

110年苗栗縣苗北藝文中心
年度績效評鑑分析報告

監督機關：苗栗縣政府

提報日期：中華民國111年8月

目 次

壹、前言	1
貳、苗栗縣苗北藝文中心績效評鑑小組委員名單	2
參、年度績效	2
一、營運目標及使命	2
二、年度演出工作計畫	4
三、年度展覽工作計畫	12
四、場館服務提升計畫	18
五、場館服務統計	24
肆、評鑑結果	25
伍、總評	26

壹、前言

「苗栗縣苗北藝文中心」依據文化部 107 年 9 月 12 日文藝字第 1073026222 號函同意設置行政法人，並依據苗栗縣政府 108 年 7 月 8 日府行法字第 1080130306 號令制定，於 108 年 9 月 2 日施行「苗栗縣苗北藝文中心設置自治條例」、109 年 9 月 4 日府行法字第 1090177628 號令修正公布在案，監督機關為苗栗縣政府，其前身為「財團法人苗栗縣文化基金會之「苗北藝文中心」。

苗栗縣苗北藝文中心主要任務為扶植、推展表演藝術、視覺藝術及推廣藝術教育活動，並以提升苗栗文化生活水準及培養藝術欣賞人口為目標。苗栗縣政府依據「苗栗縣苗北藝文中心設置自治條例」規定，為監督其相關運作成效，制定「苗栗縣苗北藝文中心績效評鑑辦法，」每年邀集由五人至九人組成績效評鑑會議，對其前一年度之營運績效進行評鑑，評鑑會議成員包括政府相關機關代表、表演藝術及經營管理領域之學者專家、社會公正人士。

苗栗縣苗北藝文中心依據「苗栗縣苗北藝文中心績效評鑑辦法」，第五條規定辦理，業經績效評鑑小組於 111 年 5 月 27 日於苗北藝文中心召開評鑑會議，績效評鑑內容包含本中心年度執行成果之考核、本中心業務績效及目標達成率之評量、本中心年度自籌款比例達成率、本中心經費核撥之建議及其他有關事項等，並以實地訪視、書面資料檢視、綜合座談等方式進行評鑑，由績效評鑑會議成員就苗栗縣苗北藝文中心年度各項工作之執行成果，辦理年度績效評鑑，並由苗栗縣苗北藝文中心依照評鑑意見內容擬具年度績效評鑑報告，報經董事會通過後，提報監督機關苗栗縣政府核定。

貳、苗栗縣苗北藝文中心績效評鑑小組委員名單

王召集人浩中(苗栗縣政府文化觀光局副局長)

陳委員錦誠(表演藝術聯盟理事長)

沈委員敏惠(中國文化大學戲劇學系講師)

林委員佳鋒(故事工廠執行長)

汪委員虹(臺中國家歌劇院副總監)

(召集人後依委員姓氏筆劃順序排列)

參、年度績效

一、營運目標及使命

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。2011年至2020年，為苗北藝文中心落成啟用的第一階段，組織以「財團法人苗栗縣文化基金會」型態經營，以年度主題推展展演節目；2021年起，為苗北藝文中心營運的第二階段，組織以「行政法人」型態營運，受苗栗縣政府監督、由董事會為本中心行政審議機制；在表演藝術展演活動上，分為「春之季」「夏之聲」「秋之樂」「冬之藝」四個階段辦理，並此定調年度營運計畫。

第一階段「春之季」系列，安排一月至三月辦理，以春季節令相關活動為主軸規畫，例如「苗北新春系列」活動內容含括燈景藝術(燈籠裝置/燈影佈置)、新春揮毫、創意春聯、版畫拓印及慶元宵等；「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。此外原訂本季之「金鑽苗北」系列更是深受地方喜愛的流行歌手演唱會，過去累積廣受觀眾好評，也將持續辦理與民同唱。

第二階段「夏之聲」系列，安排四至六月辦理，以「苗北小劇場」系列企畫，將小劇場當中深受喜愛的傳統相聲、室內樂、說故事劇場等聲音呈現的藝術，擴大中心藝文受眾對象，擴散藝術力量。原安排於春季辦理「金鑽苗北」流行演唱，因應演出場地及歌手檔期規畫，移至5月1日、5月2日辦理，深受地方喜愛、廣受觀眾好評，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。

第三階段「秋之樂」系列，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，由文觀局、苗北藝文中心共同主辦，辦理「苗北心勢力」傑出演藝團隊年度售票演出及整合性宣傳。節目規畫含括蕭建平電視木偶劇團《王昭君》光雕布袋戲及郭芝苑室內合唱團《歌舞劇鳳儀亭》，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。另規畫辦理「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，共度一個成長蛻變回憶。

第四階段「冬之藝」系列，安排十月至十二月辦理，規畫「2021苗北藝術節」，以「連結台灣」辦理表藝藝術節各項活動、節目製作編導、藝術相互對話；讓觀眾有機會探入劇場後花園，藉由不同議題分享與瞭解，凝聚藝文支持的認同與能量，同時更以吸納世界、引進新觀點、開拓新視野為節目規畫方向，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。

110年苗北藝文中心邁入十周年，為慶祝10年來與觀眾共

度的美好時光，並積極把握中心與在地及臺灣藝文生態中所扮演的角色及價值，在2021年營運滿十周年之際，以「苗北拾載·感謝有您」為策畫概念，規畫十周年典禮、十周年特刊、十周年展覽及十周年展演計畫，以在地為設想，推動藝文展演；以「發掘苗栗、連結臺灣、吸納世界」作為長期且持續的策畫方針，具體實踐藝文消費市場之「在地公共化」永續經營的設置任務；以期透過持續累積，讓苗北藝文中心成為「全民欣賞的好中心」。

二、年度演出工作計畫

(一) 節目品牌計畫

春之季「苗北之星」歌唱大賽，分別於1月30日辦理初賽、2月26日辦理決賽；藉以提倡民眾藝文欣賞及才藝交流，發掘歌唱新秀並鼓勵民眾參與休閒活動。競賽採個人演唱方式進行，受理年滿16歲以上報名參賽，並分「初、決賽」兩階段辦理；錄取初賽績優者進入決賽、決賽擇優錄取並予以獎勵。受理參賽報名117人次，決賽因配合疫情有條件開放觀賽，現場參與189人次，辦理成效良好。

夏之聲「苗北小劇場」節目型態豐富，展現多元藝術視野；自4月16日至6月5日(因應疫情延期至8月28日)，於苗北藝文中心實驗劇場演出6場。《聲聲不息》由美籍鋼琴家范德騰與視障音樂家許哲誠共同演出，展現音樂與喜劇的結合；《擊樂萬象》國內青年擊樂音樂家葉靜怡、孫名箴、吳沛奕共同演出，打開聽覺新視野；NSO兒童歌劇《小齊的煩惱》、《NTSO 臺灣管樂團》銅管五重奏、臺中室內合唱團展現《哇！阿卡貝拉！》、與八斗喜說演班的《笑到病除》，蘊藏兒童歌劇、管樂重奏、阿卡貝拉、相聲口說…等多樣表演型態的

小劇場演出內容，玩轉劇場無限創意。購票人次807人，入座率達81%售票佳績。此外，首次與苗栗縣政府教育處攜手合作、共同主辦「藝起來苗北」藝術體驗教育計畫，配合「2021苗北小劇場」系列節目，透過場館導覽、視覺展覽、演出觀賞體驗兼具的課程內容，讓苗栗學子近距離一窺藝術展演的堂奧與趣味。獲得本縣教師學童廣大迴響，大獲好評；原開放760名額，實際報名人數達約1,400人，報名踴躍。年度辦理4場次，媒合苗栗縣內15校、768位師生參與。

本季原規畫春季辦理之「金鑽苗北」流行演唱，更成功締造場館的話題聲量。演出於5月1日至5月2日邀請搖滾天團動力火車POWER LIVE震撼登場，演出2場。由顏志琳、尤秋興組成的金曲鐵肺男團「動力火車」，出道多年且締造無數經典作品，在苗北藝文中心開館第一年(2011)，就登上苗北舞台；在苗北藝文中心開館十週年(2021)之際，不忘初心的，把火車再度開回苗北，以爆發力與震撼力的歌聲，搭配現場LIVE Band、動畫與舞台視覺表現，帶來多首百萬暢銷名曲。3月20日、4月1日啟售後迅速售罄，購票人次2,121人，達入座率100%亮眼售票佳績。

秋之樂「苗北心勢力」苗栗縣在地傑團聯合展演，由苗栗縣政府文化觀光局與苗栗縣苗北藝文中心共同主辦，自8月29日至9月26日，共兩檔三場次的精彩節目。演出團隊蕭建平電視木偶劇團與郭芝苑室內合唱團，為本年度獲選苗栗縣在地扶植傑出演藝團隊。以光雕布袋戲《王昭君》展現跨界魅力，《歌舞劇鳳儀亭》致意郭芝苑百歲誕辰，演出主題涵蓋古典音樂與傳統藝術，兼具跨界多元形式與深厚的內容底蘊，「苗北心勢力」期待透過優秀在地團隊的聯合匯演，打造專屬苗栗的秋季藝文節慶。本季購票人次受制於5月16日起到7

月11日，新冠肺炎本土疫情三級警戒影響閉館影響，以及7月23日起調降疫情警戒標準為二級，座位安排採間隔座，另觀眾與舞臺前緣或表演區最前段距離至少3公尺以上之管理措施，將原訂實驗劇場演出，移至苗北藝文中心演藝廳舉行，以符位席間隔安排。購票人次258人，入座率達63%售票成績。

冬之藝「2021苗北藝術節」延續2020年首屆苗北藝術節 Miaobei Arts Festival 亮眼成績，以「名家 X 經典交響」、「品牌 X 跨界共製」與「國寶大師」等三大系列、六大亮點、十年品牌的精神，從10月2日至12月19日於苗北藝文中心推出十檔展演節目，期望透過多樣化的展演，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，讓苗北藝文中心成為「你的城市知己」。購票人次6,732人，入座率超過75%售票佳績。

並此，以六大亮點·提升十年品牌的節目規畫，作為中心啟用十周年的祝福、迎接下一個十年。十周年節目品牌重點如下：

1. 發掘苗栗—「人間國寶」尤瑪·達陸特展：邀請來自苗栗象鼻部落的泰雅族傳統藝術大師，同為文化部授予「重要傳統藝術保存者」尤瑪·達陸（Yuma Taru）擔任策展，策畫「溯與洄-尤瑪·達陸纖維藝術展」，展期自10月8日至12月19日，在苗北藝文中心展覽室，展出泰雅八大支系的服飾重製作品，以作品回應中部原住民現況的創作，帶領觀者，穿越過去記憶中大安溪Lliung Penu開滿野地百合的豐饒溪地，回溯泰雅族人的歷史，並期許我們回歸自然最純粹原始的懷抱。
2. 連結臺灣—臺灣指標品牌團隊：邀演表藝團隊連結臺灣四大指標樂團、二大臺灣品牌團隊，與「TAIWAN

TOP」表藝團隊，透過臺灣指標樂團、臺灣品牌團隊與「TAIWAN TOP」表藝團隊，節目企宣推文的策略與通路，迅速提高觀眾對場館品牌的認識，並此經營場館藝文專業形象、培養苗北品牌知名度；透過藝文參與的口碑營銷，打造苗北品牌節慶「苗北藝術節」策辦實力。

3. 吸納世界—國際桂冠獨奏交鋒：邀請臺灣三大指標樂團(國家交響樂團NSO、臺北市立交響樂團TSO、國立臺灣交響樂團NTSO)、三位國際指揮名家(殷巴爾、克里斯蒂安·阿爾明、吳曜宇)，以及享譽國際的三位小提琴家魏靖儀(伊莉莎白女王大賽桂冠小提琴家)、曾宇謙(柴科夫斯基國際大賽最高獎小提琴家)、林品任(印地安納波里斯國際小提琴大賽首獎)與鋼琴女神陳毓襄(波哥雷里奇國際鋼琴大賽桂冠得主)連結臺灣、吸納世界，打造臺灣頂尖與國際名家的交會時刻。
4. 獨家限定—迪士尼音樂會全新演出形式：《迪士尼奇幻世界》鋼琴重奏音樂會，為2021苗北藝術節「苗北獨家限定」的迪士尼音樂會全新演出形式。演出由范德騰(John Vaughan)擔任主講及主演，與多位經徵選之青年鋼琴家，及特別來賓義大利摩洛哥波利國際鋼琴賽亞軍得主(首獎從缺)林娟儀，以多人多臺鋼琴、同一鋼琴四手聯彈等鋼琴多重奏形式，全新編曲迪士尼精選動畫音樂，邀請專業歌手原音重現、搭配各部經典動畫呈現迪士尼經典影片中的歌曲，讓欣賞者同時得到劇院般的享受與共鳴。
5. 跨界交響—舞蹈與交響、繪本與交響的跨界呈現：《Saint-Saëns》及幾米劇場音樂會《如果我可以許一

個願望》，為2021苗北藝術節跨界呈現的代表作品。

《Saint-Saëns》由國家文藝獎舞蹈類得主平珩總策畫，國家交響樂團與舞蹈空間舞蹈團共同演出，以法國作曲家聖桑的音樂為題，由旅德指揮家楊書涵指揮 NSO 演出，邀請合作的編舞家林文中，融合當代舞蹈型式創作，精密使用到樂曲中的每一個音符，從中找到舞蹈的型式、結構與動力，發揮「1+1 大於 2」的影響力，創造藝術因多元組合而產生更多的可能性。幾米劇場音樂會《如果我可以許一個願望》，由臺灣國樂團與築文創共同製作。透過幾米同名繪本為基礎去創作，邀請香港知名作曲家伍卓賢為音樂會打造9首全新絲竹音樂，兼具插畫家與導演身份的BALLBOSS擔任編導，演出由劉江濱指揮 NCO 臺灣國樂團，經由音樂與多彩而帶有幾米畫風夢幻色彩的舞台，一起讓繪本從平面變立體。

6. 拾載精彩——「2021苗北藝術節」打造場館品牌節慶：苗栗縣苗北藝文中心推出「2021苗北藝術節—Miaobei Arts Festival」系列活動，於110年10月至12月帶來十場不同主題、跨域創新的精采展演，以「發掘苗栗、連結臺灣、吸納世界」作為規畫方針，引進新觀點、開拓新視野，針對不同年齡層、不同客群的藝文參與，以「國寶大師」、「名家 X 經典交響」、「品牌 X 跨界共製」等系列規畫，打造苗栗及苗北藝文心場館代表性的品牌節慶。

- (1) 「國寶大師」溯與迴—尤瑪·達陸纖維藝術展：1檔，由2016年獲文化部頒授「重要傳統藝術暨文化資產保存技術保存者—人間國寶」尤瑪·達陸（Yuma

Taru) 擔任策展。來自苗栗象鼻部落的泰雅族傳統藝術大師尤瑪·達陸從傳統織布工藝出發，以藝術裝置為媒介，透過展覽發聲、探討與回應部落的問題。以老師深耕苗栗數十年如一日的精神作為此次展覽主題，對場館長遠經營發展，深具在地文化耕耘的深具指標意義。

- (2) 「名家 X 經典交響」系列節目：4 檔，國家交響樂團「雋永·柴科夫斯基」音樂會、臺北市立交響樂團「巨人的誕人—般巴爾與陳毓襄」、臺灣弦樂團「曾宇謙的四季樂章」與國立臺灣交響樂團「克里斯蒂安·阿爾明、林品任—俄式的浪漫與現代」交響音樂會，演出連結臺灣三大指標樂團(國家交響樂團NSO、臺北市立交響樂團TSO、國立臺灣交響樂團NTSO)、三位指揮名家(般巴爾、克里斯蒂安·阿爾明、吳曜宇)，以及享譽國際的三位小提琴家魏靖儀(伊莉莎白女王大賽桂冠小提琴家)、曾宇謙(柴科夫斯基國際大賽最高獎小提琴家)、林品任(印地安納波里斯國際小提琴大賽首獎)與鋼琴女神陳毓襄(波哥雷里奇國際鋼琴大賽桂冠得主)連結臺灣、吸納世界，打造臺灣頂尖與國際名家的交會時刻。
- (3) 「品牌x跨界共製」系列節目：5 檔，含括台北愛樂室內合唱團「印象台灣」、朱宗慶打擊樂團「此時。此刻」、NSO&舞蹈空間「聖桑斯—舞夜狂歡」、「迪士尼奇幻世界」鋼琴重奏音樂會、「如果我可以許一個願望」幾米劇場音樂會。除了連結「臺灣品牌團隊」、呈現「TAIWAN TOP」表藝團隊跨界作品，更打造「苗北獨家限定」演出製作「迪士尼奇

幻世界」鋼琴重奏音樂會，以多人多臺鋼琴、同一鋼琴四手聯彈等鋼琴多重奏形式，全新編曲迪士尼精選動畫音樂，搭配各部經典動畫呈現迪士尼經典影片中的歌曲，重現迪士尼經典歌曲同時，讓欣賞者同時得到劇院般的享受與共鳴。

(二)品牌行銷宣傳計畫

苗北藝文中心建物光影計畫，苗北藝文中心特殊建築主體和外觀，是頭份、竹南雙城的地標，是雙城市節奏的心臟。苗北的建物整體造型和戶外大面積的白牆，利於創造建築量體與周邊環境間豐富的空間對話。中心特此利用特殊建築外觀整體造型及戶外白牆條件，結合四季不同主題性之光影設計，並以製作戶外光影節目的概念，讓演出節目以開放觀眾自由欣賞的方式，增加公眾參與，配合中心展演活動規畫，營造中心於夜間予人溫暖光影感受且富藝術視覺效果的氛圍，續造苗北品牌概念並形塑在地認同、達成聚眾效益，讓藝術、文化的生命力更為擴大。

品牌行銷宣傳以「苗北亮起來」四季主題的戶外光影節目呈現。春季以「春季浪漫光之饗宴」為主題概念，於110年1月29日至3月7日，每晚6時至9時，配合季節性的規畫，將中心建物外牆呈現畫布的藝術性開場，以「清歡三部曲」藝術設計，藉由戶外光影流轉，傳遞季節性的寂美氛圍，讓苗北建物主體透過光影呈現「暮光森林」、「雪花渲染」、「樹影迷離明月照」等美麗景象。

夏季以「夜訪苗北桐花趣」為主題，於4月1日至6月18日，每晚6至10時播放。採用本縣盛名之桐花美景為藝術設計元素，將本縣山城油桐花滿山春色與中心戶外光影表演藝術活動相結合，吸引更多觀眾及外地遊客，並讓苗

北藝文中心持續成為觀光新亮點。

秋季以「天上人間共此情」為主題，於9月14日起至10月11日期間，每日晚間6時至10時播放。結合「光影萬象、寫意中秋」為藝術設計主軸概念，將苗北建物主體透過絕美的光影，結合精心選粹之經典樂曲，呈現「大地如歌」、「銀河未眠」、「歲月流光」、「天上人間」、「月轉星移」及「千里共嬋娟」等絢麗景象，吸引更多觀眾及外地遊客，在中心戶外廣場一起賞月、遨遊銀河，分享幸福團圓時刻。

冬季以「歡慶邀約迎聖誕」為主題，於12月1日起至111年1月5日期間，每日晚間6時至10時播放，並結合中心十週年歡慶12月9日生日慶，透過家喻戶曉及歡樂的耶誕應景歌曲，結合繽紛光影、中心廣場聖誕燈飾及布置，持續宣傳中心展演活動、行銷苗北品牌，及型塑苗北藝文中心成為縣境觀光亮點，邀請民眾與苗北藝文中心同歡十週年慶及喜迎聖誕佳節及2022新年。讓平日偌大的白牆轉化為充滿音樂與燈光色彩的藝術畫布，傳遞民眾溫馨祝福及佳節歡樂氣息，使苗北藝文中心呈現令人耳目一新的藝文氣氛及聖誕、新年歡樂光影盛夜，使中心建物更顯生氣與活化，除吸引群眾目光，更進而形塑在地認同、達成聚眾效益，獲得廣泛好評迴響。

(三)苗北藝術學苑計畫

苗北藝術學苑以「藝術工坊」「苗北弦樂班」「苗北講堂」三大教程實作架構，透過一整年不間斷的課程，持續地推動藝術教育課程，讓劇場成為藝術教育現場，透過多元、跨齡的藝術學習，讓苗北藝文中心成為所有人藝術學習的學堂，以多元的藝術體驗形式，匯積常民藝術學習

的機會與能量，年度課程開設43堂，合計1,320人次參與。

1. 苗北弦樂班：辦理弦樂班計 2 期 24 堂，藉由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。年度 24 堂，合計 888 人次參與。
2. 苗北講堂：計 2 期 12 堂，「藝文觀點·妝點日常」、「音樂故事+音樂歷史=絕佳精彩內容」為設想，邀請超人氣音樂導聆人林仁斌老師用精彩的故事，結合您最熟悉的旋律，帶您穿越時空，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；在藝文中心共營一個藝文與日常生活的對話空間。年度 12 堂，合計 243 人次參與。
3. 藝術工坊：計 2 期 7 堂，以視覺手作課程為主題，於暑假期間舉辦「2021 苗北暑期 FUN 藝夏」系列課程，開設黏土手作「熊熊家族」、手繪戲偶「彩繪木偶」與科學實作「史萊姆科學體驗」；「2021 苗北冬之耶誕系列」系列課程，以聖誕節為主題，舉辦花圈製作「聖誕花藝」、手作課程「造型卡片」、薑餅屋 DIY「薑餅教堂」與「薑餅木屋」四堂課程，使親子一起來共享學習。年度 7 堂，合計 189 人次參與。

三、年度展覽工作計畫

(一)藝文展覽計畫

110年展覽合作對象為曾擔任過大型展出策展者，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，每一季展出主題搭配多樣化媒材工藝、書畫、西畫、複合媒材、版畫、編織等，營造豐富藝文氣息，提升民眾審美之能力。第一季辦理6場合計14,942人次參與、

第二季辦理5場次8,695人次參與、第三季辦理8場次3,963人次參與、第四季辦理4場次13,243人次參與，年度23檔展出，合計40,843人次參與。

1. 多媒材藝術展

第一季展出圍繞歲時節慶為主題「版印象·花希望-新春版畫花藝特展」，邀請當代版畫藝術家陳永欽與新竹市花藝設計協會共同策畫牛年開春特展，象徵年節意向之版畫與花藝的結合。依版畫作品「秋意」、「牛轉乾坤」、「花之舞」、「大頭目」、「是與非」、「想飛」與「富貴·平安」六幅版畫作為發想，搭配各種乾燥花結合成花藝版畫主牆，十二生肖造形系列、原住民綜合意象系列、喜慶祭典系列版畫，四十盆多媒材乾燥花作品，傳達吉祥喜氣之氛圍。

第二季首次與「國立臺灣藝術教育館」館際合作，「童畫苗北-世界兒童畫展」展出作品為歷年世界兒童畫展金、銀、銅獎作品。作者來自歐洲、非洲與美洲世界各地，畫作中除了使用複合媒材外，另有編織、撕畫等，內容大多展現作者居住地的風土民情，可透過作品來認識各個國家的特色。

第三季為暑假期間，展覽規畫從富含教育為發想，製作兩檔展覽，第一檔「掌中偶藝-布袋戲偶展」由縣內傑出團隊-蕭建平電視木偶劇團帶來近百尊戲偶，種類包含傳統偶、廟會偶、生、旦、淨、末、丑等類型，從靜態展示中更可仔細觀賞不同類型的變化，呈現布袋戲的寧靜之美，體會布袋戲的文化藝術。第二檔則以打擊樂作為媒介，展出朱宗慶打擊樂團35週年特展《變與不變，生生不息》，展出內容除了西洋、中國、泰國、越南等擊樂樂器外，另外規畫歷年擊樂劇場特製樂器、樂團發展及出版專輯，分享樂團

堅守追求音樂藝術精緻、深刻發展之核心價值的不變信念，以及充滿動能的發展歷程。

第四季-苗北藝術節「國寶大師」系列中邀請邀請榮獲2016年由文化部頒發「重要傳統藝術暨文化資產保存技術保存者」為時國內人間國寶中最年輕的工藝師-尤瑪·達陸藝師策畫展出。「溯與洄-尤瑪·達陸纖維藝術展」，以特展方式展出，尤瑪在1990年起回到部落，將斷層近半世紀的泰雅族傳統服飾進行整理，因此，本次展出尤瑪歷經三十年創作的信念，此次依循著時間的發展來規畫三個主題。

第一主題「傳統與時尚」從泰雅殖民後百年，在民族服飾工藝斷層後，以20年的時間，研究分析並結合織者的訓練完成泰雅八大支系的服飾重製，讓傳統再次回到當代生活中，結合時尚展現時代氛圍。第二主題的「當種子不死」是以聆聽花開的聲音意象，回應中部原住民現況的創作，希望未來在台灣中部也能開成花團錦簇的民族花園。而「秋山」則是以秋天裡山與潭水相映的美好景象，運用泰雅族各支系披肩中的圖紋、色彩布料組合成色彩斑斕的秋山景象。第三主題的作品「河殤」，是以「大安溪」為意象創作之作品，大安溪為泰雅北勢群族人世居之地，面對河川日益的衰弱，雖多有天災，但人禍卻日益加劇，面對家園環境的變化，心中感受亦悲切的反應於作品之中，更希望藉由作品，讓社會能意識問題。本季展出泰雅部落傳統工藝，為使部落學生了解傳統技藝，邀請原住民重點學校參觀，泰興國小、蓬萊國小、泰安國中、汶水國小、象鼻國小、士林國小等六所原住民重點學校參與導覽活動，共計154位學生參與。

2. 三義木雕作品展

結合苗栗在地文化場館，強化地方特色參與，透過與三義木雕館合作辦理，展出三義木雕的館藏作品，作品內容多元從動物、花卉至人物作品都刻畫的栩栩如生，此系列展覽主要讓竹南、頭份地區民眾更便利觀賞，發揚在地特色文化。

3. 藝文團隊藝術交流

展覽場域提供藝術家、藝文團隊、各級學校機關及社團交流使用，活化在地視覺藝文特色之展出，推廣更多觀賞族群。展出如：「陳標殷老師西畫展」、「凝：與我同在-林靜怡創作展」、「受-陳欣琪藝術創作個展」、台灣文化創意教育發展協會主辦「童畫視界墨曜共學」、苗栗縣頭份市后庄國民小學辦理「苗栗縣『109學年廣達《游於藝》巡迴展「遇見大未來」』成果展」與苗栗縣頭份市信義國民小學辦理「110學年度廣達《游於藝》巡迴展「藝術頑童·劉其璋·探索天地」。

(二) 藝文養成計畫

主題性系列活動，以藝術文化為基底，先勾起興趣，進而賞析，主動參與，成為藝文消費的一份子。

1. 苗北新春系列

本系列配合新春節慶，結合品牌計畫共同辦理燈景藝術(燈籠裝置/燈影佈置)、新春揮毫、版畫拓印、創意春聯，營造濃厚春節氣息，活動合計449人次參與。

(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黃肇基、李重曉、羅文澤、邱瑞霞、李鴻明、陳運進、謝奕富、鄭銘、

劉灶勳、黃太平老師現場揮毫七字對聯與吉祥語。

- (2) 版畫拓印：將邀請版畫名師陳永欽，以新春牛年意象版畫，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，本中心為營造濃厚春節氣息，但因時代變遷，高樓大廈林立，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，本次邀請書法名家謝鴻卿，現場揮毫牛年喜慶圖樣，搭配吉祥語，融合傳統與創新人。
- (4) 苗北之星歌唱大賽：為提倡民眾藝文欣賞及才藝交流，發掘歌唱新秀並鼓勵民眾參與休閒活動，配合元宵節慶辦理歌唱大賽；競賽採個人演唱方式進行，受理年滿16歲以上報名參賽，並分「初、決賽」兩階段辦理；錄取初賽績優者進入決賽、決賽擇優錄取並予以獎勵。受理參賽報名117人次、決賽觀賽189人次，辦理成效良好。

2. 苗北兒童藝術節

「童畫苗北系列活動」辦理世界兒童畫展、繪畫比賽、互動音樂會以及動畫播映等活動，是苗栗縣苗北藝文中心為童心打造的創作世界，從藝文出發，打造全民皆可參與的多元藝術參與和體驗，活動合計4,152人次參與。

- (1) 「2021童畫苗北-世界兒童畫展」由國立臺灣藝術教育館策展，展期自3月4日至5月15日止，於展覽室展出。展出來自歐洲、非洲與美洲等世界兒童畫展金、銀、銅獎作品，透過小小創作者的視野，畫出當地的風土民情，除了可以觀賞到作品外，還可以透過作品來認識各個國家的特色，觀賞人數3,440人次。

- (2) 「2021童畫苗北-繪畫比賽」為提倡兒童美術教育，鼓勵兒童發揮審美觀與創造力，於兒童節期間舉辦北繪畫比賽，使孩童發掘自我潛能，讓藝術創作自小紮根發展並且啟發對於美感的追求及想像力，參賽報名104人次。
- (3) 「2021童畫苗北-互動音樂會VS動畫播映」於4月2日下午13：00、14：00，分別規畫馬力歐進劇場II《碧姬公主的才藝教室》親子互動音樂會，與動畫電影《1/2的魔法》播映，邀請臺灣青年管樂團銅管五重奏及打擊樂團，以及皮克斯動畫電影，與孩子一起歡度兒童節。音樂會購票人次200人(入座率100%)、動畫電影參與人次304人。
- (4) 「2021童畫苗北-繪畫比賽頒獎典禮」現場公佈繪畫比賽得獎名單，並進行頒獎儀式，過程充滿感動與美好，邀請所有參賽者及其家長們、來賓一同共襄盛舉，為這群小小藝術家給予滿滿的肯定與鼓勵、頒獎典禮參與人次304人。

3. 歡樂聖誕夜

「2021苗北歡樂耶誕樂」共有「天籟報佳音」、「吹響耶誕城」、「鍵灑平安夜」、「交換禮物」四個系列活動。於12月24日（五）晚間19時至21時，在苗北藝文中心的四個場地、以三種型態音樂演出，搭配耶誕節交換禮物經典活動，不間斷輪番登場，以音樂妝點耶誕佳節。活動四系列，總計757人次參與。

- (1)天籟報佳音：3場，邀請第三十屆傳藝金曲獎最佳演唱獎得主，享譽國內外舞台的台北愛樂室內合唱團，以唯美的無伴奏人聲合唱演出〈平安夜〉、〈鈴兒響叮

- 噹〉等耶誕金曲，歌頌耶誕時光，參與人次205人。
- (2) 鍵灑平安夜：3場，邀請帥氣瀟灑，紐約Artists International, Inc. 青年藝術家獎鋼琴家陳冠宇，獻演貝多芬及蕭邦名曲，以精湛的鋼琴演奏妝點苗栗山城的夜空，參與人次184人。
- (3) 吹響耶誕城：2場，邀請由國內小號名家陳長伯領軍的臺灣銅管樂團，演奏跨越古今中外、曲風多元的耶誕主題名曲，磅礴昂揚的銅管音樂將帶給觀眾熱力滿滿的難忘夜晚，參與人次301人。
- (4) 交換禮物：「2021苗北歡樂耶誕樂」也規畫兩個場次的交換禮物活動，邀請觀眾朋友準備150至200元的小禮物，與聖誕夜齊聚苗北的有緣人共同交換一個驚喜、一個心意，參與人次67人。

四、場館服務提升計畫

(一) 展場及商場營運規畫

因應中心轉制行政法人，以「苗栗縣苗北藝文中心(Miaobei Art Center)」為主軸，深化中心品牌概念、擴大社會認同感及行銷規畫考量，發展中心專屬具有文化性、功能性、商業性、開創性之文化創意商品，藉以設計製作四種類之富有苗北品牌概念之創意且具潮流性之商品，除做為中心「MBAC苗北藝友」年度消費折價券之會員優惠販售外、配合展演活動推廣，亦希冀吸引不同族群認同，並期以未來中心藝文展場駐店規畫管理，做為中心之文化創意行銷商品販售及創造周邊效益。四種類創意商品介紹如下：

1. MBAC 苗北限定-手工帆布包(含水餃包、便當袋二款):百年不敗經典水餃包款採四色設計，每個顏色，彷彿訴說著每一個動人的故事，記憶每一份手感・溫度。方形實用便當袋款以沉穩三色設計，如同職人韌性匠心精神，淬鍊成為無可取代的經典。
2. MBAC寫意鉛筆組:風格小物，三支一組，可適用於一般書寫或繪畫用途。以時尚、質感的黑色及紅色設計，也正是代表苗北藝文中心的標準用色。拾起MBAC寫意鉛筆書寫回憶、記錄青春與寫意人生;繪畫所想所愛、描繪繽紛日常。
3. MBAC苗北原創設計-苗北好漾(Young)T-shirt:清新創意設計款，以創意三色，五尺寸設計。採用手工絹版印刷、台灣製造(MIT)純棉材質，重新詮釋苗北藝文中心建物空間、連結展演日常與繁華的人文軌跡。用一件衣服，連結藝文生活的感知、投遞專屬於苗北的城市光景。
4. MBAC苗北In是要得! 劇場硬底實力包：迷你硬殼行李箱包，耐磨防摔機能性佳，時尚雙色設計。起源發想自劇場幕後功臣：總是著黑衣的劇場技術人員，以專業、實力，決不放棄的信念，成就每一場完美演出。致敬給在職場上、生活上，每一個默默耕耘，In是要得、硬底實力，如專業劇場人的您。

為強化中心業務多元化，參照本中心「駐店招商作業要點」，召開「苗栗縣苗北藝文中心文創藝品店暨輕食空間規畫招商案」駐店招商文件審查視訊會議，針對委員提出建議，期間邀請知名連鎖品牌:麥當勞、星巴克、路易莎咖啡、85度C、摩斯漢堡、誠品集團、昇恆昌等企業至中心場勘及提供招商條件參考，因中心附近主要幹道已規畫設店，加上疫期期間，廠商考量期初投入設備、裝潢成本高

昂，再加上工資上漲因素，每月店內人事成本墊高，部分廠商另提出招商空間過於分散及狹小等問題，本案雖中心提出的年租金不高，但廠商多數表示經成本精算後，現階段無法達到損益兩平，因此中心針對相關建議，將評估調整招商建議方式，以利吸引廠商進駐意願。

(二)線上申請場地e化升級服務

因應本中心「演出場地設備租用服務使用須知」，申請單位可透過中心「線上場地租用申請系統」申請演藝廳及實驗劇場表演場地，增加場地租用申請便利性、簡化外租申請團隊與本中心行政端往來文件資料的繁複流程，更提升對外租單位整體服務、場館效能及行政效率，與表演團隊共享科技場館效益。

110年「線上場地租用申請系統」個人申請會員10人、團體申請單位61組，共計71組會員。本系統於110年3月1日正式上線啟用，並配合中心年度租用服務計畫辦理場地租借事宜。110年3月1日開放次(111)年上半年(1至6月)首批檔期申請、110年9月1日開放次(111)年下半年(7至12月)首批檔期申請。申請單位只須建立本系統帳號，即可享有具使用者便利性的線上場地申請服務。希冀透過本系統俾利場租申請的前置作業，達到有效的資訊傳遞與加速申請作業流程，與申請案件的資訊量化，加強對外租團隊專業服務核心價值，並運用於日後業務效能提升等規畫參考。

(三)硬體設備改善完備計畫

疫情多變的年代，對外做好防疫措施，對內著手檢視館內硬體設備優化，積極著手場館硬體與劇場保養、設備優化等項目，為迎接藝文復甦做好萬全的準備。

1. 本中心為縣內及國內重要之指標性表演場館，中心因建物自然風化現象及多次地震影響造成龜裂帶來嚴重漏水，以及場館基礎設備核心中央空調多部損壞及頂樓消防排煙風口強風逆灌等嚴重影響場館安全及維運服務品質，為落實增加提升場館安全服務量能，提送「十週年基礎設備維運整修工作計畫」，已透過縣府經費補助，持續辦理相關整修等工程。
2. 辦理定期維護保養，為使劇場專業設備安全、順利地運作，需要定期規畫執行維護保養工作，劇場包括劇場舞台升降與懸吊系統，燈光、視聽設備，以及鋼琴等設備；機電消防包括消防、空調、電梯、高低壓電等基礎維運設備保養，以延長使用壽命。除此之外，為強化中心劇場安全，提升民眾服務品質，另針對劇場安全項目，安排消防安全逃生演練，強化民眾、團隊、中心三方人員安全，並積極爭取預算補助，辦理本中心推動藝文專業場館升級計畫，從劇場安全、民眾服務、打造成為具安全劇場、友善團隊的專業場館。
3. 持續辦理電子公文系統、財務管理系統，整合會計、出納與經費預算控制等功能，各部門能有效檢視與規畫經費執行進度及人事差勤管理系統，提供差勤作業系統化，簡化作業流程，配合加班時數統計及補休假等差勤管理，以利同仁線上請假作業及查詢，透過資料數位化，提升行政效率及效能。

(四)MBAC苗北藝文藝友會員服務

1. 「MBAC苗北藝友」定位藝文愛好者及參與者之尊榮身分，並導入新制企業識別系統之概念，量身製定「MBAC苗北藝友」會員卡，針對不同年齡層、不同客群的藝文參與模式，規畫

不同藝文活動優惠內容。

2. 會員卡別以「MBAC苗北藝友卡-文青卡」、「MBAC苗北藝友卡-紅卡」及「MBAC苗北藝友卡-黑卡」區分服務及優惠範疇，提供會員創新服務。

- (1)文青卡:目標族群為13歲以上至25歲青年。以\$100元優惠入門年費，會員即可享有主辦節目9折優惠、每場次限購2張優惠票券，年度中心消費折價券100元。

- (2)紅卡:目標族群為經常性藝文愛好者。會員年費\$300元，會員獨享辦卡生日禮一份，主辦節目購票8折優惠、每場次限購6張優惠票券及年度中心消費折價券300元。

- (3)黑卡:目標族群為活躍性藝文參與者，並有集眾藝文消費需求及規畫。黑卡設計及概念以尊榮會員為發想，年費\$500元，入會獨享會員辦卡生日禮兩份，會員購票享有主辦節目7折優惠、每場次限購16張優惠票券及年度中心消費折價券500元。

- (4)110年度苗北藝友文青卡會員5人、紅卡會員223人、黑卡會員116人，總計藝文之友會員人數計344人。

3. 為提供藝友體驗式互動，於年度節慶及重要賽事活動期間舉辦「期間限定」及「活動限定」之會員招募及優惠活動。依會員身分別不同，提供主辦節目購票優惠折扣及增加優惠票券張數，並以「年度消費折價券」、「會員專屬活動」等方案，增益會員實質藝文參與優惠。會員除可享有會員專屬辦卡生日禮外，亦可依憑年度消費折價券可現金折抵購買中心創意商品及報名參加主辦課程及手作活動，提供中心會員專屬尊榮待遇及優質藝文參與體驗。

(五)網頁改版暨中心形象出版品

1. 於110年8月20日新官網正式上線，提供使用者新意象概念，強化使用者的感官視覺效果，動態影音呈現更多元化，亦增加中心後台功能強化，簡化上傳之便利性，提供顧客資料數據蒐集，廣泛運用到藝文愛好者目標客群，增加推廣藝文效益，提升民眾參予度。
2. 為增加中心品牌升級及視覺優化，提升品牌認同感與能見度，搭配中心CIS企業識別系統設計，作為整體品牌形象，中心完成標章及MBAC商標註冊，申請類別可廣泛運用至中心衍生商品或文宣上，加深民眾對中心的品牌印象，強化品牌辨識效益，商標有效期至2031年6月15日止。
3. 十周年特刊規畫與製作，苗北藝文中心自100年成立，從財團法人協力到行政法人，耕耘十載、繼續啟程，領航未來。中心於110年中心成立十周年之際，特製作「苗北拾載·感謝有您」十周年特刊，深入爬梳整理十年耕耘軌跡，忠實呈現苗北藝文中心歷程風華，並展現對於未來發展的強烈企圖心。刊物企畫亮點以製作「禮物書」為概念，開展場館以藝術為觸手，打造一份專屬於苗北藝文中心的文化之書，並成為苗栗縣民及台灣更多的喜悅與藝文啟發。特刊印製數量計2,000冊，並於中心110年12月9日(星期四)「苗北拾載·感謝有您」十週年典禮是日正式同步對外公佈及贈予典禮貴賓。書冊亦寄贈予文化部及其轄屬機關、各縣市文化局、縣內及全國各表藝團體、重要展演場館、圖書館、表演藝術校(系)及藝企聯繫夥伴及中心藝友會員，共計1,684單位/個人典藏，並同步於官網以電子書方式提供網站使用者瀏覽，做為行銷推廣中心之重要紙媒及打造場館品牌之形象指標。

五、場館服務統計

苗北藝文中心110年度以表演藝術、視覺藝術、教育推廣(含節令活動)為三大主軸，總計275場次，總欣賞人次71,955人次。其中表演藝術類中心主辦演出節目38場次，欣賞人數12,566人次；外租演出節目158場次，欣賞人數15,561人次；視覺藝術類藝文展覽主辦17場次，觀賞人數38,988人；外租藝文展覽6場次，觀賞人數1,855人；教育推廣辦理53場次，參與人數2,665人；視聽中心及研習教室外租3場次，參與人數320人。

110年受Covid-19疫情影響，中心配合中央疫情指揮中心規範指引，閉館期間為5月16日起至7月11日止，長達近2個月的閉館，加上疫情解封後，民眾預期心理及防疫觀念建立，避免至公共場域的想法深植人心，雖原訂目標展演活動預計辦理138場次，參與人數預估108,000人，但在中心積極推動藝文活動，以及110年全國音樂比賽決賽於中心舉行，年度場次比目標值不減反增，另經過中心努力的宣傳及演出的安排，解封後藝文展演活動，讓從小到大不同年齡層的學生，透過藝文推廣教育活動，逐步轉化為不同程度的場館使用者，成為長期且固定的觀眾族群，整體收入也相對提升。

表110年度場次/人次

110年度		場次	人次
總場次/總人次		275	71,955
表演藝術類	主辦/場	38	12,566
	外租/場	158	15,561
視覺藝術類	主辦/場	17	38,988
	外租/場	6	1,855
教育推廣類	主辦/場	53	2,665
	外租/場	3	320

肆、評鑑結果

委員審查意見：

- (一) 在場館設施部分，整體場館整齊度及清潔狀況十分優良，演藝廳的硬體設施較適於音樂類節目，可強化其優勢，如吸引經紀公司引進國際團隊(藝術家)進駐。
- (二) 以區域性之專業場館定位，在節目規劃執行、行銷宣傳、推廣課程、研習講座、多元設計等面向，展現極佳能量，兼具卓越性及普及性。
- (三) 肯定林總監的領導，對品牌與差異性定位有其專業規劃，在行政法人新制下，逐漸勾勒出場館新風貌與品牌定位。
- (四) 「苗北藝術節」之策辦有助於激活在地藝文生態，並建立不同縣市藝文觀眾之流動，透過問卷調查觀眾偏好節目，可持續引進不同形態之節目，以滿足分眾觀眾結構需求，並思考未來如何延續十周年之資產。
- (五) 以四季為年度策展方向立意甚佳，可在思考以「年度主題」或「上、下半年」為策畫方向之可能性。
- (六) 實驗劇場之運用具藝文與教育功能，規劃週五下午開放學生免費體驗劇場，未來可再強化表演團隊的不同類別，開發多種興趣的選擇和培養。
- (七) 運用社群媒體 Line 推播各項展演課程成效良好，可重點投入資源針對會員卡友與 Line 會員招募，亦可提高 KPI 目標。
- (八) 藝友會員之耕耘，若有管道可以拓展以企業會員為主的設計，會員來自不同企業之代表，與場館共榮共融，也可以是未來贊助的來源之一，亦可請董事會協助。
- (九) 演藝廳、實驗劇場、主辦及外租活動之觀眾觀賞人數宜分開表達，以利掌握各項度發展之情形。

(十) 年度總票房 348 萬，購票參與人次為 20179 人次，均價 173 元/張。

(十一) 未來可規劃媒合在地創作量能與外部顧問，創造屬於苗栗在地的故事。

評鑑會議採百分法，合計總分為344分，平均總分86分，依衡量指標及總分轉換等第結果為「優良」。

伍、總評

綜觀苗栗縣苗北藝文中心110年績效，除了維持核心業務運作順暢外，在COVID 19疫情肆虐全球之際仍能維持表演藝術創作動能，持續培育各類專業人才，整體營運績效仍維持一定水準實屬不易。為使苗栗縣苗北藝文中心能更完整發揮行政法人體制綜效，本府以監督機關之立場，綜合評鑑委員審查意見與苗北藝文中心之發展目標、營運計畫就中心未來營運方向給予整體建議，以供參酌：

一、確立場館營運定位，策略性規劃年藝文推廣活動

苗北藝文中心對品牌與差異性定位有其專業規劃，在行政法人新制下，逐漸勾勒出場館新風貌與品牌定位，以區域性之專業場館定位，在節目規劃執行、行銷宣傳、推廣課程、研習講座、多元設計等面向，展現極佳能量，兼具卓越性及普及性。目前以四季作為年度策展方向，可再思考以「年度主題」或「上、下半年」為策畫方向等其他可能性。

二、策略提高藝文參與人口，有效轉化觀眾開發效益

為民眾創造藝術體驗是培育觀眾的方式之一，可結合文化平權的概念，促進不同近用對象群體之文化參與，藝文推廣活動參與人次雖都達標，卻仍有持續提高之必要。

若將藝術推廣視為培育觀眾的重要起步，宜更具策略地定位藝術推廣及體驗，方能逐步讓藝術成為更多人生活的一部分，更有效率地將藝文推廣活動參與人次，轉換為正式入場的觀眾。以評委之建議為例，實驗劇場之運用具藝文與教育功能，規劃週五下午開放學生免費體驗劇場，未來可再強化表演團隊的不同類別，開發多種興趣的選擇和培養。

三、行銷宣傳善用社群經營建立溝通策略並強化受眾連結度

社群互動為行銷宣傳成效之關鍵指標，為擴大民眾參與度、創造較高的互動率，建議應掌握有效溝通策略搭配精準的議題設定，定位苗北藝文中心目標客群並建立長期溝通管道，以充分發揮社群行銷功能。目前運用社群媒體 Line 推播各項展演課程成效良好，可重點投入資源針對會員卡友與 Line 會員招募，以提高 KPI 目標。

四、建立合理之績效衡量制度與標準有助檢視營運情形俾調整相關策略

績效衡量有許多不同面向，包括指標達成率、創新事項的研訂與成效、自籌達成率、觀眾滿意度等，都是衡量法人年度績效的重要參考，應全面兼顧並審慎思考比重。如評委建議演藝廳、實驗劇場、主辦及外租活動之觀眾觀賞人數宜分開表達，俾利有效掌握各項度發展之情形，建議可再思考各項統計數據可呈現的意義，以及統計項目與年度重點業務之間的扣合度，進一步增刪調校統計項目與目標值。