

高雄市政府新聞局 104 年度施政績效成果報告

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p>壹、新聞行政</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>三、錄影節目帶業之輔導與管理</p> <p>四、有線電視系統輔導管理</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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，104年共裁處7則違規廣告(聯合報1則、自由時報4則、臺灣時報2則)，每則罰鍰5萬元，共裁處罰鍰35萬元。 3. 依據兒童及少年福利與權益保障法第69條及第103條規定，台灣時報及真晨報揭露少年事件當事人之姓名，裁處前述二報負責人各3萬元罰鍰。 4. 未來將持續加強查察報紙廣告，如發現有違法情事，將依法核處，以維護、保障兒童及少年閱聽權益，在乾淨正向的生活空間成長。。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 依據電影法及相關法令規定，輔導、管理本市電影院，104年共辦理電影片映演業之變更登記共2件，目前本市計有電影片映演業21家。 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，104年度計實施臨場查驗175家次，未發現違規情事。 <ol style="list-style-type: none"> 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，104年共辦理錄影節目帶業之變更登記共3件。 2. 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，104年共查察169家次，查獲違法光碟計1,439片，移送文化部影視局核處。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 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」，104年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，截至104年12月止未發現違規情事；購物頻道裁處49件，罰鍰新台幣2,321萬元整。 2. 針對市民及里長反映有線電視系統纜線架設爭議，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324件(慶聯105件、港都110件、鳳信65件、南國36、新高雄8件)。 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審議委員會」，由傳播學者、財經學者專家、消費者團體代表、會計師、律

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>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。</p> <p>4. 審議105年本市有線廣播電視系統基本頻道收視費標準：慶聯、港都等2家每月每戶上限為500元、鳳信每月每戶上限為510元、南國每月每戶上限為550元、新高雄每月每戶(基本普及組)上限為450元；裝機費500元，分機費、復機費及移機費亦均有規定。對於社會局登記有案之低收入戶，除基本頻道收視費以1/6收費為上限外，並免收裝機費、分機費、復機費、移機費等費用。</p> <p>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。</p> <p>6. NCC補助地方政府辦理有線電視數位化，為配合國家通訊傳播委員會加速推動有線電視數位化政策，向該會爭取計畫經費補助，核定200萬元，透過多元行銷，使市民瞭解數位化優點，進一步提高有線電視數位普及率，其辦理情形如下：</p> <p>(1) 電視 CF 短片：攝製 60 秒及 30 秒「有線電視數位化宣導」國台語版各 1 支。</p> <p>(2) 有線電視託播：於 5 月 23 日至 6 月 15 日在本市 4 家(慶聯、港都、鳳信、南國)有線電視系統排播宣導(總數 5702 檔，系統自製頻道 2304 檔、衛星插播 3398 檔)。</p> <p>(3) 廣播廣告時段購買：製作 30 秒影片之音檔輸出，並提供授權廣播宣導。</p> <p>(4) 廣播廣告時段購買：於大眾電台、主人電台、港都電台及高屏電台共 4 家電台播出「有線電視數位化宣導」30 秒廣播宣導帶，共計執行 540 檔次。</p> <p>(5) 報紙地方版購置：6 月 10 日於自由時報、中國時報、蘋果日報、聯合報、民眾日報、經濟日報及工商時報共 7 家報紙地方版刊登半版「有線電視數位化宣導」廣告。</p> <p>(6) 其它多媒體通路：於高雄捷運月台、超商、速食店、戶外合法電視牆刊播有線電視數位化宣導 30 秒 CF(國台語輪播)。</p> <p>① 捷運月台、超商、速食店部分：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 高雄捷運：自 5 月 29 日起至 6 月 14 日止，紅線+橘線共 1908 檔次。 ● 全家便利商店：自 5 月 29 日起至 6 月 4 日止，共播出 340 檔次。 ● 麥當勞：自 5 月 29 日起至 6 月 4 日止，共播出 578 檔次。 <p>② 戶外合法電視牆部分：自 5 月 23 日起至 6 月 23 日每日 AM 07:00~PM 10:00 止，共播出 5252</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>五、充實有線電視公用頻道節目內容，加強城市行銷、宣導社區發展成果</p>	<p>檔次（國語版 2595 檔、台語版 2657 檔）。</p> <p>7. 為加速本市數位化進程，於11月5日自由時報、中國時報、聯合報、民眾日報、聯合晚報、蘋果日報、新新聞報、臺灣導報、真晨報、經濟日報、工商時報等等 11大報地方版刊登半版「有線電視數位化宣導」廣告。</p> <p>1. 為行銷高雄在地文化特色，促進觀光產業發展，精心規劃製作多元豐富節目於本市公用頻道(CH3)播放。</p> <p>2. 為強化行銷，相關節目不僅於全國性頻道，例如：中天綜合台、三立都會台、三立財經台、MTV 台、民視交通台等播出，亦在中華電信 MOD 平台播出，並上傳至 youtube 平台，以增加節目曝光率，相關節目如下：</p> <p>(1) 市政新聞專題節目：幸福高雄—新增台語發音 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，並新增台語發音版，本年共製作國語發音 39 集、台語發音 39 集，製作專輯節目方面，包括配合本府衛生局製作「登革熱專題-防疫最前線」國台語各 10 集。</p> <p>(2) 行銷在地特色休閒旅遊節目：</p> <p>① 高雄 38 條通：為推廣大高雄之在地生活、樂活創意、豐富物產、休閒觀光景點等在地文化特色。 ● 行銷宣傳：開播記者會 1 場、行銷短片 30 秒(於有線電視台，播出共 3,394 檔)、慶聯節目表月刊共 3 期等宣傳。 ● 共製播 70 集節目，每集長度 30 分鐘。 ● 除於本市公用頻道(CH3)播出，另於中天綜合台、民視交通台播出。</p> <p>② 玩客瘋高雄：發展高雄觀光產業，行銷在地特有產品及豐富資源、農產品。 ● 行銷宣傳：開播記者會 1 場、華流雜誌 1 期、愛玩客雜誌 3 期、文創雜誌 2 期、印製旅遊別冊 3000 本(其中 1000 本隨愛玩客雜誌 OnPack)、行銷短片 30 秒(三立都會台、MTV 台託播總計 3600 秒)、三立電視台臉書、官網及手機 APP 等宣傳。 ● 共製播 35 集節目，每集長度 30 分鐘。 ● 除於本市公用頻道(CH3)播出，另於三立都會台、三立財經台、MTV 台、MOD-三立綜合台、嘉義—世新、國聲有線電視播出。</p> <p>③ 饗宴高雄：為強化、豐富公用頻道節目內容，製播 15 集各 4 分鐘、5 支 30 秒城市行銷短片，期促進本市地方文化保存、推廣行銷觀光產業。 ● 行銷宣傳：5 支行銷短片 30 秒於民視網路平台播出。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>• 共製播 15 集節目，每集長度 4 分鐘。</p> <p>3. 公用頻道行銷宣導</p> <p>(1) 平面媒體部分：</p> <p>① 報紙廣告共 2 篇：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 委託自由時報、中國時報、聯合報、民眾日報、聯合晚報、蘋果日報、新新聞報、臺灣導報、真晨報、經濟日報、工商時報等 11 大報刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告（全十批）1 篇。 ● 委託自由時報刊登「公用頻道宣傳」廣告（全十批）1 篇。 <p>② 其它刊物共 14 篇：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 卓越新聞獎基金會刊登「高雄市有線電視數位化宣導」1 篇。 ● 華流雜誌刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告 1 篇。 ● 文創雜誌刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告 2 篇。 ● 愛玩客雜誌刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告 3 篇。 ● 慶聯有線電視公司刊登公用頻道宣傳廣告 4 篇。 ● 義大論文集刊登「公用頻道宣傳」廣告 1 篇。 ● 「2015 第二屆台灣國際酷兒影展」影展選片小手冊及影展特刊報刊登「有線電視暨公用頻道宣傳」廣告各 1 篇，共 2 篇。 <p>③ 配合重大活動宣導：製作 CH3 布書套、隨手杯、保鮮盒、手機臂包、紙膠帶等於各大活動現場發送，宣導公用頻道，讓大家對公用頻道有進一步瞭解和認識。</p> <p>(2) 其它媒體宣傳：</p> <p>有線電視數位化宣導暨公用頻道(CH3)宣傳廣播廣告時段購置：為加強宣導有線電視數位化，於 104 年 6 月 1 日至 30 日快樂廣播電台 FM97.5 播出，每日輪播 5 檔，總計播出 150 檔(每檔 30 秒)及同年 12 月 1 日至 25 日快樂廣播電台 FM97.5 播出，總計播出 185 檔(每檔 30 秒)。</p> <p>3. 本市公用頻道聯播整合，以提升市民認同感、縮減資訊傳達時間，拉近行政區距離。協調慶聯、港都、鳳信、南國及新高雄等 5 家有線電視的頭端機房進行聯結，在同時段均可收看節目。</p> <p>4. 為擴大服務高雄市民，提供全天候在地資訊，經與高雄市有線電視業者協調合作，克服經費等問題，播出時間延長為 24 小時，以提升本市市民有線電視收視權</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>六、有線電視新聞聯播</p>	<p>益。</p> <p>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)於本市公用頻道播出，播出時間為：週一至週五首播時段為早上7時播出「港都新聞」、7時30分播出「鳳信新聞」、8時播出「南國新聞」；另重播時段為10時、13時、20時播出「港都新聞」；13時30分、17時30分、19時播出「鳳信新聞」；12時30分、15時30分、19時30分播出「南國新聞」，讓本市有線電視收視民眾透過公用頻道收看在地新聞。</p>
<p>貳、新聞發佈聯繫與服務</p> <p>一、發布新聞</p> <p>二、建立數位化新聞發布與聯絡管道</p> <p>三、加強媒體服務</p> <p>四、不定期舉辦新聞界人士聯誼</p> <p>五、加強記者聯繫成立議</p>	<p>適時發布重大市政活動及市政建設成果新聞，104年度共發布797則，供大眾傳播單位參考運用，並傳達市政訊息，樹立良好市府形象。</p> <p>1. 每日即時發布新聞，並上傳市府全球資訊網市政新聞，供使用網際網路之民眾閱覽。</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> <p>1. 104年2月27日至3月4日陪同市長出訪2015年東京國際食品展，冀望透過南部5縣市合作，聯手推廣南臺灣農漁特產，打造國際品牌形象，同時提升臺灣國際媒體能見度。</p> <p>2. 印製2015媒體記者通訊名冊供府會記者索取，另配合本府舉辦各項大型活動，協助發送採訪證，並提供媒體本府局處主管通訊錄、2015年年曆等。</p> <p>3. 協助本府體育處辦理104年全國運動會，由新聞局統籌媒體行銷相關事宜，透過電視、網站、平面廣告等方式揭露活動訊息，並以電視及網路轉播開幕典禮，讓國人聚焦高雄，行銷高雄品牌形象。</p> <p>4. 104年10月17日至10月22日全國運動會賽事期間，成立媒體服務中心提供媒體服務。</p> <p>5. 邀請歐美日、東南亞等國際媒體記者來本市參訪或拍攝，新聞局提供接待、拍攝景點建議、參訪行程安排聯繫等服務。</p> <p>為增進本市媒體友善互動關係，104年度計辦理媒體記者聯誼14場。</p> <p>1. 高雄市議會開議期間成立議會工作小組，發布市長答</p>

重要施政項目	執行成果與效益
會工作小組	<p>詢新聞稿共 35 則，使民眾瞭解議會重大決議與質詢焦點。</p> <p>2. 於市政總質詢期間，安排市長接受媒體專訪。</p>
六、市政櫥窗	<p>於四維行政中心設置市政櫥窗，定期更新市政建設照片，以報導市政活動及建設進步情形，提升市民認同感及參與感。</p>
七、每日新聞輯要	<p>每日剪輯本市重要平面媒體新聞及電視監測新聞提供市長、副市長及局處首長參閱，104年計剪輯報紙新聞資料逾36,844則、蒐集電視新聞摘要34,532則，加強民意輿情蒐集、分析與反映工作，作為施政參考。</p>
參、政令政績宣導	
一、電子媒體	<ol style="list-style-type: none"> 1. 辦理 104 年高雄市政資訊電視廣告時段排播，透過電視廣告宣導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，強化市民及全國民眾對本市市政之瞭解、認同。 2. 辦理 104 年高雄城市行銷短片攝製，首創紀錄片式風格拍攝「翻轉宿命。高雄」短片，藉著四位主角述說高雄產業、城市景觀之今昔對比，引領觀眾看盡大高雄的成長變化。並於臉書、YouTube、本市公用頻道、電視頻道等播出宣傳。 3. 辦理 104 年國際媒體行銷廣告，透過國際電視頻道、飛航運輸工具、機場貴賓室電視、以及強勢新媒體 YouTube、臉書等影音插播式廣告行銷高雄，以達推廣市政建設及施政成果之目的，提升城市競爭力。 4. 製播 104 年度春季及夏季大型活動行銷短片，加強宣傳各局處大型節慶活動，包含美濃彩繪大地、高雄燈會藝術節、2015 夏日高雄、2015 高雄左營萬年季及 104 年全國運動會等活動。 5. 辦理 104 年都市行銷暨交通安全宣導電視廣告時段排播，透過電視廣告宣傳本市城市行銷短片及輕軌交通安全，型塑本市產業轉型之歷程，以及強化交通安全宣導。 6. 辦理電視媒體行銷，透過電視廣告，展現高雄城市形象，行銷觀光特色及強化在地認同。 7. 辦理春節電視行銷廣告，運用新聞頻道行銷本市風光景點，邀請民眾春節假期遊高雄。
二、平面及網路媒體	<p>為型塑高雄幸福宜居城市形象，擴大市政行銷效益，辦理下列平面及網路媒體廣告刊登事宜，露出本市各項觀光活動、市政宣導、施政成果等資訊。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<ol style="list-style-type: none"> 1. 辦理寺廟巡禮暨道安宣導專刊，宣傳道路交通安全觀念。 2. 辦理春節廣告專輯，刊登本市古蹟及春季活動介紹，吸引民眾造訪高雄旅遊。 3. 辦理網路行銷廣告，以「內門宋江陣」為主題，透過傳統陣頭、宗教習俗等面向切入，提升對內門宋江陣之認識度。 4. 辦理形象廣告刊登，宣導高雄城市意象，提升市民認同感及幸福感。 5. 辦理平面雜誌及報紙廣告，宣導高雄市既有工業管線管理自治條例草案之立意，促進民眾對市政之瞭解。 6. 辦理平面媒體行銷宣傳，營造高雄熱鬧繽紛、宜居適遊之城市形象。 7. 辦理「2015 城市翻轉 高雄改變」廣告合作案，以本市重大政策及建設為主軸，介紹亞洲新灣區、高雄市既有工業管線管理自治條例、高雄輕軌等，提升市民認同感及幸福感。 8. 辦理「2015 高雄一直向前」廣告合作案，宣導高雄幼托及長照政策、智慧城市及高屏澎好玩卡等市政方向，型塑本市品牌形象。 9. 辦理網路行銷廣告，宣傳 104 年全國運動會在高雄，吸引民眾關注活動，共同參與全國年度運動賽事 10. 辦理平面雜誌廣告，宣導高雄城市轉型，全力朝向以觀光旅遊、文創、數位內容、會議展覽及郵輪母港之智慧城市，爭取民眾之理解與支持。 11. 辦理秋節報紙廣告，介紹本市田寮月世界、美濃中正湖、旗山自行車道等景點，營造宜居適遊之城市形象。
<p>三、多元媒宣</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 運用台鐵高雄站跨站長廊文化棧道刊掛燈箱廣告，行銷本市觀光、產業、交通等各面向特色，提升遊客對高雄的認識。 2. 運用戶外媒體刊掛道路交通安全宣導暨市政宣傳帆布，行銷 104 年全國運動會，以及呼籲民眾行車保持車距、多搭乘大眾運輸。 3. 協助辦理五月天「營火晚會」演唱會，規劃活動新聞發布、媒體服務等行政事宜。 4. 辦理 104 年市政行銷廣播宣傳，於本市港都電台、大眾電台、ICRT 等 7 家各具特色及語言之電台，宣傳城市吉祥物 PK 戰、大眾運具及冬日樂遊活動，向國人及外籍人士推動本市特色觀光。
<p>四、國際行銷</p>	<p>為運用社群媒體與全世界緊密連結，辦理高雄市政府社群媒體網路行銷案，創立高雄市政府 Twitter 及 Instagram 代表帳號，以英、日等外語，搭配優美圖片發</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>五、交通安全宣導</p>	<p>信，供國際人士瀏覽，向國際社群用戶傳達第一手高雄資訊，強化高雄國際知名度與城市形象。此外也結合實體城市吉祥物PK戰活動，於網路上舉行拍照標註小遊戲，吸引更多Twitter及Instagram上的朋友們一起關注高雄，將高雄推向國際！截至104年12月底，跟隨者約2萬3千人。</p> <p>執行104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，榮獲104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：</p> <p>1. 媒體宣傳</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 運用高雄捷運車廂、燈箱、戶外看板及手扶梯等張貼懸掛廣告，宣導西子灣遊覽車總量管制措施及輕軌路權，強化民眾對本市交通安全之認識。 (2) 辦理道路交通安全平面廣告，104年分別於4、5、9、11及12月於報紙及雜誌刊登廣告，宣導不逼車不超速、行車保持車距、自行車及輕軌交通安全等觀念。 (3) 製播104年度交通安全廣播宣導節目，宣導道路交通安全法規及用路規則，藉由電台廣播之管道及製播創意，向市民宣導正確的道安觀念。 (4) 製作手機架、集線器、保溫餐桶、保鮮盒、玻璃瓶等道安宣導品，宣導不逼車不超速、行車不低頭、不酒駕及路口停讓行人優先等交通政策，並以活潑行銷方式，適時於戶外交通安全宣導活動贈送參與民眾，或與地方社團合辦活動，贈送社區居民。因宣導品質感佳且精緻，深受各年齡層民眾喜愛，祈以寓教於樂且方便使用之優勢，擴大宣導效果。 (5) 運用本市公車候車亭燈箱及車體，宣導西子灣遊覽車總量管制措施及輕軌路權，鼓勵民眾搭乘大眾交通運輸前往西子灣，以及用路時禮讓輕軌，遵守輕軌號誌。 (6) 透過戶外多媒體電視如高捷電視、7-ELEVEN與屈臣氏等商店電視及電影院，播放道安宣導短片，讓宣導管道深入民眾日常生活，以潛移默化方式推動交通安全認知。 (7) 辦理網路宣導廣告，運用國內各主要新聞媒體網站，刊播道安宣導短片，強化青壯族對道路交通安全之遵守。 <p>2. 製播宣導短片：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 辦理104年度交通安全宣導短片製播，製播機車安全及大型車交通安全等道安短片，並透過Google、

重要施政項目	執行成果與效益
<p>六、辦理城市行銷活動</p>	<p>臉書、YouTube 等網路影音廣告曝光，加強對年輕族群之宣導。</p> <p>(2)攝製高雄環狀輕軌交通安全宣導短片，配合輕軌上路，邀請藝人代言拍攝，運用明星魅力吸引民眾關注，進而認識輕軌交通安全。</p> <p>3. 活動配合：</p> <p>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。</p> <p>(1)配合民間社團舉辦道安宣導活動共計 7 場次。</p> <p>(2)配合大型活動進行道安宣導計 10 場次：於 2015 高雄愛河國際鐵人三項競賽、2015 高雄鳳荔季、2015 夏日高雄及 2015 庄頭藝穗節等，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。</p> <p>1. 辦理「2015 高雄言論自由日紀念活動」</p> <p>(1)言論自由係世界人權之普世價值，本市以成為人權城市自我期許，訂定 4 月 7 日為本市言論自由日，以彰顯本市作為人權城市之施政價值，使市民不忘民主人權與言論自由的可貴，促使台灣民主能進一步深化。</p> <p>(2)為傳承言論自由的價值，體現民主與言論自由的精神，於 4 月 5~7 日舉辦言論自由紀念活動，讓更多年輕世代瞭解，捍衛言論自由的歷史印記，進而珍惜並善用這得之不易的人權。</p> <p>(3)活動內容包括：</p> <p>①「我主張」太陽撐傘小型影展：於 4 月 5~7 日，分別在三餘書店、駁二小劇場、高雄市電影館放映，邀請香港、愛沙尼亞、烏克蘭、美國、加拿大等 10 部國際影片，與 1 部台灣本土影片進行交流。</p> <p>②「我主張」打狗廣場講座：於 4 月 5、6 日，分別於三餘書店、書店喫茶一二三亭舉辦，邀請香港、台灣兩地的公民運動者及評論者，就運動本身，及以運動為起點而產生的藝術作品，進行 3 場小型講座分享。</p> <p>2. 辦理「2015 夏日高雄活動」</p> <p>(1)假本市鼓山區鐵道文化園區辦理，共舉辦 3 場活動：</p> <p>①8 月 15 日晚間演唱會演出團體：八三夭樂團、李佳薇、Gentleman、那我懂你意思了、李唯楓。該場演唱會因當晚現場下大雨而取消。</p> <p>②8 月 16 日晚間演唱會演出團體：Popu Lady、宇宙人、HUSH、謝博安、魏如萱。</p> <p>③8 月 16 日下午讀書野餐日，除了聊天、野餐、</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>放輕鬆，也適合導讀「慢活悠閒」這本生活「書」，歡迎大家當天帶著輕食，到鐵道園區一起體驗慢活的午後時光。限量野餐墊更是讓現場出現排隊人龍，全數發完。</p> <p>(2)活動效益</p> <p>①8月16日晚間之演唱會同時在MTV台、三立國際台、MOD三立綜合台，及網路youtube實況轉播，並在三立都會台錄影播出。</p> <p>②活動收視：LIVE直播暨三立都會台錄播之收視人口，超過20萬人(依尼爾森收視率)。youtube直播觀看次數近2萬次。</p> <p>③參與人次：8月15日晚間演唱會雖然因雨取消，但自彩排開始仍吸引近千名粉絲到場，3場活動共有約1萬5千人次到場參與。</p> <p>④媒體效益：經潤利艾克曼統計，報紙及電視露出之廣告效益近百萬元；網路媒體部分，臉書露出觸及近百萬人。</p> <p>3.辦理「暖冬高雄活動」—高雄城市吉祥物PK戰</p> <p>(1)首創全國之先，辦理「高雄城市吉祥物PK戰」吉祥物趣味票選活動，號召市府局處及高雄捷運公司等18隊，計有30個高雄吉祥物人偶一起賣萌。</p> <p>(2)活動包括現場及網路活動，共辦理4場次：104年10月27日擂台賽專業評審、11月7日輕軌人氣列車現場票選、11月1日~11月20日網路票選，以及11月29日頒獎暨舞台表演等4場次活動。活動評分重點是競賽過程中，吉祥物展現趣味、萌等可愛的一面，藉此吸引大小朋友參加或投票。</p> <p>(3)活動效益</p> <p>①參與人次：擂台賽、人氣列車及頒獎暨舞台表演共累計近1萬5千人次到場參加。網路票選累計參與投票人次超過21萬6千人。</p> <p>②收視人口：頒獎暨舞台表演分別在12月6日及12月12日於民視無線台播出，收視人口總計超過66萬人(依尼爾森收視率換算)。</p> <p>③youtube網路直播人次：擂台賽、人氣列車兩場，累積點閱超過1萬1千人次。</p> <p>④媒體效益：活動期間1個多月，約有近百則報紙及電視媒體自發性報導，總效益達新台幣10,321,819元(依潤利艾克曼資料顯示)。</p> <p>(4)後續效應：本次吉祥物票選活動，是全國首次號召城市吉祥物進行PK票選，讓高雄吉祥物人偶一次呈現在民眾面前，甚至吸引其他縣市詢問，已成功打出品牌，後續有其他局處或民間單位邀請吉祥物參與大型活動，希望發展「吉祥物經濟」，開啟觀</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>光旅遊、影視媒體、數位內容與設計，乃至於相關文化的產業鏈，讓吉祥物不只是吉祥物。</p> <p>4. 結合民間資源合作的活動：</p> <p>(1)2015 藝想樂園嘉年華</p> <p>①由統正開發(股)公司(夢時代購物中心)主辦，本局提供行政協助。</p> <p>②活動以「印尼」為主題，於3月28~29日在前鎮區夢時代熱鬧舉行，包括主花車「巨大神鬼造型Ogoh Ogoh」、太陽花車、鯨魚花車等各式大型特色花車，並搭配原住民小朋友的森巴鼓、社區、花車隊伍、森巴女郎、豆子劇團等表演團體等40支隊伍一同上街遊行，還有異國美食、文創市集，讓民眾不用出國，就能感受峇里島風情。此外，更邀請享譽國際的優人神鼓蒞臨表演，以及明華園星字團、阿忠布袋戲等知名團體輪番演出。</p> <p>③藝想樂園嘉年華活動，104年已邁入第5年，主辦單位表示，為了帶民眾體驗各國嘉年華節慶，往年從台灣、美國、德國、法國，邀請藝術家駐村教學，製作大偶、花車等，介紹全世界的嘉年華活動，舉辦至今，共計有超過100個社區遊行團體、3千名表演工作者、1千組兒童參與演出、超過70萬名民眾熱情參與。</p> <p>(2)2015 高雄啤酒節活動</p> <p>①由統一超商股份有限公司主辦，本局擔任指導單位，並由本府提供活動相關之行政協助。</p> <p>②每年七月的第3個週五、六、日都會舉辦「高雄啤酒節」，至今已連續辦理7屆。本年度活動期間自7月17至19日止，活動3天共計吸引超過3萬人參與，已成為年輕人夏日必定前來高雄參與盛會之一。</p> <p>③活動規劃豐富趣味競賽，現場各啤酒商更舉辦多樣的競賽、遊戲，以及萬人星空派對等活動，每晚更邀請 ELLA(陳嘉樺)、陳昇、張震嶽、郭書瑤、王宏恩、徐佳瑩、郭靜、阿喜、頑童、熱狗、家家、回聲樂團、四分衛樂團等知名歌手、團體接力演出，讓參與活動的民眾著實感受到高雄的熱情。</p> <p>④本活動並結合本府經發局所舉辦之「下酒菜料理競賽」，將該競賽勝選之下酒菜，進駐活動會場，今年更首次至「香港」舉辦邀請賽，帶來異國口味，滿足大家的味蕾。</p> <p>(3)2015 大氣球遊行活動</p> <p>①由統一超商股份有限公司主辦，本府擔任指導單</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>位，並提供活動相關之行政協助。</p> <p>②大氣球遊行活動已第十度在高雄舉辦，本年度活動於 104 年 12 月 12 日在時代大道辦理完畢。本次共有 OPEN 家族、海綿寶寶、拉拉熊、薑餅人、蛋黃哥、小熊學校傑琪等超過 20 組可愛卡通角色大氣球。</p> <p>③遊行隊伍中，除備受歡迎的高雄市騎警隊、大型花車、小火車、馬車等表演外，今年也加入首屆「高雄城市吉祥物 PK 戰！」活動之參賽吉祥物，在活動大使「花媽人偶」帶領下，一同與現場民眾同歡，搭配許多本市學校樂儀隊、旗隊之精彩表演，活動自下午 2 點至 5 點半止，時代大道人潮不斷，熱鬧非凡。</p> <p>(4)2015 OPEN! RUN 路跑</p> <p>①由統一超商股份有限公司主辦，本府擔任指導單位，並提供活動相關之行政協助。</p> <p>②OPEN! RUN 路跑活動一直是廣受全台民眾歡迎的熱門賽事，本活動已第三度在高雄舉辦，於 104 年 12 月 13 日辦理完畢。</p> <p>③路跑路線除原有的 3K 組路線，讓跑者得以大手牽小手與 OPEN 家族開心歡樂路跑外，更有 11K 組競賽路線，讓各地長跑好手前來挑戰，兩組報名人數僅限 8,000 人，也迅速額滿，吸引全台各地民眾前來參加本次盛會。</p> <p>(5)2015「愛·Sharing」聖誕節系列活動</p> <p>①由統一企業集團統正開發公司（夢時代）主辦，高雄市政府擔任指導單位。</p> <p>② 11/19～12/25 聖誕主題裝置展示以及在 11/19、11/24 聖誕樹點燈活動，在夢時代購物中心與統一阪急百貨高雄店廣場熱鬧舉行。</p> <p>(6)2016 義大跨年煙火秀</p> <p>①由義聯集團主辦，本府擔任指導單位，提供相關安全、交通維持等行政協助。</p> <p>②本年度於 105 年 1 月 1 日晚間零時整，施放全台最長 888 秒跨年音樂煙火，近倒數的重要時刻，數萬民眾湧入義守大學校園一同倒數，在主持人帶領全場民眾倒數後，大家相互歡呼，迎向全新的 2016 年。</p> <p>③經主辦單位統計，跨年夜當日現場湧進 15 萬人次參與，不但為高雄帶來可觀的經濟效益，也提升大眾運輸系統(捷運、公車、客運)跨年夜的載客量。</p> <p>(7)「愛 sharing。2016 高雄夢時代跨年晚會」</p> <p>①由統一企業集團、統正開發(股)公司(夢時代</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>肆、編印市政宣導書刊</p> <p>一、企劃發行 KH STYLE 高雄款電子期刊、編印《KH STYLE 高雄款》</p>	<p>購物中心)主辦，本府擔任指導單位，提供活動相關安全、交通維持等行政協助。</p> <p>②跨年晚會在本市前鎮區時代大道登場，16 組藝人登台接力演出，表演卡司組數冠全台，由阿KEN 和曾寶儀搭檔主持，以時下最受歡迎的電音舞曲、搖滾樂團及唱跳偶像為三大主軸，分享愛、散播擁抱，呼應「愛 sharing」的主題。晚間 7 時起由炎亞綸打頭陣，全場期待的電音女神謝金燕則在十一點過後性感登場，由人氣天團 SpeXial 獨家倒數，此外，演出團體還有：AND、陳勢安、陳彥允、Boxing、郭曉曉、Gentleman、李佳葳、李玉璽、自由發揮、八三夭、Popu Lady、朱俐靜、MP 魔幻力量等人接棒精彩開唱，聯手打造南台灣最盛大跨年活動，熱力引爆時代大道，令全場驚喜連連，不斷為高雄跨年夜掀起高潮。</p> <p>③越接近倒數的重要時刻，跨年人潮不斷聚集湧入，市長及市府團隊亦到場，與民眾一起倒數，在全場齊聲倒數後互道新年快樂，邁向嶄新的 2016 年。</p> <p>④經主辦單位夢時代統計，跨年晚會現場吸引超過 70 萬人次參與，不但為高雄帶來可觀的經濟效益，也提升跨年夜高雄捷運、公車、計程車等公共運輸的載客量。</p> <p>辦理電子期刊企劃發行及「KH STYLE 高雄款」紙本編印</p> <p>1. 「KH STYLE 高雄款」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，並認識為這個城市付出心力的相關人物。104 年度共發行 24 期電子期刊，每期發送約 6 萬餘人次</p> <p>2. 將每 4 期「KH STYLE 高雄款」電子期刊內容，選擇並再編輯成雙月刊的紙本刊物，除定期贈送觀光飯店、機關學校、旅行社(含大陸)、民間團體、駐外單位、牙醫診所、美容美髮業等，民眾亦可於本市及屏東、台南等地區之連鎖餐飲、藝文空間、賣場、旅遊中心暨觀光飯店、公家機關、捷運站、台鐵、高鐵、機場等交通樞紐點，共約 160 個定點索閱紙本雙月刊。</p> <p>另發行《家·幸福城市的公共建築》、《移動風景-搭乘高雄輕軌去旅行》特刊，以上每期印製 4 萬 5 千冊。</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>3. 紙本刊物出刊後，並將圖文上傳新聞局網站，服務民眾網上閱讀本刊；此外，《KH STYLE 高雄款》電子期刊每期均上傳以下網路合作平台：聯合新聞網(雜誌-地方采風)、聯合電子報(地方采風)、中央通訊社(品閱雜誌)、中時電子報(雜誌-生活健康)、鉅亨網(台灣-旅遊雜誌)、高雄款 FACEBOOK(不定時分享期刊內容及連結)、高雄市政府官方 LINE(不定時分享期刊內容及連結)。</p> <p>1. 以中文和英文兩種語言發行，報導本市外交或國際行銷活動、本市重大建設、觀光旅遊資訊等等，期使居住本市的讀者藉由本刊的介紹能了解高雄多元而豐富的面貌。</p> <p>2. 每雙月發行一期的紙本刊物，共發行 6 期，每期發行 1 萬 2 千份，放置地點包括桃園國際機場、高雄國際機場、高雄捷運站、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 84 處地點，提供讀者免費索閱本刊物。</p> <p>3. 紙本刊物出刊後，並將圖文上傳新聞局網站，服務民眾網上閱讀本刊；此外，每期均上傳以下網路合作平台：聯合新聞網(雜誌-地方采風)、聯合電子報(地方采風)、中央通訊社(品閱雜誌)。</p>
<p>三、其他</p>	<p>1. 透過「高雄款」臉書粉絲專頁，以生動活潑的文字、圖片或短片，分享高雄在地資訊，包含市府重大政策與建設、自然景觀、人文風情、節慶活動、藝文展演、小吃美食等多元城市風貌，以及高雄所發生的一些好玩、特別的新鮮事，希望成為大高雄資訊提供平台，並且發佈重要資訊，例如，登革熱防疫快訊、防治登革熱新政策等。藉由朋友按讚、朋友的朋友按讚、朋友的朋友的朋友按讚等一連串訊息的交流，廣泛增加市政訊息的曝光度，進而達到市政宣傳及城市行銷的加乘效應，截至 105 年 1 月中，粉絲人數已近 30 萬人。</p> <p>2. 辦理行動通訊軟體暨網路平台行銷案。透過 LINE 行動通訊軟體，提供加入市府 LINE 官方帳號好友之民眾，有關本市最新市政、活動、觀光、交通、天災應變和停班停課等相關即時訊息，並不定期舉辦 ON AIR 活動宣傳市政，與好友們交流，目前加入好友數約 56 萬多人。</p> <p>3. 印製「2015 暖冬遊高雄」海報共 2,300 份，整合行銷本市 11 月~2 月份大型活動，並分送至本市各機關學校、台鐵各車站、各縣市旅行公會等協助張貼宣傳。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>伍、廣播業務</p> <p>一、新聞採訪</p>	<p>4. 首創與日本熊本縣跨國合作，以國際人氣的熊本熊，以及知名高捷少女為主角，推出「2016 高雄市年曆」，共印製 30 萬份，分送予本市市民及熊本縣縣民，推展雙城觀光行銷。</p> <p>5. 本府與電玩業者 So-net、高捷三方合作，共同推出手機遊戲《問答 RPG—魔法使與黑貓維茲》高雄城市專屬關卡，進行城市行銷。</p> <p>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，並針對大高雄人事地物等特色製播單元及強化在地新聞。</p> <p>2. 全程實況轉播高雄市議會第 2 屆第 1 次及第 2 次大會之市長施政報告及市政總質詢，加強報導市議會新聞。</p> <p>3. 報導防洪、治水、救災工作及食品安全、消費安全、環保、治安、公共安全、勞工安全等保護市民生命財產相關新聞。</p> <p>4. 豪大雨、颱風期間，市府災害應變中心一級開設時 24 小時加強豪大雨、颱風動態、防颱應變等相關新聞報導。</p> <p>5. 加強報導登革熱防治各項措施及市民應注意事項相關新聞。</p> <p>6. 加強報導亞洲新灣區「高雄輕軌」等重大建設新聞。</p> <p>7. 加強報導「高雄市一般性補助款考核全國第一」、「高雄市工程查核績效全國第一」、「高雄市道安會報交通安全年終視導五都第一」、「社會福利績效考核 3 度獲全國特優」、「行政院第 13 屆推動性別主流化金馨獎團體獎及特別事蹟獎」、「推動綠色交通運具」、「自行車友善城市」、「無障礙宜居城市」、「推動陽光屋頂計畫」、「推動高雄厝綠建築」、「高齡友善城市」、「社區通學道」、「推動懷孕婦女及生養孩子友善城市」、「普設公共托嬰中心及育兒資源中心」、「推動遊艇產業發展」、「推動綠能及數位文創產業」、「和發產業園區委託開發簽約」、「第 82 期市地重劃工程完工」、「橋頭區高 34 線拓寬」、「鳳山溪曹公圳第五期水岸工程完工啟用」、「大樹佛陀紀念館旁跨越台 29 線景觀天橋完工通車」等市政建設成果新聞。</p> <p>8. 配合舉辦「全國運動會」、「城市吉祥物 PK 戰」、「跨年活動」、「大汽球遊行」、「高雄燈會藝術節」、「端午龍舟賽」、「高雄國際馬拉松」、「高雄內門宋江陣」、「高雄左營萬年季」、「高雄鳳荔季」等各區特色活動、「高雄客家文化節」、「高雄國際無車日」、「高雄電影節」、「高雄春天藝術節」、「高雄國際貨櫃藝術節」、「高雄設計節」、「高雄藝術博覽會」、「高雄水陸戲獅甲」、「華</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、節目製作</p>	<p>文朗讀節」、「草間彌生亞洲巡迴展」、「高雄嘉年華」、「兒童藝術教育節」等重要城市行銷及藝文活動，加強相關採訪或連線，並製播專題深入報導。</p> <p>9. 製播「Live943 新聞晚報」、「新聞廣場」、「高雄十分話題」等深入報導新聞性節目。</p> <p>1. 參加 104 年廣播金鐘獎競賽榮獲四項入圍爭取榮譽：最佳教育文化節目獎、最佳教育文化節目主持人獎、最佳藝術文化節目獎及最佳單元節目獎。</p> <p>2. 節目製播多元化</p> <p>(1) 為關懷弱勢族群，製播關懷身心障礙、同志議題、新移民、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) 為加強市政行銷，由市政廣播行銷中心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，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」首長專訪，多元化手法行銷市政。</p> <p>(3) 與客委會、社會局、勞工局、教育局及衛生局合作製播「我愛高雄」節目，擴大市政雙向溝通；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>(4) 配合高雄過好年、春安工作、大高雄節水限水、2015 高雄燈會藝術節、內門宋江陣、鳳荔文化節全國運動會在高雄、總統立委選舉反賄選、登革熱防治、甲仙芋筍節、高雄電影節、高雄戲獅甲左營萬年季、高雄玉荷包啤酒節、旗津黑沙玩藝節、田寮奇幻月世界、美濃黃蝶祭、台灣國際遊艇展、高雄設計節及高雄跨年晚會等活動或重要施政，製播專訪、現場記者連線、製作行銷宣傳帶及全節目配合口播等，全方位報導行銷本府大型活動。</p> <p>(5) 持續徵選公益社團參與製播節目，提供弱勢團體發聲管道，全年共徵選 12 個社團參與製播，分別為荒野保護協會、高雄捐血中心、唐氏症基金會、台灣癌症基金會、善牧基金會及漸凍人協會調色板協會、高雄市自閉症協會、超越顛峰協會、小腦萎縮症協會、家庭照顧者協會及高雄臻愛天使兒少關愛協會等，各合作 4-5 集節目。</p> <p>(6) 製播客語、原住民語、菲語、泰語、英語、印語、越語等少數族群語言節目及同志議題、新移民及身心障礙等服務弱勢族群節目。</p> <p>(7) 營造多語學習環境，每日聯播半小時英國國家廣播公司(BBC)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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三、設備維護管理</p>	<p>「打狗英語通」節目，週一至週五播出；與永漢日語合作製播「三分鐘日語」節目，提供多元語言學習環境。</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、深度之聽覺享受。</p> <p>(9)落實頻道資源共享，開闢「發現高屏」及「南台灣即時通」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>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。</p> <p>(10)因應颱風來襲本臺延長播音計有 8/7-8/9 蘇迪勒颱風及 9/28-9/29 杜鵑颱風，延長為 24 小時播音，以提供氣爆即時災情、避難措施及災民安置、颱風最新動態、防颱及交通相關訊息，充分發揮服務聽眾、防災功能。</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：</p> <p>①104. 9. 12 配合「甲仙芋筍節」活動，辦理市政及電臺行銷暨交通安全有獎徵答宣導。</p> <p>②104. 10. 12-16 行銷全國運動會在高雄，連續五日辦理全日現場節目 CALL IN 有獎徵答。</p> <p>③104. 12. 15 辦理擴大交通安全有獎徵答活動。</p> <p>(2)開放電臺參觀：基督教家庭服務協會及內惟國小師生參訪</p> <p>4. 強化市政宣導：</p> <p>配合市府各局處重要施政，加強宣導重點包括「登革熱防治」、「防 H1N1 新 流感/腸病毒」、「交通安全」、「檢肅貪瀆」、「肅清煙毒」、「公共安全」、「勞工安全」、「稅務宣導」、「防颱防汛」、「治安」、「觀光」、「健康」、「市府及各區活動」、「老人福利」、「人口政策」、「就業」、「社會福利及安全」、「生態環保減碳」、「菸害防制」、「調解委員會」、「消費者保護」、「犯罪被害人」等宣導事項。</p> <p>1. 擴大服務範圍，提升播音品質</p> <p>(1)購置「成音設備專用零配件」，確保設備正常運作及維持最佳播音音質，並提升節目製播品質。</p> <p>(2)實況連線轉播本市議會開議期間市長施政報告及市政總質詢，設備架設及音控等工作。</p> <p>(3)颱風期間電力中斷，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臺正常播音，並延</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>長 24 小時播音以服務南台灣聽眾。</p> <p>(4)不定期到本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，維持播音品質。</p> <p>(5)24 小時調頻、調幅發射系統機務排班維護，確保機器設備正常運轉及電臺安全。</p> <p>2. 嚴密維護保養機器，提高設備使用效能</p> <p>(1)中寮發射站緊急柴油發電機年度保養、電氣及接地電阻檢驗。</p> <p>(2)緊急柴油發電機年度保養、電氣及接地電阻檢驗。</p> <p>(3)各錄播音室清潔及系統測試保養。</p> <p>(4)調頻、調幅發射系統年度保養、天線鐵塔油漆、校正及拉線保養。</p> <p>(5)調頻、調幅發射系統故障機動維修，確保上線及備用系統均處最佳運轉狀態。</p>