

高雄流行音樂中心
2026 真愛秀·藍寶石大歌廳
媒體宣傳合作規劃與執行委託服務案
需求說明書

壹、名稱

2026 真愛秀·藍寶石大歌廳媒體宣傳合作規劃與執行委託服務案

貳、目的

高雄流行音樂中心自 111 年起辦理「真愛秀·藍寶石大歌廳」大型演唱會，重現並傳承高雄藍寶石大歌廳昔日風華，活動廣受民眾肯定。該系列活動成功掀起金曲回顧風潮，打造具臺灣本土特色且具延續性的演唱會 IP。

歷經四屆活動之累積，本中心已陸續蒐整展覽、紀錄片、口述歷史、藝人訪談、節目冊及出版品等珍貴資料，逐步建立屬於高雄、屬於臺灣的歌廳文化典藏基礎。

115 年（2026 年）適逢高流五週年，亦為「真愛秀·藍寶石大歌廳」（以下簡稱「本活動」）邁入第五年的重要里程碑，預定於 115 年 5 月 9 日及 5 月 10 日舉辦演唱會，並於同年 1 月 6 日舉行售票記者會，正式宣布同步推出藍寶石專書及紀錄片《高雄有顆藍寶石》，以深化活動文化內涵並延伸其社會影響力。

為擴大本活動整體媒體宣傳效益，提升媒體曝光度並帶動門票銷售，進而強化民眾對本活動之認知與參與意願，同時提升本中心整體品牌形象與知名度，擬委託專業廠商協助執行媒體宣傳企劃、媒體邀約、通告安排及記者會辦理等相關事宜，期能整合多元媒體資源，擴大宣傳效益，提升高雄流行音樂中心品牌影響力。

參、經費預算

本案經費預算為新臺幣 682,500 元整（含稅）

肆、工作內容

一、活動期間

配合本活動擬於 115 年 1 月 6 日辦理售票記者會，並於 115 年 5 月 9 日及 5 月 10 日在高雄流行音樂中心海音館舉辦兩場演唱會。委託廠商配合售票記者會及演唱會期間，規劃並執行相關媒體宣傳工作。

二、執行項目與內容

1. 人力配置

- (1) 廠商應組織至少 3 人以上之執行團隊並提交名單，負責本案執行。
- (2) 廠商應指定一名專案負責人，為本案執行與聯繫窗口。

2. 媒體宣傳規劃

- (1) 廠商應與本中心共同討論整體媒體宣傳計畫，經雙方確認後執行。
- (2) 對外發布之新聞稿、素材及內容，須經本中心核准後方得發布。

3. 執行項目

- (1) 售票記者會規劃與執行（含媒體邀約、現場接待、現場聯訪等）。
- (2) 演唱會特色藝人媒體專題發稿與曝光追蹤。
- (3) 協助邀約並安排台北媒體團至高雄採訪演唱會。
- (4) 通告安排與媒體連繫協調。
- (5) 協助本中心撰稿與發稿，追蹤媒體露出。

4. 推廣效益與媒體觸及指標

指標項目	指標項目	指標項目
1. 售票記者會		
1-1 媒體出席數	至少 30 位	提供現場照片與媒體報到名單、媒體名片
1-2 媒體報導量	至少 30 篇	由本中心主筆，廠商協助發布與追蹤
2. 通告安排		
*藝人由本中心安排，若藝人未能配合宣傳，通告未達標者不列入廠商責任。		
2-1 電子媒體	至少 2 家	安排演出藝人上電視通告或採訪

指標項目	指標項目	指標項目
2-2 平面／網路媒體	至少 2 家	安排演出藝人接受平面或網路媒體（含 Podcast）採訪
3. 演唱會		
3-1 台北媒體團採訪	至少 10 家	詳如 6. 補充說明
3-3 活動演出會後稿	兩天報導總計至少 50 篇	由本中心主筆，廠商協助發布與追蹤
4. 新聞稿撰寫與協助發稿		
4-1 撰寫特色稿	至少 4 篇	廠商主筆，節目特色、藝人卡司介紹稿，廠商協助發布與追蹤
4-2 總彩排會後稿	報導量至少 20 篇	由本中心主筆，廠商協助發布與追蹤

5. 溝通與報告機制

執行期間應配合本中心召開進度會議或臨時協調會議。

6. 補充說明

(1) 售票記者會執行規劃

- A. 售票記者會場地由本中心統籌安排並負擔場地、餐食相關費用。
- B. 廠商應充分了解當日活動流程，負責媒體拍攝動線規劃及藝人訪問安排。
- C. 廠商應配合本中心依場地配置辦理現場來賓引導、媒體接待及其他相關事宜，以確保活動流程順暢。
- D. 廠商應於活動前完成媒體邀請、採訪通知及媒體席位安排，並提供記者會媒體報到名單予本中心備查。
- E. 活動當日廠商應派員全程進駐現場，負責媒體接待、拍攝秩序維護、受訪安排及突發狀況處理。

(2) 台北媒體團接待規劃

- A. 台北媒體團之交通及住宿費用由本中心負擔，廠商應負責媒體邀請及行程規劃，最晚應於活動日前十五日回報媒體名單、人數及相關交通、住宿需求，若逾時提供本中心，

則由廠商自行支付。

- B. 媒體邀請以影劇、娛樂、音樂線媒體為主。
- C. 媒體行程應採團進團出方式辦理。
- D. 若因媒體個人因素致行程異動或需更換車票等情形，廠商應協助處理相關事宜。

伍、 驗收作業

- 一、廠商應於115年5月10日展演活動結束次日起25日（含假日）內，檢具成果報告書1份（書面1份、電子檔1份），送交本中心辦理驗收與請款。
- 二、成果報告內容應包含但不限於：
 - 1. 全案執行紀錄（記者會現場紀錄、媒體露出、通告安排等）。
 - 2. 媒體露出成果彙整表（含新聞連結、截圖、上稿日期、平台名稱）。
 - 3. 媒體出席名單及通告執行情形。
 - 4. 活動現場照片、媒體報導及成果分析。
- 三、驗收以成果報告內容、宣傳成效指標達成情形及整體執行品質為評估依據。

陸、其他事項

- 一、所有宣傳素材、稿件及設計內容，須經本中心審核後方得使用或發布。
- 二、本案執行所產生之所有資料、照片及成果，除廠商利用本中心提供之著作（包括但不限宣傳素材、文稿等）進行重製或改作，所產生之相關衍生著作（包括但不限新聞稿等）之著作財產權由雙方共同擁有，其餘著作財產權歸本中心所有。
- 三、廠商應遵守個資及著作權相關法規，確保所有媒體合作內容合法使用。