

中華民國 109 年度

財團法人台北市文化基金會
績效評估報告

110 年 9 月 16 日

目次

中華民國 109 年度

壹、財團法人概況	2 頁
貳、財團法人台北市文化基金會年度重要成果說明	2~112 頁
參、財團法人自評	
一、是否符合原捐助章程及設立目的	112 頁
二、原捐助目的是否已透過年度目標之達成而實現	112 頁
三、財務收支情形	112~113 頁
四、內部控制及稽核制度實施情形	113 頁
五、投資管控情形	113 頁
六、轉型或退場評估	113 頁
七、109 年度財團法人台北市文化基金會績效評估	113~118 頁
肆、業務督管單位綜合評估	
一、主管單位綜合評估	118 頁
二、評估結果	118 頁
三、其他建議	118 頁

109 年度財團法人台北市文化基金會績效評估報告

110 年 9 月 16 日核定

壹、財團法人概況：

財團法人台北市文化基金會，於民國74年7月，由臺北市教育局許可，依民法成立登記之財團法人。設立之宗旨為促進文化建設，推展文化藝術活動，獎助文化學術事業團體，提高市民文化生活水準，增進市民身心健康為目的。並根據設立宗旨，成立董監事會，董監事會由20位董監事組成(董事17位、監事3位)，為策辦臺北市政府年度重要文化節慶活動與經營重要藝文館所及執行重要文化政策；109年度配合任務需要設置六個部門，分別為：

(一)視覺藝術推廣群(營運臺北當代藝術館、台北國際藝術村及寶藏巖國際藝術村)

(二)文化產業推廣群(營運松山文創園區、辦理文化創意產業活動及國際參展計畫、營運西門紅樓、電影主題公園、剝皮寮歷史街區西側經營管理及台北偶戲館)

(三)影視產業推廣群(辦理影視協拍、人才培育與產業扶植相關業務、台北電影節)

(四)表演藝術推廣群(經營臺北表演藝術中心、辦理臺北兒童藝術節、臺北藝術節、臺北藝穗節)

(五)政策專案開發群(經營新北投車站及藝術文化人才實驗教育機構)(六)管理部

貳、財團法人台北市文化基金會年度重要成果說明

台北當代藝術館

一、台北當代藝術館經營管理及藝術推廣

台北當代藝術館(以下簡稱當代館)座落於大同區，原為臺北市政府辦公廳舍，民國90年轉化為臺灣第一個當代藝術專屬的美術館。自開館以來，藉由多元的展覽內容與教育推廣活動，呈現國內外不同領域最創新前衛的藝術，反映臺灣與國際連結的藝術活力，致力把創意帶進臺北、把藝術帶進社區，一以彰顯當代藝術與歷史場域並置的文化張力，二以營造藝術與古蹟共構的愉悅氛圍，提供一個整合度強且互動性高的展覽平臺，藉此開拓前瞻性的文化思維和新視野，為臺北這個國際城市注入源源不絕的創意與活力。

在展覽業務方面，當代館除了每年策辦的主題展外，同時在 MOCA Studio 和 MOCA Plaza、MOCA Cube 等空間規劃創新實驗展項。館方除自行策畫主題性的展覽，也積極與國外駐台單位和其他藝文機構合作辦展，並開放國內外獨立策展人、藝術團體、及藝術創作者提案申請展出，使展覽樣貌更為豐富多元。

除了在本館展區透過多樣的展覽內容和交錯的檔期規劃，以達到「全年有展覽、服務不打烊」的目標，為突破一般美術館給人的封閉印象，進一步將藝術展演帶到都會及社區空間，也是當代館自民國 97 年以來引人注目和頗受肯定的營運特色之一，例如「藝術一條街」、「街大歡囍」、「捷運線形公園公共藝術」等。民國 109 年本館配合市府「城北廊帶·無圍牆博物館」的政策計畫，與周遭商圈店家、社區鄰近館所合作，持續更多元化及全方位的發展，讓藝術展演從館內拓延至周邊不同公共場域，透過生活美學相關展覽，讓過往民眾與藝術不期而遇，感受藝術與生活碰撞的樂趣與驚喜。當代館的推廣活動規劃，以活絡社區氛圍、縮短民眾與當代藝術的距離為宗旨。活用當代館戶外廣場，適時辦理創意文化或生活美學相關假日活動，讓館前廣場成為市民親近跟近用的空間；推廣活動內容，也都會持續搭配館內展覽或特殊節慶的主題而設計，以達到透過活動來向民眾推廣當代藝術的功效。此外，為深耕與社區居民的關係，當代館的藝術推廣活動也將繼續延伸至周邊社區，邀請附近商家及更多居民共同參與創造和學習，期以藝術打造一個別具風趣的生活文化社區。

教育活動業務的方面，除了針對館內各類展覽，規劃導覽員培訓、藝術家面對面講座、專定導覽、藝術工作坊等各式專題課程或短期活動之外，常態推動的業務項目將繼續含括：專為 12 歲以下兒童特別開闢的「小玩藝教室」、提供一般民眾美學認知及創作體驗的「好玩藝教室」、與建成國中持續推動「藝術家駐校教學計畫」。此外，將繼續把當代館多元豐富的展覽內容轉化和累積成為藝術教育的資源，包括展覽專刊的出版、導覽手冊以及當代館年報的編撰等，以及當代館官網的建構、智慧手機 App 的開發、Youtube 影音資料庫的製作和累積等，免費提供各界研究及教育之用。

(一)策辦當代藝術展，連結在地與國際

當代館的藝術展覽，除常設性的公共藝術展，每年依不同空間和展覽屬性規劃：主題策劃展、室內/戶外實驗展及街區實驗展。除提供國內藝術家多樣的曝光平臺，也為臺北市民開創了兼顧知性、創意、與趣味的藝術體驗。

1.主題策畫展

展覽名稱	展覽簡介
【合力組裝米克斯】	如果人類世 (anthropocene) 思潮的當代漫溢，不僅

<p>計畫總發起人：陳愷璜 計畫發起人： 安魂工作隊 吳叡人 思嘎亞·曦谷 徐文瑞 書寫公廠 X 獨立臺灣會 高俊宏 陳泊文藍保·卡路風 開放教室 未竟影展</p>	<p>是一個時代轉折的譎妄之說，那麼世界整體大環境的激烈變動所導致文化、經濟、自然的更迭不綴，加上人在資訊時代中所面臨的感知流變、衝撞、褶皺並且極端化，我們的社會整體到底該如何重新感應、承載這些？在此現實中，如何從環境中生成層疊的差異認同，也就成為決定性的關鍵與當下迫切的追索議題！由巨觀環境到人類的微觀網絡資訊生態之間，生成了本計畫最初的跨越意圖：新主體感性認同。</p> <p>本計畫於展覽期間每個週末都有活動，由各發起人籌畫各式開放性的課程討論，讓整體計畫呈現更有機、偶發、深入的討論氛圍。藉由不斷地對話、來往交涉的身體體驗，來觸及「米克斯計畫」的核心：召喚出各個發起人、參與者自身的觀察，更積極地與社會開啟對話。</p>
<p>【穿孔城市】 策展人：黃海鳴 偕同策展人：黃香凝 參展藝術家： 朱駿騰 吳宜樺 林羿綺 洪譽豪 唐唐發+ FIDATI 張徐展 梁廷毓 許惠晴 郭俞平 郭奕臣 陳伯義 陳宣誠 陳毅哲 黃彥超 鄧堯鴻 鄧雯馨 顏忠賢 姚瑞中</p> <p>本展獲 19 屆台新獎第二季提名</p>	<p>本次展覽共邀集 18 組藝術家參與展出，依據每位藝術家的創作思維，分為六大子題：穿透以及介入整個社會紋理的宮廟以及巨神連線、與城市脫節或甚至與自己脫節的主體的平行運動、城市中的老公寓聚落以及聚落中的藝術社群鏈結、陰間神話／部落神話／國族神話與移民的平行世界、被快速進步科技所穿透扭曲改變的自然城市世界與現地共同討論組合製作的穿孔藝術家聚落計畫。</p> <p>透過策展人與藝術家之眼，「穿孔城市」試圖以某些經過藝術處理過的切片，呈現硬體聚落、常民生活、人鬼異族、政治傷痕等在城市生活中人群的行為活動所刻劃出的痕跡與地景。相對於光鮮亮麗的現代大樓建築，穿孔城市比較像半塊內部穿孔，外表發霉甚至局部敗壞的乳酪，或是從老舊公寓大樓中間切開，所瞥見的不同家庭中極為平凡的生活劇場。它們相對地極為平凡，只是我們習慣地選擇忽略，不當一回事，將它們聚集在一起，成為問題，顯露新的可能性，才變成不平凡。</p>
<p>【無處不在的幽靈—陶亞倫個展】 參展藝術家：陶亞倫</p> <p>本展獲 19 屆台新獎第三季提名</p>	<p>在國內外虛擬實境創作領域備受肯定的新媒體藝術家陶亞倫，今年在本館推出最新個展「無處不在的幽靈」，首次曝光 10 件全新創作的虛擬實境（VR）系列作品，視為近五年投入 VR 創作領域的一個里程碑。此次展覽獲全球虛擬實境領導品牌 HTC Vive Arts 支持，觀眾在啟動 HTC Vive pro 設備後，即可沉浸於藝術家打造的虛擬空間內，探索科技與當代藝術跨界詮釋的情境場域。</p> <p>當代館百年歷史建築物中展出，藝術家試圖以虛擬串聯過去的歷史，併發全新意義的對話與想像。當中同時展出陶亞倫 11 件具代表性的互動裝置與擴增實境（AR）作品，讓觀眾一窺藝術家以光為介面，延伸至影像及空間的探討。展覽梳理藝術家從物理性創作過渡至數位虛</p>

<p>【聲經絡】 策展人：羅悅全、達騫·雅洛拉、袁志偉、區秀詒 參展藝術家： 鄧兆旻 無稽佳績</p> <p>【液態之愛】 策展人：鄭慧華 助理策展人：黃郁捷 參展藝術家： dj sniff (水田拓郎) 王郁嬭 哈桑·汗 倪灝 希朵·史戴爾 吳其育 姚仲涵</p> <p>本展獲 19 屆台新獎第四季提名 獲得國家文藝基金會 2018 年視覺藝術策展專案補助 ART PRESS 網站邀請藝術界 40 餘位意見領袖票選心中年度前三名展覽活動中，榮獲得第一名！</p>	<p>擬實境的系列作品脈絡，展現豐富的創作光譜。</p> <p>當代館於歲末呈獻國際群展，一樓展區展出的【聲經絡】由四位分別來自台灣、菲律賓、新加坡及馬來西亞的策展人策劃，將結合影音文獻與基於研究的藝術作品，演繹現代聲響文化在四個不同亞洲國家的故事。展名「聲經絡」受中醫傳統經絡的觀念啟發而來，中醫認為人類生命跡象是透過體內的能量於「經絡」裡的運行而得以維持。「聲經絡」援引這種身體觀作為意象比喻，呈現亞洲四個不同地區——台灣、菲律賓、新加坡及馬來西亞的聲響文化，以及聲響文化如何作為歷史拓樸的媒介與原料，來映現一個地方的特殊歷史文化發展。二樓展區【液態之愛】展覽旨在探討當今由金融資本與數位訊息主宰的社會，如何在演算法、大數據及資訊無處不在的大環境中，重新思索自我，以及自我與群體的關係。展名來自波蘭社會理論家齊格蒙·包曼 (Zygmunt Bauman) 的同名著作，當中包曼分析了電訊在網絡社會中的本質，以「液態」來形容後工業現代世界、全新進化的人際關係，以及人類與世界的全新關係。在「液態現代世界」中，人們享受科技發展帶來的好處與速度感，然而因為現實與虛擬世界的隨之擴張與邊界模糊，也使人們同時面對著無論是在身體與心理上都需要不斷重新適應變動的狀況。在這個時代裡，個人與群體之間的關係變得流動化、液態化、短暫且不穩固，本展通過將藝術創作視為個體之間的另類溝通方式，來鼓勵對液態世界的反思，進而設想我們即將面對的未來。</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2. 室內實驗展 (MOCA Studio)

當代館的實驗藝術展場(MOCA Studio)，本展區除了著重在推介「前衛」、「實驗」、「新銳」性質的藝術展覽，也有和本館每年之五檔主題大展交錯檔期，以達到服務觀眾「全年有展覽、藝術不打烊」的目標理想。109 年度室內實驗展共展出 6 檔，除本館自行策劃以及和其他藝文單位合作的展項之外，也保留開放申請的機制，提供國內外藝術家展出樣貌多元並富實驗精神的藝術品。109 年度具體成果如下：

MOCA Studio 室內實驗展		
項次	展覽名稱	展覽簡介
(1)	【藝術的向度—陳贊雲攝影展】	陳贊雲在看似不成主題的角落透過鏡頭詮釋出他自己觀看世界的方式。這個方式則更為個人的、私密性的，但是當它們全部成為被公眾觀賞的對象時，又轉化特性成為介於被觀看與觀看之間的複雜身分。這批作品，觀眾所關注的不是影像裡的某個角落或物體，而是攝影師這個人，他是如何在那麼多不同的視角裡找到自己眼睛所要觀看的對象。

(2)	【 表現の不自由展】	「表現の不自由展」展出的是被日本機構與空間審查而被禁止的作品，發想自 2012 年國際相機品牌尼康 (Nikon) 取消韓國攝影師安世鴻有關慰安婦的作品展出。2015 年，安世鴻的支持者意識到審查的影響力，策劃了第一檔「表現の不自由展」，展示受到審查的創作。展覽受邀參與 2019 年的愛知三年展，展名改為「表現自由展：在那之後？」。然而，展覽開幕三天後被迫關閉。在輿論譁然並且法院頒布臨時仲裁令之後，展覽重啟了六天。此展探索審查的三個焦點：戰爭罪責與殖民、天皇體制，以及福島第一核電廠事故；這些事件在日本歷史中緊密相連。展覽以「路徑」的方式策畫，供參觀者檢視歷史。
(3)	【 將日常碎片譜成詩】	由台灣新銳策展人蔡家榛策畫，為一小型策劃展，本計劃擬與兩位以繪畫為基底，各自己發展出互動演出/行為的韓國藝術家合作，意在拓展繪畫產生更多動態、雙向的交流與對話的可能性。但不論是作者談自身的創作或是從題材、筆觸、藝術史脈絡...等面向評論它，從觀眾的角度來說都是單向、靜態的且被動的接收繪畫作品的訊息。因此，繪畫作品何以能透過藝術性展演與觀眾開展更多元的對話，是本計劃構思的初衷。除了展演與表達的更多可能性，本計劃另一個意圖是繪畫如何敘事當代生活場景與樣貌，本計劃兩位藝術家接透過凝視與觀察日常生活裡的「眾生相」，讓小人物的小故事堆疊出當代場景的敘事厚度。
(4)	【李毓琪：裸根——一切都是懸而未決的】	你有多久沒跟自己獨處了？你有沒有勇氣跟自己獨處呢？「李毓琪：裸根——一切都是懸而未決的」展覽，展出藝術家李毓琪共 19 件作品，由資深攝影藝術家周慶輝擔任策展人，定位這是場自我刨根行動的展覽，藝術家以攝影、錄像、聲音裝置媒材試圖探問人性本質，審視那最原始、晦暗、赤裸的根源。
(5)	【生根？移動的邊界——潘台明個展】	拜網路、運輸之便，無論距離遠近，移動到另一個地方對於你、我而言是日常再熟悉不過的行為，但人或物種的移動並不是現代化下的產物，因為殖民、戰爭、經濟勞動等因素，促使各種形式的遷徙一直存在，日常旅行也僅是另一層次的移動方式。往返於台灣及馬來西亞的生活經驗，即成為潘台明作品的創作概念來源。本展由新銳策展人周佩穎策畫，透過三組 28 件既是獨立亦為一體的系列作品所構成，企圖探索「人」與「地方」在不同地緣政治下的關係，重新省思「在地的異地」與「異地的在地」的多層次樣貌與邊界的定位。
(6)	【孤島孵夢】	身處在四面環海的台灣島上，我們對於海洋似乎很陌生，遺忘了過去航海的歷史以及島與島之間遷徙的關係。台北當代藝術館 MOCA Studio 邀請新銳策展人陳豪毅策畫「孤島孵夢」展覽，以南島居民的視角為出發點，企圖連接長

	濱與蘭嶼的海洋之夢，回湖南島精神與海洋的連結，邀請 3 位藝術家拉飛邵馬、葉海地、瑪拉歐斯參與展出，透過木雕裝置、繪畫、錄像與蘭嶼土偶等共 21 件作品，開啟當代藝術與老文物之間儀式性的交流與對話，一同論島嶼也聊海洋，在不經意的時刻裡，夢也正在孵育
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3. 戶外實驗展(MOCA Cube / MOCA Plaza)

項次	展覽名稱	展覽簡介
(1)	【異鄉人—黃奕翔個展】	「異鄉人」源自黃奕翔 2019 年於西班牙參與現地創作的經驗，身在言語無法溝通的異地，深刻體會到作為異鄉人的孤獨疏離感，加上限地創作的時間壓力，黃奕翔在展場中觀察到走動其間的人群狀態與現實空間的場景流動，啟發他將鏡頭對準因光影而投射於展牆上的流動影子，然後再以等比投放於該展牆上，形成一種錄影重放的模糊身影與展場中真實的人影虛實交錯的獨特情景，那些流動的人影也彷彿訴說著「異鄉人」那種不可言說的心境。
(2)	【花燁—呂紹瑜個展】	本館推出台灣新銳藝術家呂紹瑜「花燁」個展，現場一共展出藝術家全新 18 件創作作品，以帶有野性線條的萬花千卉抹上鮮明漸變色調，書寫內心哲思的獨白文字，演繹出一段繪畫與文學交織的詩意空間，充滿奇幻氛圍。在世局紛擾的時刻，人心惶惶不安之際，期待以藝術撫平焦慮的心靈，喚起觀眾心中的赤子之心。
(3)	【著眠間舛息 — 林海象的夢徑映像】	本展由資深策展人陳昌仁擔綱策畫，籠罩於新冠肺炎 (COVID-19) 疫情噩夢之際，觀照藝術跨界的創作實踐，呈現國際導演林海象全球首映的《BOLT》及其 1986 年首部黑白默片作品《睡覺為了做夢》的影像創作，從揮之不去的震災與核難三部曲，到瀟灑昭和離散氣息的偵探片，更將導演於京都的酒吧重現於展場中。

4. 街區實驗展/館校合作/館外專案

展覽名稱	展覽簡介
街區藝術展覽【記憶的疆界】 策展人：林正尉 參展藝術家： 王正祥 林君駿 吳孟軒 韋蓓蓉 陳憶玲 黃文琳 劉馨鴻 x 邱芷萱 戴開成 謝三泰	本館主辦之街區藝術計畫《記憶的疆界》，在捷運線形公園、老爺會館、地下書街、赤峰街巷弄等日常場域，述說時空變遷下，人與環境互動下的多重關聯。「記憶的疆界」策展主軸，切入城北區域「物質」、「勞動」與「遷移」三大面向，述說人與環境互動下的多重關聯。 藝術是社會實踐的媒介之一，不僅具有文化轉譯和審美等功能，還具備重喚人們閱讀街區時的想像與反思。新、舊事物的千變與交錯中，本展不僅反思當前城北區域的光鮮亮麗為何而起，更重要的，是盼那些可填充記憶的「缺席者」表達自身沉默，協助市民感受某些事物與記憶的「空白」，及為何「空白」。 什麼樣的元素，影響了人們談論「城北」地景與記憶的思維？透過創作，本展意圖指引市民的自主選擇、生命故事

與街區想像的重要；同時，盼讓漸已淤積的城北故事，繼續像河水般順流帶沙，一一保有、重新闡釋今昔的養分。

(二) 著重藝術教育，提供多元性藝術課程

有鑑於大眾對於藝術文化的欣賞以及知識的需求之領域日漸深廣，當代館在教育推廣業務將繼續朝向多元化、多面向發展，開發全民化之教育推廣項目，將本館打造成提供當代藝術不同美學養分的平臺。教育項目和內容將著眼於國際藝術脈動的引介、在地人文的涵養，提升藝術創意、普及生活美學及跨領域的創意結合。

109 年度當代館於館內及館外場域，策畫執行了類分眾教育推廣活動。

1. 針對展覽參觀者的教育推廣活動

109 年度舉辦共計 1,125 場教育推廣活動，參與人次超過 3 萬 3,587 人次，包括：服務個人的免費語音導覽、針對團體的每日上下午定時導覽、深入淺出的各種類型講座、藝教於樂的藝術家工作坊，以及廣邀不同領域專家學者，提供多種閱讀視角的專家導覽等、以及因應新冠肺炎（COVID-19）疫情增加線上導覽。

2. 常態性之藝術學習課程

(1) 兒童學習系統

為推廣親子及兒童青年藝術教育，搭配主題策畫展編撰專屬的「兒童語音導覽」、「學習單」，透過深入淺出的教學內容，提供參觀展覽的兒童與青年，以不同的觀點及角度認識展覽。另有專為 12 歲以下兒童打造的親子空間「U12 小玩藝教室」，搭配展覽規畫不同的藝術體驗活動，109 年度與小典藏合作，推出「繪本魔法屋」，針對展覽主題挑選主題繪本，提供兒童觀眾多元的閱讀視角。109 年度「U12 小玩藝教室」總計規劃 450 場次，全程參與人數超過 3,180 人次；「當代館 X 小典藏—繪本魔法屋」總計 16 場次，全程參與超過 532 人次。

(2) 藝術資源教室「好玩藝教室」

為了滿足一般民眾學習藝術與創作的需要，本館每年依館內展覽議題開設不同的藝術主題課程，讓藝術與生活緊密結合。109 年度好玩藝工作坊的部分，規畫 4 門主題課程，總計 28 場次，全程參與達 535 人次。

(3) 廣場及街區藝文活動

與不同社群合作辦理藝文推廣活動，結合文創市集、音樂會、藝術工作坊、展演、街區導讀等不同活動內容，民眾可以免費參與，有助於建立當代館與週邊鄰里的連結，也活化美術館戶外空間以及整個社區的氛圍，109 年度共辦理 12 場，計 8,262 人次參與。

3.藝術札根的館校合作計畫

97 年度以來，當代館積極進入周邊校園及社區藝術推廣。109 年上半年為紙雕藝術家成若涵帶領建成國中同學創作課程《雕話秘密—不為人知的在地故事》並本館街區藝術計畫進行展出。下半年，以表演藝術為主軸，結合當代流行議題，規劃偶戲課程與搖擺舞課程，邀請藝術家薛美華和林楷晟進駐校園，109 年度計 1,523 人次參與。

4.針對不同族群需求的友善導覽服務

本館為落實「博物館近用」，除原有的兒童導覽外，更開發樂齡（銀齡）導覽及身心障礙導覽。109 年度受新冠肺炎（COVID-19）疫情影響，考量原先設定的服務對象，減少群聚風險，本館將藝術家面對面、教育推廣講座及作品導覽等部份活動場次，改由網路直播及社群媒體上進行，並與中廣、獨立評論在天下...等單位串聯合作，將藝術展演從館內拓延到數位空間及館外平台，讓民眾在防疫期間，仍可透過本館多元服務賞析當代藝術之美。

(三)帶動社區藝術美學，打造無牆美術館

當代館自民國 101 年以「街大歡囍」藝術專案開啟社區藝術推動計畫，藉由藝術展演實驗日常生活與當代藝術碰撞激盪的各種可能。

109 年更配合臺北市政府辦理【城北廊帶·無圍牆博物館】計畫相關系列活動，本館為「城北廊帶人文生活場域」政策任務專案執行館所，2020 年提出區域「當代」、「青春」、「多元」等特色元素，整合「城北廊帶·無圍牆博物館」區域裡的相關藝文場館、社區鄰里、百貨商圈等單位，共同打造心中山藝術櫥窗。

本館除了企劃【記憶的疆界】展覽之外，年度中辦理各項活動包括有「FUN 青春—走讀城北藝術櫥窗」活動、建成國中館校藝術及音樂會合作計畫、「MOCARD 會員 x 好厝邊」串聯城北廊帶特色店家及南西商圈百貨跨界合作案，進行行銷活動串聯及藝術行動等計畫，與社區鄰里共同推動無圍牆博物館計畫。

(四)強化網路行銷及數位傳播，推動當代藝術發展

為能提供即時性和互動性的內容服務，除了維持與傳統平面傳媒及電子媒體的良好互動之外，近年來當代館也積極建構更具主體性的各種網路行銷機制，以加強和社會大眾的直接溝通與聯繫。此類機制包括：

1.當代館社群粉絲專頁：

透過 Facebook 及 Instagram 平台即時發表當代館最新資訊。109 年度 Facebook 粉絲數仍持續成長至 31 萬 6,000 人，居全臺灣美術館之冠；

Instagram 粉絲數也已近 2 萬 4,000 人。

2.當代館官網：

提供館內各類展覽詳細內容及教育活動最新訊息，自 108 年 6 月官網改版以來，109 年底累積瀏覽人次已成長至 151 萬 7,000 人次。(103 年 5 月至 108 年 6 月舊官網累計瀏覽人次 944 萬人次)。

3.當代館官網影音專區：

結合影音內容和 Youtube 社群平台，建立全臺影音收藏最豐沛的當代藝術數位影音資料庫，已累積 1,011 部完整的策展人/藝術家現身說法、講座記錄、展覽影片等，觀看人次達 124 萬 2,287 人次。這些影片除無償開放給學者民眾觀賞，也提供教師作為當代藝術第一手教學資源。

4.當代館智慧手機 APP：

智慧型手機上網即可免費下載 MOCA AR 導覽 APP，透過 APP 可身歷其境認識當代館古蹟的建築和故事，並收聽當代館當期主題展覽的語音導覽。

(五) 109 年度主要展區參觀人數統計：

展區	展名 (主展+MOCA Studio)	人數統計 期間	參觀及活 動總人次
主展場+ 實驗展場	主展場「災難的靈視」+當期實驗展場	109/1/1(三)-2/9(日) (展期 108/11/23(六)-109/2/9(日))	21,389
	主展一「合力組裝米克斯」+當期實驗展場	109/2/10(一)-5/10(日)	20,203
	主展二「穿孔城市」+當期實驗展場	109/5/11(一)-8/9(日)	28,442
	主展三「無處不在的幽靈」+當期實驗展場	109/8/10(一)-11/01(日)	33,665
	主展四「液態之愛」+「聲經絡」 當期實驗展場	109/11/02(一)-12/31(二) (展期 109/11/02 (一)-110/1/24(日))	32,332
累計參觀人次(109 年度)			136,031

藝術村營運部

一、「台北國際藝術村|寶藏巖國際藝術村」經營管理及藝術推廣

(一)辦理目的

台北國際藝術村做為臺灣領頭的藝術村之一，所肩負的除了扶植藝術家成長及創作外，同時也扮演著臺北市甚或臺灣進入國際甚或亞洲藝文市場的重要路徑。本於藝術村成立宗旨，主要目的在提供藝術家駐村創作之駐村服務，並從場域進一步提升到網絡的連結，讓藝術家可以在藝術網絡中尋

找更新的創作概念，同時也利用大型節慶(光節、條通街區藝術季)的機會來鼓勵藝術家進行新創、實驗性質的創作。因此就藝術村而言、除肩負著做為藝術村成立宗旨的任務以及臺北市政府文化局的任務委託外，藝術村接受藝術家獨立創作、實驗性創作，同時也給予適當援助，藉此輔導藝術家在面對國際競爭下，能更專注在創作本質上，則是藝術村近幾年推動的重要業務。

本會自民國 93 年起管理「台北國際藝術村 Taipei Artist Village」，至 99 年接辦「寶藏巖國際藝術村 Treasure Hill Artist Village」，因應 99 年的兩村業務一體後的管理，也特調整部門成立「藝術村營運部」，由專責單位統一管理兩村，而在兩村業務一體後，也因應可以提供藝術家使用空間的腹地擴大，故進一步提出「超越單點營運」的視野與策略，超越硬體空間的經營與思考規劃，將「藝術家駐地計畫」延伸為品牌精神，以「台北藝術進駐計畫 AIR (Arts-In-Residence) Taipei」重塑品牌形象。並藉此整合相關資源，讓兩個藝術村彼此呼應，發揮加乘效果。

(二)場地空間使用規劃

台北國際藝術村共有 12 間藝術家工作室，除了提供給國際進駐計畫之外，也保留給臨時需要使用工作室的各類型藝文工作者。凡是符合文史哲藝身分者，皆可申請租用，109 年度的住房率為 44.13%。兩村皆有場地可自辦展覽、活動，以及對外租用，台北國際藝術村場地使用率為約 63.84%。

寶藏巖共有 10 個戶外場地(歷史斷面無對外租借)、12 個室內場地，並訂有場地使用管理規定供各界辦理藝文活動或專業拍攝。今年度寶藏巖的場地使用率為 33.85%。寶藏巖共有 18 間藝術家工作室，除提供給臺北藝術進駐計畫藝術家住宿之外，並訂有文史哲藝人士住宿規定供需要工作室住宿的各類型藝文工作者。凡是符合文史哲藝身分者，皆可申請住房租借。寶藏巖的住房率為 39.27%。

109 年場地使用率降低主要係外籍文史哲藝人士因新冠肺炎 (COVID-19) 疫情限制入境而無法入台，因而影響第二到四季無法使用場地辦理「駐村藝術家發表」。另外因 109 年上半年疫情相較嚴峻，群聚活動舉行皆限制辦理，外部場地需求也因而中斷。

年度比例	台北國際藝術村			寶藏巖國際藝術村		
	107 年	108 年	109 年	107 年	108 年	109 年
住房	77.47%	73.06%	44.13%	76.63%	70.02%	39.27%
場地	66.9%	62.51%	63.84%	64.03%	51.88%	33.85%

(三)組織與人員

1. 人事組織

藝術村編制正職 21 人，另會計 1 人由管理部派任，共 22 人。實際聘用員額為 21 人，含藝術村員額 19 人，管理部會計 1 人，另 2 員待聘。

2. 志工管理計畫

109 年度共有 9 位常態志工，8 位在寶藏巖值勤、1 位在長期台北國際藝術村服務。活動志工的招募則配合大型活動時程，於活動前一個月至兩周進行公開招募。同樣的在值勤前，面試者須參加職前訓練、導覽培訓和現場實習，獲得足夠的先備知識後可在現場協助藝術家並服務一般公眾。109 年共招募 44 人次志工共同參與各項活動及相關業務，共計 1,800 小時。

(四) 計畫執行內容

1. 修繕工程

台北國際藝術村	寶藏巖國際藝術村
幽竹廳活動隔音牆改建(109/3)	第三辦公室防水修繕(109/5)
一樓空間門窗維護(109/3)	園區木扶手及階梯木地板修繕(109/5)
一樓空間牆面油漆(109/3)	藝術家工作室牆面粉刷(109/5)
一樓空間燈光線路維護(109/3)	車道護欄整修(109/7)
一樓空間地板鋪設及窗簾維護(109/4)	山城排練場視聽設備改善(109/7)
一樓空間改建(109/4)	藝術家工作室空間整修(109/8)
頂樓屋頂防水工程(109/5)	藝術家工作室防水修繕(109/8)
電梯機坑漏水處理(109/5)	自行車牽引道整修(109/11)

設施形象管理維護計畫檢討：台北國際藝術村過去一樓為對外開放區：百里廳展廳、幽竹廳會議室、幽竹小院、TAV café 餐廳，為遊客主要參觀動線；二樓為營運公共空間：辦公室、貴賓室、會議室、小天地茶水間及遊藝廳多功能會議室，為營運及辦公使用場所。為使台北國際藝術村在空間與動線上做更完整的規劃與調整，109 年度整合空間的格局與功能，打破過去的限制與框架，並透過多功能設備的規劃，讓展演空間也能相互組合或分散使用，使空間能因應需求調整，支援不同類型的展演活動。故將一樓幽竹廳、TAV café 的 A 區與 B 區重新分配組合，將 A 區調整為提供討論交流的多功能空間「遊藝廳」，將 B 區建置成可與幽竹廳共用或個別使用的多功能展演會議廳「雀榕廳」，能提供更多型態的展演活動支援運用，並讓更多展演活動發生。另外為提高空間使用率及達到培育扶植藝術人才，台北國際藝術村於 109 年度起進行台北微型群聚駐村的招募計畫，透過提供共 7 組藝術團隊工作室空間進駐，達到 2 樓空間(原遊藝廳)及 4 樓儲藏室空間的活化效果，同時也積極發展藝術人才交流的培育基地。

寶藏巖國際藝術村完成了 2 間藝術家住房整修，讓未來進駐藝術家能有

舒適的創作空間。在公共區域部分，除了進行木階梯及扶手修繕、自行車牽引道損壞修繕等，也接續設置第三、四期的園區山坡地自動化監測系統，並針對園區環境安全進行加強，如歷史斷面風車拆除、入口車道斜坡護欄整修、籃球場球架護條加裝、園區各處夜間照明設備加強等。並進行例行性防水修繕，處理部分空間之漏水及壁癌問題。

2. 展示演出執行情形

(1) 常態性活動

A. 全球藝術進駐徵選 (open call)

臺北藝術進駐建制了一套有系統的國際公開徵件計劃，提供國內外創作者以藝術與文化連結國際與在地社群的平臺。依照「臺北市政府文化局駐市藝術家交流作業要點」及「寶藏巖國際藝術村駐村作業要點」，臺北藝術進駐遴選出 109 年度國內外藝術家進駐台北及寶藏巖國際藝術村，本國人士進駐共計 4 名、國際徵件來訪共計 5 名、交流機構來訪共計 2 名，光節專案進駐 1 名。

期程	編	藝術家	媒材	進駐類型	國籍	進駐地
第一季 1/06(一) 至 3/27(五)	1	Gokçen Dilek Acay	視覺藝術	國際徵件	土耳其	台北國際藝術村
	2	Simon PERICICH	視覺藝術	國際徵件	澳洲	
	3	細淵太麻紀 Tamaki Hosobuchi	攝影	交流機構來訪	日本	
	4	李佳泓	視覺藝術	本國進駐	臺灣	
	5	王歡	策展	國際徵件	中國	
	6	張碩尹	跨領域	本國進駐	臺灣	寶藏巖國際藝術村
	7	我妻惠美子	舞蹈	國際徵件	日本	
	8	Amy Perejuan-Capone	跨領域/陶藝	交流機構來訪	澳洲	
	9	薛又菱	視覺藝術	本國進駐	臺灣	
	10	Kohshi Shimada	視覺藝術	光節專案徵件	日本	
第四季 10/05(日) 至 12/25(五)	11	SdF 飛象西西	跨領域	本國進駐	臺灣	台北國際藝術村

期程	編	藝術家	媒材	進駐類型	國籍	進駐地
	12	Rice Brewing Sisters Club –_Aletheia Hyun-Jin Shin	跨領域	國際徵件	韓國	寶藏巖國際藝

B. 國際進駐交換計畫

除了固定的公開徵選，也積極與國外機構交流合作，以雙方提供相同條件為原則，促進國內藝術創作者的專業生涯發展、國際交流經驗，提升臺北市的國際競爭力。109 年度持續與下列 14 所國外進駐機構進行藝術進駐交流計畫，並針對出訪藝術家提供百里廳舉辦個展及駐村發表，期待透過展演形式將藝術家於國外之所見所聞，以及駐足於異地之豐沛情感帶給臺灣的觀眾。109 年因新冠肺炎（COVID-19）疫情嚴峻影響下，4 月之後國際交流及暫緩和延期辦理。原訂國外交流機構來訪共計有 15 名，實際來訪 2 名、本國人才原訂出訪共計有 13 名，實際出訪 3 名。

出訪藝術家	來訪藝術家	交流機構
陳以軒	Haruka Ohta(延期)	日本 Tokyo Arts and Space
彭奕軒	(計畫調整，2020 起不再選送來訪藝術家)	日本秋吉台國際藝術村 Akiyoshidai International Art Village
李承亮	細淵太麻紀 Tamaki Hosobuchi	日本 BankART1929

C. 週五漫談夜

109 年台北 | 寶藏巖國際藝術村迎來 20 組全球各領域的藝文專業人士。為使兩村與其他駐村機構的駐村藝術家能於最短的時間了解彼此，同時，亦提供藝文先進一個直接與會藝術家的管道；因此，藝術村在每季的第一個月舉辦週五漫談夜。透過駐村藝術家的自我介紹、分享創作脈絡發展的歷程，以及藝術家和與會者之間的交流，激發不同藝術形式的火花，建立一場跨領域藝術創作對話的平台。我們邀請台灣數位藝術中心藝術總監王柏偉及空總臺灣當代文化實驗場研究員汪怡君，分別擔任第一季各兩場的週五漫談夜主持人，以輕鬆的對談方式讓駐村藝術家和大家分享創作心情與藝術理念。

週五漫談夜 01 第一場 日期 / 1.10(五) 時間 / 18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A 地點 / 台北國際藝術村，幽竹廳 主持人 / 王柏偉 與談人 / Gökçen Dilek Acay、李佳泓、西蒙·佩里奇、細淵太麻紀、王歡

<p>週五漫談夜 02 第二場 日期／1.17(五) 時間／18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A 地點／台北國際藝術村，幽竹廳 主持人／汪怡君 與談人／艾米·佩雷奧卡彭、張碩尹、我妻惠美子、薛又菱、Super Eclectic</p>
<p>週五漫談夜 03 第三場 日期／11.13(五) 時間／18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A 地點／台北國際藝術村，飲冰室 與談人／陳律瑄、董佳琳、邱雍晉、林孟湘、蔣宇傑、SdF 飛象西西</p>

D. 國際分享會

109 年度台北國際藝術村與竹圍工作室合作辦理國際藝術進駐分享會，特別邀請 109 年期間由兩單位選送出國的 11 位藝術家：丘智華(進駐泰國 國際藝術大學 Silpakorn University)、李芷筠(進駐美國 Zygote Press)、黃立慧(進駐台北慕尼黑交流計畫)、陳松志(進駐日本 黃金町區域管理中心)、李岱容(進駐亞洲聯網 Asialink)、黃偉茜(進駐印尼 Jatiwangi art Factory)、李珮琪(進駐印度 TIFA Working Studios)、魏欣妍(進駐韓國光州市立美術館 Gwangju Museum of Art)、何灝(進駐泰國 SAC Gallery)、廖烜榛(進駐韓國 國立現代美術館高陽工作室 MMCA Residency Goyang)、謝騮瑜(進駐新加坡 Grey Projects)。

E. 駐村藝術家聯合展演

<p>第一季駐村藝術家聯展</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 台北國際藝術村 展期／3.6(Fri.)-3.22(Sun.) (週一公休) 藝術家／Gokçen Dilek Acay、西蒙·佩里奇、細淵太麻紀、李佳泓 ● 寶藏巖國際藝術村 展覽日期／2.27(Thu.)-3.15(Sun.) 參展藝術家／張碩尹、Emiko AGATSUMA、Amy PEREJUAN-CAPONE
<p>寶藏巖國際藝術村個展</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 個展資訊／「City Flicker」 展覽日期／3.26(Thu.) 展覽地點／邊境 11 展間 光節專案徵件藝術家／Kohshi SHIMADA ● 個展資訊／「隔離」 展覽日期／4.1(Wed.)-4.12(Sun.) 展覽地點／邊境 71 號展間、邊境 52 號展間 藝術家／the indirect Object ● 個展資訊／「電波地上」 展覽日期／8.15(Sat.)-8.29(Sat.) 展覽地點／59 弄 2 號展間 藝術家／Qenji Yoshida

● 個展資訊／「回家真好」
展覽日期／12.5(Sat.)-12.20(Sun.)
展覽地點／創藝小客廳展間
藝術家／Sdf 飛象西西

F.開放工作室

109 年的夏季開放工作室以「環島」為主題於 8 月 15 日(六)、16 日(日)舉行，邀請了台灣位於不同城市的六個藝術進駐單位，前來寶藏巖舉辦為期兩天的計畫，一同帶來展覽、藝術家講座、市集、與創作工作坊等活動。參與的藝術單位有臺東美術館、利澤國際偶戲藝術村、蕭壠文化園區、節點 Zit-Dim Art Space、火箭人實驗室 Launcher Lab、森人等單位。邀請民眾於夏日的週末，帶著如同環島旅行般的心情前來寶藏巖繞繞，一窺群村的魅力。透過輕鬆遊樂的方式，扭轉藝術高冷疏離的既定印象，邀請民眾參與藝術創作的過程，對於駐村有更深刻的體會。開放工作室的活動中，除各地的駐村單位之外，微型群聚進駐團隊也參與藝術村此季節盛事，開放工作室中有各式藝術活動，例如座談分享會、彈唱會、手作工作坊、互動裝置等，達到藝術推廣的目的。

冬季開放工作室則於 12 月 5 日(六)至 6 日(日)在寶藏巖國際藝術村舉行。主題命題為「打開心房」，含有多元的聯想可能性，開放所有的角度讓觀眾去想像及感受這四個字。在冬季開放計畫中，我們打開一個個展覽場域，拓展每個展場的可能性，企圖擾動觀眾既定的觀看，讓多元型態的展演衝擊視覺。受新冠肺炎之影響，人與人之間，透過戴上口罩，保持社交距離，甚至是隔離於室內，猶如各自封閉壓抑的個體盒子。所以，最重要的是——期盼所有人光臨至藝術村，度過開懷的時光。在兩日的活動中有辣妹市集、聲響派對和互動活動，寶藏巖微型聚聚落也將紛紛打開工作室。冬季開放計畫也延伸展覽至 12 月 20 日(日)展出，藝術家 SdF 飛象西西、倪瑞宏、陳孝齊、許家維、鄭先喻、張碩尹將按照各自專長帶來精彩的展覽，觀眾也可以與藝術家們彼此面對面交流與互動。

G.微型群聚

109 年，除於寶藏巖 18 組微型群聚外，台北國際藝術村開放 7 組微型群聚，以推廣藝術村空間資源與社群交流為基礎，使其空間活化與再利用之外，促進了不同族群、領域的文化活動在此發生。

109 年度台北國際藝術村 7 組微型群聚進駐藝術家／團隊

編號	單位	姓名	類別／領域
1	沃時文化有限公司	蔡雨辰	出版編輯、研究調查、活動企劃
2	財團法人開放文化基金會	鄭鴻旗	科技藝術
3	STUPIN 藝術家工作室駐	郭奕臣	數位藝術
4	台灣藝文空間連線	林文藻	自造者
5	Paper Matter	蔡胤勤	Floss + Art
6	滅劇場黯黑舞蹈團	胡嘉	網路駐村平台
7	臺北爵士大樂隊	李承育	全台各藝文空間資源交換的整合

109 年度寶藏巖國際藝術村 18 組微型群聚進駐藝術家／團隊

編號	單位	姓名	類別／領域
1	犬吉工作室	周武翰	建築、文學、翻譯、製本
2	尖蚪	林廷芳	藝文複合餐飲
3	17 做作工作室	朱淑宛	金工創作
4	植物語彙金工概念工房	呂雪芬	金工工藝創作
5	三貓俱樂部 X 秋紅肚房	陳雨琦	漫畫 X 餐飲
6	周靈芝創作工作室	周靈芝	布藝、編織、陶藝
7	差事劇團	鐘喬	劇團、市民劇場、環境劇場
8	無用偵探社	鄭以琳	設計
9	Openlab. Taipei	鄭鴻旗	自由軟體編寫、自造者
10	Mechanman Lab	黃正裕	攝影創作、相機維修改裝
11	不歸鹿	黃心怡	種子裝飾工藝
12	胭脂食品社	王琬萱	發酵食物推廣
13	Kjohn 的再生軍團	羅楷炯	再生、自造
14	陳治旭工藝美術創作	陳治旭	剪紙、木工
15	Yinke Studio	應可潔	插畫印花設計手作商品
16	文字駐在所	吳正綱	果醬創作、飲食文學
17	51 門	廖珮好	停格動畫、漫畫創作
18	紅色電影院	葉澈	影像創作

H.2020 臺北藝術進駐徵選

依照慣例，每年 3 月起對外發布隔年度公開徵選進駐的訊息，3 至 6 月期間收件，7 月份召開遴選會議，在 9 月公告結果，公開徵選 25 位國際藝術家、4 位臺灣駐村藝術家，以及當年度交換到國外駐村的臺灣藝術家(109 年度為 13 位)。2021 臺北藝術進駐徵選總投件數共 485 件，其中國際人士來訪共 288 件、本國人士駐地共 76 件、本國人士出訪共 121 件。各項錄取名額及錄取率如

下：

駐村地點	獎助類別	總錄取名額	投件數量	總錄取比
台北國際藝術村	國際人士來訪	7	176	3.9%
	本國人士駐地	2	39	5.1%
各國際交流機構	本國人士出訪	10	121	8.3%
寶藏巖國際藝術村	國際人士來訪	7	112	6.2%
	本國人士駐地	2	37	5.4%
	主題徵件	7	176	3.9%

(2) 專案型活動

A. 2020 寶藏巖光節

2020 是寶藏巖正式以「共生」概念，與各種「關係」相處的第十個年歲，春夏四季，朝夕光陰。2020 寶藏巖光節以「共生關係」開始，凝望歷史的乘載，與之同行，從土地生成孵化山野自然；河流行經孕育文明起源；宗教信仰群聚住民家戶；衝突對抗遺留時代刻痕，這處充滿痕跡之所，與每個到訪的可見與不可見相互作用，始終未完待續的相依相存。

人們需要光所以有了光，人們需要愛所以有了愛。以光之名，進駐空間與感知；以愛之名，自力造屋與共生，接受刺激，接收資訊，最後，與之對抗，取得平衡。光節作為寶藏巖得到外在凝視的通道，企圖透過它的方法，揭露歲月的堆疊，實踐一個由形而上至下的生活場域，藉由「參與」行為，去爬梳、去累積。繼「創作像海洋，愛你像光」、「又在這裡，又在那裡」、「野景」後，2020 寶藏巖光節回望初衷，找尋 16 組藝術家及團隊加入，藉由當代藝術呢喃的話語，誘發觀者成為故事中的角色，持續與我們共同書寫專屬寶藏巖的過去、現在和未來。展期／9 月 19 日(六)至 11 月 8 日(日)

藝術家／姚仲涵、何理互動、劉秋兒、陳松志、邱承宏、羅智信 X 鄭任翔、吳修銘、謝佑承 X 王中原、高德亮、不歸鹿、朱淑宛、黃正裕、葉澈、成若涵、萬福國小、寶藏巖文化村協會

B. 出訪藝術家前導聯展

出訪藝術家前導聯展延續台北國際藝術村 (Taipei Artist Village, 簡稱 TAV) 作為「台北藝術進駐」(Artist-in-Residence Taipei) 的執行角色，透過藝術家出訪異地，進行短期駐村的過程，穿透、轉化、暫離。本次展覽邀請原定於當年春季出訪西班牙瓦倫西亞社區博物館協會、中國幾點當代藝術中心、法國 le lieu unique 國立當代藝術中心、德國台北慕尼黑交流計畫及新加坡 Grey

Projects 的吳思嶽、陳漢聲、黃偉軒、洪譽豪與印卡共同參與。五位藝術家延續自身創作經驗中持續關注的議題與方向，結合為駐村計畫所搜集的前期調查資料，呈現出想像與未知，透過出訪前的前導展覽，觀看藝術家真實駐村後的變化。

C.2020 第二屆集保結算所當代藝術賞

「第二屆集保結算所當代藝術賞」由集保結算所主辦，財團法人台北市文化基金會協辦，並由台北國際藝術村執行，創作形式與媒材不拘，即日起開始徵件。作品將經過兩階段專業評審作業，選出 11 件優勝作品，總獎金 100 萬元，其中金賞 1 名獎金 30 萬元，銀賞 1 名獎金 20 萬元，銅賞 1 名獎金 10 萬元，優選 8 名每件獎金 5 萬元，並將於台北國際藝術村公開展覽。

(3)閣樓青年會所

109 年會所希冀透過住宿體驗，呈現歷史聚落發展過程中生活的真實性，由它的區位、空間形態和特性的明晰性表達出其獨特的「場所精神」，並藉由空間的活化利用，伴隨旅客的加入注入新的元素，賦予寶藏巖新的面貌。同時，自 108 年 11 月起，配合「城南臺大無圍牆博物館」的政策規劃，每年於 9 至 11 月期間辦理「城南研究」作為駐村主題，鼓勵藝術家走入聚落巷弄，實地於寶藏巖週邊進行田野調查，推動臺北城南在地文化研究。

(4)藝居共生

寶村巡守隊：持續辦理寶村巡守隊，目前由五位家園居民共同擔任巡守隊員。巡守隊值勤時間為每日晚上 22 時至隔日早上 6 時，每日工作時間共計 8 小時，主要負責菜園崗哨定點守衛，以及支援保全進行寶藏家園全區巡守業務，辦理安全與安寧維護業務。

寶村小散步計畫：全年度共計培訓 9 位在地導覽員，辦理 178 場定時導覽，參與遊客共 722 人次。預約導覽共服務 46 團體、計 1,160 人次。

「寶藏緣團圓十周年辦桌-寶村食府」：因適逢寶藏巖開村 10 周年慶，藝術村與駐點團隊及寶村協會合作，藉由多年來一家一菜活動中累積的菜色，再透過居民訪談逐步整理出寶藏家園記憶之味，打造出一家一菜升級版本的寶村食府辦桌饗宴，活動中也融合微型群聚藝術家們的創意擺設及寶村家家戶戶的手路菜色，並在中秋節團圓日前夕 9 月 30 日(三)舉辦「寶藏緣·團圓」辦桌活動，來訪賓客皆讚不絕口。邀請微型群聚藝術家-51 門、不歸鹿、17 做作、紅色電

影院、陳治旭工藝美術創作、Kjohn 的再生軍團，與居民共同創作「寶藏緣團圓十周年辦桌-寶村食府」，把居民記憶裡的老味道，加上藝術家創意擺盤陳設變成漂亮的藝術作品。

寶村柑仔店：「寶村柑仔店」與在地意象、生態農園食材結合，開發出特色商品如寶寶燒雞蛋糕、藍色水玲瓏蝶豆花茶飲等。

聚落會議：寶藏巖居住各種身份的人，如：藝術村同仁、駐村藝術家、居民、微型群聚、學校、學生...等等，大家共同在聚落生活，食、衣、住、行，均有多重交疊，為日常溝通順暢及事務性協調，每 2 個月定期辦理聚落會議，讓各單位了解重要活動及配合事項。

寶藏巖生態環境計畫：與寶藏家園、家園駐點工作室合作，進行寶藏巖生態物種盤點，邀請相關領域老師，帶領工作人員、居民、志工等在地社群，進行鳥類、植物、蛙類、昆蟲等生態調查，期待為寶藏巖建立環境觀察記錄，未來可用於生態體驗、環境教育、活動推廣等計畫。

寶村點燈計畫：寶藏巖光節以「相依的總和」為主題，探討寶藏巖開村十年來，共生中的各種關係相處，活動也同時邀請共生關係的重要夥伴寶藏家園、微聚藝術家一同加入，家園經由省思、發想、創造、共做的過程，及居民與志工工作坊的參與，打造出回收物材光廊、家徽燈、蝸牛意象燈等作品，廣受參觀者好評，也成為寶藏巖光節活動中不可或缺的景致。

創意發展部

一、松山文化創意園區經營管理與推廣

松山文創園區為「臺北市原創基地」，以「實驗跨界」、「共好平台」、「創意學院」、「創作者工廠」、「創意櫥窗」五大創新策略，實現創作者從實驗創新、設計發想、測試製作、通路推廣到銷售的驗證場域。同時以「培養原創人才」、「進入市場驗證」為園區發展核心，藉由推動文創產業整合服務、進行人才培育服務與輔導，強化文創業者競爭力，促進文創產業發展等，展現原創基地的創意與創新能量，打造國際級文創聚落。

(一)民國 109 年松山文創園區日常維運修繕及硬體改善

本年度針對環境維護、景觀環境優化、硬體設備介面更新、古蹟建築物維護等面向著手。

1.環境維護：蚊蟲生態防治作業與休憩區維護

109 年度針對蚊蟲問題，於夏季高峰期額外加強施作，然為維護自然生態，化學藥劑消毒防治範圍及效益有限，因此 109 年度諮詢執行大安森

林公園除蚊計畫有成相關專家針對園區環境，進行蚊蟲生態防治指導，導入物理蚊蟲棲地整理、強化環境清理、樹木修剪、生態投藥等方式，消滅蚊蟲孳生源，雙管齊下以期減輕蚊蟲問題。戶外休憩區既有木棧板鋪面共約 5,000 多支，開園至今雖逐年修繕，茲因其維護成本高昂，每年僅能採取局部約分為 2 批次施作更換，仍有多處受風吹日曬雨打而損壞。因攸關民眾行走安全，109 年度分二期施作進行木棧板抽換，並進行護木漆塗佈延長木棧板使用壽命，期望降低木棧板耗損率，提供民眾良好安全戶外休憩環境，年度抽換完成後，民眾相當有感。

2. 景觀環境優化

(1) 巴洛克花園造景美化

松山文創園區內之巴洛克花園，備受民眾喜歡，亦為婚紗取景勝地，109 年進行巴洛克花園整體造景，將原先植栽重新以專家修剪，整理成歐式花園風格。每月定期人工修整的「綠色雕刻」，形成圖案式剪樹植壇，營造出歐式庭園風味。且進行造景界面維護，園內大量的石雕像延續松山菸廠時期，更為造園重要裝飾元素，評估舊有設施汰換以及加強石材特殊養護。樹木為本區重要景色，為維護老樹狀況，敦聘專業攀樹師，透過人工修剪方式，讓樹型開展更漂亮，亦減少蚊蟲棲息。

(2) 生態景觀池維護美化

區內生態景觀池為臺北市政府頒佈【濕地策略保育綱領】之都市濕地，為臺北市市區少見珍貴之濕地，池水來自雨水與颱風挹注。經與多位生態專家努力下，目前成功復育白腹秧雞、台灣藍鵲、紅冠水雞等鳥類與特有植物。109 年度養護管理策略以「民眾良好休閒遊憩」、「生物繁衍與生長棲地」為兩大核心，延續 108 年度養護策略，生態景觀池採低干擾方式維護管理，彈性適度調整以符合需求現況，於民眾期待與生態保育求取平衡。

3. 硬體設備介面更新

(1) 冰水主機整修規劃

園區內空調系統主要分為三個區域供給，分為倉庫區、製菸工廠區，主要機房配置冰水主機 5 臺，冰水泵數臺，各式小型送風機逾百臺供應使用。109 年度優先針對倉庫主機端到設備端進行改善並加裝製菸工廠系統膨脹水箱，排定年度保養、更換零件、管路疏通等項目以提升冷房功效，並更換製菸工廠冰水管保溫材，已解決室內冷凝

水滴漏問題。此外據空調技師建議，擬定全區空調改善計畫，評估改善製菸工廠區空調設備連續使用 9 年，在現況同時供應 350 台送風機運作下，各場域皆可能出現冷房效果不足的現象。

(2)機電設備：電力設備改善

園區設置 1 到 4 號變電站，為供給園區電力的主要處所。1 號至 3 號為室內機房，109 年度對全區變電站供電區域及電力容量做清查造冊，提供招商所需用電並符合用電平衡，維持用電安全及提高節能減碳之效果；歷年來持續改善空調與防水效果，4 號變電站為半開放式結構，雖已於 108 年加裝帆布減少雨水滲透，但經用電檢查設備尚有潮濕損壞疑慮，109 年增設多組風扇，增加對流減少濕氣並加強散熱。此外評估半開放式 4 號變電站之既有四周柵網改設密閉式封版、並導入空調系統之可能，以達到安全機房除溼散熱效果。

(3)機電設備：照明系統改善

園區古蹟建築室內區域照明部分，109 年已將 7 成照明設備從高瓦數鹵素燈或水銀燈更換為 LED 型態，檢修已老舊損壞燈具及迴路共 30 處以上，改善光照度不足之情形，現因照明設備迴路逾百迴，種類繁多，將階段性持續改善。110 年度將優先將室內公共區域照明更換為 LED 型態，整合光源以達美觀省電雙效，持續評估戶外景觀燈進行區域性更新，以達戶外照明休憩及美觀需求。

(4)監視系統界面改善：影像監視系統汰換

伴隨科技進步，設備精準度提升，而園區現今影像監視系統，為 100 年起所陸續建置之舊式機型，已未能滿足現況及不符未來需求使用。為有效管理具備文化價值之古蹟區域，並因應大巨蛋營運在即，已於 109 年度完成汰換前置作業，鋪設光纖網絡及節點於室內區域(倉庫群、製菸工廠及辦公廳舍)，110 年將延續規畫鋪設於戶外區域(辦公廳舍前庭、楓香大道及生態池畔)。並分期汰換園區現有 144 處監視鏡頭，新設與大巨蛋連通區域 32 處監視鏡頭，改以高解析度影像監視系統偵測異常事件，減少誤判機率並加快危機處理時間，降低釀成意外風險因素。亦可由中控平台進行遠端監視與控制，即時通報保全，達到更完善監控管理，藉以提升整體保全效率。

(5)園區鋪面界面改善：無障礙鋪面規劃改善可能性

園區室外道路目前並存多種鋪面，部分最初為生態工法建置，較為不平整，且較無法承受車輛重量易造成鬆動，然全園區鋪面改善費用高昂，同時涉及文化資產保存法第 24 條之規定，評估納入古蹟修

復再利用計畫。為配合園區進車需求，以及考量行走安全，啟動每季定期追蹤記錄戶外鋪面情形，並定期進行局部地磚鋪面修整，提供友善的遊園環境。

4.古蹟建築物維護

109 年度持續建物室內外觀修繕：室外常見損壞為裂縫、飾材破損、材料劣化等造成滲水、外觀色差等，上述損壞需與修繕廠商討論施作方式及施工期程，部分須配合各場域活動檔期進行。鋼棚屋頂滲水修復：現有鋼棚屋頂每遇豪大雨，天溝接縫處皆會出現滲漏水情形，導致建物 2 樓頂板滲水，將評估鋼棚屋頂全面檢修及雨水落水管修繕，以預防雨水滲入結構，導致鋼筋鏽蝕及壁面白華現象。古蹟界面排水部分，園區製菸工廠四周均設排水溝，但因大巨蛋體育園區持續建設，導致製菸工廠地勢逢下大雨時會有洩水不及的現象，需要諸多人力應變進行抽水排除。為迅速改善此狀況，109 年於不影響遊客動線前提下，進行全園區建物周邊排水溝渠清理，改善排水情形，其中部分溝渠未往外連通，無法有效排水，為提升防災效益，110 年預計規劃聯外排水改善項目。此外因地勢較低排水不及，造成戶外場域多處積(淹)水，除日常清淤與排水改善外，將通盤評估園區戶外排水介面，以排除強降雨淹水情形，確保園區戶外場域安全。

(二)松山文創園區各式展演活動成果說明

以多元性場域辦理各式豐富活動，鼓勵民眾參與，內容富含深厚文創底蘊，兼具原創精神，同時於自營場域，辦理多項扶植活動，並跨界資源導入，期使擴大效益。109 年度園區內活動總場次為 206 場，包含「2020 運動產業博覽會」、「返校實境體驗展」、「島嶼脈動：2020 台灣電力文資特展」、「嗨起來！白爛貓五周年特展」、「台北蚤之市」、「2020 新銳桌遊博覽會」、「第五屆亞洲手創展」、「2020 台北時裝週」等大型主題活動，參觀人次為 541 萬 9,270。全年度整體而言，雖因新冠肺炎（COVID-19）疫情關係影響了園區的營運情況，但因營運空間增加，及活動於下半年度恢復舉辦的關係，園區營業收入較去年增加 200 多萬元。

(三)松山文創園區推廣說明

- 1.松山文創園區 Facebook 粉絲專頁：自 101 年 1 月 1 日(日)至 109 年 12 月 31 日(四)止，已有 22 萬 6,951 名粉絲加入；積極爭取到官方認證的「藍色勾勾」。松山文創「Instagram」粉絲：7,878 人。
- 2.松山文創園區官方網站：從 100 年 12 月 12 日(一)至 109 年 12 月 31 日(四)止，松山文創園區官方網站總瀏覽人次為 3,903 萬 6,583 人次，會員人

數計 9,302。

3. 異業合作：透過異業結盟的聯名與跨族群影響力，串連彼此品牌能量。

松山文創園區 109 年積極拓展更多行銷跨界夥伴，活絡園區空間與增添活動精彩性，跨界合作 19 檔以上，總市值計新台幣 336 萬 7,529 元，包括：

(1) 松山文創園區「夏日松一下三倍券振興方案」合作：誠品行旅贊助客房及餐券 4 萬 5,000 元、Samsonite 贊助行李箱、異角藝術公司贊助薇薇安邁爾攝影展門票及聯合數位公司贊助「返校實境體驗展」門票，霧峰林家宮保第園區參觀門票、ALCHEMA 台灣釀酒師啤酒、誠品酒窖等共贊助抽獎贈品 1,650 份，總市值 52 萬 696 元。

(2) 水水市集贊助松山文創園區假日演出活動：總市值 51 萬 7,000 元。

(3) 松山文創園區品牌活動贊助：大桌環境整合股份有限公司、東方匯創股份有限公司、點子貓科技有限公司、丁骨工作室等，總計現金贊助：35 萬 4,833 元。

(4) 法國愛瑪仕贊助松山文創園區倉庫燈具，總市值 80 萬元。

(5) 松菸風格職人市集活動：金車集團、巧偶花藝、植覺花藝、山不枯贊助空間陳列佈置及餐飲，總市值 113 萬元。

4. 媒體曝光

媒體露出與報導：松山文創園區為國內外媒體爭相關注焦點，109 年 1 至 12 月自辦活動之媒體報導合計為 420 則，獲得設計台北、CNEWS、YAHOO 奇摩新聞、PCHOME 新聞、HiNet 生活誌、新浪新聞中心、LIFE 生活網、台北旅遊網、LINE TODAY、中時電子報、中華新知傳媒、TVBS 新聞網、SOFU NEWS 守護台灣新聞網、match 生活網、有.設計 uDesign、巴哈姆特、臺北市青少年發展處、ELLE、Vogue、Lavie、Mottimes/明日誌、欣傳媒、中時新聞網/旺報、蘋果新聞網、信傳媒、台灣英文新聞網、客家電視、大愛電視台、八大民生新聞、自由時報、大愛電視台、中央通訊社、Yam 蕃薯藤、聯合報、大紀元、大人物、Dappei、dpi 設計插畫誌、fliper、Heaven Raven、新媒體暨影視音發展協會、自立晚報、xfastest、EBC 東森新聞、鏡週刊 Mirror Media、beautimode、好房網 News、翻報、更生日報、青年日報、慈善新聞網、Bazaar、XF-NEWS、Bella、ETtoday 新聞雲、工商時報、500times、獨家報導、娛樂星聞、SAYDICI TECH、MEN'S FASHION、MemeOn 迷迷音、台灣好報等超過 60 家媒體報導或露出，提升松山文創園區的國內外知名度。

5.優質公眾服務、古蹟日結合周邊館所

園區志工現今計有 61 人服勤中。每年度安排年度志工大會、志工正副隊長聯繫會報等，使志工隊與運用單位間溝通管道順暢。

109 年全年度，園區提供總導覽團為 155 團，無障礙導覽 3 場，英文導覽 2 場，導覽總人次共 3,905 人，因新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響，上半年團體導覽申請多取消、外語團減少。因園區營運聲名遠播國內外，預約參訪團體甚多，包含各式旅行觀光、考察臺灣文創發展、校外教學等。

松山菸廠為台北市第 99 號市定古蹟，活化為松山文創園區後，以原創基地為方向，積極推廣古蹟歷史與建築特色。自 107 年 9 月份世界古蹟日起，園區每年均與鄰近之台北機廠合作，今年更首度與國父紀念館合作，進行一日三古蹟導覽活動，在世界古蹟日從紀念孫中山先生、回味臺灣菸葉史、見證臺灣鐵道史，沿著光復南路周邊慢行體驗三處古蹟呈現不一樣的臺灣歷史風華，活動大受好評，民眾參與非常踴躍，園區亦強化導覽志工文史訓練，讓文創與古蹟深度結合。

(四) 園區各式自辦展演活動成果

1. 松菸風格職人市集：

109 年於松山文創園區首度打開封塵已久的菸廠「醫護室」(藝巷空間)與「男澡堂」，以「類策展」的形式舉辦新型態五感體驗市集，力拼「療癒系」的創意經濟商機。透過「艸」字頭的「職人」詮釋各式各樣的職人，以「植物」元素出發，結合場域精神的多重概念，嚴選 22 家「自然系」主題品牌，邀請 6 組延伸展區的合作單位與 6 組現地創作的藝術團隊，超過 40 位職人齊聚，並規劃連續 10 天的手作體驗課程，在古蹟與自然氣息間感受全新的消費體驗，打造出松菸風格職人市集的獨特 style。

2. 松菸創作者工廠：

109 年松菸創作者工廠共辦理 66 場活動講座，包含品牌展示、交流小聚、各樣活動講座、工作坊與機具設備課程等，其中與美國創新中心(AIC)共同舉辦 26 場活動，包含 1 場夥伴交流會、2 場活動記者會、3 場電影賞析、3 場機具設備課程與 17 場活動講座。協助設研院、台北偶戲館與數位藝術節合作辦理講座與工作坊。透過群聚效應整合資源，為進駐品牌客製化進行 18 場一對一輔導諮商，針對需改善處提供專業建議與協助。在 109 年度，園區強化進駐者串連，分別從資源鏈結、活動策辦、國際交流等四大面向著手。15 家各領域品牌群聚，時尚金工、藝術服務、產品

設計、工藝設計等，在創作者工廠互相交流，促成多元跨界合作成果。

3. 「松菸小賣所」文創共好平臺：

松菸小賣所以結合文創商品與生活策展作為營運主軸，演繹著傳統與新意的美好生活。109 年底辦理年度甄選，精選出 24 家在地各領域優質品牌，預計於 110 年 3 月上架。松菸小賣所透過串聯多家品牌、融合各創作者的精神理念，用更貼近生活的角度策辦主題特展：108 年底以「愛吃有禮」為名，策畫可供遊客挑選表達犒賞或致謝心意的季節性特展。同時也邀請專注流浪動物議題的插畫品牌-皮康，於餐席隔柵區辦理「到家前的旅途」皮康男子組原畫展，以愛護動物並關心流浪貓犬的角度切入，與來訪民眾產生共鳴。而在 3 月 6 日(五)至 6 月 4 日(四)，用繽紛花卉的主題延伸推出『花樣 Gallery』主題特展，在春暖花開的時節注入療癒人心的力量；接著則是與品牌合作『つなぐ 連接設計日本選物展』，提供多樣的日本優質選物給台灣的遊客；隔柵區也同步在暑期規劃展出『漆之煉晶術-日初漆藝特展』，以幽默生動的圖說，帶出傳統漆器工藝的珍貴價值。而後則是安排『農說物 Rural Youth Talk：農村選物聯展』與『禮想，好農；Rural Good Goods：農村選物特展』2 檔以台灣青農為中心的主題特展，用平易近人的生活用品選物，帶出與一般大眾更容易連結的內容；而在 12 月初於隔柵區也推出了『人蔘大道理 - 「說吃」小俚語』特展，在歲末年初以食為題，更豐富了店內的多元樣貌。

4. 松菸風格店家：

松菸風格店家「前店後廠」共有蘑菇一隅、印花樂手作吧、紙可拍、I.A.N Design、Unsimple、以覺學等 6 家品牌業者營運，而在蘑菇一隅、印花樂手作吧 2 家品牌決定期滿不續約的情況下，開放釋出 2 空間並公告徵件，於 8 月份進行新品牌輪替加入小獵犬號、丁骨工作室等 2 家品牌。在「微型市集」部分，109 年度亦同步對外公告徵件並召開評選會議共計 1 場次，經委員評選決議後，共有 MIX GENE、來啣、鈷葉工藝、Re-Re 等 4 品牌獲選進駐營運。為豐富現場品牌與活用空間，亦調整了徵件辦法開放短期合作使用，109 年度分別與茶飲及香氛類品牌辦理小型的快閃店。

主題展區則是持續與不同類型的品牌合作，推出 5 檔特色內容。於 109 年底開始以織物為題的系島，再接再續與本質以木、竹、陶等材質相關產品合作生活飾物的展售；更在暑期與品牌手手結合以玩遊藝的形式，帶出工藝品牌寓教於樂的親和力。10 月份則是更與園區大型活動-風格職人市集串聯，就現有的進駐品牌以植物為題，集合於前方主入口處作展示

陳列加強效益。年底則是邀請以幾何切割皮製品為主力的品牌-甲蟲仙生製革室，用原始的礦石素材做為靈感，提供大家更多不同角度的想像發揮。

5. 國際交流

109 年因新冠肺炎（COVID-19）疫情關係，全世界邊境管制，國際交流因此大受影響，松山文創園區的國際交流計畫暫時停擺，但延續 108 年的跨國合作，有 1 組台灣和泰國設計師合作開發的商品正式量產；原本已經在台灣的外國單位，如法國在臺協會、泰國在台商務辦事處均仍在下半年來園區參訪、參加活動。

6. 藝異空間與藝思空間

作為推廣與扶植創新、跨界思維的展覽空間，藝異空間原定邀請三組團隊提供經費共同策劃三檔展覽，皆因新冠肺炎（COVID-19）疫情取消展覽檔期，而以合作策展為替代方案，第一檔在松菸小賣所展出「Wearing masks is FASHION」口罩時尚展，因應新冠肺炎（COVID-19）疫情所形成的新生活型態，設計師 Doris 用畫筆記錄下每日口罩穿搭的時尚，蔚為一種特殊的時尚風潮；第二檔則邀請信義社區大學講師鐘婉綺共同策辦「速寫松菸」活動，邀請超過 60 位城市速寫者來到松菸群體速寫，並於松菸小賣所策劃「隨類賦彩 速寫松菸」特展，為松菸留下了美麗的景色；第三檔則於暑假期間邀請「原點美學」共同舉辦暑期藝術夏令營，而在活動後的學生作品於藝異空間展出「原點美學松菸園區寫生夏令營成果展」，展期內也推出讓民眾參與的工作坊共 8 堂課，帶給不同體驗的藝術創作經驗。

藝思空間透過公開徵件的機制，遴選出《從亞利安漫步到巴洛克花園的路上-潘冠霖 2020 思覺彩繪創作展》、《裂紋擴展-佘心婷創作展》、《游離狀態-3 人聯展》等三檔展覽，讓思覺創作藝術家、新銳藝術家以及跨領域創作者等在藝思空間與民眾發生對話，落實全民藝廊的宗旨。

二、文化創意產業活動及品牌拓銷計畫

臺北市文化創意產業扶植計畫多年來以打造文化創意人才培育、產業扶植和交流匯聚的平台為目標，整合現有輔導資源及行銷管道，提供資訊流通、諮詢輔導、多元課程、交流媒合、通路拓展等產業服務，期能協助文創業者對內強化品牌實力，對外擴展通路機會，強化從創意端到市場面的競爭力，進而紮根市場、成長茁壯。

今年因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響造成產業衝擊，臺北市文化創意產業扶植計畫針對文創產業之需求提出因應替代方案，並秉持著協助文創業

者拓展通路市場之計畫初衷，歸納出二項子計畫，包括臺北市文創產業產業扶植計畫，以及文創產業拓銷計畫，分述如下：

(一) 辦理臺北市文創產業扶植計畫

持續整合現有輔導資源及行銷管道，以設立單一窗口服務、舉辦產業輔導課程或講座、政府資源說明會、交流媒合會等方式，提供文創業者相關產業資訊及知識、諮詢診斷及媒合服務，藉以強化本市文創事業競爭力。

1. 工作內容

(1) 單一窗口與輔導顧問團服務

A. 諮詢與輔導

為協助文創業者在創業過程中，有效獲得所需的資源並解決困境，本計畫設置臺北市文創產業單一窗口，透過電子郵件與電話及各活動之管道收件，以便利、迅速、有效的服務，提供政府資源相關資訊及轉介政府資源相關窗口，諮詢窗口累計諮詢數為 67 筆。另提供「文創診療室」服務，整合「市場行銷、財務管理、智財權保護、經營管理、創新研發」等五大領域專家組成顧問團，針對有需求的文創業者安排專家進行個案診斷，提供專業問題解析，解決文創業者事業發展的疑慮，本年度共計進行 18 次的一對一之深入專業輔導。

B. 政府資源流通、產業資訊及機會掌握、文創產業資訊虛擬平台維運為協助政府政策資訊公開流通並獲得有效利用，於 8 月 21 日(五)辦理臺北市文創產業政策資源說明會暨交流媒合會 1 場，邀請中央與地方政府各政策性資源的主辦機關出席說明今年度相關計畫，並邀集產業領袖分享創新思維與營運經驗，政府資源及計畫包括：文化部文化創意產業政策推動協力計畫、經濟部中小企業處紓困融資說明及青年創業及啟動金貸款、臺北市產業發展獎勵補助資源、松山文創園區文創品牌通路與文創扶植計畫、設研院文創業者的共創平台、文策院文化金融一站式服務等，使文創業者充分瞭解政策立意、申請辦法、程序等相關資訊。產業分享包括：心元資本投資文創關鍵決策因素；Pinkoi 協助品牌出海，對接國際市場；印花樂-小眾品牌接受投資，朝向規模化前的準備之路等，透過面對面的提問溝通，使業者能夠掌握產業資訊及機會，並檢視自身是否有不足之處。

說明會共計有 119 名業者參與，活動整體滿意度達 83%；媒合會共計 62 位文創業者參與，活動整體滿意度達 94%。

另維運臺北市文化創意產業扶植計畫網站

(<https://www.taipeicdd.taipei>)，提供文創業者相關資源資訊並持續發送電子報，期能減少資訊落差。網站每月平均瀏覽量達 1,369 人。

(2) 產業知能擴充與深化

因應後疫時代產業趨勢多變，本計畫以講座、工作坊、參訪等活動形式，協助業者開創產業新希望，同時強化相關知能，激發拓展能力與提升競爭力。

A. 辦理分享講座（類論壇）7 場

本年度以「後疫時代-文化經濟新走向、再超前部署」為命題，探討面對後疫情年代，文創產業該如何因應、該怎麼重新定義文化經濟與重新設定目標對象、又如何透過虛實整合的策略部署再超前……特別邀請到產業引領話題的領袖進行分享，提供文創業者思索後疫情面對新趨勢的因應之道。7 場主題講座共計 102 位文創業者參與，平均滿意度為 96%。

B. 辦理實戰工作坊 3 場

本年度因新冠肺炎（COVID-19）疫情關係，文創業者面臨各種市場拓展挑戰，故今年工作坊搭配參訪同時並行，期能藉由實際觀察、操作方式協助品牌營運市場，有效落實品牌應具備拓展能力及市場靈敏度。3 場工作坊計 82 位文創業者參與，平均滿意度達 95.20%。

C. 辦理參訪活動 2 場

本年度舉辦 2 場參訪活動，皆與工作坊相互搭配，主要期許品牌能夠透過實際踏勘方式，與其他業者有更深認識與交流，分享品牌拓展穩定前的經歷，給予業者多點參考及產生異業結盟之機會。2 場參訪活動計 54 位文創業者參與，平均滿意度達 91.40%。

2. 達成效益

(1) 單一窗口服務共計 67 次諮詢案件；18 次個案診斷輔導。

(2) 「臺北市文化創意產業扶植計畫網站」每月平均瀏覽量達 1,310 人次

(3) 辦理政策資源說明會暨交流媒合會 1 場，累計參與人次 181 人。

(4) 辦理主題講座 7 場、工作坊 3 場、參訪活動 2 場，共 238 人參與。

(二) 國際拓銷調整為國內項目執行

本項目原為臺北市文創產業國際拓銷計畫，多年來持續組織國內文創業者參與國際性展會，積極創造海外拓銷之機會，藉以提升本市文化創意產業

的能見度與知名度，為爭取全球市場做好充分準備，進而具體形塑本市文創品牌之國際形象。今年度原訂參展計畫包括「2020 日本東京設計商品展」、「2020 泰國曼谷生活美學展」與檳城「2020 喬治市藝術節」，因考量嚴重特殊傳染性肺炎（COVID-19）疫情擴大，經評估後取消辦理。

然仍需協助台灣文創業者市場拓展，特於辦理相關活動，協助文創業者開拓國內市場與通路，打造品牌經驗交流分享與合作提攜。國際需求部分，先行建置文創產業資料媒合平台，期未來能以雲端網路協助品牌與國內外之通路、買家媒合。

1. 工作內容

(1) 辦理市集活動 1 場

活動名稱：2020 松菸風格職人市集

活動地點：藝巷空間

活動時間：2020 年 10 月 16 日(五)至 25 日(日)共 10 日

活動規模：共 28 家文創業者共同參與

活動說明：

本計畫今年於松山文創園區首度打開封塵已久的菸廠醫護室（藝巷空間），以「類策展」的形式規劃主題市集，透過「艸」字頭的「職人」詮釋各式各樣的職人，以「植物」元素出發，結合場域精神的多重概念，嚴選 22 家「自然系」主題品牌，邀請 6 組延伸展區的合作單位與 6 組現地創作的藝術團隊，以及規劃連續 10 天的手作體驗課程，在古蹟與自然氣息間感受全新的消費體驗，打造出松菸風格職人市集的獨特 style，滿足心裡的日常療癒。

(2) 建置文創產業資料庫

主要目的為推廣文創訊息，讓一般業者也能透過此網站了解更多相關資料，讓文創品牌增加曝光度，藉以媒合業者與買家，促進產業間的交流，並透過長期累積，有效整合文創扶植品牌歷年發展及輔導。且以國際化為考量，規劃雙語功能，並配合簡便的分類與檢索條件，以及相關行銷宣傳導流。

2. 達成效益

(1) 協助文創業者拓展國內通路機會累積家數為 28 家。

(2) 協助文創業者營收超過 135 萬元。

(3) 協助文創業者取得國內買主訂單預估商機累計金額超過 490 萬元。

(4) 建置文創產業資料庫，彙整相關文創業者、品牌、商品等資訊共 864 筆。

西門紅樓暨電影主題公園

一、「西門紅樓暨電影主題公園」營運計畫

西門紅樓位處臺北西區交通中樞，作為西區文化地圖的中心與入口，同時為旅遊觀光的知名景點，時經市場、書場、戲院、劇場等不同時期的空間運用，累積了豐厚的文化底蘊。

109 年持續加深多元文創發展平臺定位，以西門紅樓為中心起點，西門町為範圍，延續「藝文展演整合平台」、「西門文化生活圈共識群體」、「西區文化觀光地標」和「文化創意發展中心」四大發展方向，期透過西門紅樓及電影主題公園這些年累積之文創能量。持續拓展與週邊文化場域的串連，將彼此的特色元素匯聚交流，發展新舊交融的多元展演展售平臺。同時也著重文基會資源整合，強化館際之間的合作交流，包括與松菸的育成課程連線等，都將大幅提升展示空間運用的豐富性與質量。

西門紅樓將持續過往感動承先啟後、繼續努力與期待創新為策略，提供更精緻的服務品質，整合西門町文化生活圈內的資源和社群發展，持續推展文化創意與藝文展演活動，與西門商圈繁華共榮，發展文化觀光活動之目標。

(一)營運成果

西門紅樓民國 109 年度服務 191 萬 9,080 人次，臺北市電影主題公園服務 13 萬 6,524 人次。109 年度西門紅樓延續著多元文創發展平臺的定位，於新冠肺炎 (COVID-19) 疫情期間努力維持營運與多樣性，提供民眾優質與深度的文創內容，加強與西門町在地連結和串連，讓紅樓在推動西區文創扮演更重要的角色。

西門紅樓主辦的「西紅市創意市集」，109 年辦理天數為 119 天、總攤位數為 1,564 攤、總人數為 65 萬 501 人次，月平均攤數 130 攤，平均服務 5 萬 4,208 人次/月；西門紅樓原與松山文創園區合辦「東西好文創市集」，109 年受新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響及松山文創園區因應大巨蛋工程完成在即，整體園區空間重新調整而停止營運東西好文創市集，9 月止計辦理天數為 26 天、總攤位數為 125 攤、總人數為 14 萬 7,105 人次，月平均攤數 25 攤，平均服務 2 萬 9,421 人次/月。

臺北市電影主題公園「月光電影院」品牌經營有成，「月光電影院」每月週六為社區居民、及喜愛電影的市民朋友們，提供一個電影及影像的視覺藝術新平臺。整年度放映 51 部影片，參與活動人次共 951 人(含講座等周邊活動)。

臺北市電影主題公園假節拍廣場以戶外街頭型式，推廣黑膠音樂與 DJ 文化，

每月擇一週六辦理。西關二手市場結合地方特色並融入後街文化，辦理環保再利用之平臺供民眾參與，以異業合作方式強調主題式不定期舉辦，以增加活動多樣性並配和市集辦理相關講座及電影放映。109 年度因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響節拍廣場共辦理 9 場、西關二手市場辦理 2 天。自民國 100 年起結合西門在地特色流行文化，並配合臺北市政府影視拍攝行銷城市政策，逐步將公園發展成為影視取景之戶外攝影場域。109 年度電影主題公園共協助拍攝電影、電視、廣告、電視新聞專題、雜誌及音樂錄影帶等共計 17 件。

除了著重於文創發展及電影主題公園的開發外，西門紅樓仍陸續協助舉辦各式主題展覽、影像拍攝、文創、社區類及藝文展演等活動，成功創造西門紅樓文創之核心價值，持續深化西門紅樓藝術文化之內涵。

1.展覽類

(1)八角樓一樓 中央展區

八角樓中央展區平時設置為歷史展區，牆面以中英雙語對照說明年代沿革，以及運用燈光投影藝術之老照片展區，讓中外遊客隨著紅樓的時光演進巡覽八角樓一圈，負起藝術欣賞與美學教育之責；展區陳設採非固定式活動陳列，場地亦可作為邀展使用，或者是搭配二樓劇場、北廣場演出活動展示陳設。

(2)電影主題公園國際聯名塗鴉牆（全年度）

電影公園後街廣場設有長達 80 公尺的塗鴉牆，是臺北市唯一專為青少年設立的合法塗鴉空間，不定期與藝青會及塗鴉藝術家共同合作在此推動塗鴉活動，創造出電影主題公園的特殊氛圍，進而成為國內外觀光客及雜誌媒體熱門拍照景點。109 年協助拍攝影視、廣告、雜誌及音樂錄影帶等共計 9 件。

2.影像類

(1)月光電影院（全年度週末晚上）

為活化臺北市公園場地並促進市民與藝文空間的互動頻率，電影主題公園於都市藝術廣場舉辦月光電影院，多種類型影片播放與合作，帶給觀眾不同視野與觀影經驗，成為鄰里週末固定休閒活動。積極邀請新銳影音文創藝術創作者與各大專院校相關學系合作，使其作品有對外發表之機會，並且與公共電視及國內外各類型影展持續合作，新增主題性包裝推出每月主題，加強行銷運作，吸引更多廣大觀眾群，透過月光電影院的開放式影音平臺，完整展現新銳影像藝術創作能量。同時，也開放在地團隊或公益團體提供形象影片，讓影

像傳達更將多元化使用。109 年度放映作品共計 51 部（未包含重複放映之影片數），與國立臺灣藝術大學電影學系合作劇本組畢製發表會活動、文化大學大眾傳播學系畢製專題戶外放映活動，及因應新冠肺炎(COVID-19)疫情邀請並規劃各校當屆畢製作品之戶外放映，放映國立台灣藝術大學廣播電視學系、靜宜大學大眾傳播學系、淡江大學大眾傳播學系之作品。除與大專院校合作，也與南藝大碩班辦理之「烏山頭影展」，合作巡迴放映台北場次及放映國藝會 106 年補助案《雨天的衣服》。

3. 展演類

(1) 河岸留言－原創音樂的展演平臺（全年度）

「河岸留言展演事業有限公司」經評選後進駐營業，規劃為原創、獨立、流行音樂之展演館所。於每週四、五、六辦理「Mini Concert(小型演唱會型態)」，週一至週三間，也不定期進行不同類型展演。河岸留言自 98 年起辦理「流行音樂人才培育計畫」音樂人才培訓課程，藉以培訓更多臺灣的音樂人才；109 年受新冠肺炎(COVID-19)疫情影響，平均每月有 7 組左右的表演團隊來此演出。

(2) BEAT SQUARE 節拍廣場 x 西關二手市場

每月舉辦一場的節拍廣場，於電影公園黑膠音樂與 DJ 文化推廣，BEAT SQUARE 節拍廣場以戶外街頭型式，每月擇一週六辦理。西關二手市場結合地方特色並融入後街文化，辦理環保再利用之平臺供民眾參與，共同交流對於音樂的喜愛，藉此增進社區里民間互動。同時配合不定期舉辦二手市集活動，以異業合作方式強調主題式，以增加活動多樣性並配合市集辦理相關講座及電影放映。109 年度節拍廣場共辦理 9 場、西關二手市場辦理 2 場。

(3) 2020 西門町後街文化祭－後街製造（民國 109 年 8 月）

後街文化祭串連西門地區商圈街區，持續與在地藝術工作者及社區協會合作，導入各類後街文化活動，結合西關二手市場，擴大在地居民參與，以工作坊等開課型式與民眾交流。秉持在地團隊合作精神，更延續親子向下紮根及在地文化融合新興文化之理念，規劃課程或座談型式，讓後街文化不侷限是青少年文化，讓大人小孩都能透過參與，了解後街文化的意義，體驗最真實的街頭文化。不斷拓展新團隊於電影主題公園相互交流並透過新舊文化的融合，增加後街文化之豐富性與獨特性。109 年度辦理場次共 33 場，參與人次 2,820 人。

(4) 2020 西門萬聖活動 (民國 109 年 10 月)

「西門萬聖」為西門町街區唯一大型萬聖節節慶活動。109 年度活動因應新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響，除辦理館內小鬼搗糖及萬聖版之美感工坊、節拍廣場、月光電影院活動，邀請街區店家及西門町派出所合作規劃與執行街區小鬼搗糖，透過活動促進新冠肺炎 (COVID-19) 疫情期間人潮及例行活動能見度，為西門街區增添節慶氣氛並加強地區店家對地區活動認同與凝聚力，本次活動合作單位及店家共計 30 家，辦理場次共 5 場，參與人數共 2,040 人。

(5) 街頭藝人展演推動管理 (全年度)

協助臺北市政府文化局推動西門徒步區街頭藝人展演及線上登記檔期管理，並將街頭藝人的展演推動更公平、公開，藉由網站系統的設置讓街頭藝人資料庫建置的更完備。

(6) 112 歲西門紅樓生日慶(109 年 12 月份)

市定古蹟西門紅樓 109 年適逢落成 112 周年，在 12 月以《閃亮年代 i Bling》為主題規劃生日慶活動，包含「穿越時空扮網紅」、「黑膠音樂 DJ SHOW」、「紅樓茶坊秀回憶享優惠」、「閃亮西門 1980 街區導覽」，以在地精神重現 80 年代那段輝煌時光，讓大家再次來到西門町感受屬於自己的青春情懷，找回初心與正能量。活動參與人次共計 1,325 人次。

4. 文創類

(1) 創意市集活動

西門紅樓創意市集是臺北市歷史最久且規模最大之定點文創市集，每週六、日下午 14:00 至閉館時間在北廣場舉行。109 年度創意市集每週例行舉辦，同時延續主題企劃活動概念，於新春及燈節期間舉辦新春及燈節市集、兒童節舉辦親子主題市集、中秋節舉辦中秋主題市集，以西門紅樓為中心，強化連結西區文化生活圈，並將創意市集打造為假日休閒闔家皆歡之遊憩據點，延伸出地方文化與眾不同的創意與特色品牌價值。

(2) 趣玩紅樓-美感工房

邀請 16 工房進駐店家及創意市集創作品牌開立不同種類之入門手作課程或講座，於 16 工房中島區開課，為文創工作者開發更多平臺空間，藉由不同課程，讓民眾體驗了解文創工作者創作理念及過程，藉此培育更多創作者。工作坊以親子教育及手作為主，秉持將文創種子向下扎根之理念，開發更多具親子互動之課程，讓民眾了解文

創設計並不困難之外，創作成為展示的一部份，希望能讓一般民眾也因此萌生對文化創作的興趣，同時也達到創作者和民眾交流宣傳之立意。美感工作坊每月雙周舉辦，採當天現場報名制，109 年度共計 43 堂課程，609 人次參與。

(3) 16 工房

「16 工房」為文創銷售平臺，提供創作者以主題規劃結合民眾互動，呈現作品展示及販售空間。「16 工房」由歷史「市場」角色出發，開放式設計的展示櫃位空間，讓品牌更能夠發揮自身獨特性陳設創意；中島區設置 POP-UP SHOP 快閃店形式進駐，每年邀請 1 檔外部成熟品牌或文創品牌，於行銷、展示與 16 工房的品牌創意成功相互激盪。109 年度與合心生活有限公司及日本 Makers'Base Tokyo《風格製造所》、國立台灣藝術大學《藝間》。期望為商場帶來更多元的商品形象，而藉客座品牌在經營、企劃、陳列上的豐富經驗，也能與其他品牌互相激盪交流。

(4) 志工發展計劃

109 年因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響暫緩服務台志工服務，以預約導覽方式持續提供服務。年度培訓辦理 AED 急救教育訓練、古蹟維護、防火及緊急避難。108 年試辦共融導覽手語課程頗受好評，109 年配合中央及文化局「文化平權」政策，建置易讀導覽系統，辦理 1 場「易讀二期-智青實地校正與志工培訓」，1 場「易讀實地導覽」，與文化局合作配置易讀手冊 900 本。持續培養志工增進文化平權、無障礙場館空間等概念，蓄積場館無障礙服務接待的能量。

(5) 導覽服務

109 年度「街區深度導覽」活動，探索萬華街區的人文風采，呼應市府「無圍牆博物館」政策，以「百年艋舺，宮廟文化共融圈」為核心概念，深入挖掘艋舺宮廟、市場巡禮、文化探訪等在地元素，及熱度不減的老店/美食巡禮，帶領更多民眾一起爬梳老萬華的人文脈絡，窺見繁華街區後的人生百態。

3/28-3/29《中華路上⊙商場拾光》、9/19《Read the Red House 紅樓時光·遊覽西城》、9/20 及 10/10《顧腹肚兼顧佛祖—老萬華市場/廟宇踏查》、12/19《電光聲影：閃亮西門 1980》、12/20《Read The Red House and Ximen》共 5 條導覽路線、7 場次，參與人次計 165 位。

(6) 國內外參展行銷計畫

受國外新冠肺炎（COVID-19）疫情嚴重影響，本年度國外參展計畫取消。

(7)茶講座

茶坊空間定調為適合民眾休憩飲茶，同時又能一覽八角樓內部的無隔間餐飲空間。109年靈活運用茶坊空間的使用性，舉辦了紅樓找茶：〈品味臺灣茶〉4場講座活動，邀請專業講者，讓民眾能夠一邊感受古蹟氛圍一邊學習茶藝雅緻。

(二) 109年度全區藝文活動統計與參觀人次(含臺北市電影主題公園)

1.常態性藝文活動：

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
活動	119	西門紅樓創意市集	01/01(三)~12/31(四)每週六、日 ----- 含擴大市集 01/25(六)至 01/29(三)新春主題市集 02/08(六)、02/09(日)、02/11(二)、02/12(三)、 02/13(四)、02/14(五)、02/15(六)、02/16(日) 2020 台北燈節擴大市集 04/02(四)、04/03(五)、04/04(六)、04/05(日) 兒童節擴大市集)	北廣場	650,501

音樂	56	河岸留言	01/09(四)20:00-22:00、14(二)18:00-22:00、15(三)20:00-22:00、16(四)20:00-22:00、19(日)19:30-21:30、19(日)12:00-16:00。02/15(六)20:00-22:00、21(五)20:00-22:00、22(六)17:00-22:00、27(四)19:00-21:00、29(六)20:00-22:00。06/26(五)20:00-22:30、27(六)20:00-22:00。07/03(五)20:00-22:00、04(六)20:00-22:00、25(六)20:00-22:00、29(三)19:30-21:30、31(五)20:00-22:00。08/01(六)20:00-22:00、02(日)20:00-22:00、14(五)20:00-22:00、15(六)20:00-22:00、22(六)20:00-22:00。09/04(五)20:00-22:00、10(四)08:00-17:00、12(六)20:00-22:00、13(日)14:00-16:00、19(六)20:00-22:00、20(日)14:30-16:30、26(六)20:00-22:00、10(四)08:00-17:00。21(一)18:00-22:00 10/18(日)11:00-16:00、18(日)20:00-22:05 24(六)20:00-22:05、25(日)14:00、28(三)14:00-22:00、30(五)20:00-10/31(六)03:00、10/31-09:00-11/1-04:00 11/01(日)16:30、01(日)20:30、08(日)20:00-22:00、11(三)16:00-22:00 13(五)16:00-23:00、14(六)19:00-21:00、20(五)20:00-22:35、27(五)20:00-22:00、28(六)20:00-22:00、29(日)20:00-22:00 12/05(六)19:30-21:30、10(四)20:00-22:00、12(六)20:00-22:00、13(日)14:00-16:00、18(五)20:00-22:00、20(日)18:00-22:00、27(日)19:30-22:00、31(四)21:30-22:00	十字樓橫段 一/二樓河岸 留言	9,790
活動	26	松菸東西好創意 市集	01/04(六)、01/05(日)、01/11(六)、01/12(日)、01/18(六)、01/19(日)、02/01(六)、02/02(日)、02/08(六)、02/09(日)、02/15(六)、02/16(日)、02/22(六)、02/23(日)、02/29(六)、03/01(日)、03/07(六)、03/08(日)、03/14(六)、03/15(日)、03/21(六)、03/22(日)、07/18(六)、07/19(日)、08/22(六)、08/23(日)	文創基地	147,105
場次總計	201			人數總計	807,396

2.非常態性藝文活動

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
一月份					
音樂	1	利米星音樂會 3-百老匯音樂劇選粹	01/04(六)19:00-21:00	二樓劇場	210
工藝/設計	1	小工黃 肩背小包絹印體驗	01/11(六)14:00-17:00	16 工房十字樓	6
工藝/設計	1	麻糬兔聽故事玩創意-鼠來寶春聯掛飾	01/12(日)14:00-17:00	16 工房十字樓	26

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
工藝/設計	1	TAIWANIZE 中華傳統書法-春聯撰寫	01/27(一)14:00-17:00	16 工房十字樓	36
工藝/設計	1	我的「日式茶碗」	01/28(二)14:00-17:00	16 工房十字樓	8
工藝/設計	1	我愛貓*陶胸針手作*	01/29(三)14:00-17:00	16 工房十字樓	4
舞蹈	1	電影公園 x90's bboyz 『Dance For Hood 社區舞蹈推廣課程』	01/19(日)16:00-17:00	多功能展演廳	13
一月小計：場次 7，人數 303					
二月份					
工藝/設計	1	畫畫小陶器	02/28(五)14:00-17:00	16 工房十字樓	2
工藝/設計	1	麻糬兔聽故事玩黏土-小老鼠上台花燈	02/09(日)14:00-17:00	16 工房十字樓	33
工藝/設計	1	團團圓圓-陶盤條燭光器皿設計	02/08(六)14:00-17:00	16 工房十字樓	2
工藝/設計	1	PICK 蝕刻吊飾	02/29(六)14:00-17:00	16 工房十字樓	5
流行音樂	1	節拍廣場	02/22(六)13:00-17:00	藝術廣場	121
影視/廣播	1	月光電影院 《傷心酒吧請燒藍光》	2/15(六) 19:00 放映	藝術方塊	10
影視/廣播	1	月光電影院 《迴游》	2/22(六) 19:00 放映	藝術方塊	8
影視/廣播	1	月光電影院 《機車老爸》 《九局下半》	2/29(六) 19:00 放映	藝術方塊	20
舞蹈	1	電影公園 x90's bboyz 『Dance For Hood 社區舞蹈推廣課程』	02/02(六) 16:00-17:00	多功能展演廳	15
二月小計：場次 9，人數 216					
三月份					
戲劇	1	109 年國際婦女節音樂戲劇活動	03/08(日)14:00-15:30	二樓劇場	30
流行音樂	2	扮裝天后松田丸子 POSA 演唱會	03/13(五)、 03/14(六)19:30-22:00	二樓劇場	279
表演	3	《幽默大師上課囉！》	03/20(五)20:00-21:30 03/21(六)15:00-16:30、 19:30-21:00	二樓劇場	557
民俗與文化資產	2	【西城散策】中華路上•商場拾光	03/28(六) 14:30-17:30、 03/29(日)14:30-17:30	中華路沿線	43
工藝/設計	1	I LOVE TAIWAN 布口罩套 DIY~	03/01(日)14:00-17:00	16 工房十字樓	16
工藝/設計	1	【小工黃 便當小提袋綉印體驗-海軍藍篇】	03/14(六)14:00-17:00	16 工房十字樓	16
工藝/設計	1	ZIKKA。日雜手感 陶胸針	3/15(日)14:00-17:00	16 工房十字樓	2
工藝/設計	1	你今天 Line 了沒?	3/28(六)14:00-17:00	16 工房十字樓	4
工藝/設計	1	TAIWANIZE 中華傳統剪紙藝術	3/29(日)14:00-17:00	16 工房十字樓	5
影視/廣播	1	月光電影院 《那天夜晚》 《林北》 《糖果紙》	03/7(六) 19:00-19:30	都市藝術方塊	15

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
影視/廣播	1	月光電影院 《天長地久》	03/21(六) 19:00-19:30	都市藝術方塊	8
舞蹈	1	電影公園 x90's bboyz 『Dance For Hood 社區 舞蹈推廣課程』	03/07 (六) 14:00-17:00	多功能展演廳	13
三月小計：場次 16，人數 988					
四月份					
工藝/設計	1	北歐森林藤蔓戒指上色仿 舊技法課程	04/02(四)14:00-17:00	16 工房十字樓	3
工藝/設計	1	布口罩套 DIY~第二發! 親子情侶口罩套來囉	04/03(五)14:30-17:00	16 工房十字樓	47
工藝/設計	1	麻糬兔聽故事玩黏土-冰 淇淋吸鐵	04/05(日)14:30-17:00	16 工房十字樓	28
工藝/設計	1	麻糬兔聽故事玩創意-彩 蛋盒	04/19(日)14:30-17:00	16 工房十字樓	18
工藝/設計	1	Hello!毛小孩。	2020/4/18 1430-1700	16 工房十字樓	3
流行音樂	1	節拍廣場	04/18(六)15:00-17:00	藝術廣場	158
影視/廣播	1	月光電影院 《旅途愉快》 《雨天的衣服》	04/18(六)19:00-21:00	藝術方塊	15
影視/廣播	1	月光電影院 《末日》 《末日之間》	04/25(六)19:00-20:00	藝術方塊	35
影視/廣播	1	月光電影院x文化大傳《腹 籌》—戶外放映《五星級 明日餐廳》	04/19(日)19:00-20:30 *原 4/11(六)19:00-20:30 遇雨改 期	藝術方塊	25
四月小計：場次 9，人數 332					
五月					
工藝/設計	1	皮革玫瑰花手做課程	05/02(六) 14:00-17:00	16 工房十字樓	3
工藝/設計	1	拉花卡片康乃馨	05/03(日) 14:30~15:20 15:30~16:20	16 工房十字樓	8
工藝/設計	1	超 Q 萬用收納袋	5/16(六) 14:00-15:00 15:30-16:30	16 工房十字樓	12
工藝/設計	1	超 Q 萬用收納袋	5/17(日) 14:00-15:00 15:30-16:30	16 工房十字樓	11
工藝/設計	1	植物染-藍染口罩	5/31(日) 14:00-17:00	16 工房十字樓	2
影視/廣播	1	月光電影院《珊迪不遲到》	05/09(六)19:00-19:30	藝術廣場	15
影視/廣播	1	月光電影院《超普通特工》 《動物凶猛》	05/16(六)19:00-20:20	藝術方塊	40
影視/廣播	1	月光電影院《懸置》	05/30(六)19:00-19:20	藝術方塊	15
舞蹈	1	電影公園 x90's bboyz 『Dance For Hood 社區 舞蹈推廣課程』	05/30(六)16:00-17:00	多功能展演廳	12
民俗與文化 資產	1	鼓响大地-蛻變	05/30(六)19:00-20:30	二樓劇場	85
五月小計：場次 10，人數 203					

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
六月					
戲劇	1	2020 客家大戲《一夜新娘一世妻》記者會	06/23(二)14:00-15:00	二樓劇場	101
流行音樂	2	Voco Novo 爵諾歌手 10 周年音樂會	06/24(三)19:30-21:00 06/25(四)14:30-18:00	二樓劇場	320
其他	1	《那幾個晚上》讀劇+座談	06/12(五)18:30-19:30	中央展區	7
戲劇	1	《滾地球》演出實境快閃	06/20(六)15:00-16:00	中央展區	16
其他	1	《長春花》讀劇+座談	06/26(五)18:30-19:30	中央展區	8
戲劇	1	《單身租隊友》演出+趣味占卜	06/28(日)16:00-17:00	中央展區	50
工藝/設計	1	麻糬兔小籠包	06/14(日) 14:30~15:20 15:30~16:20	16 工房十字樓	28
工藝/設計	1	【小工黃 毛毛 MIX 帆布袋網印體驗】	06/25(四) 14:00~17:00	16 工房十字樓	3
影視/廣播	1	月光電影院 《DUST》 《大人的世界》 《福星小吉 LOVE100%》	06/06(六)19:00-20:00	藝術方塊	20
影視/廣播	2	月光電影院特映活動-月光電視台	06/21(一) 18:30-20:30 06/23(二)19:00-21:00	藝術方塊	65
影視/廣播	1	月光電影院 X 台藝大電影系劇本發表會	06/21(日)13:30-18:30	多功能展演廳	50
流行音樂	1	節拍廣場	06/13(六)15:00-17:00	藝術廣場	368
舞蹈	1	電影公園 x90's bboyz 『Dance For Hood 社區舞蹈推廣課程』	06/13(六)14:00-15:00	多功能展演廳	12
六月小計：場次 15，人數 1,048					
七月					
戲劇	2	反校	07/04(六)14:00-16:00	二樓劇場	350
戲劇	4	2020 台北大碗茶	07/10(五)19:30 07/11(六)14:30 07/11(六)19:30 07/12(日)14:30	二樓劇場	817
舞蹈	1	搖擺台灣八週年舞會	07/18(六)16:00-21:00	二樓劇場	200
舞蹈	1	柯雅文藝術舞蹈團師生聯展	07/25(六)15:00-17:30	二樓劇場	240
戲劇	3	《笑友會 2》	07/30(四)20:00 07/31(五)15:00 07/31(五)20:00	二樓劇場	750
戲劇	1	《滾地球》演出實境快閃	07/04(六)15:00-16:00	中央展區	19
工藝/設計	1	來刺繡吧！DIY 手繪風格小別針	07/11(六)	16 工房十字樓	9
工藝/設計	1	麻糬兔聽故事玩創意-西瓜大風車	07/12(日)14:30-15:30、 15:30-16:30	16 工房十字樓	16
工藝/設計	1	下酒菜花生小魚乾髮夾-食物模型製作課程	07/26(日)13:00-14:30、 15:00-16:30	16 工房十字樓	18
影視/廣播	1	月光電影院-《歡喜就好》 《擱淺之前》	07/04(六)19:00-20:00	多功能展演廳	60
影視/廣播	1	月光電影院-《醉甜》	07/11(六)19:00-20:00	多功能展演廳	16

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
影視/廣播	1	月光電影院-《夏日貝塔》	07/24(六)19:00-20:00	多功能展演廳	15
舞蹈	1	電影公園 x90's bboyz 『Dance For Hood 社區 舞蹈推廣課程』	07/18(六)14:00-15:00	多功能展演廳	12
流行音樂	1	節拍廣場	07/18(六)15:00-17:00	藝術廣場	185
七月小計：場次 20，人數 2,707					
八月					
戲劇	2	《笑友會 2》	08/01(六)15:00、20:00	二樓劇場	500
舞蹈	1	Big Apple Swing Social Night	08/07(六)19:30-23:00	二樓劇場	161
民俗與文化 資產	2	鼓韻晴聲-方韻晴	08/15(六)18:00-19:00 08/16(日)14:00-17:00	二樓劇場	400
戲劇	5	玫瑰	08/24(一)15:00-16:30、 20:00-21:30 08/25(二)15:00-16:30 08/28(五)20:00-21:30 08/30(日)15:00-16:30	二樓劇場	365
戲劇	3	<<嫁>> —— <<家>>第二 部曲	08/28(五)10:30-12:00 08/29(六)10:30-12:00 08/30(日)10:30-12:00	二樓劇場	259
戲劇	5	酒名：空杓	08/27(四)19:30-21:00 08/28(五)14:30-16:00 08/29(六)14:30-16:00 08/29(六)19:30-21:00 08/30(日)19:30-21:00	二樓劇場	375
其他	1	《超即興啟蒙》即興表演	08/24(一)11:00-12:00	二樓劇場	53
其他	4	「紅樓找茶」-品味台灣茶 講座	08/29(六)、08/30(日) 13:00-14:30、15:00-16:30	茶坊	29
工藝/設計	1	麻糬兔聽故事玩黏土-父 親節領帶鑰匙圈	08/09(日) 14:30~15:20 15:30~16:20	十字樓	34
工藝/設計	1	手縫皮革照片掛飾	08/22(六) 14:00~17:00	十字樓	12
工藝/設計	1	柳葉魚磁鐵+培根捲線器 -食物模型製作課程	08/23(日) 13:00-14:30 15:00-16:30	十字樓	22
工藝/設計	1	插畫珪藻土杯墊	08/14(五) 14:00~15:30	十字樓	21
工藝/設計	1	扭蛋機器人	08/18(二) 14:00~16:00	十字樓	10
影視/廣播	1	2020 西門町後街文化祭- 月光電影院#新鮮製造《街 頭風雲》 *開幕活動『後街體驗日』 場次	08/01(六)19:00-19:30	藝術方塊	23
影視/廣播	1	2020 西門町後街文化祭- 月光電影院#新鮮製造《離 巢》	8/8(六)19:00-19:27	藝術方塊	21
綜合	13	2020 西門町後街文化祭- 後街製造-開幕活動『後街 體驗日』	8/1(六)15:00-20:00 8/2(日)14:00-20:00	藝術廣場、藝術 方塊、多功能展 演廳、後街街區	2491

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
其他	3	2020 西門町後街文化祭-後街製造-後街仔養成計畫-滑板課程	8/8(六)、8/15(六)、8/22(六)、8/29(六) 16:00-18:00	藝術廣場	36
影視/廣播	1	2020 西門町後街文化祭-月光電影院#新鮮製造《午夜陶德》	8/15(六)19:00-19:40	藝術方塊	35
舞蹈	4	2020 西門町後街文化祭-後街製造-後街仔養成計畫-街舞課程	8/5(三)、8/12(三)、8/19(三)、8/26(三) 18:00-19:30	多功能展演廳	53
視覺藝術	4	2020 西門町後街文化祭-後街製造-後街仔養成計畫-塗鴉課程	8/8(六)、8/15(六)、8/22(六)、8/29(六) 15:00-16:30	多功能展演廳	45
流行音樂	4	2020 西門町後街文化祭-後街製造-後街仔養成計畫-DJ 課程	8/8(六)、8/15(六)、8/22(六)、8/29(六) 13:00-14:30	多功能展演廳	80
八月小計：場次 59，人數 5,025					
九月					
民俗與文化資產	1	《Read the Red House》紅樓時光·遊覽西城	09/19(六)15:00-16:30	西門町街區	22
民俗與文化資產	1	《顧腹肚兼顧佛祖—城西市場/廟宇踏旅》	09/20(日)15:00-17:30	西門廟宇	29
演講/講座/研討會	1	2020 西門紅樓文創講談《後疫情時代。電商行銷勢力的崛起》	09/16(三) 15:00-17:30	二樓劇場	72
其他	1	2020 西門町後街文化祭後街仔養成計畫-滑板課程	9/5(六)16:00-18:00	藝術廣場	11
流行音樂	1	刷碟之後-DJ 交流活動	09/05(六)12:00-17:00	藝術廣場	87
其他	1	公園摔角	09/12(六)13:00	藝術廣場	245
流行音樂	1	節拍廣場	09/19(六)15:00-17:00	藝術廣場	210
影視/廣播	2	月光電影院	09/05(六)19:00 09/19(六)19:00	藝術方塊	40
舞蹈	1	電影公園 x90's bboyz 『Dance For Hood 社區舞蹈推廣課程』	09/19(六)14:00-15:00	多功能展演廳	10
九月小計：場次 10，人數 726					
十月					
戲劇	1	翻轉吧!我的七老八十	10/24(六)13:30-16:30	二樓劇場	200
戲劇	1	歌仔戲-春分過，月圓彼一工	10/31(六)19:30-21:00	二樓劇場	240
流行音樂	1	紅樓南廣場 2020 彩虹嘉年華	10/31(六)16:00-22:00	南廣場	5000
民俗與文化資產	1	街區導覽	10/31(六)15:00-17:30	西門廟宇	29
工藝/設計	1	珂蘿花設計 手工樹脂耳環課程	10/14(三)14:00~17:00	十字樓	13
工藝/設計	1	珂蘿花設計 手工樹脂耳環課程	10/18(三)14:00~17:00	十字樓	8

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
工藝/設計	1	2021 年曆掛畫	10/22(日) 14:30~15:20 15:30~16:30	十字樓	22
工藝/設計	1	麻糬兔聽故事玩黏土 -Little ghost party!	10/31(六)14:30~15:30	十字樓	20
舞蹈	1	電影公園 x90's bboyz 『Dance For Hood 社區 舞蹈推廣課程』	10/10(六)14:00-15:00	多功能展演廳	15
影視/廣播	2	月光電影院合作活動-烏 山頭影展巡迴放映『挖__ 的人』	10/17(六)-10/18(日)19:00-20:00	藝術方塊	45
其他	1	2020 西門萬聖『後街萬聖 趴』-麻糬兔聽故事玩黏土 -Little ghost party!	10/31(六)14:30~15:30	十字樓	20
綜合	1	2020 西門萬聖『後街萬聖 趴』-小鬼搗糖 IN 西門鬼 樓	10/31(六)16:00-18:00	八角樓一樓、16 工房、北廣場(市 集)	120
綜合	1	2020 西門萬聖『後街萬聖 趴』-小鬼搗糖 IN 西門商 園	10/31(六)16:00-20:00	西門町街區	1000
影視/廣播	1	2020 西門萬聖『後街萬聖 趴』-節拍廣場 Beatsquare	10/31(六)16:00~18:00	藝術廣場	600
影視/廣播	1	2020 西門萬聖『後街萬聖 趴』-月光電影院《鬼馬小 精靈》	10/31(六)19:00~21:00	藝術方塊	300
十月小計：場次 16，人數 7,632					
十一月					
戲劇	1	歌仔戲-春分過，月圓彼一 工	11/01(日)14:00-15:30	二樓劇場	200
戲劇	7	《2020 龍龍個人秀 Ep3 厭世毒雞湯》- 單口喜劇	11/09(一)20:00 11/10(二)20:00 11/12(四)20:00 11/13(五)20:00 11/14(六)20:00 11/15(日)15:30、19:30	二樓劇場	1355
戲劇	2	壯壯毒蛇脫口秀 5 政治 沒有要正確	11/11(三) 20:00 11/14(六) 15:00	二樓劇場	445
戲劇	4	陳家聲工作室 旋律劇創 世紀《黃金人生》	11/20(五) 19:30 11/21(六) 14:30 11/21(六) 19:30 11/22(日) 14:30	二樓劇場	820
工藝/設計	1	珂蘿花設計 手工樹脂耳環課程	11/14(日)13:00~16:00	十字樓	16
影視/廣播	2	月光電影院	11/14(六)、11/21(六)19:00-20:00	藝術方塊	60
十一月小計：場次 17，人數 2,896					
十二月					
流行音樂	1	頑美，不完美	12/06(日)	二樓劇場	240
綜合	1	原雙簧三重奏「品味私塾 冬部曲-交化音樂之旅」	12/09(三)09:30-16:30	二樓劇場	100

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
戲劇	5	西遊記誤闖黑家店	12/18(五)19:30 12/19(六)14:00 12/19(六)19:30 12/20(日)14:00 12/20(日)19:30	二樓劇場	1325
說唱	2	童顏童語/名家不敗	12/13(日)14:00-15:30、 19:00-20:30	二樓劇場	520
戲劇	5	《仲夏夜之夢》	12/25(五)19:45 12/26(六)19:45 12/27(日)19:45 12/30(三)19:45 12/31(四)19:45	二樓劇場	1505
工藝/設計	1	picobaby 機器人項鍊	12/12(六) 1400-1700	十字樓	32
工藝/設計	1	DIY 半立體彩繪畫油畫	12/19(六) 1400-1700	十字樓	8
工藝/設計	1	DIY 半立體彩繪畫油畫	12/20(日) 1400-1700	十字樓	5
工藝/設計	1	珂蘿花設計 手工樹脂耳環課程	12/26(六) 1300-1700	十字樓	12
影視/廣播	2	月光電影院	12/12(六)、 12/26(六)19:00-20:00	藝術方塊	35
流行音樂	1	節拍廣場十周年慶	12/05(六)15:00-20:00	藝術廣場	688
舞蹈	1	電影公園 x90's bboyz 『Dance For Hood 社區 舞蹈推廣課程』	12/19(六)14:00-15:30	多功能展演廳	5
十二月小計：場次 22，人數 4,475					
場次總計：210 場次			人次總計：26,551 人次		

(三)西門紅樓暨電影主題公園 109 年度服務人次

年度 ／ 月份	西門紅樓全區人次總計			人次比較分析
	107 年	108 年	109 年	較 108 年 人次成長率
1	207,401	358,035	382,263	6.8%
2	243,677	540,175	242,571	-55.1%
3	465,694	338,671	85,171	-74.9%
4	330,657	407,739	64,434	-84.2%
5	304,184	433,840	99,805	-77.0%
6	293,863	408,731	120,216	-70.6%
7	396,002	410,326	123,388	-69.9%
8	328,176	397,452	155,833	-60.8%
9	370,660	345,356	114,537	-66.8%
10	428,720	569,330	215,451	-62.2%
11	393,768	388,216	153,215	-60.5%
12	449,000	501,485	162,196	-67.7%

年度 ／ 月份	西門紅樓全區人次總計			人次比較分析
	107年	108年	109年	較108年 人次成長率
累計	4,211,802	5,099,356	1,919,080	-62.4%

註：109年2月起因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響，觀光人潮較去年人次大幅下降，平均減少4成。

年度 ／ 月份	電影主題公園全區人次總計			人次比較分析
	107年	108年	109年	較108年人次成 長率
1	8,768	7,676	10,359	35.0%
2	6,463	6,939	10,227	47.4%
3	8,785	9,710	9,302	-4.2%
4	15,689	9,267	9,866	6.5%
5	8,919	10,565	11,078	4.9%
6	11,405	17,035	12,273	-28.0%
7	12,589	11,807	11,018	-6.7%
8	12,434	11,752	14,038	19.5%
9	12,056	33,156	10,489	-68.4%
10	10,933	12,448	15,696	26.1%
11	12,447	18,578	10,758	-42.1%
12	11,632	13,781	11,420	-17.1%
累計	132,120	162,714	136,524	-16.1%

註：

- 1.電影公園108年因11月份有金馬影展影迷補給站活動，故109年當月人次較去年同期少。
- 2.109年下半年因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響，雖西門町觀光客人數大幅減少，但電影公園屬戶外開放空間，則影響較小。

(四)西門紅樓109年度各場地使用率

109年西門紅樓全館使用率											
月份	北廣場			二樓劇場			南廣場	河岸 留言	茶坊	精品區	16工房
	平日	假日	總計	平日	假日	總計	總使 用率	總使 用率	總使 用率	總使 用率	總使 用率
1	24.0%	100.0%	45.1%	12.0%	14.0%	13.0%	100.0%	16.0%	100.0%	100.0%	100.0%
2	25.0%	100.0%	48.0%	10.0%	0.0%	7.0%	100.0%	17.0%	100.0%	100.0%	100.0%
3	9.0%	100.0%	36.0%	14.0%	33.0%	19.0%	100.0%		100.0%	100.0%	100.0%
4	10.0%	100.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%			100.0%	100.0%
5	30.0%	100.0%	55.0%	15.0%	18.0%	16.0%	100.0%			100.0%	100.0%

6	38.1%	100.0%	60.0%	14.3%	11.1%	13.3%	100.0%	7.0%		100.0%	100.0%
7	0.0%	100.0%	26.0%	30.4%	63.0%	39.0%	100.0%	16.0%	100.0%	100.0%	100.0%
8	5.0%	100.0%	36.0%	48.0%	70.0%	55.0%	100.0%	16.0%	100.0%	100.0%	100.0%
9	0.0%	100.0%	27.0%	41.0%	13.0%	33.3%	100.0%	26.0%	100.0%	100.0%	100.0%
10	0.0%	100.0%	39.0%	24.0%	33.3%	29.0%	100.0%	19.0%	100.0%	100.0%	100.0%
11	23.0%	100.0%	43.0%	76.2%	89.0%	80.0%	100.0%	30.0%	100.0%	100.0%	100.0%
12	3.2%	100.0%	29.0%	74.0%	100%	81.0%	100.0%	26.0%	100.0%	100.0%	100.0%
平均	13.9%	100.0%	40.3%	29.9%	37.0%	32.1%	100.0%	19.2%	100.0%	100.0%	100.0%

註：

- 1.二樓劇場、北廣場因為開放對外租借使用，場地使用率以當月實際天數作基準計算(不含颱風停班則不計入)，河岸留言亦同；16 工房、茶坊、精品區則配合本館營業時間，故以開館日作基準計算。
- 2.場地使用率計算方式：本館以電子記數器來計算準確人數，並有工作人員定時檢查設備。廣場因為開放流動空間，則由工讀生以計數器抽樣估算。使用率以使用天數/當月總天數。
- 3.假日使用天數：依人事行政局公告假日(週末、國定假日、彈性放假日)為假日使用天數。
- 4.因新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響，場地使用率較去年大幅下降，河岸留言於 3 月至 5 月暫停營業向北市府申請補助進行設備修繕；茶坊則為因應疾管屬發佈之防疫相關飲食規範，4 月至 6 月暫停營業，停業期間不計入使用率計算。16 工房亦因新冠肺炎 (COVID-19) 疫情於 4/7 至 6/15 期間僅五、六、日營運，6/16 恢復正常營運，停業期間不計入使用率計算。

月份	藝術廣場	多功能展演廳	複合式餐飲空間
1 月	3.2%	22.6%	71.0%
2 月	6.9%	34.5%	86.2%
3 月	9.7%	16.1%	48.3%
4 月	6.7%	0%	33.3%
5 月	9.7%	9.7%	22.6%
6 月	13.3%	70%	16.7%
7 月	6.5%	58.1%	87.1%
8 月	22.6%	61.3%	83.9%
9 月	20.0%	53.3%	83.3%
10 月	9.7%	41.9%	83.9%
11 月	6.7%	36.7%	83.3%
12 月	9.7%	45.2%	87.1%

臺北市電影主題公園各空間使用率			
月份	藝術廣場	多功能展演廳	複合式餐飲空間
平均	10.4%	37.5%	65.6%

註：

- 1.藝術廣場使用率下降原因：園區人員於各活動皆主動控管音量，但仍遭住戶不斷檢舉，外部單位租借場地意願及效益逐年下滑。
- 2.A棟空間為委外營運，廠商因新冠肺炎（COVID-19）疫情調整營業時間，故使用率下降。

(五)行銷宣傳效應

西門紅樓官網 108 年底開始籌備網站後台系統更新及網站版型設計，於 109 年 11 月 26 日(四)完成全新介面，整體呈現更為流利，提升網站使用者操作各項功能便利性及資訊多元化為重點，且有清楚的中英雙語化資訊，新網站推出後立即獲得許多使用者讚許。西門紅樓官網累積至 109 年 12 月已突破 4,813 萬 2,604 瀏覽人次，臺北市電影主題公園的官網則有 223 萬 6,276 瀏覽人次。

1.Facebook

自 98 年 10 月份起開始經營 Facebook 粉絲專頁。截至 109 年 12 月共有 3 萬 4,658 名粉絲。比照西門紅樓之網路行銷模式，臺北市電影主題公園亦自 99 年 4 月份起開始經營粉絲專頁，至 109 年 12 月計有 1 萬 2,031 名粉絲。106 年 10 月份開創西門紅樓 Instagram 帳號，視覺化的溝通更符合新世代年輕人的習慣，並透過網群媒體直播功能，擴大宣傳效益。

民國 109 年西門紅樓 Facebook 粉絲數				
年／月	107 年	108 年	109 年	成長率 (109/108)
1 月	31,348	32,823	34,035	3.7%
2 月	31,427	32,886	34,051	3.5%
3 月	31,503	33,006	34,071	3.2%
4 月	31,608	33,101	34,083	3.0%
5 月	31,717	33,185	34,090	2.7%
6 月	31,870	33,250	34,141	2.7%
7 月	31,977	33,328	34,187	2.6%
8 月	32,033	33,433	34,239	2.4%
9 月	32,146	33,523	34,281	2.3%
10 月	32,366	33,735	34,445	2.1%
11 月	32,550	33,867	34,532	2.0%
12 月	32,694	33,982	34,658	2.0%

註：臉書粉絲專頁穩定成長，除了館所訊息，優惠活動訊息，也透過轉發萬華在地資訊傳達西門町商圈訊息，以期許凝聚固定的在地藝文愛好者的資訊推廣平臺，並透過館內自辦活動結合粉絲團按讚活動帶動人氣。

109年電影主題公園 Facebook 粉絲數				
年／月	107年	108年	109年	成長率 (109/108)
1月	10,503	10,888	11,694	7.4%
2月	10,514	10,917	11,711	7.3%
3月	10,539	10,950	11,720	7.0%
4月	10,546	11,014	11,724	6.5%
5月	10,558	11,050	11,747	6.3%
6月	10,579	11,213	11,767	4.9%
7月	10,604	11,345	11,877	4.7%
8月	10,811	11,389	11,906	4.5%
9月	10,813	11,507	11,921	3.6%
10月	10,836	11,597	12,016	3.6%
11月	10,863	11,671	12,021	3.0%
12月	10,878	11,695	12,031	2.9%

註：電影公園按讚人次有漸攀升之象，透過與其他單位大型展覽合作及館內自辦活動結合粉絲團按讚活動帶動人氣，穩定成長。

2. 官網瀏覽量

西門紅樓官網自民國 97 年 7 月起經營官網以來，除定期更新相關活動訊息外，亦不定期發布主題市集內容、每週創意品牌報導、本會自辦及行銷活動，增加官網內容深度與廣度。官方網站累積至 109 年 12 月已突破 4,813 萬 2,604 瀏覽人次。臺北市電影主題公園官方網站自 99 年開站以來，至 109 年 12 月亦已吸引 223 萬 6,276 瀏覽人次造訪。社群網絡時代來臨，藉由「內容經營」與「深度行銷」，維持穩定成長。

3. 刊物

民國 109 年發行刊物包含報紅（自民國 98 年 5 月起採雙月刊發行）第 64 至 69 期，發行量共計 3 萬 5,000 份；DM 文宣發行量包含 7 月後街文化祭 6,000 份、9 月西門紅樓古蹟日 500 份、9 月西門萬聖派對 800 份、12 月西門紅樓 112 歲生日慶活動海報 2,500 份。

4. 媒體報導

民國 109 年度平面與電子媒體報導共計 569 篇。拍攝部分共有 137 次非商業攝影活動來訪，包含日本 NHK 電視台、大愛電視台、蘋果日報、自

由時報、聯合報、中國時報、ETtoday、鏡周刊、juksy 街星、TAIPEI TIMES、華崗電視臺等媒體。串連文化基金會網群及臺北市政府文化局（含文化快遞），如臺北好藝術、臺北藝術節、台北電影節、台北當代藝術館、台北偶戲館、台北國際藝術村、松山文創園區等，以文宣品擺放方式串聯臺北市文創區域，如：中山區域、師大商圈、公館商圈，並積極開發串連西門町商圈、萬華地區、古蹟、藝文館所、咖啡店、設計旅店、書店及觀光業等文宣鋪點資源。

5. 異業合作

109 年本館除續與媒體單位合作媒體資料分享連結，也與政府單位及業界進行合作，以提供優惠與活動串連方式吸引民眾來訪，包含與台北捷運公司合作辦理「搭捷運遊台北」旅遊票優惠活動，與兩廳院合作「藝文存摺」串聯行銷合作，增加西門紅樓曝光機會。109 年與 Like it Formosa 合作二次英文導覽活動，致力於打造復古與創新融合的文創新天地，推廣國際知名度。

二、剝皮寮歷史街區西側經營管理

(一) 營運定位與目標

艋舺是臺北城市發展的起源地，剝皮寮身為臺北唯一經歷不同時空背景被保存下來的三百年歷史街道，除妥善保存並維護歷史建物，在硬體設施部分，落實基本管理維護項目，以文資法為最高原則與歷史建物共存，並提供街區安全的參訪環境之外，延續電影藝術教育推廣的成果、人文歷史展示之策劃及推展、街區再造與活化計畫視為營運的重點。108 年開始由西門紅樓暨電影公園營運剝皮寮，從「文化教育」觀點出發，以「強調人文歷史價值」、「建置文化交流推廣管道」及「提供在地體驗文化」為策略，達到「創新文化據點」、「推廣人文和影像教育」、「凝聚在地向心力」的目標，將剝皮寮歷史街區定位為「文化體驗平台」，具體而微的在剝皮寮歷史街區呈現萬華在地文化特色，培養全民在此體參與式文化教育，建立全民文化共識。

(二) 成果概述

109 年度的工作重點放在社區藝文推廣、電影文化與藝文教育推廣，並依營運定位與計畫目標舉辦展覽與活動。109 年共計 49 萬 3,687 參觀人次，共接洽 142 組場地單位(其中 42 組因新冠肺炎 (COVID-19) 疫情取消)，累積超過 150 檔展演活動，康定路及廣州街共 29 個展間，使用率為 64.97%，自辦 11 檔展覽、24 部電影放映、2 大場節慶活動(包含超過 30 場活動)、48 場講座及表演及工作坊、13 場導覽、32 個奉茶時段(因新冠肺炎

(COVID-19) 疫情於 2/7 暫緩)，年度媒體篇數 252 篇，平面 1 篇，電視廣播 8 篇，網路媒體 243 篇。

年度／月份	剝皮寮歷史街區西側人次總計			人次比較分析
	107 年	108 年	109 年	較 108 年 人次成長率
一月	25,992	41,451	54,117	30.6%
二月	36,246	64,682	42,268	-34.7%
三月	25,336	65,590	28,034	-57.3%
四月	27,602	62,425	21,103	-66.2%
五月	54,727	64,252	31,088	-51.6%
六月	47,506	56,493	25,024	-55.7%
七月	47,701	57,207	37,655	-34.2%
八月	53,412	59,614	38,541	-35.3%
九月	43,582	41,418	38,918	-6.0%
十月	57,491	62,324	65,908	5.8%
十一月	49,711	63,296	55,430	-12.4%
十二月	58,837	60,948	55,601	-8.8%
小計	528,143	699,700	493,687	-29.4%

註：109 年度參觀人次因新冠肺炎(COVID-19)疫情影響，較去年減少 29.4%

1. 街區空間的管理與維護

(1) 街區工程管理

A. 因應計畫送審通過(待發許可證)

B. 追蹤修復及再利用計畫進度

(2) 街區維護管理與修繕

A. 安裝公共空間求救鈴

B. 防雨作業

C. 視聽室設備優化

D. 防疫作業

E. 例行維護：調整 6 間展場燈光、木拉門輪子修繕 30 組、更換腐爛門窗 14 樁、無障礙木棧道 1 處、廁所木門增加百葉小窗 6 扇、護木漆保養門窗椅 40 樁、設置雨遮雨擋 16 座、接水盤 12 座、清洗 14 台室外機及 91 台室內機。

2. 街區的活化與教育推廣

(1) 以在地出發的文史常設展

A. 剝皮寮城西大廳

109 年度於遊客中心設置萬華文化資訊平台，擺放各項展覽及藝文活動，提供剝皮寮英文導覽地圖及電子版下載，並規劃遊客中心周邊展間分別為：《城西大廳》以遊客中心及播放室作為介紹剝皮寮百年老街的導覽故事；《城西生景》(展間 31 號)對照艋舺過去及現代的照片展示與信箱故事牆，探尋街廓的生活光景；《百年城西》活版印刷特展(展間 27 號)，分享萬華職人故事與活版印刷機具介紹；《百年匠心》特展(展間 29 號)呈現屬於艋舺人產業的百年故事，串聯剝皮寮街區周邊、在地里民相互交流，提供多元面向認識萬華豐厚的人文風貌。

地點：剝皮寮遊客中心

時間：年度服務諮詢服務

參與人次：約 30 萬人次

B.土炭市展覽

剝皮寮百年街區裡的土炭市坐落於康定路及廣州街交叉口，為街區重要入口，更是眾多觀光遊客最先接觸的空間，109 年度規劃為人文歷史展覽空間，舉辦二檔展覽分別為：一至九月《嫁娶》模型展、十月至十二月《街廓生活尪仔》創意老行業迎艋舺模型展，由萬華社區大學社大及學員完成，透過手工公仔迷型呈現傳統台灣嫁娶文化及迷你版歷史街廓樣貌，吸引眾多民眾及觀光遊客大量參觀。

地點：土炭市(展間 163、181、183)

場次：2 檔展覽

參與人次：約 10 萬人次

(2)生活節氣活動-城西生活節

剝皮寮歷史街區原為生活場域，充滿商家、茶室、旅社等相關住宅，其建築物內更重要的是人與人之間的距離及一年四季的相處，透過生活文化，展現剝皮寮歷史街區原有文化溫度，故剝皮寮搭配節氣生活，循著節氣脈絡，挖掘艋舺城西在地生活，邀請新品牌及藝術家進駐展示，讓新舊文化以剝皮寮為艋舺城西的中心進行擴散及推廣。

本年度舉辦二檔《城西生活節》，分別為四月份《城西生活節 來去捉迷藏》及十一月份《城西生活節 千變萬華》，透過年度特展串聯常駐單位、地方創生產業、宮廟文化，並多元運用剝皮寮空間特性，如演藝廳、視聽室、遊客中心特展等。

四月《城西生活節 來去捉迷藏》於春夏之際首次舉辦老街區的闖關活動，規劃街區藏寶圖，循著隱藏在一棟棟老屋中的線索，尋找屬於剝皮寮的驚喜與歷史故事。並與在地店家老濟安結合，製作屬於剝皮寮香氣的「街區冒險青草包」，以「艾草」、「香茅」、「薄荷」三種青草為基底設計製作青草包，更以祈福、避邪、提神舒壓等，其展覽及活動內容，皆獲得好評。其中，在新冠肺炎（COVID-19）疫情期間，除了剝皮寮謹慎規劃活動，也與在地藝文場館串連，有西門紅樓、婦女館、臺北文獻館等。

2020《城西生活節 千變萬華》於十一月正式開幕，以「艋舺狂歡慶典，巡城遊西常民生猛力」為主軸。作為剝皮寮歷史街區西側的年度重要節慶活動，循著剝皮寮百年街廓的建築特色，探索在地生活場域，有信仰文化、軒社藝陣、百年產業、聲響街景等千變樣貌。整體特展規劃以「萬華」為核心，象徵「千變面貌，形色萬化」，以「信仰生活」為主題，走進剝皮寮認識常民生活之外，也體驗艋舺青山宮靈安尊王聖誕慶典，及艋舺龍山寺、艋舺清水巖、臺北天后宮等生活文化，同時與剝皮寮有著地緣關係的百年廟宇「艋舺金門館」，也坐落在老街西側廣場，設置近二層樓高的「紅壇」，宛如行動廟宇。《2020 城西生活節》有特展，也有文化巡禮的活動互動，從「謎走剝皮寮巡福」走讀導覽、「夜巡預備備」表演、「剝剝看電影」經典放映、「廟埕酬神獻藝」民俗表演等 25 場以上的各項活動，讓民眾一同跑場次，一同體驗，從不同的角度及面貌，認識萬華的文化與特色。

地點：展間 35、37、39、161、視聽室、土炭市

場次：2 大主題節慶展演活動及 1 檔展覽

參與人次：約 3 萬 5,000 人次

(3)新舊交織系列工作坊活動

剝皮寮除了擁有許多展覽進駐，也邀請周邊在地店家、新銳藝術家、產業職人、表演課及生活 DIY 等推廣台北生活學習的課程，109 年度《剝剝起家厝》系列單元以課程、工作坊、講座等多方面向進行在地文化研習課程，使剝皮寮與在地社群產生緊密連結，同時提供遊客體驗在地特色，並帶回紀念，豐富街區活動。

本年度一月至十一月舉辦《剝剝起家厝》系列單元：一場「筆墨春聯賀新禧」寫春聯體驗、「編織祝福」與「生活編織」兩場傳統竹編皿器手作、「手感紙藝」三場系列現代手抄紙藝創作，由深入簡出認

識傳統紙藝與現代工藝的結合運用、四場在地主人文導覽「剝皮寮 厝邊頭尾聊」，以地方知識教育、觀光產業、社區營造以及表演藝文等主題，透過在地文史老師、社福團體以及表演藝術家的對剝皮寮歷史街區的研究與觀察，帶領民眾穿梭萬華巷弄體驗不同角度的萬華人情味。《剝皮起家厝》透過傳統歷史脈絡及人生在地生活，發展導覽、工作坊等系列活動，推廣剝皮寮為萬華人文互動活動平台，活絡街區之形象。

地點：展間 39、演藝廳、剝皮寮歷史街區周邊景點

場次：6 場工作坊、4 場導覽

參與人次：工作坊約 210 人次、導覽約 90 人次

剝皮寮也持續挖掘老城區傳統與創新交織的新故事，於八月至十一月舉辦《裝滿一座城的香：萬華咖啡店文化散策》特展，集結北、中、南萬華 29 間特色咖啡店家與在地青年共同合作，規劃主題導覽路線及咖啡職人講座，深刻描繪出萬華在地的職人精神，更於開幕當天辦理大型開幕市集，展現老城新生代的創意與熱情，深受在地人好評及口碑，推廣剝皮寮為萬華人文互動活動平台之形象。

地點：剝皮寮街區及萬華區各地店家景點

場次：1 檔節慶活動

參與人次：約 2 萬人次

(4) 電影放映及影像推廣教育

109 年度規劃系列單元分別為：二月「剝皮看電影 台灣短打」選映台灣當期新銳短片、七月「坐板凳·看經典」與聯合文學雜誌合作放映台灣經典老電影《魯冰花》、九月主「青春·未完待續」主題選映青春、家庭相關短片、十月「平行的愛語」從性別認同探索愛的本質，更與「第五屆當代敘事影展」合作系列臺灣客家文學影片、十一月精選台灣廟宇文化題材之電影《忠仔》、《愛的麵包魂》，並推廣台灣民俗技藝紀錄片、十二月主軸「鏡框延伸之外：新影力」以具挑戰性、創造性的台灣新銳導演作品，整年度總共放映 24 場電影，邀請 18 位導演、演員、影評人及相關從業人員參與，其中包含 16 場電影座談。

本年度與位在萬華的時報本舖共同合作《小時報 X 剝皮寮 親子故事時間》，透過書籍衍伸不同種類的活動形式，用簡單生動的方式，聽繪本故事做手作，如：繪畫、捏黏土等，再搭配投影影像的圖像，引導學齡孩童了解書中內容，也讓陪同的家長體驗影像推廣教育的

重要性，提升閱讀興趣，進而培養視讀能力，增加親子互動關係，共 7 場。

地點：視聽室、演藝廳、展間 13、15

場次：24 部電影放映、16 場電影座談、7 場活動

參與人次：約 1,060 人次

(5)重返長壽茶桌仔，體驗奉茶文化

剝皮寮 161 號的前身為「長壽茶桌仔」舊址，將早期的飲茶文化重返這個空間，延續長壽茶桌的名字及文化，重新開啟萬華飲茶文化體驗，並邀請原長壽茶桌仔的老闆娘駐點於剝皮寮成為真人行動故事，隨時分享著剝皮寮街區的種種，讓民眾有著深刻的體驗活動，並與常駐單位「社團法人臺灣夢想城鄉營造協會」共同合作宣傳。本年度受新冠肺炎（COVID-19）疫情影響轉以線上分享，由剝皮寮創立 Youtube 頻道以「剝剝去哪裡」走訪萬華挖掘在地故事，提供民眾線上觀賞，同時帶著觀眾認識剝皮寮與萬華更多不一樣的特色。

(6)街區藝術文化活動及展演平台

剝皮寮歷史街區以文化生活平臺聚落為出發點，結合表演藝術及展演形式，邀請藝術家或表演者製作屬於在地元素藝文活動，邀請民眾透過街區藝文活動，重新體驗萬華及剝皮寮歷史街區的獨特場域，重新啟動對這塊土地的感官體驗，期待民眾對萬華在地、街景店家、生活環境等有新的認識與體察。

本年度由表演藝術之概念，以沉浸式互動劇場、工作坊、戲劇體驗表演，認識萬華並採集在地故事並探索街區空間與建築特色，有一月至二月舉辦的《我嘎哩共 街區對話系列活動》：萬華的身體記憶肢體開發工作坊、萬華飛賊秀：東躲西藏回家去、丑角劇演出：布瘋姐妹花，於七月至八月與臺北藝穗節攜手合作《無敵閃：週末你來看》，結合表演藝術團隊於街區與觀眾互動演出外，更限時開放剝皮寮樹屋探險，帶民眾一窺百年老街的別緻景色，十一月份邀請由深入採集萬華故事的表演團隊 Phi 表演工作室舉辦《夜巡預備備!》體驗式劇場，遊歷街區體驗在地信仰文化的樂鬧與價值，整體共 10 場。

剝皮寮主要為提供管理展間的場域平台，為引進優質並與剝皮寮營運方針及氛圍相符之展演，提供場地協助、宣傳資源及輔助相關需求，本年度與在地萬華社區大學師生於三月至六月份舉辦《小田園

教育計畫》城市野菜食光 1 檔，綠美化街區植栽進行台灣自然物種教育推廣，並分別於三月至十二月份由台北藝術大學合辦萬華土地人文相關課程《北藝大 X 剝剝學堂》3 季課程共 47 堂課，聯經出版社帶來《秋日閱讀節》行動書車 1 檔，其展演及活動拓展剝皮寮之客群，推廣剝皮寮歷史街區之教育推廣及引進優質展演形象。

地點：演藝廳、視聽室、173 巷、街區內廣場、展間 27 號 2 樓

場次：10 場活動、3 檔合作展覽

參與人次：約 1,930 人次

3. 社群經營推廣

(1) 實習生及志工招募

109 年度剝皮寮歷史街區西側舉辦「城西-種籽隊志工」、「營運組實習生」、「高中生媒合計畫」招募，實習生招募針對大專院校及高級中學有興趣朝向場館營運及藝文推廣活動者進行培訓，培訓內容包含：行政維運、展演活動、廣宣宣傳、場務管理等四大面向進行，而志工招募不限特定人士，有志工服務意願者為優先考量，其培養成為剝皮寮街區的前台服務、展覽導覽、活動諮詢前台等，其待透過多元的形式培養剝皮寮場館人員及支持在地服務之志工。

本年度招募共有 107 人報名，實習生錄取 19 人，志工錄取 15 人，共舉辦 8 場培訓課。未來也將繼續深化志工及實習生的街區服務及導覽專業，增加對文史發展、口語表達與實務演練等知識及技巧，同時也鼓勵成員們參與更多本館自辦類型活動，累積對剝皮寮藝文展演活動規劃之核心精神，期待能提供民眾更深入且豐富的展演活動解說。

(2) 媒體宣傳

透過網路自媒體的方式，提升剝皮寮歷史街區的知名度，推廣街區歷史故事及多元展演活動，吸引更多不同客群、年齡之遊客到訪並延長參觀駐足時間，透過社群、多元平台及廣宣資源宣傳剝皮寮歷史街區所有各項展覽、展演及活動。剝皮寮自辦展演活動期間也會同步發送新聞稿與採訪邀請，亦整併館內現有資源，強化主題方式擴大媒體效益為努力方向，以網路媒體資源、電子化的宣傳為主，將宣傳透過數位加深廣度。剝皮寮歷史街區官網累積至 109 年底共有 54 萬 1,206 造訪人次，年度增加 27 萬 7,080 位官網瀏覽人數，平均每月成長 6.17%；臉書粉絲專頁累積至 109 年底共有 1 萬 7,139 位粉絲，年度增加 3,590 位粉絲人數，較去年成長 26%；Instagram

官方平台則累計 1,635 粉絲人數，年度增加 695 位粉絲人數，較去年成長 74%。

109 年/月	臉書粉絲人數	官網瀏覽人數	Instagram 人數
1 月	13,711	286,102	947
2 月	13,858	305,712	1,058
3 月	14,044	326,407	1,103
4 月	15,030	341,232	1,240
5 月	15,291	358,257	1,361
6 月	15,453	377,190	1,399
7 月	15,793	399,682	1,448
8 月	15,989	424,211	1,482
9 月	16,275	443,363	1,531
10 月	16,743	484,916	1,584
11 月	17,039	522,034	1,611
12 月	17,139	541,206	1,635
較 108 年度成長	26.5%	104.9%	73.9%

台北偶戲館

一、台北偶戲館經營管理及推廣

(一)典藏

配合文化部 106 年-110 年推動前瞻計畫「數位建設」，以過往累積之臺灣原生文化元素及生活知識經驗為基底，藉由數位科技工具促進「保存、轉譯、開放、運用」專屬於臺灣的文化 DNA，本館規劃建置「台北偶戲館文物典藏數位記錄」，以現行文物典藏為基礎，建置文典共構系統為核心，移植系統導入之成功經驗，以達共享用之目標，提供精實與豐富多元之文化資產資料轉譯、開放、運用。

109 年度將 50 件展品，做盤點評估、文字整理、拍照記錄、上傳文典系統。另將典藏庫房內的 30 座典藏櫃進行全面檢修完畢。

(二)展覽

1.常設展 109 年展覽區域優化工程

本館期許在未來成為台北偶戲藝術中心，以臺灣偶戲為蒐集、研究、典藏、展示與推廣之範圍，兼負偶戲文化教育功能之重大使命。

自 2004 年 8 月開館至今已多年，隨著時間影響各個空間的硬體設備、展示櫥窗、輸出說明等也漸漸老舊和損壞，常設展區的展示戲偶也多年未更新，本次以世界偶戲為主題進行常設展優化工程，其展示架構為基礎性世界偶戲概況，勾勒跨越數百年之偶戲風貌，連結民眾日常的生活

與感受，以基礎性、普及性、歷時性的相關展示論述、裝置與物件，提供參觀民眾對世界偶戲面貌的基本認識。

將偶戲發展的線性時間軸轉化為「歷史的世界」、「變化的世界」、「共創的世界」、「消逝的世界」、「未來的世界」五個空間。打破館舍原靜態展示之框架，以場景、裝置等多元手法，打造面向不同身心需求的展覽，以深入淺出的方式介紹世界偶戲的整體樣貌。

109年6至11月進行展場設計暨施作工程，109年11月07日(六)整修完畢重新開放。

2.特展

舉辦二檔特展，主題涵蓋傳統、創意、藝術家創作等展覽方向，推廣更多元的偶戲文化。

(1)《輝煌 90 技藝傳承》

展覽日期：109年1月21日(二)至109年06月14日(日)，參觀人數：3,049人

大師工作坊自99年開辦以來，持續培養對戲偶操演及布袋戲工藝製作有高度興趣的種子學員，陸續推出工藝製作班、後場音樂班、戲偶操演班及兵器道具班，讓偶戲技藝傳習不斷，且全面推廣。

無形文化資產的保存，需要仰賴世代的傳承與推廣，陳錫煌大師對於傳承傳統藝術文化更是不遺餘力。其創立之『陳錫煌傳統掌中劇團』已努力耕耘超越十個年頭，即將適逢陳錫煌大師90大壽，將以此里程碑為概念出發，邀請台北偶戲館駐館國寶藝師陳錫煌先生，首度公開亮相「陳錫煌布袋戲文物保存計畫」經典作品，並集結推動十年的掌中技藝傳習計畫駐館期間參與課程的學員創作，學員皆來自不同年齡層，從小學至成年甚至有親子共同參與，承先啟後，跨世代的文化傳承將老傳統注入新人類思維，也可藉此機會將鮮少有人願意公開的精美傳統戲偶及道具的製作方式、將其過程與半成品呈現給所有的民眾與傳統掌中戲的愛好者，期望將傳統布袋戲中包羅萬象的藝術世界呈現給所有大眾。

特展期間因遭逢新冠肺炎(COVID-19)疫情影響，另舉辦線上展覽及徒子徒孫大獻藝之直播讓無法親臨現場之民眾，能透過線上方式觀賞，希望儘管是在艱困的時刻仍能將傳統文化保存並讓大眾看見。

(2)《移動與交織：印尼戲偶的奇幻之旅》

展覽日期：109年11月14日(六)至110年04月11日(日)，參觀人

數：5,133 人

以台北偶戲館典藏的印尼皮影戲偶（Wayang Kulit）和扁平傀儡偶（Wayang Klitik）為主軸，譜寫戲偶神話與身體複雜的歷史移動，述說「從印度天界到爪哇土地後再進入臺灣時空」的奇幻之旅。更藉由呈現在臺印尼人對其原鄉文化的印象與詮釋，映照在臺印尼人的跨境脈絡於戲偶旅途上。

展場內除展出台灣難得一見的印尼戲偶外，還規劃了 DIY 區域，讓大小朋友可以在現場創作屬於自己的印尼戲偶。規劃一系列主題講座，包含印尼傳統表演藝術概述、巴里島甘美朗及皮影戲示範演出和爪哇皮影戲體驗等，帶領參與的民眾從多元的視角認識印尼璀璨的藝術文化。

講座：本特展規劃三場講座活動，主題包含印尼傳統表演藝術概述、巴里島甘美朗及皮影戲示範演出和爪哇皮影戲體驗，從多元的視角認識印尼璀璨的藝術文化。

√《印尼傳統表演藝術的多樣性》特展講座

日期：109 年 11 月 15 日(日)

內容：介紹從峇里島到蘇門答臘島、宮廷到民間、伊斯蘭到巫術、爪哇人到華人等不同的音樂舞蹈表演型態，讓我們走進印尼的文化藝術殿堂，了解印尼表演藝術之美，以及無數珍貴的無形文化資產，去體驗一個完全不同的印度尼西亞。

√《有影嚙？影子會說話！—談巴里島甘美朗音樂與皮影戲》特展講座

日期：109 年 12 月 5 日(六)

內容：印尼皮影戲除了靈魂人物偶師(達郎，dalang)之外，樂師也是不可或缺的角色，古斯帝老師的講座影片，除了有老師親身示範外，同時邀請到樂師伴奏，協助古斯帝老師的講解。

√《虛實交織：爪哇皮影戲的故事與操偶》特展講座

日期：109 年 12 月 12 日(六)

內容：介紹爪哇皮影戲的內涵，以及帶領學員們操偶，透過親身體驗來了解爪哇皮影戲之美。

(三)教育及推廣

1.教育推廣及演出活動

(1)搭配特展、活動偶戲演出

活動日期	活動名稱	參與人次
------	------	------

2/08(六)	《老鼠搖滾》好劇團演出	50 人
2/22(六)	《徒子徒孫大獻藝》演出	300 人
11/06(五)、11/07(六)、 12/26(六)	《魔笛》演出	925 人
11/28(六)	《上帝公的香火袋》駐館演出	45 人

(2)109 年度教育推廣活動

導覽介紹、小型偶劇的演出欣賞、戲偶 DIY 製作課程。108 年度參與人數如下：

活動名稱	人數
導覽活動	5,862 人
戲偶 DIY	850 人
小型偶劇	4,786 人

(3) 「舞動指偶 有影互動」樂齡活動計畫方案

根據文獻指出，藉由參觀博物館能獲得新知及技能，同時增進人際之間互動，亦能喚起認知功能障礙患者過去的回憶，也能提升幸福感，而依衛生福利部委託臺灣失智症協會進行之失智症流行病學調查結果指出，目前台灣 65 歲以上的老人每 12 人即有 1 位失智症者，80 歲以上的老人則每 5 人即有 1 位失智症者。故由台北松青扶輪社出資，松山區健康服務中心邀請合辦以輕度認知功能障礙長者為活動主要參與者，由台北偶戲館館長設計「體驗手偶 DIY」課程，讓長者藉由手做的過程來增強腦部之視、聽覺刺激，期以提升長者想像力及專注力，延緩認知功能退化程度，進而拓展失智友善社區及失智症防治照護網絡。課程引起熱烈的迴響，長者經評量，尤其在創造力的部分顯著進步，未來計畫長期與松山區健康中心合作此計畫，將偶戲教育推廣給樂齡長者，對目前逐漸高齡化的社會有很大助益。

第一梯次於 109 年 6 月舉辦後一致受到參予學員及主辦單位好評，於 109 年 12 月底舉辦第二梯次。

(4) 新布袋戲實驗室第五號作品魔笛演出

自 108 年起，與新布袋戲實驗室合作，聯合推出布袋戲實驗性作品。109 年由文化部雲林文化處與傳藝中心及周凱基金會出資，由台北偶戲館和臺北藝術大學動畫系創作執行，推出第五號作品魔笛，演出形式將由新一代演師及動畫互動演出，是一部全新創作難度極高的作品，於 11 月及 12 月關渡藝術節及台中歌劇院演出。

(5) 桃園閩南書院系列課程-傳統技藝進校園

由桃園市政府文化局邀請台北偶戲館進入校園，與學生分享偶戲世界，透過台北偶戲館”小小偶大世界”的主題介紹，從自身文化出發，兼具認識世界偶戲。小朋友除了可以觀賞台灣布袋戲外，我們也帶了世界各地的偶戲的小故事給他們，另外讓小朋友在現場可以練習各種偶戲的技巧，讓偶戲的精神傳遞到校園的各個角落去。

桃園閩南書院系列課程

9/28-八德區霄裡國小、蘆竹區公埔國小

9/29-大溪區大溪國小、桃園區新埔國小

2.偶戲人才養成及培育計畫

(1)偶戲學院- 文化部文化資產學院人才培育計畫

台北偶戲館規劃偶戲學院相關課程提供從傳統到現代的複合偶戲教學，偶戲製作、偶戲操作、戲偶認識、偶戲美學、偶戲歷史，以不同形式認識人偶關係。結合實務到理論的偶戲藝術教育，透過技藝的實際學習，更深刻理解美術史、物質文化史及美學的關聯。促使傳統被認識、傳承並且活化，培育種子教師，成為一個學習與交流平台。發展國內外對偶戲的新詮釋，提供業界和教育界的師訓和偶戲推廣中心。

2020 年以傳統皮影戲和傳統布袋戲為主題，課程結合實務與理論，建立複合式偶戲分科教學。皮影戲由觀音山東華皮影劇團團長張博國為主要授課講師，也邀請永興樂皮影劇團、影子傳奇劇團，多方面讓學員認識不同團隊的特色。布袋戲從傳統古典到金光布袋戲、霹靂布袋戲，讓學員可以深入瞭解台灣特色的布袋戲，課程邀請到國寶藝師陳錫煌老師、傑出雕刻家曾俊豪老師、蔡長菁、吳正德、周祐名、陳龍廷、吳明德等多位老師，將觀察到的偶戲生態完整介紹給學員。

「偶戲學院-2020 傳統偶戲藝術推廣計畫」系列講座

109 年度講座也扣合皮影戲和布袋戲為主題，並與松山文創園區合作，將講座地點由台北偶戲館拉至松山文創園區，預期吸引不同族群，認識並重視文化資產。

課程名稱	講師
亞洲社會文化的窗口：提線木偶戲	羅斌 (台原亞洲偶戲博物館館長)
七彩魔幻現金光—布袋戲的怪象異聲	蘇俊穎 (蘇俊穎木偶劇團團長)

課程名稱	講師
生活就是文化：談亞洲的無形文化資產	江明親 (臺北藝術大學傳藝研究中心主任)
娛神與化人—漫談印尼哇揚與臺灣皮影之比較	邱一峰 (傳統戲曲及偶戲學者)

「偶戲學院 2020 傳統偶戲藝術推廣計畫」成果實體展

展覽日期：9/24(四)至 9/28(一)

於文化部文化資產園區展出傳統皮影戲課程中學員的作品，透過課程實作、演出、展覽，講師及學員從不同層面獲得成就感，除了自身已經認識台灣皮影戲，更可以透過學員的分享，傳遞給更多人。

(2) 育藝深遠-偶戲初體驗

《育藝深遠-偶戲初體驗》課程，目的在為學童人格養成階段提供關鍵性的藝術刺激，播下藝術的種子，讓文化藝術融入正式課程之中。實施對象為國小二年級學生，規劃適合學童之臺灣本土偶戲體驗課程，讓其對傳統偶戲與相關活動具備基本認知基礎，並對博物館導覽及觀賞有一完整體驗課程。「偶戲初體驗」完整課程內容包括博物館參觀禮儀宣導、偶戲導覽、觀賞偶戲表演，今年度演出劇碼為「聰明的土地婆」，劇中安排了布袋戲各種角色，小朋友在一邊看戲的過程之中，還能一邊學習布袋戲的行當分類，並了解不同角色的聲音、身段動作，從中深入認識布袋戲，除了戲劇欣賞外也安排館內導覽，讓國小學童具備偶戲基本認知並啟發學習興趣，為藝術教育持續扎根，奠定美學教育基礎。109 年度共計參觀學校人數共 3,848 人。

(3) 「掌藝薪傳」—傳統掌中戲推廣計畫

自 98 年起陳錫煌老師到館進駐，並開設大師工作坊，把布袋戲藝術包括工藝製作、操演技巧等全面向外推廣，讓偶戲館成為在接續傳統與現代文化融合的角色。由本會台北偶戲館提供場地，駐館藝師陳錫煌老師於台北偶戲館研習教室開課，課程規劃以一齣戲為主題，由學員擔任演出及相關道具製作，於課程結束成果發表演出。

課程時間：109 年 5 月至 10 月每周日開課。參與人次：2,366 人次。

3. 社區推廣活動

(1) 2020 偶戲表演藝術團隊駐館計畫

配合博物館與地方文化館提升計畫內容，同時因應本館深耕在地文化之精神，以本館所在地-松山區錫口文化為出發點，探討地方文化的發展與永續，邀請國內外各類型偶戲表演藝術劇團進駐館內，提供最佳的創作空間和資源，讓年輕和有潛力的偶戲藝術家，得以用

更多的資源從事偶戲表演藝術創作，與社區文化緊密結合，有效建立與地方民眾的連結。109 年度由同黨劇團入選，新戲改編自吳昆霖先生的同名小說《上帝公的香火袋》，劇團以松山區為故事背景，講述廟宇文化及祖孫之間的溫馨故事，並於 11 月 28 日(六)進行演出。除演出外更延伸與剝皮寮及松山區的西松國小、社區大學合作，辦理讀劇表演及講座，帶著布袋戲走進不同場館及校園。同時也將本次駐館的執行過程及成果拍攝成紀錄片，並放置於本館臉書及 YouTube 頻道上，供民眾觀賞並了解偶戲的創作過程。

(2)偶戲活動原是臺灣庶民文化中與生活節慶習習相關的聚會活動，秉持文化回歸生活季節的理念，配合新年過節、中秋節等節慶活動，讓臺北市民可以再度重溫舊時藝文生活的歡樂節慶。並結合社區里辦公室，邀請里民同樂。

(四)109 年度服務人數與上年度同期對照統計表

年度 人數	108 年	109 年			
		來館人數 (含育藝深遠)	館外展演及 教學活動	總人數	成長率
1 月	1,591	497		497	-68.8%
2 月	2,171	1,428		1,428	-34.2%
3 月	3,894	160		160	-95.9%
4 月	4,944	159		159	-96.8%
5 月	2,640	654		654	-75.2%
6 月	1,383	546		546	-60.5%
7 月	3,042	656		656	-78.4%
8 月	4,213	740	28	768	-81.8%
9 月	4,184	996	850	1,846	-55.9%
10 月	2,704	610		610	-77.4%
11 月	3,177	2,353	850	3,203	0.8%
12 月	2,923	3,935	430	4,365	49.3%
累計	36,866	12,734	2,158	14,892	-59.6%

▲109 年因新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響自 4 月 13 日(一)起改為周末開館，平日皆休館。

▲自 109 年 6 月 22(一)至 11 月 6 日(五)閉館進行整修。

台北市電影委員會

一、影視協拍、人才培育與產業扶植相關業務工作計畫

(一)協助影視產製及跨國合製影片

1.推動各類型影片產製

- (1)協助國片及跨國合製影片拍攝為台北市電影委員會成立最重要的目標，自民國 97 年成立至民國 109 年，共計協拍 6,412 部影視作品，協拍項目共計 1 萬 8,524 項。
- (2) 109 年度協助攝製影視作品 526 部，包含電影 30 部、電視劇 52 部、廣告 188 部、MV77 部、短片 122 部、紀錄片 9 部、其他 48 部，其中跨國合製作品計 42 部。
- (3) 109 年度協助之電影包含《時失兩公里》、《我沒有談的那場戀愛》、《徘徊年代》、《嚴太的修行》、《青春弒戀》、《該死的阿修羅》、《藏匿處》、《生而為人》、《哭悲》、《瀑布》等 30 部作品。
- (4) 109 年度協助之電視劇包含《天巡者》、《茶金》、《未來媽媽》、《比悲傷更悲傷的故事》、《華燈初上》、《媽，別鬧了！》、《無神之地不下雨》、《外送先生頭很大》等 52 部作品。

2.協拍多樣跨國影片 提升國際協製能力

- (1)民國 97 年成立至 109 年底，共計協助跨國合製影片計 907 部。跨國合作對象包括：印度、日本、美國、拉脫維亞、荷蘭、瑞典、西班牙、德國、法國、英國、比利時、中國/香港、韓國、新加坡、泰國、菲律賓、馬來西亞、立陶宛、波多黎各、俄羅斯、澳洲、加拿大、紐西蘭、伊朗、智利、印尼、義大利、以色列、阿根廷、奧地利、葡萄牙、波蘭、捷克、越南、墨西哥等共 35 個國家。(中國、香港算一個國家)。
- (2) 109 年度協助跨國合製影片共計 42 部，包含電影 8 部、電視劇 4 部、廣告 6 部、MV 16 部、短片 5 部、紀錄片 1 部、其他 2 部。

3.申請項目施行難度增加

- (1)自民國 97 年至民國 109 年協助拍攝製作共計 1 萬 8,524 個申請項目。
- (2)民國 109 年協助拍攝製作項目 1,418 個，包含協尋及申請場景共 1,137 項；道路使用及車輛相關協助共 193 項；其它製作協助共 55 項；特殊協助項目共 33 項。其計算如下：
 - A.協尋及申請場景：共 1,137 項
 - (A)市有房舍或場地計 558 項。
 - (B)私有房舍或場地計 46 項。
 - (C)國有場地計 108 項。
 - (D)醫療院所計 11 項。
 - (E)學校計 21 項。
 - (F)眷村或老式社區計 77 項。

(G)公園計 227 項。

(H)警察局及派出所（消防局）計 89 項。

B.道路使用及車輛相關協助：共 193 項

(A)道路封閉及拍攝使用之申請計 74 項，其中道路封閉 42 項，道路工作區使用申請 32 項。

(B)停車場拍攝申請計 56 項。

(C)捷運—含車廂及站臺申請計 21 項。

(D)警車申請計 12 項。

(E)水車(消防車)申請計 3 項。

(F)吊車申請計 2 項。

(G)公車—含公車亭申請計 23 項。

(H)火車及高鐵申請計 2 項。

C.其它製作協助：共 55 項

(A)勘景導覽計 2 項。

(B)協助尋找特殊道具及器材計 39 項。

(C)協尋演員排練場地計 6 項。

(D)協助造景計 8 項（例如：延長路燈）。

D.特殊協助項目：共 33 項

(A)住宿優惠計 1 項。

(B)協尋製作公司計 1 項。

(C)其他影片畫面借用計 1 項。

(D)跨局處協調會議計 25 項。

(E)國外劇組進入特殊場景會勘計 1 項

(F)特殊拍攝許可計 4 項。

4.特殊之協拍案例

(1)韓國諜報動作電影《夜叉》由韓國導演羅賢執導，韓國影帝薛景求主演，本案最重要的拍攝場景為本市萬華及中山兩個地區的大規模封街，又以萬華華江社區封街拍攝最難執行，由於需將整個場地陳設成為中國瀋陽社區，並在此拍攝三夜通宵的激烈槍戰，為求拍攝順利，劇組在一個半月前就調派兩位製片組人員進駐該地蹲點，每天與社區住戶里長打好關係並溝通協調；另一方面則由本會召開跨局處封街會議，進行道路拍攝規劃及執行，劇組的努力亦備受肯定，就連里長都對劇組讚譽有加，因此協調會非常順利。拍攝期間劇組與居民保持良好溝通，終於順利完成驚險萬分的槍戰劇情，期待本片上映後，接續另一

部在臺取景的韓國電影《北風》，能讓世界看見臺灣影視工作人員的專業及最佳的效率。

(2)港台合拍犯罪懸疑電視劇集《塵沙惑》，由香港 ViuTV 與《目擊者》監製唐在揚、導演洪伯豪共同打造。集結影帝莊凱勛、影后張榕容及新進雙金得主劉冠廷共同飆戲，期望能打造出臺灣的新犯罪懸疑劇集。本會協助於臺北地檢署、臺北地院，以及本市環河南路、長安東路、重慶南路、社子大橋等路段管制拍攝。其中最複雜為夜間管制長安東路拍攝大規模的警方攻堅戲碼，由於該路段皆是夜間營業的熱炒店及按摩店，為求拍攝順利，劇組在拍攝前一個月就開始跟周邊店家進行溝通協調；另一方面則由本會協助召開跨局處協調會議，輔導道路拍攝規劃及執行，中山分局亦從四個派出所調派警車到場支援拍攝，在劇組及各單位的通力合作下完成這場高難度的拍攝。

(3)以電玩遊戲為故事背景的社會寫實片《青春弒戀》，為本會 109 年度投資、韓國及葡萄牙合製電影，國際導演何蔚庭執導，林柏宏、林哲熹、李沐、陳庭妮、丁寧、姚愛寯等人參與演出。本片以少年隨機殺人案為故事背景，講述憤世嫉俗的大學生因混淆電玩與真實世界，造成社會問題衍生出的故事。因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響本片拍攝期間需克服種種困難，然而，由於導演希望將臺北車站黑白棋盤格大廳的經典美景呈現在大銀幕上，但礙於隨機殺人事件題材敏感加上群聚風險，讓臺鐵不敢受理，最後由文化部影視局召開協調會議，本會亦參與給予執行建議，透過加派劇組工作人員於各入口協助旅客動線引導、嚴格執行劇組實名制並配戴口罩，及道具武器只做動作不見血等承諾，終於讓臺鐵同意拍攝，讓本案成為近年來少數成功在北車大廳拍攝的長片，期待播出後能為本市提升能見度，讓世界看見臺北的獨特城市魅力。

(二)人才培育及專業訓練

1.推廣台語影像創作「睇電影台語微電影創作徵選」活動

由本會與公視台語台首度攜手合作，整合雙方資源鼓勵全民以台語影像創作，豐厚影視文化內容產製。為提升活動宣傳效益，首屆活動特別邀請金馬影后楊貴媚擔任代言人，由億萬票房導演葉天倫掌鏡拍攝活動形象宣傳短片，活動總獎金共計新臺幣 54 萬元，徵件期間自 2 月 25 日(二)至 4 月 30 日(四)，總計 193 件參賽報名(專業組 47 件、一般組 146 件)，包含來自馬來西亞、香港、英國等不同國籍創作者投件，參賽作品類型多元，經由評審選出 32 件入圍作品及參加網路票選活動，7 月 19 日(日)

於集思臺大會議中心舉辦頒獎典禮。本活動成功激發在地民眾投入影像創作，在新冠肺炎（COVID-19）疫情期間蔚為一股風潮，為臺灣創造多元文化的影視環境。

2. 全國最高獎金微電影大賽 2020「MOD 微電影暨金片子創作大賽」

由本會與中華電信第 6 度合辦，為提升本競賽規格及價值，首次不分競賽組別及增設個人獎項，並新增「VR 原創微電影企劃案徵選」，活動總獎金達新臺幣 393 萬元，徵件自 7 月 1 日(三)至 9 月 1 日(二)止，總計 300 部參賽作品，並邀請新生代演員林予晞擔任活動代言人及頒獎大使，11 月 14 日(六)假光點華山電影館舉辦入圍影展，播映 36 部優秀作品及映後座談；11 月 25 日(三)盛大舉行頒獎典禮，除達成拔擢影視新星的活動宗旨，更藉此推廣本會協拍服務，象徵臺北市政府大力支持影視產業的良好形象。

3. 147 件劇本創歷年紀錄第十二屆「拍台北」電影劇本徵選活動

為激勵創作者踴躍投件，將首獎獎金自新臺幣 30 萬元提高至 40 萬元，總獎金達 60 萬元，並以「台北人的愛情」為徵件主題，自 5 月 1 日開始徵件 2 個月，創下歷年新高的 147 件參賽劇本投件。本屆評審團星光閃閃，特邀知名演員吳慷仁、林依晨及吳明憲、湯昇榮、塗翔文等五位橫跨電影產業領域之專家擔任評審。本屆金劇本獎由李怡芳《三餘》奪得，銀劇本獎為阿鯨《一個叫做台北的遠方》，銅劇本獎為狗比《戀戀加蚋》，9 月 30 日於台北電影學院交流酒會現場舉辦頒獎典禮。「拍台北」電影劇本徵選活動自開辦以來，已成功促成多部獲獎劇本翻拍成電影，如近年上映之國片《共犯》、《帶我去月球》、《藍色項圈》、公視人生劇展之《小春與豬排》等，以及於國內外得獎不斷之電視電影《再見女兒》等同樣來自本活動得獎劇本，還有多部得獎作品受到影視公司青睞並已簽約製作中，足見本活動已日臻成熟並獲得肯定。

4. 線上線下課程集結國際名師「2020 台北電影學院」

因應新冠肺炎（COVID-19）疫情首次結合線上(外國講師預錄、線上直播 QA)及線下方式同步進行，克服時差與技術限制，如期舉辦包含「國際動畫視效講座」、「XR 工作坊」、「數位影視論壇」、「美國紀錄片線上講座」、「無國界影人線上論壇」、「國際製片工作坊」及「皮克斯動畫講座」7 大系列課程講座，線上及線下課程總參與人數共達 3,879 人次。講師陣容包含以《少年 Pi 的奇幻漂流》獲得奧斯卡獎的視效總監艾瑞克揚·德布爾(Erik-Jan de Boer)、以《返校》獲得金馬獎的視效總監郭憲聰、威尼斯影展獲獎的科技藝術家黃心健、新加坡金獎導演陳哲藝、國際製

片暨策展顧問許維文(Raymond Phathanavirangoon)、坎城影展影評人週總監夏勒·泰松(Charles Tesson)等，來自全球五大洲 22 位國際講師共襄盛舉。透過多元課程提供學員最新的國際影壇資訊，以及後疫情時代的產業趨勢探討，並協助國際製片工作坊學員參加 110 年鹿特丹影展工作坊，與國際影壇接軌。

5. 儲備產業人才「2020 製片深耕計畫」

有別以往校園巡迴講座，首次辦理 2 梯次共 4 天的研習工作坊，針對雙北影視相關科系應屆畢業生提出的拍攝企劃，邀請專業製片趙天豪、董鼎安、張雅婷、陳南宏等，和學員針對個案進行深度討論，包含專案企劃撰寫、提案報告技巧、前製工作等實務操作給予專業建議，幫助影視科系應屆畢業生踏出電影人的第一步，總計 12 組拍攝企劃案 33 人參與，從校園扎根培訓鏈結產業趨勢，儲備影視產業優秀人才。

(三) 影視宣傳及行銷

1. 合作宣傳影片 行銷臺北城市

(1) 民國 109 年合作行銷協助影片計 26 部(18 部電影、8 部電視劇)，全臺票房累計約 6 億 1,623 萬餘元，其中臺北市票房約 1 億 8,087 萬餘元，尤其下半年國片復甦掀起觀影熱潮，《孤味》票房 1.8 億、《刻在你心底的名字》票房 1 億，為國片市場注入強心針，本會合作行銷影片參與第 57 屆金馬獎亦獲得優異成績，總計 36 項入圍 8 項獲獎。

(2) 民國 109 年合作行銷共計 26 部影視作品，包含 18 部電影《你的情歌》、《熱帶雨》、《練愛 iNG》、《老娘就要這麼活》、《破處》、《打噴嚏》、《怪胎》、《可不可以，你也剛好喜歡我》、《馮降：粽邪 2》、《消失的情人節》、《惡之畫》、《明晚空中見》、《刻在你心底的名字》、《戀愛好好說》、《孤味》、《親愛的殺手》、《光計畫》、《腿》；以及 8 部電視劇《做工的人》、《妖怪人間》、《小春與豬排》、《我的婆婆怎麼那麼可愛》、《老姑婆的古董老菜單》、《獵夢特工》、《愛的廣義相對論》、《戒指流浪記》。

2. 規劃平面出版 推廣業務

《2020 台北拍電影：優惠辦法》中英文版係以《2016 台北拍電影：優惠辦法》為藍本重新編輯設計而成，由於 105 年製作《2016 台北拍電影：優惠辦法》即將索取完畢且因應本會業務增加故重新編印。本次更新內容除彙整中央及臺北市的電影拍攝補助辦法、攝製優惠，詳細呈現臺北市協拍相關法規、表格及申請流程圖，並介紹合作行銷、國際影視攝製投資相關辦法與最新資訊網頁連結，提供國內外劇組完整且詳實的攝製

資訊，可作為本會參與國際交流活動時吸引國際劇組來臺北拍片的最佳刊物，期許藉由跨國影視協拍行銷臺北城市魅力，推動影視產業與國際潮流接軌，進而提升產業競爭力。

3. 連結官網等網路媒體宣傳行銷影視產業

民國 109 年包含採訪本會所主、協辦之影視宣傳活動及活動說明共 41 則，本會官網亦提供影視新聞近況報導，包括合作行銷國片的最新消息、國片產業動態觀察、協拍幕後花絮等，此部分改寫、上稿、撰稿共 66 則，上述總量 107 則新聞稿均於官網露出。在其他影視媒體宣導報導方面，包含平面媒體 13 則、網路媒體 397 則及電子媒體 38 則，共計 448 則新聞露出。

(四) 國際交流事務

1. 臺灣優秀製片入選之荷蘭鹿特丹影展及電影創投

為強化雙方影視人才培育及交流，本會於 108 年與鹿特丹簽定夥伴關係合約，今年首度參加鹿特丹電影市場展，作為鹿特丹人才培育夥伴組織，本會得以推薦 2019 台北電影學院國際製片工作坊中，獲得「最佳潛力製片」的《瓦蒂》(WATI) 製片李怡德參加該工作坊，協助臺灣優秀製片人才與國際影壇接軌。本會參加鹿特丹電影市場展創投會、製片培育工作坊，以及專業影人論壇與交流活動，總共進行 22 場正式商務會議(包含 15 場創投會議)、6 場論壇及交流活動，除推廣臺北市景點及本會各項製作優惠和國際攝製投資計畫，藉此吸引跨國合製片前來臺北拍攝。

2. 合作宣傳蔡明亮導演新作《日子》之德國柏林歐洲電影市場展

市場展期間本會參與國際合製市場展的國家會議，向在場超過百位國際製片宣傳「臺北市國際影視攝製投資計畫」、本市景點及協拍業務，引起熱烈迴響。本會並與蔡明亮導演合作宣傳於臺北市拍攝之國片《日子》，該片除入圍柏林主競賽單元，更獲頒柏林影展泰迪熊評審團獎殊榮。本會於市場展期間更與各國電影委員會、柏林影展及市場展等洽談影視交流合作，總計參加 41 場正式商務會議(包含 23 個企劃案)、9 場論壇及 5 場交流活動。

3. 與美國獨立影片聯盟合作「美國洛杉磯影視人才駐村交流計畫」

為協助臺灣影人融入洛杉磯電影產業，本會與文化部駐洛杉磯臺灣書院，合作辦理影視人才駐村交流計畫，選出 15 位臺灣影人，參與洛杉磯臺灣書院與「獨立影片」(Film Independent) 合辦之 7 日駐村計畫。本會官網於 109 年 2 月 12 日(三)至 3 月 14 日(六)開放報名，經由評選會議選出學員正取 15 名及備取 10 名，本活動原訂 109 年 4 月 27 日(一)至 5

月3日(日)於洛杉磯舉辦，惟適逢新冠肺炎(COVID-19)疫情在全球各地造成嚴重災情，主辦單位採線上辦理部分論壇課程，另於110年持續完成實體駐村計畫。「獨立影片論壇」109年7月31日(五)至8月6日(四)於線上舉辦，此線上論壇包含40場講座、放映、對談及小組討論等，總計共超過150位、21個不同國家的影視產業人士，參與此次的線上論壇活動，透過線上論壇讓世界各地的影人相互交流分享影視製作經驗，更讓參與學員得以在新冠肺炎(COVID-19)疫情期間仍能汲取國際影壇新知，掌握國際影壇脈動。

4. 線上參展行銷臺北城市之法國坎城線上電影創投會議及電影市場展

本屆市場展因受新冠肺炎(COVID-19)疫情影響，原訂109年5月12(二)至21日(四)舉辦實體展，延至6月22(一)至26日(五)首次以線上電影市場展方式進行。為維持與各國影視單位的緊密交流，本會仍積極參與本屆線上會議，共進行38場線上會議(含35場創投)，會議對象包含：英國、印度、加拿大、阿根廷、馬來西亞等逾25個國家，並參與19場線上論壇活動，除向國際影人宣傳國際影視投資計畫、跨國合製片及推廣本市景點，更藉此與各國影視單位交流後疫情時代的影視發展趨勢。

5. 線上參展宣傳國際影視投資計畫之香港國際影視展

原訂109年3月25(三)至28日(六)舉辦實體展，因受新冠肺炎(COVID-19)疫情影響，延至8月26(三)至29日(六)首次以線上影視展方式進行。本會總計參加17場正式商務會議(包含12個企劃案)及9場論壇，並於線上宣傳影視投資計畫、協拍服務與臺北景點，及參加香港亞洲電影投資會(HAF)洽談國際合製案，與札幌、約旦及首爾等影委會洽談影視交流合作。

6. 線上參展洽談國際影視交流之韓國釜山影展暨釜山亞洲內容與電影市場展及亞洲創投會議

本屆影展因受新冠肺炎(COVID-19)疫情影響，原訂109年10月10日(六)至13日(二)舉辦實體展，延至10月26日(一)至28日(三)首次以線上影展方式進行。本會與亞洲各國包括首爾、菲律賓、韓國、福岡、仁川、蒙古等影委會，洽談新冠肺炎(COVID-19)疫情期間及疫情後之影視交流合作。本會總計參加31場正式商務會議(包含21個企劃案)及2場論壇。

7. 線上參展行銷臺北及推廣協拍服務之美國電影市場展

原訂109年11月3日(二)至8日(日)舉辦實體展，因受新冠肺炎(COVID-19)疫情影響，延至11月9日(一)至13日(五)首次以線上電

影市場展方式進行。為維持與美洲影視單位的緊密交流，及宣傳推廣臺北市拍攝場景、本會協拍服務、影視投資計畫，積極參與多場趨勢論壇，以掌握各國新冠肺炎（COVID-19）疫情中影視產業變動狀況，並研討未來因應方案，本會參展期間總共進行 14 場正式商務會議(包含 2 場創投會議)、11 場論壇及交流活動。

二、國際影視攝製投資計畫

(一)辦理目的

為鼓勵國際影視攝製團隊在臺北市攝製影視作品，提升臺北市影視及文創觀光產業，行銷臺北城市意象，臺北市政府自 107 年起每年提供影視投資預算，由本會推動「臺北市國際影視攝製投資計畫」，藉此吸引更多國際優秀團隊前來臺北市取景拍攝，讓「國際資金走進來，臺北影視走出去」，使臺北市於國際影壇佔有一席之地，進而成為亞洲製片的新興投資影視基地。

由政府推動國際影視攝製投資主要目的為帶動國內外其他資金投資影視的意願，期許透過本會所累積過去十年與國內外知名導演、製片人及投資者緊密的關係，藉由投入政府資金挹注影視產業扮演投資領頭羊，盼為影視產業注入活水提升產業整體競爭力，達到雨露均霑之效。

(二) 國際影視攝製投資計畫成果亮眼

1.自 107 年至 109 年本會已投資 15 部影片，合資合製國家達 11 國。已播映影片包含：(1)臺新合製電影《熱帶雨》，導演為陳哲藝，本片獲得第 56 屆金馬獎最佳女主角，國際影展總計入圍 36 項，得獎 12 項；(2)HBO Asia 合製具行銷臺北城市觀光魅力的浪漫愛情電視劇《戒指流浪記》，首播後佳評如潮，更強勢攻佔 HBO 全球影集分類榜前十名，為該榜單中唯一華語影集；(3)HBO Asia 合製原創科幻影集《獵夢特工》；(4)迪士尼、福斯傳媒原創影集《愛的廣義相對論》及電影《明晚空中見》；(5)臺日合製電影《戀愛好好說》等 5 案，內容題材多元且各具特色，跨足 22 個播映國家及地區。透過本投資計畫，成功引進國際資金帶動臺灣影視產業，除藉此行銷臺北城市魅力，並經由全球播映推動臺灣影視邁向全世界。

2.歷年獲選投資案件

(1)107 年度獲選案件

序號	獲選案件名稱	類型	合資合製國家	投資金額 (新臺幣元)
1	熱帶雨	電影	新加坡	450 萬
2	獵夢特工	電視影集	新加坡	1,000 萬

3	尋找	電影	法國、奧地利	400 萬
4	狂歡時刻	電影	荷蘭	500 萬

(2)108 年度獲選案件

序號	獲選案件名稱	類型	合資合製國家	投資金額 (新臺幣元)
1	速命道	電影	香港、新加坡	500 萬
2	日安，愛情 (定名《戀愛好好說》)	電影	日本	500 萬
3	台北愛情捷運 2-戒指流浪記	電視影集	新加坡	550 萬
4	角頭前傳:回頭太難	電影	韓國	650 萬
5	鄧麗君電影影集-愛憶時刻 (電視影集定名《愛的廣義相對論》；電影定名《明晚空中見》)	電影 & 電視影集	香港、新加坡	400 萬
6	傀儡花 (定名《斯卡羅》)	電視影集	瑞士	400 萬

(3)109 年度獲選案件

序號	獲選案件名稱	類型	合資合製國家	投資金額 (新臺幣元)
1	青春	電影	韓國、葡萄牙	400 萬
2	國際橋牌社第 2 季	電視影集	美國、日本	350 萬
3	我的天堂城市	電影	新加坡	350 萬
4	黑之牛	電影	美國、日本	200 萬
5	刺心切骨	電影	新加坡	200 萬

台北電影節

一、台北電影節

(一)本屆規劃主軸

以「堅守台灣電影主場」、「引介國際電影新潮」為目標的台北電影節，在臺灣眾多影展中發展出鮮明特色，成為新銳導演和國片曝光造勢的最佳平臺。此外，台北電影節持續引進豐富多元的影視及 VR 作品，擴大影迷的觀影經驗，藉由活動、講座及各式特別企劃，深化與電影人和產業的溝通，帶領觀眾穿梭電影產業的幕前幕後，累積廣泛與深入的視角。

(二)本屆重要績效

第二十二屆台北電影節於民國 109 年 6 月 25 日(四)至 7 月 11 日(六)完成辦理，為期 17 天的影展，放映來自世界各國多達 142 部、1544 場次的影片，票房收入 640 萬元，觀影人數達 3 萬 6,152 人次，推廣活動場次 112 場，活動總參與人數 2 萬 4,227 人次，頒獎典禮直播觸達人數 190 萬 5,645 人

次。

今年全球各大影展適逢武漢肺炎重擊全球衛生環境與全民健康而取消舉辦或改線上舉行，因台灣防疫做得非常完善，台北電影節很幸運能在實體戲院以全數座位皆可售的方式下順利舉行。在上半年的籌備過程中一路忐忑謹慎，因為有許多的未知數與種種的變因，因此在早期規劃過程中即確認將今年的片單稍微縮小一些，場次排得寬裕一些，現場防疫人力充裕，希望能讓觀眾能在安全的環境下欣賞來自世界各國的電影。

選片的過程謹守著台北電影節一貫的時程，下半年的威尼斯影展、多倫多影展、紐約影展、西班牙聖賽巴斯提安影展、韓國釜山影展、新加坡電影節、東京 FilMeX 等等皆是我們的觀察對象。今年初的日舞影展、哥特堡影展、鹿特丹影展與柏林影展所幸在尚未受到疫情波及前即圓滿閉幕，組內同仁也分頭前往鹿特丹影展、哥特堡影展、柏林影展現場觀摩，積極認識國際電影人，並向國際片商詢問市場最新動態。

原訂於五月舉行的坎城影展，以及諸多原訂於三月後舉行的的重要國際影展，包括香港電影節、翠貝卡影展、紐約新導演 NDNF 影展等等，皆因為疫情關係將活動日期往後延或甚至取消。許多戲院也因此被迫關門，間接影響到世界各地觀眾觀影習慣的改變，更加依賴有線電視與線上平台。台灣在地戲院也曾一度瀕臨暫停營業的窘境，觀眾進戲院看片的意願降低，也導致新片紛紛延後上檔，造成戲院雖維持營業，上演影片卻多數是經典電影重新映演。台北電影節這樣能夠呈現多元、各國獨立製作電影的節慶活動因此也備受關注。另外一點與往年不同的即是國外影人的缺席。因為疫情關係，國外貴賓限制入境無法參與今年台北電影節的映後 QA 與相關活動，如何在這樣的氛圍下製造「現場的節慶感」以及仍保持與國外影人之間積極的互動，為今年在節目與活動策劃上必須著重的項目。透過線上訪問入選國際新導演競賽影人，讓台灣觀眾能與這些作品的創作者有更近距離的接觸。

與法國南特影展合作的「國際提案一對一工作坊」已進行第 5 年，逐漸成為培訓、提供新一代導演、製片人才培育的重要管道，每年入選 6 個提案，至今共有 30 個長片企劃。台北電影節期待透過持續舉辦工作坊，培育出具有專業能力、逐漸能在本地及國際知道如何進用及取得資源的下一代製片及創作者，在具侷限性的本地或西進籌資選項外尋覓其他可能。

國際提案一對一工作坊入選企劃		
提案名稱	導演	製片
《Faruk & Abdullah》	陶比科·尼扎米丁 (Tawfiq NIZAMIDIN)	古佳蓁

《偏安之鄉》 (Life Derailed)	趙暄	蘇瑜豪
《娜塔麗》 (Natalie)	左乙芳	艾穆瑞 (Aymeric PILARSKI)
《破曉》 (Only Sun Knows)	翁語彤	張乃康
《白日青春》 (The Sunny Side of the Street)	劉國瑞	沈俞樺
《阿嬤的奇幻冒險》 (The Wild Grandma)	黃艾倫	林宥倫

(三) 競賽項目說明

1. 台北電影獎與國際新導演競賽徵件統計分析

年度	台北電影獎					國際新導演競賽	總計
	劇情長片	紀錄片	動畫	短片	小計		
107	46	54	51	160	311	553	864
108	47	70	43	199	359	610	969
109	51	49	187	44	331	412	743

台北電影獎的報名數量為 331 部，四種類別中動畫片類數量有明顯的增長。今年電影獎頒獎典禮的轉播收視亦創歷年新高，顯見台北電影獎已成為影人和觀眾心目中榮耀國片的重要舞臺。

今年符合國際新導演競賽參賽資格者共 412 件，徵件數相較於去年減少 198 件，因新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響，大型國際影展多數取消、部分延期，導致新片全球發行策略、時程變動，曝光時間點延後，導致國際新導演競賽總體收件量下滑。

2. 第二十一屆台北電影獎得獎、非正式競賽、會外賽得獎名單

獎項名稱	得獎影片、影人
百萬首獎	《返校》
最佳劇情長片	《返校》
最佳紀錄片	《阿紫》
最佳短片	《幽魂之境》
最佳動畫片	《大冒險鐵路》
最佳導演	張榮吉《下半場》
最佳編劇	馮勃棣、蔡顛禾、高炳權《江湖無難事》
最佳男主角	莫子儀《親愛的房客》
最佳女主角	最佳女主角-王淨《返校》
最佳男配角	李英鈺《那個我最親愛的陌生人》

獎項名稱	得獎影片、影人
最佳女配角	姚以緹《江湖無難事》
最佳新演員	李曆融《主管再見》
最佳配樂	林強《灼人秘密》
最佳剪輯	吳郁瑩《阿紫》
最佳攝影	陳大璞《下半場》
最佳美術設計	王誌成《返校》
最佳造型設計	施筱柔《江湖無難事》
最佳聲音設計	曹源峰、簡豐書、湯湘竹《返校》
最佳視覺效果	郭憲聰、再現影像製作有限公司《返校》
傑出技術	洪昱顥、賈凡《下半場》

【非正式競賽項目】

獎項名稱	得獎影片、影人
觀眾票選獎	《下半場》
媒體推薦獎	《男人與他的海》
楊士琪卓越貢獻獎	江泰暉

【會外賽項目】電影行銷獎

獎項名稱	得獎影片、影人
最佳海報獎	陳世川《江湖無難事》
最佳預告片獎	湯宜菲《大餓》
最佳電影行銷獎	牽猴子整合行銷股份有限公司、美商華納兄弟（遠東）股份有限公司台灣分公司《返校》

3. 國際新導演競賽得獎名單

獎項名稱	得獎影片／導演
最佳影片	《夢遊潛水艇》/艾力克斯·皮培諾 Alex PIPERNO
評審團特別獎	《鳥是海與樹的孩子》/卡塔莉娜·瓦斯康斯勒 Catarina VASCONCELOS
觀眾票選獎	觀眾票選獎-《破處》/林立書 LIN Li-shu

(四) 影展辦理說明

第二十二屆台北電影節影展單元

分類	單元
開閉幕及特別放映	<ul style="list-style-type: none"> 開幕片：無聲 閉幕片：日子 特別放映：親愛的房客、逃出立法院、怪胎、刻在你心底名字
競賽單元	<ul style="list-style-type: none"> 台北電影獎

分類	單元
	<ul style="list-style-type: none"> • 國際新導演競賽
觀摩單元	<ul style="list-style-type: none"> • 未來之光 • 明日·臺灣 • 亞洲稜鏡 • 當代精選 • 怪奇物語 • 異境真實 • 作者視角 • 焦點影人 • 經典重現
專題策劃	<ul style="list-style-type: none"> • VR 全浸界 • 電影正發生:聲音設計

除了電影放映外，今年同步於中山堂二樓展演 VR 單元作品。邁入第三年的 VR 策展，除了 360 影片與互動影片的放映，今年首度嘗試結合實體舞蹈表演的 VR 放映。共展演 8 支 360 影像、2 支互動式作品，以及結合舞蹈家周書毅現場舞蹈演出的「《留給未來的殘影》特別展演版」。企圖塑造跨越虛實、多媒體藝術創作分別與 HTC 與 Funique 合作 360/互動式的機體租借，以及《留給未來的殘影》特別展演版的同步放映技術支援。

為了創造影展之中觀眾「親臨現場」的參與感，除了大銀幕的電影放映，也著重特別活動的設計。今年「電影正發生」主題為聲音設計，希望重現「現場創作」的單元設立主軸精神，因此特別邀請去年台北電影獎百萬首獎得主黃邦銓、導演林君昵、音樂家王榆鈞與金獎聲音設計師周震合作，進行為期兩天的現場創作活動，將黃邦銓與林君昵執導的影像素材與國影中心授權的鄧南光拍攝的紀實影像利用雙銀幕的方式同步呈現，並邀請王榆鈞與周震現場為影像創作聲響。另外尚有結合蔡明亮導演現場演出的特別活動：於《不散》4K 修復版映後於中山堂光復廳進行「電影記憶的即興創作」。蔡明亮導演現場於大塊的畫紙上作畫，分享創作理念，吟唱。

(五)活動列表

日期	項目	活動名稱
5月11日(一)	周邊活動	形象廣告與電影大使公布記者會
5月15日(五)	周邊活動	雙競賽入圍記者會
6月05日(五)	周邊活動	誠品深夜電影院-1
6月10日(三)	周邊活動	空中閱覽室-1
6月13日(六)	周邊活動	選片指南
6月17日(三)	周邊活動	空中閱覽室-2
6月19日(五)	周邊活動	誠品深夜電影院-2
6月20日(六)	周邊活動	觀影禮兌換活動
6月21日(日)	周邊活動	觀影禮兌換活動/靠北影百貨

6月25日(四)	記者會	開幕片記者會
6月25日(四)	焦點講座	《無聲》
6月25日(四)	焦點講座	《台北電影獎 - 短片II + 動畫片》
6月26日(五)	焦點講座	電影正發生
6月26日(五)	品牌合作	happyhour
6月26日(五)	記者會	《惡之畫》記者會
6月26日(五)	周邊活動	非常新人-曾敬驊引言《惡之畫》
6月26日(五)	焦點講座	《阿查依蘭的呼喚》
6月26日(五)	焦點講座	《惡之畫》
6月26日(五)	焦點講座	《台北電影獎 - 短片I》
6月27日(六)	焦點講座	《「明日·台灣」台灣短 SHOW I》
6月27日(六)	焦點講座	電影正發生
6月27日(六)	周邊活動	非常新人-蔡瑞雪引言《她房間裡的雲》
6月27日(六)	焦點講座	《台北之晨+台北發的早車》
6月27日(六)	記者會	《破處》記者會
6月27日(六)	品牌合作	happyhour
6月27日(六)	周邊活動	香氛場《我去遠方，不流浪》
6月27日(六)	周邊活動	非常新人-朱軒洋引言《破處》
6月27日(六)	焦點講座	《破處》
6月28日(日)	周邊活動	非常新人-詹宛儒引言《阿依努之森》
6月28日(日)	焦點講座	正在拍片的我:2020 台灣電影人講座
6月28日(日)	周邊活動	We 愛之夜交流酒會
6月28日(日)	品牌合作	happyhour
6月28日(日)	周邊活動	非常新人-劉子銓引言《逃出立法院》
6月28日(日)	品牌合作	香氛場《天外奇機》
6月28日(日)	焦點講座	《10+10》
6月28日(日)	焦點講座	《逃出立法院》
6月28日(日)	焦點講座	《男人與他的海》
6月29日(一)	品牌合作	happyhour
6月29日(一)	周邊活動	非常新人-王渝屏引言《想再聽見你》
6月29日(一)	焦點講座	《現代啟示錄》
6月30日(二)	品牌合作	happyhour
6月30日(二)	焦點講座	《「明日·台灣」新創紀實短片》
6月30日(二)	焦點講座	《過於寂靜的喧囂》
6月30日(二)	品牌合作	香氛場《他房間裡的雲》
7月01日(三)	焦點講座	《「明日·台灣」台灣短 SHOW I》
7月01日(三)	品牌合作	happyhour
7月01日(三)	周邊活動	非常新人-陳昊森引言《怪胎》
7月01日(三)	焦點講座	《買房子賣房子》
7月01日(三)	焦點講座	《怪胎》
7月01日(三)	焦點講座	《樂來樂愛你》
7月01日(三)	焦點講座	《「明日·台灣」台灣短 SHOW II》
7月02日(四)	記者會	《哈囉少女》記者會

7月02日(四)	品牌合作	happyhour
7月02日(四)	周邊活動	非常新人-陳妍霏引言《哈囉少女》
7月02日(四)	焦點講座	《傷痕》
7月02日(四)	品牌合作	香氛場《國王二度外出中》
7月02日(四)	焦點講座	《哈囉少女》
7月02日(四)	焦點講座	《「明日·台灣」台灣短 SHOW I》
7月03日(五)	焦點講座	蔡明亮電影記憶演出
7月03日(五)	焦點講座	《返校》
7月03日(五)	品牌合作	happyhour
7月03日(五)	焦點講座	《楊士琪電影卓越貢獻獎講座》
7月03日(五)	焦點講座	《不散》影人結語
7月03日(五)	焦點講座	《女鬼橋》
7月03日(五)	周邊活動	非常新人-李霈瑜引言《千面惡魔》
7月03日(五)	焦點講座	《回家的理由》
7月03日(五)	焦點講座	《「明日·台灣」新創紀實短片》
7月04日(六)	焦點講座	《台北電影獎 - 短片 I》
7月04日(六)	焦點講座	《不丹是教室》
7月04日(六)	焦點講座	《開水喇嘛》
7月04日(六)	焦點講座	《不散》影人結語
7月04日(六)	焦點講座	《台北電影獎 - 短片 II + 動畫片》
7月04日(六)	焦點講座	蔡明亮電影記憶演出
7月04日(六)	記者會	《迷走廣州》記者會
7月04日(六)	品牌合作	香氛場《她是我爸爸》
7月04日(六)	記者會	《親愛的房客》記者會
7月04日(六)	焦點講座	《買房子賣房子》
7月04日(六)	焦點講座	《推拿》
7月04日(六)	焦點講座	《親愛的房客》
7月04日(六)	焦點講座	《迷走廣州》
7月05日(日)	焦點講座	《下半場》
7月05日(日)	焦點講座	《湖》
7月05日(日)	焦點講座	《江湖無難事》
7月05日(日)	記者會	《打噴嚏》記者會
7月05日(日)	焦點講座	《「明日·台灣」台灣短 SHOW II》
7月05日(日)	記者會	《刻在你心底的名字》 記者會
7月05日(日)	焦點講座	《菠蘿蜜》
7月05日(日)	焦點講座	《刻在你心底的名字》
7月05日(日)	焦點講座	《打噴嚏》
7月06日(一)	焦點講座	《「明日·台灣」新創紀實短片》
7月06日(一)	焦點講座	《「明日·台灣」台灣短 SHOW II》
7月06日(一)	焦點講座	《回家的理由》
7月06日(一)	焦點講座	《開水喇嘛》
7月06日(一)	焦點講座	《我的兒子是死刑犯》
7月07日(二)	焦點講座	《男人與他的海》

7月07日(二)	焦點講座	《那個我最親愛的陌生人》
7月07日(二)	記者會	《日子》記者會
7月07日(二)	焦點講座	《日子》
7月08日(三)	焦點講座	留給未來的殘影 座談
7月08日(三)	焦點講座	《阿查依蘭的呼喚》
7月08日(三)	焦點講座	留給未來的殘影 座談
7月08日(三)	焦點講座	《艾蜜莉的異想世界》
7月08日(三)	焦點講座	《親愛的房客》
7月09日(四)	焦點講座	《迷走廣州》
7月09日(四)	焦點講座	《殘值》
7月10日(五)	交流派對	台北電影獎入圍酒會
7月11日(六)	頒獎典禮	台北電影獎頒獎典禮
7月11日(六)	交流派對	電影獎交流酒會

(六)出版品

《第二十二屆台北電影節—專刊》3,500本。

(七)行銷宣傳

1.媒體露出總表

A.雜誌 (共 14 家)	文化快遞、台北畫刊、iLook 電影雜誌、世界電影、聯合文學、明潮、時報周刊、ELLE 她雜誌、Vogue 時尚雜誌、君子雜誌、鏡週刊-影劇、美麗佳人、廣告雜誌、財訊
B.報紙 (共 15 家)	TaipeiTimes 台北時報、聯合報、蘋果日報、中國時報、自由時報、民眾日報、中華日報、台灣新生報、更生日報、青年日報、人間福報、臺灣時報、工商時報、太平洋日報、國語日報
C.網路 (共 115 家)	ETtoday、新浪新聞、LIFE 生活網、PChome 娛樂新聞、Yahoo!奇摩電影、Yahoo!奇摩新聞、青年日報網站、HiNet 新聞、Wow!NEWS 新聞網、今日新聞、LINE TODAY、中時電子報、自由電子報、蘋果即時、中央廣播電台、中央通訊社、鏡週刊、三立新聞網、asian paradise 亞洲樂團、match 生活網、上報、PChome 新聞、VOUGE、噓！星聞、台灣醒報、開眼電影網、聯合新聞網、TAVIS.tw、大紀元、TVBS 新聞網、MSN 娛樂、中華日報新聞網、明潮、Yahoo 懶人卡、世界新聞網、台視新聞、台灣醒報、民視新聞、men's uno、台灣英文新聞 Taiwan News、Clappin 拍手、Variety 綜藝報、Bella 儂儂、Screen Daily、女人迷、銀河網路電台、更生日報、hypesphere 狂熱球電影資訊網、人間福報、美麗佳人、妞新聞、車勢文化、新活水、ELLE、關鍵評論網、Giloo、BeautiMode、VOICES of PHOTOGRAPHY 攝影之聲、Esquire 君子、大台灣新聞網、Glixi 新趨時尚娛樂、風傳媒、時報周刊 CTWant、你好台灣、台灣時報、Stylemaster、Styletc 樂時尚、YAM 蕃薯藤、人間衛視網、iStyle 時尚美妝頻道、Harper's BAZAAR、中天快點 TV、明報 OL 網、東森新聞 EBC、500 輯、World Screen 世界電影網、新頭殼 NewTalk、經濟日報網、聚財網、大華網路報、國語日報社、立報、NOVA 資訊廣場、新網、JUKSY 街星、Mr. 布雷蕭、A Day Magazine、COSMOPOLITAN 柯夢波丹、iLooker 電影網、台灣新論、eNews、MONEY LINK 富聯網、Marie Claire、太報、四方報、民生好報、年代新聞、壹電視、

	窩客島、ZEEK 玩家誌、輕旅行、宅宅新聞、KEEDAN 起點、芋傳媒、公共電視新聞網、翻爆、女人我最大、聯合-鳴人堂、TAIWAN TATLER 雜誌網、姊妹淘、客家電視台、PopLady、腕錶生活、工商時報電子報、自立晚報 IDN NEWS
D. 電視 (共 15 家)	TVBS 台、TVBS 新聞台、八大第一台、中天新聞台、中視、台視、民視新聞台、民視、年代電視台、非凡新聞台、東森新聞台、壹電視新聞台、華視、公共電視、三立新聞台
E. 廣播 (共 8 家)	News98 電台、POP Radio、教育廣播電台、佳音廣播電台、台北廣播電台、警察廣播電台、中廣流行網、SoundOn
F. 網站、電子報及其他平台	官方網站瀏覽人次：24,564,885 (101/7/22-109/7/28) 第20屆台北電影節電子報共計7期 FACEBOOK 粉絲人數：138,124 (98/10-109/7/28) Youtube 訂閱人次：18,988 (99/3/9-109/7/21) Instagram 追蹤人數：10,320 (102/3/15-109/7/15)

2. 媒體露出比較

媒體	108 年	109 年	比較
報紙	15 家，260 則	15 家，265 則	+5 則
雜誌	23 家，30 則	14 家，30 則	+9 家
電視	13 家，106 則	15 家，163 則	+2 家，+57 則
廣播	8 家，10 則	8 家，12 則	+2 則
網路	95 家，1,050 則	115 家，3,002 則	+20 家，+1,952 則
官方網站	造訪 23,210,315 人次	造訪 24,564,885 人次	+1,367,060 人次
Facebook 粉絲團	粉絲數 130,462 人次	粉絲數 138,124 人次	+7,780 人次
Instagram	追蹤 3,090 人次	追蹤 10,320 人次	+4,400 人次

(八) 近三年量化資料分析

項目	107 年	108 年	109 年
主題城市	無	無	無
活動天數	17 天	17 天	17 天
放映地點	中山堂、 新光影城、 光點華山電影館	中山堂、 新光影城、 光點華山電影館	中山堂、 信義威秀影城、 光點華山電影館
放映片數	203 部	147 部	142 部
	國片 56 部	國片 51 部	國片 46 部
	國片佔放映片數比例 27.59%	國片佔放映片數比例 34.6%	國片佔放映片數比例 46%
放映總場次	995(含 VR 場次)	1607(含 VR 場次)	1544(含 VR 場次)
票房收入	538 萬	580 萬	640 萬
總票數 (含售票、貴賓券)	41,984	41,616	43,540
觀影人數	36,676	37,351	36,152
外賓人數	120	55	0

項目	107 年	108 年	109 年
推廣活動場次 (講座、論壇、電影市集、QA 等)	203	175	112
活動參與人數	89,966	56,296	24,227

- 1.台北電影節為全球新冠肺炎（COVID-19）疫情爆發後，台灣第一個實體影展，故票房收入大幅提升，總票數及觀影人次也順勢成長。
- 2.109 年台北電影節受全球新冠肺炎（COVID-19）疫情之影響，取消邀請外籍影人參訪台北電影節，故外賓人數為 0；因應此狀況，台北電影節規劃了一系列國際新導演競賽入圍者的問候影片與線上訪談錄製，作為展前宣傳及取代實體映後座談之用。
- 3.因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響減少活動講座與映後 QA 場次，連帶影響活動參與人數較前一年下滑許多。

臺北表演藝術中心

一、臺北表演藝術中心運用管理及藝術推廣

臺北表演藝術中心(以下稱北藝中心)不因建物工程進度而停止或放慢腳步，以「專才培育」、「藝術扎根」、「國際連結」與「品牌行銷」等為營運策略，在硬體完成前增加本市創作能量、藝文觀賞人口、養成藝文消費習慣，其成效不單限於本市及北藝中心，更可造福臺灣表演藝術界。

自 105 年度起進駐並營運臺北試演場，該場館為本市迪化污水處理廠溫水游泳池再利用為排練場，是本市最大且唯一能作為演前試演的市有空間。經兩年多的經營，表演藝術團體使用評價良好，與鄰近社區民眾保持良好互動關係，行政院公共工程委員會於 108 年 1 月將臺北試演場評列為「成功活化閒置空間再利用案例」之一。同時，為使臺北試演場更加完善及貼心，北藝中心協助文化局「臺北試演場修繕工程」案之工程執行進度，期以服務更多的表演藝術團隊。

(一)藝術扎根

以活動為媒介，創造與大眾各種連結、互動，透過經年累月的灌溉，讓藝術的種子能逐步在民眾的生活裡扎根，創造民眾對表演藝術的需求，吸引更多的民眾走進北藝中心，同時也積極連結外部單位，加乘活動效益，籍以提升北藝中心知名度、好感度和支持。

109 年 4 月原訂以《新人類計劃：預告會後》串連響應國家表演藝術中心兩廳院國際年會之「台灣週」活動，預計於水源劇場辦理 4 場售票演出，惟因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響，「台灣週」活動被迫取消。本中心為持續推動台灣本土表演藝術的創意能量且顧及藝文團體之發展，以改變

演出概念，將原現場售票演出的方式調整為免費網路即時直播方式進行，讓更多台灣民眾以及國際策展人在疫情影響下，仍能感受台灣本土表演藝術團隊獨特的創意。活動參與人次共計 2,338 人。

名稱	時間	地點	參與人次	宣傳觸及人次
《新人類計劃：預告會後》網路直播	4/11(六)	臺北試演場	2,338	130,998

(二) 專才培育

創造提升專業工作者質量機會，完善支援團隊創作的環境。

1. 實習基地計畫：

以邀請學生參與實習的方式，加入場館營運團隊實務工作，幫助學生在步出校園前，實際了解表演藝術產業的運作，拉近產學之間的距離，期待成為學術及表演藝術產業的互助平臺。109 年總計錄取 32 人。實際報到 29 人。各期實習人次分別為：4 月至 6 月報到 15 人，含行銷組 5 人、技術組 3 人、服推組 3 人、節目組 3 人、研發組 3 人；7 月至 9 月報到 19 人，含行銷組 5 人、技術組 3 人、服推組 3 人、節目組 6 人、研發組 1 人、營管組 1 人；10 月至 12 月報到 5 人，含行銷組 1 人、技術組 1 人、節目組 3 人。

2. Party Talk 藝文工作者交流活動：

針對藝文工作者所關心的議題和現況，營造輕鬆交流的環境，進行經驗及意見交換，創造交流及拓展人脈網絡的場域，同時也活絡臺北試演場的使用與推廣。一年 8 場，分享劇場新知，交換工作經驗，讓藝文工作者們了解表演藝術的資源與工作內容，開啟更多劇場未來的可能性。民國 109 年進行了 3 月 3 日(二)《你所不知道的亞當計畫》、4 月 28 日(二)《音樂劇導演實務為何物-淺談 TPAC 音樂劇人才培訓》、5 月 26 日(二)《讓表演更好玩--舞台的空間實驗》、6 月 30 日(二)《打造兒童互動藝術》及 8 月 25 日(二)《搭起表演藝術合作的鵲橋》、9 月 29 日(二)《藝文場地翻新歷程》、10 月 27 日(二)《交遊系列-做伙來！北藝中心聽汝共》、11 月 27 日(五)《實習基地老司機帶帶我！一起打副本 實習攻略大解密》等。透過主題聚焦，讓所有參與者密切交流與分享，激盪更多的藝術能量。

3. 志工培訓：

為讓人們除了平時欣賞藝術表演之外，還有機會可以走進藝術領域服務，規劃志工參與臺北藝術三節活動，提供一個廣大的機會予各種不同背景的志工朋友，認識藝術行業的不同面向及工作模式。參與的工作如演出

前台、觀眾指引、問題諮詢、講座及工作坊等協助。志工於值勤前接受相關培訓課程，盼能凝聚服務向心力，更使志工技能精進。109 年志工報名 448 人，參與培訓 212 人，最後值勤 165 人（新志工人數 117 人、舊志工人數 48 人），服務時間自 7 月 3 日(五)起至 9 月 13 日(日)止，提供服務時數達 9,616.5 小時，總服務人次達 5 萬 9,162 人次。

4. 音樂劇人才培訓計畫：

計畫始於 105 年，109 年持續辦理第 5 屆音樂劇人才培育，延續「音樂劇人才培訓計畫」的效益與能量，同時導入演出和製作思維，計畫架構分成創作和表演工作坊。

創作工作坊於 8 月 10 日（一）至 8 月 30 日（日）舉行，上課地點為維特空間、呈現地點為臺北試演場，報名人數 87 人，最終錄取人數為 19 人，學習呈現於 8 月 30 日（日）舉行，共計 1 場，觀眾人數 104 人。表演工作坊分為表演組和導演組，於 8 月 17 日（一）至 9 月 13 日（日）舉行，上課地點為文山劇場、呈現地點為臺北試演場。表演組報名人數 218 人，最終錄取 26 人，導演組報名人數 43 人，最終錄取 12 人，學習呈現於 9 月 12 日（六）及 13 日（日）進行 3 場呈現，觀眾參與人次 292 人。

此外，為延續本計畫的效益與能量，更辦理「音樂劇創作工作坊作品發展系列」讀劇會，做為北藝中心「音樂劇人才培訓計畫—創作工作坊」之延伸計畫，以創作前期發展的概念，讓學員創意能有實現的機會。今年安排戲劇和音樂顧問進行陪伴指導的兩個作品，分別是 107 年學員黃琳晶與陳立唐共同製作的《龍櫻》，以及 108 年學員陳巧蓉與趙中共同發展的《我恨音樂劇》。兩部作品於 9 月 26 日（六）至 27 日（日）在南村劇場進行 4 場讀劇會，12 位讀劇演員均來自歷年音樂劇表演工作坊學員，觀眾參與人次 307 人。

5. 馬戲棚：

109 年開始辦理「馬戲棚」計畫，首屆錄取 24 名學員。計畫以培育馬戲創意人才為主，邀請國內具代表性的馬戲工作者，以臺北試演場為基地，策劃一系列的工作坊，並於年終進行成果呈現，預計從中邀請有潛力的作品，進入正式作品的研發和製作階段，提供健康完善的馬戲作品創作環境。今年於 12 月 28 日（一）辦理 1 場分享會，計有 120 人參與。

名稱	時間	地點	參與人次	宣傳觸及人次
實習基地計畫	4-6 月、 7-9 月、	臺北試演場及 其他活動相關	39	-

名稱	時間	地點	參與人次	宣傳觸及人次
	10-12 月	場域		
PartyTalk 藝文工作者交流活動	3/3 (二)、4/28 (二)、5/26 (二)、6/30 (二)、7/30 (二)、8/25 (二)、9/29 (二)、10/27 (二)、11/27 (五)	臺北試演場、空總 C-Lab、士林公民會館	331	
志工培訓	5/17(日)	臺北試演場	212	12,198
音樂劇人才培訓計畫-表演工作坊呈現	8/17(一)-9/13(日)	文山劇場、臺北試演場	292	81,491
音樂劇人才培訓計畫-創作工作坊呈現	8/10(一)-8/30(日)	維特空間、臺北試演場	104	67,663
音樂劇人才培訓計畫-創作工作坊作品發展系列讀劇會《龍櫻》、《我恨音樂劇》	9/26(六)-9/27(日)	南村劇場	307	86,247
馬戲棚期末呈現	12/28(一)	臺北試演場	120	61,334

(三)國際交流

北藝中心以成為亞洲共製中心為目標，參加各國際年會或集會，強化與亞太國家的關係，並於國內公開分享。

1. TPAM 日本橫濱表演藝術集會(Performing Arts Meeting in Yokohama)：

2 月 8 日 (六) 至 2 月 16 日 (日)

「日本橫濱表演藝術集會」前身為成立於 1995 年的「東京表演藝術市集」，於 2011 年移轉至橫濱辦理後，轉型為以國際網絡連結為主，年會共分成三大單元，別是策展節目 TPAM Direction、國際交流 TPAM Exchange、以及藝穗參演 TPAM Fringe，目前已成為亞洲地區最活躍的表演藝術集會平台之一。

109 年是北藝中心第四度參與 TPAM，除了延續在 TPAM Exchange 單元辦理二場分享交流會，本次更擴大參與規模，在 TPAM Fringe 單元規劃三場《島嶼酒吧(橫濱版)》演出，共計超過 200 位觀眾參與，同時邀請關鍵的國際策展人及未來潛力合作單位代表前來觀賞演出，藉此讓參與者更深入瞭解北藝中心透過自有的網絡平台(亞當計畫及臺北藝術節)，如何深化藝術家之間的交流與合作，也開拓此節目未來巡演的機會，包括：京都藝術節、義大利 Santarcangelo 藝術節、澳洲 Liveworks 藝術節等均有意邀演。

此外，更在 TPAM Direction 單元中呈現北藝中心與 TPAM 及新加坡濱海中心的國際共製節目《No. 60》。本次藉由在 TPAM 三大活動單元的出席，完整展現北藝中心做為「藝術家的創意基地」的決心以及創意孵育與創作陪伴的實際作為。同時也突顯，北藝中心作為亞洲共製中心的角色。

2. 澳洲表演藝術市集 (APAM) 暨亞太表演藝術三年展 (Asia TOPA): 1 月至 3 月

澳洲表演藝術市集 (APAM) 是亞太地區最具代表性的當代表演藝術平台之一，是掌握澳洲現今脈動最重要的管道，此次活動結合三年舉辦一次的亞太表演藝術三年展 (Asia TOPA)，參與 APAM 的澳洲及國際人士達到 400 名。近年北藝中心與澳洲表演藝術界互動緊密，比如亞當計畫參與的國際藝術家和機構，澳洲為歷年之最，澳洲國藝會 (Australia Council for Arts) 也持續支持臺澳合作的計畫。

有鑑於北藝中心於 111 年即將開幕，加上近幾年本中心積極參與國際活動，澳洲機構和藝術家皆抱持高度興趣，尤其在與現場數百位與會人士互動中，可感受他們對於北藝中心開幕的期待。APAM 期間參與二場座談單元，皆特別提及本中心「亞當計畫」作為新平台的案例分享，亞當計畫不以市集 Market 概念定位，且以跨國跨域為方向，設置「藝術家實驗室」為其搭建平台，因此在場參與的藝術家也對於如何參與亞當計畫抱持高度興趣；透過此行，今年報名藝術家實驗室的澳洲籍人數有 17 位，統計來自 37 個報名國家之間，排名第二。同時，與會期間也奠定與澳洲藝術機構的夥伴關係，包括 Performance Space、Art House、Campbelltown Arts Centre 等。另外，也接觸數位未來可能與臺灣藝術家合作的對象，包括編舞家 Luke George、John Bray 等。

3. 亞當計畫：亞洲當代表演網絡集會 (Asia Discovers Asia Meeting for Contemporary Performance, 簡稱 ADAM)

(1) 線上網路計畫

亞當計畫 106 年發起，主要建構以藝術家為核心之表演藝術平臺，從臺灣出發，放眼亞太，連結歐美，為打造北藝中心成為亞洲共製中心而努力。每年夏天以年會方式在臺北舉行，今年受新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響，原訂駐地項目「藝術家實驗室」取消，第四屆亞當年會轉為一項「網路藝術計畫」於 8 月 12 日(三)至 16 日(日)舉行，邀請亞太地區藝術家、策展人與機構，透過創作、講演分享及對話，針對疫情下的社會一同省思藝術生態的現在與未來。

活動以線上即時表演與線上講座的方式進行，包括編舞計畫「FW：

牆壁地板視窗動作」、講座式展演計畫「我的瀏覽記錄」以及揉和論壇及工作坊觀念的「TBC：預演未來工作坊」三個單元，帶領參與者一同思考數位化、以及虛擬演出與現場表演的關係，藉此回應本次疫情所帶來的各式衝擊與影響。今年註冊人數計 446 人，總計 16 場活動，參與人次共 1,277 人次，宣傳觸及 26 萬 6,070 人次。

(2) 亞當計畫作品發展

受新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響的「藝術家實驗室」單元因國際藝術家無法來台而取消，未執行預算將轉而支持，曾經參與「亞當計畫」之國內藝術家的創作發展，以期疫情過後，作品有機會前進國際舞台演出，進行實質交流。

「亞當計畫」藝術家擴及各大領域，在合作藝術家選擇上，期許能夠扣合北藝中心的節目發展主軸，包括馬戲、音樂劇、科技等，將邀請 FOCA 福爾摩沙馬戲團與鄭宜蘋(Betty Apple)的組合，打造一場展現超越語言並具城市特色的跨域藝術作品。為使作品在發展過程中，有面對觀眾的機會，特別選擇「白晝之夜」作為發表的場域，於 10 月 3 日在南港南興公園區域辦理，演出共計 5 場，參與達 2,510 人次。

4. 國際共製「複眼人」：

臺北表演藝術中心自營運起，即以成為「亞洲共製中心」為目標，希望透過共製機制，與國內外場館積極連結。經與臺中國家歌劇院洽定，共同邀請國際知名導演 Lukas Hemleb 改編並執導臺灣作家吳明益小說《複眼人》，並與臺中國家歌劇院進行共製。109 年 10 月完成劇本改編初稿，11 月完成舞台設計草圖，12 月影像及多媒體設計提出初剪版本。此節目規劃 110 年 4 月於臺中國家歌劇院第一階段演出，111 年 7 月至 9 月於北藝中心開幕季首演。

5. Art View 國際新視野：5 月 9 日(六)、5 月 10 日(日)、5 月 16 日(六)、5 月 17 日(日)、5 月 23 日(六)、5 月 24 日(日)

Art View—國際新視野》因受新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響，將現場講座改以線上講座方式進行，邀請旅法藝術家林人中擔任共同策劃及主持人，以「身體解碼：跨文化轉譯及其擴延」為主題，邀集多位藝術家舉辦 6 場線上講座，免費開放民眾線上參加，共有 550 人參與。北藝中心希望藉由活動的舉辦，開拓國內藝文視界，掌握國際藝文趨勢，進而帶動國內藝文場館及藝術家的創新進步。

6. 2020 Camping France：

原定於 109 年 6 月 15 日(一)至 26 日(五)在法國國家舞蹈中心(Centre National de la Danse, CND)舉辦的 Camping 活動中，由雙方將共同邀請 2019 Camping Asia 藝術家(布拉瑞揚·帕格勒法，許栢昂，Prumsodun OK)前去帶領工作坊及演出，北藝中心選送二至三位台灣藝術家前去交流，並邀請在法或歐洲的台灣藝術家共同呈現「島嶼酒吧」巴黎版，後因受新冠肺炎(COVID-19)疫情影响，CND 宣佈取消該活動，故此行程也因而取消，但雙方將持續進行 2021 Camping France 及 Camping Asia 前置規劃討論，延續雙方場館合作關係。

7. 國際表演藝術協會(ISPA)台北會議及亞太表演藝術中心協會(AAPPAC)台北：

本中心原訂主辦亞太表演藝術中心協會 (Association of Asia Pacific Performing Arts Center，簡稱 AAPPAC) 並合辦國際表演藝術協會 (International Society for the Performing Arts，簡稱 ISPA) 臺北年會，於 6 月 1 日至 6 月 5 日在臺北市中山堂，西門紅樓及臺灣戲曲中心舉行，期待透過 AAPPAC 年會的議題討論，精華呈現，圓桌討論會，焦點新作，劇場參訪等單元規劃豐富多元且聚焦台灣的內容，融合 ISPA 台北年會精華節目呈現及開閉幕酒會的籌辦，將雙邊會員得以透過兩個年會的串連，將與會的效益極大化。然而因受新冠肺炎(COVID-19)疫情影响，ISPA 年會取消，

AAPPAC 年會經協商後原延期至 9 月 28 日(一)至 9 月 30 日(三)假臺灣戲曲中心辦理，但於 6 月與大會秘書處確認疫情發展將不利會員來台因而取消，但後續亦順利爭取到 113 年 AAPPAC 年會的主辦權。

(四) 品牌行銷

北藝中心各類專案的目標觀眾制定行銷策略，觸及各年齡層觀眾，達到分眾行銷的目標，帶領觀眾產生逐漸依賴的藝術體驗歷程，達到「市場開拓」和「觀眾培養」兩大打銷目標。整合行銷計畫以「臺北共玩，戲樂無限」為品牌訴求，提昇北藝中心能見度及好感度，積極開拓潛在觀眾數，推動總體參與度和觸及人數的成長，109 年網路觸及人數逾 115 萬人次。持續經營自媒體，累積互動數及訂閱人數，至 109 年底北藝中心 Facebook 粉絲數 5 萬 5,310 人，官網瀏覽累積 37 萬 9,056 人次。

(五) 營運管理臺北試演場，優化場地各項設備及服務

1. 臺北試演場於 108 年 7 月起進行優化工程，增設獨立空調、音場改善、燈光、音響專用電力系統、貨物電梯設置、大排練場木地板鋪設及景觀美化。小排練場於 109 年 7 月取得使用執照後，重新開放提供給團隊租

借使用，大排練場則因仍在辦理變更使用執照中，暫停對外租借。

小排練場於 109 年 7 月至 12 月外租單位，包括：舞鈴劇場、安徒生和莫札特的創意劇場、天作之合劇場、陳錫煌掌中劇團、自由同頻音樂舞台劇團、衛武營國家藝術文化中心、林廷緒工作室、臺灣崑劇團、舞蹈空間舞蹈團、O 劇團、果陀劇場及長弓舞蹈劇場等。

月份	小排練場		
	可使用天數	已使用天數	使用率
7	12	8	66.7%
8	31	18	58.1%
9	30	28	93.3%
10	31	20	64.5%
11	30	17	56.7%
12	31	27	87.1%
總計	165	118	71.5%

- 2.協助文化局文化建設科「臺北試演場修繕工程」案之工程執行進度。
- 3.依相關規定持續辦理臺北試演場 109 年度各空間之功能規劃、建置及設備設施整修改善相關之工程，讓臺北試演場更加完善及貼心。

(1)依相關法規辦理之項目：

- A.109 年度下半年建築物昇降設備使用許可證申辦(7 月)
- B.109 年度建築物公共安全檢查申報辦理(9 月)
- C.109 年度消防安全設備檢查申報辦理(9 月)
- D.109 年度下半年飲用水池、雨水回收池清洗(10 月)
- E.109 年度下半年水質檢驗(10 月)

(2)各空間功能規劃、建置及設備設施整修改善項目：

2F 露臺戶外防水遮陽布施作、 3 樓化妝室使用顯示裝置施作、一樓室內通道牆面廣告看板施作、給水系統釋氣改善施作、屋頂空調設備空間安全圍欄施作、1 樓貨梯前卸貨碼頭伸縮遮雨棚施作、頂層消防排煙機外部除鏽油漆施作等。

二、臺北藝術節

2020 第二十二屆臺北藝術節 (7 月 31 日(五)至 9 月 13 日(日))

第 22 屆臺北藝術節於 7 月 31 日(五)至 9 月 13 日(日)舉辦，本屆策展人鄧富權以「Super@#\$\$%?」為策展主軸，在慣常世界坍塌的 2020 年，我們思考「超級」的意義，以及隨之衍生而來，我們必須接受的後果，同時，我們也思考種種關於這個連結你我天地的另翼想像。本年以三大部份進行，第一部份為 107 年首創的「共想吧」(Think Bar)，本年三組臺灣藝術家，

在這些發展中的創作裡，透過集體／個人的辯證視角來思考知識和經驗的傳遞透。第二部份「疫起策畫」，因應新冠肺炎（COVID-19）疫情及國際出入境限制，幾位傑出的創作者果決地提出了各種傳遞方式和介面作為對策，這些提議流動於虛擬與現場、在地與國際、個人與公共、過去與現下，以及這裡與那裡之間。第三部分「核心節目」，109年所有作品都是委託的新創作，因此成為一個「自製」型的藝術節，藝術家們獨特的視角讓我們得以更宏觀地看待人類的脆弱與毛病。

本屆藝術節共計邀請 22 名國外藝術家，以及 215 名臺灣藝術家及藝術從業員共襄盛舉，連續 7 週、45 天，規劃 9 檔售票演出(42 場)，4 檔免費演出(13 場)以及 1 檔階段性研究，以及 87 場免費專題活動及延伸活動，總計 143 場次，實體活動總參與人次共 1 萬 5,391 人次。加計臉書粉絲、藝術節電子報及兩廳院電子報開信數等線上互動 60 萬 7,238 人次，總計 62 萬 2,629 參與人次。

9 檔售票演出節目、共計 42 場。可售總座位數為 4,575 席，總售出張數 3,686 張，總體售票率為 80.57%；總體票房收入為 200 萬 7,844 元，其中本會實際票房收入為 176 萬 4,691 元。

(一)表演藝術中心自製節目的強化：

今年臺北藝術節持續強化自製能力，總算達成一個百分之百自產自製的藝術節：5 檔核心節目、5 檔「疫起策畫」、以及 3 檔的共想吧。典藏節目-《島嶼酒吧》由北藝中心亞當計畫策展人林人中策劃，邀請過去亞當計畫藝術家一同構想《島嶼酒吧：如果雲知道（無碼）》，以網路展演的形式呼應新冠肺炎（COVID-19）疫情肆虐的當下。今年重點作品亦持續去年關注的藝術家進行深度培養，由洪千涵與洪唯堯姐弟共創的《祖母悖論》書寫屬於臺灣當代的生命史；《新人類計劃：園遊會》以「魔術以死」大命題探索世界的虛實真假，今年更發展英文版演出，進一步朝向國內外巡演方向推進。同時，也顯現出臺北藝術節持續推動藝術創作於國際發展的可能性，拓展從跨國合作、共製，到自產自製節目，著實地「讓臺北接軌世界」。

(二) 超越邊界，促成國內外藝術家對話：

今年的臺北藝術節並未因為新冠肺炎（COVID-19）疫情而放棄持續創造國內外藝術家連結的可能性，反而推展出更多元的合作模式。新加坡藝術家徐家輝（Choy Ka-Fai）於 109 年 3 月抵台，延續去(108)年於臺北藝術節 Work-in-Progress 的研究，持續發展作品，並與臺灣中生代傑出設計群及舞者王甯、林素蓮、陳彥斌、宋偉杰密切工作，藉由長時間的駐地研究及與臺灣本地創作者合作，打造出《超自然神樂亂》此一與臺灣民俗信仰及

當代網路世代文化密切相關的作品。《攏是為著·陳武康》邀請法國當代指標性編舞家傑宏·貝爾 (Jérôme Bel) 與臺灣知名的獨立編舞家／舞者陳武康，透過共同工作舞譜的方式，協作出以陳武康個人生命經驗出發的概念性舞作。《日月潭是一個水泥盒》由臺灣藝術家林亭君與加拿大籍的聲音藝術家張欣，及主要以燈光及影像作為創作媒介的加拿大藝術家利安·摩根 (Liam Morgan)，共同打造出包含漫遊劇場、燈光裝置及錄像藝術的跨域作品。《消逝之島》延續去年共想吧 FOCA 福爾摩沙馬戲團與菲律賓跨領域藝術家／設計師理羅·紐 (Leeroy New) 的合作，使用理羅·紐依據他於社子島田調期間的觀察，而發展出以玻璃纖維模擬存在社子島中，抽象的實景或心理空間，結合 FOCA 福爾摩沙馬戲團團員的身體表現，創造出藝術節少見的現地創作。共想吧的《圖書室錄音》主創者李奧森，則邀請了美國籍藝術家馬可斯·盧騰思 (Marcos Lutyens) 以參與文本創作及聲音演出的方式，結合李奧森的影像及燈光，令觀眾進入一層層超現實的迷幻世界。

(三) 回應疫情時代，多元參與模式：

疫情時代，劇場創作者要如何以創作回應現況，在 2020 臺北藝術節，無論在內容或形式上，許多創作者都提出了各種傳遞方式和介面作為對策。這些提議流動於虛擬與現場、在地與國際、個人與公共、過去與現下之間。

《馬尼拉動物園》裡，伊薩·江森 (Eisa Jocson) 和她的迪士尼動物群在 Zoom 上舉辦了一場演唱會—正當我們在偷窺這些囚禁了他們的居家空間之際，他們也正凝視著，坐在漆黑的劇場中，保持著社交距離的我們。《島嶼酒吧：如果雲知道 (無碼)》同時在形式與內容上反映了今日隔離生活的現況，藝術家調酒師，透過獨立的螢幕與現場的觀眾以各自的故事交換調酒的配方，呈現隔離期間，螢幕成為人際交流唯一介面的特殊景況。楊俊跟松根充和 (Michikazu Matsune) 則在《過往即他鄉》裡，踩在人類歷史的大事件上，翻查被大家忽略的故事細節，進而探討人與自然、邊界與自由，以及國族與認同的主題。他們為了 2020 臺北藝術節新創的作品《親愛的朋友》，巧妙地運用了書信體，一面回應第一段作品中關於邊界與自由的議題，同時以簡單聲音與現場對話的方式，從書信的內容中，讓我們對於被隔離的楊俊，以及身在維也納的松根感同身受，甚至可以說是疫情下的世界，因為疫情而重新築起的國境與疆界。

(四) 階段性作品深化，給予創作者發展空間：

一個作品的形成，除了構想、更重要的是在過程中的試驗、醞釀及回饋。今年度的「共想吧」回望臺灣自身，藝術家透過集體／個人的辯證視角來

思考知識和經驗的傳遞；藉著在過去和現在之間的傳承與對話，以及世代之間的記憶，透過階段性的呈現，不僅讓觀眾可以初步認識作品，看到作品發展脈絡，並提出反饋，讓作品樣貌更加深度及成熟；同時讓創作者一步步落實藝術創作的意念，思考其作品的發展性及觀賞性，調整出更具意義的，更具市場價值的成品。

今年共有三個階段性作品搬演上台，分別為進入創作計畫第三年的跨領域藝術家李奧森所帶來的《圖書室錄音》；2017年亞當計畫藝術家林宜瑾與舞者們從個人生命史叩問其藝術學習歷程及家族史的《工尺鼓詩》；2019臺北藝術節節目《非跳不可》導演執行葉名樺則呈現以女性編舞家觀點出發，藉此探討文化史、舞蹈史與女性身體史脈絡的階段性作品《SHE》。與臺北藝術節三度合作的菲律賓創作者伊薩·江森（Eisa Jocson），今年帶來的階段性呈現《馬尼拉動物園》，除探討人與動物的關係外，更反思疫情下的隔離狀態。

除了作品的深化以外，藝術家的培育需要循序漸進，在過程中的扶植之外，更重要的是予其足夠空間發展其作品。今年度臺北表演藝術中心持續邀請幾組創作新星參與臺北藝術節，如姐弟檔洪千涵、洪唯堯再次攜手演出《祖母悖論》。去年廣受好評的新銳魔術師周瑞祥、新秀導演陳煜典及創作者王礎持續推出三年創作計畫的二部曲《新人類計劃：園遊會》；獨立藝術家張欣聯合林亭君及利安·摩根（Liam Morgan）共創《日月潭是一個水泥盒》。

(五) 場館聯結專案串接，連結社群對話：

一個藝術節的運作，除整合自身資源外，也需與不同的單位場館進行合作串聯，進而連結多元社群間的對話，發揮藝術節影響力。《圖書室錄音》與空總臺灣當代文化實驗場 C-LAB，共同激盪視覺新體驗；今年度在臺北藝術節二度登場的藝術家洪唯堯及陳煜典都曾入選過與臺北表演藝術中心同為台北市文基會旗下單位的松山文創園區「松菸 Lab 新主藝-創作甄選計畫」，亮眼的表現受到矚目，進而開啟與臺北藝術節的合作。

除了對外串聯的平台；對內的專案資源整合，在今年度也萌發出更多的創意呈現。如 2017 年亞當計畫參與藝術家理羅·紐（Leeroy New）與 FOCA 福爾摩沙馬戲團林智偉在認識後，開啟了《消逝之島》合作計畫，分別於 2018 年亞當計畫及 2019 年共想吧進行階段性呈現，並在今年度正式演出；2017 至 2020 年亞當計畫策展人林人中聯同亞當藝術家們帶來《島嶼酒吧：如果雲知道（無碼）》；2017 年曾參與亞當計畫的藝術家林宜瑾則帶來階段性呈現作品《工尺鼓詩》；2019 年亞當計畫藝術家張欣攜手林亭君及利安·摩根（Liam Morgan）共創《日月潭是一個水泥盒》；2019 年 Camping Asia

藝術家松根充和（Michikazu Matsune）與好友楊俊呈現《過往即他鄉》。二次叩門臺北藝術節的周瑞祥曾入選 106 年度「臺北表演藝術中心創意節目前期展演計畫類」，因其傑出的表現受到關注，因而力邀至臺北藝術節演出。

9 檔售票演出，4 檔免費演出列表				
項目	名稱	場次	地點	活動人次 / 觀眾人次
節目	攏是為著 · 陳武康	4	中山堂中正廳	753
節目	超自然神樂乩	2	水源劇場	504
節目（免費）	日月潭是一個水泥盒	14	臺北試演場	144
節目	No. 60	2	水源劇場	452
節目	新人類計劃：園遊會	5	中山堂光復廳	479
節目	馬尼拉動物園	2	中山堂中正廳	286
節目	祖母悖論	2	中山堂光復廳	642
節目	過往即他鄉	2	中山堂中正廳	286
節目	島嶼酒吧：如果雲知道（無碼）	3	中山堂中正廳	152
共想吧（免費）	工尺鼓詩	4	臺北試演場	73
共想吧（免費）	SHE	2	臺北試演場	91
節目	消逝之島	2	社子島	262
共想吧（免費）	圖書室錄音	2	空總-聲響實驗室	137

87 場免費延伸活動及行銷推廣活動列表				
項目	名稱	場次	地點	活動人次 / 觀眾人次
演後座談	超自然神樂乩	1	水源劇場	82
演後座談	No. 60	1	水源劇場	153
演後座談	馬尼拉動物園	2	中山堂中正廳	144
演後座談	消逝之島	2	社子島	51
工作坊	No. 60 皮歇·克朗淳－專業舞者工作坊	3	臺北試演場	84
免費展覽	北藝一號店： 陳若慈、杰西的手、鐘庭萱、許彤、張舒嫻	65	松山文創園區（北藝一號店）	7877
專題講座	Super@#\$%?：2020 臺北藝術節	1	松山文創園區（北藝一號店）	42
專題講座	Super Non-human：魔術師說不出口的秘辛	1	松山文創園區（北藝一號店）	45

專題講座	Super Human：馬戲身體的超地方想像	1	松山文創園區 (北藝一號店)	48
專題講座	Super Real：又真又假的沉浸式劇場	1	松山文創園區 (北藝一號店)	50
專題講座	空中閱覽室：Super 的臺北藝術節	1	誠品 R79 空中閱覽室	461
專題講座	空中閱覽室：當數位科技與傳統靈媒相遇	1	誠品 R79 空中閱覽室	599
專題講座	空中閱覽室：想像，移動	1	誠品 R79 空中閱覽室	410
專題講座	空中閱覽室：打開跨國合作的無限可能	1	誠品 R79 空中閱覽室	874
系列 記者會	啟售記者會 / 攞是為著·陳武康 記者茶敘 / NO. 60 彩排記者會 新人類計劃：園遊會 彩排記者會 / 共 想吧 記者會	5	Tutor ABC T 館/中 山堂-堡壘餐廳 /水 源劇場/中山堂光復 廳 /臺北試演場	210

(六)行銷計畫與成果：

本屆總共舉辦 5 場記者會及媒體茶敘，15 次發稿。媒體露出總則數為 411 則，平面實體露出 34 則、電子媒體 53 則、網路報導及評論 324 則。戶外廣告則於捷運燈箱、誠品書店大型看板等通路露出，並與誠品書店合作店內廣播節目「空中閱覽室」，觸及不同族群。以自媒體與網路社群經營長期關注臺北藝術節的觀眾，每週分享 2-3 則演出訊息，維持互動。

三、臺北兒童藝術節

2020 第二十一屆臺北兒童藝術節 (7 月 17 日(五)至 8 月 9 日(日))

兒藝節是臺北市小朋友與家長每年暑假假期專屬的、最重要、最有趣的藝術節，在盛夏的 7 月，透過安排創新、優質、多元、國外表演藝術及規劃優質且免費的國內演出，讓臺北市的家庭以最無經濟負擔的心情，參與最親切、最廣泛、最物超所值的「臺北兒童藝術節」。

109 年第 21 屆臺北兒童藝術節以「從零開始」(New Kids in Town) 為策展主軸，在節目製作上，更主動支持在地藝術家從「零」到有，孵化作品，開創臺灣兒童藝術的各種面貌，由於新冠肺炎 (COVID-19) 疫情關係，策展規劃配合防疫政策及措施大幅調整，雖然少了來自世界各地的藝術團隊，但邀請更多國內優秀藝術家參與，增加至 35 個國內團隊參與，帶來 3 檔售票節目、31 檔免費節目，總計 162 場。免費節目包含社區演出、連續 3 個週末的藝術樂園及童創基地。本屆活動內含涵蓋戲劇、舞蹈、音樂、馬戲、偶戲、特技及傳統戲曲等多元類型，共計邀請 462 名臺灣藝術家及藝術從業人員共襄盛舉，實體活動參與共計 3 萬 9,520 人次。加總臉書專頁、

兒藝節 Youtube、兒藝節電子報開信數、兒藝節官網等線上互動 38 萬 1,135 人次，總計 42 萬 655 人次參與。

(一) 打造藝術樂園，推出具主題策展性的免費藝文演出

持續三周以中山堂戶外廣場為基地，推出「藝術樂園」，每週藉由不同的主題策展，包括「樂在不一樣」、「WOW！動起來」、「音樂劇搖擺」，帶領觀眾親近多元的藝術世界。三週共計 56 場免費活動，邀請市民朋友到場體驗多元創意。此外，因應疫情，特別打造《Wash your Hands-給孩子的洗手舞》於活動中表演及放送，透過音樂力量拉近彼此距離，傳遞洗手是為了下一次的牽手和擁抱。過往兒藝節戶外免費活動，主要以一至兩檔大型演出為主，本屆注入「樂園」概念，活動時間從傍晚延續至晚間，同時加入工作坊、街頭藝人、說故事時間等參與性單元。如此設計，主要放眼北藝中心開幕後，擁有自己的廣場空間，如何活化廣場，並讓「藝術樂園」成為品牌，2020 年的兒藝節可視為跨出的第一步。

(二) 首創童創基地，以實驗室概念協助團隊研發且逐步完善作品

呼應北藝中心以「藝術家的創意基地」為定位，繼兒藝節於 108 年執行「兒童劇場演出前期展演計畫」、「兒童戲劇劇本創作徵選」之後，本屆更設立「童創基地」，作為延伸性計畫。基地主要以「實驗室」的想法，賦予創作者更為充裕的孵化時間，透過節目階段性的呈現，逐步完善作品。同時，藉由慢工出細活的工作機制，培養適合兒童節目的戲劇顧問、製作人等專業人才。今年童創基地發展的兩個作品，為複象公場《回家》及刺點創作工坊《誰偷走了我的字？》，分別為 2019 年「兒童劇場演出前期展演計畫」、「兒童戲劇劇本創作徵選」的入選作品。

(三) 委託國內創作，朝定目、巡演目標邁進

本屆兒藝節總計有三齣委創作品進行首演，包括《春風小小孩 DEMO》、《小路決定要去遠方》、《小小英雄向右轉-水滸謎城祝家莊》。為求委創作品能夠精益求精，有機會觸及更多的觀眾，策展團隊將視作品不同的發展狀態，同時扣合觀眾的反應，進行下一階段評估，比如：《小路決定要去遠方》計畫 2021 年重製，以定目和巡演為未來目標；《春風小小孩 DEMO》將推出第二集；《小小英雄向右轉-水滸謎城祝家莊》嘗試媒合地方場館，預計 2021 年至其他縣市演出。

(四) 「兒童劇場演出前期展演計畫」，孵育國內節目

兒藝節「兒童劇場演出前期展演計畫」徵選，透過提供創作者或表演團隊早期研發的經費，並安排專業領域師長觀摩呈現、給予意見回饋，陪伴藝術家走過作品實驗和修正階段，期能提升國內表演藝術節目製作能量。109

年「兒童劇場演出前期展演計畫」入選作品為：軟綿尾巴組《橋下的帳篷》、
 囡仔人《Can can do it!》以及身聲劇場《踩高蹺的人》。

(五)「兒童戲劇劇本創作」徵選，培育新生代編劇

第一名—邱奕嘉《名叫中間的地方》、第二名—張玉芬《辦辦見習生》、第三
 名—蔡仔婷《大象溜滑梯在哪裡》。臺北兒童藝術節期待透過獎助國內創作
 者與團隊發展全新的創作，能帶給親子觀眾更多想像，呈現創造力豐沛的
 劇場經驗。

(六)各演出相關資料：

1.免費社區藝術演出共 11 團隊，預計演出 88 場，其中因 8 月 3 日（一）
 下午臺北雨勢過大，經評估戶外未能安全演出，且執行演出將對觀眾及
 演出構成危險，同意取消 3 場演出，實際演出 85 場次，參與人次共 1
 萬 8,313 人次。

節目名稱	表演團隊	場地	演出場次
辛巴達的奇幻冒險之旅	樂 x5 胡琴重奏	士林區士林官邸音樂台	8
小題大作	Mr.YES 小丑劇團	南港區舊莊里里民廣場	8
螃蟹過馬路	頑書趣工作室	中山區花博公園舞蝶館	8
花木蘭的絕世武功	國立臺灣戲曲學院 -臺灣京崑劇團	萬華區青年公園音樂台	8
家和萬事興	神火俠侶	士林區士林官邸音樂台	8
超即親子動滋動	新生一號劇團	松山區富民生態公園舞台	8
魔法森林之失落的老鼠公主	尚和歌仔戲劇團	大安區大安森林公園 露天音樂台	8
小木偶的大冒險	偶偶偶劇團	南港區舊莊里里民廣場	8
填海·移山·追太陽	身聲劇場	松山區富民生態公園舞台	7
擊樂環保小尖兵	台北打擊樂團	中山區花博公園舞蝶館	7
芭蕾舞糖果屋	台北首督芭蕾舞團	大安區大安森林公園 露天音樂台	7

2.免費節目-藝術樂園：每周不同策展主題，參與人次共 1 萬 53 人次。

節目名稱	表演團隊	場地	演出場次
藝術樂園	軟綿尾巴組、夾腳拖劇團、臺灣街頭藝術文化發展協會、李俐錦團隊、C MUSICAL 製作、極光打擊樂團、蝦米視障人聲樂團、財團法人勵馨社會福利事業基金會 & 「光腳的愛麗絲」劇團、Be 劇團、FOCA 福爾摩沙馬戲團、魔	中山堂廣場	56 場

	梯形體劇場、小事製作、刺點創作工坊、A劇團		
--	-----------------------	--	--

3.免費節目-童創基地:本屆首創以實驗室概念拉長創作者孵化作品的時間,透過節目階段性呈現,逐步完善作品。參與人次共 190 人次。

節目名稱	表演團隊	場地	演出場次
回家	複象公場	臺北試演場	2 場
誰偷走了我的字	刺點創作工坊	臺北試演場	2 場

4.售票節目：

國內委託創作節目 3 檔，總計演出場次 17 場次，參與人次 894 人次。

節目名稱	表演團隊	場地	演出場次
小路決定要去遠方	明日和合製作所 X 吳彥霆	水源劇場	7 場
春風小小孩 DEMO	黑眼睛跨劇團、羸舞劇場、MIT 米特薩克斯風重奏團	水源劇場	4 場
小小英雄向右轉-水滸謎城祝家莊	栢優座	中山堂光復廳	6 場

5.總計參與人次

活動參與人次	39,520
宣傳觸及人次	381,135
2020 臺北兒童藝術節總參與人次	420,655

6.行銷計畫及媒體露出統計

(1)記者會舉辦及新聞發佈：

共舉辦 1 場記者會，10 次新聞稿發佈

6 月 10 日（三）：啟售記者會/松菸。

(2)各類廣告露出

A.戶外廣告：於 6 至 7 月期間執行，捷運燈箱、捷運站海報等。

B.節目精華影片：

推出 10 支宣傳片，以提高活動曝光率，接續於 YouTube、捷運電視、FB 露出。

C.異業合作：

與各企業合作實體活動，增加觀眾參與兒藝節活動的契機與活力，拓展雙方品牌形象及品牌認知度。如：與「繪兒樂」合作「一百種表情」繪畫活動、詮勝國際股份有限公司合作票根贈好禮。

D.自媒體

除兒藝節官網外，再透過「臺北表演藝術中心」臉書粉絲頁傳達兒藝節相關訊息，擴大關注族群。以專題【兒藝每週看什麼】張貼文章，建立觀眾閱讀習慣，整理每週節目及活動供民眾參考。售票演出以臉書貼文推播，使用影片、照片、文章的方式，增加觀眾瀏覽人次及分享轉貼數，總計 136 則貼文，為延續暑假、兒藝節氛圍，並持續建立與觀眾透過數位平臺溝通，活動結束後刊載活動精華影片，維持品牌熱度。影片另於 YOUTUBE 播放，觀看人數逾 3,000 人。

E. 媒體露出共 223 則：

平面媒體	22 則
網路媒體露出	189 則
電視媒體	12 則

四、臺北藝穗節

2020 第十三屆臺北藝穗節自 8 月 22 日(六)至 9 月 6 日(日)以「藝穗 13 一起放閃」為主題，持續秉持著不審核與不設限的初衷，以自由開放的精神，提供年輕藝術家展現創意的發表平台，今年有 125 組團隊在台北市的 25 個生活場域，舉辦 568 場演出，邀請參與觀眾一起感受無可比擬的藝術能量。

臺北藝穗節精心挑選格局有趣的演出空間來挑戰藝術家的創作靈感，鼓勵多元的表演類型參演，除了提供免費演出場地(包含黑盒子小劇場、古蹟、戶外花園、酒吧及咖啡廳等)，讓藝術家可以透過「玩」空間，將創意無限放大，不論是 4 小時或 2 小時極限藝穗的遊戲規則，也都能讓團隊勇於嘗試，突破自我的框架，開創藝術展演的更多可能。

今年的節目類型包含策展、舞蹈、戲劇、音樂劇、喜劇、即興劇、音樂、傳統技藝及馬戲等，充分展現藝穗節的多元與活力。今年藝穗節也邀請 2018 及 2019 年最大獎得主參與榮耀回歸演出，包含僻室 House Peace 演出《宿舍房號：8305》以及巧克力與玫瑰工作室呈現《淑芬計畫》。

2020 臺北藝穗節活動特色

(一) 亮點街區活絡在地經濟發展

本屆演出場地以臺北表演藝術中心及臺北試演場為核心，向外擴散，連結東區周邊，首次使用的場地包括藝文空間樂悠悠之口、Onfoto studio、松山文創園區、世貿一館內的台北收藏交易中心等，西區和南區則包含西門紅樓劇場、剝皮寮歷史街區、寶藏巖國際藝術村、孫立人將軍官邸等各式

空間，都成為發揮創意之處。本屆合作場地共計 25 個地，以使用類型區分如下：

- 1.：西門紅樓二樓劇場、思劇場、納豆劇場、信誼好好生活廣場知新劇場。
- 2.空間：剝皮寮 147&149 號、剝皮寮 173-21&23 號、濕地 5 樓&B1、藝風巷 2 樓、柏林廢墟、課廳演創空間、孫立人將軍官邸、在場、樂悠悠之口(民生東)2 樓。
3. 展覽空間：Onfoto Studio。
4. 戶外場地：松山文創園區 巴洛克花園、寶藏巖-山城廣場。
5. 其他：寶藏巖-山城 53 號、寶藏巖-邊境 71 號、松山文創園區 西向製菸工廠-福利設施區(2 小時極限藝穗場地)、松山文創園區 南向製菸工廠-醫務室 1、松山文創園區 南向製菸工廠-醫務室 3、松山文創園區 -福利設施區 B4、大橋工舍、台北收藏交易中心。

(二) 培訓團隊豐厚製作執行力

透過五月的行政說明會，讓表演團隊理解參與藝穗節的相關行政程序與執行流程，同時也介紹各場地的場地經理讓團隊先行認識，使用同一場地的團隊可以藉此機會通力合作，共享資源，完成技術初步協調及討論共同行銷的可能性。說明會的重點包括行銷宣傳時間表、如何辦理售票、如何參與開幕活動、了解使用場地的技術設備、場地的進退場時間協調與討論等。為協助藝穗節團隊能在拮据的經費、人脈與資源中順利演出並獲得成長。此外也辦理團隊練功日，今年分為兩個主題：「作伙來練功」，以製作、前台服務、技術協調會內容為主；「角色功課」，以團隊組成角色為大家分享或教授經驗為主，今年以製作人及舞台監督兩種角色進行分享。另因藝穗節大多使用非劇場式空間，且選擇於小型複合功能場地舉行演出，為確保各演出能順利進行，並保障所有參與者之人身安全，每年進行各演出場地之自我安全管理與消防防護計畫，包括活動前辦理安全講習、為各場地辦理公共責任保險、提出災害防護計畫。

節慶結束後，也持續辦理藝穗推廣講座，邀請優秀的參演團隊來進行經驗分享，讓喜歡表演，可是沒有太多製作經驗，但想報名隔年的藝穗節的朋友，有機會了解參演團隊報名的初衷及收穫，鼓勵大家多多參與。12月5日(六)邀請2020年參演的藝術家及團隊李明潔與王永安、老張老趙の樂劇實驗編導張假玉、人尹合作社擔任分享者，現場反應相當熱烈。

(三) 多面向的行銷宣傳方式

活動手冊是藝穗節重要的宣傳媒介，內容刊載完整詳細的藝穗節活動與演出節目資訊。手冊尺寸A5，每個演出節目一頁可完整揭露演出訊息及圖片。

手冊數量基於環保考量，印製 2 萬本，分送地點為全臺各藝術相關學校科系、藝文場館、合作表演場地、臺北市藝文咖啡館、臺北市各區的旅遊服務中心等，網站則提供手冊電子版下載。

本屆周邊活動十分多元，藝穗經典必玩的「藝穗脫褲看」，透過藝穗團隊在演出前進行試裝臺期間，以行走導覽方式穿梭各表演場地，讓觀眾認識表演藝術生產的過程與場地之間的連結，甚至進一步認識臺北城市空間，捕捉不一樣的城市地景，今年聚焦在富有歷史文化的松山文創園區裡，也結合園區藝穗專屬導覽，開啟每個演出空間歷史與現在的想像。

此外，也辦理快閃活動，以定點方式進行，一個小時內有 1-2 個團隊帶來 5-10 分鐘的演出，快閃場地除了藝穗節演出場地外，更與書店及百貨公司合作，讓更多觀眾認識臺北藝穗節及演出團隊。

過去辦理的藝穗俱樂部轉型為北藝 1 號店，配合臺北藝術三節的活動時間將營業日期拉長為 7 月 1 日(三)至 9 月 13 日(日)，地點位於松山文創園區西向製菸工廠-福利設施區，北藝 1 號店的設計，以活動展覽結合咖啡廳的概念為出發點，整體設計融入植韻風餐酒館風格，於空間規劃上分為 6 大區域，分別為藝術家展覽區、文宣品區、休息區、拍照打卡區、佈告欄區及服務台區，服務項目包含販售臺北藝術三節票券、周邊紀念商品、滿額贈品兌換、套票兌換、票根扭扭蛋、打卡送好禮及各式疑難雜症解惑等服務；舉辦各式與藝術相關活動。

本屆總共舉辦 3 場記者會，2 次發稿。今年藝穗節整體活動媒體露出總則數為 194 則。其中平面實體露出 17 則（含廣告）、廣播節目 54 場、電子媒體影音報導與形象影片播出 5 則、網路報導及評論 118 則。

(四) 百變的開幕活動

本屆藝穗節開幕於 8 月 15 日(六)在松山文創園區巴洛克花園以「一起 FUN 閃」為主題，活動包含「Bling 出你的風采-開幕遊行」、「閃出渾身魅力-廣場舞會」及「開啟私密約會-巴洛克約會」，共有 25 組團隊參與，包括行行製作、品劇場、阮劇團、僻室 House Peace、兩公婆樂團、人尹合作社、廖思璋、口口實驗室等，帶來創意演出，帶來滿滿的活力。開幕活動安排了曾參與藝穗節的藝術家王珩和張可揚為廣場舞會編創「約會舞」，活潑的遊行、約會和舞會，讓民眾可以選擇不同方式與藝穗團隊進行約會，透過面對面的交流，以輕鬆愉快的心情，對藝穗演出有更進一步的了解。主舞台共有 8 個藝穗團隊帶來開幕表演，展現各自的魅力。

Gentlewomen 仕女聲由 4 位 80 年代的女性組成，除了佐以民族器樂，帶來純人聲演出爵士、拉丁、搖滾、嘻哈、傳統樂曲等多元曲風，還加入「人

身打擊」的互動型態，讓觀眾也能參與演出；虎劇團的兩位新生代團員帶來一段雙人鈴舞秀《十八歲的天空》；林陸傑帶來《生日派對》，邀請觀眾一起體驗過去的生日願望；兩公婆樂團帶來音樂迷你劇《掌牛哥到仙哥》，跨越傳統與流行的風格，以說故事的曲調，引領感受新一代客語音樂的魅力，也同時宣告臺北藝穗節的到來。

(五) 鼓勵團隊提昇展演節目品質

臺北藝穗節採不審查企畫案的報名制度，參與團隊多樣化，為鼓勵質量兼具的演出，提拔富創意有才能的藝術人才與演出，設置「藝穗亮心心」獎項，依照藝穗節演出團隊之類別，分項邀請常年觀看演出，關懷國內表演藝術生態發展的專家學者，以及實際從事表演藝術工作者，組成看戲大隊，於藝穗節期間大量觀賞演出，給予即時評論及建議，一方面讓觀眾挑選節目有所參考，同時可作為將來團隊創作與藝術發展上的參考；評論亦即時張貼於藝穗節官網，評論廣獲觀眾討論與熱烈回響，為臺灣的表演藝術評論風氣注入活力。藝穗亮心心獎項分別為新臺幣 5 萬元大獎的「年度藝穗獎」、新臺幣 3 萬元的「明日之星獎」及獲得新台幣 1 萬元的「原創精神獎」，選出最優質且具未來發展潛力的演出作品，鼓勵年輕創意持續發光。其餘獎項包括「最佳創意獎」、「最佳空間獎」、「戲劇中的戲劇」、「舞蹈中的舞蹈」、「音樂中的音樂」、「喜劇/歌舞劇中的喜劇/歌舞劇」、「其他中的其他」，各可獲得獎金新臺幣 5,000 元；「北藝精選獎」獎項，可獲得獎金新臺幣 3,600 元，給予用心創作表演團隊實質的鼓勵。

(六) 創造其他演出機會媒合未來發展

為讓新生代的創意被更多人看見，臺北藝穗節推出「即刻重演」計畫已邁入第 3 年，共邀請 5 組年度獲得藝穗獎項團隊，於 11 月 5 日(四)至 11 月 8 日(日)在牯嶺街小劇場重新搬演得獎之作，包括蘇品文《少女須知(後)》、老張老趙の樂劇實驗《一口氣》、李明潔《前方天空有片小的烏的雲》、「不然，B 計畫」《古典派的 SM》及「劇聚 GGCLUB」《封箱家庭》。

參與「即刻重演」的團隊必須在不到 2 個月的準備時間內，順利轉化作品，將同一作品在不同空間中呈現，考驗年輕創作者的應變與結合空間特色的創意，所以即刻重演的意義不只是多一個新的舞台，也意味觀眾有機會看見更多類型和面向的藝術呈現。

此外，為鼓勵有意發展國內巡演的團隊，勇敢自我推薦，能在正式場合中透過簡短且清晰的說明，介紹製作概念與演出特色，藉此媒合與其他場館後續合作之可能性。今年持續串連北藝中心「創意熟成平台」，邀請臺灣各地的場館及文化中心代表與策展人前來參與，今年參與的藝穗節團隊為蘇

品文／少女須知（後）（年度藝穗獎），老張老趙の樂劇實驗／一口氣（原創精神獎），僻室／宿舍房號：8305（榮耀回歸演出團隊）等，藝穗節特別在活動前邀請經驗豐富的製作人孫平前來培訓團隊簡報技巧，協助藝穗團隊能有機會受到其他場館青睞，將得獎作品帶到其他城市巡演，讓優秀的作品帶到外縣市，讓更多人看見。

(七) 持續優化線上報名系統

臺北藝穗節報名維持線上登記，為了讓團隊報名參演的流程更為順暢，2020年的網站在目前原有網站架構下，分別於前台與後台管理系統功能都有細微調整，讓使用者更為方便操作。在藝術家專區內，新增「場地預約修改通知信」的功能，以便能更明確掌握團隊針對場地預約的修改情形；增加「前台圖片裁切功能」，使團隊能預覽上傳圖片的裁切是否正確；同時，也調整「演出計畫增修」的相關設定，避免團隊混淆不同階段上傳的資料。在網站後台的功能裡，整合「場地資料」的欄位，縮短後續刊登文字的作業時間，也重新定義看戲大隊頁面的排序設定，使操作更為順暢。

新北投車站

一、新北投車站經管理及藝術推廣

以永續經營、活化新北投車站建築物、建立鐵道歷史交流場域為使命，舉辦各式活動，喚醒民眾對北投歷史和文化的記憶，推廣新北投車站及教育發展。結合北投週邊各藝文館舍，落實北投無圍牆博物館文史觀光資訊與旅遊推廣平臺，定期辦理社區交流市集與教育推廣活動，成為社區參與、活動推廣與文史觀光資訊彙整平臺。

(一) 營運重點：

1. 新北投車站相關文獻蒐集及展覽。
2. 前條所定新北投車站指定範圍內之營運、管理及維護工作。
3. 北投生活體驗教育推廣。
4. 社區教育文化工作推動及整合行銷。
5. 其他經文化局核准之項目。

(二) 慶典活動：

1. 車站生日慶典

每年四月為新北投車站生日慶，串連社區共同舉辦相關慶祝活動，新北投車站持續地透過在地合作，加深車站與北投的連結，透過生日慶典讓社區共融同樂。109年度生日慶主題《車頭辦禧市》受到新冠肺炎（COVID-19）疫情影響，將展演活動延後到鐵道生活節擴大舉辦。109年首度推出的「一日站長」活動，讓民眾重溫車站回憶，以及舉辦生日

慶主題市集，創造新北投車站「新」傳統並重現車站「舊」場景。總計 16 場次，吸引超過 3,648 人次共襄盛舉。

活動名稱	2020 車頭辦禧市		
活動期間	109 年 4 月 1 日(三)至 4 月 30 日(四)止		
活動目的	站長初登場！為了讓民眾有機會回味車站的過去與功能，企畫一日站長活動，讓里長、志工輪值扮演站長，參與民眾則有機會體驗剪票的樂趣。		
期間參觀人數	活動名稱	場次	參與人次
	一日站長	16	301
	生日慶主題市集	6	3,347
	總計	22	3,648

2. 鐵道生活節

為推廣鐵道文化，並讓民眾更深入認識鐵道生活，加深新北投車站鐵道背景認知，預計將透過市集、講座、電影、歌曲、飲食等各式鐵道文化與生活連結的面向，讓民眾由生活認識鐵道文化，進而去探索多元豐富的北投文史。

因受新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響，上半年生日慶與其他教育推廣活動規劃延後到 9 月「鐵道生活節—北投無圍牆系列活動」舉辦，包含遊園小巴生態導覽、梅庭夜間音樂會、眷村文化體驗、鐵道音樂會、講座與創意 DIY 課程、主題市集，共計舉辦 69 場活動，至少吸引 2 萬 5,988 人次參與。

活動名稱	2020 鐵道生活節—北投無圍牆博物館系列活動		
活動期間	自 9 月 5 日(六)至 10 月 13 日(二)止		
活動目的	以車站為主體的慶典活動，並扣合北投無圍牆博物館啟動醞釀，串聯社區團隊、周邊館舍及商家共同合作。		
參與人次	活動名稱	場次	參與人次
	遊園小巴—北投生態導覽	39	4,000
	站體護木油擦拭	10	200
	鐵道音樂會	1	100
	梅庭夜間音樂會	2	60
	月台舞藝思	1	80
	落地掃展演	1	50
	眷村文化體驗	2	40
	親子故事屋	1	20
	鐵道講座-百年前的鐵道旅行	1	25
	鐵道講座-成為鐵道員的第一	1	25

步		
鐵道講座-那些沒有鐵道的日子	1	20
工作坊-月琴捏陶	1	25
工作坊-火車剪紙	1	20
工作坊-車廂模型	1	20
好好手感微笑市集	2	4,224
水花園有機農夫市集	2	3,208
在地市集	2	2,792
總計	69	25,998

(三)展覽執行

1.車站合作展

展覽名稱	展覽簡介
《1920 年代北投溫泉觀光散策》 北投文物館合作展	<p>北投溫泉觀光的興盛，小而美的新北投車站是重要的交通 運輸工具之一，也是遊玩北投溫泉區的起點。這次特展名為《1920 年代北投溫泉觀光散策》，日文「散策」(sansaku)即漫步或散步之意，透過地圖、旅館摺頁，讓民眾出了車站可以輕鬆漫步 到當時最高級的佳山旅館，藉由圖片、展品，認識北投的人文 環境與在地文化歷史特色，一路上經過北投公園、北投溪、地熱(獄)谷、普濟寺、往幽雅路上漫步到 32 號，即抵達佳山旅館。期許作為大眾認識北投互古今來入口的新北投車站，發揮鐵道與地方文化歷史發展的關聯，同時再現「百年佳山」目前為臺灣獨一無二的兩層樓精緻日式古蹟的風華。</p> <p>➤ 展期：109 年 3 月 27 日(五)至 109 年 8 月 25 日(二)</p> <p>➤ 參觀人數：111,891 人次(人數統計為 109/3/27~109/8/25)</p>
《彩繪月琴展》 臺灣月琴民謠協會 合作展	<p>新北投車站首度與臺灣月琴民謠協會進行展覽合作，於站內展出多把彩繪上北投地景特色的月琴，木頭材質的月琴與老車站相得益彰，讓來到站內的民眾認識車站以外，更能夠認識這把外觀跟聲音都很美麗的獨特樂器。</p> <p>《彩繪月琴合作展》於一年一度的月琴祭，與新北投車站鐵道生活節連袂登場，展示目的除讓民眾認識月琴外，樂器上的北投場景彩繪，更能夠讓民眾認識北投多元豐富的生態及人文環境。</p> <p>➤ 展期：109 年 9 月 5 日 (六)至 109 年 11 月 1 日(日)</p> <p>➤ 參觀人數：74,061 人次(人數統計至為 109/09/05~109/11/01)</p>
《平溪鐵道百年風華》 平溪支線合作展	<p>110 年為平溪支線 100 周年，同時也是淡水線 120 周年，透過與新平溪煤礦博物園區的展覽合作，北臺灣 2 條重要鐵道交會，從平溪線的歷史，端看在地豐富的煤礦資源，如何影響了平溪線從過去到</p>

	<p>現在的發展。而新平溪煤礦博物園區，透過舊產業的轉型，戮力推廣臺灣煤礦業歷史文化，當因應過去產業而生的電氣化小火車「獨眼小僧」與淡水線 35TP32873 相遇，激盪兩條不同鐵道支線所孕育而生的臺灣早期產業風景，將於本次特展中帶領民眾一窺究竟。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 展期：109 年 8 月 27 日(四)起 ➢ 參觀人數：148,664 人次(人數統計至為 109/08/27~109/12/31)
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2. 車廂主題展

展覽名稱	展覽簡介
月臺日子 (車廂區)	<p>《月臺日子》車廂特展透過科技運用讓民眾得到更深刻有趣的觀展體驗，展場與插畫家鄭培哲先生合作，將畫筆下的淡水線風光，轉化成能夠感受到火車行進感的動畫；也運用 VR 技術，360 度環視車廂內的種種細節，讓民眾如同身處過去於淡水線車廂內的庶民百姓風景。《月臺日子》所展示的是民生與鐵路仍緊密依存的年代；是沿著鐵軌生活與玩耍的年代，同時也是在現代運輸正式普及前，某些人曾經參與過的年代。即使回憶都已經隨著時間留存於相紙上，透過本次特展，讓我們再次一起走過這段鐵道綿延數里的生活軌跡。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 展期：自 109 年 4 月 1 日(三)起 ➢ 參觀人數：258,040 人次(人數統計為 109/4/01~109/12/31)
文獻蒐集	<p>透過《車站時光》站內常設展覽，向社區各協會蒐集車站相關文獻資料及過去歷史紀錄照片，並整理成冊放置於展場供民眾現場翻閱檢視。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 1980 年代鐵道日常生活特展總計展出共 26 張照片、3 支影片 ➢ 車站時光常設展總計展出共 85 張照片、2 支影片 ➢ 文化部國家鐵道博物館籌備處補助研究計畫共新增 30 張照片。

3. 合作展覽

展覽名稱	展覽簡介
臺北市立聯合醫院 國際失智症月 主題活動	<p>本年度將合作策展的內容向外部館舍延伸，與臺北市立聯合醫院之委辦單位合作，由失智者錄製採集新北投車站及北投週邊的聲音，剪輯成鐵道與青春時期的回憶，經過聲音設計與專業策展，於士林臺灣科學教育館展出《歡迎來到我的腦！共度一場陪伴失智的創齡旅程》國際失智症月主題活動。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 展期：109 年 9 月 18 日(五) 至 109 年 10 月 4 日(日)

(四) 教育推廣

109 年度車站共舉辦超過 237 場推廣教育活動，包含站內預約免費團體導覽服務及學校導覽服務(51 場)、創意生活體驗與社區參與工作坊(10 場)、驛站講堂(10 場)、北投行旅生態導覽(55 場)、及新北投車站學生體驗教育活動(6 場)，另持續於假日舉辦《文創市集》、《小農市集》、《創意生活講座

/課程》等各項主題推廣活動，使車站除了是假日觀光休憩的好地方、藝術文化團體交流的平臺，亦成為在地居民日常生活的重要場域。

1. 社區參與工作坊

109 年舉辦剪紙活動 3 場與車廂模型彩繪 DIY 工作坊 1 場，在新春期間體驗舊時年節的氣氛，讓藍皮車廂的鐵道迷有機會透過工作坊認識車廂結構。

日期	工作坊	講師	參與人數
1 月 18 日(六)	紙上剪花-迎金鼠	周佳儒	15
1 月 19 日(日)	紙上剪花-迎金鼠	周佳儒	15
10 月 2 日(五)	車廂剪紙	周佳儒	15
10 月 19 日(一)	車站鐵道模型工作坊(二)	陳祐松	20

執行成果：共 4 場次、65 人次參加

2. 驛站講堂

開館以來車站與在地社區大學合作新北投車站講座課程並聘請鐵道學者、地方文史工作者或者老蒞臨分享，獲得各界好評。109 年將側重於鐵道文化相關主題之介紹，並緊扣「新北投入口門戶」館所定位，讓來訪北投的旅客透過故事、音樂、文史或書籍講座等多元型態，將車站空間轉化為知識分享、歷史傳承及文化活動的接點，讓新生代觀眾透過參與而獲得更豐富的知識體驗，109 年舉辦 10 場次不同主題的講座或主題活動。

日期	講題	講師	參與人數
2 月 8 日(六)	北投文史三部曲-北投溫泉史散步	楊燁	40
3 月 7 日(六)	北投文史三部曲-北投文化財遍路	楊燁	30
4 月 25 日(六)	北投文史三部曲-往日北投生活學	楊燁	25
5 月 16 日(六)	三明治工與他的好朋友	李萬鏗	15
6 月 14 日(日)	親子共讀力量大	許增巧	30
7 月 12 日(日)	藝術顧身體 自在創齡	周凱特	30
8 月 16 日(日)	『新』北投碑語	秦政德	15
11 月 8 日(日)	《北投，從前從前》繪本分享會	楊燁、粘忘凡 孫心瑜	60
11 月 14 日(六)	20 年前沒說的溫博館保存故事	陳林頌	35
12 月 12 日(六)	車站回家沒說的故事	陳柏翰	35
小計		共 10 場	315 人

3. 北投行旅生態導覽

109 年鐵道生活節期間，規劃北投遊園小巴士隨車導覽，利用交通運輸工具之便，帶領參與民眾行經 9 處在地場館、2 大北投獨有自然景觀，

用 1 趟遊程將上述歷史及自然文化全數網羅。此外，於行車途中由北投在地社團協會資深導覽老師為民眾進行沿途解說，不僅於鐵道生活節期間舉辦 39 趟次，更配合 11 月北投盛事-臺北溫泉季活動加開 16 趟次，總計參與達 886 人次。

鐵道生活節－遊園小巴導覽(全程約一個小時)

路線：新北投車站→北投圖書館→溫泉博物館→梅庭→地熱谷→北投文物館→衛戍醫院-中心新村-新北投車站

臺北溫泉季導覽：全程約 30 分鐘。

路線：新北投車站→水美溫泉會館→加賀屋／天狗庵→梅庭→溫泉博物館→北投圖書館→水美溫泉會館

日期	導覽內容	合作單位	參與人數
9/5(六)-9/6(日)共六趟次	鐵道生活節－遊園小巴	北投文化基金會	110
9/13(日)共三趟次			60
9/19(六)-9/20(日)共六趟次			108
9/26(六)-9/27(日)共六趟次			116
9/5(六)-9/6(日)共四趟次	鐵道生活節－遊園小巴	台灣藝起公益協會	75
9/13(日)共兩趟次			37
9/19(六)-9/20(日)共四趟次			75
9/26(六)-9/27(日)共四趟次			80
10/24(六)-10/25(日)共八場	臺北溫泉季	北投文化基金會	160
10/24(六)-10/25(日)共八場	臺北溫泉季	台灣藝起公益協會	160
小計		共 55 場	886 人

4 鐵道主題學生體驗教育－北投學走讀、夏令營「17 混北投」、「小小鐵道員 X 湯守觀音」

以新北投車站及鐵道知識為主軸，規劃適合國中、小學童認識火車站體驗等相關課程，課程規劃主要包含車站重建過程、展示導覽、淡水線與支線故事、北投在地特色等，另依據活動時間或對象搭配火車相關 DIY 或走讀活動，讓學童透過不同的方式認識新北投車站及鐵道基本認知並

啟發學習興趣。109 年受新冠肺炎 (COVID-19) 疫情影響，延後到下半年舉辦，並且結合鐵道文化及北投在地文史的重要社區活動。

逸仙國小－北投學走讀

日期	活動內容
7/07 (二)	《Project R 一日市長》 帶低年級學童認識北投重要歷史景點、並且了解因捷運而拆遷車站的過程，有助於與鄉土課程結合，用雙腳認識自己的家鄉，也可以引導學童認識公共議題的討論過程。

17 混北投－夏令營活動規劃

日期	活動內容
7/21 (二)	《啟航-北投嘻遊記、森林探險家》 藉由桌遊、體能攀岩、大地遊戲等破冰活動，讓組員彼此認識。
7/22 (三)	《冒險-追蹤旅行、深度訪查》 一館所一任務，解任務過程中認識北投地區文化館場、宗教文化與古蹟景點，並搭配設計思考過程，在講師的引導下，小組討論北投公共議題(如：新北投捷運直通車等等)
7/23 (四)	《尋寶-文化觀察家、來北投混大的》 進入北投市場了解從飲食庶民文化，收集市場特色與訪問攤位，藉由這過程了解北投市場對於在地的意義。
7/24 (五)	《夢想-小組發表、冒險，是為了發現自己》 小組發表這次營隊活動紀錄與創意思考成果。

11 月 8 日(日)小小鐵道探險員 X 湯守觀音紀念 (共 6 場次、140 人次參加)

踩街遊行	
時間	活動內容
13:00-13:20	集合、踩街路線說明
13:20-13:30	在地社區團體大會師
13:30-14:30	新北投車站志工隊參與踩街遊行

車站導覽：鐵道員與湯守觀音的連結	
時間	活動內容
14:00	新北投車站導覽(北投社大歌唱班、桃源國小棒球隊、南十字童軍團)
15:00	活動圓滿結束

5. 創意生活講座/課程

日期	工作坊	場次	參與人次
----	-----	----	------

1月4日(六)	世界鐵道系列講座	1	30
4月12日(日)	北投風土建築學講座	1	50
5月17日(日)	世界鐵道系列講座	1	32
6月9日(二)	69鐵道節送紀念車票	1	100
6月27日(六)	世界鐵道系列講座	1	38
7月11日(六)	世界鐵道系列講座	1	45
8月15日(六)	日光月曲-月琴體驗課	1	20
小計		共7場	315人次

6.週末市集

與好好手感微笑市集合作固定於每月第一周舉辦文創手作市集，邀請獨立新興手作品牌設置攤位，持續辦理後已然成為藝文、手作、市集愛好者、親子家庭遊客假日的必遊之地。而小農市集則固定於每月第三、四周周末設置，另為提升在地小農之行銷、美學、有機無毒栽種之觀念及能力，自民國107年11月新北投車站與水花園有機農夫市集合作，推出綠色飲食 X 在地小農 X 手作雜貨之綜合性市集，提倡在地、友善、純淨的市集主軸概念，以飲食作為軌道出發，駛著永續的列車，鋪展日常的樣貌。提供北投在地小農與其他小農之交流學習機會，共同形塑地區特色。執行成果：全年度總計78場次，共計服務14萬5,414人次。

7.車站自有商品開發

新北投車站除了是懷舊的地點及體驗歷史的場域外，更是時光消費的最佳地點，車站保持約30項文創及紀念商品於車站銷售區展售，包含車站自有商品開發、北投在地創作者商品銷售合作、車站限定商品開發等，提升在地文創能量及商機。109年度自行開發商品搭配完工之月臺車廂區，與悠遊卡公司合作開發立體車廂悠遊卡、自行設計開發鐵道便當，讓民眾把懷舊的氣氛帶回家。

執行成果：109年總計自行開發3樣新商品。

8.北投周邊館所四季活動交流

配合年度北投四季活動概念推出，新北投車站將依據春、夏、秋、冬四季主要統籌單位配合推出相對應的特色活動，共同營造北投的四季特色。因新冠肺炎(COVID-19)疫情影響，諸多活動取消舉辦，合作串聯活動皆發生於下半年。

日期	活動	合作館所/單位	場次
9/05(六)至11/26(四)	鐵道生活節—館所集章卡，共發送8545人次	凱達格蘭文化館、北投圖書館、北投溫泉博物館、梅庭、中心新村、北投文物館	1場次
9/05(六)至	臺灣民謠月琴祭—彩繪月	臺灣民謠月琴協會	1場次

11/05(四)	琴合作展		
10/22(四)至 10/26(一)	2020 臺北溫泉季 遊園小巴 16 場、戲劇演出 2 場	臺北溫泉產業發展協會	18 場次
小計	共計 20 場次		

(五)宣傳行銷

新北投車站行銷宣傳管道以網路平臺為主，配合不定期活動會在政府相關刊物上刊登訊息，另搭配活動需求會不定期印製並發送 EDM 或酷卡作重點宣傳。

- 1.官方網站：車站於 109 年 8 月進行網站搭配二期工程完工近進行設計升級及改版作業，提供民眾瀏覽、獲取車站第一手的資訊服務。新官方網站以年輕化的編排以及增加整體網頁易讀性作為主要改版內容，其中也將北投以及車站相關的特色文化，融入整體網頁設計當中，如：屬於北投的溫泉意象、屬於車站的樺接、鐵道等相關特色，結合明亮舒適的色彩一起呈現，讓民眾藉由閱讀網頁的同時，更能體驗到北投的豐富文化內涵。109 年網站內容包括：北投無圍牆博物館簡介、歷史照片、場地租借等，累積年度瀏覽人次：7 萬 4,349 人次

月份	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
瀏覽量	3,375	2,906	3,383	3,112	3,030	3,510
月份	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
瀏覽量	5,501	16,858	15,372	7,146	5,257	4,899
年度總瀏覽量			74,349			

- 2.FB 粉絲團：透過網路社群平臺及時公布活動及展覽訊息，並與網友與參觀民眾進行直接交流、溝通和分享，累積粉絲數 9,228 個讚。

月份	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
按讚數	7,771	7,835	7,902	8,002	8,048	8,158
新增人數	91	64	67	100	46	110
月份	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
按讚數	8,253	8,736	8,994	9,064	9,155	9,228
新增人數	95	483	258	70	91	73

- 3.媒體宣傳效益：新北投車站 109 年度媒體露出總數 47 則（包括平面報章雜誌，以及網路新聞和電視媒體等）。

(六)館所營運

- 1.籌備義務服務暨經營管理委員會：本站參酌溫泉博物館公私合營與參與的構想，邀請社區代表、市府代表共同商議年度經營管理計畫以及財源籌措管道，新北投車站義務服務暨經營管理委員會，正式於 108 年 10

月 8 日(二)成立，總委員數共 18 名，並向下設有「活動小組」、「展覽小組」、「文創開發小組」、「館所發展小組」等 4 大小組，以每 4 個月為期開立大會，如期間車站有各項展覽或活動，將召集上述 4 小組之委員進行會議討論，落實「分層」、「分區」的參與策略並維持本會持續運作。

2. 志工招募及訓練：招募服務志工約 50 人，並設計各式訓練課程，包含內容志工及員工服務基礎訓練課程、新北投環境與歷史、車站鐵道學、北投鐵道文化之路導覽，特展培訓課程、館所參訪交流等，有助於志工及員工相關建立服務新北投車站的導覽及服務遊客的能力。

3. 日常維運管理制度：包含館所建物管理、清潔計畫、保全及安全維護、人員訓練及招募、銷售盤點報表建立等日常維運管理制度建立。

(七) 年度實際服務人次(入館人次)

年度	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	入館 總人數
107 年度	27,668	18,606	30,094	48,196	28,725	25,418	21,704	21,405	21,185	38,357	44,689	48,850	374,897
108 年度	35,641	34,186	39,449	44,580	36,965	36,613	28,236	33,972	44,116	70,144	76,482	65,169	545,553
109 年度	50,214	49,088	25,742	17,730	18,208	24,401	24,453	29,134	30,414	42,924	34,037	36,739	383,084

註：108 年二期工程車廂與軌道的整體場域完工受民眾熱烈回響，而 109 年因受新冠肺炎(COVID-19)疫情影響 109 年入館人次較上一年度減少，但參觀與活動的整體總計人次仍維持在 54 萬人次以上。

(八) 109 年全區參與人數統計：

主題展示與活動列表之統計人次			
類別		時間	服務人次
常態型 活動	《月臺日子》車廂主題展(車廂內)	4/01(三)起	258,040
專案型 活動	《1920 年代北投溫泉觀光散策》合作展(車站內)	3/27(五)~8/26(三)	111,891
	《平溪百年支線》合作展(車站內)	8/27(四)起	148,664
	《彩繪月琴》合作展(車站內)	9/05(五)~11/01(日)	74,061
入館參觀總計人次			383,084
教育推廣活動參與人數			
類別		時間	服務人次
教育類	創意生活體驗 (包含社區參與工作坊)	1/18(六)-1/19(日)、 4/12(日)、8/15(六)	7 場次 200 人次
	驛站講堂	2-12 月	10 場次 200 人次

	北投行旅導覽	9-12 月	55 場次 825 人次	
	鐵道主題學生體驗教育	7 月、11 月	6 場次 160 人次	
推廣行銷類	生日慶「車頭辦禧市」	03/17(二)-04/07(二)	16 場次 3,684 人次	
	鐵道生活節 北投無圍牆博物館系列活動 (遊園小巴計於北投行旅導覽)	9/05(六)-10/17(六)	30 場次/14,109 人次	
	週末市集	好好手感微笑市集	1-12 月	27 場次 62,143 人次
		水花園有機農夫市集	1-12 月	22 場次 37,841 人次
		北投在地小農市集	1-12 月	26 場次 45,430 人次
		不定期申請市集	1-12 月	3 場次 5,242 人次
	學校導覽服務		1-12 月	10 場次 728 人次
	免費團體導覽服務		1-12 月	33 場次 1,038 人次
周末定時導覽		11-12 月	8 場次 150 人次	
推廣活動參與人數總計			253 場次/ 158,383 人次	
車站內外參與人數總計			541,467 人次	

辦學部

一、臺北市影視音實驗教育機構

(一)109 年度營運重點：

- 1.辦理常態四季課程、開放旁聽。
- 2.110-1 至 114-1 續辦計畫申請通過。
- 3.發行紙本雙年刊、電子校刊《晚睡早起》
- 4.舉辦第二屆畢業典禮、招收第四屆新生（109 級）、教職員招聘。
- 5.舉辦成果展《吸氧氣的魚》、畢業展《底噪》
- 6.辦理教育推廣活動、業界參訪活動
- 7.推動剝皮寮、影委會實習合作

(二) 109 年執行四季課程：

- 1.共有 9 名專任教職員，包含：1 名主任、6 名專任導師及 2 名行政教師。
每學季與 20-30 位兼職業師合作，開設 40-50 門課程供學生選修。
- 2.春季課程：2 月 24 日（週一）至 5 月 01 日（週五）。
- 3.夏季課程：5 月 18 日（週一）至 7 月 24 日（週五）。
- 4.秋季課程：8 月 17 日（週一）至 10 月 23 日（週五）。
- 5.冬季課程：11 月 09 日（週一）至 110 年 1 月 15 日（週五）。
- 6.課程全選修，每季以「影像」、「音樂」、「國際移動力」、「體育」、「博雅」為主要開課領域，並接受學生申請社團、自主學習計畫、校外實習、遠距外語等，組成多元且符合個人學習需求的個人學習地圖。

(三) 實習推動與業界參訪

- 1.校內實習：雙年刊編輯實習、南海幼兒園合作案拍攝實習
- 2.校外實習：學生至剝皮寮歷史街區、親愛日記生活片場、明天的歌有限公司等實習，並與影委會簽訂合作意向書。
- 3.業界參訪：參加台北流行音樂中心後台導覽活動、參訪太極影音公司。

(四)109 學年度教師及學生人數異動情形

- 1.人事狀況：109 年編制 15 人，現職 9 人。含 109 年 8 月林睿育主任離職，共計有 8 名教職員異動。
- 2.招生狀況：108 學年度第 1 學期共招生 6 名新生，109 學年度第 1 學期招收 23 名新生。

學期	108 學年度第 2 學期	109 學年度第 1 學期
報名人數	8	32
錄取人數	7	28
報到人數	6	23

3.學生人數異動情形

人數/學期	108 學年度第 2 學期	109 學年度第 1 學期
學生總數	86	75
106 級人數	23	1
107 級人數	36	28
108 級人數	26	21
109 級人數	-	23
轉出人數	3	4
畢業人數	32	2

(五)109 年度教育推廣活動

月份	項目
4-5	• 成果展《吸氧氣的魚》、畢業展《底噪》
7	• 第二屆畢業典禮
10	• 社會公義獎 XTMS 聯合放映活動—《主管再見》
11	• 辦理大師有約：李屏賓講座
11	• 參展教育博覽會

(六)房舍管理維護及行政管理與執行

- 1.環境維護及房舍視需求修繕。
- 2.校園防疫工作執行
- 3.機電設備定期保養。
- 4.定期辦理消防演練、設置防火管理人

- 5.通過安心場所認證，配置 AED 管理人。
- 6.每週教師會議及行政組會議定期討論及決策機構日常運作及教學。
- 7.辦理全校月會、親師懇談活動、校務會議。
- 8.邀集影視音及實驗教育學者專家組成校務發展諮詢委員會，召開 2 次諮詢會議。

參、財團法人自評

一、是否符合原捐助章程及設立目的：是。

本會成立於 74 年 6 月，係一政府捐助設立的非營利性機構，以推動台北的城市藝文發展為使命，並依法訂定本會捐助章程。

本會設立之目的，係為促進文化建設，推展文化藝術活動，促進文化創意產業發展，獎助文化學術事業團體，提高市民文化生活水準，增進市民身心健康，培育文化人才。依前述目的推展本會各項業務工作。

二、原捐助目的是否已透過年度目標之達成而實現：是。

本會受臺北市政府文化局之託，經營管理藝文館所包括：松山文創園區、西門紅樓、臺北市電影主題公園、剝皮寮歷史街區、台北當代藝術館、台北國際藝術村及寶藏巖國際藝術村、新北投車站、台北偶戲館、臺北表演藝術中心，並策辦臺北藝術節、臺北兒童藝術節、臺北藝穗節、台北電影節，及設置台北市電影委員會、臺北市影視音實驗教育機構 (TMS)。

因有公部門的參與和督導，本會與一般民間性質基金會相較之下，更注重文化活動的公共性與市民的可及性，並多次推動開創性的城市藝術文化活動，就「推展及辦理文化藝術活動」、「促進文化創意產業發展」、「獎助文化學術事業團體」、「促進國際文化藝術交流」、「文化學術之研究出版」、「文化資產之維護與發揚」、「推展及辦理文化藝術實驗教育」等會務推動方針，訂定策略績效目標及其所屬衡量指標，並通過臺北市政府文化局委外館所經營管理營運督導委員會及財團法人台北市文化基金會績效評核審查會議之考核及評核。

三、財務收支情形

- 1.本年度收入預算數 6 億 3,271 萬 7,000 元，執行結果，決算數 5 億 7,892 萬 7,614 元，較預算數減少 5,378 萬 9,386 元，約-8.50%，主要受 Covid 19 疫情影響各項活動辦理，致各項收入不如預期，補助款執行賸餘繳回市庫。
- 2.本年度支出預算數 6 億 3,261 萬 8,000 元，執行結果，決算數 5 億 6,208 萬 645 元，較預算數減少 7,053 萬 7,355 元，約-11.15%。主要受 Covid 19

疫情影響，調整活動辦理規模、形式或取消辦理，銷貨成本、人事費用、業務費用等費用配合調整，另因運用疫情期間進行館舍修繕，致管理費用較預期增加。

3.收支相抵，本年度預算數為賸餘 9 萬 9,000 元，執行結果，決算數賸餘 1,684 萬 6,969 元。

表一、收支摘要表

單位：新臺幣元

業務收入							業務外收入		收入合計
銷貨收入	受贈收入	政府補助基本營運收入-文化局	政府補助基本營運收入-其他	租金收入	營運收入	其他業務收入	財務收入	其他業務外收入	
24,999,697	9,416,003	351,815,515	9,456,834	132,416,081	47,793,721	1,428,472	695,428	905,863	578,927,614
4.32%	1.63%	60.77%	1.63%	22.87%	8.26%	0.25%	0.12%	0.15%	100.00%
業務支出							業務外支出		支出合計
銷貨成本	人事費用	管理費用	業務費用				財務費用		
20,111,424	176,152,756	145,091,574	220,713,899				10,992		562,080,645
3.58%	31.34%	25.81%	39.27%				0.00%		100.00%

四、內部控制及稽核制度實施情形

於 109 年 5 月 25 日董事會上通過本會內控內稽制度，並於 7 月 27 日經主管機關同意。另持續依「財務內部稽核要點」定期辦理查核，提升並改善財務效率。

五、投資管控情形：無。

六、轉型或退場評估：無。

本會依市府政策執行，每年接受檢核實施成效良好，新年度計畫持續進行中，暫無轉型或退場需求。

七、109 年度財團法人台北市文化基金會績效評估

109 年度財團法人台北市文化基金會績效評估指標

績效構面	權重	績效目標 (分項績效 目標之權重)	評估指標	說明	109 年度 目標值	109 年度 達成值
------	----	-------------------------	------	----	---------------	---------------

績效構面	權重	績效目標 (分項績效 目標之權重)	評估指標	說明	109 年度 目標值	109 年度 達成值
法人治理	10%	1. 資訊揭露 及透明程 度(5%)	1. 定期藉 由多元 管道， 公開財 務資訊	以多元方式 公布本會財 務資訊，以 使本會資訊 透明。	以至少兩種以上 之方式公開本會 財務資訊。	1. 已於本會登記 處所公開陳列 財務報告。 2. 已依照財團法 人法第 25 條規 定，於本會官網 公開上年度預 決算書、會計師 簽證財務報 表、補捐助資 訊。 3. 已按照本會接 受捐贈作業要 點於活動結束 或年度結算後 三個月內，公告 贊助資訊於本 會官網。
			2. 定期以 多元管 道公佈 業務成 果	以多元方式 公布本會業 務資訊，以 使本會資訊 透明。	以至少兩種以上 之方式公開本會 業務成果。	1. 已於本會登記處 所公開陳列歷年 台北市文化基金 會年報。 2. 已於本會官網提 供歷年度之台北 市文化基金會年 報下載。
		2. 獨立且具 功能的監 察機制 (5%)	1. 監察人 功能之 發揮	使監察人以 各種方式獨 立運作，發 揮監察人之 功能。	以召開會議、諮 詢、講座等方 式，發揮監察 人之獨立功能。	1. 監察人於 109 年 5 月 25 日、7 月 14 日列席本會董 事會。 2. 於 109 年 1 月 20 日召開監察人會 議通過內部稽核 制度草案，並於 5 月 25 日與董事 會共同審議通過 內部控制、內部 稽核制度。 3. 財報及年度決算 書經監察人審查 後，送董事會議 通過。

績效構面	權重	績效目標 (分項績效 目標之權重)	評估指標	說明	109 年度 目標值	109 年度 達成值
			2. 提升內部稽核功能	實施財務內部稽核	制定本會內控內稽制度，會內共同建立管控機制，提升整體內部管理效率及品質。	於 109 年 5 月 25 日董事會上通過本會內控內稽制度，並於 7 月 27 日經主管機關同意。另持續依「財務內部稽核要點」定期辦理查核，提升並改善財務效率。
營運績效與目標	45%	1. 市民藝文參與度 (15%)	1. 參與總人次	全會藝文活動參與總人次	參與總人數達 17,500,000 人次。	參與總人數達 12,817,172 人次。 ※受疫情影響致人數減少。
			2. 網站瀏覽人次	全會網站瀏覽人次。	網站瀏覽量達 20,000,000 人次。	網站瀏覽量達 24,865,739 人次。
		2. 文化活動策劃執行與館所營運管理 (10%)	1. 展演與活動總場次	全會展演與活動總場次	舉辦活動總場次 6,000 場。	舉辦活動總場次 5,300 場。 ※受疫情影響致場數減少。
			2. 媒體曝光則數 (包含平面報紙、雜誌、電子媒體電視、廣播等)	全會媒體曝光則數	媒體露出 6,000 則	媒體露出共計 7,378 則
			4. 出版品總發行種類	全會出版品總發行種類	發行 10 種。	計發行 17 種。
		3. 國際藝術文化交流 (10%)	1. 交流活動場次	全會交流活動場次	各項國內外交流活動 250 場。	各項國內外交流活動 130 場 ※受疫情影響致場數減少。

績效構面	權重	績效目標 (分項績效 目標之權重)	評估指標	說明	109 年度 目標值	109 年度 達成值
			2. 交流活動參與人次	全會交流活動參與人次	各項國內外交流活動，參與人次 500,000 人。	各項國內外交流活動，參與人次 180,499 人。 ※受疫情影響致人數減少。
		4. 文化創意產業人才育成(10%)	1. 講座、說明會、工作坊場次	全會講座、說明會、工作坊場次	辦理 1,200 場講座、說明會與工作坊。	辦理 914 場講座、說明會與工作坊。 ※受疫情影響致場數減少。
			2. 講座、說明會、工作坊參與人次	全會講座、說明會、工作坊參與人次	參與人次達 225,640 人。	參與人次達 206,982 人。 ※受疫情影響致人數減少。
顧客服務	15%	提升顧客服務滿意度(15%)	1. 一般顧客滿意度	全會一般顧客滿意度	平均滿意度達 84 %。	平均滿意度達 90 %。
			2. 專業參與團隊滿意度	全會專業參與團隊滿意度	平均滿意度達 83 %。	平均滿意度達 88 %。
創新加值	15%	有價值的創新服務(或產品)(15%)	服務(或產品)創新	全會創新的服務內容	1. 藝術村台北微型群聚進駐 2. 偶戲館 2 樓展場更新計畫，線上展覽 3. 北藝首次網路直播	1. 藝術村台北微型群聚進駐 2. 偶戲館 2 樓展場更新計畫，線上展覽 3. 北藝首次網路直播 4. 配合防疫措施，線上展演成為新的形態，如台北當代藝術館、台北偶戲館推出活動線上直播、藝術宅在家的線上導覽計畫；剝皮寮創立 Youtube 頻道以「剝剝去哪裡」走訪萬華挖掘

績效構面	權重	績效目標 (分項績效 目標之權重)	評估指標	說明	109 年度 目標值	109 年度 達成值
						在地故事；台北市電影委員會「2020 台北電影學院」，首次結合線上(外國講師預錄、線上直播 QA)及線下方式同步進行；臺北表演藝術中心「新人類計劃：預告會後」將原現場售票演出調整為網路即時直播、「亞當年會」亦改為線上進行的「網路藝術計畫」
財務管理	15%	1. 發揮財務運用效益(10%)	經費運用合理性	1. 預算執行率 決算支出/預算支出 2. 餘絀情形	預算總支出： 632,618,000 元 預算各項支出： 銷貨成本： 42,396,000 元 人事費用： 195,453,000 元 管理費用： 126,492,000 元 業務費用： 268,277,000 元 預算餘絀：99,000 元	決算總支出： 562,080,645 元 決算各項支出： 銷貨成本： 20,111,424 元 人事費用： 176,152,756 元 管理費用： 145,091,574 元 業務費用： 220,713,899 元 其他業務外支出： 10,992 元 決算餘絀： 16,846,969 元
			自籌款達成率	決算自籌收入% /預算自籌收入%	自籌款總額 234,119,800 元 自籌款達成率 100%	自籌款總額 227,112,099 元 自籌款達成率 97%

績效構面	權重	績效目標 (分項績效 目標之權重)	評估指標	說明	109 年度 目標值	109 年度 達成值
		2. 強化內部 管理及控 制(5%)	內控法規 完整性	以增訂本會 各項內部法 規之方式， 強化內部控 制	1. 依據本會管理 必要性，強化各 項內部法規之 完整性，適時修 訂與新增。 2. 完成並通過內 部控制、內部稽 核制度。	1. 109 年度新增與 修訂「剝皮寮歷 史街區西側場地 拍攝管理辦法」、「松山文創 學園祭委員會設 置要點」等 59 項 內部法規。 2. 於第十四屆第 2 次董事會通過內 部控制、內部稽 核制度。

肆、業務督管單位綜合評估

一、主管單位綜合評估：

1. 檢視該會 109 年度整體治理之「法人治理」、「營運績效與目標」、「顧客服務」、「創新增值」、「財務管理」五大構面及 19 項子項指標，除營運績效與目標之各項活動之人次、場次及財務管理之自籌款未達目標，其餘皆達成或超過績效目標。
2. 經查文基會 109 年度營運績效與目標之各項活動之人次、場次，係受 Covid 19 疫情影響，調整活動辦理規模、形式或取消辦理，致人次、場次減少。
3. 財務管理之決算自籌收入 2 億 2,711 萬 2,099 元，佔總收入 39.22% 較 108 年度(40.55%) 下降。決算總支出 5 億 6,208 萬 645 元，較預算總支出 6 億 3,261 萬 8,000 元，減少 7053 萬 7355 元。決算總收入 5 億 7,892 萬 7,614 元也較預算總收入 6 億 3,271 萬 7,000 元，減少 5,378 萬 9,386 元。經查，主要亦為受 Covid 19 疫情影響，調整活動辦理規模、形式或取消辦理，致決算支出少於預算支出，並因觀光客減少，銷貨收入、受贈收入、營運收入不如預期，租金收入則因松山文創園區 109 年度改為全區營運，故較預算為高。
4. 綜上，文基會 109 年度績效大致良好。檢視 110 年度至今，文基會館所營運、活動規劃亦受疫情影響。將請該會積極思考於疫情下、疫情後之營運方式，尤其線上活動的推展與品牌經營。

二、評估結果：績效良好。

三、其他建議：無。