

# 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 11 家電影院，112 年 1 月至 6 月實施臨場查驗共計 106 廳次，均尚符相關規定。本市十全影城及台鋁秀泰影城暫停營業中。

### (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。112 年 6 月至 30 月止，查察共 107 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。112 年 1 月至 6 月查察共計 24 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。112 年 1 月至 6 月查察本市 4 家有線電視系統開口廣告共計 576 頻道次（每次 1 小時），均符合相關規定。本市新高雄有線電視系統業者於 111 年度起暫停經營開口廣告。
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，112 年 1 月至 6 月共處理 124 件，督導本市有線電視業者提升服務品質。
3. 辦理 112 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 113 年收視費用、有線電視業者改善服務品質之依據。

### (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，112 年 1 月至 6 月共製作 26 則專題，並剪輯成 6 集節目。
2. 投入高雄地方文化節目，傳遞在地精神  
為帶動提升有線電視收視品質，由主持人以活潑、達人帶路方式，製播 20 集主題節目、每集 30 分鐘，讓國內外朋友觀賞後想進一步認識高雄。「高雄玩夯局 Happy Together」節目已於 112 年 6 月 24 日起於公用頻道播放。

2. 製播媒體識讀影音專題，提升市民媒體素養  
「112年高雄市公用頻道媒體識讀節目製播案」-為讓市民辨識訊息真假、提升反詐意識、厚植性別平等觀念，規劃10集、每集10分鐘影音專題節目，屆時於公用頻道播放。
4. 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）於公用頻道CH3輪播，每日透過不同媒體，即時提供市民瞭解高雄在地新聞。
5. 議會實況轉播：配合高雄市議會申請，於112年2月1日至2月22日高雄市議會第4屆第1次、第2次臨時會及112年4月11日至6月28日第4屆第1次定期大會在公用頻道CH3轉播市長施政報告、部門質詢及總質詢實況，提供市民關注地方發展訊息。
6. 每週排播外語教學節目，提供豐富學習資源  
結合民間雜誌社資源，於公用頻道CH3播出共6個英語教學節目：『空中美語』、『English 4 U』、『傑夫美語通』、『ABC互動英語』、『Live互動英語』及『大家說英語』節目。
7. 高雄市公用頻道行銷宣導，鼓勵民眾近用  
經營公用頻道CH3臉書粉絲團行銷公用頻道節目，並提供託播申請訊息，鼓勵民眾近用此頻道。

## 二、新聞服務

### (一) 綜合宣導

1. 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。112年1月至6月計蒐集平面新聞資料44,463則、網路即時新聞資料201,877則、蒐集電視新聞摘要21,250則。
2. 平面、網路、廣播媒體行銷宣傳
  - (1) 為城市種一個希望：與雜誌合作廣告專輯宣傳，以平面、數位宣傳呈現各項市政的執行與成果。上半年專題主題為「高雄城市玩家 打造區區特色公園」，利用各區原有遊戲場或新闢公園，111年度共投入34座公園改造或闢建，為孩子、親子打造夢幻城堡。
  - (2) 韌性大港·永續未來：與平面雜誌合作廣告專輯宣傳，利用Podcast、平面雜誌、數位網站等平臺，上半年宣傳主題為「曾為重工業發展之地，如何化身為永續城市」、「重工業之城高雄市，如何減掉一個台北市的碳排」、「淨零城市」。
  - (3) 新春特刊：推廣本市在地特色旅遊景點、人文美食，如橋頭糖廠、岡山羊肉爐、壽山動物園、鼓山魚市場、高雄燈塔等，透過新春期間發行之平面刊物，提供最多元

豐富的旅遊內容，廣邀民眾遊賞高雄，創造觀光經濟效益。

(4) 觀光行銷：

- A. 運用網路 banner 宣傳，加強高雄蓮潭燈會宣傳效果，吸引國內民眾前來觀光，促進觀光發展。
- B. 運用平面、網路媒體之宣傳效益，宣傳主題「山城觀光」行銷瑪夏賞螢季及甲仙芋筍節，吸引國內旅遊人潮來訪，以提升觀光產值。

3. 多元媒宣行銷宣傳

- (1) 運用交通局借用之公車候車亭燈箱（37 面）刊登道安及市政行銷廣告，主題為「春遊高雄」、「路口安全~行人請行走穿越道 汽機車請停讓行人先行」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。
- (2) 運用本市 33 處（計 35 面）行政大樓及學校外牆刊掛戶外帆布廣告，刊掛主題為「路口安全~行人請行走穿越道 汽機車請停讓行人先行」，強化民眾道安觀念。

(二) 交通安全宣導

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 112 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，透過廣播電臺以廣告、專訪、口播等方式，進行全年道安廣播宣導，宣導主題包括酒駕防制、路口停讓行人、大型車安全、行人用路安全、不超速不無照及新交通法規等，藉由電臺製播創意，向市民宣導正確的道安觀念。
- (2) 運用平面、網路、電台等多元管道，宣傳「路口停讓」廣告，向市民宣導用路安全觀念，並提醒高齡者於路口穿越道注意安全，行走行人穿越道，減少交通意外發生事件。
- (3) 透過網路媒體宣傳，主題為「改善行人路口通行安全」，強化民眾正確道安觀念。
- (4) 與廣播媒體合作製播「高齡者交通安全宣導」，呼籲市民朋友遵守交通規則、強化正確用路行為。
- (5) 運用本市公共腳踏車（YouBike）後泥除刊登「繫好安全帶戴好安全帽」、「行人走行穿線」廣告，共 400 台。

2. 製播宣導短片：

拍攝「停讓行人優先通行」道安宣導短片，運用多元通路宣導提高用路人道路風險意識及強化正確駕駛習慣。

- 3. 活動配合：配合各局處都市行銷或民間自辦等活動，透過有獎徵答等方式，致贈民眾交通安全宣導品，於日常生活中落實道安觀念。



112年1-6月配合大型活動進行道安宣導計3場次：兒童節系列活動、2023年高雄鳳荔季、2023高雄愛河端午龍舟嘉年華，設立攤位進行道路交通安全宣導有獎徵答，透過與民眾互動，倡導正確用路觀念，提升本市交通安全。

### (三) 城市行銷

#### 1. 短片製作及電子媒體行銷宣傳

- (1) 規劃製作5分鐘「高雄製造」國際城市行銷短片，記錄高雄幅員遼闊的山海河港、人文景觀及軟硬體建設等多元面向，勾勒宜居的生活樣貌，展望美好的未來前景。影片敘述各年齡、族群在高雄交織出不同色彩的圖案，人們在高雄漫步、生活、創造，形成在地獨有的氛圍，而城市裡的永續建設及低碳運輸象徵淨零轉型。影片透過多元管道播放，向國內外傳達高雄城市意象。
- (2) 攝製112年度市政暨大型活動行銷短片，上半年完成行銷短片「2023悠遊高雄山海 邀您共享美好時光」，於多元媒體管道露出，行銷高雄系列活動，廣邀民眾一同參與。
- (3) 「112年市政活動攝製錄影及平面拍攝案」，針對本市市政活動拍攝製作及錄影存檔，並視需要提供媒體報導及使用，另亦透過平面影像記錄高雄城市亮點，做為城市行銷素材以及城市發展檔案資料，增進市民瞭解市府施政與建設成果。

#### 2. 國際行銷

運用高雄市政府官方推特 Twitter (@KaohsiungCity) 及 Instagram 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，議題包含高雄歷史人文、隱藏景點節慶活動、美食特產、時事議題、親子情侶旅遊等，並發布貼文與國際接軌，如旅行台灣首選高雄、高雄米其林指南、加食延暢、2023東京國際食品展、高雄港旅運中心開幕、高流點上土耳其藍色燈光傳遞台灣祝福等。

#### 3. 運用數位平臺行銷高雄

##### (1) 高雄市政府 LINE 官方帳號 (@kaohsiung)

截至112年6月底止好友人數超過128.8萬人，宣導相關重要活動與市政訊息，提供市政建設、重大活動、觀光旅遊、節慶活動，以及防詐騙、停限水、天災和其他災害應變處理及停班課通知等民生資訊訊息。

##### (2) 高雄市政府官方臉書 (高雄市政府 Kaohsiung City Government)

A. 截至112年6月底止計有逾48.8萬追蹤者。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。並適時與粉絲互動，發掘更多潛在目標族群，持續增強新媒體推動市政溝通的力道。

- B. 透過高雄市政府官方臉書直播本市精彩活動，例如：  
《守住台灣》228 草地音樂會（2 月 25 日）、2023 年拉阿魯哇族桃源區聖貝祭直播（2 月 27 日）、奈良美智線上直播講座：關於最近一年來我做的事、2011 東日本大震災之後的心境變化，以及今後（3 月 31 日）、2023 高雄愛河端午龍舟嘉年華網路直播（6 月 24 日）等，宣傳高雄在地人文特色與觀光活動，讓臉書粉絲透過留言互動獲得高度參與感，形成口碑效應，強力行銷高雄城市品牌。

### 三、新聞發布及媒體服務

#### （一）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，112 年 1 月至 6 月共計發布 497 則。另於議會定期大會期間（112 年 4 月 20 日至 6 月 28 日），成立議會採訪小組發布新聞稿共 17 則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。

#### （二）強化媒體公共關係

1. 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，以及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。
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。

#### （三）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數據。112 年度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。

### 四、行銷出版

#### （一）電子期刊企劃發行、印製定期刊物

##### 1. 電子期刊企劃發行

##### （1）發行概況

每月發行 1 期，112 年 1 至 6 月共發行 6 期電子期刊，內容介紹本市風貌、歷史人文、觀光旅遊、在地美食及

38 區地方特色等，提供民眾多面向認識高雄，加強城市行銷。

## (2) 發行通路

期刊內容於電子期刊網站 (<https://takao.kcg.gov.tw/>) 發行後，透過電子報發送系統寄送給訂戶、本府同仁，亦與聯合電子報合作發送給其訂戶。各期期刊透過「高雄市政府官方臉書」、「高雄市政府 LINE 官方帳號」等網路社群平台行銷推廣，並與聯合新聞網、中時新聞網、信傳媒、LINE、微笑台灣及景點家等網路平台合作，於媒體上增加期刊內容之曝光。

(3) 電子期刊網站於 112 年 1 至 6 月，網路瀏覽量超過 108 萬次。

## 2. 印製紙本期刊

### (1) 發行期數及數量

自每 2 期《高雄畫刊》電子期刊內容，精選編輯成紙本刊物，每 2 個月發行 1 期（1 本 52 頁），112 年 1 至 6 月發行 3 期，每期 1 萬 8,000 本。

### (2) 行銷通路

定期寄贈機關學校、全國圖書館等單位提供閱覽外，並派送到機場、觀光飯店、旅遊中心、觀光景點、各捷運站、咖啡餐飲店家等 210 個索閱點。紙本期刊另製作電子書上傳至電子期刊網站，提供民眾下載或線上閱讀。

## (二) 發行《LOVE KAOHSIUNG 愛高雄》英、日文雙月刊

1. 本刊每 2 個月發行 1 期，112 年 1 至 6 月共發行 3 期，每期 9,000 本。以英、日文報導本市活動、重大建設、觀光旅遊資訊、藝術文化活動等報導，藉由本刊介紹能了解高雄多元而豐富的面貌。

### 2. 行銷通路

定期寄贈桃園國際機場、高雄國際機場、本市旅客服務中心、高雄捷運站、本市觀光飯店、藝文場所、美國在臺協會高雄分處、日本台灣交流協會高雄事務所等駐臺外事單位、新移民家庭服務中心以及本市設有華語學習的大專院校等約 121 處地點，提供民眾免費索閱，並同步刊登電子書於本局官網、聯合電子報及聯合新聞網宣傳平台提供讀者線上閱讀。

## (三) 編印高雄市簡介

1. 為致贈貴賓，規劃中、英、日等三語，運用文字搭配大量圖像，由本市 IP 高雄熊及壽山動物園動物明星，帶領讀者認識高雄，內容囊括：族群文化、產業聚落、新創據點、交通運輸及公共設施、旅遊景點、藝文節慶、美食名產、國際友好城市……等，豐富且易於閱讀，提升本市知名度與國際能見度。
2. 已於 7 月 31 日刊行，發行量為中文 1,000 本、英文 2,000 本、日文 1,000 本。

## 五、高雄廣播電臺強化市政行銷功能

### (一) 製播多元化節目

1. 與客委會、社會局、原民會、運發局合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通，112 年 1 月至 6 月共製播 104 集，並不定期以電臺臉書進行影像直播，擴大宣傳效益。
2. 與勞工局、法律扶助基金會、衛生局等單位，合作製播「就業加油站」、「原來如此」、「健康方程式」等單元，宣導企業徵才、職業訓練、就業津貼、反詐騙、醫療知識等市政措施及生活資訊；於「高雄人第一階段」節目中，與高雄市政府警察局合作，自 112 年 3 月 14 日起專訪各分局之分局長，深入說明常見詐騙手法五大類型。
3. 與國立高雄科技大學共同製播「南方科技城」節目，每週二 17:30 至 18:30 播出，邀請產業、學界共同探討高雄產業脈動與科技發展，內容包含科技新知、產業脈動、在地產業及新創企業，期盼讓市民對於高雄這座南方大城有更多認同與歸屬，每週一次，廣播及臉書同步播出。
4. 與國立中山大學公共事務管理研究所合作規劃製播「公事好好說」節目，每週一 17:30 至 18:30 播出，邀請民意代表、政府主管機關、社區、企業界或公民團體代表對話激盪，討論公共時事議題、分享在地創新經驗，為擴大市民公共參與度，並因應現代聽眾媒體使用習慣，每月固定一次進行臉書直播。
5. 製播多元化節目滿足不同受眾，包含關懷身心障礙者、多元性別議題、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。
6. 持續邀訪各公益社團，提供身障團體及社福單位發聲管道，為慈善公益團體發聲，談公衛教育、精神障礙者服務、培力課程等主題。節目收聽族群遍及各界，合作社團包括：社團法人高雄市唐心服務協會、高雄市社福慈善總會、雷特氏症病友關懷協會、伊甸基金會旗山早療中心、台灣彩虹愛家生命教育協會等。

7. 每日平均製播約 200 分鐘古典音樂節目，提供南臺灣民眾獨特、深度之聽覺享受，為南臺灣播出古典音樂時數最多的電臺。
8. 為擴大提供民眾生活訊息，與法律扶助基金會、高雄市立歷史博物館、國立海洋生物博物館、大同醫院、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。
9. 於「午后陽光第一階段」節目訪問農會、農友、綠色友善餐廳等，推廣蔬果文化，行銷高雄在地農特產。
10. 加強道路交通安全宣導，112 年 1 至 6 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，112 年 6 月 26 日至 6 月 28 日辦理 call-in 道安宣導與檔案應用推廣活動，進行交通安全及檔案應用專區有獎徵答活動，全日現場節目開放聽友 call in 互動回答，另不定時配合交通局於電臺臉書進行交通安全宣導。
11. 加強宣導多元議題  
包括「清廉大高雄」、「行人安全」、「CEDAW 性別平等」、「抗旱省水」、「愛心募款」、「反毒宣導」、「居家火電安全」、「農民職業災害保險」、「節約用電」、「防治詐騙」、「防震三步驟」、「糖尿病防治」、「捐血一袋救人一命」、「民法修正調降成年年齡」、「輕軌」、「大法官候選人推自薦」、「113 婦幼保護專線」、「自殺防治」、「關懷自閉症」、「登革熱」、「防治漢他病毒」、「汛期宣導」、「關懷新住民」等。

## (二) 營造多語學習環境

1. 高雄廣播電臺與高雄市多所大學院校及產業合作，共同製播外語節目，如英語醬玩、雪人的早午餐、打狗英語通、News ABC 等節目或單元。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英語系、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 112 年 1 月 1 日至 6 月 30 日共播出雙語節目 802 集、雙語單元約 56.1 小時，播出時段如下：
  - (1) 週一至週五 07:00~07:30 播出 BBC Newsroom 節目，播出 130 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 播出空中英語教室共 130 集、00:30~01:00 播出常春藤解析英語共 130 集、21:00~21:30 播出大家說英語共 130 集、21:30~22:00 播出 Advanced 彭蒙惠英語共 130 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，製播英語小單元，包括「NEWS ABC」、「打狗英語通」及「原來英語可以這樣學」，共製播約 50.6 小時。



- (4) 週六 08:30~09:00 播出「英語醬玩」(播出 25 集)、週六 10:00~11:00 播出「Let' s Brunch 雪人的早午餐」(播出 25 集)。
- (5) 每週六 03:00~04:00、14:00~15:00「943 愛搖滾」、週日 00:00~01:00 及 09:00~10:00「搖滾貝果」,以雙語介紹西方搖滾歌曲,播出 102 集。
- (6) 為加強民眾對於交通安全的認知及重視,順應英語國際化趨勢,以雙語方式製作「交通安全 Follow me」單元,計 26 集,於 112 年 6 月 1 日開始一天播出 3 次,播出時段為週一至週五 01:00、09:00、20:00,此單元系列以輕鬆活潑的中英文對答方式,向聽眾介紹如微型電動二輪車、行人安全、酒駕防制教育等,宣導交通安全觀念的同時,兼顧英語學習樂趣,112 年 6 月 1 日至 6 月 30 日共播出約 5.5 小時。

(三) 提供即時資訊,強化電臺公共服務功能

1. 提供防災防颱、停水停電等公共服務,因應地震及颱風等災變,於各節目口播並密集插播即時災情資訊及相關注意事項。
2. 高雄廣播電臺配合國家通訊傳播委員會(NCC)及行政院宣導措施,於固定時段播出宣導音檔,並積極宣導疫情最新狀況、防疫措施、疫苗施打等訊息,112 年 1 月至 6 月,宣導帶播放及口播累計 400 餘次。

(四) 增加廣播媒體收聽行銷管道

1. 廣播節目影像化,建置直播平台,於電臺臉書、YouTube 直播,擴大行銷效益,112 年 1 月至 6 月共計 35 次。
2. 運用網路播客(Podcast)平台提高電臺行銷能見度  
因應新興廣播收聽形式-播客(Podcast)越來越流行的趨勢,電臺也規劃特定節目以 Podcast 方式提供民眾收聽,內容含「公事好好說」、「南方科技城」、「玻璃星球」、「彩虹旗的世界」、「CHILL 是青春」等節目及單元。

(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,112 年 1 月至 6 月報導逾 2,500 則。每日聯播公視 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 4 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,112 年 1 月至 6 月報導逾 110 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. 加強報導防治嚴重特殊傳染性肺炎、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。
5. 加強報導輕軌建設、亞洲新灣區招商、科技業大廠進駐、前鎮漁港改造、高雄港旅運中心、國道 7 號等重大建設新聞。

6. 加強報導公共安全、防汛、防災、水情因應措施、防空污、食品安全、消費安全、防詐騙、治安、交通安全、校園安全、勞工安全等保護市民生命財產相關新聞。
7. 報導高雄市軟硬體施政成果及施政方針新聞：智慧城市應用、亞灣 5G 創新應用、特色公園、運動中心、SBIR 補助、社會住宅、大林蒲遷村進度等。
8. 配合行銷高雄市重要城市特色、藝文活動，加強相關新聞採訪或專題深入報導：演唱會經濟、加食延暢、商圈夜市券、新動物園運動、蓮潭燈會、內門宋江陣、那瑪夏賞螢季、夏祭新鮮市、高雄啤酒節、端午龍舟嘉年華、旗津風箏節系列活動等。