

貳拾、新聞

一、新聞行政與管理

(一)健全電影事業提升電影片映演業水準

1. 依據電影法及相關法令規定，辦理電影片映演業之設立、變更登記，目前高雄市計有 16 家電影院。
2. 為貫徹執行電影分級制度，依據電影法相關規定督導本市電影片映演業確實依法執行電影分級制度，98 年 7 月至 12 月共計實施臨場查驗 125 家次，未發現違法情事。

(二)錄影節目帶業之輔導與管理

1. 依據廣播電視法暨其施行細則等法令規定，辦理本市錄影節目帶業之設立、變更登記。
2. 會同本府警察局專責警力密集稽查錄影節目帶業是否有販售違法錄影節目帶(含影音光碟)，98 年 7 至 12 月共計查察 40 家次，未發現違法情事。

(三)有線電視業之輔導與管理

1. 為加強有線電視纜線之管理工作，針對市民及里長反映有線電視系統纜線爭議，均即派員會同相關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，98 年 7 月至 12 月計處理 63 件次（慶聯 30 件、大信 4 件、港都 27 件、大高雄 2 件）。
2. 為加強有線電視系統之輔導管理工作，持續查察業者播放節目及廣告，98 年 7 月至 12 月計查處 3 件，違反「有線廣播電視法」相關規定，依法核處罰鍰，金額共計新台幣 16 萬元正。
3. 依照有線電視法規定執行地方政府應執行事項，並適切將法未嚴謹所衍生之消費爭議如戶爭議等，適時向中央權管單位國家通訊委員會反映，以利法之修正與規劃。
4. 每年由專家學者組成之費率審議委員會，執行本年度費率審議並於年底前公告，費率委員除了以專業審核費率外並會考量當時之社經問題、失業率等調整年度費率。

(四)公共頻道之開播及推展

1. 高雄市有線電視公共頻道率先全國各縣、市以常態性製播節目方式，在本市 4 家有線電視系統第 3 頻道開播，目前週一至週日每天有早、中、晚三條帶狀常態節目，上午 10：00-13：00 為市政及公益宣導時段，15：00-22：00 為自製或購製精選節目，播出時段 22：00 以後為教學節目時間。
2. 為培養、推廣本市市民影像拍攝技能與興趣，自 92 年起接續辦理城市影像紀錄創作競賽、市民影像創作學院等課程，為本市影視產業紮根。

(五)推動本市影視產業政策

1. 協助國內外影視公司南下本市取景拍片，藉由電影場景行銷城市風貌，新聞處 98 年 7 至 12 月協助影視劇組勘景、拍攝等行政支援事務如下：

名稱	拍攝(製)公司	協助事項
電影片 9 部		
彈簧床	一同電影有限公司	7月起協助於打狗英國領事館官邸、旗后燈塔、中央公園捷運站、旗津渡船場、捷運草衙站 2 號出口、小港機場、高雄公園、愛河之心及愛河沿岸、旗津等處取景。並出借拍片支援中心影帶設備供拍攝帶轉拷使用。
青春啦啦隊	後場音像紀錄工作室	7月起協助於高雄師範大學體育館、世運前暖身記者會表演等處取景。並出借拍片支援中心軌道車組供拍攝使用、影音設備供檢視影帶使用。
有一天	時光草莓電影公司	7月起協助洽借前鎮高中 K 書中心、50 套軍裝及國軍裝備、商洽台華輪船票優惠等；並出借拍片支援中心之軌道車組協助拍攝多功能會議室予開會及進行演員面試使用儲藏室暫放物料及道具。
阿踩的明星夢	瀚草文化電影公司	7月起協助於愛河光雕橋、玫瑰聖母堂、哈瑪星輪渡站、哨船頭公園、真愛碼頭、旗后燈塔、旗津等處取景。並協助洽詢郵差制服及攝影器材租借管道。
夏日啟示-棒球風雲	亞洲星媒體有限公司	7月起協助該片向本市公共汽車管理處借用舊式公車乙輛作道具使用，並於 8 月 4 日於本市旗津地區取景拍攝。
黑色童話	行動力電影有限公司	8 月 7 日起協助於捷運美麗島站、大寮看守所、明誠路法院大門口、楠梓區中油宿舍、金典酒店等地取景拍攝。
復活結	南台科技大學傳播藝術系學生畢業作品	8 月 7 日起協助於馬卡道路和龍水二路交接處倉庫、楠梓分局週邊、蓮池潭、秀群路、聖女小德蘭教堂等地取景拍攝。
藍色矢車菊	學者國際多媒體股份有限公司	8 月 25 日起協助於捷運中央公園站、美麗島站、福華飯店、夢時代廣場、小港機場、愛河沿岸、屋頂餐廳等地取景拍攝、並邀請中山大學弦樂社入戲演奏。
上海傳奇	百戲電影製作有限公司	9 月 21 日起協助於旗后砲台、鼓山渡輪取景拍攝。
電視劇 2 部		
愛河戀人	伸鉞國際事業有限公司	6 月 24 日起協助該劇在高雄港口、小港機場、愛河、旗津輪渡站、旗津街道、海產店、風車公園、采風大道、金典酒店、愛河、愛之船、天主教玫瑰聖殿、夢時代、真愛碼頭、光榮碼頭等地取景拍攝。
海派甜心	可米瑞智藝能有限公司	7 月 27 日起協助該劇在本市瀾灣餐廳、港都電台、愛河、真愛碼頭、西子灣、文化中心金典酒店、國城建設場景、港都電台、美術館等地取景拍攝，並協助借用消防車拍攝。
音樂 MV 2 支		
拋物線	云集全傳播公司	協助蔡健雅之音樂 MV 於中央公園站、真愛碼頭、美麗島站、高鐵左營站等地拍攝。

玫瑰	東頤製作有限公司	11月26日協助電影刺陵主題曲之音樂MV至中都唐榮磚窯廠拍攝(華納音樂公司出品)。
電視節目3個		
承諾一個乾淨未來	聖工坊有限公司	聖工坊有限公司受行政院國科會委託於本市世運主場館拍攝「承諾一個乾淨未來」科學影集，本處協助該節目拍攝主場館建築物外觀、光電板屋頂、貓道，向國際推廣本市主場館為全球第一座具有1MPW太陽能發電容量的運動場。
扭蛋快跑	公共電視台節目部	11月29日協助該節目於高雄車站、左營哈囉市場、夢時代購物中心、鼓山/旗津輪渡站(西子灣至旗津航線)、光榮碼頭、真愛碼頭進行攝製。
冒險奇兵	三立電視台/庫立馬媒體科技公司	協助至本市漆彈場拍攝節目，並協調本市警察局霹靂小組協助節目拍攝。
廣告6支		
1999 高雄萬事通—電話人篇、服務很快篇	引號影像溝通有限公司	協助該廣告片於本市美術館路、美術東四路中央公園、河堤路、高雄軟體科技園區、美術館取景。
仕高利達威士忌—得來不易篇	引力製作有限公司	協助該廣告片於本市夢翔住宅大樓、高雄市都會公園取景。
全聯福利中心	藍月電影有限公司	協助該廣告片於本市博愛路與察哈爾街店家、捷運後驛站、福山國小、愛河畔取景。
台灣大哥大—降臨篇	葛納蘭影片有限公司	協助該廣告片於本市真愛碼頭取景。
國陽建設—漢來國硯	弓長張工作室	協助該廣告片於本市中山四路凱旋陸橋、真愛碼頭、愛之船、旗后燈塔、城市光廊、高雄港出海拍攝風帆及工作船、第一貨櫃中心拍攝港灣海景。
電動機車客戶版	樂園映畫製作公司	協助該廣告片於本市苓雅區三多四路與中山二路交叉口拍攝。

2. 98年7至12月補助電影、電視、廣告片在本市拍攝期間之住宿經費，計有：

類別	補助影片
電影	1. 黑色童話。 2. 藍色矢車菊。 3. 生命教育課程輔助教材—脊髓肌肉萎縮症病友張守德的故事。
電視劇	海派甜心
廣告	1. 「1999 高雄萬事通—電話人篇、服務很快篇」。 2. 「高露潔牙膏 Seeing is believing - Mall 篇」(台灣及泰國版本)。

3. 關懷國片發展，推動半價補助民眾觀賞國片政策

名稱	導演/公司名稱	協助事項
不能沒有你	戴立忍	1. 8月12日協助在本市威秀影城辦理電影首映會，映後並辦理導演、演員與

		現場觀眾面對面簽名活動。 2. 8月14日起，在高雄威秀及夢時代喜滿客等影城放映期間，以戲院全票之半價，補助民眾觀賞電影。
藝霞年代	薛常慧/晴典文化映像有限公司	1. 10月26日協助於本市大遠百威秀影城舉辦「藝霞年代」高雄特映會。 2. 10月30日起，在高雄大遠百威秀影城放映期間，以戲院全票之半價，補助民眾觀賞電影。

4. 協助優質影片辦理推廣活動：

名稱	導演/公司名稱	協助事項
臉	蔡明亮/法魯霖電影有限公司	1. 10月2日協助在本市美術館大廳辦理映後並辦理導演、演員與現場觀眾面對面座談活動。 2. 購買團體票400張，由本處電影圖書館配合高雄電影節相關活動，鼓勵民眾觀賞國片。
爸，你好嗎？	張作驥/張作驥電影工作室有限公司	7月31日購買團體電影票券420張，邀請分送予本市社福團體及單親家庭...等民眾至戲院觀賞。
八田與一	華映娛樂股份有限公司	1. 該片係描述日治時代興建嘉南大圳及烏山頭水庫的日本工程師八田與一，其超群技術能力及令人敬仰的人格，將生命奉獻給現今肥沃的土地，以行動真正愛臺灣這塊土地。 2. 購買電影特惠票券450張，邀請本市國中小學生、社福團體、媒體...等民眾至戲院觀賞該片。

(六) 爭取「國家電影文化中心南部分院」在高雄市設立

1. 為推動本市影視文化產業發展，活絡本市電影文化及行銷本市風貌，積極向中央爭取「國家電影文化中心南部分院」在本市設立，96年7月19日行政院新聞局召開第一次協調會議，並經通過將台北縣新莊新用地與本市內惟埤兩案一併辦理規劃，並擬以電影主題公園為主軸規劃。
2. 98年6月間，本處許前處長銘春多次帶領同仁分別拜會行政院曾政務委員志朗、台北阿榮片廠林董事長添榮等人，向其說明本案本市優異條件，並獲渠等認同。
3. 98年6月23日召開本市第二次電影事務委員會，商談本案規劃、功能及未來定位等問題。
4. 電影事務委員會第三次會議中並以日本埼玉縣的彩の国（SKIP CITY）為模型進行討論，8月委託學者專家以內惟埤6公頃之地段規劃，俟規劃報告書製作完成後，送行政院新聞局規劃參考。

(七) 積極爭取「公廣集團」等電視台到高雄市設立營運據點

1. 為平衡南北媒體產業發展及報導失衡現狀，因應2009世運會活動期間之龐大媒體需求量等考量，立法院通過「無線電視事業公股處理條例」附帶

決議「為平衡南北發展，縮減資訊落差，支持公共廣電集團未來五年內朝向南部設台發展，…」乙案，本府積極爭取中央支持將「公廣集團」等媒體產業遷移至高雄市設立營運。96年9月7日行政院新聞局公廣集團選址小組針對地點適當性、土地取得、優惠措施、交通便利性、生活機能、公民近用性、周邊影視產業配合、地方政府互動性……等各項條件評估，並開會決定南部設台落址於本市。

2. 本案本府分別以98年2月27日及98年6月16日函文新聞局關切本案進度，該局並於98年6月17日復知本府有關公廣集團南部分台發展進度並敘明：公視於98年5月25日提出「公視基金會南部設台先期計畫-現階段強化南部服務方案」，該局已同意補助新台幣2300萬元擴充該基金會南部新聞攝影棚器材購置，及新台幣400萬元製作「發現南台灣」節目。依公視規劃，該節目將「在既有頻道內播出：資源整合後，部分人員移至南部設立製播中心；並以設立南部電視台最終發展目標」。
3. 本府都市發展局為召開研商公廣集團南部設台事宜，於98年6月30日於該局記者室舉行，由盧局長維屏主持，並邀請行政院新聞局、公視及新聞處代表出席。會中盧局長表示，台鋁舊廠仍依原先計畫提供給公廣集團南部設台不變，有鑑於行政院新聞局內部仍針對本案進行評估政策尚未明朗，擬先就台鋁廠房屋頂修繕整頓，未來將優先提供南部設台使用。

(八) 賡續高雄拍片網站內容更新維護

介紹本市及鄰近縣市100個拍攝地點，及提供中英文兩種語言之版本，以方便國內外影片製作者至高雄市取景拍片。包含網站簡介、拍片場景、拍片資源、影人筆記、電影中的高雄、高雄電影節等六大單元。

98年賡續進行網站內容維護更新、網站宣傳短片製作、高雄電影節搭配行銷、英日文版網站架構與版型、拍片場景資料英日文版翻譯、首頁改版、FLASH動態效果、發行日報等。

(九) 建置本市「拍片支援中心」，協助劇組南下拍片

為將本市的山、海、河港的壯闊景緻行銷全球，進而帶動高雄觀光效益，新聞處長期執行「影視創意產業發展計畫」，以影像行銷高雄。為解決目前拍片支援作業空間不足之問題，呼應劇組實際需求，籌畫成立「拍片支援中心」作為影視從業人員南下勘景之討論、聯繫、協調、審片等藝文活動空間。拍片中心整建工程於98年4月29日完工，專業器材及資訊設備配合工程進度裝置於5月15日履約交貨完成，另人力協助部分自98年3月開始晉用，辦理本市影視拍片支援相關工作。

98年6月1日正式舉行落成典禮，由陳菊市長主持，邀請行政院新聞局電影處陳處長志寬，本市市議員，郭南宏等國內老、中、青知名導演及專家、學者蒞臨指導，獲得一致的讚賞與肯定。自該中心專業人力加入工作團隊後，讓影視業者來本市拍片獲得更多、更完整的專業服務與行政援助，口碑甚佳，引起來高雄拍片風潮，98年下半年有電影、電視劇、廣告片、短片、MV等約33部作品來洽詢提供服務，績效良好。

為持續發揚友善拍片城市之精神，拍片中心將繼續致力於培養專業人力，累積經驗，努力開創本市其他未被發掘之拍片景點，及建立與其他局處合作與默契，維持最友善熱情支持拍片城市之美號。

(十)舉辦2009高雄動漫展

延續2008高雄動漫展的熱潮，本處於98年8月29、30日連續兩日於高雄巨蛋舉行2009高雄動漫展，有來自全台809家動漫同人社團參展，其中高雄市就有250多個社團參展，展現出動漫文化在南部的熱情與能量，活動期間除邀請日本知名動漫歌手北谷洋演唱精彩動漫歌曲外，並邀請以演唱動漫曲目成名之超級偶像曾威豪現場表演，現場並以動漫作品-「義呆利(APH)」風格布置，來表現各國文化的特性，讓參觀民眾清楚看到各國在歷史上的互動，連續兩天共吸引近十萬名民眾參觀，更為本市創造3000萬元以上的商機，代表動漫文化創意產業在高雄發展的無限可能。

二、新聞發布與新聞聯繫

(一)蒐集輿情反映

每日蒐集各報刊及電視有關市政建設之新聞報導、評論與建議，陳報市長，並分送相關局處參辦，98年7至12月計剪輯報紙新聞資料逾6300則、98年7至12月計蒐集電視新聞摘要6723則。

(二)新聞發佈

依市長行程及本市重要建設發布市政新聞，並上網供民眾閱覽，98年7月至12月共發布約380則。

(三)於市議會開議期間(98年9月12日至11月30日)，成立議會小組發佈市長答詢新聞稿。

(四)舉辦記者會

包括夏日高雄記者會、跨年活動記者會及市長就職三週年記者會等，參與人次近千人。

三、辦理城市行銷活動

(一)98年7月4日至8月1日在夢時代大道辦理「迎接世界 歡樂快遞—2009夏日高雄系列活動」，活動以「國際鬥夢祭」、「國際啤酒節」、「經典老歌」吸引老、中、青三代同樂，彰顯幸福城市及行銷世運之成果。

(二)為推廣健康運動風氣、提倡環保主張，並展現本府積極鼓勵運動健康風氣，與康健雜誌合辦「水與綠的嘉年華—青春高雄活力健走活動」，活動內容除walking(健走)外，亦有biking(騎單車)、生態闖關、樂團演出、活力風箏、摸彩等活動，適合親子家庭一同參加。

(三)辦理「2010跨年系列活動」，於12月25日辦理「民歌高雄會」吸引約1萬人次民眾參與活動；12月27日辦理「大氣球遊行」吸引約15萬人次民眾參與活動；12月31日辦理「2010年跨年晚會」吸引約50萬人次民眾參與活動；三項活動均獲媒體廣泛報導，其中跨年晚會活動三立都會台全程實況轉播至1月1日凌晨1時30分，轉播過程中並播出本市城市行銷短片三段，有效行銷市政建設成果。

四、辦理多元媒體行銷案

(一)平面媒體

1. 為展現市長「市民參與·幸福高雄」施政理念及相關軟硬體建設成果，與天下雜誌合作「運動新城市—美力高雄」廣編案，規劃主題以世運熱潮、高雄環境水與綠及影視產業等為主要廣編方向，已於9月23日出刊（第431期）。
2. 與蘋果日報、聯合報合作，辦理「城市慶典·動感高雄」行銷專案。
3. 與自由時報等12家媒體合作，辦理「運動新城市·節慶新視野」平面及網路媒體行銷專案。

(二)電子媒體

配合市府重大施政及大型活動製播新聞報導，介紹高雄市近年的施政成績，並另以新聞專題及節目專輯等方式配套播出，加強行銷。內容包含施政成果如閒置空地綠美化、自行車專用道等，活動行銷如2009電影節、跨年活動等。

1. 委託中天、TVBS製播「影視高雄·大放異彩」、委託三立製播「運動健康年」、「有形有色 發現高雄-2009高雄設計節」等製作專題及新聞報導，行銷本市影視、文創產業政策及推動自行車步道。
2. 委託民視宣傳行銷2009高雄電影節。
3. 辦理「多元新都 活力高雄」電子媒體行銷案，透過三立、中天、年代三家電視台的新聞露出，宣導市政成果，爭取市民認同。
4. 購置電視廣告時段行銷市政建設，包括「港都新風貌 美麗新城市」等案，宣傳本市近年重大施政成果。
5. 與Discovery旅遊頻道合作在台灣與香港兩地播出「與世界對話」市政宣傳影片。

(三)製播行銷短片

拍攝都市行銷短片，傳達高雄的進步現況與發展願景，並購買廣告時段，密集於主要電視頻道露出相關市政行銷廣告暨都市意象影片

1. 製作「低速青春」、「水綠高雄」、暨注意老人行的安全等系列交通安全短片，安排於全國性暨地方電視頻道播出。
2. 為進一步加強凝聚地方民眾共識，同時承傳地方城市發展共有的記憶與榮耀，並為城市未來發展勾勒更美好願景，製作「榮耀傳承 再創願景」城市發展影片一支（含中、英語版本），內容涵蓋世運之籌辦、特色暨成果，同時將整體傳遞城市未來之美麗發展願景，進而帶動全體市民對所在城市更美好明天的支持與期待，長度約為6-8分鐘，安排於地方有線頻道公用頻道播出，以充實頻道內容。

(四)戶外廣告

1. 租用本市候車亭、公車站牌刊登交通安全相關宣導廣告。
2. 於台北西門町及小巨蛋之電子看板與天幕看板播放及宣傳2009高雄電影節。

(五)網站及外電

與網路媒體或國際通訊社合作，針對城市重大建設或成果製播外電，以提

昇本市國際能見度，與中央社合作，辦理「INTA、左營萬年季、貨櫃藝術節」國際新聞宣傳案。

五、錄製市政行程活動影片

錄製市政活動錄影帶：委託傳播公司每日錄製市政各項重要活動，作為市政建設視聽資料，並提供電視台作為新聞素材運用。

六、編印定期及不定期刊物，加強行銷高雄

(一)定期刊物

1. 「高雄電子期刊」入口網站企劃發行電子期刊、電子報及印製《高雄畫刊》紙本

(1) 「高雄電子期刊」入口網站，定期發送「高雄畫刊」電子期刊(每月約5萬餘人次)、「鼓聲市府月刊」電子期刊(每月約1萬人次)、「河港快樂頌電子報」(每雙周約5萬餘人次)。另將每兩期之「高雄畫刊電子期刊」內容編印為「高雄畫刊」紙本(雙月發行)，每次印行3萬5千冊，放置於本市飯店、車站、書局及賣場等100多個地點供民眾索閱。

(2) 父親節、中秋節等重要節日，以市長名義寄發電子賀卡給予市民，98年下半年共舉辦「情人節—港灣戀情愛不停 高雄約會勝地票選」、「綠色高雄 單車自在行的N種方案!」、「花好月圓，遊逛高雄—看見高捷運之美」、「我的港都跨年創意提案!」等四大主題節慶網路票選活動，擴大行銷入口網及高雄。

2. 發行「海洋首都」中英文雙月刊

每雙月出刊1期，發行1萬份，置於機場、觀光飯店、美國在台協會、日本交流協會，及外賓出入頻繁之地點，供民眾索取。

(二)不定期刊物

1. 7月「痞子英雄全攻略—高雄城市行銷企劃案」中，《痞子英雄全攻略》發行4千本於博客來等通路販售；16頁單行本印製1千本行銷專用。

2. 9月「城市·幸福地圖」刊物中夾頁載錄88水災公益專刊報導，隨該刊物通路發行3萬份。

3. 11月印製天下雜誌430期抽印本1200本，摘錄關於縣市競爭力之報導計22頁。

4. 12月製作世運主場館之手提袋，大小尺寸共2200個，致贈貴賓刊物及世運禮盒使用。

5. 12月印製15,000份「2010年水漾綠高雄雙月曆」，致贈本府各機關首長、319鄉鎮、本市各旅行社及市民索取。

6. 12月進行「2010年市民家戶手冊」設計，規劃為市政建設、農民曆及後附市政宣傳短片光碟等新穎手冊設計，以行銷市政並切合市民需求。

7. 12月進行編輯、設計「2009高雄市中、英、日文簡介」，以三種語言介紹本市城市概述、現況、發展，並以豐富的圖片呈現本市新面貌。

8. 12月印製1,500份新春賀卡，以2010虎運高雄為主軸製作賀卡贈送貴賓

七、2009高雄世運行銷暨媒體服務

(一)設置主媒體中心(MMC)暨分媒體中心提供相關新聞服務：

於世運主場館設置主媒體中心（MMC），供國內外媒體轉播及報導作業之使用，MMC 於賽事期間，匯集各場館賽事訊號，透過電視牆呈現方式，供國內外媒體作業參用；此外，MMC 也提供輕食及至各場館間之交通車，供媒體採訪轉播作業使用。

另於世運賽事期間，分別於 23 個比賽場館成立各項賽事媒體中心服務媒體，提供賽事成績資訊、輕食點心，並舉辦 100 次以上之臨時記者會（含安排選手訪問），服務媒體記者人次超過 3,000 人次。

（二）世運開閉幕典禮轉播露出（含國內外）

1. 開幕轉播

（1）國內部分

共有 6 個全國性頻道現場實況轉播，包含：公視主頻、ESPN、三立都會台、TVBS（TVBS 歡樂台）及 JET 台；另有線電視數位頻道，包括凱擘股份有限公司（旗下有全台灣 12 家有線電視系統）、屏南有線電視，亦全程實況轉播。此外，中華電信 MOD、hichannel、emome，亦同步實況轉播。初步估算，不含後續重播，全台約有超過 800 萬人收看開幕轉播。

（2）國外部分

包括：香港、柬埔寨、印尼、南韓、澳門、緬甸、巴布亞新幾內亞、菲律賓、越南、泰國及新加坡，共 11 個國家的 ESPN 家族頻道（ESPN STAR SPORTS），約 420 萬戶同步觀賞 2009 高雄世運精彩開幕式。開幕式畫面訊號，亦透過衛星傳輸方式，傳送全球五大洲，供無償下載播出。

2. 閉幕轉播

（1）國內部分：共有 3 個全國性頻道現場實況轉播，包含：公視主頻、ESPN 及 TVBS 歡樂台；另有線電視數位頻道，包括凱擘股份有限公司（旗下有全台灣 12 家有線電視系統）、屏南有線電視，亦全程實況轉播。此外，中華電信 MOD、hichannel、emome，亦同步實況轉播。初步估算，不含後續重播，全台約有超過 500 萬人收看閉幕轉播。

（2）閉幕式精彩剪輯畫面，除透過 ESPN 家族國際頻道播出外，閉幕式完整畫面訊號，亦透過衛星傳輸方式，傳送全球五大洲，供無償下載播出。

（三）新聞專題製播露出

1. 國內轉播服務

於公視主頻及 ESPN 每天各播出至少 6 小時（實際播出均超過 6 小時，甚至高達 10 小時，另依契約計算，2 個頻道總播出時數 120 小時，然實際播出時數超過 200 小時）。賽事轉播包括體操、運動舞蹈、滑輪溜冰、撞球等 4 項賽事全程實況轉播，另七人制橄欖球、保齡球、空手道、健力、壁球、攀登、拔河、壘球等，擇重要場次現場實況轉播（Live）或是延遲轉播（D-Live）。此外，並於三立新聞台以電視新聞專題及 SNG 連線的方式露出世運相關訊息。

2. 國際轉播行銷

透過 ESPN 家族國際頻道 STAR SEA、STAR ASIA、STAR INDIA、STAR HK、ESPN Europe (Classic)、ESPN Latin America 及 ESPN Canada (TSN) 播出 2009 高雄世運精彩剪輯，公視亦透過全球公視聯盟提供畫面訊號供播；此外，俄羅斯、巴西及中國，亦 Live 轉播部分賽事。

每天上午 10 時 50 分、下午 16 時及晚上 22 時，各上傳 10 分鐘 High light 賽事畫面於衛星，供國際媒體無償下載使用，另外每日上午 11 時，將前一天精彩賽事 High light 30 分鐘上傳衛星，供國際媒體無償下載使用。總共每天上傳衛星畫面時數長達 1 小時。

(四) 國內外媒體邀請與認證

1. 除進行國內外媒體邀約相關前置作業，並於世運期間於市府中庭成立國內外媒體認證中心，自 7 月 14 日起至 7 月 26 日止，每日早上 8 時起至晚間 10 時止提供認證及諮詢服務（7 月 14 日起至 7 月 16 日期間，視每日最晚抵達班機延長服務時間）。期間共服務國內外媒體（含大陸）從業人員人數 639 人，並致贈媒體資料袋每人一份，內含相關文宣資料，典藏筆記書及感謝卡等。

2. 設置國際媒體村

為便利國際媒體作業，於 2009 高雄世運期間辦理「2009 世運國際媒體村案」，委託蓮潭國際會館成立國際媒體村，由飯店提供優惠住宿房價外（媒體自付），亦提供專人服務、24 小時全天候開放的媒體作業空間，供國際媒體轉播及新聞作業使用；另每日 15 時、21 時提供輕食、飲料。

3. 辦理「國際媒體聯絡服務員」專案

為加強新聞諮詢及聯繫服務，於 2009 高雄世運期間，委託文藻外語學院師生擔任國際媒體聯絡服務員，提供國際媒體轉播、採訪之翻譯、聯絡，及轉播、新聞相關作業之服務，除於主場館主媒體中心（MMC）設置翻譯中心外，亦於其餘 22 個場館，安排服務人員，提供國際媒體作業之相關服務。

(五) 電子媒體專案行銷

1. 辦理「2009 世運在高雄電子媒體行銷案」，委託緯來、華視及 TVBS 三家電視台，製播世運國際代表隊集訓備戰等相關新聞專題，密集行銷世運賽事及票務訊息，鋪陳國際賽會於本市登場之熱烈氣氛。

2. 辦理 2009 世運行銷短片時段購置案

安排世運相關行銷短片，於全國有線及無線頻道播出，各頻道時段含新聞及一般綜合節目時段：辦理「2009 世運—主場館篇」、「2009 世運—分享榮耀篇」行銷短片委製案暨電視廣告時段購置案，兩支分別以知性與感性為訴求，為世運主場館及籌辦世運的辛勞點滴，透過動容的畫面，藉由各電視頻道播出，宣傳效果極佳。

3. 委託全國性廣播媒體，辦理「到高雄看世運」電台宣傳行銷，與中央廣播電台（央廣）、飛碟聯播網（飛碟電台）及台北國際社區廣播電台（ICRT）合作，就世運軟、硬體建設，以及相關世運行銷活動進行訪問。

(六) 辦理「2009 世界運動會平面媒體行銷宣傳」

1. 透過中國時報、自由時報持續進行相關世運意象暨訊息露出，合計刊登逾 250 則新聞報導、百日倒數專區、25 萬份賽事快報、5 萬本觀戰手冊、3,000 本世運全紀錄等，並於 7 月 15 日在中時、自由、聯合、民眾、台時全國版刊登半版之廣告，迎接世運。
2. 辦理「世運之友等您入列」平面媒體宣傳行銷案，委託台灣時報、民眾日報刊登有關世運活動相關新聞，約將近 150 則。
3. 辦理遠見雜誌 5 月號「世運高雄」特別專輯報導，為加強本市城市行銷暨 2009 世運宣傳，特別協請遠見雜誌無償於 98 年 5 月號進行「港都世運用水與光改變高雄」特別專輯報導，針對世運精彩賽事報導、開閉幕典禮節目介紹、各界志工參與情形、奪牌人氣選手預報與賽事場館規劃建築特色等進行專輯報導，篇幅長達 10 頁。

(七)2009 世運多媒體暨戶外廣告行銷

為廣邀全國民眾共襄盛舉並藉以提昇城市知名度，特透過多媒體暨戶外廣告宣導，如高鐵、捷運、公車車體、街道家具、戶外看板等，於 98 年 6 月 1 日至 7 月 31 日為重點期程，並在全國性重點城市（台北、高雄、台中及桃園）廣泛執行。

1. 高雄捷運公司無償提供本處戶外廣告看板（美麗島站一面）並於高雄捷運各站 10 面公益燈箱（98 年 5 月 1 日刊至 7 月 31 日），宣傳世運訊息。
2. 高鐵左營站大廳四根圓柱廣告：於農曆年前 98 年 1 月 23 日刊掛，藉由高鐵進出高雄的旅客在返鄉過節時感受世運即將到來的喜訊。
3. 製作水精靈公仔、「2009 世運在高雄」立體字廣告物、關東旗、萬國旗及自行車旗幟，營造「高雄辦喜事，歡喜迎世運」氛圍：

(1)製作 20 組水精靈公仔，擺放於夢時代、遠東百貨、真愛碼頭、市府大門東側草地、城市光廊/中央公園、電影圖書館、新光公園、市議會、文化中心、中正技擊館、社教館、駁二藝術特區、漢神巨蛋、旗津海洋公園（風車公園）、美術館、蓮池潭風景區、世運主場館、哨船頭公園、壽山動物園、澄清湖大門口附近等處。

(2)製作 2 組彩色與燈光閃爍之「2009 世運在高雄」立體字廣告物放置在中山路及民生路圓環。

(3)製作萬國旗 10 萬串、關東旗 5 萬面及自行車旗幟 3 萬面，以鹽埕至文化中心之中正路段及火車站至三多商圈之中山路段為主，並透過民政系統發放給市民及於重要路段或自家門庭進行佈置。

4. 世運路燈旗設計製作

4 月 15 日至 7 月 26 日分三階段於高雄市各主次要路段，及高雄縣比賽場館附近道路懸掛路燈旗，不同階段主打不同主題如：世運開幕及日期；「挺台灣 高雄拚第一」、「高雄辦喜事 全民迎世運」；「welcome」、「世運看公視」，總計 1 萬 2 千組左右。

(八)持續開發世運商品及販售通路，帶動世運熱潮

委託台灣吉而好公司開發世運相關商品多達 125 項，包含運動服飾、文具袋、隨意扇、環保包、海灘鞋、明信片、手機吊飾及隨身杯等。商品通路更達 120

個據點，包含全台知名百貨公司、書店、文具店、餐飲食品店、量販店、交通場站、飯店等據點。

(九)世運比賽場館視覺意象規劃設計製作

統一規劃、設計、製作各比賽場館之意象佈置，另依各項賽事進行製作各類指引標示，引導觀眾動線。共計 23 個比賽場館（世運主場館、蓮池潭、西子灣等）、4 個運動公園（市立槌球場等）及 3 個供膳中心（寒軒飯店、國賓飯店、蓮潭會館）、2 個藥檢中心（中正運動場、中山大學）等 32 場處佈置施作。

(十)編印文宣加強世運訊息宣導

1. 5 至 7 月共 70 萬份「2009 世運摺頁」，於於全國 4800 家 7-11 門市、交通運輸點、觀光飯店等處，供民眾免費索取。
2. 7 月編印中、英文 31 項賽事指南各 159,500 份、57,000 份，逐項詳細介紹其特色、觀賽重點及相關資訊，於世運期間放置於各場館觀眾服務台。
3. 7 月「高雄畫刊—世運特刊」加印 4 萬本，結合多面向的世運宣傳，加印本於賽事期間在各場館及本市旅館等發送。
4. 8 月編印 1,000 本「世運攝影集」收錄世運開閉幕、世運志工、世運博覽會以及比賽精彩照片等，致贈市府貴賓。
5. 「高雄電子期刊」入口網站案，8 月號「30 雜誌」、「遠見雜誌」製作世運精華版專題。

(十一)運用網路行銷

1. 與全球最大的入口網站 Google 合作，在美、英、法、荷、德、中、日、韓、港等 9 個國家及地區之 Google 入口首頁位置播出世運宣傳影片。
2. 與 Star Sports 合作在亞洲的柬埔寨、印尼、韓國、澳門、緬甸、巴布新幾內亞、菲律賓、越南、泰國、新加坡等 10 個國家及地區同步實況轉播 2009 高雄世運會開幕典禮。
3. 5 至 7 月透過「高雄電子期刊」入口網站舉辦「集氣為 2009 高雄世運加油」網路行銷活動、「部落客人氣王·世運加油大集氣」活動。
4. 8 月製作「世運健兒，台灣之光」、「世運，讓世界看見台灣」、「高雄，讓台灣留下感動」3 套 PPT 投影片簡報檔，發送予天下遠見數十萬會員群、高雄畫刊電子期刊訂戶及市府同仁。
5. 世運結束後，整合《高雄畫刊》紙本前 3 期內之世運專輯，製作電子版手冊 PDF 檔，建置於遠見、30 雜誌網站及高雄電子期刊入口網站內，供網友下載留存世運訊息。

(十二)其他世運行銷

1. 結合市政行銷推廣世運商品
於捷運美麗島站舉辦之「世運成果展」、駁二特區「我們超愛世運秀」、市府 1 樓「幸福童樂館」等展示販售世運商品，與市政行銷相輔相成。
2. 設計、印製「2009 高雄世界運動會成果展」意象帆布，並製作 5 百組路燈旗懸掛於本市中華路等 16 條主要路段宣傳世運成果展。

八、加強高雄廣播電台廣播功能

(一)加強製播優良節目，落實高雄電台服務功能

1. 高雄電台參加 98 年廣播金鐘獎競賽榮獲 4 項入圍：市政廣播行銷中心入圍【電台行銷創新獎—市政隨身聽 943 就是讚！】；另【地方特色節目獎】、【企劃編劇獎】及【兒童少年節目獎】，亦獲入圍殊榮。
2. 加強市政廣播行銷中心市政行銷功能：第二播音現場，將市府最新施政及第一手消息透過現場直播，傳送予每位市民及南台灣民眾，並充分整合各局處資源，成為「行動市政府」，在空中為政策辯護及說明，即時回應民眾反映意見及建議。「市政廣播行銷中心」，每日製播「行動市府」及 6 檔整點新聞、3 檔次「市政最前線」；另，每週製播 5 則「市政部落格」單元，每月製播市政宣傳帶以媒體策略聯盟方式於其他電台播出。
3. 舉辦活動，深入社區行銷市政：98 年 7 至 12 月計舉辦 8 月 29 日【古蹟尋寶趣—掀開打狗英國領事館神秘寶盒】、10 月 2 日【舞動中秋聯歡晚會】、11 月 7 日【樂活環保逗陣行】、12 月 6 日【吃喝玩樂高雄通】及 12 月 10 日【環保講座—手工香皂 DIY】等活動。
4. 與客委會、社會局、勞工局、研考會及衛生局合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通；為強化服務效率，與研考會合作「空中馬上辦」節目，聽眾透過 CALL IN 反映問題並即時連線有關局處，處理情形列管於市府網站，協助建立行動政府形象，有效化解民怨。另，配合市府各局處重要施政，以小單元、公益廣告及短劇等活潑多元手法加強市政宣導。
5. 公開徵選公益社團參與製播節目，7 至 12 月共徵選 6 個社團參與製播，分別為「張老師中心」、「豆子劇團」及「台灣世界展望會」、「高雄市忘憂草憂鬱防治協會」、「中華民國牧愛生命協會」及「高雄市超越巔峰關懷協會」等。
6. 關懷弱勢及服務少數族群：為關懷弱勢族群，製播關懷外籍配偶、外勞、同志議題及原住民文化節目等；每日播出 5 小時客語節目；為營造英語學習環境，同時開闢「新聞英語通」及「打狗英語通」等英語節目及單元，每日同步聯播英國國家廣播公司(BBC)節目 0.5 小時；每日播出古典音樂節目 160 分鐘，服務愛樂者。為推廣閱讀風氣，開闢帶狀【幸福故事屋】及【幸福圖書館】節目，推廣運動風氣，開闢【活力高雄】節目。
7. 為強化交通安全宣導，於交通尖峰時段加強交通路況連線報導，於 12 月 15 及 16 日擴大辦理交通安全 call in 有獎徵答，全日現場節目開放聽友 call in 回答交通安全題目，與聽友聯誼暨推廣交通安全觀念。
8. 為促進南台灣生活圈資源共享，與高雄縣及屏東縣政府合作製播「高雄新風貌」及「發現高屏」節目，與台南縣市及嘉義縣合作製播「南台灣即時通」單元，以專訪或連線方式，行銷南台灣觀光文化活動，促進城鄉交流
9. 配合市府大型活動如 2010 虎運 open 大港開福跨年晚會進行實況轉播，行銷高雄。
10. 8 月莫拉克颱風來襲延長播音三夜，共連續播音 90 小時，提供颱風即時動態、防颱、最新路況及災情報導等，充分達到服務聽眾、守望環境功能。

11. 配合市府各局處重要施政加強宣導，重點包括「H1N1」防疫宣導、「防腸病毒」、「防H1N1新流感」、「交通安全」、「檢肅貪瀆」、「肅清煙毒」、「公共安全」、「勞工教育」、「防治登革熱」、「稅務宣導」、「老人福利」、「勞工安全衛生」、「社會安全」、「生態環保」、「菸害防制」、「調解委員會」、「消費者保護」、「犯罪被害人」等。

(二)強化新聞採訪報導，提昇新聞性節目品質

1. 每日開闢9個新聞時段報導高雄市重要市政工作及在地新聞，為提供市民、聽眾最多高雄市新聞之廣播電台。
2. 全程實況轉播高雄市議會第7屆第6次定期大會「市長施政報告」與「市政總質詢」，提供民眾即時資訊、增進民眾對市府及議會之瞭解，為製播議會即時訊息之唯一廣播電台。
3. 製播「Live943新聞晚報」、「新聞廣場」及「高雄十分話題」節目，加強市政建設、活動及在地新聞專題報導。
4. 加強報導2009世界運動會開、閉幕典禮、各項賽是新聞及現場連線報導各項賽事進行實況。
5. 莫拉克颱風來襲，8月6日至9日每天24小時加強颱風動態、防颱應變等相關新聞報導。8月9日起並加強報導高雄市政府及社會各界救災、賑災相關新聞。
6. 加強報導H1N1新型流感、登革熱防治各項措施及市民應注意事項相關新聞。
7. 加強「高雄縣市合併」、「反對解除三處石灰石保留區」、「輕軌捷運」、「鐵路地下化」等重大市政建設與市政議題新聞報導。
8. 加強「168環狀幹線公車」、「捷運接駁公車」、「公共腳踏車租賃系統」、「淘汰老舊二行程機車」、「加碼補助太陽光電系統」、「宣導購買綠色環保標章產品」等節能減碳政策、措施相關新聞報導。
9. 加強報導「城市競爭力全國第二名」、「高雄市建設獲十項卓越建設獎肯定」、「建構自行車友善城市」、「閒置空地綠美化成績」、「熱帶植物公園」、「1號船渠景觀橋樑」、「貨櫃車專用道」、「污水下水道建設」、「社區通學道計畫」、「海洋污染防治」、「空氣污染防治改善成效」、「獎勵拍片推動影視產業」、「地方產業創新研發計畫SBIR」、「全國首創1999免付費」、「全國首先引進水陸兩用鴨子船」等市政建設成果新聞。
10. 配合高雄市「2009高雄左營萬年季」、「520世運主場館落成音樂會」、「2009高雄電影節」、「2009高雄動漫展」、「2009國際貨櫃藝術節」、「皮克斯高雄總動員」、「人權月系列活動」、「夏日高雄」、「2009高雄購物美食節」、「哈高雄網站活動」、「五月天演唱會」、「2010虎運OPEN大港開福」高雄跨年晚會系列活動等重要市政活動，加強相關採訪或連線，並製播專題深入報導。

九、辦理「2009高雄電影節」

高雄電影節於2001年創立，以樹立南臺灣特有的視野與觀點出發，結合專業藝

文、學術團體，播映國內外優質電影，提供民眾接觸電影文化的機會，98年為第九屆，以「英雄/反英雄」為策展精神，舉辦日期自10月16日起至10月29日止，映演國內外優質電影79部、221場次，吸引逾2萬4千人次觀影，並邀請國內外導演、演員、影評人等專業人士座談，規劃「平民英雄短片競賽」、「48小時拍片大挑戰」、「校園巡迴」等多項藝文活動，培養市民參與藝文活動之風氣，促進國際電影文化交流，成功提升本市人文風貌能見度。

十、推展本市電影文化，豐富民眾藝術心靈

電影圖書館以「天天有電影、月月有主題」為目標，精心規劃各種不同類型的影像專題活動，讓電影藝術貼近市民生活。

(一)98年7月至12月辦理之電影藝文活動及靜態文物展如下表：

	月份	名稱
動態影展	7月	螢幕中的運動人生影像專題
	8月	國民戲院—法斯賓達影展
	9月	1.國民戲院—身體與空間影展 2.第一屆伊朗紀錄片影展
	10月	1.台灣國際紀錄片雙年展精華巡迴 2.2009高雄電影節
	11月	1.世界公視大展精選 Best of INPUT 2.華語電影：獨立製片映演與論壇 3.南方影展
	12月	1.交替影展 2.女性影展 3.老兵紀錄片暨世代對話影展
靜態文物展	6月	螢幕中的運動人生特展，展期自6月18日起至10月4日止。
	10月	高雄城市映像特展，展期自10月7日起至12月4日止。
	12月	紀錄世界特展，展期自12月8日起至99年4月11日止。

(二)與導演、影片發行公司、學校或社福團體合辦特映會、座談、論壇等影像教育活動，使民眾更加了解影片內涵，增強民眾電影知識：

月份	名稱
7月	1.與張作驥電影工作室合辦《爸...你好嗎?》特映會。 2.與中映電影公司合辦「國片影像教育扎根計畫—種子教師研習營」。 3.與東方技術學院合辦「電影編劇與拍攝籌備實務研習營」。
8月	1.與台北市教師研習中心合辦「攝影機說故事：校園紀錄片影展」。 2.與長庚紀念醫院高雄院區精神科系合辦「電影與精神分析」影片欣賞暨座談活動。
12月	1.與中華動畫遊戲發展協會、樹德科技大學視覺傳達設計系合辦「Director's Talk 2009CG 動畫國際論壇」。 2.與台灣基督教光鹽傳播協會合辦「光鹽影展論壇」。 3.與天使心家族社會福利基金會高雄分所合辦《天使飛飛》特映會。

(三)辦理「有影·愛·高雄-2009行動電影院」

以「看見幸福的無界之愛」為主題，精選親情、感情、友情、愛情與跨界之情等普遍級影片深入本市各基層區里放映，並舉辦映後座談、有獎徵答等其他

活動，以提高行動電影院之附加價值，98年7月至12月合計辦理三場次：

1. 8月29日於科學工藝博物館追風廣場放映影片「把愛找回來」，並於放映前安排電影音樂演奏。
2. 9月26日於左營區眷村活動中心放映「梅蘭芳」，並於放映前安排豫劇表演。
3. 11月28日於小港區鳳林宮放映「海角七號」，並於放映前安排樂團表演。

(四)辦理「星光電影院」活動

歷年來「行動電影院」活動皆廣受好評，民眾熱烈要求加映之下，電影圖書館特別規劃推出「星光電影院」活動，12月5日於三民區民享里放映影片「新魯冰花—孩子的天空」。

十一、電影圖書館辦理圖書借閱、影碟欣賞服務、出版電影專書等提昇民眾之觀影藝術

(一)民眾蒞館填列申請單及檢附證明文件，即可申辦借閱證並當場發證，採隨到隨辦隨取件方式辦理。截至98年12月止，辦理借閱證人數為41,712人。

(二)在影碟欣賞服務方面，民眾選取欲觀看之影碟後，由志工引導至1人1機之個人視聽室觀賞。

(三)電影館2樓設有視聽室並備有18部液晶電視，民眾可選取館藏公播版普遍級影片免費觀賞，至98年12月止，借閱影片欣賞的人次為93,047人。圖書閱覽室已購置中外圖書5,200餘冊，館藏影片5,700餘片，並建置影片內容簡介之資料庫，藉以提供精緻多元的電影資訊，方便民眾全方位接觸電影，汲取電影藝術的智慧，以增進民眾對電影文化的認知，培養觀影人口，振興電影事業。

(四)電影圖書館至98年12月底收藏(含民眾捐贈)約5,400餘件文物，並將所有文物之說明、圖檔登錄於「典藏文物管理查詢系統」，以培養民眾對電影發展史的興趣。

(五)辦理「高雄電影產業『在地化』之研究」委託研究案，針對至高雄拍攝的作品，從內容到製作過程與高雄人、事、地的互動關係，期透過本研究調查高雄電影產業現況(如製片、發行、映演及相關媒介)，並檢視本府發展電影產業的策略成效。

(六)辦理97年「高雄城市映像影片拍攝」案，共有盧泓導演的「生命無限公司」、溫知儀導演的「阿踩的明星夢」、侯季然導演的「有一天」三部劇情片及楊力州導演的「青春啦~啦隊」紀錄片，此四部片均以高雄為題材或場景的影片拍攝，已於98年「高雄電影節」進行首映，觀眾反應熱烈；其中侯季然導演的「有一天」更入選2010年柏林影展青年論壇單元。

(七)辦理98年「高雄城市映像影片拍攝」案，已於98年11月由專家學者組成的評選委員會，經由初選及決選兩階段方式，從逾四十件企劃案中，評選出戴立忍導演：「我這樣愛你」、王啟在導演：「大騙子」、林孝謙導演：「幸福時光」等3部劇情片及章大中導演：「看不見的跑道」、朱柏穎導演：「山上的小女子舉重隊」等2部紀錄片，預計99年完成拍攝，並於2010年高雄電影節首映。

(八)辦理「南方新推手—高雄市電影圖書館歷年投資影片」影片拍攝製作及電影專書編印購置。藉由影像及文字紀錄本館自 96 年以來投資拍攝之多部劇情片、紀錄片以及多部於高雄市拍攝之影片，除影片行銷外，再次發掘本市風貌的蛻變、深入體驗本市之風土人情並有劇組於影片拍攝期中之甘苦，及本市所給予之協助，勾畫出本市之電影政策、友善拍片環境等映象。

十二、積極提昇電影圖書館能見度

(一)每月出版活動節目月訊，每期數量 10,000 份，分送本市各公立機關、藝文展館供民眾索取，同時配合特殊活動出版專刊，撰發新聞稿，爭取媒體曝光度。

(二)配合行政院文建會地方文化館、交通部觀光局微笑 319 鄉鎮及高雄市政府各局處活動，提供各項藝文資料及相關服務，爭取各大網站及活動文宣曝光機會。

(三)接受機關、學校及民間團體預約導覽，由導覽志工介紹電影圖書館功能與服務項目，使民眾對電影藝文產生興趣，提升再次到訪之意願。

(四)自 91 年 11 月至 98 年 12 月 31 日止，參觀人次已逾 197 萬 5 千人次。

十三、改善電影館大、小放映廳影像放映品質

採購並汰換 2 樓視聽室現有老舊設備，含液晶顯示幕、DVD 播放器及耳機等，並因應現行視聽規格，增購藍光播放器以提升民眾觀影品質。