

貳拾貳、新聞

一、新聞行政與管理

(一) 輔導與管理電影院，落實影片映演分級制度

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. 本市營運中電影院共計 10 家，113 年 7 月至 12 月實施臨場查驗共計 115 廳次，均符合相關規定。

(二) 輔導與管理出版品及錄影節目帶，維護兒童與少年身心健全發展

1. 依據「兒童及少年性剝削防制條例」、「兒童及少年福利與權益保障法」、「性騷擾防治法」、「性侵害犯罪防治法」及「家庭暴力防治法」等法查察平面媒體廣告。
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。113 年 7 月至 12 月止，查察共 67 則平面廣告，均符合相關規定。
3. 針對本市錄影節目帶租售業、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。113 年 7 月至 12 月查察共計 17 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。113 年 7 月至 12 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股份有限公司於 111 年度起暫停經營開口廣告。
2. 管理有線電視陳情案件（纜線、訊號、費用、其他），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，113 年 7 月至 12 月共處理 726 件，督導本市有線電視業者提升服務品質。
3. 辦理 2 次有線廣播電視系統費率審議委員會，審議 114 年本市 5 家有線電視業者各項收費上限，委員會決議各項收費上限維持與 113 年相同。

(四) 提升公用頻道節目品質及 CH3 近用宣導

1. 製播公共建設影音專題節目，讓市民掌握城市脈動
「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，113 年 7 月至 12 月共製作 26 則專題，並剪輯成 7 集節目。
2. 製作高雄地方文化節目，傳遞在地精神

為吸引更多民眾認識高雄市公用頻道CH3，持續傳遞在地精神，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。「玩客瘋高雄 Happy Long Stay」節目於 113 年 6 月 29 日起於公用頻道 CH3 播放。

3. 製播媒體識讀影音專題，提升市民媒體素養
近來性別平等、兒少性剝削、反詐騙及自殺防治等多項重要社會議題受到關注，為提升市民媒體素養，並保障自身權益，製播「限時媒體熱搜」8 集專題節目、每集 10 分鐘，並於 113 年 11 月 19 日起於公用頻道 CH3 播放。
4. 輪播有線電視在地新聞
整合本市有線電視系統業者自製轄區新聞（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，提供市民瞭解高雄在地新聞。
5. 轉播議會實況
配合高雄市議會申請，於 113 年 10 月 7 日至 12 月 23 日高雄市議會第 4 屆第 4 次定期大會在公用頻道 CH3 轉播市長施政報告、部門質詢、市政總質詢及議案審議等議程實況，提供市民關注地方發展訊息。
6. 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. 宣導高雄市公用頻道，鼓勵民眾近用
 - (1) 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，鼓勵民眾近用頻道。
 - (2) 加強宣導本市公用頻道媒體近用權，辦理「高雄市有線電視公用頻道近用宣導」廣告影片託播。

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，分送相關局處參辦。113 年 7 月至 12 月計蒐集網路即時新聞資料 222,506 則、蒐集電視新聞摘要 29,805 則。
2. 平面、網路、廣播媒體行銷宣傳
 - (1) 與雜誌合作廣告專輯宣傳，運用雜誌及數位通路，宣傳市政成果及政策。下半年專題主題「演唱會經濟」、「打造好動城市」，宣傳高雄宜居城市及觀光發展。

- (2) 與平面雜誌合作廣告專輯宣傳，運用雜誌之數位廣編、Banner 及影音宣傳市府施政成果。下半年專題主題「半導體供應鏈與 AI 新創產業爭相進駐，帶動高雄經濟新未來」、「演唱會經濟」。
- (3) 觀光行銷：
 - ① 運用網路多元形式宣傳本府各項特色活動，主題包括「旗津風箏節」、「高雄暑期活動」、「海洋派對」、2024「TTXC 台灣文化科技大會」、「高雄 2024 萬聖節派對」、「大海開吃」、「我們的高雄」城市形象短片，邀請各地民眾前來高雄遊玩。
 - ② 運用平面、網路、超商廣播、本市廣播電臺宣傳本市跨年活動盛事，鼓勵民眾前往參加。
- (4) 淨零成果：與平面媒體合作，於「2025 世界年鑑」刊登「邁向淨零永續高雄」廣告，行銷淨零成果。
- (5) 城市產業：運用平面及網路媒體刊登「推動高雄產業轉型 完善半導體產業聚落」，加強行銷高雄產業轉型與促參招商成果，擴大市民城市認同。

3. 多元媒宣行銷宣傳

- (1) 透過本市公車候車亭版面（36 面）刊登市政行銷廣告，主題「2024 高雄聖誕生活節」、「2025 高雄跨年晚會」，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）行政大樓與學校外牆刊掛戶外帆布廣告，刊掛主題為「淨零.科技高雄」、「積極落實長照政策」，行銷施政成果。

(二) 交通安全宣導

運用各項宣導管道及創新作為，加強用路人遵守道路交通安全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) 運用新聞記者公會、平面媒體發行之農民曆刊登「車輛慢看停、行人安全行」道路交通安全跨頁廣告，隨農民曆贈送弱勢家庭民眾，或深入各階層及家庭等，廣告效益長達一年。
- (2) 製播 113 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，宣導主題包括防制酒駕、汽機車停讓行人、高齡者交通安全、大型車防制、機車騎士安全帽正確戴法、安全帽使用年限、合格標章、汽機車行經路口減速停慢，行人優先、注意兒童過馬路、路口停讓、行人依規定穿越道路、騎乘機車正確左右轉及新交通法規等，藉由電臺製播創意宣導帶，向民眾宣導正確的道安觀念。

- (3) 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「車輛慢看停 行人安全行」，強化民眾道安觀念。
 - (4) 透過本市公車候車亭版面（36 面）刊登道安宣導廣告，主題「車輛慢看停 行人安全行」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。
 - (5) 運用全國性電視頻道排播、網路媒體及高雄捷運、7-11(統一超商)、全家超商多媒體電視、臺鐵高雄市火車站(10 站)等通路刊播，宣導「大型車安全大駛」道安短片，迅速有效觸及市民，推動高雄道路交通安全觀念，減少事故發生死傷人數。
 - (6) 透過高雄捷運、7-11(統一超商)多媒體電視，刊播交通部「好事發生篇-汽機車行經路口，請停車讓行人先行」道安短片。
 - (7) 運用本市公共腳踏車（YouBike）後泥除刊登「騎自行車不併排嬉戲」、「機慢車遠離大型車」廣告，共 400 台。
 - (8) 運用本市捷運站版面及車廂內海報等刊登「行人走斑馬線 勿在路段中任意穿越」宣導廣告。
 - (9) 用市區公車走遍全市之特性，於本市市區公車車體刊登「路口看到停標誌、停標線、閃光紅燈，請停車確認橫向無來車或行人，再開車」宣導廣告。
 - (10) 透過廣播媒體宣導高齡者行經路口交通安全觀念。
 - (11) 運用網路媒體宣導「機車騎乘安全」，提高用路人道路風險意識。
 - (12) 運用平面媒體宣導「停讓行人」、「遠離大車 安全無限」交通安全意識，提醒用路人注意道路交通安全及大型車安全等正確用路觀念。
 - (13) 9 月交通安全月期間運用平面、廣播媒體，強化宣導「車輛慢看停 行人安全行」交通安全及正確路口停讓觀念，打造人本友善的交通環境。
 - (14) 運用網路、廣播媒體強化酒駕防制及宣導民眾酒後找代駕，深化宣導交通安全意識。
 - (15) 運用網路媒體宣導主題「沒有紅綠燈 路口也要停讓」，向市民宣導道路交通安全觀念，減少交通事故發生及民眾違規事件。
2. 製播宣導短片：
- 依據本市交通特性，拍攝「大型車安全大駛」、「安全帽認證標章與使用年限」、「青年考照安全上路」、「行人依規定穿越馬路」、「機車不超速」、「校園周邊路口停讓」、「安全開車門」、「正確左轉彎」、「大型車安全」道安宣導短片，並運用多元通路宣導，使民眾瞭解行車、用路等交通規則，促進本市交通安全友善環境。

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。

113年7-12月配合大型活動進行道安宣導計13場次：高雄市身心障礙團體秋節禮品推廣活動、2024大高雄區域人文物產特色暨產業活動(岡山場次、大樹場次、小港場次)、113年無毒家園親子同樂探索營、2024甲仙芋筍節、113年岡山籃簾會、重陽敬老活動、高雄眷村文化、精彩復元快樂生活嘉年華、永安石斑魚節、2024路竹番茄節及2024紅豆花田季，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) 為強化行銷高雄重大軟硬體建設、宣傳年度大型活動，運用全國性電視頻道通路，下半年排播「我們的高雄」城市形象短片、「2025高雄跨年晚會」等主題，廣泛觸及國內大眾，讓高雄活動訊息及城市意象有效傳遞，邀請全國民眾至高雄旅遊消費，活絡在地商圈及觀光產業。
- (2) 攝製113年度市政暨大型活動行銷短片，下半年完成短片主題「高雄活動大禮包 給你無限夏日驚喜」、「秋日CHILL玩高雄」，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) 於日本、韓國、新加坡、馬來西亞之影音及社群平臺，投放「原鄉之美」外語版影片，廣邀國外旅客體驗並認識原住民族獨特的歷史文化。
- (4) 製作「我們的高雄」國際城市形象短片5分鐘多國語版，內容涵括英、日、韓、泰、越語，記錄高雄城市轉型的過程，產業投資、交通平權、淨零轉型、社會福利、藝術文化等市政建設成果；並從經濟、生活、文化三大面向呈現高雄「智慧、宜居及魅力」的樣貌，取景範圍包括亞灣區、特色公園、內惟藝術中心、世運主場館、旅運中心、輕軌捷運、前金運動中心、燕巢橫山共創基地及杉林秘境古道等景點。
- (5) 透過網路影音、社群平臺、計程車內影音電視、KTV影音、中華電信MOD影音及本市6處交通人流量眾多之戶外電視牆刊播「我們的高雄」城市形象短片、「2025高雄跨年晚會」短片，行銷相關施政成果及推廣市政活動。

(6) 拍攝市政活動之動態、靜態影像紀錄，做為城市行銷素材以及城市發展檔案資料，並視需要提供媒體報導及使用，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 X(Twitter)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，如美濃水路漫旅藝術祭、城市形象影片、大海開吃、跨年煙火、百年鐵道限定復駛、聖誕系列活動等。

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 113 年 12 月底止好友人數超過 170 萬人，宣導並發布相關重要活動與市政訊息，囊括市政建設、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重要資訊。

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

①截至 113 年 12 月底止計有逾 53.2 萬追蹤者。以生動活潑的文字、照片、圖卡或短片，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，以及防詐騙宣導、停限水、天災和其他災害應變處理及停班課通知等民生重要訊息。並適時與粉絲互動，透過粉絲的串聯，發掘更多潛在目標族群，持續強化新媒體推動市政溝通的力道。

②透過高雄市政府官方臉書直播本市精彩活動，例如：2024 海洋派對大港造筏競賽(8 月 24 日至 8 月 25 日)、左營萬年季開幕及閉幕儀式(10 月 13 日)、高雄萬聖節大遊行(10 月 26 日)、2025 高雄跨年晚會精彩演出(12 月 31 日)等活動，大力宣傳高雄在地人文特色與觀光活動，同時邀請粉絲透過留言互動線上參與活動，形塑口碑效應，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，113年7月至12月共計發布516則。另於議會定期大會期間（113年10月8日至12月23日），成立議會採訪小組發布新聞稿共27則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。

(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) 強化媒體服務

2025高雄夢時代跨年晚會期間，即時發布活動照片及新聞稿供媒體參採報導。

(四) 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，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。113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、辦理都市行銷活動

(一) 辦理「2024大高雄區域人文物產特色暨產業活動」

1. 運用全齡化場域，於本市岡山、大樹、小港等區各辦理1場闔家觀賞的活動，並與鄰近行政區鄉親里民近距離互動，透過主持人許效舜、澎恰恰、苗可麗，結合每場多位藝人演出，吸引在地鄉親參與，並將地方特色、農漁物產文化、人文故事、觀光旅遊、重大建設及交通安全等巧妙融入節目內容，並透過現場參與及後續影像放送，行銷地方產業及特色。
2. 活動結合交通安全、農漁轉型、觀光產業等宜居城市相關建設，透過電視節目播出讓高雄多元豐富的特色被看見，帶動高雄區域產業發展與觀光商機，並剪輯精華片段上傳至網路平台，活動總計近8千人參與，網路效益持續擴散，觀看逾8萬5千人次。

(二) 「2025紫耀義大 義享歡樂」跨年煙火活動

主辦單位為義聯集團（經營管理委員會），本府新聞局受邀擔任指導單位，公、私協力113年12月31日至114年1月1日在義大世界大草坪區，倒數讀秒後施放999秒煙火，最佳觀賞點為義守大學校園，主辦單位依據中華電信信令及飯店住宿資料，統計活動吸引超過5.1萬人次參與。

(三) 辦理「2025高雄跨年活動」

1. 2025 跨年透過跨年晚會展演及節目播出，展現高雄文化創意、產業轉型發展、綠色運輸以及市地重劃、土地開發等成果，企圖建立南台灣跨年品牌，增進市民的認同感，同時吸引國人到高雄旅遊或投資，加深對高雄的印象及喜愛。
2. 跨年倒數後，施放千輪版 250 秒亞灣跨年花火，搭配火星布魯諾 (Bruno Mars) 經典求婚神曲〈Just the Way You Are〉，在夢時代摩天輪彩虹燈光強力應援之下，吸睛指數破表的港景煙火秀，最後以氣勢磅礴的迎賓禮砲及金耀錦冠花火作為終章，象徵高雄市在迎向嶄新的 2025 年的分分秒秒都燦爛精彩。
3. 今年跨年囊括「六金級」超強卡司，金曲歌后 LaLa 徐佳瑩與歌王音樂鬼才盧廣仲獨家獻唱，還有麋先生、告五人、滅火器等 20 組人氣歌手及團體輪番演出，以及世界棒球 12 強賽冠軍 Team Taiwan 棒球英雄陪大家度過美好時光。更特別邀請韓國天團 2NE1 成員 SANDARA PARK 演出，臺灣跨年首秀獨家獻給高雄，不僅重現 2NE1 多首經典團體歌曲，還特別準備中文歌曲〈你要的愛〉送給歌迷。壓軸登場的金曲歌后徐佳瑩，驚喜準備動感組曲，帶領全場熱舞，跨後登場的盧廣仲則演唱多首膾炙人口的熱門歌曲，讓歌迷們意猶未盡，不捨離去！
4. 「2025 高雄跨年晚會」現場超過 31 萬人次共襄盛舉，電視轉播頻道及平均收視：華視 0.78、年代 MUCH 台 0.26、MOMOTV 0.06，總收視人口 441 萬 1,000 人次。另外 MOD 壹電視綜合台平均收視為 0.09，總收視人口為 21 萬 2,000 人次。
5. 「2025 高雄跨年」線上直播成績亮眼，累計超過 498 萬次觀看次數，直播平臺包含華視綜藝頻道(YouTube)、LINE TODAY、ETtoday、陳其邁市長 FB、高雄市政府 FB、高雄旅遊網 FB、MOD、HAMI VIDEO 等。

五、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

電子期刊為月刊，113 年 7 至 12 月共發行 6 期，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，寄送予給電子報訂戶，亦透過「高雄市政府官方臉書」、「高雄市政府 LINE 官方帳號」等網路社群平臺行銷推廣，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臺合作，於媒體上增加期刊內容之曝光。

(3) 電子期刊網站於 113 年 7 至 12 月，網路瀏覽量超過 189 萬 8 千次。

(4) 113 年獲第 48 屆金鼎獎「政府出版品-數位出版獎入圍作品」。

2. 印製紙本期刊及發行電子書

(1) 發行期數及數量

紙本為雙月刊，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），113 年 7 至 12 月共發行 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、咖啡餐飲店家等約 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. 本刊為雙月刊，113 年 7 至 12 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，藉由本刊介紹能傳達高雄多元而豐富的面貌。

2. 行銷通路

定期派送至桃園及高雄國際機場、高鐵及台鐵旅客服務中心、高雄捷運站、本市觀光及一般飯店、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、本市新移民家庭服務中心及設有華語學習的大專院校等約 121 處，提供民眾免費索閱，並於出刊後同步刊登電子書於本府新聞局《高雄畫刊》網站，且與聯合新聞網、聯合電子報等網路平台合作，提供讀者線上閱讀。

(三) 企劃製作不定期刊物

1. 發行高雄市簡介《浪·潮高雄》三語版電子書

(1)企劃製作高雄市簡介《浪·潮高雄》中、英、日三語版多媒體電子書，於113年12月31日出版，並上架於本市期刊網站－電子書專區（<https://takao.kcg.gov.tw/>），可藉由手機、平板或電腦等多元載具線上閱讀，推廣宣傳本市觀光、產業、人文、歷史等深度魅力，提升本市知名度與國際能見度，呼應當今數位閱讀及淨零減碳潮流。

(2)電子書運用大量圖像搭配文字、地景聲音及音樂等，由本府吉祥物高雄熊帶領讀者認識高雄，打造優良閱讀體驗。電子書內容囊括：族群文化、產業聚落、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，內容豐富，引領讀者沉浸式體驗高雄之美。

2. 印製2025高雄市月曆及年曆

為與市民朋友共迎新年及分享喜悅，本府新聞局印製月曆及年曆，並於12/13於四維行政中心、鳳山行政中心及38個區公所同步發送，電子檔亦刊登於本府全球資訊網與新聞局網站首頁提供民眾免費下載使用。

六、高雄廣播電臺多元視聽平台行銷市政

(一) 節目內容豐富多元

1. 精選優質節目參加競賽及評選屢獲佳績：

(1)113年第59屆廣播金鐘獎

「大城小時光」節目榮獲單元節目獎及音效獎；「音樂伸展台—古典不古典」節目榮獲類型音樂節目主持人獎。

(2)113年第1屆臺灣藥事報導獎

「高雄人第二階段」節目以《安眠藥亂象：危機中的夜晚》專題榮獲影音媒體組佳作。

(3)113年第24屆台灣兒童及少年優質節目評選

「故事任意門」節目榮獲優質兒童節目推薦。

2. 高雄廣播電臺與客委會、社會局、原民會、勞動部勞動力發展署高屏澎東分署合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通，113年7至12月共製播128集，並不定期以電臺臉書進行影像直播，擴大宣傳效益。

3. 與高雄市政府衛生局、教育局家庭教育中心、交通局、消防局等單位，合作製播「健康方程式」、「家家暖心時光」等單元及專訪，宣導醫療知識、家庭教育、交通安全、消防安全等市政措施及生活資訊。
4. 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。
5. 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。
6. 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、越南語及柬埔寨語）、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. 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：平安社會福利慈善事業基金會、高雄市唐氏症歡喜協會、高雄市小太陽協會、高雄市盲人福利協進會、高雄市自強身障關懷協會、高雄市關懷台灣協會、心路基金會高雄分會、安德烈慈善協會、得勝者教育協會、紅十字會育幼中心等。
8. 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。
9. 為擴大提供民眾生活訊息，與醫院、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、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。
10. 於「午后陽光第一階段」節目訪問農會、農友、養殖漁民，行銷在地農漁產品。
11. 加強道路交通安全宣導，113 年 6 月至 12 月播出 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，於節目中機動性插播重大交通訊息；113 年 12 月 25 日辦理 call-in 道安宣導活動，進行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，另不定時配合交通局於電臺臉書進行交通安全宣導。
12. 持續宣導多元安全與權益主題
包括「捐血一袋救人一命」、「大型車安全」、「正確戴好安全帽」、「施工交通疏導措施」、「腸病毒防治」、「親職教

育」、「水中自救4步」、「預防中暑」、「防震三步驟」、「樂學忘齡」、「海洋保育」、「好書共享」、「反家暴」、「正確洗手」、「節約用電」、「愛心募款」、「日間照顧服務」、「反毒宣導」、「大腸癌防治」、「勞工保險」、「登革熱就醫篇」、「關懷自閉症」、「行人路權」、「減碳生活運動」、「廢電池回收」、「ADR 訴訟外紛爭解決機制」、「農民職業災害保險」、「住宅防竊」等。

(二) 雙語學習聲音資源

1. 高雄廣播電臺與高雄市多所大學院校、產業、專業人士合作，共同製播節目或單元。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，英語節目及單元如下：

(1) 週一至週五「BBC Newsroom」新聞節目(同步聯播BBC)：服務英語母語人士的新聞節目。

(2) 週一至週五雙語單元「交通安全 Follow me」(6月至12月播出)、「打狗英語通」。

(3) 週一至週五「空中英語教室」、「常春藤解析英語」、「大家說英語」、「Advanced 彭蒙惠英語」、「這句英語怎麼說」。

(4) 週六雙語節目「英語醬玩」、「雪人的早午餐」。

2. 於「午后陽光第三階段」節目中邀訪英語專業人士製播專訪，主題如「演唱會經濟」、「奶茶一條街」、「高雄路牌」、「高雄特色旅宿」、「眷村萬聖嘉年華」等，113年7月至12月專訪計102次。

3. 定期將雙語單元上傳至官網、YouTube平台，並於官網放置當日播出英語單元重點，方便聽眾重溫學習。

(三) 防災防颱資訊整合

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，提供市民最新訊息。

(四) 多元媒體發揮綜效

1. 製播「原來如此」、「理財生活課」、「律師來了」單元，與法律扶助基金會、律師等專家合作，深入講解生活法律資訊，強化民眾法律觀念。

2. 與高雄市政府警察局合作，定期專訪高雄市政府警察局各分局及高雄市政府警察局少年警察隊，深入說明常見詐騙手法，主

題如「1合，2清，3減、4面+5不」打擊詐欺犯罪策略、「5大常見詐騙類型」、「少年犯罪預防」等。

(五) 加強詐騙防治觀念

1. 於「高雄人第一階段」節目。
2. 於「幸福圓舞曲」節目，與高雄市政府警察局少年警察隊定期合作製播節目專訪，談少年犯罪預防。

(六) 即時新聞

1. 平日開闢3個新聞時段，即時報導高雄市重要市政及在地新聞，113年7月至12月報導逾2,300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4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，113年7月至12月報導市議會新聞約80則。
3. 製播「Live943新聞晚報」、「高雄943特派員」、「高雄傳真」等新聞專題節目，深入報導市政建設、活動及在地新聞。
4. 加強報導防治登革熱、嚴重特殊傳染性肺炎、流感、腸病毒等各項措施、宣導市民應注意事項及防疫資訊。
5. 加強報導推動智慧城市建設、淨零轉型、交通建設等重大建設新聞。
6. 加強報導公共安全、防災、防空污、食品安全、消費安全、反詐騙、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，如：道路維護、就業促進、青創輔導、公共托育、長照服務、空品改善、大林蒲遷村等。
8. 配合行銷高雄市重要城市特色、觀光藝文活動，加強相關新聞採訪或專題深入報導，如：海線潮旅行、夏祭新鮮市、哈瑪星號復駛、聖誕嘉年華、跨年晚會、農特產品行銷、演唱會經濟及各項藝文展演等。

七、「超高齡社會因應作為」

- (一) 運用高雄市政府LINE官方帳號及官方臉書，加強宣導並發布有關高齡福利政策、長照服務、運動設施、展覽活動、課程講座、飲食健康及交通安全等資訊，透過多元的傳遞管道，協助長者保持身心活力，建構良善的高齡友好環境。
- (二) 《高雄畫刊》以各面向主題報導與高齡社會有關之健康、終身學習、文化等人事物及資源，如7月份以「全齡運動王」專欄，報導行動健身房巡迴車、「GO！走跑高雄」APP等全齡運動主題；8月份報導一群逾古稀的樂師繼續玩音樂之〈夢幻大樂

團燃燒不滅爵士魂>；10月報導守護長輩的養護之家「仁愛之家」傑出社工；11月報導<老屋重生運動 老鹽埕風華再現>、<老派旗山 文青風懷舊遊程>等歷史文化等。

- (三) 高雄廣播電臺針對熟齡銀髮族群營造舒適聲音情境，收聽族群以高雄、台南、屏東區域為主，聽眾族群多為熟齡及銀髮族，電臺近年致力於服務在地聽眾，擴增台語使用比例，節目內容十分在地化且無商業廣告干擾，主持人嫻熟高雄資訊，獨樹一格，深受南部熟齡及銀髮族喜愛。
- (四) 高雄廣播電臺整合政策及福利資訊於相關節目宣導推廣，因應超高齡社會時代的來臨，高雄廣播電臺製播「長青樹」節目，關心銀髮族健康並提供實用的生活資訊；「舊情綿綿」、「舊曲情懷」老歌節目，帶領聽友賞析經典歌曲；「我愛高雄-二四五福利談」關注社會福利政策，以及社會救助、志願服務，將愛傳送到每個角落；「翻轉勞動-南臺灣就業讚」提供高齡者就業服務資訊，探討企業因應勞動力老化之轉型思維，促進世代與社會和諧共融。
- (五) 高雄廣播電臺製播高齡政策措施新聞，配合邁入超高齡社會，加強報導各項政策、福利措施等，113年7月至12月報導相關新聞約40則，如：樂齡友善成果、打造高齡者無障礙數位環境、落實高齡友善城市、廣設日照據點與銀髮健身俱樂部等。