



110 年度執行成果報告書

中華民國 111 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、110 年度營運計畫之執行成果

一、場館設施建置及軟硬體優化 — 2

二、場館服務及滿意度提升 — 6

三、北流品牌經營及行銷宣傳 — 11

四、活絡周邊區域發展 — 12

五、人才培育、跨界交流與實驗計畫 — 15

六、行政營運管理 — 19

參、決算概要

一、收支餘絀概況 — 28

二、餘絀撥補概況 — 28

三、現金流量概況 — 29

四、資產負債概況 — 29

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。

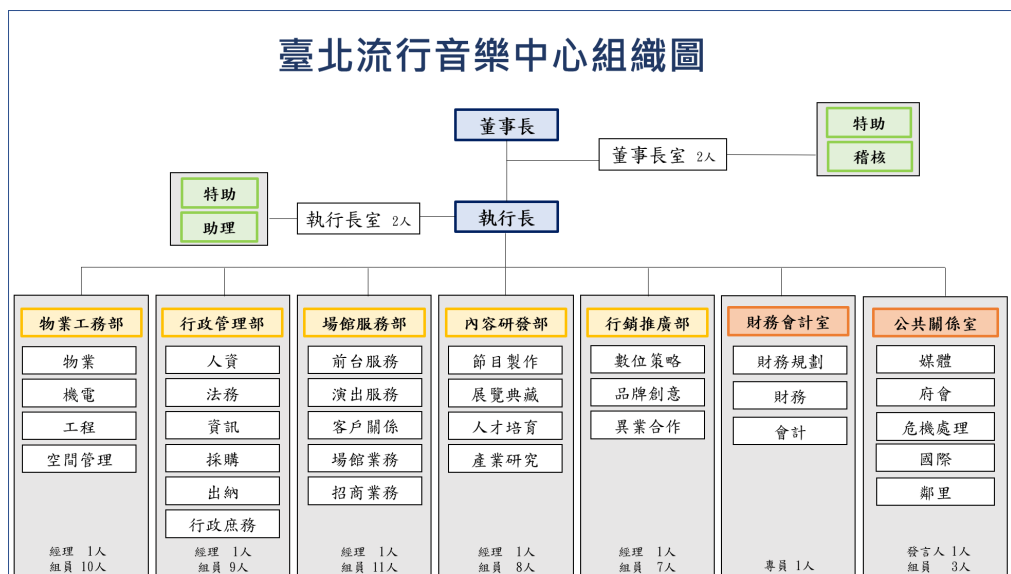
二、設立宗旨及組織概況

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110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61人（110年底在職人數），包括董事長、執行長、發言人1名及部門經理5名擔任管理職務者。

本中心組織圖如下：



貳、110 年度營運計畫之執行成果

110年度為本中心首年完整營運，主要業務計畫包括場館設施建置及軟硬體優化、場館服務及滿意度提升、北流品牌經營及行銷宣傳、活絡周邊區域發展、人才培育、跨界交流與實驗計畫、行政營運管理七大面向，其重要成果說明如下：

一、場館設施建置及軟硬體優化：

(一). 北基地表演廳：

辦公室空間與會議室擴建，北流人事組織編制由去年41人成長至今年61人，也預計於明年擴增至80人，因此原3F辦公室區域已不敷使用，除部分同仁先搬遷至B1F外，於今年內透過室裝工程陸續於3MF/2F/B1F閒置空間中規劃建置3間辦公室、2間會議室、1間多功能會客室兼錄音室、1間檔案室，並同步建置網路與分機線路，以供目前辦公空間不足之狀況。

(二). 南基地文化館：

1. 檢疫設備採購：因應文化館於今年九月份開館，於大廳入口建置紅外線與熱感應之體溫偵測設備與酒精消毒設備，並於入口處派駐人員服務，提供民眾更安心的觀展體驗。
2. 文化館指標優化：同上，因應文化館開館，今年進行了文化館指標的優化作業，除了移除原錯誤與不適合之指標外，亦同步修正整合既有指標系統，達到乾淨俐落與快速辨識之作用。

(三). 南基地產業區：

本中心產業區及文化館周邊部分區域，設有數十間尺寸及性質不一之室、內外空間，除上述戶外表演空間（廣場）及Live house D規劃由本中心自行營運，其餘空間因考量管理人力及資源整合綜效，110年始啟動以招商模式邀集第三方單位進駐經營。本中心透過辦理產業諮詢會、邀集音樂及跨領域產業品牌場勘洽談，及進行公開招商徵選等工作項目，引

進不同服務機能之單位入駐。招商以品牌加成、互動之策略為方針，期能聚集音樂工作者、音樂及流行文化店鋪、輕食餐飲商店等多元廠牌，並藉由園區場租優惠、活動合/協辦等機制，與本中心共同活絡北流場域，建立音樂生活風格商圈。以下為各空間招商執行進度說明：

1. 商場空間

- (1). 產業區5樓主題餐廳及辦公室：110年度本中心已順利招租產業區5樓主題餐廳及辦公室樓層，由南港在地企業「新視紀整合行銷傳播股份有限公司」得標，餐廳空間將與音樂產業指標性品牌「海邊的卡夫卡」合作，提供餐飲、展演、零售複合服務；辦公空間部分將由得標單位及其合作單位進駐，另規劃出租予音樂與藝文相關公司、工作者使用，預計111年3月試營運。
- (2). 店鋪空間：廣場周圍之店鋪空間，第一次公告統包招商流標，經持續洽商後於110年底再度進行公告招商，並於評選後產出優勝廠商，計畫進駐六間店鋪，將經營樂器展售、樂器維修工作坊及藝文沙龍。111年度本中心將持續推進議約、店鋪設計等程序，預計於第二季開幕營運。其餘店鋪空間亦將持續洽談符合園區特色規劃之進駐單位。
- (3). 文化館大廳咖啡座：原與南基地二十餘間店鋪統包招商，然因廠商商業考量及疫情衝擊，統包案未有廠商投標，後評估文化館開幕後須及早提供附屬輕食餐飲設施，故將此空間改為進行單獨招商，惟再度公告後，經資格審查與評選仍未有合宜之進駐單位。110~111年度本中心持續積極洽訪潛力廠商，致力盡早引進能提供優質產品、服務，及視覺美學符合文化館氛圍之咖啡品牌。招商單位進駐前，本中心於週末安排餐車及臨時座位區，提供觀展民眾簡易餐飲及休憩空間，並

配合相關政策落實防疫措施。

2. 專業空間

- (1). 產業區3樓創意基地：產業區3樓創意基地西側之辦公室區，於110年期間辦理空間使用規劃及潛力進駐單位場勘洽談，並已於111年1月公告進駐徵選，將徵集音樂產業相關單位進駐使用辦公空間，未來並擬與進駐單位協辦活動，共同活絡本中心場域及推動音樂產業行銷、人才培育，本中心亦將規劃西側其他空間為共享辦公室，提供該樓層進駐單位交流使用。產業區3F東側以人才培育主題進行規劃，其能培養新秀音樂人音樂創作、製作、軟體應用、行銷宣傳等產業鏈各項技能，堅實音樂製作軟實力，提升在地創作質量與數量。目前正與潛力音樂教育單位洽談合作方案，期望由北流作為平台，整合產業與政府資源，共同發展音樂人才培育計畫。
- (2). 產業區4F排練室及錄音室：樓層規劃1間複合式大排練室、錄音室、2間控制室、2間小型配唱室、1間鼓室，與營運管理本樓層空間之行政辦公室、樂器儲藏室等。本室裝工程預計於111年第一季驗收點交。110年度已於進行室內裝修期間，同步辦理第一次招商公告，惟因該空間之高度專業使用性質，各潛力廠商對隔音及聲響功能性評估更為謹慎，計畫待施作、驗收完成且確認聲學實際規格後始考量招商進駐事宜。110年底已由北市府文化局協助，啟動辦理室內裝修工程驗收事宜，將於111年度續辦驗收及著手規劃第二次招商。
- (3). 展演空間（Live house）：本中心南基地共有四間分別可容納200~1600人之展演空間（Live house），其中Live house D已由北市府文化局協助完成展演設備及聲學設施建置，建置了場內吸隔音、天花板TRUSS桁架、

LED屏幕、基礎拼接舞台與兩間休息室。並由本中心營運管理，可用於小型活動租借，也是中心自辦活動、講座課程、會議等人才培育運用空間。

另三間 Live house A, B, C，則規劃招商由第三方單位進駐營運，然因經過產業諮詢及委請專業團隊實測後，評估確有需要事先統一建置隔音設施，避免噪音及震動影響相鄰及同棟建築之其他空間。110年度本中心已完成專家評估及潛力廠商需求蒐集，將於111年度續辦隔音工程之細部設計與施作，並將於細部設計定案後同步進行營運招商。

(四). 其他

1. 南北基地通訊光纖建置：因南北基地起初為兩建商分別建設，兩基地之間並無線路串聯，以致兩基地無論是網路、電話、與中控等信號皆為各自獨立無法互連對接，使兩地三館間聯繫困難。在文化局與新工處協助下，新增兩基地串聯之光纖網路共48芯，作為資訊、網路等弱電信號串聯，目前已完成兩基地電話分機、內網網路連通，與兩地中控室部分設備可遠端操作與監控，未來將陸續完成更多資訊與控制串聯作業。
2. 南基地無線網路環境建置：文化館與產業區兩館室內各樓層均建置了無線網路設備，達到完全的無線環境涵蓋率，加上上述48芯光纖建置，南北基地有線與無線網路均可無死角供應，且由北基地即可進行設定權限、頻寬等操作。

(五). 制定場地租借辦法：

「臺北流行音樂中心戶外及室內多功能空間使用辦法」：於110年7月8日第1屆第6次董事會議訂定並於110年9月23日中心官網公告。使用類別分為一般活動：活動類型優先以流行音樂類或文化藝術類使用，可搭配產業、商售、教育、公益等。

或是商業拍攝：凡平面、網路、電影、電視之戲劇與節目、廣告、音樂影片、Youtuber 等有商業利益之拍攝皆需提出申請。婚紗攝影、媒體採訪、學術參訪及本中心專案核准之拍攝需向本中心申請 同意後免費。另政府單位、南基地營運進駐單位、設籍於南港或內湖區居民，為宣傳城市形象、推廣文化藝術等公益或非商業目的，得檢附相關證明文件經本中心審核同意後給予租借優惠。

「臺北流行音樂中心 Live house D 租用辦法」：於110年9月29日第1屆第7次董事會議訂定。因Live house D至110年底才辦理點交給中心，因此尚未對外公告前，此空間保留給中心辦理自辦活動試營運。

「臺北流行音樂中心文化館特展廳、大廳空間收費標準」：草案於 110 年 12 月 29 日第 1 屆第 8 次董事會議修正並於 111年1月14日中心官網公告。

二、場館服務及滿意度提升：

(一). 場館服務-活動辦理場次及成效：

1. 北基地表演廳：

(1). 各項外租活動

110年1月至12月共受理16檔活動、21場演出。活動類型包含演唱會、頒獎典禮、企業活動、電視節目、線上活動等不同類型。

其中包含2檔為文化部專用檔期「第 32 屆金曲獎頒獎典禮」、「臺灣文化協會百週年紀念活動」之「流行音樂百年系列活動」。2檔為台北市政府專用檔期「TCO2021誰比我流行經典流行天后傳唱」、「【2021 TSO典藏系列】遇見36° C的冬」。其中6檔為演唱會/脫口秀/拼盤活動如「曾博恩 超時空巡迴雙聲道」、「第 16 屆 KKBOX 風雲榜」、「玖壹壹2021台北演唱會」、「炎上-徐乃麟」、

「九澤CP 2021 台北演唱會」、「木曜四跨界音樂會-Awakening」。2檔藝文活動「BBC 藍色星球2」、「2021 舞鈴劇場《VALO二部曲-島嶼Island》」。2場企業活動「2021 勤業眾信演唱會 ONE TEAM ONE GOAL WONDERFUL演唱會」、「KYMCO Ionex3.0發表會」。1檔電視節目「Be the One A級戰場」及1檔線上活動「2021 美安台灣線上領導者訓練大會」。

表演廳110年度觀眾進場人數為59,888人。因應疫情第三級警戒北流自5月25日休館至7月26日，各項活動停辦。表演廳演出包含商業活動及拍攝，使用天數為126天，使用率為43%。

(2). 中心自辦活動

110年12月31日舉辦「2021北流日落趴」系列活動，包含表演廳跨年演唱會、北基地戶外廣場舉辦露天電影院及戶外市集。將跨年活動打造成為一個小型音樂生活節。節目一「2021北流日落趴演唱會」，將邀請新生代金曲創作歌手，以及獨立樂團接力演出，展現台灣音樂的多種樣貌及無限潛力，讓北流成為孕育樂壇新勢力的殿堂。此次演唱會為免費入場。節目二「2021北流日落趴-露天電影院」準備三部精選經典音樂主題電影。提供民眾在夜晚星空下觀賞電影的聽覺享受。活動參與人數約2,000人。

2. 南基地文化館：文化館110年度總入場人數為26,681人。

(1). 文化館常設展：

本中心文化館自110年9月18日開始營運，4-6樓為「唱我們的歌 流行音樂故事展」常設展。

(2). 文化館特展：

A. 「坂本龍一 with 高谷史郎 設置音樂 2 IS YOUR TIME TPE」特展，展期自110年9月18日至11月14日，共計60天。

B. 「音樂怪博士 陳志遠特展」，展期自110年12月25日至111年4月27日，共計123天。

(3). 中心自辦活動（見面會、記者會）

A. 北流南基地見面會：

北基地表演廳於109年9月開幕使用，南基地主建築則於110年陸續完成驗收，其室內裝潢工程也持續進行。110年10月14日辦理南基地見面會，正式對外宣布北流南基地空間之規劃及願景，更邀請陶晶瑩作為本次見面會的主持人，強化與音樂產業的連結性。當天除記者會外，下午也辦理三場導覽活動，帶領不同屬性的類別：媒體、企業及KOL，進行南基地導覽，內容包括簡介北流場域及觀賞常設展。該活動之媒體露出達14則，企業場共29家企業約40多人參與導覽，而KOL場則有20多名網路紅人參加。

B. 北流自製特展「音樂怪博士 陳志遠」開展記者會：

《音樂怪博士-陳志遠特展》為北流首檔以編曲家為主題之展覽，呈現臺灣流行音樂脈絡及推廣編曲專業，展期自110年12月25日起至111年4月27日，於110年12月24日舉辦開展記者會。現場邀請歌手?te壞特以獨特嗓音重現陳志遠的經典創作，向陳老師致敬。記者會後舉辦了雙場次導覽，由策展人李律鋒帶領媒體及貴賓一睹展覽的精彩片段。本開展活動媒體露出達12則，媒體與貴賓導覽參與人數約40餘人。

(4). 其他

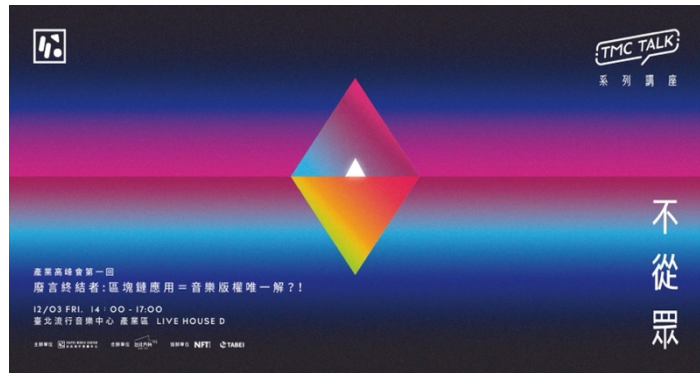
文化館1樓大廳110年舉辦兩場活動，於12月13日舉辦商業活動 KIA Brand Day，110年10月26日至11月10日舉辦艾怡良《偏偏我卻都記得》專輯同名畫展，共計15天。

文化館110年度總入場人數為26,681人。

3. 南基地產業區：LIVE HOUSE D

(1). TMC TALK

北流自製節目「TMC TALK 不從眾，不孤單」6場音樂交流講座，針對音樂產業帶入 NFT，區塊鏈，去中心化的議題來討論。在變化萬千及與時代潮流互相互映的流行音樂產業下，透過多位產業人士對於去中心化概念來給予可能的火花，及後續會帶來的影響。共有 270位產業界人士參與。

場次	日期	活動	人數
3	10/23	<p>「TMC TALK 不孤單」</p>  <p>第一回 ▽ 講座/不插电演唱會 2021 10.23 SAT. — 10.24 SUN. 臺北流行音樂中心 產業區 LIVEHOUSE D</p>	140
3	10/24	<p>「TMC TALK 不從眾」</p>  <p>產業高峰會第一回 廢言終結者：區塊鏈應用 = 音樂版權唯一解?!! 12/03 FRI. 14:00 - 17:00 臺北流行音樂中心 產業區 LIVE HOUSE D</p>	130

(2). 國教署種子教育課程

舉辦六場國教署流行音樂種子教師培育課程與 TMS 實驗辦學活動，聘請業界知名老師針對流行音樂能夠帶來潮流，吸引民眾目光的角度來給予種子教師們的知識拓展。因疫情關係部分場次採線上辦理，線上、線下共約 287 人次參與。

項次	日期	形式	人數
第1場	2021/8/28	線上	197
第2場	2021/9/24	實體	18
第3場	2021/10/23	實體	18
第4場	2021/11/26	實體	17
第5場	2021/12/26	實體	16
第6場	2022/1/17	實體	17

(3). 北流銀髮族

北流最新企畫「北流銀髮樂(ㄉㄜˋ)音社」，專為60歲以上的樂齡朋友開設，選擇以往年長者較少接觸的音樂類型，與不需特別鍛鍊技巧，即能擁有成就感的課程設計，鼓勵長輩認識更多元的流行音樂。

(二). 場館服務滿意度：

1. 北基地表演廳：

(1). 外租活動廠商：

針對110年租用表演廳之15組主辦單位進行調查。依據調查結果，對北流提供之設備及服務「滿意以上」者平均達60%，「普通」者達30%，「不滿意」者仍有10%，尚有努力空間。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，以期提供更完善的使用環境。

(2). 觀眾（一般民眾）：

110年共收回5,526份有效問卷調查，答覆有關各項滿意度調查，如外區動線指引（非常滿意56.6%，滿意31.6%）、前台服務人員（非常滿意67.2%，滿意28%）、館內動線指引（非常滿意59.7%，滿意31%）、座位舒適環境（非常滿意57%，滿意29.3%）、環境清潔（非常滿意73.7%，滿意24.5%）、環境清潔衛生（非常滿意73.7%，滿意25.7%）活動整體滿意度為（非常滿意70%，滿意27.2%）。

2. 南基地文化館：

文化館針對常設展進行問卷調查，共收回2,219份有效問卷，答覆有關各項滿意度調查，如展覽內容（非常滿意70.4%，滿意27.8%）、導覽內容（非常滿意70.1%，滿意26.9%）、展場設計（非常滿意72.1%，滿意26%）、現場服務與引導（非常滿意68.7%，滿意28.3%）、文化館動線（非常滿意65.4%，滿意31.1%）、場館環境（非常滿意71.4%，滿意26.7%），展覽內容及服務整體滿意度平均比例為98%。

三、北流品牌經營及行銷宣傳：

(一). 北流品牌經營

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。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。透過趣味及時事議題增加民眾的黏著度及互動，擴展不同年齡層，導入更多的粉絲。
2. 藉由音樂與生活密不可分的關係，北流每週推薦音樂歌單「TMC VIBE 你的每週聽覺處方」，不同的人生不同時刻都有一首歌，藉由此歌單提供喜愛音樂的朋友不同的聽覺享受；「北流音樂觀測站」將每週國內外音樂大小事提供給粉絲，告訴大家正在發生的潮流音樂事；「北流關鍵字」提供北流相關的小知識，讓大家更認識北流。
3. 將北流與不同領域的品牌媒合，從音樂藝術文化出發，拓展與結合不同產業客群。跨界整合運用品牌聯名、品牌合作將北流的風格理念傳達與大眾溝通。110年進行廣告合作的廠商

及媒體包含：線上媒體（Heaven Raven、Street Voice、吹音樂、La Vie、Shopping Design、500輯、Taipei Walker、MOT TIMES、MUSICO、大人物，GQ等）、及實體雜誌（週刊編集、樂手巢），並依中心需求（活動、展覽、記者會等）進行廣告合作及規劃。

(二). 行銷宣傳

1. 110年榮獲2021 La Vie台灣創意力100 - 臺北流行音樂中心獲選十大創意場域。
2. 受邀參與2021 Bios年會【嶼浪同存】 品牌交流年會，出席與談台灣文化創意產業嶄新樣貌。
3. 2篇實體雜誌宣傳（週刊編集、樂手巢）宣傳常設展【唱我們的歌 流行音樂故事展】以及【音樂怪博士 陳志遠特展】
4. 北流文化館展覽內容相關製作物、宣傳文宣、品牌新版名片設計、識別證設計、各節慶賀卡、中心自製活動相關宣傳品、Podcast節目之相關文宣製作物。客主創意協力製作企業相關品牌文宣，包含企業信封、文件夾等企業商務製作物
5. 110年共計439篇社群發文，平均每週為8.44篇（不含限動呈現方式），各平台活躍度數據計算週期自110年1月1日至110年12月31日止。
 - (1). 官網頁面瀏覽數從845,754增加至1,554,038（成長83.7%）
 - (2). Facebook：按讚數30,113人增加至55,128人（成長83.1%）
 - (3). Instagram：追蹤人數1,924增加至7,572（成長293.6%）
 - (4). YouTube：追蹤人數1,335增加至1,529（成長14.5%）

四、活絡周邊區域發展

(一). 無圍牆博物館

台北市政府提出「5+3 無圍牆博物館」由北至南順序為一北投、大稻埕、城北廊帶、萬華艋舺及城南台大，另外三個則是一士林台北藝術中心、信義松菸文創園區與南港台北流行音樂中心。

台北市市長柯文哲表示：「我希望藉由無圍牆博物館，讓更多的故事在這裡發生，讓更多人在臺北累積足跡與回憶。」，以旅人的角度，讓「整個城市變成都是我的博物館」，讓在台北生活更有溫度，有故事，有想到處逛逛走走的衝動，親身體驗台北的文化底蘊與蛻變故事。

臺北流行音樂中心為無圍牆博物館發展軸心之一，連結周邊的瓶蓋工廠、軟體園區、展覽場館等，以音樂展演、展覽、新創科技及軟體等產業發展，形塑出南港區域的藝文薈萃新面貌，用創新思維與科技揉合出一聲態聚落，讓南港從黑鄉蛻變成充滿創意與活力的新流行文化發源地。

臺北流行音樂中心與區域夥伴串連，包含每年五月協助南港區公所舉辦「南港桂花節」，及北流自辦的「喔北搖音樂節」、「北流耶誕小鎮」、「北流跨年落日趴」，與眾多夥伴共同打造南港的新文化風貌。

(二). 東區門戶計畫

東區門戶計畫係推動南港地區發展，台北市政府投入許多重點建設如高鐵站、南港轉運站、南港軟體、生技、金融、流行音樂園區與南港展覽館。其中「建構流行音樂及文創產業」以臺北流行音樂中心為發展標的，已規劃逐步打造流行音樂產業園區，創造上億經濟效益，並可釋出約100-300個工作機會。臺北流行音樂中心已於110年10月南北基地全區對外開放，雖因疫情關係招商時程延後，但仍積極爭取流行音樂產業進駐，建構完整流行音樂產業鏈。

(三). 自辦活動

由臺北流行音樂中心自製的兩大IP活動“耶誕小鎮”及“喔北搖音樂節”在110年的正式的位於北流場域舉辦。結合了藝人團隊、知名樂團，在地市集並同步的活化了南港周邊區域。

喔北搖音樂節於110年10/16-17於北流南基地戶外廣場舉辦，活動期間同時涵蓋了北流另外自製的Backstage Tour彩排導覽，讓參與民眾享受演出和市集的同時，也能進一步的認識如何準備及安排一場完美的演出，舉辦期間共計10,000人次參與。



耶誕小鎮於110年12/24-26於北流南基地戶外廣場舉辦，以北流耶誕樹作為開場並舉辦多場現場演出。舉辦期間共吸引6,500人次來訪。

演出節目表

2021.12.24

時間	主舞台	小舞台
1700-1730		第三象限
1730-1800	旺福	
1800-1830		王雅諾
1830-1900	曹雅雯	
1930-2000	許哲暉	

2021.12.25

時間	主舞台	小舞台
1300-1330		庸俗教養
1400-1430		T Jun
1430-1500	李芷婷	
1500-1530		蔡昌憲
1530-1600	?te嚕特	
1600-1630		冰球樂團
1630-1700	柯淑蕙	
1700-1730		安偉 Any
1730-1800	羅文裕	
1830-1900	守夜人	
1930-2000	艾怡良	

2021.12.26

時間	主舞台	小舞台
1300-1320		張牧遙
1340-1400		蔡明仁
1420-1440	娛人時代	
1440-1500		劉昊
1520-1540	馬戲之門	
1540-1620	耶誕遊行 Bloco Força 弗沙巴西打擊樂團	
1620-1640	楊世豪 人體大環	
1640-1700		Fi-N6 粉內
1720-1740		黃璋昕

(四). 其他-2021南港桂花節-螢光點點·翩然飛舞活動

南港為臺北市重要交通樞紐，北市府積極推動東區建設計畫，成功翻轉南港，助其躍升成為東區新門戶。為配合北市府持續推動的「東區門戶計畫」及「無圍牆博物館計畫」，110年4月24日本中心與區公所合作，於南基地戶外表演空間辦理《南港桂花節-螢光點點·翩然飛舞》開幕式。北流積極配合市府政策及地方活絡目標，除提供場地外，也配合提供音樂節目以提升活動精采度。當天共吸引上千名民眾共襄盛舉，一同感受在地的藝文風情。

五、人才培育、跨界交流與實驗計畫

(一). 音樂產業交流

1. 舉辦北流自製節目「TMC TALK 不從眾，不孤單」6場音樂交流講座，針對音樂產業帶入 NFT、區塊鏈、去中心化的議題來討論。在變化萬千及與時代潮流互相互映的流行音樂產業下，透過多位產業人士對於去中心化概念來給予可能的火

花，及後續會帶來的影響。共有 270 位 產業界人士參與。

場次	日期	活動	人數
3	10/23	<p>「TMC TALK 不孤單」</p> 	140
3	10/24	<p>「TMC TALK 不從眾」</p> 	130

2. 臺北流行音樂中心 110 年辦理 3 家場館之交流活動：宜蘭傳藝中心、國父紀念館、衛武營國家藝術文化中心。
3. 臺北流行音樂中心 110 年計有中華民國對外貿易發展協會、台中市議會、台電台北市營業處、南港鄰里長市政參訪團、NMEA 新媒體暨影視音發展協會、葉天健製作人等……15 個單位參訪，詳見下表。

110年北流導覽參訪團一覽表		
項次	單位名稱	人數
1	NMEA新媒體暨影視音發展協會參訪	60
2	中華民國對外貿易發展協會	40
3	台中市議會	30

4	台電台北市營業處	6
5	南港鄰里長	15
6	葉天健製作人	3
7	金門國家公園管理處	10
8	行政院人事行政總處 公務人力發展學院	100
9	南港社區大學	20
10	台北市議會教委會	50
11	台北市政府觀傳局	15
12	新北市觀旅局	20
13	台北市政府國際事務委員會	18
14	明新科技大學-多媒體與遊戲發展系	100
15	台北藝術大學參訪	20
	總計	507

(二). 人才培育

1. BACKSTAGE TOUR

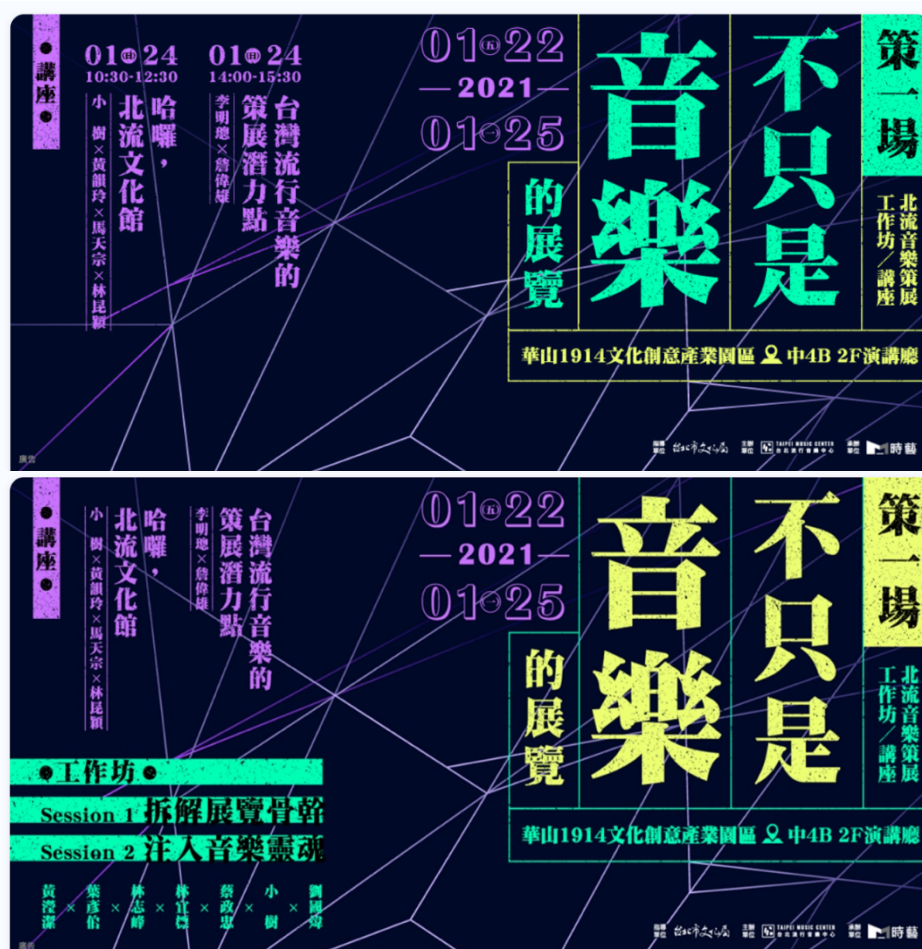
北流自製Backstage Tour音樂人才培育活動，共計11場次，總參與人數達到520人以上。以北流為產業平台的概念出發，提供大眾或即將踏入音樂產業的人士針對演唱會的執行流程做一系列的詳細解說。

項次	日期	活動	人數
1	2021/4/14	演唱會預演的重要性	43
2	2021/4/15	爵士樂現場演出實務	66
3	2021/4/17	什麼是硬體統籌	75
4	2021/4/18	什麼是舞台總監	51
5	2021/10/16	辦活動真的有夠難：活動統籌	40
6	2021/10/16	爆累的產業：硬體統籌	43

7	2021/10/17	不要逞強！一堆辦到崩潰的主辦	41
8	2021/10/17	身為音樂節的大總管的我	38
9	2021/12/14	音樂總監篇	48
10	2021/12/15	視訊設計篇	48
11	2021/12/16	燈光設計篇	30

2. 策展人才培育

為了呼應本中心文化館的成立宗旨，同時蓄積台灣流行音樂策展人才及題材，鼓勵利用展覽兼具視聽元素之敘事特性，提供社會大眾另一種親近流行音樂文化與歷史的方式。於110年舉辦了8場工作坊，參與學員共30位及兩場座談，參與人次160人。此活動除了產出5個音樂策展提案，學員並同步將策展方法應用於學校策展，音樂祭規劃。



(三). 跨界交流與實驗計畫

1. IR 空間殘響捕捉計畫，利用北流空間場館優異聲學的特性並使用科技捕捉的方式將場館各區域的殘響捕捉並轉換成數位檔案，提供給產業人士使用。

項目	下載期間	總下載數
IR 1.0	2021/11/25-2022/2/21	320

2. NFT 應用達成與方舟區塊鏈，Fansi NFT 發行平台合作。

六、行政營運管理

(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，110年度共計進用60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、副理1人、工務組4人、物管組5人，共計11人。
2. 行政管理部：經理1人、行政專員1人、採購專員1人、法務專員2人、出納專員1人、資管專員1人、人資專員1人、總務專員1人、行政助理1人，共計10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、品牌企劃1人，共計13人。
4. 行銷與溝通部：經理1人、行銷專員3人、商務開發1人、平面設計1人、設計助理1人，共計7人。
5. 內容與研發部：經理1人、副理1人、活動企劃2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9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：財會專員1人。

另董事長下設董事長室，設特助 1 人、稽核 1 人，共計 2 人；
執行長下設執行長室，設特助 1 人、行政助理 1 人，共計 3 人。

(二). 資訊公開及規章修訂

1. 資訊公開：

依臺北市財團法人與行政法人資訊公開透明作業原則第四點第二項，中心就中心單位介紹、組織架構或章程、董（監）事名單、業務服務項目、年度工作計畫（報告）或營運（業務）計畫（報告）、業務執行成果報告或工作報告書、年度預決算書或年度財務報表、年度績效評鑑報告及董（監）事會議紀錄等相關資料，中心已於官網或並請業務主管機關網站進行公告，每年度進行資訊更新。另依本中心設置自治條例及法令規定公開資訊公開公告中心董監事之利害關係共計 8 場次，內容詳見下表。

臺北流行音樂中心利害關係公開表

中心董、監事	利害關係對象	利害關係	活動名稱	演出時間
李建復董事	中華音樂人交流協會	主辦單位之理事長及演出者	相知相守民歌45演唱會	109/09/26 -109/09/27
黃韻玲董事長		演出者	相知相守民歌45演唱會	109/09/26 -109/09/27
殷正洋監事		演出者	相知相守民歌45演唱會	109/09/26 -109/09/27
黃韻玲董事長		活動音樂總監	ELLA 陳嘉樺 艾拉秀·娛樂無限	109/11/14 -109/11/15
黃韻玲董事長		演出者	2020年愛之日常音樂節 【愛無距 心勇氣】	109/11/28
呂聖斐執行長		演出者 主持人	北流耶！誕爵	109/12/24 -109/12/26
黃韻玲董事長		演出者	第32屆金曲獎	110/08/21
黃韻玲董事長		音樂總監	《同學會！同鞋～》 音樂劇	111/1/8 -111/1/9

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，110年度提送董監事會修訂修正規章共計33案，詳見下表：

**110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列表**

時間	流程	規範
第5次董監事聯席會 (110/3/18)	審議	臺北流行音樂中心組織章程第12條及第13條編制表修正草案
		臺北流行音樂中心人事管理要點部分條文修正草案
		臺北流行音樂中心文化館場地申請及收費辦法草案
	備查	臺北流行音樂中心獎金發放要點
		臺北流行音樂中心考核要點
第4次臨時董事會 (110/4/19)	臨時動議	臺北流行音樂中心表演廳檔期申請及收費標準辦法第2條第3項第2款修正
第6次董事會 (110/7/8)	審議	臺北流行音樂中心戶外及室內多功能空間租借辦法草案
		臺北流行音樂中心戶外及室內多功能空間使用辦法廢止案
		臺北流行音樂中心影視拍攝申請辦法廢止案
		臺北流行音樂中心人事管理要點部分條文修正草案
		臺北流行音樂中心獎金發放要點草案
	備查	臺北流行音樂中心採購循環&採購適用原則
		臺北流行音樂中心受贈非捐款動產作業流程
		臺北流行音樂中心印鑑管理作業細則
第7次董事會 (110/9/29)	審議	臺北流行音樂中心內部控制要點第6條附件修正草案
		臺北流行音樂中心財產及物品管理辦法第2條、第3條、第23條修正草案
		臺北流行音樂中心戶外及室內多功能空間租借辦法修正草案
		臺北流行音樂中心表演廳檔期申請及收費辦法修正草案
		臺北流行音樂中心南基地Live House D租用辦法草

		案	臺北流行音樂中心合作辦法草案（經全體董事否決本案，同意用內部作業程序經主管會議通過後送董事會備查）
			臺北流行音樂中心志願服務實施辦法草案
		備查	臺北流行音樂中心人事管理要點施行原則
			臺北流行音樂中心職業安全衛生管理規範（室裝工程）
			臺北流行音樂中心表演廳管理規範
			臺北流行音樂中心Live House D場館管理規範
			臺北流行音樂中心招商作業要點第3點、第5點修正草案
第8次董事會 （110/12/29）	審議	臺北流行音樂中心文化館場地申請及收費辦法第6點、第7點修正草案	
		臺北流行音樂中心採購作業實施辦法部分條文修正草案	
		臺北流行音樂中心人事管理要點部分條文修正草案	
		備查	臺北流行音樂中心業務合作作業程序
			臺北流行音樂中心志願服務者管理要點
			臺北流行音樂中心考核委員會設置暨審議辦法
			臺北流行音樂中心關懷作業流程圖

(三). 中心員工教育訓練：

本中心110年度辦理之教育訓練課程共計11場，其中與音樂產業相關新知相關之課程3場，課程主題分別為「音樂應用科技展演趨勢」、「音樂文創IP應用實務」及「數位音樂應用」；與行政相關之課程2場，課程主題分別為「公文實務」及「採購實務」；智慧財產權相關之課程3場，課程主題分別為「NFT概論：區塊鏈基本知識、產業環境現況及個人錢包操作體驗」、「NFT適法性及企業實務議題」及「企業實務：企業級資安錢包」；另針對場館人員專業服務辦理3場課程，教育訓練課程彙整如下表：

臺北流行音樂中心110年度場館人員內部訓練

場次	日期	課程名稱	內容	人數
第一場	5/25	音樂應用科技展演趨勢	<ol style="list-style-type: none"> 1. 5G 技術、影音科技與音樂展演現在進行式與未來發展趨勢。 2. 虛擬演唱會發展趨勢，應用科技實務案例分享。 3. IP 孵化與商轉模式探討。 	50
第二場	5/25	音樂文創 IP 應用實務	<ol style="list-style-type: none"> 1. 智慧財產權面面觀：瞭解創作者權利。 2. IP 如何被創建孵化？IP 經濟是什麼？ 3. 什麼是 IP 授權？我該如何進行 IP 授權？ 	50
第三場	6/4	數位音樂應用	<ol style="list-style-type: none"> 1. 數位音樂製作概論 <ol style="list-style-type: none"> (1) 音樂製作 SOP (2) DAW 是什麼？可以協助我完成什麼事情？ (3) 取樣案例分析（一首完整的歌曲是如何構成的） 2. 實際製作一段 Beat <ol style="list-style-type: none"> (1) 鼓組的組成 (2) 如何取樣 (3) 橋段設計 (4) 效果器如何讓聲音更猛烈 	49
第四場	6/28	公文實務	<ol style="list-style-type: none"> 1. 公文系統教學 2. 公文寫作實務 	52
第五場	6/28	採購實務	<ol style="list-style-type: none"> 1. 採購實務 2. 前情提要（名詞解釋） 3. 採購適用原則 4. 採購文件取樣 5. 採購方式 6. 驗收結案 	52
第六場	9/23	NFT 概論：區塊鏈基本知識、產	<ol style="list-style-type: none"> 1. 貨幣的演化 <ol style="list-style-type: none"> (1) 從數位化到去中心化 	52

		業環境現況及個人錢包操作體驗	(2) 比特幣的誕生 2. 人生第一筆加密貨幣 (1) 錢包體驗 (2) 與銀行有何不同？ 3. 加密金融的創新	
第七場	9/30	NFT 適法性及企業實務議題	1. NFT 的企業實務議題 (1) NFT 的發展及概念 (2) NFT 的法律定性及合約處理 (3) NFT 的企業實務問題（包含法律、會計等面向） 2. 虛擬通貨反洗錢法令分析 (1) 立法緣由及背景 (2) VASP（虛擬通貨平台及交易業務之事業）範圍認定及義務 (3) NFT 與洗錢防制法令 3. 結論及展望	26
第八場	9/30	企業實務：企業級資安錢包	1. 加密貨幣錢包種類介紹 2. 加密貨幣資安事件 3. 企業錢包該有的風險控制管理 4. 加密貨幣和 NFT 管理方式	29
第九場	11/3	場館人員專業服務課程 1	場館同仁對外應對、口條之專業訓練及即時反應，以提升服務品質。	14
第十場	11/7	場館人員專業服務課程 2	不同場合、對象之即時應變，給予不一樣的呈現，增加專業度訓練及即時反應，以提升服務品質。。	14
第十一場	11/17	場館人員專業服務課程 3	針對真實情境進行綜合演練	14

(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. 本中心110年度稽核計畫制定如下，於110年底啟動年度稽核程序。

臺北流行音樂中心 109及110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要點。
3. 臺北流行音樂中心內部稽核要點。

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109年4月1日至110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：

包含臺北流行音樂中心內部控制要點第六條所列之九大循環，並展開相應之57項作業，據以規劃下列之稽核時程。

臺北流行音樂中心109及110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
7	場館服務部 物業工務部	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

(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、整合橋梁，110年度北流參與北市府「臺北音樂不斷電」、「台北爵士音樂節」，以及申辦文化部計畫辦理「北流耶誕小鎮」，亦籌辦「喔北搖音樂節」、「北流日落趴」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1億6,767萬3,694元，包括勞務收入498萬7,769元、其他租金收入3,132萬85元、政府公務預算補助收入1億3,136萬5,840元，較預算數減少3,534萬8,306元，減少約17.41%，主要係因受疫情影響表演廳於5月至7月間休館，休館期間檔期以協助延後至111年度；另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。常設展原預計於7月開幕，亦因受疫情影響延後至9月，開幕後並依照中央政策實施進場人數管控，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1億8,210萬5,909元，包括業務費用9,930萬5,515元及管理費用及總務費用8,280萬394元，較預算數減少6,248萬3,091元，減少約25.55%，主要係因受疫情影響表演廳休館及文化館開幕延後等致相關費用縮減，致費用較預期減少。
- (三). 本年度業務外收入決算數482萬888元，包括利息收入1萬8,214元、資產使用及權利金358萬5,429元、違規罰款收入48萬4,741元、廣告收入70萬元及雜項收入3萬2,504元，較預算數減少377萬9,112元，減少約43.94%，主要係因受疫情影響，民間單位洽談時大多以資源交換為主，而非以現金捐贈，致收入較預期減少。
- (四). 收支相抵後，本年度決算短絀961萬1,327元，較預算數減少2,335萬5,673元。

二、餘絀撥補概況

110年度短絀961萬1,327元，前期未分配賸餘6,277萬8,066元，經填補本年度短絀後，累積未分配賸餘5,316萬6,739元。

三、現金流量概況

- (一). 業務活動之淨現金流入淨增3,022萬8,552元，為本期短絀961萬1,327元，減利息股利之調整1萬8,214元，加調整非現金項目淨增3,967萬3,040元(折舊、減損及折耗淨增16萬6,840元、流動資產淨增577萬2,107元，流動負債淨增4,544萬5,146元)，加收取利息1萬8,214元，較預算增加5,939萬712元，增加約203.05%。
- (二). 投資活動之淨現金流出淨減423萬4,084元，係增加固定資產199萬402元，減少其他資產224萬3,682元，較預算減少423萬4,084元。
- (三). 籌資活動之淨現金淨增534萬7,543元，係增加其他負債534萬7,543元，較預算增加534萬7,543元。
- (四). 本期現金及約當現金淨增加3,134萬2,011元，較預算數增加約6,067萬1,011元，增加約206.86%。

四、資產負債概況

- (一). 資產總計1億3,394萬5,973元，其中流動資產1億2,876萬8,589元，占資產總額96.13%；不動產、廠房及設備182萬3,562元，占資產總額1.36%；其他資產335萬3,822元，占資產總額2.51%。
- (二). 負債總計8,077萬9,234元，其中流動負債7,344萬7,654元，占負債及淨值54.84%；其他負債733萬1,580元，占負債及淨值5.47%。
- (三). 淨值決算數為5,316萬6,738元，占負債及淨值39.69%。