

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。
2. 本市共計 12 家電影院，109 年 7 月至 12 月實施臨場查驗共計 132 廳次，均符合相關規定。

(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. 依據「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」等查察平面媒體廣告。
2. 依據兒少法相關規定，督導出版事業確實依法執行廣告刊登事宜。109 年 7 月至 12 月止，查察共 110 則平面廣告，均符合相關規定。
3. 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。109 年 7 月至 12 月查察共計 26 家次，均符合相關規定。

(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。109 年 7 月至 12 月查察本市 5 家有線電視系統開口廣告共計 720 頻道次（每次 1 小時），均符合相關規定。
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，立即協調業者現勘，或會同相關單位予以處理，109 年 7 月至 12 月共處理 172 件，督導本市有線電視業者提升服務品質。
3. 辦理 109 年度高雄市有線電視收視滿意度調查，提供有線電視費率審議委員會審議 110 年收視費用、有線電視業者改善服務品質之依據。
4. 因應有線電視全面數位化，依據高雄市有線廣播電視提供公共訊息數位服務補助辦法，補助慶聯有線電視執行「高雄市垃圾清運查詢系統應用服務計畫」、港都有線電視執行「高雄市徵才查詢系統數位應用服務計畫」及鳳信有線電視執行「面面俱到的社區監控服務計畫」，優化有線電視數位服務品質，創造更符合在地需

求之服務。

5. 為推動有線電視轉型和升級，舉辦109年高雄市有線廣播電視產業發展研討會，邀請產官學民各界辦理4場公民參與工作坊、1場專家學者座談會及1場全日研討會，共同為有線電視產業凝聚願景。
6. 辦理110年度有線廣播電視系統費率審議委員會，審議本市5家業者各項收費上限。

(四) 提升公用頻道節目品質及宣導

1. 製播公共建設影音專題節目，即時行銷宣導
「高雄進行式」—針對本市軟硬體建設、重要活動、政策實施等，製作影音專題報導，109年共製作66則專題，並剪輯成22集節目。
2. 精緻休閒旅遊節目，行銷城市特色
 - (1)「愛@高雄」—109年製播40集高雄在地特色社區、公益、產業、達人等文化節目。
 - (2)「來去高雄住一晚」—109年製播13集高雄休閒旅遊節目，深入探索城市生活底蘊。
3. 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。
4. 議會實況轉播：配合議會申請公用頻道播出，10月6日至12月10日市議會第3屆第4次定期大會期間，每日全程轉播部門質詢及總質詢現場實況，提供市民關注地方發展訊息。
5. 每週排播外語教學節目共41小時，提供豐富學習資源
 - (1) 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)。
 - (2) 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，以及『空中大學高雄觀光導覽英文』教學節目每日播出2小時。
6. 配合政府新南向政策，辦理公用頻道東南亞影展，播出越南、印尼、泰國、印度等4國共6部電影，讓市民能透過電影影像更了解東南亞文化。

7. 高雄市公用頻道行銷宣導

- (1) 透過「高雄市 CH3 公用頻道平面廣告」刊登，宣傳媒體近用。
- (2) 結合本市節慶或社區活動宣導有線電視 CH3、促進公用頻道近用，鼓勵民眾申請託播影片及收看在地特色節目。
- (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。
- (4) 首次辦理有線電視公用頻道 CH3 直播 2021 跨年活動，提供市民即時參與「跨百光年」活動，並宣導公用頻道 CH3 近用權。
- (5) 為推廣本市公用頻道近用，購置「公用頻道的經營與媒體近用」座談會影片版權，於本市公用頻道排播。
- (6) 辦理媒體識讀座談會，提昇大眾對媒體訊息的認識。

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。109 年 7 月至 12 月計蒐集平面新聞資料 40,147 則、網路即時新聞資料 128,368 則、蒐集電視新聞摘要 20,933 則，新聞媒體總效益約新台幣 273.1 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，109 年 7 月至 12 月共計發布 639 則。另於議會定期大會期間(109 年 10 月 5 日至 12 月 23 日)，成立議會採訪小組發布新聞稿共 24 則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。

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、宣傳年度大型活動及落實交通安全觀念，規劃運用全國性電視頻道通路，排播「夏季行銷短片」、「不搶黃燈不闖紅燈」、「高齡者騎乘機車安全」、「高雄一百 phone Go 瘋狂購物時時抽」、「2021 跨百光年」等主題，迅速有效觸及國內大眾，強化民眾交通安全觀念，也讓高雄市政資訊及城市意象有效傳遞，同時因應國旅風潮，邀請全國民眾至高雄旅遊消費。
2. 製作年度大型活動行銷短片，下半年已完成夏季行銷短片「暢遊

高雄「海派一夏」、秋季行銷短片「涼風秋日 高雄漫遊」、冬季行銷短片「冬日遊高雄 陽光暖心頭」，於多元媒體管道露出，行銷四季高雄系列活動，廣邀民眾一同參與。

3. 規劃製作6分鐘高雄國際城市行銷短片，以實拍影像結合動畫後製，從文化、觀光、自然人文角度，行銷高雄整體印象。宏觀呈現高雄各項基礎建設、教育、醫療、運輸等內容，帶出高雄投資經商產業聚落。影片同時說明高雄未來發展方向，擇亞洲新灣區、循環經濟、智慧城市數位之都、會展、科技產業園區等相關重點內容，規劃藍圖，歡迎企業來投資。
4. 拍攝交通運輸政策宣傳行銷短片，本府積極規劃各項公共運輸優惠措施，包括MeN Go月票、YouBike2.0等，以串聯強化本府交通運輸政策，鼓勵民眾踴躍搭乘大眾交通工具，以達降低空汙、碳排放量之效益。

(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) 高雄新頁：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。下半年專題主題為「四大優先打造國際智慧港灣城市」、「把握投資高雄最好的時機」等。
 - (2) 高雄郎ㄟ100種可能：與平面雜誌合作廣告專輯宣傳案，以「高雄郎ㄟ100種可能」為主題。下半年推動主題為「續眷村多元文化 戀高雄百年風華」、「多元創意，打造因地制宜的高雄大眾運輸網」、「仁武產業園區」等。
 - (3) 市政行銷：刊登主題「幸福川」，感謝第一線維護河川環境無名英雄，並呈現市府專注於市政，同時呼籲大眾共同維持水域整潔，共同創造宜居城市。
 - (4) 秋節專刊：行銷高雄新旅遊景點一大港橋及駁二特區相關活動介紹，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) 產業發展：宣傳本市產業轉型、重大招商及投資成果，展現轉型亮點，增加高雄就業機會。
 - (6) 市政觀光行銷：宣傳「逍遙園」、「高雄一百 phone Go 瘋狂購物時時抽」、「2021 跨百光年活動」，廣邀民眾前往參與，活絡周邊商圈經濟，帶動業績成長。

2. 考量網際網路無遠弗屆之影響力，運用網站媒體多元廣告形式，行銷本市重大施政成果，強化資訊能見度。說明如下：

- (1) 市政行銷：宣傳「農業推廣」讓民眾更能了解市府在農漁業升級之努力及顯著績效。
- (2) 市政觀光行銷：宣傳「旗津黑沙玩藝節」、「眷村民宿」、「高雄真水」、「智慧旅遊好玩卡」、「高雄乘風而騎」、「2020 決戰高雄肉燥飯爭霸賽」、「雄冬好玩『戴』你玩高雄」、「文化遊艇水岸遊程」、「高雄電影節」、「高雄一百週年慶 PHONE 狂 GO 物時時抽」、「2021 跨百光年系列活動」等，藉由活動人潮帶動高雄觀光經濟。
- (3) 產業發展：宣傳「產業轉型」、「國巨投資高雄」、「仁武產業園區動土」、「投資高雄事務所」，提升高雄經濟發展、創造更多就業機會。
- (4) 土地開發政策：宣傳「中都地區」、「亞洲新灣區」、「第 93 期市地重劃區」等土地開發成果，讓市民更了解市府相關施政作為。
- (5) 交通運輸政策：宣傳「大眾運輸便捷」、「交通事故防制」、「通用計程車、復康巴士等照護弱勢之交通運具」，讓市民了解本府推行之交通運輸、事故防制及弱勢交通運具之政策。
- (6) 水利建設：宣傳「滯洪池的多功能使用」、「水資源再利用-鳳山再生水廠」，讓民眾瞭解本府水利設施相關建設及極端氣候下水資源的應用。
- (7) 工務建設：宣傳「民族陸橋機車道拆除通車」、「國道 10 號東向銜接國道 1 號北上匝道工程獲金質獎肯定」，展現本府積極推動工務建設成果。

(三) 多元媒宣

1. 運用本市 38 面公車候車亭燈箱廣告，下半年刊掛主題為「不搶黃燈不闖紅燈」、「揪來作夥」、「跨百光年」等，宣導交通安全觀念及行銷本府市政活動。
2. 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「六龜之心改造完成」、「逍遙園重新開園」、「高雄一百週年慶」、「搭乘大眾運輸參與活動」等。
3. 運用高鐵、北捷刊登「高雄一百 phone Go 瘋狂購物時時抽」，以吸引民眾前往本市旅遊消費，藉此將本市特色商業活動傳遞全台。
4. 2020 第 18 屆遠見高峰會：與平面雜誌合作執行城市行銷案，透過活動會場露出高雄市政府 logo，並透過高峰會官網、電子報等

連結共同露出。

(四) 國際行銷

1. 運用高雄市政府官方推特 Twitter(@KaohsiungCity)及 IG 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. 配合本府招商、振興經濟及提升觀光產值為目標，辦理國際媒體行銷案，針對日本、韓國、港澳、新加坡、馬來西亞、泰國、越南等目標市場透過網路及社群平台露出廣告，將高雄宜居、友善投資及安心旅遊的環境對外宣傳，觸及網路世代年輕族群，以利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) 製播 109 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，宣導主題包括酒駕零容忍、避讓緊急車輛、不搶黃不闖紅、長者行路安全、轉彎車禮讓直行車、路口禮讓行人、保持行車安全距離、不超速、大型車安全及新交通法規等，藉由電台製播創意，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「不搶黃燈不闖紅燈」及「高齡者騎乘機車安全」道安宣導短片，強化民眾路口安全觀念。
- (3) 運用 12 家平面媒體宣導「高齡者行路安全」，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「不搶黃燈不闖紅燈」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) 為加強宣導交通安全觀念，與本市 1 家廣播媒體合作製播廣播帶，主題為「A1 事故防制作為」。
- (6) 運用本市 38 處(計 41 面)行政大樓及學校外牆刊掛戶外帆布廣告，下半年刊掛主題為不搶黃燈不闖紅燈、跟我一起安全過路口，以強化民眾道安觀念及行銷市政活動，廣邀前來參與。

- (7) 運用高雄市公車車體刊登「跟我一起安全過路口」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。
 - (8) 運用人潮進出頻繁之高雄捷運站月台玻璃貼、燈箱、車廂刊登「跟我一起安全過路口」廣告，共96面。
 - (9) 運用本市公共腳踏車後泥除刊登「行人過路口安全」廣告，共180台。
 - (10) 印製燜燒罐、陶瓷杯、伸縮型USB及多功能便利貼道安宣導品，宣導酒駕零容忍、不超速、不搶黃燈不闖紅燈及避讓救護車等主題，適時於宣導活動現場贈送參與民眾，強化道安觀念。
2. 製播宣導短片：
拍攝「不搶黃燈不闖紅燈」及「高齡者騎乘機車安全」交通安全宣導短片。
 3. 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，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。109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

國內媒體

- (一) 配合本府各局處大型活動的舉辦，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，並不定期辦理媒體餐敘、交流，以利市府與媒體建立雙向聯繫溝通。

(二)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。

七、辦理城市行銷活動

(一) 辦理高雄「2021 跨百光年」活動

1. 「2021 高雄跨年活動」納入高雄一百系列活動之一，由文化局及本局為主辦單位，1920 年高雄設州改制，2020 年底高雄不只跨越一年，更是跨越一百年，「2021 跨百光年」不同以往只是一場演唱會，而是一場結合歷史、地景、科技、藝術、創意的時空展演，以全新的跨年行動，迎接高雄新世紀的啟動。
 2. 「2021 跨百光年」活動本局主要負責蓬萊舞台跨年演唱會之規劃與執行，包括：
 - (1)跨百光年 2+1 舞台記者會：109 年 12 月 17 日於哈瑪星春田冰亭召開，邀請蓬萊舞台黃金搭檔主持人胡瓜、浩角翔起到高雄，以搭乘高雄雙層巴士親自帶路，帶觀眾認識獨步全台跨年蓬萊舞台、高流舞台和海上舞台等 2+1 舞台。記者會約 100 人次參與。
 - (2)蓬萊舞台跨年晚會：因應 covid-19 疫情改為電視轉播及線上直播。民視無線台分段收視 1.97 全台跨年之冠，最高收視 3.93、平均收視 1.18，推算總收視人口約 1,636,000。
 3. 活動效益：雖因應防疫跨百光年跨年晚會改為電視轉播及線上直播，在螢幕前觀眾參與仍十分踴躍，包含蓬萊舞台、高流舞台、海上舞台，整體效益為：
 - (1) 電視轉播：民視無線台分段收視 1.97 全台跨年之冠，最高收視 3.93、平均收視 1.18，推算總收視人口約 1,636,000。另有中華電信 MOD 多視角轉播，總觸及人次 447,506。
 - (2) 網路直播：YouTube 直播共 1,283,982 觀看次；FB 直播包括文化局及本局臉書等，當天分三段直播，共 760,450 觀看次。
- (二) 結合民間資源合作辦理「2021 紫耀義大享樂拾光跨年活動」
1. 由義聯集團主辦，新聞局為活動指導單位。
 2. 活動係於 12 月 31 日至 110 年 1 月 1 日假義大世界草坪區辦理，節目自 20:00 開始，卡司包括主持人曾國城、徐凱希，人氣樂團茄子蛋、金曲歌王蕭煌奇、搖滾女王楊乃文、嘻哈教父 MC HotDog 熱狗、初戀系女團 PINK FUN、百萬 YouTuber 黃氏兄弟、

全能天后楊丞琳及情歌王子 Bii 畢書盡，倒數後並施放 610 秒煙火。

3. 效益：受 COVID-19 疫情影響，僅開放義大飯店房客及學校師生參加，共計約 5,000 人入場。另於華視、華視新聞資訊台、華視 YouTube 頻道全程直播。收視最高點 1.47 由楊丞琳演唱新歌「女孩們」奪下，同時約 32 萬人收看；收視第二高點 1.26 落在義大世界煙火秀，同時約 27.7 萬人收看；收視第三高點 1.14 為蕭煌奇演唱「你是我的眼」。華視 YouTube 直播頻道觀看數達 78 萬，同時上線觀眾人數最高達 25,000 人，在同時段所有臺灣 YouTube 影片排名第 6。

八、編印定期、不定期刊物，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，109 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，109 年 7 月至 12 月共發行 3 期。定期寄贈機關學校、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》期刊新網站優化

《樂高雄》期刊新網站於 108 年 8 月上線，109 年 7 月完成優化，包含版面設計調整，以及新增功能，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，且不定期透過新聞局 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

每2個月發行1期，109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120處地點，免費提供民眾索閱。另，每期將紙本刊物上傳至新聞局官網、高雄市政府官網以及聯合電子報（網路合作平台），提供讀者線上閱覽。

(三) 印發多元通路媒介：

印製2021高雄市月曆，以高雄市生產之各式水果為主，藉以行銷本市優質農產品，12月22日上午9時於本市38個區公所同步發送民眾免費索取。

九、網路行銷

(一) 新聞局臉書

截至109年12月，粉絲人數已超過39萬人。以生動活潑的文字、圖片或短片，發布本市重大政策與建設、自然與人文景觀、節慶與藝文活動等多元城市風貌，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在地訊息。嚴重特殊傳染性肺炎防疫期間，更配合中央及市府應變中心適時發布防疫與紓困振興等資訊。

(二) 高雄市政府官方LINE帳號

截至109年12月好友人數超過96萬人。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) 高雄市政府YouTube

1. 109年7月至12月共上傳「高雄進行式」農漁產品行銷、城市觀光亮點、交通政策等共36則專題，希冀透過YouTube網路平台快速流通，即時傳遞高雄新知給各地朋友們。
2. 109年7月至12月受理各局處申請活動宣導影片上傳至YouTube共16則。

十、加強高雄廣播電臺市政行銷功能

(一) 製播多元化節目

1. 與客委會、社會局、原民會、運發局及教育局合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通，7至12月共製播132集，並不定期以電臺臉書進行影像直播，擴大宣傳效益。
2. 自109年8月起，就市長四大優先施政，與養工處、交通局、環保局、勞工局等單位，合作製播「早安，高雄」、「高雄逗陣行」、「清氣的所在」、「就業加油站」等單元，宣導高雄的創新交通建設、空汙品質改善，以及最新的企業徵才、職業訓練、就業津貼等訊息，多元行銷市政措施及建設，並與國立高雄科技大學產學營運處規劃110年起合作製播「南方科技城」節目，邀訪高雄在地產業及產業園區，探討高雄產業之發展脈絡及未來發展之可能性。
3. 為關懷弱勢族群，製播關懷同志議題、新移民(印尼語、越語及柬埔寨語)、外籍移工(泰、印尼語等)、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。
4. 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18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：台灣怡心寶貝社群協會、中華民國耶底底亞家庭關顧協會、高雄市唐氏症歡喜協會、臺灣愛與希望國際關懷協會、台南市阿耨婦幼關懷協會、高雄國際青年商會、慈惠善導書院、臺灣雷特氏症病友關懷協會、麻豆新樓醫院、高雄市自強身障關懷協會、台灣無障礙協會、高雄張老師中心、高雄市濟心慈善會、高雄市兒童及少年收出養資源服務中心、高雄市聲暉協會、屏東縣私立磐石社會福利事業基金會、高雄市生命線協會、中華安得烈慈善協會等。
5. 配合2020庄頭藝穗節、愛河水漾嘉年華、2020旗津黑沙玩藝術節、2020高雄左營萬年季、2020高雄市原住民族聯合豐年節、茂林雙年賞蝶季、2020高雄跨百光年活動，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。
6. 每日製播120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，午后陽光第二階段節目「南台灣即時通」單元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。
8. 加強道路交通安全宣導7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3次與交通大隊即時交通路況連線報導，並於12月22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，以深化交通安全觀念。

9. 持續製播市政議題為提升市民公民素養及公共事務參與能力，協助推動地方公事務，高雄廣播電臺邀請產官學界、代議機關及市民發表意見，於2月17日首播「公事好好說」，藉此引領城市發展方向並勾勒發展藍圖，同時探討社區發展現況或分享社區營造成果。7月至12月共計播出26集。

10. 連線轉播文化活動

於11月21日連線轉播「晨曦·高雄 2020 總統府音樂會」、12月31日轉播高雄「2021 跨百光年」活動，以擴大民眾參與城市藝文活動。

11. 加強宣導各項議題

包括「1966 長照服務專線」、「再生能源」、「綜合所得稅」、「高雄施政宣傳」、「洗錢防制」、「尊重路權」、「防酒駕及交通安全」、「防疫新禮貌運動」、「防疫宣導(國際疫情升溫，入境者落實居家檢疫)」、「大腸癌防治」、「防治腸病毒」、「疾病流感預防」、「農民職業災害保險」、「勞工保險」、「勞工安全衛生教育」、「防治詐騙」、「節約能源」、「節約用電用水」、「新移民服務」、「友善失智照護網絡」、「肅清煙毒」、「公共安全」、「社會福利及安全」、「人權」、「空污環保」、「防溺」、「防火」、「防震」、「菸害防制」、「消費者保護」、「外籍看護家庭喘息服務」等。

(二)營造多語學習環境

1. 為提昇市民語言溝通能力，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，共同製播卡卡派雙語脫口秀、英語醬玩、雪人的早午餐、主婦ABC、打狗英語通、交通安全 Follow Me 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、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、常春藤英語雜誌社及空中英語教室雜誌社等。

2. 高雄廣播電臺109年7月1日至12月31日共播出雙語節目1225集、雙語單元1225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) 週一至週五與英語雜誌社合作播出英語教學節目，00:00~00:30 播出空中英語教室132集、00:30~01:00 播出常春藤解析英語132集、07:30~08:00 播出常春藤生活英語132集、21:00~21:30 播出大家說英語132集、21:30~22:00 播出 Advanced 彭蒙惠英語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526次）、「打狗英語通」（播出448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132集）、15:00~16:00午后陽光第三階段節目中開闢「觀光ABC」單元（播出132集）。
- (5) 週六00:00~01:00及週日18:00~19:00播出卡卡派雙語脫口秀(播出52集)、週六08:30~09:00播出英語醬玩(播出26集)、週六10:00~11:00播出雪人的早午餐(播出26集)、週六14:00播出Kirby的午茶時光(播出26集)。
- (6) 週一~週六22:00~24:00「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。

3. 為加強民眾對於交通安全的認知及重視，並順應英語國際化趨勢，高雄電臺109年委託常春藤英語集團以雙語方式，製作「交通安全Follow me」單元，計26集，於109年6月15日開始播出，一天3次，播出時段為08:45、14:45、18:45，此單元系列以輕鬆活潑的中英文答話方式，向聽眾介紹如交通號誌歷史及各國的交通文化差異等，透過日常生活情境讓聽眾了解交通習慣及交通法規，兼顧英語學習樂趣。

(三)提供重大防疫防災資訊，強化電臺公共服務功能

1. 因應新型冠狀病毒防疫之相關宣導措施

高雄廣播電臺於嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)疫情傳出伊始，即開始向民眾傳佈相關防疫宣導。自2月4日起配合國家通訊傳播委員會(NCC)的頻道徵用政策，播出指定宣導內容。7月至12月31日止，口播及宣導帶播放累計2000餘次、製播專題8集。

2. 因應汛期及颱風來襲作為

109年8月10日因應米克拉颱風一級開設，高雄廣播電臺於8月10

日 00:00-8 月 11 日 08:00 延長播音。109 年 8 月 26 日因應豪雨二級開設，高雄廣播電臺於 8 月 26 日 10:00 至 109 年 8 月 27 日 18:00 延長播音。109 年 11 月 6 日因應閃電颱風，高雄廣播電臺於 11 月 6 日 17:00-11 月 7 日 00:00 延長播音插播即時災情。延長播音期間，進行即時口播並密集播放防災宣導帶，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。

(四)增加廣播媒體收聽行銷管道

1. 廣播節目影像化，建置直播平臺，於電臺臉書、YouTube 直播，擴大行銷效益，共計 29 次。
 - (1)109 年 7 月 2 日「我愛高雄-運動港都好運發」邀請高雄市奧運空氣手槍項目代表選手吳佳穎，談：毫米內的戰爭 2013 深圳世大運。
 - (2)109 年 7 月 6 日「公事好好說」邀請高雄市政府文化局文化資產中心李毓敏主任、屏東大學文化創意產業學系葉晉嘉教授、高雄市岡山眷村文化協會莊盛晃總幹事，談：守護城市共同記憶—眷村文資保存的挑戰與創新。
 - (3)109 年 7 月 15 日「e 啦原住民」邀請許巴魯、任品柔，談：想回原鄉打拼必須認清的現實面。
 - (4)109 年 7 月 20 日「午后陽光第三階段」邀請橄欖葉劇團團長及演員，分享橄欖葉劇團小品劇《阿嬤，笑一個》。
 - (5)109 年 7 月 23 日「我愛高雄-運動港都好運發」邀請國立臺灣師範大學體育學張少熙教授、方怡堯博士，談：關心明日的自己。
 - (6)109 年 8 月 3 日「公事好好說」邀請高雄市政府副秘書長王啟川、國立高雄大學建築學主任陳逸杰、國立中山大學海洋環境學及工程學系副教授陸曉筠，談：高雄市政建設回顧與前瞻。
 - (7)109 年 8 月 7 日「午后陽光第三階段」邀請豆子劇團團長葉俊伸、導演胡純萍，談：高雄市傑出演藝團體之豆子劇團。
 - (8)109 年 8 月 10 日「我愛高雄 最佳時客」邀請美濃區吉東國小劉家宏校長、美濃區吉東國小葉慧美老師、美濃區吉東國小龍淑貞老師，主題：客語扎根教育的實施與現況。
 - (9)109 年 8 月 13 日「我愛高雄 運動港都好運發」邀請「姥姥」劉錦池教練、現任七賢國中女籃教練唐敏華、現任民族國中籃球教練陳湘眉，主題《劉姥姥的籃球大觀園》七賢國中籃球隊成立 50 周年。
 - (10)109 年 8 月 17 日「午后陽光第三階段」邀請新古典室內樂團藝術總監陳欣宜、兩兩製造聚團團長左涵潔、國際事務長詹沛琪，主題：高雄市傑出演藝團體之新古典室內樂團、兩兩製造聚團。

- (11)109年8月26日「我愛高雄-e啦原住民」邀請拓荒二人組謝英雄，主題：跌倒了，不要怕！。
- (12)109年9月7日「公事好好說」邀請高雄市內門區內門里里長蔡瓊鳳、高雄市內門區內東里里長許愷麟、高雄市天晴女性願景協會梁淑英，主題：雞婆的力量：內門區家暴防治經驗分享。
- (13)109年9月10日「午后陽光第三階段」邀請錦飛鳳團長薛榮源、行政總監張雪香、薪傳藝術總監鄭翔夫，主題：高雄市傑出演藝團體—錦飛鳳傀儡戲劇團、薪傳打擊樂團。
- (14)109年9月17日「我愛高雄-運動港都好運發」訪問109年全民運動會本市健美項目代表選手陳弘彬、張馨、張瑋楷、朱欣俞，談：【全民運動會項目系列專訪】健美。
- (15)109年9月23日「e啦原住民」邀請古若水，主題：陶藝創作。
- (16)109年9月28日「最佳時客」邀請客家委員會客家文化發展中心副研究員吳紘忻、內埔農會家政班班長劉榮招，談：2020六堆秋收祭。
- (17)109年10月5日「最佳時客」邀請高雄市客家學苑講師黃文桂，談：客家飲食文化—板食與醃漬。
- (18)109年10月13日「午后陽光第三階段」邀請舞者黃于庭、舞臺行政楊淑華、專案行政劉諭萱，談：高雄市傑出演藝團體—索拉舞蹈空間舞團。
- (19)109年10月19日「公事好好說」邀請鳳山社區大學校長李橙安、鳳山社大講師/小雄設計總監鄭敏聰、高雄大學通識教育中心兼任助理教授藍美雅，談：社區大學，學什麼？談「在地性」與「公共性」。
- (20)109年10月21日「我愛高雄-e啦原住民」邀請興中國小賴昭如主任、建山國小杜秋霞組長、學生謝佩芯、石采柔、郭宥汝、謝孟柔，談：不要小看我年紀小哦。
- (21)109年10月29日「我愛高雄-運動港都好運發」邀請高雄市政府運動發展局侯尊堯局長、世光通信林昌毅總經理，談：超越自己！力挺2021高雄富邦馬拉松。
- (22)109年11月2日「最佳時客」邀請承辦單位林靜怡小姐、實踐大學高雄校區周尹庠老師、客家婚俗專家謝宜文老師，談：客家婚禮、客家音樂會暨好客市集。
- (23)109年11月12日「我愛高雄-運動港都好運發」邀請黃仲鋒醫師、林志隆醫師，談：運動，愛注意喔~~談運動傷害防護。
- (24)109年11月16日「公事好好說」邀請高雄市政府消防局專門委員劉一娟、高雄市政府消防局股長蔡宗翰、長榮大學土地管理與開發學系教授/行政院第十屆災害防救專家諮詢委員會委員邵珮君，談：城

市的公共安全知多少。

- (25)109年11月18日「我愛高雄-e啦原住民」邀請「什麼樂團對啊Y」Y道&小香，談：用最美的音樂做最美的事。
- (26)109年12月9日「我愛高雄-e啦原住民」邀請泰武鄉邱登星鄉長、傅駿維課長、葉子棠課員、顧慧瑛課員、古雅婷課員，談：3092北大武山泰武好咖~ari一起來活動。
- (27)109年12月14日「公事好好說」邀請同志家庭權益促進會講師陳鈺、高雄市全人教育家長協會常務理事王振圍、高雄市港和國小教師劉育豪，談：同志家庭的進展與期待。
- (28)109年12月17日「我愛高雄-運動港都好運發」邀請男子代表隊教練劉春來、女子代表隊教練楊茵茵、男子代表隊選手趙御翔，談：溜冰曲棍球代表隊金牌教練來囉。
- (29)109年12月23日「午后陽光第三階段」邀請空中英語教室Youtuber「好想講英文」主持人Tim Tao，談：Merry Christmas。

2. 運用各網路播客 (Podcast) 平台提高電臺行銷能見度

除電臺現有2個頻道，另提供線上收聽、節目重溫、網路臉書直播等收聽管道。因應新興電臺收聽形式-播客 (Podcast) 日趨普及的趨勢，電臺也規劃數個節目以Podcast方式提供民眾收聽，109年10月開始陸續上傳「彩虹旗的世界」節目共10集。

(五) 強化新聞採訪報導，提升新聞性節目品質

1. 平日開闢3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，109年1月至6月報導約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4次臨時會專案報告、第3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，109年1月至6月報導逾75則。
3. 製播「Live943新聞晚報」、「高雄943特派員」、「高雄傳真」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鐵道景觀改造工程、林園汕尾橋改建工程、輕軌二階、岡山魚市場遷建、國道十號燕巢交流道聯絡道路新增及改善工程等重大建設新聞。
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. 加強報導防治嚴重特殊傳染性肺炎、漢他病毒、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：高雄厝計劃成果 獲內政部考核全國第一名、全國動保收容評鑑高市獲雙優等、高雄市政府強力整合路平 中央考評道路全獲優等、山城「六龜」獲選台灣經典小鎮、2020 建築園冶獎 高市府抱 12 座大獎、高市交通工程全國第一名、高市使用綠點人數全台第一、高雄觀光主題曲〈出去走走〉奪美國泰利獎金獎、高雄市政府海污防治績效獲全國特優、寶來花賞溫泉公園 1/4 重新開幕、高市 108 年果品外銷成長 73%、高市柴油車汰舊數全國第一、高市創下秋冬季節無 PM2.5 紅害日、高市機車排氣檢驗定檢數破百萬全國唯一、岡山魚市場遷建新址完工啟用、中華地下道填平通車、高雄市第 70 期市地重劃區通車啟用、凹子底停 5BOT 案簽約、高雄 YouBike2.0 試營運、曹公新圳排水護岸加高工程完工、培訓青年實踐家大港自造學校啟動、高市首座失智照顧園區在大樹區開幕等。
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」、「高雄的自來水為何不好喝」、「GGJ 全球遊戲創作營」、「愛河. 愛之鯨」、「高雄市動產質借所的故事」、「愛河畔星光大道 明星印記」、「後驛商圈雨傘造景」、「感動鼠兒童暨青少年彩繪展」、「內門宋江陣 20 周年」、「一心三線觀光品牌」、「衛武營讓劇場成為教室」、「高雄軍事觀光月啟動」、「旗山生活文化園區時光蕉囊主題展」、「衛武營春藝線上音樂廳開播」、「二代行動書車」、「高雄城市更名百年」、「城市探險月」、「展高雄：烏松與仁武特展」、「郭常喜藝術兵器文物館見證打鐵精神」等。