

高雄市政府新聞局 113 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. 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。</p> <p>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。</p> <p>2. 本市電影片映演業共計 10 家，新聞局 113 年度實施電影片映演業臨場查驗 186 廳次及影展 30 廳次，共計查驗 216 廳次。</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。</p> <p>2. 本市錄影節目帶業約 15 家，新聞局 113 年度共查察 35 家次，均符合相關規定。查察時亦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。</p> <p>1. 輔導與管理有線電視業，113 年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。</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，113 年度計處理 977 件(慶聯 125 件、港都 102 件、鳳信 143 件、南國 43 件、新高雄 15 件，綜合 1 件，其他屬不明纜線者 548 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 114 年本市有線廣播電視系統各項收費標準，考量業者營運績效與獲利狀況、收視滿意度調查與公益回饋投入程度，114 年各項收視費用上限不調漲，維持與 113 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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、製播高雄地方節目</p>	<p>450 元、經濟組 160 元。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及地方各項公共政策播送各項宣導短片。</p> <p>6. 辦理本市有線電視收視滿意度調查，瞭解市民收視習慣等相關資訊，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高雄市公用頻道(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，113 年製播影片如下：</p> <p>(1) 市政新聞專題節目</p> <p>① 針對本市在地市政活動，製作《高雄進行式》新聞專題節目，本年共製作 13 集節目、52 則專題。</p> <p>② 節目內容提供市民重要市政資訊，如：〈開心興奮與有榮焉高雄輕軌全線通車啦〉、〈真的是高雄車站嗎 天棚上宛如空中花園〉、〈高捷 RK1 岡山車站通車 8 月底前試營運路段免費搭乘〉、〈凱米過後力拚復原 高市 25 座滯洪池發揮功效〉、〈山陀兒襲高雄農損估破億 市長允農民全力爭取救助〉、〈萌翻了黃色小鴨重返高雄 港灣十年變化太驚人〉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、市立凱旋醫院、市立聯合醫院、運發局國家體育場、交通局公車候車亭、棧二庫服務台、輪船公司等處宣傳露出，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</p> <p>① 《玩客瘋高雄 Happy Long Stay》節目製作 20 集（每集 30 分鐘），由達人帶路，發掘觀光旅遊及在地產業亮點，發揚大高雄在地多元地方文化。</p> <p>A. 播出平台：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> <p>B. 宣傳通路：利用網路群組、社群傳送請各局處相關單位（高雄市政府 FB、高雄市公用頻道 FB、高雄市政府 LINE、四維行政中心中庭電視牆、高雄部分區公所及戶政事務所、</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>市立凱旋醫院、市立聯合醫院、運發局國家體育場、交通局公車候車亭、棧貳庫服務台、輪船公司等)協助推播。</p> <p>②113年高雄市原民慶、祭典或文化等紀錄短片 製作《那瑪夏區-米貢祭》、《茂林區-萬山祖靈祭(勇士祭)》、《甲仙區、杉林區-大武壠族夜祭(小林部落)》及《桃源區-貝神祭》等4支主題短片，帶領民眾認識高雄的豐富多元民族節慶、信仰，如何深入影響及形塑當地文化底蘊，於本市公用頻道CH3播出，藉此提供觀眾一個族群相互瞭解及彼此欣賞的機會，並增添公用頻道節目的可看性及在地性。</p> <p>(3)提升市民媒體識讀能力節目</p> <p>①《限時媒體熱搜》-近來性別平等、兒少性剝削、反詐騙及自殺防治等多項重要社會議題受到關注，為提升市民媒體素養並保障自身權益，製播《限時媒體熱搜》8集專題節目、每集10分鐘(含短影音精華版)，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>②為宣導本市有線電視公用頻道(CH3)近用，並推展媒體識讀教育，購置由義守大學錄製〈2024傳播與媒體生態電視座談會-如何提升AI時代下的媒體識讀能力〉專題版權。</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《焦點高雄》系列節目共41集，每集60分鐘，並於公用頻道排播。製播主題包括：〈多媒體產業的未來與挑戰〉、〈集跨國共學：讓世界奏進台灣！〉、〈產業新尖兵計畫 打造未來產業菁英〉、〈品味餐桌上的永續綠星〉、〈科技做為空間與地方的一種再現〉、〈在地安老之挑戰與契機-共生社區的興起〉及〈未來醫療輔助的AI革命〉等。</p> <p>3. 宣導高雄市公用頻道</p> <p>(1)於平面媒體刊物刊登「公用頻道宣傳」共4則。</p> <p>①於「113年快樂健行活動」DM刊登「公用頻道宣傳」1則。</p> <p>②於「113年母親節歡慶活動」DM刊登「公用頻道宣傳」1則。</p> <p>③於「113年父親節慶祝活動」DM刊登「公用頻道宣傳」1則。</p> <p>④於「113年重陽敬老活動」DM刊登「公用頻道宣傳」1則。</p> <p>(2)配合重大活動宣導高雄市公用頻道CH3近用 113年度計宣導20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. 本市公用頻道整合聯播，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. 輪播有線電視在地新聞</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 11:20 播出《鳳信新聞》、12:00 播出《新高雄新聞》、12:30 播出《港都新聞》、13:15 播出《南國新聞》；另重播時段為 18:15 播出《港都新聞》、19:05 播出《南國新聞》；19:50 播出《新高雄新聞》；20:20 播出《鳳信新聞》。</p> <p>6. 議會議程實況轉播</p> <p>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 113 年 1 月 15 日至 2 月 2 日播出第 4 屆第 3、4 次臨時會、113 年 3 月 28 日至 113 年 6 月 5 日第 4 屆第 3 次定期大會及 113 年 10 月 7 日至 12 月 23 日第 4 屆第 4 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</p> <p>每日剪輯本市重要網路媒體新聞及電視新聞提供市長、副市長及局處首長參閱，113 年計蒐集網路即時新聞資料 436,110 則、電視新聞摘要 51,897 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. 市政影像展示</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，呈現市政活動及城市發展概況，提升市民認同感及參與感。</p> <p>3. 營運「好理災-災害數據網路平台」</p> <p>新聞局跨局處合作建置「好理災—災害數據網路平台」，配合災害應變中心開設期間，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。113 年度營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</p> <p>運用雜誌、報紙、網路、廣播等通路，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>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(1)與雜誌合作廣告專輯宣傳，運用數位通路，宣傳市政建設成果及政策。專題主題「台積電投資」、「演唱會經濟」、「打造好動城市」，宣傳高雄宜居城市及市政建設及觀光發展。</p> <p>(2)與平面雜誌合作廣告專輯宣傳，運用雜誌之數位廣編、Banner及影音宣傳市府施政成果。專題主題「淨零高雄 穩健轉型」、「擁抱綠色未來：從重工業穩健轉型中的淨零科技城市」、「半導體供應鏈與 AI 新創產業爭相進駐，帶動高雄經濟新未來」、「演唱會經濟」。</p> <p>(3)透過新春期間發行之平面刊物，刊登主題「春遊輕旅高雄左營鳳山」、「高雄輕軌幸福成圓 來趟 chill 城市輕旅行」，促進春節期間高雄觀光經濟效益。</p> <p>(4)觀光行銷</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 成立高雄燈會國際 IP 社群，發布黃色鴨寶、高雄十年、小鴨輕軌、小鴨計程車、黃色角落、黃色旋風、2024 高雄冬日遊樂園、「金呱閃閃」燈光展演、情人節限定小鴨游港、雙鴨 Kiss 等黃色小鴨相關貼文，提供相關活動資訊予民眾，擴大行銷之效。 ② 運用網路多元形式宣傳本府各項特色活動，主題包括「冬日遊樂園」、「兒童藝術節」、「法國生活節在高雄」、「2024 高雄愛河端午國際龍舟嘉年華」、「旗津風箏節」、「高雄暑期活動」、「海洋派對」、2024「TTXC 台灣文化科技大會」、「高雄 2024 萬聖節派對」、「大海開吃」、「我們的高雄」城市形象短片，邀請民眾一同熱情參與。 ③ 運用平面、網路、超商廣播、本市廣播電臺宣傳本市跨年活動盛事，鼓勵民眾前往參加。 <p>(5)市政成果</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 運用平面及網路媒體之宣傳效益，使民眾進一步了解遷村計畫內容及市府相關因應作為，主題「大林蒲遷村方案選擇及意願調查」、「大林蒲遷村暨都市發展成果」、「大林蒲遷村暨城市開發規劃」。 ② 與媒體合作，於「2025 世界年鑑」刊登「邁向淨零永續高雄」廣告，行銷市政成果。 ③ 結合專題影音、數位通路、平面雜誌等多元管道刊播「城市再造危老都更」相關影音及刊登「高市府推動自主都更加速危老重建」平面廣編。 ④ 透過平面雜誌、數位通路，宣傳城市轉型推動成果，主題「兆元市長帶領高雄起飛 成為南台灣領頭」、「亞洲新灣區、第七十一期重劃區 翻轉發展軸帶轉型智慧宜居城」、「高雄榮

重要施政項目	執行成果與效益
(二)交通安全宣導	<p>登上半年促參招商王 居全國之冠」。</p> <p>(6) 交通政策：透過網路媒體刊登「敬老、博愛兩卡雙加碼」，宣揚高雄無障礙樂齡友善之交通政策。</p> <p>(7) 城市產業</p> <p>① 運用平面及網路媒體刊登「推動高雄產業轉型 完善半導體產業聚落」，加強行銷高雄產業轉型與促參招商成果，擴大市民城市認同。</p> <p>② 透過有線電視、平面、網路、廣播媒體宣傳「捷運聯合開發」成果，提升捷運周邊土地開發案曝光率及增加捷運土地開發招商機會。</p> <p>5. 多元媒宣行銷宣傳</p> <p>(1) 透過本市公車候車亭版面（36 面）刊登市政行銷廣告，主題「高雄冬日遊樂園 Kaohsiung Wonderland」、「2024 高雄聖誕生活節」、「2025 高雄跨年晚會」，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）行政大樓與學校外牆刊掛戶外帆布廣告，刊掛主題為「淨零.科技高雄」、「積極落實長照政策」，行銷施政成果。</p> <p>1. 媒體宣傳</p> <p>(1) 運用新聞記者公會、平面媒體發行之農民曆刊登「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 1 年。</p> <p>(2) 製播 113 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，宣導主題包括防制酒駕、汽機車停讓行人、高齡者交通安全、大型車防制、機車騎士安全帽正確戴法、安全帽使用年限、合格標章、汽機車行經路口減速停慢，行人優先、注意兒童過馬路、路口停讓、行人依規定穿越道路、騎乘機車正確左右轉及新交通法規等，藉由電臺製播宣導帶，向民眾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「大型車安全宣導」、「兒童交通安全及路口停讓」、「車輛慢看停 行人安全行」，強化民眾道安觀念。</p> <p>(4) 透過本市公車候車亭版面（36 面）刊登道安宣導廣告，主題「遠離大車 安全無限」、「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) 透過高雄捷運、7-11(統一超商)多媒體電視，刊播交通部《好</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>事發生篇-汽機車行經路口，請停車讓行人先行》道安短片。</p> <p>(6)運用本市公共腳踏車(YouBike)後泥除刊登「騎自行車不併排嬉戲」、「機慢車遠離大型車」廣告，共400台。</p> <p>(7)運用本市捷運站版面及車廂內海報等刊登「行人走斑馬線 勿在路段中任意穿越」宣導廣告。</p> <p>(8)用市區公車走遍全市之特性，於本市市區公車車體刊登「路口看到停標誌、停標線、閃光紅燈，請停車確認橫向無來車或行人，再開車」宣導廣告。</p> <p>(9)運用平面、網路及廣播媒體宣傳效益，向民眾加強宣導「大型車防制」道安觀念，提醒大型車駕駛轉彎時要減速慢行、停讓行人，加裝並善用行車視野輔助系統，用路人要特別注意大車內輪差及視野死角，路上請遠離大型車。</p> <p>(10)運用網路及平面媒體加強宣導「路口停讓」觀念，減少民眾及學童交通意外事故之發生。</p> <p>(11)透過平面、廣播媒體宣導高齡者行經路口交通安全觀念。</p> <p>(12)9月交通安全月期間運用網路媒體宣導「機車騎乘安全」，提高用路人道路風險意識。</p> <p>(13)運用平面媒體宣導「停讓行人」、「遠離大車 安全無限」交通安全意識，提醒用路人注意道路交通安全及大型車安全等正確用路觀念。</p> <p>(14)運用平面、廣播媒體，於9月交通安全月期間，強化宣導「車輛慢看停 行人安全行」交通安全及正確路口停讓觀念，打造人本友善的交通環境。</p> <p>(15)運用網路、廣播媒體強化酒駕防制及宣導民眾酒後找代駕，深化宣導交通安全意識。</p> <p>(16)運用網路媒體宣導主題「沒有紅綠燈 路口也要停讓」，向市民宣導道路交通安全觀念，減少交通事故發生及民眾違規事件。</p> <p>(17)印製刨刀、手提袋、修容組、飲料提袋等道安宣導品，宣導「開車跟用刀一樣要專心」、「車輛路口慢看停」、「守護學童安全行」、「路口停讓」、「騎車戴安全帽、有扣超酷」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.依據本市交通特性製播宣導短片</p> <p>(1)製播「大型車安全大駛」道安短片，運用全國性電視頻道排播、網路媒體及高雄捷運、7-11(統一超商)、全家超商多媒體電視、臺鐵高雄市火車站(10站)等通路刊播，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>(2)攝製「安全帽認證標章與使用年限」、「青年考照安全上路」、「行人依規定穿越馬路」、「機車不超速」、「校園周邊路口停讓」、「安</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(三)城市行銷	<p>全開車門」、「正確左轉彎」、「大型車安全」等8支道安短影音，透過社群媒體分享及刊播，並搭配新聞稿發布，使民眾瞭解行車、用路等交通規則，促進本市交通安全友善環境。</p> <p>3. 配合活動宣導交通安全</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8場次。</p> <p>(2)配合大型活動進行道安宣導計23場次：低碳淨山宣導活動、大社區三寶意象推廣活動、美濃冬遊記活動、2024林園洋蔥豐年季、2024高雄節電成果展、高雄市第64屆中小學科學展覽會、草地野餐音樂會、2024全球行善日活動、2024高雄鳳荔季活動(2日)、高雄市身心障礙團體秋節禮品推廣活動、2024大高雄區域人文物產特色暨產業活動(岡山場次、大樹場次、小港場次)、113年無毒家園親子同樂探索營、2024甲仙芋筍節、113年岡山籃簾會、重陽敬老活動、高雄眷村文化、精彩復元快樂生活嘉年華、永安石斑魚節、2024路竹番茄節及2024紅豆花田季，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、影音平臺行銷宣傳</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《原鄉之美》、《冬日遊樂園》、《亞灣2.0 高雄新核心》、《兒童藝術節》、《我們的高雄》城市形象短片、《2025 高雄跨年晚會》等主題影片，廣泛觸及國內大眾，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)攝製113年度市政暨大型活動行銷短片，包括《打卡美好旅程就來高雄吧》、《高雄活動大禮包 給你無限夏日驚喜》、《秋日CHILL 玩高雄》等主題，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>(3)製作《我們的高雄》國際城市形象短片5分鐘多國語版，內容涵括英、日、韓、泰、越語，記錄高雄城市轉型的過程，產業投資、交通平權、淨零轉型、社會福利、藝術文化等市政建設成果；並從經濟、生活、文化三大面向呈現高雄「智慧、宜居及魅力」的樣貌，取景範圍包括亞灣區、特色公園、內惟藝術中心、世運主場館、旅運中心、輕軌捷運、前金運動中心、燕巢橫山共創基地及杉林秘境古道等景點。</p> <p>(4)透過網路影音、社群平臺、計程車內影音電視、KTV 影音、中</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>華電信 MOD 影音及本市 6 處交通人流量眾多之戶外電視牆刊播《我們的高雄》城市形象短片、《2025 高雄跨年晚會》短片，行銷相關施政成果及推廣市政活動。</p> <p>(5)拍攝市政活動之動態、靜態影像，做為城市行銷素材以及城市發展檔案資料，並視需要提供媒體報導及使用，增進市民瞭解市府施政與建設成果。</p> <p>(6)攝製 12 支海洋施政成果短影音，包括《愛河灣水域遊憩活動-活動介紹篇、親近海洋篇》、《海洋派對》、《漁港介紹-興達港、彌陀漁港、中芸&汕尾、蚵子寮漁港》、《海洋文化節慶_彌陀大海開吃》、《高雄海味國際拓銷》、《前鎮漁港專案建設成果報導》、《海洋文化節慶-梓官篇》、《台灣國際遊艇展》等主題，透過社群平臺路傳播，使更多人瞭解高雄海洋相關政策推展。</p> <p>(7)攝製捷運聯合開發主題短片《O10/Y18 衛武營站聯開案、R20 聯開案》、《O4 聯開案》，透過網路媒體刊播露出。</p> <p>(8)推廣本市學校國際教育交流，透過影像拍攝相關宣傳短片《台日交流暨農產行銷 雄女樂儀隊篇/五福國中篇》，促進國際教育交流及農產品行銷。</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、韓、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，如美濃水路漫旅藝術祭、城市形象影片、大海開吃、跨年煙火、百年鐵道限定復駛、聖誕系列活動等。</p> <p>(2)為鼓勵海外民眾至高雄旅遊，並持續強化與南向區域國家之觀光、文化、產業交流，針對日本、韓國、越南、馬來西亞、泰國及新加坡等國家，投放相對應語版之《高雄製造》國際城市形象短片，行銷高雄多元、友善及安心旅遊的環境；另於日本、韓國、新加坡、馬來西亞等國家，運用網路影音通路，投放「原鄉之美」行銷影片，廣邀國外旅客體驗並認識原住民族獨特的歷史文化。</p> <p>(3)為迎接觀光正式邁向新常態旅遊時代，藉由日劇《獨活女子的守則 4》主角在高雄的獨活行動體驗港都魅力，藉由該劇之官方網站、YouTube、X(Twitter)宣傳，並於國內電視 MOD、Hami Video 等推播廣告，吸引國際旅客到高雄觀光旅遊。</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 113 年 12 月止，粉絲數逾 53 萬人，運用活潑的文字，精彩</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>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：Bruno Mars 火星人布魯諾、紅髮艾德高雄演出、高雄跨年晚會等精彩活動及直播，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 113 年 12 月止，好友數逾 170 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「2024 大高雄區域人文物產特色暨產業活動」</p> <p>運用全齡化場域辦理闔家觀賞活動，並與市民朋友近距離互動，透過金鐘主持人許效舜、澎恰恰、苗可麗，結合多位藝人演出，於本市岡山、大樹、小港等區辦理，吸引在地鄉親參與，並將地方特色、農漁物產、人文故事、觀光旅遊、市政發展及交通安全等，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. 結合民間資源合作辦理「2025 紫耀義大 義享同樂」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，113 年 12 月 31 日至 114 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及飯店住宿資料統計 51,025 人次參與，共同迎接 2025 年到來。</p> <p>3. 辦理「2025 高雄跨年活動」</p> <p>(1)2025 跨年透過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，企圖建立南台灣跨年品牌，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)今年跨年邀請「六金級」卡司，包含金曲歌后歌王 LaLa 徐佳瑩與音樂鬼才盧廣仲，以及韓國天團 2NE1 成員 SANDARA PARK，還有麋先生、告五人、滅火器等 20 組人氣歌手及團體輪番演出及世界棒球 12 強賽冠軍 Team Taiwan 棒球英雄陪大家度過美好時光。韓國天團 2NE1 成員 SANDARA PARK 臺灣跨年首秀獻給高雄，除了重現 2NE1 等多首經典團體歌曲，更特別準備了中文歌曲〈你要的愛〉送給歌迷。壓軸登場的金曲歌后徐佳瑩，驚喜準備動感組曲，讓全場跟著她一起舞蹈！</p> <p>(3)跨年倒數完，施放千輪版 250 秒亞灣跨年花火，搭配火星人布魯諾 (Bruno Mars) 經典求婚神曲〈Just the Way You Are〉，</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>搭配夢時代摩天輪彩虹燈光應援，吸睛指數破表的港景煙火秀，最後以氣勢磅礴的迎賓禮砲及金耀錦冠花火作為終章，象徵高雄市在迎向嶄新的 2025 年的分分秒秒都燦爛精彩。</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，113 年度共發布 959 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，場次摘述如下：</p> <p>(1)1 月 1 日市長陪同蔡英文總統出席高雄輕軌成圓試營運</p> <p>(2)1 月 2 日市長出席「陽明交通大學高雄分部啟動儀式」</p> <p>(3)1 月 8 日市長出席「簽署清華大學設高雄分部合作意向書」</p> <p>(4)1 月 22 日市長陪同副總統賴清德至元帝廟參香祈福</p> <p>(5)1 月 27 日市長出席「2024 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園」開幕典禮</p> <p>(6)2 月 14 日市長陪同副總統賴清德前往五甲龍成宮及覆鼎金道德院參香</p> <p>(7)2 月 23 日市長出席「一卡通慶 10 週年啟動綠點」活動</p> <p>(8)2 月 27 日市長出席「2024 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園」閉幕典禮</p> <p>(9)2 月 28 日市長出席「二二八事件 77 周年追思紀念儀式」</p> <p>(10)3 月 21 日市長出席「2024 高雄智慧城市展」</p> <p>(11)3 月 22 日市長出席臺灣首屆「2024 CityCOP 國際城市級氣候峰會-永續城市論壇」</p> <p>(12)4 月 3 日因應花蓮強震，召開記者會說明高雄處置作為，第一時間馳援東部救災</p> <p>(13)4 月 11 日市長出席「鴻華先進橋科電巴廠動土典禮」</p> <p>(14)4 月 16 日市長出席「TULU 2024 世界原住民族旅遊高峰會」</p> <p>(15)4 月 21 日市長陪同蔡英文總統出席「愛·全心全意」余登發·余陳月瑛紀念音樂會</p> <p>(16)4 月 27 日市長陪同行政院長視察台 39 線(高鐵橋下道路)延伸至仁武規劃及推動情形</p> <p>(17)5 月 1 日市長出席 IC 設計及 AI 技術服務大廠信驊科技及 Skymizer 進駐高雄簽署儀式</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(18)5月5日市長視察三洽水滯洪池、水溝疏濬等防汛準備措施</p> <p>(19)5月6日市長陪同行政院長視察原博館預定地</p> <p>(20)5月6日市長陪同行政院長視察楠梓產業園區建設規劃及相關聯外交通建設計劃推動情形</p> <p>(21)5月6日市長與經濟部長出席光寶科技高雄光寶大樓動土典禮</p> <p>(22)5月23日市長率市府團隊赴議會進行食品安全衛生專案報告</p> <p>(23)5月31日市長出席第15屆「台日觀光高峰論壇」</p> <p>(24)6月6日市長出席台灣人工智慧實驗室高雄辦公室揭牌典禮</p> <p>(25)6月6日市長出席遠見雜誌五星縣市長贈獎典禮</p> <p>(26)6月7日市長出席「興邦安居B」社會住宅開工典禮</p> <p>(27)6月7日市長出席全台首次「法國生活節」開幕式活動</p> <p>(28)6月8日市長出席2024高雄愛河端午龍舟嘉年華活動</p> <p>(29)6月15日市長陪同賴清德總統出席第五屆國家海洋日慶祝活動暨雲林艦成軍典禮</p> <p>(30)6月18日市長出席「AIoT永續跨界台灣生態系夥伴鏈結大會暨合作意象書簽署儀式」</p> <p>(31)6月22日市長主持大林蒲遷村計畫第五場遷村說明會</p> <p>(32)6月24日市長視察湖內區大湖地區L幹線雨水下水道及抽水站工程</p> <p>(33)6月30日市長陪同賴清德總統出席高雄捷運RK1岡山車站通車啟動典禮</p> <p>(34)7月7日市長出席前金運動中心開幕典禮</p> <p>(35)7月9日市長陪同賴清德總統出席巴黎奧運代表團授旗典禮</p> <p>(36)7月9日市長出席淨零高峰論壇</p> <p>(37)7月20日市長出席2024高雄旗津風箏節</p> <p>(38)7月23日市長因應凱米颱風主持災害應變工作會議，並前往桃源、六龜、美濃等災區視</p> <p>(39)7月26日市長陪同賴清德總統前往美濃勘災</p> <p>(40)7月27日市長前往茂林區視察高132線及情人谷聯外道路搶通進度</p> <p>(41)7月28日市長視察桃源災區明霸克露橋災損情形</p> <p>(42)7月29日市長赴梓官、彌陀關心農漁災損</p> <p>(43)8月2日市長陪同行政院長卓榮泰視察桃源國中、明霸克露橋</p> <p>(44)8月2日市長陪同行政院長卓榮泰視察災後設施產業復原</p> <p>(45)8月16日市長出席「DevDays Asia 2024 亞太技術年會」高雄場</p> <p>(46)8月17日市長陪同副總統蕭美琴出席國際同濟會台灣總會第50屆全國年會開幕典禮</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(47)8月23日市長出席 2024 亞灣新創大南方開展</p> <p>(48)8月24日市長出席 2024 台日大港水果祭</p> <p>(49)8月29日市長出席大樹樹城公托開幕典禮</p> <p>(50)9月3日市長出席 2024 前進大南方論壇</p> <p>(51)9月4日市長出席 SAP 高雄 ESG 暨 AI 研創中心開幕典禮</p> <p>(52)9月6日市長出席大南方高峰論壇</p> <p>(53)9月6日市長陪同行政院長卓榮泰前往視察台船公司、智淵兵 兵運動館、2024 南方領袖教育學院閉幕式</p> <p>(54)9月13日市長出席 2024 南方治理平台首長會議</p> <p>(55)9月25日市長出席九如橋改建工程動土祈福典禮</p> <p>(56)9月27日市長陪同總統賴清德出席世界臺灣商會聯合總會 30 屆年會</p> <p>(57)9月30日市長因應山陀兒颱風成立災害應變中心召開應變工作 會議</p> <p>(58)10月1日市長視察梓官、彌陀沿海地區防颱整備</p> <p>(59)10月7日市長視察大社、燕巢農損</p> <p>(60)10月9日市長赴議會進行第4屆第4次定期大會施政報告</p> <p>(61)10月12日市長陪同行政院長卓榮泰視察典寶溪滯洪池工程及 前鎮國小風災受損情形</p> <p>(62)10月21日市長出席碳權交易所國內減量額度交易平台啟動暨 企業分享會</p> <p>(63)10月30日市長因應康芮颱風成立災害應變中心召開應變工作 會議</p> <p>(64)11月8日市長陪同行政院長卓榮泰視察高雄國際機場</p> <p>(65)11月14日市長因應天兔颱風成立災害應變中心召開應變工作 會議</p> <p>(66)11月15日市長、交通部長陳世凱出席高雄港第七貨櫃中心落 成啟用典禮</p> <p>(67)11月19日市長出席 AWS 高雄雲端產業峰會</p> <p>(68)11月30日市長陪同副總統蕭美琴出席全國最大社宅高雄勝利 安居動土典禮</p> <p>(69)12月6日市長出席亞洲資產管理中心高雄專區啟動儀式</p> <p>(70)12月9日市長出席「台灣生成式主權 AI 倡議」啟動儀式</p> <p>(71)12月14日市長陪同副總統蕭美琴出席嘎呼拉斯山中音樂節</p> <p>(72)12月18日市長出席半導體垂直整合製造大廠英飛凌高雄新據 點開幕典禮</p> <p>(73)12月21日市長出席《魷魚遊戲》高雄粉紅派對宣傳記者會</p> <p>(74)12月23日市長出席高港棧庫智慧新生活記者會</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(二)媒體服務	<p>(75)12月28日市長陪同行政院長卓榮泰出席高雄車站廣場、天棚啟用典禮</p> <p>(76)12月31日市長出席2025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2024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 2025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>
(三)辦理記者會	<p>1. 113年1月於高雄港18號碼頭辦理「轉角遇見Y記者會」，安排55688集團37輛限量版黃色小鴨計程車到場，排成10Y字樣，象徵亞灣10年、高雄蛻變，並以旅運中心及高雄港灣為背景，拍攝縮時攝影及相關照片供媒體參採報導。</p> <p>2. 113年1月辦理「開箱龍年春聯及開運紅包記者會」，市長偕同書法名家及設計師一同介紹「騰龍獻瑞」春聯、「興隆平安」斗方春聯及開運小紅包、「高雄龍好」賀卡等，並攜手觀光大使「高雄熊」向市民拜年祝賀。</p>
(四)辦理媒體座談會及課程	<p>1. 113年2月於本府四維行政中心辦理「短影音製作與經營實戰課程」，介紹當前短影音內容市場趨勢與觀眾偏好，及提升數位媒體溝通能力，邀請市府各局處同仁前來參與。</p> <p>2. 113年4月與環保局合作辦理「媒體淨零概念通識班」，市府積極推動淨零轉型，為協助媒體快速了解淨零趨勢，邀請平面媒體、網路</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(五)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>二、編印外文期刊</p> <p>(一)《Love Kachsiung 愛高雄》英、日文雙月刊</p>	<p>媒體、電子媒體及廣播媒體參加課程。</p> <p>3. 113年5月辦理「自殺防治 VS 媒體報導-媒體與專家學者交流座談會」，為降低自殺行為模仿效應，邀請公共衛生及傳播學類專家學者，與在地媒體進行交流，探討如何促進自殺事件正向報導。</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42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>1. 電子期刊</p> <p>《高雄畫刊》每月發行1期，全年發行12期，113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，提供讀者多面向認識高雄，加強都市行銷。</p> <p>2. 紙本期刊編印及發行電子書</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，113年共發行6期，每期印製18,000本，亦發行電子書上架《高雄畫刊》網站。</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，113年1至12月網頁瀏覽量累計逾323萬2千次。</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>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三、編印不定期刊物</p> <p>(一)高雄市簡介</p> <p>(二)年曆印製</p> <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>	<p>2. 每雙月發行 1 期，113 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，駐高雄外國機構、駐外館處及代表處、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，亦上傳電子書，提供讀者線上閱讀。</p> <p>1. 發行高雄市簡介《浪·潮高雄》三語版電子書：企劃製作高雄市簡介《浪·潮高雄》中、英、日三語版多媒體電子書，於 113 年 12 月 31 日出版，並上架於本市期刊網站－電子書專區 (https://takao.kcg.gov.tw/)，可藉由手機、平板或電腦等多元載具線上閱讀，推廣宣傳本市觀光、產業、人文、歷史等深度魅力，提升本市知名度與國際能見度，呼應當今數位閱讀及淨零減碳潮流。</p> <p>2. 電子書運用大量圖像搭配文字、地景聲音及音樂等，由本府吉祥物高雄熊帶領讀者認識高雄，打造優良閱讀體驗。電子書內容包括：族群文化、產業聚落、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，內容豐富，引領讀者沉浸式體驗高雄之美。</p> <p>1. 「2025 高雄市年曆」採用環形構圖，以高雄火車站為中心、AI 產業和演唱會為主軸，搭配高雄的輕軌以及海岸線，充滿濃濃的生活感，透過插畫家吳秋敏手繪創作，帶大家遊覽高雄市景。</p> <p>2. 年曆印製 27,000 張，於 113 年 12 月 13 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。</p> <p>1. 「2025 高雄市月曆」以時令水果當主角，搭配產地風景，藉以行銷本市優質農產品。</p> <p>2. 月曆印製 27,000 份，於 113 年 12 月 13 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。</p> <p>1. 高雄廣播電臺節目入圍 113 年廣播金鐘獎五項大獎，榮獲「單元節目獎」、「音效獎」、「類型音樂節目主持人獎」三項大獎；《高雄人第二階段》節目以〈安眠藥亂象：危機中的夜晚〉專題榮獲中華民國藥師公會全國聯合會辦理之 113 年臺灣藥事報導獎影音媒體組</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>佳作；《故事任意門》獲台灣媒體觀察教育基金會主辦之第 24 屆台灣兒童及少年優質節目競賽優質兒童節目推薦。</p> <p>2. 廣播結合新興社群媒體</p> <p>(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：《TAKAO 知原讚》、《翻轉勞動-南臺灣就業讚》、《公事好好說》、《南方科技城》，全年共直播 83 集，觀看人次達 105,000 餘次。</p> <p>(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。</p> <p>3. 節目製播多元化</p> <p>(1)為優化民眾英語學習能力，製播多元雙語節目及單元，全年總播出時數超過 1,000 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》；另於 AM 頻道 10:30~11:00 播出《這句英語怎麼說》雙語節目。</p> <p>(2)針對民眾關心的事務，開闢《我愛高雄》節目，與客委會、社會局、原民會及勞動部勞動力發展署高屏澎東分署合作製播，由各局處與市民直接溝通，擴大市政訊息行銷功能，全年共播出 210 集。</p> <p>(3)與高雄市立歷史博物館、高雄市政府交通局、高雄市政府警察局、高雄市政府捷運局、高雄市政府衛生局、高雄市政府農業局、高雄市政府消防局等單位合作製作專訪，宣導高雄文化、交通、反詐、醫療、農業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《愛家好姐妹》，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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>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》節目介紹各行政區觀光資源、社區小旅行及產業、並大量訪問在地青年農漁民行銷高雄農漁產，全年共製播 26 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：</p> <p>①製播〈原來如此〉、〈理財生活課〉、〈律師來了〉單元，與法律扶助基金會、律師等專家合作，深入講解生活法律資訊，強化民眾法律觀念。</p> <p>②與高雄市政府警察局合作，定期專訪高雄市政府警察局各分局及高雄市政府警察局少年警察隊，深入說明常見詐騙手法，主題如〈1 合，2 清，3 減、4 面+5 不〉打擊詐欺犯罪策略、〈5 大常見詐騙類型〉、〈少年犯罪預防〉等。</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 50 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。</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 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。</p> <p>(13)高雄廣播電臺實況轉播議會質詢及大型活動： 113 年 4 月 22 日轉播第 4 屆第 3 次議會定期大會市長施政報告、5 月 9 日至 5 月 23 日轉播市政總質詢；113 年 10 月 9 日轉播第 4 屆第 4 次議會定期大會市長施政報告、11 月 20 日至 12 月 4 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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(二)新聞採訪</p> <p>(三)設備維護管理</p>	<p>性別平等、捐血一袋救人一命、防詐騙等。</p> <p>(15)配合 2024 冬日遊樂園、春天藝術節、2024 高雄內門宋江陣、2024 端午愛河龍舟嘉年華、2024 高雄啤酒音樂節、2024 大港閱冰、2024 大海開吃活動、2024 路竹番茄節、2024 夏祭新鮮市、高雄左營萬年季、高雄庄頭藝穗節、2024 旗山香蕉文化節、台日大港水果祭、2025 高雄跨年晚會等活動，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. 強化道路安全宣導，於 113 月 6 月 24 日至 6 月 28 日辦理全時段現場節目之臺慶、交通安全 call-in 有獎徵答活動；113 年 12 月 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，113 年於山陀兒颱風、凱米颱風期間延長播音，提供市民最新訊息。</p> <p>1. 針對民眾關切之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。</p> <p>2. 全程實況轉播高雄市議會第 4 屆第 3 次及第 4 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。</p> <p>3. 加強報導登革熱、嚴重特殊傳染性肺炎、流感、腸病毒等防治作為。</p> <p>4. 報導抗旱、防洪治水、食品安全、消費安全、環保、治安、公共安全、勞工安全、詐騙防制等保護市民生命財產相關新聞。</p> <p>5. 凱米颱風、山陀兒颱風、康芮颱風、天兔颱風期間，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 180 則。</p> <p>6. 加強報導市政建設成果新聞，包括：推動智慧城市、招商引資、建構半導體 S 廊帶、交通建設、公共托育、長照服務、空品改善、大林蒲遷村等。</p> <p>7. 配合以新聞或專題報導重要城市行銷及藝文活動，包括：百年好市、演唱會經濟、郵輪經濟、冬日遊樂園、黃色小鴨重返高雄、海線潮旅行、夏祭新鮮市、哈瑪星號復駛、聖誕嘉年華、農特產品行銷，以及高美館、駁二、衛武營、高雄流行音樂中心等各場館之藝文活動。</p> <p>8. 製播《Live943 新聞晚報》、《高雄傳真》等深入報導新聞性節目。</p> <p>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，</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>陸、整體風險管理(含內部控制)推動情形</p>	<p>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)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。</p> <p>(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。</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。</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、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>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>2. 113 年風險管理重要工作項目如下： 1 月 3 日進行新聞局 112 年度風險管理自行評估，相關結果作為 113 年度度風險管理作業計畫書修訂參考。新聞局 113 年度風險管理作業計畫書於 2 月 6 日奉局長核定後實施。113 年度內部稽核於 8 月份進行，成果提供新聞局各科室滾動式修正風險項目與風險值。</p> <p>3. 在現有風險對策下，新聞局 113 年度計有 13 項重要工作計畫均係低度風險，皆依照風險管理計畫控管、達成目標。</p>