

# 貳拾參、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. 依據電影法及其施行細則，辦理電影片映演業之設立、變更登記，目前本市計有 19 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電影片映演業確實依法執行電影分級制度，102 年 7 月至 12 月共實施臨場查驗 82 家次，未發現違法情事。

### (二) 錄影節目帶業之輔導與管理

1. 依據廣播電視法暨其施行細則、廣播電視節目供應事業管理規則等法令規定，辦理錄影節目帶業之設立、變更登記，102 年 7 月至 12 月辦理錄影節目帶業之變更登記共 5 件。
2. 會同本府警察局查察錄影節目帶業是否有販售違法錄影節目帶(含影音光碟)，並實施分級制度輔導，102 年 7 月至 12 月共查察 56 家次，查獲違法光碟計 610 片，移送文化部影視局核處。

### (三) 平面媒體刊登違法色情廣告之處理

1. 依據兒童及少年性交易防制條例第 33 條規定，訂定「高雄市政府違反兒童及少年性交易防制條例第 33 條第 1 項規定事件裁量基準」，辦理平面媒體刊登違法色情廣告之處理。
2. 由警察局循線查獲性交易事實，轉本府新聞局裁處之違規廣告，102 年 7 月至 12 月共移送 23 則報紙疑涉違反刊登色情廣告，共裁處 3 件，罰鍰新台幣 15 萬元。

### (四) 有線電視業之輔導與管理

1. 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爭議，立即請業者派員至現場查勘或會同相關單位予以處理，並將附掛之纜線重新規劃整理或拆除，102 年 7 月至 12 月共處理 132 件次(慶聯 42 件、大信 12 件、港都 28 件、大高雄 4 件、鳳信 34 件、南國 12 件)。
2. 加強有線電視系統輔導管理工作，訂定「高雄市政府處理違反有線廣播電視法事件裁罰基準」，102 年 7 月至 12 月持續查察系統業者插播廣告及購物頻道違規情形，插播廣告部分，102 年下半年未發現違規情事；購物頻道部分則裁處罰鍰 49 件(金額合計 1,492 萬元)。
3. 依據有線廣播電視法暨施行細則相關規定，成立「高雄市政府有線廣播電視系統費率委員會」，由傳播學者、財經學者專家、消費者團體代表、會計師、律師、通訊網路學者及市府代表共計 11 人組成，以保障市民收視、消費權益。
4. 本市 4 家有線廣播電視系統基本頻道收視費標準：慶聯、港都等 2 家每月每戶維持為 500 元、鳳信每月每戶為 510 元、南國每月每戶為 550 元。對於社會局登記有案之低收入戶，除基本頻道收視費以 1/3 收費為上限外，亦免收裝機費、分機費、復機費、移機費等費用。
5. 不定期邀請各家有線電視業者開會檢討業務改善措施及需配合

宣導事項，102年7月至12月共辦理2次。

(五) 公用頻道之開播及推展

1. 利用網路及設備傳輸工具，整合有線電視系統業者自製新聞(鳳信新聞、南國新聞及港都新聞)至慶聯有線電視排播，每日於7:00至8:30、10:00至10:30、12:30至14:00、15:30至16:00、17:30至18:00、19:00至20:30等時段讓本市有線電視收視民眾透過公用頻道收看當天即時之在地新聞。
2. 公用頻道節目內容包括
  - (1) 教學性節目：高雄市立空中大學、空中美語。
  - (2) 市政新聞專題節目：幸福高雄。針對本市在地市政活動，製作新聞專題節目，另為服務不同收視族群，於10月特別新增台語發音版，102年7至12月共製作國語發音22集、台語發音6集。
  - (3) 各地活動節慶及大型活動紀錄
    - ① 內門宋江陣活動節目精華剪輯專輯—共製播長度至少4小時以上(含片頭、側標等前製及後製作業，內容含開幕、閉幕及重要活動等)，另製作長度1小時精華版本。
    - ② 2013APCS 高雄之夜演唱會實錄—讓市民重溫演唱會實況，經新聞局影音小組後製，於10月起每週六、日晚間9點至11點於本市公用頻道(CH3)播出。
    - ③ 「黃色小鴨高雄首站」文化創意節目全紀錄—共製播4集全紀錄節目，及1集活動精華版。
    - ④ 大彩虹音樂節—將活動當天現況剪輯播出，共製播5集節目。
  - (4) 國際活動剪輯
    - ① 亞太城市高峰會精采剪輯。
    - ② 世界運動舞蹈大賽精采剪輯。
  - (5) 行銷在地特色休閒旅遊節目
    - ① 高雄38條通—共製播70集節目，每集長度30分鐘。
    - ② 玩客瘋高雄—共製播35集節目，每集長度30分鐘。
    - ③ 聚焦高雄—共製播10集節目，每集長度10分鐘。
    - ④ 高雄不思議-手機短片甄選活動—共製播11集節目。
  - (6) 藝文展演活動節目：挑三揀視—藝文節目甄選平台—共製播62集節目，每集長度120分鐘。
  - (7) 災後紀錄片節目：走過八八風災-災區重生實錄—共製播30集節目，每集長度30分鐘，詳實紀錄報導原鄉重建三大主軸-基礎建設、產業重建及家園重建之歷程。
3. 公用頻道行銷宣導
  - (1) 平面媒體部分
    - ① 報紙廣告共2篇：分別於6月25日及10月16日在台灣時報等報刊登廣告宣導。
    - ② 摺頁共2款：於大型活動、各區公所、公共場所發放，共10萬份。
    - ③ 黃色小鴨畢業證書：適逢黃色小鴨高雄展出期間，與公用頻道宣傳暨有線電視收視戶權益宣導元素結合，設計1款A4單面廣告，並預留小鴨紀念戳章空白處於閉幕當日

發放，索取踴躍造成廣大回響，並吸引各大媒體爭相報導。

- (2) 其它媒體宣傳：  
計辦理 2 場記者會，每月並邀請新聞局或公用頻道推動委員會之委員錄製宣導公用頻道節目廣告。
- (3) 開辦公用頻道影視製作培訓班：  
為培植公用頻道節目製作專業人才，特別開辦「映像高雄」數位動畫影視製作課程供市民免費報名辦理。

## 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，陳報各級長官，並分送相關局處參辦，102 年 7 月至 12 月計剪輯報紙新聞資料逾 19,185 則、蒐集電視新聞摘要 15,709 則。
- (二) 新聞發佈  
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，並上網供民眾閱覽，102 年 7 月至 12 月共發布 535 則。於議會市政總質詢期間(102 年 11 月 8 日至 12 月 9 日)，成立議會小組發佈新聞稿共 21 則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。
- (三) 媒體服務
  1. 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，102 年度 7 月至 12 月舉辦之重要記者會摘述如下：
    - (1) 9 月 30 日辦理「高雄城市影像紀錄片」開播記者會。
    - (2) 10 月 23 日協助本府衛生局、消保官等召開食品安全記者會。
    - (3) 11 月 25 日與工務局合辦 102 年高雄市光電智慧建築影像紀錄成果發表記者會。
    - (4) 12 月 25 日辦理市長就職三周年記者會
- (四) 配合市長、副市長及本府各局處出國隨行採訪  
陪同市長於 8 月 9 日至 8 月 14 日出訪天津、深圳、廈門、福州等城市參訪交流，邀請其率團參加 2013 亞太城市高峰會。

## 三、辦理媒體行銷

- (一) 電子媒體
  1. 辦理 102 年電視市政資訊廣告短片攝製暨廣告時段購置事宜，使本市各項市政推動情形、族群多元文化、農漁牧特產、觀光資源、產業發展、特色慶典及重大活動等，更為市民及全國民眾瞭解、認同。
  2. 邀請亞洲天團五月天擔任高雄城市代言人，以行銷本市宜居城市意象及各項軟硬體建設之施政成果，並宣導便捷、順暢、安全之大眾運輸工具及道路交通安全觀念。
  3. 辦理 2013 第一屆世界運動舞蹈大會宣傳暨電視轉播，紀錄活動精采賽事，民眾亦可透過電視媒體收看，提升市民對高雄辦理國際運動大會的認同感。
  4. 攝製亞太城市高峰會中、英、日文宣傳短片，向國際行銷本市獨有城鄉風貌、多元文化、農漁特產及各項軟硬體建設成果。
  5. 辦理 102 年永續高雄都市行銷短片事宜，邀請超馬好手陳彥博拍攝「看見高雄堅持向前」短片，並於高雄不思議 YOUTUBE、公用頻道、中華航空機上廣告、高鐵、東森等電視頻道播出宣傳。

6. 為加強宣導市政軟硬體建設施政成果行銷，透過本市 4 家有線電視台排播高雄大型活動宣傳廣告、2013 年第一屆世界運動舞蹈大賽行銷短片…等宣導。
7. 拍攝 102 年度大型活動行銷短片，加強行銷本市各項大型活動。
8. 協助工務局宣傳本市重大工程技術及環境營造成果，紀錄高雄市光電智慧建築影像，並透過 3 家電視台協助播放宣傳，以吸引全球對於高雄之關注，提升觀光、經濟產業效益及城市競爭力。
9. 與國際知名頻道 Discover 合作製播高雄城市影像城市紀錄片，並於 102 年 10 月透過該頻道播出，在亞太地區 33 個國家，6 種語言，3 大頻道等至少播出 628 次，以提高本市國際知名度及能見度。

#### (二) 平面及網路媒體

1. 辦理「最愛高雄-國際級的幸福城市」廣告特輯。
2. 辦理「2013 我愛高雄-熱活精神造就文創新港都」廣告專輯企畫。
3. 辦理亞太城市高峰會宣傳廣告及城市建設廣告。
4. 為加強行銷本市推動國際宜居城市績效及城市形象，透過各大平面媒體刊登廣告宣傳。
5. 辦理 2014 年農民曆「宜居城市」市政行銷廣告。
6. 辦理平面廣告刊登，行銷「亞洲新灣區-高雄展覽館」。
7. 辦理平面廣告刊登，型塑本市綠能減碳、永續家園形象。

#### (三) 多元媒宣案

1. 運用台鐵高雄站跨站長廊文化棧道刊掛燈箱廣告，進行市政活動宣傳。
2. 為擴大 2013 亞太城市高峰會行銷宣傳，並強化民眾道安意識，減少交通事故發生，運用戶外媒體 39 處，計 43 面帆布刊掛宣傳。
3. 辦理亞洲新灣區及亞太城市高峰會識別形象設計，以提高亞洲新灣區及 APCS 亞太城市高峰會之意象在國內、外活動及媒體上露出之效果更加具體顯著。
4. 舉辦高雄新創業精神論壇，將本府施政之創新精神與理念與產學界相互交流，以深度論壇方式，探討創新精神典範與產業成功經驗，並藉此宣揚本府市政建設。
5. 辦理廣播媒體行銷事宜，以廣告露出方式播放「高雄展覽館」、「市公車免費搭乘」、「2013 國際宜居城市獎」等廣播帶。
6. 辦理公車車體刊登「8 月 30 日國際鯨鯊日 鯨鯊公車上路」宣傳活動事宜，提升市民保育鯨鯊意識。

#### (四) 道路安全宣導業務

執行 102 年度院頒「道路交通秩序與交通安全改進方案」，運用下列各項宣導管道及創新作為，加強用路人重視道路交通安全政策與維持良好交通秩序，並經中央視導考評，本府新聞局榮獲 102 年金安獎安全宣導組單項成績第一名，相關宣傳成果列述如下：

##### 1. 媒體宣傳

- (1) 於本市 15 處公車候車亭燈箱刊登道安宣導廣告，宣導「不酒駕、不飆車」、「騎車戴安全帽」等。
- (2) 辦理道路交通安全平面媒體廣告，分別於 102 年 4、6、11 月刊登「不酒駕超速與不當低頭族」、「不酒駕·加強取締」、「長輩交通安全」、「行車禮讓-用路順暢」。

- (3) 運用戶外媒體刊掛道路交通安全帆布廣告，共計 39 處、43 面，宣導「轉彎車禮讓直行車」、「行車勿使用手機」等。
  - (4) 為傳遞機車兩段式左轉、不飆車及汽車後座繫安全帶、不酒駕、禮讓行人與行車勿做低頭族之年度交通安全觀念，透過本市 4 家有線電視台排播「馬路上微笑的花」道安短片宣導。
  - (5) 辦理大眾傳播媒體交通安全宣導，透由高捷電視、全家便利商店、麥當勞多媒體影音電視及 7-11 電視等處播放短片，以減少交通事故之發生。
  - (6) 製播 102 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，藉由電台廣播的方式及製播創意，向市民宣導正確的通安觀念。
  - (7) 製作高雄城市代言人五月天之相關道安宣導品，包含相框、帆布袋、隨行杯、雨傘、資料夾、大扇子。另有宣導摺頁、紋身貼紙、小書包…等，於道安有獎徵答活動時贈送民眾。
2. 製播宣導短片
- (1) 辦理 102 年度交通安全宣導短片製播，宣導行車禮讓及防制酒後駕車。
  - (2) 辦理 102 年交通安全宣導電視節目製播案，拍攝短片宣導騎乘機車安全。
3. 活動配合
- 配合各局處都市行銷活動或民間自辦活動，分送民眾交通安全宣導品，於日常生活中落實道安觀念。
- (1) 配合協助舉辦「森林公園健走暨道路安全宣導音樂會」、「全民國防教育暨道路交通安全宣導音樂會」、「高雄市第 30 屆春秋盃書法寫生比賽頒獎典禮暨道安宣導活動」、「學校志工聯誼暨道安宣導活動」、「促進健康預防保健暨道安宣導活動」共計 5 場次。
  - (2) 配合地區活動進行道安宣導：於本市旗山、大樹、楠梓等區公所舉辦的特色活動中，設立攤位進行道安宣導有獎徵答，透過與民眾互動擴大宣導效益。

#### 四、錄製市政行程活動影片

錄製市政各項重要活動，作為市政建設視聽資料，提供電視台運用，以利市民瞭解相關政府施政作為及成果。

#### 五、維繫媒體公共關係

##### (一) 國內媒體

1. 配合舉辦各項大型活動，協助發送採訪證。
2. 提供媒體通訊錄、局處主管通訊錄、2013 月曆等。
3. 邀請本市主跑新聞局之文字記者與攝影記者於 12 月 8、9 日參訪田寮月世界、六龜寶來、甲仙等地。

##### (二) 國際媒體

於國際媒體人員來本市參訪或拍攝時，提供接待、拍攝景點建議、相關市政建設參訪行程安排聯繫等服務。計有協助：

1. 接待「中國大陸优酷生活頻道責任編輯晏欣、北京大學學生」計 10 名參訪。
2. 接待亞太城市高峰會來自各國媒體，包含熊本電視台、J MOVE、

新華通訊社、深圳電視台、廈門衛視等計 28 人參訪。

3. 接待 APEC 國際記者，包含世界報導、公營北德電視台、指南日報、每日新聞、週刊朝鮮、馬尼拉時報等計 12 人參訪。
4. 接待國慶國際記者訪團，包含環球日報、匈牙利日報、民生報、大眾日報、第三日報、ABC 彩色報周日專刊、最新時刻報、宇宙日報、巴拿馬星報等計 47 人參訪。

## 六、辦理城市行銷活動

- (一) 辦理「黃色小鴨 台灣首站—高雄」展出活動，從 9 月 19 日起至 10 月 20 日止，長達 32 天，全天候 24 小時，在光榮碼頭開放給國內、外遊客參觀，創新活動辦理形式。總計吸引 390 萬參觀人次，帶來 10 億元以上的觀光效益，並且除了國內各家電視台在活動期間以 SNG 車現場連線和平面報章媒體採訪報導外，國際外電等也紛紛以大篇幅報導，包括美聯社、法新社、美國之音、美國廣播公司、彭博商業周刊、美國華盛頓郵報、日本富士新聞、歐洲新聞台及 CNN 新聞旅遊網首頁頭條等，是提升高雄市國際能見度最好的城市行銷。
- (二) 與民間合作舉辦「大氣球遊行」活動，近 30 組超人氣卡通造型氣球、人偶及 15 組表演團隊，吸引約 25 萬人潮親子同遊，市府團隊與超夯的縮小版黃色小鴨，及各局處可愛的造型人偶、三太子逗陣參與遊行，讓在場的大小朋友歡渡愉快的周末假期。
- (三) 辦理「WOW 高雄！2014 不思議港都跨年夜」活動，由亞洲天團五月天揭開序幕，情歌王子林俊傑擔綱壓軸重任，兩大天王獨家在高雄跨年夜獻唱，帶給大家難忘的音樂饗宴。此外，還有宥勝、郭靜、朱俐靜、嚴爵、MP 魔幻力量、何潤東等接續 High 翻港都跨年夜，並獨家邀請歡度 40 週年的 Hello Kitty 來台，吸引超過 60 萬人次一同跨年。

## 七、編印定期及不定期刊物，加強行銷高雄

### (一) 定期刊物

1. 電子期刊、電子報企劃發行及編印「高雄畫刊」紙本。
  - (1) 「高雄畫刊」電子期刊，以主題導向方式企劃編輯，並加入高雄的重大建設與政策、人文發展、社區關懷，記錄高雄的城市風情，清楚掌握高雄市的成長過程，亦認識為這個城市付出心力的相關人物。7 月至 12 月共發行 6 期，每月發送約 6 萬餘人次。
  - (2) 「今日高雄」電子報採雙週發行，以市政活動、產業發展、觀光旅遊、藝文展演、農特產品、地方美食等資訊為主，接觸民眾生活層面，使讀者了解當地發展現況與施政遠景，加強都市行銷。7 月至 12 月共發行 12 期，每期發送約 6 萬餘人次。
  - (3) 配合父親節、中秋節設計寄發電子賀卡，每次約發送 6 萬餘人次。
  - (4) 另將每兩期「高雄畫刊電子期刊」內容編印為「高雄畫刊」紙本雙月刊，每次印行 45,000 冊，置於飯店、車站、捷運站、機場、書局、景點及賣場等 160 多個地點供民眾索閱。
  - (5) 高雄畫刊第 14 期增印 2000 本，分送民眾閱覽。
2. 發行「海洋首都高雄」中英文雙月刊 Maritime Capital Kaohsiung

### (1) 刊物報導內容

以中、英文兩種語言提供本市不同的主題報導，內容主題含括本市國際交流消息、本市重大建設或政策、本市節慶活動及文化藝術、本市農林漁牧及各產業指標性代表、新建築、人文、景觀、人物專訪(包括高雄人及居住高雄的外國人)及美食報導，期能以深入淺出主題式探討方式，讓外界認識更不一樣的高雄。

### (2) 發行情況

每雙月發行 12,000 份，發行地點包括桃園國際機場、高雄國際機場、本市觀光旅館、本市藝文場所如文化中心、美術館等，本市觀光飯店、美國在台協會高雄分處、日本交流協會、新移民家庭服務中心、本市設有華語學習的大專院校等約 82 處地點，提供讀者免費索閱本刊物。

## (二) 不定期刊物

1. 編印「2013 高雄市簡介」繁體中文、英文、日文、韓文及簡體中文案。內容介紹本市在港灣城市(亞洲新灣區)、經貿產業、農林漁業、交通、社福、藝術節慶、觀光旅遊、美食、國際高雄等方面的發展現況，配合精彩圖片，期使外賓對本市現況能有全面的了解。
2. 與國內知名出版公司合作出版發現高雄城市特刊-「五月天高雄特輯」，透過高雄城市代言人五月天及包括作家、設計師、導演、攝影家、二代型農、餐飲烘焙達人、生態保育推手、音樂人等在地共 30 位朋友，以眼耳鼻舌身心六感，分享推薦市民及各地朋友一起來趟高雄風格小旅行，藉著到風格小店挖寶、走踏土地香氣、體驗高雄夜生活等，於國內超商、傳統書店及網路書店等通路發行，讓大家重新認識高雄新魅力，深度體會這個海派城市不思議的能量，帶動高雄新一波觀光熱潮，進而對高雄有更深層了解與感動。

## 八、網路行銷

### (一) 高雄不思議臉書

運用社群網站廣大的擴散力，加強行銷各項活動及市政建設措施，7 至 12 月宣導內容包括黃色小鴨展、路竹番茄、橋頭花海、岡山羊肉節、鼓山哈瑪星濱線祭、旗津山海路跑賽、道路安全、捷運自行車(city bike)、大氣球遊行、跨年晚會等，亦不定期舉辦抽獎活動，增進與 11 萬多粉絲的互動並持續增長粉絲數量。

### (二) 辦理行動通訊軟體暨網路平台行銷案

運用下載率極高的 LINE 行動通訊軟體，開通高雄市政府 LINE 官方帳號，即時提供民眾有關高市好吃好玩的各項活動、市政建設、藝文活動、出版、天災應變處理及停班課通知等訊息，並結合高雄不思議臉書等網路平台相互提高行銷成效。

## 九、加強高雄廣播電臺廣播功能

### (一) 加強製播優良節目，落實高雄電臺服務功能

1. 參加 102 年廣播金鐘競賽獲單元節目獎二項及藝術文化節目獎等共三項入圍。
2. 加強市政廣播行銷中心市政行銷功能  
將最新市政措施透過現場直播，讓市民可迅速得到資訊，同時行

銷市政，並可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 20 分鐘「行動市府」現場節目及 1 檔市政輿情回應、5 檔整點新聞；另每週製播 5 則「市政部落格」單元、5 則「高雄百寶箱」單元及 2 則市政行銷宣傳帶，深入且廣泛行銷大高雄市政。

3. 深入社區辦理行銷市政活動

102 年 9 月舉辦「食品安全」節目講座，吳月盈營養師主講；12 月 18-19 日辦理交通安全 call in 有獎徵答；12 月 31 日進行 2014 高雄跨年晚會實況轉播。

4. 配合黃色小鴨來高雄，9 月 16 日起至 10 月 20 日開闢專屬單元，每日與記者連線報導賞鴨最新現況。於亞太城市高峰會及世界運動舞蹈大會活動期間，每日報導活動最新情況。

5. 與本府客委會、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，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。

6. 配合市府大型活動及各區產業活動進行全面行銷，如大崗山蜂蜜文化節、岡山羊肉節、大社三寶文化季、大寮紅豆節、彌陀虱目魚文化節、茄萣烏魚文化節、永安石斑魚文化節、高雄電影節、六龜文化季、橋頭花田喜事、路竹番茄文化節、2014 跨年晚會等。

7. 分享頻道平臺、廣結民間資源，徵選公益社團參與製播節目，如：聲暉協會、世界和平會、雅文基金會、台灣消保協會、婦女新知協會、罕見疾病基金會及盲人重建院等，並協助露出藝文團體演出訊息，推廣藝文活動。

8. 關懷弱勢及服務少數族群

為關懷弱勢族群，製播關懷外籍配偶、外勞、同志議題及原住民文化節目之外，每日播出 3 小時客語節目；為營造外語學習環境，開闢「打狗英語通」英語節目及「三分鐘日語」單元，每日同步聯播英國國家廣播公司(BBC)節目 0.5 小時；另每日播出古典音樂節目 160 分鐘，服務愛樂者；開闢「活力高雄」節目，提昇藝文、閱讀及運動風氣。

9. 加強交通路況連線報導

於交通尖峰時段加強交通路況連線報導，並於 12 月 18、19 日擴大辦理交通安全 call in 有獎徵答，全日現場節目開放聽友 call in 回答交通安全題目，強化交通安全宣導。

10. 行銷南台灣觀光文化活動及資源

為促進南台灣生活圈資源共享，與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；另為擴大民眾生活訊息提供，與高美館、高雄電影館、高雄市圖書館、國立海洋生物博物館、國立科學工藝博物館、讀冊生活網路書店、聯合醫院、行政院農糧署及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。

11. 重要施政加強宣導

重點包括「十二年國教」、「防疫宣導」、「防腸病毒」、「防酒駕



及交通安全」、「新移民服務」、「太陽能政策及綠能城市」、「重大活動」、「城市行銷」、「大眾運輸」、「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」、「人口政策」、「勞工安全衛生」、「社會福利及安全」、「人權」、「生態環保」、「防溺」、「防火」、「菸害防制」、「調解委員會」、「消費者保護」、「犯罪被害人保護」等。

12. 開放本臺參觀，7月至12月計有內惟國小120位小朋友、文山高中、微遠基金會及客委會客語廣播班學員等參訪。
13. 因應蘇力、康芮及天兔等颱風來襲，延長播音共4日，提供颱風最新動態、防颱及交通等相關訊息。

(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，提供市民、聽眾最多的高雄市新聞。
2. 全程實況轉播縣市合併後高雄市議會第一屆第六次定期大會「市長施政報告」與「市政總質詢」，並加強報導市議會新聞，提供民眾即時資訊、增進民眾對市府及議會之瞭解。
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. 加強報導縣市合併後「高高平等」各項施政工作進行情形及莫拉克颱風災後各項重建工作進度及災區產業觀光推展。
5. 加強報導防汛、食品安全、消費安全、治安、交通安全、公共安全、勞工安全等保護市民生命財產相關新聞。
6. 加強報導高雄將舉辦黃色小鴨高雄首展、亞太城市高峰會、世界運動舞蹈大賽活動相關新聞。
7. 持續加強報導「高雄世界貿易展覽會議中心」、「海洋文化及流行音樂中心」、「高市圖書總館興建」、「水岸輕軌」等「亞洲新灣區」重大建設新聞。
8. 加強報導防治登革熱、狂犬病、禽流感、腸病毒各項措施及市民應注意事項相關新聞。
9. 報導「2013國際宜居城市獎高市獲四金四銀三銅」、「第21屆中華建築金石獎高市獲獎件數全國最多」、「光電設置申設同意數全國第一」、「公寓大廈管理中央考核高雄全國第一」、「市區道路養護管理績效考評高市獲得都會型類組優等」、「第五屆健康城市暨高齡友善城市獎」高市獲7項大獎、「全台首座ARM自動資源回收機啟用」、「鳳青重劃區東側30米聯外道路完成通車」、「茂林區多納國小新建工程完工啟用」、「旗津海岸線復育完工」、「打狗英國領事館文化園區開園」、「彌陀社福中心啟用」、「岡山公園整建工程啟用」、「路竹公園改造完工啟用」、「林園公10公園啟用」、「杉林大橋道路災修工程完工通車」、「推動數位內容產業發展」、「推動陽光屋頂計畫」、「推動友善建築」、「推動綠能及文創產業」、「推動婦女及生養孩子友善城市」、「無障礙計程車隊上路」、「1999高雄一指通APP上線」等施政成果新聞。
10. 配合高雄市「大汽球遊行」、「跨年晚會」、「高雄左營萬年季」、「各區特色活動」、「高雄國際無車日」、「城市熱氣球嘉年華」、「高雄海洋博覽會」、「蒙娜麗莎500年：達文西傳奇特展」、「兒童藝術教育節」、「齊柏林『看見台灣』首映會」、「高雄藝術博

覽會」、「華文朗讀節」、「高雄電影節」、「高雄國際貨櫃藝術節」、「FORMOSA 雕塑雙年展」、「米羅特展」、「雙城戲獅甲」、「紙風車台灣動物昆蟲創意展」等重要城市行銷、藝文活動，加強相關新聞採訪並製播專題深入報導。