

臺北市議會第 12 屆第 8 次定期大會

臺北市府文化局 工作報告補充資料

財團法人台北市文化基金會
營運成果與業務規劃報告

臺北市府

文化局局長

鍾永豐

中華民國 107 年 7 月

財團法人台北市文化基金會
營運成果與業務規劃報告
目錄

壹、前言	1
貳、107 年度上半年營運成果.....	3
一、藝術村營運部(台北 寶藏巖國際藝術村) 107 年度上半年營運成果	3
二、西門紅樓 107 年度上半年營運成果	10
三、台北當代藝術館 107 年度上半年營運成果	19
四、台北偶戲館 107 年度上半年營運成果	28
五、台北電影節統籌部 107 年度上半年營運成果	31
六、台北市電影委員會 107 年度上半年營運成果	36
七、創意發展部 107 年度上半年營運成果	43
八、臺北表演藝術中心 107 年度上半年度營運成果	53
九、新北投車站 107 年度上半年營運成果	61
十、藝術文化人才實驗教育機構 107 年度上半年營運成果....	64
參、107 年度下半年業務規劃.....	71
一、藝術村營運部 107 年度下半年業務規劃 (台北 寶藏巖國際藝術村)	71
二、西門紅樓 107 年度下半年業務規劃	81
三、台北當代藝術館 107 年度下半年業務規劃	86
四、台北偶戲館 107 年度下半年業務規劃	91
五、台北電影節統籌部 107 年度下半年業務規劃	95
六、台北市電影委員會 107 年度下半年業務規劃	96
七、創意發展部 107 年度下半年業務規劃	98
八、臺北表演藝術中心 107 年度下半年業務規劃	104
九、新北投車站 107 年度下半年業務規劃	108
十、藝術文化人才實驗教育機構 107 年度下半年業務規劃...	110

財團法人台北市文化基金會 營運成果與業務規劃報告

臺北市政府文化局 107 年 7 月

壹、前言

財團法人台北市文化基金會(以下稱文化基金會)，以其專業、彈性及效率的組織特性，持續協助本局應用在文化活動的實踐及場館運作的多元化。107 年，文化基金會在藝術文化活動規劃與執行上依然穩健，除持續推展原有業務，不斷從中發想新穎的內涵，同時也嘗試各種可能性，策劃嶄新的活動體驗，期望翻轉市民不同的視野與思維，本年度的臺北城市藝文風貌仍精彩無限。

台北當代藝術館呈現當代藝術多元表現以及跨域整合的趨勢，107 年規劃「晃 | 影—史帝夫·麥柯里個展」等主題展，並延伸講座、工作坊、專業導覽等特別活動，用藝術的眼光，引領市民展望並關注更多議題。台北 | 寶藏巖國際藝術村透過「台北藝術進駐計畫」，促進國內外藝術家與在地社群的互動與交流，實踐以城市為本的多元文化發展，並從中延伸為品牌精神，呈現在寶藏巖光節、街區藝術祭，以藝術之美好帶動生活美學，並關注使場館空間可以更加活化。

松山文創園區作為臺北原創基地，提供專業而完整的文創產業整合服務，並辦理學園祭與原創基地節展現原創精神，107 年新規劃的藝異空間與藝思空間，將成為推廣與扶植創新、跨界思維的展覽空間。西門紅樓於 107 年 3 月 1 日正式開幕，以多元文創發展平台定位，扶植更多的新世代原創設計品牌，並凝聚西區生活圈的整體能量，為臺北市西區文創發展的指標性據點。開幕後第一檔展「台灣的味道—阿郎兄攝影展」，以及與「台北市歌仔戲推廣協會」合作之 2018 玩藝劇場「歌仔戲、夢。遊、紅樓」，為重新開幕的西門紅樓增添風華。台北偶戲館持續規劃深度與趣味兼具的偶戲主題展與配套活動，如 107 年將舉辦的「春天兒童節 獻給孩童的愛與祝福」、「李天祿逝世二十週年紀念展」等，期望啟發市民認識並喜愛偶戲藝術，同時也積極走出館外進行展演。

邁入第二十屆的台北電影節，以「突破框架 (Break the Rules) · 再見電影」為規劃主軸，持續支持獨立創作、關注電影變化及創新嘗試、了

解區域間電影發展和鼓勵臺灣本地創作。剝皮寮歷史街區是臺北歷史發展上重要地區，希冀藉由注入電影、藝文的能量，重塑舊城內涵的新文化聚落，目前將著重於街區整修盤點與營運活化。台北市電影委員會一再秉持專業為影人及影視產業提供服務，107 年首度舉辦「2018 第一屆台北影視音創投會」，此是亞洲影視音界的一大創舉，期盼媒合更多影視音樂人才，促成更多新興影視作品，拓展臺灣影視產業國際競爭力及市場。

臺北表演藝術中心在場館未營運前，透過藝術擴散計畫、舞蹈博物館計畫、音樂劇人才培訓計畫、亞當計畫等的辦理，持續專注於專才培育、藝術扎根、國際連結與品牌行銷，藉以提升表演藝術總體能量，也極力開發未來觀眾。臺北藝術三節於 107 年度納入臺北表演藝術中心，匯集兩單位的資源與能量，將帶來更為嶄新的表演藝術面貌。臺北兒童藝術節以「最具想像力」(Imagination only) 做為策展主軸，希望所帶來的節目不論是音樂、戲劇、舞蹈、新馬戲或展覽，都能突破想像、超越局限。臺北藝術節以「Assembly 為了__在一起」為主題，規劃中山堂的展演計畫、國內外共製或委製節目及「工作坊平台」概念的前導活動等三大主軸，讓臺北藝術節成為具有思考性的藝術節，是二十週年的創新之處。秉持自由開放的臺北藝穗節，仍為表演藝術者提供揮灑創意、實現夢想的舞台，並以培育和扶植專業表演人才為考量，推出全方位配套培訓和服務。

藝術文化人才實驗教育機構持續規劃豐富多元的課程、學習活動及專業交流，期望建構學生全方位的學習，並為縮減辦學定位與教學實務落差召開校務會議探討，另與臺灣三間藝術大學簽署合作備忘錄，開展未來教學合作可能性。作為新北投地區入口門戶暨車站歷史暨鐵道文化推廣點的新北投車站，有著專屬北投人文歷史及生態環境的多元活動，107 年適逢開幕滿一週年，推出春遊驛站暨車站館慶系列活動盛大歡慶，另也建構在地社區參與機制，共同打造充滿北投特色的藝文場域。

文化基金會持續致力於文化業務經營，不斷力求精進，透過資源整合擴大效益，也藉由部門整併提升組織效能，並定期進行館舍硬體設備維護及改善，另外也響應本局辦理 2018 台北燈節、白晝之夜等城市焦點活動，期望為臺北注入豐富而優質的藝文風格。除業務面外，亦就組織內控、績效考核(KPI)、預算執行核銷、資訊化等面向強化內部管理。以下謹就 107 年上半年文化基金會重要業務營運成果，及未來下半年業務規劃臚敘於后：

貳、107 年度上半年營運成果

一、藝術村營運部(台北 | 寶藏巖國際藝術村)107 年度上半年營運成果

(一) 台北藝術進駐計畫

期程	藝術家	媒材	進駐計畫類型	國籍	進駐地點
第一季 1-3 月	Anna Fabricius	視覺藝術	國際徵件	匈牙利	台北國際藝術村
	Amy and Oliver Thomas - Irvine	視覺藝術	國際徵件	英國	
	Yotaro Niwa	視覺藝術	國際徵件	日本	
	黃至正	視覺藝術	本國徵件	臺灣	
	Takuya YAMASHITA	視覺藝術	交流機構來訪	日本	
	Krystina Kaza	視覺藝術	交流機構來訪	紐西蘭	
	Julien Coignet	視覺藝術	國際徵件	法國	寶藏巖國際藝術村
	Sophia Wang	舞蹈	國際徵件	美國	
	Justin Tyler Tate	跨領域	國際徵件	加拿大	
	Liam Morgan	視覺藝術	國際徵件	加拿大	
	公休劇場	戲劇	本國徵件	臺灣	
	周靈芝	視覺藝術	本國徵件	臺灣	
	王仲堃	音樂 / 聲音	出訪	臺灣	BankART
	蘇郁心	視覺藝術	出訪	臺灣	AIIV
	陳昱榮	音樂 / 聲音	出訪	臺灣	ANZF
	余文瑛	視覺藝術	出訪	臺灣	Unitec
	陳向榮	視覺藝術	出訪	臺灣	Asialink
	李亦凡	視覺藝術	出訪	臺灣	TOKAS

期程	藝術家	媒材	進駐計畫類型	國籍	進駐地點
	紀柏豪	音樂 / 聲音	出訪	臺灣	Practice
第二季 4-6 月	Takehiro Iikawa	電影/錄像	國際徵件	日本	台北國際藝術村
	Mitsu Salmon&Milad Mozari	跨領域	國際徵件	美國	
	黃至正	視覺藝術	本國徵件	臺灣	
	Qenji Yoshida	跨領域	國際徵件	日本	
	Wang Xu & Ali Van	視覺藝術	交流機構來訪	美國	
	Lee Cheuk Wun	視覺藝術	國際徵件	香港	寶藏巖國際藝術村
	John Mahon	音樂/聲音	國際徵件	英國	
	Sirapat Deesawadee	裝置	交流機構來訪	泰國	
	公休劇場	戲劇	本國徵件	臺灣	
	周靈芝	視覺藝術	本國徵件	臺灣	
	羅智信	視覺藝術	出訪	臺灣	MMCA Goyang
	紀柏豪	音樂 / 聲音	出訪	臺灣	Practice
	劉致宏	視覺藝術	出訪	臺灣	Munich

(二) 週五漫談夜(Artist Talk)

為讓台北國際藝術村及寶藏巖的駐村藝術家能透過彼此之間的對話交流，激盪出更多關於藝術創作、實踐與理念上的火花，深入探討不同藝術形式之間的差異與類同，同時分享跨界交流上的個人經驗，因此定期舉辦藝術家交流會，加強藝術家之間的聯繫並開啟與民眾間的對話。以輕鬆的對談方式讓藝術家和民眾分享創作旅程中的點滴風景與從異地進駐臺北的計畫心得。每季第一個月辦理兩場「週五漫談夜」，邀請與談人及口譯，由駐村藝術家輪流分享創作計畫。

時間	藝術家	主持人
1/19、1/26	Anna FABRICIUS、Amy and Oliver THOMAS - IRVINE、Yotaro NIWA、HUANG Chih-Cheng、Takuya YAMASHITA、Krystina KAZA、Nicolas HAVETTE、Julien COIGNET、Sophia WANG、Justin Tyler TATE、Liam MORGAN、Men-Off Theatre、Julie CHOU、Giacomo ZAGANELLI	李明學，英國羅浮堡(Loughborough)大學博士，曾獲「2005 台北美術獎」首獎，現任元智大學藝術與設計學系助理教授。他擅長運用當代藝術語彙，對社會環境與現狀進行反思。其創作常透過重新閱讀與改造生活周遭中的物件，對於既定的意義與價值進行新的探索。針對被媒體、教育與社會框架下灌輸的慣性理解，進行審視與反省，藉由反轉各項物件的使用方式、轉換外觀的造型或是被觀看的角度，創造出令人莞爾一笑的新解讀，呈現苦中作樂的生活輕鬆感。
4/20、4/27	Takehiro IIKAWA、Milad MOZARI & Mitsu SALMON、HUANG Chih-Cheng、Qenji YOSHIDA、Julie CHOU、WANG Xu & Ali VAN、LEE Cheuk-Wun、John MAHON、Men-Off Theatre、Sirapat DEESAWADEE	

(三) 幽竹小塾

台北 | 寶藏巖國際藝術村 107 年首次與學界合作規劃幽竹小塾 x 臺藝講堂「藝術駐村的公共性」系列論壇。此論壇分享「藝術駐村」的國際經驗，並加入藝術管理與文化政策的學術研討，以探究藝術駐村對社會的影響力及其公共價值。

時間	地點	藝術家	與談人
4/21	國立臺灣藝術大學	吳梓安	吳宜樺、李珮綺
6/23	台北國際藝術村幽竹廳	江凱群	TBC

(四) 工作室開放日

台北 | 寶藏巖國際藝術村提供國內外藝術家駐村交流的空間及平臺，為促使民眾與駐村藝術家們進一步的接觸，藝術村於 2 月 10 日及 2 月 11 日舉辦春季聯合開放工作室。

本次活動分為三個主軸，一為當期駐村藝術家開放工作室；二為 Curator Visit 邀請 3 至 4 位藝評前來參與，與駐村藝術家做更深入之對話，並於工作是結束後產出文字評論，回饋給藝術家；三為辦理駐村計畫及 Open Call 說明會或座談，讓對台北 | 寶藏巖國際藝術村駐村計畫有興趣者前來參加和瞭解。

台北國際藝術村：2 月 10 日			
時間	活動項目	藝術家	地點
13:00-18:00	藝術家開放工作室	Anna FABRICIUS	204
		丹羽陽太郎	301
		山下拓也	302

		Krystina KAZA	303
		黃至正	401
		Amy and Oliver THOMAS-IRVINE	403
14:00-18:00	Curator Visit		藝術家工作室
15:00-16:30	駐村計畫及 Open Call 說明會		游藝廳
寶藏巖國際藝術村：2 月 11 日			
時間	活動項目	藝術家	地點
13:00-18:00	藝術家開放工作室	Julien COIGNET	37 弄 6 號
		Sophia WANG	37 弄 4-6 號
		Justin Tyler TATE	37 弄 4-4 號
		Liam MORGAN	37 弄 6-3 號
		公休劇場	37 弄 4-8 號
		周靈芝	37 弄 2 號
13:00-18:00	微聚藝術家工作室開放		微聚藝術家工作室
14:00-18:00	Curator Visit_		藝術家工作室

(五) 駐村藝術家聯合展演

透過進駐計畫的機制遴選，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台。進駐之藝術家除了進行駐村計畫，也在藝術村營運部所提供的交流平台下，融入臺灣及社區生活，共同生活及完成自我藝術創作之實踐。

百里廳作為台北國際藝術村唯一的展覽空間，主軸中心將圍繞於出訪及來訪的駐村藝術家展覽，以「藝術家」為本，透過展覽形式體現藝術進駐計畫。107 年上半年台北國際藝術村百里廳共舉辦：3 檔出訪藝術家個展、2 檔駐村藝術家聯合發表。

寶藏巖具備多元的空間提供藝術家進行展覽與表演，107 年加強寶藏巖之展演空間的運用，藝術家們可於駐村前期，於計畫進行展覽或表演之藝術村空間裡從事研究或創作。此外，邀請藝術顧問(半年制)與寶藏巖駐村藝術家工作，以個展形式在此 6 個展間中呈現駐村計畫，每季固定約 4 至 8 週的檔期，舉辦聯合開幕。同時，每一季保留 1 個展間提供微聚藝術家定期辦理展演活動發表、1 個展間提供人才培育計畫發表，由當期之實習生共同發想企劃案，藝術村導師給予輔導協助，最終成果以展覽或工作坊等藝文活動形式呈現。

	月份	展演活動	地點
台北國際藝術村	第一季 1-3 月	出訪藝術家個展-郭奕臣 12/22-2/25 第一季駐村藝術家聯展 3/2-3/25	百里廳
	第二季 4-6 月	出訪藝術家個展-江凱群 3/30-4/22 出訪藝術家個展-吳梓安 4/27-5/20 第二季駐村藝術家聯展 5/25-6/24	百里廳
寶藏巖國際藝術村	第一季 1-3 月	微聚展覽 12/22-2/20 陳治旭	上光 9 號展間
		微聚展覽 2/10-3/11 周孟暉	上光 11 號展間
		微聚展覽 2/10-3/11 胭脂	邊境 71 號展間
		第一季駐村藝術家聯合發表 3/2-3/18	山城 53 號展間 上光 9 號展間 邊境 52 號展間 1 樓 防空洞
	第二季 4-6 月	寶藏巖光節 3/31-5/6	寶藏巖全區
		第二季駐村藝術家聯合發表 6/1-7/29	山城 53 號展間 十字藝廊 上光 13 號展間 邊境 52 號展間 B1 樓 邊境 52 號展間 1 樓 邊境 71 號展間
		藝術行政人才培育計畫 5/25-6/24	上光 11 號展間

(六) 2018 寶藏巖光節

繼「燈著你回來」、「邂逅那道光」、「創作像海洋，愛你像光」，2018 寶藏巖光節深化關注寶藏巖現地的直接經驗，以「平行時空」為軸。置身寶藏巖園區，總會在某些時刻出現時空錯置的經驗，而歷年來駐村藝術家，也不時出現以藝術作品關注此地獨特的時空經驗，從它的歷史與現況、居民、藝術家與民眾、園區與周遭，耙梳可能的線索。對此，本屆策展方向將正視時空錯置的經驗，而非將其視為一種錯覺。

「又在這裡，又在那裡」—2018 寶藏巖光節，以物理論述的理性直觀為出發點，找尋存在於寶藏巖平行時空中的感性語彙，透過策劃團隊所規劃的戶內外藝術作品呈現、開幕式活動暨座談、行為

表演藝術及深度導覽等內容安排，試圖帶領觀者反轉、錯置，感受有別過往的寶藏巖。

本次邀請李德茂及侯昱寬共同策畫，許哲瑜、許家禎、吳權倫、洪韻婷、劉致宏、李德茂、張永達、姚仲涵、Justin Tyler Tate、Liam Morgan 等 10 位藝術家參展，以戶外裝置室內展覽呈現，另邀請 6 組演出者進行音樂表演及民眾參與活動，本次活動並串連寶藏巖微型群聚、寶藏家園、閣樓青年會所及外部合作單位，聯合辦理開幕派對、導覽等活動，以期鼓勵民眾踴躍參與，透過光節活動推廣藝術美學與行銷寶藏巖國際藝術村之目的。本次活動參觀人數共 74,378 人，相關總活動場次共 16 場，參與藝文工作者共 21 人。

（七）寶藏巖微型群聚

107 年寶藏巖國際藝術村共有 15 組微型群聚單位進駐，類別多元，分別有手作創作：Yinke Studio、小本書工作室、不歸鹿、陳治旭工藝美術創作；金工類別：植物語彙金工概念工房、17 做作工作室；藝術創作：周孟曄工作室、無用偵探社；劇團：差事劇團、在藝起—玩具劇場；開放軟體設計、自造者：Openlab.Taipei；餐飲及文化行銷：尖蚪、登小樓、胭脂食品社；美術推廣、選物店：兩天工作室。

由「微型群聚」的藝術家/團隊帶來各項體驗課程，包括展演活動、講座、工作坊…等，期待透過週末活動發生拉近與民眾距離，107 年上半年計有 18 場展演活動。

（八）閣樓寶藏巖國際青年會所

1、空間活化

（1）大廳活化

107 年度將由會所大廳做為空間活化的示範起點，讓更多參觀的遊客及房客可以更加親近會所，透過紀念品及專屬文創商品的展售，利用消費行為達到遊客與景點互動的效果。同時也將開放大廳部分空間，將微聚工作室商品寄賣及展示，讓參訪民眾更加瞭解微聚工作室的創作內容，藉由商品達到宣傳效果，增加寶藏巖藝術村的多元性。

(2)才藝換宿計畫

利用會所住宿淡季，不定期於官網及臉書推出才藝課程教學換宿計畫，提出會所課程需求，讓外籍藝術家或表演團體免費申請入住，藉由課程教學及工作坊推廣，跳脫金錢的交易模式、進行無償的互惠，讓藝術更加親近生活。2 月配合春季開放工作室提供日本藝術家才藝換宿。

2、行銷宣傳

來訪寶藏巖的遊客多數為喜好寶藏巖獨特的藝術性及歷史意義的年輕人及外籍旅客居多。107 年度在行銷宣傳上，除強調在地文化的推廣外，並在官方網站加入第三外語（日語）的建制，增加寶藏巖導覽內容的豐富性及觸及外籍旅客的可能性，強化國際藝術村的品牌形象。另外也創造較具議題性的行銷文案，吸引尚未造訪會所的旅客前來一探究竟。

3、外部合作

(1)策略聯盟：已於 107 年 4 月加盟「社團法人中華民國國際青年旅舍協會」，正式加入 YH 國際青年旅舍國際網絡，於 6 月上線，拓展閣樓青年會所在國外的能見度。

(2)異業合作：於寶藏巖光節期間與統一杯麵「來一客」合作，藉由 Youtuber、部落客、網紅推薦活動，以擴散會所資訊。

(九)服務人次

在有限資源下，積極在兩地創造活動，每年都積累一定的參訪人數，不僅僅代表著每年所努力進行藝術教育及推廣的成果，也代表著藝術村更進一步提供市民的休憩空間及公共服務的成果。

年/月	台北國際藝術村			寶藏巖國際藝術村		
	106 年	107 年	成長率	106 年	107 年	成長率
1 月	8,296	9,331	12.5%	18,863	32,027	69.8%
2 月	6,852	5,650	-17.5%	20,727	24,361	17.5%
3 月	9,520	6,197	-34.9%	25,496	46,526	82.5%
4 月	12,344	9,644	-27.3%	52,399	44,770	-14.6%
5 月	11,192	10,993	-1.8%	41,967	39,181	-6.6%
總計	48,204	41,815	-13.3%	159,452	186,865	17.2%

註：寶藏巖國際藝術村自 106 年 4 月起，於聚落入口自行車道前及聚落後方草地處，裝設計數器，擴大參觀人次之計算總範圍。

（十）館舍硬體空間改善

1、網路系統

106 年度整置網站硬體及周邊設備，更新伺服器以應業務需求及資料維安，並詢專業機房及廠商，委託管理及維護，以符資訊安全及資料備份。亦於 106 年度委託專業廠商針對兩村線路做全面查修，並繪製兩村網路拓樸圖、線路標示及提供改善方式，以作為未來年度改善之參考依據。

網路系統及資源，已為現行各項業務及溝通之主軸工作，藝術村做為藝術界之重要連結平台，應為駐村藝術家大量資料傳輸及民眾使用便利，107 年 4 月完成台北國際藝術村網路無縫工程，亦於同年 6 月完成寶藏巖國際藝術村網路工作，依計畫漸行改善，以符藝術領導之責任。

2、台北國際藝術村空間改善

107 年完成 B 棟 2 至 4 樓公共空間油漆粉刷，並完成辦公空間室內照明、天花板、地板改善，另為整合園區安全維護，亦更新監視系統，積極與餐廳委外廠商重新檢討餐廳的空間設計，以期提高國際藝術村的質感。

3、寶藏巖國際藝術村

107 年寶藏巖為空間更有效使用，進行倉庫及工作室遷移調整，使藝術家、工作人員、微聚等各樣於寶藏巖工作者能更有效率使用空間。戶外部分則著重於基礎設施維護保養，針對園區欄杆、木平台、扶手、場地等位處戶外，易受風災、氣候、遊客使用狀況等公共設施進行維護。

二、西門紅樓 107 年度上半年營運成果

文化基金會自 96 年底接辦「西門紅樓」後，以多元文創發展平台為定位，持續努力推動與提昇各區塊的文創能量，自 98 年起再接辦位於西區邊陲之「電影主題公園」，經過多年的努力，各區塊的營運模式已趨成熟，與西門商圈繁華共榮並促進文化觀光活動的發展。西門紅樓八角樓古蹟自 105 年 8 月進行整修工程(文化局主辦)，歷時近一年半的整修期，於 107 年 3 月 1 日配合燈節正式開幕。

(一) 營運成果

107 年 1 月至 5 月，西門紅樓達 155 萬的參觀人次，臺北市電影主題公園則服務了 48,624 人次。以「多元文創發展平台」的定位延續推展，持續提升各區塊營運的績效與多樣性，提供民眾更優質與深度的文創內容，並加強與西門町在地的連結和串連，西門紅樓已成為西區指標性的文化創意發展中心。107 年 3 月開幕後各區活動發生，串連起長年積蓄的文創能量：

1、展覽類

(1)百年歷程(全年度)

古蹟新設的內裝於室內牆面呈現歷年代沿革，1 樓迎賓區以「百年瞬息」為主題，在八角樓中央打造出奇幻光景的獨特空間，並以「點」作為設計要素，透過每一個「點」凝視回望紅樓的百年流光歲月，並以不同時期的紅樓攝像，展示每一階段紅樓的不同風貌。

(2)「台灣的味道—阿郎兄攝影展」(5 月 8 日至 6 月 30 日)

八角樓開幕後第一檔展出合作，透過攝影藝術家的鏡頭，以及珍藏的骨董相機及攝影老件，回溯過去西門商圈的繁榮景象，挑選中華路與西門町一帶近一甲子的寶貴照片，紀錄著古早臺灣農村生活點滴，以及一場座談會，為年輕世代與各地朋友添上新回憶。

(2)臺北市電影主題公園國際聯名塗鴉牆(全年度)

臺北市電影主題公園後街廣場(Back Street Plaza)設有長達 35 公尺的國際聯名塗鴉牆，已成為國際知名的塗鴉牆空間，透過與藝青會的長期合作，不定時由塗鴉藝術家進行創作更新，

每年吸引許多觀光客與藝術家來造訪，並且吸引多部電影、廣告、電視劇前來拍攝，增加媒體曝光。

2、影像類

(1)月光電影院(全年度週六晚上)

「月光電影院」品牌經營有成，每星期於 Urban Show Case 都市藝術方塊，持續為社區居民與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台。107 年加強影片播映的多元類型，與大專院校影視傳播科系合作舉辦電影相關活動，5 月和國立臺灣藝術大學電影學系合作辦理《浮世樂園回顧影展》，協助拍攝影視、廣告、雜誌及音樂錄影帶等共計 4 件。

3、展演類

(1)2018 玩藝劇場「歌仔戲、夢。遊、紅樓」(6 月 25 日至 7 月 30 日)

「玩藝劇場」自 99 年開始與藝文團隊合作，提供民眾在古蹟茶館看戲的懷舊體驗，是西門紅樓年度重要的藝文活動之一。107 年與「台北市歌仔戲推廣協會」合作，讓百年傳統戲曲透過陳亞蘭親自率領的新世代歌仔戲新秀，推出自製大戲《黑家店》共計 25 場演出，並回饋在地居民公益票券；同時也有教學、研習營、COSPLAY、座談會等活動提供民眾歌仔戲體驗以及加深對戲曲藝術的了解。

(2)CINEMarket 西關二手市場(不定期周末)

提供了良好的二手物品交換/販賣平台，以舊物回收、資源再利用，致力推行環保概念。107 年起轉型拓展與外部單位合作共同辦理市集活動，4 月份和中國文化大學大眾傳播科系畢業製作《我們》小組合作辦理市集活動。

(3)Beat Square 節拍廣場(全年度)

Beat Square 節拍廣場是第一個將 DJ 文化移至戶外街頭，並致力於推廣黑膠音樂與 DJ 文化，每月舉辦一檔。從電影主題公園出發，節拍廣場足跡已遍及臺北、臺中、北港及高雄各地，反應相當熱烈。107 年節拍廣場活動擴大舉辦和在地團隊及異業單位合作，辦理相關街舞比賽及 DJ 講座，除原活動外加入更多

相關延伸活動，豐富活動的多樣性。

(4)街頭藝人展演推動管理

98 年接手管理西門町街頭藝人業務，每年依實際執行狀況，定期修訂管理辦法，協助推動街頭藝人展演及相關活動。105 年度啟用網路預約後，提供了更公開公平及立即性的服務效能，107 年持續辦理，街頭藝人為西門街區注入展演創意的能量。

4、文創類

(1)西門紅樓創意市集(全年度)

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。並以適合全家同樂為主軸辦理主題市集，107 上半年度主題市集：2 月份配合燈節之新春主題「神來氣旺」主題市集，4 月份親子主題「GREEN HOUSE」市集共 2 檔。

西門紅樓創意市集 1 至 5 月每週平均 19 頂帳篷、37 個參與品牌、總計服務約參觀 435,299 人次。

(2)東西好文創市集(全年度)

將「創意市集」跨出西門町，西門紅樓於松山文創園區舉辦「東西好文創市集」，透過辦理創意市集的豐碩經驗，並結合園區建築文化歷史背景等在地特色，打造臺北市東區定點式的常態性市集，每週六、日 12:00 至 19:00 舉行。107 年延續此跨場域之合作，1 月至 5 月松菸東西好市集平均每週達 37 攤，透過兩地活動串連，開創文創品牌多元的行銷發展空間，更將帶領臺北市東西兩區文創市集締造新的指標。

(3)「趣玩紅樓—美感工坊」(全年度)

以手作創意、美感體驗、親子互動為導向，優先邀集 16 工房的品牌與創意市集之攤友授課，期望藉此增加品牌有曝光度，透過課程與目標客群交流互動，成功締造十字樓空間馳動的文創能量，打造常民也可輕易觸及的文創生活美學。107 年持續辦理，1 至 5 月共有 14 個品牌開設 24 堂課，計 461 人次參與。

(4)16 工房(全年度)

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。保持「市場」之歷史角色，提供臺灣創作者發展品牌獨特性，中島區以快閃店型式邀請客座品牌進駐營運 Select Shop 選品，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。107 年上半年 16 工房 25 個品牌、客座品牌 3 個—分別為賽先生科學工廠、常玉玩美生活、日常經典。

(二) 107 年度 1 至 5 月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	45	西門紅樓創意市集	1/1-5/31 每週六、日 ----- 含 1/1 擴大市集 2/16-2/20 新春主題市集 2/24-3/4 燈節主題市集 4/4-4/8 兒童主題市集	北廣場	447,972
活動	32	松菸東西好創意市集	1/1-5/31 每週六、日	松菸/文創基地	476,713
場次總計：77 場次			人次總計：924,685 人次		

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					
工作坊	4	2018 趣玩紅樓-美感工坊	1/1、1/13、1/14、1/28	十字樓 16 工房	51
音樂	1	節拍廣場	1/27	藝術廣場	121
一月小計：場次 5，人數 172					
二月份					
工作坊	6	2018 趣玩紅樓-美感工坊	2/3、2/4、2/17、2/18、 2/24、2/25	十字樓 16 工房	150
綜合	1	GOT OEN FLAVOR X BEAT SQUARE X ROCK CITY TAIPEI	2/3	多功能展演廳	356
二月小計：場次 7，人數 506					
三月份					

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
工作坊	4	2018 趣玩紅樓-美感工坊	3/10、3/11、3/24、3/25	十字樓 16 工房	58
音樂	1	節拍廣場	3/24	藝術廣場	560
三月小計：場次 5，人數 618					
四月份					
工作坊	6	2018 趣玩紅樓-美感工坊	4/4、4/6、4/7、4/8、4/21、4/22	十字樓 16 工房	126
戲劇	2	丁西林喜劇三則	4/18、4/19	二樓劇場	495
音樂	1	節拍廣場	4/21	藝術廣場	621
綜合	1	西關二手市場 X 月光電影院 X 中國文化大學〈我們〉市集	4/1	藝術廣場	436
四月小計：場次 10，人數 1,678					
五月份					
說唱	2	漢霖民俗/兒童說唱藝術團春季公演	5/19、5/20	二樓劇場	540
影視/廣播	4	第十屆兩岸電影展望論壇	5/12、5/26、5/30、5/31	二樓劇場	460
音樂	1	節拍廣場	5/19	藝術廣場	462
綜合	3	月光電影院-台藝大回顧影展	5/5、5/12、5/24	藝術方塊	154
工作坊	4	2018 趣玩紅樓-美感工坊	5/12、5/13、5/26、5/27	十字樓 16 工房	76
五月小計：場次 14，人數 1,692					
場次總計：45 場次			人次總計：4,666 人次		

(三) 西門紅樓暨臺北市電影主題公園 107 年 1 至 5 月服務人次

年度	西門紅樓全區人次					
月份	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	較 106 年 人次成長率
1	471,312	268,861	385,947	274,535	207,401	-24.5%
2	503,384	320,484	665,215	381,590	243,677	-36.1%
3	499,547	254,648	431,161	206,429	465,694	125.6%
4	399,362	280,771	487,449	219,348	330,656	50.7%
5	482,731	273,495	466,880	188,578	304,184	61.3%
總計	2,356,336	1,398,259	2,436,652	1,270,480	1,551,612	22.1%

註：

1. 全區服務人次除包含藝文活動人次、非藝文活動人次，亦含括南廣場露天咖啡座以及

十字樓參觀人次。

2. 八角樓古蹟自 105 年 8 月起整修，106 年度人次下降至 3 成以上。

3. 八角樓自 107 年 3 月開幕，加上燈節活動期間，3 月份人數驟升。

年度	電影主題公園全區人次總計					
月份	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	較 106 年人次成長率
1	18,929	22,159	15,708	14,361	8,768	-38.9%
2	25,552	13,253	11,299	11,355	6,463	-43.1%
3	16,835	18,524	12,241	9,569	8,785	-8.2%
4	15,127	18,483	18,795	18,933	15,689	-17.1%
5	13,759	19,774	11,661	11,923	8,919	-25.2%
總計	90,202	92,193	69,704	66,141	48,624	-26.5%

註：

1. 公園為戶外空間遇雨及氣候嚴寒夏熱都會受到影響。

2. 因來園練舞及取締滑板練習活動學生減少，平日人數減少許多。3 月起提供藝青會作雨備練舞場地後人次有回流。5 月份因近期末，學生族群減少。

(四)西門紅樓暨臺北市電影主題公園 107 年 1 至 5 月各場地使用率

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	0.0%	100.0%	25.8%	註 2			100.0%	註 4	註 2	註 2	100.0%
2	6.6%	100.0%	60.7%				100.0%		100.0%	100.0%	100.0%
3	30.4%	100.0%	48.4%				100.0%		100.0%	100.0%	100.0%
4	11.1%	100.0%	46.7%				100.0%		100.0%	100.0%	100.0%
5	4.3%	100.0%	29.0%	30.4%	50.0%	35.4%	100.0%		100.0%	100.0%	100.0%
平均	10.5%	100.0%	42.1%	26.3%	29.2%	26.1%	100.0%		100.0%	100.0%	100.0%

註：

1. 北廣場、二樓劇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(不含颱風休假日)，河岸留言、南廣場亦同；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. 八角樓自 105 年 8 月 8 日起暫停營業整修，整修期間工程不納入使用率計算。(包含二樓劇場、中央展區、精品區及茶坊)

3. 場地使用率計算方式：平日為扣除國定假日後之使用日數計算，假日為包含週休二日之所有國定例假日使用日數計算，總使用率為總使用日數除以當月總日數計算。

4. 河岸留言 107 年 1 月起，因十字樓噪音防制工程停止營業，於工程期間不納入使用率計算。

5. 八角樓自 107 年 2 月 24 日試營運，3 月 1 日正式對外開幕；八角樓二樓劇場 107 年 4 月 1 日開始對外承租使用。

臺北市電影主題公園各空間使用率				
月份	藝術廣場	都市藝術方塊	多功能展演廳	複合式餐飲空間
1 月	16.1%	0.0%	9.7%	註 4
2 月	7.1%	0.0%	17.8%	
3 月	3.2%	0.0%	16.1%	
4 月	6.6%	6.6%	16.6%	
5 月	6.5%	9.7%	9.7%	
平均	7.9%	3.3%	14.0%	

註：

1. 藝術廣場使用率下降原因：因上半年臺北燈節活動預先保留本館場地較多天數，且未將保留日期提供外部單位及自辦活動使用，故 2 月及 3 月使用率較低。
2. 都市藝術方塊作為月光電影院播放使用，因屬戶外活動，有場租或遇雨即暫停舉行。
3. 多功能展演廳因進駐單位藝青會固定於每周三夜間練舞兩備場地，並將場地做為固定活動(節拍廣場)兩備場地，上半年使用率有回升。
4. 複合式餐飲空間廠商於 106 年底確定不再續約，107 年度整修期間不計算使用率，新進駐廠商預計 107 年 6 月開始營運。

(五) 行銷宣傳效應

西門紅樓自 97 年 7 月起經營官網已屆滿九年多，電子報會員至 107 年 5 月有 23,818 名，官方網站累積至 107 年 5 月已突破 20,451,129 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 107 年 5 月亦已吸引 944,425 名瀏覽人次造訪。

1、Facebook

西門紅樓自 98 年 10 月份起開始經營 Facebook 粉絲專頁，宣傳各式自辦性活動及相關合作團隊或品牌訊息，並定期更新與本館軟硬體相關之資訊，藉此增加與民眾間的網路互動，107 年 5 月粉絲數已累積 31,717 名。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 107 年 5 月已累積 10,558 位粉絲。(不含帳號本身 5,000 名朋友)。

2、刊物

107 年上半年發行刊物包含報紅雙月刊第 52 至 54 期(發行量共計 27,000 份)，「神來氣旺新春主題市集」DM 500 份、「GREEN HOUSE 親子主題市集」500 份、八角樓開幕儀式邀請卡 200 份。

3、媒體報導

107 年 1 至 5 月平面與電子媒體報導共計 329 篇。拍攝部分共有 13 次平面媒體媒體來訪(含網路、報紙、雜誌及出版品)。

4、串連行銷介面

串連文化基金會網群及文化局(含文化快遞)，以文宣品擺放方式串聯臺北市文創區域，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，更與政府單位及業界進行企業合作，提供優惠與活動串連方式吸引民眾來訪。107 年 1 至 5 月與妞新聞、觀傳局及知名 Youtuber 合作，透過廣告交換等方式，並透過網紅行銷，積極拓展海內外年輕人的市場。

5、其他專案

- (1)為鼓勵民眾參與文化活動，國家表演藝術中心國家兩廳院規劃「藝文存摺」計畫，並以北北基有意願參與之國小為種子學校，鼓勵學生參與，西門紅樓列為「文創園區」場館。
- (2)妞新聞 X 臺北捷運局 共同策劃觀光推廣專案「台北 100 選」，將各店加分類為景點購物、風格小店、特色餐廳、在地咖啡、飲料小吃五大類別、共計 100 個以臺灣為出發點、深具在地特色的優質商家。西門紅樓也入選其中，透過網路社群行銷、捷運優惠票券、各站點實體廣告，擴大活動宣傳，有效提升西門紅樓知名度外，更將人潮導入商家。
- (3)臺北市政府—FUN TAIPEI 東南亞及中東地區海外行銷案，透過印尼人氣網紅 Dinda Kirana(166 萬粉絲)來臺踩線，分享來臺北旅行心得、照片及動態影音上傳，吸引粉絲前來體驗，網紅行銷吸引西門紅樓曝光，網紅分享並置入實際體驗與內容創造內容行銷之機會，並提供西門紅樓茶坊及選品店產品優惠(彙整入專案手冊)，實體及電子手冊於東南亞發送。
- (4)與點子膠囊股份有限公司接洽，透過提供紅樓場域予其平台下之 Youtuber 拍攝形象影片(不含商品及商業內容)，以網路行銷策略推廣西門紅樓，透過網紅的號召及紅樓年輕化的新氣象，提升年輕族群對西門紅樓的關注。

三、台北當代藝術館 107 年度上半年營運成果

(一) 展覽業務營運成果

1、當代藝術主題展之策畫與執行

(1) 主展覽一：「晃 | 影—史帝夫·麥柯里個展」(2 月 24 日至 5 月 6 日)

攝影在數位年代的普及已經凌駕電影之上，儼然成為最重要的藝術；如何學習影像思考、判斷與操作愈形重要。華語世界首度舉辦麥柯里個人攝影展因而有著雙重意義：一方面讓臺灣與全球攝影藝術語境對話接軌；另一方面重新定位麥柯里攝影與當代藝術的關係。展覽名稱「晃影—S Wonderful | Making Pictures」以麥氏漫遊世界拍照為意象，強調他喜歡東晃西晃，即興捕捉人性的深層意義。

麥柯里攝影感動人心，成名作《阿富汗少女》召喚人們加入義工去幫助難民，影響深遠。好照片除了過目難忘，賦與生命軌跡以形象之外，並形塑記憶結構，經典作品甚至能以影像表達歷史縱深與當代關連。麥氏跨越許多文化與世代，從攝影記者到以影像說故事，從膠片到數位，不變的是他對人性本質行為之捕捉與呈現。

本展以影像之取像(making picture)，成像(rendering image)及 in/印象(innervating impression) 三階段為軸，設計包含 12 件裝置藝術的展覽空間，探求、解答並提出更多攝影藝術與哲學問題。例如：攝影的本質是什麼？攝影藝術史的理論與實踐進程對當代創作的啟發為何？攝影藝術如何能提昇全民美感教育並培養創造力？期待「晃影」觀展後能顯其所以然，提高視覺思考及美感判斷力。

(2) 主展覽一：「影像的謀反」(3 月 3 日至 5 月 6 日)

本展覽是基於對現實的質疑與不滿，用詩性書寫介入現實，形成多重影像敘述。此種逆「反」，是對現今全球化社會的資本流動、人口遷移、宗教與國族強權等，權力結構之單向性、既定性的質疑與忤逆；並藉由詩性的連結與想像，讓影像的虛構成為一種政治干預的工具，將「過去的未來」被懸置、重整、

並再次想像。

在創作手法上，不再如錄像藝術早先對敘事性的抵抗與挑戰，而是回到電影的拍攝手法中吸取經驗，進而擁抱敘事以處理當代社會性議題。然而單一線性敘事手法不足以表現當今社會多重權力交織下的心靈竄逃與複雜認同，藝術家開始使用多元的敘事方式，虛構與現實交錯的動態影像創作，讓虛構的情節不再只是為了讓事件更加生動，而是在「虛構」中重新攫奪強權把持的話語權，藉由「虛構」的政治性進行對現實的協商與奪取，也讓未來有了新的創造與開展的可能性。

本展邀請國內外五位藝術家作品參展：許家維的《飛行器、霜毛蝠、逝者證言》以日治時期海軍第二燃料廠遺址作為拍攝背景，用廠區空拍畫面及昔日日軍回憶錄作為旁白，以亂數播放方式，讓影像敘事變得隨機且偶然，指涉過去歷史文本已無法再重建。葉·芭塔娜的《地獄》，將巴西神國普世教會在聖保羅重建所羅門聖殿的事件，以好萊塢史詩鉅片的方式拍攝，質問此次興建是否已預告了未來的毀滅。約翰·亞康法的《信仰之舉》將過去四百年間因宗教迫害所導致的人口遷徙，連結至現今敘利亞的難民危機，呈現流離失所者脆弱的現實狀態，以及為了追尋更好生活的冒險與失敗。吳燦政的《重新編碼》虛構當代館歷經日治時期、市政府、及美術館三個時代建築空間中的聲音，以聲音喚起已然消逝的影像。艾薩克·朱利安的《萬重浪》源於2004年英國莫克姆灣中國籍海貝採集工人的遇難事件，作品將現實、神話、與虛構情節相互交錯，觀者沉浸於詩意的影像同時，也不斷對現實進行反思。

「影像的謀反」的參展作品奠基於真實的空間、事件及文本，透過地方、歷史、文學、電影、傳說等多重援引指涉，以深思熟慮的影音佈署，嘗試連結更寬廣的時空脈絡，在虛構和非虛構的交互審視與合作中，進行現實的後設批判，並生產出新的現實。

(3)主展覽二：「華麗轉身—老靈魂的魅力重生」(5月19日至7月22日)

當代藝術有一個任務，就是企圖跳脫過去藝術分類的方式，返回生活，回到藝術的原初，回到一切正在發生、形成，無法歸類和命名的本源，再重新出發，重新看這個世界。無論是傳統與現代、工藝與設計、純藝術與應用藝術之間，經過創作者的努力，打破疆界、去除分類之後，和平寧靜之際，新的作品，就是新時代的精神。在古早智慧的引導下，反身翻轉，代表新的開始以及未來的可能性，而結果是令人驚豔的。

時尚、生活美學、傳統技藝一向被斥為非藝術品，但近年來卻是歐美各大美術館展覽的新趨勢，這說明了觀念的流變以及當代手法的無限可能性。本展覽的藝術家或設計者、工藝師，在傳統與現代之間來來回回地省思與手作，在讚嘆與驚覺之中，整合新的知識，並且成為時代的象徵。

本展覽邀請的香港藝術家有張國威、張美儀、傅織女、李冠然、盧聲前。他們在玩一個懷舊的民間遊戲：他們回顧生活中的傳統老件，思考人生，並向老師傅學藝。老師傅不但成為他們創作上的繆思，更引導他們跳脫框架，重新審視自己，感受手作，感受自己。有些作品觀眾需要仔細觀察才會發現其中的細節，從而獲得一種「快樂的發現」，例如陶瓷、廢五金如何運用在時尚表現、陰陽五行元素俱全的衣服如何可能，同時觀眾也可以發現剪刀石頭布的遊戲在藝術中無所不在。

臺灣藝術家有楊偉林、賴純純、康雅筑、林淑鈴、陳宗萍、高勝忠、范承宗、舒米·如妮和嘎瑪魯岸等，他們在進行類似「螺旋運動」的行為，不斷往中心鑽研並且擴散，這個中心就是臺灣遠古文化，以及對臺灣土地的熱愛與幻想，他們樂在其中，如此而有更強大的創作活力。觀眾可以看到來自史前博物館古物的靈感以及它的華麗轉身、臺灣花布的現代設計、臺灣藍染的新魅力、青春島嶼的興起，以及古早漁筌器皿的建築化等等，令人驚喜。

本展覽除了表現創新作品所帶來的魅力，打破藝術、設計、

工藝的分類再重新出發，同時也讓觀眾感染到藝術創作者，永遠保持活躍的心靈與創作的喜悅，而且正自信地移動中。

2、當代藝術實驗展之策畫與執行(室內展場+戶外展場)

(1)「還原土地之歌」(2月3日至3月18日)

《還原—土地之歌》展覽邀請來自東臺灣的創作者王郁雯、伊命·瑪法琉、李翎、林琳、林瑞玉、劉曉蕙、饒愛琴及陳若軒的作品共同展出，以不同創作媒材及型態代替土地發聲：「我們有自然風，不要電風扇」、「盤子上的食物是水泥飛魚嗎？」、「後遺症出現了」、「狂舞吧，憂鬱！」、「土地如何劃分呢？」…他們透過談諧、反諷、自省或詩意的語彙來表達環境的現況、表達臺灣人對於環境現狀的不滿與隱憂，期待大家可以試著聆聽大自然的聲音，並重新思考對於土地的使用，停止沒頭沒腦的開發。

除了上述七位藝術家的作品外，攝影師陳若軒的作品，則忠實記錄與側寫了土地守護者們，在長期抗爭的過程中，露宿街頭，發出怒吼，臺灣各地的藝術家用行動支援他們，同時也表現藝術家、原住民對於人和自然的原始契約如此緊密，從遠古到現在一直在叮嚀：不要忘記！不要忘記！

(2)「開房間計劃：腹語術」(3月26日至4月1日)

「開房間計劃」乃河床劇團一系列針對單一觀眾量身打造的表演實驗，體現藝術本質之於表演、空間、觀眾的立體思維，並提供觀眾感官上零距離的親密互動，藉此打破觀眾與表演者之間的界限，進行一場只為「你」而做的演出。100年首演曾獲第十屆台新藝術獎年度十大表演藝術的殊榮，102年起進行一系列結合展覽與演出、將現場表演帶入美術館的實驗，曾進駐台北市立美術館、台灣國立美術節及誠品畫廊，並陸續受邀至台南老爺行旅、台南藝術節及澳門BOK Festival演出。

(3)「不只是歷史文件：港台錄像對話 1980-90s」(4月7日至6月3日)

1980年代初期，錄像藝術在臺灣與香港同時崛起，藝術家不約而同地藉由即時、即拍即播的媒介表徵，積極介入社會議

題。相較同期的港台劇情片與紀錄片，此種結合創意與政治表態的錄像藝術作品形態在當時尚未引起廣泛關注，顯得弱勢而邊緣。回望 1980-1990 年代港台錄像藝術，鑒於其歷史事件所展現的獨特感性與洞察力，為當前兩地與中國處於愈顯緊張與對立的政局，帶來重思歷史的契機。

作為政治批判與美學試驗的 1980-90s 港台錄像藝術，面臨 30 年後歷史事件的完而未了，它不只是飽含現實意義的歷史文件，更是源起與當代的再次相遇，重啟互動與多元的跨地對話。

3、MOCA Video 當代影像聚場之策畫與執行

(1) 「幽浮一族」(2 月 3 日至 4 月 22 日)

「幽浮一族—2018 MOCA 國際錄像藝術節」為台北當代藝術館戶外電視牆 107 年「當代影像聚場」的第一檔展覽，由法國策展人黑莉葛奈策畫，精選法國 OVNi 尼斯錄像藝術節邀展作品中最受歡迎的 7 件作品。

「Ovni」為法文「不明飛行物體」(objet volant non identifié)的簡寫，即人們所熟知的「幽浮」，泛指閃過天空的一抹奇光或謎樣漂浮體，是科學家也無法解釋的超自然現象。

「幽浮一族」匯聚了來自法國、義大利、巴西、南非、韓國共 8 位藝術家，關注主題皆在於對身體、行為及手勢的研究探索；作品中以跳脫常規的行為表演或角色設定，藉由社群介入、符碼挪移、古今交疊等手法，探索二元對立之間的模糊地帶，從各式奇想中開發出特殊美感，同時也反映了日益多元發展的現代社會，必然經歷的融合或衝突過程。

(2) 「街頭故事：台灣訪談計畫」(5 月 5 日至 6 月 3 日)

此是一部隨機播放、非線性剪輯的紀錄片，交織了臺灣街頭勞動者的身影與訪談，並置生活環境與風景影像，讓人物心理質地與生命故事更增添色彩。拼貼的影像意圖創造一個液態肖像，呈現出人與地方的多層次面向與交織不清的關係。

影片結構有如中日詩詞中的聯句與連歌，驅動觀者結合並重組訪談、風景、肖像等畫面，用蒙太奇的方式讓畫面間產生關連與交互關係。

最後，作品內容與影片架構也是一個工具，得以重新想像公共空間的電子螢幕與紀錄片之間，如何能更詩意地創造出一種新的敘事及當代電子藍圖。

4、戶外廣場之策畫與執行

(1) MOCA CUBE 「星球製造所 One Star, One Story」(2月24日至5月27日)

本檔 MOCA CUBE 駐地創作計畫，為藝術家 San Chen 陳思安《星球製造所》系列計畫之延伸。藝術家透過其劇場及空間的創作背景，將 MOCA CUBE 打造成互動式的五感感官體驗計畫，參與者與藝術家於場景中獨處，分享屬於自己的夢想與故事，並藉由食物的象徵性喚起個人獨有的生命歷程與記憶。

藝術家邀請 50 組參與者，以一對一的方式進行五感的深入體驗。透過空間的環境設計、氣味、燈光與音樂呈現，從視覺、嗅覺、聽覺引導參與者進入想像的星際旅程，並透過彼此對話與生命經驗的交流，一同完成結合個人生命故事與夢想的食物攝影作品，在體驗計畫結束後，於 MOCA Cube 公開展出 50 件互動作品與生命故事。

6、107 年 1 至 5 月展覽參觀人次一覽表

展 區	展 名	日 期	參觀及活動總人次
主展場+實驗展場	「台北美術獎」+「表象之城—賈科莫·札加內利個展」+「地下人」	1/1-2/4 (展期為 (106/11/23-107/2/4))	25,831
	「晃 影—史帝夫·麥柯里個展」+「影像的謀反」+「還原土地之歌」+「開房間計劃：腹語術」+「不只是歷史文件：港台錄像對話 1980-90s」+「星球製造所」	2/5-5/6 (展期為 2/24-5/6)	83,026
	「華麗轉身—老靈魂的魅力重生」+「不只是歷史文件：港台錄像對話 1980-90s」	5/6-5/31 (展期為 5/19-7/22)	15,917
展 區 總 計(總人次採計範圍 1/1 至 5/31)			124,774

(二) 教育推廣活動

107 年度上半年的各項教育活動，除了兼顧多元化主題內容、深耕本土及關注國際議題，還有例常豐富多元的展覽相關教育項目，亮點包括與展覽結合之「特別活動」，例如：為主展一【晃 | 影—史

帝夫·麥柯里個展】與【影像的謀反】規劃的各項講座、工作坊與專業導覽，以及搭配展覽的廣場活動《海海人生·漂浪世集》、《底片的謀反—街拍工作坊》、好玩藝教室課程《Feya 老師的毛氈蒙太奇工作坊》及《提姆老師的影像藝術小學堂》，呈現多元觀點之交流互動。

館校計畫方面，107 年度上半年與建成國中合作教案「光與影的科幻劇場」，係由發光盒、光影舞台與投影角色結合而成的動態光影裝置，以作品賞析、技術介紹與實際操作同步進行，並在 4 月 8 日建成國中校慶於西側古蹟兩間教室內協助規畫成果展，為建成師生及家長、民眾帶來多面向的藝術體驗。

1、107 年教育活動項目及成果總表(1 至 5 月)

NO.	活動類別	場次	參加人次
1	展覽相關教育項目：藝術家面對面/ MOCA 講吧/專題演講/國際研討會	15	1,977
2	展覽相關教育項目：工作坊(2018 年起與好玩藝教室整併)	10	178
3	展覽相關教育項目：專家導覽	5	511
4	展覽相關教育項目：定時導覽	185	3,392
5	MOCA 廣場活動	2	7,097
6	美術資源教室(藝術營+U12 小玩藝教室)	217	1,908
7	特別活動：開幕、音樂會、表演藝術、專案活動	11	2,091
8	館校合作	4	244
9	藝術宅急便	4	224
總 計		453	17,622

2、媒體宣傳及傳媒報導

107 年上半年度展覽及教育活動，媒體露出總數 334 則（包括平面報章雜誌，以及網路新聞和電視媒體等）。表列如下：

■台北當代藝術館主展覽媒體露出統計

展覽名稱	露出月份	報紙雜誌	電視媒體	網路電子媒體 專文報導
「晃 影—史帝夫 · 麥柯里個展」	2-5 月	16	7	105
「影像的謀反」	3-5 月	11	3	61
「華麗轉身」	5-6 月	2	2	24
總 計		231		

■台北當代藝術館實驗展場媒體露出統計

展覽名稱	露出月份	報紙雜誌	電視媒體	網路電子媒體 專文報導
MOCA Studio (3 檔)	1-5 月	8	2	79
MOCA Cube	1-5 月	3	0	8
MOCA 其他	1-5 月	2	0	1
總 計	103			

3、宣傳與行銷

項 目	類 別	內 容
宣傳行銷 會員招募	平面印刷媒體 (廣告購買)	針對 107 年主展覽，刊登廣告於國內藝術雜誌，包括藝術家、典藏、藝術新聞、Artplus 等雜誌，讓讀者得知最新動態。
	影音傳播平台 (透過免費平台 傳送)	針對各項展覽及活動，自製藝術訪談影片及展覽記錄，結合網路傳播功能，發布於 Youtube 台北當代藝術館專屬頻道，作為藝術行銷及展覽延伸閱讀之用。自 97 年 5 月啟用，至 107 上半年為止，Youtube 頻道上自製影片已超過 895 部，訂閱會員將近 2,983 人，累積觀賞人次達 1,085,136 人，平均每部影片約有 1,212 人點閱。
	網際網路、數位 通訊及社群聯結 (自製文宣，透過 免費平台傳送)	1. 官網： 於 103 年 5 月底官網全面升級（舊版原累積數為 4,501,208 人），提供讀者更多資訊及更容易查詢資訊的設計。至 107 年 5 月為止，累計到瀏覽人次共 7,961,945 人。 2. 電子報/EDM： 每月主動發送 1 至 2 則 MOCA 電子報，通知訂戶最新藝文訊息，至 107 年 5 月訂戶累計 35,811 人。 3. Facebook 粉絲頁： 為與民眾交流的主要平台。每日更新展覽及展品介紹、教育活動訊息，不定期提供展覽幕後花絮、藝術家影片等，與粉絲們進行最即時的互動與交流。1075 月新增至 304,732 人，高居全國美術館之冠。 4. 智慧手機 App 及 QR code： 結合民間贊助資源，自 100 年起，首創智慧型手機免費下載使用的 MOCA APP，可直接連結到台北當代藝術館官網，即時獲得各項展覽及活動訊息。另外，每檔製作 QR-Code 供民眾透過手機連結到展品之語音資料庫，提供民眾便捷免費的個人語音導覽服務。 5. 微信(Wechat、Weibo、Instagram)即時通訊平台：由微信 & 微博 & IG 業者免費提供專屬 Instargam&Wechat&Weibo&版面，啟動與廣大網友之間

項 目	類 別	內 容
		更直接、即時和全面的訊息傳達、溝通互動。
	魔卡會員	魔卡會員除了能夠全年度不限次數憑卡進館參觀之外，亦不定時舉辦各式特色展演活動，優惠提供會員報名參與。
藝企合作	臺灣愛普生科技 EPSON	臺灣愛普生科技公司長期與台北當代藝術館維持良好的合作關係，除了免費提供最新機種之投影機予展覽之用，視展覽內容需要，亦贊助數位圖像作品的輸出印製。此外，該公司也鼓勵員工進駐館內擔任志工。此長程合作可視為藝企合作的優良典範。
	臺灣三星 Samsung	107 年度配合本館主展及實驗展場，提供展場所需之解析度高、曲面或大型電視及 360 度攝影機，供藝術家展覽呈現使用，成效益彰。
	皇冠金屬工業 (股)公司	獨家贊助主展一「晃 影—史帝夫 · 麥柯里個展」，以增進展覽空間規劃、藝術學術推廣、藝文交流活動等助益。
	文心建設	107 年數位導覽平台獨家贊助
	金府大飯店/ 老爺商務會館	15 月至 12 月，由老爺會館台北南西及台北林森提供參展藝術家免費住宿。
	寒舍餐旅管理顧問股份有限公司	贊助藝術家交流會餐飲

四、台北偶戲館 107 年度上半年營運成果

107 年度台北偶戲館營運重點：

- ★推動在地文化保存價值，推廣各種類型偶戲藝術。
- ★偶戲藝術向下扎根，為傳統偶戲學習族群年輕化。
- ★傳承偶戲傳統工藝，建立傳統戲劇文化表演平台。
- ★增加偶戲愛好者，提升偶戲館服務人數。

（一）典藏

配合文化部 106 年至 110 年推動前瞻計畫「數位建設」，以過往累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。

（二）特展

1、1 至 2 月舉辦【絕袋風華 戲偶之美一甲子的歲月典藏特展】，此次展出主題以 1950、60 年代的「臺灣」、「傳統」為出發，特別規劃以「泉州地區」布袋戲偶館藏為主題，原汁原味呈現歷經一甲子歲月風華的戲偶。布袋戲觀賞的對象既是劇情也是戲偶，從造型美的觀點來看，戲偶雕刻藝術是布袋戲造型美的高峰。戲偶的製作更以福建泉州最有名，此次首度公開亮相共計 14 尊，一甲子以上的工藝雕刻技術、服裝頭飾經典造型、細至髮絲的靈活呈現，讓民眾能 360 度近距離細細品味，仔細端倪的同時，想像著當時戲台上主角們活靈活現的演出畫面。歷史的痕跡永不滅，斑剝的臉頰，凹陷的鼻頭，泛黃脫線的戲服，真實呈現，伴隨著時代的變遷，即便至今退下僅為靜態展示，也同樣具有豐富表情，能讓人感覺到每個戲偶所代表的身分及個性，栩栩如生。展覽日期：106 年 11 月 7 日至 107 年 2 月 20 日。

2、3 至 6 月舉辦【春天兒童節 獻給孩童的愛與祝福】特展，象徵萬物萌生的春天，猶如處於人生初始階段的孩童，充滿希望與美好，春天裡的三個兒童節，蘊含了臺日傳統文化中對於孩童的關懷與祝福。本展分為「桃花女兒節」、「床母請庇佑」、「勇健男兒節」、

「玩具木芥子」等部分，邀請大家前來感受傳統文化裡的溫暖與愛。在臺灣民間信仰裡，「床母」被視為兒女的守護神，在小孩未滿 16 歲前、出生後 3 天及每逢初一、十五、清明、端午、七夕，都可在小孩的床上用雞酒、油飯、七張刈金和婆姐衣祭拜床母，祈求小孩好照顧、好撫養，順利長大。在日本則有 3 月 3 日的女兒節與 5 月 5 日男孩的兒童節，每年的女兒節，日本人在家中擺設雛人偶，喝白酒、吃散壽司，祈求女兒健康成長；到了 5 月的兒童節，有男孩的家庭掛起鯉魚旗，在家中裝飾 5 月人形，希望男孩健康平安，將來出人頭地。展覽日期：3 月 1 日至 5 月 27 日。

（三）活動

- 1、107 年上半年度常態活動：導覽介紹、小型偶劇的演出欣賞、戲偶 DIY 製作課程、傳統年節文化推廣。107 年度上半年度參與人數如下：

名稱	說明	場次	人數
導覽活動	20 人以上預約團體，可憑門票參加導覽解說活動。	47	15,548
偶戲戲劇欣賞	台北偶戲館推出自編自導自演小劇場，讓 20 人的小團體也能欣賞偶戲演出	39	4,767
DIY 製作	由台北偶戲館自行開發，幼稚園及低年級學童製作較為簡單的懸絲偶、中高年級學童製作手套偶及皮影偶。	38	2,030
大師工作坊	（周二駐館/操偶班/工藝班/後場樂曲班/兵器製作班）	16	1,422

- 2、「大師工作坊」於 4 月開課，持續一整年的課程，由台北偶戲館藝術顧問布袋戲國寶大師陳錫煌親自指導，分為操偶班、工藝班，後場樂曲班、兵器製作班。館內的互動教學則讓參觀民眾可於固定時間與大師直接進行面對面互動學習。
- 3、《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，結合藝術資源及義務教育之權利，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，結合國民小學「人文與藝術」課程，規劃適合學童之臺灣本土偶戲體驗課程，讓國小二年級學童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、偶戲相關基本知識介紹，藉由課程設計讓本市國小學童具備傳統偶

戲基本認知並啟發學習興趣，為藝術教育持續紮根奠定美學教育基礎。107 年度上半年度參與人數共 1,512 人次。

4、舉辦【春天兒童節 獻給孩童的愛與祝福】，一年之初，萬物萌生的春天，猶如人生剛起步的兒童，充滿希望與美好。本活動透過臺日兩國的兒童節慶，了解臺日傳統文化，將充滿溫傳統延續下去。系列活動期間共規劃三場演出「日本/Deaf Puppet Theatre Hitomi《一寸法師》」、「台灣/笑瞇瞇老奶奶懸絲偶劇團《素蘭小姐要出嫁》」、「台灣/花格格故事劇團《漁夫和他的妻子》」及「和菓子工作坊」、「手的勞動 心的感動—竹藝童玩工作坊」、「鯉魚旗 DIY 工作坊」等系列活動，活動日期自 3 月 2 日至 5 月 28 日，參與人次共：10,423 人次。

5、《台灣之窗—文化部無形文化資產》館外展覽，應文化部文化資產局邀請，參與桃園機場第二航廈入境大廳展示台北偶戲館由國寶藝師—陳錫煌老師歷時三年所修復之 15 尊珍貴戲偶，並提供修復文字及影片以利入境之國內愛民眾欣賞，約有 39 萬參與人次。展覽期間：106 年 11 月 27 日至 107 年 2 月 22 日。

(四) 107 年 1-5 月服務人數與 106 年同期對照統計表

年度 人數	106 年	107 年	成長率
1 月	1,066	1,611	51.1%
2 月	1,471	1,392	-5.3%
3 月	3,355	3,348	-0.2%
4 月	3,402	4,575	34.5%
5 月	4,587	4,622	0.7%
累計	13,881	15,548	12.0%

註：

1. 107 年度 1 月份較 106 年度增加，主要係因 107 年度開館天數 22 天，106 年度開館天數 19 天
2. 107 年度 4 月份人數較 106 年度成長，主要係配合「春天兒童節」活動，於 4/4-4/5 舉辦四場戲劇演出及 2 場工作坊。

五、台北電影節統籌部 107 年度上半年營運成果

(一) 台北電影節

第二十屆台北電影節於 6 月 28 日至 7 月 14 日舉行。邁入第二十屆的台北電影節，以「突破框架 (Break the Rules)・再見電影」為規劃主軸，持續站穩支持獨立創作、關注電影變化及創新嘗試、了解區域間電影發展和鼓勵臺灣本地創作。透過「國際新導演競賽」及「台北電影獎」兩個競賽、觀摩單元、延續新創的「電影正發生」及培訓新一代製片及導演的「國際提案一對一工作坊」，搭配二十週年的回顧活動和出版計畫，將電影作為藝術人文媒介、產業鏈結和集體社會活動的多樣化本質與觀眾溝通，希望擴展台灣觀眾對電影的想像與理解工具，也促進創作者之間的交流和刺激，在影視內容產製、美學與接收方式迅速變化的時期，繼續探討影像原初的質地，也回應變化，在其中找到參與的角度和方法。

107 年度上半年工作重點放在第二十屆規劃與籌備，重要執行成果分述如下：

1、競賽

(1)台北電影獎：1 月 8 日至 3 月 30 日徵件，共收到 311 件報名，以短片成長較多。

	劇情長片	紀錄片	短片	動畫片	總件數(部)
2017 收件數	49	65	131	48	293
2018 收件數	46	54	160	51	311

2018 第 20 屆台北電影獎入選名單			
類別	編號	中文片名	導演
劇情長片	1	阿莉芙	王育麟
	2	血觀音	楊雅喆
	3	烏鴉燒	李鼎
	4	誰先愛上他的	徐譽庭、許智彥
	5	范保德	蕭雅全
	6	角頭 2：王者再起	顏正國
	7	海人魚	袁緒虎
	8	紅衣小女孩 2	程偉豪
	9	十年台灣	勒嘎·舒米、鄒隆娜、呂柏勳、謝沛如、廖克發
	10	小美	黃榮昇
紀錄片	1	十四顆蘋果	趙德胤

2018 第 20 屆台北電影獎入選名單			
類別	編號	中文片名	導演
	2	血琥珀	李永超
	3	街頭	江偉華
	4	希伯崙	劉漢妮
	5	我們的青春，在台灣	傅榆
	6	不得不上路	楊鈞凱
	7	并：控制	李惠仁、呂培苓
	8	牧者	盧盈良
	9	在雲裡	詹皓中
	10	水路-遠洋紀行	盧昱瑞
短片	1	洞兩洞六	王逸帆
	2	2923	于瑋珊
	3	奇遇	王君弘
	4	海中網	曾威量
	5	妹妹	曾威量
	6	回程列車	黃邦銓
	7	鄉愁／餘像	陳顥竹
	8	卡住人生	黃晟銘
	9	高山上的茶園	曾英庭
	10	臨時工	許慧如
動畫片	1	AM I ORIGHT	陳彥良
	2	盛夏・秋豐	紀柏舟
	3	泉	劉晏余
	4	獵人獵人	陳彥勛
	5	霓虹	盤思妤
	6	幸福路上	宋欣穎
	7	我們的月亮	楊子霆
	8	Si So Mi	張徐展
	9	(迷)留	姚江
	10	懂了嗎？嗯。	李玟瑾

(2)國際新導演競賽：1月8日至3月30日徵件，共收到553部影片報名，較去年增加44件。

2018 第 20 屆國際新導演競賽入選名單		
編號	英文片名	中文片名
1	Beautiful Things	美麗事，殘破世
2	The Charmer	騙婚風暴
3	Dear EX	誰先愛上他的
4	February	我的人生二月到期
5	Holiday	毒梟沒有假期

2018 第 20 屆國際新導演競賽入選名單		
編號	英文片名	中文片名
6	Nervous Translation	成長的發聲練習
7	The Nothing Factory	自己的工廠自己救
8	Pity	討拍成癮的男人
9	Sarah Plays a Werewolf	莎拉怎麼了
10	Skate Kitchen	#滑板少女
11	The Widowed Witch	北方一片蒼茫
12	Xiao Mei	小美

2、影展節目規劃

分類	單元
開閉幕及特別放映	• 開幕片：范保德 • 閉幕片：引爆點 • 特別放映：藍色項圈、搖滾樂殺人事件、後來的我們
競賽單元	• 台北電影獎 • 國際新導演競賽
觀摩單元	• 未來之光 • 未來之光：拉美新導演 • 明日·台灣 • 作者視角 • 亞洲稜鏡 • 亞洲稜鏡：GDH559 • 感官嘉年華 • 怪奇物語 • 異境真實 • 經典重現
專題策劃	• 電影學校探索：布宜諾斯艾利斯電影大學 • 無畏，因為有所謂：東南亞新銳短片選 • 電影正發生：VR - 6/29-7/12 VR 感官全浸界(放映) - 6/29-7/15 VR 靜態展 - 7/5-7/7 VR 現場 - 7/8 VR 講座

3、國際提案一對一工作坊 107 年徵選 6 個發展中的案子，進入新年度的工作坊。

- 第一階段工作坊課程：7/8-7/13
- 第二階段劇本追蹤指導：10/30-11/1
- 第三階段劇本追蹤指導：108/3/6-3/8

2018 國際提案一對一工作坊入選名單			
編號	企劃案	導演	製片
1	熱帶與亞熱帶(For a Better Place)	郭臻	王威人
2	愛，說謊(Love Lies)	王品文	謝翔宇
3	莎莉(Sally)	練建宏	曾曼盈
4	邊界女孩(The Girl on the Border)	黃丹琪	洪羽潔
5	熱帶性憂鬱(Tropical Blue)	侯季然	蔡宜庭
6	青春並不溫柔(Who'll Stop the Rain)	蘇奕瑄	徐千淳

4、重要展前行銷活動

日期	主題名稱	地點
5/1	台北迺迺：2018 台北電影節形象廣告」首播暨媒體茶敘	剝皮寮歷史街區
5/8	國際新導演競賽入選記者會	臺北文創
5/14	台北電影獎入選記者會	中山堂光復廳
5/25	迺迺二十年：導演對談	臺北文創
5/26-5/27	MRTaipei 電影院	捷運車站、誠品 R79
6/3	套票首賣 x 選片指南	臺北文創
6/8	《海角七號》十週年精彩再現－戶外放映	剝皮寮歷史街區
6/23	東南亞短片 x 電影正發生講座	臺北文創

(二) 剝皮寮歷史街區西側經營管理

剝皮寮歷史街區是臺北歷史發展上重要地區，是文化觀光的重要景點，除了結合鄰近學校、社區單位、文史工作者，共同宣傳、推廣在地歷史文化，希冀藉由注入電影、藝文的能量，創造更多的新穎故事、活動，和社區一起分享，重新詮釋社區與剝皮寮的共生關係，書寫在舊街區屬於這一代、新的社區成長記憶，重塑舊城內涵的新文化聚落，進而帶動社區的活力，吸引人潮，創造剝皮寮歷史街區的加乘價值。

107 年度的工作重點放在街區整修盤點與營運活化。1 至 5 月共計有 169,903 參觀人次，44 檔展覽(場租)，17 組協拍，協拍天數達 229 天次。

月份	參觀人次	展覽/活動組數	協拍組數	協拍天次
1 月	25,992	9	5	113
2 月	36,246	6	3	66
3 月	25,336	9	3	33
4 月	27,602	10	3	4
5 月	54,727	10	3	13
累計	169,903	44	17	229

1、街區場地管理

(1)提報因應計畫與修繕計畫：因應計畫 3 月 29 日召開文資審查會議，4 月 19 日修正後函送文資科書面審查；修繕計畫 5 月 16 日函送文化局。

(2)西側 30%附屬設施使用計畫：1 月 12 日提報市長同意後已開始依時程規劃因應計畫，再利用計畫與場地管理辦法的修訂。

2、活動辦理

(1)萬華 MurMur 節

影像閱讀 x 名人說書 x 場景漫步。分三個主題場次，每場 3 個小活動，每場次限定 25 人。

- 透過素人導演，看見生活中的萬華。
- 透過名人說書，發現不一樣的萬華。
- 透過導覽走讀，探訪影片場景現場。

(2)剝剝看電影

5 月份	突破框架 放映加講座 共放映《情非得已之生存之道》、《不能沒有你》、《停車》、《一年之初》、《E.T 月球學園》5 部在創作上突破框架獲獎無數的台灣電影，並邀請影評人於映後講座。
6 月份	一鳴驚人 放映加講座 精選 3 部包含《最遙遠的距離》、《乘著光影旅行》、《翻滾吧！男孩》等第一部長片就得到台北電影獎重要獎項的導演影片，並邀請電影的主創到現場於映後與觀眾互動。

(3)顯影。破格而出：台北電影節二十印記展覽

台北電影節自 87 年首屆舉辦至今，二十年來始終陪伴臺灣電影人的創作軌跡，更收藏影迷與影像交織的集體記憶。107 年初夏，就到剝皮寮，從上百件的手稿、文物、影像，一起回顧二十年臺灣電影的創作與發展。展期：6 月 8 日至 9 月 30 日。

3、街區行銷推廣

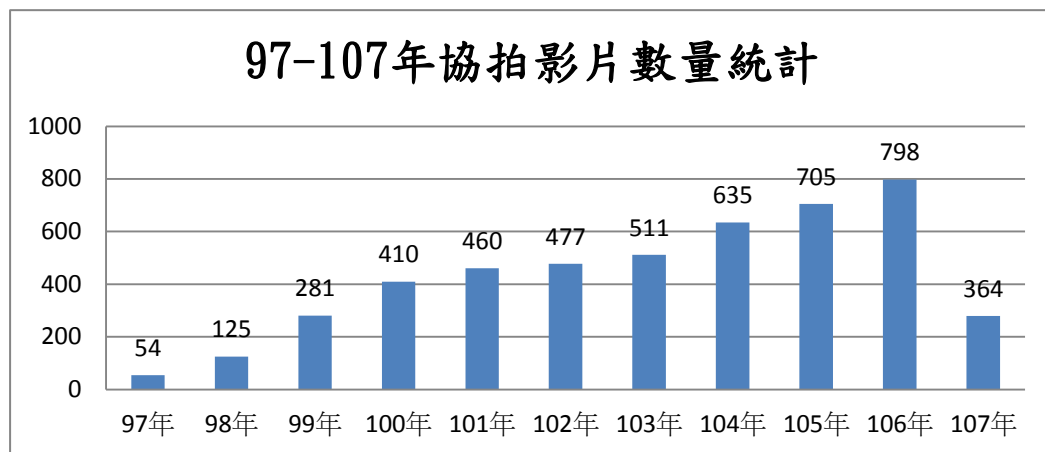
(1)建置街區導覽 QRcode 系統：已完成採訪並製作初稿，7 月底上線供遊客使用。

(2)建置官方網站：已完成架構與視覺設計，7 月底上線供大眾使用。

六、台北市電影委員會 107 年度上半年營運成果

(一) 協助國片及跨國合製影片

1、協拍影片數量穩定成長



(1)協助國片及跨國合製影片攝製行銷為台北市電影委員會成立重要的功能之一，自 97 年至 107 年 5 月底，共計協拍影片 4,820 部。

(2)107 年 1 至 5 月協拍影片共計 364 部，包含電影 30 部、電視 39 部、廣告 137 部、MV35 部、短片 89 部、紀錄片 4 部、其他 30 部。

(3)107 年 1 至 5 月協助電影劇情長片共 36 部(6 部跨年度)，列表如下：

編號	影片名稱	導演	編號	影片名稱	導演
1	姊妹	蘇文聖	19	那個我最親愛的陌生人	張作驥
2	鬥魚-電影版	柯翰辰	20	傻傻愛你傻傻愛我	藍正龍
3	比悲傷更悲傷的故事	林孝謙、呂安璇	21	紅衣前傳	莊絢維
4	緝魔	盧豐淵	22	破處	林立書
5	默殺	柯汶利	23	CRISIS 公安機動搜查隊特搜組電影版	鈴木浩介、白木啟一郎
6	超級碼力	蘇哲賢	24	雷嘉朵少女	王維明
7	返校	徐漢強	25	鹿沼	衫本達
8	未來城市 Metropolis Now	Eric Schwab	26	練愛	林偉恆
9	紅包場	秦海璐	27	第九分局	王鼎霖
10	失路人	張志威	28	繩角	高偉倫 江睿智
11	阿爸的西米囉	洪伯豪	29	陰善人	黃偉烈

編號	影片名稱	導演	編號	影片名稱	導演
12	給我愛 the teacher	陳敏郎	30	跑馬	鈕承澤
13	亡命之途(原:南國)	半野喜弘	31	瘋狂電視台	謝念祖
14	一吻定情	陳玉珊	32	寒單	黃朝亮
15	冰上魅影	谷內田彰久	33	叱吒風雲	陳奕先
16	最後一日(The very last day)	Cedric Jouarie	34	大餓	謝沛如
17	江湖無難事	高炳權	35	陽光普照	鍾孟宏
18	DRUG KING	Woo Min-ho	36	已讀不回	王威翔

2、協拍多元跨國影片提升國際協製能力

(1)自 97 年至 107 年 5 月底，共計協助跨國合作製作影片計 699 部。

跨國合作對象共 35 國，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、墨西哥等國家。(中國、香港算一個國家)。

(2)107 年 1 至 5 月跨國合製影片共計 47 部，包含電影 9 部、電視 3 部、廣告 12 部、MV 3 部、短片 4 部、紀錄片 2 部、其他 14 部。

3、提供協拍申請項目服務

(1)自 97 年至 107 年 5 月底協助拍攝製作共計 14,132 個申請項目。

(2)107 年 1 至 5 月共計 364 部協拍，共計 1,039 個申請項目，每部影片平均申請項目為 2.85 項。其中協尋及申請場景共 835 項；道路使用及車輛相關協助共 145 項；其它製作協助共 24 項；特殊協助項目如：跨局處協調會議、特殊拍攝許可等共 35 項。

4、特殊之協拍案例

(1)電影《破處》為曾執導棒球電影《天后之戰》的導演林立書最新創作，劇情內容描述兩名未成年少男為成就自己的成年禮決議要用「破處」的方式上網尋找對象，卻意外捲入網友用藥過量死亡的巨大命案漩渦。主演找來有「小梁朝偉」之稱的香港

新生代男演員黃肇軒與臺灣新演員楊懿軒，整部電影將透過兩位男孩的視角帶觀眾走一回關於友情、青春與性的瘋狂冒險。向本會申請拍攝項目包含基隆路與松隆路口封街拍攝、基隆地下道拍攝、松山高中封街基地使用、Ubike 站體拍攝，此劇於 5 月殺青。

- (2)電影《傻傻愛你傻傻愛我》由金鐘獎影帝藍正龍首次演而優則導且自導自演，編劇找來金鐘編劇徐譽庭，女主角則是金馬獎最佳新人獎得主郭書瑤主演，主創人員陣容堅強。故事內容描述主角襄維是一位「唐氏症」寶寶，在經歷父母離異後生活的變異，以及遇到特種行業女子小藍(郭書瑤飾演)意外展開的人生旅程，而藍正龍在劇中飾演落魄的畫家也因為遇到襄維而敞開心房，藉由劇情傳達出也許單純天真的想法，反而是面對現實且殘酷的大人世界裡唯一的救贖。此案申請拍攝項目包含捷運劍南路捷運站廣場、客家文化園區跨堤平台、古亭河濱公園，諮詢道路拍攝、公車站牌拍攝等支援。此部為臺灣首部以「唐氏症」為主題的電影，未來上映後可望用溫馨感人的情節為臺灣社會注入一股暖流，於 5 月殺青。

- (3)紅衣宇宙持續發酵！繼電影《紅衣小女孩》1、2 集取得票房上的巨大成功後，監製曾瀚賢乘勝追擊推出《紅衣前傳》。此次不僅交代前兩集的相關劇情內容，也加入更多的臺灣鄉野奇談，如「玉山小飛俠」及「人面魚」等故事情節。主角由新科破億演員鄭人碩擔任男主角，女主角則是許久不見於大銀幕演出的徐若瑄，預計將帶來有別於前兩集的新氣象，本片也力邀前兩集主角群如許瑋甯、楊丞琳及黃河客串演出，演員陣容強大。本案於 2 月開始諮詢場景相關事宜，因劇情需求需要找老舊家景，陸續會勘安康平宅及北投製片廠等場景。最後選擇於北投「中心新村」拍攝，因此區房舍保留相對完整，劇組於陳設上花費的心力也較小。另外也申請中山堂光復廳作為音樂演奏會場景，完美呈現「集體中邪」的劇情內容，劇組也花費相當多苦心於群眾演員的場面調度，這也是少數於中山堂拍攝較為特殊的電影題材。《紅衣前傳》於 5 月殺青，上映時勢必又會掀起

一陣屬於臺灣特有的紅衣旋風！

（二）人才培育及專業訓練

- 1、「2018 第一屆台北影視音創投會」是由台北市電影委員會舉辦的大型影視音人才創投會議，更是亞洲影視音界的一大創舉，本次活動線上公開招募「影視配樂」及「影視劇本」人才，共有 57 位音樂家、133 位編劇家報名參加，並於 4 月 27 日完成評選會議，提供史上第一次同時聚焦「配樂」與「劇本」的創意投資平台！共有來自英國、美國、法國、西班牙等各地的優秀人才，報名相當踴躍。音樂配樂組及劇本組經過本屆評審傅薇、許景淳、李欣芸、呂聖斐、黃茂昌、唐在揚、傅天余、陳宏一、田開良、塗翔文等 10 位評審激烈的評審會議討論後，最終遴選出 20 位配樂創作者和 22 位劇本創作者，參與 5 月 29 日和 5 月 30 日的創投會，連續兩天活動包含國內外導演、製片、製作公司、電視台、出版社與個人工作室等 44 家製作方積極與創作者洽談交流，本次創投會共促成近 250 場會談，並吸引眾多媒體報導，期盼媒合更多影視音樂人才，促成更多新興影視作品，拓展臺灣影視產業國際競爭力及市場。
- 2、與中華電信股份有限公司、愛爾達科技股份有限公司持續合辦 2018「MOD 微電影暨金片子創作大賽」，107 年為第 4 年合辦，為了鼓勵更多年輕學子參賽，另增設「最佳表現學校獎」，「最佳指導老師」以及「觀眾票選獎」及擴大辦理入圍影展期望帶動觀影人潮，總獎金新臺幣 331 萬 5 千元。豐富的獎項與優渥的獎金將吸引更多影視創作者參賽，達成拔擢影視新星的活動宗旨。上半年為活動籌備期，主要進行活動徵件及宣傳，至 9 月 1 日徵件截止，後續進行相關評審及公布頒獎事宜。
- 3、107 年第十屆「拍台北」電影劇本徵選活動，上半年主要進行活動徵件及宣傳，徵件期間 6 月 25 日至 8 月 7 日，待徵件結束後進行相關評審事宜。「拍台北」電影劇本徵選活動舉辦 9 年來，已成功促成多部獲獎劇本翻拍成電影，如近年上映之國片《南方小羊牧場》、《共犯》、《帶我去月球》、《藍色項圈》等，以及於國內外得獎不斷之電視電影《再見女兒》皆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。

（三）影視宣傳及行銷

1、合作宣傳影片行銷臺北城市

(1)107 年 1 至 5 月合作行銷協助影片計 5 部，全臺票房累計約 1 億 5,428 萬餘元，其中臺北市票房約 4,154 萬餘元，包含暫居 107 年國片票房冠軍《角頭 2》，以及於臺北—荷蘭兩地拍攝、由荷蘭導演王洪飛(David Verbeek)執導的電影《小玩意》。

(2)107 年 1 至 5 月合作行銷包含《角頭 2》、《上岸的魚》、《有一種喜歡》、《小玩意》、《市長夫人的秘密》等 5 部影視作品。平均為每一部影片節省 356 萬餘元之行銷預算。

2、連結官網等網路媒體宣傳行銷影視產業

107 年 1 至 5 月包含採訪台北市電影委員會所主、協辦之影視宣傳活動共 5 則：(1)尋找影視「配樂」與「劇本」未來大師！2018 第一屆台北影視音創投會 3 月 23 日報名起跑！；(2)「2018 第一屆台北影視音創投會」評選結果揭曉；(3)臺北+舊金山影視合拍簽約交流會圓滿落幕；(4)臺北市國際合製影視投資方案於坎城宣布起跑；(5)【2018 第一屆台北影視音創投會】5 月 29 日盛大開幕。中文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 56 則，上述總量 61 則新聞稿均於官網露出。

（四）強化國際競爭力

1、3 月香港國際影視展：香港國際影視展為亞洲規模最大影視展之一，其主要目標是為全球影視專業人員、製片及發行商，提供國際平台，展示影視作品，建立聯繫網路及洽談合作，以協助業界掌握影視行業發展狀況和市場動向。於香港影視展期間設立攤位，旨在推廣臺北市協拍優惠服務，以及未來影視投資相關事宜。參展期間進行共計 19 場正式會議，與各國影視機構及製片公司洽談合作及吸引國際合拍，並與亞洲各國電影委員會交流，分享經驗，會議對象包含：釜山國際電影節、札幌電影委員會、日本電影委員會、大巴黎電影委員會、亞洲電影委員會、來自各國的製作公司及企業共 14 間。

會議期間除相互交流跨國合製計畫、推廣臺北市景點與協拍服務外，更介紹未來將辦理的影視投資項目，希冀能夠幫助更多優秀的臺灣影視作品。

- 2、5月坎城電影市場展：於5月8日至5月17日舉辦，市場展期間設立攤位，除宣傳臺北市景點協拍服務及優惠辦法，並舉辦說明酒會宣布臺北市國際影視攝製投資計畫起跑。針對前來臺北市拍攝，啟用臺灣演員以及主創人員，或雇用臺灣的後製公司、動畫特效公司的影片，給予投資金額，入選的單一製作案可獲得的最高投資金額將達到一百萬美元。在市場展現場，吸引逾百位國際導演、製片、策展人、國際媒體等共襄盛舉。希望能透過該投資方案，增加合製案的國際競爭力，藉以提升臺北市的國際能見度。此次共計18場正式洽談會議，對象包括：紐西蘭電影委員會、義大利薩丁尼亞電影委員會、印度商工會、印度國際電影觀光集會、美國電影市場展、日舞影展、法國國家電影委員會、法國馬賽電影委員會、荷蘭國家電影基金及電影委員會等，透過組織間的交流，為臺灣影人尋找更多合作機會，拓展國際人脈。
- 3、6月上海國際電影節：該電影節於6月16日至6月25日舉行，為宣傳國際影視攝製投資計畫、行銷推廣於臺北拍攝之影視作品及臺北市場景拍攝資訊，派員參與該電影節各項活動，希冀吸引更多國際合製案來臺拍攝。

（五）其他影視相關活動

- 1、辦理「台北+舊金山影視合拍簽約交流會」：該交流活動於5月2日假台北君悅酒店辦理，106年透過台北市電影委員會與舊金山電影委員會的溝通與搭橋，攜手促成了Netflix首部臺灣原創影集《雙城故事》於兩地的拍攝事宜，為強化與舊金山電影委員會合拍片互惠關係，特別邀請舊金山市電影委員會主席王雋懿(Villy Wang)來臺簽署影視合作備忘錄，由臺北市政府文化局鍾永豐局長以台北市電影委員會主任委員身份代表與舊金山電影委員會進行簽約。應邀出席的貴賓包括華文創總監製葉如芬、青睞影視導演葉天倫、葉丹青監製、臺北市電影戲劇業職業工會楊芸蘋理事長、台灣電影文創產業協會陳志寬理事長、中華民國廣播電視節目製

作商業同業公會汪威江理事長、美國在台協會文化中心區毅良（Eric Aldrich）主任、紐西蘭駐台辦事處宋彤珮（Tupe Solomon-Tanoa’ i）副代表、美亞娛樂邱順清董事長、卓立導演、張訓瑋導演、謝駿毅導演等，共同見證台灣影視邁進美國市場的重要里程碑。此次活動共有 27 則媒體露出，引起影壇廣大迴響。希望藉由本次跨海簽約儀式，兩會宣布未來雙方合拍片互惠策略，創造每年至少兩部台美影視在臺北及舊金山拍攝機會，並對等提供各項包括住宿、交通、器材等優惠措施，且在文化與教育領域上進行交流計劃，提供臺灣影人進軍美國影視重鎮的契機，進一步拓展國片的國際市場。

七、創意發展部 107 年度上半年營運成果

(一) 臺北市文化創意產業扶植計畫

1、臺北市文創產業國際拓銷

積極協助臺灣文創事業參與國際展會和相關活動，提升本市文化創意產業能見度與知名度，以爭取全球市場。107 年上半年辦理下列事項：

- (1) 參與 2018 曼谷國際禮品暨居家用品展，展現臺灣原創設計能量精選 8 家臺灣創意品牌，並與西門紅樓合作組成「臺北創意生活館」(TAIPEI corners)，4 月 19 日至 4 月 23 日前進曼谷，南向展現豐富多元的臺北風格。其中與泰國創意設計中心(TCDC)攜手推出的「臺泰設計交流展」更是本次展會的最大亮點—邀請 4 位臺灣與泰國的設計師，在兩個城市相似卻又不盡相同的文化背景下，以各自的生活經驗與觀察角度來探索工藝和創新之間的各種可能性，彰顯出「向自然學習(Inspired by Nature)」的展覽主題。

展出期間人潮不斷，包括駐泰國台北經濟文化辦事處陳冠甫組長、TCDC 知識長 Isara Piamphongsant 等國際貴賓皆蒞臨參觀，展出成果深獲各界肯定。同時亦與曼谷知名百貨 Siam Discovery 合作，4 月 19 日至 4 月 21 日舉辦「TAIPEI corners Pop-up-Shop」快閃店活動，展售臺灣 18 個優秀品牌嚴選商品，與曼谷消費者零距離接觸，親身感受來自臺北的創意設計與魅力。

- (2) 辦理臺泰創意產業策略合作考察團，多元互動交流奠定國際合作基石

展會期間由臺北市政府文化局鍾永豐局長領軍，邀請 15 家臺灣文創品牌組成臺泰創意產業策略合作考察團，走訪當地著名創意中心、代工廠及通路，4 月 20 日上午參與「臺泰創意產業商機媒合會」，當日下午則出席與泰國創意設計中心(TCDC)共同辦理的臺泰設計交流論壇，期能藉多元交流活動，促成臺灣文創品牌與泰國中小企業代工廠商、設計師、進口商及貿易商成為合作夥伴，拓展國際交流網絡，結合臺泰國兩方創意產業

優勢向國際市場推進。

透過本次參展與考察團的辦理，從人才交流、產業鏈結到市場拓銷，有效擴大並深化臺灣與泰國在文化創意產業的合作，加速臺灣優秀的文創軟實力輸出至海外市場，讓國際市場看見臺灣文創產業的豐沛能量與魅力。

2、臺北市文化創意產業產業扶植

提供單一窗口服務、文創診療室服務、文創人才培育、文創扶植講座暨工作坊、交流媒合會及政府資源說明會，並維運「創意發展部」網站，以完整規劃架構強化扶植成效。107 年上半年辦理下列事項：

(1)辦理臺北市文創產業政策資源說明會

於 3 月 29 日舉辦文創產業政策資源分享會，分別介紹松山文創園區、臺北市文化局藝文補助、臺北市都更處 URS 計畫、臺北市產發局臺北設計獎與產業發展獎勵補助，以及文化部相關補助計畫。活動全程免費，旨在協助文創業業者快速掌握政府資源，減少資訊落差。本場次活動共有 255 名業者參與，反應熱烈。

(2)積極辦理諮詢服務與產業輔導

以課程規劃與諮詢輔導服務，整合資源轉介、媒合等機制，協助文創業提升經營能量，健全產業發展。至 5 月共計完成 40 件諮詢服務及 7 件深度輔導案。

另文創資訊網站每月平均瀏覽量為 2,061 人次（至 5 月）。因時代潮流的演變，民眾逐漸採用手機瀏覽網站，官網的規格及操作方式早已不敷需求，故於上半年度進行網站改版，調整功能與版面，全力便民並將宣傳效益最大化。

3、臺北市文化創意產業人才培育

以城市公共議題為探討命題的「idea TAIPEI 創意工作營」，107 年度辦理 2 場次，帶領一般大眾、設計師及公務體系人員，透過議題攪動及市民參與之方式，重新詮釋民眾所習以為常的環境，為當前的社會問題尋求解決之道。107 年上半年辦理下列事項：

(1)辦理 idea TAIPEI 創意工作營成果展移展

為擴展 idea TAIPEI 創意工作營的活動效益，將 2017 idea TAIPEI 創意工作營成果展移至松山文創園區風格店家沙龍區展出，持續引領民眾對城市議題與市民參與有更深刻的體會與思考，同時也為今年度的活動場次預作宣傳。期程安排如下：

- 2/7-3/26：Let's think！城市景觀與聚落再生的新想像？以公館蟾蜍山的活化再利用計畫為例。
- 3/28-5/28：Let's plan！為台北啤酒工場（原建國啤酒廠）貯酒大樓開創藝術空間新想像！
- 5/30-8/27：Let's play！尋找國際性大型藝術活動，擴大民眾參與的可行性！以臺北白晝之夜為例。

(二) 辦理松山文創園區經營管理與推廣

松山文創園區為「臺北的原創基地」與「文創扶植的平台」，以「創意實驗室」、「共創合作社」、「創意櫥窗」、「創意學院」、「創作者工廠」五大創新策略，朝「培養原創人才與原創力」目標前進，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，鼓舞市民參與公共議題、構思創作能力，促進文創產業發展等，展現原創基地的創意與創新能量。

1、107 年度上半年松山文創園區日常維運修繕及硬體改善

園區幅員廣大，參觀民眾日漸增加，維護園區營運與設施及設備，為重要之基礎工作，須投注更多精力與時間進行管理。園區致力於日常館舍及公共區域的環境維護，提供民眾友善、親民及安全的環境。107 年度上半年，為方便不同人士使用，落實性別多元。規劃性別友善廁所，又稱為中性廁所和性別中立廁所(gender-neutral)，即男女共用的廁所；故選定園區 SOLE 旁女廁進行「性別友善廁所設置」，著手進行相關設施(小便斗增設、親子小板凳設置、內外標識 LOGO 設計)改建報價、相關設計圖說，已核備完成。另針對用電安全部分：於 1 號變電站針對變電站增設空調系統，使系統防潮除溼達穩定狀態，及為使各變電站防災方面更及時，規劃機房主機及環境安全監控系統(於各變電站加裝 cctv 設備)，使整個機房的管控更嚴謹，達到機房防災及異常狀況

及時處置，使安全更無虞。

2、松山文創園區場務活動運用規劃

松山文創園區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。

(1)107 年上半年租借場地與自辦活動

包含多樣展覽與活動，協助國內影視拍攝與辦理論壇及文創媒合說明講座等，有多場時尚品牌發表會、記者會及設計活動等。全球跨界性文創展覽，提升民眾新視野。

107 年上半年度，已有 64 檔各類活動。「LV2018 春夏服裝發表會」、富邦文教基金會的「Youngvoice 不簡單生活節」、宜蘭縣蘭陽創新發展協會以青年歸鄉創作為主題的「宜蘭漫遊創作計畫」、臺北市政府教育局的「創新實驗教育博覽會」、「第二回 Culture&Coffee Festival in Taipei」、日本攝影大師「篠山紀信攝影展」及於 4 月 27 日至 6 月 11 日辦理的松山學園祭 39 檔、近 69 系所的畢業展，豐富多元。

(2)LAB 創意實驗室—實驗各種創意發想可能性之場域

「LAB 創意實驗室」位於園區東向製菸工廠 2 樓，鼓勵扶植具有前瞻性、具實驗性質、風格強烈或跨界合作的展演活動，據以嘗試發展自製節目。

6 月 22 日至 7 月 15 日推出「Lab 啟動計畫—無時鐘特區」展演，融合園區過去作為菸廠的特色，將女工及歷史意涵之元素納入本次展覽。創作與勞動，在身體能量交換為作品的過程裡，有著本質上的相近，卻對比出截然不同的時間意義。策展人邀請四組藝術家，表現時間流動之感。藝術家何曉玫的《默島新樂園》以不同的角度、事件、動機出發，主題圍繞著我們生活在臺灣這塊土地上的自我存在。葉名樺對照蟬的宿命與人的生命，創作出《十七年蟬》，是一場探究生命的創作練習。鄭尹真以南管名曲《懶繡停針》曲詞發想，實寫青春而暗渡時間。音樂內的時間具體而微，探討時間如何為人度量。原住民藝術家瓦旦·督喜以女性織布的概念，探討男女分工經過時代的演

進已沒有清楚的界線，如何跨越性別創造織布當下的時間與空間，創作出《織布》，讓傳統與當代進行對話的可能。

本次展演活動皆為免費，為期超過三週，4 組藝術家共 9 場演出，2 場策展人導覽，2 場工作坊，數場演後座談及講座，內容豐富有趣，刺激觀眾好奇心，透過與藝術家的近距離接觸，更了解創作的本質。

「松菸 LAB 新主藝—創作徵選計畫」徵求表演藝術領域全新創作，園區提供空間與經費資源，邀請專業人士創作陪伴諮詢，經公告收件，面審選出第一階段 4 位入選創作者及作品：陳侑汝《__》以聲音創造出一個可流動的空間，拉出視覺、聽覺、身體，三者相互牽動；周能安《之前與之後，劇場法會_安龍補助大典》，將道教儀式的元素符號轉換為劇場和藝文的元素，帶入儀式中，在劇場感和儀式感界限模糊的當中，提出對儀式內容之於現況的思辯；鄭皓《動量的條件》，動作上以能量具象化作為出發，結構上以個體和群體間的能量傳遞；姚尚德《小農實作—福壽螺到底該怎麼處理？》以結合語言、默劇之體的示範說明會作為演出主要形式，拉進與觀眾的距離，甚至劇場與現實社會的真實感受，開放觀眾對於演初呈現更自由的思考，四組創作家皆有各自特色，並已找到適合的陪伴顧問，分別是周伶芝、王榮裕、吳季璵、莊益增，皆來自不同的創作領域，除了表演藝術劇場界的顧問，更跨界到視覺藝術以及電影，可見目前表演藝術不再侷限於劇場。5 月開始各組藝術家已進駐 LAB 創意實驗室排練，並邀請陸續舞台設計、燈光設計、音樂設計等來 LAB 創意實驗室感受空間，8 月底辦理初呈，決選出 3 組創作。

106 年入選「松菸 Lab 新主藝」的藝術家林正宗 8 月 18 日到 8 月 19 日將帶領圓劇團參與「馬來西亞喬治市藝術節」，演出原住民元素的現代馬戲《葛哈巫！斷語？》，這是「松菸 Lab 新主藝」開辦以來，得到國際藝術節邀演，是 Lab 創意實驗室的一項及高度的肯定。

(3) 文創共好平台—「松菸小賣所」

結合文創領域業者，傳遞各家品牌精神、推廣美學生活化態度，也協助品牌進入展售通路，接受市場測試。4 月中在 BIG+BIH 期間一同前進泰國曼谷，在人氣景點 Siam Discovery 百貨，辦理為期 3 天的 Taipei Corners 快閃店活動，包含參展廠商與松菸小賣所之合作品牌計 15 家業者，皆能在此行有不小的斬獲。4 月底受邀參加日本最大網路手作平台—minne 於東京所舉辦的市集活動，帶領松菸小賣所 5 家合作品牌商品至日本與現場民眾直接互動，大家對臺灣的文創商品皆有相當高的評價，並利用此機會洽談之後在日本通路合作的更多可能。

松菸小賣所年初自辦之特展《食在生活》，夾帶著高人氣與高效益的成果，緊接著在 3 月份推出《毛孩的異想世界》特展，環繞寵物精心規劃，獲得最實質的肯定—開賣兩個月內便已售出 200 項以上的商品，此類型短期特展，亦是推廣品牌特色商品的絕佳平台。

(4) 133 號合作社加強跨界產業交流互動

「133 號共創合作社」共創空間，於使用空間 20% 以上的區域，策劃常態性之展演活動，打造跨界創意聚落、國際交流平台、展覽及營運辦公空間。遴選財團法人臺北市開放空間文教基金會、中華民國工業設計協會、中華民國室內設計協會、臺北市音樂創作職業工會、臺灣包裝設計協會等 5 單位進駐，於上半年邀請產、官、學專業人士，進行各單位年度評鑑討論與規劃建議，以提升共創合作社創意發想及合作交流之目標，並於每月辦理互動交流會，維繫彼此間合作聯繫。此外各單位上半年辦理「藝起來串臉—聽我、話我、看我展覽」、「TID 論壇系列精彩影片欣賞」、「A&R 研習營」等活動，以及設計影片分享會、品牌與包裝設計系列的課程研習講座、音樂作品健檢諮詢活動及寫歌營等、近 20 場次各類主題講座展覽活動。

(5) 松菸創作者工廠—綻放想像與實作的夢想空間

松菸創作者工廠培育 18 家個人、小型及中型創作者、業者使用空間，給予資源及輔導，並與其他單位串連。繼上半年邀

請澳門創意設計中心創作者進駐交流創作後，下半年與泰國創意設計中心，兩組臺泰設計師生物室 x SATAWAT、CJean x Slowstitch，以「向自然學習，改變與創新的視角」為主題進行展覽，於7月20日開幕，並延伸相關交流與講座。

針對一般民眾以「創作基礎」為原點，創造多元互動交流，以自造者為主軸，透過串連園區進駐單位與大眾，結合工廠內木工、金工、陶藝等基礎機械設備，將「分享」的概念由工廠夥伴擴大至大眾，從思想的交流到技術的運用，讓民眾體驗從零到有的實踐過程，以松菸創作者工廠作為孵育創意的交流基地。7月會員制開放，串連創意發想、產品設計、機械製造、生活創意四大主題的工作坊，金工、雷雕機、UV印表機等專業設備訓練課程，創作者主題交流會，以及產品通路講座等，同時以軟硬體統合規劃，增加宣傳豐富度與擴大平台交流之效益。

同時為實踐文創聚落新指標，使外部團隊與內部創作者創意激盪，匯聚社群力量向外擴散，於「自由廣場」、「共創空間B」辦理多場活動，並提供對外租借。

(6) 松菸風格店家

松菸風格店家本年度營運品牌評選會議已進行2場次共12家業者投件申請，其中獲選單位4家並如期營業中，為松菸風格店家現場增添了更多元的商品服務樣態。現場共舉辦主題策展如：以覺學「金工循環經濟展」、「綠野仙蹤材質展」、「金工花藝展」、「鬍子小姐插畫展」、優居選品「地球之歌 | 攝影展」、「Shangdrok 北方牧人織品展」、蘑菇「自然而然：蘑菇天然藍染展」、「蘑菇·一隅——香蕉天堂」共8場。本年度迄今已超過約16萬人次遊客到訪參觀。

(7) 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，藝異空間上半年度舉辦的展覽包括：與迪化207博物館的館際合作案「無所不在的藝術——臺灣磨石子特展」(106/12/25-3/4)，帶領大家重溫磨石子建築工藝之美；與新生代創作者合作的「鄉民曆之偏方研究室」(3/30-5/27)，娓娓道來《鄉民曆》的創作歷程與

新世代對生活知識的另類詮釋，以及天馬行空的鄉民式想像力；以及與多寶藝術學堂合作「一張空白圖畫紙：就擁有全世界」（6/15-7/29），以自閉症朋友的日常生活出發，經生活情景與畫作中的圖像呼應，讓參觀者能深入瞭解自閉症朋友的生活與內心世界。

藝思空間上半年度辦理園區自辦展「廠長的家書：松菸歷史影像展」（3/15-4/27），展出松菸歷史文物與菸廠故事，以手感的溫度讓民眾認識松菸的過去。與老屋顏專案合作「磚美於前：台灣經典馬賽克磁磚展」（5/11-7/1）聚焦於老屋元素中的馬賽克磁磚，引領人們關注臺灣街道的美好風景。

(8) 國際交流

「2018 新加坡設計週參訪洽談」：新加坡觀光旅遊局及新加坡設計中心 3 月 5 日至 3 月 8 日邀請園區參訪新加坡設計週並洽談 2019 設計師交換計畫及參加新加坡設計週活動，拓展園區松菸創作者工廠在亞洲的國際設計市場與國際交流聯盟。另「2018 韓國首爾手創展售會 Seoul Int' l Handmade Fair (SIHF)」：韓國創意生活美學中心(Living & Arts Creative Center, LACC)邀請園區參加 5 月 24 日至 5 月 27 日於首爾東大門設計中心舉辦「2018 Seoul Int' l Handmade Fair (SIHF)」手創展售會，並出席展售會講座分享園區創新經營及創作扶植計畫，本園區文創扶植計畫的設計品牌「Yu Florist」與「印花樂」亦受邀參加展售。園區參加 SIHF 展售會並同時，與 LACC 洽談松菸創作者工廠國際創作者交換、平台銷售交流計畫。另外，園區上半年接待來自英國劍橋大學師生 30 名與松菸創作者工廠團隊春池玻璃參訪並針對環保及永續議題交流、泰國曼谷法政大學 43 名師生參訪園區並與市府資訊局交流有關智慧城市議題，與外交部邦交國記者參訪園區。

(9) 藝企合作

- 新秀麗行李箱塗鴉牆：美國行李箱品牌 Samsonite 贊助資源，於松山文創園區文創大街辦理「任意門塗鴉牆」戶外展活動，展期 4 月 16 日至 6 月 30 日，國內塗鴉大師 ANO 現場塗鴉，

展期間舉辦塗鴉牆拍照及免費咖啡和週末打卡活動。總贊助價值約為 108 萬元。

- 宇萌數位科技：松山文創園區空間場域、古蹟及自辦展覽活動導入 LBS (Location Based Service) 地標系統及 AR 真人導覽服務——「marq+」APP，APP 內由李遠董事長、菸廠老員工凌愛嬌、志工隊長邱龍生等現身說菸廠。

(10) 松山文創園區 107 年 1 至 5 月參訪人次

年/月	106	107	成長率
1 月	408,654	485,511	18.8
2 月	425,363	568,801	33.7
3 月	308,035	273,095	-11.3
4 月	508,125	402,995	-20.7
5 月	576,052	407,848	-29.2
累計	2,226,229	2,138,250	-4.0

註：4 月份因學園祭開展時間較晚、5 月份天氣炎熱影響戶外人次致來訪人次下降。

3、年度行銷宣傳計畫

- (1) 松山文創園區 Facebook 粉絲專頁：自 101 年 1 月 1 日至 107 年 5 月 31 日止，已有 202,279 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：3,037 人。
- (2) 松山文創園區官方網站：從 100 年 12 月 12 日至 107 年 5 月 31 日止，松山文創園區官方網站總瀏覽人次為 29,372,718 次，會員人數為 5,863 人，並有 6,259 名電子報會員。
- (3) 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，獲得日本觀光旅遊雜誌 Mapple Taipei、年代電視、華視新聞等報導，提昇松山文創園區的國際知名度。
- (4) 松菸導入 AR 科技：為迎合時下年輕族群喜好的互動與分享模式，松菸導入擴增實境 (AR) 技術，建構全園區古蹟區及展覽區 LBS 空間地標定位，以虛擬擴增圖資訊息。透過 AR 引擎「marq+」建立 AR 古蹟導覽，將古蹟歷史堆疊於真實世界，達到虛實情境的互動。

4、松山文創學園祭

以發掘原創的原點，以學生族群為主角，全臺灣各大專院校

學生畢業展覽為主體，提供原創創作展示之櫥窗，建立畢業展覽整合性平台，是松山文創園區累積原創能量的重點活動之一。107年4至6月辦理的松山學園祭35檔、69系所畢業展，豐富多元。

八、臺北表演藝術中心 107 年度上半年營運成果

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。107 年度上半年成果說明如下：

(一) 北藝中心與表演藝術節統籌部完成部門整併

1、期程

- (1) 1 月表演藝術節統籌部人員遷入北藝中心(臺北試演場)辦公室。
- (2) 2 月部門整併行政程序完成，啟用新版組織架構。

2、成效

- (1) 以場館的高度，強化三個節慶個別特色及差異，同時整合及有效運用北藝中心及原表演藝術節統籌部的資源，提高效益。
- (2) 表演藝術節統籌部原有組織以節目和行銷為主，北藝中心技術部門的加入，提供更正確的判斷與協助，並在演出現場提供技術支援。
- (3) 臺北兒童藝術節及臺北藝穗節由同仁參與策展，提昇同仁策展能力，以及對節目觀察的敏銳度，為北藝中心場館營運預作人才培育準備。

(二) 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。

1、藝術擴散計畫

此計畫主要以主動出擊的方式，拉近藝術與一般民眾的距離，同時以創意手法開發未來觀眾。

- (1) 新北投泡表演：為慶祝新北投車站一週年站慶，以「北投的舞

蹈時光」節目為車站帶來不一樣的藝術風貌，以新北投車站及週邊的不同據點為舞台，透過互動性的演出，邀請民眾攜手透過表演藝術交流情感，讓藝術與生活不期而遇。

- (2)去龍山拜表演：「去龍山拜表演：玩翻艋舺」為萬華艋舺龍山文創 B2 量身創作，運用文創 B2 場景發展一連串快閃活動演出，藉由不同的店鋪風格搭配表演者美妙又華麗高超的技藝，將藝文演出更加親切的發生在你我之間。

2、舞蹈博物館計畫

「2018 希望舞池—Re: Public 跳舞萬歲」活動以「公共空間、全民、日常生活」為關鍵字，邀請法國編舞家波赫士·夏瑪茲(Boris Charmatz)來臺，以公共空間為題，帶來備受矚目的力作《夜舞》(danse de nuit)的亞洲首演。為期兩天的活動，透過專業舞者工作坊、臺灣編舞家的廣場帶動、熱血市民團體大匯演、以及全民共舞活動，讓不同年齡及不同族群的身體匯聚於中山堂廣場，讓每一種身體都在跳舞。

名稱	時間	地點	參與人次	宣傳觸及人次
藝術擴散計畫—新北投泡表演	4/4	新北投車站 / 水美溫泉會館 / 新北投車站文創街廊道	350	4,829
舞蹈博物館計畫	4/13-4/14	臺北市中山堂廣場	3,240	69,262
藝術擴散計畫—龍山拜表演	6/16-6/17	艋舺龍山文創 B2	1,500	15,190

(三) 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：期待成為學術及表演藝術產業的互助平台，邀請學生以實習方式，參與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，107 年總計錄取 31 位。3 月至 5 月有 9 位報到，含行銷組 3 位、技術組 1 位、研發組 2 位、節目組 3 位。
- 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，透過茶敘的方式，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。已進行 1

月 30 日《回娘家之夜》、3 月 19 日《日本表藝觀察日記》，4 月 24 日《場館接地氣》，5 月 29 日《韓國音樂劇》及 6 月 26 日《社交 Talk》。

- 3、志工培訓：透過全日的講座、互動課程、實作，拉近志工彼此的距離，培養前台人才，為日後的合作奠下基礎，107 年安排的內容包含前台服務分享、戲劇課程、志工權利義務說明、北藝中心與臺北藝術三節業務介紹，希望讓志工們經過培訓課程後，能更快認識彼此，也了解未來工作內容及方法。
- 4、專業舞者工作坊：為打造劇場工作者持續成長的基地，邀請具備豐富國內外舞蹈或編創經驗的師資，提供專業舞者多元的養分，持續開發他們對身體的想像力以及維繫身體豐沛能量。「2018 專業舞者工作坊」倚重「何曉玫 MeimageDance」的專業觸角，邀請具備豐富國內外舞蹈或編創經驗的師資，提供專業舞者多元的養分，持續開發他們對身體的想像力以及維繫身體豐沛能量。
- 5、音樂劇人才培訓計畫：持續辦理創作和表演工作坊，分別於 8 月和 10 月登場，表演工作坊學員甄選於 5 月 8 日舉行，錄取 30 名，總計 110 人書面報名，65 位參與徵選；創作工作坊於 6 月 9 日截止報名，錄取 12 名。

名稱	時間	地點	參與人次	宣傳觸及人次
實習基地計畫	3-5 月	臺北試演場及其他活動相關場域	9	-
PartyTalk 藝文工作者交流活動	1/30、3/19、4/24、5/29、6/2	臺北試演場	121	18,527
志工培訓	5/12、5/20	臺北試演場	170	-
專業舞者工作坊	3/27-6/26	臺北試演場	155 (截至 5 月)	13,165
音樂劇人才培訓計畫 (學員徵選)	5 月	臺北試演場	表演工作坊：65 位參與徵選	48,233

（四）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，加強與亞洲（東北亞、東南亞、中亞）國家的關係，並於國內公開分享。

- 1、日本橫濱表演藝術集會(TPAM)：104年起以「亞洲」為核心主題，投入與亞洲國家的共製計畫，目前已成為亞洲地區最活躍的表演藝術集會平台之一。107年北藝中心在TPAM全力出擊，透過公開座談介紹亞當計畫以及第二十屆臺北藝術節。
- 2、澳洲表演藝術市集 (APAM)：成立於 83 年，由澳洲政府主辦，每二年舉辦一次，103 至 107 年於布里斯本舉辦，主要為推廣澳洲節目。
- 3、香港西九製作人網絡會議及論壇(PNMF)：聚集亞洲地區的製作人，兼具跨國合作的機制，並以培育與研討製作人機制為主體，北藝中心未來計畫發展製作人制，此活動是重要的交流場域。
- 4、ArtView 國際展演趨勢分享：邀請北藝中心同仁及國內外相關參與的藝術工作人員，共同分享國外藝術節慶或場館營運的觀察，希望透過不同國家見聞的分享，與關心文化發展的朋友進行交流，共同開拓國際視野，進而帶動國內藝文環境的進步及創新。3 月 19 日已完成第一次分享，主題為：Art View-TPAM 之旅，此次除北藝中心同仁參與之外，尚邀請陳汗青、黃鼎雲兩位外部講者一同分享。

（五）籌備臺北藝術三節

1、臺北兒童藝術節

此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，能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」。

107 年以「最具想像力」(Imagination only) 做為策展主軸，希望所帶來的節目不論是音樂戲劇舞蹈新馬戲或展覽，都能突破想像、超越侷限。互動裝置展覽將不只是視覺展出，更創造人與展品、人與人之間的互動，讓想像力 1+1 大於 2；戶外演出及社區藝文演出

落實平衡臺北市各區藝文展演及介紹各類型表演藝術節目的規劃概念，活動於6月30日至8月5日舉辦，1至6月完成所有節目邀約、徵選、行銷計畫及各項合作規劃。活動規劃如下：

- (1)免費戶外國內演出3場。
- (2)免費戶外國際演出1檔。
- (3)免費社區藝術演出8檔。
- (4)售票節目：自製節目1檔、國外節目6檔、國內節目4檔。
- (5)互動裝置展覽1檔。
- (6)兒童戲劇劇本創作徵選。
- (7)兒童劇場演出前期展演計畫徵選。
- (8)官網於5月11日露出演出訊息，各節目票券於5月26日啟售。

2、臺北藝術節

第二十屆臺北藝術節於8月8日至10月21日舉辦，本屆策展人鄧富權將以「群聚」「ASSEMBLY」為主題。其間以三大部份進行規劃：第一塊面為連續三週於中山堂的展演計畫。第二塊面為國內外共製或委製節目，扣合「群聚」概念，討論「距離」、「國界」、「族群」等議題。第三塊面則為藝術節的前導活動「Thank Bar 共想吧」，以「工作坊平台」的概念，讓臺北藝術節成為具有思考性的藝術節，是二十週年的創新之處。

本屆臺北藝術節預計有13檔節目（含免費戶外演出），1至6月完成所有節目、行銷計畫及各項合作規劃，於5月29日開始售票，因此5月中旬即展開推廣及行銷活動。活動規劃如下：

- (1)演出節目規劃：4個國際節目演出、3個國際共製節目、4個國內委託製作節目及2個自製節目，共想吧工作坊及講演活動27場。
- (2)售票規劃：5月29日起至6月25日進行早鳥75折預購。6月26日起恢復一般購票，將規劃套票及合作會員購票優惠方案以促銷票券。
- (3)網路行銷：考量民眾網路使用習慣與媒體生態，藝術節網路行

銷除延續過往基礎經營，將更重視網站素材產出與社群平台串連，期發揮綜效效果。強化官網部落格經營，以影音與文字方式，側記表演團隊創作歷程、邀請劇場工作者分享製作甘苦談等，藉文章轉貼或與其他媒體平台交換廣宣，同時利用社群網站串連，吸引民眾分享，增加臺北藝術節官網與社群平台關注程度。

3、臺北藝穗節

第十一屆臺北藝穗節，持續秉持自由開放的藝穗精神，不設限、不篩選的公開報名方式，提供年輕人揮灑創意、實現夢想的舞台。並以培育和扶植專業表演人才為考量，推出行銷宣傳、節目製作、技術諮詢及票務推廣等全方位配套培訓和服務。於8月4日至8月19日舉辦，持續開發非劇場空間，鼓勵民眾探訪臺北各式異於劇場的空間，本屆臺北藝穗節使用場域集中於臺北市西區，讓節慶更為濃厚有感。

(1)藝穗說明會：舉辦3場中文說明會與1場英文說明會，其中2場赴藝術相關科系學校辦理，參與人數100人，鼓勵在學學生參與。英文說明會同步於臉書直播，以利國際團隊參與。

(2)演出場地：目前規劃合作場地共計30個場地，以使用類型區分如下：

甲、劇場：十方樂集劇場、西門紅樓二樓劇場、知新劇場、小劇場學校、思劇場、納豆劇場、北市復興高中實驗劇場。

乙、藝文空間：URS127-玩藝工場、大可樂、剝皮寮173-17號、伊日講堂、Woolloomooloo 西門店、剝皮寮173-23號、大稻埕戲苑八樓曲藝場、濕地5樓、國際藝術村頂樓、新芳春茶行1樓、藝風巷2樓、阿嬤家2樓、角公園、米日一里葉晉發、小地方展演空間。

丙、其他：臺北水窗口（華江整宅）、大稻埕遊艇、北市松山高級商業家事職業學校學生活動中心1樓、微遠虎山、剝皮寮戶外舞台、龍山寺捷運站三號出口、臺北啤酒工廠儲酒室。

(3)線上報名：3月12日至4月2日。

- (4)團隊報名、行政會議、場地勘查：3 至 5 月。
- (5)宣傳資料蒐集、節目手冊製作：4 至 5 月。
- (6)官方網站：6 月 26 日開站，公布本屆演出訊息。
- (7)提供行銷與技術資源：鼓勵藝穗節團體運用創意行銷活動、強化劇場技術能力，於 5 月舉辦 2 場免費的行銷與技術講座，開放藝穗節團體自由報名。
- (8)網路行銷：至 5 月 31 日止，臺北藝穗節官網累積瀏覽人次 9,985,867 人；Facebook 粉絲數為 16,976 人。

(六) 品牌行銷

因應北藝中心和表演藝術節統籌部之組織及業務整併，擬定全品牌的整合行銷計劃。透過表演藝術節統籌部及北藝中心各類專案的行銷策略及目標觀眾，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」兩大行銷目標。

107 年上半年進行整體行銷計劃擬定，包含各活動主視覺，網站、平面出版品、數位平台經營及行銷活動規劃，工作重點如下：

- 1、節目活動行銷：就 107 年上半年之主要節目《希望舞池—跳舞萬歲》執行宣傳行銷計劃；並藉由法國編舞家 Boris Charmatz 的特別演出《舞蹈博物館 II—夜舞》，鋪陳二十周年臺北藝術節之策展精神，帶出藝術「共玩」的品牌理念。
- 2、數位社群經營：逐步整合北藝中心及表演藝術節統籌部之社群網站平台，讓雙方的粉絲及觀眾互相交流，為下半年節目行銷進行前置規劃。
- 3、媒體公關：擬定年度國內外媒體議題方向，陸續單一接觸提案，為表演藝術節統籌部及北藝中心重點活動之行銷推廣前置準備。
- 4、品牌識別：將臺北藝術節之識別標誌和三個節慶之主視覺進行整體規劃，並規劃各類出版品及紀念品，突顯北藝中心的品牌角色，建立好感度及辨識度。

(七) 營運管理臺北試演場，優化場地各項設備及服務

- 1、辦理臺北試演場檔期租借申請、辦法修訂及提供表演團隊場地設備等相關服務。陳錫煌掌中劇團已於 1 月提出申請鄰里專案免費

使用場地。1 至 5 月外租單位有：台北市私立華岡藝術學校第四十一屆舞蹈科、舞鈴劇場、拾念劇集、四把椅子劇團、大吉祥整合行銷有限公司、再一次拒絕長大劇團、瘋戲樂工作室、寰宇家庭股份有限公司、春河劇團、陳錫煌傳統掌中劇團、莎士比亞的妹妹們的劇團、廣宣揚行銷公關公司、人力飛行劇團（銀翼文創有限公司）、何曉玫 Meimage 舞團、動見體、找我劇場、涅所開發、社團法人台灣技術劇場協會、社團法人台北市大龍峒金獅團促進會、創作社劇團。

月份	大排練場			小排練場		
	可使用天數	已使用天數	使用率	可使用天數	已使用天數	使用率
1	31	3	9.7%	31	10	32.3%
2	22	1	4.5%	22	12	54.5%
3	30	11	36.7%	30	21	70.0%
4	30	14	46.7%	30	23	76.7%
5	31	11	35.5%	31	16	51.6%
總計	144	40	26.6%	144	82	57.0%

- 2、協助文化局文化建設科「臺北試演場修繕工程」案之規畫執行進度。
- 3、依相關規定辦理 107 年度上半年電梯設備使用許可證申辦(1 月)；飲用水池、雨水回收池清洗(3 月)；辦理水質檢驗(4 月)；107 年度保險辦理(公共意外險、火險等)(5 月)。
- 4、持續辦理臺北試演場各空間之功能規劃、建置及設備設施整修改善相關之工程，如依節能計劃：無人服務販售區設置、T5 及 T8 燈具逐步汰換、2 樓戶外空橋伸縮縫修補、2 樓及 3 樓壁磚隆起修繕、變電室盤內器具損壞修繕等，讓臺北試演場更加完善及貼心。

九、新北投車站 107 年度上半年營運成果

（一）107 年度新北投車站營運重點

- 1、以永續經營、活化新北投車站建築物為使命，透過各式活動及展示或呈現新北投車站的歷史同時推廣鐵道文化，成為新北投地區入口門戶暨車站歷史暨鐵道文化推廣點。
- 2、讓各地來訪的旅客及民眾認識北投地區歷史人文生態的起始點，成為臺灣國內外觀光旅遊具代表性的地區之一。

（二）持續社區參與機制

定期召開社區籌備會議，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，各工作小組於 107 年總計召開 7 次會議，參與人次為 48 人次。

（三）新北投車站之營運管理維護工作

- 1、志工招募及訓練：已於 3 月 11 日及 3 月 12 日舉辦 107 年度志工訓練，參與人數 45 位，訓練課程包含鐵道文化、認識新北投車站周遭地方特色景點、新北投車站周遭地方特色景點英語導覽及常見 Q&A。
- 2、建物、設施及設備保存與各項管理維護計畫：於 5 月份進行例行消防安全檢查。
- 3、營業時間延長試營運，於 4 月 1 日起延長營業至晚上 20:30，將統計來客數後調整營業時間。

（四）展示活動

- 1、車站常態展示補充：透過舊木料的的拼接組合展示最具特色的建築局部，搭配特展重新配置老虎窗、車站模型等展件。
- 2、《新北投車站生活記憶》特展：本次展覽以車站拆遷前（1980 年代前後）為主軸，希望透過車站舊物件的尋回與再製，以及生活記憶照片的蒐集展示，帶領大家穿越時空回到那擁有滿滿情感連結的美好時代。搭配特展更邀請民眾至車站互動，送「限量紀念車票悠遊卡」，共計達 1,400 張。

（五）教育推廣活動

1、常態性活動

- （1）驛站講堂：每月推出不同主題的講座或議題，讓新生代觀眾透

過共同參與獲得更豐富的舊聞新知。

日期	主題	講師	形式	參與人數
1/20	火車站紅包袋彩繪	曹淑女	講座	30
2/3	新年快樂—新北投火車站速寫賀卡	溫牧	體驗活動	28
3/10	桶柑紅·羅曼青	陳心絨	講座	27
5/12	鐵道週邊動、植物介紹	洪儷今	展演	29

(2)北投行旅：北投生態導覽行程：透過生態解說、環境體驗等活動深度了解北投的人文歷史及生態環境。

月份	1 月	2 月	4 月
場次	8	5	4
參與人數	59	22	38

(3)北投商品開發或販賣：搭配生日慶開發仿舊車票「限量紀念車票悠遊卡」1 款、特色明信片 5 款。

2、專案型活動：自辦慶典活動：春遊驛站暨車站館慶系列活動

新北投車站重新對外開放之週年慶及樂活北投春遊驛站，串連社區共同舉辦相關慶祝活動，規劃系列主題，透過豐富多樣的復古或創新活動，創造新北投車站「新」傳統並重現車站「舊」場景。活動當天更邀請臺北市柯文哲市長揭牌，吸引眾多媒體、民眾參與，活動（3/21-4/8）參與達 28,197 人次，媒體報導達 32 則。

活動總表如下：

日期	活動	內容規劃
3 月 21 日 -3 月 25 日	車站「金燦燦護木油」油擦拭活動	邀請民眾參與站體護木油擦拭保養活動，透過實際為車站身體力行的付出，凝聚民眾對車站的情感，期許車站未來下個百年，從幼年、青年、老年開始培養，設立生日慶的「新」傳統活動。
3 月 31 日 1. 10:00-11:30 2. 13:30-16:30 3. 19:30-21:30	北投「舞」GO 讚！慶生晚會 1. 公私協力齊賀壽 2. 賀壽大匯演 3. 慶生舞唱匯	「生日會」的形式，由北投的家人為車站慶生，邀請在地社區團體及北投特色表演進行展演，以舞蹈結合現場演唱方式，以車站廣場為舞池，呈現出民眾一同以群體舞蹈的歡樂氛圍，共同為車站慶生。
4 月 1 日 13:00-17:30	春遊驛站 鬧轟轟舞台展演	邀請特色單位或團體進行展演，預計邀請旺福、怕胖團、脆樂團、洪安妮等舞台演出，搭配於草坪區不定時趣味表演藝術、及裝置，打造專屬於北投的遊樂園。
3 月 31 日- 4 月 1 日 13:00-17:30	創意生活小市集	北投在地文創、手工創作、特色食品、NPO 組織、學校、在地社團、外部邀請(手作市集)

日期	活動	內容規劃
3月31日、 4月1日	捷運那卡西捷運車廂 快閃展演活動	北投至新北投捷運車廂內舉辦快閃表演活動，讓民眾從即將到達新北投車站的旅程上都有音樂相伴，如北投特色月琴、那卡西表演
4月4日	藝術擴散到北投表演	邀請北藝中心帶來表演藝術於車站及飯店中展演，讓藝術沒有距離，時刻都可以發生
4月6日- 4月8日	站前小事	4/6 原住民展演 4/7 春季茶會 4/8 月琴演出
3月31日、4月1 日、4月6-8日、 4月14日	北投行旅生態導覽 (共9場)	免費周邊館所、歷史免費導覽行程

(六) 宣傳及傳媒報導

- 1、官網：1月至5月累計瀏覽人次共31,042人。
- 2、Facebook 粉絲頁：透過網路社群平台及時公布活動及展覽訊息，並與網友做第一線直接交流、溝通和分享。107年1月至5月累計1,278名新增粉絲。
- 3、媒體露出：新北投車站107年1月至5月媒體露出44則（包括平面報章雜誌，以及網路新聞和電視媒體等）。

107年度1-5月媒體露出	報紙雜誌	電視媒體	電子網路媒體
總計	2	3	39
	44		

(七) 新北投車站107年1至5月服務人次

年度 人數	106年	107年	成長率
1月	尚未開幕	27,668	-
2月	尚未開幕	18,606	-
3月	尚未開幕	30,094	-
4月	79,563	48,196	-39.4%
5月	37,794	28,725	-24.0%
累計	117,357	153,289	30.6%

註：106年度4月份為車站新開幕，故與107年度正常營運之人數有較明顯之差距。

十、藝術文化人才實驗教育機構 107 年度上半年營運成果

(一) 常態性課程

1、106 學年第二學期的春季 (107 年 2 月至 4 月)

105 級					
時間\星期	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五
08:00-10:00	游泳	體適能訓練	游泳	高強度間歇訓練	肌力雕塑
10:00-12:00	畢業製作提案	週會	影像創作 (進階影片製作)	電視電影現場收音 (105)Photoshop 基礎使用 春季文學課:花開 時節 Vocal 演唱	企劃與執行 網頁程式設計二 配樂-編曲進階 軟體、基礎編曲
12:00-14:00	畢業製作提案		影像創作 (進階影片製作)		
14:00-16:00	履歷製作與 求職技巧 攝影專題創作	國際行動力 (影像藝術英文) 影像技術	影視編劇 社團時間 國際行動力 (英文戲劇)	戲劇課 音樂概念、賞析與 啟發 資訊理論及實務 操作 文學專書賞析:臺北人	藝術想想與生活 (15:00-17:00) a cappella(1h) 音樂日語二
16:00-18:00		國際行動力 (影像藝術英文) 聲音工程-音響進階			
19:00-22:00					POP&EDM 編曲

106 級					
時間\星期	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五
08:30-09:30	游泳	體適能訓練	游泳	高強度間歇訓練	肌力雕塑
10:00-12:00	初階影像實作(S) 國際行動力(英文戲劇)(106M) 國際行動力(英文)(106T)	週會	初階影像實作(T) 國際行動力(英文戲劇)(106S) 國際行動力(英文)(106M)	生涯探索 1 Photoshop 基礎使用 春季文學課：花開時節 Vocal 演唱	田野踏查與創作 網頁程式設計二 配樂-編曲進階軟體、基礎編曲
12:00-14:00					攝影展策畫執行(13:00-14:00)
14:00-16:00	初階影像實作(M) 國際行動力(英文)(106S) 國際行動力(英文戲劇)(106T)	展演製作	影視編劇社團時間	生涯探索 2 電視電影現場收音(106) 音樂概念、賞析與啟發 資訊理論及實務操作 文學專書賞析：臺北人	生涯探索 3 藝術想想與生活(15:00-17:00) a cappella(1h) 音樂日語二
16:00-18:00		聲音工程-音響進階	導師時間		
19:00-22:00					POP&EDM 編曲

2、106 學年第二學期的夏季（107 年 5 月至 7 月）

2018夏季課程總表(105)					
時間\星期	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五
08:00-10:00	游泳	體適能訓練	游泳	高強度間歇訓練	肌力雕塑
10:00-12:00	創作演奏工作坊B(3.5) 3D動畫創作工作坊 (3.5)		創作演奏工作坊A(3.5) 演說表達工作坊(3.5)	創作演奏工作坊B 演說表達工作坊	影像實作工作坊(4)
12:00-14:00					
14:00-16:00	英語音樂劇(5) 國際行動力英文工作坊 (3.5)		演說表達工作坊 3D動畫創作工作坊	英語音樂劇 國際行動力英文工作坊	影像實作工作坊
16:00-18:00		聲音工程-音響進階 (二)(1.5)			

非定時課程：

畢業製作(6)、個人生涯履歷專題(1)、第十屆兩岸影展工作坊(3)、演說成果展企劃專題(1.5-3)、
Nikon 成長影片專題(1.5)、英文音樂劇技術專題(1-5)、遠距英文(1)

2018夏季課程總表(106)					
時間\星期	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五
08:30-09:30	游泳	體適能訓練	游泳	高強度間歇訓練	肌力雕塑
10:00-12:00	創作演奏工作坊B(3.5) 3D動畫創作工作坊 (3.5)	展演製作(4)	創作演奏工作坊A(3.5) 演說表達工作坊(3.5)	創作演奏工作坊B 演說表達工作坊	影像實作工作坊(4)
12:00-14:00					
14:00-16:00	英語音樂劇(5) 國際行動力英文工作坊 (3.5)	展演製作(4)	演說表達工作坊 3D動畫創作工作坊	英語音樂劇 國際行動力英文工作坊	影像實作工作坊
16:00-18:00		聲音工程-音響進階 (二)(1.5)			

非定時課程：

個人生涯履歷專題(1)、第十屆兩岸影展工作坊(3)、演說成果展企劃專題(1.5-3)、
Nikon 成長影片專題(1.5)、英文音樂劇技術專題(1-5)、遠距英文(1)

(二) 專案型學習活動

1、2018 學生成果展

為推廣分享影視音實驗教育，及提供學生作品展覽機會、增進學生策展執行經驗，特舉辦本展。展覽主題取自影視音創作無不集成眾人之力，學生在影視音學習的過程中，合作提攜完成作品，並彼此激勵火花，使得在眾人之中，個體的獨特性依然不減。具體展覽內容包含 106 年臺北市影視音實驗學校的學校活動、實作專題、課程作品、學生社團以及學生自主創作等成果。

2、展演製作課程發表

6 月 2 日 14:00-20:00 於松山文創園區二樓多功能展演廳，TMS 106 級同學透過即興共同創作，嘗試表達他們這個年紀「對於生活的一些小小想法」，誠摯邀請觀眾一同參與。當天除課程發表外，另包含實驗教育新知分享、新舊生家長聚會，總計當日參與觀眾

數約 250 人。演出時間：6 月 2 日 14:00-20:00，演出地點：松山文創園區二樓多功能展演廳。

3、英語音樂劇表演

活潑又有創意的台北市影視音實驗教育機構學生，碰上英文音樂劇即將擦出最精彩的火花！TMS 國際行動力(英文)課程，安排了英語音樂劇工作坊讓學生們從表演中練習英文，學習肢體、口語表達和團隊合作，經過半年的訓練，6 月為觀眾演出兩場精彩的歌舞劇選粹表演，希望為觀眾帶來一段動人又難忘的時光！演出時間：6 月 24 日 14:30-15:30，演出地點：永安藝文館—表演 36 房房頂小劇場。

4、香港行動學習

全體師生合計 80 位，自 4 月 23 日至 4 月 26 日共四天三夜，活動地點於香港兆基創意書院。透過與兆基創意書院師生共同生活、學習，讓 15 至 18 歲的 TMS 學生能更認識香港的文化、歷史及體驗香港緊湊的生活步調。活動結束後，留下影像紀錄，約定下次換香港同學來臺灣回訪。

5、教育推廣暨國際交流

(1)荷蘭 CinemAsia 亞洲影展實習暨 IVK0 電影高中交流

TMS 受 CinemAsia 荷蘭亞洲影展邀請，推派兩位教師，參與影展前及活動期間之各項活動，含了解 TMS 兩位實習同學於 CinemAsia 的實習成果，拜會阿姆斯特丹藝術高中(IVK0)、與阿姆斯特丹影視產業領袖交流等，以評估未來深化合作之可能。TMS 同學於 2 月 12 日至 3 月 12 日在阿姆斯特丹該影展實習，老師則於 3 月 3 日至 3 月 10 日間至當地訪問。此次為 TMS 初次和歐洲影展合作，預期將能協助 TMS 和歐洲影視產業接軌，擴大未來之合作項目。

(2)韓國中央大學國際處來訪

成立於 1918 年的韓國中央大學 (Chung-Ang University) 是韓國在戲劇、電影和攝影方面的頂尖學校，其國際藝術系從 1977 年起招生，專注在「傳媒編導與表演專業」、「實用音樂專業」和「遊戲設計/動畫片專業」等三個專業。中央大學國際處國際

交流部睦琪賢部長和張容華主任於4月30日來訪拜會TMS主任，並邀請TMS師生前往韓國交流。

(3)均優學習論壇

邁入第8年的均優學習論壇於5月25日至5月27日在國家教育研究院台中院區舉行。TMS的師生將就「影像中的實驗教育」和「實驗教育中的境外學習」等兩個議題，分享拍攝TMS學生和種籽小學紀錄片的經驗，以及同學在107年前往荷蘭亞洲影展實習的經驗。

6、2018台北電影夏令營

累積106年兩次國高中生影像培訓營隊舉辦經驗（2017台北電影夏令營、全國青少年電影種子培訓計劃活動），加上平日推動影視音實驗教育的觀察，我們發現，對當代青少年最適合的學習方式是以自己為學習主體出發、做中學，並非傳統先上完所有課程、再操作模式。因此107年台北電影夏令營將嘗試以專題製作營隊方式來設計課程，同時延續去年限定拍攝主題特色，推出「食物」拍攝主題，邀請同為創新教育機構：開平餐飲學校，以及台北市電影委員會、台北電影節一同參與協辦、來豐富電影夏令營活動內容，讓青少年們有個難忘的光影回憶！

招生對象為暑假後升國三至高三應屆畢業，公私立國高中、高職就讀之學生（含自學），可組隊或個人報名。透過電影夏令營活動，青少年可以以活潑方式學習影像敘事、拍攝製作各式專業技巧，並透過小型劇組實務經驗，學習團體合作，培力溝通表達技巧。活動時間：7月2日至7月21日、共三週15天課程活動，活動地點：劍潭青年活動中心。

（三）合作計畫

1、與三所國立藝術大學完成簽署合作備忘錄

2月26日柯市長視察TMS，除參觀機構年度成果展，亦見證TMS與臺北藝術大學、臺灣藝術大學及臺南藝術大學共同簽署合作備忘錄，開展未來合作可能性。

2、協辦慕尼黑兒童影展青少年評審團試評會議

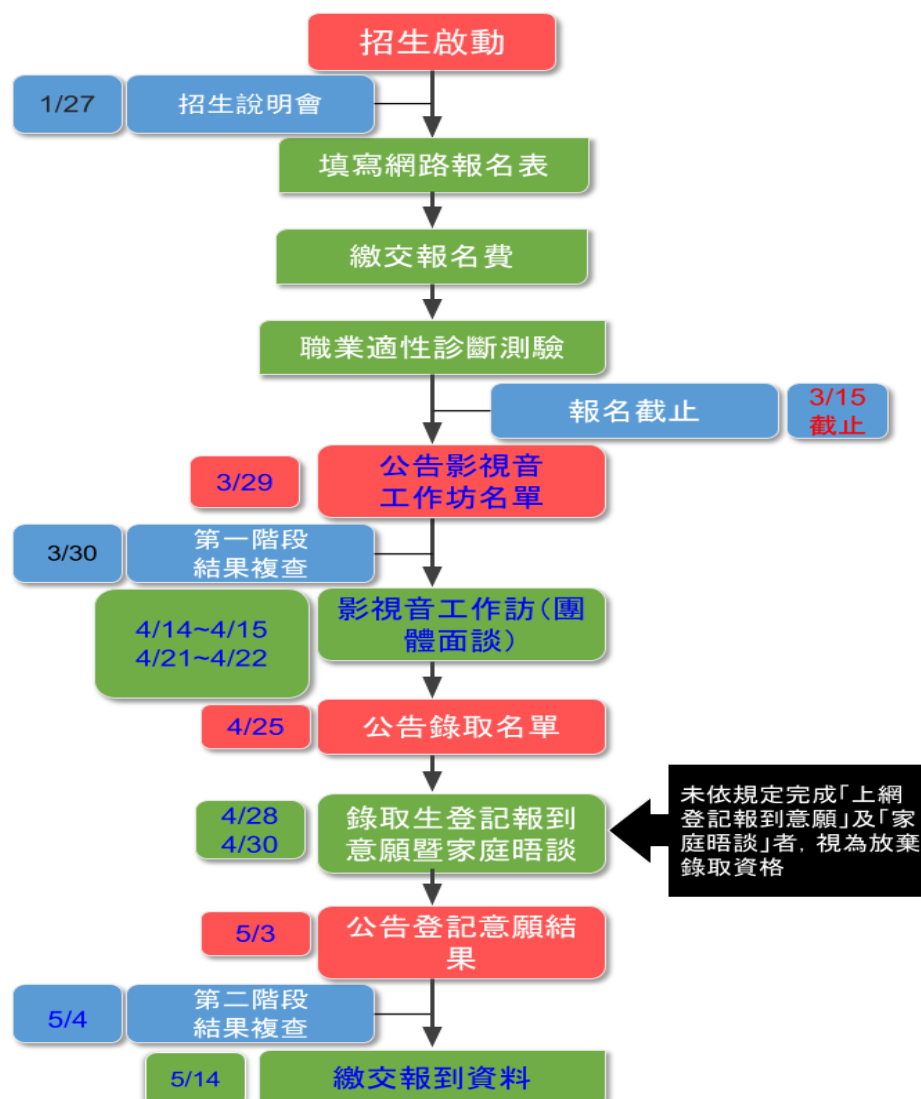
德國慕尼黑國際兒少雙年展為世界三大國際兒童影展之一，

創立於 1964 年，舉辦至今超過 50 年，影展由慕尼黑市政府、德國公共電視 ZDF 及巴伐利亞公共電視共同主辦，長期致力於關注兒少影視節目品質的發展。107 年選定臺灣青少年作為亞洲青少年評審團代表之一，並由公共電視台承辦，TMS 協辦；於 3 月 17 日、3 月 18 日舉辦青少年評審會議，由 TMS 學生擔任會議工作人員，增進影展工作實務經驗。

(四) 校務發展相關活動

1、招生

第三屆新生從 1 月開始招生，在 5 月國中會考前結束，9 月開學，第一階段招生活動結束，計有 41 位同學錄取，實際繳費為 26 人；第二階段招生報名 18 人，6 月 23 日進行面試。相關時程詳如下圖：



2、招師

為維持教學品質，根據《高級中等以下教育階段非學校型態實驗教育實施條例》第4條第3項規定：「第一項第三款機構實驗教育，每班學生人數不得超過二十五人，國民教育階段學生總人數不得超過二百五十人，高級中等教育階段學生總人數不得超過一百二十五人，且生師比不得高於十比一，並不得以學生之認知測驗結果或學校成績評量紀錄作為入學標準。」，5月至7月再招募4名專任教師，8月加入辦學團隊，開始規劃課程和討論學校制度。

3、召開校務發展會議

TMS邀請財團法人公共電視文化事業基金會董事長陳郁秀、中華電信股份有限公司董事長鄭優、音樂科技學院基金會董事長倪重華、北部流行音樂中心籌備主任丁度嵐、Yahoo奇摩媒體傳播事業群總經理邱滢穗、教育部實驗教育推動中心負責人鄭同僚、國立政治大學教育學系教授詹志禹、臺北市文化局局長鍾永豐，籌組校務諮詢發展委員會，共同商議機構未來發展方向。已於3月23日召開106學年第1次會議。

參、107 年度下半年業務規劃

一、藝術村營運部 107 年度下半年業務規劃(台北 | 寶藏巖國際藝術村)

十七年來台北國際藝術村透過「台北藝術進駐計畫」，促進國內外藝術家與在地社群的互動與交流，做為連接不同文化的橋樑，實踐以城市為本的多元文化發展，並賦予新的使命與面貌。台北國際藝術村位於臺北市都心，交通便利，適合辦理各種分享會、講座、工作坊、交流活動等。作為臺北市最早發展藝術進駐的據點，秉持著永續經營在地文化的理念，集結來自國內外的藝術家，共同打造融合臺北城市特色的藝文環境，引領市民體驗嶄新的空間生活，開創生活化的在地美學，進一步關懷社區文化營造並支持多元的藝術創作，啟動新的文化格局與視野。

寶藏巖國際藝術村對於寶藏巖的營運重點放在文化地景保存、既有資產活化，以及維繫藝居共生。做為國際藝術村，首以人才培育和國際交流為主，因此每年仍有「台北藝術進駐計畫」遴選近 25 位藝術家進駐於此，配合台北國際藝術村辦理各類型的專業講座、展覽、交流活動等，做為駐村藝術家的另一個駐村選項。此外，為了扶植文創產業人才，寶藏巖釋出 16 個空間給臺灣藝術與文創工作者做為工作室使用，稱為「微型群聚」(以下簡稱微聚)。

為了更加釐清寶藏巖的未來發展，預計開始進行軟性操作，啟動區域內住戶和藝術家們的對話和想像，「未來的寶藏巖會是甚麼樣貌？」這是新命題，也是這個活聚落自己必須找出的答案和方向。

(一) 台北藝術進駐計畫

在業務推廣的部分，從兩村一體的管理後，以「超越單點營運」的視野與策略，超越硬體空間的經營，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 (Artist-In-Residence) Taipei」重塑品牌形象。

1、全球藝術進駐徵選 (open call)

依照「臺北市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」，台北藝術進駐遴選出 107 年度國內外藝術家進駐台北國際藝術村及寶藏巖，本國人士進駐共計 6

名、國際徵件來訪共計 22 名、國外交流機構來訪共計 17 名、國內藝文單位來訪 2 名、本國人才出訪 14 名，有來自臺灣、法國、英國、約旦、加拿大、丹麥、匈牙利、義大利、德國、日本、新加坡、韓國、泰國、美國、澳洲、紐西蘭等多國藝術家進駐。107 年也首度將本國人士進駐期程由 3 個月延長至 6 個月，提供本國藝術家更充裕的工作室資源及創作協助。

2、國際進駐交換計畫

藝術家	類型	出訪時程	出訪機構
吳其育	視覺藝術	8/30-10/11	Grey projects
康雅筑	視覺藝術	9/3-11/30	CFCCA
顏好庭	視覺藝術	9/3-11/29	光州市立美術館
吳秉聖	視覺藝術	9/10-11/30	Openspace bae
謝牧岐	視覺藝術	9/19-12/15	PSG

3、駐村藝術家聯展

透過進駐計畫的機制遴選，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台。進駐之藝術家除了進行駐村計畫，也在藝術村營運部所提供的交流平台下，融入臺灣及社區生活，共同生活及完成自我藝術創作之實踐。進駐藝術家也有機會以沙龍形式做駐村藝術家聯展的交流，並與策展人深入對話及諮詢作品，創造更緊密豐富的連結發表網絡，彼此相互激盪，交織出更多元精采的火花。

- (1) 台北國際藝術村—百里廳：以沙龍形式做駐村藝術家聯展的交流，並實驗設定主題，試圖將藝術家的作品聚焦，藝術家將於百里廳以分區個展呈現駐村計畫，聯合發表。107 年下半年預計舉辦：4 檔出訪藝術家個展／雙個展、2 檔駐村藝術家聯合發表。
- (2) 寶藏巖國際藝術村：寶藏巖具備多元的空間提供藝術家進行展覽與表演。107 年將加強寶藏巖之展演空間的運用，以充分活化閒置空間，每一季保留 6 個展間做為寶藏巖駐村藝術家發表使用，駐村藝術家們可於駐村前期，於計畫進行展覽或表演之藝術村空間裡從事研究或創作。

4、藝術家座談——「週五漫談夜」

為讓台北國際藝術村及寶藏巖的駐村藝術家能透過彼此之間的對話交流，激盪出更多關於藝術創作、實踐與理念上的火花，深入探討不同藝術形式之間的差異與類同，同時分享跨界交流上的個人經驗，因此定期舉辦藝術家交流會，加強藝術家之間的聯繫並開啟與民眾間的對話。以輕鬆的對談方式讓藝術家和民眾分享創作旅程中的點滴風景與從異地進駐台北的計畫心得。107 年度每季第一個月辦理兩場「週五漫談夜」，邀請與談人及口譯，由駐村藝術家輪流分享創作計畫。

5、幽竹小塾

台北 | 寶藏巖國際藝術村 107 年首次與學界合作規劃幽竹小塾 X 臺藝講堂「藝術駐村的公共性」系列論壇。此論壇分享「藝術駐村」的國際經驗，並加入藝術管理與文化政策的學術研討，以探究藝術駐村對社會的影響力及其公共價值。六大議題包括：「藝術的跨域實踐」、「藝術營造環境」、「藝術學院的駐校藝術家」、「藝術回饋社區」、「藝術駐館創作」、「城市藝文的交流與主體」。藝術家踏上旅程前往未知的國家「駐村」，增廣見聞、打開視野、擴展國際觀。不同的生活方式與文化的養分，刺激著藝術家的創作靈感與能量。

6、開放工作室

台北 | 寶藏巖國際藝術村除了展覽空間外，其他部分主要規劃為藝術家工作室使用，為了讓藝術家工作及生活保有隱私，藝術家工作室平日不對外開放。107 年將有來自各國高達近 50 位的臺灣與國際藝術家，於第一季及第三季辦理「開放工作室」，活動期間將展現舞蹈、錄像、行動、音樂、裝置、多媒體、繪畫、文學等多元創作，囊括已經完成的作品，或展示仍在構思創作的過程，讓民眾能親身經歷，並搭配演出、工作坊等活動，達到推廣藝術的目的。

（二）微型群聚

1、微聚展演活動

107 年寶藏巖國際藝術村共有 15 組微型群聚單位進駐，類別

多元，分別有手作創作：Yinke Studio、小本書工作室、不歸鹿、陳治旭工藝美術創作；金工類別：植物語彙金工概念工房、17 做作工作室；藝術創作：周孟曄工作室、無用偵探社；劇團：差事劇團、在藝起—玩具劇場；開放軟體設計、自造者：Openlab.Taipei；餐飲及文化行銷：尖蚪、登小樓、胭脂食品社；美術推廣、選物店：兩天工作室。

由「微型群聚」的藝術家/團隊帶來各項體驗課程，包括展演活動、講座、工作坊…等，期待透過週末活動發生拉近與民眾距離，107 年下半年預計辦理 12 場展演活動。

2、教育推廣活動合作夥伴

藝術村納入微聚的藝術家作為教育推廣的合作對象，例如過往辦理的兒童藝術營隊所邀請的講師，105 年暑期兒童藝術體驗工作坊公益場，與不歸鹿合作；106 年暑期兒童藝術體驗工作坊_公益場和「妖怪製造所」展覽與兩天工作室合作，106 年 11 月場次和胭脂食品社、兩天工作室合作。107 年預計辦理暑期與學期間共 2 檔次的「藝術行政人才培育計畫」，延續串聯實習生、微型群聚、公益團體進行三個面向的教育推廣合作模式。

(三) 藝文展演計畫

1、台北國際藝術村活動總表

月份	展演活動	教育推廣/駐村活動	駐村藝術家名單
第三季 7-9 月	出訪藝術家個展-黃盟欽 6/29-7/15 出訪藝術家個展-陳侑汝 7/20-8/19 第三季駐村藝術家聯展 8/24-9/23 策劃展(街區計劃)9/28-10/21 街區計劃-年度專案展演活動 9/28-10/21	藝術家座談 7/20 藝術家座談 7/27 夏季開放工作室 8/11	國際來訪 Kentaro Taki(日本籍) Kwon kyunghwan(韓國籍) YUKAWA NAKAYASU(日本籍) 本國駐地 施昀佑(臺灣) 交流機構來訪 德國 Munich: Patrik Thomas 韓國 Openspace Bea: Kim Soonim 韓國 MMCA: HEO Suyoung 紐西蘭 ANZF: Tiffany Singh 香港 Art Next Expo: 姚柱東

月份	展演活動	教育推廣/駐村活動	駐村藝術家名單
第四季 10-12月	策劃展(街區計劃)9/28-10/21 街區計劃-年度專案展演活動 9/28-10/21 出訪藝術家個展-倪灝 10/26-11/25 第四季駐村藝術家聯合展覽 11/30-12/23	藝術家座談 10/19 藝術家座談 10/26	國際來訪 Simone Wierød(丹麥籍) Nupur Mathur & Hyojin Yoo(韓國籍) 本國駐地 施昀佑(臺灣) 交換機構來訪 澳洲 Asialink : Matthew McVeigh 日本 AIAV : TBC 英國 CFCCA : Will Pham 新加坡 Grey Projects : TBC 光州 Gwangju Museum of Art : Moon Yumi

2、寶藏巖國際藝術村活動總表

月份	展覽	教育推廣/駐村活動	駐村藝術家名單
第三季 7-9月	第三季駐村藝術家聯合展覽 8/24-10/28 微型群聚展覽 8/24-10/28 寶藏巖文史展覽 1/1-12/31	藝術行政人才培育計畫 團體預約參訪導覽 開放工作室 8/12	國際來訪 Jan Lütjohann & Henna Jula(德國籍) Flaneur Magazine(德國籍) Hiram Wong(香港/澳洲) 本國駐地 不廢跨村實驗室 (臺灣)
第四季 10-12月	第四季駐村藝術家聯合展覽 11/30-12/23 微型群聚展覽 11/30-12/23 寶藏巖文史展覽 1/1-12/31	藝術行政人才培育計畫 團體預約參訪導覽	國際來訪 Marcel Reyes-Cortez(英國籍) Barthélemy Antoine-Lœff(法國籍) Dima Shahin(約旦籍) 本國駐地 不廢跨村實驗室 (臺灣) 交流機構來訪 日本 TOKAS : Yusuke Takeda

3、2018 街區計畫

台北國際藝術村位處中心地位與角色，希冀能透過長久積累的藝術實力與能量，以藝術與其相關活動做為媒介，為街區注入

活水，將周邊區域帶動串連，強化藝術網絡，共享資源，透過展演和教育活動等推廣，拉近在地居民與店家距離，建立藝術村周邊彼此的合作網路，復興街區，更能使用「台北藝術進駐」長久所儲存的資源，結合臺北的城市特色，透過計畫，促進國內外藝術家與在地社群的互動與交流，擔任連接起不同文化的橋樑，踐履藝術的社會責任，實踐以城市為本的多元文化發展，更賦予了它新的使命與面貌。

2018 街區藝術祭活動將承襲 106 年辦理之脈絡，呈現靜態展覽、動態表演、聲響開幕、藝術場館及娛樂場所，結合十多組藝術團隊，並與條通區域之藝文單位、戶外空間、店家，包括：華山帶狀公園、濕地、台北當代藝術館、溫事、STEPHANE DOU CHANGLEE YUGIN、柯達大飯店、味道筋、梅門六調通、照島時計店、非畫廊…等聯手合作街區藝術祭，期待透過各類領域在此交集激盪，萌發出嶄新形象，穿透觀眾的五感體驗，以藝術之美好帶動生活美學。

（四）閣樓寶藏巖國際青年會所

「閣樓寶藏巖國際青年會所」於 103 年 4 月正式營運，接待國內外文創產業從業人員以及參加寶藏巖活動之一般大眾短期停留居住。閣樓青年會所不僅於提供住房，亦實驗性辦理多項活動，串連藝術村內部之藝術家、微聚與外部機構、個人，將多元的活動引入寶藏巖，讓更多不同型態、不同議題可在寶藏巖發生並發酵，增加寶藏巖的現在與未來的豐富性與多元性，激發大眾對寶藏巖的未來想像。

青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。107 年著重於「空間活化」、「行銷宣傳」。

1、空間活化

- (1)創造話題：以藝術為核心構思每間不同主題點綴房間，充滿創作靈感的住所空間。
- (2)旅遊服務：暑假(7-9 月)帶領實習生提供旅客行程推薦、導覽活動，串聯社區，協助行銷規劃。

2、行銷宣傳

- (1)企業包棟：利用寶藏巖獨特的環境優勢，與企業洽談包棟的合作模式，吸引公司團體來寶藏巖進行企業論壇，透過場地租借活化青年會所公共及住宿空間，增加住宿豐富性及吸引力。
- (2)調整價格：訂定出平假日的差別訂價及淡季促銷方案，期許可以增加整體營收。

3、外部合作

- (1)館節合作：8 至 9 月與北藝中心合作《亞當計畫—亞洲當代表演網絡集會》。
- (2)雙年展：7 月與北美館合作，提供藝術家包棟辦理工作營一週。
- (3)負育群帶聚落：10 月底與空總合作，提供藝術家住房。

(五) 國際交流與社群連結

除了藝術家國際交流進駐，也積極參與各項國際間重要的藝文會議與活動，包括：韓國 Asian Arts Space Network 亞洲藝術空間論壇、澳洲 2016 LIVEWORKS FESTIVAL, INTERNATIONAL DELEGATES PROGRAM，以及由 Nonprofit Art Space Network (NASN), Jeju Cultural Foundation(JCF)和 Jeju Museum of Art 共同主辦的 2016 AR TOWNS' International Conference "Asia, Cities, and Cultural Contents"，於會上分享藝術村營運部經營藝術進駐與策劃執行各項展演的經驗，並受邀前往美國亞洲藝術文獻庫(Asia Art Archive in America)演講，在美國皇后美術館(Queens Museum)、紐約 Residency Unlimited 進行作品審閱及駐村計畫諮詢，將亞洲經驗帶到國外。

107 年上半年至加拿大參與 TransCultural Exchange' s Conferences，除了在國際會議中介紹台北藝術進駐，更透過各種交流與對話的機會，促成新的夥伴關係，進而提高知名度、文化理解，甚至創發後續的經濟活動。了解藝術進駐(Artist in Residency)和藝術行動力(Art Mobility)，在全球如何對創作者帶來影響和改變。107 年下半年預計至美國費城參與 The Alliance of Artists Communities 2018 Annual Conference 國際年會，以建立綿密國際連結為目標。

目前與臺南蕭壠國際藝術村和高雄駁二國際藝術村進行駐村交換，雙方互相選送國外藝術家前往駐村，讓藝術家們在臺灣停留的期間，體驗到不同城市和藝術村的文化風貌。

（六）社區推廣

1、藝術體驗公益服務計畫

由微型群聚或當季駐村藝術家擔任課程師資，直接結合中小學或公益團體舉辦藝術體驗活動，不管透過體驗課程，或分享藝術家創作理念與生命歷程，期許可以提升孩子的學習動機，增廣視野，直接帶領藝術家跨出藝術村，除延伸觸角外，更是讓外界多一次認識國藝村的契機，進而吸引外界來訪動機。

2、常設展：寶藏巖文史展覽計畫

「歲月違章」在策展思考上是將核心問題「歷史」重新拆解，透過思考空間場域的再建置和視覺經驗的聯結，將歷史中所發生的事件、記憶置入公共論述。在這當中唯有透過觀者進入空間場域中的身體感，促使觀眾去想像、思考空間場域和歷史主體，進而相互的表述、公開辯論、共同思考，那麼展覽作為一種公共性場域所呈現的歷史，也才能更加具備能動性地進行一種社會實踐。對於不同群體來說，每個地方、每段歷史都具有著不同的意義和位置，不論對居民、藝術家、政府、參觀民眾等，每個參與其中的個體都希望藉由歷史來定位「當下」的位置，使當下與未來的表述獲得一種正當性，寶藏巖共生聚落所具備的曖昧之處也在於此。我們無法將不同的目的揉合成共同的所有，僅能將游移在其中的想像化為一種共有的存在，以此重新開啓對於歷史、寶藏巖的認識和書寫。

（七）藝術行政人才培育計畫

鑒於各大專院校積極推廣藝術行政管理及文化創意產業等相關課程，有志於培養新一代之藝術行政、藝術管理的優秀人才。107年度擬定「藝術行政人才培育計畫」專案，協助暑期及上下學期學生於實習期間，以個人或團隊合作方式撰寫展覽或教育推廣活動之企劃；藉由行政專業之經驗予以指導，並將評選應屆優異、適用者，於展演空間舉辦成果活動的執行和發表。透過此專案執行培養學生

們對藝術行政實務有基本理解，有助於未來生涯發展目標之規劃。

每梯次實習皆安排「藝文機構參訪」和「與導師有約—實習生心得發表」活動。實習生和志工們前往藝文機構參訪，藉由館際間的交流參訪和工作人員經驗分享，同時增進實習生和志工對藝文工作之興趣，彼此互相學習成長。

（七）藝居共生社區職能發展計畫

由於寶藏巖國際藝術村為「藝居共生」政策的主要執行地點，透過合作計畫與居民互動，並且提供就業機會，讓民眾有機會參與藝術村內的專業活動。

1、寶村巡守隊

103 年藝術村輔導寶藏家園成立巡守隊，導入居民共同參與藝術村的日常營運維護，讓居民融入藝術村的營運。經過近幾年的施行成效良好，107 年也將維持辦理寶村巡守隊。巡守隊值勤時間為每日 22:00 至隔日 6:00，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。

2、寶藏家園文化服務員

辦理寶藏家園文化服務員，希望在有別於志工外，能有組織的培訓寶藏家園居民，使其分擔部分寶藏巖日常營運的工作，例如定期的園區服務、導覽、園區行政等，藉此機會增加寶藏家園居民介入藝術村營運的機會。106 年有寶藏家園住戶 1 人參與文化服務員工作，有 4 戶居民參與導覽工作，在工作過程中自我成長，積極投入家園公共事務，也彌補行政團隊因人力短缺而有排班不及的空缺，107 年將持續辦理文化服務員業務。

3、寶村小散步計畫

104 年底藝術村與寶藏家園共同規畫「寶村小散步」計畫，期間培養 7 位居民導覽員，辦理定時導覽，加深遊客對此歷史聚落的認識和印象。「寶村小散步」是由居民來介紹整體環境，107 年預計延展計畫，每週辦理四場共計 64 場，依實際參與情況，評估場次調整，持續並穩定家園與民眾之間的互動機會，有更多深入寶藏巖共生聚落的經驗。

4、寶藏家園一家一菜

「寶藏家園一家一菜」源自於寶藏巖共生聚落家園住民自發舉辦的活動，旨在透過定期的聯誼，凝聚家園的向心力，而身為共生聚落一份子的藝術村及駐村藝術家亦被邀請參與。107 年也會繼續與家園進行互動，參與於每兩個月舉辦一次的「寶藏家園一家一菜」，一家一菜活動係由居民及藝術家們各自準備料理，讓寶藏巖聚落的大家齊聚用餐交流，透過此活動，可讓駐村藝術家能與在地社區增加更多互動，激發其駐地計畫創作泉源，並也讓居民更認識藝術家們。

二、西門紅樓 107 年度下半年業務規劃

西門紅樓 107 年下半年的計畫除了各區塊常態性業務外，持續以多元文創發展平台定位，扶植更多的新世代原創設計品牌。文創聚落「16 工房」發揮群聚效益，以推廣文創為主題，結合親子互動舉辦相關主題市集與活動，讓文創概念能夠向下扎根；積極串聯並發展區域在地特色文化，以特色街區深度導覽帶領民眾一覽古今西門的美好回憶、推動西門町後街文化祭以及辦理跨界展演活動等，透過不同元素再現西區創意文化，一同感受紅樓的生命足跡。即以西區文化為基底，以「藝文展演平台」、「西門生活文化圈共識群體」、「文化觀光地標」、「文創聚落」四大方向為定位，凝聚生活圈的整體能量，並提升整體西區的文化素質，成為臺北市西區文創發展的指標性據點，進而提振在地觀光與各週邊產業的發展。107 年度下半年之營運規劃分述如下：

（一）常態與延續性活動

1、西門紅樓官方刊物發行計畫

西門紅樓現有官方刊物包含報紅、鑽石簡介文宣、專案活動文宣、活動大小海報等，除了宣傳館舍及活動外，也期許藉由文宣設計提高民眾對於美學生活的感知。除實體文宣刊物，輔以網路行銷等開發或合作專案，加強宣傳效益與推廣之深度；107 年八角樓開幕後，下半年將視開館後需求規劃常態刊物及文宣簡介品，調整版面配置。

2、導覽服務

除了行之有年之預約導覽服務，為提供更深入、更全面的導覽內容，107 年配合新招募志工，就歷史、人文、服務強化服務能量，隨八角樓於 3 月正式開幕，也將重啟團體預約導覽服務，同時也將開放招募多語言志工或工作人員，同時下半年度將計畫開設外語課程供志工學習，希望為國際觀光景點的紅樓遊客提供更多以語言的服務。

3、國際觀光行銷

西門紅樓為西門町觀光地標之一，近年來更致力於打造復古與創新融合的文創新天地。為服務廣大外國遊客，持續招募志工辦理多語言導覽服務；另外，亦積極與國際採訪媒體合作，將西

門紅樓多樣風貌呈現於國際舞台，吸引國外觀光遊客前來感受西區現正蓬勃的能量。

4、西門紅樓創意市集

西門紅樓創意市集自 100 年由紅樓接手營運之後，規劃成立「西門紅樓創意聯盟」，至今已有 264 個品牌加入會員，為保持文創能量的流動，每週保障新品牌名額，期許注入更多參與品牌；活動除了依每年趨勢規劃季節主題市集活動之外，也定期舉辦創意市集自辦性活動。107 下半年度規劃 9 月份中秋主題市集、配合西門紅樓生日慶活動市集。

5、趣玩紅樓—美感工坊

以手作創意、美感體驗、親子互動為主軸，美感工房邀集進駐於 16 工房的品牌或市集創作者為講師，期望藉此讓各品牌有更多曝光機會，也藉由上課的互動與民眾作雙向的交流。課程在 16 工房的中島開放空間發生，上課過程也成為展示的一部份，在空間傳遞文創能量的感染力，創造常民的文化美感生活，也是品牌的另一種行銷方式。每個月雙數週週末舉辦，遇連假則加開的形式安排。下半年預計規劃 28 堂數。

6、臺北市電影主題公園國際聯名塗鴉牆

設置於電影主題公園後街廣場(Back Street Plaza)內的國際聯名塗鴉牆(長 35 公尺)，為臺北市區內唯一合法大型的戶外塗鴉牆面，每日吸引國內外觀光客與影視取景拍攝之景點；而鄰近區域內之美國街(昆明街 96 巷)的店家及街景塗鴉，更是社區景觀再造工程之成功範例。107 年下半年將持續以各種元素更新塗鴉牆創造街景意象。

7、月光電影院

臺北市電影主題公園於 99 年硬體設施修繕完成後陸續規劃各項活動，以「影像」及「青少年文化」為兩大發展主軸的電影主題公園，於每週末舉辦「月光電影院」放映各類型優質影片供民眾欣賞，並透過影像平台提供獨立製片或學生作品與各類優質影片，能有公開發表與民眾接觸的機會。

107 年下半年持續網路徵片及持續洽談電影發行公司、臺灣各

影展單位合作辦理電影相關講座，並與各大影視相關學校接洽學生畢業影展放映合作。

8、西關二手市場 X 節拍廣場

以環保再生為主軸，鼓勵在地居民一同參與，107 年以異業合作方式共同舉辦為主，增加曝光率與參與、豐富市集活動的多樣性。每個月一次的節拍廣場，放送唱盤音樂給喜愛 hip-pop 的民眾。

9、街頭藝人展演推動管理

西門徒步街區的街頭藝人表演早已成為臺北特色景點，於 98 年接手管理西門町街區街頭藝人業務，定期修訂「西門徒步區街頭藝人展演登記管理規範」。105 年改為網站線上預約後，更有效公平讓不同類型之街頭藝人更順利於徒步區內進行演出。107 年將持續保持與文化局的連繫，期將街頭藝人管理辦理更為完善。

10、東西好文創市集

松山文創園區為臺北市東區最具實力之文創據點，不僅交通便利，周邊人潮踴躍，菸廠舊址更是保存了許多頗具時代意義特色的建築與空間，成為各大藝文單位爭相辦理大型展覽及活動場地熱門首選。106 年經營有成攤位穩定成長，107 年將持續此跨所、跨地域的串連，不僅豐富松山文創園區原創基地理念，更能落實文創育成、東西文創產業互動之交流。

（二）專案型活動

1、跨界連線—交流論壇

106 年度針對 16 工房品牌所需，以「品牌行銷」、「經營管理」、「法律實務」三個面向探討，邀請業界專家經驗分享，給予相關品牌不同學習模式與啟發，報名及迴響熱烈。107 年每季辦理品牌交流，跟隨 16 工房及市場脈動，依品牌所需邀請講師分享相互交流。

2、Pop Up Shop 企劃

以 Select Shop 選品店的概念，邀請近年來著墨於文創發展有成效之產業及企業橫向交流，聚集於 16 工房以快閃形式展售文創商品，在這新舊融合的獨特空間中以更多元的方式完整展現，

讓國內外旅客能完整感受西門紅樓的文創能量。107 年下半年將洽談 1 個外部設計、文創品牌進駐，帶來更多元的文化力量，導入新客群。

3、西門紅樓志工發展計畫

為兼顧營運人力，並提供優質的導覽介紹服務以及深化志工服務意願，以志工留任為主，人數不足時方辦理招募，98 年起至今已辦理七期志工招募訓練。

西門紅樓志工主要工作為古蹟場域導覽，以及現場服務台諮詢服務，107 年下半年將辦理第八期志願服務志工的招募，透過培訓，希望能為遊客提供更完善的服務品質。

4、街區深度導覽

101 年度起每年辦理西門町街區深度導覽活動，以主題導覽、達人帶路、文化體驗等多元主題，串聯西門町文化生活圈。106 年更以兩場實驗性跨館所(撫台街洋樓及紀州庵)的街區深度導覽串連，此全新的體驗路線受到民眾歡迎報名擁躍。107 年下半年度街區導覽延續 106 年的實驗性計畫，重新串聯更多不一樣的街區元素，預計將規劃紅樓至剝皮寮及紅樓至龍山寺相關導覽路線。

5、玩藝劇場—黑家店歌仔戲演出

與臺北市歌仔戲推廣協會合作，由全方位歌仔戲巨星陳亞蘭親自率領新世代歌仔戲新秀精英，推出自製大戲《黑家店》，期望透過演出及為不同年齡層的民眾所打造的體驗活動，推廣臺灣傳統文化資產，傳承歌仔戲文化，也為西門紅樓古蹟空間再利用及永續發展的定位建立新標竿。

6、西門紅樓 110 歲生日慶(107 年 12 月)

105 年 8 月起全面進行八角樓古蹟修復工程，107 年的 110 歲生日慶適逢八角樓開幕後的第一個生日慶，也是逢 10 的年歲大慶，延續前兩年「紅樓祭」盛況，活動將主打讓世界各地觀光客可以參與的一場大型盛典，期許生日慶不僅是西門紅樓的活動，更能成為西區 12 月的盛事、觀光客來臺必參加的重要活動。

7、西門町後街文化祭(107 年 7 月至 8 月)

由文化部補助「地方文化館計畫」發展社區文化特色與地方

資源整合，西門紅樓規劃「西門町後街文化祭」各類大型展演活動與社區工作坊，串連電影主題公園與西門紅樓及街區舉辦相關系列活動。107 年西門町後街文化祭以親子參與為主軸，自原有活動為基礎，設計各式適合親子共同參與活動及課程。

8、再現百年風華展暨接待客廳計畫

為了能夠傳遞至第二個百年的紅樓歷史意義，106 年度完成史料搜集，107 年將規劃別出心裁、具有歷史深度、又能夠吸引民眾參與的常設展，以此加深紅樓歷史意義之深度；另輔以接待客廳計畫，拓展行銷紅樓的廣度，以「西門町客廳」之定位，作為各國遊客踏入西門町的第一站，結合週邊藝文及文創館舍資訊，著重在於軟實力服務——將透過導覽及講座型式呈現西區文化特色。

三、台北當代藝術館 107 年度下半年業務規劃

（一）展覽業務規劃

台北當代藝術館所舉辦的展覽，旨在呈現當代藝術多元表現以及跨域整合的趨勢，並藉由配套的展覽規劃，兼顧呈現國際化的視野和在地性的觀點與特色。107 年規劃 4 檔主題展、7 檔實驗展。

1、107 下半年的主題展預定推出以下展項：

（1）「穿越正義」（8 月 4 日至 10 月 21 日）

本展覽是一種戰爭機器組裝，組裝這部機器的目的在於思考、感受今天我們置身的「科技治理」，以及「不可能正義」的「轉型」問題，也就是生命政治在民主化與自由化過程中的變化。隨著冷戰結束而在臺灣發生的「解嚴」時刻，是無法開脫它與經濟「新自由主義」之間的緊密關係，同時也因為這國際-區域的糾結，臺灣的民主化既產生了巨大的社會能量，卻又無法明確標示出「轉型正義」的進程。民主化將近三十年後，我們可以更清晰地理解到「潛殖」不是歷史中特定殖民主義或後殖民處境的延伸，而是在今天的生命政治、全球化與網路連結下，不再像先前特定歷史階段中可清楚區分出殖民者與被殖民者，也不再能夠以國家為單位進行界分，民主政治的全球化與高速傳輸的技術瓦解了大敘事的結構性治理，卻在各種生活層面中活化了支配關係，甚至支配與被支配是一種流動的關係。所以，今天的「殖民」不再是一種體制，而是權力運作的微型模式以及日常事件的操作型工具，是連結個體與巨型關係結構的「思辯唯實」關係，該思辯唯實關係所運算的首先就是個體與個體間、個體與系統間以訊息量和訊息權限為基礎的政經差異。它相對於殖民就像是「日常法西斯」相對於納粹，後者指的都是歷史階段中的特定體制，而前者指的則是人在其當代社會中的行為特質。最常也最明顯的表現就是對於優勢文化的莫名肯認，並且自組各種足以調度政治權利與經濟利益，以壓制對自身經驗與社會關係的思考和研究，甚或壓制自身形成觀點與史觀的可能性。

因此，「潛殖」的提出是為了能夠描述政治經濟的新支配運

作，它與數位科技的發展是息息相關的，經歷長時間殖民階段與承受國際支配的科技島（代工分配），從 80 年代革除國家意識形態的民主運動，到抵抗國家自由貿易協定的 318 學運，擁有許多不斷調整弱勢社群權利與協商社會空間的經驗，並且和電影、電視、錄像直至今日網路平台和自媒體等等科技發展密不可分。本展覽由策展人黃建宏邀請國內藝術家陳界仁、蘇育賢、吳其育、張立人、張紋瑄、彭致穎、陳芯宜及國外藝術家 Harun Farocki(德)、Larry Achiampong&David Blandy(英)等人共同展出本次主題。

(2)「第四屆 Pulima 藝術節」(11 月 3 日至 108 年 1 月 13 日)

「Pulima」意為排灣族語「手藝精細之人」。在諸多南島語系中，「Lima」亦有「手」的意思，「手」意味著完成理想的途徑，從文明中實踐與反思之具體表現。Pulima Link，象徵手與手相連，引發無限而多元的文化創造力。

當全球化與數位浪潮席捲全球，主流藝術生態正面臨全球競爭之複雜課題，原住民藝術源於自然和生活的文化語境，已成為豐富全球藝術語彙及意涵的獨特脈絡。透過網絡平台，Pulima Link 以臺灣原住民當代藝術為基底，持續關注「今日原住民」如何透過各種藝術表現形式，進而認知和建立傳統文化的詮釋權。

本次展覽除了展出「Pulima 藝術獎」得獎作品之外，亦邀請國內外原住民藝術家進行主題式展覽，並進行「原住民表演藝術新秀徵選」，推廣除了視覺藝術之外，內容亦非常精彩且深具內涵的原住民表演藝術。

2、107 年度下半年展覽項目簡表

展覽別	展 場	展 名 / 展 期	備 註
主展覽三	一、二樓展間	「穿越正義」8/4-10/21	
主展覽四	一、二樓展間	「第四屆 Pulima 藝術節」 11/3-108/1/13	
Moca Studio	一樓 102、103 室	「在島上—雪克個展」6/9-8/5	臺灣藝術家
		「這與那之間—華安瑞個展」 8/11-9/30	德國藝術家

展覽別	展 場	展 名 / 展 期	備 註
		「Y 世代：人造知覺—詹嘉華個展」 10/6-12/2	臺灣藝術家
		「REICHRICHTER」12/8-108/1/27	德國藝術家
Moca Cube	戶外廣場—微型 展覽空間	「塗鴉社群」6/30-9/23	
		徵件中 10/6-1/20	
Moca Video	當代影像聚場 (戶外電視牆)	「記憶輪廓」(暫訂)6/9-8/5	
		「英國錄像展」(暫訂)8/11-9/30	
		「以錄像作為語言」(暫訂)10/6-12/2	
		策畫中 12/8-1/27	

(二) 教育業務規劃

107 年以提升全民美學為主要目標，針對不同類型之群眾，策畫豐富多元的教育項目，推廣全齡藝術教育。此策略實行至今，成功提高普羅大眾對於藝術的興趣及接受度，同時也回應專業型觀眾之需求，舉辦具深度與學術性之專題講座。107 年下半年，將加強推行六大美學教育系列，茲就規劃項目簡述如下：

1、配合主展覽規劃的學術座談及教育推廣活動

針對來館觀眾，策畫專題講座、工作坊、特別呈現等多元項目。以下分述之：

- (1) MOCA 講吧：針對一般參觀民眾，將發想淺顯、話題性的講座，以深入淺出的方式將展覽、藝術、美學介紹給大眾。
- (2) 藝術家面對面：藝術家以創作角度搭配專家學者以理論策展角度，親身闡述創作背景與相關議題。
- (3) 工作坊+展覽導覽：工作坊著重「創作觀念」的引導，並以「親手創作」讓觀眾感同身受藝術家的創作。每場工作坊會先帶領參與者觀看展覽，並鼓勵參與者以自身創作回應展覽。
- (4) 學術型專題講座：與展覽或趨勢議題相結合擴展研究視野，學術型的專題講座將深入探討藝術創作、藝術史脈絡等主題，同時開放教師進修，提供專業型的觀眾更深入的藝術知識。

- (5) 其他多元形式教育項目：包括電影放映會、特別表演呈現，將視展覽性質而定，設計創新、有趣的藝術推廣項目，以吸引不同背景觀眾，了解當代藝術。

2、跨界對談及推動藝術論述的「春之當代夜」

與春之文化基金會合作，針對研究生與專業人士之需求，策劃系列講座活動。將邀請各方藝術從業者，深入剖析各議題，透過跨界連結，媒合當代藝術文化之不同知識和視野，並創造與社會的對話關係，提升當代藝術的能見度。

3、以社區里鄰和市民大眾為對象的「廣場藝文活動」

每月一次的 MOCA 廣場活動，包含創意市集、多元藝術形式、節日活動，已累積不少能量及口碑。107 年下半年，預計策畫與展覽搭配之主題特別活動等推廣活動。此外，除了主動尋找新合作單位，讓 MOCA Plaza、MOCA Cube 成為年輕設計師與藝術家初試啼聲的舞台，也積極將優秀藝術家之商品引進美術館商店，提供文創藝術家展現自我的機會。

4、提升全齡美學經驗的「好玩藝教室」

台北當代藝術館的好玩藝教室經營多年，仍不斷推陳出新。107 年度下半年，除接受度較高且已累積一定口碑之課程(如：版畫、提姆小學堂)仍持續求新求變外，亦積極開發具原創性與實驗性之課程，將藝術多元的樣貌，透過授課藝術家的引導，激發民眾更多的思考與創意。

5、藝術進入校園及九年一貫美術教育之「館校合作計畫」

開創師生集體創作、藝術家與藝術教師共同合作、相互觀摩的雙向教學模式，並且常態化實施的特殊藝教方案。課程規劃方面，長年呼應近年的社會脈動，結合在地歷史環境與人文景致，從點的觀察、線的延伸、面的想像三個層面設計課程，包括了社區發展、文化探索、情感交流、藝術表現等多元內容。透過豐富的創作媒材和觀察體驗，培養不同層面的設計思維，引導學生自發性關心生活環境，認知到每一個城市居民，都是形塑都市環境細節和整體風貌的重要分子。

6、美術館學習新體驗－兒童語音導覽、學習單與學習盒

為強化美感教育、深耕藝術教育，除中英文語音導覽外，亦將錄製兒童版本之語音導覽服務，以活潑趣味的說故事方式，深入淺出的導讀主題展覽。此外，以寓教於樂的方式，配合每檔主題展覽，開發展覽學習單、觀察單，輔助了解展覽內容，增添學習趣味。

（三）發展行銷規劃

107 年下半年依據不同族群的特性及需求，致力整合跨領域的資源，以設計具創意的宣傳和行銷策略，主要執行的業務可概分為展覽宣傳、常態性公關、資源發展、觀眾開發及社區經營等四大面向：

業務項目	主要內容
展覽宣傳	運用各式媒體資源，宣傳展覽及教育活動，提升台北當代藝術館之能見度。 ● 編製展覽活動文宣品。 ● 與藝術媒體合作，購買有效廣告及刊登展覽訊息。 ● 使用捷運月台廣告、文化快遞等免費宣傳資源。 ● 運用多元化的數位平台資源進行宣傳(官網、Facebook、Youtube、APP、Wechat、Weibo、Instagram、電子報)提供展覽活動相關訊息。 ● 當代藝術宅急便、展覽主題特別活動。
常態性公關	● 貴賓及媒體常態性往來聯繫。 ● 相關藝文館所之交流與聯繫。
資源發展	● 個人會員制度：台北當代藝術館魔卡會員，加強建立與會員之聯繫，策畫會員專屬活動。 ● 企業夥伴合作，研擬贊助合作模式。 ● 展覽設備合作：針對展覽所需相關設備器材（例如投影機、電視設備等），找尋合適之設備贊助廠商。 ● 籌畫感恩餐會，邀請合作、贊助單位蒞臨參加，維持長期合作關係。
觀眾開發及社區經營	● 針對特定時節、弱勢族群提供免票參觀機制，包括：社區日、親子日、學校團體日，推廣「美術館即教室」概念，學校團體滿 20 人以上，還可於一週前提出現場導覽申請。 ● 除提供免費語音導覽租借外，另開發兒童及青少年免費學習教育系統（學習單、觀察單、兒童語音導覽等），提供兒童及學生族群貼近藝術之管道。 ● 當代藝術宅急便，應邀至申請單位推介台北當代藝術館的展覽內容及教育項目。 ● 與里長及社區鄰近單位合作免費性質之藝術推廣活動。

四、台北偶戲館 107 年度下半年業務規劃

107 年度台北偶戲館營運重點：

- 推動在地文化保存價值，推廣各種類型偶戲藝術。
- 偶戲藝術國際化，偶戲學習族群年輕化。
- 開創多元戲劇文化表演平台。
- 增加偶戲愛好者，提升偶戲館服務人數。

工作計畫如下：

（一）典藏

配合文化部 106 年至 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，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。

程序	作業項目	作業內容
1	系統說明（3 月-4 月）	● 整體架構說明 ● 功能模組說明
2	需求確認（3 月-4 月）	● 需求訪談 ● 選定套件 ● 網頁版型風格確認 ● 表單規劃設計
3	系統設置建置（5 月-6 月）	● 特殊模組設計 ● 網頁美編設計 ● 表單設計
4	系統安裝及設定（5 月-6 月）	● 系統安裝 ● 系統參數設計 ● 網頁版型套用
5	資料移轉匯入（7 月-10 月）	● 既有資料匯入 ● 資料檢核
6	整合測試及調校（11 月-12 月）	● 系統功能測試 ● 系統效能測試 ● 網路環境測試

（二）展覽

館內收藏皆為傳統戲偶，期望藉由規劃特展形式介紹更多元的偶戲藝術及種類，107 年度下半年著重介紹國際偶戲交流工作，並提供國內偶藝創作展示平台。

檔次	主題	展期	說明
3	From Paris to Taipei 相隔萬里的思念與敬意——李天祿逝世二十週年紀念	6 月至 9 月	在臺灣，大家對布袋戲大師李天祿的記憶猶新，不過臺灣人可能不太知道他對一整個法國世代的影響至鉅，無論是 70 和 80 年代到臺灣和李老師習藝的法國人，或是曾在巴黎參加他親自主持的多場布袋戲工作坊的法國偶戲藝師都深受其影響。本檔展覽將展出李天祿大師所珍藏的文物，法國弟子訪談影音記錄片。並將邀約法國小宛然劇團來臺演出 30 年前首部國外布袋戲「奧德賽」。
4	國際袖珍雕塑展——師生成果展	10 月至 12 月	與台灣藝術大學美術學院雕塑系合作，展示第九屆國際袖珍雕塑比賽作品。希望無論在主題陳述、材質處理、造形思惟上均有其特色，藉由塑造、金屬、石雕、木雕、複合媒材等各種主修類別的各種呈現裡被察覺，許多典藏作品不乏讓人記憶深刻之處。每件袖珍作品都包含著故事、回憶與態度，成為創作者當下的縮影。

（三）偶戲教育推廣活動

常態性導覽介紹、各種偶戲表演欣賞、戲偶 DIY 製作過程等活動，帶領觀眾感受並體驗偶戲的奧妙。

1、週末藝文日

配合特展或相關節慶，不定期於週末下午舉辦各式偶戲表演、講座、課程等，邀集所有觀眾到偶戲館享受週末藝文時光。

2、教師研習營

針對教師族群設計配合「藝術與人文」相關課程，提供教師知識的進修，以及更多元的教學工具，並提供偶戲文化愛好者聚會與學習交流的機會。107 年度下半年於 8 月舉辦教師研習課程，以傳統偶戲相關議題為中心，進行偶戲教案及課程設計討論。

3、戲劇演出欣賞

戲劇演出是認識偶戲最直接也是最有效的方式，期望提供戲偶表演者演出的舞台，也讓來參觀的民眾有機會欣賞戲劇演出，與演出團體互動學習。台北偶戲館自製兒童劇一直得到良好反應，為提供觀眾更多選擇，持續推廣國際偶戲演出交流。

4、節慶推廣活動

偶戲活動原是臺灣庶民文化中與生活節慶息息相關的聚會活動，秉持文化回歸生活季節的理念，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）專案型活動

1、陳錫煌大師工作坊

大師工作坊自 99 年開辦以來，培養多位對戲偶操演及布袋戲工藝製作有高度興趣的種子學員。107 年度規畫「工藝」、「操偶」、「後場音樂」、「兵器製作」課程，讓偶戲技藝傳習不斷，107 年度介紹掌中戲相關文化，並開放學校及社區預約報名。由 4 月開始，至 10 月，由台北偶戲館的藝術顧問陳錫煌老師開課，每週 6 小時，授課期間，來館之民眾、學校團體，可現場觀摩、學習，藝師於課程空檔亦將至展場教導參觀民眾、團體各項掌中戲的技巧。

2、育藝深遠 向下延伸

國小二年級學童偶戲藝術體驗計畫自 100 年度年底開始試辦育藝深遠向下延伸計畫，邀請國小二年級學童參觀台北偶戲館，增加接觸、學習傳統偶戲文化的機會，更提供老師將戲偶運用於教學的方法，輕鬆達到教學目標。

3、107 年度向文化部提出規劃「偶戲啟航」——「河流彎彎——錫口文化尋根偶戲演出」計畫。

運用館藏資源，邀請國內偶戲藝術工作者多方資源，同時，也呼應台北偶戲館深耕在地文化之精神，以所在地——松山區錫口文化為出發點，延續及探討城市的發展與永續，活化社區民眾參與，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。

（五）行銷宣傳規劃

項 目	內 容
包場專案推廣	持續包場折扣專案，鼓勵大型連鎖機構或學校參訪，增加來館人數及收益。推廣企業日，鼓勵企業以包場方式在台北偶戲館舉辦員工活動日。
異業交流合作	與旅遊雜誌、旅行社等進行活動配合，並積極爭取周邊百貨公司(京華城)異業聯盟合作。
增加網站、手機活動	定期更新官網活動照片，增加偶戲互動遊戲區，增加 Facebook 內容，加強與會員的互動，吸引網路群眾。
空間及場地租借	與學校戲劇系所配合，提供劇場排練室、學校畢業製作等租借優惠方案。

項 目	內 容
記者會	配合特展舉辦相關活動記者會，主動發送新聞稿，邀集媒體報導。
聯合行銷	串聯周邊商家，共同推出優待券，或憑偶戲館門票至商家消費可打折優惠。

五、台北電影節統籌部 107 年度下半年業務規劃

（一）台北電影節

- 1、執行第二十屆台北電影節。
- 2、規劃、籌備第二十一屆台北電影節。
- 3、至多倫多、釜山、東南亞地區等影展進行第二十一屆台北電影節選片，並宣傳國際新導演競賽。
- 4、檢討、修改台北電影獎簡章辦法。
- 5、洽談第二十一屆台北電影節贊助事宜。

（二）剝皮寮歷史街區西側經營管理

1、街區空間的管理與維護

- 進行年度街區環境、建物、展間的修繕、維護與優化。
- 受理場地空間租借使用申請。
- 歷史展間導覽。
- 廣州街開門計畫。

2、電影文化教育

- 舉辦國片推廣活動。
- 舉辦電影產業交流活動。

3、社區藝文推廣

- 依照假日節慶規劃街區廣場表演主題活動。
- 與街區長租單位、表演團體以及社區單位合作，辦理各項藝文推廣活動。

4、街區行銷推廣

- 建立志工服務機制。
- 經營 Facefook 粉絲團。

六、台北市電影委員會 107 年度下半年業務規劃

（一）協助影視產製及跨國合製影片

- 1、設置單一窗口，協助研擬國內外拍攝團隊拍片計畫，參與勘景、拍攝等製作，並整合公私機構之資源，以協助提供景點與製片期間之攝製所需，並開發合作製片案，提升產業及人才競爭力。
- 2、辦理協拍業務結合電子化服務，透過官網結合影像科技，推動協拍線上勘景及線上申請電子表單服務，並提供國內外影視劇組更便捷完善的協拍服務。
- 3、參加韓國釜山影展暨電影市場展，並宣傳臺北電影製片之優惠措施，以吸引國際影視團隊來臺北拍片，洽談及籌備臺北電影學院。
- 4、參加東京國際電影節，並宣傳臺北電影製片之優惠措施，以吸引國際影視團隊來臺北拍片，洽談及籌備臺北電影學院。
- 5、參加美國電影市場展，並宣傳臺北電影製片之優惠措施，以吸引國際影視團隊來臺北拍片，洽談及籌備臺北電影學院。
- 6、辦理影視諮詢會議。
- 7、協助制訂國內外製片優惠辦法。
- 8、國際影視攝製投資計畫正式對外公告，截止收件後開始兩階段審議作業，待決議投資項目後將函告投資提案者並進行簽約作業。

（二）人才培育及專業訓練

- 1、辦理第五屆「台北電影學院」結合臺灣及國外影視等相關機構，合作辦理製片、編劇及動畫特效等課程，汲取國際講師之經驗及技術，培育臺灣影視人才。
- 2、與中華電信合辦 2018「MOD 微電影暨金片子創作大賽」活動。
- 3、辦理第十屆「拍台北」電影劇本徵選活動。

（三）影視宣傳及行銷

- 1、依據「臺北市政府文化局協助影視行銷申請及審查作業要點」受理影視行銷宣傳計畫之申請及執行，並整合公私機構之資源行銷宣傳。
- 2、透過國內外媒體宣傳影委會功能及協助在臺北拍攝之影片宣傳。
- 3、維護大臺北地區景點資料庫、影視場景資料庫、影視工商服務網

站等資料連結，與各國影視製作等單位連線，建立國際通聯社群平台。

4、辦理中英文網路電子報導。

5、出版中英文出版品。

6、參與國際各大影展行銷，宣傳影委會國際合拍成果及臺北市國際拍攝優惠政策以吸引國際合拍案及國際團隊來臺拍攝，並推動臺灣電影行銷。

（四）國際交流事務

1、辦理亞洲電影委員會(AFCNet)年會會議業務，同時與國際電影委員會(Association of Film Commissioners International)、薩丁尼亞電影委員會(Sardegna Film Commission)、香港電影發展局(HKTDC)、美國製片協會(Producers Guild of America)、美國編劇協會(Writers Guild of America West)、舊金山電影委員會(San Francisco Film Commission)、約旦皇家電影委員會(The Royal Film Commission-Jordan)、新加坡媒體發展局(Media Development Authority Singapore)、紐西蘭電影委員會(NZ Film Commission)、韓國電影振興委員會(KOFIC)、印度國立電影發展委員會(National Film Development Corporation, India)、菲律賓電影發展委員會(Film Development Council of Philippines, The Philippines)、大阪電影委員會(Osaka Film Council)等單位辦理合作交流，廣招各國來臺北攝製影片，宣傳臺北電影製片優惠措施，吸引國際影視團隊來臺北拍片。

2、辦理國內外影視相關人士交流、會議等活動。

七、創意發展部 107 年度下半年業務規劃

(一) 臺北市文化創意產業扶植計畫

1、臺北市文化創意產業國際拓銷

組團參與於 7 月 4 日至 7 月 6 日辦理的「2018 日本東京設計商品展」，業已評選出 15 家優秀的臺灣文創業者，並與西門紅樓合作，共同組成「臺北創意生活館」(TAIPEI corners)前往參展，於 5 月底辦理展前說明會。為擴大參展效益，亦積極與日本東京 Atré 百貨公司惠比壽店、網路平台 minne 等通路洽談合作機會。

2、臺北市文化創意產業產業扶植

除了持續提供文創單一窗口、多元諮詢模式，以及文創診療室服務；為擴充與深化文創業者之產業知能，辦理講座與工作坊共計 8 場，已完成主題規劃，正進行活動籌備與講師邀約。另為提供文創業者向國內具特色之品牌或通路借鑒學習之機會，將規劃辦理參訪活動 2 場與交流媒合會 1 場。

3、臺北市文化創意產業人才培育

107 年度預計辦理兩場次 idea TAIPEI 創意工作營，第一場次議題暫定為「Light up! 為老城區的再生點亮更多可能性! 以剝皮寮歷史街區、艋舺龍山文創 B2 為例」，於 7 月 20 日至 7 月 22 日辦理，業已陸續拜訪鄉土教育中心、新富町市場等在地社群；並積極進行講師邀約，已邀請到萬華社區小學創辦人陳德君、在地文史工作者黃適上、東海醫院設計工作室負責人徐景亭等擔任帶領講師。

第二場次議題暫訂為「城南城市博物館」，於 9 月 7 日至 9 月 9 日辦理，正進行資料蒐集與議題收攏。最後為擴展創意工作營之活動效益，將辦理成果活動 1 場，期望能引導更多民眾關注城市發展的相關議題。

(二) 辦理松山文創園區經營管理與推廣

1、辦理松山文創園區設施(備)之預防檢修與故障排除工作

對園區倉庫區現有排水系統容量負荷進行改善工程及相關排水暗溝進行清淤(每月屋頂清淤乙次、梅雨季節每月兩次)，以減低及因應氣候變遷帶來相關豪大雨及颱風所造成的影響；另針對

空調系統送風機冷卻鰭片、風鼓進行清洗，提升改善空調冷卻效能；對設備設施現況缺失進行維護及強化，並辦理緊急應變計畫及災害防救程序、每半年辦理「消防安全及緊急避難疏散」等訓練，強化員工應變教育訓練，以為民眾提供良好安全之參觀環境。

2、松山文創園區場務活動運用規劃

(1)持續打造園區為臺北原創品牌櫥窗

107 年下半年度有近 50 檔活動提出申請，「達帕亞洲攝影藝術博覽會」、「2018 福爾摩沙國際藝術博覽會」、財團法人飛捷文教基金會的「Design x Art for Taiwan」、「臺北國際水環境產業展暨臺北國際水環境論壇」、台北多元藝術空間青少年發展促進會的「亞洲手創展」、財團法人中華民國紡織業拓展會的第十六屆「台北魅力展 Taipei IN Style (2018)」各種來自人文、藝術、公益等活動在園區帶來活躍能量。

(2)「松菸小賣所」，持續發揚國際化的文創共好平台精神

發揚「松菸小賣所」文創共好原創品牌，將在下半年接續辦理品牌文創扶植與策選展品評選，提供臺灣文創業業者更多舞台空間發揮並持續成長。同時開發自有特色商品，拓展通路帶領文創領域業者向外推廣，將品牌觸角延伸全面化以提升市場能見度。

7 月份赴日進行 2018 東京設計展延展之相關展售拓銷，舉辦 7 月 2 日至 7 月 5 日 Atré 百貨惠比壽店的快閃店，以及 7 月 7 日起於日本最大手作網路平台上架，包含參展廠商與西門紅樓、松菸風格店家以及松菸小賣所之合作品牌的多項文創商品向日本消費市場推廣。

(3)「LAB 創意實驗室」持續展現原創實驗動能

持續進行「松菸 Lab 新主藝—創作徵選計畫」，於上半年完成公告徵選、收件、面審與公告，5 至 8 月進行第一階段排練，8 月底辦理初呈，確認第二階段入選創作者及作品，於 12 月期間公開演出。另外於 6 至 7 月辦理「Lab 實驗啟動計畫」，呈現實驗性藝術合作展演。專案合作部分，除自製節目外，持續與其他藝文單位合作，推出符合實驗、創新、培育新人等原則合

作專案，如審議通過，預計將會與國藝會新人新視野、賴翠霜舞創劇場、A劇團等約計6個團隊合作。

(4)133 號共創合作社加強跨界產業交流互動

持續定期辦理交流會，維繫彼此間互動聯繫，同時探討各單位展覽空間調整規劃，讓民眾未來觀展期間能利用自身感官與作品有更深層次的聯繫。此外園區將與各單位進行跨界合作，策辦5場次以上《松菸講堂》，以生活品味與職人養成作為課題，邀請民眾在老菸廠舊建築中，找回學習的初衷與熱情，或是搭配領域專業，鏈結《松菸創作者工廠》舉辦工作坊，滿足學員全感官臨場實作體驗。整體統計近舉辦20場次講座展覽活動，以及5檔以上跨界主題回饋展覽。

(5)「松菸創作者工廠」打造原創基地成為國際創作者工廠

下半年啟動籌備多時的 Member club 計畫，延續過去松山菸廠工業化型態，讓設計人才從創意「發想」至「實踐」階段，轉化以「生產線」概念呈現，運用共同工作空間並結合跨領域想法相互激盪，使用各式製造機具，搭配專業師資指導6場以上設備教育訓練課程，8場以上品牌通路講座分享，20場以上親子工作坊等活動。國際交流方面，履行日本、澳門創作者進駐交換計畫，並持續與英國、泰國、韓國、等密切交流提案，除展會與論壇互動，亦欲將臺灣創新精神與原創設計推廣至國際市場。在進駐創作團隊扶植部分，於年終將進行18家進駐創作團隊考核，邀請產、官、學界專業人士協助年度評鑑作為未來續約考量，以提升競爭力與創新度。

(6)松菸風格店家

為「完善遊客體驗」使遊客置身店內環境中皆能讓五感獲得輕鬆愉悅的舒適與滿足，欲評估後執行規劃如下：

甲、支付模式的擴充：因第三方支付模式近年來漸趨成熟，為使消費民眾能夠有更多更便利的付款方式(如：LINE Pay、Apple Pay、街口支付等)，將與業者接洽合作之可能性後，執行相關硬體的換裝。

乙、場域空間音樂推播：為讓到訪松菸風格店家的民眾在遊逛

過程中同時能感受到更愉快的現場感受，將規劃建置合法版權音樂推播系統，使民眾能在聆聽與風格店家調性相符的音樂之中，獲得更放鬆的心情並且消費或體驗。

丙、前店後廠區微型市集區續約及徵件：下半年度進行前店後廠(A區)續約程序，並將針對企劃書之內容評核執行完程度。同時微型市集(B區)合約期滿將再開次公告徵件及評選。

丁、主題展區活動規劃：6月中至7月底—小黃間涼夏 YELLOW 主題展(暫定)；7月底至8月底—臺泰交流成果展；8月底至9月底—「磚美於前」延展；9月底至10月—ZIAI 自愛「玻璃鑲嵌」主題展(暫定)；10月底至108年2月底將舉辦「挑品藍菸計畫」。本年度其餘時間將另行規劃合適展覽於現場呈現。

(7) 藝異空間與藝思空間

藝異空間下半年度擬規劃三檔專案合作展覽：與小步 Biblio 私人繪本圖書館合作的「好奇心再進化：臺灣知識性童書的時空之旅」(8/10-9/30)、Machina 策辦的數位藝術展「G - Force Festival」，以及藝術家任芯瑩的當代藝術展「地景放樣計畫」(以上皆為暫訂)。若有剩餘檔期再對外開放租借。

藝思空間下半年度擬辦理兩檔徵件展「吳細顏：一刻瞬間」、「吳天悅：往 On the way」，以及一檔園區自辦展「學園祭延展」。此外將提供松菸創作者工廠之進駐創作者檔期租借。

(8) 國際交流

參與馬來西亞檳城於8月4日至9月2日期間舉辦「2018 喬治市藝術節(George Town Festival, 後簡稱GTF)」，本次藝術節期間與駐馬來西亞臺北經濟與文化辦事處合辦「臺灣藝術週—島嶼島(Spotlight Taiwan)」，於8月12日至8月19日推出臺灣表演藝術、電影播放、文創市集、講座分享會等活動，臺灣藝術週活動。本次邀請園區參加臺灣藝術週活動，並合作辦理臺灣文創市集(8/18-8/19)，宣傳園區「好家，在台灣」風格市集品牌，邀請10家臺灣文創品牌業者參加並展售，臺灣講座與分享會(8/18-8/19)，檳城邀請園區及市集策展人分享松山文

創園區創意聚落的創新經營、松菸 Lab 計畫與文創市集等議題。另，松山文創園區的松菸 Lab 新主義創作徵選計畫《噶哈巫！斷語？》，亦是本次臺灣週表演劇碼之一，首次參加國際藝術節的演出交流。邁入第九屆的 GTF 藝術節為馬來西亞重要的年度藝術節慶活動，2010 年被聯合國教科文組織（UNESCO）列為世界文化遺產的檳城喬治舉辦國際藝術活動，吸引超過 20 萬人次，媒體報導效益超過 2 億元台幣，除宣傳園區「原創基地節」及「好家，在台灣」，同時協助臺灣文創品牌業者於馬來西亞開拓商機，利於未來雙方長期合作。

另規劃臺灣泰國-Tai-Thai 松菸巡迴展(7 月底): 園區將與泰國創意設計中(TCDC)合作策展，延續 4 月曼谷禮品展的台泰設計師合作開發創作，7 月底泰國設計師 2 位與 TCDC 來臺辦展，並洽談 108 年設計師交換合作計畫。

(9) 藝企合作

預估洽談合作單位包含集智公關、印花樂、阿之寶、優人神鼓等，並將持續辦理 12 月原創基地節——合作新視界，邀請友好單位加入聯合展覽，包含昇宏國際、LINE、好米亞、東稻家居、統一麵、黑松等等，持續接洽新的合作單位，期豐富本展區，同時達園區藝企合作經濟效益與合作單位品牌宣傳之意。

3、年度行銷宣傳計畫：積極與松菸誠品生活、台灣創意設計中心、臺北文創公司等單位串聯，辦理各式活動更加活絡園區。

4、自辦主題展覽與活動

(1) 自辦主題展覽：第七屆原創基地節

此為松山文創園區年底最大自辦活動，於 12 月舉辦，包含主題展區、「好家，在台灣」、戶外活動、「合作新視界」、「2018 松菸新主藝」、「133 號共創合作社回饋展」及東西好文創市集等週邊活動，共同彰顯原創態度，發揮無限原創精神。

(2) 松菸講堂

於松菸創作者工廠、文創交流中心內舉辦松菸講堂，以島嶼歷史、自然生態、品味生活、建築故事、跨界創意、文創美學等主題出發，提供愛好美學生活的體驗者，多元豐富且深入

的課程，提升生活品味及工作職能。

(3)松菸光影藝術計畫

策劃光影藝術計畫，邀請國內外知名光影設計師，透過光影藝術創作，以松菸為光影藝術的實驗場域進行光環境改造，創造更多夜間的可能性。

八、臺北表演藝術中心 107 年度下半年業務規劃

107 年度下半年除持續辦理臺北試演場場地營運管理、協助文化局推動北藝中心行政法人化外，亦辦理下述業務。

（一）專才培育

- 1、實習基地計畫期待成為學術及表演藝術產業的互助平台，邀請學生以實習方式，參與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，107 年總計錄取 31 位，其中有 22 位於 6 至 12 月報到。
- 2、Party Talk 藝文工作者交流活動：7 至 11 月每月擇一日辦理，場地暫訂於臺北試演場，針對藝文工作者所關心的議題和現況，透過茶敘的方式，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。
- 3、音樂劇人才培訓計畫：計畫始於 105 年，107 年持續辦理第 3 次，在音樂劇人才培育計畫架構下，分成創作和表演工作坊。創作工作坊於 8 月 20 日至 9 月 9 日舉行，表演工作坊於 10 月 8 日至 10 月 28 日舉行。

（二）國際交流

- 1、2020 國際表演藝術協會 ISPA (International Society for the Performing Arts) 年會將由辜公亮文教基金會主辦，北藝中心很有機會成為合辦單位，將持續參與相關會員大會，維持良好關係，藉此展開並強化與國際場館、藝術節、藝術家及藝術經理人的連結，積極促成未來合作交流機會。本次臺灣前往參與會議的人員共有 5 個單位，共計 10 人，包含：辜公亮文教基金會、台灣戲曲中心、雲門基金會、當代傳奇劇場、北藝中心。
- 2、出席亞太表演藝術中心協會 (AAPPAC) 年會，北藝中心已於 106 年成功申辦 2020 亞太表演藝術中心協會 (Association of Asia Pacific Performing Arts Centres，簡稱 AAPPAC) 年會，因此將持續參與本(107)年年會，與他國場館及藝術家保持良好的關係，尋求跨國館際合作及共同製作演出的可能性。同時也藉此機會了解亞太地區表演藝術關心議題並獲取新知，吸取經驗，可做為北藝中心未來營運參考，並透過現場觀摩，了解會議進行流程及現

場規劃，為未來主辦活動做好相關準備。日期：9 月 19 日至 21 日，地點：奧克蘭。

- 3、香港藝術行政人員協會(Hong Kong Arts Administrators Association, 簡稱 HKAAA)文化領袖論壇，為擴展亞洲國際網絡，今年首度參與此會，與亞洲各國的參與者一起探討文化領域之間以及對外的合作可能，促進橫跨藝術界間互惠互利空間。時間：9 月，地點：香港。
- 4、ArtView 國際展演趨勢分享，預計邀請藝術家林文中、林燕卿、李俐錦、洪唯堯、布拉瑞揚分享 2018 CND Camping 參與感想。時間：9 月 29 日，地點：臺北試演場。
- 5、亞當計畫(ADAM)—亞洲當代表演網絡集會，亞當計畫主要建構以藝術家為核心的表演藝術平台，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。每年以年會方式在臺北舉行，106 年舉辦首次約有 300 位國內外貴賓參加，107 年維持「交流與論壇」、「展演平台」、「藝術家實驗室」三大部份。107 年「藝術家實驗室」，由參與第一屆的臺灣藝術家黃鼎云及泰國藝術家陳業亮(Henry Tan)參與規劃，公開徵募不限國籍、不限領域的藝術家，最終獲得全球 178 位藝術家報名，錄取 12 位。時間：8 月 15 日至 9 月 2 日，地點：臺北市客家文化園區和寶藏巖藝術村。

(三) 辦理臺北藝術三節

1、臺北兒童藝術節

時間：6 月 30 日至 8 月 5 日。

地點：水源劇場、城市舞台、大安森林公園、大湖公園、剝皮寮歷史街區及 12 行政區等)。

2018 兒藝節以「最具想像力」(Imagination only)為原則邀請國內外精彩節目。已於 1 至 6 月完成節目邀請及行銷規劃及籌備作業、兒童戲劇劇本創作徵選、兒童劇場演出前期展演計畫徵選等。將於活動期間執行以下工作：

- (1)免費戶外國內演出 3 場。
- (2)免費戶外國際演出 1 檔/3 場。

- (3)免費社區藝術演出 8 檔/64 場。
- (4)售票節目：自製節目 1 檔、國外節目 6 檔、國內節目 4 檔。
- (5)互動裝置展覽 1 檔。
- (6)行銷宣傳：將以「真實與虛幻之間」為主軸，傳遞兒藝節成為最有想像力的藝術節之品牌精神。並擬增加前導活動、彩排記者會及體驗活動，以提昇媒體曝光度，並有助於票房行銷。

2、臺北藝術節

時間：8 月 8 日至 10 月 21 日。

地點：以中山堂為核心創作基地，及城市舞台、水源劇場等臺北市展演空間。

- (1)本屆臺北藝術節由來自新加坡的鄧富權接下策展人的職位，以合作共製、跨域、跨文化為主要核心理念，提出「Assembly 為了——在一起」作為策展主題，透過規畫整合的講座、工作坊、交流對談等活動，以及戲劇、音樂、舞蹈、多媒體劇場等演出形式，讓藝術節成為匯聚藝術能量的平台，共計 13 檔節目，143 場。
- (2)宣傳行銷計劃將扣合策展主軸，透過自媒體社群，策展人對談專題，媒體合作及文宣廣告類各式規劃，力求創造票房成績及增加媒體宣傳則數。同時展現 20 周年臺北藝術節新任策展人之策展精神，帶出北藝中心藝術「共玩」的品牌理念。6 至 7 月為密集宣傳期，將透過實體廣告露出、廣告影片播放、自媒體經營，傳遞活動及售票訊息，8 至 10 月為演出執行期，除上述宣傳管道外，增加彩排記者會、路燈旗及捷運燈箱露出等通路。

3、臺北藝穗節

時間：8 月 4 日至 8 月 19 日。

地點：大稻埕地區及臺北市特色空間。

- (1)2018 第十一屆臺北藝穗節，持續秉持自由開放的藝穗精神，不設限、不篩選的公開報名方式，並以培育和扶植專業表演人才為考量，推出行銷宣傳、節目製作、技術諮詢及票務推廣等全方位配套培訓和服務。演出空間共有 30 個，持續開發非劇場空間，鼓勵民眾探訪各式生活型場域。107 年使用場域多數集中於

臺北市西區，參與者之間的聚合將更為密集，刺激新興創作者發想創意，亦使臺北市民及外來遊客，觀看藝穗節演出將更為便利。

(2)透過藝穗小報及宣傳手冊的製作，串連當地商家，增加藝穗節的產業整合力量，不只協助團隊進行票房銷售，也能帶動區域觀光，預計有 120 個藝文團體參與 475 場演出。

(四) 品牌行銷

藉由北藝中心和表演藝術三節各項活動之同步開展，進行品牌識別及資源整合，因應各專案行銷策略及目標觀眾，觸及各年齡層觀眾，達到分眾行銷的目標。

107 年下半年擬積極進行藝術三節票務宣傳計劃，包含各活動主視覺，網站、平面出版品、自媒體數位平台經營、廣告露出，外媒體合作宣傳及行銷活動規劃。

(五) 臺北試演場場地維運及管理

- 1、協助文化局文化建設科「臺北試演場修繕工程」案之規畫執行進度。
- 2、依相關法規辦理：建築物升降設備之檢查簽證及申報(7 月)、107 年度下半年電梯設備使用許可證申辦(7 月)、消防安全設備檢修及申報(8 月)、建築物公共安全檢查及申報(9 月)。

九、新北投車站 107 年度下半年業務規劃

(一) 107 年度新北投車站營運重點

- 1、以永續經營、活化新北投車站建築物為使命，透過各式活動及展示或呈現新北投車站的歷史同時推廣鐵道文化，成為新北投地區入口門戶暨車站歷史暨鐵道文化推廣點。
- 2、讓各地來訪的旅客及民眾認識北投地區歷史人文生態的起始點，成為臺灣國內外觀光旅遊具代表性的地區之一。

(二) 持續社區參與機制

定期召開社區籌備會議，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，預計完成義務經營管理委員會章程，於二期工程完工後正式成立義務經營管理委會。

(三) 新北投車站之營運管理維護工作，107 年下半年重點維運工作項目：

- 1、建物、設施及設備保存與各項管理維護計畫：新北投車站 106 年重建完成，於 107 年 5 月獲得歷史建築身分，將依據相關法規辦理公共安全及各項消防檢查及環境維護。

2、展示活動

- (1)車站特展更新：新北投車站為北淡線唯一僅存百年車站，下半年展覽將聚焦於重現車站鐵道生活場景、鐵道文化及北淡線故事主軸，下半年將增加展覽之文獻、照片深度，透過軟體的更新更換特展內容。

3、教育推廣活動

(1)常態性活動

甲、社區參與工作坊：透過對北投當地的歷史人文情感，以講古口耳相傳的方式，保存北投的老故事，傳承北投的變遷歷史。

乙、驛站講堂：側重於鐵道文化相關主題介紹，緊扣「新北投入口門戶」作為館所定位，每月推出不同主題的講座或議題，讓新生代觀眾透過共同參與獲得更豐富的舊聞新知。

丙、創意生活 DIY：不定期搭配節慶主題，辦理簡單的 DIY 活動或講座，期望藉此再次扮演連接點的角色，不僅連接年輕世代與傳統文化、活動，也提升大家對過去歷史文化的好

奇與興趣，預計辦理車會、老童玩等 DIY 體驗活動。

丁、北投行旅—北投生態導覽行程：透過生態解說、環境體驗等活動深度了解北投的人文歷史及生態環境。

戊、北投商品開發或販賣：持續邀請北投當地文創業者合作北投特色商品，並尋找特色文創設計開發業者，合作推出車站特色商品。

己、北投周邊館所四季活動交流：配合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北投區公所、北投圖書館、凱達格蘭文化館及北投溫泉博物館之活動主軸，配合推出相對應的特色活動，共同營造北投的四季特色。

(2) 專案型活動—新北投車站學生體驗教育

新北投車站學生體驗教育，主要是配合九年一貫課程，讓學生透過親身體驗參與，更了解居住地區的藝術文化及相關特色。本計畫擬與北投在地社團合作，以新北投車站為主軸，規劃適合國小學童之北投生態環境及認識火車站體驗等相關課程，讓北投當地國小學童對新北投車站及北淡線鐵道文化具基本認識。課程規劃主要包含車站參觀禮儀、車站及展場導覽、北投公園生態體驗教育導覽等。

4、整體宣傳行銷：新北投車站行銷宣傳管道以網路平台—官網、Facebook 為主，配合不定期活動於政府相關刊物上刊登訊息、自製文宣品進行重點活動宣傳；並配合周邊藝文館所或是觀光景點舉辦之大型節慶活動聯合行銷或合作活動項目。

十、藝術文化人才實驗教育機構 107 年度下半年業務規劃

（一）韓國 DINFAC

為培育電影藝術表演及製作人才，提升青少年國際視野並促進國際文化交流及瞭解，TMS 將再接受韓國東亞放送藝術大學 Dong-Ah Institute of Media and Arts（簡稱 DIMA）邀請甄選本校學生三名代表學校參加 2018 韓國 DINFAC 國際電影製作表演營（DIMA International Filmmaking & Acting Camp, 簡稱 DINFAC）。今年的 DINFAC 代表團於 7 月 22 日至 7 月 30 日前往位於韓國安城的 DIMA 校園，與來自十校國際影音相關的高中和大學生合作拍攝。

（二）2018 青少年流行音樂國際交流課程

為深耕青少年對流行音樂各製作環節的專業能力，帶領學員深入了解一個流行音樂創作與製作須具備那些元素。邀請國內業界教師教授流行音樂製作中多種類別課程，促進視野及與團隊合作的能力，以提升臺灣流行音樂實力從青少年扎根之能量。於韓國辦理流行音樂工作坊，用國際接軌與合作能見度，擴展本地音樂品味與視野及深化流行音樂教育。

於 8 月 6 日至 8 月 17 日帶領 20 學員遠赴韓國 DIMA 東亞放送藝術大學以工作坊方式學習。工作坊重視國際器材與環境、規格與流行音樂流程之作法，強調與國際生態銜接。

（三）2018 雜學校

亞洲最大的另類教育博覽會雜學校邀請 TMS 在 10 月 4 日至 10 月 7 日參展，這是 TMS 第三年參加雜學校。歷年雜學校都有獲得國內外媒體報導，是聯繫區域另類學校的重要管道。

（四）荷蘭亞洲影展 CinemAsia 紀錄片拍攝實習

TMS 與荷蘭亞洲影展 CinemAsia 的活動，107 年的實習項目將擴大到邀請學生參與紀錄片拍攝的實習，計劃在 10 月至 11 月一個月的時間，甄選 3 位 TMS 學生前往荷蘭阿姆斯特丹，與當地的紀錄片工作團隊一起工作，擔任亞洲影展電影實驗室工作坊的實習生。