

# 苗栗縣苗北藝文中心

## 114 年度營運計畫

113/09/12 董監事會議通過，113/10/04 苗栗縣政府同意備查

# 苗栗縣苗北藝文中心 114 年度營運計畫

## 目錄

壹、願景與目標 .....	1
貳、114 年度計畫 .....	6
一、年度演出節目計畫 .....	6
二、品牌展演特別企畫 .....	7
三、年度藝文展覽計畫 .....	7
四、年度租用服務計畫 .....	9
五、藝術教育養成計畫 .....	11
六、年度行銷宣傳計畫 .....	13
七、藝友推廣服務計畫 .....	16
八、場館維運提升計畫 .....	16
九、場館交流培訓計畫 .....	19
參、年度預算規畫 .....	21

## 壹、願景與目標

苗栗縣苗北藝文中心為區域性之藝文專業場館，100 年營運之初，組織以「財團法人苗栗縣文化基金會」型態經營，110 年起繼以「行政法人」型態接續營運。在轉型行政法人之後的第一個 4 年，以漸進式的品牌經營，成功創造地方專業場館發展，這需要非常大的突破與轉變，尤其在苗栗這座藝文資源並非充裕且作為六都以外的城市更顯珍貴。

目前，「苗北藝術節」這從無到有的品牌創建，已經逐漸在藝術節慶品牌當中扮演重要角色，更直接地讓大家走進苗栗、認識苗北藝文中心，下個階段我們也將承接過去 4 年「發掘苗栗、連結臺灣、吸納世界」核心概念，邁向 2.0 進階版，以「藝遊山城、藝結群英、藝響國際」開啟下一篇章，藉由苗北藝文中心的藝術節或特別企劃的各項活動，讓更多國內外的朋友及團體，認識苗栗這座美麗的山城，認識臺灣。

### ■ 「藝遊山城」－發掘苗栗 2.0

苗栗好山好水好好玩，更是客家原鄉，許多朋友對苗栗客家美食、慢城特色充滿嚮往，因此如何在悠遊山城中將精緻具代表特色的藝文饗宴置入，與苗北藝文中心的苗北藝術節共同結合，成為品牌獨具的藝術之旅，「藝遊山城」－發掘苗栗，將是苗北藝文中心下一個階段重要的「客製」推廣。

與國內團隊、社團、企業、公部門、學校等單位客製規劃精緻深度藝文之旅，客製化行程結合苗北藝文中心－苗北藝術節品牌活動購票演出欣賞、展覽參與、專屬講座、場館體驗、在地古厝、國寶大師工坊參訪等活動，讓藝文觀光產業在苗北藝文中心發掘苗栗 2.0 找到獨特尊榮體驗。

### ■ 「藝結群英」－連結臺灣 2.0

苗北藝文中心是少數地方場館中同時具有表演藝術、視覺藝術專業場域的場館，如何在場館規劃活動中得到更多的「藝術盟友」支持，是苗北下一階段重要的任務，因此「藝結群英」－連結臺灣 2.0，將結合國內重要的藝文展演機構合作、館際交流、藝企共榮、共創多贏。

館際交流－與臺灣重要藝文展館共同合作，無論是視覺藝術、表演藝術場館都將互享作品及製作，接續苗北原創音樂劇與臺北表演藝術中心、衛武營國家藝術文

化中心之後的藝術能量，與臺灣更多的重要場館互創共贏，尤其是視覺藝術方面，更會藉由藝術節展出與國內重要展館共同合作。

藝企共榮—竹竹苗生活圈，科技產業、藝術人文活動與企業密不可分，加上縣長、文化觀光局局長及董事長的全力支持，未來將藉由園縣市生活平台將藝文發展媒合更多企業支持藝文產業，讓苗北藝文中心與企業共享藝術榮耀。

深耕品牌—持續苗北藝術節最大特色之一，邀請國內三大重要指標樂團於藝術節展出最高能量，深根藝術節慶優質品牌，此外，持續發展具在地特色結合之製作演出，同時特別企劃引進具品牌代表性之團隊作品共榮品牌。

#### ■ 「藝響國際」—吸納世界 2.0

轉型行政法人第一階段前 3 年與疫情完全重疊，國際交流難以推動，但是藉由國內品牌建立，穩定中心核心業務及專業維運管理後，將接續加入國內外相關組織，於表演藝術相關年會活動推動場館品牌，行銷中心製作，尋求國外場館合作機會，讓中心同仁有更多機會參與國際活動及學習；此外在視覺藝術方面，將藉由過去藝術節策展人之作品連結於國際間推動國內重要藝術家之視覺藝術能量，並尋求國外展館合作之機會，將國外展品於苗北藝文中心亮麗呈現。

苗北藝文中心是苗栗最重要的藝文場館，也是竹竹苗生活圈最重要的夥伴，因此將展演活動生活化也是最重要的課題，未來也將透過苗北藝術學苑、苗北表演藝術欣賞夏令營、苗北講堂、苗北藝文線上導聆、藝術教育體驗活動、苗北藝術工坊、苗北生活廣場等規劃，讓苗北藝文中心成為苗栗重要三寶之一，也藉由藝術好好玩，好好玩藝術，帶大家走進苗北藝文中心。

## 一、提升專業核心價值

由苗栗縣政府監督、運用董(監)事會制度架構，走向專業治理，苗栗縣苗北藝文中心為完善「在地公共化」永續經營的設置任務，深耕在地藝文共好環境、活絡苗栗地區在地藝文生態，114 年將持續打造場館「專業服務」、「維運管理」、「形象品牌」之核心價值，為苗栗縣的文化發展，注入專業能量。

- (一)專業服務：透過場地外租服務系統友善機制及作業程序、組織人員各項藝術知識之學養培育與增能訓練，同時結合委託前台專業服務量能，讓中心營運和合作夥伴能

獲得與時俱進、視野深度的劇場管理觀念，攜手精進業務專業，成為表演藝術團隊最可信賴的場地夥伴，加深藝文社群對本中心的認同感。

(二)維運管理：場館維運是確保設施正常運行和使用者安全的核心工作，隨著設備硬體不斷運轉及損耗，定期維護和管理場館內的各種設備，不僅能延長設備使用壽命，還能防範潛在故障，確保場館的持續高效運作。各項基礎維運設備旨在提升民眾滿意力度，提高團隊服務品質，保障展演場館的安全性質。場館維運是場館長期穩定運行和高品質服務的基礎。透過系統化的維護和管理，以確保場館始終處於最佳狀態，為使用者提供安全、舒適和高效的環境。當然，近年物價上漲、電費調漲，加上中心大部分舞台及機電設備的皆已過使用年限，導致維運管理成本不斷飆高，對中心而言是一大挑戰，期待未來，透過積極爭取相關補助資源經費，持續提升場館軟硬體水準，鞏固本中心藝文專業永續經營模式，有效發展專業場館任務定位，成為國內藝文團隊最堅強的後盾與指標。

(三)場館品牌：透過本中心建物外觀商標申請、季節性外牆光影藝術裝置，以及 FB 粉絲專頁、LINE@、YouTube 頻道等各項自媒體社群平台經營，加強苗北藝文中心的場館辨識度，深化國內藝文社群的「苗北」場館印象，並此加乘中心各項藝文品牌行銷力，進一步推動中心統籌各項展演的散播率、拓展苗北場館品牌的影響力。

## 二、擴展藝術教育養成

喚醒品味，開啟一扇「新感知」的窗。苗北藝文中心透過「苗北藝術學苑」、「藝起來苗北」藝術教育體驗計畫、「苗北表演藝術欣賞夏令營」、「節目指南講座 VS 演前導聆」等藝術教育活動的辦理，讓藝文參與，透過線上、實體多元藝文參與路徑，擴展藝術養成方式、實踐藝術思考。

(一)「苗北藝術學苑」開設苗北講堂、苗北藝術工坊課程，營造藝文共學常態環境：

1. 苗北講堂：每年二期，每週一堂、每期 5 至 8 堂，藝文講堂可蔚為日前重要的藝文參與模式，透過深入淺出、具層次階段的持續性開設，讓聽眾從話題到主題、從入門變行家，促進藝文參與。在藝文中心共營一個藝文與日常生活的對話空間，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。

2. 藝術工坊：每年 4 期，每期 3-6 堂，共計 12-15 堂。辦理時下各年齡層喜愛的手作課程，利用樂學習、玩生活、暑期、耶誕四個主題，於周末安排有趣愉悅又有成就感的課程。聘請有經驗、富創意的藝師，近距離的教授民眾學員完成一件件精美且自己親手製作的作品。另結合展覽主題，貫穿藝術工坊媒材及主題，讓民眾對藝文有更深一層的認識，從而更了解展演活動的內涵，帶領民眾學習不同的領域，達到教育的目的，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。
- (二)「藝起來苗北」藝術體驗教育計畫：每年二至四場，由苗北藝文中心與苗栗縣政府教育處共同辦理；計畫自 2021 年首度辦理以來，即結合「苗北小劇場×藝起來苗北」持續獲得本縣學子及教師的關注與回響，2025 年規劃以專案藝術體驗形式移辦理。媒合縣內國民中小學校學生，進行視覺展覽、場館參訪、苗北小劇場節目教育推廣場次的實際參與與規劃，讓「藝起來苗北」成了許多縣內學子親近藝術的第一個契機。透過藝文場館能量，媒合學校教育平台，發揮「1+1>2」的人文藝術教育能量，深化在地連結，實踐以「在地」為設想，深耕大苗栗的藝文沃土。
- (三)「苗北表演藝術欣賞夏令營」：每年一梯，於暑期辦理。營隊以苗北藝文中心為基地，課程內安排正式演出，由音樂、舞蹈、戲劇各領域的頂尖師資擔任主講，另經聲音表達、身體運用、創意引導、即興發展等課程串連，以成發會的預演、彩排、總彩排的鋪陳安排，邀請明星導師指導點評經典劇作；讓孩子透過音樂、舞蹈、戲劇台前幕後的理解與學習，充分體驗表演藝術欣賞的美好。營隊期間，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，讓學員更貼近專業演員劇場工作狀態，打開「文化感受力」親近劇場，帶孩子們領略表演藝術發光發熱的美好瞬間；以期增加學員觀看表演藝術多元思考、參與與觀察的觀點養成。
- (四)「節目指南講座 VS 演前導聆」：每年四至六場，邀請藝文專業策展人或產官學界知名講師，與觀眾進行苗北藝術節系列節目的指南與解析；透過各領域專業人士對節目的瞭解與賞析觀點，打開觀眾探索藝文世界的蹊徑。以線上或實體的多元參與方式，開創藝術零距離的學習管道。
- (五)「國家青年交響樂團」：每年一至二梯，每梯至少一週、演出一場次，由苗北藝文中心與國家交響樂團共同主辦。國家青年交響樂團(NSYO, National Symphony

Youth Orchestra)」於 112 年 1 月成立，同年度 7 月份於苗北藝文中心舉行創團首演。113 年與國際建立橋樑，前進新加坡與泰國亞洲巡演，114 年將持續與國家交響樂團的合作，於寒暑假期間，招募國內外優秀青年音樂家，於苗北藝文中心進行密集排練與集訓課程，NSO 國家交響樂團音樂總監、國際指揮、各聲部首席，在集訓期間傳遞音樂經驗，給百餘名青年音樂團員、體驗樂團生活，為臺灣學習、愛好古典音樂的青年，在全世界都有了友誼與連結，打開邁入國際音樂的大門。

### 三、建立場館藝文品牌

苗北藝文中心主辦活動，分項策劃五大節目品牌：「苗北小劇場」、「親親苗北」、「苗北心勢力」、「苗北藝術節」、「苗北焦點特別企劃」，藉以提升民眾藝術參與密集度、擴大中心藝文受眾對象；期以透過多元而彈性的合作模式，有效培力茁壯業界夥伴，與獨立藝術家、製作人或個別團體，厚植完善製作執行流程，以深化場館節目品牌藝術能量，並此提升場館文化內容力與競爭力。

- (一)「苗北小劇場」安排 4 至 6 月辦理，安排音樂、舞蹈、戲劇多元表藝型態小劇場節目，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。
- (二)「親親苗北」：安排六月辦理，積極創造以展演藝術為介質之全齡共享親子時光，期以親子分眾之精準投放，逐步發展適合在地文化、民情之可行方案及模式，創造穩定、獨立的營運模式，創造親子族群與場館各層面連結，培養親子族群定期來館習慣；打造親子多元接近表演藝術之路徑。
- (三)「苗北心勢力」安排 7 月至 9 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，合作辦理苗栗縣傑出演藝團隊年度重點演出活動，讓藝文接地氣，展現苗栗縣在地藝文能量。
- (四)「苗北藝術節」安排 10 月至 12 月辦理，透過節目共製，強化節目定位、深化演出策劃能量，114 年接續 109 年以來以「發掘苗栗、連結臺灣、吸納世界」發展方向，將以「藝遊山城、藝結群英、藝響國際」作為長期且持續的策劃方針，打造苗栗及苗北藝文中心場館代表性的品牌節慶。

- (五)「苗北焦點特別企劃」致力於營造藝術的可能性及親近性，擴及深化館際合作夥伴關係，拓展市場能量，以聚焦「場館價值溝通」藉以提升民眾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。

## 貳、114 年度計畫

### 一、年度演出節目計畫

年度演出節目計畫，為苗北藝文中心以品牌定位出發的節目規劃，透過持續性、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，「讓苗北藝術節，成為你的城市知己」、「讓苗北藝文中心，成為你重要的文化夥伴」，帶大家好好感受「藝術好好玩·好好玩藝術」走進苗北藝文中心。

- (一)「苗北小劇場」安排 4 月至 6 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。
- (二)「親親苗北」安排 6 月辦理，積極創造以展演藝術為介質之親子活動規劃，期以親子分眾之精準投放，逐步發展適合在地文化、民情之可行方案及模式，創造穩定、獨立的營運模式，創造親子族群與場館各層面連結，培養親子族群定期來館習慣；打造親子多元接近表演藝術之路徑。
- (三)「苗北心勢力」安排 7 月至 9 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，合作辦理苗栗縣傑出演藝團隊年度重點演出活動，讓藝文接地氣，展現苗栗縣在地藝文能量。
- (四)「苗北藝術節」安排 10 月至 12 月辦理，透過節目共製，強化節目定位、深化演出策劃能量，114 年接續 109 年以來「發掘苗栗、連結臺灣、吸納世界」發展方向，將以「藝遊山城、藝結群英、藝響國際」作為長期且持續的策劃方針，打造苗栗及苗北藝文中心場館代表性的品牌節慶。
- (五)「苗北焦點特別企劃」致力於營造藝術的可能性及親近性，擴及深化館際合作夥伴關係，拓展市場能量，以聚焦「場館價值溝通」藉以提升民眾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。

## 二、品牌展演特別企畫－苗北藝術節

「2025 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「大師風華」、「經典交響」、「品牌劇作」、「國際名家」等系列多場次展演節目。從國內品牌出發，藉由藝文展覽、交響樂、室內樂、現代戲劇、跨界製作等多元形式，共同呈現表演藝術及視覺藝術的精采面貌。將精緻藝術品牌團隊及製作聚焦苗栗，更讓苗北藝文中心成為藝文社群的話題焦點。

「2025 苗北藝術節」期望透過多樣化的精緻展演，將國際頂尖、且具代表性藝術品牌展演節目，於苗北藝術節中展現。讓所有來自不同喜好屬性、地區、年齡層的觀眾，都能在苗北藝術節欣賞到喜歡的優質節目。擴大群眾文化參與，「讓苗北藝術節，成為你的城市知己」、「讓苗北藝文中心，成為你重要的文化夥伴」帶大家好好感受「藝術好好玩，好好玩藝術」走進苗北藝文中心。讓苗北藝文中心從縣內出發，成為具指標意義表藝場館，進而延伸成為臺灣代表重要展館之一，而「苗北藝術節」更在此基礎下相互加值，成為國內重要藝術節慶品牌代表。

## 三、年度藝文展覽計畫

年度展覽的整體規劃是依據不同的受眾對象為發想，邀請在各藝術創作領域的專業策展人、藝術家、協會或藝文團體，藉由多媒材及多元類型的展覽內容，吸引各個年齡層的參觀者，讓所有人都能夠參與其中，享受豐富的藝術視覺及互動體驗，提升民眾審美之能力。各項展覽主題及內容分述如下：

### (一)新春系列：

1. 新春系列為新年度的第一檔展覽，規劃具節慶主題特色之展覽，透過有別於傳統表現形式，展現藝術創作的多元創意，啟發民眾對於藝術欣賞的新視野，讓生活更感愉悅及充滿新年新希望。
2. 貼春聯是慶祝農曆新年並表達對來年好運和繁榮的祝願的流行方式。這些對聯通常以書法書寫，通常包含吉祥的短語和祝福，例如對健康、財富和幸福的祝願。為了傳承這項習俗活動，在年前舉辦「新春揮毫」、「創意春聯」、「版畫拓印」等活動，既能發揚傳統習俗，同時也能彰顯文化藝術傳承的理念。這些活動不僅展示了傳統習俗的魅力，也呈現了文化藝術的魅力。

- (1)新春揮毫：本活動為新春重點活動，邀請縣內書法名家現場揮毫，民眾可以兌換書法大師墨寶，並依照個人的需求讓名師們留下新春對聯或堂號，來祝福新的一年，藉由此活動拉近民眾與苗北的距離。
- (2)版畫拓印：每年邀請版畫名師，以當年度生肖及年節相關圖案為主題創作版畫二種構圖，現場由名師親自為民眾拓印，不僅讓民眾近距離觀賞拓印的過程，也能親自體驗拓印版畫完成後之成就感。
- (3)創意春聯：在台灣，年節前家家戶戶會在門口張貼紅色對聯，而隨著時代的變遷，對聯的形式也更富創意；結合書法與繪畫的春聯型式受到許多年輕一輩的喜愛，充分的展現傳統與創新的融合，為新年增添新年新氣象的色彩。

## (二)主題系列：

1. 針對不同展覽主題及受眾，規劃豐富多元的展覽內容及媒材，希望讓展覽室、藝廊、側廊成為民眾假日共遊的好去處。近年展出的主題有主題有模型、特殊媒材、平面作品及攝影；今年將有空間裝置、模型及互動性高的內容，媒材多元、受眾多元、內容新奇有趣，吸引各年齡的觀眾前來欣賞，同時亦期盼吸引親子共賞及提升學生藝術養成及寬闊藝術欣賞視野。
2. 在歲末年初安排「交換禮物」活動，透過禮物交換活動，人們能夠彼此傳達祝福和關愛，同時營造出溫馨和歡樂的節日氛圍。禮物交換活動不僅是一種互贈禮物的機會，也是人們相互交流、分享歡笑和溫暖的時刻。參與者們期待著能夠收到一份驚喜的禮物，同時也享受著送禮的樂趣。
3. 特別企畫一系列親子共遊的衍生性活動，如何拉近親子關係，一直是父母親經常思考的問題。本系列活動內容以陪伴、藝術美學、故事繪本、展覽欣賞及導覽，互相交流及促進親子互動為核心目標。提供一個輕鬆學習及展現自我的機會，讓父母親看到小孩創意十足、自信滿滿的表現。
  - (1)繪畫活動讓兒童能夠發展和表達他們的創造力和想像力，透過自由創作和探索不同的材料和技巧，鼓勵兒童仔細觀察周圍的事物，從中尋找美和細節，讓藝術創作自小紮根發展。
  - (2)繪本對幼兒的情緒教養帶來明確效果，尤以情緒表達能力的提升最為顯著，更能協助小小孩發展同理心。舉辦繪本故事屋的活動目的是為了培養孩子

養成閱讀習慣的工具，藉由繪本裡的圖文，刺激聽覺、視覺與觸覺等知覺輸入，小朋友得以開闊第一次接觸家庭外的世界，啟發與拓展自己的想像力。

(三)大師系列：

苗北一年一度的重點活動「苗北藝術節」，其中展覽規劃以「大師風華」系列作為策展方向，展現具國際地位及影響力的藝術大師作品。策展的核心理念是「藝遊山城、藝結群英、藝響世界」，邀請國內外在視覺藝術領域中具領銜地位的藝術家，展出其在藝術史上之經典作品。盼以開拓藝術新視野的理念，透過展出具國際讚賞及專業性的創作，深化苗北在視覺展覽領域的專業形象。

(四)館際合作系列：

1. 館際合作的目的是在於透過不同文化機構之間的合作與協作，達到資源的共享與互通有無。透過館際合作，各機構能夠相互協助和支援，引入不同的策展內容，有助於拓展展覽的多樣性，為文化藝術領域的發展帶來更多機遇與成果；近年來合作單位有：國立自然科學博物館、國立工藝研究發展中心。
2. 中心為了推廣在地工藝之美，瞭解地方特色文化也積極與縣內特色館際交流，策畫與客家及苗栗工藝相關的展覽。

#### 四、年度租用服務計畫

為透過表演藝術及藝文專業服務建立場館藝文品牌、實現永續經營理念，苗北藝文中心致力提供外租團隊優質展演場地及服務，展現共同推動藝文發展決心，同時平衡各類型展演需求，充分發揮場館空間彈性，讓團隊擁有專業展演平台，中心並藉此持續打造苗北品牌，開發更多合作關係及觀眾族群。

(一)表演藝術場地之租用服務：

1. 專業表演內容：

- (1). 國內外知名團隊：歷年來許多國內傑出的團隊，包括文化部所屬團隊、臺灣品牌團隊，以及財團法人國家文化藝術基金會「TAIWAN TOP 演藝團隊」等，都選擇在中心租用場地，讓苗北觀眾有更多機會接觸國內外指標團隊帶來的精湛演出。

(2).在地特色團隊：苗栗縣擁有多元且深厚的文化底蘊，中心成立的目標即是透過辦理展演活動結合在地文化來提升民眾的藝文涵養，並服務在地的藝文愛好者，推動藝文發展，近年如苗栗縣扶植之傑出演藝團隊亦為中心合作對象。

#### 2.辦理主題性賽事：

苗北藝文中心所在地交通網絡良好，南北通行便捷，透過中心專業軟硬體設施及友善熱誠的服務團隊，使苗北藝文中心成為辦理各種主題性、地方乃至大型賽事的首選場地，如「全國學生音樂比賽」、「樂齡爺奶熱歌勁舞競賽計畫」及「客家合唱比賽」等，讓來自全國的參賽者和各校際團隊通過參與這些賽事，進一步認識苗北藝文中心。

#### 3.專業影音錄製推廣：

苗北藝文中心擁有專業的劇場設備及音響條件，可提供團隊進行專業影音錄製，這樣的推廣操作不僅豐富演出場地及設備的使用、促進團隊和中心之間的互利合作，亦可同時行銷中心專業劇場品牌，持續開拓中心在國內外聲響專業場域的知名度，為中心帶來更多契機，近年包括國立客家兒童合唱團及灣聲樂團皆為合作對象。

#### 4.在地藝文教育推廣使用：

持續提供在地幼兒園、國高中小學校，到國內大專院校及青年表演團隊優質舞台，鼓勵孩童及學子走出校園發表創作，親近表演藝術。苗北藝文中心期成為更多表演者和觀眾「第一次進劇場」的好朋友，並使各年齡層的人們將前來中心的體驗化作藝術養分，陪伴成長之餘更提升中心知名度，強化苗北專業展演場館形象。

#### 5.「線上場地租用申請系統」之維運使用：

因應數位時代來臨，中心自 109 年便開始規劃建置「線上場地租用申請系統」，經過近年實際導入使用、審視申請者意見反饋及檢視使用狀況，並調整原系統使用者介面設計架構，以配合中心演藝廳及實驗劇場兩個主要場地管理等，現已實現場館的數位轉型應用，並提供團隊更優質的租借服務。114 年將持續針對管理者及使用者介面進行維護，並加強透過系統如通知檔期開放之功能維繫與團隊之間的友好關係，同時更有效掌握中心劇場檔期管理運用。

#### (二)展覽場地租用服務：

為了推廣各類藝文展覽活動及鼓勵藝術家進行多元創作及展覽，本中心的展覽室、藝廊、及側廊提供安全且舒適的展覽環境和完善的硬體設備；例如：展櫃、燈光、音響、投影等，用以適應任何類型的藝術創作者和藝文活動團體舉辦個展或聯展以及在地協會國際性展出。中心也特別提供優惠的租借費用給學生及學校團體，用來鼓勵年輕的藝文創作者展示在學期間的創作成果。

### (三)場域空間租用服務：

苗北藝文中心的室內場域空間包括視聽中心、研習教室、二樓迴廊以及演藝廳二樓的附屬空間。這些場地都經過精心規劃，可以滿足各種形式的活動和場地使用需求。外租單位無論是需要辦理演講、會議還是教學課程，都可以在苗北藝文中心找到最適合且舒適的使用空間，相關場地亦根據實際需求特性，提供包括講台、投影機設備、多功能音響等完善的影音器材，114 亦增訂戶外廣場使用管理須知，期盼透過提供室內及戶外空間吸引來自不同領域的民眾進入中心，讓更多人認識中心作為專業展演場館的角色，同時也成為全民都可以親近的藝文好鄰居。

### (四)前台專業人力及志工服務：

1. 前台專業人力：有鑑於苗北藝文中心專業場館使用及服務品質，為提升場館前台服務品質，提供觀眾及演出團隊更便利及良好的劇場服務，中心近年委託藝術行政團隊協助中心執行演出活動現場服務，期待透過專業前台人力導入，強化中心專業的服務形象。
2. 志工服務：藉由志工夥伴熱情支援，展現中心友善親和力，並持續透過課程培訓及交流活動，鼓勵志工積極參與、發揮所長，累積生命經驗，與中心攜手推展藝術文化。

## 五、藝術教育養成計畫

苗北藝術教育養成計畫，在於喚醒品味，邀請觀眾瞭解創作者各自以不同手法表達藝術觀點，在劇場中與經典相遇、品味翻新。苗北藝文中心 113 年度，擬透過持續推動「苗北藝術學苑」、「藝起來苗北」藝術教育體驗計畫、「苗北表演藝術欣賞夏令營」、

「節目指南講座 VS 演前導聆」等藝術教育活動，讓藝文參與，透過線上、實體多元藝文參與路徑，擴展藝術養成方式、實踐藝術思考。

(一)「苗北藝術學苑」開設苗北講堂、苗北藝術工坊課程，營造藝文共學常態環境，與報名學員在藝文中心，共營一個藝文與日常生活的對話空間。

1. 苗北講堂：每年二期，每週一堂、每期 5 至 8 堂。藝文講堂可蔚為日前重要的藝文參與模式，透過深入淺出、具層次階段的持續性開設，讓聽眾從話題到主題、從入門變行家，促進藝文參與。在藝文中心共營一個藝文與日常生活的對話空間，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。

2. 藝術工坊：藉由年度四期，規劃辦理手作課程，每期三至四堂，針對不同年齡層安排課程內容。透過各類的手作或體驗活動於藝文有更深入的了解及興趣，四期主題內容分別如下：

(1)慢活樂學習：以熟齡客群為開課目標，開設如多肉植栽、創意燈具、手作等，在煩悶的職涯和退休生活中增添一些不同的樂趣和生活品味。

(2)時尚玩生活：以社會人士為開課對象，開設新潮時尚的手作或體驗課程，如療愈系手作、香水香氛、手沖咖啡等，在忙碌的工作生活中，也能有段放鬆身心靈的療癒時刻。

(3)暑期玩創意：以兒童為開課對象，在暑假期間開設科學實驗、創意手作等多樣化課程，從有趣的課程中學習、多元探索，培養對世界的好奇心。

(4)親子過耶誕：以親子為開課對象，課程主題圍繞者聖誕氛圍，開設聖誕節必備的薑餅屋 DIY、聖誕樹、聖誕蠟燭等主題，讓親子在這溫馨的節慶裡留下回憶。

(二)「藝起來苗北」藝術體驗教育計畫：每年二場，由苗北藝文中心與苗栗縣政府教育處共同辦理；計畫自 2021 年首度辦理以來，即結合「苗北小劇場×藝起來苗北」持續獲得本縣學子及教師的關注與回響，2025 年規劃以專案藝術體驗形式辦理。媒合縣內國民中小學校學生，進行視覺展覽、場館參訪，讓「藝起來苗北」成了許多縣內學子親近藝術契機。透過藝文場館能量，媒合學校教育平台，發揮

「1+1>2」的人文藝術教育能量，深化在地連結，實踐以「在地」為設想，深耕大苗栗的藝文沃土。

- (三)「苗北表演藝術欣賞夏令營」：每年一梯，於暑期辦理。營隊以苗北藝文中心為基地，課程內安排正式演出，由音樂、舞蹈、戲劇各領域的頂尖師資擔任主講，另經聲音表達、身體運用、創意引導、即興發展等課程串連，以成發會的預演、彩排、總彩排的鋪陳安排，邀請明星導師指導點評經典劇作；讓孩子透過音樂、舞蹈、戲劇台前幕後的理解與學習，充分體驗表演藝術欣賞的美好。營隊期間，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，讓學員更貼近專業演員劇場工作狀態，打開「文化感受力」親近劇場，帶孩子們領略表演藝術發光發熱的美好瞬間；以期增加學員觀看表演藝術多元思考、參與與觀察的觀點養成。
- (四)「節目指南講座 VS 演前導聆」：每年四至六場，邀請藝文專業策展人或產官學界知名講師，與觀眾進行苗北藝術節系列節目的指南與解析；透過各領域專業人士對節目的瞭解與賞析觀點，打開觀眾探索藝文世界的蹊徑。以線上或實體的多元參與方式，開創藝術零距離的學習管道。
- (五)「國家青年交響樂團」：每年一至二梯，每梯至少一週、演出一場次，由苗北藝文中心與國家交響樂團共同主辦。國家青年交響樂團(NSYO, National Symphony Youth Orchestra)於 112 年 1 月成立，同年度 7 月份於苗北藝文中心舉行創團首演。113 年與國際建立橋樑，前進新加坡與泰國亞洲巡演，114 年將持續與國家交響樂團的合作，於寒暑假期間，招募國內外優秀青年音樂家，於苗北藝文中心進行密集排練與集訓課程，NSO 國家交響樂團音樂總監、國際指揮、獨奏家、各聲部首席在集訓期間傳遞音樂經驗，給百餘名青年音樂團員、體驗樂團生活，為臺灣學習、愛好古典音樂的青年，在全世界都有了友誼與連結，打開邁入國際音樂的大門。

## 六、年度行銷宣傳計畫

年度行銷宣傳藉由不同數位載體受眾特性，進行分眾行銷及內容行銷，並搭配線下實體活動，發揮線上線下虛實整合的最大效益；作法括及「實體通路宣

傳」、「社群媒體暨網絡行銷」、「專題、廣媒報導」等辦理項目；期以提升場館主合辦節目傳發力量。

(一)實體通路宣傳：每月定期出刊「苗北藝訊」、年度出版「苗北年刊」、每月「貓裏藝文」活動訊息露出及各項展演活動文宣品、報導等紙媒，提供藝文消費者信賴的企劃核心、經營設計與消費者溝通的模式，培養忠誠顧客，有效拓展對外的觸及管道及提高行銷擴散影響力。

1. MBAC 苗北藝訊：由中心精心規劃當月展演訊息快訊報導及次月活動預告，將展演即時訊息以每月定期出刊方式送達給「MBAC 苗北藝友」會員。會員並可依閱讀習慣，收取實體紙本藝訊，或因應數位使用及環保減碳方式，收取電子藝訊訊息。另為擴大服務範圍及觸及更多藝文愛好者，官網亦提供電子檔案供瀏覽者可下載參閱。
2. 苗栗縣苗北藝文中心年刊：彙聚年度表演藝術、視覺藝術、教育推廣、節令活動及中心年度場館計畫等資訊，集結成中心定期性之重要年度出版刊物，展現中心年度執行成果，並藉此與國內相關藝文單位及展演團隊分交流。
3. 傳單海報文宣品：以「品牌定位、分眾溝通、量身專屬」為節目行銷方向，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)電子行銷：建置中心 LINE@官方帳號、優化中心官方網站，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，活絡社群平台互動頻率，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：密切關注日前時下資訊分享語法與搜尋習慣，以社群擴散藝訊傳播幅度與及時性，加強中心藝友品牌黏著度，並此延伸場館自有品牌、提高非藝文人口對藝文活動參與的興趣，持續瞭解在地藝文消費習慣，累積在地場館永續經營的藝文策辦實力。
2. 苗北藝文中心官方網站：苗北藝文中心的官方網站(<https://www.miaobeiac.org>)是民眾獲取中心最新、即時且詳細資訊的數位媒介。網站採用簡約、清新且具有時尚感的設計，充分結合視覺美學和媒體傳達的優勢，通過更多動態的圖片和影片，展示視覺宣傳元素，吸引使用者停留並瀏覽。為了適應智慧型手機時代，

該網站特別重視並考慮到手機閱讀者的使用習慣和便利性設計，提供清晰且鮮明的視覺傳達和資訊處理設計，使造訪中心網站的訪客可以感受到苗北藝文中心的場館特色和精彩展演節目呈現，有效地傳達中心各項展演活動的宣傳效果。

3. 苗北藝文中心 FB 粉絲頁：本中心社群媒體平台-Facebook(臉書)粉絲頁以宣傳推播本中心展演活動等場館訊息，透過多元化的訊息，除文字、圖片、影片外，還有 emoji 表情貼圖，創造豐富生動的推廣文案，以達與民眾即時互動，行銷中心及推廣購票之效益。
4. EDM 寄送：中心各項活動宣傳透過 EDM 收取電子訊息，精準發送給具消費力的客群，有效提升場館知名度與節目影響力，以利展演訊息擴散轉發，增加活動可見度。
5. 節目售票網頁(Opentix)：因應「無紙化」永續環境趨向、迎接「行動優先」的時代，苗北藝文中心啟動紙本票券臨櫃取售，以及數位電子票券服務；並透過售票廣告頁面、電子報、EDM 數位廣告多樣化宣傳管道，精準定瞄具消費力的客群，安排主題企劃、橫幅廣告及曝光主辦專屬節目訊息，有效提升場館知名度與節目影響力。
6. 苗北藝文中心電子露出：透過本中心購置多媒體設備託播行銷，包含室內電子看板及戶外電視牆，各展演活動的影音或圖片輪放播映，吸引觀眾注意，以藉此行銷本中心活動，刺激票房收入。另續透過電視牆廣告定價與刊登使用管理須知，管理本中心廣告業務。
7. 新增非池中、國藝會、文化部 iCulture、頭份大小事 FB、竹南大小事 FB、里長臉書等，投放即發布展訊及活動訊息。

(三) 專題、廣媒報導：透過社群網路、手機群發 (GroupMessage) 等自媒體網絡傳發流量，以及表演資訊刊物專欄、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，有效媒體溝通並達到亮點宣傳，提昇藝術節能見度，併以多元傳播管道，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

苗北藝文中心目前設有「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」三種等級會員級別，以滿足不同年齡及族群的消費習性。並將主辦節目購票優惠、中心文化創意商品、服務優惠，以及各式苗北專屬活動融入會員服務範疇，以吸引潛在觀眾成為苗北藝友，同時穩固長期支持中心的會員夥伴關係，落實藝文推廣永續經營理念。

### (一)會員招募及關係經營

持續透過各項會員服務業務，吸引更多中心主要藝文消費族群及藝文欣賞對象，成為苗北藝文中心的會員，如藉由每月實體及電子媒體藝文活動訊息傳播，提高會員對藝文活動參與的興趣、強化既有會員黏著度，並續推辦會員續卡服務，包括提供生日禮及年度消費折價券，以高標準服務品質，深耕 VIP 會員，提升會員忠誠度進而增加中心收益。

### (二)規劃辦理會員專屬藝文推廣活動：

透過辦理多元有趣的藝文推廣活動拉近中心與會員的距離，並以差異化服務經營模式，使其享有尊榮身分、深入了解苗北藝文中心、體驗藝術文化，強化目標群眾對於中心的認同與信任，持續創造並維繫中心與會員的友好夥伴關係，穩定對中心的滿意度。

## 八、場館維運提升計畫

### (一)展場及商場營運規劃

苗北藝文中心為提升多面向之觀眾服務，增加民眾駐足入館欣賞展演活動的時間及意願，近年以豐富友善場館功能發想，持續滾動調整空間運用規劃並加入更多互動性的展演活動及市集，以落實苗北藝文中心成為「全民欣賞好中心」的目標。

### (二)數位 E 化管理服務

中心將不斷創新與優化，提高數位品質與效率，提升同仁與團隊的服務效能。持續推動數位化管理，延續現有的財務管理系統、電子公文系統、人事差勤系統等作業系統，不僅能提高工作效率，還能強化行政效能，實現事半功倍的效果。另通過優化線上場租系統，有效地管理場地資源，提升使用者的體驗，並利用數據分析，精

確了解使用者需求，並據此進行系統改進，進一步提高工作效率與服務質量；並且不斷精進民眾官網體驗服務，線上金流信用卡的串接，提供民眾更多付款選擇性，增加消費者付費多元化，降低付款難度；停車場車牌辨識系統維護，改善老舊系統磁扣取幣遺失風險，加速入場時間，降低民眾排隊入場秒數，因應科技潮流，增加停車便利性；相信透過中心持續努力，確保數位化管理服務不斷進步，為所有同仁與團隊提供最佳的支持與服務，達到數位管理服務的效益，作為營運規劃的方向指標。

### (三) 硬體設備維護與改善推動

場館硬體設備維護與改善對於保障場館正常維運和提升使用體驗至關重要，定期維護保養主要為確保系統穩定運行和延長設備壽命的重要步驟，硬體修繕是維持設備及相關衍生設備性能的必要方法。但因近年來物價調漲、薪資調整、電費調升，加上中心設備歷經 14 年載淬鍊運轉，大部分設備超過使用年限多年，目前將面臨設備隨時無法運作之窘境，在營運成本大幅調高情況下，對中心既有經費來源即是一大艱難的課題，期望未來可透過各項經費爭取，及中心檔期安排下，逐步與時俱進，如地下室機械停車場改為平面停車場、舞台及機電設備更新等，在既有經費下，將維持基礎維運項目如下：

1. 舞台設備及機電設備修繕及改善：老舊舞台設備及機電設備的修繕與改善，對於舞台表演及劇院管理具有極其重要的意義。隨著時間的推移，設備使用年限已逾年限多年，加速出現磨損與老化現象，最直接影響場館的營運效率，並對觀眾和工作人員的安全構成影響。故在現有經費下，要維持基本維運，可能還需經費不斷挹注，才能達成，加上當維修已無法產生效益，又隨著科技進步，舊有設備備品停產，對中心也是一大挑戰，往往並非單純更換單獨零件即可解決，此時將考量設備連同附屬設備同步汰舊換新，因此維運成本將逐步墊高，未來中心將盡可能透過監督機關各方補助申請，依據補助後的金額，逐步汰換舊有設備，並針對維運期間消費者反饋意見，逐步討論改善中心硬體條件，如公共空間燈光亮度改善、舞台設備及機電設備更新升級等基礎維運設備改善，以期讓場館可以保持其競爭力，提供更高質量的服務，並確保每場演出都能順利進行。

2. 基礎維運設備及劇場設備定期維護保養：在現代劇場運營中，定期設備維護保養是確保表演質量和觀眾安全的關鍵。設備包括燈光、音響、舞台機械、電力系統及空調等，皆是劇場運作不可或缺的組成部分。燈光和音響設備是劇場氛圍的靈魂，定期檢查，以確保燈光效果的穩定和安全，防止音質下降或失真，確保聲音清晰準確；舞台機械包括劇場升降平台和各類吊掛裝置，需定期潤滑、檢查和測試，以防止故障和安全隱患；電力系統是所有設備的能源供應核心，定期檢查電線、插座及配電箱，能有效防止電力中斷和火災風險；空調系統為劇場內部空氣質量，影響觀眾和演職人員的舒適度，定期維護有助於保持良好的室內環境。故基礎維運設備及劇場設備的定期維護保養，不僅是保證劇場運作流暢的必要措施，更是提供高品質觀賞體驗的重要環節。透過定期檢查和保養，我們能確保劇場設備的穩定運行，為觀眾呈現精彩的演出。

#### (四) 場館安全教育訓練

中心定期舉辦自衛消防編組訓練，旨在加強同仁、志工、客服人員、前台人員以及駐館外包人員的消防安全教育，提升大家的安全意識及緊急應變能力。訓練內容包括火災地震逃生演練，通報及避難引導說明，AED 及 CPR 實地演練操作等，使參與者能夠熟悉中心的逃生路線，並通過實際操作來強化緊急應變技巧。並透過課程安排，促進同仁之間的合作與默契，增強團隊凝聚力，有效預防火災、地震及其他災害的發生，確保大家在面對緊急狀況時能夠迅速而有效地應對。同時，通過定期的訓練和演練，中心致力於打造一個更加安全、有序的工作環境，確保所有人員在危機時刻能夠冷靜應對，保障自身及他人的安全。期望透過訓練的持續進行，提升所有相關人員的防災意識，熟悉相關應急設備的使用，啟動中心的安全運行。

#### (五) 場域委託維運管理

場域委託維運管理是現代場館不可或缺的行政管理模式。中心場館的清潔、保全及園藝維護，所佔經費比例為行政管理及總務費用約三分之一，可見其重要性。場館的清潔、保全和園藝是維護場館形象和功能的重要因素，透過保全駐館，可加速熟悉場館設施和流程，能迅速應對突發狀況，保證服務的一致性和場館的安全，確保工作人員和觀眾的人身安全，提升場館的信任度；專業清潔團隊駐館，直接影響到場館的整體環境和觀眾的觀感，乾淨整潔的場館能提升觀眾的舒適度和滿意度，有

助於吸引更多的訪客及團隊的滿意度；外包專業的園藝公司，強化場館的美觀度和環境品質，精心設計和維護的綠化空間不僅提供了愉悅的視覺效果，還能改善空氣質量，創造一個更宜人的環境。透過採購制約的效果，磨合、討論及執行，尋求可靠的合作夥伴，確保場館運營的順暢和高效。通過綜合考量兩者的優缺點，場館可以根據自身需求和資源狀況，制定最適合的管理營運模式。

## 九、場館交流培訓計畫

- (一) 人才交流培訓目的：人才是組織營運的核心，人力資源管理之健全與發展須建立在培植人才的基礎上，轉型後的苗北藝文中心，在公平、公正、公開的招募原則下，同仁以專業能力的提升與面對未來環境的變化應對與彈性，都是中心發展及持續穩定營運的重要關鍵。因此，持續藉由人才交流的機會，並結合各方資源與整合、開拓，是自我提升及場館營運的永續目標，以更精準的培訓課程及交流計畫，由內而外提升場館的品牌價值。
- (二) 教育訓練參訪：場館的展演內容發展多元且快速，為了增強同仁在展演藝術工作上的專業與效率，中心透過教育訓練參訪，去比較能深入瞭解不同場館的團隊營運模式，組織架構以及如何創造更多元的節目，持續規劃參訪教育訓練，除了可以學習到大型場館的活動安排思維外，更能充分的知道怎麼做整體營運。
- (三) 教育訓練課程：除了同仁本身的藝術行政專業以外，中心也安排多元領域的實用性課程，如政府採購法課程、劇場人才專業訓練、稅務、財產管理、藝術與法律等，幫協助同仁在業務處理上更具專業發展能力，希期望未來能更具策略的規劃跨領域課程，有效提升便民服務績效及提高行政效率。
- (四) 館際交流：中心作為苗栗代表性的地方專業藝文場館，除了參訪及課程安排外，我們也分別於 109 年到臺中國家歌劇院、111 年到臺北流行音樂中心、112 年高雄衛武營國家藝術文化中心及 113 年臺北表演藝術中心等，實地參訪交流座談北、中、南各中央及地方行政法人表演場館，藉此學習各縣市藝文場館的運營與特色。不僅如此，我們更透過苗北原創音樂劇製作，在執行面實際藉由館際交流的機會，持續深化館際連結，將苗栗的創作能量從在地拓展到各地，希冀開啟巡演與合作機會。

近年各地文化展演場館陸續落成，114 年預計規劃參訪相關行政法人專業場館或進行地方場館交流，期望能更進一步了解各專業藝文場館的營運及劇場設施規劃。

### 參、年度預算規畫

114 年度預估收入總計 7,444 萬 3,305 元，其中苗栗縣政府補助收入為 4,937 萬 361 元(包含營運管理補助款 4,800 萬元及房屋稅及地價稅補助款 137 萬 361 元)、政府專案補助編列 1,902 萬 444 元(因代管資產分期提列折舊費用及同額轉列政府專案補助收入)、中心各項收入為 605 萬 2,500 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)，中心各項收入佔政府公務預算補助收入比例為 12.26%。

附表、苗栗縣苗北藝文中心 114 年度各項工作計畫預算

工作計畫	摘要說明	執行 期程	114 年預算		備註
			收入(仟元)	支出(仟元)	
年度演出 節目計畫	(一)苗北小劇場	1-6 月	70	500	
	(二)親親苗北	1-6 月	300	1,000	
	(三)苗北心勢力	5-9 月	0	0	
	(四)苗北焦點特別企劃	1-12 月	148	585	
	(五)售票系統、攝錄 音、調音及其他	1-12 月	0	498	
品牌展演 特別企畫	發展場館作品 IP 擴大場館品牌加乘力量	1-12 月	1,300	5,500	
年度藝文展 覽計畫	(一)新春系列	1-2 月	22.5	1,641	
	(二)主題系列	3-8 月	65	170	
	(四)大師系列	10-12 月	0	1,070	
	(五)館際合作系列	1-12 月	0	170	
年度租用服 務計畫	(一)「線上場地租用申 請系統」數位應用	1-12 月	0	150	
	(二)表演藝術場地租用 服務	1-12 月	3230	580	
	(三)展覽場地租用服務	1-12 月	100	0	
	(四)場域空間租用服務	1-12 月	75	0	
藝術教育養 成計畫	(一) 苗北講堂	1-12 月	30	108	
	(二) 藝術工坊	1-12 月	72	157.5	
	(三) 藝起來苗北-藝術體 驗教育計畫	1-6 月	0	220	
	(四) 苗北表演藝術欣賞	3-8 月	500	1,130	
	(五) 節目指南講座	7-10 月	0	12	
年度行銷宣 傳計畫	(一)實體通路宣傳	1-12 月	0	302	
	(二)網路行銷	1-12 月	0	100	

工作計畫	摘要說明	執行 期程	114 年預算		備註
			收入(仟元)	支出(仟元)	
	(三)專題、廣媒報導	1-12 月	0	845	
藝友推廣服 務計畫	(一)會員經營 (二)會員招募 (三)會員專屬活動	1-12 月	80	60	
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	900	
	(三)硬體設備維護與改善	1-12 月	60	1,817	
場館交流培 訓計畫	(一)教育訓練參訪	1-12 月	0	48	
	(二)教育訓練課程		0	35	
	(三)館際交流		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	11,202	

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。