

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，114 年 1 月至 6 月實施臨場查驗共計 112 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。114 年 1 月至 6 月止，查察共 46 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。114 年 1 月至 6 月查察共計 15 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。114 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、其他及不明纜線等），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，114 年 1 月至 6 月共處理 306 件，並輔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。
4. 辦理 114 年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 115 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 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，114 年 1 月至 6 月共製作 26 則專題，並剪輯成 6 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 Surprise」節目於114年6月28日起於高雄市公用頻道CH3播放。
3. 製播媒體識讀影音專題，提升市民媒體素養
有關職場霸凌、職場性騷擾、自殺防治、反詐騙、性別平等、兒少保護、青少年毒品防制、媒體錯假訊息等民眾關心議題，為提升市民媒體素養，採取適當預防措施製播8集專題節目、每集6分鐘，並於高雄市公用頻道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）於高雄市公用頻道CH3輪播，提供市民瞭解高雄在地新聞。
5. 轉播議會實況
配合114年3月25日至6月2日高雄市議會第4屆第5次定期大會在高雄市公用頻道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，於高雄市公用頻道CH3播出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)經營高雄市公用頻道CH3臉書粉絲專頁宣傳公用頻道節目，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。114年1月至6月計蒐集網路即時新聞資料187,594則、蒐集電視新聞摘要26,592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、數位通路及社群媒體宣傳市政成果及政策。上半年上刊「智慧高雄燈塔計畫」、「特貿三公辦都更北基地動土」、「高雄打造育兒友善城市 好孕連發減輕育

兒家庭負擔」、「2025上半年促參招商高雄獲得『全國雙料冠軍』」等主題，宣傳高雄宜居、智慧城市及招商成果。

(2) 新春特刊

透過新春期間發行之平面刊物，刊登主題「岡山田寮一日遊 沉浸大自然 秀麗美景 走春絕佳選擇」、「東高雄九區 世外桃源愜意遊」，增進春節期間高雄觀光經濟效益。

(3) 觀光行銷

運用網路多元形式宣傳本府各項特色活動，上半年宣傳主題包括「2025冬日遊樂園」、「2025高雄兒童藝術節—樂高雄」、「高雄市學生看球優惠方案」、「法國生活節」、「2025高雄端午嘉年華暨龍舟錦標賽」等，邀請各地民眾前來高雄遊玩。

(4) 智慧城市成果

運用平面及網路媒體宣傳效益，加強行銷「智慧高雄燈塔計畫」。

3. 多元媒宣行銷宣傳

透過本市公車候車亭版面（36面）刊登市政行銷廣告，主題「全國原住民運動會」、「2025冬日遊樂園」、「高雄智慧城市展」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。

(二) 交通安全宣導

運用多元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) 製播114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，以廣告、專訪、口播等方式，宣導主題包括酒駕防制及酒後如何安全回家、行人依規定穿越馬路、汽機車行經路口停讓行人、高齡長者請依規定定期換照、行經輕軌路口應注意交通事項、不闖紅燈、安全帽使用年限合格標章、保持行車距離、專心駕駛、暑假期間年輕人不無照駕駛不超速、轉彎車應禮讓直行車先行及新交通法規等，向民眾宣導正確的道安觀念。

(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「汽機車行經路口 請停讓行人」、「行人請走斑馬線 車輛請停讓行人」，強化民眾道安觀念。

(3) 透過本市公車候車亭版面（36面）刊登道安宣導廣告，主題「汽機車行經路口請停讓行人」，以觸及通勤族、學生、汽機車用路人等對象，提高宣傳效益。

- (4) 運用本市公共腳踏車 (YouBike) 後泥除刊登「騎自行車禮讓行人」、「微型電動二輪，年滿 14 歲、戴安全帽、不雙載」廣告，共 400 台。
- (5) 與平面、網路媒體合作，宣導道路交通安全意識，主題包含「微型電動二輪車 年滿 14 歲、戴安全帽、不雙載」、「汽機車停讓路口請停讓行人」、「騎士注意安全帽使用年限」。
- (6) 運用廣播、網路、平面媒體，加強宣導「汽機車行經路口請停讓行人」、「酒駕防制」等道安觀念，減少交通事故發生率，市府並加強酒駕稽查，以打造友善、安全的通行環境。

2. 製播短影音

配合時下社群使用習慣，拍攝「號誌教學-圓頭燈 VS 箭頭燈」、「非號誌化路口停慢」、「防制酒駕」短影音，透過高雄市政府臉書、Instagram、YouTube 等社群媒體分享及刊播，並搭配新聞稿發布。

3. 活動配合

配合各局處都市行銷或民間自辦等活動，以有獎徵答、致贈民眾交通安全宣導品等方式，將道安觀念落實於日常生活。114 年 1-6 月配合大型活動進行道安宣導計 7 場次：2025 高雄富邦馬拉松、2025 林園洋蔥節、草地野餐音樂會、2025 地球日-Our Power Our Planet、2025 籃筐會、2025 鳳荔節、2025 客家很有市-人偶公仔歡樂派對，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. 短片製作及電視、社群及影音平台行銷宣傳

- (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，上半年排播「2025 冬日遊樂園」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 114 年度市政暨大型活動行銷短片，上半年完成短片主題「漫遊高雄 連載再開」，社群、影音平台及公用頻道 CH3 等通路露出，行銷高雄系列活動，廣邀民眾一同參與。
- (3) 因應社群媒體趨勢，攝製直式影片，上半年完成「2025 冬日遊樂園」、「龍虎塔夜晚點燈」、「仁武灣內公托開幕」、「中華職棒 36 年開季」、「高雄內門宋江陣」、「高雄特色公園」、「國際搜救犬日」、「高雄綠園道」、「苓雅運動園區」、「高雄阿勃勒花季」、

「全中運高雄市獲獎選手及教練表揚大會」、「高雄端午嘉年華暨龍舟錦標賽」、「旗後登山步道換新」等13支影片，透過社群、影音平台及市府中庭LED電視牆等管道露出。

- (4) 拍攝市政活動之靜態影像紀錄，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

- (1) 運用高雄市政府官方推特 X(Twitter)及 Instagram 帳號，提供以英、日、韓、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2025冬日遊樂園開幕、日光海島生活節、吉伊卡哇小提燈、2025高雄兒童藝術節—樂高雄、法國生活節、高雄端午嘉年華、世界野餐日、南橫秘境等。
- (2) 於日本、韓國、越南、馬來西亞、泰國及新加坡等國家，透過網路社群平臺、華航機上影音投放「我們的高雄」國際城市形象短片，傳達高雄「智慧、宜居及魅力」的城市樣貌。
- (3) 與日本雜誌《pen》合作，於日本官網 Pen Online 刊登編稿，主題包括「透明的城市介面 高雄市圖書館的建築意涵」、「全球最大單一屋頂綜合劇院 衛武營國家藝術文化中心」、「從高雄捷運 看見城市的美學旅程」、「風格人文：從三餘書店探尋高雄新韻」、「TSUTAYA BOOKSTORE 的高雄生活提案與文化場域經營」等，行銷高雄多元面向，展現城市文化美學。

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114年6月底止好友人數超過171萬人，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114年6月底止計有逾54.9萬追蹤者。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：
- 2025 高雄跨年晚會精彩演出（113年12月31日至114年1月1日）、2025 高雄冬日遊樂園-吉伊卡哇開幕式（1月25日）、吉伊卡哇遊港（2月9日）及閉幕活動（2月16日）、2025 高雄端午嘉年華暨龍舟錦標賽決賽（6月1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，114年1月至6月共計發布421則。另於議會定期大會期間（114年3月25日至6月2日），成立議會採訪小組發布新聞稿共28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）辦理記者會

114年1月辦理「開箱高雄限定版蛇年春聯及開運小紅包記者會」，市長偕同書法名家及設計師一同介紹《運開時泰》春聯、《好運蛇進來》斗方春聯及《蛇來運轉》開運小紅包、《好蛇年》賀卡等，並攜手觀光大使「高雄熊」向市民拜年祝賀。

四、辦理都市行銷活動

（一）辦理「2025 高雄跨年活動」

1. 囊括「六金級」超強卡司，由麋先生、告五人、許富凱、U:NUS、GENBLUE 幻藍小熊等 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 棒球英雄陳柏

青、張政禹，更邀請韓國天團 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，盧廣仲則於跨年後演唱多首膾炙人口的熱門歌曲，為晚會畫下完美句點！

2. 跨年倒數後，施放千輪版 250 秒亞灣跨年花火，搭配火星人布魯諾 (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. 跨年現場超過 31 萬人次共襄盛舉，電視頻道首度同步於無線台、有線台全程轉播，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 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。
4. 「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，114 年 1 至 6 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114年1至6月，網路瀏覽量超過132萬8千次。

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），114年1至6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，114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，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電子期刊網站，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。

六、高雄廣播電臺多平台城市行銷

(一) 節目內容呈現多元化

1. 精選優質節目參加競賽及評選屢獲佳績-114年第2屆臺灣藥事報導獎：「高雄人第二階段」節目以《疫苗三部曲：守護免疫力》專題榮獲聲音組佳作。
2. 高雄廣播電臺與客委會、社會局、原民會合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通，114年1至6月共製播77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、高雄市中醫醫院、藥害救濟基金會等單位，合作製播

- 「健康方程式」、「家家暖心時光」、「城市生活誌」、「健康上線」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、陽光社會福利基金會、高雄市都會原住民族家庭服務中心等。
 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、深度內涵之聽覺享受，是播出古典音樂時數最多的南臺灣電臺。
 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、國立科學工藝博物館、臺灣電力公司、消費者文教基金會、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，114 年 1 月至 6 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；114 年 4 月 2 日與 6 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「行人安全」、「不酒駕」、「路口慢看停」、「戲水安全」、「登革熱」、「節約能源」、「淨零綠生活」、「愛心募款」、「親職教育」、「兩性平權宣導」、「鼓勵生育」、「校園反霸凌」、「1953反霸凌專線」、「家庭教育」、「求職防騙」、「勞工保險」、「勞動權益」、「就業歧視」、「防制詐騙」、「防治數位性暴力」、「防AI深偽詐騙」、「春天藝術節」、「公共資訊發布」、「神農市集」、「消費者保護與服務」、「健康食品通報系統」等。

(二) 創造雙語學習環境

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月播出)、「打狗英語通」。

(3) 週一至週五「空中英語教室」、「LiveABC」(初級、中級、中高級)、「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」。

(5) 週六英語節目「The History Hour」、「Discovery」、「Top of the Pops」。

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，主題分為婚禮與小資族相關-「婚禮小物篇」、「婚宴菜色篇」、「新生兒禮物篇」等；用英文講日常用語-「找廁所篇」、「搭電梯篇」、「用英文打招呼篇」、「台灣伴手禮篇」等；探討新世代問題-「不易被AI取代的工作篇」、「新世代工作壓力篇」、「我喜歡的辦公室篇」等；家庭及生活相關英文學習單元「居家最難清潔的地方篇」、「國人最喜歡的早餐篇」、「健康飲食選擇篇」等，讓聽眾朋友用輕鬆聽廣播的方式開心學英文，114年1月至6月英文單元專訪播出總計36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) 即時提供防汛防颱防震等災變資訊

提供防災防颱、停水停電等公共服務，因應地震颱風等災變，於各節目口播並密集插播災情資訊、防災宣導及相關事項，提供市民最新即時訊息。

(四) 發揮媒體多樣化功能

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、財經人士、律師等專家合作，深入講解生活法律資訊，強化民眾法律、理財等觀念。

(五) 預防詐騙、加強防詐知識

1. 於「高雄人第三階段」節目，宣導詐騙無所不在，各式詐騙案例揭露，一起加入打詐國家隊，守護自己的血汗錢！。
2. 於「我愛高雄-城市情報讚」節目，與高雄市政府警察局各分局攜手合作，定期製播「城市守護者」專訪單元，節目中邀請各分局長或副分局長，深入解析當前高雄地區常見的詐騙手法，從假冒公務機關、投資詐騙、網購詐財，到交友詐騙等，全面揭露犯罪集團的手段，並傳授民眾簡單易懂的「反詐三步驟」(一聽、二掛、三查證)、「打詐五不原則」(不接、不聽、不點、不傳、不信)。
3. 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，114 年 1 月至 6 月報導逾 2,000 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 5 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，114 年 1 月至 6 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：全國原住民族運動會、內門宋江陣、那瑪夏賞螢季、愛河端午嘉年華、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、文化、歷史等人事物及資源，如 3 月份〈楠梓藍田公園「鹽田主題遊戲場」24 項遊樂設施全齡暢玩〉及 6 月份〈白天夜晚都美「Kaohsiung Highline」為高雄注入新活力〉等報導關於全齡健康運動場域；2 月報導〈堅守大港紳士風 訂製昔日好時光〉、4 月及 5 月報導眷村老宅改造；5 月報導〈回「旺」黃金年代 大樹臺灣鳳梨工場〉、〈從高雄第一條女路出發 穿梭哈瑪星尋找她們的故事〉等介紹歷史文化及導覽遊程。
- (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，具幽默有內涵，受到熟齡及銀髮族喜愛。
- (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、社會救助與志願服務等政策，將愛傳送到每個角落。
- (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，114 年 1 月至 6 月報導相關新聞約 30 則，如：行動健身房巡迴車、高齡駕駛安全、落實高齡友善城市、日照據點設備優化、偏鄉長照交通車等。