

苗栗縣苗北藝文中心

110 年度營運計畫

109/09/17 董監事會通過，109/10/20 苗栗縣政府同意備查

苗栗縣苗北藝文中心 110年度營運計畫

目 錄

壹、願景與目標：	1
貳、年度工作計畫	4
一、年度演出工作計畫	4
(一)節目品牌計畫	4
(二)品牌行銷宣傳計畫	6
(三)苗北藝術學苑計畫	6
二、年度展覽工作計畫	8
(一)藝文展覽計畫	8
(二)藝文養成計畫	9
三、場館服務提升計畫	12
(一)展場及商場營運規劃	12
(二)線上申請場地E化升級服務	12
(三)硬體設備改善完備計畫	13
(四)MBAC 苗北藝友會員服務	14
(五)網頁改版暨中心形象出版品	14
附表、苗栗縣苗北藝文中心 110 年度各項工作計畫預算	16

壹、願景與目標：

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；2021 年營運滿十週年之際，正進行成長軸線不同階段的目標設定，積極重新規劃苗北藝文中心於在地及台灣藝文生態中所扮演的角色及價值，同時並計畫下一個十年的中心遠景。

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。歷年內容包括 101 年「精彩藝文·苗栗饗宴」、102 年「文藝·活力·新苗栗」、103 年「苗北好藝術」、104 年「精彩樂舞·幸福苗栗」、105 年「樂響·藝揚·躍苗北」、106 年「樂動苗北」、107 年「樂藝風采」、108 年「閃耀苗北」、109 年「金鑽苗北」等秉持文化近用的理念，發揮藝文中心的公共性，讓民眾不受限於身心及社經條件，都能接近藝術。

第二階段中心組織以「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。為確保場館經營優勢，苗北藝文中心將以「量轉質」調整步伐，並定調 110 年的營運計畫。在表演藝術展演活動上，分為四個階段辦理，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「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」系列企劃，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。

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，辦理「發掘苗栗·在地力量」系列，由文觀局、苗北藝文中心共同主辦，傑出演藝團隊年度售票演出及整合性宣傳。節目規劃含括苗栗縣傑出團隊、縣內校際管樂聯演，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，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，規劃「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劃方向，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 年同時為苗北藝文中心十週年，為慶祝 10 年來與觀眾共度的美好時光，以「溫暖投射」為策劃概念，以及劇場「聚光燈」為具體象徵。同時，將這份溫暖，投射給受 109 年新冠肺炎疫情重創的表藝團隊。這場疫情風暴所打亂的，不僅只表藝團隊已投注的製作行銷資源、期程改動所衍生的行政成本、票房衝擊和成本浪費，所牽動團隊營運的步調與規劃；疫情風暴所打擊的，更是表演藝術與觀眾，在現場互動鏈結的核心價值；我們要一起把觀眾帶回劇場，把這份彌足珍貴的劇場價值，在劇場找回來。

立足苗栗，苗栗縣苗北藝文中心將持續以「發掘苗栗、連結臺灣、吸納世界」，深耕在地藝文共好環境、深化節目品牌

藝術能量，並此活絡在地藝文環境市場，形塑苗北未來的願景；
為屬於苗北藝文中心的下一個十年，整備藝文能量，為未來預
作規劃。

貳、年度工作計畫

一、年度演出工作計畫

(一) 節目品牌計畫

1. 「春之季」系列

(1) 「苗北新春系列」: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。

(2) 「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。(此計畫 1、2 同時為本中心藝文養成計劃當中之重點項目)

(3) 「金鑽苗北」系列: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。

2. 「夏之聲」系列

以「苗北小劇場」系列企劃，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，安排在中心的實驗劇場演出，透過每個月系列式的安排，讓觀眾及表演團隊增加對劇場的聲響了解，以及增加未來場館使

用率，同時擴大中心藝文受眾對象，擴散藝術力量。

3. 「秋之樂」系列

(1) 「發掘苗栗·在地力量」: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「發掘苗栗·在地力量」系列，由文觀局、苗北藝文中心共同主辦。節目規劃含括苗栗縣傑出團隊、縣內校際管樂聯演，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。

(2) 「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。

4. 「冬之藝」系列

規劃「2021 苗北藝術節」，以「連結台灣」為主體概念，辦理表演藝術節慶活動、節目製作將邀請臺灣品牌代表團隊於藝術節中呈現，同時以「吸納世界」引進新觀點、開拓新視野為節目規劃方向，透過節目共製，強化節目定位，

打造苗栗代表性的品牌節慶。

(二)品牌行銷宣傳計畫

1. 實體通路宣傳：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。
2. 透過專題、廣媒報導、文宣品，及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。
3. 網路行銷：線上網路將節目行銷拓展 N 世代網路消費族群，以較低成本接觸，達到較高市場觸及率、拓展市場之廣度。

(三)苗北藝術學苑計畫

1. 苗北弦樂班：辦理弦樂班，藉由每週一堂、一期十二堂節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。
2. 苗北講堂：以民眾熟悉的日常藝術作為講堂之主題，藉由深入淺出的講座課程方式，讓表演藝術輕鬆走入生活；以藝術展演活動主題規劃講堂內容，邀請演出或策劃單位現身說法講解，讓民眾近距離接近所演出之作品，無論是音樂、戲劇、

舞蹈等都能階段導入。

3. 藝術工坊：以視覺藝術手作課程為主題，讓民眾有機會與藝術家接近學習，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。辦理時下各年齡對象廣受歡迎的課程，定期推出，透過節令活動安排課程，結合展覽主題，展演活動議題，貫穿藝術工坊範疇，讓各年齡層系列課程，親子都能走進藝文中心。

第一階段規劃以新春系列，以過年節慶，春節意象為主題，元宵燈籠為年節概念，規劃相關課程，剪紙、摺紙、版畫、燈籠等應景手作活動。

第二階段搭配兒童節到來，規劃屬於孩童的有趣好玩課程，並搭配展覽主題，類型可能含括黏土、科學、機械、生態等，以培養創造力、由動手作中學為課程核心。

第三階段配合學校暑假時期，課程規劃如科學譜法、藝起玩機械、搖滾彈珠檯、紙飛機競奏、小樂器 3D 彩繪篇等，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。

第四階段迎接聖誕的到來，環繞聖誕主題規劃一系列課程，

熱門的薑餅屋、聖誕手作等，主打親子共樂，讓大人與小孩於聖誕佳節創造共同回憶。

二、年度展覽工作計畫

(一)藝文展覽計畫

1. 多媒材藝術展

邀請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，以節慶貫穿全軸主題，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。

第一季為新春節慶，為增添年節氛圍，規劃新春意象之展覽，如花藝、紙藝等類型展出，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。

第二季配合兒童節，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、襪子娃娃、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。

第三季迎接暑期到來，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。

第四季搭配「苗北藝術節」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。

2. 三義木雕作品展

結合在地文化場館，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，巡迴展出，每年展出四檔，三義木雕位於苗栗南邊，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。

(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、藝術市集及慶元宵「苗北之星」歌唱大賽，營造濃厚春節氣息，內容包含：

- (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、神明廳用、住家用等春聯佳句與吉祥語。邁入第十年的苗北，以新型態出發，為感謝十年來參與苗北展演活動的民眾，憑中心演出的票根、收據或發票，免費兌換書法大師墨寶 1 份，讓民眾開心收藏書法名家作品，快樂度過新年。
- (2) 版畫拓印：將邀請版畫名師，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，書法名家現場揮牛年喜慶圖樣，搭配吉祥語，融合傳統與創新，一樣為新年增添色彩。

2. 苗北兒童藝術節

- (1) 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。

(2) 童樂舞台:為活絡現場氣氛，邀請苗栗縣籍街頭藝人演出，增加現場氣氛的動態演出，帶領民眾歡度假期。

(3) 兒童 FUN 電影:搭配兒童熱門動畫或主題電影，親子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，增添親子藝文交流好去處，製造相處共通話題。

3. 歡樂聖誕夜：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，完成本中心闖關遊戲及交換禮物活動時，可得到本中心提供的一份聖誕禮品，希望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。

三、場館服務提升計畫

(一)展場及商場營運規劃

1. 為活絡場館可用空間，計畫引進廠商駐店，提供文化創意衍生品販售平台與輕食飲品服務，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。
2. 配合中心節目規劃行銷活動，製造人流，活絡場館空間，並藉由商場行銷，藉以提升中心相關周邊營運效能。

(二)線上申請場地E化升級服務

1. 推動數位轉型、E化升級：

隨著科技的發展，場館的營運管理及硬體建置是須持續創新的一部分。現行的軟、硬體設計，經過近十年的時間，也應隨著資訊使用行為模式改變與科技創新，導入數位科技系統，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。

2. 建置「線上場地租用申請系統」：

由線上串連苗北藝文中心的工作後台，簡化團隊與場館行政端往來文件資料的繁複流程，使中心場地的使用及場館資源

得到有效運用，活絡場館團隊的交流，希冀亦能促進到館人數的提升，進而產生文化的產值與相關產業蓬勃發展，在場租申請的前置作業能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，以利日後業務規劃的參考。開放申請單位使用線上場地租用申請系統，落實擴大服務及場館數位轉型。

(三)硬體設備改善完備計畫

1. 完備舞台設備：因應劇場設備的更新日新月異，並為有效節省成本，規畫舞台設備租借平台，減少購置財產年限未達但設備型號更新迅速，而產生零件停產與軟體停止更新問題。同時能及時提供團隊設備需求，以避免無備用或臨時替換設備影響演出。
2. 規劃定期維護保養，使劇場專業設備安全、順利地運作，需要定期規劃執行維護保養工作，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。
3. 打造友善場館環境：辦理不便者升降設備維護與改善、空間指標系統統整與更新。
4. 空調與消防設備的維護與自動控制模組汰換更新，減少警報與控制的誤動作，提升自動控制的效率。

(四)MBAC 苗北藝友會員服務

1. 持續推動及重新定位藝文愛好者及參與者之尊榮身分，規劃以「MBAC 苗北藝友」，配合導入新制企業識別系統之概念，量身訂做「MBAC 苗北藝友」會員卡，主以「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，並結合條碼掃描器及系統優化，提供會員創新服務及增益會員實質藝文參與優惠。
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。

(五)網頁改版暨中心形象出版品

1. 每月定期出刊「苗北藝訊」，提供「MBAC 苗北藝友」擴及服務廣大藝文愛好者最新中心展演訊息，廣為宣導各項藝文活動。
2. 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、教育推廣及節令活動，供國內相關單位卓參營運及執行成果。
3. 因應組織轉型行政法人，建立苗北形象識別應用系統，形塑整體品牌形象，並配合未來商場設立規畫，製作苗北藝文中

心專屬文創品，藉以達成苗北品牌升級、提升能見度並創造營運利潤。

4. 更新官方網站介面，結合美學與媒體視覺傳達的優點，以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，讓造訪中心網站的訪客，有良好的第一印象，更能有效達到宣傳效益與傳達中心相關活動的目的。

附表、苗栗縣苗北藝文中心 110 年度各項工作計畫預算

工作計畫	工作計畫	摘要說明	執行 期程	110 年預算		備註
				收入(仟元)	支出(仟元)	
年度 演出 工作 計畫	節目品牌計畫	(一)「春之季」系列：苗北新春系列、苗北之星歌唱大賽、金鑽苗北流行演唱	1-3 月	360	2,000	
		(二)「夏之聲」系列：苗北小劇場	4-6 月	180	900	
		(三)「秋之樂」系列：苗栗縣傑出團隊、校際管樂聯演、苗北表演藝術欣賞夏令營	7-9 月	38	600	
		(四)「冬之藝」系列：2021 苗北藝術節	10-12 月	900	6,254	
	品牌行銷宣傳計畫	(一)實體通路宣傳 (二)專題報導 (三)網路行銷	1-12 月	0	1,360	
	苗北藝術學苑計畫	(一)苗北弦樂班	1-12 月	480	220	
		(二)苗北講堂	1-12 月	10	270	
(三)藝術工坊		1-12 月	40	560		
年度 展覽 工作 計畫	藝文展覽計畫	(一)多媒材藝術展 (二)三義木雕作品展	1-12 月	185	870	
	藝術養成計畫	(一)苗北新春系列	1-2 月	5	219	
		(二)苗北兒童藝術節	3-4 月	30	210	
		(三)歡樂聖誕夜	12 月	0	525	
場館 服務 提升 計畫	展場及商場營運規劃	引進廠商駐店，提供文化創意衍生品販售平台與輕食飲品服務。	1-12 月	216	50	
	線上申請場地 E 化升級服務	(一)推動數位轉型 (二)建置「線上場地租用申請系統」	1-12 月	0	1,000	

工作計畫	工作計畫	摘要說明	執行 期程	110 年預算		備註	
				收入(仟元)	支出(仟元)		
	硬體設備改善完備計畫	(一) 為有效節省成本，規畫舞台設備租借平台。	1-12 月	0	500		
		(二) 劇場定期維護保養，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。	1-12 月	0	580		
		(三) 辦理不便者升降設備維護與改善、空間指標系統統整與更新。	1-12 月	0	180		
		(四) 空調與消防設備的維護與自動控制模組汰換更新。	1-12 月	0	150		
	MBAC 苗北藝友會員服務	(一) 「MBAC 苗北藝友」會員卡製作。 (二) 「MBAC 苗北藝友」會員系統優化。	1-12 月	100	15		
	網頁改版暨中心形象出版品	(一) 依中心識別系統，更新及優化官方網站介面。	1-12 月	0	300		
		(二) 中心專屬文創品製作。	1-12 月	0	250		
		(三) 每月定期出刊「苗北藝訊」。	1-12 月	0	380		
		(四) 年度出版「苗栗縣苗北藝文中心年刊」。	9-12 月	0	375		
	場館營運基本支出	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	12,500	

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。