

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，輔導管理本市電影片映演業之電影分級，目前本市共計有 22 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，105 年 1 月至 6 月實施臨場查驗共計 99 家次，未發現違法情事。

(二) 錄影節目帶之輔導與管理

依據「兒童及少年福利與權益保障法」第 44 條、第 92 條及「出版品及錄影節目帶分級管理辦法」等相關規定管理錄影節目帶分級事宜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，105 年 1 月至 6 月查察共計 41 家次，未發現違法情事。

(三) 有線電視業之輔導與管理

1. 加強有線電視系統輔導管理，依據 105 年 1 月 6 日修正公布之「有線廣播電視法」，輔導本市有線電視系統業者播送之節目與廣告自律守法，截至 105 年 6 月止查獲 1 件違反有線廣播電視法第 35 條之行為，刻正就國家通訊傳播委員會之函釋進行後續裁處作業中。
2. 加強有線電視纜線之管理，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，105 年 1 月至 6 月共處理 156 件次（慶聯 48 件、港都 35 件、鳳信 29 件、南國 12 件、新高雄 32 件）。
3. 有線電視數位化及收視權益保障宣導，共 3 場，分別於 105 年 4 月 2 日及 4 月 9 日於「2016 高雄內門宋江陣」、6 月 10 日於「2016 高雄鳳荔季」活動現場進行有線電視數位化及收視權益保障宣導

(四) 公用頻道之排播及推展

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(港都新聞、鳳信新聞、南國新聞及新高雄新聞)於本市公用頻道排播，每日於 7:00 至 09:00、12:00 至 14:00、15:30 至 16:00、17:00 至 18:00、19:00 至 21:00 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。議會開議期間，均全程轉播部門質詢及總質詢問政實況。另總統、副總統暨立委選舉期間排播反賄選短片及轉播立委候選人政見發表會。
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。
針對本市市政軟硬體建設、文化、產業、觀光旅遊等活動，製作影音專題節目，並考量不同收視族群習慣，製播國、台語發音版本，截至 105 年 7 月共製作國語發音 237 集、

台語發音 101 集。

(3) 行銷在地特色休閒旅遊節目：

高雄 38 條通—105 年度製播 70 集節目，每集長度 30 分鐘。

玩客瘋高雄—105 年度製播 35 集節目，每集長度 30 分鐘。

(4) 105 年度地方衛教宣導節目：105 年度製播 12 集，每集長度 5 分鐘。

(5) 地方文化及人文節目：

2016 高雄內門宋江陣—初賽及決賽活動錄製共 8 小時。

好家在高雄—105 年度製播 20 集，每集長度 30 分鐘。

3. 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，於 6 月 8 日至 7 月 7 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，105 年 1 月至 6 月計剪輯報紙新聞資料逾 91,731 則、蒐集電視新聞摘要 17,203 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，105 年 1 月至 6 月共發布 370 則。於議會定期大會期間(105 年 5 月 18 日至 6 月 13 日)，成立議會小組發布新聞稿共 18 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 105 年高雄市政資訊電視廣告時段排播案，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 105 年度大型活動行銷短片 1 支，加強宣傳各局處大型節慶活動，包含高雄購物節、岡山燈會藝術節、高雄燈會藝術節、國際馬拉松、國際遊艇展、2016 高雄內門宋江陣等活動。

3. 辦理 105 年國際媒體行銷廣告案，透過國際電視頻道廣告、機場燈箱及飛航運輸工具廣告、網路媒體廣告、交通據點燈箱或電子看板，以香港澳門、東南亞、日本、韓國、與中國等亞洲地區為本案行銷區域，強化海外地區對高雄的認識，並延續「翻轉高雄」之城市形象，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 105 年高雄城市行銷短片製作及行銷事宜，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，並於高雄款臉書、推特、YOUTUBE、本市有線電視公用頻道、戶外電視牆、各大電視頻道播出宣傳。

5. 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. 辦理平面雜誌廣告刊登，行銷「高雄型農新勢力」主題。
2. 與平面媒體合作刊登「夏季旗津一日遊」廣編，邀請民眾至高雄旅遊。
3. 為展現本市產業轉型的方向與成果，與平面雜誌合作刊登廣告。
4. 運用遠見數位廣編主題：「輕軌遊高雄 看見不一樣的城市美景」行銷輕軌 C5~C8 通車，邀請民眾多搭乘，包括遠見每日報 App、電子報-熱門文章選文、FB 粉絲團-延伸閱讀發文。

(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宣傳帆布，進行城市行銷之宣導。

(四) 道路安全宣導

執行 105 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，相關宣傳列述如下：

1. 媒體宣傳

- (1) 運用高雄捷運車廂、燈箱、戶外帆布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，運用平面媒體的宣傳效益，倡導「兩段式向左，高雄更好轉」，呼籲市民騎機車應依規定兩段式左轉，以維護行車安全與秩序，有效減少交通意外事故。
- (3) 製播 105 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，宣導主題為「騎機車二段式左轉」、「不超速」等，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) 採購印製交通安全標語之「野餐墊」、「彈蓋保溫杯」道安宣導品，宣導不酒駕、機車安全等交通政策，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「不超速」、「機車二段式左轉」廣告，加強民眾正確駕駛觀念，減少交通事故。
- (6) 透過臉書、Line 不定期宣導及發布道安訊息，民眾隨時又快速在手機上即可接收道安相關資訊，並藉由非制式刻板的方式宣導道安觀念，更能在無形中將道安觀念深化民眾心中。
- (7) 藉由地方有線電視排播道安跑馬訊息，針對在地民眾加強宣導交通安全政策、觀念。
- (8) 結合各局處及社區活動進行道安設攤宣導，透過有獎徵答互動方式發送道安宣導品及摺頁，讓大家自然地瞭解交通規則，深受民眾喜愛，宣導對象包含社區民眾、長者青年朋友及一般社會大眾等多元族群。

(9) 運用戶外媒體刊掛交通安全宣導帆布，宣導「機車二段式左轉」，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。

2. 配合活動宣導：

配合各局處活動、深入社區進行道安宣導：配合 2016 高雄鳳荔季、2016 高雄國際馬拉松活動，進行道安設攤宣導，強化民眾正確道安觀念，並持續配合市府大型活動加強道安宣導，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. 協助市府各局處處理新聞媒體聯繫事宜，並透過即時新聞訊息揭露，提供民眾了解市政建設及政策。

(二) 國際媒體

國際媒體人員參訪本市或至本市拍攝時，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。本局協助外交部「105 年總統就職典禮國際記者採訪團」參訪高雄，共計 30 員於 5 月 21 日、22 日前往市立圖書總館、駁二藝術特區、打狗英國領事館文化園區、捷運美麗島站(光之穹頂)、國家體育館等地參訪。

六、網路新聞分析

為促進民眾對於本市各項建設與市政議題的瞭解，快速獲得相關市政資訊，針對新媒體如網路媒體、討論區、社群網站、部落格等進行新聞議題分析，並擬定相關之操作策略，透過網路行銷廣告等宣傳本府施政措施，強化市民對高雄建設之瞭解。

七、辦理城市行銷活動

(一) 2016「藝想嘉年華」

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. 「2016 藝想樂園嘉年華」活動，至今已第 6 年在高雄舉辦，於 3 月 26 日和 3 月 27 日在時代大道熱鬧登場，自下午 2 點半至 6 點止，舉辦花車大遊行，今年活動以「馬戲叢林森浪勢起」為構想，三座主花車分別為「里約狂歡」、「ogoh 森巴女郎」、「巴西先生」，載滿巴西森浪盡情搖擺，HIGH 翻高雄。另有「藝想聚落」，集結美加、巴西、峇里島、印度、台灣的原住民等一次感受 5 大國家文化市集與表演的豐富與多元性，讓所有市民朋友都感受到熱鬧繽紛的異國風情。

八、編印定期刊物，加強行銷高雄

(一) 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」電子期刊採每月發行，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，提供讀者認識高雄發展現況與願景，加強都市行銷，1月至6月共發行6期。

2. 將每2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，定期寄贈機關學校、駐外單位、全國圖書館等單位提供閱覽，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、藝文空間等定點，供民眾免費索閱。紙本刊物內容另轉成PDF電子書上傳本局官網供大眾閱覽，另於IOS版本itunes store上架高雄款電子書，擴大讀者接觸面。1月至6月共發行3期，每期印製2萬2千冊。
3. 《KH STYLE 高雄款》電子期刊每期均上傳以下網路合作平台：聯經電子報、聯合文學電子報、聯合文學雜誌官網、聯合文學臉書、中央社電子報、中時電子報、鉅亨網、高雄款臉書(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)。

(二) 發行「海洋首都高雄」中英文雙月刊

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，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，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、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、本市藝文場所(如文化中心、美術館等)、美國在台協會高雄分處、日本交流協會等駐台外事單位、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)。

九、網路行銷

(一) 高雄款臉書

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，截至105年6月底，粉絲人數已超過30萬2千餘人。

(二) 高雄市政府LINE

即時提供高雄市市政建設、藝文活動、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，截至105年6月底好友人數計62萬4千餘人。

十、加強高雄廣播電臺市政行銷功能

(一) 加強製播優良節目，落實高雄電臺服務功能

1. 製播優良精緻節目參加廣播金鐘獎競賽爭取榮譽。
2. 開放電臺參觀落實社區經營：
 - (1) 105年2月23日及3月1日內惟國小共5班150人參觀本臺。
 - (2) 105年4月28日三民高中廣播社30人參觀本臺。
3. 105年1月16日製播第14任總統副總統及第9屆立委選舉選情報導，報導高雄地區選舉開票結果。
4. 105年6月27日辦理擴大交通安全有獎徵答活動，宣揚交通安全觀念。
5. 配合高雄過好年、春安工作、2016高雄燈會藝術節、2016高雄內門宋江陣、2016高雄鳳荔季等活動或重要施政，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。
6. 與本府客委會、社會局、勞工局、環保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。
7. 分享頻道資源、廣結民間資源，持續徵選公益社團參與製播節目，105年1月—6月計有高雄市生命線協會、喜願協會、高雄市街友關懷協會、星星兒文教基金會、羅慧夫顏顏基金會及臺灣消保會等團體，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、外籍移工、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。
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105年6月27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三次定期大會「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「第十四任總統副總統暨第九屆立法委員選舉」各項選務工作，及製播選情報導節目，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. 加強報導高雄輕軌建設、海洋文化及流行音樂中心工程、亞洲新灣區建設等新聞。
7. 加強報導防汛、食品安全、消費安全、治安、交通安全、校園安全、公共安全、老屋健檢、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、腸病毒、茲卡病、流感各項措施及市民應注意事項相關新聞。
9. 報導「104 年度施政與財政考核全國第一」、「衛福部社福績效考核 3 度特優」、「動保評鑑全國第一」、「警政署治安督導評核高雄市獲評六都甲組第一」、「工程查核績效全國第一」、「2016 國家卓越建設獎高市府獲 16 項獎」、「高雄招商成果奪地方政府第一名」、「推動綠色交通運具」、「推動數位內容等新產業」、「陽光屋頂」、「屋頂立體綠化」、「推動婦女及生養孩子友善城市」、「普設公共托嬰中心」、「多元性別友善城市」、「無障礙宜居城市」、「高齡友善城市」、「殯葬服務業務革新」、「宗教活動友善環境」、「彌陀公園完工啟用」、「曹公圳第六期工程完工」、「阿公店森林公園完工啟用」、「旗山糖鐵故事館啟用」、「崗山之眼園區動土」、「永安滯洪池啟用」、「大魯閣草衙道開幕」、「溪洲排水抽水站完工啟用」、「佛陀紀念館景觀天橋啟用」、「原住民保留地權利回復」、「全國首例包租代管公共住宅完工啟用」…等軟硬體施政成果新聞。

10. 配合高雄市「2016 高雄燈會藝術節」、「高雄過好年」、「2016 高雄國際馬拉松」、「2016 高雄內門宋江陣」、「2016 高雄國際遊艇展」、「高雄乞龜祈福觀光節」、「客家六堆尖炮城」、「那瑪夏水蜜桃千人路跑」、「高雄鳳荔季」、「大社三寶農特產觀光季」、「端午龍舟賽」、「高雄春天藝術節」、「國際貨櫃藝術節」、「青春設計節」、「高雄漾藝術博覽會」、「2016 藝想樂園嘉年華」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。