

中華民國 109 年

高雄市政府新聞局統計年報



高雄市政府新聞局 編印

中華民國 110 年 3 月出版

前 言

- 一、年報之編印，旨在提供本市一般基本概況基本資料及重要施政成果，以為政府機關執行公務，學術機構從事研究，公司企業求其發展及法令遵循之參考應用，另為提升統計資料應用，本年報最新資料全數刊登於新聞局網站-統計資訊(網址 <http://kcginfo.kcg.gov.tw/>)，以資各界參考。
- 二、本年報之資料來源，為高雄市政府各機關造送之統計報表及本局編造之資料統計彙編而成。
- 三、本期年報所列資料以 108 年度為主，並輔以歷年資料一併列刊，俾作長期時間數列之比較。
- 四、本期年報包含本局使命及願景、主要業務職掌、各項統計圖表。
- 五、本年報所稱「年」係指曆年，「年底」係指該年 12 月底，「屆」係指自聘任日起 2 年任期。
- 六、本年報所用符號之意義如下：
 - 「-」表示無數字。
 - 「…」表示數字尚未產生或不明。
 - 「--」表示無意義數字。
 - 「○」表示有數字而數字不及一個單位。

目 錄

壹、 本局使命及願景.....	1
貳、 主要業務職掌	1
參、 提要分析.....	3-4
肆、 各項統計圖表.....	5-11
一、 統計圖	
1. 高雄市政府錄影節目帶分級查察取締統計圖	5
2. 高雄市政府新聞局行銷宣傳刊物統計圖	6
3. 高雄市政府重要政令發布件數比重圖	7
4. 高雄市政府新聞局城市行銷傳播案件統計圖	8
5. 高雄市政府新聞局城市行銷活動概況圖	9
6. 高雄市政府新聞局人數統計圖	10
7. 高雄市政府委員會委員人數統計圖	11
二、 統計表	
1. 高雄市政府錄影節目帶分級查察取締統計.....	12-17
2. 高雄市政府新聞局行銷宣傳刊物統計.....	18-19
3. 高雄市政府重要政令發布件數.....	20-21
4. 高雄市政府新聞局城市行銷傳播案件統計.....	22-23
5. 高雄市政府新聞局城市行銷活動概況	24-25
6. 高雄市政府新聞局人數統計表	26-27
7. 高雄市政府委員會委員人數統計表	28-29

壹、 本局使命及願景

民國九十九年十二月二十五日高雄縣市合併，依據「高雄市政府組織規程」第六條成立新聞局，本局使命為掌握城市脈動，以創新、前瞻思維，加強國內外行銷，強化市民與市府雙向溝通，共創高雄價值等核心任務。

願景係以積極、友善、開放態度，創意多元行銷通路，結合大高雄資源及行銷通路，秉持市民優先理念，讓本市成為「最愛生活在高雄」的幸福城市。

貳、 主要業務職掌

本局主要業務職掌為出版事業、電影映演業、錄影節目事業、有線電視事業、廣播電視事業之管理與輔導；政令、政績及特定事項之宣導、城市行銷、輿論公意之蒐集、重要市政新聞之發布、新聞媒體之聯繫與服務、辦理都市行銷活動、編印定期及不定期刊物等事項。分列如下：

- 一、辦理出版品、電影及錄影節目帶業之管理，輔導業者守法自律，遵守分級制度，維護優良文化，端正社會風氣。
- 二、積極輔導本市有線電視業者，充實公用頻道的節目內容，加強社區藝文、社教公益性活動的報導，以融合社區文化。
- 三、加強有線電視業之輔導管理，配合政府傳播政策，提昇消費者收視品質。
- 四、運用電子、平面媒體、跑馬、臉書、LINE、Twitter、Youtube 網路媒體等多元方式，加強市政建設及都市行銷工作，使市民瞭解本府施政，並獲市民充份支持。

- 五、加強市府與民眾之間的雙向溝通，蒐集輿論對市政建設之意見，作為施政參考。
- 六、製作都市行銷短片，展現本市特色及各項市政建設之成果。
- 七、規劃籌辦高雄亮點城市行銷活動。
- 八、編印《樂高雄》及《Love Kaohsiung 外文雙月刊》平面期刊及發行《Takao-樂高雄》電子期刊等定期刊物，圖文並茂呈現市政建設、地方特色及風土民情，提升城市形象及多元文化發展之面貌。
- 九、編印簡介、市政叢書、摺頁等行銷刊物分贈各界，加強行銷高雄。

參、提要分析

一、辦理出版品、電影及錄影節目帶業之管理

本市目前錄影節目帶業(含MTV)約30家，因近年網路串流影音平台崛起，視聽娛樂實體需求逐年降低，相較於107年55家錄影節目帶業者及108年48家錄影節目帶業者，該產業家數逐年驟減，因而查察次數因錄影節目帶業家數減少而遞減。

二、運用電子、平面媒體、跑馬、臉書、LINE、Twitter、Youtube 網路媒體等多元方式，加強市政建設及都市行銷工作

本局做為市政城市行銷主要對口單位；其宣傳方式網際網路媒體及多元媒體傳播方式佔全年度行銷傳播案件比例由45.7%提升至46%；媒體行銷方式比較傳統電視媒體、平面媒體及廣播媒體方式較貼近年輕族群使用資訊時代潮流。

三、規劃籌辦高雄亮點城市行銷活動

本局辦理城市行銷活動方式有公共論壇、記者會、靜態展覽、動態活動及其他；109年度以動態活動參與人次最高；係因辦理2020高雄燈會藝術節參與人次337萬人次；高雄市城市意象行銷線上演出活動參與人次217萬人次、及辦理跨百光年、紫耀義大享樂拾光跨年晚會5,232,838人次；顯示民眾積極參與本市各項活動並喜愛臨場感。

四、編印簡介、市政叢書、摺頁等行銷刊物分贈各界，加強行銷高雄

100年至105年因「夏日高雄」及「暖冬高雄」城市行銷活動增加印製海報，加上莫拉克風災重建及氣爆重建通訊，皆為不定期刊物配合發行，故刊物行銷總量較高。又近年因人力成本、環保紙張成本逐年增加，

相關業務預算不變或刪減，並因數位匯流趨勢強化刊物電子化功能，故行銷宣傳刊物總量減少，或部分改為網路下載，故行銷宣傳刊物總量逐年減少。

肆、各項統計圖表

一、統計圖

圖 1

高雄市政府錄影節目帶分級查察取締統計圖

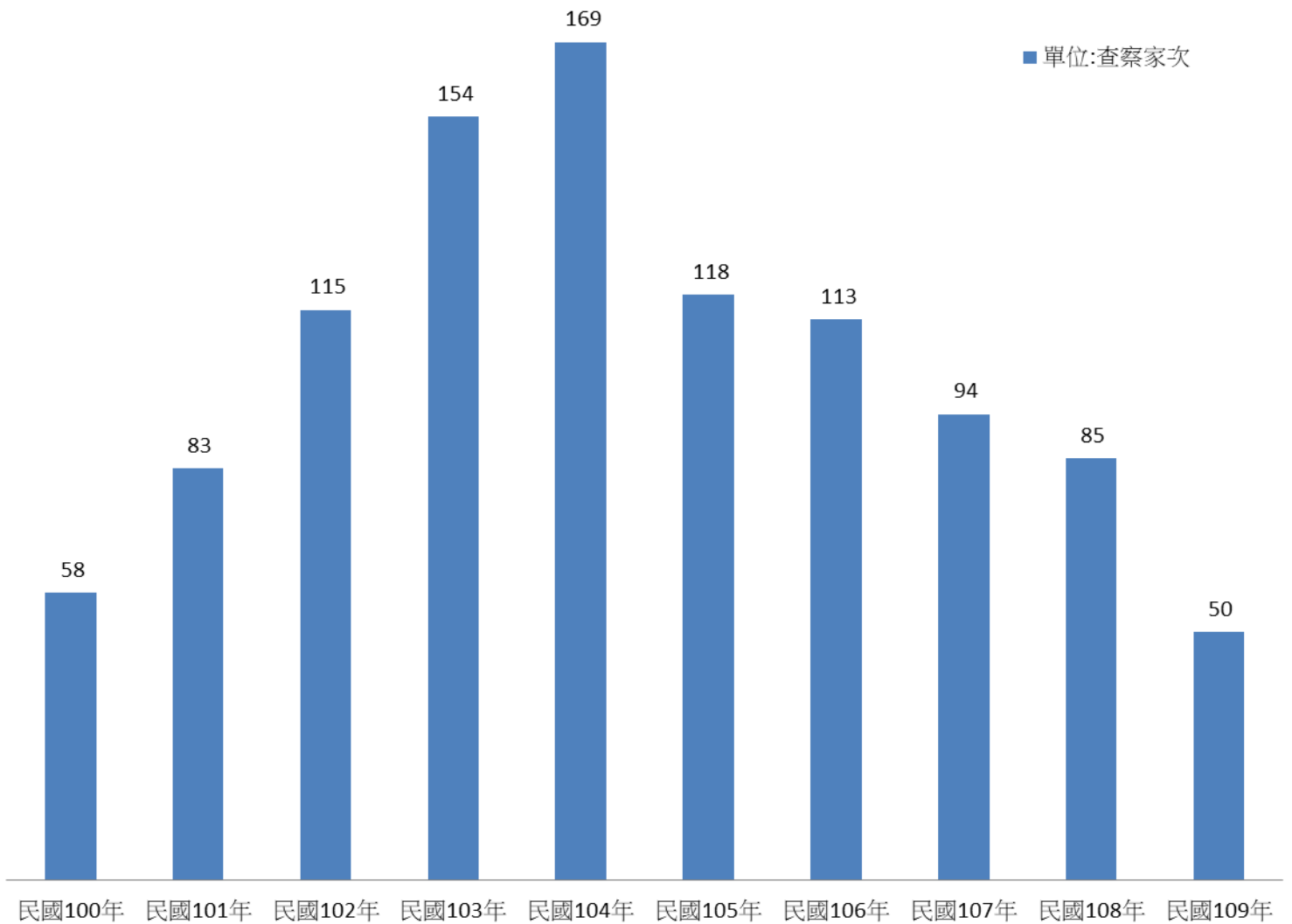


圖 2

109年高雄市政府新聞局行銷宣傳刊物統計圖

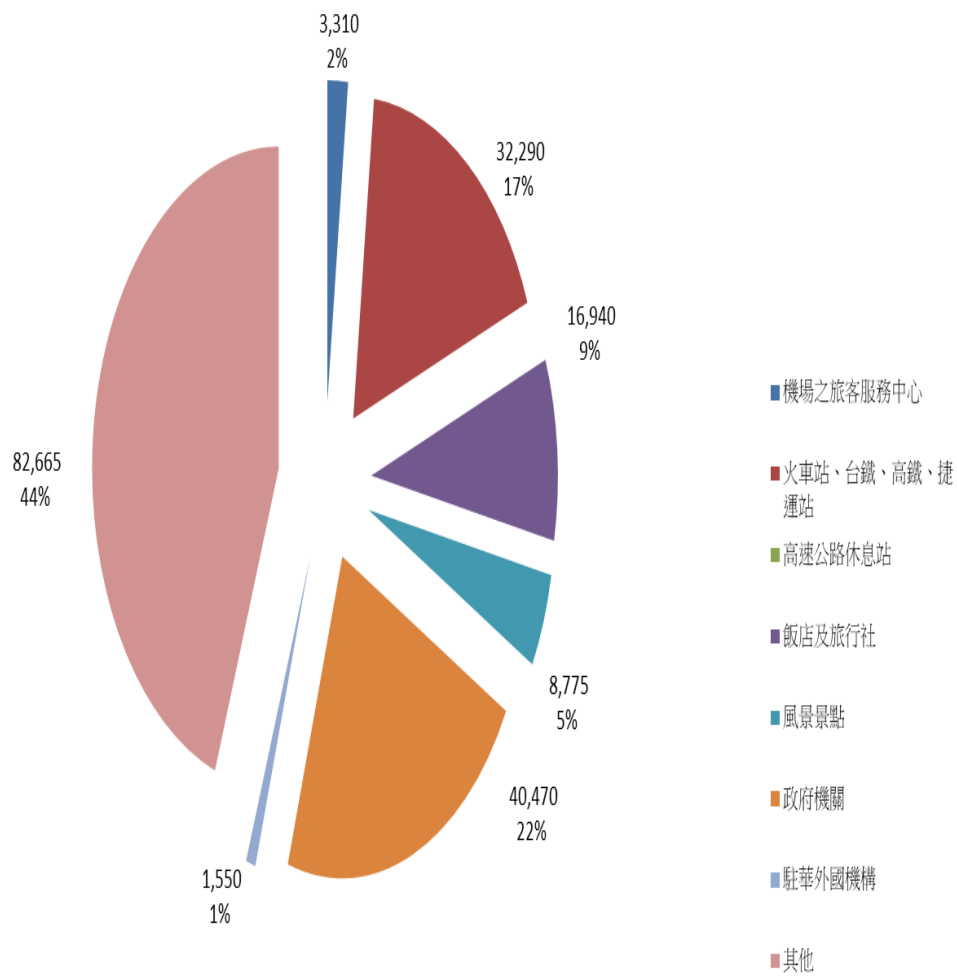


圖 3

109年 高雄市政府重要政令發布件數 比重圖

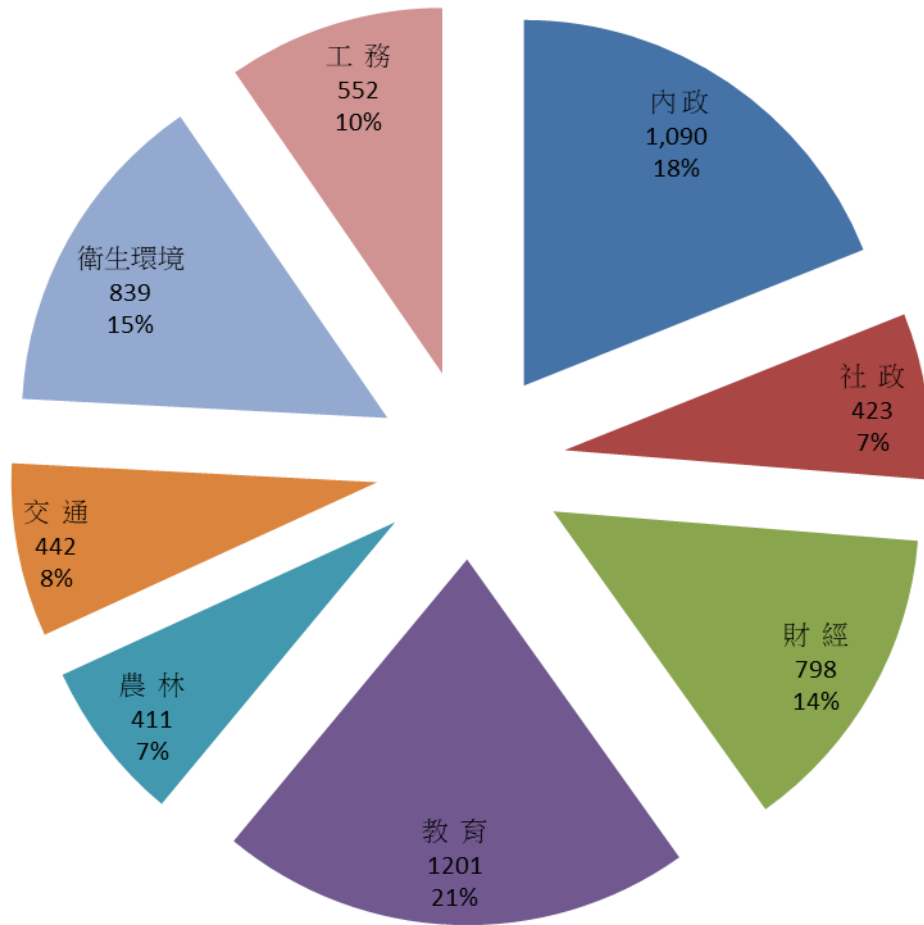


圖 4

109年
高雄市政府新聞局城市行銷傳播案件統計

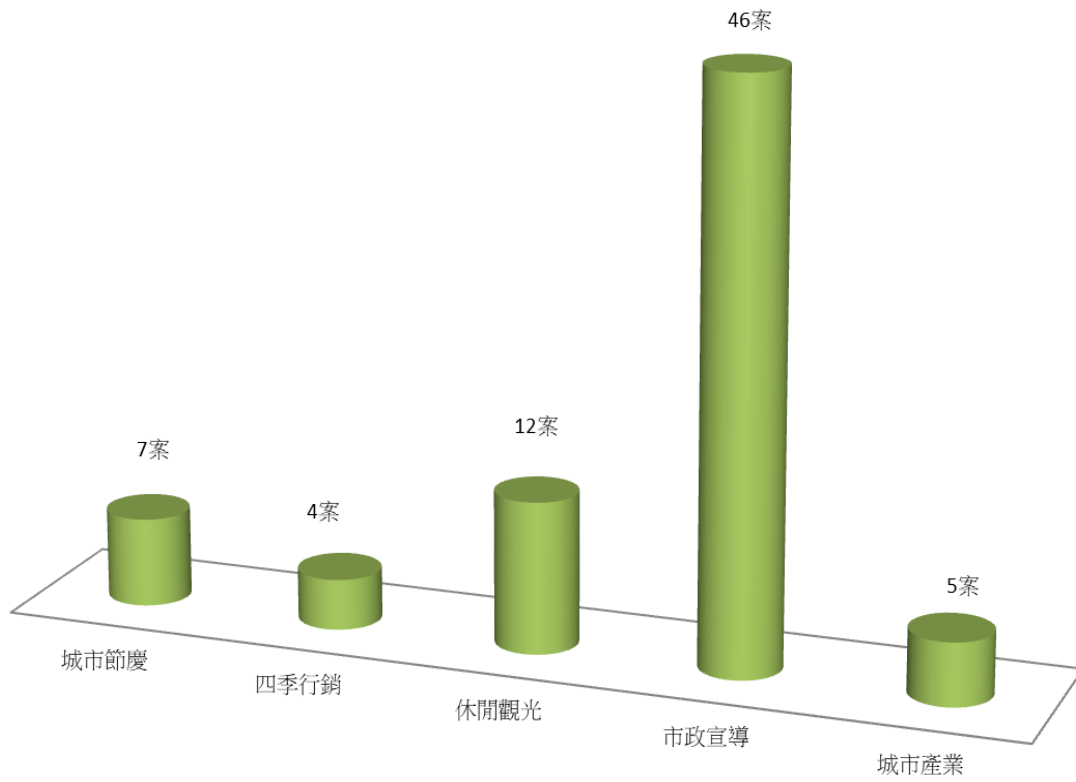


圖 5

109年高雄市政府城市行銷活動概況 (本統計圖係以場次計算百分比)

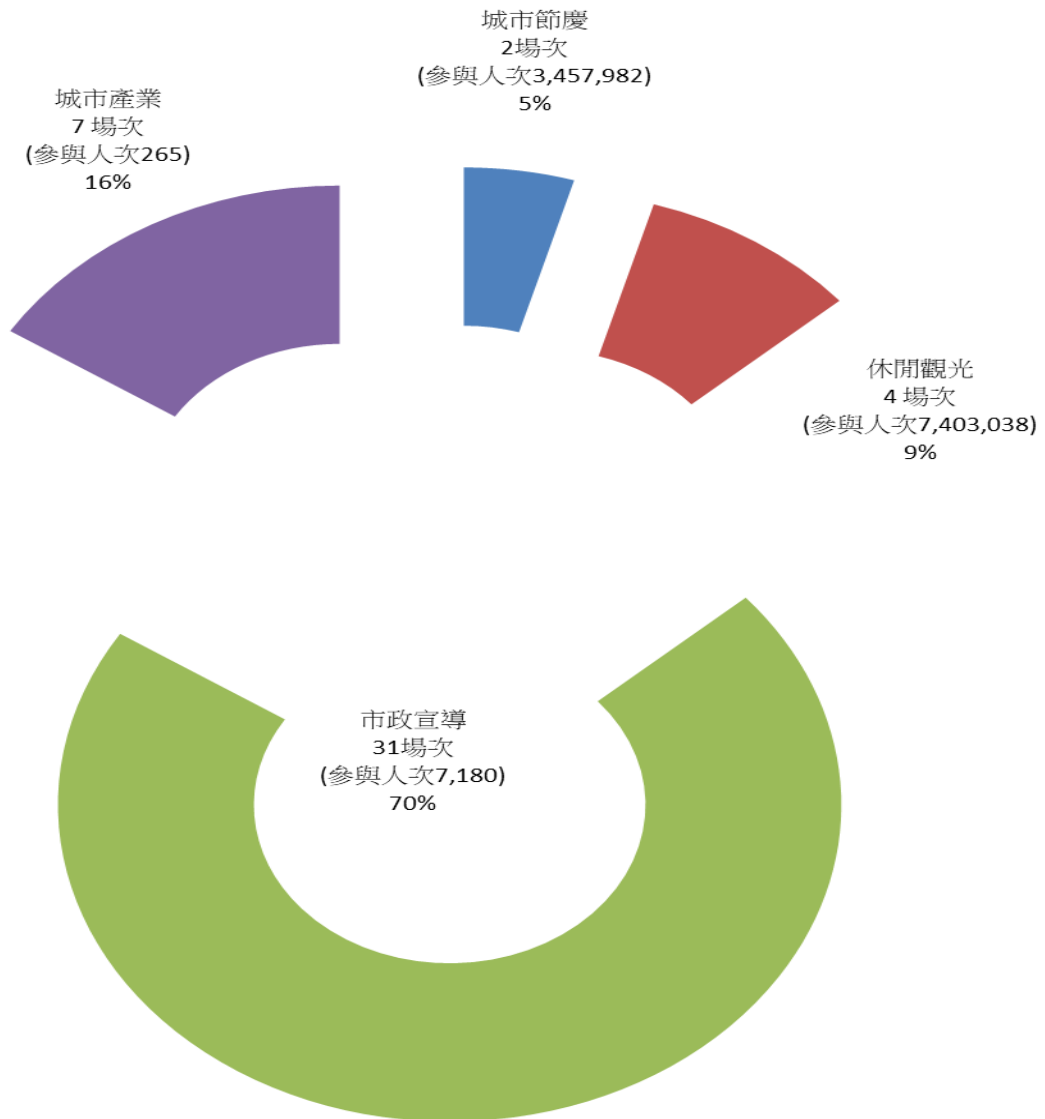
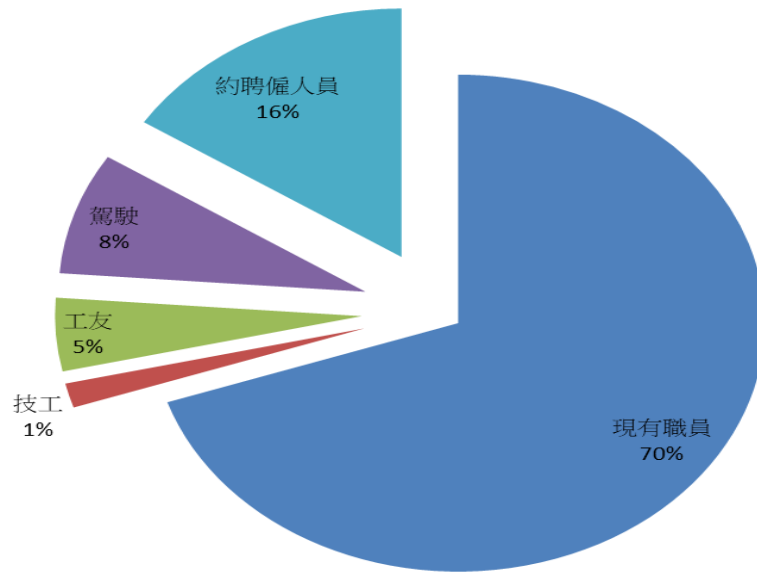


圖 6

109年高雄市政府新聞局人員統計表



109年高雄市政府新聞局人員性別統計表

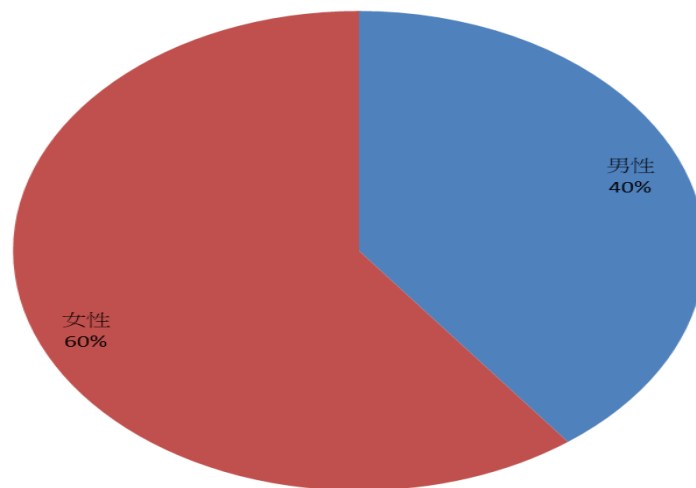
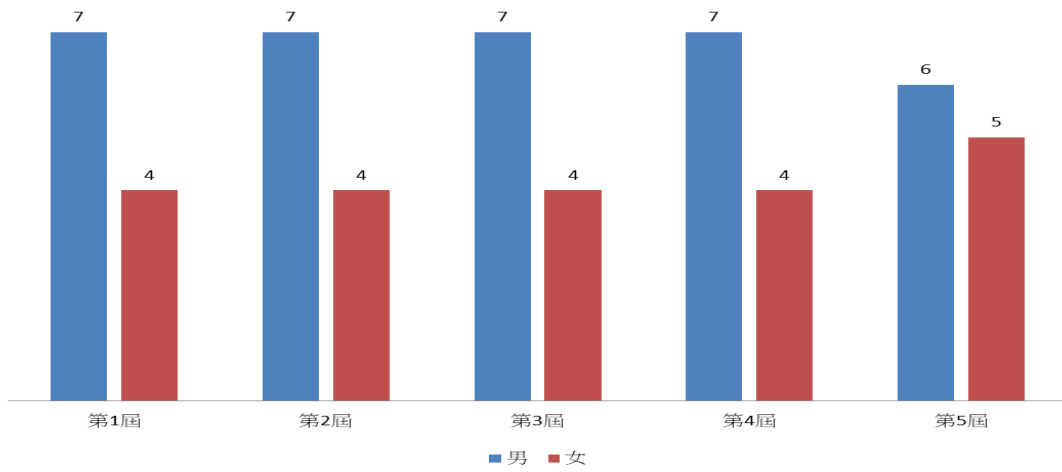


圖 7

高雄市政府有線廣播電視系統費率審議委員會
單位:人



高雄市政府有線廣播電視公用頻道推動委員會
單位:人

