

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 20 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 7 月至 12 月實施臨場查驗共計 138 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，107 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 6 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 7 月至 12 月查察共計 62 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 7 月至 12 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 7 月至 12 月共處理 190 件（慶聯 58 件、港都 53 件、鳳信 46 件、南國 24 件、新高雄 6 件，同時陳情 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
本市有線電視已於 107 年 3 月 28 日全面數位化，未來將持續配合國家通訊傳播委員會政策，督導業者於 108 年底前將所有基本頻道以高畫質（HD）播出，以提升民眾收視權益。
4. 107 年 12 月 12 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 108 年度收視費用上限，維持與 107 年相同，並要求業者持續清理纜線、減少民眾陳情申訴案件並保障民眾個資、優化自製節目、提升訊號及服務品質、遵守節目及廣告相關規定、提撥一定比例之金額用於公益回饋及提供多元創新數位服務，保障消費者權益。

(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8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12月共製作國語發音275集、台語發音139集。
 - (3) 行銷在地特色休閒旅遊節目：
高雄38條通—107年度共製播50集節目，每集長度30分鐘。
玩客瘋高雄—107年度共製播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) 災害防救短片：107年共製播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）。
 - (5) 義守大學錄製「2018傳播與媒體生態學術研討會」活動案（共2集，每集1小時）。
3. 公用頻道行銷宣導：
 - (1) 利用本市節慶或社區，如2018內門宋江陣、高雄市廣播節、大崗山蜂蜜文化節、岡山羊肉節、大寮紅豆節、財團法人高雄市婦幼同心會、高雄市左營區新下社區發展協會，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。
 - (2) 利用財團法人卓越新聞獎基金會官網及電子報、臺灣國際酷兒影展手冊、INK印刻文學生活誌刊登「高雄市有線電視公用頻道廣告」以推動行銷本市公用頻道。
 - (3) 拍攝剪輯30秒公用頻道宣導短片，於本市有線電視頻道播出宣導。
 - (4) 錄製30秒廣播宣傳帶於本市15家廣播電台播出宣導，藉此鼓勵民眾近用公用頻道申請託播影片並收看。

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7月至12月計剪輯網路即時新聞資料逾98,552則、蒐集電視新聞摘要25,734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7月至12月共計發布388則。另於議會定期大會期間（107年8月16日至10月24日），成立議會小組發布新聞稿共16則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。

(三) 重大政策記者會舉辦：

配合本府重大政策或事件召開記者會，計召開3場次記者會，摘述如下：

1. 7月11日與本府捷運局合辦，召開「大眾運輸·綠色運具 輕軌建設不會停」5大放心方案向市民報告記者會，向市民說明，並回應美術館周邊居民疑慮，讓輕軌周邊相關設計更貼近民眾需求，亦配合市府大美術館計畫，除方便旅客參觀美術館園區外，同時也提升大美術館週邊市民的交通便利。
2. 12月20日召開「第三屆第1次氣爆捐款專戶管理會-會後記者會」，向社會各界說明氣爆善款執行成果與工作交接事宜。
3. 12月21日舉辦「招商 財政 市地重劃~為高雄留下永續發展資產」記者會，分別由經發、財政、地政局長簡報，說明市府12年來在招商、財政、市地重劃等方面的重大成果。

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1支，橋頭科學園區行銷短片，並透過多元媒宣管道露出，讓民眾了解高雄經濟持續轉型，並廣邀民眾參與、行銷高雄。
3. 規劃製作107年高雄城市行銷短片「高雄時刻」，呈現不同世代高雄人的視角，讓每個人都能找到屬於自己在高雄的燦爛時刻，內容兼顧城鄉並配合不同風景、建設、人文、政績等，將其區分為「人文篇」、「宜居篇」、「蛻變篇」數個篇章，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. 辦理107年高雄重大國際活動廣告電視託播案及城市行銷多媒體電視廣告購置案，針對本市主辦的「2018 港灣城市論壇」及「2018 電競世界錦標賽」等國際性活動，運用全國有線電視頻道廣告時段、MOD頻道廣告時段、高雄捷運及7-11多媒體電視，以觸及多元電視收視群，創造國際產業交流合作機會展現高雄城市形象。
5. 辦理107年度招商成果宣導短片攝製案，行銷本府連3年獲招商卓越獎肯定並積極招商引資，全力推動高雄產業轉型，透過影像短片製作與行銷，持續與市民朋友溝通，提升本市產業轉型及經濟發展翻轉形象。

(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) 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。
 - (2) 市政行銷：推動育兒長照、光電智慧、綠色廊道與運輸等，在市容景觀、產業轉型等方面亦有長足躍進變化，下半年舉辦國際性活動，有助於提升城市能見度，與發行量和閱報率居冠之平面媒體合作刊登「綠色運輸」廣告，使大眾更加瞭解本市的發展轉變與政策成果。
 - (3) 宜居城市：運用平面媒體刊登，展現本市積極轉型產業型態、縮短城鄉差距，及建構安全宜居家園的用心。
 - (4) 綠能運具宜居城市：運用 13 家平面媒體，宣傳綠能運具，連結南北高雄形成環狀路網，使運輸路網更便捷，同時提升觀光產值。
 - (5) 秋季遊賞高雄：高雄觀光資源豐富，且交通便利，行銷高雄旅遊景點、美食與中秋賞月等活動，吸引民眾遊賞高雄，創造與提升高雄的觀光經濟效益。
 - (6) 市地重劃成果，亞洲新灣區開發：運用 8 家平面媒體宣傳，使更多市民瞭解市地重劃取得公共設施用地，可以落實漲價歸公，減輕財政負擔，帶動城市的進步發展，創造公共利益。
2. 考量網際網路無遠弗屆之影響力，規劃運用網站橫幅 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) 市政建設成果行銷：與網路媒體合作，運用網路廣告，行銷本市招商促參成果及宣導高雄城市進步與轉型。
 - (2) 市府招商成果及新南向政策行銷：透過 16 家網路媒體刊播市府所製作招商影片及新住民返鄉拍攝影片。

(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. 運用台灣高鐵、41 面公車候車亭及大型帆布（地點：中正體育場北側），刊登（掛）市政行銷廣告；為配合各局處重點施政成果與政策，本府 107 年 9 月及 11 月舉辦國際港灣城市論壇、電競世界錦標賽等國際活動，藉此提高市政宣導效益，打造國際城市意象。
3. 運用本市 37 處（40 面）適合刊掛地點刊掛戶外帆布廣告，強化民眾道安觀念，及行銷宣傳本市市政活動暨建設。
4. 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。

5. 專輯短片製作暨多元通路整合行銷案

- (1) 市地重劃成果：運用市地重劃短片專輯製播，呈現一甲子以來的重劃成果，讓更多人看見高雄城鄉的轉變和風華。
- (2) 重大工程建設成果：運用多元通路整合行銷宣導，呈現各項建設的用心與成果，提升市民的認同感與光榮感。
- (3) 高雄環狀輕軌建設：運用短片專輯製播暨多元媒宣管道，展現本市營造宜居城市的用心和成果，並提升民眾使用大眾運輸習慣及提高對輕軌支持度，增加未來營運效能。
- (4) 水利建設成果：運用網路平台及多元媒宣管道，宣傳本市水利建設成果與轉變。

(四) 國際行銷

1. 運用高雄市政府官方推特 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。
2. 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。
3. 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，並善加運用主題標籤 (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。
4. 辦理「2018 電競世界錦標賽國際媒體宣傳案」，2018 電競世界錦標賽 11 月首次於台灣舉行，吸引約 50 國、700 位選手及外國嘉賓蒞臨高雄，透過於海外網站刊登國際媒體宣傳，除宣傳活動本身，同時行銷本市電子競技產業發展現況與未來願景。

(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) 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。

- (2) 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。
- (3) 運用高雄捷運站長廊布旗、車廂刊登「高齡者安全」廣告，提醒長輩不違規使用道路，請走行人穿越道等觀念。
- (4) 運用6家網路媒體廣告連結「你和我想的不一樣」道安宣導短片，透過網路分享及轉載，增加影片曝光，倍增宣傳效益。
- (5) 辦理機車交通安全短片徵選活動，以競賽方式吸引具有創意、才華的年輕學子，透過鏡頭從不同面向表現交通安全議題，並在拍攝過程中更瞭解交通安全重要性，深耕學生交通安全教育。
- (6) 購置「隨身碟」、「伸縮型USB」、「馬克杯」、「帆布袋」等道安宣導品，宣導高齡者交通安全、不超速、路口停讓等主題，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

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。

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) 辦理「高雄宜居·移居高雄—看見另一個精彩」分享會：

1. 9月29日於台北富邦國際會議中心辦理，含網站、短片、直播、刊登平面刊物、精華影像剪輯等相關行銷。
2. 邀請「移回」或「移居」高雄的創業青年孫介珩、莊承翰、曾湘樺、江淑媛等人分享親身經驗，並由知名作家苦苓擔任主持人，了解「高雄」如何挺你的夢想，更加了解高雄的移居/宜居資源。現場逾70人參與；影像直播創造逾9,956次觀看。

(二) 規劃辦理「高雄遊戲趴」系列活動

1. 2018年高雄舉辦「全球港灣城市論壇」及「第十屆IESF世界電競錦標賽」，藉此機會結合港灣城市轉型成果、電子遊戲、音樂等元素，辦理「高雄遊戲趴」系列活動，以「樂高雄」桌上型遊戲（桌遊）、「翻轉高雄GO!GO!GO!」手機遊戲（手遊），以及桌遊爭霸賽、電玩音樂會等活動，呈現近年來高雄港灣城市轉型的過程與成果，讓市民及國際友人透過桌遊、手遊、電玩音樂會一同見證高雄港灣城市的新風貌。

2. 系列活動：

- (1) 「樂高雄」桌遊：名稱取英文Love Kaohsiung諧音，是好玩又容易上手的反應類遊戲，也是第一款以建設大高雄為主題設計的桌遊，共有20個關卡（景點），玩家將在遊戲中扮演一同建設高雄的推手，藉由收集各種資源的方式，完成高雄各文化景點及建設，不但娛樂性十足，也能讓人勾起對高雄的回憶。
- (2) 「翻轉高雄GO!GO!GO!」手遊：高雄第一款運動反應類手遊，共有12個關卡（景點），玩家透過關卡承接掉落物品，瞭解該景點的特色，並藉此累積分數，排名前800名的玩家，還獲得10月6、7日的電玩音樂會門票，享有優先進場的待遇。
- (3) 玩「樂高雄」桌遊爭霸賽：9月30日於高雄捷運美麗島站光之穹頂辦理，網路報名推出不到半日立即額滿。時下真實與虛擬世界並行，多少人週末假日休息時間當低頭族，家人、朋友與伴侶間少了許多親密的互動，希望透過桌遊爭霸賽，邀請市民、網友週末不插電一同享受真實快樂的互動時光。
- (4) High!高雄電玩音樂趴：10月6、7日於海洋文化及流行音樂中心3號小鯨魚辦理。結合音樂、影像並運用炫目的舞台技術與現場觀眾互動，邀請畢書盡、八三夭、陳零九、荒山亮、女孩與機器人、闊樂集、新古典室內樂團、藍色狂想Super Band、亦帆等卡司，並加入AR體感互動，拉近舞台與觀眾的距離。

3. 活動效益：活動期間觀賞與觸及人次近 120 萬（含活動現場、網路），不到一個月的活動宣傳時間，媒體總聲量共露出 60 則（含網路、電子、平面），活動整體效益近千萬（媒體效益 350 萬元+經濟效益 600 萬元）。

(三) 結合民間資源合作的活動：

1. 2018 第九屆 7-ELEVEN 高雄啤酒節

- (1) 由統一超商股份有限公司、寬寬整合行銷股份有限公司主辦，本局與經發局共同協辦。

- (2) 7月6日至8日於高雄夢時代正對面廣場，已邁入第10年的啤酒節，以啤酒、音樂、美食、科技，打造全台最大啤酒音樂節，年年吸引全台上萬名民眾共襄盛舉，已經成為每年高雄、甚至全台最具代表的夏日戶外大型節目之一。適逢2018世足賽八強賽，透過3面大螢幕轉播賽事，並搭配第六屆高雄下酒菜料理競賽推廣，三天累計人次共超過37,000人參與。

2. 「英雄聯盟」「2018六都電競爭霸戰」

- (1) 由世代傳媒股份有限公司[上報]主辦，六都市府列名指導單位。

- (2) 高雄場於8月6日至8月9日起舉行一連串的線上比賽，並於8月11日在高雄捷運美麗島站光之穹頂大廳舉行線下賽（高雄決賽），現場開放民眾前往觀賽，吸引1,500人次的電玩迷參加。六都電競爭霸戰總計有160個報名隊伍、1,000多位選手、總計六都線上及線下高達200多場賽程，全國總決賽於8月25日假臺北信義Neo Studio展演館舉行，代表高雄出賽的「恩母17」在六都電競爭霸賽拿下全國總冠軍名次，抱走新台幣1百萬元獎金。

3. OPEN! 大氣球遊行活動

- (1) 由統一超商股份有限公司主辦，本府擔任指導單位，並提供活動相關之行政協助。

- (2) 本活動已舉辦13屆，本年度於107年12月15日在時代大道辦理完畢。本次大氣球遊行共有OPEN家族、正能量企鵝、馬來貘等23顆可愛卡通角色大氣球，以及超過30組、千人以上的表演團隊，沿著時代大道精彩演出，讓民眾驚呼連連。

4. OPEN! RUN 路跑

- (1) 由統一超商股份有限公司主辦，本府擔任指導單位，並提供活動相關之行政協助。

- (2) OPEN! RUN 路跑活動一直是廣受全台民眾歡迎的熱門賽事。本活動已第六次在高雄舉辦，於107年12月16日辦理完畢。

路跑路線有3K組、6K、11K三組，報名人數衝破12,000人。

5. 「2019紫耀義大 義起享樂」3D藝術跨年煙火秀

- (1) 由義聯集團主辦，本局擔任指導單位，協助召開有關煙火燃放消防安全、交通維持（含輸運接駁）協調跨局處會議等行政協助。

- (2) 煙火秀在義大世界登場，主觀賞區為義守大學校區。23：59 倒數計時 1 分鐘後，迎接 2019 新年到來，煙火燃放 999 秒（全國最長）。
6. 「2019 愛·sharing 高雄夢時代跨年派對」
 - (1) 由統一企業集團、統正開發（股）公司（夢時代購物中心）主辦，本府擔任指導單位，提供活動相關行政協助。
 - (2) 跨年派對卡司陣容堅強，由浩角翔起、Janet、艾力克斯擔任主持人，更邀請周湯豪、八三夭、安心亞、黃小琥等多位最受歡迎的歌手同台接力演出。倒數時刻，韓國瑜市長帶領市府團隊和市議會團隊、現場觀眾一起跨年倒數，迎接全新的 2019 年。
 - (3) 電視轉播（民視無線台）收視全國第二，民視無線台與民視第一台收視總人口為 4,082,000 人；網路直播（含 YouTube、Facebook、四季視頻網、APP 民視線上等）1,645,314 觀賞次數（主辦單位提供）。
- (四) 辦理「看家-新住民返鄉拍攝」計畫
 1. 「看家-新住民返鄉拍攝腳本徵件計畫」自 4 月 20 日至 6 月 8 日徵件，總計收受 10 件，並甄選出 3 位優勝者，於 7 月 7 日辦理甄選成果發表會，媒合影視公司與優勝者合作拍攝「看家-新住民返鄉拍攝」合輯節目。
 2. 於 11 月 18 日辦理「看家-新住民返鄉拍攝腳本徵件計畫」影片發表會，合輯節目並於 12 月每週六、日（12 月 1、2、8、9、15、16、22、23、29、30 日）晚間 21:00-21:30 於 CH3 公用頻道播出。

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 7 月至 12 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 7 月至 12 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，包括臺、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。

4. 辦理高雄款分享會—高雄女力

結合「高雄款」報導內容與人物，10月20日邀請在高雄生活多時的名家對談—名作家苦苓、高雄作家楊路得、高雄市女性史料室主任林豫芬、郭珍弟導演，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11月號與「高雄款」雙月刊12月號刊登內容。

(二) 發行「KH Style」英、日文雙月刊

1. 每2個月發行1期，107年7月至12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119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) 印發多元通路媒介：

1. 印製「靠這本搞定亞洲新灣區」旅遊專刊1萬本，並於107年10月5日辦理新書分享會，超過100人參與；專刊引起民眾廣大回響，並有高雄美國學校及國家圖書館等單位主動聯繫索取專刊。
2. 印製2019高雄市年曆：設計理念為使用不同軟性材質製作，並從環保概念出發，在年曆張貼使用後，可經過簡單裁剪、縫合後成為「環保袋」延續實用功能，並於107年12月21日上午9時於四維、鳳山行政中心及38個區公所同步分送予民眾。

十、網路行銷

(一) 高雄款臉書

截至107年12月，粉絲人數已超過35萬多人。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12月好友人數超過88萬多人。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，107年度7月至12月共上傳6集（共36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. 107年廣播金鐘獎高雄電臺入圍3項：兒童節目主持人獎、音效獎及社會關懷節目主持人獎。

2. 辦理活動強化市政行銷

(1) 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。

(2) 辦理「2018高雄廣播節」活動，以創新方式行銷市政，包括：金曲票選、廣播講座、廣播嘉年華及最愛金曲演唱會：邀集15家在地廣播電台參與，共同挑選出122首1970到1980年代的國台語暢銷金曲，透過「2018高雄廣播節」臉書粉絲專頁供歌迷票選。總計參與人數為4,760人次。

辦理兩場廣播講座：

◎第1場「因為愛，所以不離不棄」：10月27日14:30-16:30於李科永紀念圖書館，邀請資深廣播人丁村（金聲電臺前董事長暨資深節目主持人）、曾平（高雄電臺資深節目主持人）及曾安圻（快樂電臺臺長暨資深節目主持人）分享廣播人生的點滴。

◎第2場「今夜未眠 星辰再現—我的廣播歲月」：11月3日14:30-16:30於高雄文學館，邀請港都電臺董事長暨知名節目主持人倪蓓蓓主講。

廣播嘉年華於11月10日在高雄市文化中心圓形廣場舉行，共15家電台共同設攤，進行DJ相見歡、闖關遊戲等活動。11月10日「最愛金曲演唱會」，由于櫻櫻、葉佳修、清新合聲知己二重唱、藍色狂想樂團以及pub唱將Rita等歌手，現場Live演唱1970-1980年代膾炙人口的懷念金曲，與民眾共同回味青春時代的酸甜苦辣記憶。金曲演唱會及廣播嘉年華參與人次計2,520人次。

(3) 107年12月18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。

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、越語及柬埔寨語）、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1,026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，7月至12月共製播131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12個社團參與製播52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：台灣癌症基金會、法律扶助基金會、快樂堤心理協會、吉祥臻社會福利事業基金會、高雄市天晴女性願景協會、高雄市私立慈暉關懷學園、芥菜種會、高雄市綠繡眼發展協會、高雄市基督教女青年會、家扶基金會、南高雄家扶中心、林柔蘭社會福利基金會及高雄市基督教家庭服務協會等。

- (4) 配合 2018 全球港灣城市論壇、高雄遊戲趴、2018 高雄國際食品展、登山街 60 巷歷史場域與長滑梯啟用、創客嘉年華暨客家音樂會、體感科技產業 Kosmospot 奇點站及電競大賽系列活動、2018 國際身障日活動、2018 國際農業週及漁業展、2018 高雄市原住民故事館聖誕嘉年華會活動、高雄市新車大展、大氣球遊行、反賄選、九合一選舉特別報導、市長就職及跨年晚會等活動或重要施政，製播節目專訪及節目配合口播等，全方位報導行銷本市大型活動。
 - (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。另為擴大提供民眾生活訊息，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、大同醫院、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：
因應 0701、0822、0909 豪雨，高雄電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。並於 8 月 24 日至 8 月 29 日期間延長為 24 小時播音，共計延長天數 4 天。
5. 擴大市政服務層面，9 月 28 日至 10 月 23 日全程轉播第 2 屆第 8 次高雄市議會市政總質詢。
6. 加強道路交通安全宣導
7 月至 12 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，並辦理一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「非洲豬瘟預防」、「流感防治」、「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」、「空污環保」、「防溺」、「防火」、「菸害防制」、「限塑政策」、「消費者保護」、「犯罪被害人保護」等。

(二) 強化新聞採訪報導，提升新聞性節目品質

1. 平日開闢4個新聞時段，報導高雄市重要市政及在地新聞，提供市民切身相關的高雄市政訊息，107年7月至12月報導逾1,700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8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7月至12月報導逾110則。
3. 107年12月25日連線報導高雄市第3屆市長就職典禮，並加強報導市議會第3屆成立大會相關新聞。
4. 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。
5. 加強報導前瞻基礎建設計畫、衛武營國家藝術文化中心、鐵路地下化、岡橋污水處理廠、水平旋轉大港橋、前鎮輪渡新站等重大建設新聞。
6. 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。
7. 加強報導防制非洲豬瘟、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。
8. 報導高雄市軟硬體施政成果及施政方針新聞：高雄AI人才培訓基地揭牌、鳳山水資源回收中心通水、黃1捷運先導公車12月1日上路、2018高雄生態交通日報名人數破千、南方治水論壇成功落幕、高雄市首創油電車洗街啟用、岡山開心幸福學堂揭牌、巷弄長照站揭牌、全國原住民族語戲劇競賽 高市三冠王、楠梓國小老榕樹獲「2018年全國最美校樹」特優、第5屆「教育部藝術教育貢獻獎」高市獲6大獎、高雄市7校入選教育部中小學數位學習深耕計畫、以住代護翻轉高雄眷村、高雄青年參與式預算工作坊等。
9. 配合高雄市重要城市特色行銷、藝文活動，加強相關新聞採訪或製播專題深入報導：市境之南樹迎曙光活動、國際淨灘行動、2018旗津黑沙玩藝節、MIZUNO高雄馬十週年、茂林紫蝶季、原住民族月系列活動、全國古蹟日歷史散步小旅行、2018甲仙芋筍節、高雄啤酒音樂節、海洋小學堂漁村文化體驗活動、苓雅國際街頭藝術節暨街舞大賽、全台最長溜滑梯在哈瑪星誕生、拉阿魯哇族新書「貝神的召喚」出爐等。