

高雄流行音樂中心 110 年度營運計畫

高雄流行音樂中心（以下簡稱本中心）之管理及營運具有高度專業性與市場性，且肩負公共服務與相關人才培育的政策使命，逐步建置行政規章制度及充實各領域專業人力，建構合宜之運作組織樣態，引進專業職能及企業化經營管理理念，賡續扶植在地流行音樂、培育文創人才及產業，期開創更多元化的流行音樂文創產值。

邁向成立第四年，將面臨全面完工開幕之海洋文化及流行音樂中心（以下簡稱海音中心）營運重責，啟動新場館設備優化、開幕系列活動、形象識別、品牌建立、產業人才培力、顧客服務系統建置、流行音樂展覽等計畫，結合港灣基地環境，建構一個流行音樂與各類型文化創意發展的多元園區，秉持「打造音樂休閒觀光新基地」、「創造音樂人才發展契機」、「鏈結音樂特色及文創產業」、「落實專業營運永續發展」之願景，帶動高雄成為亞太流行音樂創作及演出匯集地。

一、110 年度工作目標

（一）塑造多元及新興場館特色，營造嶄新品牌形象，建立會員制度鞏固客群

高雄流行音樂中心以流行音樂展演為核心，透過興建中型表演、小型表演、音樂產業聚集、社群空間與展示區域等空間，串連音樂演出、展覽、文創產業、遊艇、電競、觀光等新興產業，跨域加值各空間使用，成立台灣首座港灣流行音樂產業園區。本年度積極將識別系統融入各類活動規劃設計中，策略性強化及深耕中心之品牌形象，提升南部地區流行音樂國際性、多元性及在地性音樂表演場域，建構中心於南臺灣音樂產業之知名度。開館之初將積極建立中心會員機制，開發會員數量、舉辦會員活動及會員回饋機制建立等，透過 App 讓會員一手掌握中心活動資訊，享受會員專屬好康活動。

(二)活絡音樂產業鏈群聚平台，形構音樂發展基地

高雄流行音樂中心座落亞洲新灣區精華地帶，占地約 11.48 公頃，加上海域優勢，創造高雄港區與國際連結，塑造國家級門戶地標及活絡空間與產業之最佳條件。本年度將持續推動「發掘創作及表演人才」、「培育幕前幕後人才」、「扶植流行音樂產業」等，拓展本中心與產業合作關係，整合流行音樂資源創造多重效益，融合流行音樂文化政策與市場取向兼具的多元型態。

(三)策劃國內外優質音樂表演，拓展音樂賞析人口

在高雄流行音樂中心全場域尚未完全啟用接管前，中心以 LIVE WAREHOUSE 為流行音樂展演核心，作為本市扶持音樂人才基地，本年度為高雄流行音樂中心開幕元年，本中心將導入流行音樂專業職能，致力營運設備優化，並策劃多場開幕系列演出，培養音樂賞析人口，厚植流行音樂消費市場，強化本中心永續經營實力。

(四)媒合產業界進駐商業空間，提升多元型態服務，永續經營高雄流行音樂中心

高雄流行音樂中心為亞洲新灣區最耀眼的建築物，具備由水岸輕軌及自行車道串連的港灣極緻美景，吸引遊客駐足，藉由優質地理環境及完善場域空間規劃裝修，盤點所有空間運用效能，持續洽談不同類型產業進駐，增加高雄流行音樂中心「跨業合作」、「多元發展」、「區位優勢整合」利基，極大化招商效益。規劃營運設備優化暨維護計畫，定期執行各項安全檢測、機電設備維護保養及檢修、環境衛生清潔與植栽景觀維護等事項，維護園區整體形象以永續經營。

二、110 年度工作計畫

(一)強化行政法人專業營運模式

1. 專業專才、適才適所

高雄流行音樂中心全面啟用在即，尚需各類專業人才的加入，學以致用各適其所。本中心以新思惟導入彈性化、專業化及全面性組織結構，並網羅軟硬體適當人才，妥適分配職務，落實人力運用最佳化。鼓勵員工在職期間持續進修，辦理多元化員工訓練課程，加強專業能力以提升競爭力。

2. 落實內控制度及標準作業流程

為提升場館專業營運競爭力，強化本中心組織體質，各部門持續落實內控制度及標準作業流程，及時因應環境改變調整制度之設計及執行，定期自行檢查內部控制制度，辦理自我監督之機制，以合理確保內部控制持續有效運作。

3. 管理專業化與資訊化

為符資通安全法規要求，針對中心場域持續導入資訊安全措施，確保機敏資料與民眾資訊服務不中斷。規劃 e 化作業提高行政效率，建置雲端管理及企業資源計劃系統資訊化作業，俾提升服務效能，簡化行政流程，並注入成本控制概念，達到資源有效分配及專業化管理目標。

(二)發掘流行音樂賞析人口，強化 LIVE WAREHOUSE 場館營運

1. LIVE WAREHOUSE 場館經營管理

由高雄流行音樂中心負責營運的小型表演場地 LIVE WAREHOUSE，營運已邁入第六個年度，在高雄流行音樂中心正式開幕後，LIVE WAREHOUSE 持續肩負擴大南台灣流行音樂表演市場，及培育新興表演團體之責任，辦理各類型流行音樂活動，以常態性的音樂演出，向南台灣民眾推薦優質的流行音樂，期培養南台灣民眾聆聽現場演出之習慣，並給予演出者更大規模演出前之跳板。

2. 培育場館演出專業人才

(1) 提供年輕學子參與演出活動之前台與硬體執行機會

音樂展演活動之進行，需要有許多前台或硬體專業人力的協力，而音樂展演活動的相關工作，也受到許多年輕學子的嚮往，高雄流行音樂中心藉由 LIVE WAREHOUSE 的營運，提供實際參與機會給予對於流行音樂演出工作有興趣與熱情之年輕學子，使其了解此行業的運作方式，期由此培育演出相關工作的專業人才，做為南下高雄演出團隊的助力。

(2) 於場地建置完善演出硬體設備，以培養硬體專業人才

於 LIVE WAREHOUSE 建置專業的演出硬體設備，藉由參與 LIVE WAREHOUSE 演出硬體執行相關工作，提供對演出硬體執行有興趣與熱情之年輕學子實際操作學習之機會，透過最新的硬體器材，學習舞台硬體專業最先進的技能，以期培養出舞台硬體業界的即戰力。

(三) 深耕並打造流行音樂演出創意基地

1. 籌辦高雄流行音樂中心開幕系列活動節目

高雄流行音樂中心預定於本年度 4 月進行大型啟用活動，主要以四場大型音樂展演為主軸，預計規劃國內知名藝人、在地音樂人與深具台灣特色之藝人展演或特色跨界演出。以「海」為核心，與音樂共同作為開幕活動主軸，搭配各式燈光展現與策展，結合高流園區周遭地區特色商家、觀光資源、話題行銷等。同時將於宣傳活動中規劃校園音樂推廣活動，不僅建立高雄流行音樂中心的音樂品牌形象，也開拓本中心在亞洲音樂版圖上的能見度。

2. 規劃創意主題的自辦節目

籌辦極具創意及樂趣的演出活動，擴大民眾參與及建立場館品牌調性、集結台灣跨世代、跨類型音樂人，活化場館的使用，開創嶄新的音樂演出形式。包括動畫電玩音樂的跨界結合、嘻哈音樂的品牌策畫系列節目、結合在地生活與文化的各式自辦節目，藉此創新擴

大音樂欣賞人口的養成。

(四) 規劃長期之音樂相關課程推廣及藝文人才育成

1. 製作、企劃、創作、城市策展、高雄在地音樂或流行音樂產業相關主題推廣講座

邀請流行音樂各領域產業人士，透過講座及授課的方式，針對音樂職涯與專業技術經驗分享，並規劃各式音樂人才養成教育計畫，提升南部音樂環境生態鏈的發展。

2. 校園講座或推廣活動

主動式進入校園，與音樂藝術相關科系或社團合作辦理推廣講座，增加高雄流行音樂中心的曝光度和知名度，結合產學資源，落實音樂教育的推廣，進而讓校園學子回流高雄產生參與感與認同感，期待未來能更進一步透過產學合作創造南部藝文產業鍊。

(五) 營運設備優化暨維護計畫

1. 建築及機電設備維護計畫

(1) 建築及機電設備保養維護

委外辦理建築及機電設備定期及不定期巡檢，包含各項電力、空調、消防、機電設備、升降機設備、監控系統、網路電話、燈光照明、給排水等維護保養及檢修，確保營運設備正常妥善。

(2) 建築物及機電設備安全檢測

每年度依規定辦理建築物公共安全檢查、消防設備安全檢查、高低壓電力安全檢測、室內空氣品質檢測及電梯升降機安全檢查等。

2. 園區環境清潔及景觀植栽維護計畫

(1) 環境衛生清潔

委外辦理園區公共空間及戶外環境清潔專業服務，包含日常清

潔、垃圾清運、消毒。

(2) 景觀植栽維護

委外辦理園區植栽樹木維護、日常及防災防汛修剪、病蟲害防治處理，綠化及美化園區。

3. 環境影響整體評估計畫

委外辦理園區施工及開幕營運期間環境監測，包含空氣品質、噪音及交通評估影響與營運交維計畫等。

(六) 園區安全與管制計畫

1. 派駐保全人員，管理並維護場域安全

委外辦理專業警衛保全維護園區及民眾安全，包含例行巡檢、事件通報、緊急應變處理與管制等工作。

2. 專業人員進用與培訓

依法規建立勞工安全衛生管理與防火管理人員專業送訓及複訓，確保園區整體安全。

(七) 營運管理與招商作業

1. 商業空間佈局規劃

依國產法「管用合一」原則，本計畫土地及建物均屬國有財產，管理者為文化部，須由高雄市政府向中央申請不動產無償撥用，管理者須登記為高雄市文化局，且高雄流行音樂中心屬新設行政法人，無法適用行政法人法第 34 條第 1 項規定「原機關(構)改制為行政法人業務上有必要使用之公有財產，得採捐贈出租或無償提供使用等方式為之」，因此，中心招商小組將就既有商業空間佈局規劃與市府共同評估業種規劃與期程進度控管，持續與過往接觸之目標廠商維持業務關係，確認大型主力廠商的軟硬體需求、設店習慣及市場潛力，爭取最適合的主力廠商進駐再拉進中型主力廠商，落實中心商

業空間形象和方向。

2. 進駐廠商營運管理

規劃各駐店品牌開幕活動，增加顧客停留時間的消費體驗；分析駐店業績，找出駐店潛在危機，建立備案廠商；建立營業報表以進行駐店營運績效管理及業務關係維護等作業。

3. 辦理集客活動

除開幕前依據節慶氛圍、場地特性打造之主題市集品牌「呷涼祭 冰品集市」、「電動玩祭」外，隨著 110 年度全園區開放，將以園區特色結合音樂、電影、電競、科技、展覽及文創產業，並加強進駐廠商異業結合，以活絡豐富場域。

(八) 中心品牌識別深耕推廣及整體宣傳計畫

以建置完成後之高雄流行音樂中心場域及建築之特殊性，將透過建築硬體本身特色以及港灣地理優越性，規劃系列宣傳影片及摺頁內容，強化品牌識別及中心形象深植。更結合導覽與推廣服務機制，軟硬體結合，發揮宣傳擴散效益，達到多元面向宣傳之形象廣度。

整合多元行銷通路（平面、戶外宣傳、網路、媒體平台、導覽解說、校園推廣等），推廣本中心所舉辦之系列主題活動、表演及主題常設展等，累積及推廣中心相關活動之宣傳廣度；也透過報導專欄深度訪談，為中心奠定行銷之深度及厚度，再輔以廣播電台及社群媒體常態性露出，觸及宣傳之廣度與普及度。

此外，藉由推廣場域空間，媒合相關產業進駐，提高進駐空間使用率，以達到活絡中心運作及整體永續經營之效益；更結合中心常設展之推廣，擴大各年齡層及背景之民眾參觀，也讓觀眾了解到「音樂即生活，生活充滿音樂」的展覽概念，更以常設展為媒介，將中心系列活動持續推廣及傳播。

三、110 年預算分配

單位：新台幣千元

執行計畫	執行內容	預估收入	預估支出
(一) 強化行政法人專業營運模式	1. 專業專才、適才適所。 2. 落實內控制度及標準作業流程。 3. 管理專業化與資訊化。	補助收入 53,982	53,982
(二) 發掘流行音樂賞析人口，強化LIVE WAREHOUSE場館營運	1. LIVE WAREHOUSE場館經營管理。 2. 培育場館演出專業人才。	自籌收入 18,037 補助收入 19,209	37,246
(三) 深耕並打造流行音樂演出創意基地	1. 籌辦高雄流行音樂中心開幕系列活動節目。 2. 規劃創意主題的自辦節目。	自籌收入 1,800 補助收入 9,997	11,797
(四) 規劃長期之音樂相關課程推廣及藝文人才育成	1. 製作、企劃、創作、城市策展、高雄在地音樂或流行音樂產業相關主題推廣講座。 2. 校園講座或推廣活動。	自籌收入 120 補助收入 2,347	2,467
(五) 營運設備優化暨維護計畫	1. 建築及機電設備維護計畫。 2. 園區環境清潔及景觀植栽維護計畫。 3. 環境影響整體評估計畫。	自籌收入 17,400 補助收入 5,734	12,446

(六) 園區安全與管制計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1. 派駐保全人員，管理並維護場域安全。 2. 專業人員進用與培訓。 		4,250
(七) 營運管理與招商作業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商業空間佈局規劃。 2. 進駐廠商營運管理。 3. 停車場委外廠商營運管理。 4. 辦理集客活動。 		6,438
(八) 中心品牌識別深耕推廣及整體宣傳計畫	規劃辦理形象宣傳及行銷發展	補助收入 8,890	8,890
其他營運支出(電信費、辦公用品、折舊攤銷等費用)	自籌收入 272 補助收入 2,483 其他補助收入 1,763	12,190	
合計	142,034	149,706	

四、110 年度執行內容及績效目標

執行計畫	執行內容	績效目標
(一)強化行政法人專業營運模式	1. 專業專才、適才適所。 2. 落實內控制度及標準作業流程。 3. 管理專業化與資訊化。	1. 因應中心需求聘用各類專業人力。 2. 滾動式修訂內控制度及標準作業流程，並落實稽核作業，預計 1 年辦理 1 次自評及 1 次稽核作業。 3. 優化專業管理系統。
(二)發掘流行音樂賞析人口，強化 LIVE WAREHOUSE 場館營運	1. LIVE WAREHOUSE 場館經營管理。 2. 培育場館演出專業人才。	1. 預計於 LIVE WAREHOUSE 辦理 50 場之演出，並達到 15,000 人次參與。 2. 培育演出專業人才，提供南下演出團隊專業服務，預計培育 10-15 名。
(三)深耕並打造流行音樂演出創意基地	1. 籌辦高雄流行音樂中心開幕系列活動節目。 2. 規劃創意主題的自辦節目。	1. 辦理 2 場開幕演出活動，活動全程採線上直播，現場觀眾之參與視疫情滾動式修正。 2. 辦理 2 場自辦節目，活動全程採線上直播，現場觀眾之參與視疫情滾動式修正。
(四)規劃長期之音樂相關課程推廣及藝文人才育成	1. 製作、企劃、創作、城市策展、高雄在地音樂或流行音樂產業相關主題推廣講座。	1. 預計辦理音樂講座 5 場，每場 25 人次參與。因應疫情，亦將線上辦理形式納入考量。 2. 預計辦理校園講座 4 場，

	2. 校園講座或推廣活動。	每場 30 人次參與。因應疫情，亦將線上辦理形式納入考量。
(五)營運設備優化暨維護計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建築及機電設備維護計畫。 2. 園區環境清潔及景觀植栽維護計畫。 3. 環境影響整體評估計畫。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 完成建築及機電設備維護委外作業，並完成定期每月及每季各 1 次巡檢。 2. 每月 1 次園區環境清潔巡檢作業及每季 1 次景觀植栽巡檢作業。 3. 完成環境影響整體評估委外作業，並於每季 1 次提出報告。
(六)園區安全與管制計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1. 派駐保全人員，管理並維護場域安全。 2. 專業人員進用與培訓。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 定期每日全場域巡檢打點 48 次（半小時一次），並於每月提供打點資料。 2. 每年檢視職業安全衛生管理、能源管理人、防火管理人員等專業證照期限及複訓準備。
(七)營運管理與招商作業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商業空間佈局規劃。 2. 進駐廠商營運管理。 3. 停車場委外廠商營運管理。 4. 辦理集客活動。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 招商小組與市府共同評估業種規劃與期程進度控管，並每週 1 次提出全區招商進度報告。 2. 定期進行營運管理及業務關係維護等作業，並每月 1 次統計營運實績如：銷售數字、活動場次等。 3. 停車場委外廠商督核作業，並委外廠商每兩月 1 次

		<p>提供「營業人銷售額與稅額申請書」檢核收入及每兩週 1 次停車場硬體設備巡檢作業。</p> <p>4. 於戶外場域辦理主題活動(自辦+租借)5 場，預計吸引 6 萬人次參與。</p>
(八)中心品牌識別深耕推廣及整體宣傳計畫	規劃辦理形象宣傳及行銷發展	<p>1. 開館進行相關媒體曝光宣傳(雜誌、廣播、專訪、新聞露出...等)，達 50 次。</p> <p>2. 每週持續進行中心網路宣傳 2-3 次，預計開幕前達到 20,000 臉書按讚人次。</p> <p>3. 高流 App 於開幕前預計達到至少 3,000 會員註冊數。</p>