



111年度執行成果報告書

中華民國 112 年 3 月

目次

壹、概況

- 一、 設立依據——— 1
- 二、 設立宗旨及組織概況——— 1

貳、111 年度營運計畫之執行成果

- 一、 場館及園區營運——— 2
- 二、 人才培育與國際交流———11
- 三、 場館服務及場域優化———16
- 四、 活動及展覽規劃———19
- 五、 行銷推廣———26
- 六、 行政營運———28

參、決算概要

- 一、 收支餘絀概況———34
- 二、 餘絀撥補概況———34
- 三、 現金流量概況———35
- 四、 資產負債概況———35

附件：

- 一、 臺北流行音樂中心 111年度「內部稽核計畫」
- 二、 臺北流行音樂中心 111年度「內部稽核報告」

壹、概況

一、設立依據

臺北流行音樂中心（以下簡稱本中心）依據臺北市政府108年5月1日府法綜字第1086019359號令公布之「臺北市臺北流行音樂中心設置自治條例」（以下簡稱設置條例）設立，監督機關為臺北市政府。

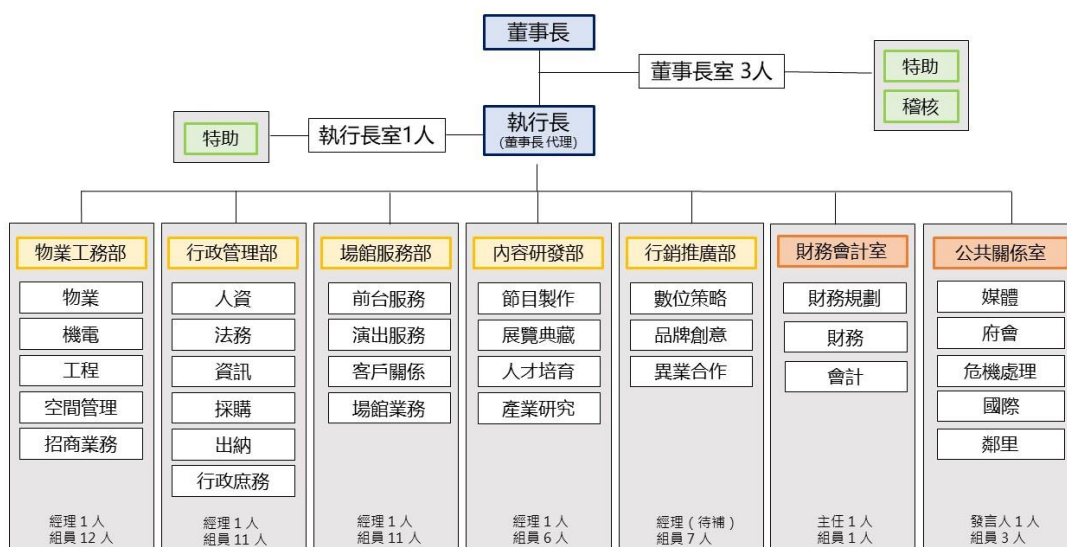
二、設立宗旨及組織概況

本中心係為經營臺北流行音樂中心各場館、發展流行音樂產業、培育流行音樂人才、厚植臺灣流行音樂文化實力而設立，主要任務如下：

- (一) 本中心各場館及附屬設施之經營管理。
- (二) 辦理流行音樂演出及相關展覽活動。
- (三) 培育流行音樂相關人才，扶植流行音樂產業。
- (四) 辦理流行音樂產業研究及推廣業務。
- (五) 其他與本中心設立目的相關事項。

本中心於109年3月1日籌組成立董事會及監事會，共計15位董事及5位監事，截至111年底，共有3位董事（王文儀、馬天宗、鍾永豐）、1位監事（段鍾潭）辭任。組織編制內人員合計62人（111年底在職人數），包括董事長、發言人1名及部門主管5名擔任管理職務者。本中心組織圖如下：

臺北流行音樂中心組織圖



貳、111年度營運計畫之執行成果

111年度主要業務計畫包括場館及園區營運、人才培育與國際交流、場館服務及場域優化、活動及展覽規劃、行銷推廣及行政營運六大面向，其重要成果說明如下：

一、場館及園區營運：

(一)三館使用情形：

1. 表演廳使用率：

- (1) 表演廳扣除農曆過年6天及例行、年度保養49天，可使用天數310天，實際使用179天，使用率58%（179天/310天）。111年5月國內疫情升溫，原訂111年5月至6月之演出團隊紛紛辦理延期（共有6檔展延，檔期合計共45天；展延後之檔期分屬111年度22天及112年度23天）。
- (2) 另因財政局於111年6月30日公告「臺北市111年九大紓困措施之補貼—藝文紓困措施」，111年5月至12月因疫情影響取消辦理之活動，可辦理無息退還全數保證金及租金，致原訂7~12月演出之團體共有5檔取消檔期，檔期合計影響天數33天。
- (3) 111年度表演廳共有32檔／48場演出（27檔單場次；5檔多場次），實際使用天數共計179天。詳如下表：

| 月份 | 活動名稱 | 天數 | 場次 | 入場人數 |
|----|-----------------------|----|----|--------|
| 1月 | 《同學會！同鞋～》音樂劇 | 6 | 3 | 8,803 |
| | 艾怡良《從夜晚出生的我們》演唱會 | 7 | 1 | 4,048 |
| | ABAO 阿爆《阿嘍運動演唱會》 | 7 | 1 | 2,840 |
| 2月 | 炎上 澎恰恰、炎上 謝和弦、炎上 愛莉莎莎 | 6 | 3 | 10,174 |
| | 第17屆 KKBOX 音樂風雲榜 | 7 | 1 | 3,124 |
| 3月 | J. SHEON 2022 硬要裝B演唱會 | 5 | 1 | 2,343 |
| | 2022 曾博恩 有趣的演講!《三重標準》 | 4 | 3 | 11,433 |

| | | | | |
|-----|---|----|----|--------|
| | 林學圃追思音樂會 | 3 | 1 | 397 |
| | 妮芙露國際台灣33週年慶暨表揚大會 | 4 | 1 | 1,824 |
| | 2022第五屆 國際藝術家節 新古典多媒體音樂劇場《觀·音~互古之愛》 | 7 | 1 | 2,707 |
| 4月 | 經典法文音樂劇《鐘樓怪人》 | 15 | 10 | 36,132 |
| 7月 | 陳珊妮「調教X教條」北流演唱會 | 5 | 1 | 2,412 |
| | TRASH《Holy Trip! 精神時光屋》台北演唱會 | 6 | 2 | 7,808 |
| 8月 | 鄭宜農「新世紀的女兒 演唱會」 | 6 | 1 | 3,900 |
| | 2022 羅時豐D.L 回歸正YA巡迴演唱會 | 5 | 1 | 2,557 |
| | 趙傳 人生大夢演唱會 | 6 | 1 | 2,641 |
| 9月 | 美秀集團【Amazing Show】同名演唱會 | 5 | 1 | 4,855 |
| | BBC地球脈動2 影像音樂會 | 4 | 1 | 1,427 |
| | 鐵達尼號電影音樂會 | 1 | 1 | 1,888 |
| | 2022李玖哲Nicky Lee 台北流行音樂中心 演唱會 | 5 | 1 | 3,279 |
| 10月 | 心所愛的文夏紀念音樂會 | 7 | 1 | 3,123 |
| | 宇宙人005演唱會 | 5 | 1 | 4,252 |
| | 第四屆愛之日常音樂節 | 6 | 1 | 1,180 |
| | 2022 楊乃文 繆斯Muse 演唱會 | 6 | 1 | 4,031 |
| | 2022第四屆走鐘獎 | 4 | 1 | 2,075 |
| 11月 | 第十三屆金音創作獎頒獎典禮 | 7 | 1 | 2,280 |
| | 炎宇宙@aayan1120 炎亞綸台北演唱會 | 5 | 1 | 2,775 |
| | 落日飛車【夕陽流行音樂中心】演唱會 | 5 | 1 | 4,323 |
| 12月 | 品冠《不如我們今天見》巡迴演唱會-台北場 | 5 | 1 | 3,153 |
| | 蕭秉治 XIAO BING CHIH PROJECT X LIVE TOUR巡迴演唱會 | 5 | 1 | 3,096 |
| | 三個女人的壯闊人生 三毛 齊豫 潘越雲 回聲 演唱會 | 6 | 1 | 4,293 |
| | 三大吟遊詩人音樂會——胡德夫、陳永洵、陳明章 | 4 | 1 | 2,414 |

| | | | |
|----|-----|----|---------|
| 合計 | 179 | 48 | 151,587 |
|----|-----|----|---------|

(4) 其他可租空間因須配合表演廳出租檔期機動運用，扣除表演廳179天、農曆過年6天、例行及年度保養49天，可使用天數131天，實際使用20天，共辦理20檔商業拍攝活動，使用率15%（如扣除五、六兩個月因疫情加劇，相關活動均受影響停止，實際可使用天數僅70餘天，使用率則為27%）。

2. 文化館使用率：

(1) 特展廳使用率90%，大廳使用率74%，4-6樓常設展廳使用率100%。文化館二樓特展廳共計5檔活動，其中包含三檔長期展及兩檔活動，共計租用281天，開館日共計312天，使用率為90%。

(2) 文化館一樓大廳共計11檔活動、記者會及講座等，共計租用232天，開館日共計312天，使用率為74%；4-6樓展覽為常設展，共計開展312天，開館日為312天，使用率為100%。

| 展覽名稱 | 進場場佈起迄日 | | 展期 | | 撤展作業起迄日 | | 總天數 |
|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | | | | | | |
| 陳志遠特展 | 2021/12/6 | 2021/12/24 | 2021/12/25 | 2022/4/27 | 2022/4/28 | 2022/5/4 | 150 |
| 2022 臺北耳機季 | 2022/5/19 | 2022/5/19 | 2022/5/20 | 2022/5/22 | 2022/5/22 | 2022/5/22 | 4 |
| 高畑勲展 | 2022/6/5 | 2022/6/17 | 2022/6/18 | 2022/9/25 | 2022/9/26 | 2022/10/2 | 120 |
| 環保局活動 | 2022/10/18 | 2022/10/18 | 2022/10/19 | 2022/10/19 | 2022/10/19 | 2022/10/19 | 2 |
| 張雨生特展 | 2022/11/1 | 2022/11/11 | 2022/11/12 | 2023/2/28 | 2023/3/1 | 2023/3/7 | 127 |
| 合計 | | | | | | | 403 |
| 扣除 110 年度 | 2021/12/6 | 2021/12/31 | | | | | 26 |
| 扣除 112 年度 | 2023/1/1 | 2023/3/7 | | | | | 66 |
| 111 年度使用 (佔場) 天數 | | | | | | | 311 |

3. 自營空間：

(1) 包含LIVE HOUSE D及南基地戶外表演空間扣除9天農曆過年，可使用天數為356天。共計65場活動，使用天數164天，使用率46%。

(2) 其中Live House D為北流人才培育舞臺，優先給予流行音樂相

關單位使用，提供創作新血及學生登臺演出，鼓勵新秀，亦搭配扶植人才計畫，與各大專院校、教學機構串連。111年下半年空間多作為北流人才培育課程及自辦活動使用，包含音樂不斷電、銀髮樂音社、國教署種子教師培育等，計辦理29檔活動。

4. 招商空間：

南基地整體招商空間共計42個，111年已完成37個空間的招商簽約，招商比例達88%，惟因部分招商空間現況，經現有進駐單位回饋及中心偕同現場勘察，評估需先進行優化方適合廠商進駐裝潢。另因111年下半年仍受疫情不穩定性影響，廠商室內裝修之設計、施做人力與物料皆難尋，室裝工程開工後亦容易受工班確診影響致工期延宕，實際啟用之空間計21個，比例50%。北流中心以盡速達成全區招商進駐為目標，然招商過程中涉多樣之工程、都市計畫實務與現況優化需求，中心秉持與進駐廠商共同創建音樂生活商圈之理念，致力進行軟硬體優化改善與問題解決，以提供合適之營運空間予廠商運用，並視大環境現況條件給予合理之彈性與支援，112年度將致力完成招商空間啟用，及辦理集客活動、養成商圈人流。

111年度已完成大多數空間之招商簽約，各空間進駐單位介紹如下：

(1) 產業區5F主題餐廳及多功能辦公室：

產業區5F由新視紀整合行銷承租進駐，於5F東側空間開設「北流卡夫卡」音樂主題餐廳，成為南港餐飲新據點，111年7月18日開始試營運，提供餐點、飲品、茶點，亦提供多功能場地租借，成為流行音樂產業專輯、節目發表會、表演廳演出後慶功宴之優質場地選項，北流卡夫卡並規劃「新聲報到Open Jam」等活動時段，提供新秀音樂人更多演出機會。5F西側空間則透過進駐單位新視紀整合行銷引入合作資源，

111下半年由金曲音樂人陳建騏forgood好多公司成立北流「多好廳」，提供專業排練使用。forgood好多品牌隸屬 Mr. Wing Creative 銀翼文創有限公司，該公司以音樂為主軸，橫跨劇場、唱片製作、現場音樂會紀錄、電影聲音後期與配樂，整合創作元素，塑造跨界藝術及音樂作品的全新面樣，為新一代多元的音樂領導性品牌。陳建騏老師與產業夥伴將「多好廳」打造為練團、錄音空間，知名歌手如動力火車、A-Lin等都於此排練，讓北流場地有越來越多專業音樂人使用，也在此創造出更多優秀的作品，累積澎湃的音樂能量。

(2) 產業區4F排練室及錄音室：

產業區4樓可提供錄音、大型演唱會彩排、音樂會彩排、Live直播演唱會、音樂Live MV現場拍攝等節目製作，並提供小型錄音配唱間、鼓室、控制室、休憩及行政等空間等。為深耕音樂人才培育，111年本中心與國立臺北藝術大學產學合作，12月15日啟用空間及試辦產學講座及錄音課程，後續也辦理跨系所錄音教學，透過此次產學合作計畫，給予音樂學程學員實作經驗，進一步協助學校在音樂教學資源，也讓空間使用更具意義及實質效益。

(3) 產業區3F辦公空間及創意基地：

產業區3樓辦公空間，由律野傳播、零加壹文創、亞斯音樂藝術、沃康特等音樂相關單位進駐，領域包含樂手及藝人經紀、音樂教育、音樂創作等。進駐單位運用中心空間，發展流行音樂及跨產業業務，並辦理產業專案活動，如講座、詞曲創作課程等，以推廣產業交流及人才培育，也藉此活絡北流場地應用。本中心亦為3樓區域建置共享會議室及公用交誼區，供該層進駐單位與來訪音樂工作者、課程學員交流使用，另也購置樂器及簡易音響設備，建置共享創意基地，可作為音樂人交流及未來創作營之運用空間。

(4) 文化館3F辦公室：

文化館3F辦公室由和合佰納、台灣音樂文化國際交流協會（音協）及有趣市集共同進駐，三間單位業務緊扣音樂及生活風格領域，包含音樂及影視活動製作、台灣音樂文化推廣及紀錄、餐飲及跨界市集籌辦、相關行銷宣傳等，除積極發展音樂生活文化，亦於中心園區舉辦多樣活動，或與中心攜手策辦市集與展演，實踐北流與招商進駐夥伴之串聯。

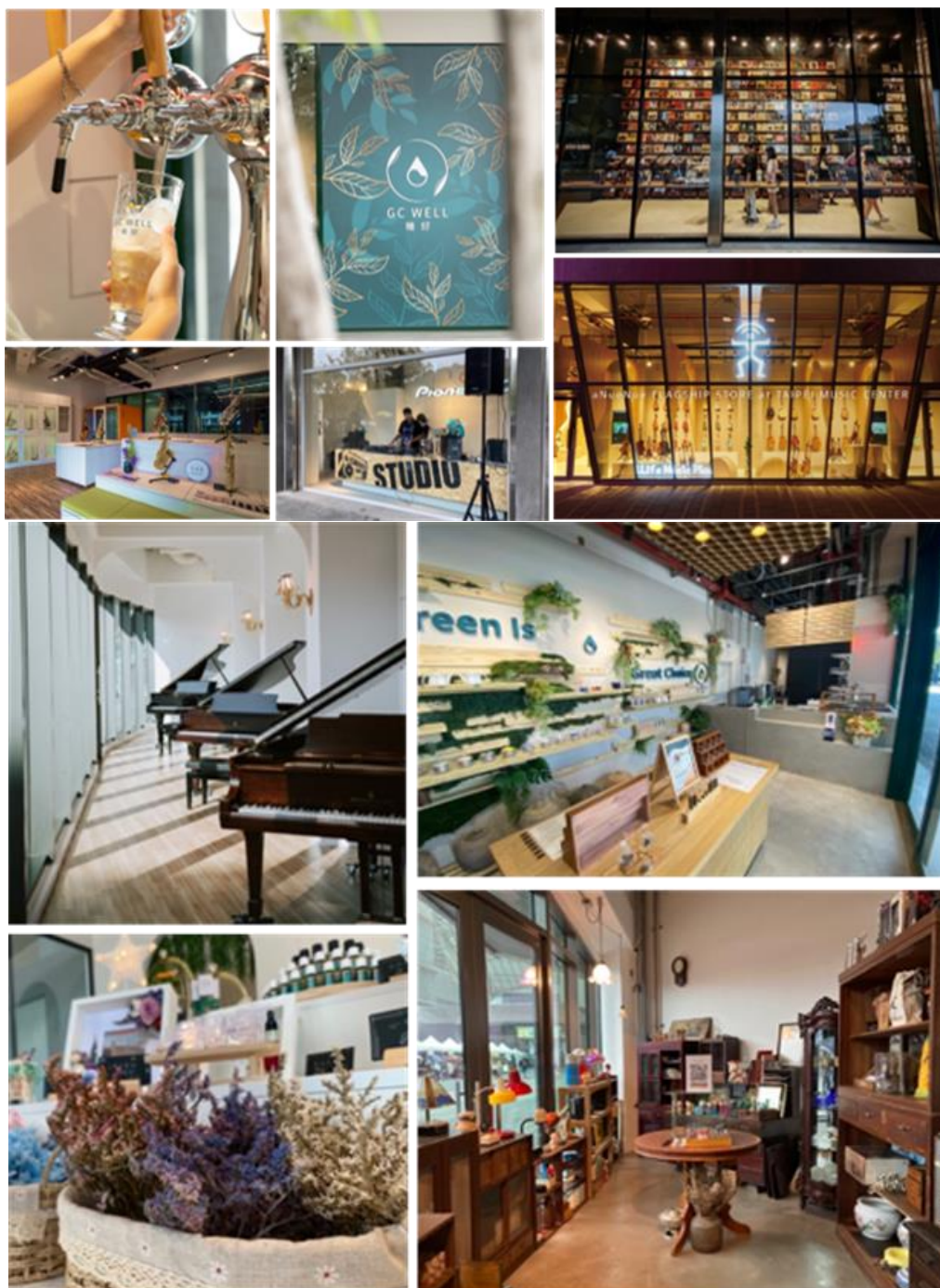
(5) 文化館1F咖啡座：

文化館一樓大廳有大片落地窗景致，整體風格以白色為主，本中心尋找符合空間調性並兼具品質之店家提供餐飲服務，讓民眾觀展後可以駐足小憩的休閒空間，111下半年選由臺灣獨立咖啡品牌MKCR山小孩咖啡進駐。

(6) 店鋪空間：

南基地戶外廣場周邊，環繞產業區、文化館及表演廳連通道處，共有25間店鋪空間可出租。經持續洽商後，已完成23間店鋪之招商簽約，已開幕店家有音樂、文創藝術等類型，包含繆思樂器、aNueNue烏克麗麗、張大韜黑膠、昭和老家店、幾好康普茶、Pioneer DJ、AIWA愛華、D&D史坦威二手鋼琴、聞藝、天橋沙龍、TPMC SAX QUEST 探索薩克斯風，另有音樂文化及輕食餐飲類品牌，如酒等了便利店、音樂實驗室咖啡、巍聲手風琴展售等，也陸續進行裝修中。北流積極推動空間使用率，致力引進不同的餐飲及零售店鋪豐富園區商圈，希

望為南港地區帶來不一樣的商業契機。



(7) Live House :

Live House A (1,600人)、B (800人) 及C (200人)，計畫透過招商方式徵選營運團隊，原主體建築設計階段，預計由招商進駐團隊一併建置隔音及營運室裝，故僅完成毛胚空間，惟北流中心成立接手招商任務、進行數據量測、聲學諮詢及產業分析與洽商後，評估隔音部分經費需求龐大，且涉及園

區內外空間之相互影響，應由中心統一規劃建置為宜，故啟動隔音工程計畫。111年度本中心順利委任專業聲學顧問、專管監造廠商及工程統包廠商，著手進行隔音工程及基礎營運設施（如天花吊點）設計及部分施作，目前三間 Live House 皆仍在進行隔音工程設計調整討論，待設計確認後將同步進行營運招商及後續工項施作。

| 區域 | 進駐廠商 | 備註 | |
|--|---------------------------------|--------------------------------|-------|
| 產業區 | 5樓 | 主題餐廳「北流卡夫卡」 「多好廳-北流」專業彩排練團室 | |
| | 4樓 | 國立臺北藝術大學產學合作 | |
| | 3樓 | 亞斯音樂藝術(樂手經紀、學童音樂教育) | |
| | | 零加壹文創(藝人經紀、校園音樂教育) | |
| | | 律野傳播(音樂創作及教育) | |
| | | 沃康特企業社(編曲、音樂教育、人才培育合作) | 室內裝修中 |
| | | 晴夏文化(藝人經紀-金曲音樂人桑布伊) | |
| | | 曉光工作室(影音製作) | |
| | | 元動力(音樂活動公關) | |
| | | 昂非特(DJ推廣與設備) | |
| | 共享會議室、共享創作基地(4間) | | |
| | 1樓 (共25間店鋪，111年已簽約23間，2間洽商中) | 大韜黑膠耳機專賣(黑膠唱片展售) | |
| | | 聞藝(花藝教學、展售) | |
| Music Salon 2F 藝文沙龍(藝文展演、音樂演奏沙龍空間) | | | |
| Aiwa(音響器材展示空間) | | | |
| SW STEINWAY pre-owend piano(二手古典鋼琴展售及樂器維修空間)(使用2間店鋪空間) | | | |
| 繆思樂器(電子琴、電子鼓展售) | | | |
| 昭和老家店(潮玩古物零售) | | | |
| GC WELL 幾好(康普茶、軟餅乾零售) | | | |
| aNueNue(烏克麗麗展售) | | | |
| Pioneer DJ(DJ器材展售)(使用2間店鋪空間) | | | |
| TPMC SAX QUEST 探索薩克斯風(薩克斯風展售) | | | |
| 販賣機及ATM機台 | | | |
| Le magasin du mond(輕食及寵物選品) | | 112年3月已開幕 | |
| 巍聲國際(手風琴展售及推廣) | | | |
| 陶薪商行(輕食飲品及陶藝文化) | | 室內裝修中 | |
| 名曲喫茶(茶飲及音響) | | | |
| 音樂實驗室(餐酒館)(使用2間店鋪空間) | | | |
| Tap It Chill Bar(餐酒館) | | | |
| 酒等了便利店(酒飲零售) | | | |
| Sake Bar(清酒吧) | | | |

| | | | |
|------------|--|-------------------------------|--|
| | | 融聲 (跨界展覽) | |
| 文化館 1 樓 | | 山小孩咖啡 | |
| Live House | | 1 間(D)由北流自用，3 間(A、B、C)進行隔音工程中 | |

(二)收入及相關數據統計比較：

1. 表演廳：

111 年度表演廳進場觀眾人數合計共 151,587 人，收入金額 71,633,695 元。

2. 文化館：

111 年度常設展參觀人次 43,119 人，門票收入共 12,988,236 元；陳志遠特展參觀人次 4,094 人，門票收入共 379,350 元；張雨生特展 7,888 人，門票收入共 3,701,635 元；111 年度自製展覽(含常設展及特展)參觀人數合計 55,101 人次，門票收入合計為 17,069,221 元。另為提升特展廳使用率，於 6 月 18 日至 9 月 15 日租借予聯合文創辦理之「吉卜力動畫大師—高畑勲展」，100 天的展期中，共有 59,825 人進場觀展。111 年文化館觀展人數以此三檔長期展計算，合計達 114,926 人次。

(三)消長原因與因應：

1. 表演廳：

與 110 年度 (使用天數為 126 天) 比較，111 年度在使用天數上增加了 53 天，使用率也從 43% 成長至 58%，演出場次則從 23 場增加至 48 場。

111 年未因為疫情而閉館，故使用天數上有成長。同年受理活動檔次多數演出場次超過 1 場，故演出場次也比 110 年多出許多。

2. 文化館：

文化館自 110 年 9 月 18 日啟用，至 110 年 12 月 31 日止特展廳可租借日為 91 天，總租借天數為 78 天，租借率為 86%；111 年特展廳可租借天數為 312 天，總租借天數 281 天，租借率為 90%，110 年常設展收入為 4,347,475 元；111 年常設展收入為 12,988,236 元，較前一年度增加 8,640,761 元。

111年度文化館進場人次及營收未如預期，其主因為111年上半年仍受疫情影響，民眾較缺乏意願參加室內活動，因此上半年，尤其是五月前進場人數並不理想。

為因應進場觀展人數未如預期，文化館乃籌辦市集等活動以增加進館人潮。另亦行文各級學校，提供校外教學專案（門票100元優惠價），以增加人潮及收入。

二、人才培育與國際交流：

（一）人才培育：

1. 北流與教育部國教署合作「種子教師培育」，於111年4月至7月辦理3場線上課程、3場實體工作坊，合計6場課程，總參與人數累計達980人，其中線上課程約950人，實體工作坊30人。
本計劃由北流與藝術生活學科中心、北中南地方政府組成策略聯盟，分別與新北市、臺中市及高雄市政府教育局協辦，根據110-2藝術生活科課綱，推動「流行音樂與創意產業」全國教師研習，創作營期間完成5首創作單曲，透過影音紀錄強化推廣效益，種子教師聯合產出28份教案，後續與全臺國高中藝術學群教師共享。
2. 已完成與3家大專院校洽談合作相關業務：
 - （1）國立台北藝術大學因應全球科技發展，雙方合作推動影音科技跨界整合與培育前瞻藝術人才規劃。
 - （2）與國立政治大學洽談口述歷史整理及資料數位化討論。
 - （3）與國立台灣師範大學流行音樂在職專班合作線上專題分享創作經驗，線上學生人數約80人。
3. 辦理13場「Backstage Tour彩排導覽講座」，共計626人次參與。
以北流為產業平台的概念出發，提供大眾或即將踏入音樂產業的人士針對演唱會的執行流程做一系列的詳細解說。
4. 北流、北藝、文基會聯合辦學計畫：
為深度扎根青少年影視音培育，TMS結合北市資源，提出與北

流、北藝聯合辦學計畫，以開創實驗教育之無限可能，111年6月2日北流協助TMS辦理聯合辦學記者會，正式宣告年度合作開啟。

111年11月11日開設「TMS秋季課（音響職能課）課後彩排觀摩規劃」，內容以TMS秋季音響職能培訓課搭配北流自辦活動「臺北音樂不斷電嘉年華」，透過觀摩活動現場彩排，音響職能課學生習得課後應用範例，課程共4名學員參加，現場由北流同仁協同進行，說明彩排階段舞臺器材架設、控臺溝通等相關流程，以及傳授現場突發事項應變方式，引導學生紀錄所觀察到的問題，觀摩結束後進行討論交流，幫助學生活用課程內容所學。本次合作課程為專業技能學校之產學合作新契機，藉此讓有志投入產業的人才獲得突破學習框架新視野。

5. Open Lab北流音樂人才發源計畫：

本中心於111年規劃「Open Lab北流音樂人才發源計畫」，運用北流既有資源於展演提供場地與硬體，直接促成學生族群於中心場域演出。

透過徵選出10組全國公私立高中職與大專院校具潛力之學生團體，於北流Live House D演出，觀眾人次達892人，反應熱烈。

6. 北流銀髮樂音社：

111年邁入第二屆，延續「樂齡·樂音·樂活」為精神主軸，以簡單有趣之課程內容深獲大眾及年長者朋友支持，分為夏季與秋季兩梯次，夏季由臺灣手指鼓代表人物PUZZLEMAN開設手指鼓Finger Drumming課程，帶領長者在平板電腦與彈指間融入生活聲音元素，輕鬆創造酷炫獨有的節奏音樂。秋季則規劃數位譜曲製作課程，由YT樂理網紅官大為指導數位五線譜編曲，引導長者運用電腦製作五線譜音樂，加入不同聲音節奏與旋律。

「北流銀髮樂音社」每組課程均以4堂課完成基礎學習，學員運用筆電、手機輕鬆打造出音樂作品。111年更導入青銀共學，有母子、祖孫一同參與，透過本案創造跨齡互助、陪伴學習。兩季共有28名學員參加，本活動也與天下雜誌共同行銷，透過專文報導方式，讓更多受眾了解北流音樂教育的推廣。

7. 北流雲：

北流雲作為本中心推動「數位音樂科技」及「流行音樂教育普及」的核心平臺，開發兼具使用樂趣及功能性的網頁式互動鼓機，並透過一系列音樂製作科普影音節目推廣，再另結合以知識內容為主的社群推波，有效推進瀏覽量，增加平臺曝光度，讓數位音樂製作的工作者可相互學習。

北流雲包含序列機與手指鼓模式的網頁式鼓機，與國內音樂人合作開發音色（Tone）與節奏組（Groove），除聲音資料庫外，亦提供基礎效果器（FX）與節拍器（BPM）等功能。網站將定期更新影音及圖文專欄，並進行搜尋優化（SEO）。音樂科普節目的部分則由參與北流雲鼓機開發的音樂人擔任主角，呈現流行音樂知識與數位音樂製作科普、北流雲鼓機功能等內容，影像風格符合年輕族群閱聽習慣，精準提供TA需求。

北流雲計畫可強化國內音樂產業核心重要資源，本計畫也保留了鼓機未來擴充及升級的開發空間，包括增加更多的內容如聲音素材與功能之可能性。本計畫持續更新，期望為臺灣專業的樂人打造更多元素材，創造更新穎的作品，與國際音樂接軌。

8. YoungVoice 北流音樂夏令營：

北流身為音樂人才培育的重要基地，與富邦文教基金會聯合主辦「YoungVoice 北流音樂夏令營」，以高中生為此夏令營的培育目標，透過流行音樂的多元性結合深具才華的各方老師，以豐富課程帶領年輕人踏上最奇幻的音樂旅程。從基礎

入門一路引領學員到自由創作，從生活中尋找靈感及激發創意。

營隊總導師為華語流行音樂創作歌手黃建為，曾獲得第28屆金曲獎最佳作曲人獎及多次入圍肯定，過去累積多場工作坊實際教學經驗，帶領學員突破自我，創造新的音樂學習經驗。營隊隨隊導師有音樂創作人、製作人、專業鼓手等，包含PUZZLEMAN、掐玉、吳易緯、鄭昭元、陳奕欣；工作坊師資陣容亦很堅強，包括曾在美國第一大遊戲製作公司EA Games 擔任音效設計的呂菱瑄、身兼演員編舞及表演藝術教育工作者廖志恒、影像導演莊知耕、華語流行音樂作詞人及植光土壤音創創辦人吳易緯。

111年6月起公開招募全國15至18歲對流行音樂創作有興趣的青少年，報名人數多達110人，皆帶著自己喜愛的作品參與選拔，最終選出30位正式學員。夏令營進行於北流南基地產業區，期程為111年8月15至19日為期4天，透過精心設計的跨領域課程，帶領不同程度的學員獲得領域技能外，也激盪創意與促成心靈成長，參與的同學都度過難忘的音樂夏日。

9. 2022 臺法音樂創作營：

北流國際事務中關於人才培育之一環於111年大有進展，10月底與法國在台協會簽署國際合作MOU，並於10月31日至11月3日共同舉辦國際創作營，徵選臺法優秀的音樂創作人才前來交流，由知名音樂節貴人散步LUCFest擔任活動統籌，為北流人才培育之資源導入國際連結，也引進北流夥伴單位如Pioneer DJ、愛華AIWA、aNueNue、一心鋼琴、白金錄音室設備合作或資源贊助，大大促進跨國音樂人交流，嘗試音樂創作新模式。

111年國際創作營有臺法多位優秀音樂人參與，包含臺方的The Wanted 尋人啟事、黃嬉皮YellowHippy、粉內Fi-Né、鄭雙雙、Ten YU 尤騰輝、OC#experiment，法國方則迎來電音風

格Charlotte Fever、知名DJ 兼製作人Canblaster、傳統樂器演奏家 Hussan Aliwat。

本創作營demo成果，也藉由貴人散步音樂節媒合會推薦給國內外音樂廠牌買家，音樂人也於貴人散步音樂節上演出。此次國際創作營達成良好國際交流，北流也將持續努力為臺灣音樂人打造媒合機會，增加臺灣音樂及音樂人的國際能見度。

(二)國際交流：

1. 出訪紐約Cooper Union北流建築展暨圓桌會議：

負責北流建築設計之RUR Architecture受紐約知名「柯柏聯盟學院 (The Cooper Union)」邀請，以北流相關設計理念策展《抒情都市主義：臺北流行音樂中心》，期間為111年4月6日至29日。展覽首日另舉辦開幕式，北流派員出席，由發言人代表參與圓桌會議，並接受媒體專訪。開幕式當天吸引約300名美國各界人士共襄盛舉，直播影片觀看數達25,000次，觀展總人次約600人。

2. 打開北流Open House Taipei / Open TMC：

源自倫敦的全球知名活動「打開房子 (Open House)」之「打開臺北 (Open House Taipei)」系列，北流於110 年第一次參與，舉辦表演廳導覽，由專人帶領民眾參觀北流表演廳後臺及舞臺四寶、產業區Live House D、文化館等區域。

111年延續辦理，11月12日及13日開放參觀，特別專場由董事長化身導覽員親自介紹北流特色，民眾藉機了解北流不只是演出場地，還有精彩的展覽、培育人才各式空間及豐富的店舖，肩負發展臺灣流行音樂產業使命。2日40場導覽共 715 人參觀，迴響熱烈。

3. 北流與法協簽署MOU：

本中心在後疫情時代仍積極與國際接軌，111 年首度與「法國在台協會」簽署合作備忘錄，在北流產業區舉辦為期四天的「2022 臺法音樂創作營」。此次創作營導入國際連結，促進

臺法雙方音樂人交換靈感及共同製作，產出音樂demo，後續直接於音樂節活動進行商業媒合，形成音樂創作到銷售的一條龍模式。透過如此國際合作的新嘗試，讓更多人看到臺灣音樂可向外發展的潛力與前景，未來北流也將持續努力拓展對外多元連結，成為臺灣音樂人邁向國際的有力推手。

4. 出訪新加坡參與「亞太表演藝術中心協會AAPPAC年會」：

111年10月17至21日本中心派代表前往新加坡參加由亞太表演場館協會（AAPPAC）舉辦之年會，與來自20多國達65個藝文相關場館交流，並參訪當地藝文場館。

此次出訪與新加坡濱海藝術中心談及112年可以專案方式進行音樂跨國交流項目，亦與新加坡爵士協會音樂總監Jeremy Monteiro會面，討論爵士新生代培育方案及後續合作可能性。經由拜會及交流，北流與亞太區各場館亦初步認識並交換營運經驗，強化跨國音樂產業的連結性，藉此拓展國際人脈，期望推動更多國際合作及加強北流能見度。

5. 葛萊美獎座展出：

葛萊美為國際音樂重要指標，臺灣很榮幸於111年初拿下史上第一座葛萊美獎，由設計師于薇與李政瀚以專輯《八歌浪 Pakelang》榮獲「最佳專輯包裝設計獎」，為彰顯本次殊榮，本中心特與美國Recording Academy 聯繫並商借獎座，於111年10至12月於文化館常設展展出，許多民眾前來一睹風采。

三、場館服務及場域優化：

（一）場館服務：

1. 表演廳主辦單位滿意度：

中心以問卷方式進行，共17家主辦單位提供寶貴的回饋。持續針對主辦單位，就表演廳軟硬體及租借使用之滿意度提出意見調查，並從意見反饋中優化表演廳場地租借等軟硬體設施。111年主辦整體滿意度非常滿意58%、滿意36%、普通6%。其中有關硬體設施

及專業技術服務滿意度85%。後續北流仍秉持協助業界演出，提供良好服務為宗旨，將不定時徵詢使用者意見，以期提供更好的使用環境。

2. 服務滿意度：

(1) 一般觀眾/民眾滿意度：

整體滿意度非常滿意69%、滿意26%、普通5%。

自製各項活動滿意度達90%，文化館展覽服務及各項滿意度達90%。

(2) 商業客戶(場地租用單位)滿意度：

商業客戶整體滿意度非常滿意58%、滿意36%、普通6%。

(3) 持續進行滿意度調查與回饋意見蒐集分析，並機動調整相關措施與服務模式，以提高商業客戶及一般觀眾之使用體驗與服務滿意度。

3. 產業區聯合活動：

結合進駐場館的店家，串聯辦理「喝聽市集」、「Open Taipei」及「北流耶誕小鎮 北流迺耶市」活動，並邀請知名市集主辦單位合作，除提升中心場館到訪人次，亦為進駐店家帶來豐沛消費人流。

(二)場域優化：

1. 南基地草地樹木綠化及場域維護：

南基地產業區及文化館兩側分別有整片綠地，具滯洪池功能的同時，也提供民眾散步到訪北流路途上的綠化空間，同時也作為防災避難區域，由本中心積極養護。

除於年初向產發局申請苗木補植，於表演廳種植了800株灌木，增加綠覆率面積達200平方公尺外，亦接收臺北市立美術館規劃之移植樹木，將一百餘棵樹木栽植於草地，後續本中心將耐心養成，希望帶給南港市民更好的休閒環境及綠化園區。

而南北基地中間建有空橋供民眾使用，年度中已進行全面高壓清洗，移除空橋外觀青苔與陳年塵垢。

2. 館內外指標優化：

為統整指引系統及強化美學與品牌形象，本中心自109年起分階段優化園區室內外標誌。109年度完成表演廳前臺及部分戶外指標改善，110年度完成表演廳後場電梯語音及按鍵等設施之優化、南基地戶外燈柱修正、文化館內各樓層指標視覺修正與更新。111年度至112年度依序著手全園區指標統一與改善，使不同方向前來北流的民眾可更快速得知各館方向與店舖、表演空間位置。

3. 表演廳身障席改善計畫：

表演廳身心障礙席於2樓設有21席，另設22陪伴席，符合法律規定。然2樓視線有部分遮蔽情形，乃因當時時空條件，設計雖符合規範審查卻未能周全考量流行音樂演唱會與時俱進之商演型態變化，致使無障礙座位視線受到限制。

為配合多元表演型態，擬新增3組非固定式座位配置，包含12席非固定式輪椅席與陪伴席，並符合無障礙視角。本案111年中旬辦理採購，委任專業團隊規劃身障席調整方案，製作防火避難性能設計計畫書，提送臺灣建築中心審核，目前正積極辦理中。未來提供演出單位更多選擇，務求積極落實「文化平權，藝術無障礙」。

4. 數位智慧場域轉化：

線上展覽及數位場域已成為當前趨勢，北流提早部署將可提供租借或參觀之室內外空間，提供線上瀏覽服務，打破參觀時間及區域限制，可觸及更多群眾帶動行銷北流。

北流規劃「數位智慧場域轉化計畫」，將北基地表演廳、文化館大廳、文化館特展區、產業區Live House D 共4區域進行數位化。除既有空間外，自製特展「音樂怪博士-陳志遠特展」也已完整數位化記錄實體展間。本中心持續累積展覽內容，資訊校對作業及取得瀏覽授權等亦逐步處理中，未來可望於北流網路平臺上架，讓全臺甚至國際的民眾體驗，延續展覽的感動。

經由此計畫，實體空間線上化可提供展間重現、線上觀展的可能，

因應瀏覽介面兼顧不同需求，提供電腦、平板及手機等多元預覽模式，語言具中、英文版本，為國際曝光做足準備，同時也保留更多臺灣重要音樂人資料，爾後對於音樂教育推廣及史料調查研究均有極大的助益。

四、活動及展覽規劃：

(一)中心自辦活動：

1. 「喔北搖音樂節」：

111年5月21日至5月22日於北流南基地戶外廣場舉辦，今年呼應寵物友善計畫，與毛小孩一起參加同樂「逗陣來甩毛」，並首度與LINE MUSIC合作開啟線上直播，兩天共計流動人次為35,253人次，LINE MUSIC線上直播兩天8場約有10,000人次線上參與，反應熱烈。

北流搭配喔北搖音樂節開設「人才培育計畫彩排導覽」，讓有志投入音樂產業的新人，從學習籌備規劃活動，到現場體驗時做一氣呵成，此次邀請許多重量級產業師資，如島輝、江季剛、蕭賀碩、王彙筑、小納豆等，從基礎概念養成出發，認識音樂產業分



工及流程，分為技術及藝人兩類導向，用快速導入的方式讓大家

充分體驗到一場成功的演出，是仰賴每個人所扮演的角色和精確的執行，而不是只有臺上的藝人與創作，讓學員實際可以直面了解音樂產業的組成。

LINE MUSIC 線上直播兩天8場點擊數達10,000筆以上。

2. 「北流耶誕小鎮 北流迺耶市」：

111年12月17日至12月18日於南基地戶外廣場舉辦，活動結合南基地進駐友好團隊一起辦理，包含支持餐車文化展現年輕世代活力和多元性，除了帶動市集風潮的「有趣市集」外，還邀請兼具唱片製作、藝人經紀以及文創發展的單位「耳朵先生音樂」及國內少有由職業演奏家經營的「亞斯音樂藝術」共同合作，加上國際音樂品牌Pioneer DJ的硬體協力，創造出精彩又溫馨的節慶活動，兩天約1,600人次參與。

北流每年的耶誕節慶活動，屢屢創造特色及不斷創新，逐步打開知名度，本中心以高品質的音樂演出盛宴，竭誠為民眾帶來具質感的節慶活動體驗，期望北流的耶誕活動能逐漸成為臺北市特有



的音樂IP，成為城市行銷良好典範。

(二) 音樂主題活動：

1. 「臺北音樂不斷電」：

音樂不斷電111年由北市文化局移交北流舉辦，承接以往挖掘並培育新秀的核心精神，並帶入北流自製的TMC Talk論壇、Backstage Tour活動增加其廣度，讓音樂不斷電活動受眾增加，音樂能生活化；對準職人培育，也降低進階門檻，使新手對於業界生態的瞭解及技能提升，完整人才培訓鏈；針對專業領域人士，則可增加國內跨領域之交流，促成各項發展與合作可行性。

111年8月1日至8月22日受理原創音樂徵選報名，共有169組申請，由6位重量級評審包含知名作詞人陳宏宇、三金歌王-亂彈阿翔、小白兔唱片創辦人及貴人散步音樂節主辦人葉宛青(KK)、金曲製作人及派樂黛唱片創辦人黃少雍、知名製作人也是大嘻哈時代導師剃刀蔣，選出十強於8月29日至9月11日參加北流4場大班課程，以及10場一對一教學培訓，後續9月17日在北流Live House D辦理六強決賽，現場共約百人參加。。

於111年8月舉辦原創音樂徵選報名，8月底至9月中舉辦十強培訓



課程，9月舉行決賽，10月舉行北中南Live House巡演。並於111年11/11~13於北基地戶外廣場舉辦「不斷電嘉年華」，三日活動合計現場觀眾12,807人次。

2. 「臺北爵士音樂節」：

自2007年舉辦以來，不僅深受市民歡迎，也透過邀請國內外知名樂手演出，讓臺灣爵士持續和國際接軌。今年首度由文化局交給中心承辦，除了繼續拓展爵士樂版圖，也期待讓爵士樂成為市民不可或缺的日常生活，更讓世界能看見台北獨有的爵士氛圍。

111年10月演出除了以往既有的大安森林公園外，也將北流南基地化身為主舞臺，另結合臺北重要Live House「河岸留言」，多場域舉辦。音樂節共6日活動，計21,397人次參與，反應熱烈，市民共同形塑專屬於臺北市的爵士生活風格。

111年「臺北爵士音樂節」另延伸講座活動，包括音樂治療課程，邀請美國證照MT-BC音樂治療師與專業爵士樂老師對談，從專業角度分享，聽眾能更認識爵士與即興的不同樣貌。另有音樂電影「造次映畫」播映《Chasing Trane》，映後對談深入剖析情節，帶觀眾走入自由爵士樂的世界，認識一代巨擘John Coltrane的一生。講座也與黑膠唱片收藏家合作，介紹版本差異、製作流程、Blue Note唱片歷史等，同時也現場播放黑膠供聆聽，全角度解析



爵士音樂文化與內涵。本中心既有的Backstage Tour人才培育課程也同時搭配爵士音樂節辦理，由知名爵士音樂家徐崇育老師帶領臺藝大學生樂團實際示範與演奏，計67位學員參與。

(三)展覽策劃：

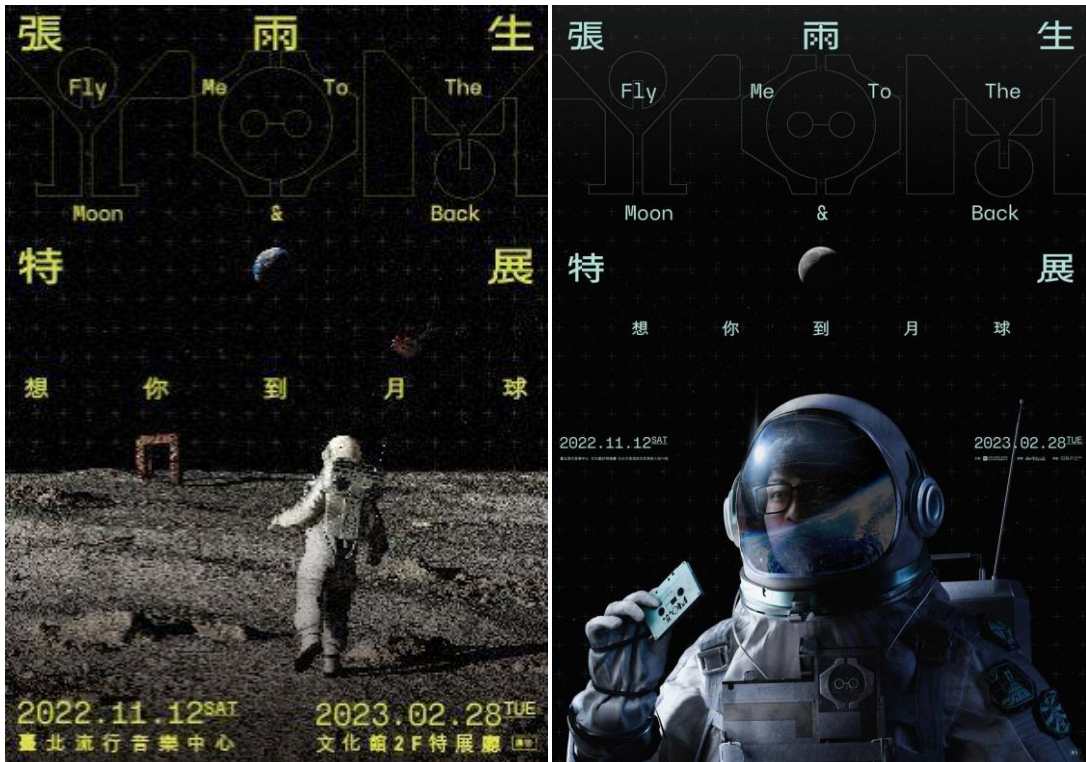
1. 想你到月球 FLY ME TO THE MOON & BACK—張雨生特展：

111年為張雨生逝世25週年，為紀念此位重要音樂人，本中心於111年11月12日至112年2月28日期間，於文化館二樓特展廳舉辦張雨生特展。

特展主題「想你到月球」結合「天天想你」與「帶我去月球」兩首經典歌曲的意念，不但傳唱不休，並擁有時間與空間兩種向度的想像維度。展覽藉由一場漫步太空的體驗，跟著太空人張雨生參與一場太空登月計畫。展場幻化為從地球前往月球的音樂旅程，除了透過田野、訪調與研究，讓觀展民眾除了認識與了解張雨生的個人魅力與音樂成就，也由資深音樂製作人陳子鴻、專職鼓手姜永正、作詞人黃婷、音樂製作人暨編曲家黃中岳、資深作曲家櫻井弘二、音樂工程師王俊傑（K哥）等一路陪伴張雨生的夥伴分享眼中心中的他，交織出張雨生十年音樂生涯中搖滾養成、時代機遇、人文關懷、音樂實驗及藝術理想的傳奇之網。

北流期望以深度的展覽帶領民眾回歸流行音樂的創作與聆聽本質，展覽結合多位具代表性歌手，以陳綺貞、告五人、韋禮安、9m88、夜貓組五組當代音樂人參與張雨生音樂創作企劃，重新詮釋張雨生的經典作品，以不同風格改編拉近世代距離，再次挖掘「音樂」的本質魅力，挾帶音樂創作的能量，穿越時光，想你到月球。

而特展也於111年度獲選Shopping Design 2022 Taiwan Design Best 100年度概念展演活動，截至111年12月31日止參觀人數為7,888人次。



2. 空氣腦十週年特展：

北流與空氣腦唱片（Airhead Records）合作內容應用扶植計畫，將「空氣腦十週年特展——『Louder Than You Think』（超越聲響）」由三芝現場搬到北流文化館大廳，展期111年6月7日至6月19日（為期13天），展覽命題靈感汲取自美國搖滾樂隊。

「Pavement」的首間車庫錄音室名稱，象徵著獨立製作的樂團浪漫，字義上則是展現著「比你想像的還大聲」之意，並與空氣腦唱片所想傳達的「希望我們能超出你的想像」相互輝映。

本次展覽結合語音導覽Podcast，分享視覺設計師、樂團、攝影師的工作小故事，暢聊近十年的音樂創作手稿、平面影像與視覺動畫，以及聲光視訊等唱片設計、演出視覺背後的秘辛，讓聽眾瞭解音樂產業的職人精神。

3. 北流無極限電台：

本展覽於111年6月期間，利用南基地一樓戶外廣場、忠孝東路及市民大道兩側店舖之尚未被承租的空間，打造成為虛擬的未來商店形式，促進招商的想像，並利用舞台設計式的空間構築，挑選

10種商業空間，打造10種生活場景，論述多元流行音樂類型，並重新發現生活與音樂的連結性，重新提出在日常裡打開聽覺聆聽音樂的新方法，人們將發現音樂存在於生活各個角落，只要願意聆聽，音樂與生活的關係從來沒有極限。

此次計畫以聲音最原始的公共播放方式—「廣播電台」為主題，讓人們回到當聲音電波傳輸到空中，連續聲波的傳遞與接受的回憶，在網路被發明之前，人們的生活模式中，即有大量的廣播收聽行為存在於生活經驗中，展覽經由聆聽建構中的聲音場景，將展間變成火鍋店、露營用品店、早餐店、夜店、便利商店等，利用每個空間配有「4位節目主持人 x 13位生活場景跨域專業人士」，創造沉浸式元素，聲音體驗的10段廣播節目，邀請四位節目主持人：小樹、李明聰、方序中與柯智豪，分別進行節目內容錄製，節目對談的來賓為來自不同生活產業的主理人，包含董事長黃韻玲、五月天瑪莎、真芳碳烤土司張文哲、作家Hally Chen、墨子 Mozi 創辦人Blue、詹記麻辣火鍋二代老闆詹巽智與等13位跨界專業人士。節目裡不僅暢聊流行音樂與當代生活的接點，探究多元音樂風格的發展與表現形式，更分享彼此的私房歌單，帶來10段敘事精彩又幽默逗趣的電台節目，以及10張日常生活必聽歌單。展覽透過電台經驗是為了讓觀眾於收聽時產生回應，勾勒記憶與自身經驗，把音樂精神與論述植入觀眾腦中。本展透過概念性的實驗場景，提出另一種聆聽音樂的新觀點，並使人們實際感受空氣中流動的音樂聲波，音樂無時無刻都飄盪在我們的生活周圍。展覽也特別與KKBOX合作，將10段節目建置於KKBOX之網路播放清單供民眾聆聽體驗，增加更多聆聽的機會，也更符合新網路時代的聽覺經驗。

(四)北流原創內容平台：

自製PODCAST節目「你好北流」節目並於各大PODCAST平台上線。111年度共推出3集，平均單集參與（收聽）人數超過3,000人以上，112年度將持續進行。

(五)新媒體暨科技應用發展：

1. 北流「空間 IR Reverb 捕捉計畫」目的，乃希望音樂人感受並使用 IR Reverb 的真實與空間不可控性進行新的嘗試，且藉由免費的資源共享，使北流的音樂園區透過聲音供全世界預覽。繼110年「IR 1.0」計畫獲得業界關注與好評迴響，111年啟動「IR 2.0」計畫，此次計畫擴大規模，除了繼續北流場地外，也串連台灣之標誌性場館：高雄流行音樂中心、國家表演藝術中心三館（國家兩廳院、臺中國家歌劇院、衛武營國家藝術文化中心）進行合作，串聯指標性展演場館與優秀在地樂器品牌，取樣超過10把音樂產業一線老師的御用琴，利用IR技術，讓世界透過聲音來預先認識這些場館及樂器，並加強力道於扶植產業團隊，提供開放資源下載讓音樂人加以運用，降低音樂製作的門檻。
2. 因應文化科技趨勢發展，與文化內容策進院文化科技處合作，邀請流行音樂產業業者參與科技應用產業聚會，促進科技音樂展演合作。

(六)文化研究典藏前期規劃：

建立流行音樂資料庫部分，已於111年著手規劃，但為配合文化部專案預算及相關作業時程，有機會在112年度可以順利展開。

五、行銷推廣：

(一)品牌經營：

1. 中心以品牌經營為出發點、透過線上線下宣傳增加品牌能見度。無論國內外的宣傳，或是透過圖文並茂的方式於不同渠道發聲，臺北流行音樂中心藉由品牌論述、專題報導、專欄文章，向消費者傳達流行文化最前線的訊息與思維，並推廣流行音樂與文化產業。
2. 藉由自媒體經營，透過官方自媒體訊息推播 Facebook、Instagram、Line、官網，將臺北流行音樂中心相關活動、品牌概念、重要訊息等多方面向外傳播。

3. 中心社群平台平均每週發出10-15篇自製及轉知貼文，分享中心活動資訊及音樂產業相關消息。也於中心自辦活動中執行與民眾提升互動之延伸小活動提升中心臉書、IG、LINE OA之關注度與會員人數。
4. 推出以推廣品牌為核心之音樂生活風格活動「喝聽地圖」，除延伸開發中心品牌之音樂風格周邊商品，拓展中心電商平台之商品多元性，也將北流品牌利用生活風格的型態擴散於大眾間。

5. 中心商務合作面向包含以下：

(1) 人才培育面向：

與富邦文教基金會合作「Young Voice北流音樂夏令營」。

(2) 音樂文化展覽面向：

- 與LINE MUSIC及KLOOK合作「北流音樂故事沙龍」。
- 與遊戲橘子合作「張雨生特展」合作展覽系列宣傳活動。
- 與LINE today、MyMusic合作「張雨生特展」行銷宣傳。

(3) 音樂活動面向：

與新加坡運動飲料品牌Solar Power合作「臺北音樂不斷電」活動。

(二) 行銷宣傳：

1. 設計及優化中心企業識別文宣如中心手冊、文書信封等，以及周邊商品設計以將中心品牌具象化。
並因應南基地正式對外開放，設計園區南北基地商店平面圖，以及加強中心整體區域指引。配合中心自製活動設計呼應主題之主視覺。
2. 《想你到月球 | 張雨生特展》獲選Shopping Design 2022 Taiwan Design Best 100年度概念展演活動。
3. 製作文宣品包含中心手冊、中心識別文書信封、南北基地商店平面圖、自製活動主視覺設計及輸出。
4. 111年共計625篇社群發文，平均每週為12篇（不含限動呈現方式），平台活躍度數據計算週期從111年1月1日至111年12月31日

止。

(1) 官網於10月上旬開始進行後擴優化至112年9月下旬止，目前瀏覽數從1,554,038增加至3,789,032（成長143%）。

(2) Facebook：按讚數55,694人增加至80,673人（成長44.9%）。

(3) Instagram：追蹤人數7,115人增加至14,959人（成長110.2%）。

(4) Youtube：追蹤人數1,529人增加至2,272人（成長48.6%）。

六、行政營運：

(一) 建構本中心行政組織：

本中心行政組織依業務特性分為「物業工務部」、「行政管理部」、「場館服務部」、「行銷推廣部」、「內容研發部」、「公共關係室」、「財務會計室」七個部門，111年度共計進用61位全職員工（年底在職，不含董事長），各部門人力配置如下：

1. 物業工務部：經理1人、招商組3人、工務組4人、物業組5人，共計13人。
2. 行政管理部：經理1人、行政專員1人、採購專員2人、法務專員2人、出納專員1人、資管專員2人、人資專員1人、總務專員1人、行政助理1人，共計12人。
3. 場館服務部：經理1人、副理1人、活動專員4人、硬體技術4人、企劃專員2人，共計12人。
4. 行銷推廣部：（經理於年底離職）行銷企劃3人、品牌策劃1人、商務開發1人、平面設計1人、設計助理1人，共計7人。
5. 內容研發部：經理1人、活動企劃1人、內容企劃3人，教育推廣專員1人、應用研發專員1人，共計7人。
6. 公共關係室：發言人（主管）1人、府會連絡1人、公關專員2人，共計4人。
7. 財務會計室：財會主任1人、財會專員1人，共計2人。
8. 另董事長下設董事長室，設特助2人、稽核1人，共計3人；執行長下設執行長室（執行長於年中離職），設特助1人，共計1人。

(二) 資訊公開及規章修訂：

1. 資訊公開：

(1) 利益迴避及關係人交易事項公開：

臺北流行音樂中心依公職人員利益衝突迴避法規定相關法令規定，於官網設置「利益衝突揭露專區」，連結至「監察院公職人員及關係人補助交易身分關係公開及查詢平臺」主動公開相關資訊，可由中心網站連結至該查詢平台查詢利益迴避及關係人交易事項公開相關資訊。

■ 臺北流行音樂中心「利益衝突揭露專區」

<https://tmc.taipei/about/information/sorry-our-site-is-under-construction/>



■ 監察院公職人員及關係人補助交易身分關係公開及查詢平台

https://cfcweb.cy.gov.tw/cfc_w/index.aspx



(2)其他資訊公開（年度報告、公開採購案等）：

臺北流行音樂中心依本中心設置自治條例及法令規定，公開相關資訊，以建立透明公開之行政法人形象，中心官網設置「資訊公開」及「中心公告」區塊。

「資訊公開」包括本中心年度預決算書、營運計畫、績效評鑑報告，中心法規修訂等相關事項。

「中心公告」則以新聞稿、招標公告、場租公告等為主。相關連結如下：

■ 「資訊公開」 <https://tmc.taipei/about/information/>



■ 「中心公告」 <https://tmc.taipei/news/announcement/>



2. 規章修訂：

因應時宜及法令修訂修正規章，提升法人整體法遵意識並達成零裁罰目標，111年歷次董監事會議修正通過之相關規章如下表所示：

111年度董監事聯席會議及臨時董事會辦理有關中心法規之審議案及備查案之列表

| 時間 | 流程 | 規範 |
|-----------------------|----|---|
| 第 9 次 (111/3/25) | 審議 | 無 |
| 第 10 次 (111/6/30) | 審議 | 臺北流行音樂中心人事管理要點第五十五條修正草案 |
| | | 臺北流行音樂中心內部控制要點第六點附件修正草案 |
| | 備查 | 臺北流行音樂中心工程品質管理規範 |
| | | 臺北流行音樂中心承攬商職業安全衛生管理要點 |
| 第 11 次 (111/9/30) | 審議 | 臺北流行音樂中心組織章程修正草案（董事會通過但未經核定） |
| | | 臺北流行音樂中心收支管理規章草案 |
| | | 臺北流行音樂中心績效獎金發放辦法草案（未通過） |
| | 備查 | 臺北流行音樂中心安全衛生工作守則 |
| | | 臺北流行音樂中心受贈收入規章 |
| | | 臺北流行音樂中心人事管理要點施行原則 |
| 第 12 次 (111/12/27) | 審議 | 臺北流行音樂中心組織章程第十一條之一、第十二條修正草案 |
| | | 臺北流行音樂中心人事管理要點部分條文修正草案（董事會通過後，名稱正式變更為臺北流行音樂中心人事管理規章） |
| | | 臺北流行音樂中心董事會議事規章第二條、第三條修正草案 |
| | | 臺北流行音樂中心規章更名包裹修正草案（董事會通過後，該等規章名稱正式變更為： |
| | | 1. 臺北流行音樂中心文化館場地申請及收費規章 2. 臺北流行音樂中心招商作業規章 3. 臺北流行音樂中心採購作業實施規章 |

| | |
|----|--|
| | 4. <u>臺北流行音樂中心戶外及室內多功能空間租借規章</u> 5. <u>臺北流行音樂中心表演廳檔期申請及收費規章</u> 6. <u>臺北流行音樂中心志願服務實施規章</u> 7. <u>臺北流行音樂中心 Live House D 租用規章</u> 8. <u>臺北流行音樂中心財產及物品管理規章</u> 9. <u>臺北流行音樂中心年終獎金發放規章</u> 10. <u>臺北流行音樂中心內部控制規章</u> 11. <u>臺北流行音樂中心內部稽核規章</u> 12. <u>臺北流行音樂中心印鑑管理要點</u> 13. <u>臺北流行音樂中心節目經費評估暨採購規章</u>) |
| 備查 | 無 |

註：底線標記者為修改名稱之規章，故另標記修改後之正式名稱。

(三) 員工教育訓練：

針對本中心之設置之核心業務，以音樂產業相關新知、行政、智慧財產權等主題辦理教育訓練。中心111年度辦理之教育訓練課程為「網路資訊安全相關宣導：PanSci 泛科學資訊安全主題」，共辦理2場課程，分別於111年11月2日及111年11月3日辦理，中心參與之同仁共59人。

另中心依規定辦理消防安全演練2場，分別於111年3月21日及10月25日辦理。

(四) 內部稽核：

1. 為辦理中心內部稽核，確認中心內部控制、稽核制度及其他規章之執行與完善，中心已訂定內部控制、內部稽核要點，將視內部稽核執行情形檢討修正。
2. 111年內部稽核計畫經權責主管核定後，執行年度稽核作業。
3. 本次查核未發現重大違失，亦未有致使中心重大損害之情事，稽核人員將追蹤稽核報告所提之查核發現，直至改善完成，並依規定呈報。（臺北流行音樂中心111年度內部稽核計畫及內部稽核報告詳如附件）

(五) 資源整合：

本中心以行政法人體制經營，致力扮演公部門、音樂產業、商業品牌、大眾與鄰里等多元群體之間的溝通、整合橋樑，111年度北流辦理北市府「臺北音樂不斷電」、「臺北爵士音樂節」，亦

籌辦「喔北搖音樂節」、「北流迺耶市」等演出及市集，各項活動除應用中央、地方政府資源，也成功引進商業品牌進行經費與商品贊助，且注重邀請南港區店家、行政單位參與市集展售，串聯在地能量，活動內容則貼心發展聚焦主題但兼顧不同年齡層、風格興趣之觀眾需求，落實北流「音樂即生活、生活有音樂」之宗旨。

參、決算概要

一、收支餘絀概況

- (一)本年度業務收入決算數2億9,569萬3,361元，包括勞務收入1,857萬1,628元、其他租金收入7,868萬733元、政府機關核撥收入1億9,844萬1,000元，較預算數減少2,570萬6,074元，減少約7.72%，主要係原預計111年度疫情趨緩及國境解封，預期國際觀光客將可帶來大量人潮，惟國境至111年第四季始階段性解封；又為配合市府政策，於5月-7月提供短租及長租客戶優惠，另表演廳檔期客戶如因疫情於年底前取消檔期將無息退還全部租金，南基地商場及專業空間之招商亦受疫情影響，廠商投資意願低，綜合上述原因，以致收入較預期減少。
- (二)本年度業務成本與費用決算數2億6,561萬7,572元，包括業務費用1億5,977萬6,478元及管理費用及總務費用1億584萬1,094元，較預算數減少6,132萬4,428元，減少約18.76%，主要係因受疫情影響表演廳檔期縮減致相關費用縮減，又南基地於下半年開幕，故稅捐稽徵所並無徵收南基地地價稅；另因南基地於設立稅籍及財產列帳時，評估價值較預期低，故房屋稅及房屋保險費部分較預期減少綜合上述原因，致費用較預期減少。
- (三)本年度業務外收入決算數1,158萬8,565元，包括利息收入21萬2,825元、資產使用及權利金485萬797元、違規罰款收入253萬8,900元、廣告收入295萬7,142元、受贈收入101萬688元及雜項收入1萬8,213元，較預算數增加105萬2,565元，增加約9.99%，主要係因廠商及客戶違約所產生之罰款，以致收入較預期增加。
- (四)收支相抵後，本年度決算賸餘4,166萬4,354元，較預算數增加3,561萬8,354元。

二、淨值變動概況

本中心111年度期初淨值5,316萬6,739元，增加本期賸餘4,166萬4,354元後，期末淨值為9,483萬1,093元。

三、現金流量概況

- (一) 業務活動之淨現金流入淨增1,681萬1,971元，為本期賸餘4,166萬4,354元，減利息股利之調整21萬2,825元，加調整非現金項目淨減2,485萬2,383元(折舊、減損及折耗淨增111萬7,782元、流動資產淨增1,706萬1,548元，流動負債淨減890萬8,617元)，加收取利息21萬2,825元，較預算增加784萬1,971元，增加約87.42%。
- (二) 投資活動之淨現金流出淨減1,330萬741元，係增加固定資產1,093萬8,585元，增加無形資產297萬8,572元，較預算增加672萬2,741元，增加約102.20%。
- (三) 籌資活動之淨現金淨增761萬529元，係增加其他負債761萬529元，較預算增加761萬529元。
- (四) 本期現金及約當現金淨增加1,112萬1,759元，較預算數增加約872萬9759元，增加約364.96%。

四、資產負債概況

- (一) 資產總計1億7,431萬2,239元，其中流動資產1億5,695萬1,896元，占資產總額90.04%；不動產、廠房及設備1,164萬4,365元，占資產總額6.68%；無形資產297萬8,572元，占資產總額1.71%；其他資產273萬7,406元，占資產總額1.71%。
- (二) 負債總計7,948萬1,146元，其中流動負債6,453萬9,037元，占負債及淨值37.02%；其他負債1,494萬2,109元，占負債及淨值8.57%。
- (三) 淨值決算數為9,483萬1,093元，占負債及淨值54.40%。

臺北流行音樂中心 111 年度 內部稽核計畫

一、依據：

1. 臺北市臺北流行音樂中心設置自治條例。
2. 臺北流行音樂中心內部控制規章。
3. 臺北流行音樂中心內部稽核規章。

二、稽核目的：

1. 確認是否有效遵循中心之政策、計畫、規章及法令。
2. 確認中心財務及營運資訊是否可靠完整。
3. 適時提供改善建議，確保內部控制制度有效執行。

三、稽核範圍：

稽核工作範圍包括本中心各部門及所管設施，與內部控制要點規範之作業項目。

四、稽核期間：

自 111 年 1 月 1 日至 111 年 12 月 31 日止。

五、稽核程序：

1. 內部稽核查核程序：
 - (1) 收集、分析與判斷查核所需資料。
 - (2) 編制稽核程式。
 - (3) 執行實地或書面查核。
 - (4) 提出稽核發現與建議事項，並與承辦人員及權責主管溝通及說明。
 - (5) 撰寫稽核工作底稿及稽核報告。
 - (6) 追蹤稽核發現與建議事項改善狀況，撰寫稽核追蹤報告。
2. 稽核程式：
 - (1) 工作底稿中詳述各項作業流程之說明，以查核所對應之控制活動。
 - (2) 說明查核資料之取得方式，根據風險評估結果進行統計抽樣。
 - (3) 依各項作業之特性，採行實地查核、盤點、觀察、複算及訪談，並進行分析性複核。

六、稽核項目：

1. 臺北流行音樂中心內部控制規章第六條所列之九大循環，並展開相應之 57 項作業。
2. 「臺北流行音樂中心 109 及 110 年度內部稽核作業」之後續改善情形追蹤。
3. 「臺北市政府文化局補助行政法人臺北流行音樂中心 111 年上半年度(1 月至 6 月)補助經費查核」之後續改善情形追蹤。

臺北流行音樂中心 111 年度內部稽核項目

| 項次 | 受查單位 | 循環別 | 作業別 |
|----|----------------|----------|--|
| 1 | 行政管理部 | 薪工循環 | 招募、甄選及敘薪作業，任用作業，考勤作業(出勤、請假、加班、出差)，考核及獎懲作業，晉升及調職作業，離職作業，資遣作業，退休作業，薪資編製及發放作業，訓練作業 |
| 2 | 行政管理部 物業工務部 | 財產管理循環 | 取得作業，異動作業，處份作業，盤點作業，紀錄與核帳作業，工程發包及控管作業，投保作業 |
| 3 | 行政管理部 | 行政管理循環 | 合約簽訂與管理作業，智慧財產權管理作業，中心規章管理作業，印鑑管理作業 |
| 4 | 行政管理部 | 資訊系統管理循環 | 資訊處理部門之功能及職責劃分，系統開發及修改控制作業，編製系統文書控制作業，資料輸出入控制作業，資料處理控制作業，檔案及設備之安全控制作業，硬體及系統軟體購置、使用及維護作業，系統復原計畫制度及測試程序控制作業，資通安全檢查控制作業 |
| 5 | 場館服務部 物業工務部 | 物業與技術循環 | 節目演出準備及異常處理作業，場館維護作業，職業安全衛生管理作業 |
| 6 | 行政管理部 | 採購循環 | 供應商管理作業，一般請採購作業，公開招標/開標/決標作業，緊急採購作業，驗收作業 |

| 項次 | 受查單位 | 循環別 | 作業別 |
|----|----------------------------------|--|--|
| 7 | 場館服務部 物業工務部 財務會計室 公共關係室 | 銷售及收款循環 | 銷售預測及計劃作業，訂單處理作業(展覽及活動收入、外租收入、駐店招商作業、其他收入)，客訴處理作業 |
| 8 | 財務會計室 行政管理部 | 財務金融循環 | 營運計畫及預算編製作業，預算管理作業，融資作業，投資作業，應付帳款及核銷付款作業，零用金支出作業，應收帳款及收款作業，發票或收據領用及核銷作業，逾期帳款處理作業 |
| 9 | 內容與研發部 行銷推廣部 | 企劃及製作循環 | 年度主/合辦節目提案作業，節目檔期安排作業，節目檔期異動作業，節目經費評估作業 |
| 10 | 行政管理部 財務會計室 | 「臺北流行音樂中心 109 及 110 年度內部稽核作業」之後續改善情形追蹤 | |
| 11 | 行政管理部 財務會計室 | 「臺北市政府文化局補助行政法人臺北流行音樂中心 111 年上半年度(1 月至 6 月)補助經費查核」之後續改善情形追蹤。 | |

發文日期：112年3月28日

臺北流行音樂中心 111年稽核報告

報告編號：111-IA-01

受查單位：行政管理部、財務會計室

稽核作業：後續改善情形追蹤

查核範圍：臺北市政府文化局補助行政法人臺北流行音樂中心111年上半年度(1月至6月)補助經費查核

| 文化局查核結果 | 改善及辦理情形(北流中心) | 文化局函覆意見 | 複查結果 |
|---|--|------------------------------|---|
| <p>抽查採購案件清冊編號1案，有招標公告內未載明疑義處理之時間（如廠商對招標文件內容有疑義提出之時間、招標機關回復廠商疑義之時間等）及採購評選委員名單未於招標公告前公布名單之缺失。</p> | <p>有關招標公告未載明疑義處理之時間乙節，查本案投標須知載明為：「廠商對招標文件內容有疑義者，應以書面向本中心提出，請求釋疑之期限自公告日或邀標日起算，詳細日期詳招標公告；另本中心釋疑之期限不逾截止投標日或資格審查截止收件日之前1日。」，惟該招標公告內容未臻明確。現行招標文件已參酌政府採購法（以下簡稱採購法）規定，於招標文件敘明廠商得釋疑之期限及中心釋疑之期限；有關採購評選委員名單未於招標公告前公布名單乙節，現行依採購法辦理之公開評選案件已責成業務單位於請購公文載明評選委員會成立時機及其說明，並依簽核結果及採購評選委員會組織準則第六條規定進行公開作業，爾後將持續辦理。</p> | <p>本項後續追蹤建請中心納入內部稽核項目辦理。</p> | <p>經查已改善完成。 現行招標文件已參酌政府採購法規定，於招標文件敘明廠商得釋疑之期限及中心釋疑之期限； 有關採購評選委員名單未於招標公告前公布名單乙節，現行依採購法辦理之公開評選案件已責成業務單位於請購公文載明評選委員會成立時機及其說明，並依簽核結果及採購評選委員會組織準則第六條規定進行公開作業。</p> |

臺北流行音樂中心
111 年稽核報告

| 文化局查核結果 | 改善及辦理情形(北流中心) | 文化局函覆意見 | 複查結果 |
|---|-------------------------|-----------------------|--|
| 每月財產月報未產製分類統計表。 | 將依建議改善。 | 本項後續追蹤建請中心納入內部稽核項目辦理。 | 經查已改善完成。 每月財產月報已產製分類統計表。 |
| 以補助款支應購置之財產，請依臺北市臺北流行音樂中心市有財產管理使用收益辦法，以本府財管系統列帳，並依財政局規定按時提交半年報。 | 將依建議改善 | 本項後續追蹤建請中心納入內部稽核項目辦理。 | 經查已改善完成。 已依臺北市臺北流行音樂中心市有財產管理使用收益辦法，以本府財管系統列帳，並依財政局規定按時提交半年報。 |
| 有關盤點紀錄，建議將盤點清冊作為附件一併歸檔，另盤點結果所列未入帳之財產、物品，請儘速改善。 | 將儘速歸檔盤點清冊，並盤點未入帳之財產與物品。 | 本項後續追蹤建請中心納入內部稽核項目辦理 | 經查已將盤點清冊作為附件一併歸檔為盤點紀錄。 另盤點結果所列未入帳之財產、物品一事，已請權責人員於 4/30 前儘速改善。 |

臺北流行音樂中心
111 年稽核報告

| 文化局查核結果 | 改善及辦理情形(北流中心) | 文化局函覆意見 | 複查結果 |
|--|---------------|-----------------------|---------------------------------------|
| 零用金收支明細表應載明受款人，且受款人與零用金簽領人應一致；另建請設置零用金備查簿。 | 將依建議改善。 | 本項後續追蹤建請中心納入內部稽核項目辦理。 | 經查已改善完成。 零用金收支明細表已載明受款人，並設置零用金備查簿。 |
| 支出憑證黏存單應填明預算科目、用途等說明，請改善。 | 將依建議改善。 | 本項後續追蹤建請中心納入內部稽核項目辦理。 | 經查已改善完成。 支出憑證黏存單已填明預算科目、用途等說明。 |
| 支用單據應依規定彙訂成冊，111 年係尚未屆完整年度，本次查核(1 月至 6 月)之支用單據請於後續辦理全年度查核時彙訂成冊；另請補充 109、110 年度支用單據彙訂成冊之佐證照片。 | 將依建議改善。 | 本項後續追蹤建請中心納入內部稽核項目辦理 | 經查已改善完成。 支用單據已依規定彙訂成冊。 |

稽核人員：林佑華

受查單位：行政管理部

稽核作業：財產管理循環

查核範圍：111 年例行稽核與 109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤

| 查核說明 | 具體改善措施 | 複查結果 |
|--|--|--|
| <p>109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤</p> <p>前次查核發現，列示如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 建議應依「臺北流行音樂中心財產及物品管理辦法」（以下簡稱本辦法）規定，定期進行財產物品盤點作業。 另建議為清查現行中心所購置之財產物品保存現況，可規劃專案盤點作業，以確認是否有應登帳而未登帳之財產物品，並視其現況更新資產清冊，以利管理。 依現行做法，財產物品管理人員會將消耗性物品登帳於資產清冊內，因此類物品係屬<u>經領出即耗用性質</u>，建議應由保管人列冊，採領用方式管理，不須登帳於資產清冊。 建議於財產及物品清查完成，並更新資產清冊後，儘速依本辦法規範，完成財產物品標籤張貼。 經查因財產物品管理人員未即時完成財產之登帳，導致財務單位遲至 110 年底始完成該年度之折舊提列。 建議：應與相關單位協調財產登帳及折舊金額核算之流程與權責，以避免時程延宕。 建議可將現行市有資產相關申報流程，增列至本辦法內，以供遵循。 | <ol style="list-style-type: none"> 日後將定期進行財產物品盤點作業，並依建議規劃專案盤點作業，擬於 4 月份啟動、規劃及執行。 依建議更新資產清冊。 依建議於財產及物品清查完成後，張貼財產物品標籤。 依建議與會計單位協調財產登帳及折舊金額核算之流程與權責，以即時完成相關作業。 依建議更新「臺北流行音樂中心財產及物品管理辦法」，並排入第二季董事會議程。 | <ol style="list-style-type: none"> 經查權責單位已於 111 年 7 月份完成財產物品盤點作業。惟部分盤盈物品未即時登帳管理，故列入本次查核發現。 部分消耗性物品仍列入資產清冊，故列入本次查核發現。 經查仍有新購置之物品，未於登帳後及時張貼標籤，列入本次查核發現。 經查已改善完成。權責單位已協調確認財產登帳及折舊金額核算之流程與權責，現行未有財產延遲登帳之情形。 經查「臺北流行音樂中心財產及物品管理辦法」尚未更新，列入本次查核發現。 |

| 查核說明 | 具體改善措施 | 複查結果 |
|--|--|------------------------------------|
| <p>111 年例行稽核</p> <p>1. 檢視 109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形，尚有下列項目未改善完畢，故列入本次查核發現內：</p> <p>(1) 權責單位已於 111 年 7 月份完成財產物品盤點作業，惟部分盤盈物品未即時登帳管理。</p> <p>(2) 部分消耗性物品仍列入資產清冊，建議此類物品採領用方式管理，不須登帳於資產清冊。</p> <p>(3) 經查仍有新購置之物品，未於登帳後及時張貼標籤，建議應儘速依規定完成標籤製作與張貼。</p> <p>(4) 經查尚未將市有資產申報流程增列至「臺北流行音樂中心財產及物品管理辦法」，建議應儘速更新。</p> <p>2. 經檢視現行財產管理作業，提出下列查核發現：</p> <p>(1) 經檢視部分離職人員仍列為財產物品之使用人及保管人，建議應依現況更新。</p> <p>(2) 建議年度之財產物品盤點，除將中心自有之財產及物品列入盤點範圍外，可一併列入代管文化部及文化局之公有財產，以清查其保存現況。</p> | <p>1. 未改善完成部分，將儘速辦理下列事項：</p> <p>(1) 將盤盈物品登錄於資產清冊。</p> <p>(2) 將消耗性物品排除於資產清冊外。</p> <p>(3) 完成新購置物品之標籤張貼。</p> <p>(4) 將市有資產申報流程增列至「臺北流行音樂中心財產及物品管理辦法」，並依規定於核定後公告實施。</p> <p>2. 111 年度例行稽核，查核發現部分：</p> <p>(1) 依建議更新資產清冊。</p> <p>(2) 規劃於年度盤點時，一併盤點代管文化部及文化局之公有財產，以清查其保存現況。</p> | <p>將於 112 年例行稽核時複查改善成果，並依規定呈報。</p> |

稽核人員：林佑華

受查單位：行政管理部

稽核作業：行政管理循環

查核目的：確認查核事項之辦理，符合內部控制制度及相關法令規定。

查核範圍：111 年例行稽核與 109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤

| 查核說明 | 具體改善措施 | 複查結果 |
|---|--|---|
| <p>109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤</p> <p><u>合約簽訂與管理作業</u>，前次查核發現，列示如下：</p> <p>經檢視現行合約管理作業，建議可規劃下列程序，並據以執行：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 檢視現存之合約，並造冊管理。 2. 建立合約借閱機制，並約定歸還期限。 3. 定期盤點清冊所列之合約，並追回未歸還之合約。 4. 擬定合約到期後之保存期限，並定期銷毀。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 目前已合約進行分類管理，後續將進行列冊建立清單以及調閱規範，定期盤點管理。 2. 擬參照檔案管理規定訂定合約到期後之保存期限，並訂保存期限屆期後銷毀之規範。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 經查已改善完成。 合約已完成分類與造冊，並擬訂調閱規範，定期盤點管理。 2. 經查已改善完成。 參照檔案管理規定訂定合約到期後之保存期限，並訂保存期限屆期後銷毀之規範。。 |

臺北流行音樂中心
111年稽核報告

| 查核說明 | 具體改善措施 | 複查結果 |
|---|--|-----------------|
| <p>109及110年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤</p> <p><u>智慧財產權管理作業，前次查核發現，列示如下：</u></p> <p>經檢視現行之智慧財產權管理作業，建議權責單位可定期盤點中心現有之智慧財產權，並建立清單或資料庫，再行規劃運用之策略，以活化中心資產。</p> | <p>目前已有商標權之管理，後續將盤點本中心之著作權並建立清冊以及整體運用策略。</p> | <p>經查已改善完成。</p> |

| 查核說明 | 具體改善措施 | 改善成果確認 |
|--|--|---|
| <p>109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤</p> <p><u>印鑑管理作業，前次查核發現，列示如下：</u></p> <p>1. 經查印鑑管理人尚未依「臺北流行音樂中心印鑑管理要點」規範，將現有列管之印鑑登錄於「印鑑管理清冊」。 建議儘速依辦法規定填列清冊，以符合規範。</p> <p>2. 經檢視「臺北流行音樂中心印鑑管理作業細則」，有下列兩項修改建議：</p> <p>(1) 於辦法內明確定義第五類印鑑（即各單位於業務需要經常重複使用之職章），<u>是否須登錄於「印鑑管理清冊」內</u>，以供遵循。</p> <p>(2) <u>可於辦法內增列定期盤點印鑑之流程</u>，以完備規範之內容。</p> | <p>1. 已著手登錄列管之印鑑，並預計於 3 月底前完成。</p> <p>2. 擬修訂中心印鑑管理作業細則：</p> <p>(1) 鑑於第五類印鑑為中心人員之職章，無需同第一至四類印鑑之管理密度，故擬修訂規範以分別管理。</p> <p>(2) 清查、盤點印鑑流程之訂定。</p> | <p>1. 經查已改善完成。 權責單位已完成列管印鑑之登錄。</p> <p>2. 經查已改善完成。 權責單位修訂「臺北流行音樂中心印鑑管理作業細則」。</p> |

稽核人員：林佑華

受查單位：行政管理部

稽核作業：資訊系統管理循環

查核範圍：111 年例行稽核與 109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤

| 查核說明 | 具體改善措施 | 複查結果 |
|---|---|---|
| <p><u>109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤</u></p> <p>前次查核發現，列示如下： 經檢視現行資通安全維護計畫實施情形，尚有附件「資通安全維護計畫 待辦事項摘要」所列之事項待完成。 建議：應配合規範時限，逐步建置與辦理。</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 將依「資通安全責任等級 C 級之公務機關應辦事項」規定，於初次受核定之一年內（即 5/31 前），完成資通安全專職人員之設置。 2. 其餘事項將依「資通安全責任等級 C 級之公務機關應辦事項」規定，於初次受核定之二年內（即 112/5/31 前），辦理完成。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 經查已改善完成。 已完成資通安全專職人員之設置。 2. 將確認權責單位是否依「資通安全責任等級 C 級之公務機關應辦事項」規定，於初次受核定之二年內（即 112/5/31 前），辦理完成，並依規定呈報。 |

稽核人員：林佑華

受查單位：物業工務部（現權責部門改為行政管理部）

稽核作業：物業與技術循環

查核範圍：111 年例行稽核與 109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤

| 查核說明 | 具體改善措施 | 複查結果 |
|--|--|---|
| <p>109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤</p> <p><u>職業安全衛生管理作業</u>，前次查核發現，列示如下：</p> <p>經查權責單位已完成本中心「111 年度職業安全衛生管理計畫書」之草案，惟該計畫截至查核完成日（111 年 3 月 8 日）止，尚未依程序核定。</p> <p><u>建議</u>：應儘速依程序核定「111 年度職業安全衛生管理計畫書」，並據以執行計畫項目，以符合法令規範。</p> | <p>將先呈送職業安全政策，再會同相關單位研商職業安全衛生管理計畫內容，並依程序核定後執行。</p> | <p>經查因原職安人員離職，以致「111 年度職業安全衛生管理計畫書」遲未依程序核定。</p> <p>而後職業安全衛生作業之權責單位由物業工務部改為行政管理部，並補齊職安人員職缺。經新任職安人員檢視現行作業，自 111 年底逐步更新職業安全衛生管理計畫書，並於 112 年 3 月 6 日通過。</p> <p>稽核人員將再檢視職安人員是否依核定之職業安全衛生管理計畫書執行相關業務，以符合法令要求。</p> |

稽核人員：林佑華

受查單位：行政管理部

稽核作業：採購循環

查核範圍：111年例行稽核與109及110年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤

| 查核說明 | 具體改善措施 | 複查結果 |
|--|--|---|
| <p>109及110年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤</p> <p>前次查核發現，列示如下： 經檢視現行採購作業，建議權責人員依規範執行下列作業，或配合實際業務修改辦法，以供遵循：</p> <ol style="list-style-type: none"> 依「臺北流行音樂中心採購作業實施辦法」第七條規定，採購單位應對供應商進行評核，並視評核結果決定是否列入合格廠商名單。 依「臺北流行音樂中心採購作業實施辦法」第十八條規定，採購單位應按半年彙報各部門緊急採購內容及次數，供權責主管核閱及各部門主管參考，以減少緊急採購情形。 | <ol style="list-style-type: none"> 擬依稽核建議，於本年研擬供應商評核機制，以供次年度擇商參考。 本年度起已依該規定彙整緊急採購內容及次數，每半年將供權責主管核閱，並於主管會議彙報。 | <ol style="list-style-type: none"> 經查已改善完成。 權責單位已依規範辦理供應商評核作業。 經查已改善完成。 權責單位已依規定彙整緊急採購內容及次數，每半年將供權責主管核閱，並於主管會議彙報。 |

稽核人員：林佑華

受查單位：行政管理部

稽核作業：財務及金融循環

查核範圍：111 年例行稽核與 109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤

| 查核說明 | 具體改善措施 | 複查結果 |
|--|---|---|
| <p>109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤</p> <p>前次查核發現，列示如下：</p> <p>經檢視現行出納作業，建議權責人員依規範執行下列作業，或配合實際業務修改辦法，以供遵循：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 出納單位應依「臺北流行音樂中心會計制度」規定，定期或不定期盤點存管之現金、零用金、票據、有價證券、收納款項收據及其他保管品等。 2. 出納單位應依「臺北流行音樂中心收繳款作業要點」規定，於款項解繳銀行後，列印銀行日結表連同收據報核聯、收繳款單及存款收款書送會計查核入帳。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 將規劃於每年年底完成存管現金、零用金、票據、有價證券、收納款項收據及其他保管品之盤點作業，並通知會計單位依規定會同監盤。 2. 將與會計單位協調修改「臺北流行音樂中心收繳款作業要點」之規範內容，以符合實際作業需求。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 經查已改善完成。 權責單位已於 111 年底完成存管現金、零用金、票據、有價證券、收納款項收據及其他保管品之盤點作業，並通知會計單位依規定會同監盤。 2. 經查已改善完成。 權責單位已修改「臺北流行音樂中心收繳款作業要點」之規範內容。 |

稽核人員：林佑華

受查單位：財務會計室

稽核作業：財務及金融循環

查核範圍：111 年例行稽核與 109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤

| 查核說明 | 具體改善措施 | 複查結果 |
|--|---|---|
| <p>109 及 110 年度內部稽核作業之後續改善情形追蹤</p> <p>前次查核發現，列示如下：</p> <p>1. 經檢視「臺北流行音樂中心會計制度」與現行作業流程，發現有部分內容與現行作業有所差異，詳列於附件「臺北流行音樂中心會計制度 待辦事項摘要」。</p> <p><u>建議</u>：應依規範執行相關作業，或配合實際業務修改辦法，以供遵循。</p> <p>2. 經查因財產物品管理人員未即時完成財產之登帳，導致財務單位遲至 110 年底始完成該年度之折舊提列。</p> <p><u>建議</u>：相關單位應協調財產登帳及折舊金額核算之流程與權責，以避免時程延宕。</p> | <p>1. 將依據現行作業修改「臺北流行音樂中心會計制度」之規範內容預計將分為兩階段進行，第一階段預計修正制度之附件，第二階段預計修正制度之條文內容，以符合實際作業所需。</p> <p>2. 將與行政管理部協調確認財產登帳及折舊金額核算之流程與權責，以避免時程延宕。</p> | <p>1. 經查已改善完成。 權責單位已修改「臺北流行音樂中心會計制度」之規範內容。</p> <p>2. 經查已改善完成。 權責單位已協調確認財產登帳及折舊金額核算之流程與權責，現行未有財產延遲登帳之情形。</p> |

稽核人員：林佑華