

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. 依據電影法相關規定，督導電影片映演業確實依法貫徹執行電影分級制度，107 年 1 月至 6 月實施臨場查驗共計 112 家次（含 107 年度 5 月 29 日至 6 月 14 日本府電影片映演業聯合查察），1 家違反電影法相關規定，經業者陳述意見後，依法核處新臺幣 6 萬元。

(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，107 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 19 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。107 年 1 月至 6 月查察共計 26 家次，未發現違法情事。

(三) 有線電視業之輔導與管理

1. 依據 105 年 1 月 6 日修正公布之「有線廣播電視法」，加強輔導管理本市有線電視系統業者，播送節目與廣告應自律守法。107 年 1 月至 6 月查察本市 5 家有線電視系統共計 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，107 年 1 月至 6 月共處理 146 件次（慶聯 48 件、港都 38 件、鳳信 26 件、南國 24 件、新高雄 7 件，同時反映 2 家以上有線電視業者 3 件）。
3. 有線電視數位化及收視權益保障宣導
 - (1) 配合國家通訊傳播委員會政策，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，於 107 年 3 月 28 日達成「本市有線電視全面數位化」之目標。
 - (2) 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。
 - (3) 107 年 1 月 25 日辦理「107 年度有線電視及九太科技優惠低收

入戶、弱勢族群收視」頒獎典禮暨記者會，表揚本市5家有線電視業者及九太科技提供低收入戶及養護中心等團體收視費用優惠之公益事蹟。

(4) 107年3月11日「節能減碳·健康滿點·活力有氧」活動，辦理數位有線電視權益保障宣導。

(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，提供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7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. 公用頻道節目內容多元：

(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107年6月共製作國語發音268集、台語發音132集。

(3) 行銷在地特色休閒旅遊節目：

高雄38條通—107年度預計製播50集節目，每集長度30分鐘。

玩客瘋高雄—107年度預計製播35集節目，每集長度30分鐘。

高雄內門宋江陣地方文化節目—107年製播主題活動及周邊活動節目帶各1集，長度各為3小時及1小時。

(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。

(5) 災害防救短片：107年預計製播15集（每集3分鐘，國、台語版）及1集30分鐘之短片精華（國、台語版）。

3. 公用頻道行銷宣導：利用本市節慶或社區，如2018內門宋江陣、高雄市前鎮區幸福興東社區發展協會、高雄市婦女健康關懷協會，於現場活動設攤宣導公用頻道，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。107年1月至6月計剪輯網路即時新聞資料逾67,507則、蒐集電視新聞摘要18,627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，107年1月至6月共計發布383

則。另於議會定期大會期間（107年3月13日至5月21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，107年5月針對103年發生「八一氣爆」案件後續處理，計召開2場次記者會，摘述如下：

1. 5月7日與本府法制局合辦，召開重傷者和解執行成果記者會，說明本府與華運、榮化推動三方和解之具體成果，宣告和解工作階段性告終，允諾市府關懷陪伴不停歇，並感謝自救會和各方的支持包容，期許意外永不發生。
2. 5月11日召開「三方協議和解法院判決誤解」記者會，針對法院判決結果予以澄清，向各界說明高雄市政府非案件訴訟當事人，並無管道能提供完整的和解資料，倘法院需本府提供相關數據與和解資料，義不容辭。

三、辦理媒體行銷

(一) 電子媒體

1. 為強化行銷高雄重大軟硬體建設、落實交通安全觀念及重大國際活動，規劃運用全國性電視頻道通路，排播年度大型活動或道路交通安全宣導短片，並透過標語提醒民眾多運用大眾運輸工具參與本市活動。
2. 製作107年度大型活動行銷短片3支，包括2018台灣國際遊艇展在高雄、孤獨星球最佳旅遊城市及城市形象宣傳短片，並透過多元媒宣管道露出，廣邀民眾參與、行銷高雄。
3. 規劃製作107年高雄款2.0城市形象廣告短片，型塑市政建設與美學質感兼具的城市意象，並於高雄款臉書、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「高雄市城市轉型4000天紀錄影片」，回顧12年高雄軟硬體建設的蛻變，如生態環境、整治河川、建構大眾運輸系統、產業升級等，紀錄高雄12年來重大事件發生的始末及城市轉型成果。
5. 辦理「都市水肺～滯洪池 宣傳短片製作」案，宣傳本府致力打造海綿城市，系統性地整治河川，改善水質，並加強排水防洪，尤其在滯洪池的建設更是率全國之先。短片並運用新聞局所轄影音通路播放，使市民瞭解高雄水利建設成果。
6. 製作「棧貳庫-旗津渡輪新航線」宣傳廣告短片，以強化宣傳「棧貳庫」；該歷史建築於本（107）年3月底開幕，針對自由行背包客推薦高雄觀光新航線、新景點、新玩法，提供民眾於夏季旅遊參考並於高雄款臉書、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. 運用雜誌、報紙等平面通路，透過專輯廣告企劃，以兼具深度與廣度之方式，加強宣導本市各項施政建設成果與觀光旅遊景點，主

題如下：

- (1) 水利建設成果：行銷本市將於年底達成 15 座滯洪池、326 萬噸的滯洪量，成為全國之最，並強化宜居、永續的城市意象，呈現各項水利建設成果。
 - (2) 幸福科技城市：行銷本市科技幸福城市的意象，藉著報導與影音強化市民及閱聽者的認同，並製播東南亞留學生看高雄影片，展現高雄是一個友善外籍學生的城市，也是具多元文化包容的城市。
 - (3) 新春旅遊介紹：配合高雄新地標崗山之眼於年初開幕，與平面通路合作介紹崗山之眼與周邊旅遊景點，提供民眾春節假期旅遊指南。
 - (4) 太陽能光電：配合 4 月 22 日世界地球日議題，行銷本市友善環境的施政成果，並喚起大眾環保意識、愛護地球。
 - (5) 夏季旅遊介紹：因應暑期將屆，規劃製作平面廣編行銷棧貳庫與旗津新航線遊程，提供民眾夏遊高雄新選擇。
 - (6) 1999 高雄萬事通：透過 12 家平面媒體，宣傳 1999 市民服務專線的服務內容與項目，及開辦 10 周年來的成就，強化市民對 1999 的瞭解與認同。
 - (7) 辦理「邁向海綿城市 高市建 15 座滯洪池」和「污水下水道接管率增 15% 高雄連兩年優等」等水利建設成果，並製作連結 QRcode，將影音嵌入廣編之中，運用網際網路無遠弗屆之傳播力及滲透力，讓市民得以運用數位或行動載具瞭解高雄水利建設成果。
2. 考量網際網路無遠弗屆之影響力，規劃運用 banner 廣告通路，行銷本市重大施政成果，強化資訊能見度，行銷主題包括：
- (1) 長照 2.0 政策：讓更多民眾了解長照 2.0，瞭解本市關心且照顧長者的用心，並善用本府所提供安心、安全、健康照顧的資源，使長者獲得妥善的長期照顧服務。
 - (2) 台灣國際遊艇展：運用網際網路 banner 通路，強化活動能見度。

(三) 多元媒宣

1. 運用臺鐵高雄站跨站文化棧道 7 座燈箱廣告，以「速度的高雄」為主題，以提升高雄城市形象，擴大市政建設、活動行銷宣傳。
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。
3. 辦理「反毒公益宣導合作案」，藉由在校園擁有超高人氣、受歡迎創作歌手及健康正面具影響力的代表人物—畢書盡擔任高雄市反毒大使，配合毒品防制政策，有效宣導防毒、反毒、拒毒，建立青年朋友與學生族群反毒意識。
4. 因應暑期到來，年輕學子常去海邊戲水，且夏日高溫用電量倍增，並預防登革熱疫情蔓延等市政議題，為使用民眾建立正確的觀念，減少意外事故發生率，運用廣播通路強化宣傳，呼籲市民朋友注

意各項規定，以維護生命財產安全。

5. 為加強宣傳本府青創平台與相關補助優惠措施，規劃製作「返鄉青年創業」行銷案，運用平面廣編、網路影音專題製播等多元方式，以實際個案強化政策能見度與認同。影音專題亦於高雄款臉書、公用頻道等通路宣傳。

(四) 國際行銷

運用高雄市政府官方 twitter (@KaohsiungCity) 帳號，提供以英、日、東南亞國家語言為主的城市訊息供國際人士瀏覽，進而達到議題創造、快速轉發的效果。並與網路影音達人及部落客合作，行銷高雄城市魅力。

1. 辦理 107 年國際媒體行銷廣告案，透過多元國際媒體行銷管道宣傳，包含國際電視頻道廣告、機場燈箱、電子看板、網路媒體廣告等，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。同時，配合新南向政策，持續吸引東南亞國家旅客前來，亦透過各種廣告宣傳，強化高雄形象，提升國際能見度。
2. 辦理「2018 東南亞網路影音達人高雄行銷案」，邀請東南亞國家網路達人至高雄拍攝影音遊記與城市發展，且撰文上傳網路社群媒體，並 (Hashtag) #kaohsiungstyle，希望藉由知名影片播放平台或社群網站之快速點擊效率，增加高雄曝光度，創造網路能量，提升高雄國際知名度。

(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) 運用報紙發行的農民曆刊登「不酒駕」道路交通安全跨頁廣告隨農民曆贈送弱勢家庭民眾，或深入各階層及家庭等，廣告效益長達一年。
- (2) 運用 10 家平面媒體刊登廣告，宣導主題為「107 年春節交通疏導資訊」。
- (3) 運用 11 家平面媒體，宣導「酒駕防制」，呼籲酒前酒後不駕車，以減少交通事故，維持行車安全和交通秩序。
- (4) 加強宣導道路交通安全觀念，委託 11 家網路媒體，連結刊播道安宣導短片。
- (5) 運用 10 家網路媒體，宣導「春節交通 FUN 心 GO」。
- (6) 製播 107 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，透過廣播電台以廣告、專訪、口播等方式，進行全年道安廣播宣導，宣導主題包括機車安全、路口停讓、不酒駕、勿使用手機、大型車安全、高齡者安全及新法規等，藉由電台製播創意，向市民宣導正確的道安觀念。
- (7) 運用 11 家廣播電台，辦理道路交通安全廣播行銷，宣導路口停讓及高齡者交通安全。

- (8) 運用高雄市公車車體刊登「高齡者安全」道安廣告，公車路線行經商圈、市場、影城、百貨公司、大賣場、醫院、社區等人潮眾多之區域，藉由公車移動式特性，加強道安宣導，提高宣導效益；於本市港都客運、東南客運、漢程客運及統聯客運等4家客運公車，刊登30面車體道安廣告。
- (9) 運用高雄捷運長廊布旗、車廂，刊登「高齡者安全」廣告，呼籲民眾行車不超速，並強化交通安全觀念之宣導。
- (10) 購置「保溫瓶」、「工具組」等道安宣導品，宣導大型車交通安全、不酒駕等主題，適時於宣導活動贈送參與民眾，強化道安觀念。

2. 配合活動宣傳

配合社區活動進行道安宣導，透過與民眾互動，倡導正確用路觀念，提升本市交通安全。

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，便利民眾瞭解災情現況。「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。新聞局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

國際媒體人士參訪本市或拍攝時，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。5月10日協助安排外交部「政經記者團」參訪，計美國、加拿大、奧地利、法國等共14名記者，安排參訪地點為佛光山、智歲資訊股份有限公司、駁二藝術特區。

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) 規劃辦理「高雄遊戲趴」系列活動

為吸引年輕世代對市政建設的參與及了解，預訂9月15日辦理桌遊推廣活動，10月6日舉行電玩音樂會，以桌遊、手遊等遊戲及電玩音樂會，呈現近年來高雄港灣城市轉型的過程與成果，包括：亞洲新灣區、駁二藝術特區等港灣建設、綠色交通、滯洪池及河川整治、防洪治水等市政建設。

(二) 辦理高雄款分享會—從異鄉到家鄉

結合《高雄款》報導內容與人物，5月26日邀請在高雄生活多時的外籍朋友與名家對談，從不同角度激盪出高雄多元樣貌。對談內容並透過「高雄款臉書」直播、《高雄款》電子期刊6月號與《高雄款》雙月刊6月號刊登內容。

(三) 辦理「看家-新住民返鄉拍攝」計畫

1. 「看家-新住民返鄉拍攝培力計畫」：於107年4月及5月分別開設，教授新住民學員腳本企劃及簡易影片製作技巧，以鼓勵渠等隨手紀錄在台生活影像，於返鄉探親時與母國家人分享，深化新南向各國對台灣的認識。
2. 「看家-新住民返鄉拍攝腳本徵件計畫」：針對新南向各國之在台新住民徵求腳本，腳本主題不限，只要與新住民故鄉相關即可，並以拍攝3-5分鐘之公民報導影片為限。徵選3名優勝者，媒合影視公司合作拍攝「看家-新住民返鄉拍攝」合輯節目，由優勝者返鄉依據獲獎腳本拍攝3-5分鐘公民報導影片，預計107年底於本市公用頻道首播，可望藉此讓市民更了解新南向各國文化風貌，提升高雄多元文化發展的城市精神。

(四) 辦理影視座談會

為落實媒體識讀、培養新住民觀影與影評人才暨強化渠等影片拍製知能，同時促進影視產業發展，分別於5月12日及6月3日辦理「阮金紅導演影視特映會」及「蔡一峰導演影視座談會」

(五) 協同民營企業合作共同辦理「2018 7-ELEVEN 高雄啤酒音樂節」活動

「高雄啤酒音樂節」今年邁入第10屆，可說是全台最大的啤酒音樂節，於7月6日、7月7日、7月8日連續三日在高雄夢時代正對面廣場舉行，多家啤酒品牌現場展現，大口品嚐高雄下酒美食，還有多組堅強的藝人卡司陣容演唱、並配合「4th台日交流高峰會in高雄」，邀請日本德島阿波舞團現場演出，增益國際友好交流。

九、編印定期刊物，加強行銷高雄

(一) 《高雄款》電子月刊企劃發行與紙本雙月刊編印

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. 《高雄款》電子月刊企劃發行

《高雄款》電子月刊每月發行，107年1月至6月共發行6期，並發送給訂閱戶。

2. 《高雄款》雙月刊編印

(1) 每雙月發行1期，107年1月-6月共發行3期。定期寄贈機關學校、駐外單位、全國圖書館等提供閱覽，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300個定點，涵括臺、澎、金、馬共19個縣市，供民眾免費索閱。

(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

新聞局網站提供《高雄款》電子書及電子期刊訂閱，並於其他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、日文雙月刊

1. 每2個月發行1期，107年1月至6月共發行3期，派送至桃園國際機場、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、美國在台協會高雄分處、日本台灣交流協會高雄事務所等駐台外事單位、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118處地點，讓民眾免費索閱。

2. 每期上傳網路合作平台聯合電子報、新聞局網站提供線上閱覽，圖文並授權中央社《Focus Taiwan》運用。

(三) 其他：

不定期出版「2006-2018 真愛高雄—翻轉12年影像全記錄」、「高雄款立體磁鐵文宣設計製作」、「2018年城市行銷文宣品設計製作」等創意文宣發行。

十、網路行銷

(一) 高雄款臉書

截至107年6月，粉絲人數已超過33萬人。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。並受理本府各單位申請，協助宣導相關重要活動與訊息。

(二) 高雄市政府官方LINE帳號

截至107年6月好友人數超過78萬8千人。高雄市政府官方LINE帳號受理本府各單位申請，協助宣導相關重要活動與訊息，即時提供市政建設、重大活動、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。

(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107年度1月至5月共上傳5集（共30則專題），以強化市府施政成果行銷宣傳效益。

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. 持續製播優良精緻節目參加廣播金鐘獎競賽，爭取榮譽。

2. 辦理活動強化市政行銷

(1) 107年6月1日至26日辦理「尚愛入聲音」36週年臺慶活動，吸引更多聽眾參與電臺活動並持續收聽高雄電臺，擴展市政行銷族群。

(2) 107年7月5日及6日辦理「2018少年DJ夏令營」活動，二梯次共50位學生參加，培訓少年廣播人才。

(3) 107年6月26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，以寓教於樂的廣播互動方式，宣導交通安全知識。

(4) 電臺參觀：

5月15日、5月22日、5月29日內惟國小共六班，及5月16日原住民部落大學師生參觀高雄廣播電臺。

3. 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月至6月共製播520集。

(2) 與客委會、社會局、原民會、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月至6月共製播125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。節目收聽族群遍及各界，合作社團如下：弘道基金會、勵馨基金會、高雄市自閉症協進會、方舟就業服務協會、高雄市身心障礙團體總會及海洋性貧血協會等。

(4) 配合高雄過好年、春節不打烊、內門宋江陣、高雄鳳荔季、高雄遊艇展、MIZUNO國際馬拉松賽、全國漆彈大作戰、大港自造節、高雄婦女節系列活動、高雄囡仔節兒童節系列、高雄愛河端午龍舟嘉年華、世界海洋日等活動或重要施政，製播節目專訪及節目配合口播等，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，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、藥害救濟基金會、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。
4. 因應汛期及颱風來襲作為：
0613 全臺豪雨，本臺各節目口播並密集插播防災宣傳帶，內容含即時氣象資訊、雨天行車安全、即時路況、疏導排水孔、救助撥打 1999... 等。
 5. 擴大市政服務層面，4 月 26 日至 5 月 18 日全程實況轉播高雄市議會市政總質詢。
 6. 加強道路交通安全宣導
1 月至 6 月製播 24 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，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。
 7. 加強宣導重要施政
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，107 年 1 月至 6 月報導逾 1500 則。（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 7 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，107 年 1 月至 6 月報導逾 100 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. 加強報導前瞻基礎建設計畫、衛武營國家藝術文化中心、鳳山運動

園區、捷運岡山路竹延伸線、鐵路地下化等重大建設新聞。

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、日本腦炎、麻疹、流感等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：高市教育局與印尼雅加達臺灣學校簽署 MOU、捷運中央公園站雙向大型候車亭啟用、高市首座與民間合作路外停車場啟用、亞洲第一艘全新電力渡輪高雄啟用、環保局小型掃街車小港上路、鳳西溜冰場啟用、高雄燕巢鳳雄社區據點揭牌、高市校園友善犬家族成立、高市府通過成立運動發展局、全國第一所榮家日照據點楠梓營運、高市獲 106 年城市好旅宿特優首獎、鳳儀書院夜間照明榮獲國際照明優秀獎、高市獲 106 年度直轄市公共管線資料庫管理優等獎、高雄市政府海污防治績效再度榮獲全國優等、紅 1B 跳蛙公車通車、高市第 93 期市地重劃動土、高市鐵路地下化園道工程動土等。
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：高雄鳳荔季、見城計畫見城實境遊、高雄遊艇展、高雄過好年商圈聯合行銷、高雄體育季系列活動、MIZUNO 國際馬拉松賽、全國漆彈大作戰、大港自造節、高雄婦女節系列活動、高雄哈客嘉年華、宋江陣系列活動、高雄囡仔節兒童節系列、高雄愛河端午龍舟嘉年華、世界海洋日活動、高雄下酒菜料理競賽、看家-新住民返鄉拍攝腳本徵件計畫等。