



109 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 6 月

目次

壹、計畫綜合資料表	2
貳、計畫內容.....	3
一、前言	3
二、計畫目標.....	3
三、整體計畫實施策略及方法	4
(一) 建構北流行政組織.....	4
(二) 流行音樂產業升級.....	6
(三) 流行音樂人才培植.....	7
(四) 行銷宣傳推展策略.....	8
(五) 流行音樂展覽規劃.....	8
(六) 場館維護與空間使用服務.....	9
參、計畫時程.....	10
肆、預算規劃.....	10

壹、計畫綜合資料表

計畫名稱	臺北流行音樂中心 109 年度營運計畫書			
執行單位	臺北流行音樂中心			
計畫經費	新臺幣 124,643,531 元整			
聯絡人資料	姓名	洪筱婷	電話	0929-389-089
	EMAIL	binghung88@gmail.com		

貳、計畫內容

一、前言

臺北流行音樂中心介於南港車站與捷運藍線昆陽站之間，採複合型園區設置，北基地具有可容納 5,000 人以上、專屬流行音樂演出的中大型表演場地「表演廳」，南基地則有以主題策展方式呈現臺灣流行音樂社會紋理與各種面貌的「流行音樂文化館」、以培育臺灣音樂人才為目標的「產業區」等場館。

集結流行音樂與流行文化，臺北流行音樂中心不僅是流行音樂表演場所，更是以流行音樂產業出發、描述流行文化與生活型態的機能型園區。透過環形空間結合藝術、商業、市集和演出活動，希望藉由流行音樂產業工作者及一般民眾的廣泛利用，打造一座全天候具備不同使用方式的「機能建築」。南北基地由造型天橋串聯，三棟主建築位於同一水平線，除加強整體建築的統一性，也以視覺軸線引領參觀者至不同目的地。

臺北流行音樂中心未來將朝成為世界華語流行音樂新地標的願景邁進，除匯集創作人才外，並期望提供流行音樂及周邊產業群聚、展現優質的臺灣流行音樂文化，創造聚合流行音樂及文化產業跨界能量。

二、計畫目標

臺北流行音樂中心對於臺灣流行音樂產業來說具有重要的意義，是臺灣流行音樂與文化產業的重要發展策略，園區以流行音樂為出發點，結合多功能空間，透過「聚落」和「跨界」形塑臺灣流行音樂的生活圈，並協助臺灣流行音樂與文化產業發展。

本計畫目標期望能協助臺灣流行音樂產業發展，透過相關政策規劃與研究，提供流行音樂產業最新趨勢及方向、人才的發掘與養成，培養未來臺灣流行音樂產業的國家棟樑、提供最新的音樂創作軟硬體技術和

國際業界資訊，吸引多元背景的人才交流跨界合作，期望能成為流行音樂產業的主導者，培養國內流行音樂產業鏈人才、帶動流行音樂產業國際化、打造流行音樂產業聚落及城市觀光景點。



圖 1 短中長期目標

三、 整體計畫實施策略及方法

本年度計畫主要工作項目如下：

(一) 建構北流行政組織

成立行政法人臺北流行音樂中心（以下簡稱北流中心），負責北流中心各項業務行政協調及管理，完成北流中心組織、營運及年度計畫推動規劃等工作業務。北流中心將依業務特性分為「資源與管理部」、「物業與技術部」、「行銷與溝通部」、「內容與研發部」四個部門，以專業專職方式推展業務。

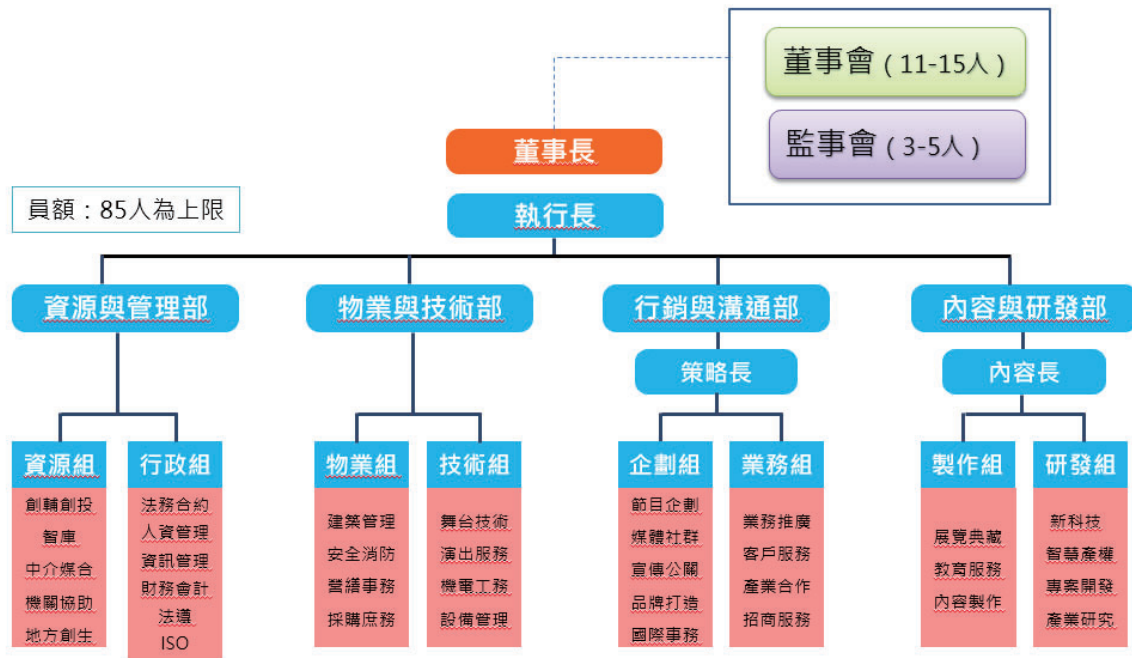


圖 2 臺北流行音樂中心組織圖

1. 資源與管理部

- (1) 行政組：人力資源管理、員工招募與培訓、工作規則、福利制度、利益迴避等規範、相關法務、資訊管理、內部稽核規範、採購規範、個資保護措施及差勤規範、考核機制、獎金（年終、績效）制度、規劃關鍵績效指標、回饋計畫等業務。
- (2) 資源組：媒合各行政法人資源、串聯跨界交流、籌組產業領域專家團，不定期召開顧問諮詢會議，提供本計畫營運發展建議與規劃。

2. 物業與技術部

- (1) 物業組：建築管理、安全消防、營繕事務、採購庶務。本年度針對營運管理所需之辦公室內部裝修及必要設備增設、物品採購。
- (2) 技術組：舞臺技術、演出服務、機電工務、設備管理。

3. 行銷與溝通部

- (1) 企劃組：節目企劃、媒體社群、宣傳公關、品牌打造、國際事務。
- (2) 業務組：業務推廣、客戶服務、產業合作、招商服務。

4. 內容與研發部

- (1) 製作組：展覽典藏、教育服務、內容製作。
- (2) 研發組：新科技、法務及智慧產權、專案開發、產業研究。

(二) 流行音樂產業升級

為積極推動流行音樂產業升級，北流中心預計透過辦理指標性活動、導入科技示範案例等方式，協助產業進行發展與升級。

1. 辦理指標性活動：充分運用現有硬體資源，辦理北流中心自製音樂節目，考量未來疫情可能的發展與影響，部分節目將朝向線上製播方式準備，內容規劃有音樂會、主題演講等形式。實體活動方面則計畫辦理音樂論壇、音樂新創發表或交流媒合展會等活動，打造特色或複合型之音樂活動。
2. 研討科技融合案例：研究導入前瞻科技進行跨界應用，如VR、AR、8K等影音技術，融合於試演活動或常設特展中，提升北流中心之科技能量與沉浸式活動之豐富性，也為產業打造具代表性之示範案例。
3. 創意資產化與創新商業模式：推展創意資產化概念，協助將創作、技術想法等轉化為資產，藉由導入新商業模式創造營收。
4. 連結國家產業政策：配合國家產業發展策略，協助業界串聯政府資源。

(三)流行音樂人才培植

為厚植流行音樂產業人才，北流中心將肩負起人才培育之使命，提供幕前演出新秀團體展演機會、協助幕後製作人員提升技術層次之專業實作，蘊存潛力人才庫，亦期同時增進北流中心人員相關業務服務知能，以提供優質場館服務。

今年度預計針對培育音樂人才舉辦 10 場次活動，培訓學員人數至少 500 人，並串聯臺北市政府文化局周末音樂不斷電活動，培育音樂人才將涵蓋北流中心人員暨音樂不斷電團體。

1. 策辦音樂相關課程：針對音樂創作培育方面，提供如作曲、編曲、錄音、混音、著作版權等專業課程。另為因應流行音樂產業轉變，現場演出及體驗經濟為全球流行音樂產業新趨勢，計畫透過專業講師傳授舞台設計、燈光音響等技術，厚植國內自有視聽技術人才。課程除教導相關KNOW HOW外，並包含實作內容，搭配北流中心作為實際示範場域，讓學員可以做中學，學中做，理論與實務並進。
2. 提升現場演出實力：以經驗傳承方式，邀請具豐富現場演出經驗之音樂人或樂手(例如董事長樂團、五月天瑪莎等)，以及從周末音樂不斷電活動嶄露頭角之新生代樂團(例如茄子蛋樂團等)，以親身經驗傳授初階新秀舞台演出技巧。
3. 結業成果發表演出：為提供各課程學員實際演練機會，計畫將成果發表會結合小型音樂會，除有助學員累積經驗外，亦能增進學員自信與成就。
4. 場館人員教育訓練：邀請專業師資針對場館前後臺人員提供培訓課程，前臺培訓課程包括場館營運及觀眾服務技巧，後臺培訓課程則包括舞臺及器材設備維護管理，藉此提升北流中心管理服務品質。

5. 音樂展覽人才培育：相較傳統展覽策劃，國內缺乏流行音樂領域之策展人才，將以北流中心文化館為基地，藉文化館串聯表演廳演出能量及產業區專業技術，鼓勵流行音樂產業朝向跨產業、跨領域之多元合作可能性。

(四)行銷宣傳推展策略

因應北流中心開館營運、開幕演出活動等相關重要事件，將以實體活動結合數位網路、官方網站與社群平臺等新媒體辦理相關行銷活動，提升北流中心曝光率。

1. 開幕系列活動：為奠定表演廳為專業中型流行音樂場地形象，規劃辦理開幕系列演出活動，並藉由邀請台灣中、新生代藝人團隊參與演出，象徵音樂世代傳承與延續，搭配行銷宣傳計畫正式宣告開館。
2. 自製線上節目：藉由北流中心自製之音樂線上節目，建立北流中心自有音樂品牌，內容除了音樂演出相關內容外，並計畫透過各種音樂跨界議題的探討，建立流行音樂之知識基石。第一年將以臺灣音樂人為邀請對象，未來計畫擴展至國際樂界，以北流中心的線上平台為媒介向世界發聲。
3. 深耕社群平台：經常性發布流行音樂相關資訊，並設計各種音樂系列議題，除保持社群曝光機會外，並可深耕社群培養固定支持者。
4. 文宣影片製作：為提供來訪民眾及外賓場館介紹及參觀服務資訊，預計製作場館簡介文宣品。另計畫製作訪談影片，講述臺灣流行音樂的文化與歷史，提供文字以外的紀錄及宣傳方式。

(五)流行音樂展覽規劃：辦理華語流行音樂相關展覽，結合文物保存、發展論述與主題展現，展現臺灣流行音樂的生命力，促進流行音樂與其

他文化領域之交流合作。在策展過程中亦計畫邀請文史研究者，共同爬梳臺灣流行音樂歷史，讓民眾了解臺灣流行音樂的開創歷程。

(六)場館維護與空間使用服務

盤點北流中心各使用空間、規劃各空間之定位與使用方式、建立場館系統化之維護與管理。

1. 場地租借管理計畫：建立完善場地租借系統，提供流行音樂者、流行文化團隊優質便利之場地租借申請與服務流程，提高使用者對場館之熟悉度。
2. 串聯流行音樂產業：以空間規模與屬性規劃，設置專業演出、製作排練空間，打造流行音樂專業實驗場。
3. 提升空間使用服務：盤點北流中心之停車場與商業空間，依屬性與需求規劃進行招商作業，提供到館民眾及相關使用單位更加完善便利之周邊服務。
4. 場館環境維護管理：委託專業物業管理公司執行公共空間及必要管制區域之保全、清潔及機電維護。定期辦理公共場所安全檢測及對於觀眾公共安全保障，全場域內外空間投保火險、公共意外險等，確保場館財產及使用者安全。

參、計畫時程

業務項目		109年									
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
行銷宣傳 推展策略	開幕系列活動(滿載測試、開幕演出)					▲滿載測試	▲開幕演出				
	自製線上節目(音樂會、線上論壇)						▲	▲	▲	▲	
	官網&社群	流行音樂資訊發佈、音樂相關系列議題									
人才培育	場館前後台人員、音樂教育與人才養成、音樂策展					▲	▲	▲	▲	▲	
產業升級	研討科技融合應用	研究導入前瞻科技之跨界應用，融於試演活動或常設特展									
表演廳 營運	場地租借管理計畫						▲表演廳 場租營運	▲	▲	▲	
	場館環境維護管理	持續進行場館保全、清潔及機電維護與公共安全管理									
文化館 籌備	流行音樂展覽規劃	文化館展覽規劃與執行(預計2021年第二季起陸續開展)									

肆、預算規劃

科目	金額	說明
收入	124,643,531	
政府補助	120,000,000	臺北市政府補助收入
服務收入	343,531	表演廳門票抽成：因中央政策室內活動應採梅花座，故搖滾區以座席計算後，表演廳可容納總人數由5,000人下降至4,078人，依照中央政策及疫情評估後，售票收入可達4成5以上、每檔4,078人、抽票率8%、109年有13檔次，依市府政策打1折計算。
其他租金收入	1,300,000	表演廳及附屬空間場地租用申請收入：每檔100萬元，109年有13檔次，依市府政策打1折計算。
其他銷貨收入	-	提供餐飲收入：考量疫情，暫不販售食品。
資產使用及權利金收入	3,000,000	機車及汽車停車場權利金
費用	74,187,000	
人事費	27,283,000	4-12月薪資。
水電費	5,000,000	4-12月水電費：受疫情影響延後開館，相關管銷費用有所縮減。
郵電費	600,000	4-12月公務聯繫郵資、快遞、電話費及網路費：受疫情影響延後開館，相關管銷費用有所縮減。
國內旅費	400,000	國內音樂文化業務交流出差旅費：受疫情影響延後開館，相關管銷費用有所縮減。

科目	金額	說明
印刷及廣告費	5,000,000	北流行銷宣傳及業務推廣行銷費用：受疫情影響延後開館，相關管銷費用有所縮減，僅先依據今年規劃預計執行項目配合相關行銷及業務宣導。
設備修繕費	2,000,000	北基地設備修繕費用：受疫情影響延後開館，設備使用率較預期降低，故降低維修費。
保險費	600,000	含火險、地震險、公共意外責任險等。
外包費	10,000,000	7-12月物管費用：含中控、保全、機電空調設備維護、場館清潔等，現行契約將執行至6月底，北流中心將於7月開始接續執行，故依比例調整費用。
專業服務費	16,304,000	<p>因受疫情影響，避免群眾聚集，年度重點將放在人才培育及文化館未來特展前期規劃，並將邀集業界人士進行表演廳相關諮詢，利用後疫情期間推廣教育，替110年打下基礎。</p> <p>另外文化館預計110年第二季開館，將於今年規劃特展前期籌辦費，製作坂本龍一論述展及111年特展前期規劃。</p> <p>預計規劃執行項目</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 人才培育 800萬元。 2. 文化館中心自製特展前期籌辦費 300萬元： 坂本龍一論述展 100萬+110年特展前期規畫費 200萬元。 3. 北流自製音樂會 125萬元。 4. 北流自製線上節目 75萬元。 5. 配合中心自製節目部分編列相關音樂、圖形及影像等授權使用權利金 200萬元。 6. 官網 80萬元。 7. 工程及管理諮詢費 3,600元*20人次*7月=50萬4,000元。
電腦軟體服務費	1,500,000	軟體租用費用：AutoCAD、Adobe、會計及差勤系統、CRM及ERP等中心業務所需軟體租金，109年預計使用7個月，約150萬元。
食品	-	提供餐飲之成本：考量疫情，暫不販售食品。
地價稅	5,500,000	北基地地價稅。
盈餘（損失）	50,456,531	因受疫情影響，今年將縮減開支，留用至110年支用。