



110 年度營運計畫書

執行單位：臺北流行音樂中心

監督機關：臺北市政府

109 年 10 月

目次

一、	前言	1
二、	中心願景	2
三、	本年度績效目標	3
	(一) 優化場館軟硬體	3
	(二) 建立北流品牌力	3
	(三) 活絡周邊區域發展	4
	(四) 啟動培植與實驗計畫	4
四、	年度業務計畫	4
	(一) 場館服務及設施建置	4
	(二) 行銷宣傳與品牌經營	7
	(三) 人才培育與跨界交流	8
	(四) 行政營運	9
五、	計畫期程	11
六、	預算規劃	12

一、 前言

流行音樂是一道神奇的開關，連結著當下與過往，進而鏈結整個社會的發展脈動與未來可能；他是一組永不失效的召喚密語，能喚起大家生命歷程中那些起伏深刻斷點與軌跡印記。每個時代的流行音樂都承載眾人的心緒感受，也托接著情感故事，映照出每個年代的精神模樣、共同記憶與生活型態。臺北流行音樂中心以流行音樂為名，實與臺灣社會、生活日常密不可分。這裡將是驅動一切、航行未來的核心引擎，以音樂為軸心交乘創意、自由、實驗的精神，交融科技、藝術等跨領域專業，進而在這片土地上不斷運轉出嶄新的可能。

近未來—表演廳

臺北流行音樂中心擁有專門為流行音樂展演設計的中型專屬場館，地上五層、地下三層殼狀造型的「表演廳」，可容納約 5,000 人，彌補了過去中型室內展演場地不足的缺憾。

北流扶植與支持各種形式的流行音樂展演。表演廳提供初生萌芽的音樂人猶如「第二哩路」的跳躍空間，鼓勵各型態音樂新血，從小眾走向大眾、從探索邁向挑戰，靠近未來。表演廳也支持演出經驗豐富的音樂人嶄新的演出邏輯，在不同的演出規格與環境中，進行更多想像與發揮，近觀未來。

敬未來—文化館

流行音樂一向是記錄當代文化最重要的有/無形史料之一。而北流文化館，即為國內第一座以流行音樂為主題的展覽館。館內規畫常設展及特展，整理並展示臺灣流行音樂的歷史並汲取豐沛的跨界能量，從珍貴的資料中讓民眾理解臺灣流行音樂的發展脈絡與生成過程。每一首歌、每張專輯的催生歷程，音樂的當代意象呈現與視覺符碼，都能在此感同身受體驗臺灣流行音

樂亦步亦趨往前推進的過程。傳承，方能瞻望未來。在文化館，品味臺灣流行音樂的經典時光，更敬未來不可限量的新樣貌。

進未來—產業區

臺北流行音樂中心的產業區整體規劃結合了音樂展演空間、流行產業社群使用空間，如：錄音室、練團室、辦公室等，具有多功能用途。流行音樂除了現場展演，前端的產製更是育成音樂作品重要的環節。於是北流串連起產業鏈上中下游各環節，成為完善的產業園區，提供適當且便利的資源，更以培育新一代的音樂產業人才為要務。唯有音樂品質的全面提升，與世代人才的發掘與培養，才能永續臺灣流行音樂在華人音樂中的領導地位。產業區，帶領臺灣流行音樂，走進新未來。

我們都曾有許多被音樂打動的時刻，而流行音樂，也一一記錄著我們的成長、時代的氣味。音樂，有我的，也有你的。臺北流行音樂中心承先啟後，從經驗到創造、從珍藏到分享、從在地到國際、從微觀到宏觀、從可能到不可思議，音樂的聚集與延伸，都在這裡：臺北流行音樂中心，臺灣流行音樂的心臟。

二、中心願景

願景 (Vision)：成為肥沃、有機的音樂土壤與音樂文化聚落，孕育多元音樂人與作品發芽、茁壯、開花。

使命 (Mission)：提供最專業的音樂場館空間與服務、籌辦具前瞻性的音樂活動與專案、彙整與呈現流行音樂史料。

價值觀 (Value)：開放、創意、動態、未來、突破框架。

短中長期目標

長期
(7-10年)

形塑北流成為音樂產業聚落與流行文化生活基地

中期
(4-6年)

完善場館商轉模式、落實與展演各項計畫成果、以北流品牌力開發與整合更多資源、延續培育與創新機制

短期
(1-3年)

建置與優化場館軟硬體、建立北流品牌、帶動周邊區域人氣、啟動各項培育、實驗計畫



三、本年度績效目標

(一) 優化場館軟硬體

臺北流行音樂中心以三棟場館為營運基礎，組成園區及營運組織以扶植流行音樂產業、培育音樂與跨領域人才，設立初期將穩扎穩打以建置場館設施、功能性為目標基石，清楚描繪北流三館定位，並持續、階段性地優化場館軟硬體，方能在此場館、園區基礎之上，拓展更多培植、孵育和創新的可能性。

(二) 建立北流品牌力

啟動臺北流行音樂中心品牌養成，期能漸進式於業界與社會建立影響力，使北流成為流行音樂與文化界值得信賴的品牌，吸引產業願意聚集到北流來運用場館設施、共創園區與產業繁榮。另希冀透過品牌力開發與整合更多資源，使本中心能發展、延續各項營運與推廣計畫。面向民眾，北流同樣希望能以優質品牌傳達中心開放、創意、動態、突破框架的價值觀，與每一個人和流行音樂一起攜手邁向未來。

(三) 活絡周邊區域發展

北流園區位於捷運板南線昆陽站與南港站之間，地點便利、腹地廣大，區域內過去以工業為主要區劃，近年推動東區門戶計畫，北流亦將扮演音樂與文化產業聚落之角色，串聯南港生活廊帶。北流表演廳外租與中心不定期辦理活動，可望吸引大量人流造訪，帶動周邊區域人氣。未來南基地文化館與產業區開幕，將推出更多文化內容與產業功能，讓北流成為民眾與專業人士的生活基地，進一步落實音樂即生活、生活即音樂的價值風格。

(四) 啟動培植與實驗計畫

人才培育為臺北流行音樂中心的重點目標之一，然培育扶植成果並非一蹴可幾，而是仰賴長期的規劃與資源投入。109 年度，北流自行政法人組織成立起，便開始積極諮詢產業專家意見，規劃與試辦各項人才、產業培育扶植計畫，110 年度除續辦適合之系列課程，亦將開展更多不同面向的培育項目，以累積、循序漸進的方式，孵育更多流行音樂產業人才。北流的人才培育計畫，將平衡關注產業幕前與幕後工作領域，推動發展健康的產業架構與生態。

四、年度業務計畫

(一) 場館服務及設施建置

1. 場租辦法

本中心行政法人組織正式成立前，已在臺北市政府文化局之協助下，訂定「臺北流行音樂中心表演廳檔期申請」實施計畫，並於 109 年 1 月起開放表演廳檔期申請。同年 4 月 1 日北流行政法人組織掛牌後，接手檔期相關申請與客戶服務，於服務期間同步蒐集使

用者意見反饋，並積極著手修訂檔期申請實施計畫，將整合中心整體室、內外可租借空間，訂定更符合產業需求之規範，預計於 110 年度啟用新版檔期申請辦法，並配合南基地開幕陸續新增相關空間申請規定。

2. 技術服務

北流表演廳為現今北臺灣唯一專屬流行音樂演出之中型場館，因應近年流行音樂演出趨勢及技術需求，本場館自主體建物竣工後，陸續就專業演出設備進行優化擴充，包括電動升降舞台、隔音門、法國 L-Acoustics 音響系統、Mother Truss (母桁架)、視訊轉播系統等專業舞台與結構設備。營運初期階段因員額有限，將借助委外專業廠商支援技術規劃、排班人力等項目，以提供場館使用者完善的技術服務、發揮表演廳專業設備之最大功效。同時本中心仍會陸續進用正職專業技術人員，培養、建置中心自有技術服務團隊，往更完整、更專業的場館服務邁進。

3. 硬體養護

除前項所述之專業技術設備，北流表演廳亦需搭配眾多物業設施如空調主機、高壓電力之運作方能提供表演者完整優質的展演空間。此兩類硬體由本中心物業與技術部擔任統籌保養、檢測及修繕規劃，輔以委外廠商承辦執行。針對 109 年表演廳開幕後演出單位及觀眾提出的場館環境建議，本中心將持續與相關單位研商優化措施，以提供使用者更好的展演體驗。

4. 展覽策劃

南基地文化館預計於 110 年年中開館，將是臺灣流行音樂與文

化重要的文物展覽空間。4 至 6 樓由臺北市政府文化局協助設置常設展覽，透過主題式展區，梳理與記載臺灣流行音樂的脈絡及榮耀；2 樓裙樓空間規劃為特展廳，展覽內容參考專家諮詢會之建議，初期將以音樂人物作為切入主題吸引民眾關注，再以策展帶出相關的時代和訊息。各檔特展主題將考量國內、國外、幕前、幕後等面向，形塑文化館成為民眾汲取流行音樂文化精華的窗口。常設展、特展、大廳及行政空間，於開館後皆由本中心接續營運管理。

5. 互動裝置

文化館定位為流行音樂與文化主題展覽空間，承載臺灣流行音樂的歷史脈絡，因應時代的轉變與科技不斷躍越，擬於 1F 大廳增設多媒體互動裝置，透過新科技應用輝映臺灣流行音樂的經典與未來。科技應用不僅能帶給民眾視覺衝擊，也能提升民眾與內容的互動，將評估利用 AR、VR、互動投影技術等方式，希望藉由此裝置提升民眾對於臺北流行音樂中心文化館的興趣，尤期望能吸引更多年輕族群前來欣賞展覽，吸取臺灣流行音樂的歷史資產精華，轉化為新一代的無限可能。

6. 產業聚落

產業區以形塑其成為多元產業聚落為策略方向，本中心將妥善評估、規劃產業區多元空間之功能，以兼顧產業現況需求與產業推動之前瞻性。目前區域內規劃有錄音室、練團室、商業空間、戶外廣場、出租辦公室和數間 Live House (1,600 人、800 人各一間，200 人兩間)，其中一間 200 人的場域預計設置為 Lab 實驗室，打造其成為提供給剛起步的產業新秀，模擬企劃、執行展演活動的「小北流」，另亦評估是否有可用空間，提供成為線上直播場域或培訓

地，接軌數位時代產業趨勢和後疫情時代線上展演需求。

(二) 行銷宣傳與品牌經營

1. 品牌形象影片

110 年度臺北流行音樂中心將迎接南基地開幕，完整啟用中心園區，行銷策略上計劃以三館合一的中心整體形象為推廣主軸，樹立本中心音樂產業聚落與流行文化生活基地品牌。形象影片擬以臺灣流行音樂發展為脈絡，運用一鏡到底的拍攝手法，穿梭園區各個場館與場域，串連每個世代的流行音樂型態與風格、穿插各種流行符號、結合劇場的調度呈現，讓北流三個館場的風采能完美展現，發揚北流「近未來、進未來、敬未來」的精神。

2. 自製節目

110 年度北流中心將延續 109 年度辦理線上或線下自製節目，邀集華語音樂界不同世代、幕前與幕後的音樂人於北流場域內，以音樂演出或是訪談、對話等方式，勾勒出對北流與對臺灣音樂產業的期待，並藉此創造話題性、宣傳北流品牌精神和任務使命，期許能吸引更多民眾、音樂人與其他單位團體一起貢獻人力、物力資源共同實踐推廣、培植音樂產業之目標。另配合中心園區場館完整開幕，擬舉辦三館聯合慶祝活動，將以全年齡層取向、世代融合為主要目標，歡慶北流里程碑的同時，亦透過活動擴大展演閱聽人口、匯集人潮帶動南港區域發展，及將完整的臺灣流行音樂中心呈現給民眾。

3. 社群網路

北流將持續維運自有 Facebook、Instagram、Youtube 頻道等社群平台，藉由此些社群網絡與民眾互動，並從中獲得客群的各種

資訊與回饋，再透過研究與分析去調整行銷策略，以回應目標客群需求。藉由社群上常態性、生活化的互動交流，落實北流形象、價值與精神的傳達。另，北流現階段官網功能及規劃尚以表演廳相關功能為主，因應 110 年度南基地開幕，將優化官網架構，加強功能性以符合文化館、產業區服務性質需求，也將設計新的官網視覺，提升品牌形象，使北流官網完成全方位的升級。

4. 國際連結

109 年國際展演與交流計畫皆受疫情影響，然北流仍然積極與各國駐台辦事處連結，就各地流行音樂中心或產業相關經營經驗進行資訊交換，也共同研擬疫情期間可進行的交流方式。110 年視疫情狀況，或可以北流為平台，召集相關單位合辦線上論壇或媒合，透過新科技應用突破地理限制。若疫情平緩、國際旅運狀況許可，亦將邀請海外藝術家、產業人士來台面對面進行講座、駐村、工作坊等活動。

(三) 人才培育與跨界交流

1. 演唱會學院

109 年度北流已啟動人才培育計畫，110 年度擬以「演唱會學院」為主概念，向下發展各項相關課程與實作培訓，推動幕前、幕後音樂工作者之人才培育，為產業界養成新秀，亦提供產業人士進修之管道。實際計畫包含擴大辦理場館導覽與技術講解、技術實作等課程，或舉辦相關主題體驗營隊，將本中心特有之場館資源分享回饋於教育，培植更多音樂產業技術人才。亦擬開辦北流實習計畫，招募相關系所學生，於寒暑假期間，提供於北流實習的機會，藉由實際參與各組計畫，學習演出、製作、行銷、場館營運等實務。

另 110 年度擬將人才培育計畫延伸至跨領域項目，規劃相關課程與開放北流場域進行跨域計畫實作、實驗。

2. 藝術駐村

北流以流行音樂為名，但絕不自我設限於音樂領域，將透過試辦藝術駐村計畫，邀請國內外跨界藝術家進駐北流空間進行創作，探索音樂與視覺、劇場、裝置、文史等跨領域藝術家共同創作或對話的可能性。另擬安排駐村藝術家透過講座、工作坊活動與北流鄰近區域之學校、團體交流，使駐村計畫以北流為核心擴展至周邊鄰里，促進駐村藝術家與在地居民、學子互動激盪藝術火花，共創獨一無二的跨界體驗。

(四) 行政營運

1. 組織擴編

109 年度本中心人員編制 40 名，設有行銷與溝通部、內容與研發部、物業與技術部、資源與管理部，110 年度預計新增進用各類人員計 20 名，整體員額預計達 60 人。擴編後將進一步落實專業分工，並視營運需求進行組織微調，增進組織運作效率。

2. 作業流程

北流於行政法人組織成立起，陸續訂定相關內部規章作為各項業務與行政作業依據，並將依憑內部控制要點，持續發展各部門之作業流程，完善組織運作與業務服務細節、確立行政法人體制和中心營運方法，輔以內部稽核機制檢核作業流程的執行狀況，透過不斷循環地檢視、回饋、修正，強化內控流程設計，提升北流的專業度與靈活度，以回應快速變遷的市場與產業需求。另本中心也將配合南基地開幕，挑選採用適合本中心多元業務之企業資源規劃系

統，輔助執行作業流程和數據分析。

3. 資源整合

北流由公部門挹注部分資源，以行政法人體制經營，期許以企業化之專業思維與自由度密切與產業接軌，為產業開闢新的創作與商業契機、耕耘音樂土壤以培育更多優秀人才。近年整體經濟與音樂產業環境皆相當嚴峻，相較以往更需透過聚集各方面的力量來共同開發各項軟硬體計畫。北流作為臺灣流行音樂的基地與心臟，將致力於串聯音樂與跨產業資源，協力企劃、產製與建置優質的內容及環境。

4. 區域串聯

東區門戶計畫致力串聯南港音樂、會展、生技、軟體等產業，加上三鐵共構之南港車站與公共住宅社區，打造產值與生活機能兼備的生活圈。臺北流行音樂中心將透過吸引業界、民眾來辦理、參與流行文化展演，帶動區域人氣。對於自辦或合辦之音樂節、人才培育、國際交流等活動，本中心也將積極與南港區在地夥伴、場域串聯合作，使音樂與文化藝術能量從北流擴散至整個區域，亦會邀請周邊鄰里民眾參與各項活動與互動，落實本中心「音樂即生活，生活有音樂」的理念。

五、計畫期程

計畫項目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
場館服務及設施建置												
場租辦法	新辦法實施											
技術服務	常態性維運											
硬體養護	常態性維運											
展覽策畫	展覽進場					常設展開展						
	展覽籌備與進場								特展展出			
互動裝置	製作與設置					大廳常設						
產業聚落	籌備與招商									開幕營運		
行銷宣傳與品牌經營												
形象影片	籌備、拍攝與後製								影片露出			
自製節目	節目		節目		節目			節目				
社群網路	常態性維運											
國際連結	籌備與遠距交流					實體活動						
人才培育與跨界交流												
演唱會學院	場館導覽實作-常態辦理；營隊-夏季；跨域培訓-下半年											
藝術駐村	籌備										駐村	
行政營運												
組織擴編	陸續進用人員											
作業流程	常態性制定與修訂											
資源整合	常態性維運											

六、預算規劃

(一) 收入

單位：新臺幣元

項目	摘要說明	金額
1. 展覽及活動門票收入	常設展、特展及中心活動等門票收入。	30,614,000
2. 場租收入	北流場域之場地租金收入。	42,408,000
3. 市府補助	臺北市政府 110 年補助中心營運。	130,000,000
4. 權利金收入	表演庭停車場權利金收入。	3,600,000
5. 贊助收入	中心接受捐贈之收入。	500,000
總計		207,122,000

(二) 支出

單位：新臺幣元

工作計畫	摘要說明	金額
(一) 場館服務及設施建置		
1. 場租辦法	擬定並啟用新版檔期其南基地陸續新增相關空間申請規定。	143,077,000
2. 技術服務	借助委外專業廠商支援技術規劃、排班人力等項目，同時陸續招募並培養正職專業技術人員，以建置中心自有技術服務團隊。	
3. 硬體養護	針對設備進行保養、檢測及修繕規劃，輔以委外廠商承辦執行，並將持	

工作計畫	摘要說明	金額
	續與相關單位研商優化措施，以提供使用者更好的展演體驗。	
4. 展覽策畫	擬舉辦音樂與跨界之常設展、特展及延伸宣傳活動	
5. 互動裝置	透過新科技應用展現臺灣流行音樂的經典與未來。	
6. 產業聚落	以形塑其成為多元產業聚落為策略方向，評估、規劃產業區多元空間之功能。	
(二) 行銷宣傳與品牌經營		
1. 形象影片	計劃以三館合一的中心整體形象為形象影片的主軸，樹立本中心音樂產業聚落與流行文化生活基地品牌。	
2. 自製節目	延續 109 年度辦理線上或線下自製節目，另擬舉辦三館聯合慶祝活動，歡慶北流里程碑及將完整的臺灣流行音樂中心呈現給民眾。	
3. 社群網路	持續維運北流社群平台，適時調整行銷策略。 另將優化官網架構，以符合南基地服務性質需求，使北流官網完成全方位的升級。	25,240,000
4. 國際連結	將視疫情狀況，邀請海外專業人士運用不同方式進行講座、駐村、工作坊等活動。	

(三) 人才培育與跨界交流		
1. 演唱會學院	以「演唱會學院」為主概念，向下發展各項相關課程與實作培訓，推動幕前、幕後音樂工作者之人才培育。	16,000,000
2. 藝術駐村	預計訂定試辦藝術駐村計畫，邀請國內外跨界藝術家進駐北流空間進行創作或舉辦講座、工作坊等活動。	
(四) 行政營運		
1. 組織擴編	因應南基地開幕，預計新增進用各類人員計 20 名，整體員額預計達 60 人。擴編後將進一步落實專業分工，並視營運需求進行組織微調。	63,822,000
2. 作業流程	持續訂定相關內部規章並發展各部門之作業流程。另本中心也將配合南基地開幕，挑選採用適合本中心多元業務之企業資源規劃系統，輔助執行作業流程和數據分析。	
3. 資源整合	將公部門挹注資源部分，以行政法人體制經營，致力於串聯音樂與跨產業資源，協力企劃、產製與建置優質的內容及環境。	
總計		248,139,000