

貳拾貳、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，106 年 1 月至 6 月實施臨場查驗共計 126 家次（含 106 年度 6 月 8 日至 6 月 26 日本府電影片映演業聯合查察），未發現違法情事。

(二) 出版品及錄影節目帶之輔導與管理

1. 查察平面媒體廣告是否違反「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」等相關規定之情事外，另加強違規廣告查察，106 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 18 件，經報社陳述意見後，依法核處 1 件新臺幣 5 萬元，其餘均無違反相關法令之情形。
2. 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，106 年 1 月至 6 月查察共計 33 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，106 年 1 月至 6 月查察本市 5 家有線電視共計 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，106 年 1 月至 6 月共處理 396 件次（慶聯 108 件、港都 93 件、鳳信 142 件、南國 37 件、新高雄 16 件）。
3. 有線電視數位化及收視權益保障宣導
 - (1) 印發有線電視數位化宣導傳單 7 萬份，並於 2017 內門宋江陣活動、2017 五月天「LIFE 人生無限公司」巡迴演唱會（高雄場）及慶聯有線電視公司「廟埕有影美」等 10 場活動現場設攤，辦理有線電視數位化及收視權益宣導。
 - (2) 持續督導系統業者辦理有線電視數位化、並逐區關閉類比訊號，分別於 106 年 2 月 21 日及 106 年 6 月 7 日至港都有線電視及鳳信有線電視關訊區域現勘，本市三民區、左營區、苓雅區、前鎮區及那瑪夏區共 5 區已全面提供數位訊號。

4. 輔導南國有線電視公司申請105年度國家通訊傳播委員會「促進有線廣播電視普及發展-普及服務區域建置」補助，辦理那瑪夏區有線電視網絡佈線工程，本工程於106年3月17日經NCC查驗通過，並於106年3月29日辦理那瑪夏區數位有線電視普及開播記者會，提供當地民眾更多收視選擇。

(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。市議會第2屆5次定期大會開議期間，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106年06月共製作國語發音256集、台語發音120集。
 - (3) 行銷在地特色休閒旅遊節目：
高雄38條通—106年度製播50集節目，每集長度30分鐘。
玩客瘋高雄—106年度製播35集節目，每集長度30分鐘。
 - (4) 地方文化及人文節目：2017高雄內門宋江陣—初賽及決賽活動共8小時。
3. 公用頻道行銷宣導：
利用各項社區聯歡活動、2017五月天演唱會、2017內門宋江陣活動現場設攤宣導公用頻道，歡迎民眾申請託播及收看。

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，106年1月至6月計剪輯網路即時新聞資料逾95,303則、蒐集電視新聞摘要17,105則。

(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，106年1月至6月共計發布333則。另於議會定期大會期間（106年3月24日至5月31日），成立議會小組發布新聞稿共23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106年高雄市政資訊電視廣告時段排播，透過電視時段購

置，安排高雄形象短片於全國電視頻道及時段託播，展現高雄城市形象，行銷本市優質生活環境、活力創意、觀光特色等國際宜居城市意象及在地認同。

2. 製播 106 年度大型活動行銷短片 3 支，加強宣傳各局處大型活動，包含高雄過好年、好漢玩字、高雄燈會、高雄馬拉松競賽、內門宋江陣、2017 大港花火、英雄聯盟六都爭霸賽電競活動、大崗山龍眼蜂蜜文化節、高雄吉祥物 PK 戰、左營萬年季、庄頭藝穗節、生態交通全球盛典等活動，藉由將各項具多元文化與特色慶典之活動畫面製成短片，並透過各式媒體播出，廣邀民眾參與，行銷高雄至全球各地。
3. 製作 106 年高雄城市行銷短片，以創新、精緻、富在地特色為原則；以高雄人文、美食、建設、地標等為發想，透過影像故事、創意的影像風格，呈現高雄獨特風貌，製作一支高畫質及多語版形象短片，呈現高雄形象魅力，於高雄款臉書、推特、YOUTUBE、公用頻道、戶外電視牆及各大電視頻道播出宣傳。

(二) 平面及網路媒體

1. 運用遠見數位廣編主題：高雄市長照 2.0 上路全區涵蓋、2017 全球交通生態盛典、宜居共享智慧城市，包括遠見每日報 App、遠見電子報-熱門文章選文、遠見 FB 粉絲團-延伸閱讀發文-2 分鐘影音。
2. 辦理「城市再造 2017 高雄新紀元」合作案，於天下雜誌刊登廣編稿，行銷高雄亞洲新灣區、生態交通全球慶典及高雄青年出頭天等主題，強化市政活動參與度與重大政策能見度。

(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. 運用戶外媒體刊掛道路交通安全宣導暨市政行銷宣傳帆布，強化民眾道安觀念，及行銷宣傳本市市政活動暨建設，主題包括「賀年迎春」、「道路交通安全-開車不酒駕」等。
3. 運用公車候車亭刊登市政行銷廣告，宣傳高雄城市形象與市政建設。

(四) 國際行銷

1. 106 年高雄市政府社群媒體網路行銷，"提升高雄城市形象、加強國外行銷，運用高雄市政府官方 twitter (@KaohsiungCity) 及 instagram (@Kaohsiung_City) 帳號，提升本市在國內外社群網路之能見度。
2. 辦理 106 年國際媒體行銷廣告時段，透過多元國際媒體行銷管道宣傳，包含國際電視頻道廣告、網路媒體廣告、東南亞交通據點燈箱或電子看板，進行城市規劃、公共建設、自然生態、人文藝術等宜居城市風貌行銷。

(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) 運用平面媒體宣傳「開車不酒 幸福久久」、「酒後代駕專線」，呼籲酒後勿開車，酒後請叫車或搭乘大眾運輸工具。
- (2) 製播 106 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「自行車交通安全」、「酒駕防制」、「大型車交通安全」、「高齡者交通安全」、「不併排停車」、「速度管理」、「機車安全」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。
- (3) 採購「零錢包」、「鉛筆盒」等道安宣導品，宣導不超速、機車戴安全帽等主題，適時於宣導活動贈送參與民眾，強化道安觀念。
- (4) 透過臉書、Line 不定期宣導及發布道安訊息，民眾可隨時又快速在手機上接收道安相關資訊，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。
- (5) 藉由地方有線電視排播道安短片及跑馬訊息，針對在地民眾加強宣導交通安全，建立民眾正確道安觀念。

2. 配合活動宣傳

配合市府大型活動如 2017 內門宋江陣活動及五月天演唱會等，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，強化民眾正確道安觀念，藉由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

拍攝本市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、建置「好理災-災害數據網路平台」

有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，為建立市府災情資料單一窗口，新聞局跨局處合作，於今年 6 月完成建置「好理災-災害數據網路平台」，領先全國首創災情統計數據視覺圖像化，便利民眾一目了然災情現況。

「好理災」將於應變中心及水情中心開設期間、或市長指示需要公開災情之時，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包括停水停電、路樹倒塌、積水災情、道路復原、死傷及撤離人數、農漁損統計等，並結合 Google Maps 呈現封橋封路、封鎖警戒區、臨時停車地點與收容所情形等，另設有停班課與重大資訊專區，即時提供重要民生資訊。網站也會保存每次災害統計資料，置於歷年災害專區，以利災防或學術單位進行研究分析，作為未來減災防災之因應策略擬定參考。

六、媒體公共關係

(一) 國內媒體

1. 配合市府各局處大型活動的舉辦，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. 協助市府各局處新聞媒體聯繫作業，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6月23日協助安排「尼加拉瓜第13頻道」拍攝本市市政建設，包括駁二藝術特區、輕軌、捷運等。

七、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。

八、辦理城市行銷活動

(一) 行政協助「2017五月天LIFE人生無限公司」巡迴演唱會

1. 由本府與相信音樂國際股份有限公司共同主辦，新聞局擔任窗口，提供活動相關之行政協助。
2. 五月天為臺灣知名樂團，今年逢成軍20周年，推出全新世界巡迴演唱會「LIFE人生無限公司」，首站於106年3月18日至21日假本市世運主場館登場，4場演唱會吸引約20萬人共襄盛舉。

(二) 「高雄吉祥物PK戰3.0海外大進擊」系列活動

1. 吉祥物至總統官邸關懷弱勢小朋友：106年5月20日總統府邀請小朋友至總統官邸，規劃台北世大運、桃園市及本市吉祥物到場表演同歡。本局邀集花媽偶、高通通、高雄熊以及高雄五寶等8隻吉祥物現場表演，並分送小禮物。
2. 國際性活動：今年第三屆吉祥物PK戰升級3.0版，可愛的高雄吉祥物將主動出擊結交海外「萌」友，規劃兩場國際性活動。
 - (1) 包括8月4日至6日，花媽偶（新聞局）、高通通（農業局）、高雄熊（觀光局）、高雄五寶（海洋局）、內門小將（內門區公所）、哈比（高雄捷運）等高雄特色吉祥物首次前進海外，參加日本八王子祭表演，海外行銷高雄觀光、農漁特產等特色。
 - (2) 10月1日配合「生態交通全球盛典」舉行期間，辦理吉祥物闖關PK戰，以綠能運具的概念設計闖關遊戲，讓高雄及海外吉祥物同台比拼魅力，吉祥物也化身綠色交通大使，透過PK遊戲讓大家認識低碳運具。

(三) 高雄款分享會

在台北及台中知名書店各辦理1場特色分享會（4/22台北場—高雄回憶之旅；6/24台中場—高雄美食紀行），號召高雄人以及喜愛高雄、對高雄有興趣的民眾，邀請知名作家分享高雄記憶與美食，一起閱讀、認識高雄生活風格，希望透過《高雄款》讓大家看到高雄的城市特質、形式與細膩，共同體驗來自高雄的文化厚度。

（四）辦理移工文學獎

移民工文學獎是以新住民與移工為參與對象的文學獎，由四方報創辦人張正等於2013年發起，徵求在台（或曾經在台）生活之新移民、移工、及新住民子女，以越南文、泰文、印尼文、菲律賓文等文字書寫，今（2017）年首次移師高雄舉辦，讓市民對東南亞社群的文化有更多的瞭解與包容，提升高雄多元文化發展的城市精神。「第四屆移民工文學獎」於3月19日在高雄市立圖書館總館舉辦記者會，5月21日在三餘書局舉辦座談會。

九、編印定期刊物，加強行銷高雄

（一）企劃發行「高雄款」電子期刊及印製紙本定期刊物，建置於新聞局官網，並運用多元管道行銷推廣。

1. 《高雄款》電子期刊企劃發行

（1）《高雄款》電子期刊每月發行，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。106年1月至6月共發行6期電子期刊。

（2）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）。

（3）其他行銷：寄送父親節及中秋節電子節慶賀卡。

2. 《高雄款》期刊編印

（1）將每2期《高雄款》電子期刊內容，擇其精華再編輯成紙本刊物，每雙月發行1期，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、藝文空間等共約160個定點，供民眾免費索閱，106年1月-6月共發行3期。

（2）製作《高雄款》雙月刊電子書上傳新聞局網站，提供民眾線上閱讀。

3. 運用社群媒體行銷推廣《高雄款》電子及紙本期刊

透過「高雄款Facebook粉絲專頁」、「高雄市政府LINE官方帳號」，不定期分享期刊內容及連結。

（二）發行《KH Style》英文雙月刊

1. 刊物報導內容

以英文報導高雄城市交流、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，期讓讀者了解高雄多元豐

- 富的面貌。
2. 發行方式
每雙月發行，106年上半年共發行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、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117處地點，提供民眾免費索閱。
 3. 每期上傳網路合作平台：聯合新聞網及新聞局網站，提供線上閱覽。

十、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、登革熱防疫訊息等，截至106年6月底，粉絲人數已超過31萬5千餘人。

（二）高雄市政府 LINE

即時提供市政建設、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106年6月底好友人數計71萬7千餘人。

（三）市政影音專題節目上傳

定期上傳「幸福高雄」影音專題節目至youtube，截至106年6月底共上傳38集、CF上傳8支，強化市府施政成果的行銷宣傳效益。

十一、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) 106.01.17 河堤國小一年級27人參觀。
 - (2) 106.04.11 鳳西國中三年級參觀。
 - (3) 106.04.25 內惟國小三年級2班參觀。
 - (4) 106.05.04 內惟國小三年級3班參觀。
3. 辦理「2017高雄廣播節活動」以創新方式行銷市政，延續2016高雄廣播節活動熱情，今年將回歸「喚回曾經的美好--重現廣播溫暖陪伴」的廣播「聆聽」本質，以廣播歷史文物展及各電臺文物、文宣展出的方式辦理，活動預計11月中旬於市府中庭舉行。
4. 106.6.27 辦理「夏日健康輕食講座」，開放聽友報名，由五星級飯店主廚陳鏡謙講解示範健康輕食及品嚐。
5. 節目製播多元化
 - (1) 為關懷弱勢族群，製播關懷身心障礙、同志議題、新移民

- (印語及越語)、外籍移工(菲、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520集。
- (2) 與客委會、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，1至6月共130集。
 - (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6個社團參與製播26集節目，成功為弱勢團體發聲，節目收聽族群深入各界社團，合作社團如下：愛盲基金會、失智症協會、惠光導盲犬協會、天使心家族社會福利基金會、無障礙協會、兒福聯盟及安德烈慈善協會等。
 - (4) 配合高雄過好年、春安工作、2017高雄燈會藝術節、內門宋江陣、鳳荔文化節及高雄春天藝術節等活動或重要施政，製播專訪及全節目配合口播等，全方位報導行銷本府大型活動。
 - (5) 營造多語學習環境，每日聯播半小時英國國家廣播公司(BBC)新聞節目，為南台灣唯一播送該節目之公營電台。另與國立高雄第一科技大學合作製播「打狗英語通」節目，週一至週五播出；與永漢日語合作製播「三分鐘日語」節目，提供多元語言學習環境，1至6月各製播130集，共計製播260集，對深化聽眾外語甚有助益。
 - (6) 每日製播170分鐘古典音樂節目，提供南台灣民眾獨特、深度之聽覺享受。
 - (7) 落實頻道資源共享，開闢「發現高屏」及「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。另為擴大民眾生活訊息提供，與高美館、高雄電影館、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、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。
 - (8) 錄製4集「高雄百寶箱」節目單元多元化宣導市政措施。
 - (9) 因應豪雨來襲作為：
601豪雨(6月1日起至4日)及615豪雨(6月12日至18日)立即於高雄電臺各節目口播並密集插播防災宣傳帶，內容含雨天行車安全、即時路況、疏導排水孔、領沙包防淹水救助撥打1999、停班停課、豪雨開放臨時停車場、高雄防災通即時查詢系統…等。
6. 106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。
7. 加強道路交通安全宣導
1月至6月製播26集交通安全專屬節目外，每日於交通尖峰時段4次與交通大隊即時交通路況連線報導，並辦理二次大規模交通安全有獎徵答活動宣揚交通安全觀念，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。
8. 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4個新聞時段報導高雄市重要市政工作及在地新聞，提供市民切身相關的高雄市政新聞。
2. 全程實況轉播高雄市議會第2屆第5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」、「高雄943特派員」、「高雄傳真」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. 加強報導高雄輕軌建設、捷運黃線、前瞻基礎建設計畫、高雄海音中心建設等新聞。
5. 加強報導防汛、防災、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。
6. 加強報導防治登革熱、腸病毒、茲卡病、流感、禽流感各項措施及市民應注意事項相關新聞。
7. 報導「高雄市與熊本市締結共同友好城市」、「高市與日本栃木縣簽署友好合作備忘錄」、「105年度市區道路養護管理暨人行環境無障礙考評高市獲道路養護第一名」、「高市寬頻佈纜全國第一名」、「內政部營建署無障礙評比高市特優」、「全國公寓大廈業務中央考核高雄特優」、「2017建築園冶獎 工務局獲4大獎」、「高市府第六年獲財政部私劣菸酒查緝考核優等」、「高雄連二年獲頒招商卓越獎」、「輕軌C8-C12履勘通過」、「推動校園計程車共乘」、「總統府南部辦公室啟用」、「九曲堂鐵道綠園啟用」、「體感科技園區落腳亞灣VR業者響應投資高雄」、「推動高雄厝節能永續綠建築」、「高市毒品防制事務基金會籌備處揭牌」、「高雄市首家智能照護日照中心揭牌」、「全台首艘綠色渡輪及新造躉船啟用」、「環狀輕軌第二階段動土」、「高市道路挖掘管理中心成立」、「高市首座自行車立體停車場啟用」、「市府加速推動鐵路景觀園道」…等軟硬體施政成果及施政方針新聞。
8. 配合高雄市「大社三寶觀光季」、「生態交通盛典在高雄」、「2017高雄會展論壇」、「國際港灣城市論壇」、「高雄過好年」、「2017高雄燈會」、「樂活熊城市嘉年華」、「2017大港花火秀」、「高雄國際馬拉松」、「228草地音樂會」、「拉阿魯哇族聖貝祭」、「內門宋江陣頭」、「大港自造光節」、「女人.女能影展」、「第四屆移民工文

學獎」、「大港開唱」、「青春設計節」、「龍舟賽」、「來高雄甜 meet 一夏」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。