

中華民國 110 年度

財團法人台北市文化基金會
績效評估報告

111 年 8 月 17 日

目次

中華民國 110 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·····	2~113 頁
參、財團法人自評	
一、是否符合原捐助章程及設立目的·····	113 頁
二、原捐助目的是否已透過年度目標之達成而實現···	113~114 頁
三、財務收支情形·····	114~115 頁
四、內部控制及稽核制度實施情形·····	115 頁
五、投資管控情形·····	115~116 頁
六、轉型或退場評估·····	116 頁
七、109 年度財團法人台北市文化基金會績效評估···	116~121 頁
肆、業務督管單位綜合評估	
一、主管單位綜合評估·····	121 頁
二、評估結果·····	121 頁
三、其他建議·····	121 頁

110 年度財團法人台北市文化基金會績效評估報告

111 年 8 月 17 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；目前配合任務需要，在六個文化及管理業務推廣群下，設置相關營運單位，分別為：台北當代藝術館、藝術村營運部、創意發展部、西門紅樓暨電影主題公園、台北偶戲館、台北市電影委員會、台北電影節、辦學部、臺北表演藝術中心(自110年5月起改以行政法人運作)及管理部。同時設立眷村文化推廣專案小組為任務編組，以中心新村為運作基地，統合財團法人台北市文化基金會眷村文化推廣及資源整合。

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 Video 等空間規劃創新實驗展項。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，也是當代館一直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」、「街大歡喜」、「捷運線形公園公共藝術」等。110 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

110 年的展覽圍繞在當代館設立二十年，透過展覽的反思，從歷史、空間、時間背景等面向來探討國內當代藝術的發展與當代館設館二十年的內容，規劃展覽主題如下：

- (1) 以當代館二十週年展覽系列建構觀點：當代館邁入二十週年之際，正是我們回顧與展望的最佳契機，我們由台北當代藝術館二十年來對台灣當代藝術的影響，來看建構台灣當代藝術發展史的論述與觀點。
- (2) 讓不同世代的策展觀點成為對話：110 年邀請資深策展人、青年世代藝術家與策展人分別規劃，提出不同觀點下，對當代藝術的觀察與共同對話。
- (3) 台灣當代藝術與世界連結：由當代館過去的成就出發，尋找台灣當代藝術與世界連結的方法，以台灣當代藝術發展的趨勢與特色，以新的藝術地理學，讓台灣看見世界，110 年總共辦理五檔不同類型的當代藝術主題策畫展

1.主題策畫展

展覽名稱	展覽簡介
【楊俊 藝術家，合作者，他們的展覽與三個場域】 策展人：楊俊、 Barbara Steniner 參展藝術家： 楊俊、Christopher Adams、蔣慧仙、buerobauer、奧利佛·克利佩爾、松根充和、西村祐貴、Topotek 1、千鳥藝術、Jun Yang 展期自 2 月 6 日(六)至 3 月 31 日(三)	本展由楊俊與芭芭拉·史戴娜(Barbara Steiner)共同策畫，以群集式個展邀請了國內外 11 組藝術家共同參與。此展覽概念始於楊俊於 2018 年在首爾的善宰藝術中心舉辦的「總觀視角」，那既是一次作品的總梳理，也是用回溯和反思的角度，去著墨「回顧」對藝術家的意義。延續這樣的思路軸線，該展於 2019 年發展成在奧地利格拉茨美術館的「藝術家，作品，展覽」一展，並將反思的主體從個人轉移到體制機構的範疇。也就是說，在探究作為一位藝術家的意義之餘，進一步思索加諸在藝術家與其作品上的期待，讓展覽本身變成一個論題。展名中提及的「三個場域」是指在三個體制與功能相異的場館：TKG+Projects、關渡美術館與台北當代藝術館，以不同樣貌呈現。版本分別有著不同的獨特脈絡和相應重點：當代館的展出版本，強調展覽的公眾任務和當代館的公共空間面向。因此，展覽期間諸如兒童和成人工作坊、教育推廣和藝術家導覽活動，以及展覽相關講座及討論活動等，皆為本展的重要構成元素。
【歷史·當代】 策展人：陳貺怡 策展顧問： 胡永芬、高千惠、賴瑛瑛、 陳明惠、胡朝聖、蔡胤勤 參展藝術家： 張美陵、陳建北、林建志、邱承宏、譚浩、王俊傑、顧福生、崔廣宇、張立人、黃漢明、 派翠西亞·佩斯尼尼、楊嘉輝、 蔡音璟、王海洋、徐薇蕙、 溫馨、曾吳、西亞蝶、余政達 展期自 5 月 15 日(六)至 8 月 22 日(日) (原展期至 7/24(六)，因配合防疫政策 5/15(六)-7/12(一)休館，延長展期)	本展為「二十週年系列展覽」的第一個展。看似回顧當代館開館以來迄今的歷史，但其實展覽的主軸圍繞在當代藝術的時間性，以及當我們試圖歷史化當代藝術時，「歷史」與「當代」兩個概念之間的矛盾與悖論。當當代成為歷史，而我們仍身處其中，這種現在與往昔在時間上的交疊揉雜，正是本展的核心概念。 本展首先將過去二十年當代館舉辦過的展覽進行系統性的「編年」，並以展「展覽」取代展「作品」，以便進入展覽史的範圍。書寫展覽史即試圖改變書寫藝術史的角度：不再執著於判斷某物的真偽、從屬、優劣，以及是否為藝術；而是轉而關心人們如何使用這些物件？人們在何時、何地、透過何物件或何作品，想要向哪些公眾、用何等展示條件與方式、傳達些什麼意義與內容？本展將被萃取出的展覽重新部署：與過往不同時間發生的其他展覽並陳、讓昔日及現今的策展人及藝術家們展開新的對話、讓過去與現在的觀眾隔空互動。這樣往復對話的過程有若莫比烏斯環，試圖解開並活化歷史的既定概念。 於是，2001 年賴瑛瑛與藍文郁共同策畫開館展「輕且重的震撼」、2005 年高千惠以「偷天換日：當·代·美·術·館」詰問何謂當代藝術館、2009 年胡永芬策畫高人氣大展「派樂地」、2013 年陳明惠提出高端科技議題「後人類慾望」、2017 年胡朝聖推出獲國內外藝術雜誌評比為亞洲十大展覽第三名的「光·合作用」，以及 2010 年代在獨立實驗空間 MoCA Studio 展出的不同世代的藝術家，紛紛在策展人的邀請之下舊地重遊。重啟話題，重現、複製、再製、更新或加

	添，展覽既是也非當年的展覽，策展人既是也非當年的策展人，藝術家既是也非當年的藝術家，作品既是也非當年的作品，各自以不同的角度與姿態、身分與立場，為 2021 年的觀眾一次擺開當代藝術館二十年的宴席。
【為了明天的進行式】 策展人：黃又文、馮馨 彼勇·依斯瑪哈單 參展藝術家：李繼忠、林盈潔、劉耀中、何兆南、陳湘馥、太認真（郭柏俞、余文瑛）、陳為榛 黃偉軒、劉致宏、NANONANO、吳思嶽、阿儒瓦茲·篙瑪竿（武玉玲）、張恩滿、安聖惠、宜德思·盧信、瑪莉塔·伊莎貝爾·思璐法給 展期自 9 月 4 日(六)至 11 月 7 日(日) 本展覽《動態圖層》及本展藝術家陳為榛的作品〈圍欄〉〈圍欄扶手 01〉〈樹位 2〉〈田牆〉分別獲得第 20 屆台新藝術獎第三季提名。	【當代館 20 周年系列展】繼第一檔回顧當代館過去 20 年的展覽及活動，第二檔試圖討論當代藝術中一個重要的存在：「策展人」。策展人如何以珍奇百寶櫃裡的保管人（Keeper）身分工作，在伴隨著博物館收藏與展示功能的出現，以及 1960 年代逐漸脫離博物館體制，以獨立策展人一職出現後，已然成為當代藝術世界裡不可缺少的焦點。而策展人在當代的身分多元，從知識的生產者、展覽的協作者，並且為觀眾之間擔任藝術的中介者角色，需兼具專業性及雜食性的多工能力。對這個世界展現獨特的洞察與提問，或提醒、或顛覆、或直言不諱，指引觀眾透過不同的目光觀看這個世界。 此邀請三位年輕世代策展人針對當代社會的現況提出各自的觀察。策展人黃又文策畫的「尚未到來的世界」，闡述台灣經歷了一年的 COVID-Free，彷彿地球上的最後天堂，也有人說是太平洋上的諾亞方舟。但難道我們沒可能是背離了演化論的揀擇，在下一波變種來襲時全島覆滅？今日的世界是否有其歷史必然性，使得歷史一再重演？但我們所知的歷史全然是真正的事實嗎？逃逸或面對都是個人選擇，事實也可以被選擇不看。策展人馮馨展出「動態圖層」以「地圖」作為展覽最初的起點，進而思考圖面上的邊界界定所映照出的資訊角度，並因應目前數位科技介入生活之深入的狀態，回應當代人們對於實體場域至線上虛擬空間的跨度生活與思考之模式。策展人 BiungIsmahasan 則展出「女性團結：跨境·相遇」，試圖從心理、身體、思維與價值之間獨特而緊密的藝術進程，探究女性藝術家如何通過安身立命、貫穿性別身體，時間及歷史被壓縮凝結成一種女性團結的空間模式，有關於裝置、影像、展演與行為藝術的交織、複製與轉化，對於許多女性藝術家而言至關重要，在他們熟悉的現實背景因素下，逃離或遠離內在恐慌的心理狀態。
【宇宙多重】 策展人：黃彥穎 參展藝術家：王仲堃、江忠倫、林建志、廖建忠、郭奕臣、張暉明、焦聖偉、蘇匯宇 【過站不停】 策展人：陳湘汶 參展藝術家：王挺宇、李亦凡、許哲瑜、許淑真、陳哲偉、陳擎耀、劉瀚之	當代館跨年大展呈獻雙展覽，位於戶外廣場及一樓展區的「宇宙多重」展覽，由台灣電力股份有限公司與當代館共同主辦，策展人黃彥穎以「宇宙多重」作為展覽命名，是一道指向這種感性理解經驗的提問，在字義上，宇宙的「宇」代表的是空間，「宙」則指時間，它概括了我們抬頭仰望的星空中，所能代表的一切未知，但卻難以測量。由於對於無垠天際的未知好奇，啟發藝術家對其異想天開的各式想像，透過八位藝術家展出的作品，試圖將藝術作品與互動遊戲概念結合，藉由感官體驗，觸發多重維度的宇宙觀。 二樓展區「過站不停」是當代館 20 週年系列展覽的第三檔展覽，想像一列在歷史時間軸上疾駛的列車，「藝術」在時

展期自 11 月 20 日(六)至 111 年 1 月 23 日(日)	間的方向上前進，那些來不及上車而被遺落、刻意隱蔽、視為禁忌等的記憶將再被重拾。過去未被書寫的藝術產出或被隱蔽的創作，重新轉譯賦予當代的身體，於此刻以當代的視角展開反省與詮釋。
-------------------------------------	---

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。110 年度室內實驗展共展出 5 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，成果如下：

MOCA Studio 室內實驗展		
項次	展覽名稱	展覽簡介
(1)	【 戰後野人手札 - 陳依純個展】 【漫遊者的生存戰略 - 羅禾淋個展】 參展藝術家：陳依純、 羅禾淋 展期自 2 月 27 日(六) 至 4 月 18 日(日)	你被監控了嗎？走在大街小巷裡，電線桿上的攝影鏡頭後方是誰在監看？手機顯示的免費 WIFI 把資訊傳輸到哪裡？本檔雙個展，試圖從不同的時空背景，探討「監控」之下被忽略的事實。 陳依純依據臺灣各地戰爭遺留下的口述歷史及文獻資料，經加密改寫成四件《戰後野人手札》的系列作品，透過影像呈現在戰火亂世與監視恐懼時代下，帶著神秘悲苦與沉默的臺灣在野歷史。擅長互動及影像裝置的羅禾淋，以五件互動及影像作品揭露數位資訊現今早已落入資本與政權控制的局面，面對無處不在的數位監控，身處漫遊於網路空間的人們，應練就逃離監控的「生存戰略」。
(2)	【憑證入場】 策展人：蔡胤勤 展期自 5 月 4 日(二)至 7 月 18 日(日)	「憑證入場」為台北當代藝術館二十年來所舉辦過的展覽之門票特展，此展即透過上述的議題鋪陳，將展間現場分為「符號中介」和「機制生產」兩個場景設定。前者透過符號中介的類型將二十年來的門票分為「互動參與」、「藝術物件」、「多重感官」和「視覺平面」四種視覺傳達的技術進行佈局，後者則揭示台北當代藝術館內的組織運作與生產是如何使得門票自身能夠連結觀眾對於展覽的想像。經由兩個展場的空間調度與過渡，欲使展覽現場迴返在由「觀眾—門票—展覽—作品—文件」所組構的價值體系之中，回望當代館在藝術博物館門票設計上的先驅。
(3)	【 總是春光乍現】 策展人：李彥儀 參展藝術家：致穎 展期自 7 月 27 日(二) 至 9 月 19 日(日)	你的手機裡有幾個拍照 APP 呢？透過 APP 內的臉部辨識，立即修圖產出完美無瑕的數位分身，但其中針對不同種族膚色的演算判讀，卻潛藏根深蒂固的文化偏見！ 「 總是春光乍現」為 2019 年「LOOP 錄像藝術獎」的計畫成果首展。由策展人規畫，備受矚目的新銳藝術家致穎展出，該展名取自安東尼奧尼的電影中文譯名，展覽概念源自於近年蔚為風潮的臉部辨識技術，進而研究隱藏於人工智慧、數位圖像

	榮獲第二十屆台新藝術獎第三季提名及入圍。	與意識形態裡，關於種族文化間的現象。展出作品結合表演式演說、影像裝置和圖像研究等創作形式，探討視覺圖像中的偏見與刻板印象。
(4)	【複本】 參展藝術家： 廖烜榛、黃奕捷 展期自 9 月 30 日(四)至 12 月 5 日(日) 榮獲第二十屆台新藝術獎第四季提名及入圍。	藝術家和曾參與華光社區反迫遷、樂生保留與 318 學運等公民運動，隨著運動逐漸消退，兩位藝術家以參加運動現場所留存的遺留物為基礎，延伸發展兩件系列作品《紙建築》和《複本》，試圖在抗爭平息後，以藝術創作回應，並重新思考創作者的發言位置和美學立場。 這一系列創作，主要來自對 318 佔領運動的反思。318 佔領運動曾創造出激進的社會想像，然而隨著佔領者的退場，社會能量旋即被代議制民主回收。運動能量被認同政治挾持、生存空間被發展主義掠奪，成為運動之後持續面臨的場景。本次展出的兩件作品，便是藝術家在經歷這段過程後，重新思考創作者的發言位置和美學立場，接著做出的創作回應。
(5)	【 如果島嶼會作夢】 策展人：謝宇婷、 參展藝術家： 王煜松、許生翰、黃祥昀、澎葉生、 艾瑪·杜松 展期自 12 月 14 日(二)至 111 年 2 月 20 日(日) 榮獲第二十屆台新藝術獎第四季提名。	本展為國藝會「策展人培力@美術館」專案，由新生代策展人謝宇婷策劃。詩人白靈曾形容外島總是為本島服務，「看似地處邊境，卻始終作著別人的夢，無法選擇自己的未來」。我們試圖翻轉這樣的視野，以馬祖為思考的錨點重新探究，展覽概念結合馬祖「祈夢」習俗中「代夢人」的概念，由藝術家扮演「代夢人」的角色，為戰地前線的馬祖列島作夢。透過五位來自法國、臺灣藝術家從個人身體或採集當地居民記憶的創作形式感知這座島嶼。此展一共展出五組作品，邀請觀者帶著提問出發，進入這個由本島、外島、本國、外國視野共築的馬祖夢境，巡遊你所不知道的馬祖。

3. 戶外實驗展(MoCA Video)

依作品性質不同，當代館亦提供不同的展出形式，如：戶外廣場裝置展、MoCAVideo 錄像、動畫、互動感應類作品展區，作為當代館展示、行銷與活動串聯的最佳平台。

項次	展覽名稱	展覽簡介
(1)	【籠罩下的巨大哀愁】 參展藝術家： 林郁晉、黃鼎鈞 展期自 8 月 7 日(六)至 9 月 12 日(日)	晏起之晨、失眠之夜，挾著日常的無奈與焦慮溶進意識之中，入夢。1970 年代，臺灣興起了都市主義，揮別了農業家園的景觀，在擁擠的都市裡生存相對壓抑的。都市其意義不僅是建築摩天之高，更在於它擁有改變原有地景的樣貌、居住的型態、人際關係的孤獨與疏離及日漸複雜的社會議題—在資本世界所圍繞下的我們成為一種部分配合的零件化角色。自由主義的建構也不斷提醒著自身的主體性，並視為一個完整之重要。如此衝突矛盾，拉扯出極大的不安與困惑，聳立且不斷將外部世界的混亂吞噬折入體內，心中一股始終驅不散的憂愁不斷盤旋，只能回到屋內，安全無他者之地，盡情地咧嘴吐舌、搔首弄姿，卻揮之不去籠罩而下的巨大哀愁。
(2)	【環境∞藝術—MoCA X	當代館與釜山現代美術館於 2021 年進行雙邊藝術計畫。由釜山

	釜山現代美術館】 參展藝術家： 玄稀蠶 (Hyun HeeJin) 張宗完 (Jang Jongwan) 展期自 9 月 18 日(六) 至 10 月 17 日(日)	現代美術館展覽「永續博物館：藝術與環境」展場直播展出兩件當代館 20 週年系列展覽作品，當代館 MoCA Video 則展出兩位「永續博物館」參展韓國藝術家影片。 「永續博物館」展覽檢視美術館活動對生態環境造成的影響，與探討訂定實際應對策略使美術館更加永續。代表參展藝術家為藝術組織 E Dong Shi 與張宗完(Jang Jongwan)的影片。E Dong Shi 成員玄稀蠶(Hyun HeeJin)展出作品《抵抗》，藉由模擬蜜蜂築巢與訊息傳遞的行為，期望引發人們團結對抗世界上的各種不平等。張宗完則透過影片《綠色貝雷帽—環境友善藝術探險》紀錄其研究如何使藝術創作更為環境友善的過程。
(3)	【關渡動畫節】 展期自 10 月 26 日(二) 至 11 月 7 日(日)	第十一屆「關渡國際動畫節」在國立臺北藝術大學科技藝術館盛大舉辦，動畫愛好者期待的年度盛事，。本次計畫亦與本館串聯，精選其中 74 件作品，在戶外電視牆輪番播映。今年的動畫節主題「正負循環 ± Loop 」將第十一屆的「十一」轉化成為電池的正極與負極，而「循環」不僅是電池內部的作用原理，更是動畫重要的基本概念之一。從兩者結合期望第十一屆動畫節能以滿格的電力與正能量啟動出發。
(4)	【流動影像雙年展】 參展藝術家： Riccardo Benassi Giulia Essyad 藝術團體 DIS 展期自 11 月 11 日(四) 至 12 月 5 日(日)	「流動影像雙年展 2021」的整體氛圍特色展現一種正向的政治驅動力，以共同之迫切渴望來想像不同於我們當下所居住的其他世界，並對現況提出創意性的拒絕，這也包括當前的經濟體系。每位受邀展出的藝術家以其獨特方式，挑戰「這是唯一可能之世界、唯一可能之經濟體系」這個長期壓抑政治及文化辯論的想法和歷史概念。 DIS 本次受到計劃共同策劃人貝里尼的邀請，首次呈現其影像創作《除了這個世界之外》。這件由日內瓦當代藝術中心為「流動影像雙年展 2021」委託創作的作品本身，即為一系列以人類為主題之創作的前導作品：該系列是關於人類的非線性自然歷史劇。一如本展中的其他作品，《除了這個世界之外》探究人類全球性存在之複雜性和個人微小生活之間的巨大鴻溝。沿此脈絡，此作挑戰我們對於「世界末日」(the end of the world)的執念，同時指認出英文使用「the」概念中所隱藏的傲慢。
(5)	【往復回返】 參展藝術家： 吳家昀 展期自 12 月 11 日(六) 至 111 年 1 月 23 日(日)	在探索影像的歷程裡，吳家昀的創作由電影展開至空間裝置及觀念性編導，基於對影像的時間性和空間性產生好奇，他的實踐亦從劇情敘事延伸至媒體實驗，發展出穿透在媒材間的動態影像。此展《往復回返》呈現其近年的階段性作品，他們皆在突破與偏離意義的意圖中，以相互對立又依存(interbeing)的觀點將自然乃至哲學之存在，投放於影像的一體兩面之間，然而，日常或自我認同的虛無(empty)卻非空洞與悲觀，而傾向一種無窮無盡(inexhaustible)的中性狀態。因此，經由對意義的質疑，也藉由對存在的詰問，此展以實景真人電影、逐格動態影像、複合媒材錄像等形式相異的作品，探問在往復回返中的共同意識。

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 【疫常的距離】 策展人：洪宜玲 參展藝術家：王文心、江佑洋、李政道、邱杰森、周學涵、鄭琬蓓、鍾秉宏、慢慢說(劉上萱 / 孫于甯) 展期自 10 月 30 日(六)至 12 月 26 日(日)	一場震盪臺灣的 COVID-19 疫情，為社會帶來集體恐慌，也衝擊臺北市城北街區日常的經濟活動。在那段日子裡，媒體報導疑似確診數據，網路鋪天蓋地猜測病毒擴散路徑，種種現象的不安急凍商圈人潮消散隱蔽，和過往繁榮喧鬧的街道形成強烈對比。在防疫政策的落實下，社交距離儼然重新定位人與人連結的關係，零接觸經濟則帶動科技應用需求與服務創新的開發。後疫情時代迫使我們賴以習慣的生活模式面臨劇烈的改變，不斷刺激商業運作產生變革，讓疫情帶來的新日常成為我們學習共生的型態。 策展主軸，乃觀察疫情對城北生活場景的影響，反映防疫距離在街區商業、社區生態，以及個人身心之三種層面的調適與轉變。藝術家們田調中山雙連一帶各式行業樣態，包含南西商圈、旅宿業者、赤峰街風格小店、雙連市集，訪談他們經歷疫情波及的辛苦與掙扎；除此，也傾聽里長承擔社區防疫的基層，如何拋開染疫風險的顧忌，安撫里民精神緊繃的焦慮，推動弱勢關懷、物資發送、疫苗造冊等相關公共事務。而疫情期間人為因素的干擾降低，讓社區隙地空間的生態，得以有喘息與修復的機會，重現百年宮前町砌石大溝的清澈水質和魚群悠游。再者，「疫」外放慢了都市人的生活步調，使我們能靜下心來審視近身關係的經營，回歸生活本質的思考。

(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。

1. 針對展覽參觀者的教育推廣活動

配合館內展覽，策畫與執行之教育活動，本館提供服務個人的免費語音導覽、針對團體的每日定時導覽、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，讓市民共享藝術資源，推動大眾對展覽與欣賞的興趣與理解。

(1)學術領域方面：藝術研討會、藝術家座談、專題演講等教育活動，實體活動總計 26 場，累計參與人次達 1,736 人；因應疫情，線上活動總計 21 場，累計同時在線最高觀賞人次 2,021 人。

(2)提升民眾興趣方面：專家導覽、工作坊及志工導覽培訓課程，實體活動總計 22 場，累計參與人次 795 人。定期導覽 271 場，累計參與

人次 2,187 人。另因應疫情，安排三場線上直播導覽，及拍攝「歷史・當代」與「憑證入場」策展人導覽影片 2 支，累計線上觀看人次 3,225 人次。

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，以及「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。110 年度「U12 小玩藝教室」總計規劃 174 場次，參與人數 1,103 人次；「繪本魔法屋」總計 8 場次，活動參與 265 人次，另因應疫情推出兒童藝術教育推廣影片 6 支，提供藝術宅在家線上資源。

(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求，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。110 年度好玩藝工作坊的部分，規畫 3 門主題課程，總計 15 場次，全程參與達 264 人次。

3. 藝術扎根的館校合作計畫

97 年度以來，當代館積極進入周邊校園及社區藝術推廣。110 年上半年完成偶戲與搖擺舞課程成果影片拍攝；下半年協同藝術家及同學展出成果作品《Let' s Swing》和《偶的網紅世界》；同時進行新課程規畫與執行，以老樹觀察及城市記憶為主軸，透過絹印呈現視覺意象，本次邀請藝術家陳漢聲進駐校園。110 年度共 1,357 人次參與課程。

4. 「MoCA on Air」Podcast 計畫

因應疫情實施的隔離政策、社交距離，各國藝術文化館所首當其衝被迫關閉或限制參觀人數，進入低度社交狀態。在面對時間、空間與行為的諸多限制下，積極突破過往親近藝術的方式，數位媒體成為民眾與館所溝通最安全、零距離的平台，推出 Podcast 計畫，向大眾推廣及介紹當代藝術。期待透過此計畫，打開與拓展和觀眾聯繫的新出路，提供觀眾與藝術間更新鮮、親近的體驗，滿足民眾追求藝術的渴望，也創造美術館被看見的可能。110 年共有 22 集發佈(含中文 15 集、英語 5 集、日語 1 集、印尼語 1 集)，訂閱數 1,354 人，累積下載 24,101 次。

(三)帶動社區藝術美學，打造無牆美術館

當代館自民國 101 年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。110 年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，以「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。本館除了辦理【疫常的距離】展覽之外，與「MoCArd 好厝邊」、獨立書店串聯活動「居家讀書計畫」，和誠品 R79 合作「漫讀丰景節—中山有里真好」行銷推廣活動。與城北廊帶特色店家及南西商圈百貨跨界合作，進行系列行銷活動及當代藝術推展行動等計畫，和社區鄰里共同推動無圍牆博物館。

(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。110 年度 Facebook 粉絲數仍持續成長至 31.9 萬人，居全臺灣美術館之冠；Instagram 粉絲數也已近 3.1 萬人。

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 230.5 萬人次。(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 1,054 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 129 萬人次。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。

5. MoCA LINE 官方帳號：

自 109 年底創辦 MoCA LINE OA 官方帳號，並搭配 Facebook 與 Instagram 攜手推廣，截至 110 年底已累積超過 3,700 位好友，互動平台再加一！線上及線下活動結合，密切鎖定當代館觀眾，展覽及活動資訊、商品優惠等內容精準投遞，不僅是 EDM 再升級，更發展目標客群互動及線上客

服等多重功能，呼應大眾資訊使用習慣，讓藝術更貼近生活。

(五) 110 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「液態之愛」+當期實驗展場「孤島孵夢」	1/1(五)-1/24(日) 展期為 109/11/24(二)-110/1/24(日)	11,013
	主展一「楊俊 藝術家，合作者，他們的展覽與三個場域」+當期實驗展場「孤島孵夢」、「戰後野人手札－陳依純」、「漫遊者的生存戰略－羅禾淋」雙個展	1/25(一)-3/31(三)	19,656
	當期實驗展場「戰後野人手札－陳依純」、「漫遊者的生存戰略－羅禾淋」雙個展、「憑證入場」（本館於4/7(三)~5/2(日)進行公共空間提升計畫，僅開放實驗展場)	4/1(四)-5/14(五)	5,735
	主展二「歷史·當代」原定 5/15(六)正式開展，因配合疫情三級警戒，5/15(六)-7/12(一)全面休館，並於 7/13(二)重新開館	7/13(二)-8/22(日)	14,145
	主展三「為了明天的進行式」+當期實驗展場「總是春光乍現—致穎個展」、「複本」	8/23(一)-11/7(日)	26,639
	主展四「宇宙多重」、「過站不停」當期實驗展場「複本」、「如果島嶼會作夢」	11/8(一)-12/31(五) 展期為 110/11/8(一)-111/1/23(日)	29,987
展 區 總 計(總人次採計範圍 1/1(六)至 12/31(五))			107,175

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、採集計畫藝術活動)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 | 寶藏巖國際藝術村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；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。另有 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，訂有文史哲藝人士住宿規定，凡是符合文史哲藝身分者，皆可申請住房租借。

110 年兩村皆受疫情影響限制入境，使外籍藝術家無法來台駐村，且配合市府規定 5/15(六)~7/13(二)三級警戒期間藝術村暫時停止對外開放，另為中斷疫情傳播並降低感染風險，多數場租單位暫停辦理活動，致場地、住房率下降。110 年度的台北國際藝術村住房率為 47.05%、場地使用率為 32.06%；寶藏巖住房率為 35.25%、場地使用率為 55.26%。雖受疫情影響，藝術村在有限資源條件下，持續向外推廣兩村場地，增加兩村場地之曝光，而寶藏巖國際藝術村，在常設展、POP-UP 展覽、出訪前導計畫的辦理下，110 年場地率較前兩年表現佳。

年度 比例	台北國際藝術村			寶藏巖國際藝術村		
	108 年	109 年	110 年	108 年	109 年	110 年
住房	73.06%	44.13%	47.05%	70.02%	39.27%	35.25%
場地	62.51%	63.84%	32.06%	51.88%	33.85%	55.26%

(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 20 人，管理部會計 1 人，另 1 員待聘。

2. 志工管理計畫

110 年辦理志工培育計畫共計 67 人次，服務至少 4,512 小時，藝術村志工包含常態型志工，定期在寶藏巖國際藝術村執勤，協助日常園區巡檢、公共服務等項目；活動志工的召募則配合大型活動時程，於活動前一個月至兩周進行公開召募。在值勤前，志工須參加職前訓練、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。此外，110 年寶藏巖更新增「藝工隊」青年志工，協助與支援藝居共生理念下所發展出的社區合作計畫，並培育在地人才長期蹲點建立與居民之間的信任與互助關係。

(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
空調系統送風機維護工程(110/2)	展間門修繕工程(110/3)
公共空間木作維修(110/4)	屋頂及建築外牆防水工程(110/5、6)
公共空間樓層防水工程(110/5)	家庭電影院男女公廁修繕(110/6)
三樓庫房漏水打針止漏(110/7)	53 號二樓戶外平台防水修繕(110/10)
住房牆面油漆粉刷(110/8)	園區木作階梯、平台維護更新(110/9-10)
展廳及戶外走道牆面油漆粉刷(110/8)	木工坊空間調整工程(110/10-11)
二樓會議室及藝術家工作室隔音鋁窗安裝(110/8)	59 弄、十字藝廊公共廁所改造整修(110/11)

110 年台北國際藝術村延續對展演設施、空間檢視與環境維護，除進行硬體設備建置，將老舊或缺漏的設施器材逐項汰舊換新，完成了展覽活動所需之設備器材更新，並針對台北國際藝術村二樓的會議室 1 間及藝術家工作室 4 間，共 5 間長期受藝術村周邊大客車停車場車輛日夜間行駛音量困擾本部業務之辦理及藝術家住宿和工作品質之問題，進行隔音氣密窗安裝工程，使噪音減量。透過館內修繕的更新與改善成果，使藝術家能有更好的進駐品質，藝術村期待建立豐富而完善的駐村資源。另亦完成空調管線及系統維護、防水工程、粉刷工程、公安耐震能力評估等多項改善。

寶藏巖國際藝術村在園區公共區域及環境安全的部分，進行各處公共廁所修繕、扶手木地板修繕、空間軟硬體維護工程等。並進行例行性防水修繕，處理部分空間之屋頂防水、漏水及壁癌問題，也完成了辦公室、微聚、展間、青年會所等空間之整修。

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畫，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。110 年國內外藝術家進駐台北國際藝術村及寶藏巖國際藝術村共有 14 組，其中，本國人才進駐 5 組，國際徵件進來訪 8 名、國外交流機構來訪共計 2 組，以及本國人才出訪共計 2 名(其中藝術家黃琬玲為作品出訪參加香港 Art Next Expo)。

期程	編號	藝術家	媒材	進駐類型	國籍	進駐地點
第一季 1/4(一)- 3/26(五)	1	Jake Davidson	電影/錄像	國際徵件	美國	台北國際藝術村
	2	Matthew Ledwidge	跨領域	國際徵件	加拿大	
	3	Jamil Mehdaoui	建築/景觀	國際徵件	法國	
	4	Johanna Keimeyer	跨領域	國際徵件	德國	
	5	傅雅雯	視覺藝術	本國徵件	臺灣	
	6	Hannah Rowan	視覺藝術	交流機構來訪	英國	
	7	Sinae Park	策展/研究	國際徵件	韓國	寶藏巖國際藝術村
	8	narco	跨領	國際徵件	日本	
	9	鄒婷	策展/研究	本國徵件	臺灣	
第二季 4/5(一)- 6/25(五)	10	Sophie Schmidt	視覺藝術/行為藝術	交流機構來	德國	台北國際藝術村
	11	Petr Danda	建築/聲響	國際徵件	韓國	寶藏巖國際藝術村
第四季 10/4(一)-1 2/24(五)	12	邱杰森	視覺藝術	本國徵件	臺灣	台北國際藝術村
	13	陳漢聲	視覺藝術	原出訪改為進駐	臺灣	
	14	王怡婷	視覺藝術	本國徵件	臺灣	寶藏巖國際藝術村

B.國際進駐交換計畫

除了固定的公開徵選，本部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。110 年持續與下列 12 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。110 年

度全球雖仍受 COVID-19 疫情影響，造成國際交流停滯。原訂國
外交流機構來訪共計有 18 名，實際來訪 2 名、本國人才原訂出訪
共計有 19 名，實際出訪 2 名。

出訪藝術家	來訪藝術家	交流機構
黃麗音	Hannah Rowan	英國 Platform Asia+Arts Catalyst
黃琬玲	Kasper Forest 延期 111/4-6	香港 Art Next Expo
洪譽豪 延期 111/1-3	Sophie Schmidt	台北慕尼黑交流計畫
陳郁文 延期 111/3-6	HarukaOhta 延期 111/10-12	日本 Tokyo Arts and Space
倪瑞宏 延期 111	Yoshiaki Kaihatsu 延期 111/10-12	日本 BankART1929
陳姿尹 延期 111/9-11	TBC 延期 111/7-9	韓國 Openspace bae
林祐聖 延期 112/9-11	TBC 延期 111	
洪木成 延期 111	ShafinaHazman 延期 111/7-9	新加坡 Grey Projects
辛怡澄 延期 111/3-4	Xinwei Che 延期 111/10-12	
牛俊強 延期 111	TBC	英國曼徹斯特華人當代藝術中心 CFCCA
黃孟雯 延期 111/6-8	TBC 延期 111/7-9	韓國 MMCA Goyang
曾慶強 延期 112		
簡翊洪 延期 111/8-11	AroonkamonThongmorn 延期 111/7-9	泰國藝術大學 Silpakorn University
蔡坤霖 延期 111	Thamonwan LAWAPIMOL 延期 111/7-9	
黃偉軒 延期 111	TBC 延期 111/7-9	法國 le lieu unique 國立當代藝術中心 le lieu unique Centre for Contemporary Culture
劉呈祥 延期 111/1-3	TBC 延期 111/7-9	
吳思嶽 延期 111	109 年已來訪	西班牙瓦倫西亞社區博物館協會 Consorci de Museus de la ComunitatValenciana
吳家昀(延期 3-4)	Emily Gan 延期 111/2-4	臺北魁北克交流計畫 CALQ + Ciné Tapis Rouge
吳庭鳳(延期 111)	TBC(合作中止取消)	原出訪單位:中國幾點當代藝術中心(中止合作) 改推薦機構:中國杭州千島湖

C.週五漫談夜

110 年台北 | 寶藏巖國際藝術村迎來 18 組全球各領域的藝術家與藝文專業人士。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。第一季座談由獨立策展人孫以臻擔綱主持，第二季及第四季的主持人分別為梁云繻和蔡佩桂，三位皆以多元且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。

週五漫談夜第一季第一場 ● 日期／1.22(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／孫以臻 ● 與談人／傑克·戴維森、馬修·萊德維奇、大米釀造姐妹俱樂部、傅雅雯
週五漫談夜第一季 第二場 ● 日期／1.29(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／孫以臻 ● 與談人／喬安娜·凱梅耶、賈米爾·麥道維、漢娜·羅恩、朴莎拉、narco、鄒婷
週五漫談夜第二季 ● 日期／6.18(五) ● 時間／18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A ● 地點／線上(疫情影響改以線上舉辦) ● 主持人／梁云繻 ● 與談人／蘇菲·施密特、彼得·丹達
週五漫談夜第四季 ● 日期／10.22(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／蔡佩桂 ● 與談人／陳漢聲、邱杰森、王怡婷

D. 國際分享會

110 年雖因疫情影響無法出國參與國際型藝術村年會，但本部仍透過參與線上交流活動持續與藝術社群保持合作，包含：參與 2021 Come Up for Air—Encounters 國際座談交流計畫，透過一系列的講座探討在當前影響所有人的疫情大流行期以及地球生態系統崩潰的時代下，藝術家交流計劃受到的影響，各個藝術機構分享交流國際藝術家駐村的經驗，在彼此對話中重新思考當代藝術的展覽與表演的實踐與方法；參與 ResArtis 年會，因受疫情影響改以線上舉辦，年會的主題也針對了 COVID-19 帶來的巨大影響以及國際藝術進駐留領域的未來加以探討；與蘇格蘭灣園藝術村共同辦理樂齡線上駐村，此線上交流作為考察熟齡藝術家對於駐村想法的開端，在機構的立場上，如何提供適合高齡藝術家進駐的環境和條件。

E. 駐村藝術家聯合展演(第二季受疫情影響，改以個展線上呈現；第

三季因應疫情限制入境，故無藝術家來訪)

第一季駐村藝術家聯展——「時間的遞嬗」
● 展覽日期／3.5(五)–3.21(日) ● 展覽地點／台北國際藝術村，百里廳 ● 藝術家／馬修·萊德維奇、喬安娜·凱梅耶、賈米爾·麥道維、傑克·戴維森、漢娜·羅恩、傅雅雯
第一季駐村藝術家發表——「城市的紋理」聯展
● 展覽日期／2.26(五)–3.24(三) ● 展覽地點／寶藏巖十字藝廊、創藝小客廳、防空洞、邊境 52 一樓展間 ● 藝術家／申賢珍（大米釀造姐妹俱樂部）、narco、朴莎拉、鄒婷
第四季駐村藝術家聯合發表
● 展覽日期／12.4(六)–12.19(日) ● 展覽地點／寶藏巖邊境 52 號、十字藝廊 ● 藝術家／王怡婷、邱杰森

F.開放工作室

110 年度下半年，隨著台北市新冠肺炎疫情逐漸穩定，原暫緩的夏季開放計畫延後合併於冬季開放計畫進行。12 月 4 日(六)至 12 月 5 日(日)，於寶藏巖國際藝術村舉行為期兩日的「意料之外」——2021 冬季開放日，邀請駐村藝術家邱杰森與王怡婷辦理駐村發表展覽外，更有寶藏巖常設展藝術家黃立慧、寶藏巖微型聚落嬗嬗、紗夏如洗、Tunner、三貓、秋紅，以及民生電氣音樂工作室、萬福國小、紀柏豪「PlasticSoup 資訊轉譯創研計畫」團隊進行展覽、演出、市集與工作坊等活動，藉由舉辦多元型態的展演活動，鼓勵民眾進一步接觸當代藝術，促進藝術創作者之間與參觀民眾面對面的接觸與交流。

G.微型群聚

110 年，寶藏巖共有 18 組微型群聚，台北國際藝術村共有 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。

110 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

編號	單位	姓名	類別／領域
6	減劇場黯黑舞蹈團	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平台

110 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	murmur 嬾嬾	李燕淑	皮革飾品創作
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	群青制造所	呂建青	插畫、音樂
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	Tuner	林宛儀	刺繡、插畫
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	Kaomin Studio	高鈺閔	金工、紙漿、雕塑
17	51 門	廖珮好	停格動畫、漫畫創作
18	紗夏 X 如洗	丁至萱	陶藝、工作坊、雕塑、展覽

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	本國人士出訪	10	121	8.3%
寶藏巖國際藝	國際人士來訪	7	112	6.2%

術村	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.2021 寶藏巖光節(展期 110 年 3 月 27 日(六)至 5 月 9 日(日))

寶藏巖位處臺北盆地南區邊陲地帶，新店溪與萬盛溪匯流之處，因著對家的追求，在不同時期來到此地的人們為自己搭建起屋舍，家屋的建造回應著地形、氣候和自己的需求，形成了融匯在山坡形貌中的寶藏巖聚落。「棲息在光中—2021 寶藏巖光節」希望藉由藝術家各自對「家」的不同定義，或從自身家族記憶與個人生命的角度，或從個體在多維的空間資源中、在群集中所處的生態棲位，詮釋人與環境之間的多變狀態與關係。參與藝術家共 13 組：姚仲涵、莊志維、王宇光 X 微光製造、洪鈞元、林瑜亮、顧廣毅、張乃仁、洪梓倪、陳家翊、蔡宜婷、林明彥、輕量級跨校協作營、臺北市影視音實驗教育機構，及開幕演出藝術家 15 位／組：葉穎、十九兩樂團、Little Shy on Allen Street、王榆鈞與時間樂隊、詹森淮、春麵樂隊、吳志寧、Woodee、張心柔、清醒夢、尋人啟事樂團、楊先生、劉予寬、張仁與、四枝筆。

B.出訪藝術家前導聯展

110 年世界疫情仍嚴峻關係，原訂出訪世界各國交流機構之台灣藝術家，受疫情之影響無法如期前往。故藝術村盡己之力提供藝術家們相關資源，為未能如期出訪的藝術家們規劃一系列出訪前導的線上活動包含：線上導覽、座談、手作工作坊、展覽直播或一對一桌遊遊戲等，共計辦理 22 場活動(含：蔡坤霖 2 場、吳庭鳳 1 場、辛怡澄 17 場、吳家昀 1 場、曾慶強 1 場)，讓藝術家們分享新作品或是出訪前導的研究，期盼透過藝術家們的創作及創意，將不同之藝文活動和訊息帶進民眾的生活中，緩和疫情間焦慮和緊張的氣氛。

C.文化平權駐村計

台北國際藝術村以文化平權為主軸，以藝術村作為育成基地，舉辦公開徵件計畫，共有 7 位台灣本地藝術家獲選進駐藝術村，探討罕見疾病、身心障礙者、長照、移工、HIV 感染者、流動者等社會議題，並透過四檔系列展覽，梳理了七位藝術家的創作脈絡，探討當「文化平權」的議題從社會街頭進入藝術場域中，藝術家如何呼應當代社會以及理解臺灣社會的多元性。

D.拉丁美洲文化交流計畫

延續著 109 年與竹圍工作室之合作〈想像中的國度：台灣與拉丁美洲的交往〉，使開啟的兩地交流不至於中斷，並在國際旅行和實體訪問仍不穩定的狀態之中，使藝術交流仍有延續與執行之可能。除了延續前一年交流計畫與加強雙方的互動關係之外，110 年更鎖定「街頭藝術」作為彼此交流的主題。主要因在寶藏巖國際藝術村內，有多處公共空間牆上畫滿藝術家的作品，成為民眾打卡熱點，也有一座壁球場，畫滿塗鴉客自發性的作品，好似一間公開的畫廊，每過一陣子就會自動地推陳出新，有不同的作品加入。因此本計畫邀請兩地現為、或曾經以街頭藝術作為創作主題的臺灣藝術家 Candy Bird、張碩尹；智利藝術家馬卡蓮娜·亞聶絲和阿爾梅進行為期半年的虛擬駐村，並且與淡江大學拉丁美洲研究學者陳小雀、獨立策展人高森信男合作，深入觀察於兩地街頭藝術從以前到現在的發展，並試圖由此切入兩地的歷史、文化、政治面向，用多元開放與實驗精神，鼓勵藝術家結合虛擬與實體創作經驗，產生出一個共同合創成果。

(3)閣樓青年會所

110 年會所透過文化體驗，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，伴隨文、史、哲、藝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，實地於寶藏巖周邊進行田野調查，推動臺北城南在地文化研究。110 年與客家文化基金會合作續辦第二次「城南研究駐村計畫」，公開徵選共 5 組藝術家進駐，並在城南地區進行研究與調查。5 位藝術家包含：黃靖雅(聲音/語言研究)、黃泰翔(多媒體/城市觀察)、翁于庭(文字書寫/裝置藝術)、潘怡安(新媒體/裝置藝術)、盧祥富(影像工作者/榮譽社區計畫)。

(4)藝居共生

寶村巡守隊：持續辦理寶村巡守隊，目前由 5 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 8 位在地導覽員，辦理 149 場定

時導覽，參與遊客共 590 人次，每場依時辦理並廣邀遊客參與，居民以家園軼事吸引遊客，活潑互動評價良好。

「寶村一家一菜」：110 年雖受疫情影響，部分一家一菜活動延期舉行，期間藝術村與寶藏家園也不斷商討因應轉變，仍完成 6 場一家一菜活動，同時透過長期以來家園居民累積的文化飲食，打造出寶村食府的便當菜色「食光寶盒」，餐飲結合在地的手工食材，再搭配豐富的解說，令使用賓客皆讚不絕口。

寶藏巖聚落會議：寶藏巖聚落有著不同身份背景的人生活在此，110 年共計辦理 3 場聚落會議，進行日常工作協調，讓各單位了解重要活動及協調事項。

寶村柑仔店：寶村柑仔店自 2015 年 3 月 24 日(二)開幕迄今，與時俱進持續發展新的經營內容與創新商品，110 年透過食光寶盒、寶村小散步等計畫發展與執行累積經驗，柑仔店推出寶藏巖專屬的教育推廣課程，與微型群聚藝術家合作辦理剪紙、藍晒、釀酒、編織等 4 場工作坊課程，並提供團體預約制的寶村好遊趣、古早味飲食教學工作坊等客製化活動。

寶藏巖生態環境計畫：110 年藝術村透過申請環境教育基金補助，辦理了一系列在地的環境教育計畫：包含四場人文 X 生態 X 教育的線上工作坊，探討永續共融發展，也邀請微型群聚藝術家、寶藏家園居民，共同開發寶藏巖環境藝術工作坊，製作寶藏巖環境推廣定格短片，宣導寶藏巖的生態環境計畫。此外也與環教活動芝山文化生態綠園合作，進行寶藏巖生態環境資源調查，共計進行 8 次生態觀察，調查鳥類、植物、昆蟲與青蛙等寶藏巖聚落裡的生物種類與分布位置，藉此了解區域的物種特性。

二、煥民新村

(一)辦理目的

蟾蜍山聚落位於臺北盆地的南端，從清領時期見證公館的發源，因瑠公圳闢建流經，提供重要水源；日治時期，成為臺灣發展農業化的重要基地，日式辦公廳舍與員工宿舍於周邊山城興建；政府遷臺後，因蟾蜍山地形與區位具重要戰略價值，在此設置空軍作戰指揮部，大量軍事設施陸續闢建，構成今日軍事地景，煥民新村亦隨之營建，未分配到之軍眷則以自力營建方式於周圍興建家屋，形成公家宿舍、列管眷村與非正式聚落共生之特殊型態。

本會自民國 110 年 4 月起管理煥民新村「保溫活化暨管理維護」，以蟾蜍山大客廳為活化據點，回應文化景觀的核心價值，以符合「環境、生態、食農、眷村、軍事、青銀、社區、建築、移民、自造及文化資產」等特質，導入環境教育課程與方案設計，辦理煥民新村眷村文化推廣活動，透過合作模式共同推動聚落再生之文化價值。

(二)場地空間使用規劃

煥民新村坐落於臺北市大安區學府裡南端羅斯福路四段及基隆路四段交叉口東南側蟾蜍山聚落內，為臺北市少見的山城眷村聚落，由早期的軍眷與後期的城鄉移民共同築居而成。煥民新村多數為地面兩層，少部份為三層或一層樓建築。約略以七至十棟排比相連的方式而分成五個區塊，彼此連結起來。煥民新村第一期修復工程已於 109 年完成，並成立蟾蜍山大客廳開放參觀。110 年 4 月起由本會接管 A 區蟾蜍山大客廳，共有 2 區活動區、3 處展區、1 間木工教室，每周二至周六上午 10 點至下午 5 點對外開放，場地並開放在地民、社區發展協會、在地文史工作室租借辦理銀髮戲劇、健康操、繪本說故事、卡拉 OK 等里民照顧相關課程。110 年 4 月至 12 月場地使用率為 52.87%，5 月至 7 月因新冠肺炎（COVID-19）疫情配合相關防疫措施，未開放場地租借及辦理活動使用。

110 年	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	合計
入館總人數	2,169	1,002	0	56	186	392	1,023	820	969	6,617
場地使用率	60.00%	22.90%	0%	0%	64.30%	71.40%	75.00%	63.50%	69.60%	52.90%

(三)計畫執行內容

1.營運重點：

- (1)以「人與生態共生之新眷村永續聚落」為定位，透過青銀共好鄰里網路、眷村文化保存創生、都市農藝食農教育、生態學習體驗四大面向為營運架構。
- (2)蟾蜍山文物蒐集保存、口述歷史調查、與在地居民交流及辦理環境教育推廣活動等，以傳承眷村文化，蘊釀豐厚之在地記憶。
- (3)維護煥民新村蟾蜍山大客廳環境與空間安全。
- (4)管理場地使用及所衍生之費用等相關業務。
- (5)青農銀農工作室進駐計畫。
- (6)配合城南臺大無圍牆博物館，建立行銷宣傳管道擴大推廣效益。

2.眷村文化保存：

(1)煥民新村山城聚落文物資料收集：以數位化方式建檔，供眷村文化資料展出、保存與再利用，並協助將口述歷史資料整理上傳至國家文化記憶庫。

110 年共邀請 6 位煥民新村及農業試驗所原住戶進行訪談，盤點並記錄煥民新村原住戶遷移和自力營造的故事(含前期保溫計畫口述資料彙整)，佐以文物、老照片和影像收集，以數位化方式建檔，供眷村文化資料展出、保存與再利用，並協助將口述歷史資料整理上傳至國家文化記憶庫。文史資料檔案彙整方面，以 1903 至 1977 年蟾蜍山社址及試驗研究為重點項目，整理相關紀事，爬梳農試所研究於日治時期以「農業臺灣」支助「工業日本」，戰後推行「以農養工」和「農業援外」等政策中所扮演的角色，比對蟾蜍山今昔地貌、館舍與宿舍群等。

3.眷村文化特展

蟾蜍山大客廳為煥民新村（空軍眷村）整修後之建築，內部空間除了打通部分隔間形成公共室內活動場所外，亦保留部分過去眷村住家的窄小居住格局，可透過空間的體驗，感受不同時代背景所形成的住居環境。歷年來團隊於蟾蜍山進行多場口述訪談，亦累積許多居民與山城環境互動以及眷村生活的故事，可透過展覽內容的規劃與呈現，使大眾了解蟾蜍山聚落的特殊性與早期的生活模式。

為了引動大眾有感於眷村生活，110 年 9 月規劃《我家 3 坪半》常設展，以貼近人們的尺寸作為發展，以實際體驗為主軸，串起過往與現代的生活經驗，搭配早期的生活故事與相關的互動體驗，為引導大眾用身體認識眷村生活，透過熟悉的尺寸來感受煥民新村，以「親身體驗」的展場互動模式，讓大眾感受過往的眷村生活與故事，並透過有趣的「新舊對照」展場規劃，感知現代生活與過往的相同與差異之處，讓大眾從體驗過程中認識蟾蜍山與煥民新村。展覽期間辦理 1 場線上開幕活動，並邀請周邊民族國中、公館國小等師生前來參訪體驗，展覽期間共計 3,177 人次參觀。

4.眷村文化節線上講座

110 年配合臺北市「眷村文化節」系列活動，辦理煥民新村《眷村廣播電台》線上直播講座，邀請全臺共計 10 處眷村夥伴一同串聯，分享不同眷村的兵種文化與生活軼事。

活動名稱	2021 眷村廣播電台 - 眷村輕鬆聊
活動期間	9 月 28 日(二)、10 月 10 日(日)、10 月 25 日(一)、11 月 12 日(五)

活動目的	還記得行事曆上那些紅色的紀念日嗎?早期在還沒周休二日之前，許多節慶與假日都是跟著國定紀念日安排，而這些紀念日也與許多早期的光輝歲月有關，在九月下旬到十一月上旬這段忙碌的國慶日子裡，讓不同地方的眷村夥伴們，一起來聊聊那些記憶中的往事。			
期間參觀人數	活動名稱	參與眷村	日期	參與人次
	教師節—老師謝謝你	煥民新村 虎尾建國一村 新竹將軍村	9/28(二)	687
	雙十節—閃亮的日子	煥民新村 台南水交社 花蓮介壽眷村 台中清水眷村	10/10(日)	473
	台灣光復日—聽到國歌要立正，看到國旗要敬禮	煥民新村 岡山眷村 澎湖篤行新村	10/25(一)	321
	國父誕辰紀念日—與偉人的關係有多近	煥民新村 空軍三重一村 桃園八德四村	11/12(五)	259
	總計			1,740

5.青銀農進駐計畫

為保存蟾蜍山文化景觀內早期農業試驗所遺留之人才資產，特提供蟾蜍山煥民新村 E 區房舍（以下簡稱 E 區）工作室予對於台灣農業研究和發展有重要貢獻的長輩們使用，以達到「農研文化在地保存」的目的，強化蟾蜍山文化景觀保存價值。曾於民國 34 年至 66 年間在台灣省農業試驗所(公館)任職之員工或其配偶，且於 110 年以前在蟾蜍山內有居住事實。其中包括：林慶雨先生及其夫人、徐原田先生及其夫人(藥用植物)、宋細福先生及其夫人(洋菇)、周秋涼女士(農業所行政)等 4 戶長者，於 110 年 11 月 30 日(二)完成 4 戶的進駐合約簽訂，預計 111 年配合 E 區進駐空間修復時程完成進駐搬遷計畫。

6.發展環境教育課程

以蟾蜍山為基地，培育蟾蜍山周邊大學之地方行動者，與蟾蜍山周邊之學校包含民族國中、公館國小、銘傳國小等進行合作，探討永續理念與地方文史相關之議題課程，以蟾蜍山為場域基地，進行具體之教育學習發展與服務，讓學校能與真實的社會實務接軌，110 年共舉辦 10 場周邊學校資源交流及增能培訓課程：

活動名稱	2021 周邊學校資源交流及增能工作坊		
活動期間	自 5 月 1 日(六)至 12 月 18 日(六)止		
活動目的	以蟾蜍山為基地範疇，透過「人與環境共好」主題向外延展，與周邊社區和鄰近學校合作，發展環境教育課程和方案，搭配生態調查、課程開發等活動，累積環境教育課程經驗，以申請環境教育認證場域為長遠目標		
參與人次	活動名稱	日期	參與人次
	公館國小－課程合作交流會議	5/5(三)	4
	民族國中－課程合作交流會議	7/14(三)	25
	民族國中－教務備課會議	8/18(三)	25
	民族國中－攀樹研習(課程講解與樹木知識)	9/29(三)	15
	民族國中－環境資源管理與應用	10/12(二)	20
	民族國中－攀樹研習(實務操作)	10/13(三)	8
	民族國中－藝術 GOGOGO—無圍牆博物館之校園藝術季活動合作討論	10/21(四)	5
	民族國中－藝術 GOGOGO—無圍牆博物館之校園藝術季城南走讀驗收	11/2(二)	16
	公館國小－教師參訪	11/10(三)	20
	銘傳國小－教師及家長會參訪	12/10(五)	8
	總計	10 場	146

7. 老舊家具再生

為保留重現已損壞、不堪用的老舊家具，將嘗試捨去部分零件後再注入新元素組成一個「老記憶再重生」的型態呈現給大家。老舊家具再生計畫將帶領民眾認識城南修復站創立永續的使命以及對於修復基礎的了解，110 年共計辦理 20 場老家具翻修工作坊及 1 場成果發表展覽，共計培訓 6 名木藝修理志工，未來將持續進行聚落老舊家具修復再生計畫，活用老家具建材，讓資源循環利用，實踐社區永續發展理念。

活動名稱	2021 老舊家具再生工作坊
活動目的	蟾蜍山社區成立修理站，目的是要讓社區與周邊的民眾能夠把家具丟棄之外還有另外一個選擇「修理家具」。因此透過教育訓練，讓社區中對手作有熱情的人們能夠學習基本的修繕技能，並且最終能回饋社區，協助修理站的運作。

活動時程	主題	日期	說明
	基本工具介紹 工具整理維護鉋 刀 鑿刀研磨	7/17(六) 7/24(六) 7/31(六) 8/4(三)	「工欲善其事，必先利其器」要進入木工的世界，就要知道與熟悉工具的維護整理與使用。因此學員要學會如何研磨鉋刀與鑿刀，然後進一步熟悉工具的使用。
	拼板練習 基本製圖 指接榫木盒 燕尾榫木箱	8/14(六) 8/21(六) 8/28(六) 9/4(六)	學習「木板拼接」讓材料的面積擴大，將角料成為板料。基本製圖與視圖，能夠清楚掌握要製作物件的尺寸。指接榫、燕尾榫可以製作箱體類的家具。
	榫卯結構探討 製作一張凳子	9/11(六) 9/18(六) 9/25(六) 10/2(六) 10/9(六) 10/23(六)	雖然許多的椅子使用了木釘而非榫卯結構，然後在強度上榫卯結構比木釘強大太多，因此藉由認識榫卯結構並製作一張凳子，感受一下榫卯結構的力量與美感。
	修理一張損壞的家具	10/30(六) 11/6(六) 11/13(六) 11/20(六) 12/4(六) 12/8(三)	帶一張自家或是朋友壞掉的椅子、凳子或家具，一起把它修復好吧！
	成果發表	12/11(六)	學員成果展開幕茶會
	學員成果展	12/11(六)- 12/31(五)	學員成果展
	總計	20 場	

8.生態資源調查

透過蟾蜍山周遭動植物依不同季節而有所轉變，將此資料收集統整探究出蟾蜍山特有的生態體系。為串聯環境生態相關資源網絡，110 年 5 月向台灣兩棲類動物保育協會聯繫申請城南蛙調志工隊，於 9/27(一)與 12/11(六)辦理 2 場生態調查活動，共計 30 人參與人次，同時邀請公館國小家長會安排親子一同參加，藉由生態調查持續記錄蟾蜍山生態四季變化相關資訊，同時發展生態環境教育，教導孩童人與環境的依存關係。

9.經營社群網絡

(1)官方網站：

本會自 110 年 4 月起接管【城南山水·共聚棲地】臉書，透過官方網站進行活動行銷宣傳，上傳蟾蜍山最新活動資訊，配協助宣傳城南臺大無圍牆博物館相關訊息與在地場館、節慶等活動資訊，提供民眾瀏覽搜尋即時性資訊。110 年網站內容包括：蟾蜍山煥民新村活動、在地文史影像介紹、城南臺大無圍牆博物館簡介、活動辦理分享、生態環境資訊等，累積瀏覽粉絲數：3,325 人次

月份	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
累積瀏覽數	3,106	3,113	3,116	3,128	3,155	3,259	3,287	3,309	3,325
新增人數	14	7	3	12	27	104	28	22	16

創意發展部

一、松山文化創意園區經營管理與推廣

松山文創園區位於臺北機廠、松山菸廠及國父紀念館三大古蹟場域匯聚點及臺北市信義區、臺北大巨蛋及臺北文創三大經濟產業鏈結點，故規劃以「大松菸」概念進行橫向及縱向串聯，以建構創意產業生態鏈結及文化觀光軸線，創造亞洲最適發展創意生活的園區；110 年營運成果包括：

(一)公共服務：

- 1.服務人次：總計 428 萬 2,077 參觀人次。
- 2.滿意度調查問卷：觀眾滿意度調查總計 335 份，導視系統調查總計 80 份。
- 3.導覽服務：團體導覽共計辦理 127 場，總計 3,224 參與人次；假日定時導覽共計辦理 73 場，總計 1,095 參與人次；建置 20 處「松菸拾光-線上語音導覽」，總計 6,121 觸及人次。
- 4.媒體應用：110 年官網成長率 12.6%，FB 成長率 2.82%，IG 成長率 61.75%，YT 成長率 12.4%；園區主合辦活動、文創發展與文史相關介紹等共計 319 則，其他相關媒體報導等共計 331 則，總計 650 則媒體報導。

(二)空間使用：110 年全區空間使用率為 78%，全區空間分為四大類，相關成果分述如下：

- 1.「藝文展演空間」：以辦理短期藝文活動為主，110 年總計辦理 365 場。
- 2.「產業鏈結空間」：以扶植品牌，產業創新為主，110 年總計 19 組單位透過徵選進駐使用。

3.「文創商業空間」：以育成品牌，驗證市場為主，110 年總計 20 組單位透過徵選進駐使用。

4.「附屬服務空間」：以提升公共服務品質為主，110 年總計 2 組單位透過徵選進駐使用。

110 年松山文創園區空間進駐單位列表		
空間	序號	進駐單位
產業鏈結空間	1	台灣設計研究院
	2	藝符設計設計有限公司
	3	欣傳媒股份有限公司
	4	台灣設計聯盟
	5	2023 臺灣燈會台北辦公室
	6	松菸創作者工廠-意集設計股份有限公司
	7	松菸創作者工廠-我適文創
	8	松菸創作者工廠-兆萱企業社
	9	松菸創作者工廠-藝高文創
	10	松菸創作者工廠-絲露有限公司
	11	松菸創作者工廠-社團法人台灣服務科學學會
	12	松菸創作者工廠-自由的設計
	13	松菸創作者工廠-揚揚創新科技有限公司
	14	松菸創作者工廠-藝起文化基金會
	15	松菸創作者工廠-百香果實驗
	16	松菸創作者工廠-欣傳媒
	17	松菸創作者工廠-大山創新
	18	松菸創作者工廠-創意連結
	19	松菸創作者工廠-雅形有限公司
文創商業空間	1	台灣設計館
	2	琉璃工房志業股份有限公司
	3	黃翊工作室+
	4	松菸風格店家 A2 區-賽先生科學有限公司
	5	松菸風格店家 A3 區-丁骨工作室
	6	松菸風格店家 A4 區-紙綸科技股份有限公司

	7	松菸風格店家 A5 區-伊思服裝設計有限公司
	8	松菸風格店家 A6 區-不簡單有限公司
	9	松菸風格店家 A7 區-紫伊國際設計有限公司
	10	松菸風格店家 B1 區-謝家蓉
	11	松菸風格店家 B2 區-謝家蓉(手作)
	12	松菸風格店家 B3 區-鈺葉工藝設計
	13	松菸風格店家 B4 區-黎黎創意有限公司
	14	松菸風格店家 B5 區-兆萱企業社
	15	松菸小賣所 2 號店-本島舍工作室
	16	西向製菸工廠 B1 區-點子貓科技有限公司
	17	西向製菸工廠 B2 區-得時創行有限公司
	18	西向製菸工廠 B3 區-積地工作室
	19	西向製菸工廠 B4 區-睿澤企業股份有限公司
	20	西向製菸工廠 B5 區-煥焜創意有限公司
附屬服務空間	1	全家便利商店股份有限公司
	2	咖碼股份有限公司

(三)文創扶植：松山文創園區為整合產業通路建立「松菸創作者工廠」、「松菸小賣所」暨「松菸風格店家」和「西向製菸工廠 B 區」3 階段之文創扶植生態鏈，以協助不同階段的設計師、創作者和團隊，並以綜整政策和資源的方式進行推廣和扶植，110 年執行成果分述如下：

- 1.「松菸創作者工廠」文創品牌孵育中心：與 20 組外部單位合作及串連，總計辦理 21 場活動。
- 2.「松菸小賣所」和「松菸風格店家」文創共好展售平台：「松菸小賣所」共計辦理 4 檔主題特展，分別為〈禮想好農〉、〈毛孩之爭愛大戰〉、〈野遊好夏趴〉和〈嘉義風土展－不只是雞肉飯〉；「松菸風格店家」共計辦理 3 檔主題特展，分別為〈甲蟲仙生/靈感製作〉、〈錦源興-花樣年華·美好復刻〉和〈台東鹿野紅烏龍的奇幻冒險之旅〉，6 場工作坊。
- 3.「西向製菸工廠 B 區」文創與商業的驗證場域：共計 9 組單位進駐，分別為「聚珍臺灣」、「遇·場 P_L_A_C_E」、「以覺學 INTZUITION」、「雲御織」、「山不枯」、「Misala Handmade」、「Moment of Delight 喜悅製造所香氛體驗店」、「美好排泄」和「谷口寫真企畫室 no photo no life」。

(四)策辦活動：

- 1.「松山文創學園祭」：110 年以「實·穗(Show Our Propagative!)」為主題並策畫「藝術與時尚週」、「廣告與大眾傳播週」、「空間與室內設計週」、「都市與景觀設計週」、「文化創意設計週」和「建築與城市設計週」6 大主題週，參展校系共計 50 所，畢展共 48 檔，惟受疫情影響，活動實際辦理時間為 110 年 5 月 5 日至 5 月 14 日止，總計 8,856 參與人次。
- 2.「原創基地節」：110 年以「療癒之地」為主題，為期 103 天，19 組藝術家與 112 位表演者共創 63 件原創藝術作品和 138 場活動，線上線下總計 588 萬 1,642 參與人次。
- 3.「Listen a 松：聽說松山文創園區十年」：共計辦理 1 檔線上線下展覽，總計 1,096,578 參觀人次；2 場論壇，線上線下總計 2,144 參與人次；2 支影片，總計 54,722 觀看人次，並出版 1 冊「十週年專刊」。
- 4.「松菸講堂」：松山文創園區以「創意學院」為策略行動目標之一，辦理主題講座，鼓勵文創產業跨界合作與交流，110 年共計辦理 11 場，總計 966 參與人次。
- 5.藝異空間：與小路映画及羊毛氈手創館 2 組團隊分別執行「剪刀石頭布之無限循環」和「讓故事延續的時尚」2 檔特展，總計超過 14,000 參觀人次。
- 6.藝思空間：透過公開徵選辦理「那些被甜點療癒的日常」和「張育嘉 2021 個展-末日迷航 2.0 之體操男爵大戰美獸」2 檔特展，總計 4,322 參觀人次。

(五)交流合作

- 1.社區合作：為推動社區友好以達公共資源互享之加乘效益，並凝聚社區意識，松山文創園區持續推動與信義區及松山區等鄰近學校、文化館舍和公民組織等相關合作交流計畫；110 年總計辦理 14 場次社區交流活動，總計 1,774 參與人次。
- 2.社群合作：為有效扶植文創產業且整合產業資源，且因應未來松山文創園區多角化經營方針以多面向拓展社群合作計畫；110 年總計辦理 18 場次社群交流活動，總計 661 參與人次。
- 3.異業合作：
 - (1)「松菸水水聚場節」共計 20 個團隊參與、50 場演出，總計超過 4,000 參與人次。
 - (2)「松菸潮冬感謝慶」規劃行動支付及無接觸數位抽獎服務；南港老爺行旅贊助 28 張住宿券和台灣設計研究院提供 600 張門票及優惠券。
 - (3)「2021 打開台北」活動結合 24 場導覽，超過 200 參與人次。

二、文化創意產業扶植計畫

「臺北市文化創意產業扶植計畫」核心宗旨為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，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，進而扎根市場、成長茁壯。

今年外在環境仍受疫情影響，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對策及替代方案，於 6 月 30 日(三)變更計畫工作項目，本次計畫主軸為「培力」、「拓銷」兩大重點工作項目，持續協助文創業者給予輔導及市場通路資源，提升品牌價值與實際效益。

(一)「品牌培力計畫」推動工作

整合現有輔導資源及行銷管道，以疫情中後期的生存為主題，提供文創業者相關產業資訊及知識、諮詢診斷及媒合服務，扶植業者在這波疫情站穩腳步，培養市場文創競爭力。針對上述產業需求，提出加速資訊流通、提供諮詢輔導及辦理多元課程等三大規劃方向，相關說明如下：

1. 工作內容

(1) 加速資訊流通

A. 「臺北市文化創意產業扶植計畫網站」維運

為協助文創業者持續維運文創產業資訊虛擬平臺：「臺北市文化創意產業扶植計畫網站」(<https://www.taipeicdd.tapei/>)，定期發布訊息，透過電子報提供文創業者相關補助徵件、展覽、藝文活動、工作坊課程及產業新訊等，促進產業間合作及線上資訊交流空間，吸引潛在客群。

B. 辦理文創產業政策資源說明會 1 場（實體）

為協推動臺北市 2021 年文化創意產業之發展，使文創產業及相關業者瞭解政府政策資訊與資源，協助業者獲得最適切的獎補助實際資源。於 4 月 29 日辦理臺北市文創產業政策資源說明會 1 場，邀請中央與地方政府各政策資源之主辦機關出席進行政策說明。本次說明會由本會創意發展部、臺北市產業發展局、文化內容策進院及經濟部中小企業處等，以四大主題「松山文創園區-文創扶植與人培資源介紹」、「臺北市創業資源 SiTi 產業發展獎勵補助計畫」、「文化創意產業青年創業及啟動金貸款」、以及「SBIR 經濟部中小企業處小型企業創新研發計畫」進行議題分享，使文創業者充分瞭解政策立意、申請辦法、獎勵補助程序等相關資訊。本次說明會共計有 156 名業者參與，活動整體滿意度達 96%。

(2) 文創診療室，提供諮詢輔導

成立於 104 年的文創診療室，多年來透過諮詢輔導機制，針對文創業者實際營運所遭遇的問題，提供品牌諮詢、轉介與深入的輔導扶植系統，帶領文創業者有效獲得所需資源並解決事業困境，培養出更多優質品牌。110 年度單一諮詢窗口服務品牌診療共計 72 筆諮詢。因疫情影響，以線上會議方式，共完成 12 場深入專業輔導，解決文創業者所面臨的實務問題。

(3) 辦理文創扶植多元課程

今年度目標對象著重於產業下的微型創業者，以「小眾品牌生存戰」為主題企劃，主推「技能點」、「聯盟戰」、「數位戰」三大策略方法作為通識型與目的型規劃，提升微型創業者科技數位技能、品牌及面對市場生存能力。並首度擴大計畫資源合作單位，舉辦聯盟課程藉此串聯更多珍貴資源。110 年首次結合美國创新中心及文策院與扶植計畫合作共同參與數位講座課程。在這股新興提升文化創意發展的力量共同結盟，一同探討後疫情時代虛實整合及如何迎接全球新商機。

A. 辦理講座及工作坊（2 場實體講座、9 集線上講座）

本次規劃內容以「小眾品牌生存戰」為題，面對疫情不穩定及衝擊，眾多新創微型文創品牌及業者須不斷跟進科技應用及觀察市場消費趨勢，建立獨特風格之品牌形象，及實質經營能力。本次講座特別邀請相關領域之專家與業者進行分享，提供文創業者在創業之路，發揮更大價值。本次共辦理 2 場實體講座累積共 114 位出席，因 5 月份起配合政府防疫政策全數改為線上數位方式，製作 9 集線上講座，共累積觀看 25,420 人次。

B. 辦理 3 場文創品牌陪力系列工作坊(線上)

以延伸講座探討之議題，透過工作坊形式實際操作與案例分享，讓業者瞭解商品攝影概念技巧、雲端社群分析及通路提案要點，引領文創業者更能掌握操作要領，增進實戰技能及提供知識。3 場工作坊採 Google meet 線上形式進行，共 61 位文創業者參與，活動體驗調查-非常滿意度達 82%。

C. 辦理 2 場參訪活動（實體+線上）

110 年交流參訪以「永續材質應用」為核心，帶領品牌業者參訪踏查、觀摩與學習，並提供其他業者交流，分享創立各階段經歷，給予參與者創造異業結盟及合作機會。本次參訪交流為 1 場實體參訪，共 17 名業者參與（13 家品牌）；因疫情影響採影片導覽錄製模式，製播 1 場共 2 集主題影片，共累積觀看 31,000 人次。

D. 辦理 7 場聯盟課程、1 場品牌交流媒合活動(線上)

本次聯盟課程便是疫情帶來的新機，本計畫多年扶植文創品牌與創業輔導出發，為持續與國際與國內文創產業產生連結，今年首度與美國創新中心 AIC(American Innovation Center)及文策院攜手合作，以「創新大藍海」為題，運用新媒體平台 gather town 以數位形式辦理聯盟課程，用策略家思維、清楚說明創造市場工具及流程，分享創業經營的國際視野與構思，啟發大眾與社會工作者帶來創新思考。並另設品牌展示攤位區，創造品牌與業界講師及參與民眾，線上交流契機。本次聯盟課程共舉辦 7 堂課程，參與人次累積 345 人以上(活動亦進行現場轉播，累積觀看 179 人次)。

2. 達成效益

- (1) 累積單一諮詢窗口服務利用人次共計 72 次、個案輔導案例 12 案。
- (2) 辦理政策資源說明會 1 場，累計參與文創業者共計 156 人次。
- (3) 辦理文創扶植論壇、講座、工作坊、參訪等活動共計 16 場(2 場實體講座、9 集線上講座、3 場文創品牌培力系列工作坊、2 場參訪活動)。

2 場實體講座累計參與人次為 114 人、9 集線上講座，共累積觀看 25,420 人次。

辦理 3 場文創品牌培力系列工作坊，共 61 位文創業者參與，活動體驗調查-非常滿意度達 82%。

辦理 2 場參訪活動。1 場次為實體參訪，共 17 名業者參與(13 家品牌)；因疫情影響採影片導覽錄製模式，製播 1 場共 2 集主題影片，共累積觀看 31,000 人次。

- (4) 1 場線上交流媒合活動，創造 7 間文創業者可在通路商前有獨立發表品牌機會，促成品牌與通路商洽談開啟通路媒合之商業契機。
- (5) 與美國創新中心及文化內容策進院聯盟合作，共計 2 個合作單位，並舉辦 7 場聯盟培力講座，參與人次累積 345 人以上(活動亦進行現場轉播，累積觀看 179 人次)。

(二) 市場拓銷計畫(原台北市文創產業國際拓銷計畫)

本項計劃原以台灣文創品牌推向國際市場為目標，帶領業者參與國際展會相關活動。因受於疫情影響本 110 年無法出國參展，為持續協助國內文創產業發展在疫情籠罩下依然前進，今年度經計畫變更調整為「市場拓銷計畫」，豐富文創品牌內容、深化產業串連，克服實體場域限制，運用數位或策略合作等方式促進經驗交流，培養文創軟實力，奠定日後拓往國際商機。

期許未來以雲端網路協助品牌與國內外之通路、買家媒合，將台灣文創的創意，讓世界看到。

1. 工作內容

(1) 擴充「選·台北」上架產品資訊以觸及新需求市場

110 行平台內商家營運調查與盤點，以訪視問卷形式了解營運狀況及產製能量。本次共完成 100 件可「客製化禮品」盤查，並進行網頁功能調整，於品牌商品頁新增提供客製化服務標籤、影音串流等功能。作為準備未來國際拓銷或更多市場推廣名單。

(2) 協助扶植文創業主進行市場實證與拓展多元市場發展

文化創意產業盛行帶動全球創業風潮，科技不斷更新促使產業轉型升級，對於新創業者本計畫提供相關輔導資源與協調跨界合作，協助新創業者從營運模式設立到市場拓展推廣，孵化新創團隊從草創期邁入成長期發展。秉持扶植文創產業之初衷，運用政府資源及產官學者之助力，期能促成不同合作機會與交流，助台灣文創產業轉型升級，創造產業拓銷實質效益。

A. 辦理 1 場線上交流媒合會

為提供國內文創業主資訊流通與多元發展，且須因應疫情與數位時代適應產業發展新的模式。今年交流媒合以線上方式進行，搭配「新創大藍海」活動，另設品牌展示攤位區，創造品牌與業界講師及參與民眾，線上交流媒合契機，以創造資源共享、互利共生發展機會。本次邀請 7 家文創品牌進行線上展示，包含本質創作室、Misala、珞棋(插畫家)、督督工作室、美可彩繪工作室、風雅存創意有限公司、酷點校園(Kooidea 台灣夥伴大學產銷聯盟)。

B. 促成北市文創品牌跨海日本橋跨海展示合作

臺北市政府觀光局與東京誠品生活日本橋推出特別企劃，於日本東京誠品生活日本橋推出「好久不見·臺北思念」專區，傳遞台灣文化與文創能量。現場展示 10 家台北文創品牌商品及伴手禮，包含台灣甜商店、花見小路、鄭惠中布衣、茶嘉葉、KILIN キリン靴修理、no.30、意一堂、賽先生科學工廠、鬧事設計、曉創意等眾多文創商品。本次品牌業者為本計畫攜手松山文創園區共同推薦爭取展出，跨國展現臺北文創創意與能量。

C. 輔導文創品牌進行商品上架展售、展店

為協助文創創業者進行創作商品的市場驗證，透過松山文創園區營運店鋪空間，提供輔導業者上架展售機會。本年度協助輔導上架文

創商品共 123 件，並提供市場回饋，以利文創品牌調整產品與行銷設計之內容。此外，藉由園區文創能量及場域優勢，提供租賃專櫃或店鋪空間給予輔導業者進行實體銷售，今年完成 3 家文創品牌進駐並開展店面。

D.宣傳扶植計畫相關成果與文創品牌聲量露出

今年因疫情進入三級警戒，計畫調整與替代方案的轉型，透過線上持續輔導業者，給予專業建議與意見交流，更將品牌創立經驗、訪談內容及商品獨特性等，以新聞報導文章方式撰文，發布於扶植計畫官網或松山文創園區等公開網站露出，其藉助於網路、社群媒體力量，替品牌累積影響力，正面傳遞文創品牌在台灣發展醞釀之創作實力。本次共完成 6 篇報導。

2. 達成效益

(1) 擴充「選·台北」上架產品資訊以觸及新需求市場。

⊕完成「選·台北」平台內業者「客製化禮品」意願調查並同意提供禮品客製服務接單共完成登入 100 件款式商品供市場選擇。

⊕完成彙整「選·台北」在內的各類商品品項進行盤點提供統計報告乙式，作為未來平台擬定新企畫資料參考。

(2) 協助扶植文創業業者進行市場實證與拓展多元市場發展

⊕完成公告徵集文創商品，提供在松菸小賣所、主題市集或類似平台進行輔導上架與銷售共 123 件款式商品。

⊕輔導文創業業者開設獨立店鋪(實體或網路)共計 3 家。

⊕透過網路或實體活動，協助宣傳展示文創業業者商品或實績，提升大眾對本計畫扶植成果認識，共計露出 6 篇宣傳文案內容。

契約 KPI 與結案成果 KPI 對照表

工作主軸項目	第一次契約變更 KPI	結案成果 KPI
一、品牌培力計畫「推動工作(原臺北市文創產業產業扶植計畫)」	累計單一諮詢窗口服務利用人次至少 70 次、個案輔導案例 10 案。	累積單一諮詢窗口服務利用人次共計 72 次、個案輔導案例 12 案。
	辦理政策資源說明會與交流媒合會各 1 場，累計參與文創業業者至少 130 人次。	辦理政策資源說明會與交流媒合會共 2 場，累計參與文創業業者共計 163 人次。
	辦理文創扶植論壇、講座、工作坊、參訪等活動共計 9 場(含)以上。	辦理文創扶植論壇、講座、工作坊、參訪等活動共計 16 場。
	創造 5~10 間文創業業者可在通路商前有獨立發表品牌簡報機會，促成品牌與通路商洽談開啟通路媒合之商業契機。	創造 7 間文創業業者可在通路商前有獨立發表品牌機會，促成品牌與通路商洽談開啟通路媒合之商業契機。

工作主軸項目	第一次契約變更 KPI	結案成果 KPI
	與美國創新中心或相似單位成功聯盟合作至少 1 個，並舉辦 5 場以上主題培力講座，參與人次累積至少 150 位以上(新增計畫效益)。	與美國創新中心及文化內容策進院聯盟合作，共計 2 個合作單位，並舉辦 7 場主題培力講座，參與人次累積 345 人以上(活動亦進行現場轉播，累積觀看 179 人次)。
二、市場拓銷計畫(臺北市文創產業國際拓銷計畫)	擴充「選·台北」上架產品資訊以觸及新需求市場： 1. 完成「選·台北」平台內業者「客製化禮品」意願調查並同意提供禮品客製服務接單至少登入 80 件款式商品供市場選擇。 2. 彙整「選·台北」在內的各類商品品項進行盤點提供統計報告乙式，作為未來平台擬定新企畫資料參考。	擴充「選·台北」上架產品資訊以觸及新需求市場： 1. 完成「選·台北」平台內業者「客製化禮品」意願調查並同意提供禮品客製服務接單共登入 100 件款式商品供市場選擇。 2. 完成彙整「選·台北」在內的各類商品品項進行盤點提供統計報告乙式，作為未來平台擬定新企畫資料參考。
	協助扶植文創業者進行市場實證與拓展多元市場發展： 1. 公告徵集文創商品，提供在松菸小賣所、主題市集或類似平台進行輔導上架與銷售至少 100 件以上款式商品。 2. 輔導文創業者開設獨立店舖(實體或網路)至少 3 家。 3. 透過網路或實體活動，協助宣傳展示文創業者商品或實績，提升大眾對本計畫扶植成果認識，至少露出 5 篇宣傳或展示內容。	協助扶植文創業者進行市場實證與拓展多元市場發展： 1. 完成公告徵集文創商品，提供在松菸小賣所、主題市集或類似平台進行輔導上架與銷售 123 件款式商品。 2. 輔導文創業者開設獨立店舖(實體或網路)共計 3 家。 3. 透過網路或實體活動，協助宣傳展示文創業者商品或實績，提升大眾對本計畫扶植成果認識，共計露出 6 篇宣傳文案內容。

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。

110 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。持續拓展與周邊文化場域的串連，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 110 年度服務 73 萬 9,113 人次，臺北市電影主題公園服務 8 萬 9,751 人次。110 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」，110 年辦理天數為 76 天、總攤位數為 776 攤、總人數為 29 萬 878 人次，月平均攤數 97 攤，平均服務 3 萬 6,360 人次/月。（110 年度 5 月份至 8 月份因疫情暫停辦理）

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 18 部影片，參與活動人次共 382 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。110 年度因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響節拍廣場共辦理 8 場。

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。110 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 13 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。110 年協助拍攝影視、廣告、雜誌及音樂錄影帶等共計 13 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。110 年度放映作品共計 18 部（未包含重複放映之影片數），並與 MATA 獎- 大專校院學生原住民族文化特色數位影音競賽及臺北市影視音實驗教育機構合作放映活動。

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；110 年受新冠肺炎（COVID-19）疫情影響，平均每月有 5 組左右的表演團隊來此演出。並因 110 年為河岸留言 20 周年，合作辦理相關戶外展演及音樂講座之活動。

(2) BEAT SQUARE 節拍廣場

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。西門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。110 年度節拍廣場共辦理 8 場。

(3)西門紅樓 110 年結合光時代科技的 AR 實境技術，透過手機或平板裝置，掃描獨家光標籤機器進入虛實世界，就可以看到 3D 的鬼怪們在紅樓門口以及西門町街區多處遊走，讓民眾能夠跟鬼怪們互動拍照。本活動開放 25 位五至十歲的小朋友報名參加，體驗別處找不到的萬聖節最潮魅力。藉此活動振興西門商圈與館內景氣、維繫館所與街區店家良好互動關係，並可在疫情趨緩後，增加本館正面形象與關注。本次活動辦理場次共 1 場。

(4)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。

(5)西門紅樓生日慶(110 年 12 月份)

市定古蹟西門紅樓 110 年適逢落成 113 周年，在 12 月以《生日快樂市集》為主題規劃生日慶活動，結合西門紅樓代表性活動創意市集，擴大辦理邀請 68 攤不同性質之市集攤位共襄盛舉，慶祝紅樓生日。活動參與人次共計 7,339 人次。

4.文創類

(1)創意市集活動(5 月-8 月受疫情影響未辦理)

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。110 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，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，110 年度共

計 12 堂課程，256 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。110 年度與希嘉文化有限公司《100 種讓喜歡的事成為生活概念店》、亮依國際有限公司《鯤》合作，後因 110 年 5-8 月三級防疫全面休館。故與亮依國際有限公司延長合作快閃計畫。

(4) 志工發展計畫

110 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。

(5) 導覽服務

110 年度「街區深度導覽」活動，探索萬華街區的人文風采，呼應當年度熱門電視影集《天橋上的魔術師》，規劃「中華商場」主題路線，深入挖掘在地元素，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。

2/21、2/27《中華路上⊙商場拾光》，辦理共 2 場次，參與人次計 63 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。110 年靈活運用茶坊空間的使用性，舉辦了『茶講座：消失的天橋，沒有魔術師—並不遙遠的 1980 年代與西門町』1 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) 110 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	76	西門紅樓創意市集	01/01(三)~12/31(四)每週六、日 ----- 含擴大市集 02/12(五)至 02/16(二)新春主題市 02/26(五)至 02/28(日)2020 台北燈節擴大市集 04/02(五)至 04/05(一)兒童節擴大市集 12/18(六)-12/19(日)紅樓生日快樂市集	北廣場	290,878
音樂	56	河岸留言	01/05(二)20:30-22:30、01/08(一)20:00-22:00、 01/19(二)20:00-22:00、01/22(五)19:30-21:30、 01/30(六)19:30-21:30、02/25(四)20:30-22:30、 02/26(五)20:00-22:00、02/27(六)20:00-22:00、 03/05(五)20:00-22:00、03/06(六)20:00-22:00、 03/12(五)20:30-22:30、03/19(五)20:00-22:00、 04/03(六)20:00-22:00、04/11(日)20:00-22:00、 04/16(五)20:00-22:00、05/01(六)20:00-22:00、 05/07(五)20:00-22:00、08/27(五)09:00-00:30、 08/29(日)20:00-22:00、09/04(六)20:00-22:00、 09/05(日)17:00-04:00、09/10(五)20:00-22:00、 09/11(六)20:00-22:00、09/18(六)20:00-22:00、 09/25(六)20:00-22:00、09/25(六)20:00-22:00、 09/29(三)20:00-22:00、10/02(六)20:00-22:00、 10/08(六)20:00-22:00、10/09(日)19:30-22:00、 10/24(日)15:00-19:00、11/12(五)20:00-22:00、 11/13(六)20:00-22:00、11/19(五)20:00-22:00、 11/21(日)20:00-22:00、11/27(日)20:00-22:00、 12/03(五)20:00-22:00、12/04(六)20:00-22:00 12/11(六)21:00-23:00、12/12(日)21:00-23:00 12/17(六)20:00-22:00、12/18(日)19:00-21:00 12/19(一)19:00-21:00、12/22(三)20:00-21:00 12/24(五)20:00-22:00、12/25(六)18:00-21:00 12/26(日)13:00-17:00、12/31(五)21:20-24:00	十字樓橫段一 /二樓河岸留 言	9,790
場次總計	132			人數總計	30,0668

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					

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
綜合	1	迷你機器人吊飾 DIY	01/16(六) 13:00-17:00	16 工房十字樓	12
綜合	1	迷你機器人吊飾 DIY	01/23(六) 13:00-17:00	16 工房十字樓	36
綜合	1	迷你機器人吊飾 DIY	01/24(日) 13:00-17:00	16 工房十字樓	30
綜合	1	迷你機器人吊飾 DIY	01/31(日) 13:00-17:00	16 工房十字樓	32
影視/廣播	1	月光電影院	01/09(六)19:00-20:00	藝術方塊	18
影視/廣播	1	月光電影院 X「第七屆 MATA 獎：看見 X 傳承」全國巡迴影展	01/22(五)19:00-22:00	藝術方塊	47
影視/廣播	1	月光電影院 X 臺北市影視音實驗教育機構	01/30(六)19:00-21:00	藝術方塊	90
流行音樂	1	節拍廣場	01/16(六) 15:00-17:00	藝術廣場	198
舞蹈	1	DANCE FOR HOOD 社區街舞推廣課程	01/30(六)14:00-15:00	多功能展演廳	10
戲劇	3	《仲夏夜之夢》	01/01(五)19:45 01/02(六)19:45 01/03(日)19:45	二樓劇場	765
戲劇	5	童話秀逗秀	01/15(五)19:30 01/16(六)14:30, 19:30 01/17(日)14:30, 19:30	二樓劇場	1,180
戲劇	1	松田丸子 25 週年 POSA 演唱會台北安可場	01/23(六) 19:30	二樓劇場	240
舞蹈	4	布格電視台	01/30(六)、01/31(日)15:00、18:30	二樓劇場	490
一月小計：場次 22，人數 3,148					
二月份					
視覺藝術	24	《天橋上的魔術師》散步地圖—西門紅樓站	02/02(二)-02/28(日) 週五、六:11:00-22:00 週日、二、三、四、:11:00-21:30 *週一休館，02/15(一)正常營業*	中央展區	39,405
視覺藝術	9	『天橋上的魔術師』影集的 99 樓一場景體驗 VR 展	02/20(六)-02/28(日)週五、六:11:00-22:00 週日、二、三、四、:11:00-21:30 *週一休館*	二樓劇場	2,452
綜合	1	中華路上*商場拾光	02/21(日)14:30-17:30	中華路	29
綜合	1	中華路上*商場拾光	02/27(六)14:30-17:30	中華路	34
綜合	1	好運牛牛提燈	02/07(日) 14:30-15:20	16 工房十字樓	42
綜合	1	HAPPY 牛春聯	02/07(日) 15:30-16:20	16 工房十字樓	42
綜合	1	小石子商行- easy 天然石專賣店 為你串一條手鍊	02/07(日) 13:30-16:30	16 工房十字樓	6
綜合	1	小石子商行- easy 天然石專賣店 為你串一條手鍊	02/14(日) 13:30-16:30	16 工房十字樓	8
影視/廣播	1	月光電影院 《馳騁》	2/6(六)19:00-19:30	藝術方塊	15
流行音樂	1	節拍廣場	2/6(六)15:00-17:00	藝術廣場	202
舞蹈	1	DANCE FOR HOOD 社區街舞推廣課程	2/6(六)14:00-15:00	多功能展演廳	12
二月小計：場次 42，人數 42,247					
三月份					
流行音樂	3	河岸二十音樂祭之西門慶與紅樓夢-慶舞台	03/26(五)、03/27(六)、03/28(日) 16:30-21:30	北廣場	1,630

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
流行音樂	3	河岸二十音樂祭之西門慶與紅樓夢-寶舞台	03/25(四)17:30-21:15 03/26(五)15:00-18:45 03/27(六)14:00-18:45	二樓劇場	590
流行音樂	5	河岸二十音樂產業論壇	03/25(四)14:00-15:30、16:00-17:30 03/26(五)12:00-13:30、14:00-15:30 03/27(日)12:30-14:00	茶坊	1,550
綜合	1	DIY 半立體彩繪畫(小豬篇)	03/27(六) 14:00-17:00	16 工房十字樓	12
綜合	1	麻糬兔徽章袋著走	03/28(日) 14:30-17:00	16 工房十字樓	22
綜合	1	【刺繡課程】人體血管分布 - 刺繡基礎觀念&3 種針法運用	03/20(六) 1430-1630	16 工房十字樓	6
流行音樂	1	節拍廣場	3/20(六)15:00-17:00	藝術廣場	198
舞蹈	1	DANCE FOR HOOD 社區街舞推廣課程	2/6(六)14:00-15:00	多功能展演廳	12
影視/廣播	1	月光電影院 《山林的告解》	3/13(六)19:00-19:30	藝術方塊	8
影視/廣播	1	月光電影院 《反抗》	3/27(六)19:00-19:30	藝術方塊	25
視覺藝術	18	《天橋上的魔術師》散步地圖—西門紅樓站	03/01(一)-03/22(一) 週五、六:11:00-22:00 週日、二、三、四、:11:00-21:30 *週一休館*	中央展區	30,387
視覺藝術	1	『天橋上的魔術師』影集的 99 樓一場景體驗 VR 展	03/01(一)11:00-22:00 *貴賓場*	二樓劇場	612
流行音樂	1	TCMC 金牌音樂會	03/13(六)14:30	二樓劇場	240
古典與傳統音樂	1	雲水仲夏吟歌仔	03/28(日)14:30-17:00	二樓劇場	240
民俗與文化資產	1	茶講座：消失的天橋，沒有魔術師—並不遙遠的 1980 年代與西門町	03/13(六)14:00-17:00	中華路	42
三月小計：場次 40，人數 35,574					
四月份					
舞蹈	1	我在春天生 薛喻鮮獨舞創作	04/01(四)19:30-20:40	二樓劇場	200
其他	1	寶島脫口秀	04/09(五)19:30-21:00	二樓劇場	200
古典與傳統音樂	1	群星耀紅樓-老歌演唱會	04/10(六)19:30-21:00	二樓劇場	220
古典與傳統音樂	1	懷念經典歌曲之夜	04/11(日)19:30-21:00	二樓劇場	230
戲劇	2	眾生之礙皆是愛	04/23(五)18:30 04/24(六)17:00	二樓劇場	480
民俗與文化資產	8	台北西城青春—中華商場開幕 60 週年展	04/22(四)-04/30(五) 週五、六:11:00-22:00 週日:11:00-21:30 周一休館	中央展區	20,664
流行音樂	1	節拍廣場	4/10(六)15:00-17:00	藝術廣場	203
舞蹈	1	DANCE FOR HOOD 社區街舞推廣課程	4/10(六)14:00-15:00	多功能展演廳	16
影視/廣播	1	月光電影院 《避風》	4/17(六)19:00-19:30	藝術方塊	17
影視/廣播	1	月光電影院 《回憶錄》	4/24(六)19:00-19:30	藝術方塊	20
四月小計：場次 18，人數 22,250					
五月					
舞蹈	2	2021 年全女子風格街舞派對-女子 High	05/01(六)14:30、17:30	二樓劇場	180
舞蹈	1	我在春天生薛喻鮮獨舞創作	05/02(日)	二樓劇場	200

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
古典與傳統音樂	3	Memory 琴友記憶	05/07(五)	二樓劇場	80
影視/廣播	2	月光電影院	5/1(六)19:00~20:00 5/8(六)19:00~19:30	藝術方塊	118
五月小計：場次 8，人數 578					
六月-受疫情影響未辦理藝文活動					
七月-受疫情影響未辦理藝文活動					
八月					
戲劇	1	2021 精緻客家大戲《花園女》 巡演記者會	8/11(三)14:00-16:00	二樓劇場	100
八月小計：場次 1，人數 100					
九月					
民俗與文化資產	27	『重返西門町』周志勳與李家維 的青春紀錄特展	09/01(三)-09/30(四) 周二至周五 11:00-18:00 週六 11:00-22:00 週日 11:00-21:30	西門紅樓	6,785
說唱	1	噁林惡靈：先笑環生	09/18(六)19:30-21:30	西門紅樓	100
流行音樂	1	節拍廣場-線上版	9/18(六)15:00~16:30	TWITCH	42
九月小計：場次 29，人數 6927					
十月					
說唱	4	2021 臺北大碗茶	10/01(五)19:30 10/02(六)14:30、19:30 10/03(日)14:30	二樓劇場	934
說唱	1	《三十三》	10/04(一)14:30	二樓劇場	150
其他	10	All Star 不羈夜 2021	10/08(五)-10/11(一) 2021/10/8(五) 20:00 賀壯德 Jim feat. 歐耶 2021/10/9(六) 14:00 賀壯德 Jim feat. 呱吉 2021/10/9(六) 17:00 賀壯德 Jim feat. 呱吉 2021/10/9(六) 20:00 賀壯德 Jim feat. 歐耶 2021/10/10(日) 14:00 賀壯德 Jim feat. 呱吉 2021/10/10(日) 17:00 賀壯德 Jim feat. 呱吉 2021/10/10(日) 20:00 賀壯德 Jim feat. 歐耶 2021/10/11(一) 14:00 賀壯德 Jim feat. 呱吉 2021/10/11(一) 17:00 賀壯德 Jim feat. 呱吉 2021/10/11(一) 20:00 全員到齊	二樓劇場	2,276
舞蹈	1	好的 Swing Party Vol.3	10/22(五)	二樓劇場	180
流行音樂	1	2021 台灣國際重唱藝術節【樂齡 阿卡音樂會】	10/23(六)	二樓劇場	200
民俗與文化資產	3	隨光搖滾吧 野台布袋戲 伏魔英雄帖-排練	10/25(一)-10/27(三)10:00-18:00	二樓劇場	129
流行音樂	1	節拍廣場-線上版	10/30(六)15:00~16:30	TWITCH	52
十月小計：場次 23，人數 6,481					
十一月					

類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
流行音樂	1	蝦米視障人聲樂團-2021 線上音樂會	11/10(三)13:00	二樓劇場	150
說唱	1	笑林狂記~不可一世的傢伙們	11/13(六)14:30、19:30	二樓劇場	200
流行音樂	1	《還能當多久原住民》專輯音樂發表會	11/20(六)19:00	二樓劇場	250
舞蹈	1	好的 Swing Party Vol.4	11/28(日)13:30	二樓劇場	240
流行音樂	1	節拍廣場	11/20(六)15:00~17:00	多功能展演廳	65
舞蹈	1	DANCE FOR HOOD 社區街舞推廣課程	11/20(六)14:00~15:00	多功能展演廳	5
舞蹈	1	KRUMP CHARACTER 《角色》	11/13(六)13:00~17:00	多功能展演廳	50
十一月小計：場次 7，人數 960					
十二月					
其他	1	2021 脫口秀爭霸賽	12/03 (五) 20:00	二樓劇場	250
語文與圖書	1	2021 Openbook 好書獎 頒獎典禮	12/04(六)14:00	二樓劇場	200
民俗與文化資產	2	再造經典	12/05(日)14:00~15:30	二樓劇場	580
視覺藝術	10	無邊庇護所	12/10~12/19 週一至週五：11:00~18:00 週六：11:00~22:00 週日：11:00~21:30	二樓劇場	6,180
視覺藝術	10	無邊庇護所	12/10~12/19 週一至週五：11:00~18:00 週六：11:00~22:00 週日：11:00~21:30	中央展區	2,570
視覺藝術	10	無邊庇護所	12/10~12/19 週一至週五：11:00~18:00 週六：11:00~22:00 週日：11:00~21:30	北廣場	10,146
民俗與文化資產	2	五花八門、十項全能	12/25(六)	二樓劇場	590
民俗與文化資產	1	隨光搖滾吧 野台布袋戲	12/31(五)	二樓劇場	230
民俗與文化資產	1	隨光搖滾吧 野台布袋戲	12/31(五)	中央展區	12,042
視覺藝術	10	無邊庇護所	12/10~12/19 週一至週五：11:00~18:00 週六：11:00~22:00 週日：11:00~21:30	16 工房	34,262
其他	2	「水美園」當代植栽市集 by Agaric Garden	12/25(六)-12/26(日)12:00~20:00	16 工房 1、2F	14,970
民俗與文化資產	6	隨光搖滾吧 野台布袋戲工作坊	12/31(五)-1/2(日) :09:30~12:00 15:30 - 18:00	16 工房	113
流行音樂	1	節拍廣場	12/18(六)15:00~17:00	多功能展演廳	93
舞蹈	1	DANCE FOR HOOD 社區街舞推廣課程	12/18(六)14:00~15:00	多功能展演廳	10
綜合	1	諸葛四郎定向越野活動	12/26(日)13:00~17:00	藝術廣場	100
十二月小計：場次 15，人數 82,336					
場次總計：205 場次			人次總計：200,601 人次		

(三)西門紅樓暨電影主題公園 110 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
	108 年	109 年	110 年	較 109 年 人次成長率
1	358,035	382,263	157,434	-58.82%
2	540,175	242,571	160,945	-33.65%
3	338,671	85,171	113,786	33.60%
4	407,739	64,434	149,097	131.39%
5	433,840	99,805	29,660	-70.28%
6	408,731	120,216	因疫情休館	-100.00%
7	410,326	123,388	372	-99.70%
8	397,452	155,833	2,972	-98.09%
9	345,356	114,537	7,747	-93.24%
10	569,330	215,451	19,238	-91.07%
11	388,216	153,215	26,853	-82.47%
12	501,485	162,196	71,009	-56.22%
累計	5,099,356	1,919,080	739,113	-61.49%

年度／ 月份	電影主題公園全區人次總計			人次比較分析
	108 年	109 年	110 年	較 110 年人次成長率
1	7,676	10,359	12,974	25.2%
2	6,939	10,227	11,873	16.1%
3	9,710	9,302	12,057	29.6%
4	9,267	9,866	12,541	27.1%
5	10,565	11,078	5,653	-49.0%
6	17,035	12,273	因疫情暫停開放	-100.0%
7	11,807	11,018	462	-95.8%
8	11,752	14,038	1,914	86.0%
9	33,156	10,489	3,402	-67.6%
10	12,448	15,696	11,314	-27.9%
11	18,578	10,758	8,550	-20.5%
12	13,781	11,420	9,011	-21.1%

累計	162,714	136,524	89,751	-34.3%
----	---------	---------	--------	--------

(四)西門紅樓 110 年度各場地使用率

110 年西門紅樓全館使用率											
	北廣場			二樓劇場			南廣場	河岸 留言	茶坊	精品區	16 工房
月份	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	0.00%	100.00%	35.48%	45.00%	81.81%	58.06%	100.00%	16.12%	100.00%	100.00%	100.00%
2	66.66%	100.00%	82.14%	53.33%	30.76%	42.85%	100.00%	10.71%	100.00%	100.00%	100.00%
3	31.81%	100.00%	51.61%	27.27%	44.44%	32.25%	100.00%	25.80%	100.00%	100.00%	100.00%
4	15.00%	100.00%	43.33%	30.00%	30.00%	30.00%	100.00%	10.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5	0.00%	25.00%	7.69%	11.11%	75.00%	30.76%	100.00%	15.38%	100.00%	100.00%	100.00%
6	因疫情休館										
7	因疫情休館										
8	9.1%	33.3%	13.0%	4.5%	0.0%	3.2%	100.00%	7.0%	100.00%	100.00%	100.00%
9	0.0%	100.0%	30.0%	9.0%	11.1%	10.0%	100.00%	27.0%	100.00%	100.00%	100.00%
10	9.0%	100.0%	39.0%	40.0%	78.0%	45.2%	100.00%	13.0%	100.00%	100.00%	100.00%
11	23.0%	100.0%	43.3%	18.2%	63.0%	33.3%	100.00%	17.0%	100.00%	100.00%	100.00%
12	73.0%	100.0%	71.0%	86.4%	100.0%	90.3%	100.00%	39.0%	100.00%	100.00%	100.00%
平均	20.7%	78.0%	37.9%	29.5%	46.7%	34.2%	100.0%	16.5%	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：本館上半年以電子記數器來計算準確人數，下半年以人工計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，5 月中至 7 月中休館，停業期間不計入使用率計算。

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
1 月	12.9%	38.7%	—
2 月	14.3%	46.4%	—

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
3 月	9.7%	54.8%	—
4 月	6.7%	53.3%	—
5 月	6.5%	9.7%	—
6 月	因疫情暫停開放	因疫情暫停開放	—
7 月	因疫情暫停開放	因疫情暫停開放	—
8 月	0.0%	19.4%	—
9 月	10.0%	53.3%	—
10 月	16.1%	80.6%	—
11 月	3.3%	56.7%	—
12 月	6.5%	58.1%	—
平均	7.2%	39.2%	—

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，110 年廠商因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響進駐作業未能於 110 年度開始營業，故使用率整年度為 0%。

(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。社群網絡時代來臨，藉由內容經營來維持穩定成長。

1. Facebook

自 98 年 10 月份起開始經營 Facebook 粉絲專頁。截至 110 年 12 月 31 日共有 3 萬 5,274 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 110 年 12 月 31 日計有 1 萬 2,110 名粉絲。臉書粉絲專頁除了館所訊息，優惠活動訊息，也透過轉發在地資訊，期許凝聚固定的在地藝文愛好者，帶動人氣。

民國 110 年西門紅樓 Facebook 粉絲數				
年／月	108 年	109 年	110 年	成長率 (110/109)
1 月	32,823	34,035	34,735	2.1%
2 月	32,886	34,051	34,815	2.2%
3 月	33,006	34,071	34,965	2.7%
4 月	33,101	34,083	35,032	2.8%

5 月	33,185	34,090	35,034	2.6%
6 月	33,250	34,141	35,017	2.4%
7 月	33,328	34,187	35,008	2.3%
8 月	33,433	34,239	35,012	2.0%
9 月	33,523	34,281	35,014	1.8%
10 月	33,735	34,445	35,065	2.1%
11 月	33,867	34,532	35,195	2.0%
12 月	33,982	34,658	35,274	1.8%

110 年電影主題公園 Facebook 粉絲數				
年／月	108 年	109 年	110 年	成長率 (110/109)
1 月	10,888	11,694	12,068	3.2%
2 月	10,917	11,711	12,088	3.2%
3 月	10,950	11,720	12,104	3.3%
4 月	11,014	11,724	12,099	3.2%
5 月	11,050	11,747	12,117	3.2%
6 月	11,213	11,767	12,113	3.0%
7 月	11,345	11,877	12,103	1.9%
8 月	11,389	11,906	12,093	1.6%
9 月	11,507	11,921	12,086	1.1%
10 月	11,597	12,016	12,113	0.8%
11 月	11,671	12,021	12,113	0.8%
12 月	11,695	12,031	12,110	0.7%

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；西門紅樓官網累積至 110 年 12 月 31 日已突破 4,830 萬 8,978 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 110 年 12 月 31 日亦已吸引 278 萬 5,858 瀏覽人次造訪。

3. 刊物

民國 110 年發行刊物包含報紅第 70 至 71 期，印製量共計 5,000 份；鑽石 DM 文宣 2 萬份。

4. 媒體報導

民國 110 年度平面與電子媒體報導共計 509 篇。拍攝部分共有 57 次非

商業攝影活動來訪，包含三立電視台、大愛電視台、蘋果日報、自由時報、聯合報、中國時報、ETtoday 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

110 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。

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，培養全民在此體驗式文化教育，建立全民文化共識。

(二) 成果概述

110 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。110 年共計 37 萬 9,756 參觀人次，共接洽 62 組場地單位(另有 47 組因新冠肺炎 (COVID-19) 疫情取消)，累積超過 118 檔展演活動，康定路及廣州街共 29 個展間，使用率為 55.07%，自辦 6 檔展覽、11 部電影放映及 7 場電影講座、1 場大型城西主題活動(包含 20 場活動)、53 場導覽、講座及表演及工作坊活動，年度媒體篇數 282 篇，平面 13 篇，電視廣播 23 篇，網路媒體 246 篇。

年度／	剝皮寮歷史街區西側人次總計	人次比較分析
-----	---------------	--------

月份	108 年	109 年	110 年	較 109 年 人次成長率
一月	41,451	54,117	59,781	10.5%
二月	64,682	42,268	50,829	20.3%
三月	65,590	28,034	44,125	57.4%
四月	62,425	21,103	55,060	160.9%
五月	64,252	31,088	15,217	-51.1%
六月	56,493	25,024	0	-100.0%
七月	57,207	37,655	3,046	-91.9%
八月	59,614	38,541	6,120	-84.1%
九月	41,418	38,918	15,152	-61.1%
十月	62,324	65,908	23,602	-64.2%
十一月	63,296	55,430	33,155	-40.2%
十二月	60,948	55,601	73,669	32.5%
小計	699,700	493,687	379,756	-23.1%

註：110 年度參觀人次因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響，較去年減少 23.1%

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

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：整 2 間展場燈光、粉刷 11 間展間、木拉門設置 1 座、更換腐爛門窗 14 樘、無障礙木棧道 3 片、廁所木門增加百葉小窗 6 扇、木作上漆 95 樘、雨遮修繕 1 座、雨淋板刷漆 109 平方公尺、清洗 14 台室外機及 103 台室內機、補室外機冷媒 5 次、洗水塔 1 次、園藝景觀維護 1 次、樹木修剪(兩年 1 次)1 式、修繕陰井抽水馬達 1 臺、消防安全設備檢修 1 次、防焰捲簾調整室內採光及溫度 1 式、增設室內白鐵天溝 2 座。

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

110 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；110 年度《百年匠心重拾萬華時光》特展(展間 29 號)以 13 家百年店家及場域，並將特展空間延伸至展間 31 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 15 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，110 年度規劃為人文歷史展覽空間，舉辦二檔展覽分別為：一月《千變萬華》特展，介紹萬華重要信仰文化與坐落於艋舺的重要宮廟，以及周邊延伸發展的信仰產業、十二月《艋舺時光縮影》公仔特展，由萬華社區大學社大及學員完成，透過手工公仔迷型呈現屬於艋舺在地、生活、文化等面向，合作展出前幾屆合作之主題，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 7 萬人次

(2)萬華慶典-城西生活節

剝皮寮歷史街區原為生活場域，同時也為中萬華之核心，周邊充滿商家、茶室、旅社等相關產業，透過生活文化挖掘，展現剝皮寮歷史街區的原有文化溫度，故剝皮寮搭配萬華生活，循著生活脈絡，挖掘艋舺城西在地生活型態，其中更邀請新品牌及藝術家進駐展示。每年年底舉辦「城西生活節」節慶展演活動，與在地商家進行串聯，除達到與民同樂外，也進行文化推廣，展現剝皮寮的創新，並以此區作為認識台北老城發展起源的開始。

今年第三屆《城西生活節你好·市貨》於十一月正式開幕，以「萬

華市場生活」為主軸，作為剝皮寮歷史街區西側的年度重要節慶活動，此次不僅以臺北城西萬華市場生活為中心，更擴及至南萬華加蚋仔－第一果菜市場、中央魚市場、環南綜合市場，北萬華西門紅樓(新起街市場)，更與臺北農產運銷、臺北漁產與環南市場自治會，及周邊東三水街市場、直興市場等自治會合作，透過文獻、口述歷史及產業文物，在當代視角與藝術詮釋轉化下，深入地方發展紋理，拆解萬華作為市場集散地的獨特身份，和市場運作體系背後延續的百年歷史、支撐著整個大北台灣民生的文化樣貌，探索萬華生活圈發展，漫遊百年風華的無圍牆博物館。

整體特展規劃以一聲日常問候「你好」，象徵人情互動，並取「識貨」諧音之「市貨」作為主題，以「貨物」為特展媒介，走進剝皮寮體驗台北的百年大冰箱第一果菜市場、中央魚市場，以及因貨物流通也搭建起情感流動的環南綜合市場，民眾從理解萬華市場的文化底蘊，見證市場生活本身即是人情交換的場域。

除上述的《城西生活節》特展之外，規劃文化巡禮系列活動，從「市場大補帖」走讀導覽 6 場、「城西一起聊」焦點座談 2 場、「市場好灶藝」沉浸式表演 3 場、「識貨人玩市場」工作坊 4 場等各項活動，讓民眾一同跑場次，從不同角度及面貌，認識萬華的文化與特色。

地點：展間 35、37、39、161、129、131 號、演藝廳

場次：1 檔節慶展演活動及展覽

參與人次：展覽約 1 萬 2,000 人次，活動約為 500 人次

(3)產業教育講座工作坊活動

萬華為早期產業聚落發源地，包含竹編、紡織、印刷、菜市場等，故將從產業串聯出發，以「剝剝起家厝」為主題單元，尋找台灣藝術、教育、文史等生活各項領域專家，以在地生活精神為主題，開發不同類型的超值課程，讓民眾擁有知性的體驗，帶走屬於自己的創作及見聞。與各領域團隊、產業職人共同合作產業教育活動，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，增加萬華外地遊客對萬華老城文化產業的深入瞭解。

本年度四月及十二月舉辦《剝剝起家厝》系列單元：2 場「綠意植感工作坊」由在地團隊原生態工作室以自然植栽連結生活與環境之議題課程、1 場「手作老街牌樓模型」與萬華社區大學公仔班團隊及講師合作，以剝皮寮街屋牌樓為創作帶民眾親手捏出歷史建物外型，

於十月至十二月單元為「識貨人玩市場」舉辦 3 場以市場為概念之手作體驗「手作食物袋」、「蔬果家園羊毛氈」，與親子共讀「百年街廓讀繪本」等工作坊，透過傳統歷史脈絡及人生在地生活，發展系列教育活動，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

參與人次：180 人次

(4)電影放映及影像推廣教育

110 年度規劃系列單元分別為：三月「剝剝看電影台灣短打經典重映」選映台灣當期新銳短片、三月「孢子囊電影院」以台灣紀錄片產業為推廣主軸，四月「剝剝看電影鏡框之外的直擊」與台北電影節合作，邀請獲獎導演分享其早期創作短片之心路歷程，包含導演程偉豪、蕭力修、10 月由北藝大電影創作學系主辦的第十三屆關渡電影節合作，以臺灣學生優秀作品與國際交流為平台之展前放映活動，整年度總共放映 11 場電影，邀請 4 位導演、演員、影評人及相關從業人員參與，其中包含 7 場電影座談。

剝皮寮歷史街區的影像教育課程以增進文化美學涵養，同時促進剝皮寮歷史街區之跨領域文化整合，邀請不同領域之專業團隊以多元角度及教學媒介為題材，包含與知名果陀劇場合作，辦理《果陀劇場 X 剝剝學堂》由戲劇表演認識影像角色的肢體韻律，結合剝皮寮街屋故事民眾扮演一位為不同的人物角色，從影像光影變化啟發學員對光學的好奇與變化層次、與在地團隊玩閱科技合作《小剝探索家導讀活動》透過影像敘事，連結紙本闖關卡故事，促進親子在遊戲互動親密度與解謎過程的思考想像力。

地點：視聽室、演藝廳

場次：11 部電影放映、7 場電影座談、9 場活動

參與人次：約 810 人次

(5)剝剝夏樂慶

剝皮寮歷史街區為西區重要觀光場所，同時為富有教育意義之場域，為推廣剝皮寮三百年歷史的故事脈絡，同時也介紹街區內曾有的文化，109 年舉辦之「剝剝夏樂慶」以街區教育、文化推廣、萬華文化場館串連為核心，推動國小、中等學校社會教育體驗，與剝皮寮鄰

居老松國小密切合作，是萬華教育推廣之重要藝文場館空間。

本年度四月份舉辦第二屆《剝剝夏樂慶》，以老街冒險記為號召，將情緒轉化為視覺七彩光譜，民眾化身為探索家「小剝」，在百年街廓裡探索喜怒哀樂裡的五顏六色，透過探險關卡遊戲，運用剝皮寮空間特性以及親子、家庭及朋友們的共同協力，在街區中尋找組成情緒的各種元素，在體驗闖關的當下親身認識剝皮寮的空間與人文故事，以及感知疫情期間自己內心深處的感受認識內在的自己。期間也與在地藝文場館串連宣傳，有「西門紅樓」親子市集、「臺北市鄉土教育中心」古蹟搜查隊、「臺北婦女館」魔法少女：一場關於變身的旅程特展、「夢想城鄉營造協會」脆弱畫室：互動體驗展、「新富町文化市場」萬華世界 WAN der LAND 特展與系列活動，民眾不僅能認識剝皮寮的歷史與故事，還能體驗萬華在地豐富的文化特色，展覽及活動內容，皆獲得好評。

地點：展間 33、13、15、129、131、155、視聽室、土炭市

場次：1 檔街區串聯藝文教育活動

參與人次：約 7,000 人次

(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，於十月與聯經出版社合作「慢讀之森」台北市圖行動書車活動，藉由書車穿梭大街小巷吸引市民目光，著眼生活的閱讀，推廣在百年街廓廣場讀繪本，搭配小丑劇表演與親子瑜珈韻律，吸引大批親子族群參與；於同月以《一封來自法庭的邀請函》由 Phi 表演工作室以表演戲劇呈現司法教育的歷程故事，以互動演出推廣台灣司法知識；十二月城西生活節舉辦的《市場囤仔覓滋味》表演節目，帶民眾遊歷街區，體驗在地市場老闆與居民的買菜回憶，探討家庭與市場的情感故事，跨域融合視覺影像與表演藝術的節目內容，更延伸以在地為故事概念設計的故事工作坊，使表演藝術文化容易與大眾接觸並

產生互動，多樣的媒材運用與表現手法，獲得長期參與剝皮寮活動與社區里民等口碑讚賞。

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，本年度與萬華社區大學合作《小田園教育計畫》，剝皮寮提供街區零號廣場，做為社大師生綠美化街區植栽推廣，並結合四月連假街區闖關活動帶親子認識台灣原生種植物、二月起由臺灣女性生涯發展協會《女力*生涯*蛻變》特展，探討女性在當今社會結構下的養育及重返職場之議題、十二月社團法人夢想城鄉協會舉辦《脆弱畫室生命故事創作展》，長期專注於萬華弱勢議題，藉由團體創作分享一段段生命故事，吸引民眾關心無家者議題。更引進以網紅元素之優質展演活動，包含於2020年紐約雙年展演出的余政達團隊，於剝皮寮帶來「Charlie 的叭叭洗澎澎」單曲創作發表，由虛擬網紅「法咪咪」這位角色的幽默風趣，探討西方社會對亞洲文化的刻板印象，吸引許多對當代藝術議題有興趣之族群參與，讓多元平台的電子媒體更認識剝皮寮場域與廣納多元議題的形象。同時2022年逢疫情情勢，剝皮寮更是首座設立為台北市臨時快篩站的唯一藝文場館，在防疫期間與市府、聯合醫院以及在地居民站上抗疫最前線，並在36天後功成身退，剝皮寮成為歷史性的抗疫堡壘，由專業策展團隊西米創意設計，將快篩站的36天，透過影像紀錄、物件展示和人物訪談，對歷經艱難時刻的人們致上敬意。

地點：廣場、173巷街區、演藝廳、視聽室、剝皮寮西側遊客中心

場次：9場活動、5檔合作展覽

參與人次：約21,000人次

3. 社群經營推廣

(1) 實習生及志工招募

110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。

本年度招募計畫為上下半年，因下半年逢疫情期間暫停辦理，故整

年度共累積 55 人報名，實習生錄取 7 人，志工錄取 2 人，共舉辦 4 場培訓課，總共累積受訓人次 36 人次。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 110 年底共有 75 萬 5,343 造訪人次，年度增加 21 萬 4,137 位官網瀏覽人數，平均每月成長 3.77%；臉書粉絲專頁累積至 110 年底共有 1 萬 9,704 位粉絲，年度增加 2,565 位粉絲人數，較去年成長 20%；Instagram 官方平台則累計 1,967 粉絲人數，年度增加 332 位粉絲人數，較去年成長 60%。

110 年/月	臉書粉絲人數	官網瀏覽人數	Instagram 人數
1 月	17,268	568,105	1,671
2 月	18,326	590,525	1,731
3 月	18,555	624,074	1,819
4 月	19,030	639,595	1,834
5 月	19,155	657,840	1,823
6 月	19,159	666,038	1,830
7 月	19,182	672,034	1,831
8 月	19,354	677,530	1,834
9 月	19,379	685,307	1,836
10 月	19,479	700,164	1,871
11 月	19,588	726,380	1,915
12 月	19,704	755,343	1,967
較 109 年度成長	14.97%	39.57%	20.31%

台北偶戲館

一、台北偶戲館經營管理及推廣

(一)典藏

1.110 年度完成 50 件館內藏品拍攝

2.110 年度完成典藏品全面盤點，針對館內所有藏品進行盤點、狀況分級以及清冊更新等工作項目，完善臺北市偶戲文物基礎資料，以利後續展示及調查研究所需。盤點後確認館藏共有 4,793 件，未來將就盤點結果逐步進行文物詮釋資料作業。

(二)展覽

1.常設展優化

109 年台北偶戲館常設展已完成第一階段更新，以台灣與世界偶戲為主題，增加友善兒童及互動趣味裝置，適合親子寓教於樂，認識偶戲歷史與美學文化。110 年配合展覽新氣象，進行第二階段優化計畫，將主視覺延伸至一樓入口處、改善指標系統，整合館所現有繽紛的色彩及空間意象，讓民眾從一樓即有踏入偶戲世界的驚喜感，進而對偶戲文化產生期待與認同感。

110 年完成項目：

- (1)一樓至二樓樓梯間之視覺，使其更加一致化及符合館所氛圍。
- (2)二樓玻璃窗貼，更有利於民眾辨識館所位置及增加活潑度。
- (3)完成電梯視覺更新。

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)《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：5,498 人

以台北偶戲館典藏的印尼皮影戲偶（WayangKulit）和扁平傀儡偶（WayangKlitik）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。

√《偶樂交織：印尼表演藝術探索之旅》特展講座

日期：110 年 03 月 21 日(日)

√《虛實交織：爪哇皮影戲的操偶與搬演》特展講座

日期：110 年 03 月 28 日(日)

√印尼女英雄日 Kartini Day

日期：110 年 04 月 11 日(日)

(2)《「神匠鬼斧造容顏—臺灣木偶之父許協榮」專題展》

展覽日期：110 年 05 月 01 日(六)至 111 年 02 月 13 日(日)，參觀人數：4,491 人

在臺灣專業布袋戲偶雕刻師中，許協榮素有「台灣木偶雕刻之父」之稱，自其創立「許協榮雕刻社」以來，長久與各布袋戲團合作，刻製出許多耳熟能詳的經典戲偶，如開創金光戲風潮，風靡全台的「大俠百草翁」及「鬼谷子」。許協榮的戲偶不僅活靈活現，更具有鮮明的樣貌，在戲臺上栩栩如生。今日，許家二代承接衣鉢，延續並創新臺灣戲偶雕刻的藝術風格。

透過展覽及互相搭配，除呈現戲偶的美，更帶領觀眾透過實作了解雕刻師們在創造戲偶時的狀態及美學意含。傳統布袋戲偶工藝繁複，製作不易，每個步驟都需要專心致志，這個部分不容易被大眾知悉。期望本展覽活動能成為觀眾認識臺灣布袋戲的櫥窗，看見美，也看見台灣精神。

√《認識金光戲兒童線上課程》

日期：110 年 10 月 02 日(六)

講師：「清華閣周祐名掌中劇團」周祐名團長

內容：配合特展讓不同年齡層的人都有深入了解金光布袋戲的機會，偶館特別邀請了小朋友最愛的「清華閣周祐名掌中劇團」周祐名老師作為活動講師，透過周老師活潑生動的講述與引導，讓小朋友能在歡樂、有趣的氛圍中，一起認識金光布袋戲的故事與歷史。

√《刻偶這件事線上講座》

日期：110 年 10 月 16 日(六)

講師：曾俊豪老師

內容：由曾俊豪講師講解製作偶頭的步驟，包含刻偶該準備的材料、工具，及刻偶流程與細節，讓參予民眾了解偶頭製作過程的繁雜及精細。

√《武功蓋世論金光-線上講座》

時間：110 年 10 月 21 日(四)

講師：新興閣掌中劇團第六代團主鍾任樑

內容：本次講座特別邀請新興閣第六代傳人鍾任樑老師，與大家分享金光戲的輝煌年代。內容除介紹這些光怪陸離、充滿神力的角色如何維持五 O 年代的世界和平，成為他們年代的漫威英雄外也將金光布袋戲的歷史作了完整的介紹，讓不了解金光布袋戲的民眾可以藉由此次講座對金光布袋戲有更深的認識。

√《特展系列講座—專書講座》

日期：110 年 11 月 13 日(六)

講師：陳龍廷教授、許嘉芬偶戲館前館長、曾俊豪老師

內容：配合本次特展偶館編寫第一本典藏台灣刻偶師許協榮師傅作品書籍，特於專書發表會中辦理講座，邀請師大台文系陳龍廷教授、偶戲館前館長許嘉芬及展覽顧問曾俊豪，分別從文史、偶戲和木雕角度剖析許榮大師作品。透過講座認識寫實、魔幻的人偶雕刻雕創作，通過偶戲作品看見過去台灣社會縮影。

3.台北偶戲館巡迴展

《輝煌 90 技藝傳承-陳錫煌的昨日、今日與明日》台北偶戲館巡迴展

展覽日期：110 年 07 月 12 日(一)至 111 年 02 月 27 日(六)，參觀人數：5,527 人

地點：高雄皮影戲館

文化資產的保存需要仰賴世代傳承與推廣，台北偶戲館駐館藝師陳錫煌大師對於傳承傳統文化不遺餘力。

本館為讓傳統技藝得以薪火相傳，於 109 年辦理陳錫煌「輝煌九十・技藝傳承」特展大獲好評，受高雄歷史博物館之邀至高雄進行巡迴展，將陳錫煌師生聯展移師至岡山皮影戲館展出，展出內容之「昨日」以傳統概念出發，展出陳老師作品，藉由傳統修復技藝的思維，彰顯傳統藝術一筆一畫、一針一線的樸實手感美學；「今日」以傳承概念出發，集結陳錫煌老師推動十多年的掌中技藝傳習計畫的教師及學員創作；「明日」以創新的概念出發，曾習於陳錫煌老師麾下的

學員，將展示出他們如何以傳統為根基，打破藩籬，替布袋戲藝術創造出別於過往的嶄新樣貌。，帶給高雄地區臺灣現有的傳統布袋戲脈絡不同想法與改變，同時也推廣臺灣傳統藝術及串聯臺灣南北的文化資源。

(三)教育及推廣

1.教育推廣及演出活動

(1)110 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。110 年度參與人數如下：

活動名稱	人數
導覽活動	9,190 人
戲偶 DIY	1,071 人
小型偶劇	4,786 人

(2)「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。

(3)夜遊台北偶戲館

台北偶戲館首次於夜間開館，由成立一甲子的彰化縣傑出演出團體「光興閣掌中劇團」開場演出，此次演出以經典名作主角-大俠百草翁為主軸加入時事，演出劇目《大俠百草翁—鬼谷子傳奇之四大病毒》，內容不僅符合時事且富有聲光效果，讓鮮少觀賞到金光布袋戲之北部民眾一飽眼福，演出結束後由館長親自進行「神匠鬼斧造容顏—臺灣木偶之父 許協榮」特展的專場導覽，帶領參與民眾以不同面向認識布袋戲文化。

2.偶戲人才養成及培育計畫

(1) 偶戲職人工作坊

偶戲職人工作坊以偶戲為軸心，運用常設展區脈絡：歷史、變化、共創、消逝、未來，與各領域藝術家合作，共同開發聲音、面具、紙糊文化、拼貼、光影盒子五場工作坊。讓民眾透過工作坊的參與，看見偶戲從傳統到當代，跨越技巧、劇種、形式等嘗試，從不同面向重新認識偶戲。不論學齡前的兒童或者大人，在活動中享受偶戲的獨特魅力！

➤ 聽見形狀，看見聲音—兒童聲音工作坊

課程時間：110/3/6(六)、參與人次：28 人次

➤ 隱身或張狂—紙雕面具工作坊

課程時間：110/3/14(日)、參與人次：22 人次

➤ 生命的祝福—紙紮人偶工作坊

課程時間：110/3/27(六)、參與人次：25 人次

➤ 凝縮與置換—偶戲拼貼劇場工作坊

課程時間：110/3/28(日)、參與人次：24 人次

➤ 造光者—光影盒子工作坊

課程時間：110/4/3(六)、參與人次：25 人次

(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。110 年度共計參觀學校人數共 4,715 人。

(3) 「掌藝薪傳」—傳統掌中戲推廣計畫

台北偶戲館作為偶戲藝術教育的中心，負有發揚、保存、傳承掌中戲傳統技藝的使命。110 年由本館提供場地，駐館藝師陳錫煌老師開設大師工作坊，課程規劃以一齣戲為主題，由學員擔任演出、道具製作及後場音樂，課程結束後 10 月 31 日(日)於台北偶戲館 1 樓中庭進行成果發表會，發表會現場除展示工藝班學員之作品外，也由操偶班和音樂班聯合演出火雲洞、牛頭山和武松打店 3 齣劇碼。

◆戲服、盔帽工藝製作：規劃全年課程，基本戲服、盔帽製做，並於戲偶班演出時搭配使用。

◆戲偶動作操演：以戲齣表演為目標，完整學習一齣布袋戲演出所需各種技藝，如操偶、口白和內容編排等，並於最後一週進行學習成果發表會。

◆後場音樂課程：規劃全年後場音樂學習課程。學習後場演出的各種樂器，並於戲偶班成果演出時搭配演出。

兵器、道具製作：規劃全年課程，學習製作主題戲齣人物所需的各式兵器或桌椅等道具，並於戲偶班演出時搭配使用。

課程時間：110 年 5 月至 10 月每周日開課。

工作坊參與人次：790 人次、成果發表會參與人次：250 人次。

3. 藝文活動交流

(1) 無獨有偶-偶戲培養皿

以共學形式為現代偶戲領域工作者，搭建一個持續交流與提升的平台；廣泛吸收偶知識、和世界偶潮流接軌、整理爬梳當代偶戲脈絡、偶戲交流與激盪、讓學員之間彼此成為創作之路中互相扶持的力量！

(2) 台北愛樂基金會歌劇坊【莫札特《可愛的牧羊女》、拉威爾《頑童與魔法》】記者會及講座

因台北愛樂基金會歌劇坊此齣戲與布袋戲結合演出，特選定本館舉辦講座及記者會，不僅非常切合主題更可將音樂與偶館結合，可帶來不同於以往的客群及宣傳。

(3) 110 年度也與傳藝中心、三峽圖書館、樸學基金會、教育廣播電台、台北市立圖書館等進行藝文交流活動。

4. 社區推廣活動

(1) 台北偶戲館與松山區健康中心及松山區公所歷年來皆保持相當友好關係，110 年度應松山區公所之邀一同於松山慈祐宮前舉辦錫口文化

節，現場擺放布袋戲偶供民眾現場操作，也安排 DIY 手作課程讓有興趣之民眾預約，將偶戲文化推廣至不同族群，也讓民眾更加認識台北偶戲館。

109 年度與松山區健康中心一同辦理「松青有心・樂齡長青~『舞動指偶有影互動』」樂齡活動受到熱烈好評，110 年度持續舉辦一梯次。

未來也將持續與社區保持良好關係，共同推廣偶戲文化。

- (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。

5.官網改版計畫

檢視本館目前官網的網站架構，為傳統的入口網，系統架構與資料呈現方式與現今的資訊科技有落差，需要配合新科技來進行調整，在使用上更貼近民眾的需求。110 進行官網改版計畫將重新規劃網站版面及整體架構，增加響應式網頁設計，以提供民眾更完善的網站資訊服務。透過新版官網的架設，將能提升本館形象及競爭力，拓展現有的觀眾群，加深民眾的向心力，並向國際即時具體呈現臺灣偶戲藝術的當代性發展，同時提高策展實務和學術研究的便利性和機會。

(四)110 年度服務人數與上年度同期對照統計表

月份	108 年 總人數	109 年 總人數	110 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	1,001		1,001	101.40%
2 月	2,171	1,428	1,368	80	1,448	1.40%
3 月	3,894	160	3,354		3,354	1996.30%
4 月	4,944	159	3,665		3,665	2205.00%
5 月	2,640	654	1,203	450	1,653	152.80%
6 月	1,383	546	-	-	-	-100.00%
7 月	3,042	656	37	101	138	-79.00%
8 月	4,213	768	265	473	738	-3.90%
9 月	4,184	1,846	810	676	1,486	-19.50%
10 月	2,704	610	829	1,771	2,600	326.20%
11 月	3,177	3,203	1,227	1,665	2,892	-9.70%
12 月	2,923	4,365	2,889	1,022	3,911	-10.40%
累計	36,866	14,892	16,648	6,238	22,886	53.70%

▲110 年因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響自 5 月 13 日(四)休館至 7 月 12 日(一)，7 月 13 日(二)起因應疫情改為全面預約制，12 月 1 日(三)恢復正常營運。

▲110 年 10-12 月故宮南院借展 121,267 人次。

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 110 年，共計協拍 6,890 部影視作品。
- (2)110 年度協助攝製影視作品 478 部，包含電影 31 部、電視劇 34 部、廣告 144 部、MV78 部、短片 126 部、紀錄片 8 部、其他 57 部，其中跨國合製作品計 27 部。
- (3)110 年度協助之電影包含《買一送一》、《黑的教育》、《操作》、《暗社工》、《非關時間非關愛》、《科學少女》、《一杯熱奶茶的等待》、《For the Country》、《Loveboat, Taipei 愛之船》等 31 部作品。
- (4)110 年度協助之電視劇包含《美食無間》、《最佳利益 2》、《她和她的她》、《如果花知道》、《人選之人》、《走過愛的蠻荒》、《愛情發生在三天後》、《戀愛是科學》、《一家團圓》等 34 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 110 年，共計協助跨國合製影片計 934 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)110 年度協助跨國合製影片共計 27 部，包含電影 6 部、電視劇 1 部、廣告 3 部、MV 6 部、短片 3 部、其他 8 部。

3.申請項目施行難度增加

- (1)自民國 97 年至民國 110 年協助拍攝製作共計 2 萬 77 個申請項目。
- (2)民國 110 年協助拍攝製作項目 1,553 個，包含協尋及申請場景共 1,224 項；道路使用及車輛相關協助共 241 項；其它製作協助共 51 項；特殊協助項目共 37 項。統計如下：

A.協尋及申請場景：共 1,224 項

- (A)市有房舍或場地計 611 項。
- (B)私有房舍或場地計 27 項。
- (C)國有場地計 168 項。
- (D)醫療院所計 20 項。
- (E)學校計 33 項。
- (F)眷村或老式社區計 17 項。
- (G)公園計 241 項。
- (H)警察局及派出所（消防局）計 107 項。

B.道路使用及車輛相關協助：共 241 項

- (A)道路封閉及拍攝使用之申請計 92 項，其中道路封閉 44 項，道路工作區使用申請 48 項。
- (B)停車場拍攝申請計 82 項。
- (C)捷運申請(含車廂及站臺)計 34 項。
- (D)警車申請計 10 項。
- (E)水車(消防車)申請計 1 項。
- (F)垃圾車申請計 2 項。
- (G)公車(含公車亭)申請計 15 項。
- (H)火車及高鐵申請計 5 項。

C.其它製作協助：共 51 項

- (A)協助尋找特殊道具及器材計 23 項。
- (B)協尋演員排練場地計 19 項。
- (C)協助造景（例如：延長路燈）計 8 項。
- (D)跨縣市場地申請計 1 項。

D.特殊協助項目：共 37 項

- (A)跨局處協調會議計 25 項。
- (B)國外劇組來台行程規劃計 1 項。
- (C)特殊拍攝許可計 11 項。

4.特殊之協拍案例

- (1)收視長紅電視劇《想見你》電影版《非關時間非關愛》，由三鳳製作班人馬於 4 月開始籌備前製，因受疫情三級警戒延至 8 月拍攝，後續申請洛陽停車場、美堤河濱、西門紅樓、西寧南路道路管制、松山文創園區、樟腳居民活動中心、保儀及樟樹公園、國際藝術村等場地，其中西寧南路被設定為 20 年前的演唱會周邊場景，劇組在 1 個月前就開始協調所有營業店家及河岸留言更改外觀，申請道路管制讓兩台

大水車停置在路邊，以及百位群演街道演出，當時為疫情二級警戒無法執行實體跨局處會議，改以來回書面資料審查，最終三次修改內容及拍攝時間後，才成功申請並順利拍攝完成，本案於 10 月初殺青。

(2)本市投資法臺合製電影《For the Country》，為疫情期間專案申請來臺拍攝的國際團隊。此為法國導演 RachidHami 自身故事，由 Karim Leklou、ShaïnBoumedine 及宋芸樺擔綱主演。自 3 月即規劃來臺，期間因疫情三級警戒延至 8 月重啟拍攝，影委會協同法國在台協會向文化部提出專案申請(國外人士防疫期間入境)，讓國際團隊順利抵臺。本會協助西門徒步區封街、松山機場入境大廳、兩廳院廣場、中正紀念堂、捷運系統及松山區公所頂樓拍攝跨年煙火等場景拍攝，期透過大銀幕將臺北城市魅力行銷全球，預計 111 年秋季上映。

(3)公視文宣幕僚職人劇《人選之人》由《我們與惡的距離》林君陽執導，金馬影后謝盈萱及金馬男配戴立忍主演。影委會協助立法院、士林地方法院、臺北賓館、北門廣場及博愛路封街、防災應變中心、陽光街封街、建國迴轉道等多處拍攝。為還原政治宣傳與競選場面，於凱達格蘭大道拍攝總統造勢活動，除了連續 54 小時封閉凱道及延伸管制中山南路外，搭建舞台申請、5 百多名演職人員配置與防疫措施、禁航區空拍申請、景福門亮燈等，經由近二個月方案研究與協調，順利於跨部會、局處會議達成共識，現場拍攝雖遇天候阻礙，最後亦完成拍攝並無任何投訴。本片於 12 月底殺青。

(4)好萊塢 Ace Entertainment Films 投資電影《Loveboat,Taipei 愛之船》，臺灣拍攝占全片九成皆為影一製作負責，由《一頁台北》導演陳駿霖所執導，主演為 Ross Butler(《沙贊》)、Ashley Liao(《富勒之家》)。影委會協拍剝皮寮、北門及其廣場。其中劇組將剝皮寮打造成夜市場景，從陳設、拍攝至撤景 45 小時完成，演員及工作人員逾 200 名依美方規定 PCR 陰性始能進場拍攝，影委會協拍專員亦須配合遵守。另外也協助申請廣州街及漢口街停車格、鄉土教育中心騎樓亮燈。本案 1 月初殺青，預計今年第 3 季上映。

(二)人才培育及專業訓練

- 1.全國最高獎金短片徵件「2021MOD 金片子大賽」，由影委會與中華電信第 7 度合辦，募集 15 分鐘內的影像創意，獎勵臺灣影視創作人才及推廣影像創作風氣，活動總獎金達新臺幣 393 萬元，今年更新增以「島嶼故事」為企畫案主題的百萬「中華電信合作獎」，徵件期間自 6 月 2 日(三)至 8 月 22 日(日)，收件總計 214 部微電影、43 件企劃案，經評審會議

討論選出入圍及得獎作品，並舉行線上入圍影展及頒獎典禮，本屆頒獎典禮再次邀請「三金主持人」黃子佼主持，活動代言人許瑋甯盛裝出席頒獎典禮頒發得獎作品，本屆「最佳男演員獎」由自編自導自演《有風的日子，有雲》的金馬影帝李康生獲得。

2. **孕育編劇的梦想搖籃第十三屆「拍台北」電影劇本徵選活動**，因應疫情首次改為線上徵件，徵件期間自 5 月 3 日(一)至 7 月 2 日(五)，總計 142 件參賽劇本。「好的故事，需要被看見」，本屆為提高得獎劇本、編劇之曝光度，於 10 月 15 日(五)首度舉行頒獎典禮及媒合活動，讓出版方、製作方、投資方與編劇面對面交流，催化劇本拍攝成影像作品。本屆得獎作品為金劇本獎《浮光掠影》游正裕；銀劇本獎《如常》包容任；銅劇本獎《孤島》楊易、臧晟傑。「拍台北」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》、《愛·殺》及公視人生劇展《小春與豬排》等，代表本會成功為臺灣影視產業牽起合作的策略，從劇本徵選、開發與創投、拍攝與提攜新生代編導、市場行銷等，各個環節不遺餘力地全力支援影視產製。

3. **培育優秀影視人才接軌國際「2021 台北電影學院」**，活動於 9 月開課，受疫情影響，延續去年經驗以線上、線下或預錄連線等虛實整合模式舉辦，並與荷蘭在台辦事處及法國在台協會合作相關課程，本年度 4 個單元包括：「國際動畫視效講座」、「XR 工作坊」、「電影攝影工作坊」及「國際製片工作坊」，邀請法國安錫動畫影展藝術總監馬歇爾·尚 (Marcel Jean)、前數字王國新媒體與體驗監製約翰·坎寧 (John Canning)、《與神同行》視覺特效總監鄭成鎮、香港金像獎最佳攝影關本良及包軒鳴等，20 位知名國內外電影人士擔任講師，加上影人交流活動總計線上線下參與學員 2,709 人次，整體滿意度達 90%。透過網路傳播讓國際講師和學員即時分享影視製作經驗及發展趨勢，培育臺灣影視人才。

4. **向下扎根「2021 臺北製片深耕計畫」**，第五屆因應疫情於線上舉辦，提供全臺大專院校影視相關系所在校生參加，以兩梯次辦理「專題講座」(10 月 16(六)至 17 日(日))及「製片工作坊」(10 月 23(六)至 24 日(日))。共 35 件短片企劃案報名，本屆評審邀請柯泓志、張雅婷、陳南宏、董鼎安、趙天豪等專業製片，選出 12 組參加線上工作坊，並提供首獎 5 萬元、貳獎 2 萬元、優獎 1 萬元等獎金，各專業製片在一對一工作坊中，

針對拍攝企劃提供實務建議，幫助影視科系學生加速銜接職場，強化影視產業競爭力。

(三)影視宣傳及行銷

1.合作宣傳影片行銷臺北城市

(1)民國 110 年合作行銷協助影片計 29 部(17 部電影、11 部電視劇及 1 部動畫片)，全臺票房累計約 5 億 6,388 萬餘元，其中臺北市票房約 1 億 5,127 萬餘元。其中本市投資之電影《角頭-浪流連》於春節上映掀起觀影熱潮，票房達到 1.61 億元，九把刀新作《月老》上映後亦開出 2.2 億的亮眼票房；另部消防職人劇《火神的眼淚》播映後同樣引起熱烈討論，也喚起大眾重視消防安全議題。

(2)民國 110 年合作行銷 29 部，含 17 部電影《角頭-浪流連》、《我沒有談的那場戀愛》、《揭大歡喜》、《愛•殺》、《緝魂》、《複身犯》、《削瘦的靈魂》、《醬狗》、《瀑布》、《地球迷航》、《詭扯》、《金錢男孩 MONEYBOYS》、《青春弒戀》、《月老》、《詭祭》、《一杯熱奶茶的等待》、《不想一個人》；11 部電視劇《白日夢外送王》、《大債時代》《天橋上的魔術師》、《火神的眼淚》、《池塘怪談》、《斯卡羅》、《國際橋牌社 2》、《四樓的天堂》、《茶金》、《華燈初上 1》、《華燈初上 2》；1 部動畫片《廢棄之城》。

2.連結官網等網路媒體宣傳行銷影視產業

110 年於官網露出影委會徵件活動、合作行銷國片、國際影視投資、國際交流活動等相關宣傳報導；以及協助影視產業各類活動宣傳露出、國內外影視機構徵件活動等，總計 141 則宣傳報導於官網露出。

(四)國際交流事務

1.臺灣優秀製片入選荷蘭鹿特丹電影創投工作坊(線上)，受疫情影響於 2 月 1 日(一)至 5 日(五)舉行，影委會投資臺荷合製電影《詭祭》(Dead & Beautiful)，也於影展期間線上全球首映。作為鹿特丹人才培育夥伴組織，影委會得以推薦由 2020 台北電影學院講師評選出「最佳潛力製片」吳璠、蘇瑜豪，入選鹿特丹製片培育工作坊，使其獲得專業培訓及拓展視野。參展期間影委會總計參加 15 場正式商務會議，及 10 場論壇與交流活動，推廣本市景點、各項製作優惠及國際影視攝製投資計畫，藉此吸引跨國合製片前來臺北拍攝。

2.行銷本市拍攝景點之柏林歐洲電影市場展(線上)，受疫情影響於 3 月 1 日(一)至 5 日(五)舉行，影委會於國際合製市場(Co-production Market)的資

金會議(funds meeting)，與多國際製片宣傳國際影視攝製投資計畫、本市景點、協拍業務及影視產業。期間影委會總計參加 19 場正式商務會議(包含 12 個企劃案)、14 場論壇及交流活動，透過前述會議交流吸引國際合製片前來本市拍攝。

3. **設置線上攤位推廣本市攝製服務之香港國際影視展(線上)**，受疫情影響於 3 月 15(一)至 18 日(四)舉行，本會於影視展期間設置線上攤位，透過專屬頁面介紹本市國際影視攝製投資計畫及獲選投資的影視作品，以吸引國際影視團隊洽談，同時參加香港亞洲電影投資會(HAF)洽談國際合製案，總計參加 30 場正式商務會議(30 個企劃案)及 8 場論壇。
4. **提供跨國合製交流平台之臺北·札幌影視產業線上交流會**，由本會與日本札幌影委會合作，於 3 月 23 日(二)至 25 日(四)舉辦，分享兩地攝製優惠、協拍服務與影視製作團隊資訊，增進兩地影視製作公司跨國合製及遠距拍攝之合作契機。首先札幌影委會於 3 月 23 日(二)與臺方製作公司進行 9 場會議，影委會則於 3 月 24 日(三)與日方製作公司進行 8 場會議，並共同於 3 月 25 日(四)與雙方製作公司舉行線上交流會，臺日雙方共計 22 家製作公司出席(臺方 16 家、日方 6 家)，期透過此交流活動讓兩地影視產業人才與製作公司對接，在疫情限制下持續開拓跨國合作與遠距拍攝的機會。
5. **創投會議宣傳投資之韓國全州國際影展暨電影創投市場(線上)**，受疫情影響於 5 月 2(日)至 4 日(二)以半線上方式舉行，由主辦單位邀請當地劇組至會場與國際業界人士進行視訊創投會議，影委會以線上方式參與創投會議，與各企劃案一對一洽談，向其介紹本市所提供的各項製作優惠，促進國際合製、推廣投資計畫並宣傳本市拍攝景點，總計參加 13 場正式商務會議(13 個企劃案)。
6. **投資電影《金錢男孩 MONEYBOYS》前進坎城電影市場展(線上)**，7 月 6 日(二)至 15 日(四)以半線上舉行，共進行 32 場會議(含 28 場創投)，參與 11 場論壇活動，並設立線上攤位，宣傳本市「國際影視攝製投資計畫」成果。其中，獲得首屆投資的電影《金錢男孩 MONEYBOYS》入選本屆坎城影展「一種注目」單元，影委會與坎城電影市場展主辦方合辦「Filming in Taipei-Moneyboys 線上論壇」，邀請導演及製片擔任講者，分享國際合製及於本市拍攝之經驗，讓世界看見臺北。
7. **宣傳影視投資行銷臺北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(線上)**，因疫情影響於 10 月 11 日(一)至 14 日(四)以半線上舉行，影委會線上參加設立攤位及參展公司頁面，共進行 42 場會議(含 40

場創投)，參與 5 場論壇活動，並與釜山及首爾影委會洽談因應疫情發展之補助及影視人才培育合作。

8.推廣臺北市成為國際影視拍攝據點之美國電影市場展(線上)，因疫情影響於 11 月 1 日(一)至 5 日(五)舉行，影委會線上參加設立攤位，共進行 10 場會議，參與 6 場論壇活動，並參與 LocationEXPO 宣傳臺北市拍攝資源，並與東京、韓國及葡萄牙影委會等單位會面，洽談各國產業近況，建立及維繫與各國影委會之關係。

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，由本會辦理臺北市「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，帶動國內外其他資金投資影視的意願，使臺北市進而成為亞洲製片的新興投資影視基地。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合作關係，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以提升產業整體競爭力，達到「國際資金走進來，臺北影視走出去」之目標。

(二) 國際影視攝製投資計畫成果亮眼

1.自 107 至 109 年本會已投資 15 部影片，合資合製國家達 11 國。其中 110 年上映 7 部影片入選 42 個國際影展(含世界一、二級影展，包括坎城、多倫多、釜山、鹿特丹、金馬獎等)，入圍獎項 25 項，110 年播映影片包含：

(1)臺、韓合資黑幫 IP 電影《角頭-浪流連》，入圍第 58 屆金馬獎最佳男主角及男配角 2 項，為 2021 年電影總票房排行第 6 名，國片總票房排行第 3 名，總計票房高達 1 億 6,176 萬元，帶動觀影熱潮與城市商機，為 Netflix 2021 上半年臺灣區電影積分排行榜第 1 名，並入選第 23 屆義大利烏迪內遠東國際影展競賽單元，導演姜瑞智同時入選新導演「白桑獎」，更獲影展主席莎賓娜巴瑞切堤特別盛讚《角頭》系列是「近幾年臺灣最成功的黑幫電影」。

(2)臺、法、比與奧地利合資合製電影《金錢男孩 MONEYBOYS》入圍第 74 屆坎城影展「一種注目」單元，為本屆臺灣唯一入選坎城影展之作，截至 110 年，已征戰歐美亞太等 22 個國際影展，入圍第 58 屆金馬獎最佳新導演及最佳男主角獎。

(3)HBO Asia 合製具行銷臺北城市觀光魅力之浪漫愛情影集《戒指流浪記》

首播佳評如潮強勢攻佔 HBO 全球影集分類榜前 10 名，為該榜單中唯一華語影集，並榮獲新加坡亞洲內容大獎「最佳亞洲喜劇節目」、新加坡亞洲影藝創意大獎「最佳喜劇演員」及「最佳剪輯」，亦獲得第 56 屆金鐘獎迷你劇集類 4 項大獎提名包括迷你劇集獎、最佳編劇、最佳女主角、最佳女配角等。

(4)臺、荷合製之吸血鬼電影《詭祭》入選荷蘭鹿特丹影展「聚光燈」單元、瑞士日內瓦國際影展、西班牙錫切斯影展，亦於台北電影獎中入圍最佳攝影、最佳美術設計等兩獎項。

(5)與公共電視合製臺灣首部歷史大河劇《斯卡羅》，由《孽子》、《一把青》導演曹瑞原執導，講述臺灣關鍵歷史「羅妹號事件」，首播即拿下 2.52 收視率，刷新公視開台 21 年首播收視紀錄，Netflix 臺灣上架，蟬聯前 3 名長達一個月。

(6)國際導演何蔚庭之懸疑新作《青春弒戀》，第 58 屆金馬影展開幕片，並入圍金馬獎最佳導演、最佳女配角、最佳新演員、最佳剪輯、最佳音效等 5 項大獎，及入選 2021 年多倫多影展「當代電影世界單元」等。

(7)臺、日合製政治電視劇《國際橋牌社 2》，自架數位平台訂閱數突破 1.8 萬筆，點閱國家達 35 國。公視首播後佳評如潮並躍上 Yahoo 戲劇排行榜 111 年 1 月排名第 3 名，大結局收視人口數達 50.83 萬人，公視平均收視 0.82。

上述投資影片內容題材多元且各具特色，已跨足 62 個播映國家及地區，並於本市捷運、101 廣場、希望廣場、大佳河濱公園、迪化街、寧夏夜市等多處場景拍攝，讓臺北市多元的城市風貌再次躍上國際。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及人文魅力，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) 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(定名《角頭-浪流連》)	電影	韓國	650 萬
5	鄧麗君電影影集-愛憶時刻	電影	香港	400 萬

序號	獲選案件名稱	類型	合資合製國家	投資金額 (新臺幣元)
	(電視影集定名《愛的廣義相對論》；電影定名《明晚空中見》)	& 電視影集		
6	傀儡花(定名《斯卡羅》)	電視影集	瑞士	400 萬

(2)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(定名《青春弒戀》)	電影	法國	400 萬
2	國際橋牌社第 2 季	電視影集	日本	350 萬
3	我的天堂城市	電影	馬來西亞	350 萬
4	黑之牛	電影	美國、日本	200 萬
5	刺心切骨	電影	新加坡、波蘭	200 萬

(3)110 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	車頂上的玄天上帝	電影	美國	400 萬
2	五月雪	電影	馬來西亞	300 萬
3	For the Country	電影	法國	300 萬
4	A Year of Cold	電影	尼泊爾、法國、土耳其、挪威	250 萬
5	移動孟加拉	電影	孟加拉、法國	250 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

第二十三屆台北電影節原訂於 6 月 24 日(四)至 7 月 10 日(六)舉行，因 5 月中後本土爆發疫情，影展延期至 9 月 24 日(五)至 10 月 9 日(六)舉行，為期 17 天的影展，放映台灣及世界各國共 127 部、810 場次的影片，票房收入 338 萬元，觀影人數達 1 萬 8,321 人次，推廣活動場次 99 場，活動總參與人數 1 萬 7,933 人次，頒獎典禮直播觸達人數 186 萬 3,941 人次。

因延期，雖節目規畫內容上無大幅調整，但放映場地、座位安排以及活動

舉辦形式多有調整。放映場地方面，台北電影節歷來傳統與主場地中山堂中正廳、光復廳無法提供完整檔期，影展放映場地取消中山堂，改為與京站威秀合作，選定該戲院 6 廳作為最大影廳；由於無法以中山堂為首映影片放映場地，媒體活動、影人出席規劃皆另外安排。開、閉幕片則另外承租 TITAN 廳作為首映場地，並另外協調晶華飯店作為開、閉幕片記者會舉辦場地，首映影片盡量以京站威秀為放映場地，少量影片安排在信義威秀；然信義威秀也面臨場地改建問題，今年首次承租 10、11 廳；光點華山無變動。座位安排方面，至 9 月 28 日(二)前場次仍受梅花座限制，此前之販售座位、公關座席皆僅提供半數座位；9 月 29 日(三)後之場次，因疫情穩定、解除梅花座，陸續販售全數座席、並且補足公關票數量。活動舉辦形式方面，受疫情影響國際影人無法出席，兩位焦點影人皆以視訊方式舉辦大師講座。其餘台灣影人則在防疫規範之下出席映後活動以及媒體活動，在限制中爭取最大曝光與效應。

節目內容與 5 月中爆發疫情前皆已底定，規劃方向上無調整。但因延期，部分影片首映條件降格，但全數保留台灣首映資格。雖極少量影片因巡迴規劃無法配合影展放映，但節目內容基本上無嚴重變動。特殊專題「電影正發生」考量其現場展演之特殊性，雖已將展覽線上化，與合作之電影美術溝通之後，單元整體延期至明年舉辦；放映影片單元也與國際銷售單位洽談保留合作條件，於明年放映。

選片方向仍以今年坎城影展前曝光之影片為主要來源，皆以線上觀影、開會的方式了解片單。

與法國南特影展合作的「國際提案一對一工作坊」已進行第 6 屆，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 36 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，在具局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 (Aymerick PILARSKI)
《破曉》	翁語彤	張乃康

(Only Sun Knows)		
《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

經歷 77 天徵件，徵件總件數達 400 件，繼去年的 331 件增加 69 部。除劇情長片外，其他三類報名皆較往年數量增加，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。

本屆國際新導演競賽於 494 件符合參賽資格之作品中選出 12 部入選作品。疫情侵襲全球電影產業已來到第二年，相較於去年，收件片數微幅回升。入選作品中，製作國共計 18 個國家，橫跨歐亞非三大洲，更有象牙海岸、塞內加爾等較少見之國家出品的作品，展現全球各地電影製作的不同背景與風貌。

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		
108	47	70	43	199	359	610	969
109	51	49	44	187	331	412	743
110	51	75	65	209	400	494	894

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	《捕鰻的人》
最佳劇情長片	《消失的情人節》
最佳紀錄片	《捕鰻的人》
最佳短片	《鋼琴課》
最佳動畫片	《夜車》
最佳導演	陳玉勳《消失的情人節》
最佳編劇	我沒有談的那場戀愛《徐譽庭》
最佳男主角	邱澤《當男人戀愛時》
最佳女主角	陽靚《愛·殺》
最佳男配角	劉冠廷《詭扯》
最佳女配角	百白《詭扯》
最佳新演員	陳妍霏《無聲》
最佳配樂	盧律銘《無聲》

獎項名稱	得獎影片、影人
最佳剪輯	賴秀雄《消失的情人節》
最佳攝影	許哲嘉《捕鰻的人》
最佳美術設計	趙思豪《同學麥娜絲》
最佳造型設計	董彥秀《怪胎》
最佳聲音設計	郭禮杞、李東煥《無聲》
最佳視覺效果	郭憲聰《消失的情人節》
傑出技術	動畫製作：西基電腦動畫股份有限公司《廢棄之城》

【非正式競賽項目】

獎項名稱	得獎影片、影人
觀眾票選獎	《無聲》
媒體推薦獎	《削瘦的靈魂》
卓越貢獻獎	黃建業

【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《怪胎》
最佳預告片獎	陳俊宏《孤味》
最佳電影行銷獎	美商索尼影業發行股份有限公司、結果娛樂股份有限公司、 氧氣電影有限公司《刻在我心底的名字》

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	《失落邊境》／黎豹 Lê Bảo /越南
評審團特別獎	《煙硝中，我們狂歡》／米莉卡・托莫維奇 Milica TOMOVIĆ / 賽爾維亞
觀眾票選獎	《煙硝中，我們狂歡》／米莉卡・托莫維奇 Milica TOMOVIĆ / 賽爾維亞

(四) 影展辦理說明

1. 第二十三屆台北電影節影展單元

分類	單元
開閉幕及特別放映	- 開幕片：月老 - 閉幕片：詭扯 - 特別放映：詭祭、17 歲的天空、茶金：第 1-2 集特別版、 四樓的天堂：第 1-2 集、鱷魚
競賽單元	- 台北電影獎 - 國際新導演競賽 - 卓越貢獻獎
觀摩單元	未來之光

分類	單元
	• 亞洲稜鏡 • 明日·臺灣 • 台灣短 SHOW • 當代精選 • 幻界奇航 • 異境真實 • 作者視角 • 焦點影人 • 經典重現 • 凡人故事
專題策劃	• VR 全浸界
產業工作坊	• 新人

除了電影放映外，將以往「VR 全浸界」的單元名稱，更動為「XR 全浸界」，XR 為延展實境（Extended reality）的簡稱，回應世界的 VR 創作趨勢，呈現出持續發展的 VR 創作可能。

今年將特別把目光放在”location-based”的展演方式，除了作品本身，也將展場佈置延伸成為作品的一部分，打造全感官的沉浸體驗。透過 LBE 的展演方式，以虛實結合的方式創造更完整的作品體驗，將展場設計作為過渡空間，觀眾從走入展場開始，就等同走入作品的一部分。這樣的展演方式，也正是線上放映所無法取代的，在許多國際 XR 影展都轉為線上放映的今年，持續以這種嘗試展現影展呈現 XR 作品的可能性，有標誌性的意義。

2.活動及工作坊說明

(1)靠北影百貨

邀請當年放映影片相關的台灣電影劇組、電影發行商以及合作夥伴一起與影迷擺攤同樂，希望能夠藉此活動支持辛苦的台灣電影工作者，提供影迷及電影工作者有更多元與電影接觸的機會。

(2)正在拍片的我：導演與電影投資者的異想世界

從務實角度切入，一起看待彷彿創作之外實則在創作以內的各種挑戰。今年與台灣導演協會合作，邀請三位導演共同交流經驗與理解在創作時與電影投資者角度的相同、相異與更多可能性。

(3)演員工作坊及台灣電影製片的9堂課

為演員提供理解表演的精彩課程，以期為台灣影視產業培養基礎扎實，潛力無窮的閃亮之星，加上近年推出「台灣電影製片工作坊」，貼近產業脈動，備受業界人士好評。今年為讓參與學員得以深入接觸更為全面的產業脈絡與實務操作，舉辦志成為監製、製片人的電影工作者不容錯過的精彩課程。

(4)2021 非常新人

台北電影節長期關注電影產業的發展，為促使更多具潛力的台灣演員被看見，今年評選 10 位演員，拍攝形象宣傳照與擔任電影開演引言人。影展之於平台的角色與角度，透過企劃，讓影展期間有更多國內外電影人看見他們，增加能見度與更多的可能性，拓展產業對於演員明星培養的關注度。

(五)活動列表

日期	項目	活動名稱
5 月 4 日(二)	記者會	形象廣告與電影大使公布記者會
5 月 14 日(五)	活動	雙競賽入圍記者會
9 月 8 日(三)	媒宣	特映會：廢柴萬物論
9 月 9 日(四)	媒宣	特映會：謊言風暴
9 月 12 日(日)	活動	選片指南
9 月 18 日(六)	活動	靠北影百貨
9 月 20 日(一)	媒宣	特映會：女孩們的夏日浮光
9 月 23 日(四)	活動	開幕記者會
9 月 23 日(四)	節目	XR 全浸界試映場
9 月 23 日(四)	映後 QA	開幕片《月老》
9 月 23 日(四)	行銷	Happy hour
9 月 24 日(五)	行銷	香氛場《女孩們的夏日浮光》
9 月 25 日(六)	行銷	香氛場《無懼之地》
9 月 25 日(六)	行銷	Happy hour
9 月 25 日(六)	活動	非常新人引言場《煙硝中，我們狂歡》—潘綱大
9 月 25 日(六)	映後 QA	《海邊最後的夏天》
9 月 25 日(六)	映後 QA	《綠色牢籠》
9 月 25 日(六)	映後 QA	《台北電影獎-短片 I》
9 月 25 日(六)	映後 QA	《「明日·台灣」台灣短 SHOW I》
9 月 25 日(六)	映後 QA	《越界》
9 月 26 日(日)	行銷	香氛場《西非夜譚》
9 月 26 日(日)	活動	非常新人引言場《西非夜譚》—韓寧
9 月 26 日(日)	媒宣	《徘徊年代》首映記者會
9 月 26 日(日)	行銷	Happy hour
9 月 26 日(日)	映後 QA	《台北電影獎-動畫片+短片 II》
9 月 26 日(日)	電影獎	《卓越貢獻獎講座：黃建業》
9 月 26 日(日)	映後 QA	《「明日·台灣」台灣短 SHOW II》
9 月 26 日(日)	映後 QA	《徘徊年代》
9 月 27 日(一)	活動	非常新人引言場《由宇子的天秤》—李沐
9 月 27 日(一)	行銷	香氛場《天猶未光》
9 月 27 日(一)	行銷	Happy hour

日期	項目	活動名稱
9 月 28 日(二)	行銷	Happy hour
9 月 28 日(二)	活動	非常新人引言場《瞞天過界》－宋偉恩
9 月 28 日(二)	映後 QA	《度日+捕鰻的人》
9 月 29 日(三)	行銷	Happy hour
9 月 29 日(三)	映後 QA	《惡人之煞》
9 月 29 日(三)	映後 QA	《「明日・台灣」台灣短 SHOW I》
9 月 30 日(四)	節目	XR 全浸界試映場
9 月 30 日(四)	媒宣	《詭祭》首映記者會
9 月 30 日(四)	活動	非常新人引言場《詭祭》－陸夏
9 月 30 日(四)	活動	非常新人引言場《軍中禁戀》－黃冠智
9 月 30 日(四)	行銷	Happy hour
9 月 30 日(四)	映後 QA	《親愛的殺手》
9 月 30 日(四)	映後 QA	《聽見歌再唱》
9 月 30 日(四)	映後 QA	《詭祭》
9 月 30 日(四)	映後 QA	《「明日・台灣」台灣短 SHOW II》
10 月 1 日(五)	映後 QA	《魘降：粽邪 2》
10 月 1 日(五)	行銷	Happy hour
10 月 1 日(五)	媒宣	《四樓的天堂：第 1-2 集》首映記者會
10 月 1 日(五)	活動	非常新人引言場《重返悲劇現場》－盧以恩
10 月 1 日(五)	映後 QA	《四樓的天堂：第 1-2 集》
10 月 1 日(五)	行銷	Happy hour
10 月 1 日(五)	映後 QA	《海邊最後的夏天》
10 月 2 日(六)	活動	正在拍片的我:2021 台灣電影人講座
10 月 2 日(六)	行銷	Happy hour
10 月 2 日(六)	映後 QA	《台北電影獎-短片 I》
10 月 2 日(六)	映後 QA	《廢棄之城》
10 月 2 日(六)	行銷	Happy hour
10 月 2 日(六)	映後 QA	《17 歲的天空》
10 月 3 日(日)	活動	非常新人引言場《性・愛饗宴》－吳翰林
10 月 3 日(日)	活動	非常新人引言場《火女》－林幻夢露
10 月 3 日(日)	行銷	Happy hour
10 月 3 日(日)	行銷	香氛場《心痕如詩》
10 月 3 日(日)	媒宣	《月亮樹》首映記者會
10 月 3 日(日)	行銷	Happy hour
10 月 3 日(日)	映後 QA	《愛・殺》
10 月 3 日(日)	映後 QA	《台北電影獎-動畫片+短片 II》
10 月 3 日(日)	映後 QA	《月亮樹》

日期	項目	活動名稱
10月3日(日)	映後 QA	《詭祭》
10月4日(一)	節目	影委會包場《詭祭》
10月4日(一)	行銷	Happy hour
10月4日(一)	節目	焦點影人：凱里·阿努茲現場視訊連線
10月4日(一)	映後 QA	《綠色牢籠》
10月4日(一)	映後 QA	《腿》
10月4日(一)	映後 QA	《複身犯》
10月4日(一)	映後 QA	《當男人戀愛時》
10月5日(二)	媒宣	神秘場《鱷魚》首映記者會
10月5日(二)	行銷	香氛場《海邊最後的夏天》
10月5日(二)	行銷	Happy hour
10月5日(二)	活動	夏雨喬一日店長
10月5日(二)	映後 QA	焦點影人：哈都·裘德現場視訊連線
10月5日(二)	映後 QA	《度日+捕鰻的人》
10月5日(二)	映後 QA	《同學麥娜絲》
10月5日(二)	映後 QA	《海邊最後的夏天》
10月5日(二)	映後 QA	《無聲》
10月5日(二)	映後 QA	神秘場《鱷魚》
10月6日(三)	行銷	vivo X70 Pro 微電影首映會
10月6日(三)	媒宣	《茶金：第 1-2 集特別版》首映記者會
10月6日(三)	活動	非常新人引言場《不容易的爸爸》—劉修甫
10月6日(三)	行銷	Happy hour
10月6日(三)	映後 QA	《惡人之煞》
10月6日(三)	映後 QA	《消失的情人節》
10月6日(三)	映後 QA	《怪胎》
10月6日(三)	映後 QA	《茶金：第 1-2 集特別版》
10月6日(三)	映後 QA	《削瘦的靈魂》
10月7日(四)	媒宣	閉幕記者會
10月7日(四)	映後 QA	閉幕片《詭扯》
10月8日(五)	媒宣	入圍記者會
10月9日(六)	電影獎	台北電影獎頒獎典禮

(六)出版品

《第二十三屆台北電影節—專刊》3,500 本。

(七)行銷宣傳

1.媒體露出總表

A.雜誌	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、
------	---

(共 20 家)	ELLE 她雜誌、Vogue 時尚雜誌、君子雜誌、鏡週刊-影劇、釀電影、VERSE、English 4U 活用空中美語、經理人月刊、型格、AG 汽車雜誌、GQ 瀟灑、The Big Issue 大誌雜誌、THE POINT POST
B.報紙 (共 14 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、更生日報、青年日報、人間福報、臺灣時報、工商時報、真晨報、太平洋日報
C.網路 (共 16 5 家)	ETtoday 娛樂星光雲、ETtoday 新聞雲、ET 看電影、ET Fashion 時尚雲、新浪網、LIFE 生活網、PChome 網路家庭、Yahoo!奇摩電影、Yahoo!奇摩時尚美妝、台灣雅虎奇摩、三立娛樂星聞網、三立新聞網、聯合-噓!星聞、聯合新聞網、中天快點TV、青年日報網站、udnSTYLE、HiNet 新聞、中時新聞網、Look In 美人時髦話題網、BIOS Monthly、LINE TODAY、自由時報電子報、蘋果新聞網、中央廣播電台、中央通訊社、鏡週刊網、更生日報 KSN、asian paradise 亞洲樂園、match 生活網、中華海峽兩岸新聞報、天眼日報、上報、VOUGE、GQ、台灣醒報、民視新聞網、好房網、開眼電影網、NOW NEWS、Milk X 網、天下雜誌網、TAVIS.tw、大紀元、MSN、MSN 娛樂、POP!微博、TVBS、TATLER TAIWAN 雜誌網、明潮 M' INT、世界新聞網、華視新聞網、men' s uno、台灣英文新聞 Taiwan News、新唐人、Variety 綜藝報、Bella 儂儂、勁報 NEWS、銀河網路電台、人間福報網、車勢文化、Wonder、ELLE、大成報、The News Lens 關鍵評論、銘報、鮮週報、商業週刊網、GirlSyle、BeautiMode 創意生活風格網、MAN' S FASHION、點子科技、VOICES of PHOTOGRAPHY 攝影之聲、大台灣新聞網、中華新聞雲、Ciao 潮旅、風傳媒、時報周刊 CTWant、Blow 吹音樂、Stylemaster、YAM 蕃薯藤、鉅亨網、Beauty 美人圈、PopDaily 波波黛莉、Styletc 樂時尚、Harper' s BAZAAR、明報 OL 網、東森新聞 EBC、500 輯、World Screen 世界電影網、Yes 娛樂、新頭殼 NewTalk、經濟日報網、聚財網、立報、NOVA 資訊廣場、新網、JUKSY 街星、COSMOPOLITAN 柯夢波丹、iLooker 電影網、MONEY LINK 富聯網、Marie Claire、太報、四方報、年代新聞、壹電視、ZEEK 玩家誌、TNn 滔新聞、KEEDAN 起點、芋傳媒、明周娛樂、翻爆、聯合-鳴人堂、姊妹淘、原視新聞網、工商時報電子報、自立晚報 IDN NEWS、遠見雜誌網、WoWoNews、EPRICE 比價王、iWatchHome 城邦國際名表、NIUSnews 妞新聞、POPBEE、UDN 轉角國際、Shopping Design、非池中藝術網、i-media 愛傳媒、太平洋電子報、自由-玩咖 PLAYING、Lavie 行動家、桃園電子報、台灣新生電子報、iWatchHome 城邦國際名表、娛樂重擊、尖端新聞網、宜蘭大新聞、宜蘭新聞 YilanNEWS、宜蘭新聞網、葛瑪蘭新聞網、海棠新聞網、新頭條、觀傳媒、典藏 ARTouch、NOWnews 旅食樂、今日報、威傳媒、中廣新聞網、民眾網、車訊網、玩股網、君子雜誌網、電腦 DIY 雜誌、MOOK 景點家、引新聞、AUTO GRAPHIC、Auto-Online 汽車線上情報、史塔夫科技事務所、雅虎奇摩汽車、7CAR 小七車觀點、Autonet 汽車日報、CarExpert 汽車專家、Tech News 科技新報、T 客邦、UDN 發燒車訊、試車頻道
D.電視 (共 10 家)	華視、民視、民視新聞台、三立新聞台、三立 iNEWS、TVBS 新聞台、八大第一台、東森新聞台、壹電視新聞台、年代電視台
E.廣播 (共 7 家)	News98 電台、POP Radio、教育廣播電台、中央廣播電台、臺北廣播電台、BEAUTIMODE Podcast、ENGLIS 4U Podcast
F.網站、電子 報 及 其 他 平 台	官方網站瀏覽人次：25,871,961 (101/7/22-110/10/31) 第23屆台北電影節電子報共計8期 FACEBOOK 追蹤人數：154,156 (98/10-110/10/31) Youtube 訂閱人次：22,539 (99/3/9-110/10/31) Instagram 追蹤人數：15,133 (102/3/15-110/10/31)

2.媒體露出比較

媒體	109 年	110 年	比較
報紙	15 家，265 則	14 家，222 則	-1 家，-43 則 *蘋果停刊
雜誌	14 家，30 則	20 家，38 則	+6 家，+8 則
電視	15 家，163 則	10 家，134 則	-5 家，-29 則
廣播	8 家，12 則	7 家，13 則	+1 則
網路	115 家，3,002 則	165 家，3,519 則	+50 家，+517 則
官方網站	造訪 24,564,885 人次	造訪 25,871,961 人次	+1,307,076 人次
Facebook 粉絲團	粉絲數 138,124 人次	粉絲數 154,156 人次	+16,032 人次
Instagram	追蹤 10,320 人次	追蹤 15,133 人次	+4,813 人次

(八)近三年量化資料分析

項目	108 年	109 年	110 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、 信義威秀影城、 光點華山電影館	京站威秀影城、 信義威秀影城、 光點華山電影館
放映片數	147 部	142 部	127 部
	國片 51 部	國片 46 部	國片 48 部
	國片佔放映片數比例 34.6%	國片佔放映片數比例 46%	國片佔放映片數比例 62%
放映總場次	1607(含 VR 場次)	1544(含 VR 場次)	810(含 VR 場次)
票房收入	580 萬	640 萬	338 萬
總票數 (含售票、貴賓券)	41,616	43,540	21,410
觀影人數	37,351	36,152	18,321
外賓人數	55	0	0
推廣活動場次 (講座、論壇、電影市集、 QA 等)	175	112	99
活動參與人數	56,296	24,227	17,933

- 1.受本土疫情影響，展期延後影響放映地點，故減少放映片數及場次，且影展前 5 天為梅花座，而後才開放全廳售票，在票房及觀影人數皆大幅下降。
- 2.110 年仍受全球新冠肺炎（COVID-19）疫情之影響，無外籍影人參訪台北電影節，改以規劃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，並且在焦點影人單元進行現場直播 QA，作為宣傳及取代實體映後座談之用。
- 3.因新冠肺炎（COVID-19）疫情影響減少一場戶外放映活動、選片指南等活動改為線上，並減少映後 QA 場次，連帶影響活動參與人數。

臺北表演藝術中心

一、行政組織及營運管理計畫

110 年 1 至 4 月工作重點為籌備行政法人組織運作、體制建置、進駐工地執行各項工程的協調及空間裝修、設備建置及藝術三節之規劃，並將於 5 月行政法人掛牌運作。

(一)行政法人之董事會籌備與運作：

北藝中心第一屆董監事共計 19 名，董事 14 名、監事 5 名。分別於 110 年 2 月 8 日(一)、3 月 3 日(三)、4 月 7 日(三)召開董事會議，完成之規章及相關營運計畫等，說明如下：

董事會時間	110 年上半年完成之法規及相關營運計畫等	備註
2 月 8 日(一)	■臺北表演藝術中心董事會會議議事規章	第 1 次 董事會
3 月 3 日(三)	■臺北表演藝術中心組織章程 ■臺北表演藝術中心人事管理規章 ■臺北表演藝術中心採購管理規章	第 1 次 臨時董事會
4 月 8 日(四)	■臺北表演藝術中心內部控制規章 ■臺北表演藝術中心會計制度規章 ■臺北表演藝術中心印章管理規章 ■臺北表演藝術中心 110 年營運計畫	第 2 次 臨時董事會

(二)營運暨服務空間裝修及設備採購：

北藝中心針對各空間運用、設備及軟體依功能分為「營運暨服務空間裝修及設備」、「資訊環境建置」、「公共區域設備」及「演出用輔助設備」四類；上半年為規畫籌備期。

1.營運暨服務空間裝修及設備：營運暨服務空間建置、總機系統建置、會議室工程建置、其他辦公設施建置。

2.資訊環境建置：軟體系統需求、機房硬體、網路設備及其他。

(三)臺北試演場營運：

臺北試演場自 105 年 5 月對外開放申請，深獲好評，其大小排練場之坪數與高 6 米、長寬與正式劇場舞臺相當之特點，是臺北市區難得之大型排練空間。不論特殊的大型道具、特技演出、空間走位、打燈等都能在試演場使用排練，亦是未來北藝中心孕育夢想的後臺。臺北試演場訂有敦親睦鄰方案，每年視外租使用情況協調安排 1 至 2 個設籍大同區的傑出團隊優惠使用。

1.配合臺北市文化局進行「臺北試演場修繕工程」案工程初驗及正驗。

2.依相關規定辦理年度上半年建築物昇降設備檢查簽證及申報(1月)、年度建物清查盤點及管理實施評核(1月)；飲用水池、雨水回收池清洗(2月)；辦理水質檢驗(3月)。

3.持續辦理臺北試演場各空間設備設施維護：包含室內逃生梯安全門地絞鏈基座本體功能性老化修繕、頂樓戶外消防排煙機設備箱體破損及無法排水修繕、1樓消防泵浦組之給水主管止水閥軸心老化漏水修繕、二樓男廁走道壁磚突起緊急修繕、優化廁所安全使用環境座式馬桶廁間裝設扶手施作、2~3F男女廁所廁間門鎖修繕等。

4.租借使用狀況：

統計期間	臺北試演場排練場地使用率
110年1-4月	大排練場修繕中 小排練場：60.8%

二、專才培育

(一)音樂劇人才培訓計畫

110年辦理第6屆，朝向整合表演、導演、創作等專業人才，以「音樂劇實驗室」概念進行孵化，打造試演場為音樂劇發展基地；同時建立共享人才庫，搭建產製平臺，以力求建構臺灣音樂劇永續發展的產業鏈，期許為臺灣音樂劇開創健康的發展環境。1至4月成果如下：

- 1.表演工作坊於3月份完成學員甄選，共錄取表演組學員26位、導演組學員5位。
- 2.創作工作坊於3月份完成學員甄選，共錄取基礎班學員12名、進階班學員6名。

(二)馬戲棚

110年推出「馬戲創作提升計畫」，支持年輕創作者進行創意概念研發，並媒合戲劇顧問擔任創作陪伴，投入製作前期準備。學員甄選已於3月底完成，共錄取7名，預計於12月19日進行期末學習呈現。

(三)實習基地計畫

自106年開始辦理，其中臺北大專院校表演藝術相關科系累計達37人。透過3個月的實習計畫，讓學生有機會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。110年共有174位提出申請，錄取19人。4月至6月有5位已於6月30日結束實習。

(四)場館前臺點工及志工招募

110 年 3 月進行第一波劇場服務人員招募活動，報名共 200 人，錄取 81 人。

(五)技術人員培訓

110 上半年完成 4 級技術人員職能課程建置及第 3 期師資養成訓練，共計 11 名師資通過培訓。

三、推廣活動

TalkBar：

原 Party Talk，藝文工作者交流活動的擴大辦理，部份活動將開始走進士林地區，讓更多在地居民更認識臺北表演藝術中心。今年受疫情影響，除 3 月 27 日(六)於士林公民會館如期舉辦外，其餘活動已延期至 110 年第 4 季舉行。

四、測試節目執行暨試營運和開幕節目前置作業

北藝中心配合工程需求，於 110 年竣工後進行劇場測試，以符合劇場及排練空間需要測試的技術項目為挑選節目的方向，測試項目包括燈光、音響、舞臺地板、懸吊等。

北藝中心 111 年 3 月投入試營運，故 110 年起進行試營運節目前置作業，節目將呈現國內優質、多元類型，且具地域特色的作品為主，藉此觸及不同面向的觀眾，吸引臺北市民走進本中心，建立認同感。另預計 111 年 7 月至 9 月開幕，110 年將進行開幕節目前置作業。

五、國際交流及結盟計畫

(一)亞洲當代表演網絡集會（簡稱：亞當計畫 / ADAM）：

110 年亦將啟動「亞當計畫專書」編輯計畫，匯聚累積 4 屆亞當年會的能量，記錄亞洲跨文化、跨領域的當代表演圖像及當代表演書寫。110 年 4 月完成素材初步收集與篩選，5-8 月開始進行邀訪及邀稿，預計於 111 年開幕季期間出版發行。

(二)藝術節訪察及開幕國際伙伴洽談：

持續強化與亞太地區國家的關係，同時延伸亞當計畫的效益，並確認開幕的國際夥伴。

(三)因應國際疫情狀況，配合主辦單位規劃採線上參與表演藝術界重要國際年會：

1 月 12 日(二)至 1 月 15 日(五)參與國際表演藝術協會年會（International Society for the Performing Arts, 簡稱 ISPA）線上會議，與國際表演藝術產業接軌，了解國外場館和藝術家如何因應疫情產生的配套做法，做為活動規劃參考。

六、臺北藝術三節

力求在疫情當下，藝術不停歇，本中心以「飛行船線上創藝計畫」提供藝術家持續創作的舞臺，鼓勵以數位工具創作，於線上空間發表，保持創作動能，在此概念下，整合三節的資源和藝術家，在「飛行船」之下，推出以臺北藝術節藝術家為主軸的「恆星計畫」，以兒童藝術節團隊為對象的「行星計畫」，以及以年輕藝術家為主體的「衛星計畫」，藉由串連三星與藝術家一同迎向未來。

(一)2021 第 23 屆臺北藝術節

110 年規劃以「TAKE CARE, MY DEAR.」為策展主軸，是提醒也是祝福，藉以此回應去年全人類所經歷的全球性創傷，帶領我們透過表演交織出「內省」、「平衡」、「療癒」、關懷的細膩路徑。1 月、2 月完成第一階段演出節目規劃並召開節目評選會議，3 月、4 月完成演出團隊洽談及展演空間場勘。

(二)2021 第 22 屆臺北兒童藝術節

回應大環境的改變，同時把握機會，開展更多的可能，110 年兒藝節期待與大家「藝起同行」。110 年 1 月、2 月完成藝術樂園節目規劃並召開節目評選會議，3 月、4 月完成所有演出團隊洽談及展演空間場勘。

(三)2021 第 14 屆臺北藝穗節

臺北藝穗節以自由開放的精神為主張，透過不審核不設限的參演機制，提供藝術家一個另類、非主流、極具實驗性，盡情迸發想像力的展演平臺，更是新興藝術創作者的孵育基地。因應疫情，暫停辦理今年臺北藝穗節實體活動，同時，為呼應全世界線上展演趨勢，鼓勵國內線上創作發展，特別規劃「飛行船線上創藝-衛星計畫」透過公開徵件的方式，讓有意發展線上展演的藝術團隊，有機會發表線上展演作品。

(四)臺北藝術三節行銷宣傳

因應疫情，均採線上演出形式做行銷宣傳規劃。包含自媒體營運、廣告通路採購及廣告通路採購及會員招募等。

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。結合北投周邊各藝文館舍，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。

活動名稱	2021 新北投車站生日慶驛起過百年 ACTION！		
活動期間	2021 年 4 月 1 日(四)至 4 月 11 日(日)止		
活動目的	聲入百年車站的歷史光影，以多元感官體驗新北投的文史光 走進新北投車站，彷彿走入時光機，日式木造建築結合老虎窗， 是臺北市臺鐵淡水線上唯一重現的百年車站，於 1916 年落成， 迄今 105 週年，將以「北投故事，從百年車站出發」為主軸，融 合新北投設立車站之後百年發展的脈絡，透過百年主題展覽、臺 語片回顧與映後座談、電影場景的走讀及在地藝文展演等特色活 動，讓民眾透過多元感官體驗，持續傳承車站與生活的連結，並 延伸新北投車站未來的記憶。		
期間參觀人數	鐵道主題學生教育體驗活動		
	活動名稱	場次	合作單位
	小小站長體驗	1	臺鐵北投員工訓練 中心
	生日慶系列活動		
	活動名稱	場次	參與人次
	生日慶開幕會	1	87
	一日站長	1	20
	生日慶主題市集	3	7,255
	護木油_公民場	1	30
	護木油_車站場	7	257
	驛站舞時光	2	200
	百年電影走讀	2	27
	驛站有影無	2	23
	電影映後講座	2	34

	總計	21	7,933
	到校推廣護木油活動		
	到校推廣學校	場次	參與人次
	桃源國小	1	45
	清江國小	2	92
	立農國小	1	28
	大屯國小	1	40
	文化國小	1	29
	義方國小	1	58
	桃源國小	1	45
	總計	8	337
備註	社區串聯單位： 水美溫泉會館、北投春天酒店、泉都溫泉會館、水都溫泉飯店、肯德基、拾米 togo		

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。

活動名稱	2021 鐵道生活節－時光轉運站		
活動期間	自 10 月 15 日(五)至 10 月 24 日(日)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	1. 周邊館舍串聯活動		
	串聯場館	活動名稱	場次
	北投梅庭	車站 x 北投梅庭展覽音樂會	80
		梅來演去音樂會	56
		藝術家日常風景彩繪工作坊	36
	北投中心 新村	藝術家日常風景彩繪工作坊	16
		速寫工作坊	7
	總計		188
	2.主題走讀活動		
	活動名稱	場次	參與人次
	北投主題式導覽	12	259

	3.鐵道生活節系列活動列表		
	活動名稱	場次	參與人次
	鐵道音樂會	3	896
	親子馬戲互動	1	524
	落地掃展演_本地歌仔戲	1	86
	北投文化體驗限時專送體驗	4	65
	鐵道旅行講座_彩繪工作坊	1	54
	車站速寫工作坊	1	11
	水花園有機農夫市集	2	1,830
	北投在地藝起 543+小農市集	2	2,353
	總計	15	5,819

➤ 總結：

1. 凝聚社區團隊力量、周邊館舍商家共同投入

首次舉辦蒐集好運御守活動，民眾到新北投車站、中心新村及梅庭至三館按讚打卡，即可獲得各館的御守貼紙一張，集滿三張貼紙即可參加轉動扭蛋一次，獎品內容有商家優惠、溫泉飯店、鳴日號乘車體驗券優惠或直接兌換贈品，形成一個區域型整合活動。

2. 志工隊全程為活動服務

不僅外部與社區合作，內部也由志工為所有活動擔任支援人力。

3. 社區協力單位共 11 處

北投區關渡國小、北投文物館、北投春天酒店 Spring city resort、北投普羅旺斯 bakery & café、Fiery coffee、KAF Coffee、泉都溫泉會館、肯德基北投光明、拾米屋、拾米 to go、On My Way 途中、台北青年旅舍

(三)展覽執行

1. 站內主題展

展覽名稱	展覽簡介
驛。百年：站內主題展	以新北投車站百年歷史為主題，透過聲音、影像、互動裝置等形式，讓參觀者用多元感官體驗車站文化，本展覽分為四大主軸：「聽，我們以歌聲寫情書」、「空更迭下的變與不變」、「因為愛一起轉動歷史之輪」、「親『手』感受車站之美」。展示內容除展示老照片、車站舊件、建築模型、站體原始藍圖等珍貴文物，亦向在地文史工作者及相關學術單位請益，取的相關圖文授權，編輯成紀錄片、影像動畫等，生動的影像帶領參觀者穿梭時空，身歷其境了解車站建成、拆遷與受公民意識成為古蹟的歷程。車站因地利之便，為

	大多數民眾遊覽新北投的第一站，為此車站特別設置多媒體資訊機，以新北投車站作為在地資訊節點，彙整北投各產業、景點資訊彙整，分享給每一位來到車站的旅客。 ➤ 展期：自 110 年 4 月 1 日(四)起 ➤ 參觀人數：52,235 人次(人數統計為 110/4/01(四)~110/12/31(五))
--	---

2.車廂主題展

展覽名稱	展覽簡介
北投日和 (車廂區)	本年度車廂局部換展，延伸自「月臺日子」之展示內容，由於疫情期間較少出門，為撫慰民眾的苦悶心情，並鼓勵來到新北投小旅行，本區以「北投日和」為主題，日文中「日和ひより」為晴天之意，常用來表達「適合〇〇的好天氣」；予人一種天氣和煦、來北投踏青的悠閒氣息，也呼應北投擁有許多日式風情的老建築！透過「明亮高彩之視覺+情境式展示手法」，讓遊客可以欣賞瓷版畫作，亦可休憩觀賞影片，在輕鬆的看展氣氛中逛逛文創商品；在認識新北投文化之餘，更增添遊玩及產品消費意願！ ➤ 展期：110 年 10 月 15 日(五)起 ➤ 參觀人次：31,570 人次(人數統計為 110/10/15(五)~110/12/31(五))
文獻蒐集	➤ 分類歸檔典藏之影音資料，以收藏年份為編碼依據，建立包含藏品年份、尺寸、內容及授權相關資訊的資料庫，以利未來使用。 ➤ 與關渡國小合作「百年樹人·滿百關渡」特展，取得典藏授權 79 張照片、2 支影片、2 本電子書籍，其中精選 27 張照片、1 支影片置於官網公開展示。 ➤ 運用 VR 技術製作線上展間，提供民眾無距離的虛擬瀏覽平臺。 (線上展間網址：https://artogo.tw/exhibition/stationacentury)

3.合作展覽

展覽名稱	展覽簡介
佳山百年系列— 老北投的時光故事，北投文物館 合作展	北投文物館曾經是北投地區最高級的「佳山溫泉旅館」，建於 1921 年，與新北投車站一樣以百年之姿見證北投的興起與蛻變。2021 年，車站與北投文物館攜手，將文物館特展《佳山百年系列-「世記：老北投的時光故事」》部分物件於車站展出，從「北投社-族群聚落的形成」、「北投土-溫泉地景與觀光」、「北投物-地方產業的變遷」「北投人-在地耆老生命史」等四個面向，爬梳北投發展史。 ➤ 展期：2021 年 4 月 1 日(四)~2021 年 9 月 30 日(四) ➤ 參觀人次：16,814 人次(人數統計為 110/4/1(四)~110/9/30(四))
百年樹人。滿百 關渡，關渡國小	關渡，舊稱「干豆」，位於北投行政區，也是以往臺鐵淡水線通達的地方。與新北投發展溫泉產業的人文景觀不同，關渡以豐富的自然生態環境著稱。適逢北

合作展	投區的關渡國小百年校慶，新北投車站與好鄰居攜手合作，以「百年樹人・滿百關渡」為題，將學校發展分為建築之美、學習之美二部分，並用影像述說學校百年發展史，今昔對照的規劃方式將帶領參觀者來趟屬於關渡國小的時光之旅。除了藉由展覽介紹北投人文風情外，車站邀請關渡國小校長老師於開展前搶先觀展，同日資深校友黃憲榮為志工講述校史，並於鐵道生活節記者會當天，安排合唱團暖場演出，強化車站與周邊場館、學校的連結關係。 ➤ 展期：110 年 10 月 15 日(五)起 ➤ 參觀人次：38,135 人次(人數統計為 110/10/15(五)~110/12/31(五))
-----	---

(四)教育推廣

2021 年車站共舉辦達 201 場推廣教育活動，包含車站生日慶系列活動(22 場次)、鐵道生活節系列活動(27 場次)、站內預約導覽及周邊各級學校機關參訪服務(37 場次)、週末定時導覽服務(19 場次)、驛站講堂(10 場次)、北投行旅生態導覽(14 場次)、及小小鐵道探險員體驗教育活動(2 場次)、創意生活體驗暨社區參與工作坊(7 場次)、文創、小農及社區市集(63 場次)。

1.社區參與工作坊

110 年舉辦剪紙活動 1 場與鐵道石碇工作坊 1 場，在新春期間體驗舊時年節的氣氛。

日期	工作坊	講師	參與人數
2 月 16 日(二)	黏年平安：剪紙走春	周佳儒	20
3 月 20 日(六)	街區彩瓷工作坊	王正雄	27
4 月 2 日(五)	驛百年。北投百年風華講座	楊燁	42
4 月 11 日(日)	北投台語電影講座	蘇致亨	33
10 月 16 日(六)	速寫北投講座	王建傑	57
10 月 22 日(五)	「漂流瓶中信—致未來的新北投車站」	楊燁	30
11 月 27 日(六)	驛站新生—基隆河流域臺車之路工作坊	簡嘉宏	28

執行成果：共場 7 場次 237 人次參與

2.驛站講堂

策劃主題，邀請文史工作者、鐵道專家、社區營造者等蒞臨分享，110 年將邀請地方文史工作者的知識分享與聽眾進行對談交流為主軸，預計並與跨界專家建立合作關係，探索歷史傳承、鐵道文化、北投與人的各種關係、公民倡議平臺等讓來訪北投的旅客透過故事、專業交流、書籍、讀書分享會等交換多元觀點與參與型態，將車站空間轉化為知識交換與分享、歷經驗傳承及在地文化的接點，以多種面向及不同的觀點讓到訪的北投旅客獲得豐富的知識體驗。

日期	講題	講師	參與人數
----	----	----	------

日期	講題	講師	參與人數
3 月 13 日(六)	太平山鐵路傳奇 與台糖小火車大集合	蘇昭旭	40
4 月 24 日(六)	便當裡都是史 火車便當與鐵路發展	詹皓宇	30
5 月 8 日(六)	世界鐵道遺產 王牌領隊的深度旅遊	馬繼康	36
7 月 10 日(六)	台灣鐵路 將便利運向你我生活(線上)	劉淑芬	43
8 月 14 日(六)	藝術生活- 防疫日子裡的藝術處方	潘蓬彬	21
9 月 11 日(六)	鐵鎚跟鑿子說 新北投車站修復的故事	邱明民	29
10 月 8 日(五)	一個在地品牌的新可能 北投製造	林智海	8
11 月 13 日(六)	從鳴日號出發 公共空間的未來	邱柏文	32
11 月 28 日(日)	台灣環島鐵路暨南迴鐵路 三十週年&藍皮解憂號之旅	蘇昭旭	35
12 月 11 日(六)	特寫基隆的亮度與溫度	蘇筱嵐	30
小計		共 10 場	304 人

3.北投行旅生態導覽

110 年生日慶期間，規劃 2 條電影主題導覽，及 110 年鐵道生活節期間，規劃 4 條主題導覽，帶領參與民眾行經 10 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 20 場次，總計參與達 250 人次。

(1)生日慶—電影場景走讀：全程約一個半小時

路線：新北投車站出發-地熱谷-聖母無原罪天主堂-半月橋(吉他橋)-北投溪湯瀧-北投公園涼亭(大屯橋)-新北投車站

(2)鐵道生活節_主題走讀：全程約一個半小時

路線 1：北投車站→老北投街區→街區飲食→光明路→新北投公園

路線 2：新北投車站→楓香步道→少帥禪園→北投文物館導覽

路線 3：新北投車站→北投圖書館→溫泉博物館→梅庭→地熱谷→北投兒童樂園→北投防空壕

路線 4：北投中心新村

日期	導覽內容	合作單位	參與人數
4/10(六)-4/11(日) 共 2 場	電影場景走讀	北投文化基金會	27
10/16(六)-10/17(日) 共 3 場	1.北投特色飲食走讀 2.山林楓香秘境走讀 3.北投無圍牆博物館走讀 4.北投眷村風情走讀	台灣藝起公益協會	64
10/16(六)-10/17(日) 共 3 場		北投文化基金會	71
10/16(六)-10/17(日) 共 3 場		投圓文化	68
10/16(六)-10/17(日) 共 3 場		眷村心文化協會	56
小計		共 14 場	286 人

4.鐵道主題學生體驗教育

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體驗教育活動內容規劃主要包含車站導覽、淡水線古今知識、臺鐵故事探索等，另依據活動時間或對象搭配火車相關 DIY 製作活動，讓學童具備新北投車站及鐵道文化基本認知並啟發學習興趣。110 年將持續延伸小小鐵道員的主題活動舉辦一場次，並加以延伸，不僅要傳承鐵道在臺灣開發的歷史，也增加學童對於鐵道文化或北投溫泉業發展的認識，進行支線鐵道的主題走讀或百年車站與鐵道相關專業知識的探索。

日期	內容	合作單位	參與人數
12/7(二)	彩繪鐵道石碇工作坊	八頭里仁協會 潘春枝老師	30
12/5(日)	臺灣鐵道百年風華講座	台鐵文化志工隊俞秋苓隊長	30

執行成果：共 2 場次、60 人次參加

5.週末市集

新北投車站過去對北投當地居民來說，不僅是對外交通主要出入口，也是親友碰面聚集的地點，因此車站戶外空間也希望透過舉辦主題市集的形式，也延續型態成為現今好友、創意集聚交流的場域，並成為認識北投特色最佳入口，延續新一代生活回憶，並成為當地居民交誼場所，也吸引外地的民眾前來造訪車站、行銷周邊文史場館。

名稱	舉辦時間	人次
好好手感微笑市集	每月第一週 舉辦時間：1/1(五)-3(日)、1/30(六)-31(日)、 2/6(六)-7(日)、3/6(六)-7(日)、4/2(五)-5(一)、	平均 2,079 人次/ 場共 23 場，總計 47,828 人次

	5/1(六)-2(日)、9/4(六)-5(日)、10/2(六)-3(日)、 11/6(六)-7(日)、12/4(六)-5(日) 因疫情影響 6-8 月暫停辦理	
活動內容	與手作文創市集合作，邀請獨特、創意手作特色攤位，招攬臺灣優秀文創業者至車站，透過互相交流共同宣傳，成為認識北投地方特色與能量匯聚點。經三年多持續之深度經營，文創市集已成每個月的招牌活動，人潮絡繹不絕。	

名稱	舉辦時間	人次
水花園有機農夫市集	每月第三週 舉辦時間： 1/16(六)-17(日)、2/20(六)-21(日)、 3/20(六)-21(日)、4/17(六)-18(日)、 9/18(六)-19(日)、10/16(六)-17(日)、 11/20(六)-21(日)、12/18(六)-19(日) 因疫情影響 5-8 月暫停辦理。	平均 1,737 人次/ 場 共 16 場，總計 27,793 人次
活動內容	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。	

名稱	舉辦時間	人次
社區&在地小農市集	每月第四週 1/30(六)-31(日)、2/27(六)-28(日)、 3/27(六)-28(日)、4/24(六)-25(日)、 9/25(六)-26(日)、10/23(六)-24(日)、 11/27(六)-11/28(日)、12/24(五)-25(六) 因疫情影響 5-8 月暫停辦理。	平均 1,920 人次/場 16 場，共計 30,723 人次
活動內容	北投區及大屯山系的自然環境獨特，故在地以及原住民小農自產自售優質農產品，新北投車站立基於交流平臺之定位，於周末舉辦小農市集為前來北投的遊客、或居民提供購買優質北投農產之機會。	

名稱	舉辦時間	人次
不定期申請市集	流浪巴島庄市集(台北文創產業交流協會) 農村好物市集(大將之森有限公司) 台北文創節(台北文創產業交流協會)	平均 1,430 人次/場 8 場，共計 11,442 人次

	減塑生活市集(台北文創產業交流協會)	
活動內容	開放各式主題市集申請舉辦，經審核同意後舉辦。	

執行成果：全年度總計 63 場次，總計服務 117,786 人次

平均每場市集人次計算方式：好好微笑市集 47,828 人次+水花園農夫市集 27,793 人次+社區&在地小農市集 30,723 人次+不定期申請市集 11,442 人次÷總場次數 63=1,870 人次

7.車站自有商品開發

新北投車站不僅是歷史建物修復的景點及回顧歷史的場域外，更是創意匯集的最佳地點，將維持約 20-30 項文創小物及紀念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。後續將延續鐵道歷史與車站建築特色、或搭配展示主題規劃自有商品，推廣具文化歷史之文創能量，110 年預計新開發 4 項自有商品。

執行成果：110 年總計自行開發 4 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，合作串聯活動多發生於下半年。

日期	活動	合作館所/單位	場次	人次
10/2(六)	白晝之夜	北投梅庭、北投中心新村、北投溫泉博物館	1 場次	3,038
11/25(四)-11/29(一)	2021 臺北溫泉季 集章活動及市集響應	臺北溫泉產業發展協會	5 場次	2,657
12/4(六)	教育局無圍牆博物館校園藝術季成果發表	臺北市政府教育局、逸仙國小、北投國小等	1 場次	287
11/6(六)-11/7(日)	湯守觀音季	台灣藝起公益協會	3 場次	1,749
小計	共計 10 場次			7,731

(五)宣傳行銷

為落實北投無圍牆博物館的核心精神與整合平臺的功能，車站主動連繫新北投相關館舍、區公所、社區大學及文史單位協助推廣活動，並以運用站內票亭對外空間，協助諮商相關訊息或置放簡介，共同推廣北投無圍牆博

物館的館舍活動或社區活動及參與方式。

- 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。110 年網站內容包括：北投無圍牆博物館地圖更新、歷史照片蒐集、場地租借等，累積年度瀏覽人次：5 萬 8,109 人次

月份	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
瀏覽量	4,827	5,609	8,253	6,311	2,870	2,474
月份	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
瀏覽量	3,143	3,075	3,661	6,800	5,492	5,594
年度總瀏覽量			58,109			

- 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，110 年度共新增 1,813 個讚，共累積粉絲數達 10,933 個讚。

月份	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
按讚數	9,208	9,271	9,334	9,411	9,523	9,604
新增人數	88	63	77	112	99	81
月份	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
按讚數	9,771	9,814	9,987	10,361	10,826	10,933
新增人數	167	43	173	374	465	76

- 3.媒體宣傳效益：新北投車站 110 年度媒體露出總數 30 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.義務服務暨經營管理委員會、無圍牆博物館整合行銷會議：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等重點業務，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。110 年度亦創建了「北投溫泉無圍牆博物館整

合行銷群組」並於 9 月、12 月邀集北投市府 6 館 1 所，以及在地其他場館、協會共同針對北投整年度活動及宣傳時間進行共商討論。110 年共舉辦 6 場次相館館所營運及整合行銷會議，共 99 人次參與。

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
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
110 年度	48,497	40,033	32,941	34,884	11,441	0	1,072	8,182	10,683	23,199	26,148	23,145	260,225

註：110 年度受疫情影響，新北投車站自 5/15(六)起閉館至 7/12(一)止，
7/13(二)-7/25(日)採預約制入館，7/27(二)起以容留人數上限恢復正常開館。

(八) 110 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	《驛。百年》車站主題展(車站內) 《北投日和》車廂局部展示更新(車廂內)	4/1(四)起	138,754
專案型 活動	《佳山百年系列-老北投的時光故事》北投文物館合作展(車站內)	4/1(四)~9/30(四)	
	《百年樹人。滿百關渡》關渡國小合作展(車站內)	10/15(六)起	
入館參觀總計人次			138,754
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)	2/16(二)、3/20(六)、 4/2(五)、4/11(日)、 10/16(六)、10/22(五)、	7 場次 237 人次

			11/27(六)	
	驛站講堂		3-12 月	10 場次 304 人次
	北投行旅導覽		4 月、 10-12 月	14 場次 286 人次
	鐵道主題學生體驗教育		12/5(日)、12/7(二)	2 場次 60 人次
推廣行銷類	生日慶「驛起過生日 ACTION！」		03/17(三)-04/07(三)	22 場次 7,953 人次
	鐵道生活節 北投無圍牆博物館系列活動		10/15(五)-10/24(日)	27 場次/ 6,078 人次
	周末市集	好好手感微笑市集	1-4 月、 9-12 月	23 場次 47,828 人次
		水花園有機農夫市集	1-4 月、 9-12 月	16 場次 27,793 人次
		北投在地小農市集	1-4 月、 9-12 月	16 場次 30,723 人次
		不定期申請市集	1-4 月、 9-12 月	8 場次 11,442 人次
	學校導覽服務		1-12 月	10 場次 278 人次
	免費團體導覽服務		1-12 月	27 場次 797 人次
	周末定時導覽		11-12 月	19 場次 253 人次
推廣活動參與人數總計				201 場次/ 134,032 人次

辦學部

一、臺北市影視音實驗教育機構

(一)110 年度營運重點：

- 1.辦理常態四季課程、開放旁聽。
- 2.規劃北流北藝聯合辦學。
- 3.辦理春季行動學習、秋季行動學習。
- 4.舉辦第三屆畢業典禮、招收第五屆新生（110 級）、教職員招聘。
- 5.舉辦畢業展《我不知道你知不知道我找不到》、五年成果展《野性的優雅》
- 6.辦理教育推廣活動、業界參訪活動。

(二) 110 年執行四季課程：

- 1.共有 8 名專任教職員，包含：1 名主任、4 名專任導師及 3 名行政教師。

每學季與 20-30 位兼職業師合作，開設 30-40 門課程供學生選修。

- 2.春季課程：2 月 22 日（週一）至 4 月 23 日（週五）。
- 3.夏季課程：5 月 10 日（週一）至 7 月 16 日（週五）。
- 4.秋季課程：8 月 16 日（週一）至 10 月 22 日（週五）。
- 5.冬季課程：11 月 08 日（週一）至 111 年 1 月 14 日（週五）。
- 6.課程第一年基礎課程必選修，第二年起以選修為主。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) 行動學習

- 1.行動學習為機構特色活動，與每年春季、秋季最後一週，辦理移地學習，讓全校學生共同參與行動、完成不同主題的學習旅程。
- 2.春季行動學習－與全聯善美的文化基金會、宜蘭傳藝中心合作，讓學生用影視音的視野和職人導師交流學習，產出對職人的故事側寫。以「Focus」為名，培養學生在資訊爆炸的當代，專注與聚焦於傳統技藝的軟實力，回到初衷。
- 3.2021 秋季與台北市電影委員會合作辦理「拍臺北．我的博物館」串連臺北市無圍牆博物館規劃，進行臺北的人文走讀，包括戰前戰後的建築物、鐵路、街道、水圳等城市發展脈絡，進而分為北投溫泉、城北廊帶、萬華艋舺、城南台大、士林北藝、信義松菸六組，以影片的方式，結合所學專業展現在六個區域的所見所聞，共計產出六支影片，累積觀看次數總計 4,106 次。

(四)實習與參訪

- 1.實習：徵選 1-3 名學生至剝皮寮就活動行銷、策展實務等層面進行實習。、徵選 1-3 學生至北流參與「音樂怪博士陳致遠」特展實習，實地參與五場特展推廣活動、媒和學生至信義房屋影片製作部門實習，參與多部專業影片拍攝製作現場。
- 2.業界參訪：前往好多聲音、滾石唱片、醒吾科大、台藝大參訪。

(五)110 學年度教師及學生人數異動情形

- 1.人事狀況：110 年編制 11 人，在職 8 人：行政組 3 名、教學組 4 名、主任 1 名。
- 2.招生狀況：109 學年度第 2 學期共招生 3 名新生，110 學年度第 1 學期招收 12 名新生。
- 3.學生人數異動情形

人數/學期	109 學年度第 2 學期	110 學年度第 1 學期
學生總數	72	50
106 級人數	1	-
107 級人數	25	1
108 級人數	20	14
109 級人數	24	22
110 級人數	-	12
轉出人數	4	1
畢業人數	30	5

(六)110 年度教育推廣活動

月份	項目
3-5	光街開放校區計畫
4	第三屆畢業展《我不知道你知不知道我找不到》博雅組
8	《野性的優雅》五年成果展
10	2021 秋季行動學習—拍臺北・我的博物館
11	2021 飛行船線上創藝—衛星計畫
11	與市隔絕青少年音樂創作比賽

(七)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。

梅庭

一、北投梅庭經營管理及推廣

梅庭建於 1930 年代末，曾是日治時期豪華民宅，現為市定歷史性建築。建物格式保有日式木構架建築風格，位於「北投溫泉・無圍牆博物館」計畫的核心區域，也是新北投地區觀光景點的重要樞紐。透過梅庭空間活化營運、管理及維護工作，加強與在地產業之連結，形塑書法及音樂特色定位，

並配合北投四季節慶辦理行銷推廣活動，提升北投觀光效能，帶動北投在地產業之整合連結。

(一)營運重點：

1. 北投梅庭指定運用標的物之營運、管理及維護。
2. 規劃北投梅庭場館品牌特色，辦理相關主題教育推廣活動及展覽。
3. 配合北投四季節慶活動，規劃合作項目及整合宣傳。
4. 強化與在地產業之整合連結。
5. 其他經臺北市府文化局事前書面同意之項目。

(二) 藝術展演活動：

1. 常設展

北投梅庭約建於 1930 年代末期，位於百年北投公園內，沿北投溪河畔谷興建，屋內曾設有溫泉浴池、建有閣樓及防空避難室及已停採的呷哩岸石圍牆，是一棟見證戰爭時代的和洋風歷史建築，而梅庭外的門柱題字，出自於書法大師—于右任先生之手，于右任先生致力提倡標準草書，被譽為「一代草聖」，他的墨寶常見於生活之中，如「鼎泰豐油行」、「台灣電力公司」、「行天宮北投分館」等，此展間模擬于右任先生的書房，展示充滿生命力的大師墨寶。

展期:自 110 年 9 月 18 日(六)起

參觀人數:55,896 人次(人數統計為 110/9/18(六)~110/12/31(五))

2. 主題特展

除了延續北投特有的人文特色，並讓藝術走入社區，透過主題藝術展覽、多元的教育推廣活動，訴說屬於在地人文歷史故事，串聯現在與未來，創造一個人文歷史與藝術文化相結合的樂活空間。

2021 新檔特展與阿嬤藝術家-曾鳳麗女士共同策劃，以梅庭「家的空間」為概念，與屋內各空間做串連。阿嬤藝術家-曾鳳麗女士藉著生活中常見的水果、花、鳥、蝴蝶、寵物等題材，用純樸生動的風格，豐富的色彩、充滿童趣活潑的筆觸，創作平面作品畫作、印花絲巾、繽紛柔美窗貼及月琴彩繪裝置，讓人感受源於日常生活中的創作能量外，更為歷史建築空間增添新面貌！

展期:自 110 年 9 月 18 日(六)起

參觀人數:55,896 人次(人數統計為 110/9/18(六)~110/12/31(五))

辦理《梅感生活學》系列講座 8 場，計 252 人次參加。

3. 藝文體驗活動：

配合中央防疫規範，規劃線上直播方式，打破空間與時間的隔閡，希望參

觀的民眾能藉由參與藝術線上活動，舒緩緊繃生活，並在疫情趨緩下半年，安排實體公民創作參與工作坊，例如：《指印梅花》以及實際共同討論北投在地創生之講座《我們都是北投隊_北投製造計畫》等，110 年共計辦理 8 場。

日期	活動名稱	講師	參與人數
6 月 26 日(六)	書畫盛夏(線上直播)	葉錫棟	70
7 月 31 日(六)	玻璃雕刻(線上直播)	吳淑鈴	25
8 月 21 日(六)	書法及篆刻(線上直播)	葉錫棟	30
8 月 28 日(六)	溫故知新日本數寄屋_茶室的建築哲學(線上直播)	邱明民	50
10 月 10 日(日)	北投製造計畫	林智海/蘇怡帆	20
10 月 24 日(日)	指印梅花工作坊 I	陳明芳	15
11 月 20 日(六)	指印梅花工作坊 II	陳明芳	20
12 月 19 日(日)	往日北投日人足粹	楊燁	30
小計		共 8 場	共 260 人

4. 音樂演出活動

以現場或線上方式辦理音樂展演，除了邀約新創演出團體外，也與北投在地藝文組織「臺灣月琴民謠協會」共同合辦《民謠常在生活裡》，於週末定時定點演出，讓參觀梅庭時，有月琴樂聲在空間流動，除了塑造梅庭溫暖、樂活的氛圍外，也與新北投車站共同宣傳串聯，呈現北投有的藝術文化。

日期	活動名稱	演出者	參與人數
9 月 18 日(六)	在地傳聲_露天音樂會	百合花	80
9 月 19 日(日)	島嶼民謠_不插电音樂會	木子 mooz	30
12 月-18 日	月琴演出_月琴常在生活裡	臺灣月琴民謠協會	12 場/140 人
小計		共 14 場	共 250 人

(三) 教育推廣活動

1. 主題導覽及區域走讀

以梅庭「自然環境」與「見證戰爭時代」為概念，規劃活動。不同於一般對「北投溫泉」為主軸，規劃戰爭時代的北投在地風土建築，從 1930 年代的梅庭出發，直到 1949 年的戰後建築，例如：北投中心新村、公民會館(原警備總部北投調查局)，蒐集在地故事，探尋過往的生活痕跡，共辦

理 2 場走導覽以及 1 場手作與梅庭植物景觀為題的工作坊。

➤ **路線：**梅庭-北投溪-溫泉新村-警備總部北投調查局-衛戍醫院-中心新村

日期	活動名稱	講師	參與人數
9 月 26 日(日)	北漂走讀_溫泉鄉遍地梅花 I	北投說書人	23
11 月 27 日(六)	北投導覽_溫泉鄉遍地梅花 II	北投說書人	20
小計		共 2 場	共 43 人

2. 特色工作坊和全齡活動

除了歷史建築特色外，以庭院豐富的植栽為楔引，規劃以「風景」為創作的藝術家以及在植物職人的帶領下「認識植物」，落實文化平權，鼓勵全齡共同參加做藝術、動手創作。

日期	活動名稱	講師	參與人數
10 月 17 日(日)	日常風景藝術家講座 X 工作坊	盧俊翰	35
11 月 28 日(日)	冬日療癒力_手作精油皂	綠野香踪植物精油研製所	12
小計		共 2 場	共 47 人

3. 導覽服務

為落實文化平權，增進各種年齡層、弱勢族群來訪梅庭之深度體驗，並增加志工服務多樣性，梅庭開放各級學校機關和團體參訪，並免費提供導覽服務。促使更多人認識梅庭的文化內涵與建築之美。

日期	來訪單位	參與人數
10 月 31 日(日)	關渡國小	15 人
11 月 4 日(四)	台北城市科技大學	30 人
12 月 9 日(四)	社團法人台北市新活力自立生活協會	9 人
小計		共 54 人

(四) 社區合作計畫

1、自辦館舍交流活動

梅庭不僅是歷史建築，更是扮演藝術文化的推手，深化北投因溫泉所發展的風土與地區，與北投中心新村舉辦為期一個週末之《眷戀北投 梅感音樂季》透過市集、民謠、走讀、工作坊等各式北投文化與生活連結的面向，進而了解北投的多元面向，共計舉辦 10 場活動，至少吸引 3,500 人參與。

日期	活動名稱	演出者	參與人數
11 月 27 日(六)-11 月 28 日(日)	月琴民謠演出	臺灣月琴民謠協會	4 場/55 人
11 月 27 日(六)-11 月 28 日(日)	跟著市集去旅行	好好手感微笑市集	2 場/3,333 人

11月27日(六)	風景音樂會	開心音樂藝術	30人
11月28日(日)	眷音時光	開心音樂藝術	50人
11月27日(六)	溫泉鄉遍地梅花	北投說書人	20人
11月27日(六)	冬日療癒力手作精油 乳液	綠野香踪 植物精油研製所	12人
小計		共10場	共3,500人

2、在地慶典響應串聯

為推廣北投無圍牆博物館，讓民眾擴展認識其範圍，除了藝文教育活動推廣外，2021全臺藝術盛事《白晝之夜》，梅庭共同響應，延長夜間開館時間，邀請民眾夜遊北投，公開夜間才能看得到的「繽紛花鳥窗貼」限定夜景，絢麗溫暖的視覺效果，同時搭配一旁的月琴演出，北投經典「那卡西」再現，在琴聲傳唱與傳統樂器的敲打聲中，感受歷史建物與藝術的魅力。此外《北投溫泉季》、新北投車站《鐵道生活節_時光轉運站》裝置藝術收集御守打卡活動，北投館所共同宣傳響應，辦理辦理交流或串連活動。

日期	活動名稱	演出者	參與人數
10月02日(六)	白晝之夜夜遊北投梅庭限定美景	-	2,848人
10月02日(六)	月琴那卡西	臺灣月琴民謠協會	366人
10月16日(六)	梅來演趣音樂會	江宇雯、梁乃仁、方中	30人
小計		共3場	共3,244人

3、館所串聯活動

配合北投地區館所、社區活動辦理串連活動，擴大活動效益

日期	活動名稱	演出者	參與人數
10月15日(五)-10月24日(日)	鐵道生活節藝術家聯名御守	盧俊翰	6,261人
11月27日(六)-11月29日(一)	北投溫泉季延長開館	-	3,714人
小計		共4場	共9,975人

(五)宣傳行銷

1. 媒體宣傳

北投梅庭行銷宣傳管道以網路宣傳為主要行銷方式，並配合活動需求設計/印製相關文宣品，發放於梅庭周邊館所及店家，並與臺北市政府文化局、觀光傳播局、台北市文化基金會等平台進行串聯，增加梅庭於網路、於北投地區的曝光率。110年梅庭各式媒體與平台露出達28則以上，內容涵蓋各式面向，如：特展、教育推廣課程、自辦活動、白晝之夜報導及無圍牆博物館之串連活動…等。

(1)媒體宣傳效益：

月份	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月	小計
網站		1				14	11			26
貼文數	2	12	25	20	25	29	24	28	25	190
雜誌						1				1
電視		1								1
小計	2	14	25	20	25	55	35	28	25	218

110 年年度網路媒體露出總數 26 則（包括平面報章雜誌，以及網路新聞和電視媒體等）。

2. 特色宣傳品及紀念品開發

110 年規劃建置北投梅庭視覺識別標誌，並搭配《幸福就像日常風景》特展，110 年除製作展覽和活動宣傳摺頁外，也自行開發一款展覽紀念水果杯墊，結合藝術家創作與實用功能，讓美好的畫作元素也能融入觸手可及的生活之中。

執行成果：110 年完成梅庭視覺識別標誌一套、自行開發 1 樣紀念杯墊。

(六) 館所營運

- 志工建置及訓練：110 年梅庭志工隊建置人數 28 人。並制定相關志工管理規章與志工隊隊長遴選辦法，辦理訓練課程及館際交流活動，110 年舉辦 2 場教育訓練如下：

日期	主題	內容	參與人數
5 月 3 日(一)	第一次志工教育訓練暨志工大會	因應疫情的展館運營方式與遊客應對方式之調整。	21 人
9 月 16 日(四)	第二次志工教育訓練暨志工大會	特展幸福就像日常風景之展覽內容介紹與培訓。	25 人
11 月 30 日(二)	館舍交流活動《聆聽礦城與港都的興衰更迭》	與姊妹館所新北投車站合辦，參訪外館的同時志工也能與新北投車站的志工交流服務經驗。	15 人

- 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)

月份	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----

本 年 度	20,699	17,697	15,115	16,269	4,361	0	59	3,305	4,868	13,596	18,846	20,235
-------------	--------	--------	--------	--------	-------	---	----	-------	-------	--------	--------	--------

註1：110年1月至3月為本府觀光傳播局代管，110年4月起由文基會經管。

註2：5/15(六)-7/12(一) 因應疫情三級警戒，為防疫閉館期間

(八) 110年活動參與人數統計：

時間	活動名稱	實際服務人次
常態型活動	4-12月	梅感生活學系列講座(8場)
	110/9-12月	特展:幸福就像日常風景
		8場/252人次
專案型活動/ 北投四季活動	9月	不插电音樂會(1場)
	10月	白晝之夜限定美景(1場)
	11月	風景音樂會(1場)
	11月	眷戀梅感月琴演出(4場)
北投社區參與 與工作坊	11月	特展工作坊(1場)
	9月、11月	北投走讀活動(2場)
梅庭主題活動	9月	特展開幕會
	9月	露臺音樂會
館際合作活動	10月	鐵道生活節響應活動(2場)
	11月	周末市集活動(2場)
	12月	民謠常在生活裡(12場)
導覽與場地租 借	4月	預約導覽(2場)
	12月	場地租借(2場)
入館參觀人次		81,539人次

中心新村

一、北投中心新村聚落經營管理與推廣

中心新村是全臺唯一的溫泉軍醫眷村，也是結合北投特有溫泉文化與生活記憶的重要歷史現場。110年透過中心新村一期示範區之聚落維運與保溫計畫，更新主題展演並推出多元豐富之教育推廣活動，同時透過盤點眷村文物，梳理中心新村歷史脈絡，活化社區及在地文史資源，促進眷村文化保存。使中心新村做為「北投溫泉·無圍牆博物館」未來發展腹地，與臺北市眷村文化推廣行政運作基地。

(一) 營運重點：

1. 北投中心新村相關文獻蒐集及展覽。

2. 前條所定北投中心新村指定範圍內之營運、管理及維護工作。
3. 北投眷村歷史教育推廣。
4. 社區教育文化工作推動及整合行銷。
5. 其他經文化局事前書面同意之項目。

(二) 展覽執行：

1. 中心新村主題展《心中眷念的歸鄉：找尋臺灣眷村的時代線索》

自 1994 年臺南市北垣社區眷村文化保存倡議開始迄今，已逾 25 個年頭，鮮少機構嘗試著，以展覽梳理臺灣眷村保存的歷程。為傳達眷村文化保存對台灣歷史發展、促進族群理解及多元文化社會之重要性，本會嘗試著從「淺談」的角度，概略性地以展示漸次梳理過去的光影，催生出本次展覽。希望藉由本展拋磚引玉，也為後續北投中心新村範圍內逐步開放的空間，預留可茲延伸與探討的議題。期待您的參與及補白，讓我們共同為北投中心新村未來的規劃，帶來更多的可能與想像。

➤展期：自 110 年 9 月 25 日(六)起。

➤參觀人數：7,811 人（人數統計為 110/9/25(六)至 110/12/31(五)）

2. 眷村文化主題特展

特展：眷村孩子的休閒娛樂

許多眷村子弟回憶，當時眷村經濟條件並不寬裕，眷村孩子們通常會運用簡單的材料製作玩具，或構思有趣的遊戲，來和同伴們玩耍。此外，每日下午 6 點是卡通時間，許多小孩會聚集到有電視機的家戶門外，趴在窗邊一起觀看，是多數眷村孩子的共同記憶。現在的人想聽音樂，只需要 1 支手機便，能將旋律隨身帶著走，大量的線上串流平台，有來自世界各地的音樂供選擇。然而，把時間倒帶到 50 年前，聽音樂的媒介只有唱片和卡式錄音帶，除了欣賞音樂，也常作為學習語言之用，例如：西洋流行樂唱片，在聆聽歌曲之餘，順便了解歌詞含意，提升眷村子弟學習外語的熱忱。如今唯有循著過往歲月留下的痕跡，回味早期眷村生活的樣貌。

➤展期：自 110 年 9 月 25 日起。

➤參觀人數：7,811 人（人數統計為 110/9/25(六)至 110/12/31(五)）

(三) 教育推廣活動

1. 主題導覽

每周六日提供免費定時之中心新村主題導覽，透過專業導覽師資帶領民眾認識中心新村的歷史背景及發展沿革，並導聆當期展覽內容與未來發展願景，豐富到村民眾遊覽體驗。

週末主題定時導覽（14:00 /15:00）：

1-5 月共 33 場次，參與人次 600 人。11-12 月共 30 場次，參與人次 300 人。

2. 區域走讀

以中心新村為起點，規劃連結至衛戍醫院、新民國中及周邊區域走讀導聆，期望透過閱讀聚落紋理與地理空間之連結，結合校區課程、院區職能治療和文資導覽，深化民眾對於北投在地關懷與認同。

第一場 9 月 26 日(日)「戰爭記憶」：參與人次 22 人。

從梅庭出發，回到 1949 年臺灣史上最大移民潮，尋訪殘存北投的戰爭記憶與動盪時代下人們活下去的意志。

路線：梅庭➤北投溪➤溫泉新村➤警備總部北投調查局➤衛戍醫院➤中心新村

第二場 10 月 2 日(六)「北投眷村漫遊」：參與人次 20 人。

將帶領大家認識新北投地區周邊，除了全臺灣唯一的溫泉眷村之外，還有哪些眷村在你我的生活當中？它又有哪些有趣的故事呢？就讓我們從中心新村出發，找尋隱藏在我們生活周遭的眷村文化。

路線：中心新村➤溫泉新村➤婦聯三村與復興崗➤七虎新村

第三場 12 月 12 日(日)「北投時光行旅」：參與人次 17 人。

從原住民的凱達格蘭族、清治時期、日治時期，一直到戰後民國，帶領大家遍覽北投至新北投地區豐富的人文歷史地景，穿梭在不同時代的建築，彷彿一場時光旅程。

路線：保德宮➤周氏節孝坊➤新北投車站➤北投公園➤北投溫泉博物館➤梅庭➤前日軍衛戍醫院➤北投中心新村

3. 療癒共感課程

以親子活動為主軸，舉辦《眷村繪本故事工作坊》，透過講師的引導，藉由繪本故事與親子互動，以戲劇、肢體、藝術體驗、創意啟發的方式，深入淺出地帶領孩子了解臺灣這塊土地的人文情懷與眷村文化。

日期	工作坊	講師	參與人數
09 月 26 日(日)	繪本故事 / 手作立體卡片	頑書趣	12
10 月 03 日(日)	繪本故事 / 手作蝙蝠偶		10
10 月 10 日(日)	親子繪本戲劇工作坊		12
10 月 16 日(六)	繪本故事 / 手作剪紙		16
10 月 23 日(六)	行李箱彩繪	小高潮設計事務所	17

➤ 執行成果：共 5 場次、67 人次參加

4. 眷村主題培力課程

以眷村主題開設相關培力課程，從具有時代感的眷村背景，透過食(眷村菜)、玩(手作DIY)，感受眷村文化融合、白手起家的特殊精神，形塑特色文化體驗，促進在地社區參與並增加觀光價值。110年以不同主題規劃多元的課程，邀請講師透過講演、實作及體驗等方式，帶領所有參與者認識眷村保存、建築及豐富的文化內涵。

日期	課程	講師	參與人數
10月09日(六)	過去的現在：北投中心新村保存運動	張聿文/張中模	27
10月17日(日)	眷村飲食文化工作坊	張聿文/陳俊佑	23
10月24日(日)	眷村療癒課程工作坊	黃素秋	15
11月6日 (六)-27日(六)	眷村木藝DIY工作坊	徐平東	51
12月05日(日)	磚瓦記憶：眷村建築形式、空間紋理與文化保存	曹羅羿	15
12月11日(六)	《何以為家》紀錄片播放與導演座談	李剛齡	10

➤ 執行成果：共9場次、141人次參加

(四) 年度亮點與串聯交流活動

1. 春聯揮毫活動：

每年農曆春節，是眷村重要的大日子，特邀請書法老師至中心新村揮毫，提供精美春聯送給前來參觀的民眾，或可自己拿毛筆寫出自己獨一無二的春聯。

➤ 總參與人次：100人

2. 剪紙走春活動：

用剪刀，在新的一年，把祝福在紙上盛開，剪出好福、好運，黏貼在中心新村，為新年帶來新氣象。➤ 總參與人次：20人

3. 《白晝之夜》夜間開館：

搭配白晝之夜活動，除夜間開館，舉辦「新村電影院」，播放眷村議題紀錄片供來訪民眾欣賞。➤ 總參與人次：881人次

4. 眷戀北投梅感音樂季

為宣傳全臺唯一溫泉軍醫眷村，從樂活、慢活、療癒三元素，籌劃「眷音時光音樂會」、「精油皂親子體驗工作坊」、「民謠常在生活裡」及「地景走讀」等系列活動，並擴大活動場域至梅庭，藉由館舍的串聯，連結地方特色，邀集民眾體驗北投獨特人文風景，達到1加1大於2的推廣

效益。

日期	活動	講師	參與人次
11 月 27 日(六)	精油皂親子體驗工作坊	綠野香踪植物精油 研製所	10
11 月 27 日(六)	地景走讀：溫泉鄉遍地梅花	北投說書人	20
11 月 27 日(六)、 28 日(日)	民謠常在生活裡	台灣月琴民謠協會	60
11 月 28 日(日)	眷音時光	聞心音樂藝術工作 室	50

➤總參與人次：140 人次

(五)眷村文物調查研究

為能掌握現階段保存在北投中心新村的文物數量、材質、形制、現況及背後所代表的文化意義與歷史脈絡，已完成盤點及編碼文物數量總計為 349 件，包括協會於 2017 年整理的 100 件文物(5 件散佚)、2018 年整理的 40 件文物(1 件散佚),剩下 215 件為本次新盤點，並進行編碼的文物(行李箱、木箱、家具、字畫、紙本文件檔案、居家用品等)。

(六)社區合作計劃

運用中心新村良好的自然學習環境，與周邊教育資源新民國中合作開辦特色課程-眷村木藝工作坊，透過專業的木工師資帶領參與民眾學習眷村的木工技藝與文化特色。採用環保碳循環概念，保存不燒毀木頭的固碳，以報廢木製課桌椅為材料進行加工，由老師帶領下製作火車頭車身及彩繪，為舊木料賦予新生命。

課程計 12 小時，於新民國中木工教室開課，課表如下：

初階課程				
日期	課程名稱	講師	時數	參與人次
11/6(六)	眷村木藝 DIY 工作坊	徐平東	3 小時	9
11/13(六)	眷村木藝 DIY 工作坊	徐平東	3 小時	16
11/20(六)	眷村木藝 DIY 工作坊	徐平東	3 小時	11
11/27(六)	眷村木藝 DIY 工作坊	徐平東	3 小時	15

➤共計 4 場次，51 人次參與

(七)宣傳行銷

1. 官方網站：

110 年底完成中心新村官網後台系統擴充，提供各項訊息發布、資訊查詢、申請服務，並配合社群網站、自媒體平台及實體海報及宣傳摺頁、互動媒體機及實體公開新聞發布活動。同時與臺北市政府文化局、觀光傳播局及台北市文化基金會、北投無圍牆博物館館所聯合行銷宣傳，不定期活動協助刊登訊息，拓展廣大觀眾群，提供更便捷完善的資訊服務。

2. 媒體宣傳效益：

110 年年度網路媒體露出總數 23 則（包括平面報章雜誌，以及網路新聞和電視媒體等）。

3. 品牌行銷及紀念品開發：

規劃建置中心新村視覺識別標誌，並搭配主題展製作摺頁、酷卡等宣傳品供免費索取。另製作 2 款主題展紀念品(防疫隨身皂、主題展紀念紗巾)作為行銷推廣活動使用。

(八)館所營運

1. 志工籌備及培訓：110 年中心新村規劃籌組種子志工團隊，並辦理志工培訓課程，協助種子志工認識中心新村、衛戍醫院及北投相關文史資源。

日期	課程內容	參與人次
7/24(六)	戰後台灣眷村、族群與文化	35
7/31(六)	北投中心新村的前世今生	25
8/7(六)	大眾歷史記憶蒐集：緣在陸光一村	27
8/14(六)	中心新村聚落保存再利用之探討	26
8/21(六)	眷村的社會學想像與社會設計	21
8/28(六)	眷村文化的利基市場與創新發展	26

➤共計 6 場次，共 160 人次參與

2. 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。

(九) 年度實際服務人次(入館人次)

月份	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
本年度	2,558	2,184	2,378	2,093	1,341	0	265	1,072	1,511	3,065	2,627	2,119

註：5/15(六)-7/12(一)三級警戒期間配合防疫政策閉館，7/13(二)-7/25(日)採預約制入館。

(十) 110 年全區參與人數統計：

時間	內容	服務人次
----	----	------

1-12 月	周末定時導覽及主題展定點導覽、生活節定點導覽、OPEN HOUSE TAIPEI 專場導覽及區域走讀等。	73 場，1016 人次
5-12 月	完成盤點及編碼之中心新村眷村文物。	349 件
1/30(六)	春聯揮毫活動	1 場，100 人次
2/16(二)	剪紙走春活動	1 場，20 人次
7/24(六)-8/28(六)	中心新村志工培訓課程(線上)	6 場，180 人次
10/2(六)	白晝之夜跨夜開館及電影播放	1 場，881 人次
11/27(六)-28(日)	眷戀北投梅感音樂季系列活動	4 場，140 人次
9/26(日)-12/12(日)	主題展系列走讀活動	3 場，59 人次
9/26(日)-10/23(六)	療癒共感課程《眷村繪本故事工作坊》	5 場，67 人次
10/9(六)-12/11(六)	眷村主題培力課程	9 場，141 人次
9/25(六)起	主題展「心中眷念的歸鄉：找尋臺灣眷村的時代線索」、特展「眷村孩子的休閒娛樂」	8,138 人次
110 年入村參觀人次總計		21,213 人次

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、北投中心新村、煥民新村、北投梅庭，並策辦台北電影節，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

(一)本年度收入預算數 5 億 6,440 萬 8,000 元，執行結果，決算數 4 億 8,669 萬 482 元，較預算數減少 7,771 萬 7,518 元，約-13.77%，說明如下：

1. 補助收入

(1)109 年配合市府紓困措施申請撥補基金 1,802 萬元，松菸與紅樓減租 109 年認列 1,225 萬餘元，紅樓維持基本營運虧損 576 萬餘元認列在 110 年。

(2)西門紅樓提請 110 年追加預算 1,600 萬元。

(3)補助款執行賸餘解繳市庫 1,017 萬餘元，主要為影委會、剝皮寮、辦學部。

2. 營運收入

(1)主要係辦學部招生不如預期，致教學收入減少。

(2)主要係當代館、電影節因疫情影響活動辦理縮小規模、影展延期，觀展、觀影人數大幅下降影響門票收入。

(3)疫情影響經濟活動，協力廠商減少合作意願，異業合作贊助減少。

3. 租金收入

疫情影響及配合政府紓困減租免租政策，場地租金收入不如預期。配合政策減租計有 1,797 萬餘元，無條件減租或退租共計 1,259 萬餘元。

(二)本年度支出預算數 5 億 6,429 萬 8,000 元，執行結果，決算數 4 億 9,803 萬 8,983 元，較預算數減少 6,625 萬 9,017 元，約-11.74%。

1. 人事費用主要係西門紅樓、辦學部、松山文創園區、當代館等因受疫情影響，擱節人力支出。

2. 管理費用主要係松山文創園區因應大巨蛋即將開幕，運用 109 年盈餘，支應園區內的空間與設備的整備作業，故超出預算數。(如表二)

3. 業務費用主要係活動辦理受疫情影響，擱節各項支出。

(三)收支相抵，本年度預算數為賸餘 11 萬元，執行結果，決算數短絀 1,134 萬 8,501 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	
15,842,954	5,981,081	319,195,501	8,880,350	102,356,402	32,602,715	943,751	396,610	491,118	486,690,482
3.26%	1.23%	65.58%	1.82%	21.03%	6.70%	0.19%	0.08%	0.10%	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					
13,127,972	155,487,304	152,995,072	176,428,635	0					498,038,983
2.64%	31.22%	30.72%	35.42%	0.00%					100.00%

表二、文基會 108-110 年收支狀況

項目	108/01-12	109/01-12	110/01-12
收入	664,067,928	578,927,614	486,714,408
支出	644,837,324	562,080,645	498,062,909
本期賸餘(短絀-)	19,230,604	16,846,969	(11,348,501)

四、內部控制及稽核制度實施情形：

於 110 年 5 月 24 日與董事會共同審議通過內部稽核計畫，並指定稽核單位。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。

110 年度新增與修訂「財團法人台北市文化基金會誠信經營管理規範」、

「北投梅庭場地使用申請要點」等 51 項內部法規。宣導公布內部控制制度後，110 年度已增修「寶藏巖國際藝術村場地使用管理規定」等 14 項場地管理相關規定以配合內控制度。

五、投資管控情形：無投資行為。

本會於 110 年度並無投資情形，如有重大投資依本會組織章程需經董事會同意。

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、110 年度財團法人台北市文化基金會績效評估

110 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	110 年度 目標值	110 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。

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	110 年度 目標值	110 年度 達成值
		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、審查報告等方式，發揮監察人之獨立功能。	1. 監察人於 110 年 5 月 24 日、7 月 12 日、9 月 7 日列席本會董事會。 2. 財報及年度決算書經監察人審查後，送董事會議通過。
			2. 提升內部稽核功能	實施財務內部稽核	依據本會「內部控制與內部稽核制度」，辦理稽核，提升整體內部管理效率及品質。	1. 於 110 年 5 月 24 日與董事會共同審議通過內部稽核計畫，並指定稽核單位。 2. 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 5,500,000 人次。 ※北藝中心轉出及受疫情影響調整人次。	參與總人數達 6,372,777 人次。
			2. 網站瀏覽人次	全會網站瀏覽人次。	網站瀏覽量達 10,000,000 人次。 ※北藝中心轉出調整人次。	網站瀏覽量達 11,115,062 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 2,900 場 ※北藝中心轉出及受疫情影響調整場次。	舉辦活動總場次 3,336 場。

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	110 年度 目標值	110 年度 達成值
			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 6,816 則。
			4. 出版品總 發行種類	全會出版品 總發行種類	發行 10 種。	發行 21 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 100 場。 ※北藝中心轉出及 受疫情影響調整場 次。	各項國內外交流活動 142 場。
			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 100,000 人次。 ※北藝中心轉出及 受疫情影響調整人 次。	各項國內外交流活 動，參與人次 363,395 人次。 ※含線上參與 128,421 人 次。
		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 900 場講 座、說明會與工 作坊。 ※北藝中心轉出及 受疫情影響調整場 次。	辦理 949 場講座、說 明會與工作坊。
			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 185,500 人。 ※北藝中心轉出及 受疫情影響調整人 次。	參與人次達 209,266 人。 ※含線上參與 65,452 人 次。
顧客服務	15%	提升顧客 服務滿意	1. 一般顧客 滿意度	全會一般顧 客滿意度	平均滿意度達 83%。	平均滿意度達 92%。

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	110 年度 目標值	110 年度 達成值
		度(15%)	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 81%。	平均滿意度達 95%。
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. 新納入煥民新村、中心新村及梅庭。 2. 無圍牆博物館計畫。 3. 台北當代藝術館推出線上 VR 導覽。	1. 新納入煥民新村、北投中心新村及北投梅庭。 2. 執行城北廊帶、城南、新北投、萬華艋舺及信義松菸無圍牆博物館計畫。 3. 因應疫情時代建立滾動式多元的展演模式，採實體與線上並行，如線上導覽、徵件，透過影音平台直播展演、講座、工作坊及製作 Podcast 等。 4. 剝皮寮於 5 月疫情嚴峻時做為快篩站，而後展出相關常設展。

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	110 年度 目標值	110 年度 達成值
財務管理	15%	1. 發揮財務運用 效益 (10%)	1. 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： 564,298,000 元 預算各項支出： 銷貨成本：45,865,000 元 人事費用：171,136,000 元 管理費用：138,837,000 元 業務費用：208,460,000 元 預算餘 絀：110,000 元	總支出：498,038,983 元 各項支出： 銷貨成本：13,127,972 元 人事費用：155,487,304 元 管理費用：152,995,072 元 業務費用：176,428,635 元 餘絀：-11,348,501 元
			2. 自籌收入 比率	自籌收入/ 整體收入總 額(單位：%)	預算自籌收入比 率：45.4%	自籌收入比率：34.4%
			3. 自籌款達 成率	決算自籌收 入% /預算自籌 收入%	自籌款總額 256,496,000 元 自籌款達成率 100%	自籌款總額 167,494,981 元 自籌款達成率 65.3%

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	110 年度 目標值	110 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. 依據本會內部控制制度持續強化管理。 2. 因應實際狀況修訂新增一般內部法規，並配合一般法規增修，檢討內部控制制度。	1. 110 年度新增與修訂「財團法人台北市文化基金會誠信經營管理規範」、「北投梅庭場地使用申請要點」等 51 項內部法規。 2. 宣導公布內部控制制度後，110 年度已增修「寶藏巖國際藝術村場地使用管理規定」等 14 項場地管理相關規定以配合內控制度。

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 110 年度整體治理之「法人治理」、「營運績效與目標」、「顧客服務」、「創新加值」、「財務管理」五大構面及 20 項子項指標，除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. 財務管理之決算自籌收入 1 億 6,749 萬 4,981 元，佔總收入 34.4% 較 109 年度(39.22%)下降。決算總支出 4 億 9,803 萬 8,983 元，較預算總支出 5 億 6,429 萬 8,000 元，減少 6,625 萬 9,017 元。決算總收入 4 億 8,669 萬 482 元也較預算總收入 5 億 6,440 萬 8,000 元，減少 7,771 萬 7,518 元。經查，主要亦為受 Covid 19 疫情影響，活動延期或取消，或改採線上辦理，且場館參觀人流亦減少，致決算支出少於預算支出。另因觀光客減少，致銷貨收入、受贈收入不如預期，營運收入則因疫情因素致門票收入減少、各項活動周邊商品販售及辦學部招生皆不如預期。租金收入則因配合本府租金減租政策及受疫情影響致較預算為低。
3. 綜上，文基會 110 年度績效大致良好。檢視 110 年度至今，文基會館所營運、活動規劃仍受疫情影響。將請該會持續思考跨部門橫向連結、合作可能性及於疫情期間、疫情後之營運方式，以達成預算目標，並提高自籌收入比例。

二、評估結果：績效良好。

三、其他建議：無。