

111 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 112 年 7 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 .....	1
參、營運績效具體事蹟 .....	2
一、 營運目標及使命 .....	2
二、 年度演出工作計畫 .....	3
三、 「苗北藝術節」品牌展演計畫 .....	6
四、 年度藝文展覽計畫 .....	10
五、 年度租用服務計畫 .....	17
六、 藝術教育養成計畫 .....	20
七、 年度行銷宣傳計畫 .....	21
八、 藝友推廣服務計畫 .....	23
九、 場館硬體維運計畫 .....	24
十、 場館人才培訓計畫 .....	28
十一、 場館服務統計 .....	29
肆、評鑑結果 .....	30
伍、總評 .....	31

## 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 112 年 05 月 23 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

彭召集人德俊(苗栗縣政府簡任秘書)

沈委員敏惠(中國文化大學戲劇學系講師)

汪委員虹(臺中國家歌劇院副總監)  
李委員孟融(萬座曉劇場營運總監)  
黃委員智群(苗栗縣政府文化觀光局副局長)  
(召集人後依委員姓氏筆畫順序排列)

## 參、營運績效具體事蹟

### 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，肩負表演藝術與視覺藝術之策劃執行推廣、專業技術及展演人才培育、國內外文化合作及交流的任務；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。

在活動規劃上，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，並此透過節目共製，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。

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、線上場租系統建置持續升級及租賃服務等，導入數位科技系統，輔助行政及劇場管理，透過數績與資訊反饋，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。

## 二、年度演出工作計畫

111 年度演出活動，分季規劃苗北小劇場、金鑽苗北流行演唱、苗北心勢力、2022 苗北藝術節系列演出；另依節氣推出苗北之星歌唱大賽、藝起來苗北—藝術教育體驗計畫、苗北表演藝術欣賞夏令營教育推廣活動。年度總計辦理 23 場次、購票報名 9,105 人次，達 78.38%入座率。

(一)「苗北之星」歌唱大賽：

分別於 1 月 15 日辦理初賽、2 月 13 日辦理決賽；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。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 100 人次，決賽因配合疫情有條件開放觀賽，現場參與 114 人次，辦理成效良好。

(二)「苗北小劇場」系列企劃：

節目型態豐富，展現多元藝術視野；自 4 月 15 日至 5 月 20 日，於苗北藝文中心實驗劇場演出 4 場。(A)身聲劇場《在大水之中》融合肢體、戲劇，傳遞一個一歲到九十九歲都能樂在其中的現代洪水寓言；(B)喜劇團《不管三七二十一》特別邀請馮翊綱老師擔任引言人，由「相聲百人一首」精選製成，將古詩詞 KUSO 改編成 3 至 5 分鐘的相聲段子，由團長翁銓偉、黃士偉、御天十兵衛共同帶來創團作品；(C)東方巴洛克樂團《炫彩巴洛克》室內樂由陳孟亨(木笛)、張碩宇(巴洛克長笛)、大下詩央(巴洛克小提琴)、葉書瑋(巴洛克大提琴)、阮秀慈(大鍵琴)共同演出，以巴洛克樂器演奏早期音樂的經典作品，打開聽覺新視野；(D)馬戲之門《巴哈嘎不可不可》，運用馬戲、戲劇、肢體喜劇、默劇等元素，賦予平凡的生活天馬行空的想像，增添競爭的趣味。苗北小劇場以多樣表演型態，玩轉劇場無限創意，限於舞台使用空間，演出四場可售席 536 席，購票人次 389 人，入座率達 72.57% 售票佳績。

(三)「藝起來苗北」藝術教育體驗計畫：

與苗栗縣政府教育處媒合合作、共同主辦「藝起來苗北」藝術體驗教育計畫，結合苗北小劇場，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，擴大中心藝文受眾對象，擴散藝術力量；藉以提升學生藝術活動養成教

育之認同感。獲得本縣教師學童廣大迴響，大獲好評；年度辦理五場次，媒合苗栗縣內 23 校、1,011 位師生報名。本年度五月份，因多校備受疫情居高不下，正處調整停課標準或採線上遠距授課之疫情影響，因此取消二場次、辦理三場次，實際到館 7 校 364 師生參與，深受影響。

(四)「金鑽苗北」流行演唱：

原規畫透過流行演唱的安排辦理之「金鑽苗北」，本年度以結合苗北藝術節節目邀請曾國城、唐從聖、林美秀、鄭茵聲，具影視金鐘實力藝人，以舞台劇方式，於 11 月 12 日演出 2 場；成功締造場館的話題聲量，啟售後迅速售罄，購票人次 2,118 人，達入座率 99.85% 亮眼售票佳績。

(五)「苗北心勢力—發掘苗栗·在地力量」系列節目：

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，為苗栗縣傑出演藝團隊年度售票演出，自 8 月 27 日至 9 月 17 日，共三檔四場次的展演節目；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。演出團隊為本年度獲選苗栗縣在地扶植傑出演藝團隊：

(A)蕭建平電視木偶劇團《神魔布袋戲之黑暗曙光-在地劇團躍上大螢幕》介紹電影裡的戲偶角色以及製作過程；(B)聯合民族管弦樂團《天光物語》以在地人文地景做為創作發想，委託三位作曲家呂明紘、何立仁、黎俊平為音樂會創作出屬於地方特色的作品風格；(C)傳源文化藝術團《彈撥之間》(2 場)以古老的口簧琴聲，成為現今了熟悉卻又陌生的器樂，像是迷路的旅人找不到「回家」的路徑。(D)新樂舞舞團《蓮想》，融合現代與古典來作舞蹈的呈現，期盼能引發共鳴與反思。一幕幕的舞影觸動了內心的人生感悟。演出主題涵蓋古典傳統與現代藝思，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。系列展演參與 3,083 人次(觀展 1880 人/購票 1,203 人)，達 66.67% 入座率。



(六)苗北表演藝術欣賞夏令營：

111 年 7 月 25 日至 7 月 28 日 (4 天 3 夜)，假本中心實驗劇場、排練室及臺灣客家文化館等辦理一梯次。邀請果陀劇場創辦人暨藝術總監梁志民企劃，另邀國內頂尖音樂、戲劇、舞蹈師資—采風樂坊黃正銘總監、舞蹈空間舞團平珩總監、國立臺灣交響樂團劉玄詠團長、果陀劇場黃諾行舞台監督擔任主講；並以舞台劇《淡水小鎮》演出文本進行取材，串連課程並此邀請劇中的女主角蔡燦得(艾茉莉)，及活躍於舞台劇知名演員唐從聖為明星導師，進行成發會舖陳安排，以培養小四至國三生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，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。招生限額 50 名，實際報名 48 名，達成率 96%；其中 5 名學員因新冠肺炎確診並處居家隔離期間故申請退費，實際參與 43 名。

(七)2022 苗北藝術節：

於 10 月 1 日至 12 月 25 日，推出「大師 X 風華再現」、「名家 X 經典交響」、「品牌 X 跨界共製」等三大系列、九大展演，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」。演出七場可售席 6,049 席，購票人次 4,774 人，入座率達 78.92%售票佳績。

### 三、「苗北藝術節」品牌展演計劃

「2022 苗北藝術節」接續 2020 年以來「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，引進新觀點、開拓新視野，打造苗栗及苗北藝文心場館代表性的品牌節慶。節目品牌重點如下：

(一)發掘苗栗—「聲影苗栗」

山城地景與金馬電影的音樂交織，發現苗栗景觀的無限魅力、打造節目專屬 IP：12 月 11 日，由國家電影及視聽文化中心藍祖蔚董事長攜手灣聲樂團，打造獨家限定《聲影苗栗》電影經典音樂會，以《魯冰花》、《龍門客棧》、《賽德克·巴萊》、《小城故事》四首曲目，詮釋在苗栗取景、並獲金馬肯定的四部電影。節目邀請多次獲得金曲獎殊榮的李哲藝老師擔任樂團音樂總監暨指揮，聯手二胡演奏家張瑟涵、演唱家羅美玲，晶晶兒童合唱團與灣聲樂團，共同演出創造絕美浪漫的電影音樂之夜；更難得的是，本場次邀請藍祖蔚董事長擔任影像顧問暨專場導聆，憑藉數十年的電影鑑賞專業，和現場觀眾分享這些美麗景色背後的迷人故事。

## (二)連結臺灣—「大孀婆在苗北」

劉興欽創作特展：邀請臺灣重要漫畫家、發明家、教育家劉興欽老師，也是第十三屆國家文藝獎、客委會「終身貢獻獎」等多個獎項得主擔任策展，展期自 10 月 1 日至 12 月 25 日，在苗北藝文中心展覽室，展出作品，有曾經風靡台灣數個世代的經典漫畫、刻畫客庄文化的民俗畫和銅雕，以及創意十足的專利發明品，每一件作品都值得觀展者細細品味，從中探尋並發現客家文化藝術之美，和台灣早年的社會人文風情，透過作品的引領，邀請大家共同進入國寶大師劉興欽筆下精采無限的創作世界。

## (三)吸納世界—「名家 X 經典交響」

三大交響齊聚首，打造臺灣頂尖與國際名家的交會時刻：2022 苗北藝術節，除了再度集結國內三大樂團與最頂尖指揮家外，更邀請到國際知名小提琴家、鋼琴家、聲樂家，以國際品牌加乘凝聚在地文化實力，再創交響盛事薈萃在苗北！

11 月 6 日，由 NSO 新任音樂總監準·馬寇爾 (JUN MÄRKL) 帶領 NSO 國家交響樂團演出孟德爾頌《芬加爾岩洞》序曲及第四號《義大利》

交響曲，並與當今炙手可熱的加拿大籍日裔小提琴家五明佳廉 (KAREN GOMYO) 同台帶來四大小提琴協奏曲之一的孟德爾頌小提琴協奏曲。開幕之夜，以全場「幸福先生」孟德爾頌作品，帶給 2022 苗北藝術節樂迷，更多美好的現場和難忘的回憶。

11 月 18 日，由備受讚譽的國際指揮名家麥可·奈斯托洛維奇 (MICHAL NESTEROWICZ) 執棒 TSO 臺北市立交響樂團，浪漫鉅獻德弗札克第七號交響曲；更邀請近日樂壇最熱門討論的范克萊本新科銀獎得主俄籍鋼琴家安娜·葛努仙涅 (ANNA GENIUSHENE)，擔綱柴科夫斯基第一號鋼琴協奏曲，為樂迷們帶來最華麗的初冬交響夜晚。

12 月 17 日，由指揮大師簡文彬帶領 NTSO 國立臺灣交響樂團，攜手抒情女高音耿立及韓國男高音崔勝震 (CHOI SEUNG JIN)，以普契尼《托斯卡》、《薇麗》、《杜蘭朵》歌劇選粹揭開上半場，下半場再獻威爾第《奧泰羅》、《那布果》選粹，佐以艾爾加及柴可夫斯基管弦作品。華麗鉅獻兩大義大利歌劇巨擘經典，讓樂迷沐浴在義大利的深情浪漫中！

12 月 23 日，邀請到以愛樂為名、創作自由而享譽國際樂壇的「愛樂者聯盟」作為演出系列的節目壓軸。三位維也納愛樂獨奏家、兩位柏林愛樂獨奏家、一位全能奧地利鋼琴家、一位小提琴家擔綱即興演唱，組成風範迷人、炙手可熱的室內樂天團；個個技藝精湛，憑藉得心應手的駕馭力，融合古典、爵士、克里茲莫、拉丁、流行樂，激盪不同以往的音樂語言，打造獨一無二的音樂現場！

#### (四) 跨域展映—「島嶼江湖·武俠在臺灣」

由本中心與國家電影及視聽文化中心共同主辦，展期自 10 月 1 日至 12 月 25 日，在苗北藝文中心藝廊，除原汁原味呈現武俠劇中古今交會的意境，更於展區中設置情境式體驗專區，只要下載手機 APP，觀眾便能置身電影中，「化身」武俠造型穿搭、「習武」武俠經典橋段、「鍛鍊」武俠幕後導覽、「仗義」電影數位修復、「相知」致敬胡金

銓導演等。展覽期間更將於實驗劇場播映數位修復版《龍門客棧》，此片 1967 年上映後榮獲金馬獎優等劇情片、最佳編劇獎，電影中實景拍攝的明代亂世山河，便取景於苗栗火炎山山谷的河灘。透過沈浸式互動展出，讓大家仿若置身於胡金銓導演運用臺灣地景，山水和夢寐交織的武俠奇譚。

#### (五) 互動共演—「會演是英雄」互動式劇場

是一齣集合明星脫口秀、戲劇、表演訓練及現場多媒體互動投票等，充滿驚喜變數的舞台表演，現場傳授「生活中成為不敗英雄」的密技。本劇由金鐘綜藝機智天王曾國城、四金影展影后林美秀、劇場百變精靈唐從聖、超演技派網路女神鄭茵聲首度同台飆戲演出，演出中場透過互動科技，邀請觀眾現場投票，決定下半場劇情發展。更加碼現場挑選一名觀眾加入含金量爆表的演員行列，成為表演的「第五位演員」，以二個場次、三套劇本、五個角色，120 種組合、N 種不同結局，打造獨一無二的互動式劇場表演。

「2022 苗北藝術節」從苗栗人文地景出發，穿越電影和漫畫的色彩紛呈，接軌享譽國際的頂尖音樂陣容。透過精緻多元的節目，形塑在地認同，也為觀眾打造出藝術性的空間對話。2022 苗北藝術節自 10 月 1 日至 12 月 25 日，推出「大師 X 風華再現」、「名家 X 經典交響」、「品牌 X 跨界共製」等三大系列、九大展演。其中，展出二檔，觀賞參與人次 28,166 人；演出七場，購票人次 4,774 人，入座率超過 78.92% 售票佳績。

- (一) 「大師 X 風華再現」系列：展出二檔、數位修復電影播映五十場。此系列「大孀婆在苗北·劉興欽創作特展」邀請受六任台灣總統接見過的國寶級連環漫畫家劉興欽擔任策展，藉由風靡臺灣數個世代的經典漫畫、民俗畫、雕塑、發明品等作品，讓客家魂躍然紙上，從中探尋並發現客家文化之美；另與國家電影及視聽文化中心共同主辦的「島嶼江湖·武俠在臺灣」特展，並於實驗劇場播映數位修復版《龍門客棧》，

透過沈浸式互動展出，讓大家仿若置身於胡金銓導演運用臺灣地景，山水和夢寐交織的武俠奇譚；展出期間，邀請四所原住民重點學校參與導覽活動，參與學生為 116 名，本展總觀賞人次 28,166 人。

- (二) 「名家×經典交響」系列節目：安排四場由國內指標樂團與國際樂壇名家共同演出。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(準·馬寇爾、麥可·奈斯托洛維奇、簡文彬)，以及享譽國際的三位獨奏家五明佳廉(小提琴家)、安娜·葛努仙涅(范克萊本新科銀獎得主鋼琴家)、抒情女高音耿立與韓國男高音崔勝震；另邀請到以愛樂為名、創作自由而享譽國際樂壇的「愛樂者聯盟」作為演出系列的節目壓軸；連結臺灣、吸納世界，打造臺灣頂尖與國際名家的交會時刻。首次推出「經典交響套票」，定瞄愛樂者一次購買 NSO、TSO、NTSO 三檔節目套票，一團都不能少，總售出 125 套；本系列四場總購票人次 2,156 人。
- (三) 「品牌×跨界共製」系列節目：三場，邀請金鐘綜藝機智天王曾國城、四金影展影后林美秀、劇場百變精靈唐從聖、超演技派網路女神鄭茵聲，擔任「會演是英雄」互動式劇場表演(二場)；另獨家製作《聲影苗栗》電影經典音樂會，除了連結「臺灣影視／電影作品」、跨域運用互動科技，更打造「苗北獨家限定」演出製作，邀請藍祖蔚董事長擔任影像顧問暨專場導聆，攜手金曲獎得主李哲藝老師擔任樂團音樂總監暨指揮，與灣聲樂團、二胡演奏家張瑟涵、演唱家羅美玲，晶晶兒童合唱團，共同詮釋《魯冰花》、《龍門客棧》、《賽德克·巴萊》、《小城故事》四首在苗栗取景、並獲金馬肯定的四部電影主題曲，購票人次 2,618 人。

#### 四、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、紙藝、複合媒材等，營造豐富藝文氣息，提升民眾審美之能力，111 年度，主辦展覽計 17 場次，展覽開放天數 273 天，共計 83,251 人參與，內容分述如下：

(一)新春展覽暨系列活動：

1. 「迎新迎春-花藝藝術作品展」：為新春節慶的第一展，增添年節氛圍，展覽室規劃新春意象之展覽展出圍繞歲時節慶為主題，邀請新竹縣花藝設計協會策畫，象徵年節意向之版畫與花藝的結合，展覽以 2022 金虎年，花藝藝術作品最能代表欣欣向榮，而各色的花材，千紅萬紫如同金銀財寶，大大小小的花藝創作作品，令人賞心悅目，觀展人次 4,099 人。
2. 「攝影·詩-國際金獎大師曾進發攝影個展」：於藝廊展出，從內心呈現出「內心的景象」，利用純熟的攝影技巧完整呈現之，好的攝影作品充滿故事性與想像延展空，可以讓觀賞者在心中有共鳴的想像畫面並為之感動，詩化攝影的意思就是把攝影的記錄功能，注入自己的情感詩化攝影，讓攝影從淡然無味的影像記錄變身為像詩歌裏面呈現表達出來的美感與意境，攝影詩化就是攝影藝術化，感情化，觀展人次 3,467 人。
3. 配合主題展覽搭配系列傳承節令活動：「新春揮毫」、「創意春聯」、「版畫拓印」，年節前紛紛除陳布新，象徵展開新生活，於 1 月 15 日於大廳舉行與民眾有感年節互動，讓中心成為年節聚眾走春之好去處，活動人數計 634 人。

(二)兒童節展覽暨系列活動：

「2022 有樂童享在苗北」兒童節活動，由苗北藝文中心與竹南鎮公所共同主辦、苗栗縣政府文化觀光局協辦；包括演出活動「童樂舞台」原創演唱、「紙風車幻想曲」兒童劇，及視覺繪畫比賽「童畫苗北」，與文創藝品設攤「童趣市集」。規劃於 111 年 4 月 2 日週六上午 8 時至晚間 20 時，安排戶外公演、原創演唱、繪畫比賽、文創市集等多元型態，12 小時不間

斷的藝文活動，在苗北藝文中心前戶外廣場舉行，活動合計 2,740 人次參與。

1. 「摺の樂章-台灣摺紙協會作品展」：邀請台灣摺紙協會展出，本次以苗北藝文中心的意象，加入包含像是樂器、音符等音樂元素的摺紙作品，另外就是摺紙藝術作品常出現的生態摺紙，還有各式的主題創作，幾何、生肖和交通物件等摺紙作品，以『摺紙』來讓參觀民眾認識『摺』的多元面向，並且讓參觀來賓透過現場實際的手作，進而喜歡上摺紙，也希望能讓『摺』的概念豐富生活，觀展人次 2,771 人。
2. 「流光瞬息-國際海報作品展」：由台灣海報設計協會展出，是以時光為主軸，詮釋時間及數字在圖文設計上的趣味及想像空間，其中也包含了台灣海報設計協會多年在台灣紮根及國際交流的成果與努力，作品邀集了亞州、美洲、歐洲等多個國家共 90 件的海報設計作品，以多元傳達形式呈現，通過此次的海報展讓來自各方的眼光投射在海報設計之中，將能量放眼到無限可能，觀展人次 2,863 人。
3. 「畫苗北·童畫展-繪畫比賽得獎作品」：展出「2022 童畫苗北」繪畫比賽得獎作品，讓得獎小朋友一同展出，此舉，無非是對得獎人的一種鼓舞、肯定，也是讓小畫家們留下美好的註記，我們也能在欣賞畫作之餘再次看見孩童畫中激發出無限潛能，觀展人次 963 人。
4. 「2022 有樂童享在苗北」兒童節活動：由苗北藝文中心與竹南鎮公所共同主辦、苗栗縣政府文化觀光局協辦；包括演出活動「童樂舞台」原創演唱、「紙風車幻想曲」兒童劇，及視覺繪畫比賽「童畫苗北」，與文創藝品設攤「童趣市集」。4 月 2 日上午由「童畫苗北」繪畫比賽拉開序幕後，原創演唱與文創童趣市集各單元接續在苗北藝文中心前戶外廣場舉行，晚間壓軸的《紙風車幻想曲》在春雨中登場，儘管天公不作美，親子熱情參與，精彩活動維持 12 小時不間斷。縣長徐耀昌也在近午時分與文觀局副局長王浩中，立委陳超明夫人吳麗

利、竹南鎮長方進興、頭份市長羅雪珠與多位縣議員、代表，到場參觀活動向小朋友賀節，向親子致意；系列活動合計 2,059 人次參與。

- (A) 「童畫苗北-繪畫比賽」為迎接歡樂兒童節，提倡兒童美術教育，發掘自我潛能，促進良好親子關係，鼓勵兒童發揮創意，培養健全人格；藉繪畫比賽培養兒童藝術涵養，提供其自由創作空間並選拔優秀作品展出，凡對繪畫有興趣之，幼兒園及國小學童踴躍參加。本次報名人數達 156 人參與，同時於當日下午假本中心實驗劇場舉行「童畫苗北頒獎典禮」，統計參與人次 132 人。
- (B) 「童樂舞台」原創演唱，於活動是日 16 時 30 分至 18 時，邀請 2022 苗北之皇冠、亞軍，以及國內原創獨立樂團好樂團、綠繡眼，讓觀眾一睹國內年輕音樂創作者以原創音樂展現音樂表現能量。活動是日，適逢低溫，演出在春雨中正常登場，由辦理單位提供雨衣，親子以穿著雨衣方式觀賞，與孩子共同浸淫藝文氣息中，歡度兒童節，在戶外舞台百人席區規劃下，參與人次 76 人。
- (C) 「紙風車幻想曲」兒童劇，於活動是日 18 時 30 分至 20 時，邀請「臺灣品牌」紙風車劇團擔任戶外大型公演。為孩童打造多媒體動畫布景、黑光劇等多元的趣味互動演出，帶給孩子美好回憶，參與人次 650 人。
- (D) 「童趣市集」於活動是日上午 11 點至晚間 8 點，在苗北藝文中心前廣場特別集結 10 組特色文創店鋪，邀請大、小朋友齊來苗北藝文中心參加繪畫比賽，欣賞精彩演出之際，也可以在中心戶外廣場探訪各色有趣及具特色的文創小店鋪。我們匯集了兒童遊(藝)憩相關攤位、輕食/飲品販售、DIY 體驗區、文創產品小舖以及中心品牌創意商品，讓大、小朋友們齊聚中心戶外廣場，在參與繪畫比賽及聆聽戶外音樂會之餘，也能同時品嚐美味輕食，暢意悠遊於中心戶外之節慶氛圍並體驗好玩、創意、富童趣的兒童節藝術節。縱然活動現場恰逢低溫及天雨，仍不減民眾參與熱情，



希望人人感受到中心凝聚的藝文及歡樂氛圍，也藉此創造與在地居民的連結及認同感、更增進藝文凝聚力，活動合計 1,045 人次參與。

(三)暑期系列展覽：

1. 「浮光≡謎離-科學攝影特展」：迎接暑期到來，展覽室首次特別規劃邀請與「國立自然科學博物館」館際合作，展出以華人世界豐厚的科學資產和知識為基礎，將公民的科學能量透過攝影技藝的釋放公諸於世。本次商借第四和第五屆科學攝影得獎作品，題材涵蓋：天文與氣象、地質與礦物、物理與化學、水下與海洋、植物與真菌、昆蟲與蜘蛛、動物、微觀世界等。攝影者面對宇宙萬物的誕生與湮滅，尋找不同尺度生命交錯的瞬間，從內太空的蝌蚪內臟到外太空的日月星辰，試圖掌握穿眼鏡頭的光影角度，解開混沌無明的科學謎語，因此以「浮光≡謎離」為特展主題，觀展人次 3,772 人。
2. 「思念-吳靜芳紙雕藝術展」：享譽國際台灣首屈一指的紙雕藝術家吳靜芳老師，本次以「思念」為主題，作品分別為吳靜芳老師在不同時期的創作，內容包含思念、時光、回憶和生活記事，分別為老師在不同時期的創作。吳靜芳老師在紙雕創作以近三十年的時間，曾受邀至美國(紐約、華盛頓)、日本(東京)、慕尼黑、以色列、中南美洲、中國及全國各地展出。吳靜芳老師的紙雕特色是以一個觀察者角色靜靜的看著周遭一切事物並梳理自己，讓作品為自己發聲，將人們記憶中熟悉且溫暖的年代氣息透過紙雕視野重新展現，並在其中尋找似曾相識的感覺與記憶觀展人次 3,578 人。
3. 「蕭建平電視木偶劇團特展」：「神魔布袋戲之黑暗曙光-在地劇團躍上大螢幕」是「2022 苗北心勢力」由苗栗縣政府文化觀光局與本中心共同主辦，本次展覽主要介紹電影裡的戲偶角色以及製作過程，讓戲迷們能夠回味當年最轟動的神魔布袋戲經典劇；在靜態的展示

中，呈現布袋戲的寧靜之美，亦讓民眾對屬於苗栗的布袋戲劇團偶更深的認知，帶領大家體會布袋戲的文化藝術，觀展人次 1,880 人。

4. 「苗北藝術工坊作品成果展」：暑假期間藉由藝術工坊的開設，特別辦理-「夏日絹印 X 療癒羊毛氈」及「手機攝影 X 流體畫」課程，作品豐富多元，讓民眾藉由創作入門，提昇藝文風氣，進而增加美學鑑賞能力，並於繁忙的工作之餘，可藉由創作放鬆身心達到舒壓的目的，觀展人次 2,232 人。

#### (四)苗北親子聖誕劇場：

苗北藝文中心歲末時節，該節慶期間，除了辦理「大師 X 風華再現」苗北藝術節系列展覽外，另推出冬日鉅獻「2022 苗北歡樂耶誕樂」。活動規劃於 12 月 24 日（六）晚間 18 時 30 分至 21 時 30 分，假本中心 1F 正門廣場、前廳、側廊等四個場地，帶來「天籟報佳音」、「吹響耶誕城」、「戲遊平安夜」三個精彩表演，以及充滿樂趣與驚喜的交換禮物，在平安夜不間斷輪番上演。四系列活動，以人聲重唱、銅管重奏、馬戲、光影多種演出型態，以音樂互動與歡樂為主軸，在苗北藝文中心帶給觀眾一個平安溫馨的「歡樂耶誕樂」，總計 1,509 人次參與。

1. 「天籟報佳音」三場，邀請多次擔任國際音樂團隊的指定合作團隊—臺中室內合唱團，以帶來多首膾炙人口的耶誕歌曲，歌頌耶誕時光，為各位獻上冬日祝福，參與人次 260 人。
2. 「戲遊平安夜」三場，邀請享譽國際的臺灣當代馬戲團隊—方式馬戲，與本中心的聖誕光影一同共舞、對話，在中心前廣場，展現特技劇場的力與美，參與人次 596 人。
3. 「吹響耶誕城」三場，邀請「專業、有天賦且充滿自信」曾獲美國管樂巨擘 RODNEY WINTHER 博士盛讚的幻響交響管樂團，演奏跨越古今中外、曲風多元的耶誕主題名曲，帶給觀眾銅管磅礴昂揚與活潑趣味兼具的精采表演，參與人次 504 人。

4. 「交換禮物」三場，為迎接溫馨耶誕佳節，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 149 人。

(五)場館交流：

本年度與國立自然科學博物館合作展出「浮光≡謎離-科學攝影特展」外，也結合苗栗在地文化場館，強化地方特色參與，透過與三義木雕館及苗栗陶博館合作辦理，展出「三義木雕薪傳作品展」及「苗栗陶藝展」，巡迴展出；三義及公館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。

1. 「三義木雕薪傳作品展」：於側廊展出 20 件作品，本次展出分為三個部份，第一部份為文昌帝君，第二部份為吉祥圖作品的構圖是以菊、花、象為內容物件，屬吉祥話語的傳統小木作，第三部份展出老鼠作品，孩子與老鼠的嬉戲，帶出觀眾最純粹像小孩的快樂，觀展人次 5,618 人。
2. 「苗栗陶藝展」：於側廊展出 18 件作品，苗栗陶藝從傳統窯業時期、西洋裝飾陶瓷時期、柴燒陶藝時期，以至正在行塑的現代陶藝階段，都能穩健快步地前往突破，不論是在技術、理念、都表現亮眼，在國內外陶藝界被看見，本次與苗栗陶瓷博物館合作展出陶藝作品，令人驚豔，觀展人次 4,663 人。

(六)苗北藝術節展覽系列：

1. 「大孀婆在苗北-劉興欽創作特展」：為苗北藝術節「大師 X 風華再現」系列，邀請受六任總統接見過榮獲人間國寶級漫畫家、藝術家、發明家、國家文藝獎和客委會「終身貢獻獎」得主劉興欽老師展出，展覽室以四個展區呈現，首入眼簾為漫畫創作區及迎賓牆，由中間的大事記開始，左邊的訪談影片由大愛電視台提供，為劉興欽最詳盡的電視專訪；第二展區為民俗畫創作區、第三展區為發明創作區、第四

展區互動體感區；透過作品的引領，邀請大家共同進入國寶大師劉興欽筆下精采無限的創作世界，觀展人次 12,499 人。

2. 「島嶼江湖·武俠在台灣」：首度與國家電影及視聽文化中心共同主辦，除原汁原味呈現武俠劇中古今交會的意境，更於展區中設置情境式體驗專區，只要下載手機 APP，觀眾便能置身電影中，「化身」武俠造型穿搭、「習武」武俠經典橋段、「鍛鍊」武俠幕後導覽、「仗義」電影數位修復、「相知」致敬胡金銓導演等。展覽期間於實驗劇場播映數位修復版《龍門客棧》50 場次，此片 1967 年上映後榮獲金馬獎優等劇情片、最佳編劇獎，電影中實景拍攝的明代亂世山河，便取景於苗栗火炎山山谷的河灘，透過沈浸式互動展出，讓大家仿若置身於胡金銓導演運用臺灣地景，山水和夢寐交織的武俠奇譚，觀展人次 14,447 人。
3. 「苗北藝術節海報展」：配合苗北藝術節廣泛宣傳，於中心一樓展出，2022 苗北藝術節延續往年的亮眼成績，帶入深受好評的三大苗北限定主題—「大師 X 風華再現」、「名家 X 經典交響」、「品牌 X 跨界共製」，苗北藝術節從苗栗人文地景出發，透過精緻多元的節目，形塑在地認同，特別規劃設立每場次海報展覽，讓民眾走進苗北能第一時間了解中心全方位的展演活動，希望每位來到苗栗的朋友，都能在這裡找到「你的城市知己」，觀展人次 20,399 人。

## 五、年度租用服務計畫

苗北藝文中心是國內外展演藝術及文化共織薈萃的專業場域，透過年度租用服務計畫，提供優質表演場地、展覽場域及場館相關服務，符合外租展演藝術團隊多元之使用需求，引進各類型之表演藝術、視覺藝術等活動以饗觀眾。年度租用服務計畫如下說明：

### (一)「線上場地租用申請系統」

自 110 年 2 月正式上線之「線上場地租用申請系統」，有效落實場館數位轉型，配合本中心「演出場地設備租用服務使用須知」開放檔期線上申請，簡化團隊與場館行政端往來文件資料的繁複流程，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。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流程，充分發揮系統預期功能及效益。

本系統正式啟用後，中心針對表演團隊實際申請操作之使用心得反饋及建議，彙整申請單位不同型態之申請案件、類型及需求，擬定系統升級及改善方向，並於 111 年進行系統優化調整。將場地申請另細分為演藝廳及實驗劇場，使之更符合實際申請需求；也將申請所需詳細資訊及操作介面、後台管理者端之檔期排檔作業邏輯相應修正調整，俾利檔期審查會議效率執行，並更符合使用者操作及使檔期管理作業更臻完善。

## (二)表演藝術活動租用服務：

111 年度表演藝術類外租活動總計辦理 128 場次，參與觀眾人數達 25,436 人次，主要租用型態或辦理用途說明如下：

### 1. 辦理主題性賽事

111 年度主題性賽事辦理場次計 79 場次。苗北藝文中心專業的軟、硬體條件及友善、熱誠的服務團隊，是辦理各種主題性、地方性或全國性重要大型賽事的優選場地。111 年度辦理苗栗縣政府主辦「111 學年度全國學生音樂暨師生鄉土歌謠比賽—苗栗縣初賽」、台灣太鼓協會主辦「全台灣太鼓分組錦標賽」、「全台灣太鼓聯合公演」等競賽。透過賽事，凝聚來自縣內及全台各地的參賽者和校際團隊齊來苗北藝文中心，不僅更打開苗栗縣在國內藝文活動能見度，也迎來更多參與者認識苗北藝文中心，藉此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

111 年度場地提供優質團隊租用計 33 場次。苗北藝文中心演藝廳及實驗劇場以專業的劇場技術條件及劇場設備，吸引國內優質表藝團隊、

演出名家帶給苗北的觀眾豐富的節目選擇。111 年度持續以多元類型的演出，觀眾得以欣賞國內傑出及具專業指標團隊如國立臺灣交響樂團、雲門舞集、朱宗慶打擊樂團、相聲瓦舍的精湛演出。另有優質團隊知名如日本飛行船劇團、日本獨立系影像圓谷製作、狂美交響管樂團、擊樂文教基金會、夢蓮花文化藝術基金會等單位，引入膾炙人口的戲劇、兒童劇以及神韻藝術團之台灣巡迴舞蹈演出，各樣精彩的演出，以饗苗北觀眾。

### 3. 推動藝術教育扎根

111 年度教育性單位租用計 8 場次。苗北藝文中心多年在地扎根，以發掘苗栗及發展在地文化底蘊為己任，服務在地及多族群藝文人口，持續提昇民眾藝文涵養。中心以專業劇場打造專業化、在地化之文化推廣展演平台，提供苗栗縣內或其他縣市各級學校之藝術才能班或校際特色社團交流使用。111 年辦理活動如竹南國小音樂班畢業音樂會、僑善國小舞蹈班年度發表會、頭份國小國樂團年度音樂會、竹南國中音樂社團成果發表會、雲林縣蔦松藝術高中藝術饗宴、輔仁大學音樂學系交響樂團音樂會、清華大學音樂系音樂會等演出，讓藝術教育向下扎根、廣被學子以達藝文教育綿長發展之目標。

### 4. 在地社區交流連結

111 年度提供社區在地單位租用計 6 場次。苗栗縣具有豐沛多元文化及藝術底蘊品味獨特的山城之美氛圍。多元族群特色、藝術文化在各個在地社區巷弄街角，在山嵐澗水處和社區聚落內，多元的族群文化互相尊重、包容，融合發展，在苗栗匯聚成豐，是苗栗成為幸福城市的珍貴資產。111 年特色演出如榮獲苗栗縣「無形文化資產」傳統藝術類之「榮興客家採茶劇團」年度精緻客家大戲、苗栗縣政府文化觀光局年度主辦《苗栗縣客家歌手演唱會》、苗栗縣立國樂團、苗栗縣中港溪國樂團、扶輪社等特色社團成果演出，多元類型活動，讓在地力量發聲、發光，使文化、藝術之種子持續在縣境深耕、茁壯。

## 5. 專業團隊影音錄製

111 年度辦理專業團隊影音錄製案計 2 場次。苗北藝文中心演藝廳及實驗劇場兼具專業劇場設備及優質的音場聲響條件，除做為外租單位演出使用外，中心亦希望開拓劇場及設備之有效運用及更增擴大對外使用機會。故此，中心制定場地租用及合作配套方案，提供團隊及個人做為專業影音錄製使用，使中心專業劇場之使用更加活化及活用，創造與演出團隊互利共榮之機會。111 年度吸引多次榮獲國家傳藝金曲獎之「灣聲樂團」及客家委員會所屬之「國立客家兒童合唱團」於中心演藝廳進行專業影音錄製。藉此打造苗北藝文中心專業影音錄製劇場平台，運用專業劇場條件及優質的合作模式，不僅增加中心劇場使用效能，亦希冀行銷苗北專業劇場品牌及活化場地及設備使用，增加表演藝術動能及與團隊共創雙贏之利。

### (三)展覽租用服務：

111 年度展覽租用場地計四場次，展出 46 天，觀展人數計 1,752 人，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。展出內容如下：「餘三書會第 28 次會員聯展」、「大甲東陶特展」、財團法人廣達文教基金會與苗栗縣政府教育處合作辦理「110 學年度廣達《游於藝》巡迴展『藝術頑童•劉其偉•探索天地』成果展」及「111 學年度廣達《游於藝》巡迴展「擁抱梵谷•探索生命的調色盤」等。

## 六、藝術教育養成計畫

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。另配合苗北藝術節規劃「節目指南講座」，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 47 堂，合計 2,483 人次參與。

- (一)苗北弦樂班：辦理弦樂班計 3 期 36 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 36 堂，合計 1,080 人次參與。
- (二)苗北講堂：計 2 期 11 堂，「積厚流光 音樂群像」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 11 堂，合計 476 人次參與。
- (三)藝術工坊：辦理時下各年齡對象廣受歡迎的課程，定期推出【春之慢活系列】、【苗北時尚玩生活】、【苗北暑期玩創意】、【苗北親子過耶誕】四大系列，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。共辦理 16 場次，累計 456 人參與。
- (四)節目指南講座：5 場，自 111 年 10 月 5 日至 11 月 16 日，邀請林伯杰(金革唱片音樂總監)、高天恒(會演是英雄執行導演)、劉興欽(漫畫金像獎終身成就獎)、藍祖蔚(國家電影及視聽文化中心董事長)及林仁斌(蹦蹦藝術 BONART 執行長)，以「經典交響的不敗魅力」、「觀眾參與正夯，解密劇場新風潮」、「漫畫大師的記憶對話」、「武俠電影中的聲景密碼」、「國際首席名家在苗北」；與觀眾分享深度認識 2022 苗北藝術節「大師 X 風華再現」、「名家 X 經典交響」、「品牌 X 跨界共製」三大面向，每一檔精彩節目的無邊魅力！5 場共計 471 人次報名，成效卓越。

## 七、年度行銷宣傳計畫



111 年度行銷宣傳，包含「社群媒體暨網絡行銷」、「實體通路宣傳」括及記者會媒體報導、廣告推播、傳單派發、節目指南講座、導聆活動、電台專訪等辦理項目。年度統計社群發文共計 285 篇、媒體報章超過 85 則。

(一)社群媒體行銷：

經營 Facebook 社群媒體，及電子傳媒機遇式的廣告模式，將節目行銷拓展 N 世代網路消費族群。111 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期間，FB 臉書粉絲頁報導文章共計 285 篇，分享次數計 744 次、按讚次數計 12,976 次、瀏覽次數計 992,606 次。並於「苗北藝術節」期間，進行苗北臉書廣告(8/17-12/25)觸擊人數 711,137 人、GOOGLE 關鍵字聯播廣告(2 週)總曝光數 24,659 次。另開拓本中心 LINE@官方帳號，自 110 年 9 月 1 日上線；至 111 年 12 月 31 日，關注好友人數超過 1,650 人，穩定成長。以較低成本接觸，達到較高市場觸及率、拓展市場之廣度。

(二)實體通路宣傳：

透過「苗北藝訊」、「貓狸藝文」、「本中心官網」中心既有之實體宣傳通路，持續穩定經營既有之核心客群。「苗北藝訊」每月 25 日出刊，每月印製數量 10,000 份。藝訊採實體紙本方式寄送予本中心藝友會員、縣府局處長官、縣內各主要場館、鄉鎮市公所及其轄下單位、縣內表藝團體及社團、縣內各級學校及頭份竹南地區幼兒園等單位，每月平均計送計 897 個單位，總數 8,710 份。並同步於官網以電子檔方式提供網站使用者瀏覽，及獲知各種展演訊息。

(三)其他

透過大型節慶活動如「苗北藝術節」、「有樂童享在苗北」辦理全國記者會，年度媒體報導超過 85 篇，傳遞打造場館品牌印象，並積極轉化節慶人潮；並透過辦理節目指南講座(5 場)、規劃演前導聆活動(4 場)、特約企業學校洽談，與積極安排電台專訪、拓展有線電視跑馬託播、廣告宣傳車、燈旗施掛、電子看板、形象影片製作、大型活動傳單派發、藝文指南針、PAR 藝文

專業媒體廣告、售票系統網站與 APP 廣告推播宣傳執行項目，拓展並深化場館影響力。

## 八、藝友推廣服務計畫

會員制度的建立、拓展及深根非一蹴可及，「MBAC 苗北藝友」會員新制在近兩年的持續推廣下，雖逢疫情衝擊限制整體藝文產業發展及民眾藝文消費限縮，會員規模雖未達立竿見影之效果，然已略見成效。111 年度「MBAC 苗北藝文」人數計 245 人。會員級別分為：文青卡會員 5 人、紅卡會員 121 人、黑卡會員 119 人。年度會員續留共計 125 人(含黑卡會員 53 人、紅卡會員 72 人)，平均會員續留達 51%。中心持續規劃精緻展演活動，吸引更多藝文愛好人口認同中心理念，成為中心會員，並藉由增進會員互動交流，持續維繫忠實會員。於 111 年透過與外租團隊簽訂外租節目中心會員購票優惠方案，增進民眾加入會員意願及提供會員更多元服務，以達會員續留及吸引更多藝文愛好者成為中心忠實會員。111 年度辦理相關會員推廣規劃如下：

### (一)會員專屬活動，凝聚會員認同

苗北藝友為苗北藝文中心主要的藝文消費及藝文欣賞對象，為了回饋及深化與苗北藝友們的連結性及夥伴關係建立，規劃辦理會員年度專屬活動，以增進與會員互動及意見交流。111 年 9 月 24 日(星期六)上午 9 時 30 分於視聽中心辦理首次藝友會員活動。以「苗北藝文中心·你的城市知己」為基調，邀請林佳瑩藝術總監與苗北藝友們進行「與總監有約-MBAC 苗北藝友交流會」。藉由林總監生動、風趣及專業的分享「2022 苗北藝術節節目規劃緣起、企畫構想、演奏家鮮為人知的藝術生活歷程及藝術行政執行心得等豐富主題，提供藝友們第一手的節目製作安排，不僅推廣藝術節活動及促進會員購票意願，更實質推動增加節目票房收入。交流會亦提供參與者交流、意見分享時間，增加苗北藝文中心與會員之間之互動、期許及藝文心得交流，藉此使會員更增加對中心專業劇場的認識及對於中心藝友家庭的藝文歸屬感。

### (二)結合展演推廣，擴大藝友參與

以中心年度核心節目規劃—「苗北藝術節」為推廣展演活動提供磁吸效應，鼓勵會員實質支持藝術節節目，並持續參與成為中心藝文之友夥伴及為保留忠實既有會員，於 111 年 10 月推出「2022 苗北藝術節限定—藝友效期延長任務」活動，並為推廣藝術節活動，鼓勵新朋友加入苗北藝友，及為服務及維繫既有會員夥伴，此任務活動針對對象資格為凡 MBAC 有效藝友會員皆可參與。會員依黑卡、紅卡、文青卡知會員身分級別，分別賦予不同之藝文參與及會員效期延長任務。會員憑「2022 苗北藝術節」欣賞不同場次之節目、觀看中心展覽及欣賞展覽主題電影之點數集章，於指定時間內，完成藝友集章指定任務，會員即可免費延長其會員效期 3 個月。目標以結合中心展演推廣，擴大藝友參與，增加會員認同。

## 九、場館硬體維運計畫

苗北藝文中心持續提升中心場館之硬體水準，以藝文專業發展為定位，成為國內具代表性之展演場館，從劇場安全、民眾服務、打造中心成為安全劇場、友善團隊服務的專業場館，縮短藝文資源落差，促進藝文深耕，建構苗北文化生活圈之整體藝文發展，成為展現「文化平權」、「友善場館」的最佳案例。

### (一) 展場及商場營運規劃

#### 1. 駐店招商規劃:

有關中心商場規畫營運，參照本中心「駐店招商作業要點」，於 110 年 6 月份辦理「苗栗縣苗北藝文中心文創藝品店暨輕食空間規畫招商案」駐店招商文件審查委員會議，並依據此案招商文件邀標書，由委員擬具初審意見，作為規劃參考。後續經邀請潛在廠商至中心場勘及提供招商條件；廠商意見反饋如星巴克、麥當勞等企業，已於頭份中央路及中心附近知名品牌進駐，並逢疫情期間，廠商考量期初投入設備、裝潢成本及人事費用調漲等因素未有進駐意願。111 年度續針對 110 年度企業反饋之招商條件及審查委員建議，於 111 年 9 月份再度匯集審查委員辦理

第二次「文創藝品店暨輕食空間規畫招商案」駐店招商文件，並針對招商條件及需求逐一審視評估，以顧及中心管理與服務需求及考量現實經濟及客觀租用條件，招商規範經審查委員決議，調整修正招商作業規範，以利吸引廠商進駐意願。並以此招商規範，提供專業律師審閱相關招商文件邀標書、委託經營契約書及營運績效評鑑表等文件，並於 112 年 2 月份辦理公開招標作業，持續辦理，推動商場營運。

## 2. 創意商品設計製作:

111 年續延深化中心品牌概念及行銷規畫考量，除既有之 MBAC 文化創意商品:苗北限定-手工帆布包、寫意鉛筆組、苗北原創設計-苗北好漾 (Young)T-shirt、劇場硬底實力包，接續製作具苗北品牌概念之創意商品—苗北限定帆布包。包款一式兩款，長型及白底帆布，經典的黑色與紅色款式，從中心品牌的角度切入，運用中心識別系統的代表色，簡潔的設計勾勒出中心建物形象及結合中心識別系統，簡約呈現符合年輕世代之品味及喜好。各項創意商品做為中心「MBAC 苗北藝友」會員優惠販售外、配合各項展演活動推廣，吸引不同族群，並以未來中心藝文展商場駐店規畫，做為中心文化創意行銷商品販售及創造周邊效益。

### (二) 數位 E 化管理服務

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，透過資料數位化管理，提升行政效率及業務效能。

### (三) 推動藝文專業場館升級計畫:

為營創美藝與生活休閒融合的文化空間，提升人文素養與藝術氣息，開拓藝術新生命的重要場所，讓苗北成為成為享受文化生活的快樂園地，故本次「推動藝文專業場館升級計畫」之基本出發點在於，提升場館之硬體水準，鞏固其藝文專業發展定位，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，縮短藝文資源落差，促進藝文深耕，建構苗北文化生活圈之整體藝文發展，成為展現「文化平權」、「友善場館」的最佳案例。

1. 推動藝文專業場館升級計畫:

於 111 年獲得文化部及苗栗縣政府補助 223 萬元規劃設計費，經由專業劇場建築師以及劇場專家學者一同進行完整規劃設計，本案得標廠商為趙以諾建築師事務所，該規劃設計案於 12 月完成結案，為使計畫得以延續，接續將透過文化部逐年經費爭取，並於同月提送 112 至 113 年「推動藝文專業場館升級計畫」，苗北場館整建主要分為三階段規劃，第一階段以演藝廳無障礙環境及設施設備改善，包括演藝廳輪椅觀眾席位增設、改善演藝廳演出人員無障礙動線等；第二階段以劇場安全提升，包括增設手動桿平衡鍊條，設備使用電箱(電力改善)，地下停車場無障礙車位與電梯距離動線調整等；第三階段以場館節能與優化，包括觀眾服務場域(前台大廳)空間裝修及整體照明設備優化增設、實驗劇場控制室監看視角優化等設施改善，另考量中心檔期營運日期安排，將依經費爭取情形，調整計畫項目，提升中心劇場軟硬體水準。

2. 十週年基礎設備維運整修工作計畫：

延續 110 年苗栗縣政府補助新台幣 380 萬，整案業於該年度 12 月完成結案，主要整修工項為修繕地震等天然災害影響造成龜裂帶來嚴重漏水問題，維修場館基礎設備核心中央空調損壞，及改善中心後臺除霉防菌潮濕問題，落實增加提升場館安全衛生服務量能，提供劇場維運服務品質。

3. 辦理定期劇場、機電設備維護保養:

於 2 月 7 至 2 月 18 日辦理劇場年度維護保養，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，劇場包括劇場懸吊系統，燈光、視聽設備等設備；辦理演藝廳升降維護保養，分上下半年度保養，於 5 月 27 日及 10 月 14 日辦理維護作業；機電消防年度維護保養分為每月定期保養，每季定期保養，上下半年定期保養，及不定期維護保養，

包括消防、空調、電梯、高低壓電、機械停車場設備、監視器、儲水槽等基礎維運設備保養，以延長使用效能，強化中心劇場安全，提升民眾服務品質。

#### 4. 劇場消防安全訓練:

年度自衛消防編組訓練分為上下半年進行，兩場次共計 102 人參與，上半年度辦理同仁內部教育訓練，下半年度自衛消防編組訓練特地結合劇場安全項目，訓練內容包含火災地震於劇場內逃生演練，通報及避難引導說明、消防案例、AED 及 CPR 實務訓練，下半年度除中心同仁、客服人員、駐警人員、清潔人員外，特地邀請中心志工群一同參與，實地演練。並訂定中心緊急應變措施，針對地震、火警及緊急中斷演出之情形，訂定標準作業流程，以利維護場館現場秩序，降低因應突發狀況發生民眾恐慌安全問題。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。

#### 5. 戶外廣場燈光改善:

於中心正門口上方，及電視牆處加強燈光調整改善，提升戶外廣場燈光亮度，因應戶外正門燈光昏暗，且為階梯式廣場，可能引發夜間民眾觀演參訪中心行進安全問題，透過戶外燈源亮度集中，增加中心正門前可視範圍，提升民眾行進安全性，以避免場民眾夜間入館及散場時因昏暗造成之跌倒、滑倒、摔倒問題。

#### (四) 建築主體商標申請

於本年度 12 月完成商標申請進度，將待申請結果辦理後續商標授權相關事宜。本次商品申請主要以中心外觀為申請目標，為保護中心特色外觀建物不被其他營利事業單位挪為他用，造成中心形象之損壞，另為加深中心建物外觀對民眾能見度，深化中心品牌定位，並保護用在商品與服務上的品牌名稱和圖樣，申請註冊商標，作為行銷本中心的品牌，讓社會大眾認識，並期透過欲使用本中心商標的廠商或團隊，磨合互惠互利方式，達到宣傳中心效益。

## (五) 官方網站體驗改善

中心於 110 年 8 月 20 日新官網上線，主要提供使用者新意象概念，強化使用者的感官視覺效果，並使動態影音呈現更多元化，增加推廣藝文效益，提升民眾參予度。透過民眾的反應及中心需求，因應使用者閱讀習慣，及考量各項營業活動特性，增加中心文創品曝光度，於「場館服務」頁面，新增「創意商品」區，清楚的呈現中心文創品的特色，進而吸引民眾添購意願；另為有效宣傳中心的出版品及歷年活動展示，將「藝友服務」頁面項下之「藝訊」，改至「關於我們」頁面項下，並新增「年刊」類別，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，以達有效宣傳至中心歷年舉辦的各類活動，深苗北於民眾心中的展演活動印象，祈而誘發民眾入館動力，增加中心能見度，深化苗北品牌形象。

## 十、場館人才培訓計畫

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，為使同仁更瞭解工作領域並增加與其他領域及跨部門的專業知識，111 年度場館人才培訓共計辦理七場，其中文化參訪一場、館際交流四場以及教育訓練兩場，參與總人數 138 人，規劃如下：

- (一) 員工文化參訪：近年來表演活動型態日漸多元複雜，為了讓同仁更瞭解不同表演型態及工作模式的專業知識，中心於 07 月 20 日至台北流行音樂中心進行文化參訪交流，本次交流由台北流行音樂中心黃韻玲董事長及同仁接待，並透過座談方式及實際參觀舞台讓中心同仁接觸更多優秀的人才，瞭解不同的專業，參與同仁總計 19 人。
- (二) 館際交流參訪：為建立優質劇場人才，透過不同場館至中心進行館際交流參訪，以追求演出場館永續經營與表演藝術產業蓬勃發展，本年度共四場館際交流，總計 115 人。
  1. 連江縣政府文化處辦理「梅石演藝廳開館前之整備作業」，赴本中心進行館際參訪交流，本次交流由連江縣文化處吳曉雲處長帶隊與苗栗縣文

化觀光局林彥甫局長於 08 月 11 日至中心做館際交流及分享，並進行實際舞台參觀，本次交流共計 7 人。

2. 埔里藝文中心由蘇麗雯館長帶隊，於 10 月 20 日赴本中心進行志工培訓活動館際參訪交流，本次交流由中心林佳瑩總監帶領中心同仁進行志工簡報分享與參觀中心及展覽，本次共計 24 人參觀。
3. 南投縣文化局志工由劉玉湖科長帶隊，於 11 月 19 日赴本中心進行展覽參觀，本次參觀由展覽育成部范志婕經理帶領進行展覽參觀，本次共計 35 人參觀。
4. 新莊文藝中心莊雅雯主任帶隊，於 11 月 20 日赴本中心進行文化志工培訓，本次培訓由演出服務部游嘉琪經理做簡報分享，並由同仁帶領參觀中心展覽，本次共計 49 人參觀。

(三) 教育訓練課程：為實現人才培訓計畫及跨領域專業知識的提升，111 年度共兩場教育訓練，參與培訓同仁總計 4 人。

1. 配合台中國家歌劇院舉辦 2022NTT 學苑「藝術行政人才培訓計畫-實戰班」4/11-4/15，共 5 天，提供同仁參加培訓透過課程討論學習，提升同仁藝術行政領知識，以達到建立自我新工作模式及培養中心自己的團隊。
2. 配合文化部舉辦「第八屆公共藝術獎—臺灣公共藝術 30 年論壇」線上論壇，提供同仁透過線上培訓，增進中心同仁對於公共藝術相關知識。

## 十一、場館服務統計

苗北藝文中心 111 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 351 場次，總欣賞人次 125,911 人次。其中表演藝術類中心主辦演出節目 37 場次，欣賞人數 9,265 人次；外租演出節目 128 場次，欣賞人數 25,436 人次；視覺藝術類藝文展覽主辦 17 場次，觀賞人數 83,251 人；外租藝文展覽 4 場次，觀賞人數 1,752 人；教育推廣辦理 125 場次，參與人數 4,819 人；視聽中心及研習教室外租 40 場次，參與人數 1,388 人。



111 下半年度因疫情趨緩，各大場館紛紛推出精彩活動，中心也同時規劃有別以往的展演活動，另為配合「2022 苗北藝術節」系列展覽，首次規劃 50 場次電影播放，特別與國家電影及視聽文化中心共同主辦電影推廣場次，增加展覽多元性，擴大展覽效益。透過持續辦理優質展演活動及行銷宣傳推廣，吸引中心藝文參與人口逐漸回流，相較於 110 年總場次 275 場次，總參與人數 71,955 人次，111 年度總場次 351 場次，總參與人數 125,911 人次，場次增加 21.65%，總欣賞人數成長 42.85%，皆有大幅提升。

111 年後期藝術團隊節目回溫，外租節目之多元類型、製作規模及需求等亦有調整，相對帶動外租場次教育推廣類之活動增加使用。未來中心將廣續透過規劃精緻展演活動及推廣擴大族群參與，提升恢復藝文參與人口，並從劇場安全及民眾服務的角度，繼續打造中心成為具安全劇場、友善團隊的專業場館，希冀吸引更多藝文愛好者不斷回流，活絡藝苗北場域，讓文化、藝術、展演的生命力在苗北藝文中心永續蓬勃發展。

表 111 年度場次/人次

111 年度		場次	人次
總場次/總人次		<b>351</b>	<b>125,911</b>
表演藝術類	主辦/場	37	9,265
	外租/場	128	25,436
視覺藝術類	主辦/場	17	83,251
	外租/場	4	1,752
教育推廣類	主辦/場	125	4,819
	外租/場	40	1,388

## 肆、評鑑結果

委員審查意見：

(一) 苗北藝文中心行政法人化之後，擬具「專業治理」及「藝術

品質」建立三大核心價值，可於 111年營運績效成果見其成績，建議擬定績效指標項目時，可兼具質化及量化評估。

- (二)「藝術教育」養成及推廣部分，全齡化學習規劃，可再明確分眾及設定參與者樣貌，對藝術扎根打下更穩健基礎。
- (三)可與苗栗縣政府跨局處合作，集合縣府資源及活動在地民眾參，擴大效益，如有機會建議可整合苗栗觀光資源，協力引動觀眾來館。
- (四)「場館品牌」建立，已見成效，場館目標朝「永續劇場」(傳統紙本文宣品減量、節目介紹及節目單減墨印刷或無紙化)邁進，建議宣傳管道可善用當前網路社交平台及多元通路(如自媒體、Line@等)，以圖像及關鍵字等吸引更多年輕觀眾眼球，並詳估其中有效的管道，聚集強化。
- (五)有關「苗北藝文中心原創音樂劇計畫」未來IP發展的規劃，建議順應整體藝文生態變化具體研擬適切之案。
- (六)觀眾資料庫(尤指主辦節目活動)的詳盡分類及活化運用，關係到在地群眾的觀察和樣貌的掌握；觀眾來源與行銷、策展的關係可再強化，像是策展與推廣教育的策略整合，可讓學員漸進為觀眾；目標群眾的設定也會對應到行銷資源的選擇，建議再思考演出、展覽、教育之間的連結與整合，採更對症下藥的方式進行，期待達到事半功倍的效果。
- (七)「苗北藝術節」為場館品牌活動，「策展」理念如何清晰闡述進而彰顯，是否設定明確的主軸發展可再考量。
- (八)身障席次和動線可再優化

評鑑會議採百分法，合計總分為431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 111 年績效，除了維持核心業務運作順暢外，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、「藝術教育」養成及推廣，可再明確分眾及設定參與者

「藝術教育」養成及推廣部分，規劃全齡化學習，明確分眾及設定參與者樣貌，對藝術扎根打下更穩健基礎。並與苗栗縣政府跨局處合作，集合縣府資源及活動讓在地民眾參，擴大效益，如有機會可整合苗栗觀光資源，協力引動觀眾來館。

### 二、「場館品牌」標朝「永續劇場」前進

傳統紙本文宣品減量、節目介紹及節目單減墨印刷或無紙化邁進，建議宣傳管道可善用當前網路社交平台及多元通路(如自媒體、Line@等)，以充分發揮社群行銷功能。並以圖像及關鍵字等吸引更多年經觀眾眼球，詳估其中有效的管道，聚集強化。

### 三、觀眾資料庫的詳盡分類及活化運用

關係到在地群眾的觀察和樣貌的掌握；觀眾來源與行銷、策展的關係再強化，像是策展與推廣教育的策略整合，可讓學員漸進為觀眾；目標群眾的設定也會對應到行銷資源的選擇，建議再思考演出、展覽、教育之間的連結與整合，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。