

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 13 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，108 年 1 月至 6 月實施臨場查驗共計 133 家次(含 108 年度 5 月 27 日至 6 月 12 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，108 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 3 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。108 年 1 月至 6 月查察共計 45 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。108 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，108年1月至6月共處理156件(慶聯51件、港都48件、鳳信35件、南國8件、新高雄11件，同時陳情2家以上有線電視業者3件)。
3. 本市有線電視已於107年3月28日全面數位化，刻正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，目前已有港都、慶聯及鳳信等3家有線電視公司達成基本頻道100%高畫質播出之目標，造福約52萬戶收視戶。未來仍將持續督導南國及新高雄有線電視公司儘速提升基本頻道播送畫質，以提升民眾收視權益。
4. 108年6月檢陳本府有線廣播電視系統費率審議委員會第5屆建議名單，7月底前辦理遴聘事宜，預計於年底前召開2次費率審議會會議，配合國家通訊傳播委員會修正之有線廣播電視系統經營者收費標準，審議業者多元付費方案，提供訂戶更多樣化之收視選擇。
5. 因應有線電視數位化後，釋出多餘頻寬，率各地方政府之先，以國家通訊傳播委員會撥付本府之有線基金為預算來源，強化有線電視的公益性及服務性，於108年3月4日訂定「高雄市有線廣播電視提供公共訊息數位服務補助辦法」，採補助方式鼓勵有線電視系統業者運用釋出頻寬，提供公共訊息數位服務，創造市民、市府及業者三贏局面。108年共3件申請案，刻正辦理評審中。

(四)公用頻道之節目排播及推展

1. 新聞局結合民間空中美語雜誌社資源，由原先每週一至週五下午4時及晚

上 9 時於公用頻道播出初級空中美語節目，108 年 3 月新增下午 4 時 30 分及晚上 9 時 30 分播出中級空中美語節目，4 月起再爭取增加播出「大家說英語」、「ABC 互動英語」及「Live 互動英語」。公用頻道每日播出英語節目 4.5 小時，讓民眾更自由選擇收看時間，在生動有趣的英語影音節目中自然而然學習英語。此外，新聞局也協調空中美語雜誌社及有線電視業者，促使有線電視業者釋出其自製頻道時段 1 至 3 小時播出空中美語雜誌社無償授權之美語教學節目，共同營造英語學習環境。

2. 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 08：30 至 10：30、12：00 至 14：00、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 3 屆第 1 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。

3. 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、大家說英語、ABC 互動英語及 Live 互動英語等節目。

(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 108 年 6 月共製作國語發音 280 集、台語發音 144 集。

(3)行銷在地特色休閒旅遊節目：

高雄 38 條通—108 年度預計製播 50 集節目，每集長度 30 分鐘。

②走吧！玩轉高雄—108年度預計製播13集節目，每集長度1小時。

高雄內門宋江陣地方文化節目-108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。

4. 公用頻道行銷宣導：

- (1) 結合本市節慶或社區活動，如2019高雄國際馬拉松、林園洋蔥節、2019內門宋江陣、大樹鳳荔節、端午愛河龍舟賽、鳳山區鎮西社區發展協會、高雄市婦女健康關懷協會，於現場設攤宣導公用頻道，鼓勵民眾申請託播影片及收看節目。
- (2) 於財團法人卓越新聞獎基金會官網及電子報刊登「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傳。

二、新聞發布與新聞聯繫

(一) 蒐集輿情反映

為強化城市行銷，每日蒐集各報刊、網路即時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。108年1月至6月計蒐集平面新聞資料32,374則、網路即時新聞資料168,078則、蒐集電視新聞摘要103,017則，新聞媒體總效益約新台幣608.9億元。

(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，108年1月至6月共計發布446則。另於議會定期大

會期間(108年3月29日至6月5日)，成立議會小組發布新聞稿共27則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。

重大政策之記者會舉辦：

配合本府重大政策或事件召開2場次記者會，摘述如下：

1. 4月3日市長就職100天記者會，以「努力現在，展望未來，創造 LOVE 新高雄」為主軸召開記者會，就「首富經濟」、「務實建設」、「青年城市」三大面向，向市民說明十大施政亮點。
2. 6月28日辦理「施政亮點政績 高雄夢想號啟航」記者會，羅列14項亮點政績，向市民說明市府團隊施政半年之具體成果及未來市政重點規劃。

(三)強化本府新聞聯繫

1. 為加強本府暨所屬機關(構)與新聞界之聯繫與溝通，建立正確之新聞訊息發布管道及確保內容正確，以達政策措施宣導、適時化解施政疑慮，促進政府與輿論民意之雙向交流，並落實新聞發布透明化之目標，以利各項市政工作推展，訂定「高雄市政府各機關新聞發布及聯繫作業規定」，並於108年5月23日函頒下達。
2. 6月12日辦理「新聞回應處理與聯繫研習班」，邀請資深媒體從業人員擔任講座，分享媒體應對、輿情回應等原則，強化各機關與媒體間聯繫互動。
參訓對象為本府各機關發言人或新聞聯絡人。

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及落實交通安全觀念，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. 規劃製作 108 年度大型活動行銷短片，包括「高雄正好」春季行銷短片，藉由將各項具多元文化與特色慶典之活動畫面製成短片；「Summer Time-我們高雄 放膽想像」，則是運用跑酷的手法呈現 7 至 9 月重點宣傳活動。短片透過多元媒體管道露出，廣邀民眾一同參與、行銷高雄至全球各地。
3. 規劃製作 108 年高雄城市行銷短片 2 支，主題為「城市行銷簡介」及「愛高雄」，傳遞城市意象，從不同角度看見高雄的動與靜。高雄的山海河港、人文景觀及豐富農漁特產，足以向國內外傳達高雄的獨特城市魅力，並利用影像，傳達高雄充滿愛能量之人文底蘊，藉以吸引國內外旅客前來體驗活力高雄，此次短片主軸為族群融合、雙語城市、在地特色、高雄 ING 等，影片規劃製四種外國語言版本，包含英語、日語、韓語及越語，並於樂雄臉書、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「高雄群星會供訊服務及節目製作案」，本府相關局處結合民間資源辦理「高雄群星會」系列活動，規劃邀請電影、電視明星、導演等從影人員到高雄，介紹高雄給更多影人和影迷認識，讓影視產業紮根高雄，打造高雄成為影視基地。此外，藉由明星踩點賞玩高雄，吸引影迷到高雄，也提供觀光客到高雄旅遊的行程規劃參考。另將系列活動之開幕座談會、文物展、開幕典禮及迎賓晚宴等規劃提供即時訊號給媒體運用，並製作節目於公用頻道播放，後續亦可運用網路或其他多元媒宣通路露出。

(二)平面及網路媒體

1. 運用雜誌、報紙等平面通路，透過廣告專輯企劃，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)城市品牌塑造：為提升高雄城市競爭力與國際能見度，成功塑造「樂高雄」城市品牌，把人帶進，使貨出得去，致力發展城市經濟，使市民得到實質幸福感，規劃與平面雜誌合作，包括企劃製作平面廣編、數位廣編和數位專區廣告。

(2)改變的開始：與平面雜誌合作廣告專輯宣傳案，以平面、數位宣傳呈現各項市政的用心與市政成果，展現新市府改變的決心。企劃執行以新市府上任100日的政績為主，端出「首富經濟」、「青年城市」、「務實建設」三大亮眼成績單。

(3)春節觀光行銷：為推廣春節高雄旅遊資訊，增進本市觀光經濟效益，與平面媒體合作，刊登春節旅遊專刊平面廣告。

(4)市政行銷：刊登主題「新建社會住宅」與「農產外銷成果」，打造「老青共居、世代共好」的居住環境及高雄優質農產力拚外銷，積極落實「貨出去」願景。

(5)世界地球日：運用平面媒體之宣傳效益，執行「支持綠保農業、友善田間生態」專題，喚起大眾環保意識，並展現施政成果。

2. 考量網際網路無遠弗屆之影響力，規劃運用網站橫幅 banner，行銷本市重大施政成果，強化資訊能見度。行銷主題包括：

(1)青年創業專題行銷：為加強行銷本府推動產業轉型、開創青年返鄉就

業機會之成果，與網路媒體合作，製作影音及圖文專題，並透過社群網路露出，強化能見度與認同感。

(2)春遊趣：透過平面雜誌春節網路平台行銷春遊趣，主題以文化走春為主，推廣春節高雄旅遊資訊。

(3)春節農村旅遊行銷：新春期間本市活動精彩眾多，刊登網路廣告，宣傳本市農村春節活動，行銷農村景點、人文及美食，以創造觀光經濟效益。

(三)多元媒宣

1. 為行銷本市在產業轉型、農漁業升級、觀光旅遊、藝術文化、綠能環保、交通建設、及社會福利等方面施政成果，運用交通局無償借用之公車候車亭燈箱刊登市政行銷廣告，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。
2. 為提升公共關係，積極拓展多元露出，透過 ICRT 節目合作，製播城市專輯，以英語推介高雄，觸及更多外籍聽眾及青年學子，落實雙語城市目標。
3. 運用廣播媒體之效益，行銷本府施政作為或節慶活動，宣傳主題包括「高雄群星會」等

(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. 辦理國際網路達人高雄行銷暨通路案，邀集日、韓、港澳、東南亞等計5組網紅進行城市行銷、觀光踩線，拍攝影片、美照上傳自營社群平台，主題可包含親子旅遊、愛情產業、時尚品味、特色美食、個人創意風格等，並配合相關局處行銷整合，搭配網路行銷資源及記者會，以利城市知名度及觀光來客率行銷。

(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) 製播108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。宣導主題包括預防疲勞駕駛、路口停讓、路口安全篇、消滅闖紅燈、長輩安全-闖越馬路、汽機車依規定左轉彎及新交通法規等，藉由廣播製播創意，向市民宣導正確的道安觀念。
- (2) 透過多媒體電視(高捷、7-11、全家、屈臣氏、麥當勞電視)播放「消滅闖紅燈篇」、「A柱」道安宣導短片，強化民眾路口安全觀念。
- (3) 運用7家廣播媒體及19家平面媒體宣導「消滅闖紅燈」，加強用路人交通安全觀念，以減少意外事故發生。
- (4) 運用6家網路媒體廣告連結「消滅闖紅燈篇」、「A柱」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)運用本市 38 處(計 41 面)適合刊掛地點刊掛戶外帆布廣告，強化民眾道安觀念。

(6)印製「不銹鋼環保吸筷組」道安宣導品，宣導不逼車不超速，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、持續維運「好理災-災害數據網路平台」

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，新聞局已跨局處合作建置「好理災-災害數據網路平台」，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。108 年度持續維運網站並依需求調整呈現模式，俾提供媒體及民眾即時災情資訊。

六、媒體公共關係

(一)國內媒體

配合本府各局處大型活動的舉辦，設立媒體服務中心，協助發送媒體採訪證，

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。

協助本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。2月22日邀請美聯社等計27家駐台外籍媒體參訪高雄駁二藝術特區、高雄港灣、餐敘並與專訪市長。

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「光影高雄」FB攝影比賽：

1. 高雄目前是全台注目的焦點，期待透過辦理攝影比賽，經由不同攝影者的視角，拍下屬於高雄在地有質感、有故事的作品。共收到660件作品，經評審團選出前3名大獎及5名佳作；另外選出36張優秀作品在新聞局樂高雄粉絲頁開放票選，累積超過2千名網友參與，總按讚數更突破2萬，由網友選出3名人氣獎，頒獎典禮已於6月13日舉辦。
2. 每幅得獎作品都代表著不同的高雄美景及獨特的人文視角，上述得獎作品已放置新聞局網站，供本府各局處及外界行銷高雄運用。

3. 活動效益：「光影高雄」攝影比賽記者會媒體共露出 39 則(含電子、平面、網路)，媒體效益近千萬。

(二)辦理「高雄群星會」系列活動

1. 為加強城市行銷，推動體驗經濟，新聞局結合民間資源辦理「高雄群星會」系列活動，邀請知名明星、導演等影人到高雄，介紹高雄給更多影人和影迷認識，讓影視產業紮根高雄。活動包括：群星見面會、重溫風華年代：甄珍高雄影展、開幕典禮暨星光大道、群星踩點賞玩高雄等，並仿效美國、香港，與工務局協力打造屬於高雄的星光大道景觀工程。此外，本府更與影后甄珍女士協力合作「Chen Chen：甄珍從影 55 週年經典展」，並舉辦感恩晚宴，帶領大家穿越時光隧道，回味美好時光。

2. 系列活動：

- (1)開幕典禮暨星光大道：7月12日於高雄市立圖書館總館1樓穿堂舉行，透過甄珍女士邀請超過30組港台知名巨星、導演等影人出席，這是很難得的機會讓這些藝能界的重量級人物同時蒞臨高雄，展現「高雄群星會」的星光熠熠，也讓市民朋友可以近距離感受巨星風采。
- (2)「重溫風華年代~甄珍高雄影展」：7月12日至28日選錄六、七〇年代的電影《新娘與我》、《喜怒哀樂》、《群星會》、《母與女》、《落鷹峽》、《緹縈》、《白屋之戀》、《珮詩》、《天使之吻》、《心有千千結》、《彩雲飛》、《婚姻大事》、《海鷗飛處》、與《真真的愛》共14部電影全數位版，在高雄in89駁二電影院獨家放映，其中開幕片《心有千千結》數位修復版更是在高雄全球首映，7月12日首映場

導演李行、男女主角秦祥林、甄珍也到場向影迷致意。

(3)「Chen Chen：甄珍從影 55 週年經典展」：由瘋狂娛樂有限公司主辦，本府擔任指導單位，108 年 7 月 12 日至 108 年 8 月 11 日在駁二藝術特區大勇區 P3-1 倉庫舉辦。展覽內容為第 50 屆金馬獎終生成就獎得主、亞洲影后甄珍女士從影以來之劇照、戲服及經典台詞等，透過展覽可瞭解六、七〇年代電影重要構成元素。

(4)星光大道景觀：由本府工務局養護工程處執行，在愛河畔(河東路)仿效美國、香港打造由明星手印組成的星光大道，成為高雄的景點之一，吸引追星的粉絲朋友及觀光客到此拍照打卡。

3. 活動效益：電影是一個時代的共同記憶，更是國家重要的文化資產，藉由群星會活動，本府和甄珍女士與國家電影中心、中影公司、李行工作室等兩岸三地的電影單位合作，運用人力、物力、財力共同協力經典影片版權及修復工作，透過經典電影修復及數位化，讓文化價值跨世代傳承，豐富市民朋友藝文生活的涵養及底蘊。此外，港台知名影人在高雄齊聚，讓高雄星光熠熠，也藉此介紹高雄給更多影人和影迷認識，增加高雄能見度。

(三)結合民間資源合作辦理「2019 第十一屆 7-ELEVEN 高雄啤酒節」活動：

1. 由統一超商股份有限公司、寬寬整合行銷股份有限公司、寬魚國際股份有限公司主辦，本局為活動指導單位。
2. 7 月 6 日至 8 日於高雄夢時代正對面廣場舉行，十七組超強藝人卡司輪番演出，韓國巨星首度登場，還有傳奇下酒美食精彩活動。

(四)辦理「數位苗圃計畫」

1. 新聞局首度與台灣大哥大基金會合作推出「數位苗圃計畫」，提供 2000 個名額給高雄市中低收入戶之國中至大學在學學生，為期一年之台灣大哥大門號，結合 LiveABC、空中英語教室、StudyBank、SOYONG 等 4 家出版商推出的互動外語學習教材，讓弱勢學子享有免費行動上網及 myBook 線上外語學習資源之機會。
2. 首批申請名單的 SIM 卡門號及 myBook 序號，台灣大哥大基金會將在 8 月 1 日統一開通。

(五)辦理「讓夢想起飛-太空人焦立中博士」分享會

1. 3 月 10 日邀請美國太空總署(NASA)首位華裔國際太空站站長焦立中博士首度在台公開演講，吸引雄中、雄女等約 400 位高中學子到場聽講。市長韓國瑜也特別出席對談，與焦博士暢談彼此人生夢想，鼓勵學生立足高雄、逐夢宇宙。
2. 分享會全程透過「樂高雄」臉書粉絲頁直播，吸引 1 萬 8,700 人次觀看，100 人次分享。

(六)協助「閃亮高雄」地方文化影片拍攝：接洽經濟發展局及工務局等相關局處，協助安排市長至三民市場、道路養護施工現場及大魯閣草衙道拍攝影片，推廣在地美食及娛樂景點，並說明市政現況與願景，有助行銷高雄觀光產業，活絡商圈經濟，並提升市民城市認同感。

九、編印定期刊物，加強行銷高雄

(一)《樂高雄》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. 《樂高雄》電子月刊企劃發行

《樂高雄》電子月刊每月發行，108年1月至6月共發行6期，並發送給訂閱戶。

2. 《樂高雄》雙月刊編印

每雙月發行1期，108年1月至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200個定點，供民眾免費索閱。

製作《樂高雄》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《樂高雄》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，且不定期透過樂高雄 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《Love Kaohsiung》英、日文雙月刊

1. 每2個月發行1期，108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120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《「高雄-築夢城市」高雄市簡介》中文版、英文版，以及《靠這本搞定高雄亞洲新灣區》中英文刊物。
2. 印製樂高雄創意宣導品：配合新聞局辦理多項記者會、特色活動等，製作特色禮品，並結合吉祥物可愛、溫暖的意象，並車縫樂高雄標誌，加強行銷高雄。

十、網路行銷

(一)樂高雄臉書

截至 108 年 6 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 108 年 6 月好友人數超過 90 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，108 年度 1 月至 6 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)營造多語學習環境

1. 為提昇市民雙語能力，高雄廣播電臺與高雄市多所學校及產業達成合作製播節目之協議，共同製播觀光 ABC、主婦 ABC、運將 ABC 等帶狀節目及單元。合作單位包括：英國國家廣播公司(BBC)、高雄師範大學英語學系、義守大學應用英語系、國立高雄科技大學應用外語系及應用英語所、文藻外語大學傳播藝術系及英國語文系、正修科技大學應用英語系、輔英科技大學應用英語系、高雄餐旅大學應用英語系、中華衛星大車隊、英語勵進會、常春藤英語雜誌社及空中英語教室雜誌社等。

雙語節目由原每週 10 小時提升到每日播出約 7.7 小時、每週播出 53 小時 40 分鐘，以高雄廣播電臺目前每天播音 20 小時而言，雙語節目比例由每週 10%躍升到 38%。

2. 高雄廣播電臺自 108 年 3 月起重新大幅調整規劃雙語節目，至 6 月共播出雙語節目 692 集、雙語單元 801 次，播出時段如下：

(1)07:00~07:30 播出 BBC Newsroom 節目，播出 86 集。

(2)07:00~07:30 及 00:00~01:00 與英語雜誌社合作，播出英語教學節目，

空中英語教室播出 86 集、常春藤解析英語播出 86 集。

- (3)與文藻外語大學傳播藝術系、國立高雄科技大學應用英語系及常春藤雜誌社合作，製播3分鐘英語單元含「NEWS ABC」(播出285次)、「打狗英語通」(播出267次)及「原來英語可以這樣學」(播出249次)，於09:00、10:00、11:00、12:50、14:00、15:00、18:00、20:00等整點時段播出。
- (4)週一~週五帶狀節目中開闢英語單元:11:00~12:00 高雄人第三階段節目中開闢「主婦ABC」單元(播出86集)、午后陽光第三階段節目15:00~16:00節目中開闢「運將ABC」及「觀光ABC」單元(播出86集)。
- (5)週一~週五21:00~22:00時段徵集高雄市英文教師群及英語學習社團共同製播「英語FUN輕鬆」節目，以輕鬆方式，用雙語暢談職場、閱讀、旅遊、料理與手作、英語學習心得等，播出86集。
- (6)週一~週六22:10~24:00「音樂伸展台」古典音樂節目以雙語介紹古典樂曲及作曲家背景，播出86集。
- (7)週六08:00~08:30及12:30~13:00製播「英語自學王」節目，介紹英語自學的方法，播出36集。
- (8)週六00:00~01:00與週日18:00~19:00製播「Coco choice」雙語西洋歌曲欣賞節目，播出36集。
- (9)週日10:30~11:00「奇幻島」節目，製播兒童美語單元「奇幻ABC」，播出18集。
- (10)以新聞報導、製作專題方式宣傳雙語學習資訊。

3. 雙語節目進行臉書直播共計5次

- (1)108年4月10日「午后陽光第三階段-觀光ABC」邀請正修科技大學應用外語系柯玉琳老師，談旅遊高雄實用英語。
- (2)108年4月17日「午后陽光第三階段-運將ABC」邀請正修科技大學應用外語系柯玉琳老師、中華衛星大車隊邱麗玲小姐，教授英文方向用語。
- (3)108年5月22日「午后陽光第三階段-運將ABC」邀請正修科技大學應用外語系柯玉琳老師及中華衛星大車隊蔡勻淇小姐，談世界豬肉美食帶你吃。
- (4)108年5月27日「午后陽光第三階段-觀光ABC」邀請正修科技大學應用外語系柯玉琳老師，帶大家用英語遊德國。
- (5)108年6月12日「午后陽光第三階段-觀光ABC」邀請正修科技大學應用外語系柯玉琳老師，用英文冷笑話考驗你的英文能力。

4. 高雄廣播電臺37週年台慶系列活動辦理2場雙語講座，帶動市民英語學習風氣：

- (1)108年6月15日(六)於高雄市立圖書總館3樓階梯閣樓，邀請英語教育名師賴世雄主講「如何輕鬆學英語」。
- (2)108年6月22日(六)於高雄市立圖書總館3樓階梯閣樓，邀請英語脫魯達人鄭錫懋主講「換條路，發現英語新大陸-語言學習的科學方法」。

(二)製播多元化節目

1. 為關懷弱勢族群，製播關懷同志議題、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，1至6月共製播754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至6月共製播123集，節目不時以電臺臉書進行影像直播，擴大宣傳效益。
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9個社團參與製播17集節目，為弱勢團體發聲。節目收聽族群遍及各界，合作社團包括：法律扶助基金會、天使心家族社會福利基金會、台灣無障礙協會、高雄市聲暉協會、伊甸基金會、靖娟兒童安全文教基金會、兒童福利聯盟、陽光基金會及高雄市寶來人文協會等。
4. 配合「為夢想點火」NASA太空人分享會、甄愛高雄群星會、高雄路竹番茄節、高市訓就中心108年第1梯次產訓合作職前訓練招生、高市中醫醫院新春養生保健課程、高雄首創土地使用分區證明行動化、名人紀念日、陽明高雄海洋探索館 Super Seaweed 海帶特展、金馬賓館蛻變為當代藝術中心、高雄市增設行穿線視障導引標線、108年度大社三寶農特產觀光季、勞工局職前訓練招生、高雄烏魚子佐酒大賽、高雄十大愛情摩鐵、2019高雄春天藝術節、雙語節目上檔、雙語講座、偏鄉報導、反毒博覽會及高雄市復康巴士等活動或重要施政，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. 每日製播110分鐘古典音樂節目，提供南台灣民眾獨特、深度之聽覺享受。
6. 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、高雄市電影圖書館、高雄市長官邸圖書館、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。

7. 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，並於6月28日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，另每月於FB進行1次「道安隨堂考」贈獎活動，以強化交通安全宣導。

8. 加強宣導重要施政

包括「非洲豬瘟預防」、「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」、「外籍看護家庭喘息服務」、「防治秋行軍蟲」等。

(三) 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，108年1月至6月報導逾1800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3屆第1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，108年1月至6月報導逾85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. 加強報導鐵路地下化後橋樑拆除及地下道填平工程、無障礙之家北院工程、高雄海洋科技產業創新專區、南台灣第一座社會住宅高市新建社會住宅《凱旋青樹》、鳳山水資源中心、海音中心等重大建設新聞。
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. 加強報導防治秋行軍蟲、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。
7. 報導高雄市軟硬體施政成果及施政方針新聞：高雄電臺雙語節目開播、高雄寬頻佈纜六都第一、內政部全國公安考核 高雄再次榮獲特優、東林社區關懷據點揭牌、PM2.5濃度 高市改善率全國第一、高雄市無障礙設施再次榮獲全國無障礙評比特優、高雄市道路考評全國第一、高雄市資訊教育連續六年蟬聯特優、岡山首件老屋活化、歐創新育成平台 與高市府簽MOU、自立陸橋服務42年走入歷史、高廣94.3 ABC節目開播、公車式小黃深入偏鄉服務年長者、高市資源回收考核榮獲金質獎肯定、管線資料管理 高市獲直轄市優等獎、實物銀行橋頭店開幕啟用、高市「低碳永續」獲全國最高等級銀級認證等。

8. 配合高雄市重要城市特色行銷、藝文活動，加強相關新聞採訪或製播專題深入報導：「為夢想點火」NASA 太空人分享會、甄愛高雄群星會、路竹番茄節、市境之南樹、烏魚子佐酒大賽、愛河燈會金銀河活動、杉林花海迷宮、旗鼓鹽美食地圖、旗山「春梅幸福小旅行」、春天吶喊移師旗津、瓊瑤宴浪漫開席、軍事觀光鼓山洞、暖心六龜緩緩行探索山城魅力、農業新藍海市場、高市醫療觀光、六龜與杉林特展、名人帶路-漢來美食總經理林淑婷、全國首座眷村民宿掛牌營運、高雄市立美術館《太陽雨》特展、愛河端午龍舟賽、內門宋江陣等。

