

## 高雄流行音樂中心111年營運計畫

高雄流行音樂中心（以下簡稱本中心）邁向成立第五年，以法人形式運作至今以朝專業化與市場導向為經營目標。期間已逐步完備中心業務運作規章制度及充實各領域專業人力。本(111)年度將面臨高雄流行音樂中心開幕後之營運重責，新場館設施及設備再優化、自辦企劃活動、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，賡續四年奠基成果，除法人肩負的使命與新的年度執行各項營運規劃，將著重於品牌建立及行銷策略，活絡產業及多元合作關係並整合資源以創造多重營運效益。

### 一、111 年度工作目標

#### **(一)策略性品牌形象宣傳，精進會員機制拓展客群，深耕服務展現新興場館多元特色**

高雄流行音樂中心以流行音樂展演為核心，透過中、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。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)持續活絡音樂產業鏈群聚平台，拓展產業合作關係**

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)打造專業場館，提供專業服務，吸引多元化音樂演出及賞析人口**

作為高雄流行音樂中心正式開幕後首個完整年度，本中心將持續導入流行音樂專業職能，以專業、多元、公共為核心目標，致力營運設備優化，並策劃媒合多樣化的音樂演出，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)協助青年人才發展影音產業，鼓勵優質影音文化創意人才長期進駐**

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，吸引各界遊客。為發掘及協助青年人才發展影音產業，鼓勵優質影音文化創意人才長期進駐高雄流行音樂中心，辦理影音築港青年創業補助計畫，加強鏈結影音幕前幕後跨界產業媒合，發展南方在地影音特色及產業聚落。並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，極大化招商營運效益。

## 二、111 年度工作計畫

### (一)精進組織專業及管理效能

#### 1. 健全法人組織運作，完備營運制度規範

本中心因應園區逐步接管，調整組織結構及專業分工，使各部門業務推展及執行權責分明，橫向連結運作順暢。現階段亟需導入工務專長，以應園區各項設施及硬體之維護管理。並持續完善內部管理制度及行政作業流程、訂定場館各項營運使用規範，完備園區營運專業要求。

#### 2. 彈性人力資源模式，延攬專業人才

配合組織架構調整與專業需求，擬定人力計畫並招募各領域專才，包括工務、企劃行銷、教育推廣、招商、劇場軟硬體技術等人才，適時補實接管所需的營運人力；以彈性員額編配及任務導向運作，控制人力成本，期以增加組織的靈活度與專業性，達到人力運作最佳化的目標。

#### 3. 軟硬體資源整備，強化績效管理

為提升園區使用效能，持續優化場域各項硬體及設備，除培訓養成工務、技術人員專業能力並爭取相關經費挹注，整合資源使園區設施發揮最佳綜效。建立相關業務標準作業流程，落實成本控管與辦理績效評鑑，提高財務管理能力及整體營運績效。

### (二)強化場館營運，匯集演出能量並培養專業技術人才

#### 1. 演出場館經營管理

包含由高雄流行音樂中心負責營運的小型表演場地 LIVE WAREHOUSE 以及正式啟用的中型演出場館海音館，藉著提供更完善的各類型演出空間及專業服務，並透過多樣化的合作方式，希望能匯集更多元的演出類型及音樂能量，持續培養南台灣民眾觀賞現場音樂演出之習慣。

#### 2. 場館演出服務參與體驗

#### (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演出場館之營運，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)精進專業演出硬體設備及技術人力養成

於海音館及 LIVE WAREHOUSE 增進專業演出硬體設備，並規劃設計一系列相關課程，籌劃辦理專業講座，藉由參與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，推動業界技術交流培養出專業之演出技術人才，提昇南台灣幕後技術產業氣象。

### (三)多元形式推動流行音樂產業發展

以論壇、工作坊、音樂競技切磋等形式，經由知名國內外演出者或幕前幕後人員辦理活動經驗與心得傳承、分享，並互相交流，厚植本中心音樂產業發展的能力；透過音樂競技切磋表演現場，激發或激盪表演者潛在實力，也能讓觀眾有臨場感的體驗。

「音樂是唯一，Nothing but Music」之理念下，自辦、委託或補助方式籌劃各種不同類型的音樂表演節目或大型戶外演出活動，豐富演出內容，累積賞析音樂人口；規劃音樂表演教育推廣和體驗活動，培養潛在賞析人口，累積流行音樂能量。

### (四)加強產學合作，厚植音樂創作及藝文人才培育

鼓勵創作及培育流行音樂人才，辦理音樂創作徵選活動，鼓勵對音樂有興趣之青年學子精進演出並輔以現場技術指導，藉以強化音樂

產業鏈結，活絡流行音樂市場。

主動走進校園，邀請當紅藝人及歌手，分享音樂路上的心路歷程，結合小型校園演唱會形式，開創新模式，推廣本中心知名度的同時，也增加年輕學子對音樂產業之興趣。

年輕學子是國家未來重要的人才，本中心作為台灣重要的國家級建設及產業育成中心，積極與大南方地區大專院校合作，加強雙方產學合作，推動實習生計畫，讓學生有機會提早接觸音樂產業實作面，為台灣音樂產業培養生力軍。

#### **(五)流行音樂主題展示推廣，資源串連與交流**

持續深耕音樂相關系統性知識，結合在地特色發展規劃，搭配周邊活動規劃，以發揮展示教育之公共服務性，串連主題與民眾之連結。此外，透過國內外音樂資源串連，舉辦主題論壇與特展交流合作，建立國際交流之合作模式，增加中心能見度與軟體內容廣度。

#### **(六)中心品牌識別行銷宣傳，深耕顧客服務**

##### **1. 深入品牌推廣及宣傳**

以實體通路（公車輕軌車體、站體、戶外看板 LED、記者會舉辦、周邊商品、雜誌、專欄及深度文字撰稿等）搭配新媒體（網路、自媒體、數位播放），多元整合行銷。並以高流特殊的建築外觀搭配 CI 品牌形象識別，製作與拍攝形象影片，讓不曾造訪的民眾，透過銀幕搶先看，吸引大眾前來造訪。

##### **2. 顧客服務推廣**

透過顧客服務與資料收集，建立屬於高流的服務資料庫，分析及掌握顧客需求，並設置客戶服務中心，即時回覆民眾需求及問題，營造良好服務體驗。

建置導覽解說服務，分為團體、遊程及外語導覽等服務，結合周邊

區域，推廣在地人文及藝文參訪行程，提供多元遊憩體驗，並藉由鼓勵搭乘大眾運輸前往，除提升交通運載量，更可透過不同的移動方式欣賞場域特色之美。

## (七)營運管理與招商作業

### 1. 商業空間佈局規劃

本年度中心招商小組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

協助規劃各駐店品牌行銷活動，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

除了先前搭配節慶氛圍及場地特性辦理之特色主題市集外，隨著全園區的開放，規劃以園區特色結合音樂、電影、電競、科技、展覽及文創等議題，辦理各式戶外集客活動，並加強各進駐廠商間之異業結合，以活絡園區場域。

## (八)園區營運設備優化，環境景觀維護及安全管制

### 1. 營運設備巡檢、安全申報及優化

辦理建築及機電設備定期及不定期巡檢，確保營運設備正常妥善。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及換證等。逐年檢討工程設計不足或功能不佳處，並依急迫優先順序辦理優化。

## 2. 環境清潔、景觀綠美化及辦理環境影響評估

委外辦理園區環境清潔專業服務、植栽樹木整理、防汛防蟲處理，以達園區綠美化。並委外辦理園區環境監測，包含空氣品質、噪音及交通評估與營運交維計畫等。

## 3. 辦理場域安全維護，專業人員培訓及廠商施工管理

委外辦理專業保全案，維護園區民眾安全，依法安排勞工安全衛生管理與防火管理人員派訓，訂定施工管理規範，以維護施工品質與場域之安全，落實園區安全管理。

### 三、111 年預算分配

單位：新台幣千元

計畫內容	執行方式	預估收入	預估支出
(一)精進組織專業及管理效能	1. 健全法人組織運作，完備營運制度規範。 2. 彈性人力資源模式，延攬專業人才。 3. 軟硬體資源整備，強化績效管理。	自籌收入 189 其他補助收入 2,917	70,306
(二)強化場館營運，匯集演出能量並培養專業技術人才	1. 引進優質演出，培養南台灣流行音樂賞析人口。 2. 讓新興樂團或在校學生有機會使用專業的演出空間，培育明日之星。 3. 維護保養並優化場地建物與設施，提供舒適安全的演出環境。	補助收入 32,561	32,561
(三)技術設備提升	1. 執行運作 LIVE WAREHOUSE 及海音館演出。 2. 維護保養並優化場地硬體設施，提供舒適安全的演出環境。	補助收入 38,622	38,622
(四)技術專業人才培育	1. 提供年輕學子參與演出活動之幕後技術執行機會。 2. 培養專業技術人才與海音館技術接軌，於場館增進專業演出硬	補助收入 1,699	4,443



	體設備，並籌劃辦理專業講座，推動業界技術交流。		
(五)多元形式推動流行音樂產業發展	1. LIVE WAREHOUSE 自辦節目。 2. 戶外場域主題企劃活動。 3. 海音館特別企劃演出活動。	自籌收入 21,217 補助收入 15,375	36,592
(六)加強產學合作，厚植音樂創作及藝文人才培育	1. 製作、企劃、創作、技術、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 580 補助收入 4,273	4,781
(七)流行音樂主題展示推廣，資源串連與交流	1. 中心常設展營運與主題特展規劃設計。 2. 國際型音樂展覽合作交流與跨界媒合。	補助收入 940	940
(八)中心品牌識別行銷宣傳，深耕顧客服務	1. 以實體通路搭配數位新媒體，多元整合行銷。 2. 園區形象影片製作與拍攝。 3. 客戶資料系統建置與設置話務服務中心。 4. 中心導覽解說服務深耕與推廣。	自籌收入 1,908 補助收入 17,372	19,280
(九)營運管理與招商作業	1. 辦理各種戶外策略性宣傳活動，增加場域曝光度與集客聲量，	自籌收入 17,709	3,960

	<p>活絡商業空間。</p> <p>2. 整體園區駐店開幕主題企劃活動。</p> <p>3. 招商進駐空間管理及維護營運，派遣駐衛保全，維護空間安全與門禁管理。</p>		
(十) 園區營運設備優化，清潔景觀維護及安全管制	<p>1. 鯨魚堤岸水電費用。</p> <p>2. 園區建築及雜項設施維護保養。</p> <p>3. 機電設備維護保養及檢修。</p> <p>4. 環境衛生清潔與植栽景觀維護。</p> <p>5. 執行定期及不定期各項法定項目之安全檢測與申報。</p> <p>6. 派遣駐衛保全，維護場域安全與門禁管理。</p> <p>7. 工安、消防、環保等專業人員進用與培訓計畫。</p>		19,664
合計		155,362	231,149

#### 四、111 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)精進組織專業及管理效能	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 健全法人組織運作，完備營運制度規範。</li> <li>2. 彈性人力資源模式，延攬專業人才。</li> <li>3. 軟硬體資源整備，強化績效管理。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1)調整組織架構及業務分工，修訂相關規範及作業流程。</li> <li>(2)訂定用人計畫，彈性用人及補實培訓所需各類專業人力。</li> <li>(3)優化園區設施、設備技術，落實成本控管與績效評鑑。</li> </ol>
(二)強化場館營運，匯集演出能量並培養專業技術人才	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 引進優質演出，培養南台灣流行音樂賞析人口。</li> <li>2. 讓新興樂團或在校學生有機會使用專業的演出空間，培育明日之星。</li> <li>3. 維護保養並優化場地建物與設施，提供舒適安全的演出環境。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1)預計於 LIVE WAREHOUSE 辦理 100 場之演出，並達到 30,000 人次參與。</li> <li>(2)預計於海音館辦理 20 場之演出，並達 60,000 人次參與。</li> <li>(3)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。</li> <li>(4)維護保養並持續優化場館演出相關設備。</li> </ol>
(三)多元形式推動流行音樂產業發展	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. LIVE WAREHOUSE 自辦節目。</li> <li>2. 戶外場域主題企劃活動。</li> <li>3. 海音館特別企劃演出活動。</li> </ol>	<p>預計於中心場域辦理至少 10 場特色自辦演出活動，預計 20,000 人次參與。</p>
(四)加強產學合作，	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 製作、企劃、創作、城</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1)預計至少 3 種類人才培</li> </ol>

<p>厚植音樂創作及藝文人才培育</p>	<p>市策展、高雄在地音樂或流行音樂產業相關主題推廣講座。</p> <p>2. 校園講座或推廣活動。</p>	<p>育相關課程或音樂類競賽，預計 10,000 人次參與。</p> <p>(2)預計辦理至少 10 場校園講座或校園演唱會，預計 2,000 人次參與。</p>
<p>(五)流行音樂主題展示推廣，資源串連與交流</p>	<p>1. 中心常設展營運與主題特展規劃設計。</p> <p>2. 國際型音樂展覽合作交流與跨界媒合。</p>	<p>辦理展覽相關推廣活動至少 10 場次，預計觸及 1,500 人次。</p>
<p>(六)中心品牌識別行銷宣傳，深耕顧客服務</p>	<p>1. 以實體通路搭配數位新媒體，多元整合行銷。</p> <p>2. 園區形象影片製作與拍攝。</p> <p>3. 客戶資料系統建置與設置話務服務中心。</p> <p>4. 中心導覽解說服務深耕與推廣。</p>	<p>(1)每月至少 1 次宣傳媒體發稿。</p> <p>(2)每週持續進行中心網路宣傳 1 次，預計 111 年底前達到 50,000 臉書按讚人次。</p> <p>(3)中心各類型導覽申請服務建置完畢。</p> <p>(4)每月至少 2-4 場次導覽，預計服務約 300 人次。</p> <p>(5)至少開發 2 樣中心主題特色商品。</p>
<p>(七)營運管理與招商作業</p>	<p>1. 商業空間佈局規劃。</p> <p>2. 進駐廠商營運管理。</p> <p>3. 停車場委外廠商營運管理。</p> <p>4. 辦理集客活動。</p>	<p>(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。</p> <p>(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。</p>

		<p>(3)停車場委外廠商督核作業，並委外廠商每兩月 1 次提供「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)於鯨魚堤岸辦理至少 10 場活動(自辦+租借)，預計 20,000 人次參與。</p>
<p>(八)園區營運設備優化，清潔景觀維護及安全管制</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建築及機電設備維護計畫。</li> <li>2. 園區環境清潔及景觀植栽維護計畫。</li> <li>3. 環境影響整體評估計畫。</li> <li>4. 派駐保全人員，管理並維護場域安全。</li> <li>5. 專業人員進用與培訓。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>(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。</li> <li>(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。</li> <li>(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。</li> <li>(4)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。</li> <li>(5)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。</li> </ol>