

高雄市政府青年局

「2026 大港經典升級提案競賽」簡章

壹、目的

因應快速更迭的時代潮流，品牌產品、技術與經營模式持續創新，應用美學提升產品價值已成為產業發展關鍵，高雄市政府青年局辦理「2026大港經典升級提案競賽」（以下簡稱本競賽），以媒合青年人才為核心，透過多元培育資源，強化高雄在地設計美學能量與專業量能，回應產業轉型需求。

本競賽採「品牌出題、青年解題」模式，邀請在地品牌提出創新創意需求，透過公開徵件遴選優秀青年設計師進行提案實作，鼓勵青年結合創新思維與跨域整合能力，為在地經典品牌提出具創意與實用性的設計方案，建立雙方互惠合作方式。

期盼透過主題培育課程、業師輔導諮詢、實務跨界交流一系列活動，以及三階段評選與最終成果發表展示，協助青年從提案到實踐，促進高雄特色品牌活化再生，也提供青年接軌市場的實戰舞台。

貳、競賽特色

本競賽獎金資源來自各出題品牌，為鼓勵青年設計師以設計美學創新應用投入，提升高雄產業升級，接軌業界實際需求，重點特色如下：

- 一、參賽組別須具體提出設計構想、行銷應用、美學設計等規劃。
- 二、針對入選組別進行主題式升級培訓輔導，強化參賽組別實作知能。
- 三、出題品牌將與組別進行設計方向討論以及後續實際合作發展。

參、辦理單位

指導單位：勞動部勞動力發展署、高雄市政府

主辦單位：高雄市政府青年局

執行單位：木蘭文化事業有限公司

肆、參賽資格

全國對本競賽有興趣之18-35歲（含）青年，可個人或組隊報名，每組人數以1至4人為限，每位參賽者限加入1組，不可跨組重複報名。若為組隊報名，組別內至少一名成員須符合資格。

- 一、設籍或就業於高雄市之青年。
- 二、正在就讀或畢業於高雄市大專院校（含研究所）之青年。

* 本競賽執行單位所屬人員及當屆評審不得報名參加。

* 年齡計算以報名起始日115年5月15日為基準。

伍、應備資料

- 一、報名表【附表一】：參賽組別全體成員應個別填寫線上表單。
- 二、著作權及肖像權同意書【附表二】：參賽組別全體成員應個別親筆簽名。
- 三、個人資料保護聲明書【附表三】：參賽組別全體成員應個別親筆簽名。
- 四、提案計畫書【附表四】：各參賽組別最多可提交三份不同出題品牌之提案，同一品牌重複提交兩份提案者皆不予採納。

* 附表二至附表四統一由組長於線上報名表單內上傳。

* 報名完成後，於競賽期間不可新增或替換組別成員，若有冒名出席課程、輔導、參訪或評審會議之情事將取消參賽資格。

陸、競賽時程

以下時程為暫擬，將配合實際狀況調整

項目	日期
線上報名徵件	即日起至 2026 / 6 / 28 (日) 23:59 止
初選結果公告 (暫定)	2026 / 7 / 14 (二) 前後
入選組別會議 1 (暫定)	2026 / 7 / 20 (一)
品牌見面會	2026 / 7 / 27-31 (一-五) 間辦理
主題培育課程 (共5場次)	2026 / 7 / 25、8 / 15、22、29 及 9 / 19 (六)
實務跨界交流 場次 1	2026 / 8 / 3-7 (一-五) 間辦理
實務跨界交流 場次 2	2026 / 8 / 10-14 (一-五) 間辦理
第一階段業師輔導諮詢 (通過初選之參賽組別參加)	2026 / 9 / 4-5 及 9 / 11-12 (五-六)
入選組別會議 2 (暫定)	2026 / 9 / 18 (五)
複選提案發表	2026 / 9 / 22 (二)
複選結果公告 (暫定)	2026 / 9 / 30 (二) 前後
入選組別會議 3 (暫定)	2026 / 10 / 15 (四)
第二階段業師輔導諮詢 (通過複選之參賽組別參加)	2026 / 10 / 16-17 (五-六)
決選提案發表及展示	2026 / 10 / 24 (六)
成果發表展覽	2026 / 10 / 23-25 (五-日)

* 本競賽執行日期如因不可抗力或不可歸責於主辦單位 (以下主辦單位為高雄市政府青年局) 原因致無法進行時，主辦單位保有修正、補充說明、暫停、延期或取消之權利，如有時程更動，將於「高雄市政府青年局」Facebook 粉絲專頁及 Instagram 社群平台公告為準，不另行通知。

柒、競賽指南

一、報名期間

本競賽辦法公告後，即日起開始受理報名，報名截止時間為 2026 年 6 月 28 日（日）23 時 59 分，未依規定時間報名成功者，主辦單位有權不受理。

二、報名方式

本競賽僅接受線上報名，欲參賽之組別請填寫報名表單

（ <https://pse.is/8vf45r> ），並完整上傳本簡章第伍點說明之應備資料，即完成報名程序。

三、賽制說明

（一）專業評審 **初選**

1. 每組參賽組別至多選擇3家出題品牌進行提案，並提交提案計畫書。
2. 由主辦單位邀請產、官、學之相關專業評審進行書面評選，針對參賽組別提出之提案內容進行評選。
3. 初選入選組數至少25組青年設計師組別，經主辦單位審議通過者得入選。
4. 初選評審標準如下：

評分項目	評分比重	評分說明
創意概念與美感	40%	提案概念的新穎性、美學水準與整體風格。
需求契合度	40%	提案構想與品牌需求之契合程度。
可行性評估	20%	市場實際落地應用潛力。

（二）專業評審與出題品牌 **複選**

1. 通過初選入選之25組參賽組別（含以上）應全程參與（每組至少一人代表參加）本競賽規劃之各項培訓活動（須詳知簡章第捌點），並提出精進方案者，獲得評選資格。
2. 各出題品牌將與專業評審共同評估參賽組別提出之精進方案，並從中推選1組最佳方案前進決選，共11組參賽組別入選。
3. 採實體現場發表簡報，各組至少派一位成員親自出席，禁止遠端線上進行簡報，非參賽者禁止代理參賽組別成員出席。

4. 複選評審標準如下：

評分項目	評分比重	評分說明
提案完整度	35%	整體提案規劃、成本效益是否合理可行。
精準解決品牌痛點	35%	針對品牌現況提出有效應對策略。
品牌調性與設計感	30%	圖面設計、視覺語彙與品牌調性契合度。

5. 進入決選之11組參賽組別，執行單位可協助轉介打樣、輸出等合作廠商，進行展示作品製作。通過複選之參賽組別將獲得新臺幣24,000元（含稅）材料補助費。

(三) 專業評審 決選

1. 成功進入決選之參賽組別須參與本競賽成果發表會，展示設計成果作品，並進行決選成果發表。
2. 由設計美學及商業應用領域專業學者組成評審團，依決選評審標準進行評分，於品牌推選之11組決選組別中，評選出前三名及8名優選組別，並於成果發表會期間進行頒獎。
3. 採實體現場發表簡報，各組至少派一位成員親自出席，禁止遠端線上進行簡報，非參賽者禁止代理參賽組別成員出席，如未出席該評分項目將不予計分，仍須提交符合決選規定之完整提案計畫與相關圖稿，以完成提案交付程序。
4. 決選評審標準如下：

評分項目	評分比重	評分說明
美感與品牌形象塑造	40%	整體提案是否有效提升品牌形象。
效益與未來發展力	30%	預期市場價值與未來可能發展潛力。
簡報表達與答詢	20%	設計邏輯與概念傳達、簡報答詢與應變。
現場展示	10%	展示敘事邏輯、樣品細節表現。

5. 獎項

獎項	名額	獎金 (含稅) 、獎狀	
第一名	1	20 萬元	獎狀每人 1 幀
第二名	1	15 萬元	
第三名	1	7 萬元	
優選	8	各 3 萬元	
人氣獎	1	1 萬元	

6. 決賽評審團組成原則

- (1) 由參與本競賽之諮詢顧問群及主辦單位遴選設計美學、商業應用領域專家學者組成，以3名為原則。
- (2) 若評審遇不可抗力因素無法進行評選，主辦單位保留更換評審團權利。
- (3) 以上競賽之賽制說明及進度資訊（入選通知及得獎名單等）將依活動時程公告於「高雄市政府青年局」官方網站、Facebook 粉絲專頁及 Instagram 社群平台。

7. 出題品牌簡介

品牌名稱	題目與簡介	
日舒醒	題目	品牌識別設計及主打商品包裝設計。
	說明	以富有層次與生命力的視覺語言，回應創辦人溫暖、好奇與勇於探索的精神，重新設計品牌識別系統，並延伸至三款主打商品（鹹蛋燒、醬滷金沙醬、火鍋湯底）的貼標與整體包裝設計。
	簡介	<ul style="list-style-type: none"> ■ 立足高雄三鳳中街41年，目前由第三代接班傳承，並於2019年創立「日舒醒」品牌，將源自1985年的傳統素食，轉型為「高質感無肉」品牌。專注於成分單純的調味品與常溫食品，持續在市場中找到屬於自己的位置，展現極強的市場適應力。 ■ 目前已建立完整的銷售通路，實體進駐誠品生活、新光三越、上下游、及平凡五金行等指標據點；線上則拓展至博客來、酷澎、MOMO與 7-ELEVEN 等主流平台，持續擴大品牌影響力。 ■ 2024 年以「尊榮麻香禮盒」與「好事成雙禮盒」榮獲「新味食潮獎」，由內而外體現品牌的專業競爭力。
台鋼雄鷹	題目	「地方棒球振興計畫×台鋼雄鷹」設計專案識別LOGO、社群貼文框及行動地圖。
	說明	融合「棒球、高雄地圖輪廓、鷹頭識別」三元素設計「地方棒球振興計畫×台鋼雄鷹」LOGO識別設計及使用規範；並延伸設計對應高雄38行政區的社群專屬邊框；行動地圖以38行政區為基底，加入「棒球教室、在地結合、已參與區數、潛在接觸人數」四大主軸icon數據圖表之社群圖卡設計。
	簡介	<ul style="list-style-type: none"> ■ 作為高雄唯一在地的職棒隊，球團藉由深入百工百業方式來營造與市民的歸屬感，利用站路口到季前掃街以及城市球衣等方式，透過將吉祥物命名為「TAKAO」，和在地居民產生連結。 ■ 與中華職棒合作共同透過「地方棒球振興基金」，培育高雄棒球人才，向下扎根，亦進而帶動高雄運動觀光產值，代表高雄「熱血、活力、鋼鐵意志」的城市精神。
前金肉燥飯	題目	迎賓互動體驗設計
	說明	以不更動現有店面為原則，從品牌體驗、視覺互動引導與動線規劃三個面向切入，改善現有排隊與點餐流程，讓等待變得可預期、有參與感。使初次造訪的顧客也能迅速理解流程，在入座前便已融入老店的節奏與溫度，讓等候本身成為用餐體驗的一部分。
	簡介	<ul style="list-style-type: none"> ■ 創立於1959年，座落於高雄前金市場，至今仍以一貫的方式每日製作，也尊重每位顧客對一碗飯不同的喜好與習慣。

		<ul style="list-style-type: none"> ■ 前金肉燥飯承載著老前金區世代顧客的共同飲食記憶，不以形象經營為優先，而是以每日穩定的出品與店內人情溫度，始終維持著自己的步調，在前金市場裡默默經營，也陪伴許多人成長至今。
華陀扶元堂	題目	燕窩系列商品短影音流量變現行銷企劃。
	說明	行銷精準定位35-45歲重視保養客群，提出整體人設、視覺風格與經營策略的短影音規劃，及具導購效益的短影音腳本。
	簡介	<ul style="list-style-type: none"> ■ 華陀集團深耕漢方保健領域逾42年，是台灣最大中藥材批發商，擁有符合國家規範的GMP中藥廠。集團建立從產地原料採購、研發設計、生產製造到各通路銷售的「一條龍」經營模式，確保每一環節皆由自有體系嚴格控管。 ■ 近年來更領先業界推動數位轉型，透過導入AI科技、自動化倉儲與大數據分析，將傳統中藥產業轉化為數據驅動的「智慧中醫王國」，在疫情期間成為研發「臺灣清冠一號」的國家隊成員之一。
源順昌本舖 (源坐羊肉)	題目	自有品牌產品包裝及禮盒設計。
	說明	設計「源順昌本舖」自有品牌綜合禮盒設計，內容物包含羊肉乾、羊奶蛋捲、羊軋糖、豆瓣醬產品。以保有傳統底蘊，又能展現年輕化、活潑感的橘色為核心，結合品牌吉祥物「咩滿」，延伸出親切且具有辨識度的視覺印象，主打可愛與KUSO趣味風格，拉近品牌與消費者距離。
	簡介	<ul style="list-style-type: none"> ■ 源順昌本舖是由岡山傳承二代的「源坐羊肉」（創立於1973年）所創立的延伸品牌，旨在拓展高品質伴手禮市場，成功將需現場烹調的傳統羊肉料理，轉化為便於攜帶且可長期保存的加工食品，並秉持「食材在地化、產品創新化、包裝文創化」的理念，開發出如羊肉乾、羊奶蛋捲等融合地方農產的特色產品。 ■ 透過與新時代設計接軌，源順昌本舖不僅延續了家鄉的味道，更成為連結舊時記憶與現代消費需求的橋樑，展現出強大的品牌延伸力。
蜂巢氏	題目	品牌整體識別與蜂蜜產品包裝設計及品牌行銷標語發想
	說明	品牌識別設計需保留原有質感書法字風格，並融入現代簡約與時尚感，提升品牌辨識度與年輕客群吸引力。另需發想品牌行銷標語（Slogan）及設計英文標準字，強化品牌記憶點與整體視覺一致性。針對700g蜂蜜系列產品（龍眼蜂蜜、百花蜂蜜、玉荷包蜂蜜）進行瓶身貼標與紙盒包裝設計，須保留現有玻璃瓶與包裝盒規格。設計風格需具系列感與一致性，同時展現不同蜜種特色與台灣在地蜂蜜文化，以及品牌天然、安心、健康之核心理念。

	簡介	<ul style="list-style-type: none"> ■ 蜂巢氏自1953年投入養蜂產業，1966年開始將蜂產品外銷日本。第二代負責人於1989年承接家族事業，秉持「商品代表一個業者的良知」理念，將傳統養蜂轉型為專業化企業經營。 ■ 品牌擁有直營蜂場與專業產銷班體系，導入ISO22000與HACCP驗證，從養蜂、生產到加工皆落實品質管理，並持續結合生物科技與食品研發，推廣天然、安全、健康的台灣蜂產品文化。
旗山區農會	題目	新產品「香蕉鳳凰酥」(名稱暫定)鐵盒包裝設計。
	說明	以充滿旗山當地特色的精緻鐵盒做為常態商品販售，利用可重複、多元使用的鐵盒與提袋，打造從外包裝到內包裝完整的開箱體驗。
	簡介	<ul style="list-style-type: none"> ■ 為高雄旗山地區逾百年的農業核心組織，農會致力於將傳統農業產銷轉型為具備品牌價值的「食農文創」，維持高品質外銷規格。 ■ 研發技術克服香蕉加工褐色化的痛點，成功開發出香蕉花苞茶、真空低溫香蕉脆片及香蕉鳳梨酥等高價值產品。 ■ 農會更展現強大的多元農產實力，於 2025年玉荷包品質評鑑競賽中包辦亞、季軍等多項佳績，透過且持續辦理「夏祭新鮮市-2023旗山香蕉文化節」與「2025旗山蕉饗樂」等指標性活動，持續鞏固其在優質農產與農業發展上的領先地位。
維盛發	題目	養生零食系列子品牌視覺、包裝及禮盒設計
	說明	重新梳理「維盛發」品牌視覺，轉化為符合現代消費情境的視覺語彙。以養生零食系列作為子品牌概念，設計外包裝標籤與禮盒，將養生食品傳統的形象年輕化，進一步吸引中壯年族群購買，讓產品完美契合日常食用、家庭分享與年節送禮等多元需求。
	簡介	<ul style="list-style-type: none"> ■ 維盛發創立於 1996 年，是深耕高雄大樹區的在地企業。早期以養生茶與芝麻糕起家，現已穩健發展為專業的健康休閒食品品牌。多年來，以台灣在地食材為基礎，結合傳統古法與現代化設備，持續研發豐富多元的養生零食，提供消費者安心、少負擔的選擇。 ■ 品牌核心緊扣「天然食材、低添加與健康取向」，並嚴格把關製程環境的乾淨衛生。隨著消費趨勢與通路的轉變，維盛發期盼透過此次包裝與品牌形象的重塑，讓養生零食跨越年齡界線，成為更多家庭與中壯年族群日常的健康首選。
歐貝拉洋菓子	題目	三款新春綜合洋菓子禮盒設計。
	說明	2027三款春節禮盒「御·典藏」(售價1280-1480元)、「禮讚」(售價880-980元)、「典雅」(售價680-780元)之禮盒及提袋設計，訂購客群以企業送禮為大宗，期待跳脫傳統中式生肖禮盒風格，以精緻大氣的創意設計融入品牌形象，傳遞具品牌質感的新春贈禮體驗。

	簡介	<ul style="list-style-type: none"> ■ 1995年創立，是台灣首間日式洋菓子手工餅乾專門店。31年來，歐貝拉已從林森路總店擴展至台南崇信門市及漢神百貨專櫃，並於1999年即跨足數位轉型成立虛擬商店，同年榮登日本雜誌專題介紹。 ■ 2006年成立具備國際認證的專業食品工廠，憑藉完善的經營團隊與技術實力，展現高度的產業整合能力外更堅持食品安全，定期接受第三公正單位檢驗、持續提供讓人安心放心的甜點。
鄧師傅功夫菜	題目	「鄧師傅TO GO」品牌視覺識別設計、創新模組化外帶餐盒設計。
	說明	鄧師傅功夫菜全新品牌「鄧師傅TO GO」主打精選熱門經典菜色，跳脫傳統便當快餐、自助餐的形象，深耕住宅區，滿足忙碌上班族、單身族與銀髮族對新鮮、便利、美味餐點的需求，是都會區現代人生活的「便利熟食專賣店」。
	簡介	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自1984年於高雄起家，以「大內滷味、精緻名菜」聞名，成功將繁瑣的手路菜中餐廳轉變為具備國際競爭力的「智慧食品工廠」領先品牌。 ■ 堅持傳承老滷祕傳手法，將豬腳、蹄膀等經典料理色澤與香氣發揮至極，並導入美國連鎖餐飲的標準管理，實現「餐飲零售化、食品服務化」發展出全台通路的冷凍料理包。 ■ 實力深獲各界肯定，2025年獲頒亞太年度十大名店並獲得美國亞洲產品影響力獎提名，2024年榮獲亞太年度十大名廚、十大伴手禮金獎及高雄市優良餐飲衛生管理優獎，2008-2014年獲選為「台灣優質餐廳」。
濃厚舖青草茶	題目	為現有品牌識別訂定使用規範與店面整體美化。
	說明	改善六合總店店面與商品陳列方式，整理、延伸現有的視覺識別設計，應用到（包含但不限於）價目表、大瓶飲品罐、塑膠袋、制服等等，讓品牌整體更有一致性。
	簡介	<ul style="list-style-type: none"> ■ 創立於1955年，深耕高雄70年、傳承三代的在地品牌。始終堅持「遵古法良心製茶」，嚴選十餘種純天然青草原料。 ■ 第二代負責人為更了解中藥草知識，亦到中國醫藥大學進修，將中藥草知識與多年煮茶師傅經驗結合，克服產地與季節變因，確保每一杯茶飲皆能達到溫潤甘甜的黃金比例。 ■ 目前品牌已成立17家分店的，產品線除招牌濃薄茶外，更積極研發仙草凍系列與即泡式茶包，並結合數位化行銷與外送平台，展現出老字號品牌跨足現代健康飲品市場的專業競爭力。

捌、入選組別培訓活動

一、 品牌見面會

限通過初選之參賽組別參加，透過實地走訪品牌現場，了解品牌故事與核心精神，在業師的專業帶領下深度挖掘品牌真實需求，並建立雙方溝通管道。

二、 主題培育課程

報名參賽之組別須派員參加，透過品牌溝通、視覺應用、AI工具協作、印刷包裝實務、創業經營等面向，配合人物專講，協助參賽組別產出從深度觀察導向商業落地的具體執行方案，分為5場次、10大議題，共30小時的訓練課程。

三、 實務跨界交流

報名參賽之組別須派員參加，共2場次的企業參訪與實務交流活動，認識跨媒材製作與文創周邊、品牌包裝的可能性，吸收會與各大品牌合作之企業經驗，透過跨領域的參訪交流，藉此強化參賽組別對未來市場之感知、品牌敏銳度與實務可行性。

四、 業師輔導諮詢

通過初選之參賽組別皆須參加，每組參賽組別由1名設計美學或產業領域之專家顧問（將依照參賽組別實際需求進行業師分配），參與1至2次的專屬諮詢，協助解題方向及內容，建立品牌升級改造的進階知能。

五、 培訓注意事項

- (一) 通過初選或複選之參賽組別，上述各項培訓系列活動每場次須至少派一名成員參與並現場簽到簽退，活動出席情況及請假原因將整理提供予評審作為參考。
- (二) 參賽者須親自出席培育系列活動，非參賽者禁止代理參賽組別成員出席，若有冒名頂替或代為簽到之情事將取消參賽資格。

玖、競賽注意事項

- 一、所有參賽作品必須為參賽組別原創、無抄襲仿冒情事且尚未以任何形式公開展示及發表於各類媒體、社群或通路等平台之作品。若經查核參賽作品有違反本競賽規則所列之規定者，得即刻取消其參賽資格，若為得獎作品，則追回已頒發之獎項並公告之，如造成第三者之權益損失，參賽組別創作者應負完全法律責任，不得異議。
- 二、參賽作品若涉及或影射腥、羶、色情、暴力或影響社會善良風俗等內容，主辦單位皆有權於不另行通知參賽組別的情況下，進行作品下架並取消參賽資格，且保留法律追訴權，若損及主辦機關形象或致有損害者，應自負民、刑事上賠償之責任。
- 三、所有參賽組別繳交之作品，主辦單位得用於任何本活動之相關宣傳用途：如網站、社群平台、文宣、報導等使用，且不限地區、免版稅、可永久、公開傳輸使用，並授權主辦單位得以各種合法正當播映管道、印刷方式、現有及日後發明之媒介公開發表作品內容之全部或部分如展示、傳輸、播送等方式使用參賽作品，且無須再通知或經參賽組別同意。
- 四、本競賽主辦單位鼓勵出題品牌與決選參賽組別進行後續合作，合作形式不限。惟入圍決選之提案作品須依規定完成決選提案成果檔案交付，並授權出題品牌於相關商品或服務之應用範圍內使用其著作財產權。
 - (一) 著作財產權授權：決選提案成果檔之著作財產權授權出題品牌使用，出題品牌得依其商業需求進行商品化、生產銷售及相關行銷推廣，並得公開發表作品。
 - (二) 決選提案成果檔案交付：決選參賽組別檔案交付前，出題品牌因實際製作、印刷、系統需求或技術規格所之必要性調整（如尺寸、版面比例或檔案格式等），屬非創作性調整，不視為改作。
 - (三) 另行合作之情形：如出題品牌有下列任情形之一，應視為獨立之新專案，須與決選參賽組別雙方另行議定合作內容、費用並簽署委任合約，相關衍生費用由出題品牌自行負擔：
 1. 針對定稿圖檔涉及任何改作或實質修改（包括但不限於更換顏色、圖面風格、標準字修改或圖形細節等）。
 2. 將設計延伸應用至本競賽指定項目以外之載體（例如：原定只做包裝盒，現需延伸至提袋、網站Banner、名片等）。
 3. 完稿印刷之發包、監印或打樣等相關製作服務。

- 五、無論參賽者是否出席成果發表會，出題品牌仍保有該提案之使用權，並將照常核發獎金給予參賽者。
- 六、本競賽不向參賽組別收取任何費用，依稅法規定獎項價值超過新臺幣20,000元（含）以上者，主辦單位依法代得獎者扣10%稅額、外籍人士代扣20%稅額。得獎者須附本人身分證明文件，以利執行單位後續申報所得稅作業。
- 七、凡完成報名參加本競賽活動者，即視為已充分瞭解本競賽活動規則中各項條款，且願意完全遵守本簡章所述之各項規定。
- 八、本辦法若有未盡事宜，主辦單位保留刪修之權利，若有任何更動，皆以「高雄市政府青年局」官方網站、Facebook 粉絲專頁及 Instagram 社群平台公告為準，不另行通知。

拾、聯絡方式

木蘭文化事業有限公司「2026大港經典升級提案競賽」工作小組

電話：06-2632155 分機25，謝小姐

信箱：hohe2021011@gmail.com

【附表一】請於線上報名表單填寫

高雄市政府青年局
「2026 大港經典升級提案競賽」報名表

參賽組別名稱			
組別成員人數		是否為組長	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
姓名		有無原住民族身分	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
性別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女 <input type="checkbox"/> 其他	出生年月日	年 月 日
聯絡電話		身分證字號	
電子信箱			
戶籍地址	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
通訊地址	<input type="checkbox"/> 同戶籍地址		
最高學歷	<input type="checkbox"/> 博士 <input type="checkbox"/> 碩士 <input type="checkbox"/> 大學 <input type="checkbox"/> 專科 <input type="checkbox"/> 高中（職） <input type="checkbox"/> 國中（含以下）		
畢業/就讀科系		畢業/就讀學校名稱	
目前任職狀況	<input type="checkbox"/> 學生 就讀學校/年級：		<input type="checkbox"/> 待業中
	<input type="checkbox"/> 在職中 產業領域：		<input type="checkbox"/> 職訓學員

國民身分證正面影本 黏貼處	國民身分證反面影本 黏貼處
學生證正面影本（現為學生者檢附）黏貼處	學生證反面影本（現為學生者檢附）黏貼處

- * 組長為本競賽當然窗口，包含代表收領參賽組別獎金及補助作品材料費。
- * 每位成員須個別填寫此表格，請自行增列。

<p>高雄市大專院校（含研究所）畢業證書（畢業生檢附） 或就業證明黏貼處</p>
--

- * 本表所填之性別、原住民族身分、學歷等資料，僅供主辦單位進行去識別化統計分析使用，不涉及個別身分辨識，亦不作為評選或資格審查之依據。

【附表二】

高雄市政府青年局

「2026 大港經典升級提案競賽」著作權及肖像權同意書

本組_____（參賽組別名稱）參與「2026大港經典升級提案競賽」，如提交之參賽作品獲獎，茲同意將入圍決選之提案作品以無償及非專屬方式，授權主辦單位（高雄市政府青年局）於本競賽相關宣傳、成果發表及公務推廣之必要範圍內使用；授權出題品牌於商業用途使用，並保留設計者署名權。成果發表會所呈現之提案，視為本組最終定稿之決選作品版本，如出題品牌於日後有其他新增、修改、設計等其他需求或運用，由出題品牌與入選決賽參賽組別洽談相關事宜；如出題品牌針對決賽參賽組別設計作品有生產、輸出、印製等需求，相關衍生費用應由出題品牌自行負擔。

詳細說明如下：

一、著作權：本組同意於入圍決選之提案作品著作權授權如下：

(一) 著作財產權：入圍決選之提案作品之著作財產權無償及非專屬方式，授權予主辦單位（以下主辦單位皆為高雄市政府青年局）、出題品牌。

1、所有參賽組別繳交之作品，主辦單位得用於任何本活動之相關宣傳用途：如網站、社群平台、文宣、報導等使用，且不限地區、免版稅、可永久、公開傳輸使用，並授權主辦單位得以各種合法正當播映管道、印刷方式、現有及日後發明之媒介公開發表作品內容之全部或部分如展示、傳輸、播送等方式使用參賽作品，且無須再通知或經參賽組別同意。

2、出題品牌得因行銷推廣之需求，自行運用於相關宣傳用途：如網站、社群平台、文宣、報導等使用，且不限地區、免版稅、可永久、公開使用，並授權出題品牌得以各種合法正當播映管道、印刷方式、現有及日後發明之媒介公開發表作品內容之全部或部分如展示、印製、商品開發、生產及銷售等方式使用參賽作品，且無須再通知或經參賽組別同意；但應同意本組於介紹本組之經歷時使用該著作。若出題品牌欲進行實質修改、衍生設計（如延伸至新載體）或涉及改作等項目，應視為獨立之新專案，須與決選參賽組別雙方另行議定費用並簽署委任合約，相關衍生費用應由出題品牌自行負擔。

(二) 著作人格權：入圍決選之提案作品之著作人格權屬本組所有，出題品牌於行使著作財產權時須標示著作人。

二、肖像權：本組同意授權主辦單位及執行單位於競賽期間安排攝、錄影，並得自

【附表三】

高雄市政府青年局

「2026 大港經典升級提案競賽」個人資料保護聲明書

高雄市政府青年局（以下簡稱本局）謹依個人資料保護法（以下簡稱個資法）第

8 條規定告知下列事項，敬請詳閱：

- 一、依據個人資料保護法，本同意書之目的係為保障申請人的隱私權益，當事人所提供與本局之個人資料，受本局妥善維護並僅於本局管理、推廣與執行業務之合理範圍內使用。本局將保護申請人的個人資料並避免損及其權益。
- 二、蒐集目的：「2026大港經典升級提案競賽」報名、活動聯繫、評選、領獎、成果發表、人才媒合及相關活動之推廣作業等目的。
- 三、個人資料利用之期間、地區、對象及方式：您的個人資料，除涉及國際業務或活動外，僅供主辦單位及活動協辦單位於中華民國領域，於上述蒐集目的之必要合理範圍內加以利用至前述蒐集目的消失時為止。
- 四、個人資料類別：包括但不限含姓名、出生日期、地址、身分證統一編號、性別、學歷、經歷、帳戶資料、戶籍資料、連絡地址、住家電話、行動電話、電子信箱、任職單位及其他得以直接或間接方式識別個人資料之身份文件等相關資料。
- 五、個人資料利用對象及方式：由本局或本局委託之執行活動時必要相關人員利用為主，使用方式以符合個資法之各項自動化機器或其他非自動化之蒐集、處理、利用、傳輸與保存等。
- 六、聲明書之效力
 - （一） 當您簽署本聲明書時，即表示您同意本聲明書之所有內容。
 - （二） 您因簽署本聲明書所獲得的任何建議或資訊，無論是書面或口頭形式，除非本聲明書條款有明確規定，均不構成本聲明書條款以外之任何保證。

我已詳閱並了解高雄市政府青年局得依個人資料保護法之相關規定，對本人個資有為蒐集、處理及利用之權利，且同意上述事項。

立聲明書人

參賽組別名稱：_____

* 為避免爭議，參賽組別成員皆需親筆簽名，或使用符合《電子簽章法》之數位簽署：

姓名	簽名處

* 如使用數位簽署，應顯示簽署者的IP位址、到期日期及頒發平台。

中 華 民 國 年 月 日

【附表四】

高雄市政府青年局
「2026 大港經典升級提案競賽」提案計畫書

參賽組別名稱		欲提案之出題品牌	
提案作品名稱			
作品簡介			
■ 請於500字內說明設計核心價值、目標客群、使用情境、創意應用等，提案圖檔呈現方式不限。			
商業價值、落地執行與預期效益			
■ 請於250字以內描述。			
參賽組別自身相關之作品集檔案或雲端連結			
■ 作品集檔案須文字說明配合照片、圖片或影片，不得為純文字。			
■ 圖文須能清楚辨識，請務必確認檔案無損、瀏覽正常。			
■ 檔案連結送出前請再次確認連結無誤，完成報名後，請勿任意變更作品網址，以免連結失效影響評選。			

- * 各參賽組別最多可提交 3 份不同出題品牌之提案，提案超過 1 案者請自行新增表單，同一品牌重複提交 2 份提案者皆不予採納。
- * 提案計畫書每一欄位皆須填寫，不得空白。