死傷人數。</p> <p>(6)透過高捷、7-11、全家電視播放「非號誌化路口停讓」、「悲劇是可以避免的」、「安全座椅篇」、「行人過馬路篇」道安宣導短片，強化民眾用路安全觀念。</p> <p>(7)運用本市公共腳踏車(YouBike)後泥除刊登「繫好安全帶戴好安全帽」、「行人走行穿線」廣告，共 400 台。</p> <p>(8)運用港都客運、東南客運、漢程客運及統聯客運 4 家公車客運 50 面公車車體刊登交通安全宣導廣告，主題「死角內輪差，多注意有差、大車駕駛行經路口請慢看停」。</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「行人請走行人穿越道及秒數足夠再通過」道安廣告，共 90 面。</p> <p>(10)運用平面及網路媒體宣傳「路口停讓」廣告；廣播媒體刊播「高齡者交通安全」廣告，藉由宣傳維持行人安全及交通秩序。</p> <p>(11)透過平面媒體辦理道安廣告整合行銷，透過平面報紙搭配數位宣傳，露出「改善行人路口通行安全」網路廣編、刊播「非號誌化路口停讓」道安短片、刊登「高齡者安全」及「車輛慢看停 行人安全行」平面廣告。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(三)城市行銷	<p>(12)於9月交通安全月，運用廣播及平面媒體露出「車輛慢行停行人安全行」廣告；網路媒體宣導「非號誌化路口停讓」道安短片，強化民眾正確道安觀念。</p> <p>(13)運用平面及廣播媒體宣導跨年疏運搭大眾運輸。</p> <p>(14)印製不鏽鋼保鮮盒、環保隨行杯、玩具小汽車、帆布筆袋等道安宣導品，宣導駕駛行經路口請停讓行人、乘車繫安全帶過馬路不嘻戲、來自家人提醒騎卡慢ㄟ啦等主題，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>依據本市交通特性，拍攝「非號誌化路口停讓」、「停讓行人」、「行人過馬路篇」、「行車轉彎篇」、「轉彎或變換車道時使用方向燈篇」、「大車視線死角篇」、「酒後不開車，酒後請找代駕」、「遵守號誌輕軌篇」、「安全座椅篇」道安宣導短片，並運用多元通路宣導，提高用路人道路風險意識及強化正確駕駛習慣。</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11場次：兒童節系列活動2023年高雄鳳荔季、2023高雄愛河端午龍舟嘉年華、2023高雄海洋派對、大高雄區域人文物產特色暨產業行銷活動案-超級夜總會(小港場、美濃場、林園場)、2023重陽敬老活動2023籃筐會活動、富邦馬拉松活動、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，運用全國性電視頻道通路，排播「高雄海洋派對」、「夏祭新鮮市」、「TTXC台灣文化科技大會」、「2023高雄戲獅甲」、「高雄製造」城市形象短片、「高雄聖誕生活節」、「2024高雄跨年」等主題，迅速有效觸及國內大眾，讓高雄活動訊息及城市意象有效傳遞，邀請全國民眾至高雄旅遊消費，活絡在地商圈及觀光產業。</p> <p>(2)製作5分鐘「高雄製造」國際城市形象短片，記錄高雄幅員遼闊的自然景觀、在地人文及市政建設等多元特色。為呈現高雄</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>不同風貌，短片分為樂活、永續、風華、魅力等篇章，敘述各年齡、族群在高雄交織出不同色彩及圖案，人們在高雄漫步、生活、創造，形成在地獨有的氛圍，而城市裡的永續建設及低碳運輸象徵淨零轉型。影片透過多元管道播放，向國內外傳達高雄城市意象。</p> <p>(3)攝製 112 年度市政暨大型活動行銷短片，3 支短片主題為「2023 悠遊高雄山海邀您共享美好時光」、「高雄最潮夏日玩樂活動」、「最棒的高雄旅遊~Let's Go」，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)「112 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。</p> <p>2. 國際行銷</p> <p>(1)運用高雄市政府官方推特 X(Twitter)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，並發布貼文與國際接軌，如旅行臺灣首選高雄、高雄米其林指南、加食延暢、2023 東京國際食品展、高雄港旅運中心開幕、高流點上土耳其藍色燈光傳遞臺灣祝福、海洋派對、2023 旗津風箏節、TTXC 台灣文化科技大會在高雄、翡翠騎士前進大港、「高雄製造」國際城市形象短片、橘色惡魔、Coldplay 演唱會、聖誕節活動等。</p> <p>(2)邀請 3 組國際網路達人拍攝高雄影音遊記、撰文上傳自營網路平臺，其中與日本網紅 ABlin エビリン、馬來西亞網紅大筆 Debbie 合作，分別至高雄海線景點如永安、彌陀、茄萣、梓官等地，體驗二仁溪船遊、當地文化手作 DIY 體驗、漯底山自然公園惡地形以及蚵仔寮漁港等，介紹高雄海線周邊特色景點遊程；另與韓國網紅 seen aromi 和 gyun_s 合作，前往高雄原鄉地區，景點包括美濃客家文物館、旗糖農創園區、甲仙小林平埔族群文物館、那瑪夏嗡嗡大峽谷等。</p> <p>3. 運用多元通路行銷高雄</p> <p>(1)高雄市政府官方臉書</p> <p>截至 112 年 12 月止，粉絲數逾 50 萬人，運用活潑的文字，精彩的照片、直播、影片或圖卡等素材，宣導各類市政及活動資訊，例如：翡翠騎士、橘色惡魔降臨高雄演出、高雄跨年晚會</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(四)辦理都市行銷活動</p>	<p>等精彩活動及直播，行銷高雄市觀光旅遊、節慶活動、市政建設、社會福利等各種訊息，展現高雄城市魅力，並適時回復網友留言提問，提供市政雙向溝通渠道。</p> <p>(2)高雄市政府 LINE 官方帳號</p> <p>截至 112 年 12 月止，好友數逾 152 萬人，適時發送本市市政措施、重大建設、大型活動、觀光旅遊、災害應變及停班停課等訊息，向民眾周知宣導。</p> <p>1. 辦理「2023 大高雄區域人文物產特色暨產業活動」</p> <p>(1)運用全齡化場域，辦理闔家觀賞的活動，並與鄰里鄉親近距離互動，透過主持人許效舜、澎恰恰、苗可麗，結合每場多位藝人演出，吸引在地鄉親參與，並將地方特色、農漁物產文化、人文故事、觀光旅遊、交通建設及交通安全等，巧妙融入節目內容，並透過現場參與及後續影像放送，行銷地方產業及特色。</p> <p>(2)於本市仁武、小港、湖內、美濃、林園等 5 區辦理，總計 5 場活動，統計現場與網路超過 43 萬 4 千多人次（現場共 29,691 人次，線上 404,876 觀看次數）。</p> <p>(3)為擴大活動辦理之都市行銷效益，更結合交通安全、農漁轉型觀光產業等宜居城市相關建設，透過電視廣告、網路、節目播出平台等通路，讓高雄多元豐富的特色被看見，帶動高雄區域觀光，總計逾 1 千 3 百萬以上觸及人次。</p> <p>2. 結合民間資源合作辦理</p> <p>「2024 紫耀義大 義享歡樂」跨年煙火活動</p> <p>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，112 年 12 月 31 日至 113 年 1 月 1 日在義大世界大草坪區施放，倒數後於 00：00 施放 999 秒煙火，最佳觀賞點在義守大學校園，主辦單位依據中華電信信令資料統計 60,000 人次參與，共同迎接 2024 年到來。</p> <p>3. 辦理「2024 高雄跨年活動」</p> <p>(1)2024 跨年活動以跨年晚會展演及節目播出，展現高雄文化創意、產業轉型發展、綠色運輸以及市地重劃、土地開發等成果建立南台灣跨年品牌，並增進市民的認同感，同時吸引國人到高雄旅遊或投資，加深對高雄的印象及喜愛。</p> <p>(2)跨年倒數後，於時代大道底「第 90 期市地重劃區」，綻放 240 秒升級版「亞灣跨年花火」，最大達 8 吋及超過 7 千發的花火，配合夢時代建築光影，還有 3D 立體花柱在低空左右跑動，搭配世界級搖滾天團 Coldplay 浪漫歌曲〈A Sky Full of Stars〉，象徵 2024 年分分秒秒都精采燦爛，讓民眾在滿天花火下享受雙重的感官饗宴，帶著悸動與感動共同迎接 2024。</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>(3)今年跨年舞台設計最大亮點，係於左、右兩側LED首度採直式螢幕，並結合燈光、特效呈現科技時尚感，加上居全臺之冠的19組演唱卡司，演出藝人：姐姐謝金燕、玖壹壹、韋禮安、滅火器樂團、Ozone、鼓鼓呂思緯、蕭秉治、家家、孫盛希、康士坦的變化球、洪佩瑜、吉那罐子楊淑喻、影子計劃、大象體操、PINK FUN、林茉曦、徐暉翔、安吉等，還有來自泰國的混血歌手 Jeff Satur 羅杰夫，海外跨年首秀獻給高雄，堅強陣容帶來如音樂祭般的音樂饗宴，令人回味無窮。</p> <p>(4)「2024 高雄跨年晚會」計 34 萬人次參與，跨年演唱卡司總共 19 組居全臺之冠，晚會播出於民視無線台創下超高收視 22:40 至 24:09 收視來到 1.37，其中，謝金燕表演時收視最高達到 2.42，晚會平均收視 1.33，總收看人數超過 104 萬人 Youtube 線上收視瞬間爆衝 6 萬人。第二高收視來到 2.29 的滅火器帶來今年首發第六張創作專輯《家和萬事興》。第三高在頭戴黃色小鴨展現親和力的陳其邁市長倒數時刻 1.79 以及饒舌天團玖壹壹 1.74。</p> <p>(5)線上直播成績亦亮眼，同時締造線上觀賞超過 412 萬人次 (4,121,291)，包括 LINE TODAY 官方帳號觀看次數超過 195 萬次(1,953,576)，YouTube 頻道累積觀看次數超過 172 萬次 (1,722,966)，臉書粉絲專頁計有逾 44 萬人次(444,677)觀看 (包括高雄市政府臉書、陳其邁臉書、高雄旅遊網、四季線上 4Gtv 臉書、民視娛樂臉書、民視新聞臉書)。</p> <p>1. 發布新聞 適時發布重大市政活動及市政建設成果新聞，112 年度共發布 1,106 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： (1)1 月 9 日市長陪同水利署長視察抗旱鑿井整備，全力確保高雄供水無虞 (2)1 月 13 日市長陪同蘇貞昌院長視察前鎮漁港 (3)1 月 24 日市長陪同總統蔡英文至高屏溪攔河堰管理中心視察水情 (4)1 月 26 日市長出席蓮潭燈會開幕「ㄇㄩˇ 幾兔」水陸雙主燈</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>吸晴</p> <p>(5)2月3日市長陪同陳建仁院長下鄉參訪螺絲業者</p> <p>(6)2月11日大林蒲遷村第四次說明會</p> <p>(7)2月13日市長陪同蔡英文總統視察大樹抗旱井、中鋼再生水及節水措施</p> <p>(8)2月23日市長陪同副總統賴清德出席《悲情城市》33週年4K數位版特映會</p> <p>(9)2月28日市長陪同行政院長、文化部長視察鳳山無線電信所不義遺址</p> <p>(10)3月1日高市府成立旱災應變中心</p> <p>(11)3月2日市長出席高雄香港雙母港發布會</p> <p>(12)3月5日至3月11日市長赴日本東京及九州考察</p> <p>(13)3月6日林欽榮副市長陪同行政院長陳建仁等人共同見證高雄港旅運中心落成啟用</p> <p>(14)3月17日市長出席大南方平台首長會議</p> <p>(15)3月20日市長至自來水公司澄清湖淨水廠視察供配水狀況</p> <p>(16)3月26日市長偕同文化部長史哲出席「見城之道」竣工啟用典禮</p> <p>(17)4月11日市長陪同行政院長陳建仁視察國道7號</p> <p>(18)4月11日市長陪同行政院長陳建仁視察抗旱工作情形</p> <p>(19)4月14日市長陪同副總統賴清德出席秀傳紀念醫院上樑典禮</p> <p>(20)4月17日市長視察高屏溪川大寮九曲工作站水情</p> <p>(21)4月22日市長陪同經濟部長王美花出席北高雄產業園區開發案動土</p> <p>(22)4月28日市長陪同交通部長出席國10燕巢交流道新設匝道通車剪綵</p> <p>(23)5月5日高市府提供大林蒲居民多元建屋方案</p> <p>(24)5月12日市長偕同行政院長陳建仁出席「高雄市橋頭再生水廠興建移轉營運案」開工動土典禮</p> <p>(25)5月18日全球企管系統領導商SAP進駐亞灣</p> <p>(26)5月18日市長陪同蔡英文總統視察高雄緊急海淡機組</p> <p>(27)5月22日市長陪同經濟部長出席緯創旗下晶傑達光電B3廠開工典禮</p> <p>(28)5月26日市長視察觀音湖防汛整備及景觀規劃</p> <p>(29)6月3日市長陪同行政院長陳建仁出席公視臺語台南部中心啟用典禮</p> <p>(30)6月3日市長陪同行政院長陳建仁出席「亞灣2.0智慧科技創</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>新園區」啟動記者會</p> <p>(31)6月10日市長陪同總統蔡英文出席「2023第4屆國家海洋日慶祝典禮」暨「海安11號演習」</p> <p>(32)6月29日市長出席第六屆台灣大未來國際高峰會</p> <p>(33)7月1日市長陪同副總統賴清德及行政院長陳建仁出席「南高屏TPASS行政院通勤月票上線記者會」</p> <p>(34)7月1日市長陪同副總統賴清德出席「愛河灣水樂園」開幕儀式</p> <p>(35)7月8日市長陪同總統蔡英文走訪鹽埕第一公有市場</p> <p>(36)7月10日市長陪同經濟部長王美花出席半導體供應鏈關鍵大廠新應材「第二期廠房動土典禮」</p> <p>(37)7月15日市長出席「全球第一個生成式AI醫療供應聚落啟動」記者會</p> <p>(38)7月17日市長陪同行政院長陳建仁視察左營國家運動訓練中心</p> <p>(39)7月18日市長陪同安倍昭惠夫人訪問高雄</p> <p>(40)7月24日市長視察寶業里滯洪池暨抽水站及七賢抽水站水利防汛設施</p> <p>(41)7月25日因應杜蘇芮颱風成立災害應變中心召開應變會議</p> <p>(42)7月29日市長赴桃源、茂林視察杜蘇芮颱風災損情形</p> <p>(43)7月31日市長陪同副總統賴清德出席「臨海50領航臺灣-新港都論壇」</p> <p>(44)8月1日市長陪同總統蔡英文、行政院副院長鄭文燦出席全國原住民族行政會議</p> <p>(45)8月3日市長陪同副總統賴清德出席「本和安居」社會住宅動土典禮</p> <p>(46)8月4日市長出席2023高雄永續城市高峰論壇</p> <p>(47)8月7日市長陪同總統蔡英文與行政院長陳建仁出席臺灣碳權交易所開幕揭牌典禮</p> <p>(48)8月7日市長陪同行政院長陳建仁視察明霸克露橋搶修</p> <p>(49)8月8日市長出席天下城市高峰論壇</p> <p>(50)8月14日市長陪同行政院副院長鄭文燦出席「亞灣2.0智慧科技創新園區」聯合招商說明會</p> <p>(51)8月14日市長陪同行政院副院長鄭文燦、交通部長出席長榮海運高雄港第七貨櫃中心啟用典禮</p> <p>(52)8月15日市長陪同行政院長陳建仁、勞動部長許銘春出席長榮海運高雄港第七貨櫃中心啟用典禮</p> <p>(53)8月15日市長陪同行政院長陳建仁、勞動部長許銘春參訪中</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>高齡友善就業績優單位高雄翰品酒店</p> <p>(54)8月21日市長陪同交通部長王國材出席「高雄公車 Go Green 綠能新躍進 行駛 2500 萬公里」記者會</p> <p>(55)9月4日市長視察六龜區土石流整治及邊坡安全</p> <p>(56)9月6日市長陪同總統蔡英文出訪友邦史瓦帝尼</p> <p>(57)9月13日市長陪同內政部長林右昌出席濱海聯外道路南段工程動工典禮</p> <p>(58)9月15日市長出席 DevDays Asia 2023 亞太技術年會</p> <p>(59)9月18日市長陪同行政院長陳建仁出席「國際環境流行病學學會(ISEE)全球年度會議」</p> <p>(60)9月18日市長陪同行政院長陳建仁參訪大同福樂學堂日照中心</p> <p>(61)9月20日市長陪同總統蔡英文出席房仲業奧斯卡「金仲獎」</p> <p>(62)10月3日市長視察防汛整備因應小犬颱風來襲</p> <p>(63)10月5日市長視察「小犬」颱風侵襲後道路、市容清理作業情形</p> <p>(64)10月6日市長出席首屆「TTXC 台灣文化科技大會」開幕典禮</p> <p>(65)10月7日市長出席 2023 左營萬年季「高雄迎火獅」蓮潭開幕典禮</p> <p>(66)10月8日市長出席「翡翠騎士」全台首演</p> <p>(67)10月12日市長出席「草衙安居」社宅新建工程動土典禮</p> <p>(68)10月14日市長陪同行政院長陳建仁出席高軟二期智科路啟用暨亞灣智慧科技大樓開工典禮</p> <p>(69)10月15日市長陪同副總統賴清德參與毛孩嘉年華</p> <p>(70)10月18日市長出席鴻海科技日論壇</p> <p>(71)10月19日市長出席全國首間都會區原民日照中心揭牌典禮</p> <p>(72)10月23日市長出席「第九屆國際水協會亞太地區會議及展覽」開幕典禮</p> <p>(73)11月8日市長陪同總統蔡英文出席高雄淨零學院開幕典禮</p> <p>(74)11月8日市長出席「淨零永續關鍵行動論壇」</p> <p>(75)11月14日市長出席捷運小港林園延伸線動土典禮</p> <p>(76)12月5日高市府說明 800 億大林蒲遷村安置計畫</p> <p>(77)12月6日市長出席鴻海高雄軟體研發中心啟用典禮</p> <p>(78)12月7日市長出席「大南方淨零新經濟」高峰論壇</p> <p>(79)12月10日市長出席「橘色惡魔襲捲高雄」活動</p> <p>(80)12月12日市長陪同行政院長陳建仁、屏東縣長周春米出席國道 10 號延伸線里港至美濃段動工典禮</p> <p>(81)12月12日市長陪同行政院長陳建仁視察旗山醫院長照大樓</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(二)媒體服務</p> <p>(三)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>(一)《高雄畫刊》</p>	<p>(82)12月19日市長出席高雄都會區大眾捷運系統黃線土建及軌道工程聯合動土典禮</p> <p>(83)12月31日市長出席2024高雄跨年演唱會</p> <p>3. 派員進駐應變中心 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 (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。 (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。 (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 (1)印製2023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。 (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>3. 強化媒體服務 2024高雄夢時代跨年晚會期間，即時發布活動照片及新聞稿供媒體參採報導，並於現場設置媒體中心及媒體高台，供媒體取景拍攝。</p> <p>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34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。</p> <p>1. 電子期刊 《高雄畫刊》每月發行1期，全年發行12期，112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 (一) 《Love Kachsiung 愛高雄》英、日文雙月刊</p> <p>三、編印不定期刊物 (一) 高雄市簡介</p> <p>(二) 年曆印製</p>	<p>2. 紙本期刊編印</p> <p>(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，112年共發行6期，每期印製18,000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。</p> <p>3. 行銷推廣</p> <p>(1) 《高雄畫刊》網站整合中、英、日語版期刊內容及電子書112年1至12月網頁瀏覽量累計逾325萬8千次。</p> <p>(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。</p> <p>(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等媒體平台合作授權內容轉載，擴大觸及效益。</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、新住民、來台觀光旅遊的國際友人等，藉由本刊介紹傳達高雄多元而豐富的面貌。</p> <p>2. 每雙月發行1期，112年度總計6期，每期發行9,000份紙本，放置於機場、高雄捷運、本市觀光飯店與藝文場所，外國駐臺在高雄辦事單位、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。</p> <p>3. 紙本出刊後將圖文上傳《高雄畫刊》網站，並與聯合新聞網、聯合電子報等網路平台合作，提供讀者線上閱讀。</p> <p>1. 企劃製作高雄市簡介《高雄心未來 幸福方城市》中、英、日三語版本，運用文字搭配大量圖像，由本府吉祥物高雄熊及壽山動物園動物明星，帶領讀者認識高雄，內容包括：族群文化、產業聚落、新創據點、交通運輸及公共設施、旅遊景點、藝文節慶、美食名產、國際友好城市等，豐富且易於閱讀，提升本市知名度與國際能見度，以外賓為主要發送對象。</p> <p>2. 已於112年7月出版，發行中文1,000本、英文2,000本及日文1,000本。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(三)月曆印製</p> <p>伍、廣播業務</p> <p>一、編訪管理</p> <p>(一)節目製作</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「2024 高雄市年曆」為慶祝高雄輕軌即將全線通車，特別以「輕軌成圓」主題繪製，透過插畫家薛慧瑩手繪創作，帶大家遊覽輕軌沿途風景。 2. 年曆印製 25,000 張，於 112 年 12 月 11 日上午 10 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完畢。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 「2024 高雄市月曆」以高雄市生產之當季水果為主，藉以行銷本市優質農產品。 2. 月曆印製 27,450 份，於 112 年 12 月 11 日上午 10 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完畢。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 高雄廣播電臺節目入圍 112 年廣播金鐘獎五項大獎，「光影詩歌」及「Chill 是青春」獲得「音效獎」、「少年節目獎」與「少年節目主持人獎」三項大獎。 2. 廣播結合新興社群媒體： <ol style="list-style-type: none"> (1)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 78 集，觀看人次達 179,000 餘次。 (2)因應新興廣播收聽形式 - 播客 (Podcast) 流行趨勢，電臺持續規劃特定節目以 Podcast 方式提供民眾收聽，內容含「理財生活課」、「幸福 CAFE'」、「奇幻故事屋」、「律師來了」、「CHILL 是青春」等節目及單元。 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，製播多元雙語節目及單元，全年總播出時數約 809 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 11:00~12:00「高雄人第三階段」帶狀節目中增加英語教學內容；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」。 (2)針對民眾關心的事務，開闢「我愛高雄」節目，委由客委會、

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>社會局、原民會、運動發展局製播，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 208 集。</p> <p>(3)「高雄人第一階段」節目與勞工局、衛生局等單位，合作製播「就業加油站」、「健康方程式」等單元，宣導企業徵才、職業訓練、就業津貼、醫療知識等市政措施及生活資訊。</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，每週製播新住民及移工節目共 3 集。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</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 76 集。</p> <p>(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。</p> <p>(9)為加強民眾反詐騙觀念，於「高雄人第一階段」節目：</p> <p>A. 製播「原來如此」單元，與法律扶助基金會合作，深入講解生活法律資訊，強化民眾法律觀念。</p> <p>B. 112 年 3 月起與高雄市政府警察局合作，專訪高雄市政府警察局各分局，深入說明常見詐騙手法，主題如「1 合、2 清、3 減、4 面加 5 不」打擊詐欺犯罪策略、「5 大常見詐騙類型」等。</p> <p>C. 112 年 7 月起新闢「阿先老師說」單元，以生動活潑方式，講解實際案例及破解手法，加強反詐騙宣導。</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，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 47 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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(二)新聞採訪	<p>新經驗，於每月進行臉書直播一次。</p> <p>(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48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。</p> <p>(13)高雄廣播電臺實況轉播議會質詢及大型活動： 112年4月24日轉播第4屆第1次議會定期大會市長施政報告、6月5日至6月17日轉播市政總質詢；112年10月3日轉播第4屆第2次議會定期大會市長施政報告、11月16日至11月30日轉播市政總質詢；12月31日轉播跨年晚會。</p> <p>(14)配合市府各局處重要施政加強宣導，包括：行人安全、113婦幼保護專線、登革熱就醫篇、愛心募款、農業保險、防災教育、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。</p> <p>(15)配合高雄夏祭新鮮市、高雄海洋派對、2023大港閱冰、2023庄頭藝穗節、2023旗津風箏節、高雄鹹酥雞暨國際炸物嘉年華、高雄奶茶節、2023高雄愛月熱氣球、2023高雄戲獅甲、高雄左營萬年季、高雄聯盟展、2023眷村嘉年華、2023美濃水圳漫旅藝術節、2023遠近之間-東南亞影展、鼓山魚市場開幕乘風而騎-高雄萬聖節大遊行、2023六龜觀光藝文季2023高雄世界詩節、大海開吃、橘色惡魔席捲高雄、翡翠騎士前進大港、高雄聖誕跨年嘉年華，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. 強化道路安全宣導，於112年6月26日至6月28日辦理全時段現場節目之臺慶、交通安全call-in有獎徵答及檔案應用推廣宣導活動；112年12月22日、25日辦理全時段現場節目之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>5. 提供重大防疫防災資訊，強化電臺公共服務功能 提供防災防颱、停水停電等公共服務，因應地震及颱風等災變，於各節目口播並密集插播即時災情資訊及相關注意事項，112年7至12月，於杜蘇芮颱風、海葵颱風、小犬颱風期間延長播音，提供市民最新訊息。</p> <p>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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(三)設備維護管理	<p>並針對大高雄人事地物等特色，強化在地新聞報導。</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 全程實況轉播高雄市議會第4屆第1次及第2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200則。 3. 加強報導登革熱、嚴重特殊傳染性肺炎、流感、腸病毒之防治作為及紓困措施相關新聞。 4. 報導抗旱、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。 5. 杜蘇芮颱風、蘇拉颱風、海葵颱風、小犬颱風期間，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. 加強報導重大建設新聞，包括：輕軌成圓、社會住宅建設、智慧城市建設、碳權交易所揭牌、淨零學院揭牌、前鎮漁港改造、國道七號建設等。 7. 加強報導市政建設成果新聞，包括：亞洲新灣區招商、科技業大廠進駐、公共托育、長照服務、空品改善、大林蒲遷村、特色公園、運動中心、新動物園運動、內惟藝術中心開幕等。 8. 配合以新聞或專題報導重要城市行銷及藝文活動，包括：演唱會經濟、高雄燈會、眷村嘉年華、左營萬年季、內門宋江陣、那瑪夏賞螢、旗津風箏節、海線潮旅行、高雄戲獅甲、高雄時尚大賞聖誕跨年嘉年華、農特產品行銷等。 9. 製播「Live943新聞晚報」、「高雄傳真」等深入報導新聞性節目。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 擴大服務範圍，提升播音品質 <ol style="list-style-type: none"> (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。

重要施政項目	執行成果與效益
陸、整體風險管理(含內部控制)推動情形	<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、高低壓設備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，據以擇選合宜可行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，以合理確保達成施政目標。</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，辦理新聞局風險管理及危機處理等相關事宜。風險管理制度實施迄今已 3 年，逐步建立適切的計畫與稽核機制。</p> <p>(三) 112 年風險管理重要工作項目如下： 1 月 13 日進行新聞局 111 年度風險管理自行評估，相關結果作為 112 年度度風險管理作業計畫書草案參考。2 月 2 日完成新聞局 112 年度風險管理作業計畫書草案，並於 2 月 22 日奉局長核定後實施。11 月 16 日新聞局各科室配合 111 年度內部稽核結果修正風險項目與計畫內容。</p> <p>(四) 在現有風險對策下，新聞局計有 14 項重要工作計畫均係低度風險，112 年新聞局各項計畫皆依照風險管理計畫如期如質達成目標。</p>