

# 高雄市政府新聞處 98 年度施政績效成果報告

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p><b>壹、新聞行政</b></p> <p>一. 出版事業之管理與輔導</p> <p>二. 電影事業管理與輔導</p> <p style="padding-left: 20px;">(一) 電影片映演業之設立、變更登記</p> <p style="padding-left: 20px;">(二) 推動影視文化產業發展</p>	<p>1. 秉持勿枉勿縱的原則嚴格審查報紙廣告內容，每天專人查閱報紙，如有違反「兒童及少年性交易防制條例」、「性侵害犯罪防治法」、「兒童及少年福利法」、「出版品及錄影節目帶分級辦法」等情事，即依法核處，以維護青少年閱聽權益，建構婦幼安全空間，本年度未發現違法情事。</p> <p>2. 本處將持續加強查察報紙不妥廣告，如發現有違法情事，將依法核處，以維護兒童及少年閱聽權益，讓青少年在乾淨的生活空間成長。</p> <p>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，目前本市計有電影院 16 家。</p> <p>2. 依電影法督導電影片映演業依法經營，並執行電影分級制度，98 年度計實施臨場查驗 236 家次，未發現違規情事。</p> <p>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 年協助影視劇組勘景、拍攝等行政支援事務績效計有電影「生命無限公司」、「魚狗」、「眼淚」、「彈簧床」、「青春啦啦隊」、「有一天」、「阿踩的明星夢」、「黑色童話」等 12 部、電視劇「愛河戀人」、「海派甜心」等 2 部、MV「與愛情無關」、「拋物線」、「玫瑰」等 3 支、電視節目「建築·台灣行」、「承諾一個乾淨未來」、「扭蛋快跑」、「冒險奇兵」等 4 個及「佳音美語」、「1999 高雄萬事通—電話人篇、服務很快篇」市政行銷、「全聯福利中心」等廣告片 7 支，協助至本市於打狗英國領事館官邸、旗后燈塔、中央公園捷運站、旗津渡船場、捷運草衙站 2 號出口、小港機場、高雄公園、愛河之心及愛河沿岸、旗津等城市特色景點取景拍攝，普獲影視工作者好評。</p> <p>2. 協助電視劇「痞子英雄」至高雄市拍攝，成績耀眼</p> <p style="padding-left: 20px;">①「痞子英雄」電視劇自 97 年 3 月 21 日開拍，至 12 月 27 日拍攝完成，全劇 2/3 以上場景皆於本市拍攝。榮獲 98 年金鐘獎 5 項大獎肯定，導演蔡岳勳於頒獎典禮上主動致詞感謝市府協助，成功地行銷本市影視政策。</p> <p style="padding-left: 20px;">②98 年 10 月 23 日蔡導演更專程南下高雄舉辦慶功感謝會活動，再度感謝本處及市府全力協助，陳市長並在會中表示「痞子英雄」讓高雄大大出名，「高雄從未這麼出名過」，其行銷效益極大。</p> <p style="padding-left: 20px;">③本處推動協助影視拍攝等政策同時也在立法院會中獲得吳敦義院長的高度肯定。電視劇「痞子英雄」的成功，即代表城市行銷的成功，讓大家藉由戲劇得獎更認識高雄，同時也促進本市觀光旅遊商機。</p> <p>3. 關懷國片發展</p> <p style="padding-left: 20px;">(1) 推動半價補助民眾觀賞國片政策</p> <p style="padding-left: 40px;">①自 1 月 9 日起，補助電影「對不起，我愛你」，在高雄威秀及喜滿客夢時代等兩大影城放映期間，民眾半價票價觀賞。</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	<p>②自 4 月 10 日起，補助電影「亂青春」在高雄威秀影城放映期間，觀眾可以以戲院全票之半價價錢觀賞該片。</p> <p>③自 8 月 14 日起，電影「不能沒有你」在高雄威秀及夢時代喜滿客影城放映期間，以戲院全票之半價，補助民眾觀賞電影。</p> <p>(2)協助優質影片辦理推廣活動，計協助：</p> <p>① 1 月 6 日在本市喜滿客夢時代影城辦理「對不起，我愛你」電影首映會，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。</p> <p>② 4 月 2 日在本市威秀影城辦理「亂青春」電影全台首映記者會，本處前處長許銘春、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。</p> <p>③ 3 月 19 日於本市遠百威秀影城協助電影「練戀舞」舉辦特映會，陳菊市長、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等出席活動，另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。</p> <p>另為落實鼓勵華語導演創作、支持優質國片政策，購買該片團體票 180 張，分送本市長青綜合服務中心長者觀賞本片。</p> <p>④8 月 12 日協助電影「不能沒有你」在本市威秀影城辦理高雄首映會，本處前處長許銘春、戴立忍導演、主角陳文彬、林志儒等人聯袂出席，映後並辦理導演、演員與現場觀眾面對面簽名活動。</p> <p>⑤10 月 2 日協助蔡明亮導演執導之電影「臉」在本市美術館大廳辦理高雄特映記者會，陳菊市長、許立明前處長、史哲局長、導演蔡明亮、男主角李康生等人聯袂出席，映後並辦理導演、演員與現場觀眾面對面座談活動。另外購買團體票 400 張，並由本處電影圖書館配合高雄電影節相關活動，鼓勵本市市民觀賞國片。</p> <p>(3)補助至本市拍攝之住宿經費</p> <p>7 至 12 月計補助電影「黑色童話」、「藍色矢車菊」、「生命教育課程輔助教材—脊髓肌肉萎縮症病友張守德的故事」等 3 部、電視劇「海派甜心」及廣告「1999 高雄萬事通—電話人篇、服務很快篇」、「高露潔牙膏 Seeing is believing- Mall 篇」(台灣及泰國版本)等 2 部。</p> <p>4. 爭取「國家電影文化中心南部分院」在本市設立</p> <p>(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，並經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。</p> <p>(2)98 年 6 月間，本處許前處長銘春多次帶領同仁分別拜會行政院曾政務委員志朗、台北阿榮片廠林董事長添榮等人，向其說明本案本市優異條件，並獲渠等認同。</p> <p>(3)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、功能及未來定位等問題。</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	<p>(4)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。</p> <p>5. 爭取「公廣集團」在本市設立</p> <p>(1)依立法院通過「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並開會決定南部設台落址於本市。</p> <p>(2)新聞局於 98 年 6 月 17 日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「在既有頻道內播出：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」。</p> <p>(3)98 年 6 月 30 日本府都市發展局召開研商公廣集團南部設台事宜，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。</p> <p>6. 賡續進行「高雄拍片網站」內容維護更新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，規劃於 10 月份高雄電影節舉辦網站行銷活動。98 年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、首頁改版、FLASH 動態效果、發行電子報等。</p> <p>7. 辦理拍片支援中心建置案</p> <p>(1)為藉影像傳媒行銷高雄特色城市風貌至全世界，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」。</p> <p>(2)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，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。</p> <p>(3)97 年 7 月間向行政院新聞局爭取「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，10 月間以公開招標方式委託東方技術學院規劃設計執行。</p> <p>(4)98 年 6 月 1 日該中心正式啟用，由陳菊市長主持落成典禮，邀請行政院新聞局電影處陳志寬處長，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。</p> <p>(5)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，引發至高雄拍片風潮，98 年有電影、電視劇、廣告片、短片、MV 等約 47</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p>三. 錄影節目帶業之輔導與管理</p>	<p>部作品來洽詢申請提供服務，與 97 年相較增加將近 3 倍，績效良好。</p> <p>會同本府警察局專責警力密集稽查錄影節目帶業是否有販售違法錄影節目帶、光碟，98 年共計查察 69 家次，查扣違法光碟 2,406 片，其中 7 家業者因涉嫌妨害風化，由警察局移送地檢署偵辦。</p>
<p>四. 有線電視系統輔導管理</p>	<p>1. 輔導本市有線電視公司合法營運、健全有線電視產業之發展</p> <p>(1) 本處持續查察業者播放之節目及廣告，自 98 年 1 月至 98 年 12 月計查察 610 件，查處系統業者播放違規廣告，核處罰鍰處分 9 家，罰鍰金額共計新台幣 47 萬元正。</p> <p>(2) 本處針對市民及各區里長反映有線電視系統纜線架設爭議，均適時派員或請權責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，全年計處理 99 件。</p> <p>(3) 依據有線廣播電視法暨施行細則相關規定，於 88 年 11 月份成立「高雄市有線電視費率委員會」，由傳播學者、財經學者專家、消費者團體代表、會計師、律師及本府代表共計 9 人組成，以維護市民收視權益，保障市民消費權益。</p> <p>98 年費率委員會考量大環境的不景氣，經多方審慎決議，維持每月/每戶 500 元價格，並且鼓勵業者多挹注經費於改善本市收視環境並提昇技術與服務品質，訂定季繳 1,450 元、半年繳 2,850 元、年繳 5,600 元的優惠措施，如欲以不同繳期計費，則以下一個優惠級距計算收視費用。另外，在低收入戶的優惠上，則維持去年的 167 元。（本市有線電視收費上限 500 元，已連續 9 年為全國最低之收視費率。）</p> <p>2. 公共頻道</p> <p>(1) 委託精湛民調公司辦理「高雄市 98 年度有線電視收視滿意度調查」，民調結果除做為 99 年度費率審查之重要參考之外，同時將提供本市四家有線電視業者，以改善並提昇高雄市有線電視收視與服務品質。</p> <p>(2) 在本市有線電視第三頻道成立「公共頻道」，並協調本市四家有線電視的頭端機房進行聯結，在本市有線電視第三頻道「公共頻道」同時段均可收看節目。</p> <p>(3) 辦理「我愛公共頻道」有獎徵答活動，鼓勵市民收看公共頻道，每月平均收件約 250 件，每月中旬在慶聯有線電視公司公開抽獎，抽出 3 位中獎人，贈送精美紀念品。</p> <p>(4) 委託東方技術學院辦理「映像高雄影音創作」課程、委託義守大學辦理「市民影像創作競賽」活動，委託慶聯有線電視公司辦理「有線電視公用頻道(第三頻道)」託播案、委託中華事務公共管理學院辦理「公共論壇-大家來說校」校園巡迴活動案、向公共電視公司購置「影片公播版」案、分攤影圖館辦理青年影像創作展案。</p>
<p>五. 城市行銷</p>	<p>1. 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。</p> <p>2. 「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</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p><b>貳、新聞發佈聯繫與服務</b></p> <p>一. 發布新聞</p> <p>二. 召開記者會</p> <p>三. 建立數位化新聞</p>	<p>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。</p> <p>3. 7至8月辦理「迎接世界歡樂快遞—2009 夏日高雄系列活動」在夢時代大道舉行，活動以「國際鬥夢祭」、「國際啤酒節」、「經典老歌」吸引老中青三代同樂整個暑假，彰顯幸福城市及行銷世運之成果。</p> <p>4. 辦理「2009 高雄動漫展」活動  延續 2008 高雄動漫展的熱潮，於 8 月 29、30 日連續兩日於高雄巨蛋舉行 2009 高雄動漫展，有來自全台 809 家動漫同人社團參展，其中高雄市就有 250 多個社團參展，展現出動漫文化在南部的熱情與能量，活動期間除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，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，讓參觀民眾清楚看到各國在歷史上的互動，連續兩天共吸引近十萬名民眾參觀，更為本市創造 3000 萬元以上的商機，代表動漫文化創意產業在高雄發展的無限可能。</p> <p>5. 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。</p> <p>6. 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。</p> <p>7. 推廣健康運動風氣、提倡環保主張，並展現本府積極鼓勵運動健康風氣，與康健雜誌合辦「水與綠的嘉年華—青春高雄活力健走活動」，活動內容除 walking(健走)外，亦有 biking(騎單車)、生態闖關活動、樂團演出、活力風箏、摸彩活動等，適合親子家庭一同參加。</p> <p>8. 辦理「2010 跨年系列活動」，12 月 25 日辦理「民歌高雄會」約吸引 1 萬人次的民眾參與活動；12 月 27 日辦理「大氣球遊行」約吸引 15 萬人次民眾參與活動；12 月 31 日辦理「2010 年跨年晚會」吸引約 50 萬人次民眾參與活動；三項活動均獲媒體廣泛報導，其中跨年晚會活動三立都會台全程實況轉播至 1 月 1 日凌晨 1 時 30 分，轉播過程中並播出本市城市行銷短片三段，有效行銷市政建設成果。</p> <p>適時發布重大市政活動及市政建設成果新聞，98 年度共發布近 800 則，供大眾傳播單位參考運用，傳達為民服務訊息，樹立良好市府形象。</p> <p>配合各局處召開專案記者會或臨時記者會，向媒體說明重要活動或重大事件，本年度所舉辦之重要記者會如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 2009 夏日高雄系列活動記者會。</li> <li>2. 市長就職三週年活動記者會。</li> <li>3. 2010 跨年晚會記者會。</li> </ol> <p>1. 每日即時發布新聞，並上傳市府全球資訊網市府新聞部份，供使用</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
發佈與聯絡管道	<p>網際網路民眾閱覽。</p> <p>2. 將每日發布之新聞暨市長重要活動行程，以電子郵件方式寄給媒體記者參考運用，強化市政活動報導率。</p> <p>3. 建立記者簡訊群組，即時傳送市府活動最新消息或重大事件採訪事宜。</p>
四. 加強媒體服務	<p>1. 遠見雜誌「二十五縣市施政專題」市長專訪：於 98 年 5 月 6 日專訪市長談施政作為。</p> <p>2. 與天下雜誌合作「運動新城市—美力高雄」廣編案，規劃主題以世運熱潮、高雄環境水與綠及影視產業等為主要報導方向，於 98 年 9 月出刊（第 431 期）。</p> <p>3. 中天電視「文茜世界周報」市長專訪：98 年 5 月 11 日專訪市長，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。</p> <p>4. 安排 TVBS「101 高峰會」節目製播小組於 12 月 15 日專訪市長，談市政建設及新市容美麗呈現</p> <p>5. 於中天綜合台「大學生了沒」的節目中置入 2010 年高雄市跨年晚會活動。</p>
五. 不定期舉辦新聞界人士聯誼	<p>1. 辦理媒體記者聯誼餐敘</p> <p>2. 10 月 14、15 日，辦理媒體記者參訪活動：至市長故鄉—宜蘭參訪聯誼，共計 20 位媒體記者參加。</p> <p>3. 12 月 17 日至 21 日安排市政記者至日本進行相關市政參訪。</p>
六. 加強記者聯繫成立議會工作小組	<p>1. 高雄市議會開議期間成立議會工作小組，發布市長答詢新聞稿。</p> <p>2. 於市政總質詢期間，安排市長於每日上午 10 時在議會「市長休息室」接受媒體專訪。</p>
七. 市政櫥窗	<p>於四維合署辦公大樓設置市政櫥窗，定期換貼市政建設照片，以報導市政活動及建設進步情形，提高市民參與推行市政工作之意願。</p>
八. 每日新聞輯要	<p>每日上午剪輯本市重要平面媒體新聞及電視監測新聞陳送市長及副市長等長官參閱，加強民意輿情蒐集、分析與反映工作，作為施政參考。</p>
<p>叁、政令政績宣導</p> <p>一. 綜合宣傳</p>	<p>配合每週召開之「登革熱防治會議」及本府各項防疫措施活動，加強發布新聞，以廣宣導。</p> <p>1. 委託民視電視廣告時段宣傳行銷 2009 高雄電影節，並於台北西門町及小巨蛋之電子看板與天幕看板進行宣傳電影節。</p> <p>2. 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。</p> <p>3. 辦理「『愛河之心 城市之光』多元媒宣行銷案」：透過平面、廣播、電視等多元媒宣通路，以兼具深度暨廣度方式，刊播相關城市建設規劃特色，與各項軟硬體建設成果。</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p>(五)交通安全宣導</p>	<p>4. 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。</p> <p>5. 與中央社/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：為行銷宣傳本市配合消費券發送之相關優惠措施，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。</p> <p>6. 與蘋果日報、聯合報合作，辦理「城市慶典·動感高雄」行銷專。</p> <p>7. 與新新聞雜誌等12家媒體合作，辦理「迎接世界再造台灣魅力」行銷專案</p> <p>8. 與中央社合作，辦理「INTA、左營萬年季、貨櫃藝術節」國際新聞宣傳案</p> <p>9. 與自由時報等12家媒體合作，辦理「運動新城市·節慶新視野」平面及網路媒體行銷專案</p> <p>1. 媒體宣傳：  (1) 委請港都、大眾電台製播交通安全廣播宣導案加強宣導道路交通安全政策與維持良好交通秩序。  (2) 委託警廣高雄台製播「友善鐵馬高雄市-單車騎遇記」廣播節目案，以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。  (3) 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。  (4) 租用本市候車亭、公車站牌刊登交通安全相關宣導廣告。</p> <p>2. 活動配合：配合本處或本府各局處都市行銷活動，分送民眾交通安全宣導品，於日常生活中落實道安觀念。</p> <p>3. 建置交通安全宣導網站，以活潑互動的遊戲方式，傳達尊重生命的觀念。</p>
<p>二. 視聽宣導  (一) 製播電視媒體行銷系列</p>	<p>1. 委製電子媒體行銷案及拍攝電視宣導短片  (1) 委託中天、TVBS製播「影視高雄·大放異彩」、委託三立製播「運動健康年」、「有形有色 發現高雄-2009高雄設計節」等製作專題及新聞報導，行銷本市影視、文創產業政策及推動自行車步道。  (2) 委託民視宣傳行銷2009高雄電影節。  (3) 購置電視廣告時段行銷市政建設，包括「港都新風貌 美麗新城市」、「都市行銷短片」，宣傳本市近年重大施政成果。  (4) 辦理「多元新都 活力高雄」電子媒體行銷案，透過三立、中天、年代三家電視台的新聞露出，宣導市政成果，爭取市民認同。</p> <p>2. 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，並提供電視台及本市有線電視作為新聞素材運用，效果良好。</p> <p>3. 製作都市行銷影帶及短片：</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p>肆、2009 高雄世運行銷暨媒體服務</p>	<p>(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。</p> <p>(2)製播「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，透過生動影像畫面，呈現本市兼具生態與休憩機能之城市意象，於世運期間在各場館大螢幕上播放，傳遞城市新貌。</p> <p>(3)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。</p> <p>(4)「榮耀傳承 再創願景」城市發展影片委製案：內容涵蓋世運之籌辦、特色暨成果，同時將整體傳遞城市未來之美麗發展願景，進而帶動全體市民對所在城市更美好明天的支持與期待，長度約為 6-8 分鐘，安排於地方有線頻道公用頻道播出，以充實頻道內容。</p> <p>1. 設置主媒體中心（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之使用，MMC 於賽事期間，匯集各場館賽事訊號，透過電視牆呈現方式，供國內外媒體作業參用；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 100 次以上之臨時記者會(含安排選手訪問)，服務媒體記者人次超過 3,000 人次。</p> <p>2. 世運開閉幕典禮轉播露出（含國內外）</p> <p>(1)開幕轉播： ①國內部分： 共有 6 個全國性頻道現場實況轉播，包含：公視主頻、ESPN、三立都會台、TVBS (TVBS 歡樂台) 及 JET 台；另有線電視數位頻道，包括凱擘股份有限公司（旗下有全台灣 12 家有線電視系統）、屏南有線電視，亦全程實況轉播。此外，中華電信 MOD、hichannel、emome，亦同步實況轉播。初步估算，不含後續重播，全台約有超過 800 萬人收看開幕轉播。</p> <p>②國外部分： 包括：香港、柬埔寨、印尼、南韓、澳門、緬甸、巴布亞新幾內亞、菲律賓、越南、泰國及新加坡，共 11 個國家的 ESPN 家族頻道 (ESPN STAR SPORTS)，約 420 萬戶同步觀賞 2009 高雄世運精彩開幕式。開幕式畫面訊號，亦透過衛星傳輸方式，傳送全球五大洲，供無償下載播出。</p> <p>(2)閉幕轉播： ①國內部分：共有 3 個全國性頻道現場實況轉播，包含：公視主頻、ESPN 及 TVBS 歡樂台；另有線電視數位頻道，包括凱擘</p>



重要施政項目	執行成果與效益
	<p>股份有限公司（旗下有全台灣 12 家有線電視系統）、屏南有線電視，亦全程實況轉播。此外，中華電信 MOD、hichannel、emome，亦同步實況轉播。初步估算，不含後續重播，全台約有超過 500 萬人收看閉幕轉播。</p> <p>②閉幕式精彩剪輯畫面，除透過 ESPN 家族國際頻道播出外，閉幕式完整畫面訊號，亦透過衛星傳輸方式，傳送全球五大洲，供無償下載播出。</p> <p>3. 新聞專題製播露出</p> <p>(1)國內轉播服務</p> <p>於公視主頻及 ESPN 每天各播出至少 6 小時（實際播出均超過 6 小時，甚至高達 10 小時，另依契約計算，2 個頻道總播出時數 120 小時，然實際播出時數超過 200 小時）。賽事轉播包括體操、運動舞蹈、滑輪溜冰、撞球等 4 項賽事全程實況轉播，另七人制橄欖球、保齡球、空手道、健力、壁球、攀登、拔河、壘球等，擇重要場次現場實況轉播 (Live) 或是延遲轉播 (D-Live)。此外，並於三立新聞台以電視新聞專題及 SNG 連線的方式露出世運相關訊息。</p> <p>(2)國際轉播行銷</p> <p>透過 ESPN 家族國際頻道 STAR SEA、STAR ASIA、STAR INDIA、STAR HK、ESPN Europe (Classic)、ESPN Latin America 及 ESPN Canada(TSN)播出 2009 高雄世運精彩剪輯，公視亦透過全球公視聯盟提供畫面訊號供播；此外，俄羅斯、巴西及中國，亦 Live 轉播部分賽事。</p> <p>每天上午 10 時 50 分、下午 16 時及晚上 22 時，各上傳 10 分鐘 High light 賽事畫面於衛星，供國際媒體無償下載使用，另外每日上午 11 時，將前一天精彩賽事 High light30 分鐘上傳衛星，供國際媒體無償下載使用。總共每天上傳衛星畫面時數長達 1 小時。</p> <p>4. 國內外媒體邀請與認證：</p> <p>(1)除進行國內外媒體邀約相關前置作業，並於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 日起至 7 月 16 日期間，視每日最晚抵達班機延長服務時間)。期間共服務國內外媒體（含大陸）從業人員人數 639 人，並致贈媒體資料袋每人一份，內含相關文宣資料，典藏筆記書及感謝卡等。</p> <p>(2)設置國際媒體村：</p> <p>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。</p> <p>(3)辦理「國際媒體聯絡服務員」專案</p> <p>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</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	<p>務人員，提供國際媒體作業之相關服務。</p> <p>5. 電子媒體專案行銷</p> <p>(1)辦理「2009 世運在高雄電子媒體行銷案」，委託緯來、華視及 TVBS 三家電視台，製播世運國際代表隊集訓備戰等相關新聞專題，密集行銷世運賽事及票務訊息，鋪陳國際賽會於本市登場之熱烈氣氛。</p> <p>(2)辦理 2009 世運行銷短片時段購置案 安排世運相關行銷短片，於全國有線及無線頻道播出，各頻道時段含新聞及一般綜合節目時段：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。</p> <p>(3)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。</p> <p>(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。</p> <p>(5)高雄電台世運報導：採訪編輯 2009 世界運動會開閉幕、各項賽事，以及世運主場館落成音樂會等其他世運相關新聞，共 250 多則。現場連線報導世運賽事實況，共 23 項目、46 檔次。</p> <p>6. 辦理「2009 世界運動會平面媒體行銷宣傳」</p> <p>(1)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，合計刊登逾 250 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。</p> <p>(2)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。</p> <p>(3)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。</p> <p>(4)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。</p> <p>7. 「2009 世運多媒體暨戶外廣告執行服務案」： 為廣邀全國民眾共襄盛舉並藉以提昇城市知名度，特透過多媒體暨戶外廣告宣導，如高鐵、捷運、公車車體、街道家具、戶外看板等，於 98 年 6 月 1 日至 7 月 31 日為重點期程，並在全國性重點城市(台</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	<p>北、高雄、台中及桃園)廣泛執行。</p> <p>(1)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。</p> <p>(2)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的喜訊。</p> <p>(3)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：</p> <p>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。</p> <p>②製作 2 組彩色與燈光閃爍之「2009 世運在高雄」立體字廣告物放置在中山路及民生路圓環。</p> <p>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段或自家門庭進行佈置。</p> <p>(4)世運路燈旗設計製作 4 月 15 日至 7 月 26 日分三階段於高雄市各主要路段，及高雄縣比賽場館附近道路懸掛路燈旗，不同階段主打不同主題如：世運開幕及日期；「挺台灣 高雄拚第一」、「高雄辦喜事全民迎世運」；「welcome」、「世運看公視」，總計 1 萬 2 千組左右。</p> <p>8. 持續開發世運商品及販售通路，帶動世運熱潮委託台灣吉而好公司開發世運相關商品多達 125 項，包含運動服飾、文具袋、隨意扇、環保包、海灘鞋、明信片、手機吊飾及隨身杯等。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。</p> <p>9. 世運比賽場館視覺意象規劃設計製作 統一規劃、設計、製作各比賽場館之意象佈置，另依各項賽事進行製作各類指引標示，引導觀眾動線。共計 23 個比賽場館(世運主場館、蓮池潭、西子灣等)、4 個運動公園(市立槌球場等)及 3 個供膳中心(寒軒飯店、國賓飯店、蓮潭會館)、2 個藥檢中心(中正運動場、中山大學)等 32 場處佈置施作。</p> <p>10. 編印文宣加強世運訊息宣導</p> <p>(1)設計印製世運中文海報 2 萬 2 千張，分送各縣市政府、全國郵局分局、高市各大賣場大樓等，供其張貼宣傳。</p> <p>(2)設計印製世運英文海報 3 千張分送外交部 150 處駐外單位等，供其張貼於外館。</p> <p>(3)製作手機袋 1,800 份，宣傳世運。</p> <p>(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。</p> <p>(5)印製共 70 萬份「2009 世運摺頁」，於於全國 4800 家 7-11 門市、交通運輸點、觀光飯店等處，供民眾免費索取。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(6)編印中、英文 31 項賽事指南各 159500 份、57000 份，逐項詳細介紹其特色、觀賽重點及相關資訊，於世運期間放置於各場館觀眾服務台。</p> <p>(7)「高雄畫刊—世運特刊」結合多面向的世運宣傳，除置於原高雄畫刊配送點外，並結合天下遠見通路寄送台北市、台中市訂戶。另加印 4 萬本於賽事期間在各場館及本市旅館等發送。</p> <p>(8)「高雄電子期刊」入口網站案，8 月號「30 雜誌」、「遠見雜誌」製作世運精華版專題。</p> <p>(9)5~7 月透過「高雄電子期刊」入口網站舉辦「集氣為 2009 高雄世運加油」、「部落人氣王·世運加油大集氣」活動。</p> <p>(10)8 月製作「世運健兒，台灣之光」、「世運，讓世界看見台灣」、「高雄，讓台灣留下感動」3 套 PPT 投影片簡報檔，發送予天下遠見數十萬會員群、高雄畫刊電子期刊訂戶及市府同仁。</p> <p>(11)整合《高雄畫刊》紙本前 3 期內之世運專輯，製作電子版手冊 PDF 檔，建置於遠見、30 雜誌網站及高雄電子期刊入口網站內，供網友下載留存世運訊息。</p> <p>11. 運用網路行銷：</p> <p>(1)與全球最大的入口網站 Google 合作，在美、英、法、荷、德、中、日、韓、港等 9 個國家及地區之 Google 入口首頁位置播出世運宣傳影片。</p> <p>(2)與 Star Sports 合作在亞洲的柬埔寨、印尼、韓國、澳門、緬甸、巴布新幾內亞、菲律賓、越南、泰國、新加坡等 10 個國家及地區同步實況轉播 2009 高雄世運會開幕典禮。</p> <p>(3)5~7 月透過「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、「部落人氣王·世運加油大集氣」活動。</p> <p>(4)8 月製作「世運健兒，台灣之光」、「世運，讓世界看見台灣」、「高雄，讓台灣留下感動」3 套 PPT 投影片簡報檔，發送予天下遠見數十萬會員群、高雄畫刊電子期刊訂戶及市府同仁。</p> <p>(5)世運結束後，整合《高雄畫刊》紙本前 3 期內之世運專輯，製作電子版手冊 PDF 檔，建置於遠見、30 雜誌網站及高雄電子期刊入口網站內，供網友下載留存世運訊息。</p> <p>12. 其他世運行銷</p> <p>(1)結合市政行銷推廣世運商品 於捷運美麗島站舉辦之「世運成果展」、駁二特區「我們超愛世運秀」、市府 1 樓「幸福同樂館」等展示販售世運商品，與市政行銷相輔相成。</p> <p>(2)設計、印製「2009 高雄世界運動會成果展」意象帆布，並製作 5 百組路燈旗懸掛於本市中華路等 16 條主要路段宣傳世運成果展。</p> <p>(3)編印 1 千本「世運攝影集」收錄世運開閉幕、世運志工、世運博覽會以及比賽精彩照片等，致贈市府貴賓。</p> <p>伍、編印市政宣導書刊</p> <p>一.「高雄電子期刊」入口網站維護、企劃發行高雄畫刊</p> <p>1.「高雄畫刊」電子期刊共 12 期，每月以主題導向方式企劃編輯。「鼓聲市府月刊」電子期刊共 12 期，以本府員工為主要發行對象。「河港快樂頌電子報」為雙週報共 24 期，以市政活動、觀光旅遊、藝文展演等為主。</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
電子期刊、鼓聲市府月刊電子期刊、河港快樂頌電子報及編印高雄畫刊  二. 發行「Maritime Capital 海洋首都」中英文雙月刊  三. 發行不定期刊物	2. 每期高雄畫刊、河港快樂頌之電子報，將市政資訊主動迅速傳遞予全台至少約 4 萬名民眾及近萬名市府員工。 3. 編印《高雄畫刊》紙本雙月刊，共 6 期，每期 35,000 本，於本市交通運輸點、觀光飯店、大型書局、賣場等共 100 多點可供民眾索閱。 4. 本案包含建置 PDA 版網站；網站軟硬體維護；. 設計寄送電子卡片；整合行銷推廣、宣傳—「情人節—港灣戀情愛不停 高雄約會勝地票選」五大主題節慶活動等。  每雙月出刊，每期發行 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。
	1. 印製 98 年市民手冊約 58 萬份，隨消費券發送市民。 2. 編印「自由心靈人權城市」明信片 3 千張。 3. 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。 4. 發行 7 萬冊「單車 TOUR 高雄」小冊，於相關活動及本市自行車店、捷運車站等供民眾索取。 5. 「痞子英雄全攻略—高雄城市行銷企劃案」，《痞子英雄全攻略》發行 4 千本於博客來等通路販售；16 頁單行本印製 1 千本行銷專用。 6. 「城市·幸福地圖」刊物中夾頁載錄 88 水災公益專刊報導，隨該刊物通路發行 3 萬份。 7. 印製天下雜誌 430 期抽印本 1200 本，摘錄關於縣市競爭力之報導計 22 頁。 8. 製作世運主場館之手提袋，大小尺寸共 2200 個，致贈貴賓刊物及世運禮盒使用。 9. 印製 1 萬 5 千份「2010 年水漾綠高雄雙月曆」，致贈本府各機關首長、319 鄉鎮、本市各旅行社及市民索取。 10. 進行「2010 年市民家戶手冊」設計，規劃為市政建設、農民曆及後附市政宣傳短片光碟等新穎手冊設計，以行銷市政並切合市民需求。 11. 進行編輯、設計「2009 高雄市中、英、日文簡介」，以三種語言介紹本市城市概述、現況、發展，並以豐富的圖片呈現本市新面貌。 12. 印製 1 千 5 百份新春賀卡，以 2010 虎運高雄為主軸製作賀卡贈送貴賓。
陸、廣播業務 一. 新聞採訪	1. 針對民眾關切新聞事件及重大議題製播深度報導，詳實反映民意，並針對高雄人事地物等特色製播單元，強化新聞在地色彩。充分發揮高雄電台為公營電台之廣播功能，有效做好政府與民眾溝通橋樑，促進雙向交流。 2. 全程實況轉播高雄市議會第 7 屆第 5 次及第 6 次大會之市長施政報告及市政總質詢。 3. 莫拉克颱風來襲，8/6-8/9 每天 24 小時加強颱風動態、防颱應變等相關新聞報導。8 月 9 日起並加強報導高雄市政府及社會各界救

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p>二. 節目製作</p>	<p>災、賑災相關新聞。</p> <p>4. 加強報導 H1N1 新型流感、登革熱防治各項措施及市民應注意事項相關新聞。</p> <p>5. 加強報導「高雄縣市合併」、「反對台電大林電廠擴建案」、「反對解除三處石灰石保留區」及「輕軌捷運」、「接管世運主場館」等重大市政建設與公共議題新聞。</p> <p>6. 加強報導「城市競爭力全國第二名」、「高雄市建設獲十項卓越建設獎肯定」、「建構自行車友善城市」、「閒置空地綠美化成績」、「凹仔底森林公園」、「樣仔林埤濕地公園」、「興仁公園完工啟用」、「1 號船渠景觀橋樑」、「貨櫃車專用道」、「污水下水道建設」、「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」、「獎勵拍片推動影視產業」、「地方產業創新研發計畫 SBIR」、「市集美食星光十強」、「全國首創 1999 免付費」、「全國首先引進水陸兩用鴨子船」等市政建設成果新聞。</p> <p>7. 配合高雄市「2009 高雄燈會藝術節」、「2009 高雄左營萬年季」、「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」、「2009 高雄電影節」、「2009 高雄動漫展」、「2009 國際貨櫃藝術節」、「普普教父安迪沃荷世界巡迴展」、「皮克斯高雄總動員」、「人權月系列活動」、「第 15 屆金爵獎國際調酒大賽」、「夏日高雄」、「2009 高雄購物美食節」、「哈高雄網站活動」、「五月天演唱會」、「2010 虎運 OPEN 大港開福」高雄跨年晚會系列活動等重要市政活動，加強相關採訪或連線，並製播專題深入報導。</p> <p>8. 製播「Live943 新聞晚報」、「新聞廣場」、「高雄十分話題」等深度、專題報導新聞節目。</p> <p>9. 為加強跨媒體合作，聯播公共電視午間、傍晚閩南語新聞及晚間新聞。</p> <p>1. 高雄電台參加 98 年廣播金鐘獎競賽榮獲 4 項入圍：市政廣播行銷中心入圍【電台行銷創新獎—市政隨身聽 943 就是讚！】；另，【地方特色節目獎】、【企劃編劇獎】及【兒童少年節目獎】，亦獲入圍殊榮。</p> <p>2. 節目製播多元化及照顧弱勢族群：</p> <p>(1) 關懷弱勢族群，製播關懷身心障礙、同志議題、外籍配偶、外籍勞工、原住民、客語族群、兒童少年及長青族等節目。</p> <p>(2) 加強市政廣播行銷中心市政行銷功能：本中心為本台第二播音現場，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。「市政廣播行銷中心」，每日製播「行動市府」及 6 檔整點新聞、3 檔次「市政最前線」；另，每週製播 5 則「市政部落格」單元，每月製播市政宣傳帶以媒體策略聯盟方式於其他電台播出。</p> <p>(3) 製播「活力高雄」世運議題專屬節目；製播世運小百科及世運 ABC 世運小單元每日播出，製播世運 call in 強強滾及同步轉播運開幕及閉幕典禮。</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
	<p>(4)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。</p> <p>(5)公開徵選公益社團參與製播節目，1-12月共徵選12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」、「高雄市忘憂草憂鬱防治協會」、「中華民國牧愛生命協會」及「高雄市超越顛峰關懷協會」等。</p> <p>(6)製播少數族群語言節目（含客語、原住民語、菲語、泰語、英語印語、越語等）及服務弱勢族群節目（含同志議題、外籍配偶及身心障礙等）。</p> <p>(7)營造英語學習環境，每日聯播 0.5 小時英國國家廣播公司新聞節目，為南台灣唯一播送該節目之公營電台。另與國立高雄第一科技大學合作製播「打狗英語通」節目，週一至週五播出；製播「老外在高雄」節目，提供多元英語學習環境。</p> <p>(8)每日製播 160 分鐘古典音樂節目，提供南台灣民眾獨特、具深度之聽覺享受。</p> <p>(9)落實頻道資源共享，開闢「發現高屏」、「南台灣即時通」及「高雄新風貌」(高雄縣製播)節目時段，與南台灣各縣市合作，共同實踐南台灣生活圈理念。</p> <p>(10)莫拉克颱風來襲延長播音三夜，共連續播音 90 小時，提供颱風即時動態、防颱、最新路況及災情報導等，充分達到服務聽眾、守望環境功能。</p> <p>3. 鼓勵市民關懷鄉土、參與公共事務：</p> <p>(1)舉辦活動，深入社區行銷市政，98 年計舉辦 9 場戶外行銷活動及 7 場節目講座或 call in 有獎徵答，含：</p> <p>980528【划向世運端午聯歡活動】</p> <p>980620【大聲吶喊 為世運喝采】</p> <p>980628【廿七週年台慶戶外聯歡活動】</p> <p>980829【古蹟尋寶趣-掀開打狗英國領事館神秘寶盒】</p> <p>981002【舞動中秋聯歡晚會】</p> <p>981107【樂活環保逗陣行】</p> <p>981206【吃喝玩樂高雄通】</p> <p>980403【如何輕鬆快樂學數學】節目講座</p> <p>980403【情緒管理與壓力調適】講座</p> <p>980619【美食相見歡講座】</p> <p>980627【城市自然觀察-洲仔濕地之旅】</p> <p>981210【環保講座-手工香皂 DIY】</p> <p>(2)6 月及 12 月分別於節目中大規舉辦交通安全 call in 有獎徵答，寓教於樂，參與民眾熱烈，有效宣導交通安全。</p> <p>(3)開放電台參觀：計接待和春技術學院、屏東科技大學、香港樹仁大學、內惟國小等 5 梯次學校參觀電台及市政廣播行銷中心。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三. 工務維護管理</p> <p>柒、電影圖書服務</p> <p>一. 充實典藏電影文物及圖書影片</p> <p>二. 辦理影展活動</p>	<p>4. 強化市政宣導：</p> <p>(1) 配合市府各局處重要施政，加強宣導工作，重點包括「2009 世運在高雄」「防 H1N1 新流感/腸病毒」、「交通安全」、「檢肅貪瀆」、「肅清煙毒」、「公共安全」、「勞工教育」、「防治登革熱」、「稅務宣導」、「老人福利」、「勞工安全衛生」、「社會安全」、「生態環保」、「菸害防制」、「調解委員會」、「消費者保護」、「犯罪被害人」、「資訊月」等宣導事項。</p> <p>(2) 製播「我愛高雄空中馬上辦」CALL IN 現場節目，邀請市府各局處首長於節目中立即回答民眾反映問題。</p> <p>1. 擴大服務範圍，提昇播音品質</p> <p>(1) 汰換「數位錄播音室」，以順應廣播數位化的世界潮流及行銷電台為目的。</p> <p>(2) ISDN 連線實況轉播燈會現場 LIVE SHOW、市長施政報告、市政總質詢及 2009 高雄世運行銷活動，設備架設及音控等工作，順利完成任務。</p> <p>(3) 颱風期間因電力中斷，中寮發射站以緊急柴油發電機供電，維持機器正常運轉及調頻台正常播音，並延長 24 小時播音以服務南台灣聽眾。</p> <p>(4) 不定期到高雄縣市及外縣市測量電場，了解收聽品質及收聽死角，以適時調整發射功率因應。</p> <p>(5) 汰換調頻發射機設備及天線系統，強化播音效果，提昇播音品質。</p> <p>2. 嚴密維護保養機器，提高設備使用效果</p> <p>(1) 中寮發射站緊急柴油發電機年度保養及電氣檢驗。</p> <p>(2) 總台緊急柴油發電機年度保養及電氣檢驗。</p> <p>(3) 本台空調系統每月、每季及年度保養。</p> <p>(4) 本台各錄播音室清潔及系統測試保養。</p> <p>(5) 調頻發射系統年度保養。</p> <p>(6) 調幅發射系統天線鐵塔油漆、校正及拉線保養。</p> <p>(7) 相關設備零件管控，因應需求急迫性，添購相關零件，以保持設備運轉在最佳狀態。</p> <p>(8) 資訊設備維修保養，減少資安事件發生及確保設備運作正常。</p> <p>(9) 委請機電顧問公司對電台及中寮站發射機接地電阻測量，以確保播音品質及設備安全。</p> <p>已購置電影文物約 5,400 餘件，中外圖書 5,200 餘冊，館藏影片 5,700 餘片，充實館藏，提供精緻多元的電影資訊，方便民眾全方位接觸電影，吸取電影藝術的智慧，增進民眾對電影文化的認知，培養觀影人口，振興電影事業。</p> <p>1. 以「天天有電影，月月有主題」為工作目標，自辦或與其他影展單位合作規劃影展或影像專題，98 年度辦理情形如下：</p> <p>01 月：舞動影像專題、國民戲院之旅行/移動影展。</p> <p>02 月：希望永不減—港台電影精選、二二八國際人權影展。</p> <p>03 月：圖博紀錄片展、歌舞電影選集。</p>



重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p>三. 藉由研習活動, 推廣電影社教工作</p>	<p>04 月: 童心影像專題、痴人·說夢—CNEX 紀錄片巡迴影展。  05 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。  06 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。  07 月: 螢幕中的運動人生影像專題。  08 月: 國民戲院—法斯賓達影展。  09 月: 國民戲院—身體與空間影展、第一屆伊朗紀錄片影展  10 月: 台灣國際紀錄片雙年展精華巡迴、2009 高雄電影節  11 月: 世界公視大展精選 Best of INPUT、華語電影: 獨立製片映演與論壇、南方影展。  12 月: 交替影展、女性影展、老兵紀錄片暨世代對話影展。</p> <p>2. 辦理「2009 高雄電影節」, 以「英雄/反英雄」為策展精神, 舉辦日期自 10 月 16 日起至 10 月 29 日止, 映演國內外優質電影 79 部、221 場次, 吸引 2 萬 4 千餘人次觀影, 並邀請國內外導演、演員、影評人等專業人士座談, 規劃「平民英雄短片競賽」、「48 小時拍片大挑戰」、「校園巡迴」等多項藝文活動, 培養市民參與藝文活動之風氣, 促進國際電影文化交流, 成功提升本市人文風貌能見度。</p> <p>3. 辦理「有影·愛·高雄 - 2009 行動電影院」及「星光電影院」活動, 自 4 月起至 12 月巡迴高雄市不同社區播映優質影片, 計有前鎮區、鼓山區、三民區、左營區、楠梓區、小港區等 8 場次。</p> <p>4. 辦理「有聲有攝—2009 臺灣青年音像創作聯展」, 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 2 千 5 百人次, 活動期間並辦理「高雄城市故事短片競賽」、「電影創意彩妝造型競賽」、「大咖開講」等活動, 持續提供青年學子作品發表與觀摩的平台, 培育新生代創作人才。</p> <p>5. 於一樓展示廳規劃與電影主題相關之靜態展, 以達推廣電影文化之目的, 本年度推出下列特展:  (1) 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。  (2) 臺灣青年音像創作聯展回顧展, 展期自 98 年 5 月 9 日起至 6 月 14 日止。  (3) 螢幕中的運動人生特展, 展期自 98 年 6 月 18 日起至 10 月 4 日止。  (4) 高雄城市映像特展, 展期自 98 年 10 月 7 日起至 12 月 4 日止。  (5) 紀錄世界特展, 展期自 98 年 12 月 8 日起至 99 年 4 月 11 日止。</p> <p>1. 邀請專家學者辦理主題研習營或電影論壇等活動, 增進民眾對電影文化的瞭解, 98 年度辦理情形如下:  (1) 6 月與左營高中合辦「推動性別平等教育媒體識讀研習會」。  (2) 7 月與中映電影文化股份有限公司合辦「國片影像教育扎根計畫—種子教師研習營」。  (3) 7 月與東方技術學院合辦「電影編劇與拍攝籌備實務研習營」。  (4) 12 月與中華動畫遊戲發展協會、樹德科技大學視覺傳達設計系合辦「Director's Talk 2009CG 動畫國際論壇」。  (5) 依影展主題或影片性質, 不定期邀請導演或專家學者座談, 使</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p>四. 編印電影專刊、辦理委託研究案</p>	<p>觀影者更能深入瞭解影片意涵。</p> <p>2. 98 年度辦理志工特殊教育訓練及電影讀書會，並針對「螢幕中的運動人生」、「紀錄世界」兩項特展辦理導覽培訓，增進志工對館內文物之瞭解能力，俾能協助參訪者瞭解電影文化。</p> <p>3. 98 年度編印 12 期活動節目月訊，每月份數 1 萬份，分送本市公立機關、藝文展館供民眾索取，並寄送各地大專院校及電影藝文單位，鼓勵民眾參與藝文活動。</p> <p>1. 辦理「南方新推手—高雄市電影圖書館歷年投資影片」影片拍攝製作及電影專書編印購置。藉由影像及文字紀錄本館自 96 年以來投資拍攝之多部劇情片、紀錄片以及多部於高雄市拍攝之影片，除影片行銷外，再次發掘本市風貌的蛻變、深入體驗本市之風土人情並有劇組於影片拍攝期中之甘苦，及本市所給予之協助，勾畫出本市之電影政策、友善拍片環境等映象。</p> <p>2. 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，期透過本研究調查高雄電影產業現況（如製片、發行、映演及相關媒介），並檢視本府發展電影產業的策略成效。</p>
<p>五. 提升影音設施品質</p>	<p>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。</p>
<p>六. 機器維護保養，提升設備使用品質</p>	<p>1. 影音系統年度整體保養調校，以維持民眾觀影品質。</p> <p>2. 資訊設備維修保養，避免資安事件發生及確保設備運作正常；本年度建置異地備援系統，確保本館資料安全無漏失。</p>
<p>七. 製作拍攝高雄市相關影片</p>	<p>1. 辦理 97 年「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「阿踩的明星夢」、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，已於 98 年「高雄電影節」進行首映，觀眾反應熱烈；其中侯季然導演的「有一天」更入選 2010 年柏林影展青年論壇單元。</p> <p>2. 接續辦理 98 年「高雄城市映像影片拍攝」案，已於 98 年 11 月由專家學者組成的評選委員會，經由初選及決選兩階段方式，從逾四十件企劃案中，評選出戴立忍導演：「我這樣愛你」、王啟在導演：「大騙子」、林孝謙導演：「幸福時光」等 3 部劇情片及章大中導演：「看不見的跑道」、朱柏穎導演：「山上的小女子舉重隊」等 2 部紀錄片，預計 99 年完成拍攝，並於 2010 年高雄電影節首映。</p> <p>3. 97 投資拍攝電影「不能沒有你」，98 年獲下列國內外獎項，成功行銷高雄：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 榮獲 2009 台北電影節百萬首獎、最佳男主角獎、最佳男配角獎、媒體推薦等 4 項大獎。</li> <li>- 榮獲 98 年金馬獎「最佳原著劇本」、「最佳劇情片」、「最佳導演」、「年度台灣傑出電影」、「觀眾票選最佳影片」等 5 項大獎。</li> <li>- 獲 98 年亞太影展「最佳導演」、「最佳攝影獎」等 2 項大獎。</li> <li>- 榮獲 2008 印度果阿國際影展「最佳導演」、「最佳影片獎」等 2</li> </ul>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>八. 愛河文化走廊「幸福小站」營運服務管理。</p> <p>九. 電影圖書館週邊設置自行車停放設施。</p>	<p>項金孔雀大獎。 - 廣受知名國際影展邀約參展，99 年將代表台灣角逐奧斯卡最佳外語片。</p> <p>執行愛河文化走廊 12 座「幸福小站」燈箱營運管理，以達該區域充分使用效能，進而提供從事手工藝品創作之弱勢團體 1 處作品展示與民眾互動之環境。</p> <p>為響應節能減碳、鼓勵市民騎乘自行車遊憩愛河，本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。</p>

