

# 高雄市政府新聞處 97 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>(一) 電影片映演業之設立、變更登記</p> <p>(二) 推動影視文化產業發展</p>	<p>為落實「兒童及少年性交易防制條例」第 33 條第一項規定，加強查察報紙刊載色情交易廣告，自 97 年 1 月至 12 月予以罰鍰處分者計 5 家次，共計罰款新台幣 165 萬元。</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. 為貫徹執行政府整頓影響治安行業政策，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，97 年度計實施臨場查驗 486 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，97 年協助影視劇組勘景、拍攝等行政支援事務如下：</p> <p>(1) 電影部分—協助吳念真企劃製作有限公司新聞局輔導金電影「帶我去遠方」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，使高雄市特殊優美的海港風光盡收眼底。</p> <p>(2) 電視部分—「痞子英雄」：</p> <p>① 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，97 年 4 月至 12 月 27 日拍攝，期程長達 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。</p> <p>② 該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。</p> <p>③ 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。</p> <p>(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」。</p> <p>(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。</p> <p>2. 關懷推動國片發展</p> <p>(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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>影試映會，由本府李永得副市長、客家事務委員會鍾孔炤主委與新聞處許銘春處長等人，率同本市客家鄉親團體共同蒞臨觀賞，並協助該片於11月1日高雄電影節系列活動中辦理全台售票首映會。同時，為了鼓勵華語導演創作、提升本市觀影人口，維護並協助該片於11月1日高雄電影節系列活動中辦理全台售票首映會。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。</p> <p>(2)7月31日於本市電影圖書館辦理周美玲導演執導之電影「漂浪青春」記者會，該片入圍「58屆柏林國際影展電影大觀單元」。</p> <p>(3)8月11日於本市威秀影城辦理電影「漂浪青春」全台首映會及映前記者會，記者會中宣布該片於高雄威秀上映期間，可獲得本府電影票半價補助，映後辦理導演、演員與現場觀眾面對面座談活動。</p> <p>(4)8月14日於本市威秀影城辦理電影「海角七號」高雄首映記者會暨放映會，並於映後安排魏德聖導演、演員范逸臣及田中千繪與民眾面對面座談。</p> <p>(5)9月5日於本市電影圖書館辦理由王小棣導演執導的電視劇「波麗士大人」高雄特映會，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活動。</p> <p>(6)12月8日於本市電影圖書館辦理楊力州導演拍攝的紀錄片「征服北極」特映會，映後導演及陳彥博選手與現場民眾進行映後座談會。</p> <p>3. 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，促進文化觀光產業榮景，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規劃主軸，連結左營春秋閣、半屏山、壽山、愛河文化流域名勝景點，並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)、停車場等設施，設計日、夜間觀光效果，以吸引影視產業至本市投資設立，帶動本市文化觀光產業發展。</p> <p>(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，目前已委請專業團隊進行中，俟定案後新聞處將全力配合協助。</p> <p>4. 爭取「公廣集團」在本市設立</p> <p>為平衡南北媒體產業發展與報導落差，並因應2009世運會在本市舉辦期間所需龐大媒體需求量，以及提昇本市經濟產業升級，創造就業機會等目標，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，96年9月間已獲行政院新聞局</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>同意「公廣集團」南部分台落址於本市「台鋁舊廠」，本案目前最新進度說明如下：</p> <p>(1)為整合資源為南部設台之營運預做準備，97年3月3日民間監督聯盟成立。</p> <p>(2)公視於97年3月初新增南部新聞節目，97年先期營運階段，行政院新聞局規劃6月30日要開標，後因新聞局改變規劃方式，撥款公視新台幣1,000萬元，進行委託規劃與可行性研究。</p> <p>(3)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。</p> <p>(4)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。</p> <p>5. 建構高雄拍片網站</p> <p>介紹本市及鄰近縣市100個拍攝地點，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。97年後續擴增部分廣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。</p> <p>6. 辦理拍片支援中心建置案</p> <p>(1)為將本市的山、海、河港的壯闊景緻行銷至全世界，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」，以影像行銷高雄。</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，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。</p> <p>(3)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1,200萬元預算，經籌劃選址，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，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。</p> <p>(4)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。</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>1. 依據廣播電視法暨其施行細則等法令規定，辦理本市錄影節目帶籌設申請，經查驗合格，由本府新聞處代行政院新聞局發給許可證據以申辦設立登記，應於開業後一個月內加入當地商業同業公會，變更者亦同。97年1月至12月期間，錄影節目帶業之設立、變更申請共計15件。</p> <p>2. 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(含影音光碟)，97年計查扣違法光碟10,042片，其中35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) 每週定期查察轄區內有線電視系統節目播放情形，發現違規情形即依有線廣播電視法之有關規定處理。1月至12月，計核處6家次，罰款新台幣30萬元正。</p> <p>(2) 為維護市民收視權益，保障市民消費權益，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，針對有線電視系統經營者所申報之收費標準及財務報表進行審議事宜。97年本市有線電視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，所以訂定季繳、半年繳、年繳的優惠措施；另也針對收視戶和業者間常發生的爭議問題進行檢討，訂出全國首例之復機費分級制度的決策，以提昇業者在管理上之認知和品質。在低收入戶的優惠上，則由去年的250元調降為167元，在寒冷冬天為本市的低收入戶，提早報溫暖的佳音。(本市有線電視收費上限500元，已連續8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97年度有線電視收視滿意度調查」，民調結果除將作為98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，在本市的有線電視第三頻道「公共頻道」同時段均可收看節目。</p> <p>(3) 97年5月至98年1月辦理「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500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) 辦理「2008 蛻變高雄—影音創作」製作人才培訓，委由東方技術學院設計規長達120小時攝影課程，內容涵蓋理論與實作拍攝，以深入淺出的授課方式教授動態影音的藝術創作內涵，期為高雄市民帶來更豐富和多元的影像視野。初級班課程97年12月6日至98年1月4日，進階班課程98年2月7日至98年3月8日，上課時間為每週六日早9點到下午5點，將分別於高雄市國</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>五. 辦理城市行銷</p> <p>貳、新聞發佈聯繫與服務</p> <p>一. 發布新聞</p> <p>二. 召開記者會</p>	<p>際商工和東方技術學院兩個地點授課。</p> <p>(5)配合行銷高雄燈會之美，特舉辦「2008 高雄燈會攝影比賽」，自2月16日至3月14日辦理徵件，計有192件1,317張照片參加評審，3月19日評審選出金牌獎、銀牌獎、銅牌獎各一名，優選五名，佳作二十名，入選三十名。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 為了行銷 2009 高雄世運，積極推廣本市主要道路懸掛、設置大型帆布看板，讓民眾悉知世運即將來臨，同時也能明瞭市府對於 2009 世運之用心。目前製作大型帆布看板共計 85 處。</li> <li>2. 辦理全台首次，也是全球僅見的「2008 向小摺致敬—全台摺疊車大集合」活動，超過 5,000 名車友的空前車隊，在宣讀「向小摺致敬」宣言後，由高雄市邱前副市長太三暨林副市長仁益率市府團隊及活動大使南拳媽媽領軍，浩蕩自中央公園出發，沿線並實施交通管制禁行汽、機車，聲勢壯觀，熱情加油不斷！活動騎乘路線分為山線與海線 2 路，車友可以自由選擇，旅程中除可體驗高雄山、海、河、港的不同風情，也可享受愛河咖啡、旗津生猛海產的美味。</li> <li>3. 自 12 月 27 日起至 29 日一連三天在高雄巨蛋舉行「2008 動漫高雄、精采樂活」活動，活動特別結合動漫同人主題展及自行車休閒運動展，現場天天都有動漫人物登場亮相—Cosplay 動漫人物的登場表演，還有動漫電玩交響音樂會、機動戰士鋼彈超人真人秀、日本知名貴賓現場—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……等活動輪流登場。</li> </ol> <p>適時發布重大市政活動及市政建設成果新聞，97年度共發布逾900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. 立委選舉電視政見發表會。</li> <li>2. 高捷商圈慶祝活動記者會。</li> <li>3. 2008夏日高雄系列活動記者會。</li> <li>4. 2008世運暖身賽系列賽事記者會。</li> <li>5. 高雄過好年記者會。</li> <li>6. Hito流行音樂獎頒獎典禮在旗津演唱會記者會。</li> <li>7. 高高屏首長會議之媒體服務。</li> <li>8. 世運主場館上樑記者會。</li> <li>9. 520國宴交通管制說明會。</li> <li>10. 2009跨年晚會記者會。</li> <li>11. 高高屏三縣市合併記者會。</li> </ol>

重要施政項目	執行成果與效益
三. 建立數位化新聞發佈與聯絡管道	<ol style="list-style-type: none"> <li>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，供使用網際網路民眾閱覽。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ol>
四. 加強媒體服務	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 亞洲貨幣雜誌專訪香港媒體—亞洲貨幣雜誌來信訪問市長，有關高雄經濟發展議題。</li> <li>2. 與天下雜誌合作市長就職兩週年廣編專訪，以"Energy Taiwan"談環保為主題，展現本市施政理念及軟硬體成果。</li> <li>3. Japan TIMES 報紙專訪日本媒體—Japan TIMES 來信訪問市長，有關高雄經濟、觀光發展及 2009 世運籌辦情形。</li> <li>4. 於年代電視台創新秘笈中置入高雄電影節系列活動，</li> <li>5. 於東森嚐鮮 Let's go 節目中置入三鳳中街年貨大街都市行銷，效果卓著。</li> <li>6. 在 JET 台「瀨上剛 in 台灣」節目中播送「高雄水噹噹」專輯。</li> </ol>
五. 不定期舉辦新聞界人士聯誼	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 97 年 1 月 30 日辦理平面報紙市政線記者餐敘，加強與新聞界人士聯繫、意見交流。</li> <li>2. 9 月 18、19 日，辦理媒體記者公共建設參訪聯誼活動，參觀中部地區公共建設成果，作為本市城市發展之借鏡。</li> </ol>
六. 加強記者聯繫成立議會工作小組	<ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ol>
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>
<b>叁、政令政績宣導</b> 一. 綜合宣傳	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 加強便民服務：設置市政信箱，接納民眾建議並答覆市民詢問事項，俾爭取市民合作共同努力建設本市。</li> <li>2. 配合防疫宣導：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。</li> <li>3. 多元化都市行銷               <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 於高雄捷運紅線 R11 高雄車站、R13 凹子底站、R14 巨蛋站、R17 世運等四站各刊登一面公益燈箱，共計四面，自 97 年 6 月 14 日~11 月 13 日(共計半年)。</li> </ol> </li> </ol>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(2)為於農曆過年期間返鄉人潮眾多時，大力宣傳 2009 世運在高雄及城市行銷，特於台北松山機場刊掛「2009 世運在高雄—主場館篇」，執行期間為 97 年 2 月 1 日至 3 月 31 日，共計兩個月整。</p> <p>(3)執行「幸福城市迎世運燈箱及看板案」之高鐵左營站版面，在高雄左營站外牆兩面及車站大廳內四圓柱刊登大幅看板，流動旅客人潮多，成效良好。</p> <p>(4)與平面媒體合作辦理「優質城市、健康無憂」宣傳案，透過新聞報導方式，達到優質城市健康無憂的目的，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」設立等環保理念。</p> <p>(5)與平面媒體合作辦理「捷運高雄、節碳城市」宣傳案，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，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。</p> <p>(6)規劃執行「暖冬計畫」媒體宣傳，於 11 月 4 日刊登新聞專題，報導市府緊急成立「景氣因應小組」提供 500 多個短期工作職缺之具體施政作為。</p> <p>(7)「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。</p> <p>4. 辦理都市行銷活動</p> <p>(1)配合三月間捷運紅線通車期程，於 3 月 15 日下午 14：00 至 22：00 辦理「2008 第一屆高雄捷運接力節」，超過 33 組表演團體於橋頭糖廠 R22A、左營 R16、凹子底 R13、高雄車站 R11、中央公園 R9、凱旋 R6 等六站同時接力演出，藉此帶動市民參與市政建設並炒熱新聞話題，更為本市建設形象加分。</p> <p>(2)高雄市政府與中華民國設計師協會合辦「2008 高雄設計節」，5 月 3 日至 11 日於高雄各角落舉辦，活動共計八大主軸(創意逛大街、藝想城市、美學講座、國際名師論壇、設計愛趴等)，鼓勵新銳設計師在地創作生根，為高雄設計產業注入活力。</p> <p>(3)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，每天下午 3 點到晚上 10 點辦理「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，更結合「2008 高雄購物節」、「海洋博覽會」，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。「2008 夏日高雄」系列活動也規畫整體視覺意象，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。</p> <p>(4)12 月 31 日在夢時代廣場舉辦 2009 高雄市跨年晚會活動，邀請</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二. 視聽宣導</p>	<p>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，強力宣傳本市建設成果。</p> <p>5. 交通安全宣導</p> <p>(1) 平面媒體宣傳：發佈新聞稿，配合宣導交通有關新聞，並適時提供新聞稿，供大眾傳播媒體刊登。另與大眾電台「KISSCLUB」刊出月刊交通安全 GOGOGO 宣傳專頁，宣導道路交通安全重要政策與措施外，並回答民眾有關交通相關問題之疑問。</p> <p>(2) 電子媒體宣傳</p> <p>① 廣播電台宣導：透過高雄廣播電台與大眾廣播電台製播交通安全宣導節目，並於高雄廣播電台節目中插播交通安全宣導短語。</p> <p>② 交通安全宣導短片：委託本市有線電視系統業者製作5支交通安全宣導短片，於本市4家有線電視頻道及第3頻道(公共頻道)排播，自97年10月至12月共播出1,100檔次。</p> <p>③ 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>1. 委製電子媒體行銷案及拍攝電視宣導短片</p> <p>(1) 委託三立、年代、民視、東森、TVBS 等衛星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。</p> <p>(2) 辦理 2008 左營萬年季電子媒體行銷案，委託民視及凱騰國際兩家廠商，分別於民視無線台、民視新聞台、三立新聞台、三立台灣台、年代新聞台等頻道，以新聞專題報導、新聞出機採訪、SNG 連線、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宣傳，以擴大觀光效益。</p> <p>(3) 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，不但滲入生活，也對高雄市的景觀再造注入新活力。就捷運站體之公共藝術家加強行銷，不僅提升本市城市美學形象，同時吸引全國觀光客。</p> <p>(4) 辦理「重現西子灣」電子媒體行銷案，委託三立、TVBS 兩家媒體，針對西子灣彎月沙灘復育工程進行新聞專題製作及活動出機報導。</p> <p>(5) 辦理「幸福雙棲 暢遊高雄」電子媒體行銷案，委託三立、年代針對河港觀光資源整合之現況，規劃城市行銷系列專題報導。</p> <p>(6) 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。11、12 月份辦理</p>



重要施政項目	執行成果與效益
<p>三. 對國際性之宣導與聯繫</p> <p>肆、編印市政宣導書刊</p> <p>一. 發行「高雄畫刊」雙月刊</p>	<p>「愛河之心」、「愛河之心溯航」電子媒體行銷案。</p> <p>(7)辦理「發現新高雄」電子媒體行銷案，委託三立、民視、TVBS 三家媒體針對本市重大施政成果及活動，進行相關報導，擴大行銷效益。</p> <p>(8)辦理「幸福向前行」電子媒體行銷案，委託東森、民視及三立三家媒體，規劃相關市政行銷新聞專題報導，及市政新聞活動出機。</p> <p>2. 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> <p>(1)配合市長就職兩週年，製作中、英、日語三種版本之市政績效篇影帶專輯，作為出國參訪拜會行程或接待外賓、國際媒體參訪團之簡介影帶，增進城市行銷效益。</p> <p>(2)拍攝 10 秒「向小摺致敬篇」影片在民視無線台、三立新聞台、中天娛樂台、中天新聞台、中天綜合台、民視新聞台、東森新聞台、東森電影台、東森洋片台、衛視電影台、衛視音樂台、MTV 音樂台、緯來日本台、緯來綜合台、緯來體育台、緯來戲劇台及 ESPN 等 17 個頻道播出。</p> <p>(3)拍攝 40 秒「高雄世運準備篇」影片，並辦理 2008 世運形象廣告時段購置案，於 TVBS-N、TVBS、中天新聞台播出。</p> <p>(4)配合本府節慶活動「愛戀西灣 夏日高雄」大型活動，拍攝夏日高雄 30 秒 CF，密集於各頻道強力播送，大力行銷本府河港觀光資源特色，吸引遊客到訪。</p> <p>4. 辦理 520 總統就職國宴相關媒體服務與新聞發佈工作，接待外賓並宣揚本市積極建設之成果。</p> <p>1. 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。</p> <p>2. 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。</p> <p>3. 10 月 25 日於香港舉行「驚豔高雄 相約 2009」國際行銷活動，邀請歌手蔡依林現身參與，藉此吸引全世界目光，為 2009 高雄世運打響名號。</p> <p>4. 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。</p> <p>出刊內容以單元主題方式編輯，包括高雄市的施政重點、人文發展等。本年度出刊 5 期市政專刊，以圖文相輔記錄高雄市的發展，分別於 5 月出版「高雄捷運有藝思」、7 月出版「高雄四個百年之高雄港風雲篇」、9 月出版「打造城市美感 展現優質風貌」、10 月出版「高雄鐵</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二. 發行「Maritime Capital 海洋首都」中英文雙月刊</p> <p>三. 發行不定期刊物</p>	<p>道百年風雲」、12月出版「布袋戲百年風華 愛河展演動人心」，每期發行5萬冊。提供駐外單位、本府顧問、科長以上人員、本市里長、立委、民代、媒體、圖書館、機關學校、社團、作家贈閱，並放置區公所服務台、市立醫院、市立美術館、市立圖書館暨各分館、文化中心、市立歷史博物館、高雄市立社教館、高雄市電影圖書館、小港機場旅遊服務中心、高雄火車站旅遊服務中心、旗津旅遊服務中心、高雄市風景管理所、蓮池潭服務中心、國立科學工藝博物館服務台、高雄都會公園、高雄市願景館、城市光廊、新堀江服務台、青年書店、金石堂書店高雄縣市各分店、誠品書店(夢時代店、大統和平店、大遠百店)、水漾愛河、陽光愛河、漁人碼頭、真愛碼頭、家樂福高市5家分店、布蘭奇研磨咖啡連鎖店、蓮潭國際文教會館、高雄市國軍英雄館、捷運紅橘線捷運站等，共計100多個定點供民眾索閱。</p> <p>每雙月出刊，每期發行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。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 編印「高雄達人捷運通」中文版摺頁10萬份、英文摺頁7,500份，透過簡明的捷運地圖，搭配捷運週邊的觀光景點、購物商圈等介紹，期鼓勵民眾多多搭乘捷運遊賞水高雄。</li> <li>2. 編印「高雄達人雙輪戀」25萬份，介紹本市的7條自行車道，結合本市山海河港各景點的自行車路網，並介紹附近的美食和觀光景點，讓前來本市觀光的遊客輕鬆體會高雄的魅力之美。</li> <li>3. 編印「高雄山海河港」系列摺頁2千套，採中、英、日文版三合一方式呈現本市山、海、河、港瑰麗的景致。</li> <li>4. 編印「高雄更新」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。</li> <li>5. 編印「鐵馬自由行」高雄市7大自行車遊憩路線中文摺頁3萬份，供民眾參考。內容為本市7大自行車遊憩路線文字敘述及一張整合有全部路線的地圖，期讓民眾單車上路時便於攜帶。本摺頁放置於本市自行車店、旅客服務中心等地方。</li> <li>6. 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1000本，與TOGO雜誌發行25000本。</li> <li>7. 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15000本。</li> <li>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</li> </ol>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>四. 利用網路資源行銷城市特色</p>	<p>民眾索取。</p> <p>9. 印製 2009 年年曆風景明信片 17,600 份，以宣傳市政及世運。</p> <p>10. 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。</p> <p>11. 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。</p> <p>1. 整合「高雄畫刊」、「鼓聲市府月刊」、「河港快樂頌電子報」三種刊物建置『高雄電子期刊』入口網站，定期發行電子期刊、電子報：  (1)「高雄畫刊」以主題導向方式企劃編輯，並加入高雄在地特色、人文藝術、社區關懷等，提昇城市意象及城市知名度。每月發行電子期刊，97 年共發行 10 個月，每月以電子郵件寄送予民眾約 15 萬人次。  (2)「鼓聲市府月刊」以本府員工為主要發行對象，透過市政建設及城市發展願景，提供員工發抒建言及市府各單位溝通意見的管道。97 年共發行 10 個月，發送予全體同仁，並上傳高雄電子期刊入口網，提供民眾自由瀏覽。  (3)「河港快樂頌電子報」以市政活動、觀光旅遊、藝文展演等資訊為主，加強都市行銷。每雙週發行電子報，97 年 10 個月共發行 21 期，每期以電子郵件寄送予民眾約 15 萬人次。</p> <p>2. 不定期設計寄送電子賀卡，賀卡內容同時傳達市政成果及最新市政訊息，鼓勵民眾參與，每次以電子郵件發送予民眾約 15 萬人次。</p> <p>3. 入口網辦理「高雄最美」徵文活動，鼓勵民眾撰文傳揚對高雄市的美和感覺及感動，並於選出得獎作品後，將作品登載於網站專屬網頁，與所有網友分享。</p> <p>4. 將每期出版之「高雄畫刊」、「鼓聲市府月刊」電子期刊，及「海洋首都中英文雙月刊」等定期出刊內容，及「高雄達人捷運通」、「高雄達人雙輪戀」等不定期出版刊物內容上傳本處網頁，讓民眾透過本處網站，也能認識高雄之風土人情與施政建設和政策。</p>
<p>五. 辦理都市行銷活動</p>	<p>1. 辦理「高雄行動館」系列  (1)自 10 月起於捷運 02 鹽埕埔站行人徒步區各舉辦 6 場活動以再現鹽埕風華。活動之主軸為「光復鹽埕，活絡商機，發展影音產業」，並呼應未來的流行音樂中心將設立於 11 至 15 號碼頭，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，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」，另外自 11 月 1 日起連續 4 周週六或週日舉辦超偶幫(10 人)、楊丞琳、卓文萱、星光三少(3 人)等歌手藝人簽唱會、發片會。  (2)配合人權日活動，協助臺灣人權協會與市府中庭舉辦人權攝影展</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>。</p> <p>2. 推廣城市商品：配合 2009 世運推出包含本市愛河、碼頭、城市光廊等意象之馬克杯、杯墊、環保袋等城市商品，進行城市行銷。</p> <p>3. 辦理市政行銷及 2009 高雄世運宣傳：</p> <p>(1) 授權台灣吉而好股份有限公司獨家進行 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。</p> <p>(2) 委託中國時報系於 7 月時編印「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。</p> <p>(3) 於 7 月舉辦世運贊助商-家樂福合作簽約記者會，家樂福臺灣區總經理杜博華、IWGA 主席 RON 及陳菊市長市長親臨指導。</p> <p>(4) 7 月舉辦世運贊助商 7-ELEVEN 合作簽約記者會，期能透過 7-11 之強大通路效果行銷世運。</p> <p>(5) 10 月舉辦「體操」、「合球」、「滾球」及「滑水」等暖身賽場館周圍之主次要道路，懸掛 1,600 組世運暖身賽路燈旗，以行銷並強化暖身賽之視覺效果。</p> <p>(6) 10 月配合「體操」、「合球」、「滾球」及「滑水」等暖身賽事，辦理相關場地之視覺佈置以彰顯賽事之可看性，並設置定點及指向標示，以利選手、裁判觀眾動線之區分，俾使賽事順利進行及落幕。</p> <p>(7) 10 月印製「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。</p> <p>(8) 10 月印製「2009 世運暖身賽系列」摺頁，中文 5 萬份、英文 1 萬份，發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。</p> <p>(9) 於 11 月舉辦世運商品旗艦店開幕記者會，藉由模特兒專業之走秀，展現世運商品之設計與時尚感，以行銷高雄世運。</p> <p>(10) 12 月舉辦世運商品通路招商記者會，藉由學生模特兒之走秀，強調世運商品之健康與活力感，展現本市陽光與不斷律動之美感。</p> <p>(11) 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。</p> <p>(12) 製作世運吉祥物水精靈紀念品。</p> <p>(13) 設計 2009 高雄世運海報樣稿，2009 年印製完成後分送外交部等駐外單位，供其張貼於外館，以利行銷世運。</p> <p>(14) 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。</p>



重要施政項目	執行成果與效益
	<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；與第一科技大學應英系合作「世運 ABC」單元，週一至週五播出；製播「新聞英語通」及「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>3. 活動方面：</p> <p>(1)配合高雄燈會，於愛河邊製播 5 場次「燈會現場 LIVE SHOW」戶外廣播秀節目，向南台灣及現場民眾強行銷高高雄燈會、2009 世運及宣導交通安全。</p> <p>(2)為加強行銷高雄在地特色，97 年 6 月配合台慶策畫【新台灣之子大步向前行】關懷新移民並推廣單車生活之大型活動及系列活動及講座。</p> <p>(3)為行銷世運，97 年 4 月於第一科大舉辦世運前進校園活動；97 年 6 月配合龍舟賽於愛河畔舉行腦動運轉世運猜謎及有獎徵答活動；9 月舉辦「舞動世運中秋聯歡晚會」。</p> <p>(4)每年 2 次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。此外，加強社區參與，舉辦古典音樂、保健及美食 DIY 等講座。</p> <p>(5)配合行銷世運，與鼓山高中及內惟國小合辦「美力 DJ 創意營」及「廣播藝起來」廣播營。</p> <p>(6)配合本府及民間社團協辦「2007 夏日高雄系列活動」、「剉咧等. 呷冰-高雄剉冰王」、「高雄街道英語標章認證」、「HIGH 浪獨立音樂創作大賽」、「外交部外交小尖兵活動」、「2007 左營萬年季」、「公視關懷外籍配偶活動」、「幸福高雄單車之旅高雄市自行車道推廣活動」等多場活動。</p> <p>4. 市政宣導行銷方面：</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」、「防禽流感/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，一年來接受民眾申訴及各反映意見共計一百餘件。</p> <p>5. 因應天災變故機動做法：</p> <p>7至10月蕃蜜、辛樂克及鳳凰颱風來襲及豪雨成災，電台多次機動</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三、工務維護管理</p>	<p>調整為24小時播音，並立即停播正常節目改現場播報防颱防災路況等相關訊息並開放民眾call in，善盡媒體服務及守望相助功能。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 擴大服務範圍，提昇播音品質 <ol style="list-style-type: none"> <li>(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。</li> <li>(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。</li> <li>(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。</li> <li>(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。</li> <li>(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。</li> </ol> </li> <li>2. 嚴密維護保養機器，提高設備使用效果 <ol style="list-style-type: none"> <li>(1)中寮發射站緊急柴油發電機年度保養及電氣檢驗。</li> <li>(2)總台緊急柴油發電機年度保養及電氣檢驗。</li> <li>(3)本台空調系統每月、每季及年度保養。</li> <li>(4)本台各錄播音室清潔及系統測試保養。</li> <li>(5)調頻發射系統年度保養。</li> <li>(6)調幅發射系統天線鐵塔油漆、校正及拉線保養。</li> <li>(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。</li> <li>(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。</li> <li>(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。</li> </ol> </li> </ol>
<p>陸、電影圖書服務</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>一. 充實典藏電影文物及圖書影片</li> <li>二. 辦理影展活動</li> </ol>	<p>已購置電影文物約 4 千餘件，中外圖書 5,100 餘冊，館藏影片 5,400 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> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以「天天有電影，月月有主題」為工作目標，辦理主題影展或影像專題，本年度辦理情形如下： <ol style="list-style-type: none"> <li>01月：特效奇航影像專題、溫馨愛情影像專題、卯上主流—「反」媒體與文化影展。</li> <li>02月：電影導演·電影官—廖祥雄導演影像作品選集、和平紀念影像專題。</li> <li>03月：高雄體育季之運動電影選集、電影與精神醫學專題。</li> <li>04月：童心童玩影像專題、閱讀電影影像專題、2008民族誌影展巡</li> </ol> </li> </ol>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三. 電影教學研習</p>	<p>演、2008台灣地方志影展。</p> <p>05月：德光掠影—德國歷史三部曲影展、母親節影片選集、傳動影藝—2008臺灣青年音像創作聯展。</p> <p>06月：世界環境影片集、2008加台人權影展、2008國民戲院：關於電影的電影。</p> <p>07月：愛河畔的夏季回憶—童心動畫展、STAR夏日電影院。</p> <p>08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。</p> <p>09月：獨立製片影像專題、開眼見錢五部曲影展。</p> <p>10月：電影中的高雄影像專題、華語電影論壇、高雄電影節。</p> <p>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。</p> <p>12月：南方影展、歐洲魅影巡迴展、國際人權影展巡迴展。</p> <p>2. 辦理「高雄動起來—97 行動電影院」及「星光電影院」活動，自5月起至12月巡迴高雄市不同社區播映優質影片，計有苓雅區、新興區、鼓山區、小港區、左營區、前鎮區、三民區、楠梓區等8場次。</p> <p>3. 辦理「2008 高雄電影節」活動，舉辦期間自10月24日至11月6日止，以「鬥魂」為精神，規劃豐富多元的電影藝文相關活動，包括主題影展、校園巡迴播映、雄影講座、48小時拍片大挑戰、高雄城市靈魂短片競賽、一日收票員等。</p> <p>4. 辦理以南台灣為主體的影展活動</p> <p>(1) 結合南臺灣大專院校之視傳、藝術相關科系，於5月24日至6月1日，辦理「傳動影藝—2008 台灣青年音像創作聯展」，為影像創作新鮮人建立交流觀摩平台。</p> <p>(2) 11月29日至12月7日，與台灣南方影像學會辦理「2008 南方影展」，以鼓勵華語獨立製片、建立南台灣觀影文化主體性為活動目標。</p> <p>5. 展示廳不定期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</p> <p>(1) 「特效奇航—解開電影數位特效之謎」特展，展期自1月1日至5月4日。</p> <p>(2) 「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。</p> <p>(3) 「高雄城市紀事」特展，展期自10月17日至12月21日止。</p> <p>(4) 「跟著電影去旅行」特展，展期自12月26日至98年4月26日止。</p> <p>6. 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。</p> <p>1. 96年12月29日起至97年3月8日止，辦理「HD 電影製作：電影進階編導班」。</p>



重要施政項目	執行成果與效益
	<p>2. 6月21日邀請臺南藝術大學教授孫松榮、影評人林木材辦理「從《風櫃來的人》看城市流變」電影論壇。</p> <p>3. 10月19日至10月23日，邀請黃玉珊導演等學者辦理「華語電影」論壇，主題為「合資電影與獨立製片」。</p> <p>4. 不定期安排映後座談，邀請導演或專家學者座談、與觀影者交流，使觀影者更能深入瞭解影片意涵。</p> <p>5. 接受各級學校暨機關團體預約導覽，使民眾接觸電影相關文物，並了解如何運用電影圖書館。</p>
四. 編印期刊、專刊	<p>1. 本年度編印12期活動節目月訊，每月份數1萬5千份，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。</p> <p>2. 出版「時光流影—高雄市電影圖書館典藏文物專輯二」乙書，在臺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，就本館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。</p> <p>3. 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、行銷影片及本館規劃映演主題之參考。</p>
五. 提升影音設施品質	<p>3樓大放映廳增設投影設施一套，配合投影放映之影片播映時之比例規格，以提升民眾臨場觀影品質。購置20吋高畫質液晶電視8部、一般DVD放影機16部、耳機8部，汰換2樓個人視聽室故障機台，以達全系統正常運作。</p>
六. 機器維護保養	<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>
七. 製作拍攝高雄市相關影片	<p>辦理「高雄城市紀事影片拍攝」案，共完成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。</p>
八. 「幸福小站」營運服務管理	<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>
九. 設置自行車停放設施	<p>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。</p>

