

臺北小巨蛋公益檔期成果報告書

活動名稱：

第 30 屆 流 行 音 樂 金 曲 獎 星 光 大
道 暨 頒 獎 典 禮

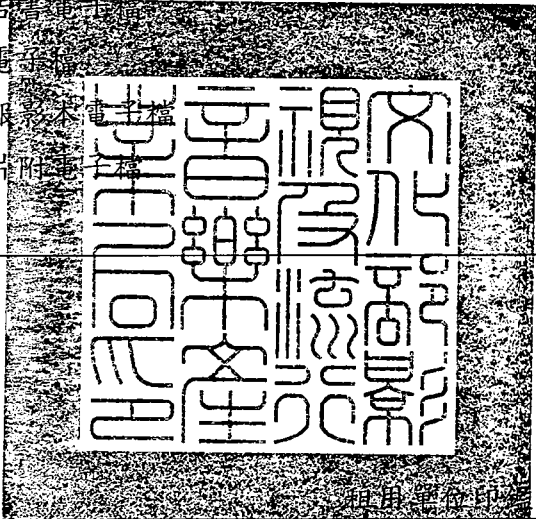
主辦單位：

文化 部 影 視 及 流 行 音 樂 產 業 局

租用檔期：

108 年 06 月 22 日 至 108 年 06 月 30 日

中 華 民 國 1 0 8 年 0 7 月 1 2 日

節目名稱	第30屆流行音樂金曲獎星光大道暨頒獎典禮		
主辦單位	文化部影視及流行音樂產業局	活動類型	<input type="checkbox"/> 體育類 <input checked="" type="checkbox"/> 非體育類
租用檔期	108年06月22日至108年06月30日		<input type="checkbox"/> 售票 <input checked="" type="checkbox"/> 非售票
●如為多場次活動，請分場次詳實填寫，表格不夠填寫，請另表列。			
活動日期	活動時間	觀賞人數	是否售票
108/06/29	1650-1900(星光大道)	800	否
108/06/29	1900-2330(頒獎典禮)	約10,000	否
市府主合辦單位	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 指導單位：文化部 ➤ 主辦單位：文化部影視及流行音樂產業局 ➤ 合辦單位：台北市文化局 ➤ 承辦單位：臺灣電視事業股份有限公司 ➤ 協辦單位：財團法人台灣唱片出版事業基金會 		
附件	<ul style="list-style-type: none"> ■ 成果報告書電子檔 ■ 印刷品電子檔 ■ 報導剪報影本電子檔 ■ 活動照片附電子檔 		
			
		租用單位印章或負責人簽章	

- 說明:1. 主辦單位(廠商)應於活動結束後14日內，繳交活動成果報告書予本府主合辦單位。
2. 本府主合辦單位應於活動結束後30日內，檢具評量考核結果連同核定之公益檔期活動成果報告書予文化局及經營管理單位後，由經營管理單位將成果報告書公告於臺北小巨蛋網站。

計畫成效表

一、活動實施特色、市政推動或公益形象效益

為獎勵流行音樂產業暨從業人員，及展現全產業實力，建立華語流行音樂最高榮譽之指標地位，自 79 年開始辦理第一屆「金曲獎」，迄今已辦理 30 屆。金曲獎獎項係以獎勵全產業為主，獎項設計區分為演唱、演奏及技術類、特別貢獻獎及評審團獎，不但是國內最高榮譽的音樂獎項，同時也是華人音樂世界中的標竿，每年的活動都獲得傳播媒體廣泛報導與社會熱烈迴響。

第 30 屆金曲獎頒獎典禮以精緻多元節目內容展現臺灣流行音樂豐富面貌，邀請「日本國民天團」柚子 YUZU 與蔡旻佑合力演出代表作「光榮之橋」，拉抬金曲獎國際知名度；並示範應用新媒體及數位特效技術與音樂結合，於表演節目「鄧紫棋『STREAMING』」，以果凍效應 (Rolling Shutter) 結合 Laser 技術與內容結合，透過轉播畫面為表演內容營造出多層交疊環繞的視覺感受，舞台上雷射光束以各種不同形狀、顏色輪番出場，成功為科技運用與音樂藝術激盪出特別的視聽饗宴，為我國行銷國際之重要跨領域成果發表平台。

《第 30 屆流行音樂金曲獎頒獎典禮》精采頒獎及演出內容，全體平均收視 4.66、有效平均收視 5.33，雙居全國第一！其中 25 至 39 歲女性收視高達 6.58，總收視人口 341 萬 7 千人！加上騰訊、YouTube 等網路視頻，估計全球有 230 個國家及地區、數億人口將可觀看這場台灣流行音樂盛會。

二、媒體報導情形

第 30 屆金曲獎頒獎典禮媒體報名相當踴躍，國內外計有平面 11 家、電視 16 家、廣播 6 家、網站 56 家、境外 23 家媒體出席，從活動宣傳開始、活動當天、以及後續的熱烈報導，顯示出傳播媒體對於金曲獎活動的高度重視！

今年媒體報導內容主要包括星光大道、典禮設計、入圍及得獎名單結果等，報導篇幅大且多為正面肯定。原住民語、台語、客語音樂皆在活動表演節目中有所展現，兼顧不同族群對音樂之需求，並針對新人獎入圍者演出多有宣傳規劃，社會人士多持正面評價。

此外，總體外媒報導遍及區域較往年增加，計超過 25 個國家區域，包含美國、加拿大、墨西哥、英國、法國、德國、義大利、葡萄牙、西班牙、瑞典、阿拉伯聯合大公國、澳洲、日本、中國、蒙古、馬來西亞、新加坡、菲律賓、泰國、越南、緬甸、印尼、印度、香港、非洲等，顯見金曲 GMA 在海外的能見度。

此外，至 7 月 1 日中午 12 點為止，第 30 屆金曲獎頒獎典禮 YouTube 官方網路平台總點擊數高達近 600 萬人次，與去年相比更是成長 198%；中華電信 MOD 六視角播出、Hami Video 網路獨家直播，金曲獎當晚五月天頒發「年度歌曲獎」獎項時，蔡依林和五月天阿信互相擁抱的歷史性畫面，MOD 和 Hami Video 收看人數合計近 20 萬人，整體流量創下歷年新紀錄，表現亮眼。

三、參與活動民眾人數及票房分析

活動參與人數：

- 觀眾總人數：約 10,000 人
- 贈票觀眾人數：9,590 張對號票，以及補位票 300 張。
- 購票觀眾人數：0 人

四、公益回饋項目

1. 公益票券回饋小巨蛋共 959 張。
2. 表演節目內容融合台語、客語、原住民等本土語言，展現本土語言音樂創作動能，鼓勵並培育新生代母語音樂人才。
3. 評審團邀請國內外產業界專業人士組成，透過公平競賽方式，挖掘各音樂領域之人才，展現我國流行音樂豐沛的創作力。

五、自我評鑑與精進作為

第 30 屆金曲獎頒獎典禮以精緻多元節目內容展現臺灣流行音樂豐富面貌，邀請國際藝人合力演出，拉抬金曲獎國際知名度；並示範應用新媒體及數位特效視覺技術，為我國行銷國際之重要跨領域成果發表平台。

另本次因場地租借天數足夠，且配合前後場次之器材留用無縫接軌，讓硬體裝台及相關彩排時間較具彈性調整時間。建議往後皆能比照本屆之租借天數，讓承辦及銜接單位皆有充裕之進、撤場時間。

註：如本表不敷使用，請自行影印。