

【114年09月11日第1140001398號簽核通過1140909修(草6)】

【114年11月25日府文藝字第1140017273號同意備查】

苗栗縣苗北藝文中心

115年度營運計畫

114/09/19 董監事會議通過，114/11/25 苗栗縣政府同意備查

苗栗縣苗北藝文中心 115年度營運計畫

目錄

壹、願景與目標	1
一、提升專業核心價值	3
二、深耕藝文環境	4
三、建立場館藝文品牌	5
貳、115年度計畫	6
一、年度演出暨品牌活動計畫	6
二、年度藝文展覽計畫	8
三、年度租用服務計畫	9
四、藝術教育養成計畫	12
五、年度行銷推廣計畫	14
六、場館營運管理計畫	17
參、年度預算規畫	21

壹、願景與目標

苗栗縣苗北藝文中心為一座區域性專業藝文場館，自 100 年起開始營運，今年邁入第 15 年，起初由「財團法人苗栗縣文化基金會」負責管理，110 年起轉型為「行政法人」模式持續營運。轉型後的前 5 年，中心採取漸進式的品牌經營策略，成功推動地方專業場館的發展。此一過程在國內藝文資源相對有限的苗栗，格外具有挑戰性與珍貴性，也象徵著重大突破與轉變的實現。

如今，「苗北藝術節」這個從零開始打造的品牌，已在藝術展演領域中占有一席之地，也更直接地吸引民眾走入苗栗、認識苗北藝文中心。接下來，我們將延續「藝遊山城、藝結群英、藝響國際」這一核心概念，繼續向前邁進，透過苗北藝文中心舉辦的藝術節或各式特別企劃活動，讓更多來自國內外的朋友與團隊有機會深入認識苗栗這座充滿魅力的山城，也進一步認識臺灣。

■ 「藝遊山城」—發掘苗栗 2.0

苗栗擁有秀麗山水與迷人風光，作為客家文化的重要原鄉，吸引許多嚮往品味客家美食與體驗慢城魅力的旅人。如何在悠遊山城的同時，將精緻且具代表性的藝文饗宴融入其中，並與「苗北藝術節」結合，打造獨具品牌特色的藝術之旅，將成為苗北藝文中心下一階段的重要「客製化」推廣計畫——「藝遊山城」邀請大家一同發掘苗栗之美。

與國內各類團隊、社團、企業、公部門及學校等單位合作，量身打造精緻且具深度的藝文旅程。行程結合苗北藝文中心及苗北藝術節品牌活動，包括購票觀賞演出、參與展覽、專屬講座、場館體驗、造訪在地古厝及大師工坊等特色活動，讓藝文觀光產業於苗北藝文中心發光發熱，打造出獨一無二的新體驗。

■ 「藝結群英」—連結臺灣 2.0

苗北藝文中心是少數兼具表演藝術與視覺藝術專業場域的地方場館，如何在場館活動規劃中獲得更多「藝術盟友」的支持，是苗北未來重要任

務。因此，「藝結群英」計畫將連結臺灣 2.0，結合國內重要藝文展演機構，推動館際交流、藝企合作，共創多贏局面。

館際交流—苗北將與臺灣各大藝文展館緊密合作，無論是視覺藝術或表演藝術場館，透過共享展演作品與製作資源，如延續過去與臺北表演藝術中心、衛武營國家藝術文化中心、以及臺中國家歌劇院節目合作的成功經驗，未來將擴大合作網絡，特別在視覺藝術領域，藉由藝術節平台與國內重要展館共同策展，激盪更多藝術火花。

藝企共榮—持續聚焦於竹竹苗生活圈的科技與企業資源，推動結合富含藝術人文的活動。在苗栗縣政府與董(監)事會的積極支持下，將透過生活平台媒合更多企業投入藝文產業，促使苗北藝文中心與企業攜手共創藝術榮耀。

深耕品牌—苗北藝術節持續邀請國內三大指標樂團展現最高藝術水準，鞏固藝術節作為優質品牌的地位，同時積極推動具地方特色的製作演出，並引入代表性品牌團隊作品，強化品牌影響力與多元發展。

■ 「藝響國際」—吸納世界 2.0

苗北藝文中心憑藉國內品牌的穩固，持續深化核心業務及專業維運管理，接下來將透過「苗北藝術節」持續引進具有國際視野，或是在地價值的創作，並積極加入國內外重要藝文組織，另透過參與表演藝術相關年會推廣場館品牌，尋求與國外場館合作機會，也讓同仁拓展國際視野、參與國際活動學習。在視覺藝術領域，則藉由藝術節策展人歷年作品的連結，將國內重量級藝術家的視覺藝術能量推向國際，積極尋求與國外展館合作，並將國際優秀展品精彩呈現在苗北藝文中心。

作為苗栗最重要的藝文場館，同時也是竹竹苗生活圈不可或缺的夥伴，苗北將持續推動展演活動生活化，透過規劃藝術學苑、表演藝術夏令營、苗北講堂、線上藝文導聆、藝術教育體驗、藝術工作坊及生活廣場等多元活動，致力讓苗北藝文中心成為苗栗的重要寶藏，並傳達「藝術好好玩，好好玩藝術」的理念，邀請大家一同走入苗北藝文中心，體驗豐富多元的藝術魅力。

一、提升專業核心價值

苗北藝文中心在苗栗縣政府監督下，依循行政法人制度運作、採行董(監)事會制度，邁向更具專業性的治理機制，落實公共性與自主性並重的行政法人精神。中心深耕在地藝文共融環境，持續活絡苗栗的藝文生態，展望 115 年，將續聚焦推進場館的三大核心價值：「專業服務」、「維運管理」與「場館品牌」，為苗栗藝文發展注入更加穩健且專業的能量。

- (一)專業服務：透過完善的場地外租服務系統與作業流程，結合組織內部藝術知識的培訓與能力提升，以及委託專業前台團隊的服務支援，使中心營運與合作夥伴能同步掌握第一線且具深度的劇場管理觀念。雙方攜手提升專業水準，致力成為表演藝術團隊最值得信賴的場地夥伴，並進一步加強藝文社群對本中心的認同與支持。
- (二)維運管理：場館營運的穩定與品質，仰賴完善的專業維運管理。設備隨時間老化與長期使用，若缺乏系統性的檢修與保養，容易產生故障或安全疑慮，進而影響整體服務與演出品質。為確保場館始終處於良好狀態，中心致力於建立一套完整的維運機制，針對舞台、燈光、音響、空調及機電設施進行定期檢測與維護，並透過專業人員即時處理各類異常情況，降低設備突發故障風險。近年來，隨著電費調升、物價上揚，加上多數設施設備已超過使用年限，維運成本持續增加，對營運造成不小壓力。面對此一挑戰，中心除強化內部管理流程外，亦將積極爭取外部資源補助，持續推動設備汰舊換新與技術升級，提升整體效能與安全性。未來，中心將朝向現代化、永續化的管理方向邁進，確保提供高水準的藝文服務，打造安全、專業、友善的場館空間。
- (三)場館品牌：苗北藝文中心不僅以建築外觀塑造獨特的場館意象，透過持續深耕多元自媒體平台、與觀眾互動，逐步建立具備故事性與情感連結的品牌價值，更積極以長期策劃、創新與跨領域合作，讓苗北不只是區域性的展演場館，而是代表專業、創意與國際視野的文化品牌。透過持續的整合行銷策略與受眾經營，進一步深化國內藝文社群對苗北的認同感與歸屬感，擴大場館在國內外的影響力。

二、深耕藝文環境

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：每年三期，每週一堂、每期 4 至 6 堂。透過深入淺出、具層次階段的持續性開設，解鎖「生活與音樂，藝文與日常生活」的對話空間，分享日常所見的藝文觀點，在藝文中心共營一個藝文作品中所欲表述的生活見解，讓聽眾「藝想能到」從話題到主題、從入門變行家。
- 2.藝術工坊：全年規劃四期課程，每期至少三堂，年度共計 12 堂以上。課程依季節主題並針對不同年齡層做規劃設計，四期主題分別為—「慢活樂學習」、「時尚玩生活」、「暑期玩創意」、「耶誕樂手作」。由經驗豐富且富創意的講師帶領指導，引導學員在愉快的實作中，培養對藝術與手作的熱忱，提升美感素養，並吸引各年齡層與親子走進藝文中心。

(二)「藝起來苗北」藝術體驗教育計畫：每年 2 至 4 場，由苗北藝文中心與苗栗縣政府相關合作單位共同辦理；透過場館參訪、視覺展覽，並結合「苗北小劇場×藝起來苗北」藝文場館能量，自 2021 年辦理以來，即獲得縣內國民中小學校學子及教師的關注與回響，讓「藝起來苗北」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，成為許多縣內學子親近藝術契機。

(三)「苗北表演藝術欣賞夏令營」：每年於暑期辦理。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、傳統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」：每年寒暑假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 年起與國際建立連結，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，前進國際巡演。透過與專業樂團共同辦理，讓苗北藝文中心這個場館，成為 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、體驗樂團生活的重要基地。

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 5 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 8 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，承接「發掘苗栗、連結臺灣、吸納世界」更以「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、115 年度計畫

一、年度演出暨品牌活動計畫

年度演出暨品牌活動計畫，為苗北藝文中心以品牌定位出發的節目規劃，透過節目安排「讓苗北藝術節，成為你的城市知己、成為你重要的文化夥伴」，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，年度主辦場次皆達過半觀眾購票參與；把世界帶進苗栗，也讓世界看見苗栗。讓苗北藝文場館成為一個據點，邀

請大家來苗北藝術節作客，好好感受「人間有情·苗北有藝」、「苗北初心·藝路風清」的美麗款待！

- (一)「苗北小劇場」安排 4 月至 5 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 8 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，透過節目合作，強化節目定位、深化演出策劃能量，承接「發掘苗栗、連結臺灣、吸納世界」更以「藝遊山城、藝結群英、藝響國際」作為長期且持續的策劃方針，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；讓苗北藝文中心從縣內出發，打造苗栗及苗北藝文中心場館代表性的品牌節慶；從而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。
- (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、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，吸引各個年齡層的民眾參觀。全年安排至少 10 檔主辦、合辦及外租展覽，平均每檔預計吸引超過 5,000 人次，讓觀眾在豐富的藝術視覺與互動體驗中，拓展藝文鑑賞的多元視角。各項展覽主題及規劃方向分述如下：

(一)新春系列：

1. 「新春系列」以歲時節令為文化基底，藉由多元媒材與藝術語彙的創作，重新詮釋年節意象，拓展民眾對節慶文化的美學感知。引領觀者從視覺至感官層面，重新建構生活中的美感經驗。
2. 除新春主題展覽外，亦規劃與節慶文化結合之參與式活動，以貼春聯的傳統習俗為靈感，延伸「新春揮毫」、「創意春聯」、「版畫拓印」等藝術體驗，營造場館濃厚且富創意的節慶氛圍。

(1)新春揮毫：邀請書法名家現場揮毫，書寫對聯與堂號與單字詞，供民眾參與兌換，營造年節溫馨氛圍。

(2)版畫拓印：邀請版畫名家創作生肖圖像，並開放民眾親手操作體驗版畫拓印，留下獨一無二的新春紀念。

(3)創意春聯：結合書法與繪畫形式創作春聯，展現傳統技藝與創新美感，為新年增添不一樣的藝術氣息。

(二)主題系列：

1. 「主題系列」更聚焦在多樣藝術形式與拓展觀眾族群。展覽內容涵蓋立體造形、平面視覺、新媒體與複合媒材等，藉由非典型創作媒材與創意表現，拓展觀眾對藝術表現的理解與探索興趣。
2. 為鼓勵更多民眾參與展覽並提升公共參與度，本中心亦依節令主題規劃多元推廣活動。例如於「親親苗北」期間，特別設計適合親子共同參與的美育計畫，如親子繪畫活動或相關課程，鼓勵親子共創

共學，發揮創意。同時亦評估推出其他可親子一同報名參與的藝文活動，營造親子互動共享的溫馨氛圍。

(三)大師系列：

- 1.作為「苗北藝術節」年度亮點展覽之一，「大師系列」以「大師風華」為策展主軸，並根據於「藝遊山城、藝結群英、藝響世界」之精神，聚焦具國際地位與深遠影響力的藝術創作者，呈現其代表性作品與重要創作，建立地方場館與國際藝術對話的文化深度。
- 2.為促進藝術普及與深入推廣，展覽亦同步規劃相關講座或是教育推廣活動，透過多元參與形式，吸引各年齡層觀眾進館參與。此系列展覽亦抱持著「讓世界看見苗栗」的文化使命，透過大師級藝術內容實踐國際接軌與地方深耕的雙重目標，進一步活絡在地藝文能量，擴展苗北的專業形象與文化影響力。

(四)館際合作系列：

- 1.館際合作旨在促進不同文化機構之間的資源共享與專業交流，透過館際合作，各機構能夠相互協助和支援，引入不同的展覽內容，有助於拓展展覽的多樣性與觀眾拓展的雙重效益。各合作館舍可相互引入具特色與深度的策展內容，提升展覽品質與整體文化能量，進一步拓展藝術文化領域的發展視野與合作機會。
- 2.為推廣並深化在地文化發展，本中心亦積極與縣內具特色之文化場館交流合作，策劃聚焦於地方性藝術或工藝的展覽。透過整合在地文化資源，展現苗栗豐富的藝文底蘊，並提升民眾對地方文化的理解與關注。

三、年度租用服務計畫

為藉由藝文活動與專業服務塑造場館品牌，實踐永續經營目標，苗北藝文中心積極提供外租團隊優質的展演場地與服務，預計受理近百場次，展現攜手推動藝文發展的決心，同時兼顧各類型展演需求，靈活運

用場館空間，打造專業展演平台，讓藝術團隊能安心創作與發表。透過此過程，中心持續強化場館品牌形象，拓展更多合作資源與多元觀眾群。

(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、等，都選擇在中心租用場地演出，或是藉苗北優質音響條件進行專業影音錄製，尤後者除提升場地與設備的多元運用，亦促進團隊與中心之間的良性互動，有助擴展中心於國內外聲響與表演藝術領域的能見度與影響力。而這些指標性團隊都選擇苗北作為舞台，不僅提升場館專業形象，也讓苗栗觀眾有更多機會欣賞來自國內外的精彩演出。

(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，並回應在地藝文愛好者的需求，近年如苗栗縣扶植之傑出演藝團隊亦為中心積極合作的夥伴，共同推動地方藝文蓬勃發展。

2. 辦理主題性賽事：

苗北藝文中心地處交通便利區域，具備南北往來的區位優勢，結合完善的軟硬體設施與熱忱專業的服務團隊，成為辦理各類主題型、區域性乃至全國性大型賽事的理想場地。舉凡「全國學生音樂比賽」、及「客家合唱比賽」等賽事，均選擇於本中心舉行，讓來自全國各地的參賽者及學校團隊，在參與比賽的同時，也能進一步認識並走進苗北。

3. 在地藝文教育推廣使用：

持續為在地教育單位及青年表演團隊，提供優質且專業的舞台空間，鼓勵學童與學生走出課堂，勇於發表創作成果、親近表演藝術。中心期望成為更多表演者與觀眾「首次走進劇場」的溫暖起

點，讓不同年齡層的朋友在每次造訪的過程中，累積藝術體驗與美感素養。透過這樣的陪伴與參與，不僅深化藝術教育推廣的成效，也進一步提升苗北藝文中心的能見度與專業場館形象。

4. 「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，提供團隊更優質的租借服務。115 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，穩定擴展系統效益。

5. 修正「苗栗縣苗北藝文中心演出場地設備租用服務使用須知」：

本中心「演出場地設備租用服務使用須知」自 109 年 6 月經董(監)事會議審議通過後公告實施，惟 114 年考量近年行政維運及人力成本費用持續攀升，盼依實調整其收費標準，以確保場地租用服務之永續經營，並更有助團隊於第一時間清楚掌握相關規範，經第 2 屆第 7 次董(監)事會議通過，為充分時間公告，以利申請單位得以事前接收與理解資訊，規劃於 115 年預告，並於 116 年起實施。

(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、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。

(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，能靈活因應各

類活動與場地需求。外租單位無論是需要辦理演講、會議還是教學課程，都可以在中心找到最適合且舒適的使用空間。相關場地亦根據活動特性，提供包括講台、投影機設備、多功能音響等完善的影音器材，戶外廣場更設有電視牆可供租用，增加活動宣傳效益。114 年中心另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苗北，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)專業人力服務：

1. 專業服務人力：為維持苗北藝文中心作為專業展演場館的服務品質，並提供觀眾與演出團隊更優質、便利的劇場體驗，中心近年委託專業藝術行政團隊、技術點工及服務台計時人員等，支援演出和營運期間的現場服務工作。透過引進具備專業素養的人力，進一步強化中心在劇場服務上的專業形象與整體運營效能。
2. 志工服務：志工夥伴以熱情的投入展現苗北藝文中心的友善與親和力，中心將持續透過多元的培訓課程與交流活動，鼓勵志工主動參與、發揮專長，從中累積經驗與成長動力，與中心一同攜手讓藝術文化向下扎根、向外擴散。

四、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 115 年度透過持續推動「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」等超過 40 堂藝術教育活動，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」年度開設苗北講堂、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：每年三期，每週一堂、每期四至六堂。透過深入淺出、具層次階段的持續性開設，解鎖「生活與音樂，藝文與日常生活」的對話空間，分享日常所見的藝文觀點，在藝文中心共營一個藝文作品中所欲表述的生活見解，讓聽眾「藝想能到」從話題到主題、從入門變行家。
 2. 藝術工坊：年度規劃四期藝術工坊，針對不同年齡層設計多樣手作體驗課程，每期課程至少三堂活動，共至少十二堂活動。透過實作與創意操作，讓民眾以更輕鬆的方式接觸藝術、提升參與興趣。四期主題課程規劃方向如下：
 - (1) 慢活樂學習：以熟齡族群為對象，透過工藝體驗與生活應用，引導學員在日常中培養美感，豐富退休生活與學習樂趣。
 - (2) 時尚玩生活：針對青年族群設計具風格感與放鬆性的課程，協助在繁忙生活中找到藝術療癒與身心平衡的片刻。
 - (3) 暑期玩創意：以兒童為對象，鼓勵從創作與探索中學習，發展創造力與觀察力，培養主動思考與多元感知能力。
 - (4) 耶誕樂手作：以節慶為主軸，邀請親子共同參與，在歡樂氛圍中體驗藝術創作，促進情感交流與親子共學。
- (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相關合作單位共同辦理；透過場館參訪、視覺展覽，並結合「苗北小劇場×藝起來苗北」藝文場館能量，自 2021 年辦理以來，即獲得縣內國民中小學校學子及教師的關注與回響，讓「藝起來苗北」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，成為許多縣內學子親近藝術契機。
- (三) 「苗北表演藝術欣賞夏令營」：每年於暑期辦理。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、傳統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」：每年寒暑假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 年起與國際建立連結，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，前進國際巡演。透過與專業樂團共同辦理，讓苗北藝文中心這個場館，成為 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、體驗樂團生活的重要基地。

五、年度行銷推廣計畫

年度行銷宣傳策略依據各數位載體的受眾特性，進行分眾行銷與內容行銷規劃，並結合實體活動，發揮線上與線下整合的綜效。整體行銷執行包含「實體通路宣傳」、「社群媒體與網路行銷」、「專題、廣媒報導」、「會員關係經營」及「參與國際展會」等多元作法，期望透過全方位推廣，有效提升場館主辦和協辦節目，以及場館品牌的傳播力與可見度。

(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、EDM 及節目購票頁面，活絡社群平台互動頻率，目標曝光達兩百餘次，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：本中心透過 Facebook 粉絲專頁作為宣傳平台，推廣展演活動及場館相關資訊。藉由多樣化的內容形式，包括文字、圖片、影片與 emoji 表情符號，打造生動活潑的推廣文案，提升與民眾的即時互動效果，進而促進中心行銷及票券銷售。
 4. 節目售票網頁(Opentix)：主辦節目增設數位電子票券服務，開啟並推廣數位智慧體驗的文化生活入口，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，因應「無紙化」永續環境趨向、迎接「行動優先」的時代。
 5. 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，吸引觀眾目光，有效宣傳展演活動並促進票房收入。同時，藉由訂定電視牆廣告價格與刊登管理規範，妥善管理廣告業務。
 6. 其他數位社群媒體：除透過非池中、國藝會、文化部 iCulture、在地臉書社團等多個平台持續發布展覽與活動訊息，本中心亦同步使用 Instagram、積極運用在地電台與專題節目合作，讓藝文資訊得以深入社區與家庭、觸及不同年齡層與族群，擴大宣傳效益；另強化與各藝文場館社群平台的互動交流，進行展演訊息互推與跨館連結，形塑跨平台宣傳網絡，有效擴散苗北的能見度與影響力。
- (三) 專題、廣媒報導：透過社群網路、手機群發 (Group Message) 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、電台專訪、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。

(四)會員關係經營：苗北藝文中心目前設有「MBAC 苗北藝友卡-黑卡」及「MBAC 苗北藝友卡-紅卡」等級會員級別，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，並積極與外租節目團隊合作、擴大會員效益，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。

1.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。

2.規劃辦理會員專屬藝文推廣活動：透過每年辦理至少二場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。

(五)參與國際展會：苗北藝文中心近年藉國內品牌建立，穩定場館核心業務及專業維運管理，未來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，以尋求國外場館合作機會。其中，國際組織以亞洲地區活躍且歷史最為悠久者「亞洲文化推展聯盟」(The Federation for Asian Cultural Promotion, FACP)為優先考量，加入除有助建立專業之國際連結，亦可加強國內場館友好關係，增加苗北藝文中心於國內外知名度。

六、場館營運管理計畫

(一)硬體設備維護與改善推動

場館硬體設備的維護與改善，對於保障場館運作及提升服務品質至關

重要。定期保養可確保系統穩定運行並延長設備壽命，而硬體修繕則是維持各項設施正常功能的重要手段。然而，近年因物價上漲、薪資調整及電費提高，再加上中心設備已運作 15 年載，多數設施早已超出原定使用年限，面臨隨時故障、無零件可修或無法運作的風險。隨著營運成本不斷攀升，對原本就有限的經費來源形成巨大壓力。為維持場館營運品質並因應未來需求，中心將積極爭取各項補助與經費，並配合場館檔期進行逐步改善與升級作業。未來重點項目包括：演藝廳反響板傾斜校正與安全改善、劇場專業設備之維修與升級、地坪防水及除鏽工程、觀眾席及公共區域燈光系統改善、以及停車場機械車位改善升級計畫等。在現有資源允許下，中心仍將持續進行基本維護項目，以確保場館能穩定、安全地服務藝文參與者，其基礎維運項目如下：

1. 演藝廳反響板傾斜調整安全改善：中心演出類型以音樂類佔一定比例，舞台反響板，長期高頻使用下需針對結構傾斜調整，故將汰換老舊手動油壓升降設備，推車升級改善，改採電動升降式，以提升操作效率、穩定性與整體安全。
2. 劇場專業設備維修升級：為確保演出品質與劇場安全，中心持續推動劇場專業設備之維修與升級作業。由於劇場設備經長期高頻率使用，部分燈光、音響、吊掛系統與控制設備已出現老化、反應遲鈍或故障等情況，影響演出流程與效果，亦增加操作人員負擔及潛在安全風險。為提升整體演出效能與技術支援品質，中心將針對老舊設備進行檢測、維修與汰換作業，目前規劃以舞台之各項控制系統逐步辦理，未來亦將視設備使用情形與技術發展趨勢，滾動式規劃維修與升級項目，確保劇場持續提供專業、穩定且高水準的演出環境。
3. 地坪及除鏽工程：長年地震與風化導致頂樓、防水層破損，影響舞台與空調管線潛在安全，又屋頂外牆及設施多處生鏽，增加維護風險，預計針對帷幕牆等設備及頂樓裂縫補強及積水修補，重建防水層並加強交接處填縫，各式風管及踏板等鏽蝕部分，除鏽後塗防鏽底漆，全面提升耐用與安全性。

- 4.場館觀眾席場燈暨公共區域燈光設備改善：中心表演場域觀眾席原使用鎢絲燈泡照明，前台大廳及公用區域則採用複金屬燈泡及其他傳統燈具。因應環保節能趨勢與全球政策，鎢絲燈泡已逐步停產，未來材料取得更為困難，且電費成本逐漸提高，又為改善照明品質並提升使用體驗，計畫全面汰換為新型節能 LED 燈具，不僅可穩定照度、提升空間明亮度，也有助於降低耗電量，達成節能減碳目標，兼顧環保與場館營運效益。
- 5.停車場機械改善提升計畫：中心現行機械停車格高度僅有 1.55 公尺，對於不同高度規格之車輛無法停放。此外，電動車日益普及，因電池重量高於傳統油車，車輛總重增加，進一步影響停車設備的負荷，亦降低來館停車意願。綜上亟需改善。為提升中心停車場效能與服務品質，將委託專業建築師前期規劃改善升級的執行步驟，以利後續評估本計畫的可行性。

(二)數位 E 化管理服務

中心持續優化設施與服務系統，積極落實數位化管理，提升使用者體驗與服務品質。官方網站串接線上金流與信用卡付款功能優化界面，提供便捷繳費方式；場租系統升級，資源配置更有效率，並結合數據分析精準掌握需求，持續優化系統功能；車牌辨識系統穩定運行，有效取代傳統磁扣，加速入場流程、縮短排隊時間並提升便利性；內部管理方面，全面應用財務管理、電子公文、人事差勤等系統，簡化流程、減少錯誤並強化跨部門協作，顯著提升行政與營運效能，中心將持續智慧化應用，打造高效、便捷的數位服務環境。

(三)人才培育教育訓練

- 1.場館安全教育訓練：為提升場館人員災害應變能力，中心推動自衛消防編組訓練，讓同仁、志工、客服駐館保全與清潔人員熟悉逃生動線與設備操作。透過實作與模擬演練，強化個人應變技巧與團隊合作默契，確保突發狀況時能冷靜應對、迅速處理，保障人員安全。課程常態化推行，有助於建立安全、有序的藝文環境，預防災害發生，深化

防災教育，完善安全管理機制，提升場館整體安全文化與應急行動力，確保營運穩定。

2.場館交流培訓訓練：本中心以人才為核心，透過公平公開的招募、精準的培訓與跨館交流，持續提升同仁專業能力與環境適應力，強化場館品牌價值。除藝術行政專業外，並規劃政府採購法、劇場專業、稅務、財產管理及藝術與法律等課程，促進跨領域發展與行政效率。近年參訪國家表演術中心、臺中國家歌劇院、臺北流行音樂中心、高雄衛武營及臺北表演藝術中心等，學習各地營運特色，並以原創音樂劇製作深化館際合作，拓展巡演機會。115 年將持續參訪專業藝文場館與地方場館，進一步了解營運模式與劇場設施規劃。

3.志工教育訓練：透過邀請專業講師辦理教育訓練，以及每年安排 2 次的館際交流，不僅強化志工對場館文化、展演內容及服務流程的理解，也提升其溝通技巧與應變能力。對內而言，志工成為團隊重要一環，有助於營造良好的工作氛圍與合作精神；對外則展現專業且親切的服務形象，提升參與民眾的滿意度與信任感。

(四)場域委託維運管理

委外專業廠商具備專業技術與管理經驗，場館清潔、保全與園藝維護能提升場館營運效率、服務品質與品牌形象，進而強化使用者體驗與市場競爭力。保全人員熟悉場域設施與流程，能即時應對突發狀況並執行門禁與巡邏，保障人員與場館安全，提升民眾信賴。清潔由專業團隊定期維護，涵蓋公共區域與細部空間，確保環境整潔，提升觀眾與租借單位滿意度。園藝則透過外包團隊進行植栽修剪、綠化佈置與病蟲害防治，營造舒適氛圍並兼具美感與空氣淨化效益。上述服務採委外模式，經由嚴謹採購與長期溝通，持續優化管理機制，確保場館功能、安全與美觀，打造高效友善的公共空間。

(五)落實中心採購管理制度

依據「行政法人採購作業規章訂定參考原則」及「苗栗縣行政法人採購作業規章訂定參考原則」，落實 114 年 6 月 19 日第 2 屆第 7 次董(監)

事會議通過及 114 年 7 月 24 日府文藝字第 1140010454 號函苗栗縣政府同意備查之「苗栗縣苗北藝文中心採購作業實施要點」，並依公平、公正、公開原則辦理，但符合我國締結之條約、協定或政府採購法第四條所定情形，應依政府採購法及其相關規定辦理。其中監辦程序、採購資訊公開、利益衝突迴避機制及採購爭議處理等相關規範標準與作業程序，辦理作業過程逐一檢查確認，相關法令將採滾動式調整，秉持採購公平公正公開之原則，並符行政法人追求效能與特性之採購精神。

參、年度預算規畫

115 年度預估收入總計 8,371 萬 1,191 元，其中苗栗縣政府補助收入為 5,800 萬元(包含營運管理補助款 4,800 萬元、苗栗縣政府補助苗栗縣苗北藝文中心推動藝文專業場館升級計畫(延續性)1,000 萬元)、政府專案補助編 1,902 萬 1,191 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 669 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)，中心各項收入佔苗栗縣政府補助苗栗縣苗北藝文中心營運管理經費比例為 13.94%。

附表、苗栗縣苗北藝文中心 115 年度各項工作計畫預算

工作計畫	摘要說明	執行 期程	115 年預算		備註
			收入(仟元)	支出(仟元)	
年度演出暨 品牌活動計 畫	(一)苗北小劇場	1-6 月	120	600	
	(二)親親苗北	1-6 月	60	300	
	(三)苗北心勢力	5-9 月	0	1	
	(四)苗北藝術節	1-12 月	1,620	7,500	
	(五)苗北焦點特別企劃	1-12 月	900	1,500	
	(六)售票系統、攝錄音、調 音及其他雜支	1-12 月	0	423	
年度藝文展 覽計畫	(一)新春系列	1-2 月	22.5	228	
	(二)主題系列	3-8 月	48	450	
	(四)大師系列	10-12 月	0	1,055	
	(五)館際合作系列	1-12 月	0	205	
年度租用服 務計畫	(一)表演藝術場地租用服務	1-12 月	2,950	163	
	(二)展覽場地租用服務	1-12 月	100	0	
	(三)場域空間租用服務	1-12 月	50	0	
	(四)專業人力服務	1-12 月	0	758	
藝術教育養 成計畫	(一)苗北講堂、節目指南講座	1-12 月	67	335	
	(二)藝術工坊	1-12 月	72	166	
	(三)藝起來苗北-藝術體驗教 育計畫	1-6 月	0	200	
	(四)苗北表藝欣賞夏令營	3-8 月	500	1,130	
年度行銷推 廣計畫	(一)實體通路宣傳	1-12 月	0	1,051	
	(二)電子行銷	1-12 月	0	42	
	(三)專題、廣媒報導	1-12 月	0	1,661	
	(四)會員關係經營	1-12 月	80	40	
	(五)參與國際展會	1-12 月	0	10	
	(一)硬體設備維護與改善	1-12 月	100	10,000	

工作計畫	摘要說明	執行 期程	115 年預算		備註
			收入(仟元)	支出(仟元)	
場館營運管 理計畫	(二)數位 E 化管理服務	1-12 月	0	900	
	(三)人才培育教育訓練	1-12 月	0	125	
	(四)場域委託維運管理	1-12 月	0	5,000	
	(五)落實中心採購管理制度	1-12 月	0	75	

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。