

高雄市政府新聞局113年_2_月辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
新聞局主管合計							294,000				
新聞局	高雄進行式2月份專題，共4則：「萌翻了 黃色小鴨重返高雄 港灣十年變化太驚人」、「桃源賞櫻美濃花海 過年走春別錯過」、「動作快與小鴨同遊 冬日遊樂園超好玩超溫暖」、「渴望翱翔天際 到岡山看飛機遊天空步道」。	電視媒體 網路媒體 (含社群媒體)	113.1-113.12	新聞行政科	公務預算	新聞行政-出版及視聽事業之管理與輔導	0	慶聯有線電視股份有限公司	本案於本市有線電視公用頻道CH3及高雄都會台CH4露出，觸及戶數約58.8萬有線電視收視戶。	高雄市政府Facebook、高雄市政府YouTube、高雄市政府有線電視公用頻道CH3、高雄都會台CH4及四維行政中心中庭電視牆。	「高雄進行式專題報導」第1期預計於113年7月付款；第2期預計於114年1月付款。全案金額1,980,000元。
新聞局	高齡者無號誌路口停讓、大型車防制	廣播媒體	113.2.1-113.2.29	新聞服務科	公務預算	新聞服務-綜合宣傳	0	快樂廣播事業股份有限公司	透過廣播電台進行全年道安廣播宣導。	快樂電臺	全案按月分12期驗收，並預計於次月付款
新聞局	春遊輕旅高雄左營鳳山	平面媒體	113.1.20	新聞服務科	公務預算	新聞服務-綜合宣傳	98,000	聯合報股份有限公司	運用平面媒體發行之新春特刊宣傳，促進春節期間高雄觀光經濟效益。	聯合報	本案已於113年2月付款
新聞局	高雄輕軌幸福成圓 來趟chill城市輕旅行	平面媒體	113.2.1	新聞服務科	公務預算	新聞服務-綜合宣傳	98,000	中國時報文化事業股份有限公司	運用平面媒體發行之新春特刊宣傳，促進春節期間高雄觀光經濟效益。	中國時報	本案已於113年2月付款
新聞局	冬日遊樂園	網路媒體 (含社群媒體)	113.2.1	新聞服務科	公務預算	新聞服務-綜合宣傳	98,000	王道旺台媒體股份有限公司	運用數位廣編稿宣傳，加強冬日遊樂園宣傳效果，邀請民眾踴躍參與。	CTWANT	本案已於113年2月完成付款
新聞局	冬日遊樂園	電視媒體	113.1.30-113.2.17	新聞服務科	公務預算	新聞服務-綜合宣傳	0	三立電視股份有限公司、東森電視事業股份有限公司、聯利媒體股份有限公司、年代國際事業股份有限公司、民間全民電視股份有限公司、中華電視股份有限公司、臺灣電視事業股份有限公司、中國電視事業股份有限公司	運用電視媒體之宣傳效益排播廣告，吸引民眾到高雄觀光旅遊。	三立、東森、聯利、年代、民視、華視、臺視、中視等8家電視媒體	本案為驗收完畢後一次性支付(預計於113年12月)

機關名稱	宣導項目、標題及內容	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
新聞局	大林蒲遷村意願調查	平面媒體	113. 2. 29	新聞服務科	經濟部補助款	「經濟部委託高雄市政府辦理大林蒲遷村先期調查及評估作業」110年度委辦費	0	中國時報文化事業股份有限公司	運用平面及網路媒體之宣傳效益，使民眾進一步了解遷村計畫內容及市府相關因應作為。	中國時報	本案為驗收完畢後一次性支付(預計於113年7月)
		網路媒體 (含社群媒體)	113. 2. 29- 113. 3. 3							中時新聞網、翻爆APP	
新聞局	高雄畫刊圖文	網路媒體 (含社群媒體)	113. 2. 6-113. 2. 29 2024《高雄畫刊》第2期	綜合出版科	公務預算	行銷出版業務-行銷出版及編印書刊	0	墨刻出版股份有限公司	運用網路無遠弗屆的特性，與媒體合作並無償授權圖文轉載或發送電子報，讓民眾透過網路瞭解市政建設、特色產業、觀光旅遊、藝文活動等各面向城市發展。	景點家網站、TRAVELER Luxe刊登精選文章	本項為廠商回饋。
										1. 「聯合線上」、「信傳媒」、「微笑台灣」與「LINE」圖文授權轉載。 2. 「聯合新聞網」電子報寄送給其訂戶，分享有關高雄的在地報導。	媒體或網路平台主動接洽後，由本局無償授權
新聞局	Love Kaohsiung英日文雙月刊	網路媒體 (含社群媒體)	每雙月發行，第29期於2. 19出刊	綜合出版科	公務預算	行銷出版業務-行銷出版及編印書刊	0	聯合線上股份有限公司	運用網路無遠弗屆的特性，無償授權媒體轉載，擴大出版品閱讀效益。	圖文授權聯合線上、聯合新聞網轉載	媒體主動接洽後，由本局無償授權。
新聞局	黃色小鴨歡送會	網路媒體 (含社群媒體)	113. 2. 25	綜合出版科	公務預算	新聞服務-綜合宣傳	0	民間全民電視股份有限公司	運用網路平台展現市府活動的魅力與活力，透過最受矚目的「黃色小鴨」，吸引民眾追蹤市府Facebook及訂閱市府YouTube頻道，帶動民眾對本府行銷宣傳平台的興趣及黏著度。	網路直播：高雄市政府YouTube、高雄市政府Facebook、《陳其邁Chen Chi-Mai》市長Facebook、高雄旅遊網Facebook、民視新聞Facebook等。	本案為驗收完畢後一次性支付(預計於113年4月付款)
高雄廣播電臺	無						0				