

苗栗縣苗北藝文中心

112 年度營運計畫

111/09/18 董監事會議通過，111/10/06 苗栗縣政府同意備查

目錄

壹、願景與目標	1
貳、112 年度工作計畫	5
一、年度演出工作計畫：	5
二、「苗北藝術節」品牌展演計劃：	6
三、年度藝文展覽計畫：	6
四、年度租用服務計畫：	8
五、藝術教育養成計畫：	12
六、年度行銷宣傳計畫：	14
七、藝友推廣服務計畫：	15
八、場館硬體維運計畫：	16
九、場館人才交流培訓計畫：	18
參、年度各項工作預算：	18

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；從場館的公共性與社會性出發，以藝文專業服務建立場館藝文品牌，以期「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」，具體實踐「苗北藝文停看聽·全民欣賞好中心」的發展願景。

112 年，將在原有「發掘苗栗、連結臺灣、吸納世界」策劃方針基礎下，接續以「提升專業核心價值」、「擴展藝術教育養成」、「建立場館藝文品牌」作為營運策略，讓眾人皆能在「苗北」找到藝文參與的路徑，從苗北藝術節找到最適合自己的展演節目，讓苗北藝文中心成為「你的城市知己」、成為展演團隊重要的文化夥伴，與您更親近。

一、提升專業核心價值

苗栗縣苗北藝文中心 109 年正式以行政法人營運，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：透過辦理各項藝術教育推廣活動，讓年輕世代自小即能親近劇場並熟悉進入藝文場館的禮儀、認識專業場館的服務，讓藝文體驗不致產生世代落差，更能達到向下扎根果效。中心並藉由與各專業場館間的館際交流及場館人才培訓等計畫，讓劇場知識及專業職能透過互相交流與學習，中心的營運夥伴能獲得最與時俱進的劇場知識及精進業務專業。同時針對中心志工隊進行服務提升及各項增能訓練計畫，讓同為中心服務民眾第一線的志工夥伴，能將服務職能及量能同步獲得專業增進與成長，成為中心形象大使一環，並成為中心與民眾間良好的溝通橋樑，加深民眾對場館的認同感。專業便捷的「線上場地租用系統」，效率運用科技及使用者便利性，服務外租團隊場地申請，讓場地申請不囿限於傳統繁瑣的行政流程及紙本郵件往返，申請單位只需於受理期程內，隨時皆可以線上處理相

關申請資訊，大幅增加申請便利性及申辦場地效率，提升中心專業場地外租服務，讓中心成為表演藝術團隊最專業的場地夥伴。

(二)場館維運：與時俱進的社會，隨著時代變遷與科技快速發展，場館的營運管理及硬體建置仍需持續創新及維持，中心於 111 年爭取到文化部及本縣府支持，補助本中心專業場館升級計畫之規畫設計費用，將延續規劃設計之優先順序，以「推動藝文專業場館升級計畫」之基本出發點，提升場館之硬體水準，鞏固中心藝文專業發展定位；中心官網維持與使用者對話平台概念，以民眾閱讀體驗作為中心網站改善方向，有效達到活動宣傳效益；其他行政管理系統，如電子公文、財管系統、人事系統、線上場租系統建置及租賃服務等，延續數位科技管理，透過數續與資訊反饋，輔佐行政及劇場管理以達到行政維運效率提升

(三)場館品牌：透過各項活動宣傳行銷 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；辦理節目特色活動，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，擦亮苗北場館品牌的亮度。

二、擴展藝術教育養成

依分齡、分眾策劃「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」、「苗北藝術節節目指南講座」等藝術教育活動；透過線上、實體多元藝文參與路徑，營造藝文共學常態環境，讓藝文參與成為生活中的日常：

(一)「苗北藝術學苑」開設苗北弦樂班、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. 苗北弦樂班：每年三期，藉由每週一堂、一期十二堂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：每年二期，藉由年度兩期，每週一堂、每期 4 至 8 堂，深入淺出的講座課程，讓聽眾從話題到主題、從入門變行家。每期安排不同主題，能就常

民熟悉的韓劇音樂、電影音樂等時尚話題，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。

3. 藝術工坊：辦理時下各年齡對象廣受歡迎的課程，定期推出，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。

(二)「藝起來苗北」藝術體驗教育計畫：每年四至八場，與苗栗縣政府教育處共同辦理；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安排與規劃，深化在地連結，實踐以「在地」為設想，活絡在地藝文生態；增進學子透過不同角度、不同方式，對節目呈現的欣賞與理解。

(三)「苗北表演藝術欣賞夏令營」：每年一梯於暑期辦理，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、感受樂趣，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，成就一個成長蛻變的回憶。

(四)「節目指南講座」：每年四至六場，邀請策展人或知名講師，與觀眾進行苗北藝術節系列節目的指南與解析；透過達人對節目的瞭解與賞析觀點，打開觀眾探索藝文內容的一扇窗，透過線上或實體的多元參與方式，開創藝術零距離的線上學習管道。

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」、「苗北心勢力」、「苗北藝術節」、「自製原創節目」與「藝文推廣活動」，藉以提升民眾藝術參與密集度、擴大中心藝文受眾對象；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」安排四至六月辦理，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)「苗北心勢力」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，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。
- (三)「苗北藝術節」安排十月至十二月辦理，透過節目共製，強化節目定位、深化演出策劃能量，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，打造苗栗及苗北藝文中心場館代表性的品牌節慶。
- (四)自製原創節目：製作首部苗北新創音樂劇，以客家元素為主題，兼顧傳統文化與現代時尚的演繹，並以吸引觀眾為目標，劇本為中文、歌曲以客語為主，凝聚劇場專業製作團隊，從製作人、導演、劇本、歌詞、歌曲，聯手舞台、燈光、服裝各項設計團隊，打造一齣叫好又叫座的原創音樂劇，並此深化作品組創團隊夥伴關係、發展場館 IP (Intellectual Property)，致力於實現場館節目製作整體深度與能量，共同開創作品與創意想像。
- (五)藝文推廣活動：依時令節氣，辦理「苗北之星」歌唱大賽、「有樂童享在苗北」兒童節及「苗北歡樂耶誕樂」系列活動；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。
1. 苗北之星歌唱大賽：春節(二月份)辦理，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，同步歡迎各界到館走春，感受節令氣氛。
 2. 有樂童享在苗北：兒童節(四月份)辦理，規畫童畫苗北繪畫比賽、童趣市集、童樂舞台等系列活動。
 3. 苗北歡樂耶誕樂：耶誕節(十二月份)辦理，結合聖誕節慶氛圍，依活動場域量身打造佈置規畫，以親子規劃系列演出與交換禮物活動，營造聖誕歡樂氣氛，另結合建築與投影科技，以戶外耶誕燈飾與耶誕主題戶外光影，點亮苗北、打造視聽效果兼具的打卡亮點。

貳、112 年度工作計畫

一、年度演出工作計畫：

- (一)「苗北小劇場」安排四至六月辦理，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)「苗北心勢力」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，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。
- (三)「苗北藝術節」安排十月至十二月辦理，透過節目共製，強化節目定位、深化演出策劃能量，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，打造苗栗及苗北藝文心場館代表性的品牌節慶。
- (四)自製原創節目：跨年度製作苗北新創音樂劇，以客家元素為主題，兼顧傳統文化與現代時尚的演繹，並以吸引觀眾為目標，劇本為中文、歌曲以客語為主，聚集台灣音樂劇製作夢幻團隊，邀請何康國（國立臺灣師範大學表演藝術研究所教授）擔任製作人、梁志民（果陀劇場創辦人暨藝術總監）擔任導演、郭議鴻（綠島小夜曲等知名作品編劇）擔任編劇、鍾永豐（第 11 屆金曲獎最佳專輯製作人、第 16、18 屆金曲獎最佳作詞人）擔任作詞/顧問、陳國華（知名音樂製作人）擔任作曲；凝聚劇場專業製作團隊，從製作人、導演、劇本、歌詞、歌曲，聯手舞台、燈光、服裝各項設計團隊，打造一齣叫好又叫座的原創音樂劇，並此深化作品組創團隊夥伴關係、發展場館 IP (Intellectual Property)，致力於實現場館節目製作整體深度與能量，共同開創作品與創意思象。節目團隊自 2021 年至 2023 年歷時三年籌劃、編創、讀劇、設計製作及選角排演，預訂於 2023 年 11 月完成演出。
- (五)藝文推廣活動：依時令節氣，辦理「苗北之星」歌唱大賽、「有樂童享在苗北」兒童節及「苗北歡樂耶誕樂」系列活動；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。
 1. 苗北之星歌唱大賽：春節(二月份)辦理，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，同步歡迎各界到館走春，感受節令氣氛。

2. 有樂童享在苗北：兒童節(四月份)辦理，規畫有童畫苗北繪畫比賽、童趣市集、童樂舞台等系列活動。
3. 苗北歡樂耶誕樂：耶誕節(十二月份)辦理，結合聖誕節慶氛圍，依活動場域量身打造佈置規畫，以親子規劃系列演出與交換禮物活動，營造聖誕歡樂氣氛，另結合建築與投影科技，以戶外耶誕燈飾與耶誕主題戶外光影，點亮苗北、打造視聽效果兼具的打卡亮點。

二、「苗北藝術節」品牌展演計劃：

「2023 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「經典交響」、「跨界共製」、「名家品牌」與「大師風華」系列多場之展演節目，多元性主題內容從國內品牌出發，藉由音樂、戲劇、舞蹈、跨界、表演藝術、視覺藝術共同呈現，將精緻品牌團隊、製作聚焦苗栗、受眾聚焦苗北藝文中心。期望透過多樣化精緻性展演，將國際頂尖代表製作於苗北藝術節中展現，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」，具體實踐「苗北藝文停看聽·全民欣賞好中心」的發展願景。

讓苗北藝文中心從縣內出發，成為具指標意義表藝場館，進而延伸成為代表臺灣重要展館之一，而「苗北藝術節」更在此基礎下相互加值成為國內重要藝術品牌節慶代表之一。

三、年度藝文展覽計畫：

年度展覽針對每一個系列的受眾對象及主題為發想，邀請對象為專業展出策展者、協會或藝文團體，結合工藝、立體、平面等視覺藝文，展出類別多元，使參觀對象從兒童到樂齡都有機會參與展覽活動，營造豐富藝文氣息，提升民眾審美之能力，各項主題內容分述如下：

(一)新春系列：

1. 新春系列展覽正逢農曆新年期間，規劃新春意象之展覽，如花藝、紙藝、攝影、版畫、羊毛氈等類型展出，展出元素以十二生肖、新春景象等，打造濃厚新春氣息之展覽。
2. 張貼春聯是臺灣的新年習俗，春聯乃由桃符演變而來，最初是為驅鬼避邪，爾後才加上鮮紅討喜的元素，為傳承習俗活動，於年前舉辦「新春揮毫」、「創意春聯」、「版畫拓印」發揚傳統習俗的同時，亦能彰顯文化藝術傳承的理念。
 - (1)新春揮毫：本活動將邀請縣內書法名家現場揮毫，活動現場將提供商業用、住家用等春聯佳句與吉祥語。藉由社群媒體互動，兌換書法大師墨寶 1 份，感謝持續關注苗北展演活動的民眾，讓民眾開心收藏書法名家作品，近距離領受書法之美，並藉此提升民眾的心靈內涵與生活品質。
 - (2)版畫拓印：邀請版畫名師，以每年生肖為主題全新製版，並在現場為民眾拓印，民眾可以近距離觀賞拓印的過程，體驗版畫拓印之樂趣。
 - (3)創意春聯：過年前家家戶戶會在門口張貼對聯，原是春節重要活動之一，因應時代變化，居住在高樓大廈中的居民，多以創意春聯取代傳統對聯，因此也在活動中提供結合書法與繪畫的創意春聯，融合傳統與創新，為新年增添濃厚色彩。

(二) 童趣系列：

1. 童趣系列展覽正逢兒童節這個專屬於小朋友的節日外，也同步舉辦「藝起來苗北」藝術教育體驗計畫，因此本季規劃展覽主軸以富含教育意義或兒童關注的熱門話題作為展覽內容，如黏土、紙雕、編織藝術、科學攝影等類型展出，盼吸引親子共賞並提升學生藝術養成教育。
2. 童畫苗北繪畫比賽：兒童美術教育主要是透過彩繪創作培養其創造力為一種自我表現的方法，讓兒童在自我人格的形成上，培養出良善、美感與細膩觀察的特質，透過舉辦童畫苗北繪畫比賽，提倡兒童美術教育，讓藝術創作自小紮根發展。
3. 繪畫比賽頒獎典禮：頒獎典禮透過現場公佈得獎名單並頒獎，使參賽者獲得正面的鼓勵，並邀請得獎者之親朋好友共同參與盛事，誘發小朋友對比賽的熱情，產生榮譽感。

(三) 盛夏系列：

七、八月展覽正逢暑期到來，以學童及親子為主軸規劃展覽內容，展出類型如模型、偶戲、動漫、積木等，參觀展覽時可共享閒暇時光，透過各類型展出發掘興趣愛好，分享心得、經驗和情感交流的理想時機，也是創造家庭的共通語言及回憶。

(四) 大師系列：

搭配每年最具代表性展演活動「苗北藝術節」規劃大師 X 風華系列展覽，策展軸心以國內外具視覺藝術代表之藝術家、具有歷史代表作品為主軸，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。

(五) 聖誕系列：

「聖誕節交換禮物」配合本中心舉辦聖誕節活動，在聖誕節這溫暖的日子裡，西方常會交換禮物相互祝福，為了帶給民眾更多的喜悅，舉辦交換禮物活動，讓參與活動的朋友們可以一起交換禮物，帶給大家更多驚喜，並且感受到暖暖的聖誕氛圍。

(六) 館際合作展：

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，達到互通有無的合作模式，近年與國立台灣藝術教育館、國立自然科學博物館合作辦理展覽，透過合作使本中心展覽能持續導入不同類型與特色的展出類別，從中獲得厚實的藝文生態，另與縣內館際交流，如三義木雕館、苗栗陶瓷博物館合作，推廣在地工藝之美，瞭解地方特色文化。

四、年度租用服務計畫：

(一) 「線上場地租用申請系統」數位應用：

苗北藝文中心肩負公共性與社會性設置任務，以表演藝術及藝文專業服務建立場館藝文品牌，永續場館經營，將外租團隊視為中心推動藝文發展之重要場地夥伴，以優質的展演場地提供外租夥伴專業劇場及服務。配合本中心「演出場地設備租用服務使用須知」，於每年 3 月開放次年上半年（1 月至 6 月）之檔期、9 月開放

次年下半年（7 月至 12 月）之檔期以及不定期之空檔使用申請。因應數位時代來臨，預前於 109 年即規劃建置「線上場地租用申請系統」，並於 110 年 2 月上線啟用。經實際年餘使用，審視申請者意見反饋及檢視使用狀況，朝向申請系統優化 2.0 版提升。修正調整原系統使用者介面設計架構，使之更具彈性，保留中心後續微調的可能性；併行調整「使用者端」及「管理者端」功能性修正提升及介面調整修改，以配合中心演藝廳及實驗劇場兩個主要場地分別管理。本系統之使用者操作介面及檔期排檔作業邏輯以更符合科技化、效率化之優化改善，提供場地夥伴團隊便捷使用，以及更落實擴大服務及場館數位轉型應用。

(二) 表演藝術場地租用服務：

1. 辦理主題性賽事

苗北藝文中心層級定位為「縣市級」的表演場所，發展機能係為適合國內外各類型音樂、戲劇、舞蹈表演及展覽、研習訓練機能與大型集會使用。中心所在之處交通網絡便利，南來北往便捷的通行，加乘中心本身專業的軟、硬體條件，輔以友善、熱誠的服務團隊，讓苗北藝文中心成為辦理各種主題性、地方性或全國性重要大型賽事的優選場地。歷年來各項指標性賽事如國立臺灣藝術教育館年度主辦「全國學生音樂比賽」、「全國師生鄉土歌謠比賽」及苗栗縣年度主辦「全國學生音樂比賽」、「全國師生鄉土歌謠比賽」縣內初賽、客家委員會主辦「客家合唱比賽」及台灣太鼓協會「全台灣太鼓青少年競賽」、「全台灣太鼓聯合公演」等賽事，均選擇將中心納為辦理賽事之不二場地。中心積極爭取辦理重要賽事活動，與主辦單位共榮互利，提供最優質之場地條件及服務團隊，讓來自縣內及各地的參賽者和各校際團隊，透過賽事參與，更加增進苗栗縣在國內藝文活動能見度，敞開中心大門，讓更多參與者來到苗栗、認識苗栗及認同苗北藝文中心，除藉以推廣宣傳中心各項展演活動外，更為推銷苗栗、行銷苗北而努力。

2. 提供優質團隊專業場域之租用

本中心專業演出場地，10 多年來留下了眾多國內、外藝術家足跡，成為在地民眾藝文生活重心。演藝廳及實驗劇場，以專業的舞台配置、劇場技術條件及劇

場設備，是吸引國內各優質演出製作、團隊及名家前來演出的一大利基，更讓苗栗引以為傲。

- (1)專業團隊場地使用:歷年來表藝團隊將中心列為演出優選場地，包括國內傑出及專業指標職業團隊如國立臺灣交響樂團、臺北市立國樂團、雲門舞集、舞蹈空間舞蹈團、朱宗慶打擊樂團、台北愛樂合唱團、相聲瓦舍、如果兒童劇團、臺灣銅管樂團、財團法人擊樂文教基金會等單位，租用中心場地，帶入各式豐富及精湛的演出，嘉惠苗北觀眾。
- (2)親子節目藝企推廣:苗北藝文中心作為竹苗地區重要的藝文平台，優質的劇場條件、便捷的交通位置，輔以友善親切的服務團隊，成為表藝團隊及企業間「藝企合作」的最佳展演場地夥伴。受惠於大新竹地區及頭份、竹南科學園區企業蓬勃發展，企業益發重視員工福利及透過辦理家庭日活動的理念，雖受少子化的影響，卻反而更加帶動企業選擇以優質藝文親子節目及友善展演場館做為員工企業專場演出。藉由結合知名兒童劇團及具特色之親子音樂劇場等演出活動，以藝企推廣、合作的理念，創造表藝團隊、企業及苗北藝文中心三方的互利共榮，更臻打造中心專業展演場館品牌及成為提升中心知名度之利基。
- (3)產學合作協力:為持續促進表演藝術發展動能及藝術教育、文化深根發展，中心與國內表演藝術高等教育系(所)如國立清華大學、國立臺灣師範大學、國立台中教育大學、中國文化大學、實踐大學等校，以「產學合作」模式，鼓勵校系以中心專業劇場為平台，作為其優質演出之發表及具體實踐表演藝術增能，並朝擴大至國內、外各大專院校表藝系(所)合作，持續導入多元演出，除豐富中心演出活動特色外，亦增進中心場地、設備使用，並達中心對表演藝術教育系所發展友好夥伴關係、有效開發學生觀眾群體及協助學子體現劇場價值。
- (4)專業影音錄製推廣:中心以專業劇場、音響及聲響條件，提供團隊進行專業影音錄製使用，藉此推動演出場地及設備活化效率運用，開發場地多元使用型態，推廣優質表演藝術作品及連結團隊與中心互利合作、行銷中心專業劇場品牌，持續帶動表演藝術整體動能。申請資格規範區分專業團體(含

個人)及一般團體(含個人)。並以合作推廣專案模式，結合優質演出作品，於中心宣傳平規劃使用。藉此方案借力行銷中心場館品牌、創造與演出單位共贏互助之表演藝術生態正循環力量，並期以開拓中心專業演出場地於國內及國際能見度之新契機。

3. 在地特色團隊藝術交流

苗栗縣多元而深厚的文化底蘊展現在各種豐富的展演活動類型及內容，中心成立近程目標即以希冀透過辦理展演活動，結合發展在地文化底蘊，提昇民眾藝文涵養，以達藝文向下扎根，服務在地藝文人口、深耕在地藝文發展。中心專業展演場域提供苗栗縣內演出團隊及各級學校之藝術才能班、機關及特色社團交流使用，豐富在地演出質量提升，打造一個專業化、具在地文化推廣之專業展演平台，連結各演出團隊及觀演人口，服務更多觀演族群及擴及更多藝文參與人口。優質的場地條件，持續吸引苗栗縣內國中小、地方特色社團等單位租借中心場地辦理各種如藝能才藝班成果發表會、畢業典禮及聯合展演等活動。並結合縣內具在地特色及代表性之演出團隊如苗栗縣立國樂團、聯合民族管弦樂團、苗北青少年國樂團等辦理音樂會及發表會，以及配合苗栗縣政府文化觀光局年度主辦之客家歌手演唱會，導入多元、多源之展演活動。「發掘苗栗」讓在地力量發聲、發光；連結在地文化，將縣內長年經營、素質專業的表演團體推上專業演出舞台，提昇民眾藝文涵養，致力中心藝術教育及文化扎根目的。

(三)展覽場地租用服務：

為促進並推廣文化藝文展覽活動，鼓勵藝術家多元創作展出，本中心展覽室及藝廊提供展覽團隊展覽空間，並包含展櫃、燈光、音響、投影等展覽所需設備充足，提供優質的藝術交流平台供舉辦藝術家個人展出、藝文團體聯合展覽、平面畫作或立體作品都適宜於展場內呈現。藉由提供優惠的租借費用給在學學生，鼓勵年輕學子創作，辦展展示出藝術教育之成果。

(四)場域空間租用服務：

本中心場域空間係指視聽中心、研習教室、二樓迴廊與演藝廳二樓之附屬空間。精心規劃的場地，可符合各種形式之活動及場地使用需求。外租單位不論是需要

辦理演講、會議與教學課程，可依其活動性質、參與人數及功能性需求，在苗北藝文中心找到最適合且舒適的使用空間。相關場地依實際需求特性，提供設備包括講台、投影機設備、多功能音響等完善影音器材。歷年來提供各公司、大型企業及教育訓練單位辦理如課程講座、員工教育訓練、電影欣賞、演講比賽、頒獎典禮及會員招募等多元類型活動。多元且豐富的活動不僅為苗北藝文中心帶入更多不同領域的民眾進入中心，以及更認識中心專業展演場館，同時也讓中心成為全民皆可親近的藝文好鄰居。

五、藝術教育養成計畫：

藝術教育使人在創造過程中，由美感經驗獲得較高的創造力，從而成為一種隨手可得的健康幸福生活型態。苗北藝術教育養成規劃，依分齡、分眾策劃「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」、「苗北藝術節節目指南講座」等藝術教育活動；透過線上、實體多元藝文參與路徑，營造藝文共學常態環境，讓藝文參與成為生活中的日常。以下，擬將藝術教育活動之年度規劃，分項說明如下：

(一)「苗北藝術學苑」開設苗北弦樂班、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. 苗北弦樂班：每年三期，藉由每週一堂、一期十二堂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：每年二期，藉由年度兩期，每週一堂、每期四至八堂，深入淺出的講座課程，讓聽眾從話題到主題、從入門變行家。每期安排不同主題，能就常民熟悉的韓劇音樂、電影音樂等時尚話題，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。
3. 藝術工坊：藉由年度四期，規劃辦理藝術工坊，每期二至四堂，針對不同年齡層安排課程內容，透過自身學習對於藝文有更深層的了解，四期主題內容分別如下：

- (1)慢活樂學習：以熟齡學員為開課對象，課程主題可包含手沖咖啡、香氛、竹編、花藝等，在漫長的職涯與退休生活中不僅要活得好，更要達到自我肯定及認同，透過課程啟發潛能及善用經驗，發揮自我價值，讓平凡生活中，增添繽紛色彩。
 - (2)暑期玩創意：以兒童為開課對象，課程主題可包含科學實驗、繪畫創作、手作等多樣化課程，課程開設於暑假期間，從有趣的課程中學習、多元探索，培養對世界的好奇心。
 - (3)時尚玩生活：以青年為開課對象，課程主題以攝影、金工、絹印等，在現今忙碌熙攘的生活中，有一段時間專心體驗學習，會讓平時煩躁的心情在製作過程中逐漸獲得沉澱，忘卻平日生活中的壓力。
 - (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，以熱門的薑餅屋 DIY、聖誕花園、聖誕卡片、聖誕手作等，每個家庭製作不同特色與個性作品，無論是華麗、低調、樸素都是最特別的聖誕禮物。
- (二)「藝起來苗北」藝術體驗教育計畫：每年四至八場，與苗栗縣政府教育處共同辦理；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安排與規劃，深化在地連結，實踐以「在地」為設想，活絡在地藝文生態；增進學子透過不同角度、不同方式，對在節目呈現的欣賞與理解。
- (三)「苗北表演藝術欣賞夏令營」：每年一梯於暑期辦理，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、感受樂趣，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，成就一個成長蛻變的回憶。
- (四)「節目指南講座」：每年四至六場，邀請策展人或知名講師，與觀眾進行苗北藝術節系列節目的指南與解析；透過達人對節目的瞭解與賞析觀點，打開觀眾探索藝文內容的一扇窗，透過線上或實體的多元參與方式，開創藝術零距離的線上學習管道。

六、年度行銷宣傳計畫：

(一)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，每月定期出刊「苗北藝訊」、年度出版「苗北年刊」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：精心規劃當月展演訊息快訊報導及次月活動預告，將中心即時訊息以每月定期出刊方式送達中心「MBAC 苗北藝友」會員。藝訊採實體紙本及電子信件提供寄送，會員可依訊息閱讀習慣，收取實體紙本藝訊郵遞到府，或因應數位使用及環保減碳方式，收取電子藝訊訊息。為擴大服務範圍及觸及更多藝文愛好者，官網亦提供苗北藝友會員及瀏覽者電子檔案可供下載及轉參閱，便利展演訊息擴散轉發。
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，並以此年刊作為年度執行成果之展現。年刊亦免費贈送「MBAC 苗北藝友—黑卡」忠實會員，並供國內相關單位及展演團隊分享及卓參營運與執行成果。
3. 傳單海報文宣品：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)網路行銷：建置中心 LINE@官方帳號、改版中心官方網站，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：苗北藝文中心官網是民眾獲得中心最新、最即時且最詳細資訊的數位媒介。中心官網(<https://www.miaobeiac.org>)呈現簡約、清新及具時尚感的設計，充分結合視覺美學與媒體傳達優點，以更多動態的圖片及影片結合視覺宣傳元素，吸引閱聽使用者駐足瀏覽。為符合人手一機的智慧型手機

時代，網站亦重視及考量手機閱讀者的使用習慣及便利性設計，清楚且鮮明的視覺傳達與資訊處理設計，讓造訪中心網站的訪客感受屬於苗北藝文中心的場館特色及精彩展演節目呈現，有效達到傳達中心各項展演活動的宣傳效益。

3. 節目售票網頁(Opentix)：苗北藝文中心與兩廳院售票，自創館營運以來維持長期合作的夥伴關係，因應 2021 年 4 月起，OPENTIX 全面接棒兩廳院售票、「OPENTIX 兩廳院文化生活」售票平台正式營運；苗北藝文中心除維持紙本票券臨櫃取售服務，並積極啟動數位電子票券，迎接「行動優先」的時代；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，有效提升場館知名度與節目影響力。

(三)專題、廣媒報導：透過表演資訊刊物專欄或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，及透過電子佈告欄系統 (BBS)、部落格 (Blog)、播客 (Podcast)、社群網路 (Facebook、Instagram)、手機群發 (GroupMessage) 等自媒體網絡傳發流量，以藝文專業規劃媒體露出，強化藝術節策展主題、有效媒體溝通並達到亮點宣傳，提昇藝術節能見度，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：

(一) 深根會員招募

苗北藝文中心將持續募集藝文愛好者申辦「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，滿足不同年齡及族群的消費習性。並將主辦節目購票優惠、中心文化創意商品與服務優惠以及各式苗北專屬活動融入會員服務範疇。鼓勵參與者以尊榮身分別，選擇不同類型的藝文參與需求，辦理分眾規劃會員專屬講座及活動等，強化會員對於中心的認同與信任，以提供差異化服務及優惠範疇，深根及拓展會員量體及鼓勵其延續會員資格，持續創造及維持會員與苗北藝文中心藝文好夥伴關係。

(二) 資源整合推廣

中心藉由網路科技時代之自媒體及通訊軟體盛行，串聯更多藝文愛好者及擴大連結範圍。中心悉心耕耘苗北藝文中心 Facebook 粉絲頁及苗北藝文中心 LINE@官方

帳號，透過每周數則富主題性、話題性的設計編輯、不間斷地擴散藝文訊息傳播，將中心最新、最即時展演訊息傳遞給苗北藝友，及透過發文的觸及數、點閱次數及轉發分享，強化會員黏著度、效率傳播觸及更多不同族群的民眾，提高大眾對藝文活動參與的興趣。

八、場館硬體維運計畫：

(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，吸引民眾駐足入館欣賞展演活動的時間及意願，以豐富友善場館功能為發想，藉擘畫商場，效率中心的場域空間應用，引進輕食或特色文創品商家駐店，滿足各式來館觀眾所需及多元期待。中心同時亦持續規劃製作中心專屬創意文化商品，讓苗北專屬商品觸及到更多不同領域的受眾，持續提升中心能見度。並以商場模式，推及更多藝文愛好者，強化中心認同及品牌建立。希冀透過提供文化創意衍生品販售平台與輕食飲品服務，連結中心與商場品牌合作，吸引不同客群，營造藝術生活與美學的氛圍。另配合中心舉辦大型活動需求，規劃如「苗北市集」之行銷活動，製造人流，活絡場館空間，觸及不同的族群客層親近中心場域，落實苗北藝文中心成為「全民欣賞的好中心」。

(二)數位 E 化管理服務

持續推動數位管理服務，官網延續與使用者對話的態度，以民眾體驗回饋，持續透過科技的傳輸，將中心的展演活動、品牌效益等各式互動方式，有效地傳達給使用者，以達中心的宣傳效益；並大量運用數位電子化的概念，將財務管理系統、電子公文系統、人事差勤系統等作業系統，透過數位傳輸，加速同仁辦公效率，強化行政效能；線上場租系統升級，輔助行政與劇場管理，運用場租團隊數據與使用反饋，調整系統的使用便利性，加速外租團隊申請進度，提高團隊使用效率，同時透過後臺的數據分析，快速統計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。

(三)硬體設備維護與改善

1. 推動藝文專業場館升級計畫：延續 111 年文化部「推動藝文專業場館升級計畫」的補助案，以 111 年規畫設計完成之優先順序項目，奠定中心未來基礎設備維運優化及修繕方向，優先以文化平權、友善場館、劇場安全之計畫進行改善，以「推動藝文專業場館升級計畫」之基本出發點，縮短文化差異，改善提升場館之硬體水準，強化友善民眾及團隊服務，鞏固中心藝文專業發展定位，並達維護中心基礎維運所必需。
2. 基礎維運設備及劇場設備定期維護保養：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；另為使劇場專業設備安全、順利地運作，需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. 完備舞台設備：因應劇場設備使用頻繁，規畫添購劇場對講機設備，以友善團隊服務的態度，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情形發生。
4. 空間指標統整及更新：為打造友善場館環境，加強民眾消防逃生安全，重新檢視館內空間指標及空間名稱的正確性，以利民眾與團隊對中心空間的認識，正確指引方向，加速抵達目的地。
5. 戶外燈光改善：強化中心前台廣場夜間照明，避免民眾欣賞演出後，歸心似箭，加快腳步於中心戶外廣場散場，因燈光昏暗，提升受傷機率，為維護民眾安全，擬規劃強化正門口大廳及地面加強燈光照明。

(四)通過建築主體商標審核

經過近年苗北藝術節的品牌效益，苗北品牌形象逐漸建立，逐漸出現商業廣告未經中心許可，擅自運用情形，藉由通過建築主體商標審核，加速商業模式進行，以互惠互利方式，擴大宣傳效益，提升合作能見度，達到雙贏局面，希冀吸引品牌合作，加深苗北品牌效益，普及苗北的識別度，進而深化民眾對苗北的識別與認知度。

九、場館人才交流培訓計畫：

- (一)人才交流培訓目的：表演藝術工作是不斷精進的產業，涵蓋的範圍也不僅僅是只有藝術及技術，員工開闊的思想，專業的行政業務能力以及團隊合作都是持續穩定營運的重要關鍵，為了追求場館長久永續經營與表演藝術產業能蓬勃發展，員工能夠提供更多不同類型活動與不一樣的團體工作模式，人才交流培訓尤其之重要，是讓我們不斷進步的重要一環。
- (二)教育訓練參訪：為了提升同仁在表演藝術工作上有不同的思想以及不同的團隊營運模式，場館透過教育訓練參訪，去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，除了可以學習到大型場館的活動安排思維，更充分的知道怎麼做整體營運。
- (三)教育訓練課程：在提升專業技能上的學習之外，我們也希望透過學習上的精進，如採購法課程、公文書寫課程，使得內部員工的行政業務能力有所提升，幫助場館在各方位的營運能有更穩定的發展。
- (四)館際交流：除了參訪及課程，我們也期許能有更多的館際交流，透過不同的專業場館交流，可以激盪出更多不一樣思想上的火花，也期許能和不同場館有更多不同的合作交流。

參、年度各項工作預算：

112 年度預估收入總計 6,570 萬 943 元，其中苗栗縣政府補助收入為 4,141 萬 5,000 元(包含營運管理補助款 4,000 萬元及房屋稅及地價稅補助款 141 萬 5,000 元)、政府專案補助編列 1,902 萬 3,408 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 526 萬 2,535 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)，中心各項收入佔年度預估總收入(不含政府專案補助編列 1,902 萬 3,408 元)比率為 11.27%。

附表、苗栗縣苗北藝文中心 112 年度各項工作計畫預算

工作計畫	摘要說明	執行 期程	112 年預算		備註
			收入(仟元)	支出(仟元)	
年度演出 工作計畫	(一)苗北小劇場	1-6 月	68	400	
	(二)苗北心勢力	5-9 月	0	0	
	(三)自製原創節目/ 苗北焦點特別企劃	1-12 月	300	3,071	
	(四)藝文推廣活動 1. 苗北之星歌唱大賽 2. 有樂童享在苗北 3. 苗北歡樂耶誕樂	1-12 月	62	480	
	(五)售票系統、攝錄音及其 他雜支	1-12 月	0	601	
「苗北藝術節」 品牌展演計畫	2023 苗北藝術節	1-12 月	1,110	3,400	
年度藝文展覽 計畫	(一)新春系列	1-3 月	3	230	
	(二)童趣系列	4-6 月	33	310	
	(三)盛夏系列	7-9 月	33	310	
	(四)大師系列	10-12 月	0	90	
	(五)聖誕系列	12 月	0	0	
	(六)館際合作展	1-12 月	0	240	
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	211	
	(二)表演藝術場地租用服務	1-12 月	2,470.5	0	
	(三)展覽場地租用服務	1-12 月	80	0	
	(四)場域空間租用服務	1-12 月	72	0	
藝術教育養成 計畫	(一)苗北弦樂班	1-12 月	450	565.84	
	(二)苗北講堂	1-12 月	30	120	
	(三)藝術工坊	1-12 月	54	190	
	(四)藝起來苗北-藝術體驗教 育計畫	1-6 月	0	400	

工作計畫	摘要說明	執行 期程	112 年預算		備註
			收入(仟元)	支出(仟元)	
	(五) 苗北表演藝術欣賞夏令營	3-8 月	308	1130	
	(六) 節目指南講座	7-10 月	0	30	
年度行銷宣傳 計畫	(一)實體通路宣傳	1-12 月	0	456	
	(二)網路行銷	1-12 月	0	200	
	(三)專題、廣媒報導	1-12 月	0	850	
藝友推廣服務 計畫	(一)深根會員招募	1-12 月	3.6	0	
	(二)資源整合推廣				
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	742	
	(三)硬體設備維護與改善	1-12 月	0	1,336	
	(四)通過建築主體商標審核	1-12 月	0	20	
場館人才交流 培訓計畫	(一)教育訓練參訪	1-12 月	0	42	
	(二)教育訓練課程		0	31.5	
	(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	10,527	

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。