



# 111 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

111 年 3 月

## 目次

一、前言.....	1
二、年度業務計畫 .....	1
(一) 經營北流品牌.....	1
(二) 人才培育與國際交流.....	2
(三) 場館服務及場域優化.....	3
(四) 活動及展覽規劃.....	4
(五) 行政營運.....	5
三、本年度績效目標 .....	6
(一) 北流品牌行銷宣傳.....	6
(二) 人才培育及產學合作活動.....	8
(三) 南基地展演空間招商及空間建置.....	9
(四) 三館營運及特展廳策展.....	11
(五) 法人治理 .....	13
四、計畫期程 .....	16
五、預算規劃 .....	17

## 一、 前言

臺北流行音樂中心於 109 年正式營運並完成北基地表演廳開幕；110 年也陸續完成南基地文化館及產業區的開幕。短期目標除了優化三個場館及全場域各項軟硬體設施，並且清楚建立營運模式，展現各場館的功能性之外；完備整體園區的服務，運用活動帶動人潮，建立臺北流行音樂中心的品牌影響力是短期目標裡最重要的項目。

臺北流行音樂中心陸續將邀請或自辦、合辦國內外知名、具特色的展演、展覽及各式藝文活動，可望吸引、聚集民眾到北流場域。配合東區門戶計畫，串聯其他相關產業而形成生活的廊帶，享受、浸淫各式藝術文化活動將成為南港區民眾、甚至臺北市民的日常。假以時日，潛移默化地將提升生活、美學水準以及幸福感，進而也能帶動南港區域商業活動及週邊發展，落實本中心「音樂即生活，生活有音樂」的理念。

臺北流行音樂中心以扶植產業為最終目標，將扮演流行音樂產業戰略中心的角色，來管理、協調、提供場館空間給產業利用，也讓產業進駐並經營南基地的展演空間，提供創意人才能夠有體驗、實驗、實踐的可能，並啟動各式人才培育計畫，邀請國內外大師開辦課程、營隊、人才培育工作坊等等，積極與現有臺灣流行音樂相關科系合作，提供產學合作的實際機會，媒合產業並供應就業人力，透過各種計畫連接學校所學與業界實際需求。

## 二、 年度業務計畫

### (一) 經營北流品牌

臺北流行音樂中心以三棟場館為營運基礎，形成園區並成立行政法人組織，以扶植流行音樂產業、培育音樂及產業跨領域人才為最終目標。

將北流以品牌的概念來經營，成為流行音樂產業與藝文界值得信賴的平台與渠道。推廣及吸引產業內各專業單位聚集到北流運用空間與設施，藉此開發、整合、媒合更多資源，透過北流的平台去實驗、跨界、突破既有框架及想像的做法，將會探索更多與未來科技的結合並實踐，最終產出新的商業模式且獲利，藉此共創園區有機循環及達成產業繁榮。

而針對閱聽大眾，在北流所能閱覽到、接觸到、感受到的各項活動和氛圍，都是高水準與高品質的展演，透過北流品牌力的傳播，使民眾能享受與體驗北流，本中心更能順利永續發展，延續各項扶植與培育計畫並加以推廣。

## (二) 人才培育與國際交流

臺北流行音樂中心作為音樂人才孵育基地，透過不同策略與串聯，將資源做最大效能整合；橫向鏈接產業聚落，縱向建構扶植系統。銜接 109 年開館以來之相關計畫，111 年北流中心將持續深耕，擴充潛力人才資料庫，健全產業鏈的人才培育與供給，提升大眾流行音樂素養。

進修課程部分，針對不同族群，搭建不同廣度與深度的學習，包括：專為準音樂職人進階準備的「演唱會學院」、與教育政策接軌的「種子教師培訓課程」、強化策展面向的「流行音樂策展人計畫」、為準從業新鮮人暖身的「實習生計畫」、實踐社區關懷的「北流銀髮樂音社」及提升北流團隊能力的「內部培訓計畫」。

體驗學習部分，持續推出「Backstage Tour」，讓民眾走進後台，實際體驗「流行音樂表演廳」與其他表演場地的差異；對於已萌芽的新秀，Live house D 也將推出「Open Lab 徵件計畫」，讓新人有初試啼聲、鍛鍊膽量的機會。

此外，對於知識學習，「北流雲」計畫將統整坊間及政府資源，以雲端架構為平台，推動數位音樂科技與流行音樂教育的普及，透過線上數位音樂課程開發，以及音樂製作與展演領域的國際產業資訊媒合，亦能匯流中心營運之對外宣傳資訊，以內容行銷方式經營自身品牌形象。同時也建構具公信力之流行音樂影音資料庫、資訊系統及著作權認證推廣系統，將北流的資源作線上虛擬呈現。

國際交流部分，中心已成立國際小組，規劃交流方向並訂定執行策略，爭取北流於國際間曝光機會，同時拓展臺灣音樂產業全球人脈。分項規劃如下：

1. 與已享有聲譽之國際活動在臺主辦方接洽，將音樂元素及北流精神融入活動安排，提升臺灣流行音樂國際形象。
2. 拜會各國或各組織駐臺辦事處（如新加坡及歐盟等），就其政府針對流行音樂之政策經營交換經驗，也藉此與國外流行音樂中心或表演場館建立聯繫橋樑。
3. 將中心文宣品、活動及特展專題翻譯成多國語言，採買具代表性之國際媒體或社群版面，活絡北流品牌形象於國際露出。
4. 規劃於疫情和緩後，組織任務小組出國參與國際音樂論壇或大型音樂節，以設攤方式介紹北流。介紹園區三大場館可用性，宣傳臺灣在華

語音樂歷史過去、現在及未來所占重要角色，提升臺灣音樂能見度。

5. 積極與相關單位如文化部或文策院研擬合作方式，共同對外宣傳臺灣音樂產業潛力與珍貴價值。

### (三) 場館服務及場域優化

#### 1. 場館服務

##### (1). 場館業務及場租辦法：

自 110 年 4 月實施董事會修正過之「臺北流行音樂中心表演廳檔期申請」實施計畫，於每年 3 月、6 月、9 月、12 月固定開放表演廳檔期申請。同時滾動式開放其他檔期申請，提供短期計畫之活動也能申請檔期。

另實施「臺北流行音樂中心戶外及室內多功能空間使用辦法」，提供表演廳室內及戶外廣場、南基地戶外及文化館大廳等空間，給予一般活動及商業拍攝運用，提供產業界更多元化之空間需求。

而除了表演廳中型場館之外，新增 Live house D 展演空間租借，作為扶植新秀、學術發表、科技實驗應用之展演空間。

##### (2). 技術/硬體服務

北流表演廳為北臺灣唯一專屬流行音樂演出之中型場館，具備專業演出設備包含電動升降舞台、隔音門、法國 L-Acoustics 音響系統、Mother Truss（母桁架）、專業舞台結構設備及視訊轉播系統。中心硬體技術人員配合委外技術廠商，提供進駐單位專業的技術服務，並持續優化場館設備及維護，提供演出者、觀眾優良的觀展及演出環境。

#### 2. 場域優化：

##### (1). 增加交通便利性

針對未來即將匯集的觀展民眾與產業聚落人潮，中心積極地與市府各單位聯繫，希望能提供更友善的交通體驗，包含評估新設 YouBike 站點；與北捷溝通於活動期間加開班次或增加停站時間。

##### (2). 綠地優化

園區東西側綠地亦是中心接下來優化的項目之一，希望能帶給民眾更友善的環境並增加停留意願，包含休憩設施設置、滯洪池

美化、建置活動平台等。

### (3). 全區指標統一規劃

北流三館指標系統優化與統一，因當初建築僅建置基礎引導指標，中心於今年已經陸續修正與改善表演廳指標，而南基地兩館部分將於 111 年度陸續進行修正、改善，以達全區指標系統一致之目標。

## (四) 活動及展覽規劃

以多元展演、人才培育、產業趨勢應用發展及文化傳承與創新之核心規劃實施要項如下：

### 1. 音樂主題活動

中心將辦理《臺北音樂不斷電》與《臺北爵士音樂節》，以延續及優化內容方式，打造活動口碑與擴大效益。年度音樂主題活動將著重人才培育、活絡產業人士交流，以及集結在地資源之區域整合行銷，一般大眾亦能在活動期間到訪北流場域參與盛事，一窺產業生態最新樣貌。

### 2. 展覽策劃

北流文化館為臺灣第一座以流行音樂為主題的展覽館，館內除了有講述臺灣近百年流行音樂歷史的常設展外，亦規劃特展廳以主題式的策展，聚焦於流行音樂的人物、事件、現象、文化等，深入並完整研究及資料收集，提供豐富的音樂故事，同時保存流行音樂的歷史與文化。111 年度辦理兩檔自製特展的主題，將透過流行音樂的人物為切入點，除了介紹主題人物對臺灣流行音樂的重要貢獻及影響，並進一步體現當代音樂文化及現象。輔以相關周邊推廣活動，潛移默化拓植大眾流行音樂文化認同。

### 3. 北流原創內容平台

北流原創第一個以產業視角開發的流行音樂主題 Podcast。從音樂產業面向規劃多元音樂主題性話題，以產業動態、音樂新知、人物專訪等單元，搭配北流三館節目、活動或展覽話題，兼具深度、多元與全面性。

### 4. 新媒體暨科技應用發展

作為音樂及跨領域產業之平台與橋樑，北流將推動結合產業趨勢，與新媒體、科技應用發展或教育單位合作，於北流發表新型態展演，亦規劃推廣智慧財產權內容加值應用，同時與智慧財產權管理及技術開發等機構單位協作推動優化臺灣流行音樂資料庫資訊標準化。

## 5. 文化研究典藏前期規劃

北流以扶植流行音樂產業、培育音樂及產業跨領域人才為目標，進而梳理臺灣流行音樂之發展脈絡作為文化研究之基石。藉由研究成果分享及延伸，讓大眾更能理解臺灣流行音樂歷史脈絡。而研究成果除在臺灣留存發表外，也期望與世界接軌，讓各國瞭解臺灣深厚的音樂文化底蘊。

### (五) 行政營運

#### 1. 組織發展

110 年度中心人員編制經核定為 60 名，設有行政管理部、內容研發部、物業工務部、場館服務部、行銷推廣部、財務會計室、公共關係室、執行長室及董事長室，較 109 年度增加編制人員 20 名，以處理文化館及產業區開幕營運之規劃、文化館各項展覽及活動籌辦與產業區招商作業。

111 年度計畫新增進用各類人員計 12 名，整體員額共計 72 人，滿足中心全區（南、北基地）營運管理及維護之基礎人力需求。新增人員將依其專業分派至各部門進行分工，並視中心營運狀況，進行組織人力微調，確保組織運作順暢及工作效率提升。

#### 2. 作業流程

中心自行政法人組織成立起，已訂定相關內部規章並提送董監事會通過送臺北市政府備查，逐步完善各項業務與行政作業，並依據內部控制要點，建構各部門之作業流程，完善組織運作與業務服務細節、確立行政法人體制和營運方法。內部稽核制度、檢核作業流程，將透過內控流程設計進行檢視回饋、修正強化，逐步提升北流的專業度與組織運作靈活度，以回應快速變遷的市場與產業需求。

本中心自 110 年起，配合營運三館所需，選用適合本中心多元業務之企業資源系統來輔助執行作業流程和數據分析，以期順利完成各項營運作業。

#### 3. 營運管理

中心自 109 年成立後，先後接管北基地表演廳及南基地文化館、產業區，為完善組織營運管理，在採購、總務、財產管理……各方面編製各項行政流程，就各項硬體設備及勞務委外等軟硬體資源的採購、營運、維護管理及後勤支援進行統整，協助各部門就相關業務、場館優化進行勞務與財務採購。

配合南基地文化館與產業區 110 年開幕營運，同時啟動南基地各區塊招商委外流程及場館設施、設備優化，完成各項營運準備工作。而人力資源管理項目也持續優化，針對人力規劃編制及考勤管理等，以提升行政流程進度及工作效率。

#### 4. 資源整合

北流為行政法人組織，依法由公部門挹注資源經營，期許以企業化之專業思維及行政彈性，密切與產業接軌，為流行音樂產業開闢新的商業契機、耕耘音樂土壤以培育更多優秀人才。近年因疫情影響整體經濟發展與產業環境皆相當嚴峻，相較以往的各项實體展演活動，目前更需聚集各界的資源與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，協助改善產業環境。

#### 5. 區域串聯

東區門戶計畫致力串聯南港區文創、會展、生技、軟體等產業，加上三鐵共構之南港車站與社會住宅，打造產值與生活機能兼備的生活圈。北流將透過自辦或合辦之流行文化展演、音樂節、人才培育、國際交流等活動，帶動區域人氣，中心也將積極與在地夥伴、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。

### 三、 本年度績效目標

#### (一) 北流品牌行銷宣傳

臺北流行音樂中心以品牌的概念來經營，成為流行音樂產業與藝文界值得信賴的平台與渠道，將透過自媒體形成對外連結與溝通管道，足以擔任流行音樂與文化產業的媒介。

透過自媒體經營來推廣中心自製活動與內容，妥善分配行銷資源，加



強品牌的可信度及民眾對臺北流行音樂中心設立宗旨的理解。數位行銷渠道如：Facebook、Instagram、YouTube、Line 等，與流行音樂目標族群（TA）進行溝通。

中心的品牌行銷透過數據分析顯示目標族群平均落在 15~34 歲之間，自媒體平台不僅是行銷渠道，也是溝通管道。為了更多元地傳遞資訊及推播宣傳，同時因應目標族群的廣泛度，透過創意發想、連結時事、幽默趣味的方式來溝通，將會是中心短期邁向中期的階段目標。

#### 1. 推廣及優化品牌：

強化中心企業識別系統（CIS）及增加品牌曝光露出的多樣性（包含形象影片、實體製作物、品牌聯名商品等），藉以強化品牌識別及深植中心形象。同時整合多元行銷通路（平面、戶外/家外廣告、網路社群、自媒體頻道、公關等），媒合中心自辦之系列主題活動、展覽，以及各類音樂、藝文單位於北流舉辦之活動，不僅可擴大宣傳滲透率、品牌識別度，更透過各類專案增加線上線下專欄、專刊及報導，為本中心提高品牌形象在一般市民之心佔率。並以各類媒體露出，增加品牌曝光度。

#### 2. 建立及優化自媒體頻道（增強媒體曝光、增加民眾互動深度以及品牌信賴度）

針對一般市民感興趣的面向（建築體、活動、硬體設備、音樂活動舉辦等）進行深入淺出的影音導覽內容，延伸各類分支（官網、社群、自媒體頻道等）進行推廣，以增加對北流有更多認識，提高造訪中心的次數並建立良好的互動，擴大不同族群的音樂參與及好感度。為養成中心自有群眾流量，預計於 111 年依照園區各項活動透過自媒體進行推播及宣傳，讓主要消費族群提出反饋、增加黏著度與落實品牌形象，將自媒體粉絲及流量增加百分之三十。

#### 3. 辦理集客類別活動，以活絡園區為目標

針對 111 年度各中心自辦/外租活動，依照各專案活動特色，以活絡園區為主軸，訂定專屬品牌推廣策略。一年辦理 2 次主題單點式活動。透過中心自媒體渠道、數位新媒體、傳統紙媒、戶外等媒介宣傳，吸引民眾造訪園區觀展參與活動。

#### 4. 中心形象及宣傳製作

透過形象影片、商業影片（CF）及其他文宣品強化品牌識別，結合中心內部資源發揮宣傳擴散效益，達到多面向宣傳之形象廣度。

整合多元行銷通路（平面、戶外宣傳、網路、媒體公關、導覽解說，市府資源等），推廣中心舉辦之主題活動、主題常設展等，累積及發散相關活動之宣傳廣度，規劃深度訪談、專欄報導，加強行銷之深度及厚度。

#### 5. 異業合作／商務洽談

中心將洽談各類型藝術家、產業優質品牌進行雙方品牌聯名合作（聯名商品、聯名專案企劃等），藉由跨界合作進一步宣傳本中心品牌，拓展到不同客群，提升北流品牌形象及曝光度。

### （二） 人才培育及產學合作活動

北流肩負人才培育使命，將從各個面向出發，打造逐步深化的學習環境，橫向鏈接產業聚落，縱向建構扶植系統，厚植流行音樂產業人才。

#### 1. 產業面培育：演唱會學院

流行音樂產業所需人才，除音樂創、編、混、錄等，藝人開發(A&R)、企宣、經紀……延伸至演唱會所需之燈光音響、舞台設計等軟硬體專業工作者、新媒體開發等，都是廣義流行音樂產業的人才類別。

以「演唱會學院」為概念，系統性培育產業鏈中各式人才，除教授相關專門技能，更鼓勵跨界、創新科技應用，透過實作、在北流場域中展演，讓理論與實務並進，培養全方位人才。

#### 2. 學術面培育：種子教師培訓課程

自 110 年起，北流與教育部共同制定「音樂教師培力計畫」，以 108 課綱中美感教育為基石，透過常態性課程、工作坊、講座等，提升中等教育音樂教師流行音樂相關課程的教學技巧，藉由種子教師的學習與轉譯，為教育現場灌溉更多能量。

#### 3. 知識面培育：北流雲建置

不同於古典音樂有嚴格的學習系統，流行音樂產出當下即定義「流行」，產業需求瞬息萬變，對科技、知識維持「高敏度」是產業人才的基本鍛鍊。「北流雲」將階段性推出「流行音樂趨勢及專業知識」、「數位音樂製作教學影片」、「產業分析對談」等三個面向服務大眾，推動北流雲成為流行音樂知識窗口，111 年預計以專文、影片、資料庫整合，循序漸進地建立知識平台。

#### 4. 大眾面向培育：

針對北流三館不同的性質，中心提供不同方案。111 年「表演廳」將持續推出 12 場次「Backstage Tour」，讓民眾實際體驗北流後台，理解表演廳在「聲學、隔音、專業設備、觀眾席配置」與臺灣其他表演場地的差異。

延續 109 年以來的好成績，中心也將持續推動「流行音樂策展人計畫」，以文化館為基地，培養流行音樂領域之策展人才，提升跨界、多元的可能性。

產業區部分，Live house D 將扮演扶植新秀的角色，舉凡是校園歌唱比賽、社團成發、新人初試啼聲……都可以透過北流「Open Lab 徵件計畫」中利用此展演空間鍛鍊經驗，更可能因此打開進入產業的大門。

#### 5. 社區面向培育：北流銀髮樂音社

為促進社區交流，打造全年齡都樂於親近的北流，110 年「銀髮族課程」中，透過簡單的教學，讓銀髮族動動手指，就能用平板電腦製作音樂。111 年將延續核心概念，將流行音樂課程帶進社區活動中，藉由年輕人的教學、陪伴，讓音樂豐富長者們的心及生活。

#### 6. 實習生計畫

北流三館屬性，涵蓋了演出節目、展覽、教育課程、專業與商場空間營運。所需人材分為創意、技術、行政三種類別，相信不同屬性的學生們，都能在中心找到合適對應的實習工作。

北流實習生計畫，除了相關音樂系所的產學串聯，更可擴展到法商、人文科技等面向，如同流行音樂產業需要各式人材進駐，中心也會開放不同的實習工作給不同科系的學生，成為學子進入職場前的銜接機構。

#### 7. 內部培訓課程

行政法人的管理團隊，也得仰賴持之以恆的培育才能茁壯，除流行音樂產業知識、趨勢科技、相關法規需要學習外，借鏡他山之石的成功經驗，才能提升團隊戰鬥力。111 年將規劃 6 場內部訓練課程，以增進中心同仁相關業務服務知能，提升服務品質。

### (三) 南基地展演空間招商及空間建置

#### 1. 南基地展演空間規劃

南基地展演空間及產業區已於 109 年進行場域空間定位，營運方向擬定邀集產業進駐共創聚落之招商型態進行。110 年召開產業諮詢顧問會並同時進行訪商、空間優化及招商作業。

南基地共有四個展演空間，分別為 Live house A（未來展演館）以建置科技應用環境、打造音樂嶄新未來；Live house B（多功能展演）適合中小型音樂及跨界演出等多功能展演使用；Live house C（音樂餐飲複合）以音樂餐飲複合經營、開放創意空間運用；Live house D（Lab 實驗室）提供準音樂職人以及新血登台演出。介於文化館與產業區中間為「戶外表演空間」係半開放式廣場，優先承租給流行音樂及文化類展演，亦開放公益及商業活動，打造流行音樂與文化生活聚落。

## 2. 南基地各空間招商規劃

本中心已於 110 年度啟動南基地各空間之招商，徵集音樂專業及商場單位進駐，與中心一同建立北流及南港之音樂聚落與商圈。

111 年度招商事務將著重於各營業單位進駐後之協助與管理，基礎工作項目包含由中心專責人員於進駐單位進行裝潢施作、日常營運時，提供物業及工務面向的支援，維持營業空間機電、消防等功能之正常運作，和協助排除異常狀況。

另因南基地空間性質多元，規劃有不同業種之單位於園區內營運，中心將作為統籌協調的角色，確保單位間能順暢地溝通、協作，也將進一步整合活動與行銷資源，串聯南基地商鋪共同宣傳，致力推動園區成為文化與商業共存共榮的生活圈。

北流南基地的招商方針，係由本中心規劃各空間的功能主軸，再由有意營運之單位提出企畫內容進行評選，以此導入業界的經驗與創意，共同規劃出能扣合中心扶植、培育宗旨，亦符合產業需求與市場機制的營運模式。除常態性地協助日常營運，也預計辦理年度檢視，與進駐夥伴共同檢討雙方可精進之處，促進園區之繁榮興盛。若有不適合繼續營運的情況產生，本中心也將妥善處理以盡輔導、監管之責，並規劃招募其他營運單位進駐。

## 3. 北流節能規劃

本中心現已進行表演廳高壓電力契約容量調整，從 3000KWh 下修為 1500KWh，每個月減少可為中心基本電費支出約 28 萬元。

預計於 111 年第一季時再進行全年度用電量評估進行階梯式向下修正。南基地部分因目前電費支出與繳費單位尚未轉移給本中心，且 110 年第三季度尚未開幕與招商，用電量暫無法評估及調整，預計將

於 111 年第一季度進行初次調整。

依現行南基地兩館用電需求初估，初次調整將調整 1000~1500KWh，可為中心每月約節省 20~28 萬元之電費支出。

111 年度將以開幕後與招商室裝完畢後進行空調設備的優化調整，可分為：

- (1). 中控室與地下一樓機房等 24 小時需冷房空間進行空調設備改善，或評估建置獨立空調設備，以減低大樓冰水主機之負載，亦可有停機輪休與保養之狀況，確保於夏季高負載狀況時可以正常運作。
- (2). 系統進行分區排定啟停與溫度控制，降低空調設備負載與同時間所有設備運轉造成的超約情形。

#### (四) 三館營運及特展廳策展

##### 1. 三館營運展望

北流擁有三個不同性質以及功能的場館，各自提供不同的服務需求。

表演廳針對大量的演唱會、展演需求，能容納 5000 人觀眾符合各式各樣流行音樂、文化藝術等等國內外的精彩演出。主辦單位、藝人、演出團體的各式軟硬體需求，是北流非常重視的服務。

文化館是台灣第一座以華語流行音樂為主題的展覽館。擁有專屬流行音樂的展覽與典藏資源，可透過參訪、講座、教育訓練等方式，推廣流行音樂文化，期以傳承經典開創新貌，體現群體共感價值並輸出國際。

產業區設有多元複合式 Live house 展演空間、孵化育成中心、排練室、錄音室、主題餐飲空間及戶外表演空間等，打造音樂人文薈萃聚落。藉由產業進駐，提供教育訓練、設備支持、推動跨界共創與內容產出，並同時與國際接軌讓臺北流行音樂中心成為流行音樂人才的育成、匯集及輸出交流場域，進而建立國際影響力。

中心以管理者的角色，隨時聽取產業意見並提供服務，統籌並協助營運單位共存共榮。

北流的場域是提供給全民都能靠近、走進並親近的一個園區，中心的場館建築本身就已經是大型的公共藝術裝置，在路過或享受園區各式藝文活動，讓民眾在平凡生活中有一個休憩、隨時靠近藝術氛圍

的場域，也是中心營運的目標。

## 2. 北流年度活動及策展之規劃

### (1). 年度音樂活動

#### A. 臺北音樂不斷電

111 年度由中心規劃匯聚上下游及週邊相關資源，以展演 (Showcase) 提供創作新秀發表舞台，並舉辦講座論壇、產業沙龍及工作坊等形式，期盼透過跨域媒合，推進產業動能並與國際市場接軌。預計於 111 年暑期活動期間，辦理主題相關活動，其中包括 2 日共計至少 8 組演出者的展演活動、2 場國際交流論壇、3 場音樂講座或工作坊。

#### B. 臺北爵士音樂節

與無圍牆博物館概念結合，以爵士音樂主題打造區域型節慶盛典，集結南港在地夥伴活動與行銷資源共創共榮，形成爵士音樂耶誕小鎮走讀地圖，活絡城市音樂人文地景。本活動預計於 111 年 12 月辦理執行，規劃 2 日 8 組以上演出者的展演活動及 2 場周邊活動，串聯約 8 組在地夥伴合作。

### (2). 北流自製活動

#### A. 人物特展

配搭文化館常設展及特展主題，北流將辦理至少 3 場次相關周邊推廣活動。以講座、工作坊或教學等分享及互動形式規劃執行，目標對象鎖定為全齡大眾之流行音樂文化推廣活動。

第一檔自製特展以編曲傳奇大師-陳志遠老師為主題，除了介紹陳志遠老師的成就外，同時致敬他在音樂產業的重要地位。因較少人關注編曲工作，故中心同時規劃辦理至少一場周邊活動以推廣編曲人才培育。

第二檔自製特展則將以音樂人張雨生為主題，111 年為張雨生逝世 25 週年，中心希望藉由該特展，讓不同世代民眾皆能認識及瞭解他的作品及創作精神至今如何持續影響著華人樂壇。

#### B. 北流原創聲音內容平台

以多元音樂主題性話題，從產業分析、音樂新知、人物專訪到文化內容探討，兼具深度、多元與全面性。為台灣第一個以產業視角開發的流行音樂主題 Podcast。計劃於 111 年度製作

至少 20 集聲音內容節目。

### (3). 新媒體暨科技應用發展

北流希望媒合跨領域專業人士及新媒體、科技應用發展技術或校園教育單位，推動新型態展演之外，亦規劃將中心策展內容、文化典藏、表演內容、人才培育工作坊成果或音樂相關產出等，結合新科技應用進行內容增值應用。同時透過產業沙龍等交流形式，與產業人士分享創新技術，或區塊鍊音樂著作權存證等最新趨勢之發展。預計於 111 年度發表至少 1 場應用展演及 4 組增值應用內容。

同時規劃整合本中心流行音樂資料庫與集管團體管理著作資訊系統及認證推廣系統合作，推動便民查詢與利用單位、著作權人優化的智財權維護機制。111 年度預計與至少 1 間機構單位合作。

### (4). 文化研究典藏

111 年度啟動前期策略規劃，盤點臺灣現有資源平台及機構單位並進行接洽，逐步建立流行音樂資料庫。111 年預計完成線上系統前期規劃，並與至少 1 間機構簽署合作。

## (五) 法人治理

### 1. 資訊公開

#### (1). 利益迴避及關係人交易事項公開：

本中心依法遵循《公職人員利益衝突利益衝突迴避法》、《臺北市臺北流行音樂中心設置自治條例》及相關法規規範之利益迴避原則、關係人交易事項揭露原則，依限辦理相關公告，並彙報主管機關監察院，以期達到行政法人透明公開及零裁罰之目標。

#### (2). 規章及其他資訊公開：

本中心依《臺北市臺北流行音樂中心設置自治條例》就所執行之公共事務，在不牴觸有關法令之範圍內得訂定規章，故而，為便利公眾利用、促進參與本中心事務，本中心就涉及外部事務之規章，如場地出借辦法等，公開揭露於官網之法規專區。另外，本中心各年度之業務計畫、績效目標、執行成果等業務資訊、財務報表、預算、決算及業務績效評鑑結果，亦皆主動公開揭露，以增進公眾之信賴及監督。

## 2. 內部控制與稽核制度落實

為確保內控制度有效運作，並落實自我監督機制，本中心將由內聘之專業稽核人士，依本中心內部稽核規章，就法人運作日起至 110 年底期間，進行第一次年度內部稽核作業。該稽核結果將於 111 年持續追蹤管考，有關缺失並應列為各部室之考核重點，後續改善情形應依其所擬具之期程，簽報董事長並報告董事會。除此之外，本中心將持續評估已訂定之作業程序與自評作業是否有效落實，且能合理協助董事會及管理階層檢查、衡量營運效能，同時繼續增補業務上應完備之作業程序。

## 3. 組織管理

### (1). 設立專業專職部門及人員招募：

本中心依業務特性分為「行政管理部」、「物業工務部」、「行銷推廣部」、「內容研發部」、「場館服務部」及「公共關係室」、「財務會計室」、「執行長室」、「董事長室」，111 年度預計達成整體員額共計 72 人，滿足中心全區營運管理及維護之基礎人力需求。

### (2). 人力資源管理：

#### A. 人才招募：

北流於 110 年將完成南北基地全區開幕營運，為積極推動流行音樂產業園區之發展，針對中心的人力需求及各項工作特性，尋求更多人才加入，一同推動臺北流行音樂中心的發展，深耕流行音樂產業，並制定產業發展、音樂文化展覽與在地展演計畫，同步整合內外資源，預期培養出未來臺灣流行音樂發展的核心人才。

#### B. 考勤管理：

對中心員工出勤進行考察管理，包括是否遲到早退，有無曠工請假……，也包括排班管理、請假管理（帶薪年假管理）、加班申請、日出勤處理、月出勤彙總等，注重人本管理，使員工融入團隊之中，從而創造更大的效益。

#### C. 考核管理：

對中心員工在場館營運管理之各項工作，運用特定的標準和指標，採取科學衡量的方法，對營運過程的人員完成指定任務的工作實績，並對由此帶來的效益做出價值判斷，並針對考



核結果進行調整修正。

#### D. 教育訓練及留用：

安排中心員工就表演廳、文化館及產業區的專業工作領域進行教育訓練，從硬體設施的了解到規劃、實作，及軟體項目的知識產權法規、流行音樂產業趨勢等各個領域，充實各項知識能以了解、融入進而熱愛工作，在提升專業的同時，也留住人才。

#### (3). 採購規範落實及改善

中心 109 年績效評鑑結果，在採購方面經審計單位、北市府主計處及文化局委託會計師之年度查核，遭列舉多項待改善之項目，其中容有因不熟悉採購辦法之規範，或因個人疏忽產生之缺失，但整體而言確為本中心需積極檢討之工作項目，故已將採購列為 111 年計畫績效目標之一，其中包括採購相關法令規定之加強教育，明確訂定採購各項行政流程，並針對各採購案進行預審，就缺失事項進行改善，在既定之期程內呈現結果。

#### (4). 財物管理維護

中心北基地表演廳已於 109 年底，與文化部及臺北市政府文化局分三批完成財產點交作業，後依據本中心財產及物品管理辦法、臺北市臺北流行音樂中心市有財產管理辦法、國有財產利用契約就各項中心代管財物及中心自購之財產進行清點造冊，並依規定登錄於臺北市政府財政局之財產管理系統，善盡管理之職責，爾後依規定進行定期財產盤點作業，如有盤虧應儘速查明原因，以降低中心財產損失。

#### (5). 規章訂定與法令遵循

依照本中心各項業務需要訂定規章，使行政作業之依循有所本，並以行政法人執行公目的之效率為優先考量，針對已制定之規章內容有不合時宜之處應適度調整，儘速提送修正草案於主管會議討論後，提報董事會審議。規章之訂定與修正同時應注意各類現行法規之變動，定期掃描並將相關法令異動通知同仁，以達成零裁罰目標。

#### 四、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
<b>行銷推廣/品牌經營</b>												
企業品牌文宣製作	三節文宣								三節文宣	中心手冊		
自媒體經營	常態維運(擴充電子報, Line平台)											
中心品牌推廣及優化	企劃/籌備	聯名商品	YT企劃	YT企劃				企劃/籌備	YT企劃露出			
異業合作商務開發	企劃/籌備			活絡園區計畫				企劃/籌備		活絡園區計畫		
行銷推廣企劃	企劃/籌備	企劃/籌備	行銷波段	露出			企劃/籌備	企劃/籌備	行銷波段	露出		
展覽/活動行銷推廣	常態業務											
<b>場館服務</b>												
硬體技術	常態性維運											
硬體維護	例行保養	年度檢修(視檔期安排調整)			例行保養			例行保養			例行保養	
場租租借表演廳			開放申請			開放申請			開放申請			開放申請
場租租借南北基地室內戶外空間	常態業務											
場地業務一般活動/商業拍攝	常態業務											
<b>設施建置</b>												
指標優化	盤點與評估優化			公開招標、行政程序			指標優化			驗收與調整		
節能優化	設備測試與調整			電力與空調程式控制			程式調整			契約容量評估		
空橋優化	招商評估			公開招標、行政程序			水泥鋪面優化			驗收		
<b>活動及展覽規劃</b>												
音樂主題活動	活動籌備執行						臺北音樂不斷電	活動籌備執行				臺北爵士音樂節
展覽策劃	陳志遠特展			展覽籌備執行						張雨生特展		
展覽周邊推廣活動	活動籌備執行	年度展覽推廣活動	活動籌備執行	年度展覽推廣活動	活動籌備執行	年度展覽推廣活動	活動籌備執行	年度展覽推廣活動				
北流原創內容平台	常態推出聲音內容節目											
新媒體暨科技應用發展	年度研究發展計劃											
文化研究典藏前期規劃	年度研究發展計劃											
<b>人才培育與跨界交流</b>												
產業面							演唱會學院					
學術面	種子教師培訓課程				種子教師培育營隊				種子教師培訓課程			
	實習生計畫：學期制						實習生計畫：暑期		實習生計畫：學期制			
知識面	北流雲專文、影片露出(每月)											
大眾面	音樂策展人工作坊		Backstage Tour 音樂人導覽	Open Lab 計畫			Backstage Tour 彩排導覽			Backstage Tour 團體導覽		北流銀髮樂音社
行政面			內部培訓課程						內部培訓課程			

## 五、 預算規劃

### (一) 收入

單位：新台幣元

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。	52,620,000
2. 場租收入	北流場域之場地租金收入。	97,525,000
3. 市府補助	臺北市政府 111 年補助中心營運。	171,773,000
4. 權利金收入	停車場權利金收入。	5,009,000
5. 贊助收入	中心接受捐贈之收入。	5,000,000
6. 廣告、周邊商品及其他收入	廣告、周邊商品販售、利息及其他收入	1,061,000
總計		<b>332,988,000</b>

(二) 支出

單位：新台幣元

工作計畫	摘要說明	金額
<b>(一) 經營北流品牌</b>		
1. 自媒體 (社群網路)	將北流以品牌的概念來經營，成為流行音樂產業與藝文界值得信賴的平台與渠道。推廣及吸引產業內各專業單位願意聚集到北流運用空間與設施，藉此開發與整合、及媒合更多資源。	22,440,000
2. 形象製作物		
3. 行銷與品牌推广		
<b>(二) 人才培育與國際交流</b>		
1. 人才培育	作為音樂人才孵育基地，透過不同策略與串聯，將資源做最大效能整合；橫向鏈接產業聚落，縱向建構扶植系統。	5,766,000
2. 國際交流	規劃國際交流方向並訂定執行策略，爭取北流於國際間曝光機會，同時拓展臺灣音樂產業全球人脈。	
<b>(三) 場館服務及場域優化</b>		
1. 場館服務	擬訂並實施各場域租借辦法，以提升場域使用率及提供產業界更多元化之空間需求，並透過 Live hose D 展演空間租借，作為扶植新秀、學術發表、科技實驗應用之展演空間，同時也藉由本中心之硬體技術人員配合委外技術廠商，提供進駐單位專業的技術服務。	148,169,000

工作計畫	摘要說明	金額
2. 場域優化	將持續優化場館演出設備及維護，同時因應北流全區開幕，預計進行綠地優化並完成全區指標系統一致之目標。	
<b>(四) 活動與展覽規劃</b>		
1. 音樂主題活動	規劃辦理《臺北音樂不斷電》與《臺北爵士音樂節》，以延續及優化內容方式，打造活動口碑與擴大效益。	11,500,000
2. 展覽策畫	規劃以主題式的策展，聚焦於流行音樂的人物、事件、現象、文化等，深入並完整的研究及資料收集，提供豐富的音樂故事，同時保存流行音樂的歷史與文化。	10,375,000
3. 北流原創聲音內容平台	流行音樂主題 Podcast。規劃多元音樂主題性話題，以產業動態、音樂新知、人物專訪等單元，搭配北流三館節目、活動或展覽話題，兼具深度、多元與全面性。	200,000
4. 新媒體暨科技應用發展	與新媒體、科技應用發展或教育單位合作，於北流發表新型態展演，亦規畫推廣智慧財產權內容加值應用。	4,290,000
5. 文化研究典藏前期規劃	111 年度啟動前期策略規劃，盤點臺灣現有資源平台及單位機構並進行接洽，逐步建立流行音樂資料庫。	100,000

工作計畫	摘要說明	金額
<b>(五) 行政營運</b>		
1. 組織發展	因應北流全區開幕，預計新增進用各類人員計 12 名，整體員額預計達 72 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。	130,680,000
2. 作業流程	持續訂定相關內部規章並依據內部控制要點，建構各部門之作業流程。透過內控流程設計進行檢視回饋、修正強化，逐步提升北流的專業度與組織運作靈活度，以回應快速變遷的市場與產業需求。	
3. 營運管理	就各項軟硬體資源的採購、營運、維護管理及後勤支援進行統整，並透過人力資源管理，以提升行政流程進度及工作效率。	
4. 資源整合	將致力於串聯音樂與跨產業資源，協力改善產業環境。	
5. 區域串聯	將積極與在地夥伴、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，落實本中心「音樂即生活，生活有音樂」的理念。	
<b>總計</b>		<b>333,520,000</b>

