

苗栗縣苗北藝文中心

111 年度營運計畫

110/09/17 董監事會通過，110/10/20 苗栗縣政府同意備查

目錄

壹、願景與目標：

貳、111 年度工作計畫

一、年度演出活動計畫

二、「苗北藝術節」品牌展演計畫

三、藝文展覽計畫

四、年度租用服務計畫

五、藝術教育養成計畫

六、年度行銷宣傳計畫

七、藝友推廣服務計畫

八、場館硬體維運計畫

九、場館人才培訓計畫

參、年度各項工作預算

壹、願景與目標

一、「發掘苗栗」、「連結台灣」、「吸納世界」三大願景：

苗栗縣苗北藝文中心為區域性之專業場館，肩負活絡苗栗表演藝術生態與產業鏈的任務；2022 年延續 2021 年行政法人之後所定調的專業營運方向，以分季主題規劃表演藝術的演出活動以及結合多元專業的視覺藝術展覽，加上友善藝文場館的場地服務，讓苗北藝文中心從苗栗出發連結台灣走向世界。

在分季主題活動規劃上分為「春令」「夏韻」「秋樂」「冬藝」等四個主題，內容分別為：苗北「春令」，安排一月至三月辦理，以「苗北新春系列」節令活動，內容含燈景藝術(燈籠裝置/燈影佈置)、新春揮毫、創意春聯、版畫拓印及最具在地特色代表性之「苗北之星」歌唱大賽，營造濃厚春節氣息，庶人歌手舞台飆技，同步歡迎各界到館走春，感受節令氣氛。

苗北「夏韻」，安排四至六月辦理，以「苗北小劇場」系列企劃，安排豐富多元小劇場節目類型，藉以吸引不同喜好之觀眾群走進劇場，活絡場館演出綿密性與多元性。另規劃結合「藝起來苗北」藝術教育體驗計畫，藉以提升學生藝術活動養成教育之認同感，提高觀眾藝術參與密集度、擴大中心藝文受眾對象，擴散藝術力量。此外，為銜接社會各界對流行音樂的期待，並延續創館以來，流行音樂在苗北藝文中心所積累的跨界藝文能量，亦規劃辦理「金鑽苗北」流行演唱的節目安排，透過流行音樂產業投注，共同打造流行音樂在地發展的重要基地與方向。

苗北「秋樂」，安排七月至九月辦理，以深耕在地藝文共好環境、深化節目品牌藝術能量為核心，辦理「苗北心勢力—發掘苗栗·在地力量」系列節目。本系列為苗栗縣傑出演藝團隊年度重點演出活動。以「發掘苗栗」深耕在地藝文共好環境，讓藝文接地氣，展現苗栗縣在地藝文能量。另規劃辦理「苗北表演藝術欣賞夏令營」，讓青少年透過營隊密集課程、創作、排練，探索各種表演藝術欣賞形式，在生活中發現藝術，發現音「樂」、發現「樂」趣，並且從藝文欣賞互動過程中找到自己享受的、自在的表演體驗，成就一個成長蛻變的回憶。

苗北「冬藝」，苗北藝術節」安排十月至十二月辦理，延續近二年藝術節演出策劃能量，以「發掘苗栗、連結臺灣、吸納世界」作為長期且持續的策劃方針，透過節目共製，強化節目定位，打造苗栗及苗北藝文中心場館代表性的品牌節慶，同時深耕在地藝文共好環境、深化節目品牌藝術能量，並藉此活絡在地藝文環境市場，具體實踐「苗北藝文停看聽·全民欣賞好中心」形塑苗北未來的發展願景。

二、打造「專業服務」、「維運管理」、「場館品牌」之核心價值：

剛屆滿十年的苗栗縣苗北藝文中心，於 108 年底經由文化部通過六都以外第一個行政法人，並於 109 年正式以行政法人「苗栗縣苗北藝文中心」營運，組織轉型定位後的苗北，將持續打造「專業服務」、「維運管理」、「場館品牌」之核心價值，以專業場館服務精神，積極爭取經費，強化場館維運升級管理服務，行銷宣傳場館品牌，增升苗北品牌識別度，奠定永續經營的基礎，內容簡列分述如下：

- (一)專業服務：強化專業場館服務，辦理藝教活動，宣導進入藝文場館的禮儀，從小教育培養，傳達正確專業場館認識；透過場館人才培訓，精進劇場知識，學習藝文場館文化；志工服務升級訓練，志工為場館不可或缺的重要角色，為服務民眾第一線人員，為場館及民眾的溝通橋樑，良好的專業服務態度，透過親切且專業的應對經驗，提升民眾對場館的認同感；數位線上場租系統，活絡科技應用與管理，專業服務團隊場租申請，不受限只能營業時間辦理，可依公告期程 24 小時線上辦理，增加申辦場地效率，提升專業場租服務。
- (二)維運管理：隨著科技的發展，場館的營運管理及硬體建置需持續創新及維持，場館硬體上，期許透過各方的經費挹注，提升中心專業藝文場館設備升級，將以「友善場館觀眾服務提升計畫」、「優化劇場安全提升計畫」、「劇場設備專業升級計畫」等計畫優先改善，以觀眾服務提升，強化團隊劇場安全，及劇場設備專業升級，達到觀眾感觀體驗升級，團隊服務及演出品質提升為目的；行政面上如電子公文、財管系統、人事系統、線上場

租系統建置及租賃服務等，導入數位科技系統，輔助行政及劇場管理，透過數續與資訊反饋，達到各項行政效率提升。

- (三)場館品牌：透過各項活動宣傳行銷，辦理聚焦特色展演活動，吸引全國目光，打響「苗北藝術節」活動品牌，奠定苗北藝文場館的辨識度；建物外牆的光影投放，結合苗北與在地特色，以季節區分，打造苗北獨特建物光影，深化苗北印象力；透過商標申請，結合中心文創品的推廣，散播文創種子，製造話題，提高民眾藝文消費購買力；社群媒體建置及推廣，中心以 FB、LINE、YOUTUBE 等社群媒體散播藝文訊息，強化中心各項藝文品牌行銷，增加藝文愛好者的黏著度，以社群媒體力量，網路無遠弗屆傳達苗北訊息，擦亮苗北場館品牌。

貳、111 年度工作計畫

一、年度演出工作計畫：

- (一)「苗北之星」歌唱大賽：營造濃厚春節氣息，發掘歌唱新秀，並此廣召庶人歌手舞台飆技，同步歡迎各界到館走春，感受節令氣氛。
- (二)「苗北小劇場」系列企劃：安排豐富多元小劇場節目類型，藉以吸引不同喜好之觀眾群走進劇場，活絡場館演出綿密性與多元性，並以提高觀眾藝術參與密集度。
- (三)「藝起來苗北」藝術教育體驗計畫：結合苗北小劇場，藉以提升學生藝術活動養成教育之認同感，提高觀眾藝術參與密集度、擴大中心藝文受眾對象，擴散藝術力量。
- (四)「金鑽苗北」流行演唱：透過流行演唱的節目安排，延續創館以來，流行音樂在苗北藝文中心所積累的跨界藝文能量，並銜接社會各界對流行音樂的期待，共同打造流行音樂在地發展的重要基地與方向。
- (五)「苗北心勢力—發掘苗栗·在地力量」系列節目：本系列由文觀局、苗北藝文中心共同主辦，為苗栗縣傑出演藝團隊年度售票演出。以「發掘苗栗」深耕在地藝文共好環境，讓藝文接地氣，展現苗栗縣在地藝文能量。

(六)苗北表演藝術欣賞夏令營：於暑假期間規劃辦理以培養青少年觀眾為主之暑期營隊，藉由表演藝術欣賞主題讓青少年透過營隊密集課程、創作、排練，探索等各種課程呈現形式，在生活中發現藝術，發現音「樂」、發現「樂」趣，並且從藝文欣賞互動過程中找到自己享受的、自在的表演體驗，共度一個成長蛻變回憶。

(七)2022 苗北藝術節：延續前二年「苗北藝術節」演出策劃能量，以「發掘苗栗、連結臺灣、吸納世界」作為長期且持續的策劃方針，透過節目共製，強化節目定位，打造苗栗及苗北藝文心場館代表性的品牌節慶，具體實踐「苗北藝文停看聽·全民欣賞好中心」的發展願景。

二、「苗北藝術節」品牌展演計劃：

「2022 苗北藝術節」為苗北藝文中心以品牌定位出發的藝術節慶活動，延續往年亮眼成績，以品牌精神推出「經典交響」、「跨界共製」、「名家品牌」與「國寶大師」系列多場之展演節目，多元性主題內容從國內品牌出發，藉由音樂、戲劇、舞蹈、跨界、表演藝術、視覺藝術共同呈現，將精緻品牌團隊、製作聚焦苗栗、聚焦苗北藝文中心，待疫情趨緩後，更將國際頂尖代表製作於苗北藝術節中展現，期望透過多樣化精緻性展演，吸引所有年齡層，讓每一位觀眾能在此欣賞到喜歡的優質節目、擴大文化參與，讓苗北藝文中心從縣內出發成為具指標意義表藝場館進而延伸成為代表臺灣重要展館之一，而「苗北藝術節」更在此基礎下相互加值成為國內重要藝之品牌節慶代表之一。

三、年度藝文展覽計畫：

多媒材藝術展計畫，邀請對象為專業展出策展者、協會或藝文團體為主，結合工藝，網羅各地立體平面文創藝文，展出類別多元，以節令系列貫穿全軸主題，搭配多樣化媒材工藝、書畫、西畫、複合媒材等，營造豐富藝文氣息，提升民眾審美之能力，內容分述如下：

(一)新春系列：

1. 新春節慶的到來，為增添年節氛圍，規劃新春意象之展覽，如花藝、紙藝、攝影、版畫等類型展出，打造濃厚新春氣息之展覽，營造苗北成為新春走春的好去處。
2. 傳承習俗活動，年節前紛紛除陳布新，象徵展開新生活，於年前舉行「新春揮毫」、「創意春聯」、「版畫拓印」與民眾有感年節互動，讓中心成為年節聚眾走春之好中心。
 - (1)新春揮毫：中華傳統文化習慣於農曆春節期間，以吉利、吉祥、喜慶的賀年春聯貼在家門口，象徵除舊佈新，萬象更新。本活動將邀請縣內書法名家現場揮毫，書法現場將提供商業用、住家用等春聯佳句與吉祥語。同時為感謝來參與苗北展演活動的民眾，藉由社群媒體互動，兌換書法大師墨寶 1 份，讓民眾開心收藏書法名家作品，吉言吉句快樂過新年。
 - (2)版畫拓印：邀請版畫名師，以新春年節意象版畫，現場為民眾拓印，並共邀民眾一同體驗版畫拓印樂趣，從油墨上色的步驟，獲得自我參與之成就感。
 - (3)創意春聯：春節乃是中國人重要節日之一，因時代變遷，高樓大廈林立，中心為營造濃厚春節氣息，農曆春聯將以創意為主，而非傳統的對聯及廳堂春聯，故創意春聯因應而生，書法名家現場揮虎年喜慶圖樣，搭配吉祥話語，融合傳統與創新，為新年增添濃厚色彩

(二)兒童系列:

1. 兒童專展歡:慶屬於小朋友的節日-兒童節，針對幼兒園與國小學生，邀請孩童關注話題類別為規畫主軸，如黏土、紙雕、編織藝術、積木等類型展出，盼吸引親子共賞，歡慶專屬於小朋友的節日。
2. 童畫苗北繪畫比賽：為迎接屬於兒童的節日，舉辦童畫苗北繪畫比賽，提倡兒童美術教育，鼓勵兒童發揮審美觀與創造力，發掘自我潛能，讓藝術創作自小紮根發展，培養健全人格，藉繪畫比賽啟發兒童對真善美的追求及想像力。
3. 繪畫比賽頒獎典禮：透過典禮的舉辦，邀請得獎之學童親朋友好友，共

同參予盛事，誘發小朋友對比賽的熱情，產生榮譽感。

4. 2022 童畫苗北得獎作品展:得獎畫作呈現，延續繪畫比賽的熱度，吸引親子闔家觀賞，傳達小畫家的無限豐富創作想像力，創造得獎者及歡賞者之間話題，教學相長。
5. 童樂舞台:為活絡現場氣氛，安排與親子互動節慶氛圍的活動，增加現場氣氛，帶領民眾歡度兒童假期。
6. 兒童 FUN 電影:搭配兒童熱門動畫或主題電影。親子活動為苗北最大基底參與人口，親子相處在於溝通，在於交流，苗北提供了闔家喜愛的電影或相關親子活動增添親子藝文交流好去處，製造相處共通話題。

(三)暑期系列：

迎接暑期到來，規劃邀請模型、偶戲、動漫、積木、科學等類型展出，因觀賞對象從幼兒園至成人，以具有教育意義又豐富的作品為策畫軸心，培養家庭的闔家共賞觀念，創造家庭共通話題，增進親子情感交流。

(四)苗北親子聖誕劇場：辦理「苗北親子聖誕劇場」及「聖誕節交換禮物」。

1. 「苗北親子聖誕劇場」結合聖誕節慶氛圍，依活動場域量身打造佈置規畫，以親子活動整體節目串連編排，營造聖誕歡樂氣氛。
2. 「聖誕節交換禮物」配合本中心舉辦聖誕節慶的盛會活動，民眾在參與活動中能玩得盡興之外，完成本中心闔關遊戲及交換禮物活動時，可得到本中心贈送聖誕禮品，能帶給小朋友更多的喜悅及驚喜，讓現場大小朋友們都能感受到暖暖的聖誕氛圍。

(五)場館交流：

國內美術館、博物館大多都有典藏作品，透過各場館合作，展出典藏作品，達到互通有無的合作模式，另透過與三義木雕館合作辦理，結合在地文化場館，強化地方特色參與，展出三義木雕的館藏作品，巡迴展出；三義位於苗栗南邊因此規畫此系列展覽，讓竹南、頭份地區民眾更便利觀賞，引領鄉親瞭解地方特色文化，發揚及推廣在地。希冀透過館際合作，互相協助與支援，資源能夠普遍利用與共享的目的。

(六)國寶大師系列：

搭配「苗北藝術節」或年度展覽活動的舉行，規劃軸心以國內外具視覺藝術代表之藝術家為主軸，凝聚視覺藝術創意，以極具專業代表性之創作品，開拓新視野之想法，打造苗北視覺品牌展覽風貌。

四、年度租用服務計畫：

(一)「線上場地租用申請系統」：

1. 落實場館數位轉型

本系統自 110 年 2 月上線使用，並配合本中心「演出場地設備租用服務使用須知」檔期開放期程自同年 3 月 1 日起正式受理及開放首批檔期線上申請。系統啟用後效率串連中心的工作後台並簡化團隊與場館行政端往來文件資料的繁複流程，使中心場地有效運用，使場地申請的前置作業達到有效的資訊傳遞與加速申請作業流程，並落實擴大服務及場館數位轉型。尤其在新冠疫情(COVID-19)影響期間，「線上場地租用申請系統」的使用者便利性及科技效率運用，更有效減低疫情對於紙本申請及人工作業、收件之繁複流程充分發揮系統預期功能及效益。

2. 系統優化調整

本系統自正式啟用後，表演團隊於使用期間陸續給予相關使用心得反饋及操作建議，針對不同型態的申請案件及類型，希望於系統使用上更能充分對應的其適用性及不同需求，做為日後系統升級及改善方向，使系統服務性更臻提升、更符合使用者便利性及朝向優化之服務。中心彙整表演團隊之建言，持續與系統建置團隊研議，針對需求及改善部分做可行性評估及預期調整方向討論，將本系統之使用者操作介面及檔期排檔作業邏輯以更符合科技化、效率化之優化改善，以利日後業務規劃參考及更落實擴大服務及場館數位轉型。

(二) 表演藝術活動租用服務：

1. 辦理主題性賽事

苗北藝文中心位處交通網絡便利之地，不論是南來、北往都有便捷的通

行方式，加乘中心本身專業的軟、硬體條件，輔以友善、熱誠的服務團隊，讓苗北藝文中心成為辦理各種主題性、地方性或全國性重要大型賽事的優選場地。中心歷年來受理各項重要賽事如：國立臺灣藝術教育館年度主辦「全國學生音樂比賽」、「全國師生鄉土歌謠比賽」及苗栗縣政府主辦縣內初賽、客家委員會主辦「客家合唱比賽」及台灣太鼓協會「全台灣太鼓青少年競賽」、「全台灣太鼓聯合公演」等賽事。未來仍積極爭取辦理相關賽事活動，讓來自縣內及各地的參賽者和各校際團隊，透過參與賽事，增進苗栗縣在國內藝文活動能見度，更打開中心大門，讓更多參與者認識苗北藝文中心，藉以推廣宣傳中心各項展演活動。

2. 提供優質團隊專業場域之租用

本中心演藝廳及實驗劇場提供表演藝術團隊優質、專業的劇場技術條件及劇場設備，是吸引國內各優質演出製作、團隊及名家演出的一大利基。歷年受理國內傑出及專業指標職業樂團如國立臺灣交響樂團、朱宗慶打擊樂團、臺北市立國樂團、相聲瓦舍、臺灣銅管樂團、財團法人擊樂文教基金會年度青少年音樂會、親子舞臺劇等製作，豐富呈現多場膾炙人口及精湛演出，以饗苗北觀眾。

中心長期致力藝術扎根、促進表演藝術發展動能，轉制行政法人前，即透過與國內表演藝術大專院校合作，與實踐大學、國立清華大學、國立臺灣師範大學、中國文化大學等表藝相關系所，以「產學合作」模式，鼓勵校系以中心專業劇場為平台，作為其優質演出之發表及具體實踐表演藝術增能，並朝擴大至國內、外各大專院校表藝系(所)合作，持續導入多元演出，除豐富中心演出活動特色外，亦增進中心場地、設備使用，並達中心對表演藝術教育系所發展友好夥伴關係、有效開發學生觀眾群體及協助學子體現劇場價值。

3. 在地特色團隊藝術交流

服務在地藝文人口、深耕在地藝文發展是苗北藝文中心成立近程目標之希冀透過辦理展演活動，結合發展在地文化底蘊，提昇民眾藝文涵養，

以達藝文向下扎根。本中心之場域提供苗栗縣內演出團隊及各級學校之藝術才能班、機關及特色社團交流使用，豐富在地演出質量提升，將苗北藝文中心打造一個專業在地文化推廣之展演平台，服務更多觀演族群及擴及更多藝文參與人口。以苗北藝文中心優質的場地條件，持續引入苗栗縣內國中小、地方特色社團等單位租借中心場地辦理各種如藝能才藝班成果發表會、畢業典禮及聯合展演等活動。縣內具特色性及代表性之樂團如苗栗縣立國樂團、聯合民族管弦樂團、苗北青少年國樂團更連續多年租用中心場地辦理音樂會及發表會，以及苗栗縣政府文化觀光局年度主辦《苗栗縣客家歌手演唱會》，導入多元類型之展演活動，「發掘苗栗」讓在地力量發聲、發光，結合發展在地文化，提昇民眾藝文涵養，以達中心致力藝術文化扎根目的。

(三)展覽租用服務：

為促進並推廣文化藝術展覽活動，鼓勵多元創作，提供藝術交流平台，以提升本中心社會教育及文化藝術推廣功能，提供藝術家辦理個展。推廣藝文活動，加強國際文化交流，提昇創作水準，提供藝文團體舉辦聯展。為鼓勵學生舉行藝術教育成果展示，特別在租用費用給於適當的優惠，促進藝術教育養成，與提昇美術創作水準。

五、藝術教育養成計畫：

藝術教育使人在創造過程中，變得富於創意，造就出身心健全的人格特質，由美感經驗獲得較高的創造力，並將之運用於生活與工作中。藝術教育借由多元化的課程與講堂，不論是正值學習階段的學生，在職場上奮鬥的白領階級亦或是退休人士，都可以找到合適的活動參與，借由深入淺出的課程內容進入藝術領域。

(一)苗北弦樂班：辦理弦樂班，藉由每週一堂、一期十二堂帶狀藝文學習的持續課程，讓學員從樂器學習的練琴歷程，體驗音樂養成教育，讓生活與音樂結合，擁有課堂外之藝文能量；同時讓音樂藝術教育成為生活中的日常。

- (二)苗北講堂：開設苗北講堂，藉由年度兩期，每週一堂、每期 4 至 8 堂，深入淺出的講座課程，讓聽眾從話題到主題、從入門變行家，在藝文中心共營一個藝文與日常生活的對話空間。每期安排不同主題，能就常民熟悉的韓劇音樂、電影音樂等時尚話題，分享日常所見的藝文觀點，藝文作品中所欲表述的生活見解，讓表演藝術輕鬆走入生活。
- (三)「藝起來苗北」藝術體驗教育計畫：每年 4 至 8 堂，以縣內國民中小學學生為對象，與苗栗縣政府教育處共同辦理；計畫性規劃 4-6 月週五下午，透過視覺展覽、場館參訪、小劇場節目教育推廣場次安排與規劃，深化在地連結，實踐以「在地」為設想，活絡在地藝文生態；增進學子透過不同角度、不同方式，對在節目呈現的欣賞與理解。
- (四)藝術工坊：辦理時下各年齡對象廣受歡迎的課程，定期推出，透過四季活動安排課程，另結合展覽主題，創造展演活動議題，貫穿藝術工坊範疇，讓民眾有機會與藝師接近學習，經由輔助課程讓民眾對於藝文有更深層的認識，從而更了解展演活動的內涵，達到教育的目的，帶領民眾學習不同的領域，擴大更寬廣的層次，讓各年齡層系列課程，親子都能走進藝文中心。
1. 春季系列：逐漸高齡化的社會，秉持活到老、學到老的理念，開設漫活系列課程，課程內容可包含花藝、鑑賞、編織等，提供樂齡學員，可以自主學習外並結交新朋友，一起創造晚年價值。
 2. 夏季系列：搭配暑期的到來，讓學童可以在放假期間，透過有趣的課程體驗，自我成長，課程規劃以童玩為主軸，課程類別為科學、繪畫、手作等藉由各種形式課程的設計，主打創意、思考並親手製作的課程，激發孩童的組織力與邏輯性。
 3. 秋季系列：本系列受眾為青年至成人為主，課程主題以手作、手創規劃如羊毛氈、香氛、金工等，讓學員上班、上課日常之餘，有放鬆學習的選擇，還能緩解緊繃心情，找到舒壓的方法。

4. 冬季系列：迎接聖誕的到來，以聖誕做為主題規劃一系列課程，熱門的薑餅屋、聖誕花園、聖誕手作等，主打親子共學，讓大人與小孩於聖誕佳節一同創造回憶。

六、年度行銷宣傳計畫：

(一)實體通路宣傳：定期出刊苗北藝訊、年度出版苗北年刊；週期性傳單海報，以「品牌定位、分眾溝通、量身專屬」為節目行銷方向，找出讓消費者信賴的企劃核心、同時設計與消費者溝通的模式，培養忠誠顧客，提高回購擴散影響力。

1. MBAC 苗北藝訊：每月定期出刊「MBAC 苗北藝訊」，規劃當月展演訊息快訊報導、次月活動預告及中心即時訊息。實體紙本藝訊採免費郵遞方式贈與「MBAC 苗北藝友」，為擴大服務範圍及觸及更多藝文愛好者，並於官網以電子檔提供苗北藝友及瀏覽者，便利展演訊息擴散轉發。便利網路使用者，中心官網亦每月定期更新上傳藝訊供民眾下載瀏覽。
2. 苗栗縣苗北藝文中心年刊：年度出版「苗栗縣苗北藝文中心年刊」，彙整年度表演藝術、視覺藝術、教育推廣、節令活動及中心年度場館計畫等資訊。年刊並免費贈送「MBAC 苗北藝友」黑卡會員，並供國內相關單位卓參營運及執行成果。
3. 傳單海報文宣品：長期維繫中心既有之實體宣傳資源，持續穩定經營既有之核心客群，且深耕目標觀眾消費者對苗北藝文品牌之信任與期待。

(二)網路行銷：以建置中心 LINE@官方帳號、改版中心官方網站，透過線上網路將節目行銷拓展 N 世代網路消費族群，串連 FB、LINE、官網及節目購票頁面，符合日前時下資訊分享與搜尋習慣，達到目標市場觸及率、拓展在地藝文市場之廣度與深度。

1. 苗北藝文中心 LINE@官方帳號：加強中心藝友品牌黏著度、並此延伸場館自有品牌，行銷推廣主辦節目。
2. 苗北藝文中心官方網站 2.0 版：結合美學與媒體視覺傳達優點，增加更多動態視覺宣傳元素、符合網頁及手機閱讀者習慣及便利性設計、多語

言選項；讓造訪中心網站的訪客感到印象清新、視覺清晰及資訊清楚，以期有效達到傳達中心相關活動的宣傳效益。

(三) 專題、廣媒報導：透過表演資訊刊物專欄或表演藝術專業性雜誌專題報導、報章/媒體/藝評等各項節目報導，以藝文專業規劃媒體露出，強化藝術節策展主題、有效媒體溝通並達到亮點宣傳，提昇藝術節能見度，以多元傳播管道，擴大活動宣導效益，進而帶動地方藝文與文化參與。

七、藝友推廣服務計畫：

(一) 差異化服務：

「MBAC 苗北藝友」會員制度的建立，係提供喜愛藝術的民眾一種更貼近藝術文化之生活方式，將主辦節目購票優惠、中心文化創意商品與服務優惠以及各式苗北專屬活動融入會員服務範疇。苗北藝文中心落實持續募集藝文愛好者參與，鼓勵參與者以尊榮身分別，選擇不同類型的藝文參與需求，提供差異化服務及優惠範疇。藝友會員依據不同群體的不同特點、需求及屬性，量身訂做三種「MBAC 苗北藝友」會員卡別，會員卡片採用中心企業識別系統三種主色為設計，以簡約、質感的設計及建物品牌為概念，呈現「MBAC 苗北藝友卡-黑卡」、「MBAC 苗北藝友卡-紅卡」及「MBAC 苗北藝友卡-文青卡」。會員優惠及服務項目除依會員等級加值外，更增益會員實質藝文參與購票及相關優惠，會員可參見其日常藝文活動參與頻率及藝文消費意願，選擇最適合自身的優惠方案及服務內容規劃。

(二) 整合資源推廣：

運用苗北藝文中心 (Miaobei Art Center) 專業劇場及藝文品牌概念，借力使力將「MBAC 苗北藝友」會員制度擴及更多藝文愛好群體。每月定期出刊之「苗北藝訊」，採會員尊榮服務，每月寄送到會員手中。在網路科技時代，中心亦藉由新興世代盛行之自媒體及通訊軟體，試圖串聯更多藝文愛好者及擴大連結範圍。中心悉心耕耘苗北藝文中心 Facebook 粉絲頁及苗北藝文中心 LINE@帳號服務，透過每周數則、不間斷地方式，將各項展

演訊息以富主題性、話題性的設計編輯，將中心最新、最即時的消息傳遞給苗北藝友，透過使用者每篇發文的觸及數、點閱次數及轉發分享，效率傳播擴及到更多不同族群的民眾。

本中心地域優勢位處頭份、竹南雙城，周邊臨近新竹、苗栗地區科學園區，園區內企業逐步擴張、就業人口逐年增加，年齡更朝年輕化發展，其相對藝文活動參與意願較高且藝文消費意願及條件也較佳，希冀透過藝企合作及推廣方式，深入企業，透過其組織及園區企業連結，推動更多藝文愛好者，成為中心藝友會員夥伴，逐漸將苗北藝文中心打開，讓企業員工看見，提供藝文休憩與展演資訊，激勵員工參與表藝活動，活絡其平日高壓生活的緊張感，使其產生更多對本中心認同感及連結，開啟中心與企業夥伴新的對話。

八、場館硬體維運計畫：

(一)展場及商場營運規劃：

友善場館，顧客服務一直以來是中心首要著重的任務，考量中心周遭環境飲食方面較於疏散，商圈尚未形成，為提升觀眾服務，增加入館進駐時間，計畫引進輕食或文創品商家駐店，透過尋找潛在廠商，並在符合建築相關法規、消防法規、及其他有關法規的基礎條件下，針對中心空間的應用及規劃，找出雙贏策略，營造苗北成為全民心目中的好中心。借提供文化創意衍生品販售平台與輕食飲品服務，品牌合作，吸引不同客群，誘發入館機會，並藉此營造生活與美學的氛圍，提供到訪民眾一個走近藝術連結生活的場域與休憩空間，提升民眾藝文參與度。另配合中心節目規劃行銷活動，製造人流，活絡場館空間，結合商場行銷，甚至聯名限定款營銷模式，增加民眾對場館及品牌認同，藉以提升中心相關周邊營運效能。

(二)數位 E 化管理服務：

持續推動數位管理服務，隨著科技的發展，導入數位科技系統，財務管理系統、電子公文系統、人事差勤系統等作業系統，加速同仁辦公效率；線上場租系統輔助行政與劇場管理，透過數據與快速的資訊反饋，不僅能加

速行政效率，同時分析表藝團隊申請案件性質與類型，更能以此作為營運規劃的方向指標。

(三)推動藝文專業場館升級計畫：

苗栗縣苗北藝文中心目前為竹苗區設備最齊全的展演場館，每年度公開演出數百場。作為苗栗縣內重要的藝文推廣單位，以提供民眾優質藝文活動空間、友善展演團隊工作環境為目標，因應現代化數位升級，響應政府節能減碳政策，貫徹永續經營精神，為提供現代劇場功能，規劃改善老舊場館所帶來的高耗能低效率問題，計畫 2 年內完成維運提升計畫，進而吸引更多演出團隊與藝文觀眾的駐足，共同為促進國內藝文產業發展助力。

礙於整修計畫過於龐大，預計 111 年積極向文化部提出本計畫，擬借由經費爭取，提供更完善的藝文專業場館升級服務，吸引更多藝文團隊及藝文愛好者注目，達到永續經營的理念。

本計畫內容分為內容將分為「友善場館觀眾服務提升計畫」、「優化劇場安全提升計畫」、「劇場設備專業升級計畫」等三項子計畫，相關計畫項目規畫內容簡列如下：

1. 友善場館觀眾服務提升計畫：

作為公共的場館、眾人的劇場，本中心自開館營運至今，皆致力於提升場館服務進化成長，而對於場館觀眾的服務體驗，更是中心最重視的議題，本中心為苗栗縣指標性場館，這兩年因為苗北藝術節的品牌效益，更是桃竹鄰近地區民眾喜歡的欣賞場域，場館觀眾來自各地區，不同文化、語言、性別、皆有不同的需求，如何提供高水準、無障礙的場館服務，場館的軟硬體、設施更新皆勢在必行。為提升觀眾聆賞體驗，並彙整十年來的民眾及團隊建議回饋，同時藉由自主檢視及諮詢場館技術顧問意見後，本中心提出「友善場館觀眾服務提升計畫」，藉由「觀眾席光源改善」、「前台大廳照明優化」以及「提升觀眾席伸縮平台座椅需求」、「音響聲學數據測量」等工作項目，擴大來館觀眾服務品質，促進國內民眾參與藝文活動，並提升表演產業發展。

- (1)觀眾席光源改善：光源對一個劇場明暗亮度結構具有相當重要的角色，尤其對觀眾而言，進入劇場觀賞節目充裕的光源對留住觀眾群也是重要的一部分，因此劇場內照明不足問題，將經由更新老舊燈具及更換燈源系統，提供觀眾安全舒適的觀演環境。
- (2)前台大廳照明優化：民眾到中心尚未進入場館前，前台是最先與民眾接觸對眼的場域，因此前台服務大廳如無法藉由汰換改善優化等功能逐步提升照明需求，對場館將錯過與民眾相對的第一眼，更無法讓民眾感受中心對民眾服務需求的努力，因此汰換前台大廳傳統照明燈具，提供明亮舒適的大廳空間，提升藝術氣息，增加觀眾體驗滿意度，亦是友善場館服務需求重要的內容。
- (3)提升觀眾席伸縮平台座椅需求：升級劇場觀眾席伸縮平台座座椅的需求，改善觀眾及團隊對於許多場域視角改善的根源，多樣視角、提升觀演舒適度，並保障各式觀眾觀賞權利及需求。
- (4)音響聲學數據測量：每座建築物都有其獨特的聲音空間，以及殘響功能，為保障所有支持藝文產業、入場欣賞演出的觀眾權益，聲音的品質必須被謹慎良好地維護。本次場館服務升級計畫，規劃有部分改善項目，本中心預計於計畫施作前，委託專業建築聲學專家團隊，進行現場音響測量取得工程前聲學數據，並以電腦專業軟體進行模擬分析，評估演藝廳音響反射板位置調整，以提升音樂性節目聆賞品質，並於改善計畫項目完成後，邀請具聲響方面權威的聲響學專家以及專業測試單位再次進行現場測量取得工程後聲學數據，以檢視計畫成效，維持觀眾聆賞品質。

2. 優化劇場安全提升計畫：

劇場安全環境是所有從事劇場工作及表演團隊評估場館最重要的關鍵內容，因此優化劇場提升使用安全量能更是場館營運命脈核心，如何滿足團隊需求並改善現有設備提升功能，亦是目前各文化場館面臨重要的課題，再加上科技發展日新月異，許多藝文產業設備不斷創新，更為劇場帶來新的世代變革，多元節目朝向跨界、專業融合製作，為了提供安全完善的現代劇場環境，減少各種設備對接障礙，保障劇場使用者的安全，輔助演出團隊完成各式演出，此次提出

優化劇場安全提升計畫，則藉由「增設手動桿平衡鍊條」、「更換懸吊鋼索及相關零件」及「汰換燈光電纜」等優化劇場工作項目，滿足團隊於場館中的使用需求，尤其在安全項目，中心更嚴肅的全面審視，諮詢相關技術專家並同時參考各不同專業場域成功案例，期許建構安全的劇場環境，提升整體營運效益，有關改善項目簡列如下：

- (1)增設手動桿平衡鍊條：演藝廳手動桿加裝平衡鍊條，有效減少團隊工作安全風險，大幅減輕劇場工作人員體力負擔及承載，增加舞台需求效益。
- (2)更換懸吊鋼索及相關零件：汰換演藝廳過度使用磨損鋼索、滑輪等核心零件、更新電動捲揚機，以降低系統故障失效機率，保障劇場及團隊使用內人員安全。
- (3)汰換燈光電纜：汰換演藝廳燈光吊桿之電力纜線，同步建置具數位訊號之纜線、電腦燈具設備需使用之直通電源，符合現代演出團隊專業技術需要，提升節目多樣性及豐富性，提升中心場館節目量能。
- (4)其他優化劇場安全工作項目：
 - A. 增設演藝廳樂池上方電動燈桿，增加舞台區域照明範圍、提供團團大型編制前區獨奏演出者或重要製作光源增強之需求。
 - B. 實驗劇場舞台地板全面改善，友善各種表演藝術團隊使用劇場表演空間
 - C. 劇場電力供應系統更新，簡化表演團隊入館裝台基礎佈線工作之功能，並簡化人力提升效能。
 - D. 實驗劇場控制室觀看視角優化，增加擴大觀看舞台的視線區域，提供技術團隊更便利的安全使用需求。

3. 劇場設備專業升級計畫：

一個節目的製作，從劇本發想、舞台技術設計、演員排練、裝台演出到最終在舞台呈現給觀眾，這中間需要集結劇場內各種軟硬體設備相互配合，方能創造無遠弗屆的夢想空間；配合現代劇場演進，各種技術設備不斷創新，智能多工概念設計之設備應用在藝文產業內，讓現代劇場節目不再單調，而是以飛快的速度帶給觀眾新的體驗。本中心位處於苗栗縣工商發展重點地區，為藝文團隊

工作者的最佳夥伴、亦是藝術文化推動單位，中心提供縣內具國際水準之場地及設備，為在地藝文產業能量盡心力，因此中心此次規畫提出劇場設備專業升級計畫內容包含「建置網路架構控制系統」、「高畫質監控、轉播系統數位化」、「音響燈光設備優化」等相關工作項目，建置完善的硬體環境，提升劇場工作品質，協助演出團隊設備之需求，進而輔助藝文環境發展。

- (1) 建置網路架構控制系統：中心現階段之網路串連，未盡符合設備之間內部工作控制台之需求，因此需藉由鋪設全劇場網路線路，重新建置網路架構環境，以符合演出團隊技術規格需求。
- (2) 高畫質監控、轉播系統數位化：升級各控制台區域監控轉播系統，輔助演出團隊演出執行必有之設備及安全需求，並降低演員及技術人員安全風險，確保演出節目品質。
- (3) 燈光設備優化：演出製作對於燈光需求多元，且明暗需求變化大，中心現有之追蹤燈設備過於老舊，數量及亮度均不符合團隊需求，期待增購燈光相關設備，提供團隊使用，減少製作項目需求，提升節目內容精緻度及完整性。

(四) 建築主體商標申請：

強化苗北建物主體能見度，形塑整體品牌形象，申請苗北立體建築物商標權，促進商業模式進行，吸引各界品牌合作，增加大眾對苗北的認知普及，加深苗北印象，把造苗北品牌行銷，藉以達成苗北品牌升級、提升能見度並創造營運利潤。

(五) 官方網站體驗改善：

1. 因應 110 年度網站更新，廣納各方建議，提升觀眾對新官方網站瀏覽點擊，讓造訪中心網站的訪客，有良好的第一印象，增加更多動態視覺的宣傳元素、容易接收中心相關活動資訊的閱讀體驗與多語言的選項為出發點，針對使用者的閱讀路勁強化改善，更能有效達到宣傳效益與傳達中心相關活動的目的。
2. 以苗北藝文中心 MIAOBEI ART CENTER 為專業劇場及藝文品牌為概念，擴及更多藝文愛好者，使其產生更多對本中心認同感及連結，及擴大藝文展演活動參與。

九、場館人才培訓計畫：

- (一)表演藝術工作不只有藝術和技術，行政能力更是能否穩定營運的重要基礎，建立優質劇場人才，以追求演出場館永續經營與表演藝術產業蓬勃發展。隨著疫情的調整，近年來各類演出節目數量提升，形態日漸多元複雜，與國際接軌之機會增加，面對不同的節目製作與團隊工作模式，專業職能也應持續提升，以帶來更優良的娛樂與表演節目品質，帶動表演藝術產業發展。
- (二)針對中心近來引進多元公務作業系統，透過多元及多方課程學習，瞭解同工作領域並增加與其他領域及跨部門的專業知識，期望能夠透過課程討論學習，以建立自我新的工作模式，以及培養自己的團隊，讓自己在這份工作中更進一步成長。
- (三)實現人才培訓計劃的系統性，分析每個崗位所應具備的知識與技能，制定崗位技能表及培訓訓練活動的具體實施方案，細化各項學習內容和考核目標，根據員工缺乏的技能來組織培訓。

參、財務構面：

111 年度預估收入總計 4,565 萬元，其中苗栗縣政府補助收入為 4,000 萬、中心各項收入為 565 萬元，(包含票款收入、場租收入、藝文之友會費收入及其他雜項收入)，中心各項收入佔年度總收入比率為 14.13%。

附表、苗栗縣苗北藝文中心 111 年度各項工作計畫預算

工作計畫	摘要說明	執行 期程	111 年預算		備註
			收入(仟元)	支出(仟元)	
年度演出 活動計畫	(一)苗北之星歌唱大賽	1-3 月	42	205	
	(二)苗北小劇場	4-6 月	79	800	
	(三)藝起來苗北-藝術教育體驗 計畫	7-9 月	0	0	
	(四)金鑽苗北流行演唱	10-12 月	486.9	2,240	
	(五)苗栗心勢力	1-12 月	180.5	200	
	(六)苗北表演藝術欣賞夏令營	1-12 月	322	853	
	(七)其他：票務／鋼琴調律		0	250	
「苗北藝術 節」品牌展演 計畫	2022 苗北藝術節		1,217.3	5,600	
年度藝文展覽 計畫	(一)新春系列	1-12 月	3	230	
	(二)兒童系列	3-6 月	33	310	
	(三)暑期系列	3-6 月	33	310	
	(四)苗北親子聖誕劇場	12 月	0	90	
	(五)場館交流	1-12 月	0	270	
	(六)國寶大師系列	10-12 月	0	500	
年度租用服務 計畫	(一)「線上場地租用申請系統」 優化	1-12 月	0	211	
	(二)表演藝術活動租用服	1-12 月	2,542.5	0	
	(三)展覽租用服務	1-12 月	80	0	
藝術教育養成 計畫	(一)苗北弦樂班	1-12 月	436.4	582	
	(二)苗北講堂	1-12 月	14	100	
	(三)藝起來苗北-藝術教育體驗計 畫	7-9 月	0	0	
	(四)藝術工坊	1-12 月	40	230	

工作計畫	摘要說明	執行 期程	111 年預算		備註
			收入(仟元)	支出(仟元)	
年度行銷宣傳 計畫	(一)實體通路宣傳	1-12 月	0	181	
	(二)網路行銷	1-12 月	0		
	(三)專題廣媒報導	1-12 月	0	1500	
藝友推廣服務	(一)差異化服務	1-12 月	6.25	0	
	(二)整合資源推廣				
場館硬體維運 計畫	(一)展場及商場營運規劃	1-12 月	0	0	
	(二)數位 E 化管理服務	1-12 月	0	780	
	(三)推動藝文專業場館升級計畫	1-12 月	0	0	預計積極向 文化部申請 「推動藝文 專業場館計 畫」，待通過
	(四)建築主體商標申請	1-12 月	0	22	
	(五)官方網站體驗改善	1-12 月	0	0	
場館人才培訓 計畫	針對藝術行政及技術劇場理論與實務並進的專業知識規劃課程，進而累積實務經驗。	1-12 月	0	0	
營運管理費用	建築主體、設備運轉成本及保養維護、水電、郵電、外包清潔、保全等費用	1-12 月	0	11,964	

以上收入及支出預算僅就重要專案臚列於表，經常性之收入及人事費等支出，並不包含於內，故合計總額金額並不會與年度預算書一致。