

高雄流行音樂中心 107 年度營運計畫

前言

縣市合併後，高雄市政府即著力於各項產業轉型以加速城市升級，在配合國家建設發展之下，高雄因具備港灣城市的地理特性，多年來積極推動亞洲新灣區城市發展策略；海洋文化及流行音樂中心（以下簡稱海音中心）即是亞洲新灣區重要文化產業建設之一，結合港灣基地環境，興建多元場館，構築一個鏈結流行音樂與各類型文化創意發展之園區，在環狀輕軌建置完備後，將串聯高雄展覽館、港埠旅運中心、駁二藝術特區等重大建設，帶動產業群聚，推展港區觀光活動，並藉以提升南部表演場所與設施之質與量。

一、本年度工作目標

高雄流行音樂中心（以下簡稱本中心）自 107 年 1 月正式成立，基於海音中心目前尚未全數完工，依工程既定期程逐步建構同時，本中心承接海音中心相關軟體配套計畫之執行，作為紮實本中心營運之基石，諸如「駁二大義 C10 倉庫 Live House 建置及營運管理」、「流行音樂產業扶植」、「流行音樂人才培育」、「流行音樂賞析人口培育」等計畫，為高雄流行音樂根植政策發展的種苗。

本中心首年度工作重點除參與工務部門興建海音中心工程相關會議，提供場館營運設備優化建議，並建構行政法人組織、法規制度、人事相關制度，期完善法人基本運作功能；另舉辦主題音樂推廣活動，建立品牌形象，並持續建置場館硬體設備，整備園區管理機制。

海音中心完工階段之工作目標則以整體設備購置、進行後續試營運、壓力測試、試營運後調校改善，並制定場域使用管理辦理，開放各場地招商及外租檔期登記事項，以達成海音中心順利

啟用。

二、107 年度工作計畫

107 年度除健全行政法人運作模式、營運現有場館空間、媒合產業進駐招商空間，並將延續興建完成前之相關軟體配套計畫，持續紮實流行音樂根基。本年度工作計畫分別說明如下：

(一) 健全行政法人運作模式

本中心係從無到有新成立機構，非由行政機關轉型，因此以迫切且嚴謹的態度，從組織、法規制度及人事任用等方面進行一系列的建構，讓本中心營運上能緊跟多變的流行音樂產業腳步。擬由以下三方面著手：

1. 組織面：以新的思惟檢討流行音樂應具備的組織體系，依循行政法人既定制度，訂定彈性化、專業化及全面性組織結構，以符合音樂流行產業結構。
2. 法規制度面：依據行政法人法及其相關子法規定，制定出本中心設置自治條例，並以該條例為基準，有系統的擬訂一套專屬流行音樂中心的典章制度，例如組織章程、人事管理、會計制度、內部控制等適宜本中心推動業務之制度。
3. 人事面：視場域與業務特性聘任專業人員訂定人力計畫，並持續徵詢產業資深從業人員、推薦網羅相關人才，妥適分配職務，讓人力運作達到最佳化。

(二) 舉辦主題音樂活動，建立品牌形象

為穩定培養流行音樂觀賞人口，邀請國內外音樂活動演出，透過多元化的活動，提升本中心知名度。另舉辦主題式的流行音樂活動，透過各種宣傳管道，提升本中心能見度並增加音樂賞析人口，深化民眾對本中心之品牌形象。本年度實際作法如下：

1. 規劃各類型之例行性與主題式的流行音樂活動，本年度持續邀請國內外藝人、團體至本中心營運的 LIVE

WAREHOUSE 及月光劇場演出，堆高新建場館啟用的能量。辦理方式將以自辦、合辦、協助…等多元方式設計，透過音樂活動的多樣化，讓民眾可以接觸不同音樂類型之機會，並藉由現有室內及戶外場館本身不同表演規模之特質，維持本中心在南部流行音樂界之主導地位。

2. 舉辦主題式音樂祭，深化民眾對本中心之了解與印象。在海音中心啟用前，本年度預計於海音中心戶外基地或附近合適場域辦理大型港灣音樂祭，廣邀國內外至少 80~100 組藝人或表演團體，以具指標性或話題性之藝人，吸引民眾共同參與，增加本中心媒體露出機會，打造營運初期形象與品牌，也提高高雄在國際流行樂壇知名度。

(三) 國際參訪交流

本年度規劃本中心人員至國內外知名展演場域觀摩，透過相互交流方式擷取他人寶貴經驗及技術，並探詢未來合作之可能性。相關計畫內容如下：

本年度已規劃日本東京流行音樂產業及場館參訪交流，實地拜訪 Creativeman Productions、SMASH 等策展單位，創造未來合作機會，促成更多國際藝人來台演出；並參訪幕張展覽館、Tokyo Zepp、新木場 Studio Coast 等知名場館，了解其組織架構、活動企劃、行銷宣傳、場館經營維護等軟體策略。

(四) 人才培育、觀眾培養及產業扶植

因應海音中心主體即將完成，本中心持續進行先期人才開發與養成計畫，厚植流行音樂幕前幕後及音樂技術人員實力，累積南台灣豐沛的音樂創作及表演能量，作為擴大目標客群的基底，另積極培育音樂賞析人口及扶植流行音樂產業，相關規劃如下：

1. 人才培育：持續進行先期人才開發與養成作業，厚植音樂從業人員基礎實力，本年度持續辦理「青春尬歌」，提升南方流行音樂青年創作人才實力，除提供獎金，亦給

予音樂創作發表機會讓學生樂團展現自我創作成果，傳承音樂精神。另為落實音樂產業供應鏈人才培育養成，賡續於平日（週二至週四）時段開辦講座型態之音樂相關課程「音樂夥伴教召令」，例如音響工程、演唱會視訊設計、舞台技術培育、樂器彈奏教學等，擴大民眾與有志從事流行音樂產業者的參與。

2. 觀眾培養及產業扶植：本中心藉由舉辦例行性與主題性流行音樂活動，期能逐年提升參與人數，本年度將持續透過執行「南面而歌」獎勵措施，扶植具南台灣鮮明意象的流行音樂，儲備音樂產業人才，為海音中心累積豐沛的創作能量及優勢競爭力，且將商業機制導入官方出版體系，提前與民間流行音樂市場接軌，落實流行音樂政策產業化。另一方面，經由活化流行音樂創作展演空間，發掘具創作潛力及市場性的歌手或樂團，採定期徵件方式受理設址於高雄地區之音樂展演者申請，透過審查方式補助歌手或樂團之演出費，促使南部表演市場蓬勃發展，強化周邊產業扶植與連結，活絡南部流行音樂產業環境。

(五) 媒合產業進駐商業空間

海音中心目前已完成第一標 6 座鯨魚造型空間，整體工程陸續進入完工階段，未來如何媒合流行音樂產業、商業空間進駐，發揮最大產值與效益，以吸引觀光遊客、促進海音中心為流行音樂產業群聚，是本年度極為重要的新興課題，規劃方向如下：

1. 於 106 年底完工之 6 座鯨魚造型空間，目前積極媒合流行音樂或相關產業進駐，發揮場館最大使用效益，以建立南台灣最重要流行音樂群聚地為目標，營運初期已有相關企業簽約進駐，目前仍努力持續尋訪潛在企業，將商業空間發揮最大產值與營運效益。
2. 在海音中心主體工程完成前，先行盤點商業空間、產業

扶植空間配置，預計規劃與場館意象相符之文創商店、商場、主題餐廳、Live House、餐酒館等多元化駐店。利用海音中心由水岸輕軌及自行車道串連的港灣美景獨特優勢，辦理招商前置準備作業，期待未來海音中心除了肩負推廣流行音樂任務外，亦可創造市民一個新興購物、遊憩、觀光，促進高雄產業升級的關鍵據點。

(六) 建置場館硬體設備，整備園區管理機制

海音中心演出空間設施、燈光音響舞台等硬體具備專業性，是未來營運成敗之重要關鍵，因此，如何加強場館軟硬體設施購置、租賃與維護，符合場館需求，確保未來演出活動順利進行，具體規劃作法如下：

1. 硬體議題專業諮詢：海音中心為專業流行音樂場域，軟硬體設備皆具專業性，首要釐清未來場館所需硬體設備及技術需求，妥善預備各項設備器材相關配件，尤為大型表演空間演出空間吊點、燈光音響工程、舞台機電工程等硬體，需符合營運需求，本年度規劃聘請顧問提供專業諮詢意見。
2. 建置場館管理機制：除本中心營運的 LIVE WAREHOUSE 維持良善管理機能外，新建場館預計於本年度完工，本中心以高標準、高品質態度，做好相關試營運作業，並持續優化整體設備及改善管理機制，給予未來表演者、招商進駐單位及民眾舒適的優質環境，提高民眾來訪頻率與駐留時間。

三、107 年度各具體執行計畫、執行內容及績效目標

| 執行計畫 | 執行內容 | 績效目標 |
|----------------|--------------------------------|---|
| (一) 健全行政法人運作模式 | 從組織面、法規制度面、人事面著手，讓本中心營運上符合流行音樂 | 完成相關專業系統建置並綜理相關法令。諸如財產分類管控、財務會計法令、建構相關數位化與資 |

| | | |
|----------------------------|--|--|
| | 產業期待。 | 訊管理系統，會計、出納、人事、內控事務等完整建制。 |
| (二) 舉辦主題音樂活動，建立品牌形象 | 邀請國內外音樂活動演出及舉辦例行性音樂活動、主題式音樂祭活動，提升本中心能見度，並增加音樂賞析人口，深化民眾對本中心之品牌形象。 | 持續邀請國內外藝人、團體至 LIVE WAREHOUSE 演出，堆高新建場館啟用能量；另於海音中心啟用前舉辦大型活動，廣邀 80~100 組藝人或表演團體，打造營運初期形象與品牌。 |
| (三) 國際參訪交流 | 規劃國內外知名展演場域觀摩，藉由相互交流、深度訪談機會，打開本中心人員國際視野與強化相關專業技能，並進一步探詢未來相互合作之可行性。 | 規劃日本東京流行音樂產業及場館參訪交流，實地拜訪 Creativeman Productions、SMASH 等策展單位，並參訪幕張展覽館、Tokyo Zepp、新木場 Studio Coast，擴展本中心與國際接軌之機會。 |
| (四) 人才培育、觀眾培養及產業扶植 | 持續進行先期人才開發與養成，厚植流行音樂幕前幕後及音樂技術人員實力，累積南台灣豐沛的音樂創作及表演能量，積極培育音樂賞析人口及產業扶 | 持續辦理「青春尬歌」，提升南方流行音樂青年創作人才實力，傳承音樂精神。另開辦講座型態音樂相關課程，培育音樂產業人才。在觀眾培養方面，持續辦理例行性及主題式活動，擴大觀眾基礎；產業扶植方面則透過執 |

| | | |
|------------------------------|--|--|
| | 植。 | 行「南面而歌」獎勵措施，儲備音樂產業人才，另一方面，協助活化流行音樂創作展演空間，以審查方式補助歌手或樂團演出費。 |
| (五) 媒合產業進駐商業空間 | 海音中心目前已完成6座鯨魚造型空間，整體工程於107年度陸續完工，未來如何媒合音樂產業、商業空間進駐，對本中心營運而言，將是極為重要的新興課題。 | 首先積極媒合流行音樂或相關產業進駐，初期已達成既定成效，仍持續努力尋訪潛在企業。再者，在主體工程完工前，先行盤點商業空間、產業扶植空間，預先規劃文創商店、商場等多元化駐店，打造一個結合購物、遊憩、觀光之新興據點。 |
| (六) 建置場館硬體設備，整備園區管理機制 | 海音中心演出空間設施、燈光音響舞台具備專業性，是未來營運成敗之關鍵指標，如何加強場館軟硬體購置、租賃與維護，符合場館需求，皆須於營運前完成，以確保活動順利進行。 | 為釐清未來海音中心營運前所需硬體設備及技術需求，本年度預計聘請業界專業顧問提供諮詢服務。另已營運的場地，則做好相關營運作業及觀眾服務，並隨時檢討設備及管理機制之改善，提高民眾來訪頻率與駐留時間。 |