

# 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 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，106 年 7 月至 12 月實施臨場查驗共計 113 家次，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 7 月至 12 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 12 件，經報社陳述意見後，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 7 月至 12 月查察共計 80 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 7 月至 12 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 7 月至 12 月共處理 289 件次（慶聯 96 件、港都 69 件、鳳信 64 件、南國 44 件、新高雄 8 件，同時反映 2 家以上有線電視業者 8 件）。
3. 有線電視數位化及收視權益保障宣導

(1) 於南國有線電視 FOX SPORT2、好萊塢電影台、緯來戲劇台、Discovery、旅遊生活、動物星球、國家地理、AXN 西片、Z 頻道、霹靂衛視、中天娛樂及緯來育樂等共 12 個頻道，刊播 30 秒有線電視數位化宣導短片，共 3,222 次檔次，並於本市紅 71、8012、8021、8023、8025、8028、8029、8032、8033、8035、8041、8042、8043 及 8049 等 14 條路線刊登有線電視數位化全版公車車體廣告，以強化有線電視數位化宣導。

(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。慶聯有線電視、港都有線電視及鳳信有線電視，已於 106 年 9 月 13 日、106 年 8 月 4 日及 106 年 10 月 22 日全面關閉類

比訊號，南國有線電視於106年12月止，亦於岡山、美濃、六龜、桃源、那瑪夏、路竹、阿蓮、田寮等8區全面數位供訊。

4. 106年12月18日召開有線廣播電視系統費率審議委員會第1、2次會議，決議本市5家有線電視業者107年度收視費用上限，增加半年繳及年繳等長繳期訂戶折扣優惠，並要求各線電視業者充分揭露消費資訊、投入公益回饋社會，並規劃分組付費方案。

#### (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6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12月共製作國語發音263集、台語發音127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—初賽及決賽共8小時。
3. 公用頻道行銷宣導：利用本市社區聯歡活動、大寮紅豆節、情覓橋頭文化藝術活動及大崗山龍眼花蜜文化節，於現場設攤宣導公用頻道，歡迎民眾申請託播影片及收看。

## 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7月至12月計剪輯網路即時新聞資料逾89,835則、蒐集電視新聞摘要19,792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7月至12月共計發布408則。另於議會定期大會期間(106年9月27日至12月14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) 記者會舉辦：

配合本府重大政策或事件召開記者會，106年7月至12月共計召

開2場次，摘述如下：

1. 8月1日舉辦氣爆三周年記者會，說明善款運用情形，並感謝社會各界一路援助相伴，給予受苦的朋友勇氣與力量，幫助高雄重新站起。
2. 12月25日舉辦市長就職周年記者會，宣告堅守財政紀律，成功達成23年來首度零舉債，務實帶領高雄繼續前進。

### 三、辦理媒體行銷

#### (一) 電子媒體

1. 辦理106年高雄市政活動廣告短片攝製，並透過電視時段購置，安排高雄形象短片於全國電視頻道時段託播，展現城市繽紛活力，行銷本市優質生活環境、文化創意、觀光特色等國際宜居城市意象。
2. 製播106年度大型活動行銷短片1支，加強宣傳各局處大型活動，包含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，並透過多元媒體平台播出，廣邀民眾參與，行銷高雄。
3. 製作106年高雄城市行銷短片「驚艷是高雄」，以實景拍攝結合動畫方式呈現城市獨特風貌，搭配六種語版(中、英、日、韓、泰及越語)透過多元媒宣管道播放，傳達高雄各項軟硬體建設成果，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。
4. 製播「2017生態交通全球盛典」行銷短片，透過全國電視時段購置，傳達綠能及環境永續關鍵時刻，高雄願意接軌世界、面向挑戰，高雄要為台灣率先跨出綠色運輸、永續發展的脚步，展現在高雄，看見了未來的可能，也看見了宜居的希望。

#### (二) 平面及網路媒體

1. 運用遠見數位廣編主題，如高雄市長照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、驚艷是高雄暨〈孤獨星球〉2018十大最佳旅遊城市等，露出平台包括遠見每日報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. 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、生態交通全球盛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。
3. 運用網際網路宣導「水岸輕軌全線通車」案。採購網路廣告橫幅連結輕軌短片，讓民眾瞭解本市努力朝生態永續、多樣性的交通型態發展，委託NOWnews今日新聞、風傳媒、新頭殼newtalk、ETtoday東森新聞雲、上報、台灣好新聞報及中央社等7家網路媒體露出。
4. 運用網際網路宣導「輕軌收費」案。利用網路廣告橫幅，讓全國民眾瞭解相關收費訊息，於NOWnews今日新聞、新頭殼newtalk、ETNEWS東森新聞雲、上報、及台灣好新聞報等5家網路媒體露出。
5. 聯合報「夏季旅遊專刊」廣告：為推廣夏日高雄旅遊資訊，增進本

市觀光經濟效益，運用聯合報刊登夏季旅遊專刊平面廣告。

6. 「十全路通車」平面廣告案：運用自由時報、中國時報、聯合報、蘋果日報、民眾日報、臺灣時報等 6 家媒體刊登廣告。
7. 「冬季大眾運輸免費措施」平面媒體宣傳案：為鼓勵民眾冬季搭乘大眾運輸並維持空氣品質，運用自由時報、中國時報、聯合報、蘋果日報，新新聞雜誌、鏡傳媒等 16 家媒體刊登平面廣告。

### (三) 多元媒宣

1. 運用台鐵高雄站跨站長廊文化棧道刊掛「高雄款」主題燈箱廣告，進行市政活動宣傳。
2. 配合本市籌辦「生態交通全球盛點」，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。
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. 推特 Twitter(@KaohsiungCity)帳號成功行銷高雄：106 年促成高雄市成為全球最權威旅遊指南孤獨星球(Lonely Planet)推薦最佳旅遊城市第 5 名。
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) 拍攝「戴安全帽」及「速度管理」宣導短片，於全國電視、網路、多媒體電視(7月至11、全家、高雄捷運、屈臣氏電視)等排播，強化民眾正確交通安全觀念。
- (3) 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，宣導主題包括「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。
- (4) 購置「保溫瓶」、「LED 小枱燈」、「藍芽喇叭」、「貓尺」等道安宣導品，宣導大型車交通安全、不酒駕、拒當低頭族等主題，適時於宣導活動贈送參與民眾，強化道安觀念。
- (5) 運用高雄市公車刊登「大型車交通安全」車體廣告，公車路線行經商圈、市場、影城、百貨公司、大賣場、醫院、社區等人潮眾多之路線，藉由公車移動式特性，加強道安宣導，提高宣導

效益，共計 20 條路線 40 面。

- (6) 透過臉書、Line 不定期宣導及發布道安訊息，民眾可隨時又快速利用手機接收道安相關資訊，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) 藉由本市有線電視公用頻道(CH3)排播道安短片及露出跑馬訊息，針對市民加強宣導交通安全，建立正確道安觀念。
- (8) 運用 NOWnews 今日新聞、台灣好新聞報、風傳媒、新頭殼 newtalk、ETtoday 東森新聞雲、信傳媒及上報等 7 家網路媒體廣告橫幅，連結「戴安全帽」道安短片，達到宣導道安觀念效果。
- (9) 辦理網際網路宣導交通安全短片「速度管理」篇，運用風傳媒、ETtoday 東森雲、上報、新頭殼及中央社等露出，宣導正確道安觀念。
- (10) 本市致力推展低碳環保政策，透過舉辦「2017 生態交通全球盛典」，選定最開發早的哈瑪星，做為生態交通示範區，運用自由時報等 15 家媒體刊登平面廣告，以期同時達到交通安全宣傳和提升公共運具搭乘率的雙重功效。
- (11) 運用警廣高雄台、港都電臺、鳳鳴電臺、金聲電臺、下港之聲、快樂電臺、中廣、高屏電臺、飛碟聯播網、正聲電臺、民生之聲、成功電臺及主人電臺等 13 家廣播媒體，播出大客車安全之「道路交通安全」廣告。

## 2. 配合活動宣傳

配合市府大型活動如左營萬年季、大崗山龍眼蜂蜜文化節、橋頭巡禮、大寮紅豆節及 2017 土地開發成果暨行銷標售地音樂會等活動，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，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」配合災害應變中心開設期間、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，除持續維運好理災網站，並因應資訊科技發展及災害多元化，適時擴充網站功能。

## 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，強化媒體即時新聞露出供民眾了解。

### (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。

1. 8月31日協助外交部日本媒體團拜會本府及參訪。
2. 9月24日協助外交部印度電視隊「新聞國」、馬來西亞電視隊「首要媒體集團」拍攝本市輕軌、駁二等市政建設。
3. 12月7日協助外交部中東政經記者團參訪。

## 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) 「高雄吉祥物PK戰3.0海外大進擊」系列活動

1. 活動內容：106年吉祥物結合「2017生態交通全球盛典」走向國際化，包括兩場國際性活動：

(1) 海外大進擊：106年8月5-6日由花媽偶（新聞局）領軍率領高通通（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10隻具高雄特色的吉祥物前進海外，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，並邀請海外吉祥物到高雄參加「生態交通全球盛典」及吉祥物闖關PK戰。此外，透過新聞局「高雄款」臉書跨海直播。

(2) 闖關PK戰：106年10月1日辦理台日吉祥物首次對決，邀請日本知名吉祥物飯糰丸、蘋果君、蕎麥弟跨海參加，並與花媽偶率領的21隻高雄特色吉祥物、105年全台PK戰人氣王與公僕組亞軍的「丫桃&園哥」，一起挑戰以綠能運具概念設計的闖關遊戲。吉祥物化身綠色大使，透過PK遊戲讓大家認識低碳運具。「高雄款」臉書、YouTube同步直播。

2. 活動效益：兩場國際性活動共吸引約155萬觀賞人次（含活動現場網路）參與，其中8月日本八王子祭表演，網路觀賞人次近94萬；10月台日吉祥物闖關PK戰，吸引超過61萬人次觀賞。媒體曝光度高，包含日本媒體4則及台灣媒體66則，共計70則相關報導，總效益近800萬元。

(二) 結合民間資源辦理活動

如「2017 第九屆 7 月至 ELEVEN 高雄啤酒節」、「英雄聯盟」2017 六都電競爭霸戰」、「2017 OPEN! 大氣球遊行暨 OPEN! RUN 路跑活動」、「2018 愛·Sharing 高雄夢時代跨年派對」、「2018 漫遊星空草街道跨年」、「『2018 紫耀義大 義享就樂』音樂藝術跨年煙火秀」等。

(三) 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，106 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 日在高雄市立圖書總館舉辦記者會，5 月 21 日在三餘書局舉辦座談會，10 月 1 日在高雄捷運美麗島站-光之穹頂舉辦頒獎典禮。

## 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，除建置於新聞局官網，並運用多元管道行銷推廣。

1. 「高雄款」電子期刊企劃發行

「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 7 月至 12 月共發行 6 期電子期刊。

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「高雄款」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 270 個定點，供民眾免費索閱；106 年 7 月至 12 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. 透過數位平台行銷出版品

本局網站提供「高雄款」電子書及電子期刊訂閱，並於中時電子報、聯合電子報、中央通訊社等合作媒體網站上提供閱覽，且不定期透過高雄款 Facebook 粉絲專頁、高雄市政府 LINE 官方帳號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、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，及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：聯合電子報及新聞局網站，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107年1月底，粉絲人數已超過32萬人。

### （二）高雄市政府官方LINE帳號

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107年1月底好友人數超過77萬4千人。

### （三）市政影音專題節目上傳網路平台

定期上傳「幸福高雄」影音專題節目至youtube，截至106年度1月至12月共上傳13集(共73則專題)、CF上傳11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，榮獲兒童節目主持人獎入圍之肯定。
2. 辦理「2017高雄廣播節」活動，運用創新方式行銷市政，以「喚回曾經的美好—重現廣播溫暖陪伴」的廣播「聆聽」本質為主軸，辦理廣播文物展、二場廣播名人講座及我是DJ體驗等活動：
  - （1）11月4日及11日分別邀請DJ吳興宗及留聲機收藏家林本博辦理廣播講座。
  - （2）11月13-17日於四維行政中心中庭辦理廣播文物展，共展出95件廣播文物，144張黑膠唱片，17家在地電臺參展，計吸引5,300人次參觀。
  - （3）文物展出期間同步辦理9場次「我是DJ體驗」活動，另於各電臺頻道進行「DJ相見歡活動」，透過民眾親身體驗及各電臺頻道大力行銷，行銷城市能見度。
3. 106年12月19日辦理全日現場節目交通安全call in有獎徵答

活動，聽眾反應熱烈，寓教於樂的廣播互動方式，宣導交通安全知識。

4. 7月14日及21日協辦行政院南部聯合服務中心舉辦之「聲動時客-客語廣播營」二梯次。

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，7月至12月共製播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，7月至12月共製播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，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：捐血中心、高雄市道路交通安全促進會、高雄市腦性麻痺協會、犯罪被害人保護協會、平安基金會及弘道基金會等。

(4) 配合大氣球遊行、烏魚文化節、跨年晚會、高雄過好年、春安工作、2017吉祥物PK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，7月至12月各製播130集，共計製播260集，對強化聽眾外語能力甚有助益。

(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12集「高雄百寶箱」節目單元，多元化宣導市政措施。

(9) 因應颱風來襲作為：

尼莎颱風延長播音3日(7月29-31日)及天鴿颱風延長播音1日(8月22日)，於高雄電臺各節目口播並密集插播防災宣傳帶，內容含颱風動態、風雨天行車安全、即時路況、救災即時訊息、疏導排水孔、領沙包防淹水、救助撥打1999、停班停課開放臨時停車場、高雄防災通即時查詢系統…等。

6. 擴大市政服務層面，11月9日至12月1日全程實況轉播高雄市議會市政總質詢。

7. 加強道路交通安全宣導

7月至12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. 平日開闢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，106年7月至12月報導逾1,600則。(另，每日聯播公視中午12時中晝新聞、19時晚間新聞，提供國內外新聞，滿足聽眾多元、平衡獲取新聞之需求。)
2. 全程實況轉播高雄市議會第2屆第6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，增進民眾對市府及議會之瞭解，106年7月至12月報導逾120則。
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、衛武營國家藝術文化中心、柴山滯洪公園建設等新聞。
5. 加強報導防汛、防災、防空污、戲水安全、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. 報導高雄市軟硬體施政成果及施政方針新聞。如：「高市傳統市場與韓國釜山草梁傳統市場簽署合作備忘錄」、「高雄市毒品防制事務基金會成立」、「高市苓雅區社區健康營造計畫啟動」、「高市高齡整合長照中心動土」、「高市橋頭日照中心揭牌」、「高雄市探索學校成立滿週年」、「台商總會年會移師高雄」、「輕軌第一階段全線通車」、「氣爆重傷者和解啟動」、「楠梓第72期市地重劃工程完工通車」、「高市汗水建設評鑑蟬聯全國第一」、「柴山滯洪公園獲第17屆公共工程金質獎」、「高市毒品防制局掛牌成立」、「高市身心障礙友善商家新增44家」、「高市汰舊烏賊車全國雙料冠軍」、「高市消防局救災救護指揮獲全國第一」、「高市府工程金質獎雙料第一」…等。
8. 配合高雄市重要城市特色行銷、藝文活動，加強相關新聞採訪並製播專題深入報導。如：「義大世界跨年煙火秀」、「高雄夢時代跨

年派對」、「大氣球遊行」、「2017阿燕寮之戀」、「總鋪師古早味辦桌」、「2017高雄設計節」、「大寮紅豆節」、「幸福三太子」、「高雄國際食品展」、「高雄遊戲週」、「高市橋頭區糖之戀-橋頭巡禮」、「彌陀港虱目魚文化節」、「左營萬年季」、「月世界柚香音樂會」、「Running 筭路跑」、「大崗山龍眼蜂蜜文化節」、「高雄市聯合豐年祭」、「2017庄頭藝穗節」、「紫蝶伴舞茂林路跑」、「黑沙玩藝節」、「原民藝術節」…等。