

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 20 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，104 年 1 月至 6 月共實施臨場查驗 74 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，104 年 1 月至 6 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，104 年 1 月至 6 月共查察 83 家次，查獲違法光碟計 614 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，104 年 1 月至 6 月共處理 149 件次（慶聯 51 件、港都 46 件、鳳信 34 件、南國 15 件、新高雄 3 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」，104 年 1 月至 6 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 104 年 5 月止未發現違規情事；購物頻道部分則裁處罰鍰 8 件（金額合計 352 萬元）。
3. 有線電視數位化及收視權益保障宣導共 4 場，分別於 104 年 3 月 28 日及 4 月 4 日於「2015 高雄宋江陣」、5 月 23 日於「2015 凤荔季」、6 月 18 日「2015 高雄愛河端午龍舟錦標賽」活動現場進行有線電視數位化及收視權益保障宣導。
4. 「NCC 補助地方政府辦理有線電視數位化宣導計畫案」，為配合國家通訊傳播委員會加速推動有線電視數位化政策，向該會提出申請補助宣導計畫經費 200 萬元，並獲核定，透過多元行銷，使市民瞭解數位化之好處，增加有線電視數位普及率，其辦理情形如下：
 - (1) 電視 CF 短片：攝製 60 秒及 30 秒「有線電視數位化宣導」國台語版各 1 支。
 - (2) 有線電視託播：於 5/23 至 6/15 在本市 4 家（慶聯、港都、鳳信、南國）有線電視系統排播宣導（總數 5702 檔，系統自製頻道 2304 檔、衛星插播 3398 檔）。
 - (3) 廣播廣告時段購買：製作 30 秒影片之音檔輸出，並提供授權廣播宣導。

(4) 廣播廣告時段購買：於大眾電台、主人電台、港都電台及高屏電台共4家電台播出「有線電視數位化宣導」30秒廣播宣導帶，共計執行540檔次。

(5) 報紙地方版購置：6月10日於自由時報、中國時報、蘋果日報、聯合報、民眾日報、經濟日報及工商時報共7家報紙地方版刊登半版「有線電視數位化宣導」廣告。

(6) 其它多媒體通路：於高雄捷運月台、超商、速食店、戶外合法電視牆刊播有線電視數位化宣導30秒CF(國台語輪播)。

捷運月台、超商、速食店部分：

■ 高雄捷運：

自5月29日起至6月14日止，紅線+橘線共1908檔次。

■ 全家便利商店：

自5月29日起至6月4日止，共播出340檔次。

■ 麥當勞：

自5月29日起至6月4日止，共播出578檔次。

戶外合法電視牆部分：自5月23日起至6月23日每日AM 07:00~PM 10:00止，共播出5252檔次（國語版2595檔、台語版2657檔）。

(四) 公用頻道之開播及推展

- 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。
- 公用頻道節目內容包括：
 - 教學性節目：高雄市立空中大學、空中美語。
 - 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，製播國、台語發音版本，104年1月至6月共製作國語發音23集、台語發音16集。
 - 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。
- 公用頻道行銷宣導：
辦理「有線電視數位化宣導暨公用頻道(CH3)宣傳」廣播廣告時段購置案，於6月1日至30日快樂廣播電台FM97.5播出，每日輪播5檔，總計播出150檔(每檔30秒)。

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，104年1月至6月計剪輯報紙新聞資料逾16,696則、蒐集電視新聞摘要20,678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，並上傳市府全球資訊網供民眾閱覽，104年1月至6月共發布358則。於議會定期大會期間(104年3月26日至6月3日)，成立議會小組發布新聞稿共10則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。

(三)媒體服務

配合各局處召開專案或臨時記者會，向媒體說明重要活動或重大事件，104年1月至6月舉辦之重要記者會摘述如下：

- 1.3月11日辦理「高雄市既有工業管線管理自治條例」說明記者會。
- 2.3月12日辦理「311中油大林廠事件」說明記者會。

三、辦理媒體行銷

(一)電子媒體

- 1.辦理104年高雄市政資訊電視廣告時段排播，透過電視廣告宣導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，強化市民及全國民眾對本市市政之瞭解、認同。
- 2.製播104年度春季大型活動行銷短片，加強宣傳各局處大型節慶活動，包含美濃彩繪大地、旗山春節燈會、岡山春節燈會及高雄燈會藝術節等活動。
- 3.辦理104年國際媒體行銷廣告，透過國際電視頻道、飛航運輸工具、網路廣告行銷高雄、宣導市政，以達推廣市政建設及施政成果之目的，提升城市競爭力。
- 4.辦理104年高雄城市行銷短片事宜，以高雄水岸輕軌建設、產業轉型為主軸，讓世界看見高雄持續推動城市改造、產業升級，並於高雄不思議、YOUTUBE、公用頻道、戶外電視牆、各大電視頻道播出宣傳。
- 5.辦理電視媒體行銷，透過電視廣告，展現高雄城市形象，行銷觀光特色及強化在地認同。
- 6.辦理春節電視行銷廣告，行銷本市旅遊景點，邀請民眾春節假期遊高雄。

(二)平面及網路媒體

- 1.辦理寺廟巡禮暨道安宣導專刊，宣導本市寺廟宗教藝術，展現本市傳統文化面貌。
- 2.辦理春節廣告專輯，刊登本市古蹟及春季活動介紹，吸引民眾造訪高雄旅遊。
- 3.辦理網路行銷廣告，以「高雄內門宋江陣」為主題，透過傳統陣頭、宗教習俗等面向切入，提升對內門宋江陣之認識度。
- 4.辦理形象廣告刊登，宣導高雄城市意象，提升市民認同感及幸福感。
- 5.辦理平面雜誌及報紙廣告，宣導高雄市既有工業管線管理自治條例草案之立意，促進民眾對市政之瞭解。
- 6.辦理平面媒體行銷宣傳，營造高雄熱鬧繽紛、宜居適遊之城市形象。
- 7.辦理「亞洲新灣區二部曲啟動」廣告專刊，以本市港灣城市特色為主軸，介紹發展願景及新灣區內之建設，促進民眾對本市未來發展之瞭解，並塑造本市港灣城市形象。

(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. 協助辦理五月天「營火晚會」演唱會，規劃活動新聞發布、媒體服務等行政事宜。

(四) 道路安全宣導

執行104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) 運用高雄捷運車廂、燈箱、戶外看板及手扶梯等張貼懸掛廣告，呼籲多多搭乘大眾運輸工具，並強化宣導道路交通安全。
- (2) 辦理道路交通安全平面廣告，104年4月及5月於雜誌刊登廣告，鼓勵民眾不逼車、不超速，行車保持車距。
- (3) 製播104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，藉由電台廣播之管道及製播創意，向市民宣導正確的道安觀念。
- (4) 製作便利貼手機架、集線器等道安宣導品，宣導不逼車、不超速、保持好車速等交通政策，並以活潑行銷方式，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，以達寓教於樂，擴大宣導效果。
- (5) 運用本市公車候車亭燈箱及版面，宣導本市「西子灣交通措施」，呼籲遊覽車輛依總量管制申請進入，以及鼓勵民眾搭乘大眾交通運輸前往西子灣。

2. 製播道安宣導短片：

辦理104年度交通安全宣導短片製播，製播道安宣導短片完整版及濃縮版計4支，以加強宣導道路交通安全政策，並透過手機APP廣告連結短片，加強對年輕族群之宣導。

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之重要性，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，104年1月至6月計有「DC漫畫超級英雄COSPLAY大會師嘉年華暨道安宣導活動」、「新下里珍愛媽媽懷念老歌演唱會暨道安宣導」等共4場次。
- (2) 配合各局處活動進行道安宣導：於五月天營火晚會演唱會、2015高雄愛河國際鐵人三項競賽、2015高雄鳳荔季等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，以利市民瞭解本市施政作為及成果。

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，以利市府與媒體建立雙向聯繫溝通。
2. 協助市府各局處及時新聞媒體聯繫問題，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。

六、辦理城市行銷活動

(一) 辦理「2015 高雄言論自由日紀念活動」

1. 言論自由係世界人權之普世價值，本市以成為人權城市自我期許，訂定4月7日為本市言論自由日，以彰顯本市作為人權城市之施政價值，使市民不忘民主人權與言論自由的可貴，促使台灣民主能進一步深化。
2. 為傳承言論自由的價值，體現民主與言論自由的精神，於4月5~7日舉辦言論自由紀念活動，讓更多年輕世代瞭解，捍衛言論自由的歷史印記，進而珍惜並善用這得之不易的人權。
3. 活動內容包括：
 - (1)「我主張」太陽撐傘小型影展：於4月5~7日，分別在三餘書店、駁二小劇場、高雄市電影館放映，邀請香港、愛沙尼亞、烏克蘭、美國、加拿大等10部國際影片，與1部台灣本土影片進行交流。
 - (2)「我主張」打狗廣場講座：於4月5、6日，分別於三餘書店、書店喫茶一二三亭舉辦，邀請香港、台灣兩地的公民運動者及評論者，就運動本身，及以運動為起點而產生的藝術作品，進行3場小型講座分享。

(二) 提供行政支援，協助民間企業辦理活動

1. 2015「藝想樂園嘉年華」：

- (1) 由統正開發（股）公司（夢時代購物中心）主辦，本局提供行政協助。
- (2) 藝想樂園嘉年華今年以「印尼」為主題，於3/28~3/29在前鎮區夢時代熱鬧舉行，包括主花車「巨大神鬼造型Ogoh Ogoh」、太陽花車、鯨魚花車等各式大型特色花車，並搭配原住民小朋友的森巴鼓、社區、花車隊伍、森巴女郎、豆子劇團等表演團體等40支隊伍一同上街遊行，還有異國美食文創市集，讓民眾不用出國，就能感受峇里島風情。此外更邀請享譽國際的優人神鼓蒞臨表演，以及明華園星字團阿忠布袋戲等知名團體輪番演出。
- (3) 藝想樂園嘉年華今年邁入第5年，主辦單位表示，為了帶民眾體驗各國嘉年華節慶，往年從台灣、美國、德國、法國，邀請藝術家駐村教學，製作大偶、花車等，介紹全世界的嘉年華活動，舉辦至今，共計有超過100個社區遊行團體、3千名表演工作者、1千組兒童參與演出、超過70萬名民眾

熱情參與。

七、編印定期及不定期刊物，加強行銷高雄

(一)定期刊物

1. 企劃發行「KH STYLE 高雄款」電子期刊及印製紙本定期刊物，並建置於本局官網。

(1) 「KH STYLE 高雄款」電子期刊採雙週發行，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，貼近民眾生活層面，使閱讀者了解高雄風土人情與豐富觀光資源，並可於「高雄不思議」App 同步瀏覽。1月至6月共發行11期，每期發送約6萬餘人次。

(2) 將每4期「KH STYLE 高雄款」電子期刊內容，選擇並再編輯成雙月刊的紙本刊物，除定期贈送大高雄民意代表、觀光飯店、機關學校、旅行社(含大陸)、民間團體、駐外單位、牙醫診所、美容美髮業等，並放置本市及屏東、台南等地區之連鎖餐飲、校園學系、文創複合空間、藝文空間、旅遊中心暨景點、民宿旅館、公家機關等，7大類、共約200個以上定點供民眾索閱。紙本刊物內容另轉成PDF電子書上傳本局官網供大眾閱覽，亦可透過下載本局開發之「高雄・不思議」App，點選其中「電子書」項目觀看。1月至6月共發行2期，每期印製4萬5千冊。

(3) 《KH STYLE 高雄款》電子期刊每期均上傳以下網路合作平台：

聯合新聞網(雜誌-地方采風)、聯合電子報(地方采風)、中央通訊社(品閱雜誌)、中時電子報(雜誌-生活健康)、鉅亨網(台灣-旅遊雜誌)、高雄不思議 FACEBOOK(不定時分享期刊內容及連結)、高雄市政府官方 LINE(不定時分享期刊內容及連結)。

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、英文兩種語言主題規劃報導高雄城市交流、重大建設、觀光旅遊、農林漁牧、特色產業、藝術文化、美食、風土人情等報導，藉由本刊的介紹期讓讀者了解高雄多元而豐富的面貌。

(2) 發行情況：

每雙月發行12,000份，104年1月至6月共發行3期，放置地點包括桃園國際機場、高雄國際機場、高雄捷運站、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。

(3) 《海洋首都中英文雙月刊》電子期刊每期均上傳以下網路合作平台：

①聯合新聞網(雜誌-地方采風)。

②聯合電子報(地方采風)。

③中央通訊社(品閱雜誌)。

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 6 月底，粉絲人數已超過 27 萬 7 千餘人。

(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、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，並結合高雄不思議臉書等網路平台相互提高行銷成效，另辦理高雄市政府 LINE ON AIR 抽獎活動，以提高民眾參與度，截至 104 年 6 月底好友人數計 49 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. 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」，週一至週五每日製播 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。

2. 深入社區辦理行銷市政活動

(1)104. 5. 23 配合「鳳荔文化節」活動，辦理市政及電臺行銷暨交通安全有獎徵答宣導。

(2)104. 6. 17 辦理法律講座，由陳樹村律師主講，講說生活上所遭遇到的法律問題應如何維護自身權益及面對法律案件，所應了解之相關權利和義務等，計有聽友 37 人參與。

(3)104. 6. 24 配合臺慶辦理「奇美博物館」參觀活動，藉以增進電台與聽友間的互動，並提升電臺知名度，擴展聽眾群，以達行銷電臺之目的，共計有聽友與志工 92 人參與。

(4)104. 6. 26 辦理擴大交通安全有獎徵答活動。

3. 配合高雄過好年、春安工作、大高雄節水限水、2015 高雄燈會藝術節、內門宋江陣、鳳荔文化節等活動或重要施政，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。

4. 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。

5. 為促進民意代表與市民溝通瞭解，製播「麻吉高雄人」議員專訪節目單元，分享議員生活點滴及人生經驗等，並於網站開放點選重溫。

6. 為促進民眾心理健康，持續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。
7. 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：荒野保護協會、高雄捐血中心、唐氏症基金會、台灣癌症基金會、善牧基金會及漸凍人協會等，並協助露出藝文團體演出訊息，推廣藝文活動。
8. 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、同志議題及原住民族文化節目。
 - (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。
9. 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。
10. 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6月26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。
11. 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。
12. 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」、「節約用水」、「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. 全程實況轉播高雄市議會第二屆第一次定期大會「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. 加強報導縣市合併後「高高平等」各項施政工作執行成果。
5. 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。
6. 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。
7. 加強報導防治登革熱、MERS、禽流感、腸病毒各項措施及市民應注意事項相關新聞。
8. 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」、「獲行政院第13屆推動性別主流化金馨獎團體獎及特別事蹟獎」、「普設公共托嬰中心」、「無障礙宜居城市」、「高齡友善城市」、「護老交通安全專案」、「社區通學道」、「推動遊艇產業發展」、「高79線道路拓寬工程」、「橋頭典寶溪中崎橋改建工程」、「第65期市地重劃竣工」、「岡山區高28線道路拓寬」、「臨港線(翠亨南、北路延伸至平和東路)自行車道工程啟用」、「中都重劃區公2及公7開闢工程啟用」、「旗津生命紀念館啟用」、「林園金潭國小東側道路開闢工程 通車」、「梓平公園景觀改造工程啟用」、「設立路竹社會福利服務館」、「設立志願服務資源中心」…等軟硬體施政成果新聞。
9. 配合高雄市「高雄燈會藝術節」、「高雄過好年」、「內門宋江陣」、「大社三寶農特產觀光季」、「高雄海味豐收祭」、「客家六堆尖炮城」、「那瑪夏水蜜桃千人路跑」、「那瑪夏戀戀螢火蟲」、「布農族射耳祭」、「苓雅乞龜祈福文化節」、「大港埔觀光節」、「高雄鳳荔季」、「高雄鯪魚季」、「大社戰鼓神農豐盛季」、「端午龍舟賽」、「高雄玉荷包啤酒節」、「高通通藝術展」、「高雄春天藝術節」、「兒美館十周年館慶」、「草間彌生亞洲巡迴展」、「青春設計節」、「高美館21周年館慶」、「藝想樂園嘉年華」、「高雄馬拉松」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。