

# 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，98 年 1 月至 6 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，98 年 1 月至 6 月計處理 50 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，98 年 1 月至 6 月計查處 5 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 26 萬元正。
3. 為加強有線電視服務品質，每年於年度費率審議前會執行 1 或 2 次收視戶民調，以提昇收視品質。
4. 依照有線電視法規定執行地方政府應執行事項，並適切將法未嚴謹所衍生之消費爭議如戶爭議等，適時向中央權管單位國家通訊委員會反映，以利法之修正與規劃。
5. 每年由專家學者組成之費率審議委員會，執行本年度費率審議並於年底前公告，費率委員除了以專業審核費率外並會考量當時之社經問題、失業率等調整年度費率。

### (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，為本市影視產業紮根。

### (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 98 年 1 至 6 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—

- ①協助奇幻娛樂國際有限公司拍攝電影「生命無限公司」  
於 98 年 4 至 5 月至本市左營三合院、三民國小、旗津漁市、柴山漁港、左營火車站、鐵道、楠梓雜貨店、中洲渡輪站等處取景拍攝，使高雄市優美海港風光隨影片傳揚出去。
  - ②協助亮度影片製作有限公司拍攝新聞局輔導金國片「魚狗」  
於本市海軍總醫院、高雄市立火葬場、旗津分駐所、四海派出所、五甲路、愛河等地取景。
  - ③協助醉夢俠電影有限公司拍攝「眼淚」  
於 98 年 2 至 3 月在本市西子灣壽山旅社、台鐵高雄港站、社會局仁愛之家、小港區兒一公園、樹德科技大學、美麗島 3 號出入口等處取景。
  - ④協助星樂傳媒有限公司拍攝電影「平民英雄」  
自 98 年 6 月起於本市小港國際機場、美術館、中都橋封路、憲政拖吊場、市刑大大隊長辦公室取景，並借用本市環狀 168 公車乙輛、公車停車亭乙處，及警用背心等多項警用裝備使用。
- (2) 電視部分—6 月 24 日協助伸鉉國際事業有限公司開拍電視劇「愛河戀人」，該劇在本市取景拍攝景點包含：高雄港口、小港機場、愛河、旗津輪渡站、旗津街道、海產店、風車公園、踩風大道、金典酒店、愛河、愛之船、天主教玫瑰聖殿、夢時代、真愛碼頭、光榮碼頭等地。
  - (3) MV 部分—協助意象影像處理股份有限公司拍攝游鴻明音樂 MV「與愛情無關」(5 分 12 秒)，於本市真愛碼頭、壽山忠烈祠、城市光廊周邊商圈等地拍攝。
  - (4) 節目部分—協助彩棠傳播有限公司拍攝電視節目「建築·台灣行」：  
於本市中央公園捷運站、美麗島捷運站、世運捷運站、世運主場館、下水道維護管理中心及七賢截流站拍攝，該節目透過主持人訪問建築師或帶路達人，在旅遊中分享建築者的視野，讓觀眾能更貼近本市城鄉的今昔與發展、建築空間的生命歷程。
  - (5) 廣告部分—協助大演製作股份有限公司拍攝「佳音美語」廣告：於本市新光碼頭海洋之星、中正橋取景。
2. 98 年 1 至 6 月補助電影「青春啦啦隊」、「眼淚」、「茉莉」、「生命無限公司」等 4 部、電影「阿踩的 9.9 秒」、「開往金門的慢船」、「千年」等 3 部及電視劇「愛河戀人」等於本市拍攝之住宿經費。
  3. 關懷國片發展，推動半價補助民眾觀賞國片政策
    - ① 電影「對不起，我愛你」首映會  
於 98 年 1 月 6 日在本市喜滿客夢時代影城辦理，本片為林育賢導演執導之電影，高雄市政府市長陳菊、新聞處處長許銘春、林育賢導演、女主角田中千繪及男主角吳懷中等人聯袂出席，為高雄市政府投資拍攝的影片宣傳造勢，市政府為了鼓勵民眾進戲院觀賞這部誕生在高雄

的電影。

自 98 年 1 月 9 日起，該片在高雄威秀影城及喜滿客夢時代影城兩大戲院放映期間，以戲院全票之半價的票價，補助民眾觀賞電影「對不起，我愛你」。

②電影「亂青春」全台首映記者會

於 98 年 4 月 2 日在本市威秀影城辦理，新聞處處長許銘春、李啟源導演、女主角姚安琪、李律及廖千慧等人聯袂出席，映後並辦理導演、演員與現場觀眾面對面座談活動。高市府為繼續鼓勵民眾以實際行動支持國產電影。

另自 98 年 4 月 10 日起，該片在高雄威秀影城戲院放映期間，以戲院全票之半價，補助民眾觀賞電影。

③國片「練戀舞」

98 年 3 月 19 日於本市遠百威秀影城 13 樓 5 廳舉辦電影特映會，由陳菊市長主持，除男主角張孝全、女主角蔡淑臻、製片黃茂昌、得藝公司董事長張彥姝出席活動外，亦邀請本府社會局長青綜合服務中心長青學苑及歌唱研習社之長者蒞臨共同觀賞該片。

另外，為了進一步落實鼓勵華語導演創作、支持優質國片之本市政策，並兼顧特映會當日不克前往觀賞之嘉賓，亦購買團體票 180 張，分送本市長青綜合服務中心長者等有興趣觀賞本片之人，持票至戲院觀影。

(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，活絡本市電影文化及行銷本市風貌，積極向中央爭取「國家電影文化中心南部分院」在本市設立，96 年 7 月 19 日行政院新聞局召開第一次協調會議，經本府極力爭取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。並建議未來南部分院設立將朝設置電影文物展示館、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硬體內容。
2. 97 年度本案由行政院新聞局評選規劃團隊，評估北高兩市設立電影文化中心之定位及可行性後，據以研議爭取經費等相關事宜。
3. 98 年 6 月 12 日由新聞處長帶領同仁親赴行政院向曾政務委員志朗簡報本案用地、土地規劃、園區環境、土地周邊條件等等相關事宜，另 98 年 6 月 19 日新聞處長帶領該處同仁、及本市拍片支援中心人員拜會台北阿榮片廠，會中並獲林董事長添榮同意南下視察高雄環境。98 年 6 月 22 日林添榮董事長親赴本市觀察南館周邊環境，林董事長認為內惟埤南部分院預定地之區域條件優良、用地空間除攝影棚、教育功能之外，應有

停車場及保留一兩個器材進駐、後製等廠商設點之空間，其觀點務實具可行性，值得納入未來南館規劃參考。

4. 98年6月23日召開本市第二次電影事務委員會商談本案規劃、功能及未來定位問題，並配合行政院新聞局希望未來南館營運案借重民間資源之構想，決定基於增加空間及地域的被利用性，南館的使用者除了專業製片者、影視人員、傳播相關科系學生之外，還必須包括市民及國內外的觀光客。在現有的資金上，如果不能一步到位，就要採取「循序漸進」的方式保留日後發展的彈性。
5. 電影事務委員會第三次會議中並以日本埼玉縣的彩の国（SKIP CITY）為模型進行討論，8月委託學者專家以內惟埤6公頃之地段規劃，俟規劃報告書製作完成後，送行政院新聞局規劃參考俾利框列預算。

(六)積極爭取「公廣集團」等電視台到高雄市設立營運據點

1. 為平衡南北媒體產業發展及報導失衡現狀，因應2009世運會活動期間之龐大媒體需求量等考量，立法院通過「無線電視事業公股處理條例」附帶決議「為平衡南北發展，縮減資訊落差，支持公共廣電集團未來五年內朝向南部設台發展，…」乙案，本府積極爭取中央支持將「公廣集團」等媒體產業遷移至高雄市設立營運。96年9月7日行政院新聞局公廣集團選址小組針對地點適當性、土地取得、優惠措施、交通便利性、生活機能、公民近用性、周邊影視產業配合、地方政府互動性……等各項條件評估，並開會決定南部設台落址於本市。
2. 公廣集團南部新聞中心新建攝影棚於97年8月26日正式完工啟用，行政院新聞局要求公視就南部設台案先進行內部評估，97年9月底公視已完成內部評估報告送交新聞局審核通過，新聞局將參考評估報告內容擇期舉行公聽會。
3. 本案本府分別以98年2月27日高市府新一字第0980011988號函及98年6月16日高市府新一字第0980033702號函新聞局關切本案進度，行政院新聞局於98年6月17日以新廣二0980009198號函復知本府有關公廣集團南部分台發展進度並敘明：公視於98年5月25日提出「公視基金會南部設台先期計畫-現階段強化南部服務方案」，該局已同意補助新台幣2300萬元擴充該基金會南部新聞攝影棚器材購置，及新台幣400萬元製作「發現南台灣」節目，依公視規劃，該節目將於98年12月開播。
4. 上函亦明示：本案進度該局仍依98年1月13日「行政院新聞局公廣集團朝南部發展諮詢小組」委員會第二次會議決議：「在既有頻道內播出：將公廣集團資源整合後，部分人員移至南部設立製播中心；並以設立南部電視台最終發展目標」。
5. 另本府都市發展局為召開研商公廣集團南部設台事宜，於98年6月30日星期二下午14時30分於該局記者招待室舉行，由盧局長維屏主持，

並邀請行政院新聞局、公視及新聞處代表出席。會中盧局長表示，台鋁舊廠仍依原先計畫提供給公廣集團南部設台不變，有鑑於行政院新聞局內部仍針對本案進行評估政策尚未明朗，擬先就台鋁廠房屋頂修繕整頓，未來將優先提供南部設台使用。

#### (七) 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。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、發行日報等。

#### (八) 建置本市「拍片支援中心」，協助劇組南下拍片

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。

拍片中心整建工程於 98 年 4 月 29 日完工，專業器材及資訊設備配合工程進度裝置於 5 月 15 日履約交貨完成，另人力協助部分自 98 年 3 月開始晉用，辦理本市影視拍片支援相關工作。

98 年 6 月 1 日正式舉行落成典禮，由陳菊市長主持，邀請行政院新聞局電影處陳處長志寬，本市市議員，郭南宏等國內老、中、青知名導演及專家、學者蒞臨指導，獲得一致的讚賞與肯定。本處自該中心專業人力加入工作團隊後，讓影視業者來本市拍片獲得更多、更完整的專業服務與行政援助，口碑甚佳，引起來高雄拍片風潮，98 年上半年有電影、電視劇、廣告片、短片、MV 等約 30 部作品來洽詢提供服務，與 97 年相較增加將近 3 倍，績效良好。

為持續發揚友善拍片城市之精神，拍片中心將繼續致力於培養專業人力，累積經驗，努力開創本市其他未被發掘之拍片景點，及建立與其他局處合作與默契，維持最友善熱情支持拍片城市之美號。

#### (九) 舉辦 2009 高雄動漫展

為了延續 2008 高雄動漫展的熱潮，規劃於 98 年 8 月 29、30 日連續兩日於高雄巨蛋舉行 2009 高雄動漫展，活動期間除了邀請日本知名動漫歌手北谷洋演唱精彩動漫歌曲外，並邀請以演唱動漫曲目成名之超級偶像曾威豪現場表演，在場景佈置方面，將以動漫作品-「義呆利 (APH)」從作品以及場景的縮影來表現各國文化的特性，讓參觀民眾除了能夠了解各國在歷史上的互動，同時也能發出會心一笑。

## 二、2009 世運新聞服務與媒宣

(一)97年12月27日起至98年1月1日凌晨1時30分，在夢時代廣場辦理2009高雄市跨年系列活動暨晚會，除舉辦世運倒數200天大遊行活動外，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。

(二)世運期間主媒體中心(MMC)暨分媒體中心提供相關新聞服務：

於世運主場館設置主媒體中心(MMC)，供國內外媒體轉播及報導作業使用，MMC於賽事期間，匯集各場館賽事訊號，透過電視牆呈現方式，供國內外媒體作業使用；此外，MMC也提供輕食及至各場館間之交通車，供媒體採訪轉播作業使用。另於世運賽事期間，分別於23個比賽場館成立各項賽事媒體中心服務媒體，提供賽事成績資訊、輕食點心，並舉辦臨時記者會或安排選手訪問，超過100次，服務媒體記者人次超過3,000人次。

同時為便利國際媒體作業，於2009高雄世運期間辦理「2009世運國際媒體村案」，委託蓮潭國際會館成立國際媒體村，由飯店提供優惠住宿房價外(媒體自付)，亦提供專人服務、24小時全天候開放的媒體作業空間，供國際媒體轉播及新聞作業使用；另每日15時、21時提供輕食、飲料。

為加強新聞諮詢及聯繫服務，於2009高雄世運期間，委託文藻外語學院師生擔任國際媒體聯絡服務員，提供國際媒體轉播、採訪之翻譯、聯絡，及轉播、新聞相關作業之服務，除於主場館主媒體中心(MMC)設置翻譯中心外，亦於其餘22個場館，安排服務人員，提供國際媒體作業之相關服務。同時為因應2009高雄世運開閉幕式及賽事期間，國內外媒體作業所需，辦理「主場館主媒體中心選手暖身區暨尾翼增設冷氣設備案」，於主媒體中心隔間(原選手暖身區)及主場館尾翼網路媒體作業區，增設冷氣設備，俾利國內外媒體轉辦、採訪作業之用。

(三)因應2009世運賽事行銷及市政建設成果，舉辦5場國際行銷活動，行銷內容如下：

### 1. 日本東京世運行銷

(1)98年3月5日陳市長赴日本東京，與伊東豐雄、渡邊邦夫聯袂出席，並由市長親自邀請東京都知事石原慎太郎、橫濱市長中田宏出席2009高雄世運開幕典禮。

(2)98年3月6日於日本東京巨蛋棒球場，搭配世界棒球經典賽行銷2009高雄世運，除陳市長、李副市長與市府工務局吳局長宏謀、本處許處長銘春，親臨中華隊與韓國隊比賽現場加油，並行銷宣傳2009高雄世運，亦於比賽場地東京巨蛋本壘板後方LED看板露出高雄世運LOGO，並在中華隊球員頭盔、臂章露出高雄世運LOGO，透過電視轉播，成效良好。

2. 98年3月22日於馬來西亞新加坡，結合馬來西亞保齡球公開賽舉辦高

雄世運杯混合雙人表演賽。

3. 98年3月21日至29日，新聞處許處長銘春陪同KOC許執行長釗涓，出席美國丹佛世界運動年會Sport Accord，行銷宣傳2009高雄世運。
4. 98年4月19日於新加坡舉辦高雄世運9號球（撞球）前哨戰暨國際記者會。
5. 98年6月3日於印尼峇里島舉行運動攀登示範賽暨國際記者會。
- (四) 世運期間於市府中庭成立國內外媒體認證中心，自7月14日起至7月26日止，每日早上8時起至晚間10時止提供認證及諮詢服務（7月14日起自7月16日期間，視每日最晚抵達班機延長服務時間）。服務國內外媒體（含大陸）從業人員人數逾800人。
- (五) 辦理「2009世界運動會平面媒體行銷宣傳」  
98年3至7月連續透過中國時報、自由時報持續進行相關世運意象暨訊息露出，合計刊登233則新聞報導、百日倒數專區、25萬份賽事快報、5萬本觀戰手冊、3,000本世運全紀錄等，並於7月15日在中時、自由、聯合、民眾、台時全國版刊登半版之廣告，迎接世運。
- (六) 委託全國性廣播媒體，辦理「到高雄看世運」電台宣傳行銷，與中央廣播電台（央廣）、飛碟聯播網（飛碟電台）及台北國際社區廣播電台（ICRT）合作，就世運軟、硬體建設，以及相關世運行銷活動進行訪問。
- (七) 辦理「世運之友等您入列」平面媒體宣傳行銷案，委託台灣時報、民眾日報刊登有關世運活動相關新聞，約將近150則。
- (八) 辦理遠見雜誌5月號「世運高雄」特別專輯報導，為加強本市城市行銷暨2009世運宣傳，特別協請遠見雜誌無償於98年5月號進行「港都世運 用水與光改變高雄」特別專輯報導，針對世運精彩賽事報導、開閉幕典禮節目介紹、各界志工參與情形、奪牌人氣選手預報與賽事場館規劃建築特色等進行專輯報導，篇幅長達10頁。
- (九) 高雄捷運公司無償提供本處戶外廣告看板（美麗島站一面）並於高雄捷運各站10面公益燈箱（98年5月1日刊至7月31日），宣傳世運訊息。
- (十) 高鐵左營站大廳四根圓柱廣告：於農曆年前98年1月23日刊掛，藉由高鐵進出高雄的旅客在返鄉過節時感受世運即將到來。
- (十一) 「2009世運多媒體暨戶外廣告執行服務案」：為達廣邀全國民眾共襄盛舉並藉以提昇城市知名度，特針對多媒體暨戶外廣告形式露出，如高鐵、捷運、公車車體、街道家具、戶外看板等，地點以全國性重點城市（台北、高雄、台中及桃園）為主要執行區域，並以今年6月1日至7月31日為執行重點期程。

### 三、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，98年1至6月計剪輯報紙新聞資料逾5500則、98

年 1 至 6 月計蒐集電視新聞摘要 7820 則。

- (二)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，98 年 1 至 6 月共發布約 368 則。
- (三)於市議會開議期間(98 年 3 月 19 日至 5 月 27 日)，成立議會小組發布市長答詢新聞稿。

#### 四、城市行銷活動與媒體宣傳

- (一)辦理「紅毛港遷村」之市政行銷宣傳  
辦理「紅毛港遷村再造 迎向高雄新港灣」、「迎接世界 再造港灣魅力」平面及網路媒體行銷專案，行銷紅毛港遷村後重大港灣建設，合計在 14 家媒體刊登 105 則新聞報導、專題報導及圖文廣編行銷。
- (二)辦理「旭日城市·希望台灣」25 縣市跨媒體整合行銷案  
透過辦理遠見雜誌事業群「旭日城市·希望台灣」25 縣市跨媒體整合行銷案，介紹本市世運主場館建築暨周邊公共藝術、520 世運主場館落成音樂會，以及市政建設相關訊息露出，並於「遠見雜誌」與「30」雜誌 98 年 6 月號刊登 6 頁與 4 頁圖文行銷。
- (三)與全球中央雜誌合作「消費券聰明花，縣市長教戰手冊」專題報導案：因應中央發放消費券政策，各縣市為搶攻消費券商機，積極推出各種優惠方案，為行銷宣傳本市消費券優惠措施，與全球中央雜誌合作專題報導，以兩頁專題圖文報導，於農曆春節前出刊(98 年 1 月 21 日)並發行，以吸引其他縣市民眾來高雄消費。
- (四)「圖博抗暴五十週年系列活動」經費分攤案：為展現本市為充分重視人權的城市，協辦台灣圖博之友會「310 圖博抗暴五十週年」活動，活動內容包括「310 圖博抗暴五十週年遊行與記者會」、靜態影像展、西藏紀錄片展等。
- (五)分攤經濟發展局與天下雜誌合辦之「The World in 2009 全球大趨勢論壇」(高雄場次)活動經費案。
- (六)與統一夢時代合作「2009 世界棒球經典大賽」戶外轉播案：3 月 6 日(星期四)下午 5 時 30 分假統一夢時代廣場轉播「台韓大戰」，與高雄市民一同為中華隊加油。
- (七)遠見雜誌「二十五縣市施政專題」市長專訪：5 月 6 日(星期三)下午四時專訪市長。
- (八)與天下雜誌合作「高雄城市創新論壇」案：邀請芬蘭知名社會人士依卡泰帕爾演講，以借鏡「芬蘭 100 個社會創新」，打造高雄的城市創新價值。
- (九)中天電視「文茜世界周報」市長專訪：5 月 11 日(一)下午 15:30 專訪市長，採訪主題以 2009 世界運動會、高雄捷運、節能減碳等，並於 5 月中下旬播出。



## 五、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「好漾好亮·就愛高雄」系列都市國際行銷影片，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，並提供各機關團體舉辦國際性會議及國際交流活動之重要市政影像資料，增進城市行銷效益。
2. 製作「綠色禮讚—世運主場館」簡介影片：  
為配合「世運之友—主場館之旅」城市行銷參訪活動，以因應各界參訪團體踴躍到訪之需求，針對世運主場館綠色節能之建築特色製作長度約5分鐘之簡介影片，於場館內之LED大型螢幕上播放，以利整體市政行銷工作之推行。
3. 「綠水城市 美麗高雄」30秒都市形象短片：以「水與綠的對話」為題，透過影像生動畫面，呈現本市兼具生態與休憩機能之城市意象，於世運期間各場館大螢幕上播放。傳遞城市新貌。
4. 攝製「愛上高雄 迎接世運」宣傳行銷短片  
公視「痞子英雄」80%場景在高雄拍攝，藉由熱門劇集播出熱潮，邀請劇中當紅演員周渝民及趙又廷拍攝世運宣傳短片，在媒體及夏日活動現場排播，不但行銷世運也將高雄市的美麗景致傳達給全國人民。

### (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，介紹高雄市近年的施政成績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。內容包含硬體工程如世運主場館、愛河之心、自行車專用道等，活動行銷如2009世運、夏日高雄等。

### (三)委託警察廣播電台高雄台製播「友善鐵馬高雄市-單車騎遇記」廣播節目案為加強宣導本市自行車道與公共自行車租賃系統政策，增加民眾觸及率，委託警察廣播電台高雄台製播「友善鐵馬高雄市-單車騎遇記」廣播節目，宣揚本府發展「友善鐵馬城市」之決心。

### (四)購置廣告時段，密集於主要電視頻道露出相關市政行銷廣告暨都市意象影片

1. 辦理「高雄鐵馬逍遙遊」行銷短片委製案暨電視廣告時段購置案：  
為呈現本市特有山、海、河、港景致之自行車道，拍攝「高雄鐵馬逍遙遊」行銷短片，以行銷本市陽光、運動與休閒之觀光意象，彰顯本市觀光價值與蛻變之美，同時運用創意方式宣導騎乘自行車安全觀念，推廣自行車環保、健康之新生活概念。另購置電視廣告時段播放以收宣導之效。
2. 辦理「2009世運—主場館篇」、「2009世運—分享榮耀篇」行銷短片委製案暨電視廣告時段購置案：  
兩支分別以知性與感性為訴求，為世運主場館及籌辦世運的辛勞點滴，透過動容的畫面，藉由各電視頻道播出，宣傳效果極佳。

### 3. 辦理「都市行銷電視廣告時段購置案」

以行銷本市重大工程為主，內容包含世運主場館、愛河之心等，並於各電視頻道安排播出。

### 4. 辦理「港都新風貌、美麗新城市」電視廣告時段購置案

透過都市計畫更新與城鄉風貌改造，落實「生態城市綠建築推動」，打造獨特的城市美學，透過電視頻道播出，行銷高雄城市意象。

### (五) 辦理「交通安全暨交通政策」宣導短片製播案

委託本市慶聯有線電視針對本市公共自行車租賃系統、老人行的安全、168環狀幹線公車、假日真愛渡輪到旗津等政策，拍攝4支宣導短片，並於本市第三、第四頻道排播。

## 六、錄製市政行程活動影片

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。

## 七、編印定期及不定期刊物，加強行銷高雄

### (一) 定期刊物

#### 1. 「高雄電子期刊」入口網站

(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，建置「高雄電子期刊」入口網站。

(2) 每月發行「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。

(3) 雙週發行「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。

(4) 每月發行「鼓聲市府月刊電子期刊」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。

(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 3 萬 5 千冊，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。

(6) 高雄電子期刊入口網因應科技及潮流所需，今年 5 月增加建置 PDA 網站，便利民眾查詢、瀏覽高雄市相關報導資訊。

#### 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，每雙月出刊 1 期，每期兩大張、1 萬份，放置機場、觀光飯店、美國在台協會、日本交流協會，及外賓出入頻繁之地點，供民眾索取。

## (二)不定期刊物

1. 印製 98 年市民手冊約 58 萬份，除在 1 月 18 日消費券發放日發送市民外，並分送至本市 11 個區公所供洽公民眾索閱。
2. 以人權月紀念活動照為主題編印「自由心靈人權城市」明信片 3 千張，致贈貴賓共祈和平。
3. 3 月印製「回顧百年風華 再創高港雄風—幸福高雄 2.0」市政專書 1 萬套，致贈本市里鄰長及貴賓，介紹高雄近年來之硬體建設與發展，近 2 年來高雄市政之變化，特別是港灣新建設，行銷高雄。
4. 「單車 TOUR 高雄」小冊子於 6 月 15 日編印完成，發行數量 7 萬冊，發行通路除於本府所舉辦各項大型活動發送，並寄送至本市自行車店、本市捷運車站及旅客服務中心供民眾免費索取，內容在介紹、推廣本市自行車路線，租賃公共自行車，期達到廣泛使用綠色運輸交通工具，落實節能減碳政策。

## 八、行銷 2009 高雄世運

### (一)市區重要街道路段刊掛戶外帆布看板，營造高雄辦世運氛圍

1. 98 年 1 至 5 月:世運結合農曆年節氛圍，製作 44 面宣傳帆布於本市重要街道、建物外牆、地下道出入口等處懸掛宣傳。
2. 98 年 6 至 7 月:以「挺台灣 高雄拚第一」、「高雄辦喜事 全民迎世運」為宣傳主軸，製作 99 面宣傳帆布看板刊掛於市區重要街道路段。
3. 製作 25 面 場館門戶宣傳帆布條，於 18 個場館預告場館賽項及日期。

### (二)製作水精靈公仔、「2009 世運在高雄」立體字廣告物、關東旗、萬國旗及自行車旗幟，營造「高雄辦喜事，歡喜迎世運」氛圍：

1. 製作 20 組水精靈公仔，擺放於夢時代、遠東百貨、真愛碼頭、市府大門東側草地、城市光廊/中央公園、電影圖書館、新光公園、市議會、文化中心、中正技擊館、社教館、駁二藝術特區、漢神巨蛋、旗津海洋公園(風車公園)、美術館、蓮池潭風景區、世運主場館、哨船頭公園、壽山動物園、澄清湖大門口附近等處。
2. 製作 2 組「2009 世運在高雄」立體字廣告物擺放置在中山路及民生路圓環。
3. 製作萬國旗 10 萬串、關東旗 5 萬面及自行車旗幟 3 萬面，以鹽埕至文化中心之中正路段及火車站至三多商圈之中山路段為主，並透過民政系統發放給市民及於重要路或自家門庭進行佈置。

### (三)開發世運商品及販售通路，帶動世運熱潮

委託台灣吉爾好公司開發世運相關商品多達 125 項，包含運動服飾、運動帽、文具袋、KIWI 筆、隨意扇、環保羅大利包、海灘鞋及 MEMO 夾、水瓶套、音樂鈴、明信片(手機貼、書籤)、手機吊飾、撲克牌、碧璽雪晶隨身杯等。商品通路更達 120 個據點，包含全台知名百貨公司、書店、文具店、餐飲食品店、量販店、交通場站、飯店等據點。

(四)結合世運行銷活動推廣世運商品

1. 於「高雄燈會世運嘉年華」(1月24日至2月4日)，推廣世運及販售世運商品。
2. 參加「2009年德國法蘭克福商展」(1月31至2月3日)，推廣世運及世運商品。
3. 參加KOC舉辦「世運瘋全台活動」(4月11日)，推廣世運及販售世運商品。
4. 參加KOC舉辦「總統府世運嘉年華活動」(4月12日)，推廣世運及販售世運商品。
5. 於「世運在高雄數來寶/魔術秀教育宣導活動」(4月28日)，推廣世運及販售世運商品。
6. 參加研考會「台灣大車隊Taiwan Taxi活動」(5月8日)，推廣世運及世運商品。
7. 於「世運主場館落成音樂會」(5月20日)，販售世運商品。
8. 參加「國際身障者拔河邀請賽-讓愛走動拔河活動」(5月24日)推廣世運及世運商品。
9. 舉辦「『世運168』世運商品行銷記者會」(6月26日)，推廣世運商品。
10. 參加「美國高雄商會主辦之美國國慶活動」(6月27日)，推廣世運及世運商品。

(五)編印文宣加強世運訊息宣導

1. 1月設計印製世運中文海報20,000張，分送各縣市政府、交通部所屬、全國郵局支分局、高市各大賣場、商家、學校、機關、大樓等，供其張貼宣傳。
2. 2月設計印製世運英文海報3,000張分送外交部150處駐外單位等，供其張貼於外館，以利行銷世運。
3. 2月印製手機袋1,800份，宣傳世運。
4. 2月起置放世運廣告頁於高雄市律師會訊、今日高縣、幸福屏東、高雄市電影圖書館月訊、高雄建築雜誌廣告頁。
5. 5月加印世運中文海報2,000張，分送高縣、屏縣所屬各單位張貼。
6. 5月份於18個世運比賽場館外，懸掛25面大型帆布，以宣傳該場館比賽項目之資訊及日期。

(六)透過「高雄電子期刊」入口網站舉辦「集氣為2009高雄世運加油」網路行銷活動，規劃世運網路串聯活動，5月1日至7月30日辦理，提高高雄電子期刊入口網電子期刊電子報的訂閱量，及加強宣傳世運、市政建設的效益。

另規劃「部落人氣王·世運加油大集氣」活動，邀請2位體育人氣部落客，製作專題部落格，分別於6月15至28日、6月29至7月12日、7月13至26日三段時間內，每雙週由2人發布圖文兩篇。

(七)為呈現 2009 世界運動會舉辦及正式比賽期間視覺效果，4 月 15 日至 7 月 26 日分三階段於高雄縣、市各主要路段懸掛路燈旗，第一階段開放民間單位於申請懸掛時左半面結合世運宣傳，以充分達到推廣效果，之後全面宣傳世運。

(八)高雄電台配合行銷 2009 世運在高雄，規劃多項宣傳節目

1. 錄製世運宣傳帶 90 則於該台各節目及友台節目中播出。
2. 「行動市府」節目製播世運專訪共 35 檔次。
3. 持續製播每週 1 小時『活力高雄』體育、世運專屬節目。
4. 製播「世運十分讚」單元共 145 檔次。
5. 邀請音樂人製作世運音樂台呼 14 則。
6. 每日播出「世運小百科」共 300 檔次。
7. 舉辦世運宣導活動：98 年 5 月 28 日「划向世運活動」、98 年 6 月 20 日「大聲吶喊為世運喝采活動」、98 年 6 月 28 日「高雄電台 27 週年台慶活動」。
8. 世運舉辦期間每日製播 6 檔次「世運搶搶滾 call in 有獎徵答」、「世運快報」及「世運風雲榜」等節目，另實況轉播世運開幕及閉幕典禮。

(九)辦理「螢幕中的運動人生特展」靜態展活動

電影圖書館為推廣世運活動，特別規劃「螢幕中的運動人生特展」，介紹真人真事改編而成的運動電影及紀錄片，並設世運專區，為世運行銷。展期自 6 月 18 日起至 10 月 18 日止。

## 九、加強高雄廣播電台廣播功能

(一)加強製播優良節目，落實高雄電台服務功能

1. 「市政廣播行銷中心」，每日製播 6 檔整點新聞、「行動市府」、3 檔次「市政最前線」及「市政部落格」單元，每月並製播市政宣傳帶以媒體策略聯盟方式於其他電台播出。  
「市政廣播行銷中心」於 97 年 12 月 24 日成立後已成為市政溝通全新平台，是電台在市府合署辦公大樓新成立的直播專業錄音室，做為電台第二播音現場，將市府最新施政及第一手消息透過現場直播，傳送予每位市民及南台灣民眾，並充分整合各局處資源，成為「行動市政府」，在空中為政策辯護及說明，即時回應民眾反映意見及建議。
2. 與客委會、社會局、勞工局、研考會及衛生局合作製播「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，以小單元、公益廣告及短劇等活潑多元手法加強市政宣導。
3. 公開徵選公益社團參與製播節目，98 年 1 至 7 月共徵選 9 個社團參與製播，分別為「犯罪被害人保護協會」、「高雄社區大學發展協會」、「尊懷

活水人文協會」、「中山法律推廣學會」、「人本教育基金會」、「高雄市各級學校家長協會」、「張老師中心」、「豆子劇團」及「台灣世界展望會」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。

4. 為推廣閱讀風氣，開闢【幸福故事屋】節目，於週一至週五每日播出；製播【幸福圖書館】節目，邀訪在地作家導讀好書；並與博客來網路書店合作每日介紹暢銷新書；以及每日介紹高雄市各展館藝文訊息。
5. 為強化交通安全宣導，於交通尖峰時段加強交通路況連線報導，並於 6 月 24、25 日擴大辦理交通安全 call in 有獎徵答。
6. 為促進南台灣生活圈資源共享，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。

## (二)強化新聞採訪報導，提昇新聞性節目品質

1. 每日開闢 9 個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五次定期大會「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. 加強 2009 高雄世運新聞採訪報導，並於週一至週五「Live943 新聞晚報」開闢「世運十分讚」單元，訪問世運比賽選手與教練及介紹世運比賽項目及各項世運行銷活動等。
5. 加強市府爭取「高雄縣市合併升格」、反對「台電大林電廠擴建案」，及「輕軌捷運」、「鐵路地下化」等重大市政建設與公共議題新聞報導。
6. 加強「168 環狀幹線公車」、「捷運接駁公車」、「公共腳踏車租賃系統」、「淘汰老舊二行程機車」、「加碼補助太陽光電系統」、「宣導購買綠色環保標章產品」等節能減碳政策、措施相關新聞報導。
7. 加強報導「建構自行車友善城市」、「閒置空地率美化成績」、「凹仔底森林公園」、「樣仔林埤濕地公園」、「興仁公園完工啟用」、「建築物挽面洗面計畫」、「污水下水道建設」、「168 環狀幹線公車」、「社區通學道計畫」、「無障礙環境推動」、「海洋污染防治」、「空氣污染防治改善」、「擴大就業方案」、「拍片支援中心落成」、「SBIR：地方產業創新研發計畫」、「市集美食星光十強」等市政建設成果新聞。
8. 配合高雄市「2009 高雄燈會藝術節」、「2009 高雄過好年」、「2009 犇耀

端午迎世運—端午龍舟賽」、「520 世運主場館落成音樂會」、「2009 高雄設計節」、「臺灣青年音像創作聯展」、「行動電影院」、「普普教父安迪沃荷世界巡迴展」、「譚盾經典音樂會」、「第 15 屆金爵獎國際調酒大賽」等重要市政活動，加強相關採訪或連線，並製播專題深入報導。

### (三)舉辦社區行銷活動

為行銷高雄電台及深耕社區，辦理系列敦親睦鄰活動，如：98 年 5 月 28 日「划向世運活動」、98 年 6 月 20 日「大聲吶喊為世運喝采活動」、98 年 6 月 28 日「高雄電台 27 週年台慶戶外聯歡活動」、98 年 6 月 19 日「美食相見歡講座」、98 年 6 月 27 日「城市自然觀察-參訪洲仔濕地」等。

## 十、辦理「2009 臺灣青年音像創作聯展」，建構青年學子影音交流平台

臺灣青年音像創作聯展是專為青年創作者成立的影展，高雄市電影圖書館每年結合各大專院校共同辦理，提供學子音像作品展示與相互觀摩的平台，並引導視傳科系應屆畢業生提前接觸影展實務，學會行銷自己的作品。

今年第六屆主題為「有聲有攝」，聯展日期自 5 月 22 日起至 5 月 31 日止，計有義守大學等 11 所大專院校及新加坡南洋理工大學參展，共播映 99 部影片，觀影人數逾 2500 人次。活動期間並辦理記者會、開幕典禮、高雄城市故事短片競賽、電影創意彩妝造型競賽、大咖開講、臺灣青年音像創作聯展靜態文物回顧展、閉幕暨頒獎典禮等周邊活動。

## 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)98 年 1 月至 6 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	1 月	舞動影像專題、國民戲院之旅行/移動影展	
	2 月	希望永不減—港台電影精選、二二八國際人權影展	
	3 月	圖博紀錄片展、歌舞電影選集	
	4 月	童心影像專題、痴人·說夢—CNEX 紀錄片巡迴影展	
	5 月	台灣地方志影展、綠色世代環保系列影展、映像公與義紀錄片南區影展、有聲有攝—2009 臺灣青年音像創作聯展	
	6 月	國民戲院之以愛為名—日本影展、初夏回味好南方—南方影展精選作品巡迴展、第 31 屆金穗獎巡迴展	
靜態文物展	1 月	跟著電影去旅行特展，展期自 97 年 12 月 26 日起至 98 年 5 月 6 日止。	
	5 月	臺灣青年音像創作聯展回顧展，展期自 5 月 9 日起至 6 月 14 日止。	
	6 月	螢幕中的運動人生特展，展期自 6 月 18 日起至 10 月 18 日止。	

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

月份	名	稱
1月	《我們三個》	特映
5月	希望、愛—	電影專題
6月	《非法無罪》	特映

(三)規劃辦理各項影像教育培訓課程，增強民眾電影知識：

月份	名	稱
6月	與左營高中合辦「推動性別平等教育媒體識讀研習會」。	

(四)辦理「有影·愛·高雄-2009 行動電影院」

以「看見幸福的無界之愛」為主題，精選親情、感情、友情、愛情與跨界之情等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，98年4月至6月合計辦理三場次：

1. 98年4月25日於瑞豐國中放映影片「囧男孩」，並於放映前安排該校口琴社及啦啦隊表演，炒熱活動氣氛讓現場民眾充份感受熱情。
2. 98年5月16日於鼓山國小放映影片「夏天的尾巴」，並於放映前安排該校跆拳道及熱舞隊表演以呼應即將到來之2009世運會。
3. 98年6月13日於後勁國小放映影片「奇妙的旅程」，並於放映前安排該校腰鼓隊及節奏樂隊表演，以凸顯在地特色。

(五)辦理「星光電影院」活動

歷年來「行動電影院」活動皆廣受好評，民眾熱烈要求加映之下，電影圖書館特別規劃推出「星光電影院」活動，3月6日於文府國小放映影片「囧男孩」。

## 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眾之觀影藝術

- (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。截至98年6月止，辦理借閱證人數為40,105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98年6月止，借閱影片欣賞的人次為85,161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)電影圖書館至 98 年 6 月底收藏(含民眾捐贈)約 5400 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。
- (五)辦理「高雄電影產業『在地化』之研究」委託研究案，針對至高雄拍攝的作品，從內容到製作過程與高雄人、事、地的互動關係，期透過本研究，一則調查高雄電影產業現況(如製片、發行、映演及相關媒介)，再則檢視本府發展電影產業的策略成效。
- (六)辦理「高雄城市映像影片拍攝」案，共有盧泓導演的「生命無限公司」、溫知儀導演的「阿踩的 9.9 秒」、侯季然導演的「有一天」三部劇情片及楊力州導演的「青春啦~啦隊」紀錄片，此四部片均以高雄為題材或場景的影片拍攝，將於 98 年「高雄電影節」進行首映。

### 十三、積極提昇電影圖書館能見度

- (一)每月出版活動節目月訊，每期數量 10,000 份，分送本市各公立機關、藝文展館供民眾索取，同時配合特殊活動出版專刊，撰發新聞稿，爭取媒體曝光度。
- (二)配合行政院文建會地方文化館、交通部觀光局微笑 319 鄉鎮等系列活動，提供各項藝文活動資料及相關服務，爭取各大網站曝光機會。
- (三)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，使民眾對電影藝文產生興趣，提升再次到訪之意願。
- (四)自 91 年 11 月至 98 年 6 月 30 日止，參觀人次已逾 186 萬 8 千人次。

### 十四、改善電影館大、小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，並因應現行視聽規格，增購藍光播放器以提升民眾觀影品質。