

高雄市政府 107 年度市政創新提案表

編號：2

項目	內容
提案名稱 (20 字以內)	青春專案 2.0—青春趴趴 go，天團你來做
摘要說明 (約 50 字)	鼓勵青少年暑假期間從事正當休閒娛樂，於高雄世運主場館辦理熱歌勁舞團體競賽，由現場民眾參與票選而提升活動效益，優勝團體擔任高雄市市政或觀光代言表演團。
提案內容 (約 6 百~1 千 5 百字，可分項次、分段落撰寫；內容若參考國內、外案例、書籍文獻、網站資料等，應敘明引用出處。)	<p>1.問題描述—舊有活動模式，活動效益有限：</p> <p>本市青春專案為青少年舉辦之暑期活動，歷年來偏向結合民間團體舉辦小團體活動，如 104 年魔法少年法律營、小小警察體驗營、自行車、佛學營、柔道營、105 年鬥牛籃球賽及 106 年少年志工體驗營等，參與人數僅參加者本身，無法大幅提高活動效益與群眾參與率。</p> <p>2.具體創新作為：</p> <p>(1)人人是評審，效益無限大：</p> <p>藉由現場民眾票選制度，激發參與者榮譽感，進而興起廣召同儕好友到場參與，透過同儕支持效應，大幅提升青少年到場參與人數，進而達成鼓勵青少年暑期從事正當休閒娛樂之目的。</p> <p>(2)活化既有建物，活絡週邊商機：</p> <p>①擇選高雄世運主場館辦理，可活化館場使用密度，注入年輕活力。</p> <p>②鄰近捷運站，鼓勵青少年搭乘捷運，建立環保空污意識，館場腹地可容納大量汽機車停放，交通便捷無礙。</p> <p>③湧入大量人潮，將為鄰近地區帶來商業利益。</p> <p>④遠離住宅密集區，降低活動帶來的噪音影響。</p> <p>⑤有助青少年盡情歡唱吶喊，宣洩熱情與體力，進而減少涉足不良場所及觸碰毒品之機會。</p> <p>(3)民選市政行銷代言人：</p> <p>民眾票選出優勝團體將出任本市市政或觀光等代言，激發青少年參與意願及榮譽感。</p> <p>3.經費來源：</p> <p>(1)既有青春專案經費： 移撥原青春專案補助民間團體辦理各式小型活動經費。</p> <p>(2)企業贊助： 廣召優良企業贊助，可於館場懸掛企業廣告，除了增加企業公益形象外，同時提升青少年對企業的好感度，有助青少年學校畢業後加入企業</p>

工作團隊的意願，繼而紓解企業缺工困境。

4.預期效益：

(1)活化建物，活絡商機：

活化高雄世運主場館，增加使用頻率，人潮帶來錢潮，活絡週邊商機。

(2)複製墾丁春吶模式，改善觀光困境：

每年定期舉辦將吸引外縣市民眾到場參與，提升本市觀光效益。

(3)公私合作，共創雙贏：

由企業贊助舉辦，提升企業形象及青少年之好感度，有助於青少年加入企業之工作意願，進而紓緩企業缺工危機，降低本市失業率，共創公私合作的雙贏局面。

(4)定期舉辦，效益永續：

每年定期舉辦將促使有志參加之青少年平時即投入精力練習彩排，減少接觸不良場所及毒品之機會。

(5)民選代言人，深獲民心：

藉由現場民眾參與票選而選出之優勝團體擔任本市市政或觀光代言表演團，有助於民眾對於代言人之支持度及認同感。

5.可能的風險或限制：

青少年群聚，可能衍生聚眾衝突之可能性。

6.參考資料出處：

(1)中國時報 104 年 12 月 29 日報導

<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20151229004492-260405>(最後瀏覽日 107/3/12)

(2)大紀元 105 年 8 月 11 日報導

<http://www.epochtimes.com/b5/tag/%E9%9D%92%E6%98%A5%E5%B0%88%E6%A1%88.html>(最後瀏覽日 107/3/12)

(3)聯合新聞網 106 年 6 月 12 日報導

<https://udn.com/news/story/7315/2519239>(最後瀏覽日 107/3/12)