

# 貳拾貳、新聞

## 一、新聞行政與管理

### (一) 輔導落實電影分級制度，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，本市共計 13 家電影院。
2. 依據電影法相關規定，督導電影片映演業依法確實執行電影分級制度，108 年 7 月至 12 月實施臨場查驗共計 134 廳次(含映演人)，未發現違法情事。

### (二) 加強出版品及錄影節目帶之輔導與管理，維護社會善良風俗

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，並加強違規廣告查察，108 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 1 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 7 月至 12 月查察共計 40 家次，未發現違法情事。

### (三) 輔導與管理有線電視業，提供優質收視服務

1. 依據有線廣播電視法，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 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，108 年 7 月至 12 月共處理 335 件（慶聯 98 件、港都 128 件、鳳信 64 件、南國 25 件、新高雄 15 件，同時陳情 2 家以上有線電視業者 5 件）。
3. 本市 5 家有線電視業於 108 年底前業將基本頻道全部以高畫質(HD)播出，造福約 64 萬戶收視戶。
4. 108 年 12 月召開 2 次費率審議會會議，維持 109 年各項收視費用與 108 年度相同，並要求業者擴大在地公益回饋。
5. 因應有線電視數位化後，釋出多餘頻寬，為強化有線電視的公益性及服務性，本市率各地方政府之先，以國家通訊傳播委員會撥付本府之有線基金為預算來源，於 108 年新訂定「高雄市

有線廣播電視提供公共訊息數位服務補助辦法」，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。108年共核定3案，補助金額共計194萬5,900元。

- (1) 慶聯有線電視「高雄市空氣品質查詢數位應用服務計畫」75萬元。
  - (2) 港都有線電視「高雄市公共電子刊物閱讀應用服務計畫」75萬元。
  - (3) 新高雄有線電視「數位服務資訊」44萬5,900元。
6. 協助鳳信有線電視公司辦理行政院國土安全辦公室主持之「國家關鍵基礎設施防護訪評演習」，模擬鳳信有線電視公司遭逢天然災害、人為災害及資安攻擊，致有線電視斷訊、警方封鎖攻堅及被利用散佈假消息時，本局行政協助透過新聞稿、高雄市政府官方LINE及樂高雄臉書等媒宣管道，即時公告正確官方資訊並澄清不實謠言。

#### (四) 提升公用頻道節目品質及宣導

1. 在地新聞輪播：整合本市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)於本市公用頻道輪播，每日於08:30至10:30、12:00至14:00、19:00至21:00等時段，提供市民透過不同觀點，即時瞭解高雄在地新聞。
  2. 議會實況轉播：市議會第3屆第2次定期大會開議期間，每日全程轉播部門質詢及總質詢現場實況。
  3. 雙語節目排播，提供豐富學習資源
- (4) 結合民間雜誌社資源，於公用頻道CH3播出共5個英語教學節目：『初級空中美語』、『中級空中美語』、『ABC互動英語』、『Live互動英語』及『大家說英語』節目。每日播出5小時(涵蓋早午晚時段)。
  - (5) 協調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。自109年1月份起，新增『空中大學高雄觀光導覽英文』教學節目每日播出2小時。以上，英語教學節目每週總共播出41小時。
4. 製播市政影音專題節目，即時傳播宣導
- (1) 幸福高雄—針對本市軟硬體建設、文化、產業、觀光旅遊等活動，製作影音專題節目國、台語發音版本，108年共製作國語發音12集、台語發音12集。
  - (2) 向市民報告—針對重大市政建設與政策製作專題報導節目，利用公用頻道、YouTube、FB及LINE及新聞局官網等多元管道，即時傳遞給市民朋友。108年共製播20集，每集長度3分鐘。

5. 特色休閒旅遊節目，行銷城市特色
  - (1) 高雄 38 條通—108 年共製播 50 集節目，每集長度 30 分鐘。
  - (2) 來去高雄住一晚—108 年度共製播 13 集節目，每集長度 60 分鐘。
  - (3) 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。
6. 購置優質影片版權，豐富節目內容
  - (1) 購置地方文化影片公播版權：因應網路影音流行趨勢，蒐集篩選與高雄有關網路熱門影片，且在單一 YouTube 頻道觀看次數達 10 萬次或單一 Facebook 貼文觸及達 2 萬人共計 10 支，每支 20 分鐘，購買其公播版權於公用頻道 CH3 刊播。
  - (2) 懷舊系列影片版權購置：安排公用頻道 CH3 播出高雄懷舊系列電影；如王哥柳哥遊台灣(上、下)、高雄發的尾班車、喜怒哀樂、彩雲飛、緹縈、一個女工的故事、童年往事、心有千千結以及海鷗飛處等共 10 部。
7. 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、2019 高雄生態交通日、國慶草地音樂晚會、路竹番茄節，於現場設攤宣導公用頻道，鼓勵民眾申請託播影片及收看在地特色節目。
  - (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」，行銷本市公用頻道之公益性與多元節目內容。
  - (3) 拍攝剪輯 20 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 7 月至 12 月計蒐集平面新聞資料 68,550 則、網路即時新聞資料 202,562 則、蒐集電視新聞摘要 109,359 則，強化新聞媒體效益。

### (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 7 月至 12 月共計發布 506 則。另於議會定期大會期間(108 年 9 月 25 日至 12 月 12 日)，

成立議會小組發布新聞稿共 25 則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。

(三) 舉辦重大政策記者會

配合本府重大政策或事件於 12 月 24 日舉辦第三屆高雄市長就職週年記者會，以「高雄新頁」為題，細數一年來包括貨出人進、燈亮路平、雙機雙語、空汙防治、清疏治水、便捷交通、支持青創等 30 項璀璨政績，為高雄開啟嶄新的一頁。

(四) 強化本府新聞聯繫暨輿情回應

7 月 26 日辦理「新聞輿情回應首長研習班」，邀請媒體從業人員擔任講師，分享網路新聞與電視新聞輿情回應技巧、鏡頭語言等，參訓人員為本府各機關首長。

### 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. 辦理高雄城市形象廣告電視託播，為讓全國民眾見證高雄城市的蛻變，瞭解本府在市政政策、產業活動推動上的用心，本府以創意、優質手法攝製之城市形象短片，透過電視廣告迅速有效觸及國內大眾，透過採購收視率較高的全國電視頻道廣告時段，以達廣告宣傳效益。
3. 製作年度大型活動行銷短片，如夏季短片「Summer Time-我們高雄 放膽想像」，運用跑酷的手法呈現 7 至 9 月重點宣傳活動；冬季短片「KOOOL 高雄 SO KOOOL」及 LIGHT 系列活動短片於多元媒體管道露出，行銷秋冬高雄兩大系列活動，廣邀民眾一同參與。
4. 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，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，藉以吸引國內外旅客前來體驗活力高雄，並於樂高雄臉書、Twitter、YouTube、公用頻道、戶外電視牆及各大電視頻道播出宣傳。
5. 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。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，加強宣傳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，人進貨出，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。8月專題以社會福利政策、弱勢扶助關懷為主、9月則以和發產業園區為主軸，帶出招商引資的成績及友善投資環境、10月整合行銷秋冬 KOOL 系列活動。
  - (3) 宜居城市專刊：與平面媒體「宜居城市」專刊合作，以珍珠計畫為主題刊登全十廣告，宣傳本府珍珠計畫之內涵與相關措施，提供未成年父母整合性服務。
  - (4) 秋季遊賞高雄：行銷高雄旅遊景點、美食與中秋賞月等活動，與平面媒體合作廣告專輯企畫，透過廣告企畫與行銷，吸引民眾遊賞高雄，創造與提升高雄的觀光經濟效益。
  - (5) 市政觀光行銷：宣傳高雄追光季、不廢搖滾嘉年華、整合秋冬 KOOL 及 LIGHT 兩大系列活動，廣邀民眾參與。
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) 市政行銷：以友善社會、世代共好---珍珠小棧及安心餐食為行銷主題，讓民眾知曉本市社會福利及救助措施。
  - (3) 秋冬 KOOL 及 LIGHT 系列活動行銷：整合各局處辦理之重點活動，透過網路宣傳，吸引民眾前來參與。
  - (4) 歲末活動行銷：歲末年底高雄活動多樣，以網路宣傳「不廢搖滾音樂節」及「2019 LOVE 高雄追光季」活動資訊，增強行銷廣度，廣邀大眾參與。

- (5)以「高雄新頁」為主題，配合市政團隊施政週年成果，與網路媒體合作投放廣告及廣編推播，加強市政行銷能見度。

### (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. 市政廣播行銷：甄愛高雄群星會、暑期餐食及珍珠計畫等行銷。

### (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-穿越馬路、大型車安全、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、麥當勞等電視)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家網路媒體廣告連結「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。
- (4)運用本市38處(計41面)公部門單位刊掛戶外帆布廣告(如新春賀歲鼓勵多利用大眾運輸系統、消滅闖紅燈等道路交通安全宣導)，以強化民眾道安觀念。
- (5)運用高雄市公車車體刊登「紅燈停綠燈行，秒數充足過馬

路」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38面車體道安廣告。

- (6) 運用高雄捷運站月台玻璃貼、燈箱、車廂刊登「紅燈停綠燈行，秒數充足過馬路」廣告，共96面。
- (7) 運用本市公共腳踏車後土除刊登「紅燈停綠燈行，秒數充足過馬路」廣告，共450台。
- (8) 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。
- (9) 製作保溫瓶、野餐墊等道安宣導品，宣導遠離大型車及秒數充足過馬路等主題，適時於宣導活動贈送參與民眾，強化道安觀念。
- (10) 為加強宣導交通安全觀念，與本市8家廣播媒體合作製播廣播帶，主題包括「消滅闖紅燈」、「轉彎車請打方向燈」及「轉彎車禮讓直行車與請開頭燈」等。

## 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，增進市民瞭解本府施政與建設成果。

## 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

1. 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，以利本府與媒體建立雙向聯繫溝通。

2. 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。

1. 10月15、16日協助日本「RKB每日放送」電視台實地踩線拍攝高雄景點，行銷全台最大活化老倉庫「棧貳庫」、高雄軍事觀光、衛武營國家藝術文化中心、高雄知名夜市、傳統早點美食、高雄十大奇冰拍攝等，行銷高雄觀光文化景點特色。
2. 11月28日安排德國媒體了解高雄經濟轉型及港區發展，包括德語日報、世界報、德國北部廣播公司等計12名媒體從業人員參訪高雄。

## 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「甄愛高雄群星會」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「甄愛高雄群星會」系列活動，並透過高雄公益大使甄珍女士的號召力，邀請超過40位台港導演及明星到高雄，除表示對影視產業的重視外，也介紹高雄給更多影人和影迷認識，讓影視產業紮根高雄。
2. 系列活動：
  - (1) 超過40位台港導演明星到高雄：李行、劉偉強、朱延平、王童、吳思遠、梁修身、李崗、郭南宏、邱瓊寬等9位導演；甄珍、秦祥林、謝賢、徐楓、向華強、呂良偉、張小燕、汪玲、蘇永康、金星、姜大衛李琳琳、冉肖玲、秦沛、胡錦、陳莎莉、石雋、吳秀珠、江蕾、鄧美芳、江彬、湯蘭花、周丹薇、楊貴媚、張克帆、向佐、郭碧婷、李聖傑、郭雪芙、林意箴等30多位明星，以及資深攝影賴成英、影評人焦雄屏等電影人。

(2) 3場記者會：

①活動宣布記者會：6月6日市長與影后甄珍、江彬、胡錦、周丹薇、李聖傑、郭雪芙、林意箴等跨世代群星一同宣傳即將於7月舉辦的「甄愛高雄群星會」系列活動。

②高雄歡迎甄珍&秦祥林：7月11日由葉匡時副市長、新聞局王淺秋局長代表迎接，為歡迎「甄珍高雄影展」開幕片《心有千千結》的男女主角甄珍、秦祥林，特別致贈由高雄旗山原北蕉與大樹鳳梨等在地農產精心製作的「香蕉旺來酥」點心禮盒，以及高雄新誕生的吉祥物柴犬「來福」偶，歡迎兩位巨星的蒞臨。

③香港影人見面會：7月12日來自香港的謝賢、呂良偉、向華強陳嵐夫婦、秦沛、姜大衛、劉偉強導演、吳思遠導演胡錦、蘇永康、冉肖玲等重量級各領域的影人，在高雄劃時代聚首，以實際行動力挺「甄愛高雄群星會」系列活動。

(3) 真情面對面-那些年我們追的電影夢：邀請台灣電影教父李行導演、香港黑幫電影大導演劉偉強、喜劇電影大師朱延平、台灣近代三部曲導演王童、金馬終身成就獎暨亞洲影后甄珍、香港電影最強推手向華強、愛情經典金馬影帝秦祥林、台灣綜藝教母張小燕、金馬金鐘雙料影后楊貴媚，以及主持人知名電影人焦雄屏等10位台港電影人，與超過300位來自台灣、日本、新加坡、馬來西亞等地的粉絲真情面對面，暢談那些年追的電影夢，以及螢幕裡外的愛情故事。

(4) 重溫風華年代~甄珍高雄影展：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，7月12日至28日在高雄in89駁二電影院獨家放映。而開幕片「心有千千結」數位修復版，更是在高雄全球首映，導演李行、女主角甄珍、男主角秦祥林均到場向影迷致意，這在影壇上意義非凡。（此部分由文化局辦理、新聞局協辦）

(5) 甄珍從影55週年經典展：由瘋狂娛樂有限公司主辦，市府為指導單位，展品包括甄珍從影來幕前與幕後精彩影片、劇照、電影戲服、重要成就獎項、海內外媒體報導文獻、私人珍藏物品照片等獨家稀有經典資料，展場走完一圈也就像看完一場永垂不朽，值得回味的愛情電影與豐富啟發

性的人生故事。

- (6) 群星公益關懷之旅：在高雄公益大使甄珍女士的號召下，秦祥林偕夫人、胡錦、周丹薇、鄧美芳、姜大衛、李琳琳、張克帆、章立衡及廣播人陳凱倫等，到高雄長青中心關懷長輩，除了發送壽桃祝福長輩福壽綿延，也和長輩玩自拍唱情歌，隨音樂共舞，長輩追星的熱情更是完全不輸年輕人。

### 3. 活動效益：

- (1) 活動期間觀賞與觸及人次超過 120 萬(含活動現場、網路直播、電視節目)。
- (2) 活動期間媒體總聲量露出 262 則(含網路 112 則、電視 96 則、平面 54 則)，媒體效益超過 4,300 萬元。

### (二) 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，新聞局為活動指導單位。
2. 7 月 5 日至 7 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。

### (三) 辦理高雄吉祥物活動

1. 結合高雄古地名 TAKAO 及「財氣旺」等意象，設計吉祥物柴犬「來福 LOVE」人偶、圖像，帶給高雄發財、輕鬆快樂的意境，並持續辦理行銷推廣。
2. 以高雄多元的吉祥物及觀光景點行銷城市特色，提升高雄觀光、吉祥物經濟，並營造城市愛與歡樂的氛圍，相關活動如下：
  - (1) 「新聞局吉祥物來福發表會 + 生日趴」7 月 30 日在高雄市政府鳳山行政中心中庭舉辦，新聞局吉祥物「來福」首度亮相，農業局吉祥物「高通通」、觀光局吉祥物「高雄熊」、海洋局吉祥物「高雄五寶」及「高捷少女」小穹到場共同慶賀。
  - (2) 「高雄吉祥物出任務！」線上票選活動自 8 月 19 日至 9 月 6 日舉行，由高雄吉祥物們推薦特色景點，包含駁二、愛河、柴山、旗津，再邀請民眾上網票選，讓高雄的觀光和城市特色，更深入民眾心中。
  - (3) 「高雄吉祥物同樂會」9 月 29 日於駁二大義公園旁輕軌橋墩下舉行，「來福」、「高通通」、「高雄熊」以及「高雄五寶」勁歌熱舞熱情演出，並與現場民眾玩遊戲，同時宣導交通安全、公用頻道等訊息，為大小朋友帶來愉快的假日午後。
  - (4) 活動觀賞與觸及人次近 17 萬(含高雄市政府 LINE 網路直播、

《樂高雄》FB 網路直播及現場），媒體露出共 62 則，媒體總效益達 880 萬元以上。

(四) 公益大使關懷之旅：

1. 高雄公益大使甄珍於 9 月 12 日中秋前夕到鳳山早療中心，和孩子們一起參加訓練課程，以實際行動關懷慢飛天使，麵包師傅吳寶春更贊助中秋月餅及麵包，祝孩子們中秋節愉快。
2. 甄珍在「甄愛高雄群星會」活動期間共募得 310 萬元，加上先前自己捐出的 100 萬元，全數捐給社會局「甄珍愛心專款」，目前已累計 410 萬元，用來幫助貧困失依的孩子。

(五) 辦理「高雄星光大道」啟用典禮：

1. 11 月 29 日由副市長葉匡時率市府團隊、影后甄珍及寶可夢世界冠軍吳比等人共同拉下綵帶，正式宣布高雄星光大道與大家見面。結合 50 個港台影視明星、導演及出身高雄或具高雄精神的各領域傑出人士的印記，在愛河畔河東路人行步道，組成專屬於港都的「高雄星光大道」，增添愛河浪漫風韻，為城市行銷再添新動能。
2. 活動效益：媒體露出共 36 則（含網路媒體 13 則、電視媒體 19 則、平面媒體 4 則），媒體總效益達 550 萬元以上。

(六) 結合民間資源合作辦理「2019 OPEN! 大氣球遊行」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，本府為活動指導單位。共有 20 組大氣球、動員千人以上的表演團體參與。
2. 12 月 14 日於高雄前鎮區時代大道舉行，隊伍安排高雄市政府團隊、前鎮區公所、新聞局吉祥物「來福」及農業局吉祥物「高通通」組成的「高雄隊」率先出發，沿路發送精美贈品與民眾同樂，帶出表演團體、卡通造型大氣球、舞台車等吸睛遊行亮點。

(七) 結合民間資源合作辦理「愛·Sharing 2020 高雄夢時代跨年派對」活動：

1. 由統一企業集團與夢時代購物中心主辦，本府為指導單位，提供交通管制及疏導、救護等行政指導與協助。
2. 12 月 31 日至 1 月 1 日於前鎮區時代大道舉行，曾國城、王仁甫、路嘉怡、郭靜擔任主持人，卡司邀請畢書盡、陳彥允、李玉璽開場、丁噹為倒數前表演、蕭敬騰為倒數後演出，共 15 組卡司輪番演出，並於中天綜合台、中視、TVBS 及 MOMO TV 等頻道電視轉播，中天 YouTube 網路直播。倒數前，由市長率市府團隊登台與市民朋友一同倒數迎新年。
3. 本次跨年活動電視轉播收視人口共 541 萬 7 千人，YouTube 直

播超過 200 萬人次觀賞（主辦單位統一夢時代未公布現場參與人次）。

(八) 結合民間資源合作辦理「義大世界耶誕系列及 2020 跨年煙火」活動：

1. 由義聯集團主辦，新聞局為活動指導單位。
2. 耶誕系列活動係於 12 月 21 日、12 月 28 日在大草坪區舉辦兒童劇團、社團表演及無人機展演，12 月 31 日至 109 年 1 月 1 日則舉辦無人機展演及施放全台最長 999 秒 3D 立體音樂煙火。
3. 效益：活動內容包括無人機排列圖案展演及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，開心迎接 2020 新年到來，煙火施放 999 秒（全國最長）。據主辦單位義大世界統計，活動總計吸引逾 10 萬人聚集參加，義大世界天悅飯店及皇冠酒店住房全滿，也提升大眾運輸系統（捷運、公車、客運）跨年夜的載客量。

## 九、編印定期刊物，加強行銷高雄

(一) 《樂高雄》電子期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 7 月至 12 月共發行 6 期，並發送給訂閱戶。
2. 《樂高雄》雙月刊編印
  - (1) 每雙月發行 1 期，108 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 200 個定點，供民眾免費索閱。
  - (2) 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. 《樂高雄》期刊新網站上線  
《樂高雄》期刊新網站於 108 年 8 月上線，提供讀者及網路使用者更便捷的數位閱讀環境。
4. 透過數位平台行銷出版品  
《樂高雄》期刊新網站提供電子書下載及電子期刊訂閱功能，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12月共發行5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-愛與歡樂的城市」高雄市簡介》繁體中文、英文、日文及簡體中文版。
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，製作特色宣導贈品，並結合吉祥物可愛、溫暖的意象，加強行銷高雄。

## 十、網路行銷

(一) 樂高雄臉書

截至108年12月，粉絲人數已超過36萬多人。以生動活潑的文字、圖片或短片，分享高雄在地資訊，包含本府重大政策與建設、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12月好友人數超過93萬多人。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；並透過高雄市政府官方LINE帳號進行活動直播，總計辦理4場，線上觀看總人數為333,115人。(7月12日群星會開幕108,459人，7月30日吉祥物發表74,752人，9月29日吉祥物同樂會85,828人，11月29日星光大道啟用64,076人。)

(三) 高雄市政府YouTube

定期上傳「幸福高雄」及「向市民報告」影音專題節目至YouTube，108年度共上傳「幸福高雄」12集(72則專題)、「向市民報告」20集，節目內容針對重大市政建設與政策製作專題報導透過網路平台快速流通，即時傳遞給市民朋友們。

## 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. 108年廣播金鐘獎入圍公佈，高雄廣播電臺入圍二項：李可「聽！是誰在歌唱」入圍單元節目獎及音效獎。
2. 為加強與聽眾互動，配合高雄廣播電臺37周年臺慶，108年7月5日邀請國寶級麵點大師周清源主講《麵粉與生活》，現場教導市民製作麵點的技巧。

### (二)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，從108年7月1日至12月31日共播出雙語節目1160集、雙語單元1270次，播出時段如下：
  - (1) 週一至週五 07:00~07:30 播出BBC Newsroom節目，播出132集。
  - (2) 週一至週五 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132集、常春藤解析英語播出132集、常春藤生活英語132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552次）、「打狗英語通」（播出322次）及「原來英語可以這樣學」（播出396次），於週一至週五 08:00、09:00、10:00、11:00、12:30、14:00、15:00、18:00、20:00，週六 06:00、16:00、18:00 以及週日 00:00、01:00、11:00 等時段播出。
  - (4) 週一~週五帶狀節目中開關英語單元:11:00~12:00 高雄人第三階段節目中開關「主婦ABC」單元（播出132集）、

15:00~16:00 午后陽光第三階段節目中開闢「運將ABC」及「觀光ABC」單元（播出132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132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158集。
- (7) 週六 08:00~08:30 及週日 12:30~13:00 製播「英語自學王」節目，介紹英語自學的方法，播出52集。
- (8) 週日 10:30~11:00「奇幻島」節目，製播兒童美語單元「奇幻ABC」，播出26集。
- (9) 以新聞報導、製作專題方式宣傳雙語學習資訊。

### 3. 舉辦雙語夏令營

為推動雙語城市之政策，高雄廣播電臺規劃以「英語新聞播報」為主題之夏令營，108年8月5日、8月6日舉辦兩個梯次的「NEWS ABC 雙語小主播夏令營」，邀請前臺視英語新聞主播林裕展與前中央廣播電臺英語新聞主播簡德浩授課與互動遊戲，並進行「雙語小主播直播秀」，帶動學童學習英語之熱忱，進而提升英語表達之能力與自信。

### 4. 雙語節目及活動進行臉書直播(共計7次)

- (1) 108年7月29日「午后陽光第三階段」邀請正修科大應外系柯玉琳老師，以雙語談寵物大觀園。
- (2) 108年8月5日「NEWS ABC 雙語小主播夏令營第一梯次」邀請英語比賽表現優異的小朋友，體驗一日主播。
- (3) 108年8月6日「NEWS ABC 雙語小主播夏令營第二梯次」邀請英語比賽表現優異的小朋友，體驗一日主播。
- (4) 108年9月11日「高雄人第三階段-主婦ABC」邀請雙語小主播夏令營第一名同學黃家琪、媽媽朱秀莉，談小主播養成術。
- (5) 108年10月23日「高雄人第三階段-主婦ABC」邀請高師大英語系柯博登教授，以雙語談秋季。
- (6) 108年11月18日「午后陽光第三階段」邀請巴代(大巴六九文史作家)，以雙語介紹百年前的鹽水風華。
- (7) 108年12月29日「午后陽光第三階段」邀請11-12月高雄觀光大使—旅行沙舟張J，以雙語談《從工程到旅程的勇

氣》。

### (三)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(泰、印語等)、原住民、客語族群、兒童少年及長青族等節目，7至12月共製播364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至12月共製播132集，每個單位每月一次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12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：創世社會福利基金會、伊甸社會福利基金會、高雄市大高雄生命線協會、高雄市家庭照顧者關懷協會、高雄市飛揚福利服務協會、觀世音慈心會、高雄市身心障礙團體聯合總會、台灣無障礙協會、高雄市自閉症協進會、台灣百香果創齡協會、高雄市合德慈善會、善慧恩社會慈善基金會等。
4. 配合甄愛高雄群星會、高市訓就中心108年第2次產訓合作職前訓練招生、勞工局職前訓練招生、高雄路竹番茄節、2019高雄春天藝術節、旗津黑沙玩藝節、愛河水漾嘉年華、高雄庄頭藝穗節、甲仙芋筍節、高雄左營萬年季、虱目魚文化節、高雄國際食品展、大寮紅豆文化節、大社三寶農特產觀光季、第一屆「網紅直播大展」、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，「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、高雄市電影館、高雄市立圖書館、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，並於12月24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「防治秋行軍蟲」、「防治登革熱」、「登革熱就醫」、「防治腸病毒」、「疾病流感預防」、「非洲豬瘟預防」、「農民職業災害保險」、「勞工保險」、「雙語教

育」、「托嬰政策」、「賣菜郎的神農市集」、「高雄 iBus 公車即時動態資訊」、「防治詐騙」、「防酒駕及交通安全」、「節約用電用水」、「新移民服務」、「太陽能政策及綠能城市」、「檢肅貪瀆」、「肅清煙毒」、「公共安全」、「稅務宣導」、「人口政策」、「勞工安全衛生教育」、「社會福利及安全」、「人權」、「空污環保」、「防溺」、「防火」、「防震」、「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」等。

(四) 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 7 月至 12 月報導逾 2000 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 2 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 7 月至 12 月報導逾 80 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綠園道工程、鳳山運動園區工程、前鎮汕頭公園工程、輕軌二階、205 兵工廠遷建計畫、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、老屋改建、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、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 1999 專線獲服務業評鑑便民專線金牌獎、高市上半年空品改善奏效良率破 7 成、高雄市地政局 & 六龜衛生所勇奪「公部門奧斯卡獎」、幸福小黃前進偏鄉、高雄促參招商連續四年獲頒招商卓越獎、高捷岡山路竹延伸線二階環評通過、高市 PM2.5 降至歷年新低、高雄 1-6 月住宿大幅成長 20%、高雄電臺「聽！是誰在歌唱」雙入圍金鐘、岡山區成功路排水改善完成、北漂返鄉就業服務專台在澄清服務中心成立、萬年青日間照顧中心揭牌啟用、高市獲 108 年全國公園綠地無障礙考評優等、金石獎 27 屆高市報三中三、高市濱海聯外道路榮獲公共工程金質獎、高市府啟動立體綠化及通用環境專案 獲衛福部健康城市及高齡友善獎、高市勇奪六都交通工程單項成績

第一組第一名等。

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、製播「打狗小學堂」單元或專題深入報導：「愛河的水會變色」、「美濃田園音樂會」、「高雄水陸戲獅甲」、「旗津滿月趴」、「左營萬年季」、「虱目魚文化節」、「岡山籃簍文化節」、「2019 六堆客庄馬拉松」、「旗津黑沙玩藝節」、「幸福三太子八仙戲遊金獅湖」、「南台灣阿卡貝拉中心 STAC 推廣人聲藝術」、「《刺青-身之印》特展」、「慶祝高雄 100 三大主題藝百驚艷」、「改造社區的插畫家」、「轉角藝術村 城內舊書閣」、「遊高雄，有文化卡好」、「跨海的臺日鐵道技術交流展」、「高雄愛河水漾嘉年華」、「郵輪產業在高雄」、「旗山香蕉入菜」、「大寮紅豆+公館紅棗」、「無形文化資產-踏涼傘」、「九二海戰攝影特展」等。