

貳拾貳、新聞

一、新聞行政與管理

(一) 輔導落實電影分級制度，提升電影片映演業水準

1. 依據電影法及其施行細則，輔導管理本市電影片映演業之電影分級。
2. 本市共計 12 家電影院，109 年 1 月至 6 月實施臨場查驗共計 140 廳次(含 109 年度電影院聯合查察)，未發現違法情事。

(二) 加強出版品及錄影節目帶之輔導與管理，維護社會善良風俗

1. 依據「性騷擾防治法」、「性侵害犯罪防治法」及「兒童及少年福利與權益保障法」等查察平面媒體廣告。
2. 109 年 1 月至 6 月，發函報社主動篩選拒刊違反「兒童及少年性剝削防制條例」之廣告共 4 件，經報社陳述意見後，均無違反相關法令之情形。
3. 針對本市錄影節目帶租售店、MTV 等地點，輔導錄影節目帶分級管理義務人，依法落實分級制度。109 年 1 月至 6 月查察共計 24 家次，未發現違法情事。

(三) 輔導與管理有線電視業，提供優質收視服務

1. 依據有線廣播電視法，加強輔導管理本市有線電視系統業者，播送節目與廣告應自律守法。109 年 1 月至 6 月查察本市 5 家有線電視系統共計 720 頻道次（每次 1 小時），未發現違法情事。
2. 持續有線電視陳情案件（消費爭議、收費、客服、工程）之管理，針對市民陳情有線電視系統爭議案件，立即協調或促請業者現勘，或會同相關單位予以處理，109 年 1 月至 6 月共處理 148 件（慶聯 66 件、港都 30 件、鳳信 29 件、南國 16 件、新高雄 4 件，同時陳情 2 家以上有線電視業者 3 件）。

3. 辦理 109 年度收視滿意度調查，執行量化問卷 4,400 份(電訪問卷 4,000 份、網路問卷 400 份)及執行焦點座談 3 場，作為有線電視費率審議委員會審議 110 年收視費用、有線電視業者改善服務品質及本局辦理有線電視產業發展研討會之參考。
4. 為優化有線電視服務品質，辦理 109 年高雄市有線廣播電視產業發展研討會，邀請產、官、學三方 8-9 月辦理 4 場工作坊、1 場專家學者座談會及 11 月辦理 1 場全日研討會，讓有線電視藉由公用頻道與地方頻道的經營，成為民眾獲取在地資訊的主要管道。

(四) 提升公用頻道節目品質及宣導

1. 製播市政影音專題節目，即時行銷宣導
「高雄進行式」－針對本市軟硬體建設、文化、產業、觀光旅遊等活動，製作影音專題報導，109 年共製作 66 則 3 分鐘專題，上傳高雄市政府 YouTube 宣傳，並剪輯成 22 集節目，每集 15 分鐘，於公用頻道播出。
2. 特色休閒旅遊節目，行銷城市特色
 - (1)「愛@高雄」－109 年已製播 20 集高雄在地特色社區、公益、產業、人物等文化節目，於公用頻道播出。
 - (2)「來去高雄住一晚」－已製播 6 集 60 分鐘高雄休閒娛樂節目於公用頻道及全國性頻道播出。
3. 在地新聞輪播：整合本市有線電視系統業者自製新聞(港都新聞、鳳信新聞、南國新聞及新高雄新聞)於本市公用頻道輪播，每日於 08:30 至 10:30、12:00 至 14:00、19:00 至 21:00 等時段，提供市民透過不同觀點，即時瞭解高雄在地新聞。
4. 議會實況轉播：5 月 14 日至 7 月 22 日市議會第 3 屆第 3 次定期大會開議期間，每日全程轉播部門質詢及總質詢現場實況。
5. 每週排播英語教學節目共 41 小時，提供豐富學習資源

- (1) 結合民間雜誌社資源，於公用頻道 CH3 播出共 5 個英語教學節目：『初級空中美語』、『中級空中美語』、『ABC 互動英語』、『Live 互動英語』及『大家說英語』節目。每日播出 5 小時(涵蓋早午晚時段)。
 - (2) 協調有線電視業者釋出其自製頻道時段 1 至 3 小時，播出空中美語雜誌社無償授權之美語教學節目，共同營造英語學習環境，以及『空中大學高雄觀光導覽英文』教學節目每日播出 2 小時。
6. 公用頻道行銷宣導
- (1) 結合本市節慶或社區活動宣導有線電視 CH3、促進公用頻道近用，鼓勵民眾申請託播影片及收看在地特色節目。
 - (2) 拍攝剪輯 20 秒公用頻道宣導短片，於本市有線電視頻道播出宣傳。
 - (3) 邀請「哭吧!小不幸人生」網路人氣插畫家，繪製主題插畫，並透過本市公用頻道 CH3、臉書及小不幸 IG(Instagram)等社群媒體刊播，強化政策推展。

二、新聞發布與新聞聯繫

(一) 蒐集輿情反映

為強化城市行銷，每日蒐集各報刊、網路即時及電視有關市政建設之新聞報導、評論與建議，陳報各級長官，並分送相關局處參辦。109 年 1 月至 6 月計蒐集平面新聞資料 40,447 則、網路即時新聞資料 140,070 則、蒐集電視新聞摘要 47,053 則，新聞媒體總效益約新台幣 369.7 億元。

(二) 新聞發布

配合本府重要市政行程及重要建設、政策、活動發布市政新聞，並上傳市府全球資訊網供民眾閱覽，109 年 1 月至 6 月共計發布 443 則。另於議會定期大會期間(109 年 5 月 15 日至 7 月 22 日)，成立議會採訪小組發布新聞稿共 10 則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。

(三) 舉辦重大政策記者會

因應「嚴重特殊傳染性肺炎」疫情，本局適時協同相關局處召開紓困計畫記者會，鎖定農漁產業、經濟弱勢族群、觀光旅遊產業、中小企業等領域，以協助受損產業及經濟弱勢民眾度過難關，透過記者會對外說明本府疫情處置作為、防疫整備情形及振興紓困等相關配套措施。

(四) 強化本府新聞聯繫暨輿情回應

4月7日辦理「新聞處理與危機反應」講習，邀請媒體從業人員擔任講師，分享網路新聞與電視新聞輿情回應技巧等，參訓人員為本府各機關首長。

三、辦理媒體行銷

(一) 電子媒體

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，提醒民眾多運用大眾運輸工具參與本市活動，也讓市政宣導資訊有效觸及民眾。
2. 製作年度大型活動行銷短片，今年上半年已完成「春上枝頭 樂遊高雄」短片，行銷自行車環台賽、那瑪夏賞螢季、神農市集及當季農產品，並於多元媒體管道露出，廣邀民眾一同參與。
3. 規畫製作6分鐘高雄國際城市行銷短片，以實拍影像結合優異的動畫後製，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。

(二) 平面及網路媒體

1. 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，加強宣傳本市各項施政建設成果與觀光旅遊景點。主題如下：

- (1) 市政宣傳廣告專輯企畫案：與平面雜誌合作，包括企劃製作平面廣編、數位廣編和數位專區廣告。已完成青年創業專題，以數位廣編形式介紹本府青年局，提供資金、輔導、交流、場地等，協助青年創業團隊。
 - (2) 「高雄新頁」廣告專輯宣傳：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。5月專題聚焦大眾運輸建設，包括幸福小黃、文化公車、MenGo卡、YouBike2.0等。
 - (3) 運用平面媒體效益，宣傳市政形象、節慶活動，透過平面廣告、主題專刊或廣告編輯等方式，強化市政行銷及交通安全意識，同時提高城市能見度與認同感，上半年已行銷春季旅遊、綠能政策、城市新地標等。
2. 考量網際網路無遠弗屆之影響力，運用網站媒體多元廣告形式，行銷本市重大施政成果，強化資訊能見度。說明如下：

- (1) 運用網站橫幅 banner 連結至本府設置之防疫紓困專區，透過公開透明的資訊揭露，讓市民朋友充分了解防疫暨紓困資訊。
- (2) 運用網站橫幅 banner，行銷本府青年創業政策及推動成果。
- (3) 利用數位廣編形式，並透過社群網路 FB 以及熱門文章推薦，以多元媒宣方式提升能見度，有效宣導本府振興紓困等相關措施。

(三) 多元媒宣

運用本市 38 處（計 41 面）公部門單位刊掛戶外帆布廣告，主題為新春賀歲，民眾可感受新年新氣象、年節氛圍。

(四) 國際行銷

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，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。

(五) 道路安全宣導

執行院頒「道路交通秩序與交通安全改進方案」，運用各項宣導管道及創新作為，加強用路人重視道路交通安全政策與維持良好交通秩序。相關宣傳成果列述如下：

1. 媒體宣傳

- (1) 製播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。宣導主題包括預防酒駕、路口停讓、路口安全篇、避讓緊急車輛、消滅闖紅燈、高齡者路口步行、汽機車轉彎禮讓行人等，藉由廣播製播創意，向市民宣導正確的道安觀念。
- (2) 運用本市 38 處（計 41 面）公部門單位刊掛戶外帆布廣告（如汽機車路口慢看停等道路交通安全宣導），以強化民眾道安觀念。
- (3) 製作悶燒罐、保溫瓶等道安宣導品，宣導酒駕零容忍及不超速等主題，適時於宣導活動贈送參與民眾，強化道安觀念。
- (4) 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，主題為「避讓緊急車輛」。
- (5) 運用多家平面媒體刊登「高齡行路安全」廣告，強化高齡者行路安全觀念。
- (6) 運用本市 38 面公車候車亭燈箱刊登道安宣傳廣告，主題為「汽機車路口慢看停」等。

2. 配合活動宣傳

配合社區活動進行道安宣導，透過與民眾互動，倡導正確用路觀

念，提升本市交通安全。

四、錄製市政行程活動影片

拍攝市政活動並製作錄影存檔，視需要提供媒體報導及影片製作使用，增進市民瞭解市府施政與建設成果。

五、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需要公開災情時，彙整各局處權管災情現況，主動定期公布各項災情即時資訊。109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。

六、媒體公共關係

(一) 國內媒體

1. 配合本府各局處大型活動的舉辦，協助發送媒體採訪證，並提供媒體通訊錄、局處主管通訊錄等，並不定期辦理媒體餐敘、交流，以利市府與媒體建立雙向聯繫溝通。
2. 協助本府各局處新聞媒體聯繫作業，強化媒體即時新聞露出供民眾了解。

(二) 國際媒體

國際媒體人士參訪本市或拍攝時，提供接待、拍攝景點建議、相關市政建設參訪行程安排聯繫等服務。

七、辦理城市行銷活動

(一) 協辦「2020高雄燈會藝術節」

1. 為強化行銷高雄亮點活動，擴大推廣高雄國際節慶品牌，本局協辦高雄燈會藝術節行銷事宜。
2. 高雄燈會行銷內容：
 - (1) 傳統媒體：橫跨各年齡層及使用習慣，包括摺頁DM、報紙廣告、路燈旗、電視廣告、廣播廣告及節目專訪、捷運LED電

視、車廂廣告等。

- (2) 數位媒體：運用網路（活動官網、yahoo 關鍵字與原生廣告、Google 關鍵字與聯播網等）與社群平台（活動官方 FB 粉專、FB 廣告、YouTube、Instagram 等）串流予以推廣。

3. 活動效益：

- (1) 高雄燈會自 1 月 29 日開幕至 2 月 9 日閉幕，為期 12 天，在超級寒流與武漢肺炎疫情影響下，仍有 147 萬參觀人次。
- (2) 開幕晚會直播，電視轉播超過 172 萬收看人次，YouTube 直播超過 18 萬觀看次數。
- (3) 媒體報導近百則。

(二) 與觀光局共同主辦「高雄城市意象行銷線上演出活動」

1. 與馬來西亞歌手黃明志、Yahoo TV 合作，推出「虛擬演唱會」，讓大家不出門也能感受高雄城市魅力。
2. 以異地共演的形式呈現多首不同風格歌曲，創造豐富的 AR/VR/MR 體驗。6 月 2 日在黃明志官方 YouTube 首播，6 月 3 日及 6 月 5 日在 Yahoo TV 播放。
3. 影片觀看人次突破 106 萬人次，黃明志官方 YouTube 也累積超過 26 萬觀看人次(包括首播 13 萬以及重新上傳版 13 萬)，成功宣傳高雄的觀光魅力。

八、編印定期刊物，加強行銷高雄

(一) 《樂高雄》電子期刊企劃發行與紙本雙月刊編印

以介紹市政活動、都市風貌、人文風情、觀光旅遊、在地美食、藝文展演及地方特色等資訊為主，提供讀者認識高雄發展現況與願景，加強都市行銷。

1. 《樂高雄》電子月刊企劃發行

《樂高雄》電子月刊每月發行，109 年 1 月至 6 月共發行 6 期，並發送給訂閱戶。

2. 《樂高雄》雙月刊編印

(1) 每雙月發行1期，109年1月至6月共發行3期。定期寄贈機關學校、全國圖書館等提供閱覽，並放置機場、觀光飯店、旅遊中心、觀光景點、各捷運站、藝術文化展演場所、本市圖書分館、連鎖餐飲、藝文空間等共約200個定點，供民眾免費索閱。

(2) 製作《樂高雄》雙月刊電子書上傳新聞局網站，提供民眾線上閱讀。

3. 《樂高雄》期刊新網站優化

《樂高雄》期刊新網站於108年8月上線，109年1月至6月持續優化，包含版面及動線設計調整，以及新增功能，提供讀者及網路使用者更便捷的數位閱讀環境。

4. 透過數位平台行銷出版品

《樂高雄》期刊新網站提供電子書下載及電子期刊訂閱功能，並於其他合作媒體網站上提供閱覽，且不定期透過新聞局 Facebook 粉絲專頁、高雄市政府 LINE 官方帳號分享期刊內容及連結。

(二) 發行《Love Kaohsiung》英、日文雙月刊

每2個月發行1期，109年1月至6月共發行3期，派送至桃園國際機場、高雄國際機場、台北松山機場、高鐵及台鐵旅客服務中心、高雄捷運站、本市觀光飯店、藝文場所、美國在台協會高雄分處、日本台灣交流協會高雄事務所等駐台外事單位、新移民家庭服務中心，及本市設有華語學習的大專院校等約120處地點，免費提供民眾索閱。另，每期將紙本刊物上傳至新聞局官網、高雄市政府官網以及聯合電子報（網路合作平台），提供讀者線上閱覽。

(三) 印發多元通路媒介：

印製「與市民有約」手冊，宣達本市相關肺炎防治情形及紓困振興方案、108年市政成果、施政亮點、未來重要工作等項目，藉以行銷本市暨市民對市政之了解及支持。

九、網路行銷

(一) 新聞局臉書

1. 截至 109 年 6 月，粉絲人數已超過 39 萬人。以生動活潑的文字、圖片或短片，發布本市重大政策與建設、自然與人文景觀、節慶與藝文活動等多元城市風貌，以及停限水民生資訊、天災和其他災害應變處理及停班課通知等在地訊息。嚴重特殊傳染性肺炎防疫期間，更配合中央及市府應變中心適時發布防疫與紓困振興等資訊。
2. 109 年上半年臉書平台共有 7 場直播，內容包括：本市第一級流行疫情指揮中心會後記者會、自由-復興路通車典禮、「幸福川」清淤完工、市府因應嚴重特殊傳染性肺炎社區感染防疫實兵演練及 3 場防疫暨紓困振興記者會等，觸及人數超過 83 萬人。

(二) 高雄市政府官方 LINE 帳號

截至 109 年 6 月好友人數超過 94 萬人。高雄市政府官方 LINE 帳號受理本府各單位申請，協助宣導相關重要活動與訊息，即時提供市政建設、重大活動、觀光旅遊、節慶活動，以及停限水民生資訊、天災和其他災害應變處理及停班課通知等訊息。

(三) 高雄市政府 YouTube

109 年 1 月至 6 月共上傳「高雄進行式」農漁產品行銷、城市觀光亮點、交通政策等共 24 則專題，希冀透過 YouTube 網路平台快速流通，即時傳遞高雄新知給各地朋友們。

十、加強高雄廣播電臺市政行銷功能

(一) 營造多語學習環境

1. 為提昇市民語言溝通能力，高雄廣播電臺與高雄市多所學校及產業達成合作製播節目之協議，共同製播觀光 ABC、主婦 ABC、運將 ABC 等帶狀節目及單元。合作單位包括：英國國家廣播公司

(BBC)、高雄師範大學英語學系、國立高雄科技大學應用外語系及應用英語所、文藻外語大學傳播藝術系、常春藤英語雜誌社及空中英語教室雜誌社等。

2. 高雄廣播電臺109年1月1日至6月30日共播出雙語節目1225集、雙語單元1225次，播出時段如下：
 - (1) 週一至週五 07:00~07:30 播出 BBC Newsroom 節目，播出 125 集。
 - (2) 週一至週五與英語雜誌社合作播出英語教學節目，00:00~00:30 播出空中英語教室 125 集、00:30~01:00 播出常春藤解析英語 125 集、07:30~08:00 播出常春藤生活英語 125 集、21:00~21:30 播出大家說英語 125 集、21:30~22:00 播出 Advanced 彭蒙惠英語 125 集。
 - (3) 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及常春藤雜誌社合作，製播 3 分鐘英語單元含「NEWS ABC」（播出 450 次）、「打狗英語通」（播出 400 次）及「原來英語可以這樣學」（播出 375 次），於週一至週五 08:00、09:00、10:00、11:00、12:30、14:00、15:00、18:00、20:00，週六 06:00、16:00、18:00 以及週日 00:00、01:00、11:00 等時段播出。
 - (4) 週一~週五帶狀節目中開闢英語單元:11:00~12:00 高雄人第三階段節目中開闢「主婦 ABC」單元（播出 125 集）、15:00~16:00 午后陽光第三階段節目中開闢「觀光 ABC」單元（播出 125 集）。
 - (5) 週六 00:00~01:00 及週日 18:00~19:00 播出卡卡派雙語脫口秀（播出 50 集）、週六 08:30~09:00 播出英語醬玩(播出 25 集)、週六 10:00~11:00 播出雪人的早午餐(播出 25 集)、週六 14:00 播出 Kirby 的午茶時光(播出 25 集)。
 - (6) 週一~週六 22:00~24:00「音樂伸展台」古典音樂節目以雙語介紹古典樂曲及作曲家背景，播出 150 集。
 - (7) 週六 08:00~08:30 及週日 12:30~13:00 製播「英語自學王」節目，介紹英語自學的方法，播出 50 集。
 - (8) 週日 10:30~11:00「奇幻島」節目，製播兒童美語單元「奇幻 ABC」，播出 25 集。
3. 為加強民眾對於交通安全的認知及重視，並順應英語國際化趨勢，本臺 109 年度委託常春藤英語集團以雙語方式，製作「交通安全

Follow me」單元，計26集，於109年6月15日開始播出，一天3次，播出時段為08:45、14:45、18:45，此單元系列以輕鬆活潑的中英文答話方式，向聽眾介紹如交通號誌歷史及各國的交通文化差異等，透過日常生活情境讓聽眾了解交通習慣及交通法規，兼顧英語學習樂趣。

(二)製播多元化節目

1. 為關懷弱勢族群，製播關懷同志議題、新移民(印語、越語及柬埔寨語)、外籍移工(泰、印語等)、原住民、客語族群、兒童少年及長青族等節目，1至6月共製播350集。
2. 與客委會、社會局、原民會、運發局及教育局合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通，1至6月共製播125集，並不定期以電臺臉書進行影像直播，擴大宣傳效益。
3. 持續徵選公益社團參與製播節目，提供弱勢團體發聲管道，共徵選18個社團參與製播19集節目，為弱勢團體發聲。節目收聽族群遍及各界，合作社團包括：平安基金會、創世基金會鳳山分院、創世基金會屏東分院、高雄市失智友善天使志工團、高雄市彩色頁女性願景協會、濟興長青基金會、高雄市社福慈善總會、高雄市慈善團體聯合總會、高雄市飛揚福利服務協會、台灣無障礙協會、台南市佑明視障協進會、美善社會福利基金會、屏東縣慈善團體聯合協會、高雄市林柔蘭社會福利基金會、屏東縣育德關懷協會、高雄市高雄女國際青年商會、慈蕙善導書院、高雄市兒童及少年收出養資源服務中心等。
4. 配合大社三寶農特產觀光季、路竹番茄節、高雄燈會藝術節、春天藝術節、高雄內門宋江陣、高雄鳳荔季等活動，製播節目專訪及節目配合口播等，全方位報導行銷本市大型活動。
5. 每日製播120分鐘古典音樂節目，提供南台灣民眾獨特、深度之聽覺享受。
6. 落實頻道資源共享，「南台灣即時通」節目時段與南台灣各縣市合作，共同實踐南台灣生活圈理念。另為擴大提供民眾生活訊息，與高美館、高雄市電影館、高雄市立圖書館、國立海洋生物博物

館、國立科學工藝博物館、藥害救濟基金會、聯合醫院、大同醫院、行政院農糧署及各大出版社固定合作，提供即時食衣住行育樂各項生活訊息。

7. 加強道路交通安全宣導

1至6月製播26集交通安全專屬節目外，每日於交通尖峰時段3次與交通大隊即時交通路況連線報導，並於6月16日辦理一次大規模交通安全有獎徵答活動，全日現場節目開放聽友call in互動回答交通安全題目，另每月於FB進行1次「道安隨堂考」贈獎活動，以強化交通安全宣導。

8. 開闢全新市政節目

為提升市民公民素養及公共事務參與能力，替地方創生注入新活力，高雄廣播電臺邀請產官學界、代議機關及市民發表意見，於2月17日首播「公事好好說」，藉此引領城市發展方向並勾勒發展藍圖，同時探討社區發展現況或分享社區營造成果。截至6月底計播出20集。

9. 因應新型冠狀病毒防疫之相關宣導措施

高雄廣播電臺於嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)疫情傳出伊始，即開始向民眾傳佈相關防疫宣導。自2月4日開始配合國家通訊傳播委員會(NCC)的頻道徵用政策，播出指定宣導內容。至6月30日止，口播及宣導帶播放累計3000餘次、製播專題18集。同時為向新住民及移工普及防疫相關資訊，以越語、柬埔寨語、泰語、印尼語等4種語言，錄製2則內容不同的防疫宣傳，計8支宣導帶於不同節目中插播運用。

10. 因應汛期及颱風來襲作為

109年5月22日因應豪大雨一級開設，高雄廣播電臺於5月23日00:00-08:00延長播音。於豪大雨期間進行即時口播並密集播放防災宣導帶，內容含即時氣象資訊、雨天行車安全、即時路況、疏導排水孔、救助撥打1999等。

11. 加強宣導重要施政

包括「青年教育與就業儲蓄帳戶方案」、「再生能源」、「綜合所得稅」、「積欠工資墊償基金」、「國賠法修正」、「洗錢防制」、「尊重路權」、「防酒駕及交通安全」、「防疫新禮貌運動」、「防治登革熱」、「登革熱就醫」、「防治腸病毒」、「疾病流感預防」、「農民職業災害保險」、「勞工保險」、

「勞工安全衛生教育」、「神農市集」、「防治詐騙」、「節約用電用水」、「新移民服務」、「檢肅貪瀆」、「肅清煙毒」、「公共安全」、「社會福利及安全」、「人權」、「空污環保」、「防溺」、「防火」、「防震」、「菸害防制」、「消費者保護」、「外籍看護家庭喘息服務」等。

12. 廣播節目影像化，建置直播平臺，擴大行銷效益，直播計達17次。

- (1)109年1月2日「午後陽光第三階段」邀請高雄市輪船公司總經理翁佳彬、營業部經理盧怡雯，談：「金棧遊港」及「JETS 嘉年華」。
- (2)109年1月7日「我愛高雄-245 福利談」邀請社會局社救科林欣緯科長、鳳山街友中心吳承翰主任、三民街友中心楊惠雯主任，談：溫馨街送情-街友服務。
- (3)109年1月13日「我愛高雄-最佳時客」邀請高雄市美濃區公所鍾炳光區長、劉國鳳課長、李妙玉小姐，談：花香美濃春遊趣—美濃秋冬樂活嘉年華暨花海彩繪大地。
- (4)109年1月22日「我愛高雄-e 啦原住民」邀請族語老師伊賽及洪金玉，分享原民過年慶歡唱。
- (5)109年1月30日「我愛高雄-運動港都好運發」邀請高雄科技大學海洋休閒管理系高興一教授、林杏麗教授，談：水域運動HIGH翻高雄。
- (6)109年2月6日「我愛高雄-運動港都好運發」邀請高雄富邦馬拉松承辦廠商總監陳庭涓、前奧運馬拉松選手許玉芳教練、2019 高雄馬拉松國內男子全馬冠軍鄭瑞竹教練，談：高雄馬拉松籌備甘苦談 X 我的馬拉松人生。
- (7)109年2月11日「我愛高雄-245 福利談」邀請中區趙若新區主任、小港社福中心吳宣葢主任、合德慈善會伍春雲總幹事，談：公私協力--把愛送進弱勢家庭。
- (8)109年2月19日「我愛高雄-e 啦原住民」邀請族語老師伊賽及洪金玉、高市原民族語言推廣人員，主題：一起來說族語吧!
- (9)109年3月3日「我愛高雄-245 福利談」邀請高雄市政府社會局婦女館王君儀督導、台灣國際影音與教育協會焦婷婷理事、勵馨基金會高雄辦公室楊稚慧主任，主題：姊就是城市永續發展的力量。
- (10)109年3月10日「午后陽光第三階段」邀請高雄市政府文化局表演產業中心主任張菁玲及課長劉百苓、秀琴歌劇團團長

張秀琴、秀琴歌劇團團員米雪，主題：大東戲台之銅雀臺傳奇。

(11)109年3月18日「我愛高雄-e啦原住民」邀請種子創意樂團順子、阿光、鍾維庭，主題：原民搖滾區~矮殺。

(12)109年3月26日「我愛高雄-運動港都好運發」邀請澳登堡馬術指導中心執行長徐斯俊，主題：千里馬與伯樂-馬術運動。

(13)109年3月30日「公事好好說」邀請中山大學劇藝系謝榮峰老師、高科大海洋事務與產業管理研究所劉文宏所長、高雄市議員吳益政，主題：大學社會責任。

(14)109年4月15日「我愛高雄-e啦原住民」訪問排灣族陳惠娥、趙惠雄、那瑪夏農民恣詠、盧林秀英，談：原住民美食「那瑪夏水蜜桃、排灣族生粽起拿富」。

(15)109年6月1日「公事好好說」邀請高雄市議員黃捷、高雄市政府交通局蘇健義專員、高雄市政府警察局交通警察大隊陳文耀大隊長，主題：行人路權-人行道篇。

(16)109年6月4日「我愛高雄-運動港都好運發」邀請實踐大學產業管理學系林保源主任，談：後疫情時代休閒新樂活。

(17)109年6月10日「我愛高雄-e啦原住民」邀請江維明、張文珠，談：在地農產品及教大家簡單的DIY原住民美食。

(三) 強化新聞採訪報導，提升新聞性節目品質

1. 平日開闢3個新聞時段，報導高雄市重要市政及在地新聞，提供市民切身相關的高雄市政訊息，109年1月至6月報導約2000則。(每日聯播公視中午12時中晝新聞、19時晚間新聞，提供國內外新聞，滿足聽眾多元、平衡獲取新聞之需求。)
2. 全程實況轉播高雄市議會第3屆第4次臨時會專案報告、第3次定期大會「市長施政報告」與「市政總質詢」，並加強報導市議會新聞，增進民眾對市府及議會之瞭解，109年1月至6月報導逾75則。
3. 製播「Live943新聞晚報」、「高雄943特派員」、「高雄傳真」節目，加強市政建設、活動及在地新聞專題報導。
4. 加強報導鐵路地下化鐵道景觀改造工程、林園汕尾橋改建工程、

輕軌二階、岡山魚市場遷建、國道十號燕巢交流道聯絡道路新增及改善工程等重大建設新聞。

5. 加強報導防汛、防災、防空污、戲水安全、食品安全、消費安全、治安、交通安全、校園安全、公共安全、老屋改建、勞工安全等保護市民生命財產相關新聞。
6. 加強報導防治嚴重特殊傳染性肺炎、漢他病毒、登革熱、腸病毒、流感等各項措施及市民應注意事項相關新聞。
7. 報導高雄市軟硬體施政成果及施政方針新聞：高雄曆計劃成果 獲內政部考核全國第一名、全國動保收容評鑑高市獲雙優等、高雄市政府強力整合路平 中央考評道路全獲優等、山城「六龜」獲選台灣經典小鎮、2020 建築園冶獎 高市府抱 12 座大獎、高市交通工程全國第一名、高市使用綠點人數全台第一、高雄觀光主題曲〈出去走走〉奪美國泰利獎金獎、高雄市政府海污防治績效獲全國特優、寶來花賞溫泉公園 1/4 重新開幕、高市 108 年果品外銷成長 73%、高市柴油車汰舊數全國第一、高市創下秋冬季節無 PM2.5 紅害日、高市機車排氣檢驗定檢數破百萬全國唯一、岡山魚市場遷建新址完工啟用、中華地下道填平通車、高雄市第 70 期市地重劃區通車啟用、凹子底停 5BOT 案簽約、高雄 YouBike2.0 試營運、曹公新圳排水護岸加高工程完工、培訓青年實踐家大港自造學校啟動、高市首座失智照顧園區在大樹區開幕等。
8. 配合高雄市重要城市特色行銷、藝文活動，加強相關新聞採訪、製播「打狗小學堂」單元或專題深入報導：「愛河的水會變色」、「高雄的自來水為何不好喝」、「GGJ 全球遊戲創作營」、「愛河.愛之鯨」、「高雄市動產質借所的故事」、「後驛商圈雨傘造景」、「感動鼠兒童暨青少年彩繪展」、「內門宋江陣 20 周年」、「一心三線觀光品牌」、「衛武營讓劇場成為教室」、「高雄軍事觀光月啟動」、「旗山生活文化園區時光蕉囊主題

展」、「衛武營春藝線上音樂廳開播」、「二代行動書車」、「高雄城市更名百年」、「城市探險月」、「展高雄：鳥松與仁武特展」、「郭常喜藝術兵器文物館見証打鐵精神」等。