

# 貳拾、新聞

## 一、新聞行政與管理

### (一)健全電影事業提升電影片映演業水準

1. 依據電影法及相關法令規定，辦理電影片映演業之設立、變更登記，目前本市計有 16 家電影院。
2. 為貫徹執行電影分級制度，依據電影法相關規定督導本市電影片映演業確實依法執行電影分級制度，97 年 7 月至 12 月共計實施臨場查驗 273 家次，均未發現業者有違規情事。

### (二)有線電視業之輔導與管理

1. 為加強有線電視纜線之管理工作，針對市民及里長反映有線電視系統纜線架設凌亂、低垂掉落情事及附掛民宅引起之爭議，均即派員會同相關單位及業者至現場查勘，並將附掛之纜線重新規劃整理或拆除，97 年 7 月至 12 月計處理 79 件次。
2. 為加強有線電視系統之輔導管理工作，新聞處持續查察業者播放之節目及廣告，97 年 7 月至 12 月計查處 7 件，違反「有線廣播電視法」相關規定，依法核處罰鍰，金額共計新台幣 35 萬元正。

### (三)公共頻道之開播及推展

1. 高雄市有線電視公共頻道率先全國各縣、市以常態性製播節目方式，在本市 4 家有線電視系統第 3 頻道開播，目前週一至週日每天有早、中、晚三條帶狀常態節目，上午 10：00-13：00 為市政及公益宣導時段，15：00-22：00 為自製或購製精選節目，播出時段 22：00 以後為教學節目時間。
2. 為培養、推廣本市市民影像拍攝技能與興趣，自 92 年起接續辦理城市影像紀錄創作競賽、市民影像創作學院等課程，為本市影視產業扎根。

### (四)推動本市影視產業政策

1. 協助國內外影視公司南下本市取景拍片，藉由電影場景行銷城市風貌，本處 97 年 7 月至 12 月協助影視劇組勘景、拍攝等行政支援事務績效如下：
  - (1)電影部分—協助吳念真企劃製作有限公司影片「帶我去遠方」(新聞局輔導金)於 8 月至本市紅毛港輪渡站、高字塔、哨船頭、楠陽資源回收場、市立旗津醫院、左營公有市場等處取景拍攝，使高雄市優美海港風光一一隨影片傳揚至各地。
  - (2)電視部分—「痞子英雄」：  
「痞子英雄」係蔡岳勳導演繼白色巨塔電視劇之後所拍攝之 2008 年公視年度大戲，拍攝時程自 97 年 4 月至 12 月 27 日，長達 9 個月，該劇結合動作、懸疑、推理、友情、親情與愛情等動人元素，

以輕鬆、娛樂的方式描述警察故事，由周渝民、張鈞甯等當紅明星擔綱演出。

全劇約三分之二場景於本市拍攝，舉凡本市 11 號碼頭、真愛碼頭、新光碼頭、星光水岸公園、中央公園、高雄捷運隧道、高雄捷運站體（中央公園站、三多商圈站、美麗島站）高雄港碼頭、高雄港水域、統一夢時代、軟體科學園區等重要城市建設景觀與美麗的水岸景觀均在劇中明顯呈現，充分達成都市影像行銷良效。

該劇也將於公共電視台及其他有線電視台播出，並正洽談版權銷售至其他亞洲國家，如順利播映，則更具國際行銷之功能。

(3)MV 部分—協助無非文化有限公司於本市美麗島捷運站、中央公園捷運站等處拍攝歌手黃妃新專輯歌曲「愛河邊的咖啡」。

(4)節目部份—協助新加坡運行視覺私人有限公司為新加坡電視機構—新傳媒亞洲新聞台於本市中央公園拍攝一集商務旅遊節目「Business Class」，將於新加坡放映介紹本市風光與繁榮景象。

2. 受理影視劇組申請拍片住宿補助案，97 年 7 月至 12 月：補助電視劇痞子英雄於本市拍攝之住宿經費。

(五)爭取「國家電影文化中心南部分院」在本市設立

1. 為推動本市影視文化產業發展，帶動文化觀光產業榮景，積極向中央爭取「國家電影文化中心南部分院」在本市設立，並擬以電影主題公園為主軸規劃，連結左營春秋閣、半屏山風景區、壽山、愛河文化流域等，設計日、夜間觀光效果，以吸引影視產業至本市投資設立，發展本市文化觀光產業。並朝電影文物展示館、電影數位典藏館、電影映演廳、電影育成中心、行銷中心、研究中心、會議室、電影主題公園、露天電影院、行政區、服務區（含販售部、餐飲部）、停車場等功能場域進行規劃。

2. 本案經本府極力爭取，業於民國 96 年 7 月 19 日行政院新聞局通過將台北縣新莊新用地與本市內惟埤兩案一併辦理規劃。並已委請專業團隊進行規劃中，俟定案後新聞處將全力配合協助。

(六)積極爭取「公廣集團」等電視台到高雄市設立營運據點

為平衡南北媒體產業發展與報導落差，及因應 2009 世運會在本市舉辦期間所需龐大媒體需求量，暨提昇本市經濟產業升級，創造就業機會等目的，本府極力向中央爭取公廣集團等電視台南移本市設立營運，經本府極力向中央爭取後，96 年 9 月間已獲行政院新聞局同意「公廣集團」南部分台將落址於本市「台鋁舊廠」，謹就本案目前最新進度說明如下：

1. 本案民間監督聯盟於 97 年 3 月 3 日宣布成立，為整合集團資源為南部設台之營運預做準備，公視先於 97 年 3 月初新增南部新聞節目，97 年先期營運階段，行政院新聞局也原 6 月 30 日要開標，後因新聞局改變規劃方式，撥付公視新台幣 1000 萬元，進行委託規劃與可行性研究，公

視因應新聞局要求，於97年9月復提出南部設台評估與建議書，內容提及南部設台究竟係朝完整功能電視台與頻道或是製作中心、節目應該分散播出或是單一頻道播出提供行政院新聞局參考意見。

2. 前新聞局長史亞平10月19日在高雄出席一場公聽會時表示，公廣集團往南部設台是既定政策目標，希望公廣集團有效整合有限資源，努力達成目標。與會中並承諾三個月內針對南部台定位問題，再次召開公聽會聽取各界意見。

#### (七)辦理影視行銷活動

1. 國片「一八九五」：97年10月23日於本市華納威秀影城辦理電影試映會，由本府李副市長永得、客家事務委員會鍾主委孔炤與新聞處許處長銘春等人，率同本市客家鄉親團體共同蒞臨觀賞，並協助於11月1日高雄電影節系列活動中舉辦全台售票首映。同時，為了鼓勵華語導演創作、提升本市觀影人口，維護本國電影文化事業之存續與發展，新聞處特訂定「高雄市政府新聞處補助國產及本國電影片作業要點」，並將本片列為重點輔導電影，首度施行本項影視政策，該片受本府補助期間，本市票房成績亮麗，補助市民半價觀賞期間自11月7日至21日止，共計15日。
2. 「漂浪青春」記者會於7月31日在本市電影圖書館辦理，本片為周美玲導演執導之電影，入圍「58屆柏林國際影展電影大觀單元」。
3. 「漂浪青春」全台首映會及映前記者會於8月11日在本市威秀影城辦理，並由新聞處宣布該片於高雄威秀影城上映期間，可獲得電影票半價補助，映後並辦理導演、演員與現場觀眾面對面座談活動。
4. 「海角七號」高雄首映記者會暨放映會於8月14日在本市威秀影城辦理，映後安排魏德聖導演、演員范逸臣及田中千繪等與民眾面對面座談。
5. 「波麗士大人」高雄特映會於9月5日在本市電影圖書館辦理，該劇由王小棣導演執導，並於映後辦理導演及演員藍正龍、林佑威等人與現場觀眾面對面座談等活動。
6. 「征服北極」首映會於12月8日在本市電影圖書館辦理，該紀錄片係由楊力州導演拍攝，映後導演及陳彥博選手與現場民眾進行映後座談會。

#### (八)建構高雄拍片網站

介紹本市及鄰近縣市100個拍攝地點，及提供中英文兩種語言之版本，以方便國內外影片製作者至高雄市取景拍片。包含網站簡介、拍片場景、拍片資源、影人筆記、電影中的高雄、高雄電影節等六大單元，並安排於97年10月高雄電影節活動中辦理網站行銷活動。97年並賡續進行網站內容維護更新、網站宣傳短片製作、高雄電影節搭配行銷、英日文版網站架構與版型、拍片場景資料英日文版翻譯、首頁改版、FLASH動態效果、發行

3 期日報等。

#### (九)建置拍片支援中心

為將本市的山、海、河港的壯闊景緻行銷全球，進而帶動高雄觀光效益，新聞處長期執行「影視創意產業發展計畫」，以影像行銷高雄。為解決目前拍片支援作業空間不足之問題，呼應劇組實際需求，籌畫成立「拍片支援中心」作為影視從業人員南下勘景之討論、聯繫、協調、審片等藝文活動空間。

7 月間向行政院行聞局爭取「加強地方建設擴大內需方案」補助新台幣 1200 萬元預算，經籌劃選址後，8 月間於本市衛生局醫療史料文物中心一樓部分空間設置本市拍片支援中心，並於 10 月間以公開招標方式委託東方技術學院規劃設計，期間並邀集本府衛生局、財政局等相關單位召開 2 次行政協調會議，聽取設計簡報，並提出修正建議，及辦理房屋租借，確認相關借用管理規則等行政事務。

本案於行政院規定時程內完成決標及預算保留作業，實際發包金額為新台幣 11,954,351 元整，執行率達 99.6%。整建工程案預計於 98 年 3 月下旬完工，配合專業器材裝置施工，本中心預計將於 98 年 4 月初完成。另人力協助部分自 98 年 1 月開始，協辦本府新聞處影視拍片支援相關工作。

#### (十)加強錄影節目帶之輔導與管理

1. 依據廣播電視節目供應事業管理規則等法令規定，辦理本市錄影節目帶業籌設申請，經查驗合格後發給許可證。97 年 7 月至 12 月辦理本市錄影節目帶之籌設及變更登記共計 6 件。
2. 會同本府警察局密集稽查錄影節目帶業（含 MTV）是否有逾越授權範圍錄影節目帶（含影音光碟），97 年 7 月至 12 月計查察 67 家次，查扣違法影音光碟 6331 片，分別移請行政院新聞局或由本府警察局移送地檢署依法處理。

#### (十一)加強出版品管理工作，淨化社會風氣，維護善良風俗

依據「兒童及少年性交易防制條例」第 33 條規定，查察報紙刊載色情交易廣告，97 年 7 至 12 月份，計核處違反本法之報社 5 家次，核處罰鍰為新台幣 160 萬元正。

另依據「性侵害犯罪防治法」第 13 條規定，報紙在報導性侵害犯罪案件時，不得報導或記載性侵害事件被害人姓名或其他足以識別被害人身分之資訊，如有違法情事，即依法核處，97 年 7 至 12 月份未發現違法情事。

## 二、新聞發布與新聞聯繫

#### (一)蒐集輿情反映

每日蒐集各報刊及電視有關市政建設之新聞報導、評論與建議，陳報市長，並分送相關局處參辦，97 年 7 月至 12 月計剪輯報紙新聞資料逾 6000 則、97 年 7 月至 12 月計蒐集電視新聞摘要逾 6 千則。

- (二)配合本府各局處舉辦各項活動，協助召開記者會，包括：2008 夏日高雄記者會、2008 世運暖身賽記者會、高高屏三縣市合併記者會、市長就職兩週年記者會及 2009 跨年晚會記者會等。
- (三)依市長行程及本市重要建設發布市政新聞，並上網供民眾閱覽，97 年 7 至 12 月共發布約 500 則。
- (四)於市議會開議期間(9 月 23 日至 12 月 1 日)，成立議會小組發佈市長答詢新聞稿。
- (五)於 2008 世運暖身賽四項賽事期間，分別於各賽事場地成立新聞中心服務媒體，並發稿約 60 則，另「2009 世運主轉播媒體案」發稿 126 則，新聞照片逾 200 張。
- (六)辦理「優質城市·健康無憂」平面媒體合作宣傳案，提升市民對食品安全的重視，拒絕黑心商品，並宣傳本市「台灣食品專區」設立，與各大媒體合作宣傳，透過新聞報導方式，達到優質城市健康無憂的目的。
- (七)辦理「捷運高雄·節碳城市」平面媒體合作宣傳案，與平面媒體合作宣傳，以鼓勵市民搭乘大眾交通運輸工具，減輕汽機車二氧化碳的排放量，期讓本市成為一個乾淨城市，並結合橘線通車媒體行銷聚焦，達到宣傳的效果。
- (八)委託本市廣播媒體，就「三聚氰胺」事件，規劃執行「優質城市 安全無憂」廣播媒體宣傳，強化宣傳市府為市民健康安全把關等相關理念與措施。
- (九)執行「暖冬計畫」媒體宣傳，規劃新聞專題報導，將市府緊急成立「景氣因應小組」提供 500 多個短期工作職缺之具體施政作為，廣為宣傳。
- (十)辦理「產業高雄·經濟暖冬」行銷專案，透過媒體整體行銷本市相關企業投資利多等產業政策，除強化形塑本市產業形象，亦達到推廣活動刺激觀光產業發展之訊息意象。

### 三、視聽宣傳

- (一)拍攝都市行銷短片，傳達高雄的進步現況與發展願景
  1. 製作中、英、日語三種版本之市政績效篇簡介專輯影帶，廣為宣傳市政建設並作為本府出國參訪拜會或接待外賓、國際媒體參訪團播映使用，增進城市行銷效益。
  2. 於高雄捷運 37 個車站及全國 1,500 家全家便利商店多媒體看板，播放 1999 市政短片或其他優質城市專案行銷短片，打造城市形象。
  3. 拍攝 40 秒「高雄世運準備篇」影片，於電視新聞台播出。
  4. 拍攝 10 秒「向小摺致敬篇」影片在電視無線台暨有線電視台等 17 個頻道播出。
- (二)委託電視台執行市政宣導電視媒體行銷案，配合市府重大施政及大型活動製播新聞報導，並另以新聞專題及節目專輯等方式型態配套播出加強行銷。
- (三)辦理 2008 左營萬年季電子媒體行銷案，委託電視台播映新聞專輯及以跑馬訊息、新聞片尾、節目置入(台灣之美、英語新聞)及民視連續劇「娘

家」演員在萬年季登台演出方式全面宣傳，以擴大觀光效益。

- (四)空間與美學的對話—高雄捷運站體公共藝術電子媒體行銷案，透過新聞專題製作，展現高雄捷運站體獨特的公共藝術造景傳達出的空間美學，提升本市城市生活美學形象，同時吸引全國觀光客。
- (五)配合 2008 高雄電影節，辦理「浮光掠影-電影新高雄」電子媒體行銷案，強化宣傳推行本市影視產業政策。

#### 四、製作電視電影紀錄片

錄製市政活動錄影帶：委託傳播公司每日錄製市政各項重要活動，作為市政建設視聽資料，並提供電視台作為新聞素材運用，效果良好。

#### 五、辦理大型都市行銷活動

- (一)辦理「2008 夏日高雄」系列活動行銷西子灣城市海灘特色

為行銷本市夏季觀光，結合海洋局、文化局、建設局、教育局、原民會等相關局處之資源，自 7 月 6 日至 8 月 31 日為期 2 個月期間，每天下午 3 點到晚上 10 點辦理 57 場「2008 夏日高雄」系列活動，以行銷西子灣養灘工程及推動海洋活動為主軸，打造西子灣成為「台灣的峇里島、高雄的邁阿密」，展現全台唯一城市型海灘的旅遊度假特色。

活動期間每天辦理豐富的沙灘活動、水上運動、藝術市集、輕食飲品等，更結合「2008 高雄購物節」、「海洋博覽會」等，同時號召民眾搭乘高鐵、高雄捷運、接駁公車串連，讓今夏不必舟車勞頓到墾丁、出國到峇里島，就可以輕鬆悠遊西子灣及高雄市區，享受浪漫休閒、時尚購物兼具的精彩生活。

「2008 夏日高雄」系列活動並規畫整體視覺意象，行銷管道包括：短片拍攝及電視時段購置、報紙廣告及專題報導、雜誌廣告、電子媒體專題報導、公車燈箱、戶外看板、海報、公車車體廣告及路燈旗、電台行銷、網路行銷等，均達到擴大宣傳之效果。

- (二)辦理 2009 跨年晚會活動

12 月 31 日在夢時代廣場辦理 2009 高雄市跨年晚會，邀請知名藝人與市府團隊一起與民眾倒數跨年，節目密切結合並宣傳「2009 世運」及「搭捷運來跨年」之意象，並設計獨特的藍鯨摩天輪煙火。除了事前活動宣傳之外，透過電視及電台直播，強力行銷本市建設成果。

- (三)辦理 02 演唱會系列活動

為讓鹽埕風華再現，並宣導未來的流行音樂中心將於 11 至 15 號碼頭設立等，本府新聞處自 10 月起於捷運 02 鹽埕埔站行人徒步區分二波辦理 02 演唱會系列活動，第一波連續 6 週在捷運橘線 02 鹽埕埔站行人徒步區舉辦「02 流行音樂深呼吸，高雄先發」系列活動，活動以「光復鹽埕，活絡商機，發展影音產業」為主軸，10 月 18 日為「光復鹽埕，高雄電影節先發」活動，10 月 25 日播放以高雄為代表景點的六〇年代電影「王哥柳哥遊台灣」，第二波則自 11 月 2 日起至 11 月 22 日止連續 4 個周末或周日於

鹽埕埔站行人徒步區，舉辦「02 流行音樂深呼吸高雄先發」系列活動，邀請超偶幫、楊丞琳、卓文萱、星光三少(周定緯、潘裕文、許仁杰)等偶像歌手藝人辦理新專輯簽唱會，期望將橘線鹽埕埔站行人徒步區，規劃為流行音樂歌手藝人舉辦新專輯簽名會或新歌發表會的重要文化觀光景點，形塑成高雄「流行音樂及影視聖地」，未來亦可發展為流行音樂藝廊，呈現台灣流行音樂的發展軌跡。

#### (四)辦理「動漫高雄精采樂活」活動

由本府新聞處主辦的「2008 動漫高雄、精采樂活」活動，自 12 月 27 日起至 29 日，一連三天在高雄現代化體育館(漢神巨蛋)舉行，除有來自全各地 300 多家動漫同人創作社團參展外，並有古早與當代各式自行車展示，現場天天都有 Cosplay(動漫人物)登場表演，還有動漫電玩交響音樂會、機動戰士鋼彈超人真人秀、日本知名聲優-神谷明演唱會、南北女僕咖啡店大會串-女僕電玩競技賽、動漫角色扮演、真人擂台摔角表演賽、自行車超級特技秀等等活動輪流登場，總計吸引 6 萬 2 千餘人觀賞。

## 六、加強國際行銷

加強城市外交並提升本市之國際能見度--

- (一)8 月 8 日前往北京，除參訪奧運媒體服務案具體作法，亦透過世運文宣品發放方式，行銷 2009 高雄世運，提高 2009 高雄世運及本市知名度。
- (二)10 月 19 日於摩納哥 SPORT TEL 會議，行銷 2009 高雄世運，提升本市之國際能見度。
- (三)10 月 25 日於香港舉行「驚豔高雄·相約 2009」國際行銷活動，邀請歌手蔡依林暨台灣、香港世運選手同台行銷高雄市辦理世運訊息，藉此吸引全世界目光，為 2009 高雄世運打響名號。
- (四)11 月 19 日於印尼 BaliABM(亞洲廣播年會)，行銷 2009 高雄世運，提升本市之國際能見度。

## 七、編印定期及不定期刊物，加強行銷高雄

### (一)定期刊物

#### 1. 建置「高雄電子期刊」入口網站案

- (1)因應資訊數位化，及整合「高雄畫刊」、「鼓聲市府月刊」、「河港快樂頌電子報」等各刊物編印發行之資源，97 年起建置「高雄電子期刊」入口網站，內含每個月發行高雄畫刊電子期刊、鼓聲市府月刊電子期刊(不發行紙本)、每雙週發行河港快樂頌電子報，並擴大發行通路，讓更多民眾可以透過網路接觸本市的刊物，進而了解高雄，提高城市能見度。
- (2)「高雄畫刊電子期刊」企劃編輯以市政重點為主題導向，並加入高雄的人文、產業故事及城市風情，每期發行量全國共約 14 萬份，97 年 7 至 12 月計發行 6 期。
- (3)「河港快樂頌電子報」提供民眾最新、最快速的市政、藝文訊息等

資訊，每期發行量全國共約 14 萬份，97 年 7 至 12 月計發行 13 期。

(4)「鼓聲市府月刊電子期刊」為府內各單位間資訊之溝通橋樑，並提供市府員工各項重大市政、相關局處作為及同仁進修資訊，透過市府資訊中心 e-mail 發給市府機關、學校之全體同仁，約 1 萬份，97 年 7 月至 12 月計發行 6 期。

(5)另為擴大服務無法透過網路閱讀高雄畫刊電子期刊之民眾，新聞處另行編輯高雄畫刊雙月刊紙本刊物，每次印行 5 萬冊，除贈閱本市里長、民代、各機關學校、圖書館、旅行社、飯店旅館外，並放置本市各大書局、圖書館、社教單位、旅遊中心、風景點、連鎖咖啡廳、大賣場、捷運站、機場、火車站等 100 多個定點供民眾索閱。

## 2. 發行「海洋首都」中英文雙月刊

為在本市定居或至本市出差、旅遊的外籍人士，提供近期市政摘要、焦點話題、國際交流、都會風情、自然人文、旅遊情報、藝文活動訊息等，97 年 7 月、9 月、11 月及 12 月各出刊 1 期，每期兩大張、1 萬份，放置機場、觀光飯店及外賓出入頻繁之定點，供民眾索取。

## (二)不定期刊物

1. 7 月於 TOGO 雜誌出版夏豔海灣逍遙遊旅遊專書刊登高雄旅遊廣告，期能透過介紹陽光奔放之西子灣、國際級大師設計打造的高雄捷運及光影繽紛的愛河景色，帶動夏日高雄活動之人潮，並促進高雄之觀光。該旅遊資訊發行單行本共計 1,000 本，與 TOGO 雜誌發行 25,000 本。
2. 於單車身活雜誌第 19 期（7 月號）中刊登「小摺高雄大會師」活動訊息，並介紹本市愛河、旗津、西臨港線等 7 條單車道之遊憩資訊；於第 20 期（9 月號）刊登騎單車由高雄捷運附近景點及美食之資訊，每期發行 15,000 本。
3. 9 月加印「高雄達人雙輪戀」摺頁 15 萬份，內容介紹本市 7 大自行車遊憩路線、各路線的體能挑戰度、沿線特色美食推薦，及本市自行車店住址及電話等資訊，提供車友及遊客民眾參考。由於本份摺頁編印效果良好，頗受廣大民眾喜愛，之後並加印廣置於本市紅線各捷運站及本市 80 餘間觀光級及商務級旅館，供民眾索閱運用。
4. 10 月編印「愛戀高雄—七星之旅」簡體版觀光簡介共 15,000 份，提供高雄市經營陸客旅遊相關生意之旅館及商家，供其放置於營業場所供陸客取閱，以行銷高雄市之觀光旅遊資訊。
5. 12 月編印「高雄更新」精美摺頁，分成中、英、日文版三種語言版本，每套並分成「關於高雄」、「星光高雄」、「文化高雄」、「水高雄」、「世運高雄」、「捷運高雄」等 6 個系列，提供市長致贈貴賓使用。
6. 12 月編印 2009 年年曆明信片 17,600 套，分送各機關單位、民意代表、媒體記者及外交部駐外單位，廣加宣傳本市城市景觀。
7. 完成 3 款紅毛港廣告設計稿，並將陸續刊登於雜誌上宣傳高雄再造港灣



城市新風貌之市政宣傳，分別刊登於單車身活雜誌第 19 期、第 20 期、新台灣新聞周刊 643 期、目擊者第 66 期及 97 年高雄畫刊第 4 期。

8. 編印 98 年「搭捷運看世運」月曆 15,000 份，致贈市府各局處並供民眾索取。
9. 編印都市行銷專書「幸福高雄 2.0—升級、增值、永續的高雄市」中文 3,000 本、英文 1,000 本，介紹近 2 年來高雄市政之變化，以行銷高雄新風貌，並供市長致贈貴賓使用。

## 八、行銷 2009 高雄世運

- (一) 7 月編印「時報世運」專刊 2 萬冊，介紹世運 31 種項目之觀戰寶典，並置於全省 7-11 販售，以行銷世運。
- (二) 家樂福臺灣區總經理杜博華、IWGA 主席 RON 及陳菊市長市長出席 7 月 11 日舉辦之世運贊助商-家樂福合作簽約記者會共同行銷，期世運能招募更多如家樂福等國際性贊助商參與世運行銷。
- (三) 於 7 月 4 日舉辦世運贊助商 7-ELEVEN 合作簽約記者會，透過 7-11 之強大通路效果行銷世運。
- (四) 配合世運暖身賽，懸掛 1600 組路燈旗，並辦理相關場地視覺佈置以彰顯賽事之可看性，強化暖身賽之視覺效果。
- (五) 印製「2009 世運搶先報」60 萬份，放置於全省 4 千餘家 7-11 供民眾索取，以行銷世運暖身賽及 2009 世運。
- (六) 印製「2009 世運暖身賽系列」摺頁，中文 5 萬份，英文 1 萬份，放置本市各旅遊景點及暖身賽比賽期間場館之觀眾服務台，供民眾索閱，以行銷世運。
- (七) 於 11 月舉辦世運商品旗艦店開幕記者會，12 月舉辦世運商品通路招商記者會，藉由模特兒專業走秀，展現世運商品之設計與時尚感，以行銷 2009 高雄世運。
- (八) 12 月與高雄市體育會撞球委員會合辦「第 1 屆港都盃大專院校 9 號球錦標賽」，共計全國 10 多所大專院校學生至高雄參與比賽，除推廣撞球運動外，並行銷高雄世運。
- (九) 設計 2009 高雄世運海報樣稿，將於 2009 年印製完成分送外交部等駐外單位，供其張貼於外館，以利行銷世運。
- (十) 於 2008 暖身賽賽事舉辦前，預先在機場、火車站、風景區旅遊中心、百貨公司、捷運車站等 14 處人群匯集點設置宣傳立牌，結合 DM 之陳列，成功傳達世運暖身賽舉辦訊息。
- (十一) 辦理「市政宣達團—幸福城市迎世運」活動  
以走入社區積極宣傳 2009 高雄世運會方式，分別於 97 年 11 月 15 日、23 日、29 日與 12 月 13 日、21 日在三民區義民廟、苓雅區光榮碼頭、楠梓區鳳屏宮、鼓山區農 16、小港區社教館等處辦理「世運宣達團」演唱活動，將 2009 高雄世運各項比賽場館與比賽內容，以歌舞表演、

有獎問答等活潑生動的方式與社區民眾互動，藉由民眾的充份參與，明瞭各項世運比賽項目，使 2009 世運在高雄的訊息能紮根於基層並廣為宣傳。

(十二)配合 KOC 積極辦理相關行銷 2009 高雄世運事宜：

經公開評選，獨家授權台灣吉而好股份有限公司進行 2009 世運商品之設計、開發、生產、販售及通路據點之開發等。量產商品包含運動服飾（圓領、V 領、POLO 衫）、運動帽、文具袋、KIWI 筆、隨意扇、環保羅大利包、海灘鞋及 MEMO 夾等 40 餘項商品，實體通路包含夢時代購物中心、大遠百 11 樓、美術館、陽光愛河、國旗女孩、中油高楠加油站等地點，虛擬通路包括博客來網路書店。

(十三)高雄廣播電台為配合行銷高雄世運，於 97 年 9 月 21 日舉辦「舞動世運中秋聯歡會」活動。

## 九、督導高雄廣播電台，加強廣播功能

(一)加強製播優良節目，落實高雄電台服務功能

1. 97 年廣播小金鐘獎，榮獲 2 項入圍；分別為「兒少廣播電臺行銷獎」—【前進世運 創造幸福的高雄廣播電台】、「最佳兒少節目音效獎」—【小小郵票世界】另，輔導製播學生社團廣播節目入圍二項「最佳少年廣播創作獎」，分別為【我們的天空】及【賽跑的小孩】。97 年廣播大金鐘獎，李可製播的【城鄉記事】節目獲得最佳地方特色節目金鐘獎。
2. 配合行銷 2009 世運在高雄，定期錄製陳菊市長世運在高雄宣傳短語於節目中插播；97 年 7 至 12 月持續與第一科大應用英語系合作，製播【世運 ABC】單元，每週五集，每日播出二次；持續製播『活力高雄』體育、世運專屬節目；另，製播世運小百科、心靈充電站等世運單元；製播系列世運商品行銷專題；製播系列 2008 世運暖身賽報導及宣傳帶，寄送本市及國內其他電台播出。
3. 於市府中庭籌設成立「市政廣播行銷中心」，97 年 12 月 23 日舉辦啟用記者會，專訪市長，並結合市民 Call-in 及 Call-out 方式，立即回答市民反映之市政問題，全程以 ISDN 傳送回台，經由 FM94.3 實況直播，展現市府施政、解決問題之立即性及行動力，凸顯本市政廣播行銷中心功能；12 月 24 日「市政廣播行銷中心」節目單元「行動市府」及「市政最前線」開播，除播報當日市政建設新聞重點外，另專訪首長及製播主題。「市政廣播行銷中心」之成立，有效縮短市府與民眾溝通橋樑，每日由專人於中心進行現場節目，透過高雄電台 FM94.3 立即播出。
4. 專業市政行銷：廣邀客委會、社會局、勞工局、研考會及衛生局製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通；為強化服務效率，與研考會合作「空中馬上辦」節目，聽眾透過 CALL IN 反映問題並即時連線有關局處，處理情形列管於市府網站，協助建立行動政府形象，有效化解民怨。另，配合市府各局處重要施政行銷，以小單元、公益廣告及短劇等活潑

多元手法包裝市政宣導。

5. 強化專業公共服務功能:持續公開徵選公益社團參與製播節目，97年下半年共徵選6個社團參與製播，分別為「高雄市身心障礙聯盟」、「高雄張老師中心」、「高雄市各級學校家長協會」、「勵馨基金會」、「世界和平會及兒福聯盟」等；為關懷弱勢族群，製播外籍配偶節目、外勞節目、同志議題節目、原住民文化節目等；為營造英語學習環境，同時開闢「新聞英語通」及「打狗英語通」等多個英語節目及單元，每日同步聯播英國國家廣播公司(BBC)節目0.5小時；每日播出古典音樂節目160分鐘，服務愛樂者。
  6. 響應推廣閱讀風氣，開闢【幸福故事屋】節目，週一至週五每日播出，與高雄市圖書館故事媽媽及出版社合作；製播【幸福圖書館】節目，邀訪在地作家導讀好書；與博客來網路書店合作每日介紹暢銷新書；每日介紹高雄市各展館藝文訊息。
  7. 配合02流行音樂深呼吸、夏日高雄、節能減碳綠色星期四及世運倒數一週年系列活動等製播專題報導。
  8. 強化交通安全宣導：安排專訪、短語、短劇及交通快報連線，於交通尖峰時段加強交通路況連線，6月及12月擴大辦理交通安全call in有獎徵答。
  9. 落實媒體資源共享：為促進南台灣生活圈彼此了解，與高雄縣及屏東縣政府合作製播「高雄新風貌」及「發現高屏」節目，與台南縣市及嘉義縣合作製播「南台灣即時通」單元，以專訪或連線方式，行銷南台灣觀光文化活動，促進城鄉交流。
  10. 因應鳳凰、辛樂克及薔蜜颱風來襲，本台皆延長為24小時播音，每次至少連續播音66小時以上，提供民眾最新颱風動態、防颱訊息及停班停課消息等。
- (二)強化新聞採訪報導，提昇新聞性節目品質
1. 每日、每節新聞時段報導高雄市重要市政工作及在地新聞，為提供市民、聽眾最多高雄市新聞之廣播電台。
  2. 全程實況轉播高雄市議會第七屆第四次定期大會「市長施政報告」與「市政總質詢」，提供民眾即時資訊、增進民眾對市府及議會之瞭解，為製播議會即時訊息之唯一廣播電台。
  3. 製播「Live943新聞晚報」、「新聞廣場」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. 鳳凰、辛樂克、薔蜜颱風來襲，24小時加強颱風動態、防颱應變等相關新聞報導。
  5. 加強市府爭取「公廣集團南部設台」、「高雄流行音樂中心」、「國家圖書館南部分館」、「輕軌捷運」、「鐵路地下化延伸線」等重大建設及「高雄縣市合併升格」相關新聞報導。

6. 「Live943 新聞晚報」週一至週五開闢「世運十分讚」單元，介紹世運比賽項目、報導世運暖身賽相關新聞、訪問世運比賽項目選手與教練。加強報導世運主場館、現代化綜合體育館新建工程與其他場館整修工程，及世運比賽項目推廣活動、世運商品等高雄市籌辦 2009 世運會相關新聞。
7. 加強「綠色星期四、全市公車免費」、「捷運接駁公車」、「紙錢集中燒」、「淘汰老舊二行程機車」、「加碼補助計程車改裝油氣雙燃料」、「柴油貨車加裝後處理器」、「推動自行車道及公共腳踏車租賃系統」……等高雄市府「節能減碳」政策、措施相關新聞報導。
8. 加強「2008 高雄觀光年」及市府、市議會行銷高雄等相關新聞報導。
9. 加強報導「2008 天下雜誌幸福城市排名高雄市大躍進」、「高雄捷運橘線通車」、「20 條紅線捷運接駁公車」、「輔導賣場設立台灣產品專區」、「高雄市環狀輕軌計畫」、「協助鴻海集團投資高雄」、「後勁溪整治與河岸景觀改造工程」、「楠梓污水下水道系統 BOT 系統及其他推動污水下水道工程」、「無障礙環境推動」、「樣仔林埤濕地公園」、「凹仔底森林公園」、「建構自行車友善城市」、「社區通學道計畫」、「海洋污染防治」、「空氣污染防治改善」、「高雄市健康城市推動中心」……等市政建設成果新聞。
10. 配合高雄市「大港 OPEN 高雄飛奔跨年晚會」、「2008 高雄左營萬年季」、「2008 夏日高雄系列活動」、「2008 高雄電影節」、「第八屆南方影展」、「2008 高雄好讀書」、「2008 高雄國際無車日」、「高雄人權月」、「2008 高雄市客家文化藝術季」、「2008 鋼雕藝術節」、「2008 戲獅甲藝術節」、「2008 愛河布袋戲展演祭」、「2008 高雄市眷村文化節」、「第 14 屆金爵獎國際調酒大賽」……等重要市政活動，加強相關採訪及連線，並製播專題深入報導。

### (三)舉辦敦親睦鄰活動

高雄電台為提高電台知名度，並推動敦親睦鄰等，97 年下半年分別於 8 月 19 至 21 日與鼓山高中合辦〔美力 DJ 創意營〕、8 月 12 至 14 日與內惟國小合辦「陪你童言童語~廣播藝起來」夏令廣播營；並舉辦柳琴音樂講座，且多次開放電台供學校帶領學生參觀。

## 十、辦理「高雄電影節」活動，提昇高雄藝文城市形象

高雄電影節今年為第八屆，在歷年累積的基礎下，已建立自我特色，觀影人次逐年增加，成為台灣年度電影盛事之一，越來越多的台灣電影人選擇高雄電影節為首映場，與國外影壇的交流也穩定進行，因此，「高雄電影節」除引介國內外優質電影之外，亦能吸引國際影人到訪高雄進行文化交流，成功塑造藝文城市的形象。

## 十一、推展本市電影文化，豐富民衆藝術心靈

電影圖書館以「天天有電影，月月有主題」為目標，精心規劃各種不同類型

的影像專題活動，讓電影藝術貼近市民生活。

(一)97年7月至12月辦理之電影藝文活動及靜態文物展如下表：

	月份	名	稱
動態影展	7月	愛河畔的夏季回憶—童心動畫展、STAR 夏日電影院	
	8月	夏日高雄電影院、台灣國際兒童電視影展巡迴展、第30屆金穗獎巡迴展	
	9月	獨立製片影像專題、開眼見錢五部曲影展	
	10月	電影中的高雄影像專題、華語電影論壇、高雄電影節	
	11月	Mini INPUT 影展、女性影展巡迴展、金馬獎票選最佳影片巡迴展	
	12月	南方影展、歐洲魅影巡迴展、國際人權影展巡迴展	
靜態文物展	5月	「南方光影—高雄市電影圖書館典藏文物展」，展期自5月9日至10月12日止。	
	10月	「高雄城市紀事」特展，展期自10月17日至12月21日止。	
	12月	「跟著電影去旅行」特展，展期自12月26日至98年4月26日止。	

(二)與導演、影片發行公司或其他團體合辦特映會，配合映前導讀或映後座談，使民眾更加了解影片內涵：

月份	名	稱
8月	《漂浪青春》特映會	
9月	《波麗士大人》特映會 「電影與精神分析」專題	
10月	《她們的故事》特映會 「祛傷解鬱看電影」專題	
11月	《油症—與毒共舞》特映會	

(三)辦理「高雄動起來-97 行動電影院」

精選與運動、健康主題相關之普遍級影片，深入本市各基層區里放映，並舉辦映後座談、有獎徵答等其他活動，以提高行動電影院之附加價值，97年7月至12月合計辦理四場次：

1. 97年7月12日於中央公園放映影片「獨領風潮」，並於放映前安排國標舞演出及結合文化局舉辦之「國際街頭藝人-日本太鼓」表演，炒熱活動氣氛讓現場民眾充份感受熱情。
2. 97年8月30日於美術館藝片天廣場放映影片「功夫灌籃」，並於放映前安排街頭藝人民歌演唱、一場武術表演。
3. 97年9月20日於二苓國民小學放映影片「女生向前翻」，並於放映前安排體操表演。
4. 97年11月8日於左營果貿社區籃球場放映影片「巔峰極限」，並於放映前安排現代攀登舞蹈表演。

(四)辦理「星光電影院」活動

繼「行動電影院」活動廣受好評，民眾熱烈要求加映之下，電影圖書館特別規劃推出三場「星光電影院」活動：

1. 97年10月4日於民權國小放映影片「衝浪季節」。
  2. 97年11月22日於正興國中放映影片「星光傳奇」。
  3. 97年12月6日於楠梓聖雲宮放映影片「藝霞年代」。
- (五) 97年12月21日協助辦理林育賢導演執導之「對不起，我愛你」宣傳記者會，該片為本府投資之「高雄城市紀事影片」，全片以本市為主場景，劇中男女主角踏遍高雄著名景點，包括愛河、渡輪碼頭、鹽埕區老市場、武德殿、中央公園、夢時代摩天輪……等。

## 十二、電影圖書館辦理圖書借閱、影碟欣賞服務、出版電影專書等提昇民衆之觀影藝術

- (一) 民眾蒞館填列申請單及檢附證明文件，即可申辦借閱證並當場發證，採隨到隨辦隨取件方式辦理。至97年12月止，辦理借閱證人數為38,533人
- (二) 在影碟欣賞服務方面，民眾選取欲觀看之影碟後，由志工引導至1人1機之個人視聽室觀賞。
- (三) 電影館2樓設有視聽室並備有18部液晶電視，民眾可選取館藏公播版普遍級影片免費觀賞，至97年12月止，借閱影片欣賞的人次為78,740人。圖書閱覽室已購置中外圖書5,100餘冊，館藏影片5,400餘片，並建置影片內容簡介之資料庫，藉以提供精緻多元的電影資訊，方便民眾全方位接觸電影，汲取電影藝術的智慧，以增進民眾對電影文化的認知，培養觀影人口，振興電影事業。
- (四) 出版「時光流影—高雄市電影圖書館典藏文物專輯二」乙書，在台灣電影史與世界電影史的發展脈絡下，以劇照海報、宣傳品、唱片、本事及放映機等五大單元，就電影圖書館70-80年代的典藏品進行有系統的介紹，以提升欣賞電影藝術的興味並促進本土電影史的研究風潮。
- (五) 電影圖書館至97年12月底收藏(含民眾捐贈)約4900餘件文物，並將所有文物之說明、圖檔登錄於「典藏文物管理查詢系統」，以培養民眾對電影發展史的興趣。
- (六) 辦理「高雄民眾觀影行為與動機分析研究」委託研究案，針對高雄地區民眾為分析對象，透過訪問調查，了解其觀影行為與動機，以作為影界人士製作、行銷影片及電影圖書館規劃映演主題之參考。
- (七) 辦理「高雄城市紀事影片拍攝」案，共完成了7部以高雄為題材或場景的影片拍攝，並於97年「高雄電影節」進行首映，引起廣大迴響，並成功地以影像行銷城市風貌。

## 十三、積極提昇電影圖書館活動能見度

- (一) 按月出版活動節目月訊，每期數量15,000份，分送本市公立機關、藝文展館供民眾索取，同時配合影像專題、特殊節慶或其他活動之辦理，出版文宣，發送新聞稿，爭取媒體曝光度，提升電影圖書館能見度。
- (二) 接受機關、學校及民間團體預約導覽，由導覽志工介紹電影圖書館功能與服務項目，並針對一樓靜態主題特展深入介紹，使民眾對電影藝文有初步

認識並產生興趣。

(三)自 91 年 11 月至 97 年 12 月 31 日止，參觀人次已逾 171 萬 7 千人次。

#### **十四、改善電影館大放映廳影像放映品質**

採購並汰換 2 樓視聽室現有老舊設備，含液晶顯示幕、DVD 播放器及耳機等，以提升民眾觀影品質。

#### **十五、電影圖書館週邊設置自行車停放設施**

為響應節能減碳、鼓勵市民騎乘自行車遊憩愛河，電影圖書館邀集養工處及交通局會勘後，於舊愛河大飯店前方設置 25 個自行車停放設施，以服務本市日漸增加的單車族群。