

# 貳拾叁、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. 依據電影法及其施行細則，辦理電影片映演業之設立、變更登記，目前本市計有 19 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電影片映演業確實依法執行電影分級制度，103 年 7 月至 12 月共實施臨場查驗 66 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、廣播電視節目供應事業管理規則等法令規定，辦理錄影節目帶業之設立、變更登記，103 年 7 月至 12 月辦理錄影節目帶業之變更登記共 2 件。
2. 會同本府警察局查察錄影節目帶業是否有販售違法錄影節目帶(含影音光碟)，並實施分級制度輔導，103 年 7 月至 12 月共查察 88 家次，查獲違法光碟計 600 片，移送文化部影視局核處。

### (三) 有線電視業之輔導與管理

1. 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，立即請業者派員至現場查勘或會同相關單位予以處理，並將附掛之纜線重新規劃整理或拆除，103 年 7 月至 12 月共處理 140 件次(慶聯 51 件、港都 50 件、鳳信 24 件、南國 15 件)。
2. 加強有線電視系統輔導管理工作，訂定「高雄市政府處理違反有線廣播電視法事件裁罰基準」，103 年 7 月至 12 月持續查察系統業者插播廣告及購物頻道違規情形，插播廣告部分，截至 103 年 12 月止未發現違規情事；購物頻道部分則裁處罰鍰 42 件。
3. 結合學校、社區及本市大型活動，宣導有線電視數位化及收視權益保障等政策，計有與義守大學合作辦理「2014 傳播與媒體生態學術研討會：新科技與國際傳播」等 7 場次。
4. 配合國家通訊傳播委員會加速推動有線電視數位化政策，103 年 8 月爭取該會核定補助宣導計畫經費 200 萬元，將透過多元行銷通路，使市民瞭解數位化之好處，增加有線電視數位普及率。

### (四) 公用頻道之開播及推展

1. 利用網路及設備傳輸工具，整合有線電視系統業者自製新聞(鳳信新聞、南國新聞及港都新聞)於本市公用頻道排播，每日於

7：00 至 8：30、10：00 至 10：30、12：30 至 14：00、15：30 至 16：00、17：30 至 18：00、19：00 至 20：30 等時段，讓本市有線電視收視民眾透過公用頻道收看在地新聞。另議會開議期間，均全程轉播部門質詢及總質詢問政實況。

## 2. 公用頻道節目內容包括：

(1) 教學性節目：高雄市立空中大學、空中美語。

(2) 市政影音專題節目：幸福高雄。

針對本市在地市政活動，製作影音專題節目，並針對不同收視族群，特別新增台語發音版，103 年 7 月至 12 月共製作國語發音 26 集、台語發音 26 集。製作專輯節目方面，包括「莫拉克風災五週年紀念」、「八一氣爆專題」等，此外，針對「捷運輕軌」、「亞洲新灣區」以及「高雄車站站體規畫公聽會」等重要市政議題，節目中也完整報導。

(3) 行銷在地特色休閒旅遊節目：

高雄 38 條通一共製播 70 集節目，每集長度 30 分鐘。

玩客瘋高雄一共製播 35 集節目，每集長度 30 分鐘。

(4) 藝文展演活動節目：2014 大彩虹音樂節(不是說好了一起往南走)節目、「閃靈暮沉武德殿 MV 高雄拍攝花絮」節目。

## 3. 公用頻道行銷宣導

(1) 平面媒體部分

製作摺頁共 1 款 6 萬份，於大型活動、各區公所、公共場所發送民眾宣導。

配合本市特色活動如大寮紅豆節、岡山羊肉節、紅毛港路跑、跨年、五月天演唱會等活動向民眾宣導民眾多善用公用頻道及觀看頻道節目，並發送自製宣導品便條紙、購物袋等，加強向民眾宣導，103 年 7-12 月共配合 6 場次，累計參與民眾超過 10 萬人以上。

大寮區農特產促銷嘉年華活動專刊刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告。

委託工商時報刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告共 2 篇。於自由時報「104 年農民曆」刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告，宣導鼓勵民眾觀賞公用頻道節目。

委託蘋果日報等 8 大報刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告，宣導有線電視公共頻道資訊。

委託聯合報等 11 大報刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告。

委託臺灣導報於2015年「海峽兩岸宗教寺廟巡禮」雜誌刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告。

卓越新聞獎基金會刊登「高雄市有線電視暨公用頻道形象廣告」。

於華流雜誌刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告共2篇。

於慶聯有線電視公司刊登公用頻道宣傳廣告共5篇。

於義大論文集刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告共1篇。

2014年高雄市青少年撞球公開賽暨有線電視收視戶權益宣導活動專刊「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告共1篇。

## (2) 其它媒體宣傳

於快樂廣播電台FM97.5播出「有線電視數位化宣導暨公用頻道(CH3)宣傳」，總計播出150檔(每檔30秒)，以加強有線電視數位化宣導，行銷本市公用頻道(CH3)節目。

103年度本市「公用頻道(CH3)宣傳短片」行銷案：於本市港都、慶聯、鳳信及南國等4家有線電視股份有限公司刊播2支公用頻道宣傳短片(各30秒)，並自103年11月17日播出。

## 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，陳報各級長官，並分送相關局處參辦，103年7月至12月計剪輯報紙新聞資料逾24,060則、蒐集電視新聞摘要42,430則。

### (二) 新聞發佈

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，並上網供民眾閱覽，103年7月至12月共發布644則。於議會市政總質詢期間(103年9月26日至10月28日)，成立議會小組發佈新聞稿共16則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。

## 三、辦理媒體行銷

### (一) 電子媒體

1. 辦理103年電視市政資訊廣告短片排播，使本市各項市政推動情形、族群多元文化、農漁牧特產、觀光資源、產業發展、特色慶典及重大活動等，更為市民及全國民眾瞭解、認同。
2. 攝製103年高雄都市行銷短片，以翻轉高雄為主軸，讓世界看見高雄，持續推動城市改造，並於高雄不思議YOUTUBE、公用頻道、戶外電視牆、各大電視頻道等播出宣傳。
3. 辦理103年國際媒體行銷，透過國際頻道播出行銷高雄城市、宣

導市政等相關短片，以達推廣暨行銷市政建設及施政成果目的，提升城市競爭力。

4. 製播 103 年度夏季大型活動行銷短片，加強宣傳各局處大型節慶活動，包含夏日啤酒節、丁噹演唱會、龍眼蜂蜜文化節、萬年季…等活動。
5. 辦理 103 年城市行銷暨道安宣導，透過全國電視媒體頻道宣傳機車兩段式左轉、不飆車及汽車後座繫安全帶、不酒駕、禮讓行人與行車勿做低頭族等交通安全觀念，同時行銷市政軟硬體建設成果。
6. 配合重建工程進度、呈現災區完整復原後嶄新面貌，辦理 103 年高雄城市行銷電視廣告宣導，鼓勵外地民眾蒞臨高雄旅遊、揮別創傷陰霾之城市旅遊正面形象。
7. 辦理 103 年榮耀高雄電視廣告製作，持續展現高雄城市品牌形象，行銷相關市政建設成果，強化市民對在地生活之認同。
8. 辦理高雄城市熱點專案，由知名餐飲店提供電視顯示器，作為本市播放行銷影片及訊息使用，本局提供高雄不思議 60 秒短片 5 支、看見高雄堅定向前-陳彥博 60 秒短片、高雄之光-宜居之城、道安宣導-郭雪芙版、五月天版 30 秒短片各 1 支供排播，其中提供電視顯示器播放的店家達 50 個以上，包含仁武烤鴨、大高雄鵝肉店、米格霜淇淋、黃家牛肉麵、樺達奶茶……等。

## (二) 平面及網路媒體

1. 辦理「高雄·世界在這裡」廣告特輯，宣傳亞洲新灣區及本市文創產業，讓世界看見台灣之美。
2. 辦理平面廣告刊登，宣導幸福宜居城市意象，提升市民認同感及幸福感。
3. 辦理平面廣告刊登，以「2014 縣市長市政滿意度排行大調查」進行市政宣導，俾利民眾了解市府施政方向。
4. 辦理跨頁廣告刊登，以「亞洲亮點新門戶，世界幸福在高雄」進行市政宣導。
5. 辦理春節專刊廣告，刊登本市 104 年春夏活動宣傳廣告，吸引民眾至高雄旅遊。
6. 辦理網路行銷宣傳案，將「高雄·世界在這裡」banner 廣告連結至市府網站首頁。
7. 為使社會大眾瞭解石化氣爆災後復原工作及願景，以「氣爆民間善款運用」、「災後復原工作及重建願景」為主題刊登廣告，讓民眾瞭解石化氣爆災後復原工作進行情況。

8. 為提升高雄觀光能見度，於臉書平台進行本市城市行銷影片「高雄變與不變」影片宣傳，該影片曝光次數已達7千萬次以上，點擊數已達16萬次以上。

### (三) 多元媒宣

1. 運用台鐵高雄站跨站長廊文化棧道刊掛燈箱廣告，進行市政活動宣傳。
2. 運用戶外媒體刊掛賀年暨市政行銷宣傳帆布，並提醒民眾遵守交通安全規則，禮讓行人，減少交通事故發生。
3. 為宣傳本府施政建設，辦理廣播媒體市政行銷案，製作3支廣播廣告帶（開闢綠地篇、防洪治水篇、藝文公共建設篇），於8家廣播電台廣告時段進行排播。
4. 為提供大眾即時掌握重建進度，每日公布災後復建進度，且於氣爆災區設置電子佈告系統及Line，傳播重建進度及扶助資訊。

### (四) 道路安全宣導

執行103年度院頒「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) 運用高雄市港都客運、東南客運、漢程客運及高雄客運四家公車客運特性，以人潮流量集中並兼顧郊區之需求刊登道安廣告，共計29條線35面的公車車體刊登「酒駕防制及利用公共運輸」。
- (2) 辦理道路交通安全平面媒體(報紙)廣告，分別於103年9、10月刊登鼓勵民眾多多利用大眾運輸工具及騎乘自行車安全。
- (3) 製播道安宣導短片一支，宣導主題為大型車交通安全，並透過地方有線電視排播473檔次
- (4) 製播103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，藉由電台廣播的方式及製播創意，向市民宣導正確的通安觀念。
- (5) 製作馬克杯、手提帆布袋等道安宣導品，宣導禮讓行人、機車安全、大型車安全、拒當低頭族及酒駕防制等，以活潑行銷方式，適時於戶外交通安全宣導活動贈送參與民眾，或與地方社團合辦活動，贈送社區居民，達到寓教於樂，擴大宣導效果。
- (6) 運用本市公共腳踏車後土除廣告版面刊登道安廣告，刊

登「酒駕防制及利用公共運輸」，呼籲民眾酒後勿開車及多多利用公共運輸，共計 200 台

(7) 於高雄捷運、7-11 電視、電影院播出宣導小敏拍攝「機車安全-都教授篇」道安宣導短片，並透過 Google 行動廣告連結短片，共播出 332 萬 1923 檔次，露出 9965 萬 7690 秒。

## 2. 製播道安宣導短片

邀請藝人小敏拍攝交通安全宣導短片 20、30 秒各 1 支，宣導騎乘機車安全，藉由藝人的高人氣及正面影響力，吸引更多民眾主動瞭解道安觀念及用路禮儀，並引起民眾自發性的遵守交通規則，將道安觀念內化為習慣，並將拍攝之短片於全國性電視頻道廣告時段播出。

## 3. 活動配合

配合各局處都市行銷活動或民間自辦大型及社區活動，運用鼓勵方式宣導民眾交通安全的重要性，並於日常生活中落實道安觀念。

(1) 配合民間社團協助辦理道安宣導，103 年 7 月至 12 月計有「2014 感恩祈福暨交通安全宣導音樂會」等 3 場次。

(2) 配合各局處活動進行道安宣導：於岡山羊肉節、財政局路跑嘉年華活動、五月天營火晚會演唱會設立攤位進行道安宣導有獎徵答，透過與民眾互動擴大宣導效益，現場反應熱絡。

## 四、錄製市政行程活動影片

錄製市政各項重要活動，做為市政建設視聽資料，提供各局處及媒體運用，以利市民瞭解相關政府施政作為及成果。

## 五、媒體公共關係

### (一) 國內媒體

1. 配合市府各局處大型活動舉辦，設立媒體服務中心，協助發送活動媒體採訪證，並提供媒體通訊錄、局處主管通訊錄等及辦理媒體聯繫雙向溝通等。

2. 協助立即處理新聞媒體聯繫問題，並報導即時新聞供民眾了解。

### (二) 國際媒體

國際媒體人員參訪本市或拍攝時，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。計有協助：

1. 103 年 8 月 7 日協助外交部「東南亞記者訪華團」共 6 員，參訪駁二藝術特區。

2. 103年9月2日協助澳門媒體高層參訪團共22員，彼此城市交流播放市政建設相關影片及參訪駁二藝術特區等。

## 六、辦理城市行銷活動

### (一)辦理「真愛高雄 幸福啟航」感恩祈福音樂會

1. 為感謝各界對於本市八一氣爆救災、重建的援助與支持，103年12月13日晚上7點在本市時代大道舉辦「真愛高雄 幸福啟航」感恩祈福音樂會，並邀請第一線警消、國軍、志工、醫護人員、旅館業者、重建工程人員等到場參與，感謝渠等不分彼此、全力救災重建的無私奉獻。
2. 重建家園的力量來自國內外朋友，除了MTV台、網路YOUTUBE、MOD三立綜合台進行現場LIVE轉播，也在三立國際台播出，讓全世界看到高雄已從氣爆之陰霾重新堅強站起，也表達高雄對各界的感謝。

### (二)提供行政支援，協助民間企業辦理活動

#### 1. 2014高雄啤酒節活動：

- (1)由統一超商股份有限公司主辦，本局提供行政協助，辦理「2014高雄啤酒節」活動。
- (2)「2014高雄啤酒節」於高雄時代大道辦理，活動期間自7月18日至20日止，依主辦單位統計，活動3天共計吸引超過3萬人入場參與，成為年輕人夏日必定前來高雄參與盛會之一。
- (3)活動規劃豐富趣味競賽，現場舉辦多樣的競賽、遊戲，及萬人星空派對等活動，邀請蔡依林、郭書瑤、朱俐靜、Popu Lady、管罄、陳勢安、回聲樂團、黃小琥、蕭煌奇、四分衛樂團等知名歌手團體接力演出，讓參與活動的民眾著實感受到高雄的熱情。
- (4)活動並結合本府經發局舉辦之「下酒菜料理競賽」，將該競賽獲選之下酒菜料理，進駐「2014高雄啤酒節」活動餐飲區，供民眾品嚐，並且伴隨著熱情的音樂，盡情舞動高雄。

#### 2. 2014大氣球遊行活動：

- (1)活動於103年12月20日下午2點在高雄時代大道熱鬧登場，由統一超商股份有限公司主辦，本局提供行政協助。
- (2)本次大氣球遊行共有OPEN家族、Kitty、Melody、SNOOPY、海綿寶寶、派大星、跑跑薑餅人、探險活寶(阿寶與老皮)、素還真、條碼貓、普普熊等近20組可愛卡通角色大氣球，輪番上陣，龐然大物飄揚在時代大道上空，讓現場大朋友小朋友看得目不轉睛，大氣球遊行隊伍中，另穿插高雄市騎警隊、大型遊行花車、小火車、馬車、卡通人偶Cosplay、街舞團體、單車特技秀、

25 台痛車、50 台大型重機等團體輪番表演，讓整個活動熱鬧滾滾。並且自遊行活動結束後，活動當日晚上 8 點起至翌日上午 6 點進行「大氣球夜間展示」。活動總計吸引約 30 萬人前來參與。

3. 2014 OPEN! RUN 氣球路跑：

(1) 與統一超商股份有限公司合作，辦理「2014 OPEN! RUN 氣球路跑」活動，活動於 103 年 12 月 21 日上午 6 點 30 分在時代大道舉行。

(2) 本次路跑活動堪稱全台最具特色歡樂路跑，除了原有 3K 組路線，讓跑者得以大手牽小手與 OPEN 家族開心歡樂路跑外，更新增 12K 組競賽路線，讓各地長跑好手大展身手，吸引全台各地人潮前來參加本次盛會。

4. 「2015 高雄夢時代跨年晚會」活動

(1) 12 月 31 日在高雄夢時代舉辦之跨年晚會，市府首度結合民間企業資源合作，由民間企業集資主辦，市府提供行政協助，一同打造「公私協力」的夥伴關係。

(2) 晚會由庾宗康、路嘉怡聯手主持，邀請「姐姐」謝金燕開場，蘇打綠擔任倒數前的演出，還有 A-Lin、黃小琥、蕭煌奇、王識賢、楊培安、張震嶽、熱狗，以及滅火器、脫拉庫等樂團，以快樂且正面的能量，帶領高雄民眾以微笑迎接新的一年。

(3) 跨年晚會活動經主辦單位夢時代（統正開發股份有限公司）統計，現場計吸引超過 80 萬人次參與，不但為高雄帶來可觀的經濟效益，也提升高雄捷運運輸跨年夜的載容量。

5. 「2015 紫耀義大」跨年晚會活動

(1) 由民間企業集資主辦，市府提供行政協助辦理之 2015 紫耀義大跨年晚會活動，於 12 月 31 日在義大世界熱鬧登場，一同打造「公私協力」的夥伴關係。

(2) 晚會由曾國城、莎莎一同主持，邀請蔡依林擔任倒數演出，還有田馥甄、畢書盡、魔幻力量、八三夭、陳勢安、安心亞、JPM 等歌手熱情演出，並在倒數前發放 365 秒高空煙火，讓民眾以快樂正面的情緒迎接新年的到來。

(3) 據主辦單位義聯集團統計，晚會現場計吸引 60 萬人次參與，不但帶來了可觀的觀光效益，也提升了高雄大眾運輸跨年夜的載容量。

## 七、編印定期及不定期刊物，加強行銷高雄

### (一) 定期刊物

1. 電子期刊、電子報企劃發行及編印「高雄畫刊」紙本。
  - (1) 「高雄畫刊」電子期刊，以主題導向方式企劃編輯，並加入高雄的重大建設與政策、人文發展、社區關懷，記錄高雄的城市風情，掌握高雄市的成長過程，並認識為這個城市付出心力的相關人物。每月發送約 6 萬餘人次。
  - (2) 「今日高雄」電子報採雙週發行，以介紹市政活動、產業發展、觀光旅遊、藝文展演、農特產品、地方美食等資訊為主，讓刊物內容更貼近民眾生活層面，使閱讀者了解當地發展現況與施政願景，加強都市行銷。7 月至 12 月共發行 12 期，每期發送約 6 萬餘人次。
  - (3) 配合父親節及中秋節設計市長電子賀卡，父親節因逢發生石化氣爆事件停止發送，中秋節則寄發約 6 萬餘人次。
  - (4) 另將每兩期「高雄畫刊電子期刊」內容編印為「高雄畫刊」紙本雙月刊，每次印行 45,000 冊，置於飯店、車站、捷運站、機場、書局、景點及賣場等 150 多個地點供民眾索閱。
2. 發行「海洋首都高雄」中英文雙月刊 Maritime Capital Kaohsiung
  - (1) 刊物報導內容

以中、英文兩種語言編撰，提供不同主題的報導內容，含括有本市國際交流消息、重大建設或政策、節慶活動及文化藝術、農林漁牧及各產業指標性代表、新建築、人文、景觀、人物專訪(包括高雄人及居住高雄的外國人)及美食報導等，期能透過深入淺出方式探討，讓外界認識不一樣的高雄。
  - (2) 發行情況

每雙月發行 12,000 份，103 年 7 月至 12 月共發行 3 期，放置地點包括桃園國際機場、高雄國際機場、本市觀光旅館、本市藝文場所如文化中心、美術館等，本市觀光飯店、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約 84 處地點，提供讀者免費索閱本刊物。

## 八、網路行銷

### (一) 高雄不思議臉書

以生動活潑的文字、圖片或短片，分享高雄在地資訊，包含市府重大政策與建設、自然景觀、人文風情、節慶活動、藝文展演、小吃美食等多元城市風貌，以及高雄所發生的一些好玩、特別的新鮮事，希望成為大高雄資訊提供平台，藉由朋友按讚、朋友的朋友按讚、朋友的朋友的朋友按讚等一連串訊息的交流，廣泛增加市政訊息

的曝光度，進而達到市政宣傳及城市行銷的加乘效應，截至 104 年 1 月 12 日止粉絲人數已超過 25 萬 7 千人。

## (二) 辦理行動通訊軟體暨網路平台行銷案

運用下載率極高的 LINE 行動通訊軟體，開通高雄市政府 LINE 官方帳號，即時提供民眾有關高市好吃、好玩的各項活動資訊、市政建設、藝文活動、出版、天災及其他災害應變處理及停班課通知等訊息，並結合高雄不思議臉書等網路平台相互提高行銷成效，另辦理「真愛高雄 幸福啟航 感恩祈福音樂會」記者會及高雄市政府 LINE ON AIR 抽獎活動，以提高民眾參與度，截至 104 年 1 月 12 日好友人數計 41 萬餘人。

## 九、加強高雄廣播電臺廣播功能

### (一) 加強製播優良節目，落實高雄電臺服務功能

1. 製播優良節目，榮獲 103 年行政院廣播金鐘獎單元節目獎及非流行音樂節目獎兩項入圍。
2. 加強市政廣播行銷中心市政行銷功能  
將最新市政措施透過現場直播，讓市民可以迅速得到資訊，同時行銷市政，並可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 20 分鐘「行動市府」現場節目，深入且廣泛行銷大高雄市施政成效、農漁牧特產品的行銷及文化創意活動宣傳。
3. 深入社區辦理行銷市政活動
  - (1) 103 年 10 月 16 日舉辦「提升身體防護力」健康講座—韓天木醫師主講。
  - (2) 103 年 11 月 9 日辦理洲仔濕地生態講座。
  - (3) 103 年 12 月 14 日配合「岡山羊肉節」活動，辦理市政及電臺行銷暨交通安全有獎徵答宣導。
4. 配合 2014 岡山羊肉節、多合一選舉、八一石化氣爆事件、2015 夢時代跨年晚會，2015 義大跨年晚會、大氣球遊行、五月天災區演唱會，製播專訪、現場記者連線、製作行銷宣傳帶及全節目配合口播等，全方位報導行銷本府大型活動。
5. 與本府客委會、社會局、勞工局、教育局及衛生局合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通，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。
6. 配合市府大型活動及各區產業活動進行全面行銷，如 2014 岡山羊肉節、路竹番茄節、永安石斑魚文化節、彌陀虱目魚文化節、大社芭棗節、梓官海鮮節、六龜龜王文化祭、大寮紅豆節、持一卡

通搭公車免費等。

7. 為促進民眾心理健康，與高雄市心理衛生中心合作，開闢心理衛生專屬節目(每月第二及第四個週五晚上八時「幸福圓舞曲」節目)，由台東教育大學莊佩芬教授主講，專業解析現代人心理調適及壓力紓解，並開放現場 call in 與聽友互動。
8. 分享頻道平臺、廣結民間資源，持續徵選公益社團參與製播節目，如：高雄市心理復建協會、台灣導盲犬協會、家扶中心、台灣消保會、心路基金會及槳仁啟智中心等，並協助露出藝文團體演出訊息，推廣藝文活動。
9. 關懷弱勢及服務少數族群
  - (1) 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。
  - (2) 每日播出 3 小時客語節目，服務客語族群聽眾。
  - (3) 為營造外語學習環境，與高雄第一科技大學合作開闢「打狗英語通」英語節目及與永漢日語合作「三分鐘日語」單元，每日同步聯播英國國家廣播公司(BBC)節目 0.5 小時。
  - (4) 每日播出古典音樂節目 160 分鐘，服務愛樂者。
  - (5) 開闢「活力高雄」節目，提昇藝文、閱讀及運動風氣。
10. 因應颱風來襲或重大災變，機動調整節目提供颱風及災變最新動態、防颱及交通等相關訊息。遇颱風來襲或重大災變，立即調整節目內容並改為全日 24 小時播音，播報即時相關訊息、避難措施及市政因應措施，如麥德姆颱風延長播音 1 日、八一石化氣爆延長播音 3 日、八一二豪雨延長播音 1 日及鳳凰颱風延長播音 2 日。
11. 加強交通路況連線報導  
於交通尖峰時段加強交通路況連線報導，並於 12 月 23 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 互動回答交通安全題目，強化交通安全宣導。
12. 跨域行銷南台灣觀光文化活動及資源
  - (1) 為促進南台灣生活圈資源共享，與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。
  - (2) 為擴大民眾生活訊息提供，與消基會、高美館、高雄市電影館、高雄市圖書館、國立海洋生物博物館、國立科學工藝博物館、讀冊生活網路書店、聯合醫院、高雄醫學院附設中和

紀念醫院、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。

### 13. 重要施政加強宣導

重點包括「十二年國教」、「禽流感」、「防疫宣導」、「防腸病毒」、「防酒駕及交通安全」、「新移民服務」、「太陽能政策及綠能城市」、「重大活動」、「城市行銷」、「大眾運輸」、「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」、「人口政策」、「勞工安全衛生」、「社會福利及安全」、「人權」、「生態環保」、「防溺」、「防火」、「菸害防制」、「調解委員會」、「消費者保護」、「犯罪被害人保護」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，提供市民、聽眾最多的高雄市政新聞。
2. 全程實況轉播縣市合併後高雄市議會第一屆第八次定期大會「市長施政報告」與「市政總質詢」，並加強報導市議會新聞，提供民眾即時資訊、增進民眾對市府及議會之瞭解。
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「高雄市第二屆市長議員暨里長選舉及第一屆山地原住民區長、區民代表選舉」各項選務工作，連線報導選情及播報最新開票結果。
5. 加強報導縣市合併後「高高平等」各項施政工作執行成果。
6. 加強報導石化氣爆事件相關新聞，包括：復原重建工作進度、石化管線清理斷管、社會各界捐款運用、商圈商機振興活絡、工作機會提供、貸款利息補貼、災民生活各項服務等各項復原重建工作新聞。
7. 加強報導防汛、食品安全、消費安全、治安、交通安全、公共安全、勞工安全等保護市民生命財產相關新聞。
8. 加強報導防治登革熱、狂犬病、禽流感、腸病毒各項措施及市民應注意事項相關新聞。
9. 報導「生態綠能城市」、「推動陽光屋頂計畫」、「推動高雄厝計畫」、「自行車友善城市」、「推動綠色交通運具」、「高雄輕軌」、「推動婦女及生養孩子友善城市」、「普設公共托嬰中心」、「無障礙宜居城市」、「高齡友善城市」、「老舊危險校舍改建」、「社區通學道」、「推動遊艇產業發展」、「高市圖新總館及中崙、草衙、河堤圖書分館落成啟用」、「桃源建山國小新建校舍落成」、「那瑪

夏南沙魯文化公園啟用」、「樣仔林埤水質改善工程完工」、「鳳儀書院整修開館」、「美濃中正湖擴區環湖環境設施工程啟用」、「彌陀漁港整補場碼頭整建工程啟用」、「仁武後港巷涵洞拓寬通車」、「旗美污水處理廠整建完工啟用」、「典寶溪B區滯洪池完工啟用」、「公園陸橋鐵道園區天空雲台」、「大樹舊鐵橋天空步道」、「梓官魚市場大樓」…等軟硬體施政成果新聞。

10. 配合高雄市「跨年晚會系列活動」、「高通通巡迴展示」、「高雄電影節」、「華文朗讀節」、「兒童藝術教育節」、「庄頭藝穗節」、「高雄客家文化節」、「高雄國際無車日」、「高雄啤酒節」、「高雄玉荷包啤酒節」、「高雄購物節」、「高雄璀璨愛河系列活動」、「田寮奇幻月世界主題活動」、「路竹番茄節」、「大寮紅豆節」、「永安石斑魚文化節」、「彌陀虱目魚文化節」、「旗津黑沙搖滾節」、「龜王觀光文化祭」、「天籟布農八部合音」等重要城市特色行銷、藝文活動，加強相關新聞採訪並製播專題深入報導。