高雄流行音樂中心
2027 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

2027 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。

歷經五屆活動之累積，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。

116 年（2027 年）為「真愛秀・藍寶石大歌廳」（以下簡稱「本活動」）邁入第六年的重要里程碑，預定於116年5月8日及5月9日舉辦演唱會，並於同年1月12日舉行售票記者會。

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 820,000 元整（含稅）

肆、工作內容

一、活動期間

配合本活動擬於 116 年 1 月 12 日辦理售票記者會，並於 116 年 5 月 8 日及 5 月 9 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、現場接待與聯訪等）。

（2）演唱會特色藝人媒體專題發稿與曝光追蹤。

（3）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、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
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 12 家	詳如 6.補充說明
3-2 活動演出會後稿	報導至少 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，協助發布與追蹤
4-2 彩排會後稿	報導至少 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決定，廠商應配合記者會場地，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。

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。

D. 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. 廠商應負責台北媒體團邀請及行程規劃及交通、住宿費用，最晚應於活動日前十五日回報媒體名單、人數及相關需求。

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。

（3）藝人媒體通告專訪規劃

A. 廠商應負責藝人媒體通告安排，惟藝人由本中心安排，若藝人未能配合宣傳，通告未達標不列入廠商責任。

B. 藝人媒體通告專訪衍生的妝髮、交通、餐飲及通告等費用採實支實付方式辦理。若實際支出超出原編列預算，後續超出部分再依個案需求另外討論及處理。

伍、驗收作業

一、廠商應於116年5月9日展演活動結束次日起30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，其著作財產權歸高雄流行音樂中心所有。

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。