

高雄市專業文化機構
107年度營運績效評鑑
分析報告



監督機關：高雄市政府

報告日期：108年8月

目錄

壹、	前言	2
貳、	評鑑程序	3
參、	評分方式	4
肆、	評鑑結果	5
一、	高雄市立美術館	5
(一)	評鑑項目得分及等第	5
(二)	高美館年度重要績效	6
(三)	高美館回應辦理情形與改進策略	10
二、	高雄市立歷史博物館	18
(一)	評鑑項目得分及等第	18
(二)	高史博年度重要績效	19
(三)	高史博回應辦理情形與改進策略	22
三、	高雄市電影館	27
(一)	評鑑項目得分及等第	27
(二)	電影館年度重要績效	28
(三)	電影館回應辦理情形與改進策略	30
伍、	綜合分析與結論	35

壹、 前言

高雄市以重工業起家，為提升藝文風氣，高雄市政府（以下簡稱本府）於民國83年、87年及91年分別成立高雄市立美術館（以下簡稱高美館）、高雄市立歷史博物館（以下簡稱高史博）及高雄市電影館（以下簡稱電影館）；高美館是南部地區第一座公立美術館，高史博是全國第一個由地方政府經營的歷史博物館，電影館則是南臺灣唯一專責推動電影文化的行政機關。

本府透過三館強化對在地文化、歷史、藝術、視覺影像的深耕，近年為回應社會大眾對組織運作效率及功能提升的高度期盼，考量三館均屬博物館或類博物館性質，且同為地方文化藝術保存與推廣的專業館所，遂改制三館為行政法人「高雄市專業文化機構」（以下簡稱該機構），係全臺第一個由地方政府設立之行政法人，期使本市藝文相關機構館舍邁入專業治理與永續經營的新里程碑。

該機構106年1月1日掛牌，初期由高史博及電影館先行改制，高美館於同年7月1日納入營運範圍，係為一法人多館所之組織型態；三館受同一董事會督導，但館務各自獨立運作。

本府為該機構監督機關，依據「高雄市專業文化機構設置自治條例」暨「高雄市專業文化機構績效評鑑原則」，對其107年度營運績效辦理評鑑，評鑑目的如下：

- 一、 使行政法人經由自評作業，檢視業務執行內容與成效，以能健全發展。
- 二、 提供專家學者之評鑑意見，作為行政法人調整營運計畫內容之參考，俾使業務精進。
- 三、 瞭解行政法人業務運作情形與成效，確保公共事務之遂行，並得作為本府未來核撥經費之參據。

貳、 評鑑程序

該機構106年11月26日召開第1屆董事會106年度第4次會議，通過「高雄市專業文化機構106年度營運計畫」後以106年12月19日高市專文字第10630003800號函報本府，本府續於107年6月1日高市府文發字第10632159300號函核定績效評鑑指標。

該機構108年3月4日召開第1屆董事會108年度第1次會議，審議通過「107年度執行成果暨決算報告」，續以108年3月13日高市專文字第10830006700號報送本府備查；本府108年3月28日高市府文發字第10801402700號函復備查，同時依據「高雄市專業文化機構設置自治條例」暨「高雄市專業文化機構績效評鑑原則」，邀集有關機關代表、學者專家及社會公正人士等8人組成評鑑小組，委員如下：

石瑞仁（臺北藝術大學教師、前台北當代藝術館館長）

李文環（高雄師範大學臺灣歷史文化與語言研究所教授）

陳碧美（高雄市政府主計處主任秘書）

黃貞燕（臺北藝術大學博物館研究所助理教授）

劉益東（導演、汎音達影視傳播股份有限公司董事長）

盧明德（高雄師範大學跨領域藝術研究所教授）

龍裕鴻（高雄應用科技大學文化創意產業講師）

簡美玲（高雄市政府新聞局副局長）

本次評鑑由委員先就執行成果及決算報告書進行書面審查，續由本府王副秘書長世芳擔任主席，於108年6月26日假文化局召開評鑑會議，並邀請高美館館長李玉玲、高史博代理館長王御風、電影館代理館長楊孟穎列席報告，會後並就館務進行意見交流。

該機構於107年7月26日就「評鑑小組審查意見與建議」函復辦理情形與改進策略，本府依據上述各項資料撰述本分析報告。

參、 評分方式

本次評鑑採百分法評分，將各大項平均分數與該項權重相乘所得分數予以加總，即得總分，並轉換為等第。

三館各自評分、各自列等第。

一、 評鑑項目及權重

- (一) 年度執行成果：30%。
- (二) 營運績效及目標達成率：30%。
- (三) 年度自籌款比率達成率：10%。
- (四) 經費核撥之建議：10%。
- (五) 其他相關事項（例如創新、行政等）：20%。

二、 等第

- (一) 特優＝總分達90分以上者
- (二) 優良＝總分達80分以上，未達90分者
- (三) 普通＝總分達70分以上，未達80分者
- (四) 待加強＝未達70分者

肆、評鑑結果

一、高雄市立美術館

(一)評鑑項目得分及等第

評鑑項目	評鑑指標	評分
一、年度執行成果之考核30%	(一) 擴大研究與出版的觸角 (二) 深化典藏內涵並活化推廣 (三) 國際交流與在地脈絡之主題策劃展 (四) 客製化教育推廣與公共服務 (五) 提升軟硬體效率與管理	27.5
二、營運績效及目標達成率之評量30%	(一) 營運績效管理 (二) 年度工作目標達成情形	26.7
三、年度自籌款比率達成率10%	(一) 營運經費之自籌情形 (二) 爭取各類補助經費情形 (三) 尋求社會資源贊助	9.1
四、經費核撥之建議10%	(一) 經費分配合理性 (二) 經費收支管理及運用	9.0
五、其他有關事項20%	(一) 創新與特色 (二) 改善與成長 (三) 董事會議	18.2
總分		90.5
等第		特優

(二)高美館年度重要績效

改制後之高美館，透過「強化藝術研究延展力」、「建構群眾對典藏之認同感」、「在地國際並進之展覽發展策略」、「提升空間與服務面向」等經營目標，建構串連市民日常與美術館藝術體驗的園區機能，以落實本館推動一日美術館藝術生態園區的轉型目標。年度業務成果及績效表現包括：

1. 發展在地藝術視角與論述，強化觀眾接受度

- (1) **規劃《多元史觀特藏室》**：106 年至 107 年以結合「特藏」與「地方藝術史」為主要發展主題專室，並規劃與一般博物館長期陳列室截然不同之「特藏研究與教育空間」。10 年獲文化部補助整建空間及特藏室籌畫、執行，預計 108 年完成施工及佈展。此外，從「視覺藝術影像資料庫」到「數位工作站」方面，10 年間完成資深藝術家李光裕、林惺嶽之影像紀錄，並進行資料收藏、分類、分析討論與編輯之「數位工作站」空間整建規劃，獲文化部補助 200 萬元，預定 108 年完成。
- (2) **擬定典藏新策略及延伸計畫**：107 年之典藏以聚焦關鍵作品、多元脈絡並行為主要策略，購藏莊世和〈阿里山之春〉等作；捐贈及應用方面，捐贈作品總數共計 10 件，總價值高達 2,410 萬元。重要作品包括國際觀念藝術大師科蘇思之〈(等待-)無意義的語句 8 號〉、劉啟祥〈黃衣〉及劉耿一〈給太魯閣的頌歌 II〉，以及藏品圖檔使用，107 全年度共計 71 案（1,284 件典藏品圖檔）授權運用。此外，107 年啟動《有聲有影的當代典藏閱聽》專家帶導研究計畫，並完成 20 部典藏導賞影片與 20 件作品的語音導賞錄製，將於 108 年進行整合性出版與應用。另完成《藝遊未盡：美術館典藏中的高雄風景》桌遊乙套出版。
- (3) **續辦各項在地徵件計畫**：持續辦理 2018、2019 高雄獎徵件計畫，市民畫廊計有《角落的秘密花園—郭昭吟個展》、《美濃色立體—連金珠個展》、《皺折語境—李元程陶藝創作展》、《移動的真實—周貞君、劉耀斌影像雙個展》、《櫥窗風景—蘇淑敏個展》等 5

檔展出。創作論壇有《石海之渡-周珠旺個展》等。

2. 爬梳在地藝術脈絡，尋求城市串聯，提高策展視野

(1) 以城市高度詮釋在地藝術紋理之梳理：主題策展及在地藝術家研究展共 11 檔，其中以巨幅油畫精彩展現台灣之美的《林惺嶽：大自然奇幻的光影》和揉合東西方媒材技法、哲思及生活的《空間·詩·人：李光裕創作研究展》，分別獲《藝術家》雜誌年度十大公辦好展第 6 名和第 10 名。

(2) 持續發行藝術認證、專題出版及在地藝術專題研究計畫：新增《藝術認證》雙月刊國際報導專題，規劃多項探討國際特展、國際藝術機構與全球館舍典藏現狀等議題，並出版《島嶼聲音：臺灣南島當代藝術側記》。

3. 以城市視野發展主題特色，擴大國際連結與專業串聯

(1) 引進國際視野展覽，提升美術館能見度與觀眾參與度：引進國際優質展覽，包括《老而彌新：設計給明天的自己》、《裸：泰德美術館典藏大展》，並自辦跨國主題展覽《靜河流深》及 2017 高雄國際貨櫃藝術節「銀閃閃樂園」。

(2) 舉辦國際論壇，強化專業領域交流互動：規劃辦理觀眾開發新專業的建構：2018 歐洲論壇—國際美術館學程，並配合《空間·詩·人：李光裕創作研究展》與當代藝術基金會共同邀請 9 位美國、韓國以及兩岸學者專家同步辦理研討會。

(3) 持續推動當代藝術之研究、展覽、典藏與推廣：策辦 wawa—南島當代藝術展，以及〈南·島藝術祭〉系列之「國際策展人交流論壇」(含工作坊)，並已獲文化部 110 萬元補助。

4. 優化環境，推展特色活動，創造美術館新經驗

(1) 空間改造：積極爭取經費挹注，提供觀眾更優質的觀展環境，包括展覽空間重塑工程」，榮獲 2018 第 11 屆台灣室內設計大獎(TID 獎)公共空間獎和金點設計獎。此外，前瞻計畫補助進行 3 樓展場環境改善、全館無障礙動線、親子友善設施及廁間更新等。

- (2) **推動產業進駐，提升多元型態之服務**：已完成複合式藝術書店招商，未來持續努力複合式藝術餐廳及藝術親子友善餐廳等招商，並檢討館內外空間更多作為公共服務性空間的可能性，增加自償收入。
- (3) **開發彈性開館時間主題活動與特色導覽等活動**：園區生態導覽，盤整生態資源，完成 72 種植物之基礎資料，建構園區植物資料庫。此外，為使民眾直接親近藝術作品，針對不同族群安排特殊參與機制，包括畫、陶藝、雕塑、銀飾、槌染、篆刻、手工書、摺紙、文化維護、紙漿雕塑等 18 種藝術工坊活動 50 場 1,834 人次參與；跨域藝術講座含括藝術與科學、藝術與美食、藝術與身體三大主題，且推出付費制之「藝術與身體」講座 9 場，共有 681 人次購票入場。延續「小周末音樂會」概念，結合特展推出《許景淳種子之歌音樂劇場》及《弦夜聲昇》系列共 8 場次總計 5,025 人參與。
- (4) **嘗試跨域活動策畫，開拓不同領域愛好族群**：高美講堂跨域涉足藝術與科技、美食、身體等當代藝術思潮領域共舉辦 21 場次 3,241 次參與。
- (5) **重視未來觀眾之培育—兒美館之營運與策劃**：兒美館推動市民及兒童美育，年度參觀人次共計 260,097 人次，並於節慶與暑假期間，企劃兒童美術教育活動，邀請展覽參展藝術家、藝術教育工作者，辦理四季共 10 場收費兒藝工作坊。此外，與中山大學通識教育課程合作，於 5 月至 6 月期間辦理中山兒美小大學「動物星球的故事—戲劇說演活動」共計 8 堂課，招收小學二年級以上學童參與。

5. 連結社會資源，延伸觸角至社區與城市

- (1) **經營與維持志工團體，開發志工服務之可能性**：因應志工人力整體盤整，僅招募兒童館、導覽、美術資源教室志工，志工總人數計 943 人。透過志工的招選訓用，啟動新的志願服務模式，量身訂做多元主題課程。
- (2) **建立會員制度，鞏固客群，開創民眾參與新機制**：積極規劃收費制會員，並在活動參與、空間消費等方面規劃等值之回饋，研擬相關「會員專屬」之可能性。

- (3) **拓展社會參與方式，引進民間企業能量**：辦理核心會員「與館長有約」專場活動，藉由雙向深度交流，策辦第二階段會員分級制，擴展社會資源體系之力量。目前已有聚合生技、台新金控、舊振南餅舖、學學文創等合作關係。
- (4) **研擬教育推廣計畫，將影響力延伸至社區與城市其他角落**：規劃社區相關藝術與生態參與活動，串連社區龍水里 340 個住戶大樓管委會與里民聯繫，定期傳送本館展覽與活動相關資訊；另亦積極嘗試與學校串聯，架構和校園合作的模式與服務。在泰德展期間，共 56 所學校 90 團展覽分享，總學校參觀人數為 2,438 人。

(三)高美館回應辦理情形與改進策略

本府於前揭評鑑程序所提之會議後，彙整8位評鑑小組委員針對高美館的審查意見與建議，如下表：

項次	審查意見與建議
1	環境與視覺設計對作品有深度之影響，宜多方構思強化。
2	都會人文與藝術結合之創作，環境改變是重要因素。
3	經營管理方式，需創新突破傳統。
4	與國際接軌、多參與國際性知名展館，彼此互動交流，提升本館知名度，藉互動關係促進雙方之觀摩學習及經驗交換，增進國際視野。
5	營運情形良好，展演成效良好。開始賣門票方式是勇於嘗試，值得鼓勵的工作。自籌款成果豐碩，南島相關方面與展演具特色與優異結果。
6	宜強化貨櫃藝術節國際交流部分。
7	宜因應數位時代，增進空間數位化體驗設施與實踐。
8	宜落實常設展空間的改善與施行。
9	推動優質作品捐贈做為典藏，著有績效。
10	年度主題性策展，如「靜河流深」展，相當有學術的高度、藝術的深度及歷史人文的廣度，值得肯定。
11	教育及推廣工作，能結合出版、文宣、媒體、網路等多元管道及平台，擴大社會聯結及互動，成效良好。
12	硬體空間的更新改造，結合在地主軸之文化論述及展覽呈現，有助於強化高美館在文化專業上之卓越角色及前瞻行動。
13	美術館戶外園區正式納入營運管理範圍後，館方可以做更創意之策劃發揮，建構領先的特色。

項次	審查意見與建議
14	高美館過去一年無論是典藏、展出、研究、教育推廣等各方面皆有傑出的表現，特別是在大方面定位上能延續過去既有理念，又有新的創意作法，相當值得肯定。
15	除了典藏、園區室內外展出之外，若可以逐漸增加與文資空間結合的藝術展，並可提升美術館與市民的互動。
16	報告書看不見館方自我審視所發現的問題、困境，從而提出解決之道。
17	博物館行政法人評鑑，應該是委員站在社會立場，評核博物館表現，以及其委託機構(文化局)之夥伴關係。高市專業文化機構三館之表現，包括專業論述、業務規劃以及產出品質上都十分傑出。
18	建議未來成果報告中增加以下內容：(1)博物館人力編制與任務配置狀況；(2)各相關專業委員會名單以及開會狀況；(3)收入與支出來源、比例以圖表式呈現。收入方面，分公務預算(中央、地方)、自籌款，以更清晰呈現預算結構之合理性、穩定性；(4)社會資源整合，建議發展更為具體的類型，以確認博物館如何辨認其資源與應用方式，例如與大學合作研發、與中小學合作、與企業合作等；(5)增加組織合理運作自評的指標。
19	對於營運績效的量化成果上，建議將質性的績效表現機制，納入績效評鑑。
20	建議加強消費大眾回饋系統的建置與設計，以作為營運決策的重要參考依據。
21	策展方向兼顧在地與國際化，成效卓著。
22	展出空間優質化，盼持續推動。
23	跨界跨域相關活動策辦，可嘗試走入校園、社區。

項次	審查意見與建議
24	形塑大美術館生活圈，可評估與園區周邊店家結合推票，增加門票收入並強化參與感。
25	大美術館相關景觀工程的施作期間，須做動線規劃，避免「黑暗期」發生。
26	深化在地藝術創作，擴展國藝術觸角，並連結社會資源，推廣藝術至社區，107 年度各項工作目標均能完成，表現亮麗精彩。
27	107 年度決算自籌收入預算達成率 210%，自籌收入佔總收入比例由 4.85% 提升至 18.21%，年度決算賸餘 1,500 萬餘元，財務管理績效優良。
28	107 年度相關展覽、活動場次及人次等統計概況完整，惟欠缺與前一年度之比較成長情形及顧客服務滿意度之調查情形，以呈現行政法人化後之營運績效提升情形，建議下年度增補之。

依據以上各項委員評鑑相關意見與建議，高美館統整為五部分進行回應與說明：

1. 強化美術館空間體驗

- (1) 空間美感與藝術之關聯性、常設展空間改造實踐為提升展示及服務空間品質與整體體驗感，已完成104、105展覽室重塑，未來將持續進行3樓展覽室改造、展場2至4樓友善服務設施、一樓入口大廳服務功能及動線改善，並針對全館數位監控系統升級、多媒體視聽中心噪音改善及設備升級。
- (2) 戶外園區創新策畫：高美館園區面積40公頃，涵蓋雕塑藝術文化及生態景觀等多元休憩特色。北側邊坡草地，每年舉辦「高雄春天藝術節—草地音樂會」活動，已成為高雄戶外音樂會之重要指標。
- (3) 建立特色藝術生態園區，多元利用公共藝術作品：高美館園區是

全國少數設置多件戶外藝術作品的園區，目前累積達37件，將藝術從館內跨越延展到館外空間，並藉由各種型態的民眾參與活動，將藝術從殿堂式的展陳帶進園區中，期待對於廣大群眾的影響層面，能經過不斷發酵而無限延展，讓藝術更貼近生活。

- (4) 推動大美術館計畫：高美館40公頃園區，刻正進行改造計畫，包含東側廣前廣場及噴泉廣場的改造、東南側停車場及迴廊的改造，規劃通透性、可及性及親善性的入館動線，並進行人工湖水環境的改善及西側入口門戶、廣場、典藏空間與公共服務的提升。將西側馬卡道路建為綠園道，道路以東範圍與美術館園區融合，規劃興建「典藏多功能展示中心」作為新世代美術館想像的實踐，透過這個實踐的過程，創造新觀眾群。西側除了規劃「典藏多功能展示中心」外，另由高美館、史博館、電影館攜手籌備建設「城市聯合典藏庫房」，創造一個城市文化櫥窗，透過更加親民、互動性、教育性的方式作為南部特色典藏教育示範性基地。

2. 延伸展覽及教育推廣觸角

- (1) 積極串連國際合作，108年包括與日本森美術館合作推出2017亞洲最具影響力第一名「太陽雨」東南亞當代藝術特展，首度與法國國家凱布朗利博物館合作在該館推出「極樂天堂」台灣糊紙文化，並引進「刺青一身之印」特展，另與韓國京畿道美館合作展出包括台韓雙邊當代藝術家的「移動與遷徙」。
- (2) 本館於泰德特展期間已將文宣海報資料專人派送至周邊合作店家共同宣傳，未來將積極規劃與店家合作進行推票計畫。
- (3) 特展期間針對全國各大專院校製作第一波「展覽懶人包」主動寄送各相關系所教師150人，全台47間藝文中心知悉。第二波文宣發送蔣勳老師代言影片發送全台大專相關教師223人，99位大專院校相關科系主任或所長。
- (4) 周邊社區將於108年度與里長合作提供社區周邊居民高美館第一手展覽與活動相關資訊。
- (5) 每年度進行周邊店家調查，製作美食地圖，邀請店家共同串連辦

理消費優惠活動，建立社區與美術館之友好關係。

3. 創新與突破

(1) 組織及人力演進：

- 專業人力運用：高美館自106年7月改制行政法人機構，已辦理過三波大型公開徵才，引進民間專業人才。現在本館的人力運用上已達穩定，各類工作需求的人才需求也已逐漸補足。未來人力運用上將朝向部門人力專業化分工，期待發揮人才既有專業知能。
- 組織調整：為配合本館自辦特展及各項相關活動，行銷業務推展必要，以及社會資源開發需求增加，將既有的組織架構調整，以成立獨立運作的社會資源及行銷部門，並引進具備該領域相關經驗之專業人員，統合外部行銷及社會資源，使本館行銷、社會資源開發、會員制度推動等更精準的達成預設目標及跨部門整合。
- 人員專業成長：隨著業務規劃、館際交流需要，目前均有適時輪派相關同仁出國考察、參與專業論壇、觀摩友館、出席重要會議、發表研究等措施；利用辦理國際展覽、研討會機會，讓同仁與國外知名美術館及專業人士合作交流；鼓勵同仁擔任展覽活動座談主講人，加強與民眾互動及推廣機會，並培養同仁多層次能力。

(2) 突破傳統之經營方式：除既有志工招募、周邊店家資訊整合外，近來本館亦積極多面向連結社會資源，輻射館際結盟，將觸角延伸影響至社區，強化觀眾參與。例如推動全台首創美術館智慧生活卡會員品牌經營，深化顧客黏著度；打造藝企合作平台，為企業量身打造與社會溝通的藝術文化橋樑；透過社群媒體經營、KOL網紅行銷，以新世代語彙，擴大開發未來觀眾。

(3) 呼應數位時代之作法：借助科技之手，及新體感科技的輔助，拓展美術館對於展示、典藏、教育推廣的能量與創新，將創意性思考放入藝術與群眾的溝通關係，再定義大眾美術館與數位世界之

間的關係。於108年10月底即將展開之〈South Plus 大南方多元史觀特藏室〉，運用VR 與AR 技術針對經典館藏作品進行互動創作，期待讓觀眾用新的眼光重新觀看美術館之典藏。

4. 特色發展

(1) 拓展園區生態資源、發展多元觀眾族群：調查現有導覽志工群專業背景，整理生態導覽志工需求，進一步進行園區生態調查，107年辦理園區植物生態調查，建構園區植物資料庫。以作為後續研發與規劃不同活動與課程之依據。未來將配搭季節資訊作為後續推出特色導覽、活動之基礎，同步開發專屬園區的特色活動。現階段呼應園區主題活動，已研發有植栽版畫工坊活動、園區植栽槌染工坊活動，結合植物導覽與藝術創作體驗活動。另外進行第一梯次生態志工招募與培訓，於每月雙週六推出園區生態導覽活動等。

(2) 借助貨櫃藝術節規劃、發展特色城市文化：兩年一度的高雄國際貨櫃藝術節，已成為具高雄城市特色的文化慶典。自民國90年起舉辦即將邁進第十屆，高雄市立美術館身為高雄國際貨櫃藝術節規劃單位，持續透過此藝術節慶平台，重新思考產業記憶與文化想像之連結。歷次貨櫃藝術節結合了建築、居住、時尚、創齡、設計、藝術、生活等跨領域議題，透過藝術節的具體行動展現出城市文化特色。2019年高雄國際貨櫃藝術節將在高雄美術館園區登場，結合台灣原住民議題，連結南島當代藝術主題進行國際策展。

目前市府並無專項編列貨櫃藝術節之固定預算，因經費不足目前暫時無法規劃貨櫃藝術節國際交流巡迴展覽。

5. 成果報告之呈現

(1) 質量均衡：除既有報告中所呈現之量化年度成果之外，關於質的部分，107年高美館最受關注者非「裸：泰德美術館典藏大展」莫屬，此展透過產官館三方資源整合得以成行，該展不僅是高美館改制以來第一檔自辦售票特展，也在媒體及藝術圈受到廣大迴響

。此外，藉著改制後創新規劃之新觀眾導入策略（如藉大廳音樂會延長開館時間、策辦跨域系列講座及工坊課程吸引不同族群進入美術館、規劃系列生態議題展覽及園區導覽活動創造園區特色等）提升觀眾好感，確實也獲得實質回應。而107年甫提出之「大南方多元史觀」概念，將開館初始之經營定位，與現今發展方向更緊密連結，為位居南方但資源不及北美、國美兩館之高美館，開闢出更明確之發展特色。

(2) 數據前後比較：補充106與107年度量化成果比較如下：

● 參觀人次比較

106 年		107 年	
本館	457,539	本館	544,653
兒美館	295,053	兒美館	260,097

● 展覽檔次

106 年			
主題策展	研究展	徵件展	海外展
6	3	6	2
107 年			
主題策展	研究展	徵件展	藝術節慶展
9	6	7	1

● 典藏作品統計

106 年			
購藏	13 件	捐贈及高雄獎 得獎作品	76 件
總價值	2679 萬 3500 元	總價值	8156 萬 4980 元
107 年			
購藏	22 件	捐贈及高雄獎 得獎作品	38 件
總價值	2433 萬 1478 元	總價值	5025 萬 1478 元
目前館藏總數及金額			
共 4942 件		總額 1,455,384,185 元	

- (3) 顧客滿意度：本館長期以來已針對年度售票特展進行常態型問卷調查，以107年泰德美術館典藏展為例，獲得【整體展覽參觀品質】滿意度數據為非常滿意34.3%，滿意59.1%，整體滿意度達93.4%（普通5.8%，不滿意0.4%，未 0.4%）。可見觀眾對於去年本館企劃推出自製之國際特展有著高度的評價。

二、高雄市立歷史博物館

(一)評鑑項目得分及等第

評鑑項目	評鑑指標	評分
一、年度執行成果 30%	(一) 典藏徵集、歷史研究與活化運用 (二) 展示規劃與創新設計 (三) 博物館公共服務與教育推廣情形 (四) 博物館產業與異業合作成果	27.5
二、營運績效及目標達成率30%	(一) 營運績效管理 (二) 年度工作目標達成情形	27.3
三、自籌款比率達成率10%	(一) 爭取各類補助經費情形 (二) 營運經費之自籌情形	8.9
四、經費核撥之建議10%	(一) 經費分配合理性 (二) 經費收支管理及運用	8.9
五、其他有關事項 20%	(一) 創新與特色 (二) 改善與成長 (三) 董事會議	18.0
總分		90.6
等第		特優

(二)高史博年度重要績效

高史博邁向改制後的第二年，以「彈性與多元·突破傳統博物館營運模式」、「保存與活化·並重發展高雄地方歷史資源」、「網絡與創意·整體行銷高雄博物館群」三大發展願景，依循中程計畫目標，執行各項工作計畫內容，逐步拓展博物館的專業功能與價值，年度工作成果暨營運績效如下：年度業務成果及績效表現包括：

1. 典藏徵集、歷史研究與活化運用：

- (1) **藏品徵集成果及定期管理維護**：重新制定高史博典藏管理政策及制訂9項、修訂2項相關作業要點。107年度共計入藏典藏品964件，教育研究品92件，並辦理文物修復與整飭共9案，較106年度成長近一倍。
- (2) **高雄文史資料徵集與推動文史研究**：舉辦「築港設驛110週年—19-20世紀亞洲港灣城市的興起國際論壇」，邀請國內外共46位學者，共計271人參與。史料徵集部分，包括高雄小故事徵集共有82件投稿，複審選出55篇得獎作品；寫高雄獎助出版1件，文史調查研究15件；出版高雄文獻期刊3期、高雄史料集成1冊、高雄文史采風系列3冊、高雄研究叢刊2冊、高雄小故事3冊。另委託研究案計出版專書3冊（見城計畫、覆鼎金計畫、人權計畫案）及影像冊、典藏專輯各1冊。
- (3) **登錄古物暨無形文化資產保存**：指定本市古物共2組5件，以及列冊追蹤4組10件文物；無形文化資產部分辦理保存維護及推廣計畫共8案，審議登錄民俗、傳統表演藝術類共5案。

2. 展示規劃與創新設計

- (1) 年度主題特展規劃包括針對在地議題、館藏特色共策劃6檔特展，所轄各館舍亦策劃主題特展3檔，展覽規劃突破以往模式，與民間藝文團體及產業工坊合作，搭配展期推出漆器蓬萊塗課程、座談論壇等專業活動等，帶領民眾深入主題。
- (2) 展演地方之外，亦企圖走出在地範疇，如以「皮影戲」為題，與海外展館-日本長野縣的川本喜八郎美術館合作；又至桃園機場二

期航廈入境大廳推出「陶瓷生活故事特展」，透過機場開放的交流空間，介紹高雄文化多元樣貌，並提升國際能見度。

3. 博物館公共服務與教育推廣情形

- (1) **營造專業服務形象與制度成效**：完成環境教育人員認證培訓，符合申請環境教育場域認證前期資格，並增加館員參加專業講座與研討會機會，建立所屬館舍營運相關標準作業程序，提升服務專業。
- (2) **營運效益提升與強化教育推廣活動**：依各館舍屬性辦理推廣教育，包括配合高史博主題展示與歷史文化議題規劃史博講堂及相關講座31檔，參與人數達1,169人次。各館舍亦依主題辦理相關推廣活動，如皮影戲館持續辦理假日演出及親子製偶DIY、夜宿皮影戲館、藝師駐館、校園偶藝社團扶植等無形文化資產紮根與教育推廣；另特定主題活動，包括228事件71周年紀念儀式等。
- (3) **運用資源及主題計畫進行在地經營**：結合社區大學辦理專題課程，包含與高雄市第一社區大學辦理「地圖考古X 城市偵探」，運用本館文獻中心，進行文史考究與辯證；與岡山社區大學辦理「社區皮影戲傳習」，共同完成學習與認識故鄉文化的目標。

4. 博物館產業發展與異業合作成果

- (1) **文化事業拓展經營**：開發舊城意象主題商品、高雄港區地圖野餐墊等商品，並跨業合作與雄獅旅遊合作推出「左營人文金三角優惠套票」、「哈瑪星舊城小旅行-高雄博物館自由行套票」，串連館舍旅遊深度體驗，共計銷售270套。
- (2) **建置博物館群營運網絡**：以轄下共9處館舍為基礎，依各館舍特色分為族群與人權、鐵道文化、傳統文化藝術三大主題，規劃進行重點行銷推廣。
 - 柯旗化故居將夢遊烏托邦劇場延伸進行VR影像製作、常設展更新規劃加入AR 互動裝置。
 - 戰爭與和平紀念公園主題館辦理全國性學術研討會；哈瑪星台灣鐵道館則更新特展，以築港設驛110週年主題策劃「興濱特展

」。

- 舊打狗驛故事館除辦理導覽及鐵道文化講座，亦配合築港設驛110週年推出「百年哈瑪星鐵道小旅行-海風與海港伴遊」；另孔廟祭孔，協同舊城國小、鼎金國中及左營高中等師生共同辦理。

(3) **積極向企業勸募及參與**：辦理社會資源募集，辦理「19-20世紀亞洲港灣城市的興起」國際論壇，獲臺灣港務股份有限公司、台灣水泥股份有限公司、台糖糖業股份有限公司、財團法人張榮發基金會等企業支持，專案募得新台幣110萬元及其他如活動公關品贊助等挹注。

(4) **YOUTUBER 合作拍攝行銷影片**：增加見城館、再見捌捌陸-臺灣眷村文化園區、左營孔廟芒果咖秋及哈瑪星台灣鐵道館之能見度，除實質提升館舍參觀人次外，亦帶動左營地區文化景點觀光人潮。

(三)高史博回應辦理情形與改進策略

本府於前揭評鑑程序所提之會議後，彙整8位評鑑小組委員針對高史博的審查意見與建議，如下表：

項次	審查意見與建議
1	典藏作品、展出設計構想，需有創意，符合作品特色。
2	作品展出之規劃，與環境、人文之相互關係考量重要。
3	經營管理，除了既有基礎，考慮與其他產業合作互動。
4	服務品質、內容及要求，人性化的互動心理因素，是主、客間考慮的重點。
5	營運狀況良好，典藏與研究情形正常。
6	宜做陳設與施行上革新修正。
7	宜鼓勵促成代表性節慶，促進文化產業落實。
8	落實眷村文化相關轉型工作。
9	多館舍的營運管理，如何變成一個整體特色，如何形成一個有趣的串聯和多樣的內容，可做為高雄本土博物館自我期許和創意營運的一個指標。
10	高雄市本身的「城市變遷史」，從過去到現在的史料搜集、整理、呈現，以及結合目前的科技、數位等認知模式，呈現「現在進行式」的土地人文觀照，可做為今後營運訴求及累積自我特色的一個參考。
11	館舍之維修，應視為日常業務，而非年度大計。
12	高史博在過去一年的專業表現相當傑出也辛苦，應給予高度肯定，無論是典藏、展出、徵集徵件、歷史研究、出版、異業結合與活動、學術活動乃至社區結合等，皆有相當成績表現。

項次	審查意見與建議
13	建議研究人力應適切增加，以提高館內自行研發能量。
14	報告書看不見館方自我審視的問題、反省與因應對策之擬定。
15	博物館行政法人評鑑，應該是委員站在社會立場，評核博物館表現，以及其委託機構(文化局)之夥伴關係。高市專業文化機構三館之表現，包括專業論述、業務規劃以及產出品質上都十分傑出。
16	建議未來成果報告中增加以下內容：(1)博物館人力編制與任務配置狀況；(2)各相關專業委員會名單以及開會狀況；(3)收入與支出來源、比例以圖表式呈現。收入方面，分公務預算(中央、地方)、自籌款，以更清晰呈現預算結構之合理性、穩定性；(4)社會資源整合，建議發展更為具體的類型，以確認博物館如何辨認其資源與應用方式，例如與大學合作研發、與中小學合作、與企業合作等；(5)增加組織合理運作自評的指標。
17	建議繼續擴大與在地學校相關科系的畢業專題合作，相互結合彼此資源。
18	年度績效評鑑應列出不符合營運目標的業務，以作為績效評估的項目。
19	權責場域延伸，仍能維持維運品質，表現良好。
20	為強化學生的史觀建立及強化其互動性，相關展示及行銷可多結合新媒體技術，如能有產官學的合作推動更佳。
21	臉書的經營可多運用相關典藏予以生活化、人物化，小編可再高調或搞怪些。
22	107 年度新增 1 館 1 園區，除本館外加 9 處館區，形成博物館群營運網絡，結合 AR、VR 新技術多元展現，跨業合作開發

項次	審查意見與建議
	文創商品，國際交流與在地聯結並進，各項營運計畫目標均圓滿達成，績效優異。
23	107 年度決算自籌收入預算達成率 125%，自籌收入佔比由 39.02% 提升至 54.75%；年度總收入較上年度增加 6,389 萬餘元，成長 39.94%。主要係增加辦理專案委託計畫，營運量能提升，人員備極辛勞；年度決算賸餘 1,064 萬元，財務、管理績效優良。
24	相關典藏品、文物列冊及參觀入館人次等統計概況詳盡，惟欠缺與前一年度之比較成長情形及服務滿意度調查情形，建議下年度增補之，以具體呈現營運績效提升狀況。

依據以上各項委員評鑑相關意見與建議，高史博統整為四部分進行回應與說明：

1. 在地學校及社會資源的合作推廣

自高史博成立以來已累積大量在地成果，改制行政法人後，基於既有資源從在地文史徵集到展示、教育推廣，均進一步再累積許多與在地合作的案例，包括寫高雄及高雄小故事的補助徵選及出版，展高雄系列特展與在地的行旅推廣等等。另外也因應課題進入校園推廣或開設課程，如與高雄第一社區大學合作開設在地讀書會，為岡山社區大學開設皮影課程傳習，並將皮影戲帶入中小學校園辦理駐校計畫等等。此外，與在地產業的合作規劃從107年開始逐步推動，從在地產業資料蒐藏、推動企業會員到規劃產業特展及尋求合作等，已有初步成果。

立基於在地成果，以館舍為中心，當積極與社區、學校、在地產業合作的同時，也以在地特色(海洋、偶戲、鐵道)尋求與各國合作，期望更走向國際化，吸引各國觀光客，強化館舍語文導覽能力。

2. 博物館人力編制與任務配置

高史博改制行政法人後逐漸增補因應組織調整及公教人力離退的專業人員，人才資源陸續重新配置並更具專業分工，另配合博物館承接的委託案與補助案，因應委託需求由各部門彈性組成各類工作小組辦理相關業務，加強各部門間的水平整合與合作。此外，運用彈性的人力調度，並適時結合外部資源，成為多館舍營運與多任務需求的營運策略，包括運用社會資源協助館舍管理，如帶入志工團及各專業民間協會協助館舍經營，另結合學術單位研究人員或成立專業委員會補充博物館於各專業研究領域不足之處。

3. 典藏生活化的運用與行銷

高史博現有計典藏品共21,068件，教育研究品10,065件，每年亦持續入藏及整飭相關重點藏品。做為博物館的核心資源，除了定期辦理館藏特展搭配行銷推廣活動讓民眾得以更親近典藏品，如典藏漆器特展也搭配辦理蓬萊塗的漆器教學課程。而在改制行政法人後也更積極轉化藏品元素加以開發文創商品或延伸運用，如開發高雄港區地圖野餐墊、舊城意象徽章及開瓶器等等，另外並與高雄在地產業合作，如與高雄在地店家「呷百二自然洋菓子」聯名合作推出「見城餅」，提供民眾一份專屬見城館的美味記憶，未來更將以典藏結合各館所特色，推出以館所特色為主題的系列商品，除推廣典藏特色更創造延伸效益。

4. 服務品質的提升與檢討

因應高史博營運館舍涵蓋九間不同特色主題的館舍，從館舍管理維護、展覽呈現到活動推廣均需兼顧公共服務需求與品質，實為高史博的重要考驗與責任，因此針對不同主題的館舍亦各自擬定未來相關服務改善的規劃，包括108年將啟動的高史博本館常設展建置計畫，將為參觀者提供更完整歷史背景介紹且涵蓋願景的高雄城市新展覽，柯旗化故居也將進行展示更新，而舊打狗驛故事館正進行的屋頂防水更新工程，均是為了提供更好的空間與硬體參觀品質，在軟體層面亦將檢討館舍的國際性需求，改善外語導覽與展示呈

現，建置新網站落實友善平權的博物館服務。另外，藉由創造多館舍跨場域的聯合行銷策略，也將逐步改善營運效益。

三、高雄市電影館

(一)評鑑項目得分及等第

評鑑項目	評鑑指標	評分
一、年度執行成果 30%	(一) 提供多元觀影視野 (二) 電影藝術扎根 (三) 文創產業加值	27.4
二、營運績效及目標達成率30%	(一) 打造城市品牌 (二) 永續經營	27.1
三、自籌款比率達成率10%	(一) 爭取各類補助經費情形 (二) 營運經費之自籌情形 (三) 提升勸募產值	9.0
四、經費核撥之建議10%	(一) 經費分配合理性 (二) 經費收支管理及運用	9.0
五、其他有關事項 20%	(一) 打造專業博物館 (二) 強化服務品質 (三) 董事會議	18.3
總分		90.7
等第		特優

※分數差額系小數點四捨五入所致

(二)電影館年度重要績效

電影館於106年改制為行政法人後，朝向建立電影文化交流平臺、打造城市影像藝術品牌為努力方向，以期達成「建立電影文化推廣典範」、「打造臺灣短片基地」、「電影行銷投資永續經營」、「導入專業創造電影文創價值」四大願景。本年度工作成果暨營運績效如下：

1. 提供多元觀影視野

- (1)各式專題藝術影展：107 年共辦理 88 檔影展，包含電影館藝術院線，總計放映 262 部影片 725 場次，22,120 人次觀影；市總圖藝術電影院，總計放映 35 部影片 39 場次，4,153 人次觀影；索票影展，總計放映 118 部影片 176 場次，3,355 人觀影。
- (2)高雄電影節參與人次：高雄電影節於高雄市立圖書館總館、喜滿客夢時代影城、高雄市電影館、駁二 VR 體感劇院與台北剝皮寮歷史街區 5 地舉辦，以「愛恨家族」為主題，共規劃 26 個單元，229 部影片，168 場次，並推出 24 部 VR 影片的專題特展，邀請超過 50 組的國際影人來台，讓影迷近距離與創作者對話，作為高雄電影節電影文化推廣之重要工作。
- (3)國內外影展交流合作之國家數：參加美國、香港、韓國、日本、法國、義大利、瑞士及中國等 8 個國家 11 個影展推廣高雄拍短片、高雄人長片及影像高雄紀錄片，增加國際能見度。

2. 電影藝術扎根

- (1)電影藝術推廣活動：培養高雄潛在觀眾群，引導產官學多方合作針對不同受眾規劃多元推廣活動，共辦理 140 場，總參與人數計 11,861 人，包括藝術院線藝文講座、影像體驗、親子美學手作、長短腳電影院、青少年培力、兒童評審團、電影節高雄巡迴、建構系列專書。
- (2)自媒體及 APP 經營成果：與 FRIDAY 影音合作雄影短片放映，擴大高雄市電影館以及高雄電影節之影迷腹地，總計上架 49 部影片，其中 29 部需付費收看，總觀影人數超過 3 萬人次。此外，高雄

電影節臉書宣傳雄影雲端戲院 APP 觀影消息及發佈雄影 LINE 著走贈票活動預告等。

3. 文創產業加值

- (1) **短片獎補助**：「高雄拍」影像創作獎助短片 9 部、VR 2 部，「影像高雄」紀錄片完成《大浪人生》、《鹽埕區長》2 部。
- (2) **電影投資**：「高雄人」長片投資補助評選案，投資 2 部：《返校》、《下半場》及擬投資 2 部：《193 路(往月球)》及《狂歡時刻》。
- (3) **電影文物典藏庫房及典藏政策制度的建立**：針對台灣早期短片進行購藏，並有系統的針對館藏文物建置盤整、分級、清潔、登入、建檔、數位化乃至於詮釋資料及權利盤點等，預計 108 年度將典藏數據資料導入文化部文典管理系統。包括 16 釐米短片修復、與電影過招電影武俠海報特展、真正有影電影百年文物特展、家庭電影器材文物特展、文物盤整數位化、電影館設備更新等。

(三)電影館回應辦理情形與改進策略

本府於前揭評鑑程序所提之會議後，彙整8位評鑑小組委員針對電影館的審查意見與建議，如下表：

項次	審查意見與建議
1	除了短片扶植，長片也考慮加強。
2	為了電影人才培養及傳承，可設製片、編劇、導演、攝影技術人員等訓練班，並向文化部申請提案補助。
3	結合大學相關科系合作多交流，並不定期舉辦特殊電影講座，邀請專家學者提供專業經驗參考。
4	參與國際性各類型影展之交流活動、觀摩學習、交換經驗，提升本館形象及聲譽。
5	基礎工作良好，惟革新工作宜部分調整。
6	建議宣傳工作宜配合網路增進動能。
7	「電影館」(檔案館)之概念，應是所有有關於電影之典故與現況，乃至未來發展願景的總體規劃與呈現。
8	Film 之「影片」概念之指涉，目前全球新趨勢為擴大為”moving image”(動畫、動態之面向圖案)，其應用及表現也不限於場館，而是介入到生活環境之各個空間及平台，未來應可著眼於這個發展趨勢，而不自限於「電影」和「館所」的營運操作。
9	電影「檔案館」的核心精神、營運策略及方向，應在法人化之同時自我界定。
10	高市電影館過去一年在主題訂定、影評講座、文創加值與影像創作之獎助，以及影像體驗計畫皆有亮眼的表現，而且人力有限、工作量大，頗為辛苦。
11	建議影像文化與研究可以多多著墨。

項次	審查意見與建議
12	編劇上的挹注可以多加強。
13	報告書看不到館方自我審視的內容，未來可改善。
14	博物館行政法人評鑑，應該是委員站在社會立場，評核博物館表現，以及其委託機構(文化局)之夥伴關係。高市專業文化機構三館之表現，包括專業論述、業務規劃以及產出品質上都十分傑出。
15	建議未來成果報告中增加以下內容：(1)博物館人力編制與任務配置狀況；(2)各相關專業委員會名單以及開會狀況；(3)收入與支出來源、比例以圖表式呈現。收入方面，分公務預算(中央、地方)、自籌款，以更清晰呈現預算結構之合理性、穩定性；(4)社會資源整合，建議發展更為具體的類型，以確認博物館如何辨認其資源與應用方式，例如與大學合作研發、與中小學合作、與企業合作等；(5)增加組織合理運作自評的指標。
16	建議加強消費大眾回饋系統的建置與設計，更深入了解消費族群的樣貌及需求，以作為營運決策參考。
17	創新與多元並進，表現良好。
18	相關影片拍攝成果，可強化影音平台的合作，加強曝光。
19	平時可與學界多合作，有助推票及創作種子的培育。
20	辦理藝術影展及高雄電影節，提供多元觀影視野，觀影及參與人數均有成長；獎助「高雄拍」創作及投資「高雄人」長片，提升參賽品質，打造城市品牌；辦理多元及多樣性教育推廣活動及講座，扎根電影藝術，培養提升參與人次與品質，各項年度計畫目標均達成，成果豐碩。
21	107 年度決算自籌收入預算達成率達 98.03%，自籌收入佔總

項次	審查意見與建議
	收入比例由 29.73% 提升至 53.57%，總收入較上年度增加 3,883 萬元，成長 47.78%，主要係與文化局合辦全台首座立體 8K 之 VR 體感劇院，年度決算賸餘 926 萬元，財務收支績效優良。
22	長片投資獲獎豐碩，累積投資金額已達 1 億 2 千萬元，據簡報目前回收率約 35%，將投入專戶基金循環運用，惟投資情形及成果未見具體呈現在營運及財務報告中，建議宜補充實之。
23	另建議增列各項統計概況及顧客服務滿意度調查，以具體呈現營運績效。

依據以上各項委員評鑑相關意見與建議，電影館統整為六部分進行回應與說明：

1. 除了短片扶植，長片也考慮加強，並將投資情形及成果具體呈現在營運及財務報告中。

長片現階段仍以投資為主，以投資金額為扶植，回歸商業機制。106年為高雄市電影館行政法人第一年，投資影片107年開始之《引爆點》，目前仍未結算中，而106年以前投資所回收之金額，均為財團法人高雄市文化基金會業務，與行政法人無涉。

2. 為了電影人才培養及傳承，可設製片、編劇、導演、攝影技術人員等訓練班，且結合大學相關科系合作多交流，並不定期辦特殊電影講座，邀請專家學者提供專業經驗參考，有助推票及創作種子的培育。

電影館於107年創設「電影藝術講堂」，以系列課程，深入教學電影相關課程，今年（108）開立講堂課程包括「影評寫作課」、「解構恐怖驚悚片的製作公式」、「影展鍊成實驗室」、「劇本寫作編劇」等4門課程，來年也將以電影專業技術例如「編劇課」或「導演課」作為開立主題內容。

107年初始，每月固定與高雄大專院校與高中（包含實踐大學高雄分部、義守大學、中華藝校、高雄中學）等展開巡迴合作，並以「高雄短片競賽徵件」、「高雄拍」、「系列影展」等主題作為巡迴內容，未來將邀請更多的電影產業人士，例如高雄拍導演前進校園，與影視學子分享電影創作實務。

並將更加強於校園駐校代表的培育，邀請影視相關科系老師參與電影館之觀影體驗，深入創造教師和學子皆感動的觀影環境和體驗，有助於增進電影館形象與票房。

3. 相關影片拍攝成果，可強化影音平台的合作，加強曝光，並可多多著墨於影像文化與研究。

高雄市電影館曾與FRIDAY影音平台合作，未來將視版權談判難度、宣傳需求，與MOD、OTT平台洽談合作。另外，本館產製之影像作品進行數位化，已整合於本館隨選視訊系統軟硬體設備，於本館個人視聽室供觀眾觀影，藉由數位新興科技與新媒體力量全力推動電影文化。

影展主題策畫方面，過去以日本新浪潮與日本社會文化為脈絡，進行日本新浪潮的系列展覽，未來亦為加強美學與社會的影展策畫。高雄市電影館曾出版《她殺了時代：重訪日本電影新浪潮》、《與電影過招：華語武俠類型電影論》系列電影專書，成為研究及記錄電影文化的珍貴資產叢書。

4. 參與國際性各類型影展之交流活動、觀摩學習、交換經驗，提升本館形象及聲譽。

電影館長期舉辦國際短片競賽活動，與克萊蒙費鴻、東京、釜山、香港、馬來西亞等地短片節有長期交流與節目交換，未來將持續進行各國影展與短片節目之交換觀摩。

5. 建議加強消費大眾的回饋系統的建置與設計，更深入了解消費族群的樣貌及需求，以作為營運決策參考。

電影館目前著力於會員系統與會員行銷的改善，希望未來能透過科技手法，更有效率進行會員與觀眾之反饋。

6. **Film** 之「影片」概念之指涉，目前全球新趨勢為擴大為”moving image”(動畫、動態之面向圖案)，其應用及表現也不限於場館，而是介入到生活環境之各個空間及平台，未來應可著眼於這個發展趨勢，而不自限於「電影」和「館所」的營運操作。

在動態影像、影像科技的基礎上，電影館除了以播放影片為經營核心外，亦思考VR電影、虛擬實境等科技對電影的衝擊，因此連續三年於電影節設置VR單元，並舉辦相關論壇。未來亦會與美術館、當代藝術館舍進行合作，以動態影像為範疇規劃展覽之可行性。

伍、綜合分析與結論

該機構設立宗旨為策劃、行銷、推廣文化藝術活動及營運管理本市美術館、歷史博物館、電影館等文化機構及場域，並引進專業職能，建構合理的組織運作，精進高雄市整體文化機構的專業度，提供更專業的文化公共服務。該機構107執行績效獲得評鑑委員高度肯定，給予三館「績效特優」之評價。

本府以監督機關之立場，綜合評鑑小組意見、與本府交付之公共事務，就整體營運提出方向性建議，供行政法人業務參酌改進。

- 一、**訂定明確指標達成建立市民文化涵養之公共任務：**改制前與後的三館皆被賦予相當的公共服務任務，包含經營多元文化藝術場域，策辦城市藝文展覽及相關推廣活動等。三館於年度績效評鑑結果中，皆符合其建立市民文化涵養之公共服務目標，未來建議可逐步訂定明確的量化指標，或是收集更深入的質性回饋，則更能反應年度執行成果與成效。
- 二、**健全人力管理制度：**行政法人之優勢在於得以引進民間專業人力以執行政府交付之公共任務，且留任公務人員陸續退離的情勢中，業務交接與經驗傳承、新進館員的進用制度、行政能力系統化培訓課程與基層主管的養成，請持續審慎應對。
- 三、**經驗資源整合以強化文化平權之推動：**三館依照各館的特色分別規劃不同的導覽及活動，已逐步累積成效；雖館務各自獨立運作，但應更強化資源共享與彼此互援互利，互助發展，建議日後能強化三館橫向溝通，整合相關策展及活動辦理的經驗，讓各項文化平權的推動資源發揮事半功倍的效益。
- 四、**積累城市文化內涵：**城市的自然地景、人文聚落、產業開發，經年累月凝聚成為高雄發展的脈絡與文化資產；經由關注獨特甚至全臺唯一的高雄特色，進一步詮釋與轉化為各種靜態與動態展示及體驗，讓市民從多元角度欣賞與瞭解城市文化風貌，建議三館發揮所長，與文化局共同推展城市文化風氣。

- 五、 **加強學界合作，創新館務推動**：有關藝術人才培育方面，目前三館皆有辦理徵選及獎助等計畫，以鼓勵有意願參與藝術、文史及影像領域的個人或團體，友善產業與活化文化市場；建議未來三館能多與南部大專院校合作，讓館務的推動不斷有新的刺激與創見，也帶動藝文參與的人口與能見度。
- 六、 **設定目標族群，強化行銷推廣**：改制後外界期待提升館舍專業度並展現創新作為，建議思考酌減舊有業務與創新業務發展，是否達成預期目標及民眾期待；且提升來客數與服務品質是持續努力方針，建議三館設定目標族群，強化民眾參與多元行銷與推廣計畫，並增加觀眾參與後回饋資訊蒐集的建置與設計，以作為決策的重要參考。