

中華民國 106 年 度

(自 106 年 1 月 1 日起至 106 年 12 月 31 日止)

財團法人台北市文化基金會

決 算 書

會計：



(總) 執行長：



董事長：



財團法人台北市文化基金會

目 次

中 華 民 國 106 年 度

一、總說明.....	1- 126 頁
二、主要表	
(一)收支營運決算表.....	127 頁
(二)現金流量決算表.....	128 頁
(三)淨值變動表.....	129 頁
(四)資產負債表.....	130-131 頁
三、明細表	
(一)收入明細表.....	132-133 頁
(二)支出明細表.....	134-135 頁
(三)固定資產投資明細表.....	136 頁
(四)轉投資及其盈虧明細表.....	-
(五)基金數額增減變動表.....	137 頁
四、參考表	
(一)員工人數彙計表.....	138 頁
(二)用人費用彙計表	139 頁
五、附錄：持股超過百分之五十之轉投資事業決算資料.....	-

財團法人台北市文化基金會

總說明

中華民國 106 年度

壹、財團法人概況（設立依據、設立目的、組織概況）

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；目前配合任務需要設置六個業務推廣群組，分別為：

- (一)視覺藝術推廣群(營運臺北當代藝術館、台北國際藝術村及寶藏巖國際藝術村)
- (二)文化產業推廣群(營運松山文創園區、辦理文化創意產業活動及國際參展計畫、營運西門紅樓、電影主題公園及台北偶戲館)
- (三)影視產業推廣群(辦理影視協拍、人才培育與產業扶植相關業務及台北電影節)
- (四)表演藝術推廣群(辦理臺北兒童藝術節、臺北藝術節、臺北藝穗節)
- (五)政策專案開發群(經營臺北表演藝術中心、新北投車站及藝術文化人才實驗教育機構)
- (六)管理部

貳、年度各項工作計畫或方針之執行成果

【視覺藝術推廣群】

一、「台北當代藝術館」營運計畫

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。

106 年度，館方除了自行策畫主題性的展覽，也積極與國外駐臺單位和其他藝文機構合作辦展，並開放國內外獨立策展人、藝術團體及藝術創作者提案申請展出，使展覽樣貌更為豐富多元。

除了在本館展區透過多樣的展覽內容和交錯的檔期規劃，以達到「全年有展覽、服務不打烊」的目標，為突破一般美術館給人的封閉印象，進一步將藝術展演帶到都會及社區空間，也是當代館自 97 年度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」、「中山地下街公共藝術」等。107 度將持續更多元化及全方位的發展，讓藝術展演從館內拓延至周邊不同公共場域，透過生活美學相關展覽，讓過往民眾與藝術不期而遇，感受藝術與生活碰撞的樂趣與驚喜。

當代館的推廣活動規劃，以活絡社區氛圍、縮短民眾與當代藝術的距離為宗旨。活用當代館戶外廣場，適時辦理創意文化或生活美學相關假日活動，將館前廣場塑造為民眾休閒聚會的「公民藝文廣場」；推廣活動內容，不論搭配館內展覽或特殊節慶的主題而設計，都將繼續強調「返回生活」的當代理念和民眾參與的模式。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。

有關教育活動業務，除了針對館內各類展覽，規劃導覽員培訓、民眾講座、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：(一)專為 12 歲以下兒童特別開闢的「小玩藝教室」(二)提供一般民眾美學認知及創作體驗的「好玩藝教室」(三)與鄰近的成淵高中、建成國中和日新國小合作的「藝術家駐校教學計畫」。此外，將繼續把當代館多元豐富的展覽內容轉化和累積成為藝術教育的資源，包括展覽專刊的出版、導覽手冊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)展覽策畫

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

1. 主題策畫展

主題策畫展		
項次	展覽名稱	展覽簡介
(1) 國 際 主	【羅莎的傷口】 參展藝術家：陳界仁、百武鞞 吾、蓓里莎格 belit sağ、胡丰 文、基瑞達蕾娜 Kiri Dalena、	「羅莎的傷口」借用保羅·策蘭〈凝結〉這首詩的意象，將「傷口」成為一個連結「時間—空間」和「個體—集體」的裂口，讓我們得以窺見暴力與創傷如何以不同的面貌延續，並揭

題策畫展	黎光頂、孫遜、聞海	示脆弱性如何反應人類彼此的共存現實與需求，以喚起承擔他人苦痛的社會責任，思考「我」如何在變動的「時間—空間」與差異的「個體—集體」之間，層層疊套，成為「我們」。此次參展的八位藝術家，著眼於二戰以來關於殖民、冷戰、極權、乃至於新自由主義之下的倖存者及其後代，以不同視角反覆琢磨不可見與無法言說的歷史與記憶，並重探美學的情動效應如何觸發我們重新思考彼此的共存現實，以回應他者創傷與現今層出不窮的暴力事件，不讓漠視和偏見，進一步強化暴力與創傷的結構。
(2) 台灣主題策畫展	【島嶼隱身】 參展藝術家：多瑪索·穆之、宜德思·盧信、瓦旦·督喜、賈科莫·札加內利 Giacomo Zaganelli、塞爾維亞·皮安提妮 Silvia Piantini、林介文、巴卡芙萊（黃錦城、林琳）、安聖惠、角落藝術群...等	新時代的來臨，西部的進步帶來生活的矛盾與價值抵觸，使得島嶼東部出現另一種可能。這是東部藝術家面對的第一個悖論，也是創作的來源，對抗巨大空虛無聊、原始的自然力量而產生的整體把握之野心與批判力度。另外，那些離開再回來，一直處於隱身避世與豪邁開創之中來來去去而形成第二種悖論，在價值兩極之間巨大擺盪的體力與精力所帶來的生命力量。第三個悖論即原住民山林世界與漢人灰塵世界，是關於始原的探索與存在的警覺。「島嶼隱身」希望透過這三個悖論，探討一種特殊美學與存在之真，邀請深居東部的藝術家，以及外地來來去去求學的青年創作者，就他們生活實踐與自我探索，彰顯「任何一個地方都有大地與世界，自由與文明」的思緒及其藝術。
(3) 當代國際交流展	【失重樂園—河口洋一郎的衍化論】 參展藝術家：河口洋一郎 Kawaguchi Yoichiro	本展鋪陳了河口洋一郎的創作軌跡，精要呈現多元的創意表現及其連結脈絡；從設置於當代館大門前方的大型珊瑚狀雕塑《成長模型》開始，引領觀眾窺探藝術家獨特的創作表現和細膩的生命觀察。本展包括兩個主題架構：一樓展示了以河口洋一郎「成長模型」作為基礎所發展各種藝術面貌；從靜態的塗鴉手稿到電腦程式的實驗、高畫質電腦繪圖、與實體雕塑及互動感應裝置。二樓則呈現藝術家在 90 年代至今以「人工生命」為命題的各式創作，顯現出與早期作品截然不同的面貌；觀眾不僅能一睹日本傳統文化與河口洋一郎電腦影像的創意混搭，還能參與藝術家精心規劃的互動項目。
(4) 台灣當代	【『世』一場自願非願的遊浮—李真個展】 參展藝術家：李真	李真為當代國際藝壇中極具代表性的雕塑藝術家之一。作品風格融合其早期對佛學道家之感悟，兼具西方雕塑之創作語彙，同時滲入對當下社會百態之凝視與揭示。本展透過對李真作品邏輯的爬梳與推進，以「世」為主題定調。「世」

藝術展		<p>在中文裡有多重含義，不僅有時間上的概念，更有空間上的概念，如：「世界」，進而延展到對「出世」與「入世」的考量。英文所對應的“Being”，更有存在、生命、本質與品格的意味。恰如李真的作品由東方意識與佛學精神而來，具有綿延的歷史長度，又有著對現世直覺之思考心識，從而建構出李真藝術的多重性與前衛性。本展場中劃分為「來」、「往」、「入」、「出」四個層面，藉以帶給觀者感受這由諸多因素所構築的遊浮場域。</p>
(5) 國際 主題 策畫 展	<p>【光·合作用—亞洲當代藝術同志議題展】 策展人：胡朝聖 參展藝術家：王文清、王亮尹、王俊傑、王海洋、西亞蝶、侯俊明、陳建北、席時斌、陶輝、席德進、莊志維、曾吳、曾怡馨、黃馬鼎、黃漢明、曾廣智、楊嘉輝、鄺醒、溫馨、譚浩、蘇匯宇、顧福生</p>	<p>本展覽以「光」作為展覽主題名稱，首先希望回應同志社群裡以彩虹作為符號象徵和平、愛和多元訴求的歷史，彩虹即為光的折射，本為一體，藝術的展現以及同志議題的探討如光譜一樣擁有多樣和包容性，絕非光明與黑暗兩端的二元對立；其次，「光」是地球上生生不息的能量來源，它平等對待萬物，滋養生命，用光的作用帶來成長、希望和美善的目的。展覽聚焦在文化、語言、地緣關係和族群背景相近的香港、臺灣、中國、新加坡等地，邀請 22 組藝術家參與，展出共 51 件作品，透過身份認同、平權議題、媒體消費現象、社會現實困境、個別／群體間的評論、人性慾望以及生與死等廣泛內容，呈現出二戰後華人 LGBTQ 社群的生活故事與相關議題，集結匯聚成了當代亞洲同志的歷史與生命情境。</p>
(6) 臺灣 當代 藝術 展	<p>【2017 臺北美術獎】 參展藝術家：王煜松、江凱群、吳其育、吳思嶽、李承亮、邱杰森、姚仲涵、洪瑄、孫培懋、陳亮璇、黃逸民、楊季涓、蒲帥成</p>	<p>「臺北美術獎」為臺北市立美術館主辦的年度藝術競賽展，是國內具前瞻性、指標性的視覺藝術獎項之一，鼓勵具獨特風格與時代精神之作品，力求發掘優秀之藝術創作者，希冀激發臺灣藝術圈產出更多元的思考與創意能量。「2017 臺北美術獎」經初審與複審評選出之參展藝術家共計 13 位，透過不同媒材與形式，展現獨特的創作視角，反映自身對當下生活經驗與周圍環境的觀察與思考。臺北市立美術館今年因場館內部整修，「臺北美術獎」首度移師臺北當代藝術館舉辦，而為了深化觀眾參與的面向，「2017 臺北美術獎」亦規劃「觀眾票選獎」，希冀透過票選活動的參與，引發更多的關注與討論，活絡集體思辨的動能。</p>

2. 室內實驗展 (MOCA Studio)

當代館的實驗藝術展場 (MOCA Studio)，本展區除了著重在推介「前衛」、「實驗」、「新銳」性質的藝術展覽，實際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。106年度室內實驗展共展出8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。

106年具體成果如下：

MOCA Studio 室內實驗展		
項次	展覽名稱	展覽簡介
(1)	【不曾到來的未來—黃贊倫個展】	本展透過藝術家黃贊倫後設敘述的邏輯思維，置換了不同時序下空間與立場，將虛擬與真實並置，讓未來與現今交錯。而被邀請穿越至未來並置身其間的我們，則得以去覺察在文明演進過程中所缺席的肉身與眼光，我們又該如何去進行對於未知的想像與押注，而未來，是否「不曾到來」。
(2)	【瀛洲排演—肖旭個展】	此次展出九件作品透過一筆一畫揣摩、反覆暈染層疊，建構起雲霧繚繞，間或點綴古木篁竹、花草生靈的大片混沌。藝術家肖旭想一舉打破傳統與當代、東方與西方等二元對立價值與文化敘事的強烈企圖，讓不同的時空交錯碰撞，經過一次又一次的排演，產生理性計算之結果與偶發性意外的交融，進而引發觀者的另類感知。
(3)	【國藝會策展人培力專案-破碎的神聖】	此次展覽分別在台北當代藝術館和空總創新基地兩個場域展出，藉由兩個在藝術展演空間的場域特質和象徵意義上分別具有代表性的場地，透過藝術作品的回應與提問，展開對於「破碎的神聖」不同層面的思考和對話，有部分作品的觀展與體驗甚至延伸至日常的生活場域之中，進而探索多重的歷史場域、記憶、文化轉譯和集體/個體認同等問題。
(4)	【繼時對比—張惠蘭個展】	【繼時對比】是由藝術家尋找個人創作與其生長地的連接點出發，以空間、生活與環境為基礎，將外部的日常環境、內在的記憶片段、與物件之間的符碼，透過空間的書寫組構新的閱讀可能。除了成為自我審視以及內在思考的介面外，作品也透過空間裝置反映了傳達出父女對於時間與環境上的轉變，以及自身所面臨的處境試圖安身立命的過程。
(5)	【在空之間—史丹.安克個展】	藝術家以特別調製的石膏灰泥與顏料作為媒材，再利用傳統澆鑄的手法，分層並階段性地將灰泥倒入鑄模組具中，待泥漿凝固成型、藝術家將模具卸除後，便能看到顏料層層堆疊量

		染於白色石灰粉牆之中。這樣的表現形式，不僅彰顯了藝術家嘗試將自己從作品中抽離，讓媒材為作品發聲的企圖，也間接傳達出時間被凍結封存的象徵意義。
(6)	【『真·性·情』好色之去义—蕭耀個展】	本次展覽「真·性·情—好色之去义」透過藝術家特有的觀察角度，以情色議題為創作語言，分從「抽象符號」、「人間繪本」和「自然風情」等面向切入，表述其多重探索和多元表現的實驗精神。
(7)	【時光之舟—陳哲偉個展】	「時光之舟」以船為喻發展為四個篇章：《成舟》透過繪畫工作坊的形式讓學員們搭建屬於自己的方舟；《乘舟》探訪玉里鎮上居民與其共處的狀況，誰同在船舶上而我們又將航向何處；《沉舟》記錄學員個體過往載沉載浮之生命敘事，從中映現時代下潛藏的權力與政治；《船上的人》詮釋檔案中精神病友的肖像，重新顯現於現實缺席的面孔。展覽作品透過多重結構的影像與敘事，開啟精神疾病所對應的各層面感知與現實，反映壓抑下的集體潛意識，並對社會結構、歷史書寫與其中不公正的排拒提出詰問。
(8)	【表象之城—賈科莫·札加內利個展】	法國哲學家居伊·德博在《景觀社會》中指出：「偽造現實的景觀不過是現實的真正產物，反之，現實生活在很大的程度上也被景觀所侵蝕。」本展提示的「表象之城」並非指向傳統浪漫的古都印象，而是揭示虛擬景觀已成功主宰現代人的感知生活。本次的展出，賈科莫不僅運用館內的展間呈現一系列駐臺創作之錄像及裝置作品，更規劃將展演空間延伸到館前廣場，讓觀眾能更直接地感受到其衝擊。

3. 當代影像聚場

當代影像聚場	
展覽名稱	展覽簡介
【影見巴黎—巴黎第八大學動畫影展】	【影見巴黎】由陳珠櫻教授策畫，陳教授目前任教於法國巴黎第八大學，指導《藝術與科技影像研究所》和《美學、科學與藝術科技博士班學院》。展覽中她精選近十年(2005-2015)、多達41部學生動畫作品於台北當代藝術館戶外電視牆展出，這些影片大部分皆由藝術與科技影像研究所碩士班學生在三個星期的密集式工作坊完成。
徵件展出【變異人】	本次展覽【變異人】集結了六件入選自「2015 MOCA Video 當代影像聚場」徵件展之作品，分別用電腦動畫、行為錄像、及手繪動畫等影像作品，以不同的視角探討人類的處境如何造成身體感知的變異。當代社會環境中的紛亂、高壓與疏離，讓人類身體感知逐漸與自我、他者、以及環境產生斷裂，形

	成了一個個陌生化的、發狂的、與變形的身體。
【2017 關渡國際動畫節 X 台北當代藝術館—藝術串聯計劃】	「關渡國際動畫節」由國立臺北藝術大學動畫學系所籌備辦理，於民國 100 年創辦至今已邁入第七屆，透過國際公開徵件的過程，不僅成功的將影展推廣到世界舞臺，更成為全球各地優秀動畫藝術家與導演所關注的重點影展。本館於 102 年度起加入合作串聯計劃，透過展覽期間的作品播映展示，齊步推動國內外的動畫創作與影像視野。本次展覽共計有百部作品輪流聯播，希冀透過雙方單位的串聯計劃與豐富的參展影片內容，共同活絡國內外動畫藝術的交流及成長，合力促進臺灣動畫界的國際視野與未來藍圖。
【賺大錢-李文政】	『賺大錢』作品以互動遊戲形式探討現今臺灣低薪環境現況下，年輕人受到社會現實與金錢壓力追逐的無奈與無法改變的無力感，不論如何努力追趕，理想仍然被現實所消磨。作品中由觀眾所扮演的遊戲角色在背負著鉅額貸款壓力下，藉由仿擬許多經典捲軸式遊戲中以吃金幣的方式賺錢，每吃到一枚金幣顯示的+1,120 元代表了 107 年度後臺灣的最低基本時薪 140 元/小時，每日工作八小時後即為 1,120 元。年輕人為了理想不停努力賺錢，但現實是如果沒有長輩資助或家世顯赫，很難憑一己之力購置房產。當對於「賺大錢」的成功期待，淪落到「僅能糊口」的緊縮生活時，人生還剩下什麼？又該去追求些什麼？

4. 街區實驗展

(1) 本館廣場貨櫃實驗展覽區

展覽名稱	展覽簡介
【被誘惑的夢遊者—盧俊翰個展】	自喻為【被誘惑的夢遊者】，盧俊翰認為創作就像一場充滿魅力的遊戲，因為對遊戲感到好奇，便情不自禁地為之吸引，並進入其中探險、遊歷。透過盧俊翰的現地彩繪創作，不僅讓觀眾得以一窺藝術家造夢的過程；在作品完成後，觀眾也能進入貨櫃空間中，感受藝術家腦海中的心像宇宙。
【藝想啟動—2017 館校聯合成果展】	本年度「藝術家駐校教學計畫」，特別融入近年臺北市籌備的「2017 年夏季世界大學運動會（2017 臺北世大運）」，透過藝教課程瞭解推動全民盛會時，所需連結的跨界產業合作。在教學主題規劃上，日新國小搭配視覺設計；成淵高中搭配服裝設計；建成國中搭配道具設計，不僅從各個專業領域教師的互動，了解到職業的工作性質和專業內容，回饋到社會學習之中，同時探索藝術多元發展的可能性，培養學生累積想像力與創造力，並引發自我實踐的行動力。
【地下人】	本次於 MOCA Cube 的駐地創作延伸自王思穎、林曉寧、楊詩敏、蔡佳蓉四位藝術工作者共同創作之【地下人】繪本故事。因有感於居住環境、垃圾以及環境污染所帶來的衝擊與反思，隨著人類存活的時間越長，生態問題日益嚴重，而許多議題卻在話題過後就被遺忘，問題始終沒有解決。本展期望經由【地下人】繪本故事，透過插畫想像失去控制後的地

球，喚起觀眾對垃圾、空氣汙染議題的關注，正視與生活息息相關的汙染問題。

(2)街大歡禧·赤峰街區

展覽名稱	展覽簡介
2017 街大歡禧－當代 X 社區藝術節	本次邀請八組藝術家以當代館建築為地緣中心向外輻射發散的街廓空間為研究與合作對象，並以當代館與社區間長期合作建立的互信與互動關係為基礎，將當代藝術所關注的當代社會現象凝縮至人們最直接身體能感觸到的社區空間尺度裡，以人們的日常生活為基質進行合作試驗與現地實踐，交融彼此的能量創造出一系列與社區裡人事物互動激盪的創作。

(二)教育推廣

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台。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。

106 年度當代館於館內及館外場域，策畫執行了六類分眾教育推廣活動，包括：以多元觀點，啟發觀眾瞭解展覽的「展覽導賞教育活動」、以建立藝術論述為目標的「Pulima 專題講座」與「春之當代夜」、以多元的課程項目，提供民眾學習創作的「好玩藝教室」、以兒童為對象，扎根藝術教育的「U12 小玩藝教室」、以媒合藝術家和國中小／高中教師協同開發藝教新徑的「館校合作計畫」，以及以普羅大眾為對象的「假日廣場藝文活動」。

1. 展覽導賞教育活動

106 年度共舉辦了 592 場教育活動，包括：服務個人的免費語音導覽、針對團體的每日上下午定時導覽，假日的專家現場導賞，深入淺出的 MOCA 講吧，以及專業的國際研討會等。

配合主題展舉辦的藝術家面對面及國際研討會活動，有助於民眾深入瞭解各藝術家創作脈絡及展覽整體的內容概念。

2. 「Pulima 專題講座」與「春之當代夜」

106 年度原住民族文化事業基金會與臺北當代藝術館共同合作，舉辦共計 9 場主題豐富的「Pulima 講堂」，揭示不同領域原住民藝術的發展面向，從中感受部落美學與當代揉雜交織的人文視野。另，由當代館與春之基金會共同合辦的「春之當代夜」活動，以主題策畫方式，結合專題演講、座談等各類活動。與談者來自亞洲各地區而具有不同專業背景，包括學者、藝術家、藝評、策展人...等，探討《亞洲·策展/史》系列主題，共舉辦 4 場講座。當代館期盼透過跨界連結，呈現當代藝術文化之不同知識和視野，兩個系列一

共 1,094 多位研究生及社會人士專程參與，印證了推動當代藝術論述，有其重要性和需求性。

3.好玩藝教室

「程，期以透過藝術創作的學習與交流，激發民眾不同的創意與思考，讓藝好玩藝教室」為台北當代藝術館常態型的藝術資源教室，依春夏秋冬四季開課，廣邀國內外不同領域之藝術家，利用各類型媒材，開設各項藝術創作課術與生活能更緊密結合。106 年度共開設 13 門課程，參與人數共計 224 人，累積人次多達 1,541 人。

另外，每年寒暑假，本館亦會配合館內主展覽，規劃極具特色且內容豐富的藝術營。106 年度配合主展覽【『世』一場自願非願的遊浮—李真個展】，規劃了五種主題之藝術營，分別為：「當光遇上雕塑」光雕藝術營、「雲裡的秘密」兒童雕塑營、「身體玩雕塑」肢體創作營、「材質大風吹」複合媒材營與「藝術大搖滾」青少年雕塑營，透過不同的藝術創作視角，引領兒童和青少年感受雕塑的美感與樂趣，全年度共舉辦五種主題之藝術營，參與人次達 264 人。

4.小玩藝教室

為推動本館教育推廣之功能，讓藝術向下扎根，「U12 小玩藝教室」為一專為 12 歲以下兒童打造的親子空間，除常設型的互動裝置與繪本之外，亦會配合每檔年度策劃展規畫藝術體驗活動。106 年度邀請藝術家侯俊宇，以「環境教育」為題，結合奇幻冒險的故事元素，運用彩繪與複合媒材進行創作，透過空間視覺的營造與作品的互動，激發兒童對於藝術的喜愛與想像，進而瞭解萬物共存與珍惜地球資源的重要性，累計參與人次共 5,590 人。

5.館校合作計畫

民國 97 年以來，當代館積極進入周邊校園及社區推廣美術。106 下半年度至 107 上半年度主題規劃以「手作時代與自然元素」為主軸，在現代科技充斥在生活中的年代，原始的自然元素反而是最珍貴最難以接觸的媒介，透過館校合作課程規劃，強調了「手作」創意發想和製作，重視獨一性與適切性，還原「自然」樸實純粹的樣貌，更不時結合新創技術賦予人性溫暖，凸顯生命本質且富含社會關懷。

6.假日廣場活動

106 年度一共舉辦 18 場廣場活動，參與人數共計 2 萬 9,844 人。廣場藝文活動的規劃，包括自辦以及本館和民間單位合作，結合文創市集及藝術工作坊等不同內容，開放民眾免費參與，有助於建立當代館與週邊里鄰的連結，活化美術館戶外空間以及整個社區的氛圍。

(三)發展行銷

強化網路行銷及數位傳播，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.當代館官網臉書：即時發表當代館最新資訊，106年度Facebook的粉絲數突破30.2萬人，居全臺灣美術館之冠。
- 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，至106年底累積瀏覽人次已超過717萬6,620人次，平均每日5,356人瀏覽。
- 3.當代館官網影音專區：結合自製影音內容和Youtube社群平臺，建立全臺收藏影音收藏最豐沛的當代藝術數位影音資料庫，目前已累積了876多部完整的策展人／藝術家現身說法、講座記錄、展覽影片等，觀看人次達104萬5,854人次，平均每部影片約有1,194人點閱。這些影片除無償開放給學者與民眾觀賞，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：結合android、ios兩大系統，研發「MOCA App」；同時與即時通訊系統業WeChat合作，連結廣大的手機族群眾，推介當代館最新展演活動內容。

(四)106年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
本館展區 (主展場+ MOCA Studio 實驗展場)	【白立方之內-陳逸堅個展】·【謝春德平行宇宙系列-勇敢世界】+【後植民計畫】+【不曾到來的未來-黃贊倫個展】 (展期為105/12/03(六)-106/02/05(日))	01/01(日)-02/05(日)	16,332
	【羅莎的傷口】+【島嶼隱身】+【不曾到來的未來-黃贊倫個展】+【瀛洲排演-肖旭個展】(展期為02/18(六)-04/09(日))	02/18(六)-04/09(日)	32,315
	【失重樂園-河口洋一郎的衍化論】+【瀛洲排演-肖旭個展】+【破碎的神聖】 (展期為04/22(六)-06/18(日))	04/22(六)-06/18(日)	35,553
	【『世』一場自願非願的遊浮-李真個展】+【破碎的神聖】+【繼時對比-張惠蘭個展】+【在空之間-史丹.安克個展】 (展期為07/01(六)-08/27(日))	07/01(六)-08/27(日)	32,804
	【光·合作用-亞洲當代藝術同志議題展】+【在空之間-史丹.安克個展】+【『真·性·情』好色之去又'-蕭耀個展】+【時光之舟-陳哲瑋個展】 (展期為09/09(六)-11/05(日))	09/09(六)-11/05(日)	50,763
	【台北美術獎】+【時光之舟-陳哲瑋個展】+【表象之城-賈科莫·札加內利個展】 (展期為11/23(四)-106/02/04(日))	11/23(四)-12/31(日)	30,246

MOCA CUBE 展覽 【被誘惑的夢遊者】2/18(六)~6/11(日) 【館校合作三校聯展】6/17(六)~8/6(日) 【地下人】8/26(六)~12/3(日)	依各展期間統計	37,275
累計參觀人次(106/1/01-106/12/31)		235,288

二、臺北藝術進駐整合營運「台北國際藝術村|寶藏巖國際藝術村」計畫

(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。本部本於藝術村成立宗旨，主要目的在提供藝術家駐村創作之駐村服務，並從場域進一步提升到網絡的連結，讓藝術家可以在藝術網絡中尋找更新的創作概念，同時也利用大型節慶(光節、條通街區藝術季)的機會來鼓勵藝術家進行新創、實驗性質的創作。因此就藝術村而言、除肩負著做為藝術村成立宗旨的任務以及臺北市政府文化局的任務委託外，藝術村接受藝術家獨立創作、實驗性創作，同時也給予適當援助，藉此輔導藝術家在面對國際競爭下，能更專注在創作本質上，則是藝術村近幾年推動的重要業務。

本會自 93 年起營運「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」，本會因應 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，本部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，本部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)場地使用

1. 兩村年度使用率及年度比較

在有限的資源下，將兩村的場地做規劃使用，在場地的使用部分，不斷的產生活動，製造參觀者對兩藝術村的存在印象，同時在住房管理上，也很高的比例提供藝術家、文史哲藝工作者等相關文化藝術人員的使用。近兩年兩村的場地使用率及住房率如下：

表：兩村場地使用率

比例 \ 年度	台北國際藝術村			寶藏巖國際藝術村		
	105 年	106 年	成長率	105 年	106 年	成長率
場地	67.67%	65.07%	-3.59%	43.42%	50.41%	16.10%
住房	70.62%	72.10%	2.09%	75.26%	73.03%	-2.96%

對於兩村場地之管理，為使場地之使用率能更加提升，本部在 106 年也持續向外推廣兩村場地，一方面增加兩村場地之曝光，另一方面也可提高場租收入。

2.閣樓寶藏巖青年會所

青年會所不僅於提供住房，亦實驗性辦理多項活動，串連藝術村內部之藝術家、微聚與外部機構、個人，將多元的活動引入寶藏巖，讓更多不同型態、不同議題可在寶藏巖發生並發酵，增加寶藏巖的現在與未來的豐富性與多元性，激發大眾對寶藏巖的未來想像。

(1)套裝行程

106 年青年會所推出「閣樓 2 天 1 夜套裝行程」，除了住宿優惠價之外，搭配寶藏巖內微型群聚藝術家提供的手做工作坊、寶藏巖全村導覽，以及柑仔店的消費抵用券，為旅客設計較為深度的旅行住宿計畫，延長旅客停留時間。

(2)促銷活動

搭配白晝之夜，青年會所也順勢推出異國嘉年華活動，吸引民眾進入寶藏巖參觀，並且參與青年會所所推出的優惠住宿方案。

(3)大廳空間活化

青年會所大廳於 106 年 12 月底加入文創商品寄售服務，販售臺灣特產如鳳梨酥、果乾、茶葉等，亦開發寶藏巖專屬商品供民眾選購(包括幻燈片明信片、書籤等)，並陸續結合微聚工作室創作商品展示及寄售服務，藉此拉近與遊客的距離，並達到空間活化及對外宣傳的效果。

(三)人員與訓練

106 年度除辦理「生態環境教育」、AED 急救裝置使用教育訓練、防災及防震消防演練、無障礙工作坊等課程。藉由同仁參與相關課程的過程中除增加工作職能上之知能外，也增加同仁間之情感。

藝術村的志工共有兩種類型，一種是常態志工，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。另一種是活動性的活動志工，在特殊活動例如工作室開放日、寶藏巖光節、TASA 年會以及條通藝術季等，予以公開招募、訓練並值勤，透過實際的工作讓青年志工朋友與藝術家有更緊密的接觸，亦達多元文化交流。除了值勤前的培訓課程之外，106 年度開始增加藝術作品導覽、館外參訪行程、藝術創作工作坊、聯誼餐會等，增加志工與藝術家之間的橫向交流。

(四)空間改善

台北國際藝術村房舍建於民國 42 年，房舍結構逐漸老化，99 年開村整修後只有小部分維修。民國 106 年 9 月完成百里廳木作修繕、幽竹廳及戶外走道空間修繕、幽竹小院木作平臺與樓梯整修、幽竹小院草皮植栽、側門更新、A 棟

2-4 樓公共空間油漆粉刷、室內照明更新、並加強外牆照明。同年 10 月排定藝術家工作室室內整修，已完成 6 間房。另為加強一般過路客對國際藝術村的注意力，在鄰天津街和北平東路的二側加強標示和照明，並在入口處增加活動看板，也積極與餐廳委外廠商重新檢討餐廳的空間設計，以期提高國際藝術村的質感。

寶藏巖國際藝術村為歷史聚落群，園區房舍皆為早期居民自力造屋所建，極富歷史脈絡及文化景觀特色。99 年度經文化局檢修完成，保留原山城景觀風貌，由寶藏巖國際藝術村接手，開啟藝居共生的新聚落型態。寶藏巖房舍因依山而建，深受山坡、雨勢影響，加上建築物以保存修復為宗旨，故使用上極易耗損，106 年度寶藏巖修繕重點在於重新檢視園區各空間使用狀況，並進行保養維護，配合進駐檔期，完成多數藝術家工作室維護整修，將室內壁癌、破損、老舊及設施不足的部分加以改善，重新翻修整理，以期維護藝術家進駐品質。戶外部分則著重於基礎設施維護保養，針對園區欄杆、木平臺、扶手、場地等位處戶外，易受風災、氣候、遊客使用狀況等公共設施進行維護。同時，配合園區發展與藝術計畫的執行，也將原有設施不足、閒置的房舍、場地進行改造活化，完成新展演空間及表演場地的建置。

藝術村近五年均延用原購置之陳年設備，由於展務及活動大量推動，各項相關器材均屆使用期限，本於維運之延續並提供觀眾優良之參觀品質，106 年度著力於設備改善，並積極籌措各方經費，以開源節流，並能支應兩村統籌之能力，進行購置最大效益。並於當年度完成台北國際藝術村及寶藏巖國際藝術村財產、物品各 2 次報廢，部分已老舊不堪使用或毀損無法修復，並已達使用年限，經文化局財管人員檢核後，申請報廢，已達財產物品之有效流動與運用。

(五)常態性活動

1.台北藝術進駐計畫

本部從兩村一體的管理後，以「超越單點營運」的視野與策略，藝術村營運部超越硬體空間的經營，將藝術家駐地計畫延伸為品牌精神，以「台北藝術進駐計畫 AIR (Arts-In-Residence) Taipei」重塑品牌形象，106 年度進駐藝術家大致如下：

(1)國際公開徵件進駐

台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臺。依照「臺北市文化局駐市藝術家交流作業要點」及「寶藏巖國際藝術村駐村作業要點」，台北藝術進駐遴選出 106 年度國內外藝術家進駐臺北及寶藏巖，本國人士進駐共計 8 名、國際徵件來訪共計 15 名，以及國內藝文單位來訪 2 名。

期程	藝術家	媒材	進駐類型	國籍	進駐地點
第一季 1/9-3/31	Rachel Schmidt	跨領域	國際徵件	美國	台北國際藝術村
	Che Yeun	文學	國際徵件	韓國	
	the indirect Object (Beth McMahon)	戲劇	國際徵件	澳洲	
	洪誼庭	視覺藝術	本國進駐	臺灣	寶藏巖國際藝術村
	林李鋼	戲劇	本國進駐	臺灣	
	Simon Whetham	音樂/聲音	國際徵件	英國	
第二季 4/10-6/30	吳芊頤	視覺藝術	本國進駐	臺灣	台北國際藝術村
	蘇子涵	視覺藝術	本國進駐	臺灣	
	AnoushahpourAnoushahpourFerko (Ryan Ferko)	跨領域	國際徵件	加拿大	
	Manuel Schilcher	跨領域	國際徵件	澳洲	寶藏巖國際藝術村
	Rui Eduardo Abreu	電影/錄像	國際徵件	葡萄牙	
	Elena Redaelli	視覺藝術	國際徵件	義大利	
第三季 7/10-9/29	Teppey Yamada	視覺藝術	國際徵件	日本	台北國際藝術村
	Jung Seung	視覺藝術	國際徵件	韓國	
	王詠翔	跨領域	視覺混種首獎	臺灣	
	張雅為	舞蹈	本國進駐	臺灣	寶藏巖國際藝術村
	Loo Hui Phang	戲劇	國際徵件	法國	
	József Tasnádi	視覺藝術	國際徵件	匈牙利	
	Richard Cornelisse	電影/錄像	國際徵件	加拿大	
第四季 10/11-12/29	黃韶瑩	視覺藝術	本國進駐	臺灣	台北國際藝術村
	馮程程 (Vee Leong)	戲劇	國際徵件	香港	
	Kenji Makizono	新媒體	國內藝文單位來訪 (蕭壠)	日本	
	李勇達	文學	本國進駐	臺灣	寶藏巖國際藝術村
	Pamela Varela	電影/錄像	國際徵件	法國	
	朱韻恬	電影/錄像	本國進駐	臺灣	

(2) 國際交換進駐

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。106年度持續與下列 15 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。

106 年度國外交流機構來訪共計 16 名、本國人才出訪 12 名。

出訪藝術家	來訪藝術家	交流機構
周代燦	Junya Kataoka & Rie	日本 BankART1929
陳侑汝	Yoichi Kamimura	日本秋吉台國際藝術村 AIAV
吳梓安	Zahra Killeen-Chance	亞洲紐西蘭基金會 ANZF
曹淳	Marcus Williams (F4	紐西蘭聯合理工大學 Unitec
林怡慧	David Brophy	澳洲亞洲聯網 Asialink
江凱群	Kayako Nakashima	日本 Tokyo Wonder Site
張育馨	Kim Taeyeon	韓國 Openspace bae
黃盟欽	Melina Hennicker &	德國慕尼黑市交流計畫
倪灝	Khairullah Rahim	新加坡 Grey Projects
王姿婷	Mariana Bisti	英國曼徹斯特華人當代藝術中心
張瓊方	Kim Suyeon	韓國 MMCA Goyang
劉航煜	姚海 (Yao Hai)	中國武漢 K11 藝術村
2018 年出訪	Cici Wu	美國 Practice
無出訪	Keiko Uenishi	美國 Residency Unlimited
無出訪	Liz Collins 改至 2018 年	義大利拉古納獎 Arte Laguna Prize

2.週五漫談夜(Artist Talk)

在每一季駐村藝術家開始駐村的第一個月（一月/四月/七月/十月）舉辦的週五漫談夜，不但使兩村與其他駐村機構的駐村藝術家們能在最短的時間認識彼此；藝術家們也透過介紹、分享創作背後的意義和過程，以及彼此間的交流，探討不同藝術形式之間的差異與類同，激盪出更多關於藝術創作、實踐與理念上的火花。同時也提供大眾一個直接認識藝術家的管道，在觀眾與藝術家的問答互動之間，產生更多藝術創作或體驗上的交流互動。

地點：台北國際藝術村幽竹廳

場次	時間	與會來賓
1	1/20(五)	主持人：李彥儀 與談人：Che Yeun、the indirect Object、Junya Kataoka & Rie Iwatake、洪誼庭、林季鋼、Simon Whetham
2	4/21(五)	主持人：李彥儀 與談人：吳芊頤、蘇子涵、AnoushahpourAnoushahpourFerko、Manuel Schilcher、Zahra Killeen-Chance
3	4/28(五)	主持人：李彥儀 與談人：Elena Redaelli、Keiko Uenishi、Cici Wu、F4 Artists Collective
4	7/21(五)	主持人：李彥儀 與談人：Kim Taeyeon、王詠翔、Teppei Yamada、Jung Seung、Melina Hennicker & Michael Schmidt、Kim Suyeon
5	7/28(五)	主持人：李彥儀 與談人：Loo Hui-Phang、張雅為、József Tasnádi、Richard Cornelisse
6	10/27(五)	主持人：李彥儀 與談人：黃韶瑩、David Brophy、Yoichi Kamimura、姚海(Yao Hai)、Kenji Makizono、Mariana Bisti
7	11/03(五)	主持人：李彥儀 與談人：馮程程(Vee Leong, Vivian Leong Wai Ling)、Khairullah Rahim、朱韻恬、李勇達、Kayako Nakashima、Pamela Varela

3.幽竹小塾

為充分瞭解出訪藝術家於國際駐村期間的生活樣貌，也貼近藝術與生活間的距離，為搭建跨社群的族群之間的互動橋梁，106 年度幽竹小塾講座模式，調整為每季一場主題討論，邀請前一年出訪國際駐村的臺灣藝術家回來分享經驗，也邀請與其研究領域相關的專家與談，開啟民眾更多元的藝術視野。

場次	時間	地點	藝術家	與談人
1	2/17(五)	台北國際藝術村游藝廳	蔡坤霖、邱昭財	黃姍姍(忠泰美術館主任)
2	6/2(五)	台北國際藝術村游藝廳	侯怡亭	Liz(美食評論家)
3	8/4(五)	台北國際藝術村幽竹廳	鬼丘鬼鏟	高森信男(關渡美術館策展人)
4	12/17(日)	台北國際藝術村幽竹廳	郭奕臣	何培鈞(天空的院子創辦人)

4.工作室開放日

為使群眾更了解藝術家的創作生態，國藝村每年兩季於雙村舉辦開放工作室活動，邀請藝術家們開放工作室房門，與來訪人群有面對面的互動交流，也讓駐村創作者們的駐村生活更添樂趣，同時促進藝術與社會之間的流通性，亦具教育推廣意義。

106 年度的夏季開放工作室，兩村共有 8 組駐村藝術家參與，分別來自不同國家，創作領域涵括視覺藝術、電影錄像、舞蹈表演等，也有跨領域和研究型藝術家。本次活動首次與日本大阪 BUSKER+ 合作，讓大眾除了可以進入駐村藝術家工作室的內部參觀，還可以欣賞不插电音樂表演，並與現場作畫的似顏繪藝術家互動。而寶藏巖藝術村內類型截然不同的微型聚落工作室也共襄盛舉，其中聆聽零工作室、差事劇團和登小樓更特別策劃展演活動，提昇了整體開放工作室的豐富度。同時，臺灣藝術家吳芊頤和藝大利藝術家伊蓮娜·拉德利則邀請民眾進入工作室，分別嘗試創作紙膠帶拼貼畫和編織創作，民眾可以透過實際體驗，感受藝術家的創作過程和駐村生活。冬季開放工作室訂在十二月，藝術村期許有所突破，決定反轉原先開放工作室之宣傳形式，以「裸」為主題，凸顯藝術家開放私人工作室的特質，令開放工作室的概念更顯清晰，企盼用清晰的命題使民眾一目瞭然，在看見創作者不帶一絲遮掩的創作空間與生活後，引導觀眾參觀駐村藝術家的展覽，令觀眾能對展覽作品產生更深刻的見解。

冬季開放工作室也有來自 8 個國家，共 12 位駐村藝術家全心投入參與，各國文化並陳，各類型的創作型態如聲響藝術、戲劇表演、裝置藝術、電影錄像等，替活動注入富有層次的新血。除此之外，曾經出訪的駐村藝術家，包括姜宇英（南韓）及臺灣藝術家林季鋼、陸慧綿、張雅為、郭奕臣，也回訪藝術村舉辦展演及座談活動。藉由藝術家回訪參與開放工作室系列活動，

可以從中看出藝術家經歷駐村後的蛻變與成長，帶給觀者有別於單純欣賞作品的理性直觀。

5.駐村藝術家展演活動

台北國際藝術村每季邀請新銳策展人與藝術家共同合作，提供藝術家與策展人深入對話及諮詢作品計畫之機會。106 年上半年度邀請臺南草埕文化藝術工作室創辦人賴依欣擔任客座策展人，下半年度則由獨立策展人蔡明君與藝術家密切交流，在不限於任何主題或理論的框架下，提供駐村藝術家一個緊密豐富的連結發表網絡，彼此相互激盪，交織出更多元精采的火花。

第一季駐村藝術家聯展

◆日期：2.17(五)~3.12(日)

◆地點：台北國際藝術村百里廳

◆客座策展人：賴依欣

◆參展藝術家：the indirect Object、Junya Kataoka & Rie Iwatake、Rachel Schmidt

◆展覽理念：本季進駐藝術家們各別呈現自身創作計畫，本次參與的藝術家包括由國際交流機構交換來訪的片岡純也 & 岩竹理惠 (BankART1929)，以及透過公開徵件遴選進駐的藝術家瑞秋·施密特 (美國)及 the indirect Object(澳洲)。藉由在百里廳場域的展出，藝術家們透過「台北藝術進駐」所提供創作與生活的空間及多元文化的交流平臺，建立綿密交織的跨國界網絡，吸引更多各領域、跨社群的族群之間，彼此互動交流，以各自獨特的背景和創作風格點亮藝術村。

第二季駐村藝術家聯展

◆日期：5/26(五)~6/18(日)

◆地點：台北國際藝術村百里廳

◆客座策展人：賴依欣

◆參展藝術家：吳芊頤、蘇子涵、AnoushahpourAnoushahpourFerko、Manuel Schilcher、Cici Wu、F4 x Maree Sheehan

◆展覽理念：台北國際藝術村所帶來的第二季駐村藝術家聯展，由六組不同領域的傑出藝術家共同參與，參展藝術家包括來自臺灣的吳芊頤、蘇子涵、國際藝術家組合阿努沙波法寇、奧地利的曼紐·希爾舍、美國的武雨濛以及紐西蘭團體 F4 與瑪芮·席恩的共同合作，來自不同文化背景的創作者們，從家庭、個人、合作夥伴的視角出發，作品題材橫跨日治時代，瑰麗老臺北到當代生活日常...等等，他們眼中的寶島臺灣，絕對比你想像的更精彩！

第三季駐村藝術家聯展

- ◆日期：9/22(五)~10/15(日)
- ◆地點：台北國際藝術村百里廳
- ◆客座策展人：蔡明君
- ◆參展藝術：Teppei Yamada、王詠翔、Hennicker Schmidt、Kim Taeyeon、Kim Suyeon、Jung Seung
- ◆展覽理念：行李箱能不能是自己存在的意義呢？擁有一座刻著自己名字的墓碑，是什麼感受？那非生物的生物體如同螢幕中不斷增長的那些數據，像是不斷變化的自己，在『分』與『合』之間衝突與拉扯。你來到一個地方，並對其環境有所意識；你進入一個空間，並對其質感有所回應；你觸碰一個物件，並對其使用方式有所意圖。在那名為藝術的創作之花綻放之前的那一刻，享受你與眾人之聲喧嘩的寂靜。

第四季駐村藝術家聯展

- ◆展覽日期：12/1(五)~12/17(日)
- ◆展覽地點：台北國際藝術村百里廳
- ◆客座策展人：蔡明君
- ◆參展藝術家：上村洋一、大衛·布洛菲、姚海、凱如拉·拉希姆、馮程程、黃韶瑩、瑪麗安娜·畢斯提
- ◆展覽理念：他總讓人們觀看時，想到色彩、層次、景致、地點；然而有些時候，他能讓人在觀看時，也能聽見聲音、聞到氣味、想像觸感。作為一個無與倫比的存在，她被高度地意識、卻同時被視為理所當然地輕忽。人是群體的動物，人們總如是說；如何能理解一個個體的存在、以及如何存在，就或許是必須在群體之中。鬼是什麼樣的存在呢？他經常覺得自己像是鬼一樣的存在，他與她與他都是。她與她在兩個不同的時空，一個無眠，一個有夢。不若字面上的想像，無眠者在喧囂的不夜城中通宵達旦作樂而無須睡眠，有夢者在靜謐的工業鎮裡緊抱珍貴數小時在睡與夢中掙扎。同一副身體，如果在不同的時間地點出生、成長，那必然是會長得很不同吧！他有時是屬於一個人的，有時是屬於很多人的，有時不屬於人而屬於一個在法律定義下的角色。

6. 寶藏巖微型群聚

寶藏巖國際藝術村最初設立的原點之一，是以「藝居共生」做為出發點，期望長期進駐此地的藝術工作者與居民之間，能有良好的共生關係。微型群聚藝術工作者在台北國際藝術村-寶藏巖裡，吸收養分成為個別的有機體，蔓生於舊有的歷史建築內，將逐漸凋零的建築又喚醒了。106年度共有16組微聚進駐於寶藏巖國際藝術村，為村內帶來蓬勃的生機。

105年3月起以「週末微小聚」作為微型群聚體驗活動品牌化，藉由微聚藝術家辦理各項體驗課程、展演活動、講座、工作坊激發參與者想像力及創造力，透過藝術的力量拉近人與人之間的關係，提升人文素養與文化包容度。
106年延續「週末微小聚」活動，共計34場。

日期	微聚單位	活動名稱	活動地點
2/25(六)-2/26(日)	尖蚪	大大臉和小小臉	村民菜園與尖蚪2F
3/25(六)-3/26(日)	17 做作金工與飾品工作室、聆聽零工作室、周孟曄工作室、小本書	一起吧！福利社	隨機+55 號二樓廣場
4/1(六)-4/2(日)	周孟曄工作室	周孟曄個展	
4/1(六)-4/2(日)	兩天工作室	兩天工作室展	兩天工作室
4/8(六)-4/9(日)	胭脂食品社	胭脂 & 小間書菜合作社	胭脂工作室
4/15(六)-4/16(日)	尖蚪	廢廢怪怪	尖蚪 2F
4/29(六)-4/30(日)	二皿設計工作室		
5/6(六)-5/7(日)	在藝起-玩具劇場	自策展	玩具劇場
5/13(六)-5/14(日)	無用偵探社	用商號 Unuseless Objects&Co	
5/13(六)-5/14(日)	在藝起-玩具劇場		
5/20(六)-5/21(日)	寶村柑仔店		
6/3(六)-6/4(日)	聆聽零工作室	回響當代系列-無聲之聲無我之我	上光巷 9 號
6/3(六)-6/4(日)	差事劇團	<湄公河·里山>紀錄片影片，影像放映座談	52.54 空間
6/10(六)-6/11(日)	聆聽零工作室	回響當代系列-無聲之聲無我之我	上光巷 9 號
6/17(六)-6/18(日)	登小樓	徐大<一葉露珠>發表會	邊境 71 號
7/22(六)-7/23(日)	不歸鹿	工作坊	
8/5(六)-8/6(日)	植物語彙金工概念工坊	鬆餅早餐+楓糖小杯	37 弄 1 號
8/12(六)-8/13(日)	周孟曄工作室	工作坊	
9/2(六)-9/3(日)	兩天工作室	書展	
9/9(六)-9/10(日)	17 做作金工與飾品工作室		65 號
9/23(六)-9/24(日)	無用偵探社		
10/7(六)-10/8(日)	陳治旭工作室		
10/21(六)-10/22(日)	Openlab.Taipei	maker 前輩搞飛機	講座
11/4(六)-11/5(日)	不歸鹿	工作坊	
11/11(六)-11/12(日)	二皿設計工作室		
11/18(六)-11/19(日)	植物語彙金工概念工坊	呂雪芬.茶物兒金工創作個展	37 弄 1 號 2 樓
11/18(六)-11/19(日)	17 做作金工與飾品工作室	工作坊	65 號
11/25(六)-11/26(日)	Openlab.Taipei	自策展	

日)			
11/25(六)-11/26(日)	小本書	講座	
12/16(六)-12/17(日)	登小樓	自策展	
12/23(六)-12/24(日)	OpenLab.Taipei	劍人工作坊	OpenLab.Taipei
12/23(六)-12/24(日)	胭脂食品社	工作坊	
12/30(六)-12/31(日)	陳治旭工作室	馬花臺開陳治旭剪花首展	上光巷9號

7.常設展覽：歲月違章

「歲月違章」—寶藏巖歷史重述展，為寶藏巖國際藝術村邀請策展人許峰瑞共同策劃之歷史重述常設展，在策展思考上將核心問題「歷史」進行拆解，使用寶村二九、創藝小客廳、心房廣場等室內外空間，思考空間場域的再建置和視覺經驗聯結，將歷史中所發生的事件、記憶置入公共論述。展覽同時邀請藝術家何采柔進行創作，投入公共再製的運轉系統，揉合出屬於寶藏巖的時間、事件、記憶與生活的光譜，凝視那一段未曾經歷過的過去。

- 策展人：許峰瑞
- 合作藝術家：何采柔
- 展間：寶村二九、創藝小客廳

8. 2018 台北藝術進駐徵選

依照慣例，每年3月份對外發布隔年度公開徵選進駐的訊息、3至6月收件、7月召開遴選會議，9月公告結果，預計公開徵選22位國際藝術家、6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(107年度以16位計)。

(六)專案型活動

1.寶藏巖環境藝術節

106年度寶藏巖環境藝術節將跳脫以往燈節形式，更名為「寶藏巖環境藝術節」，將主題回歸「寶藏巖」原始聚落以及藝居共生之主體，將焦點放至「寶藏巖得天獨厚之特殊環境」，期盼透過藝術相關活動，帶領民眾更加認識寶藏巖。此環境藝術節將寶藏巖特有之文史資料、抗爭藝術行動...等材料進行梳理後再創作，並充分結合寶藏巖之環境場域，創建屬於「寶藏巖」的藝術節。

- 展期：106年3月25日(六)至5月14日(日)
- 參展藝術家：大畑彩 X 約瑟·梅諾弗、王春子 X 廖建忠、沈昭美 X 朱利安·夸涅、岩竹理惠 X 片岡純也、陳妍伊 X 黃逸民、商雅琇 X 吳建興、黃翔 X 陳志建、葉采薇 X 凌瑋隆、廖祈羽 X 張暉明、劉玕 X

吳思嶽

➤總參觀人數約 3 萬 6,384 人次，相關活動共 11 場，參與藝術家共 24 人
106 年寶藏巖環境藝術節，又稱寶藏巖光節，以「愛」為出發，邀請藝術家夫妻/情侶檔共同參與完成作品展示，體現不論是在生活或是工作上都彼此緊密聯繫著的藝文工作者，是如何在關係中互相信任，完成藝術產出或生活點滴中的大小事。策展人李依樺規劃了戶外裝置、室內視覺藝術作品、開幕派對與系列工作坊，結合寶藏巖環境場域，創造出不同於其他地方，專屬於「寶藏巖」的藝術節慶活動，試圖帶領來到寶藏巖的民眾透過多元的藝術形式看見並認識屬於寶藏巖獨一無二的美好。

2.鏘條通-街區藝術祭

「藝術可以幫社會做些什麼？」從此問題作為核心價值出發，期望建立藝術村於臺北市的角色，期望藝術不僅僅只是擺在展演空間裡發生，而是建立參與式的藝術關係，進入在地社區，透過地域性的藝術發生，將藝術深入地內化於臺北市之中。「鏘條通藝術計畫」預計以五年為期，透過長時間的在地觀察與經營，增進區域間彼此的關係，希以街區型的藝術計畫串連起條通區內的藝文空間和組織，為條通街區注入藝文活水、將週邊區域藝術資源串連，強化藝術網路，建立條通區內的合作網絡，以復興條通街區作為此計畫之目的。

展期：106 年 9 月 9 日(六)至 10 月 29 日(日)

參展藝術家：游文富、陳擎耀、陳伯義、陳飛豪、何景窗、蔡潔莘、吳芊頤、約瑟夫·塔斯納迪、伊蓮娜·拉德利、山田哲平、閃星草

作品擴及街區巷弄等各公共區域，幅員廣大無法估算精確參觀人數，無法經常性站崗統計，觀展人數依據每日來往人數初估 10 萬人，子活動人數 2,763 人。相關活動共 10 場，參與藝術家共 23 人。

「鏘條通」是個以藝術介入社區，帶動臺北市條通區域之串聯與活化的街區復興計畫，透過藝文活動於生活場域的發生，實踐藝術的社會責任。

首屆 2017 條通街區藝術祭活動將呈現涵蓋靜態展覽、動態表演、聲響開幕、藝術場館及娛樂場所，結合數十位（組）藝術家（團隊），更與濕地 venue（創意實驗基地）聯手打造 2017 街區藝術祭，分別呈現「鏘條通」及「新條通樂園」兩大脈絡，並聯合台北當代藝術館、溫事、STEPHANE DOU CHANGLEE YUGIN、柯達大飯店、七條通味道筋、天晴、梅門六條通、照島計時店、非畫廊等共襄盛舉，期待透過各類領域在此交集激盪，萌發出嶄新形象，穿透觀眾的五感體驗，「藝」起嗨翻到「鏘」！

3.白晝之夜

「Nuit Blanche 白晝之夜」是全球的夜間城市藝術祭，創始於法國巴黎，在

每年 10 月第一個週六跨夜舉行。「白晝之夜」根基於「都市創新」及「公共空間設計」兩大核心概念，為市民提供親近藝術及城市的場域。105 年度臺北市與國際接軌，於北門周邊首度舉辦「白晝之夜」，號召二十萬臺北居民走進臺北舊城，畫下一頁最美的城市記憶。106 年度臺北「白晝之夜」移師城南「公館」區域，以公館城區所承載的多元文化底蘊及自由獨立精神為軸心，深入刻劃臺北獨有的文化與城市景觀。白晝這一夜，臺北市超過 30 個文化場館，都將一齊響應深夜開放，本會積極響應，成為白晝之夜主要作品之一，並聯合寶藏巖微型群聚、藝術家展覽、青年會所，共同辦理結合藝術、音樂、舞蹈、美食的豐富藝術饗宴，當日參觀人數約 2,000 人。

(七)服務人次

本部在有限資源下，積極的在兩地創造活動，每年都積累一定的參訪人數，自民國 104 年、105 年兩村每年加總可服務超過 30 萬人次入園，這不僅僅代表著本會每年所努力進行藝術教育及推廣的成果，也代表著藝術村更進一步提供市民的休憩空間及公共服務的成果。

1.入園總服務人次

表：民國 103 年~106 年入園總服務人次

年/月	103 年人次	104 年人次	105 年人次	106 年人次	成長率
1 月	21,245	35,458	24,954	27,159	8.84%
2 月	41,215	29,306	27,283	27,579	1.08%
3 月	37,029	33,329	30,871	35,016	13.43%
4 月	31,126	43,844	34,969	64,743	85.14%
5 月	29,062	30,213	26,907	53,159	97.57%
6 月	24,063	24,991	23,607	32,730	38.65%
7 月	25,955	25,633	25,514	38,844	52.25%
8 月	34,401	26,238	24,169	39,623	63.94%
9 月	28,758	24,017	22,911	45,214	97.35%
10 月	35,203	29,395	30,939	46,085	48.95%
11 月	37,230	28,134	29,529	39,301	33.09%
12 月	23,364	26,888	32,707	39,763	21.57%
累計	368,651	357,446	334,360	489,216	46.31%

表：民國 105 年~106 年兩村入園總服務人次

年/月	台北國際藝術村			寶藏巖國際藝術村		
	105 年	106 年	成長率	105 年	106 年	成長率
1 月	8,294	8,296	0.02%	16,660	18,863	13.22%
2 月	5,066	6,852	35.25%	22,217	20,727	-6.71%
3 月	10,763	9,520	-11.55%	20,108	25,496	26.80%
4 月	12,739	12,344	-3.10%	22,230	52,399	135.71%
5 月	9,788	11,192	14.34%	17,119	41,967	145.15%

6月	9,482	10,928	15.25%	14,125	21,802	54.35%
7月	10,174	11,620	14.21%	15,340	27,224	77.47%
8月	8,717	13,458	54.39%	15,452	26,165	69.33%
9月	8,144	14,833	82.13%	14,767	30,381	105.74%
10月	13,562	9,928	-26.80%	17,377	36,157	108.07%
11月	10,537	11,343	7.65%	18,992	27,958	47.21%
12月	9,577	8,125	-15.16%	23,130	31,638	36.78%
累計	116,843	128,439	9.02%	217,517	360,777	65.86%

※寶藏巖國際藝術村：自民國 106 年 4 月起，於聚落入口自行車道前及聚落後方草地處，新裝設計數器，擴大參觀人次之計算總範圍，故參觀人數有所增加。

(八)教育推廣

面對 21 世紀當代藝術生態全球化、產業化的趨勢，「台北藝術進駐」除了提供旅程中的驛站、技術與設備支援，更鼓勵藝術家自我突破、與其他領域創作型態合作，無論是跨文化、跨領域、創作者與觀者的接軌與延伸、與異業結盟等，這些都是臺北藝術進駐團隊積極為藝術家連結的模式。

1. 導覽活動

針對逐年增加的參訪團體，原先實行已久的導覽架構已做新的調整，導覽路線涵蓋文史、生態、藝術家進駐成果及現地電影拍攝等以豐富整體內容。106 年度共服務 104 團體、計 1,544 人次。參與團體包括：Olympus、華視新聞、北投中興新村、社團法人台北西門徒步街區發展促進會、台北自來水事業處、國防部勤務大隊、外交部國際傳播司、公平交易委員會、文化部東南亞事務諮詢委員會、臺中市政府都市發展局、民視異言堂、外貿協會、臺灣大學、萬芳高中、大里高中、臺灣師範大學、屏東科技大學等，甚有泰國清邁大學、新加坡、馬來西亞、韓國、法國、德國、澳門、日本 Arcus、美國 Wnynsburg 大學、香港大埔舊墟公立學校、香港嶺南大學、韓國觀光局等，每次導覽和參訪行程皆依照團體需求進行客制化的安排。

2. 藝術行政人才培育實習計畫

藝術村不僅重視藝術創作人才的培育發展，也重視理論、展演實務各層面專業的養成，肩負著專業性實務整合的教育任務。學生由機構的實習當中，整合從課程當中所學習的知識技能，投入實務環境，獲得具實戰能力的專業才能。更重要的是藉由「場所」凝聚，可以使原本閉門造車的專業，跨越藩籬，而能夠創造跨領域合作無限能量。

106 年度兩村共有 17 位學生參與常態實習計畫。目前合作之學校為香港中文大學、香港浸會大學、臺北藝術大學、國立臺灣藝術大學、國立臺灣大學、國立政治大學、國立臺灣師範大學、國立臺北教育大學、中山大學、淡江大學、輔仁大學、元智大學、世新大學、慈濟大學、樹德科技大學、中國文化

大學等，從行政與專案工作執行，初步瞭解藝術行政職場上生態，本計劃將持續進行以培育更多藝術行政人才。

實習訓練課程分為：「營運行政實務」和「藝術家進駐接待」。「營運行政實務」以機構行政為核心，提供各領域專業之實習生們一個實戰學習、跨領域工作、合作的機會。「藝術家進駐接待」則以協助創作者推展、完成進駐計畫，使學生有機會接近國內外藝術家創作的世界，而能夠從中學習到有別於課堂模式的學習內容。

106 年於臺北國際藝術村設立「創作之外—藝術行政人才培育計畫」，每半年徵選優秀實習生 3 至 4 名，輪班駐點於百里廳，投入實務環境，完整參與百里廳每檔展覽之執行，內容包括：展覽企劃討論、行政作業聯繫、佈展、行銷宣傳支援、導覽...等，培育結訓時頒發實習優異獎助金，共計培育有 7 位專案實習生。

除了基礎訓練課程，藉由館際間的交流參訪和工作人員經驗分享，也增進實習生對藝文工作之興趣，彼此互相學習成長。106 年實習生藝文機構參訪，包括：忠泰美術館、耿畫廊、台原偶戲博物館、當代藝術中心、新芳春茶行、鳳甲美術館、臺灣戲曲中心和雙方藝廊等。

(九)合作與回饋

1.社區回饋計劃

為落實藝文教育的推廣，並就藝術村本身文化藝術之專業來推動藝術公益活動，辦理「夏日兒童公益工作坊」活動，並邀請藝術家前往偏鄉進行「藝術沙發客」活動。

(1)暑期兒童公益工作坊

為落實藝文教育之推廣，藝術村於 106 年度起就本身文化藝術之專業來推動藝術公益活動，辦理「夏日兒童公益工作坊」活動。7 月 20 日(四)邀請臺北兒童福利中心 18 位師生、7 月 26 日(三)邀請社團法人臺北市歐伊寇斯社區關懷協會 12 位師生，前來藝術村參與藝術體驗課程。寶藏巖微型群聚藝術家林祐聖以輕鬆活潑的工作坊形態，用遊戲帶領學童回到創造力的啟蒙點，激發出他們的想像力，親手製作自己專屬的藝術品。除了手作藝術工作坊課程之外，也在 8 月 25 日(五)至 10 月 15 日(日)於寶藏巖上光 11 號展間，進行成果發表展覽「妖怪製造所」。結合藝術村的實習生計畫，共有 10 位暑期的常態實習生規劃並執行整個公益活動專案，藉由實際的活動操作學習各項藝術活動規畫細節。

(2)藝術沙發客計畫

藝術村自 105 年開始推出藝術沙發客，106 年度辦理三梯次藝術沙發客活動，將藝術家帶至資源相較缺乏區域的小學及地方社區，進行好玩又

有趣的藝術工作坊課程及展覽活動。邀請擁有專業技術的藝術家和目前駐村於台北及寶藏巖之藝術家擔任課程師資，結合中小學藝文課程，分享藝術家創作理念與生命歷程，期盼學童在藝術家專業的教學和帶領下，能於藝術創作中發揮更大的想像與興趣，拓展學童之藝術學習動機和視野，並落實藝文教育的推廣。

民國 106 年 4 月及 11 月共辦理有三梯次七場工作坊和一場展覽發表，分別於新竹照門國小和嘉義鹿草鄉松竹社區及竹崎鄉桃源社區辦理。

2. 社群合作計劃

(1) 與藝術、文化相關學系簽署合作備忘錄

為促進與台北市文化基金會館所及其他學校之互動交流，藝術村與臺北市影視音實驗教育機構及國立台灣藝術大學簽訂場地租借合作專案，以場地費優惠提供藝術、文化相關學系場地租借使用，進行課程、排練及展覽等相關活動。除提升與學校之交流外，亦形同另種型態培育未來優秀人才，並藉此提升場地空間使用率。

另為提高舞蹈室和鋼琴室穩定的使用率，擬與長期（一年內在舞蹈室或鋼琴室租用時數達 100 小時）在台北國際藝術村租用場地的單位簽訂合作合約，使其增加持續在藝術村租用場地的意願。且願意針對駐村藝術家、社區居民、參觀民眾提供免費表演或體驗課程，做為回饋方案。105 年度符合條件的單位有二，分別為奧尼斯音樂有限公司、周可晨個人教學。此三家單位皆在藝術村穩定租用場地達一年以上，期間合作良好，未發生爭議事件，且願意提供回饋方案，故擬與此三家單位簽訂合作合約。

(2) 與台灣藝文空間陣線合作辦理「藝術村聯盟年會」

台北國際藝術村與台灣藝文空間連線合作，以「藝術的循環：機構中的教育與行政」為研討主題，探討如何透過機構中的藝術教育及藝術行政人才培育推動藝術的循環，於 7 月 1 日(六)假於臺北市立美術館 B1 視聽室開幕，共計 200 人參加。

與談者包含臺北市立美術館館長林平、本會副執行長楊淑鈴、關渡美術館館長曲德益、竹圍工作室創辦人蕭麗虹等，為藝術人才與教育推廣提供過往經驗分享，以一年一度的年會盛事，將世界各地藝文組織中專業人才集中於此，建立橫向及縱向串連平臺，活絡國內外藝術機構交流互動。

本次年會活動，透過各國藝文機構針對藝文教育、管理及政策的經驗分享，提供藝文機構的藝文工作者，能有更多元的合作模式及彼此參照，互相集思廣益，尋找藝術循環的迴圈中更多的可能性。

(3)與國內外藝術村合作交換駐村計畫

本部除了與國外交流機構：日本 Tokyo Wonder Site、日本 BankART1929、日本秋吉台國際藝術村、澳洲澳大利亞聯網、紐西蘭聯合理工大學、亞洲紐西蘭基金會、韓國國立現代美術館高陽工作室、韓國 Openspace bae、泰國 PSG (Silpakorn University)、新加坡 Grey Projects、英國曼徹斯特華人當代藝術中心、中國 K11 藝術村、臺北慕尼黑交流計畫、美國 Practice 之外，國內交流機構有蕭壠國際藝術村、高雄駁二藝術特區等機構進行平等互惠交換駐村計畫。

(4)藝企合作

而對外藝企合作部分有小日子、美麗佳人、上報、城市美學新態度、君子、La Vie、ELLE、國家電影中心、花開、今藝術、藝術家、THE BIG ISSUE、臺北市立美術館、走路草、五木條通商圈發展協會、台北當代藝術館、men's uno、TAV cafe、臺北市政府工務局公園路燈工程管理處、溫事、STEPHANE DOU CHANGLEE YUGIN、柯達大飯店、七條通味道筋、天晴、梅門六條通、照島計時店、非畫廊、BAR NINE、EZ Bar、品嚐冰室、SKY、仁川韓娘、八條老宅麻辣鍋、卡樂活、ALONG、濕地等，依據每個機構的屬性不同，提供免費合作資源，彼此提升曝光率和知名度。

而元佑實業有限公司、臺灣席夢思股份有限公司、Perrier、愛藝享、爐鍋咖啡、BEAR BEER、LOLLIPOPS、H&D 東稻家居、臺北喜來登大飯店、Memopresso、Whellys café、春池玻璃、臺灣大車隊和 Flying V 等，則搭配活動提供現金或實物捐贈，或以社會資源對等回饋方式進行雙方合作。

3.社區合作計劃

(1)寶村小散步

為了進行社區培力，104 年起由寶藏巖國際藝術村發起，首辦「寶村小散步」，105 年度期間共培養 7 位居民導覽員，並延續至 106 年度為種子教師培育導覽新力。民國 106 年於 10 月及 11 月辦理 51 場定時導覽，參與者為 301 名遊客，參與人數較上年度同期成長 21.6%，成效良好。「寶村小散步」是以居民對環境的了解，結合藝術的進駐，帶領遊客進行寶藏巖的寶村小散步。由居民陪伴遊客，走進寶藏巖共生聚落，如此的導覽過程，一方面可培養居民的導覽經驗，深入藝術村共識，另一方面，更讓遊客體驗不同而新鮮的導覽過程。

(2)寶藏家園一家一菜

寶藏家園一家一菜源自於寶藏巖共生聚落家園住民所自發舉辦的活動，

旨在透過定期的聯誼，凝聚家園的向心力，而身為共生聚落一份子的藝術村及駐村藝術家也積極參與。每兩個月舉辦一次的一家一菜活動中，由居民及藝術家們各自準備料理，讓寶藏巖聚落的大家齊聚用餐交流，讓駐村藝術家與在地社區進行更多互動，除激發其駐地計畫創作泉源，並也讓居民更認識藝術家們。

(3)與 TMS 合作雨水撲滿

為豐富寶藏巖國際藝術村社區培力及會內館節合作，與瑋氏（文化局駐點單位）、影視音實驗教育機構、寶村協會共同辦理雨水撲滿工作坊。藝術村與聚落各單位合作設置雨水撲滿於臺北市影視音實驗教育機構校內之望遠鏡裝置藝術空間後方，並收存 16 弄 10 號房舍天溝的雨水至公共所，讓雨水自動沖洗馬桶，以達低碳、節約、環保之目標。

雨水撲滿計畫為期三個月，由寶村協會提出集水需求、瑋氏和藝術村提供經費，並在影視音實驗教育機構中公開徵選學生提案設計，優勝者將自己的作品畫在雨水撲滿上，共同完成了一件聚落內的計畫案。藉由此計畫真正落實「藝居共生」的意涵，聚落內的住民彼此協助、合作，為聚落發展付出心力。

(4)寶村點燈活動與湯圓 DIY

入口意象是以保有寶藏巖記憶的生活空間—竹林和巡守隊崗哨為施作場域，在藝居共生的概念中，透過藝術家在地連結與在地居民生活經驗，呈現特殊意涵。106 年入口意象是由居民自力營造，撿取新店溪畔廢棄石塊、搭配磚牆堆砌而成，在磚牆隙縫中，居民邀請藝術家和寶村居民在陶盤上作畫，畫出每個人對寶村聚落的想像和祝福，透過微聚藝術家呂雪芬的技術指導完成陶燒，並嵌入在入口意象的主體上。

配合民國 12 月 12 日辦理寶村點燈及冬至湯圓活動，寶村居民也特別規畫搓湯圓活動。寶民們試著把園裡的蔬果揉進麵糰裡，做成七彩顏色的小湯圓，辦理 2 次搓湯圓 DIY 活動，並於冬至當天免費提供遊客享用，參與遊客皆盡興而歸。

(十)整體宣傳行銷情形

1.媒體宣傳策略

台北國際藝術村希暨透過活動展演，將台北國際藝術村打造為臺北市的藝文沙龍，邀約各國、各領域相關人才於此匯集，其行銷管道也以國際藝術專業社群為主，定期邀約全臺各畫廊機構、在臺協會單位、邦交大使館等貴賓參與藝術家聯展、座談和開放工作室等活動，讓駐村藝術家有更多機會與臺北接軌。

寶藏巖國際藝術村由於觸及族群年齡層廣泛，各類型藝文展演活動發生頻

繁，長久積累行銷資源與管道眾多，因此我們整合現有宣傳管道資源，新增特定宣傳目標名單，開發多元類型的合作夥伴，共同推動臺北藝術進駐理念，服務藝術家與一般市民大眾。所累積的行銷資源，進一步跨界整合並尋找開發不同類型的宣傳管道，強化藝術村曝光露出的機會，宣傳藝術村整年從不間斷的展演活動。

2. 網路媒體行銷

網路為宣傳最重要的管道之一，藝術村擁有官網、臉書、YouTube 平臺、社群管道 Instagram 及 Twitter，定期露出展演資訊，露出內容中英對照，落實國際化目標。

官網：<http://www.artistvillage.org/>

臉書：<https://www.facebook.com/artthav/>

臉書：<https://www.facebook.com/taipeiartistvillage/>

Instagram：<https://www.instagram.com/taipeiartistvillage/>

Twitter：Taipei Artist Village / Treasure Hill Artist Village

臉書社群媒體「台北國際藝術村」與「寶藏巖國際藝術村」專頁，截至目前為止已累積 7.4 萬名粉絲按「讚」，追蹤數共計 7.2 萬名，藝術村除每日定時頻繁更新藝術村訊息外，持續不定期更新駐村或出來訪藝術家展演資訊與藝術教育推廣等成果展現，讓民眾透過「台北國際藝術村」與「寶藏巖國際藝術村」專頁得知的不僅只是臺北藝術進駐所舉辦的展演活動，而是全臺灣甚至是全世界的藝文資訊新聞。

3. 實體宣傳行銷

除固守既有的行銷宣傳管道外，近期也接觸許多不同類型的公司單位，進行跨領域交流與異業合作的洽談，如 2017 寶藏巖光節與相機品牌及時尚飲食品牌合作，透過贊助合作的模式，獲取更多資源。另外，利用合作的模式尋求更多元的實體宣傳管道，如報紙、雜誌、電視節目...等，增加藝術村曝光管道，將台北國際藝術村與寶藏巖國際藝術村累積多年的藝術能量，展現於民眾面前。

另外，新增文青愛好的複合式藝文餐飲空間為主要實體文宣品鋪點位置，共計 109 個鋪點，固守原有受眾族群，深化藝文愛好者對台北國際藝術村及寶藏巖國際藝術村之死忠程度。

【文化產業推廣群】

一、文化創意產業活動及國際參展

包含辦理 3 場 idea TAIPEI 創意工作營、文化創意產業扶植計畫以及文

創產業國際拓銷計畫。

(一)辦理 ideaTAIPEI 創意工作營與相關論壇

藉由辦理高互動性的主題式創意工作營，帶領學員們經由各式設計創意思考的知識與體驗，將抽象的創造力轉化成具體優質的創作力，針對特定命題提出有創意的觀點與創作方向，培育學員透過設計思考的過程激發創造力，及將創意轉變成為具體解決命題的能力。

(1) 5/5(五)–5/7(日)《Let's think! 城市景觀與聚落再生的新想像? 以公館蟾蜍山的活化再利用計畫為例。》

本場次共有 42 位學員參與，在講師群方面，創意講座由王耿瑜(中華民國電影創作協會理事長)、林鼎傑(好蟾蜍工作室創辦人)主講，5 個小組分別由郭瓊瑩老師(中國文化大學環境設計學院景觀學系系主任兼所長)、康旻杰老師(臺灣大學建築與城鄉研究所專任副教授)、林欣蘋老師(戴嘉惠建築師事務所協同主持人)、鍾秉宏老師(archicake 創辦人/總監)、簡志明老師(臺灣義築協會執行長)，以及黃鼎堯老師(土溝農村文化營造協會理事長)所帶領。

(2) 8/11(五)–13(日)《Let's plan! 為臺北啤酒工場(原建國啤酒廠)貯酒大樓開創藝術空間新想像!》

本場次共有 41 位學員參與，在講師群方面，創意講座由中國文化大學環境設計學院景觀學系系主任兼所長郭瓊瑩老師主講，5 個小組分別由龔書章老師(交通大學建築研究所副教授)、王孟超老師(臺北表演藝術中心總監)、鍾俊彥老師(范特喜微創文化股份有限公司創辦人暨總經理)、葉彥伯老師(何理互動設計執行長)、以及王耀邦老師(格式設計展策總監/格式多媒負責人)所帶領。

(3) 10/20(五)–22(日)《Let's play! 尋找國際性大型藝術活動，擴大民眾參與的可行性! 以臺北白晝之夜為例。》

本場次共有 33 位學員參與，在講師群方面，創意講座由 2016、2017 臺北白晝之夜策展人劉真蓉以及臺北藝術大學戲劇系兼任助理教授耿一偉老師主講，5 個小組分別由龔卓軍老師(臺南藝術大學藝術創作理論研究所副教授暨所長)、王喆老師(十分建築|王喆建築師事務所主持建築師)、張哲龍老師(思劇場藝術總監、境外即思共創團隊負責人)、賴雨農老師(十聿照明設計集團創始人)、林靖祐老師(沁弦國際設計有限公司負責人)，以及黃海鳴老師(臺北教育大學文化創意產業經營學系兼任教授)所帶領。

2.辦理 6 週年創意論壇暨分享講座活動

創意論壇為不對外開放參與的活動，邀集 5 位不同領域專家學者與臺北市政府文化局局長鍾永豐對話，為市政規劃啟發更多深度性思維。邀請名單如下：龔書章/交通大學建築研究所副教授（都市政策與治理）、郭瓊瑩/中國文化大學環境設計學院景觀學系系主任兼所長（景觀設計）、邱文傑/邱文傑建築師事務所主持建築師（建築設計）、黃寶琴/優秀視覺設計有限公司視覺總監（策展美學）和孫華翔/財團法人國家文化藝術基金會副執行長（藝術人文），以「創意工作營未來的想像」展開跨領域交流。

分享講座則邀請到 3 位因不同議題而參與過創意工作營的講師：李明聰（文化社會學）、林舜龍（藝術人文）、林承毅（創意思考），暢談各自專業是如何在工作營中產生應用，同時也針對工作營的未來給予建議，計有 35 位歷屆學員參與。

講座內容：

主題 1：如何透過人本設計進行社會創新（林承毅/林事務所代表&服務設計師）

主題 2：獨樂樂，也要眾樂樂：音樂、自我與社會的三角關係（李明聰/臺大社會系專任助理教授）

主題 3：藝術介入社區的生活美學實踐（林舜龍/達達創意 DADAIDEA 主持人）

3. 12/1(五)至 10(日)idea TAIPEI 創意成果特展《你我/未來城市》

為擴展活動效益，於松山文創園區藝異空間舉辦 idea TAIPEI 創意成果特展，每日平均吸引 1,537 人次參觀。除了帶領參觀者看到今年工作營所凝結而成的各種等待被實現的設計構想，更延續「市民參與」的精神，邀請觀眾現場動手試做，不僅在發揮想像的過程中獲得樂趣，也進一步觸動對公共事務的關注，一同開創城市的未來！

(二)文化創意產業扶植計畫

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

1. 臺北市文創產業諮詢服務：單一諮詢窗口及文創診療室

為便利業者取得相關資源，本計畫整合各局處窗口與資源所設置的單一窗口，包含電話單一諮詢窗口及「創意發展部官網」，針對文創業業者提供便利、迅速、有效的服務。106 年度創意發展部官網總瀏覽量為 4 萬 9,519 人次，每月平均瀏覽量達 4,127 人次；而「單一諮詢窗口」總計 70 筆諮詢案件，來源相當廣泛，包含：行銷、補助資訊、產業輔導、文創資源、空間進駐，回覆滿意度極高，能有效整合資源、第一線了解並解決文創業業者所

面臨的問題。

《文創診療室》服務針對文創事業共通性及個別性的問題，安排專業的顧問，協助業者在不同發展階段得到相關領域輔導顧問之建議，實際解決業者所面臨的營運實務問題。經由一對一的診療過程對症下藥，更有效率！全年度共計完成 15 件個案診療，每案均由本計畫評估業者類型，再邀請相關領域專家顧問進行深入輔導，以具體的行動，扶植臺灣文化創意產業的發展！

2. 辦理文創產業扶植系列主題講座及實戰工作坊共 8 場

為協助文創業者強化品牌競爭力，本年度針對如何建構品牌獨特性與提升企業經營力，舉辦相關講座與工作坊。

講座部分，針對如何建構品牌獨特性，以「玩轉品牌力」為題，從創意、材質、技藝、跨界等相關面向，邀請各領域的專家進行分享，希望讓文創業者對於品牌建立之相關知能有全面性的認識與瞭解。4 場主題講座共計 225 位文創業者參與，平均滿意度為 94.16%。

時間	講座名稱	講師
7/26(三)	玩創意：由意外堆疊的品牌之路	林厚進/賽先生科學工廠品牌總監
8/4(五)	玩工藝：從工藝到設計到品牌	黃新雅/物 WOO Collective 設計總監
8/9(三)	玩材質：22 水泥創業路	游聲堯/22 Design Studio 創辦人
8/18(五)	玩跨界：用食物設計對世界自我介紹	曾熙凱/Studio Shikai 創辦人暨設計師

工作坊部分，針對如何厚植企業經營力，以「厚植經營力」為題，從圖像力、文案力、簡報力、影像力等相關面向，邀請各領域的專家開設工作坊，透過系統性的觀念架構與實戰個案解析討論，帶領文創業者實務演練，期能落實於品牌的實際運營，並有效磨練業者對市場的敏感度及應變能力。4 場工作坊計 86 位文創業者參與，平均滿意度達 99.63%。

時間	工作坊名稱	講師
6/30(五)	影像力：攝影師的 50%	林宥任/有家攝影工作室負責人
7/7(五)	圖像力：右腦的圖像思考	薛良凱/普拉爵文創執行創意總監
7/14(五)	文案力：從想要、需要、到必要— 文創商品行銷工作坊	蔡淇華/作家、前廣告人
7/21(五)	簡報力：改變說服力的簡報心法 與技巧	孫治華/簡報實驗室創辦人

3. 辦理臺北市文創產業政策資源說明會及分享會各一場

為能替文創業者帶來更為完整、周全之政策資訊與文創品牌經驗分享，特於 3 月底舉辦「2017 臺北市文創產業政策資源說明會」，邀請中央與地方政府各政策性資源的主辦機關出席說明今年度相關計畫，讓資訊公開流通，並透過面對面的提問溝通，使文創業者充分瞭解政策立意、申請辦

法、程序等相關資訊，共有 240 名業者參與。

說明會內容包含 5 個主題：松山文創園區文創扶植與人培資源介紹、臺北市政府都市更新處 URS 計畫、臺北市產業發展獎勵補助資源、行政院青創基地—青年創業及圓夢網、文化部文化創意產業相關補助計畫。

另於 11 月底舉辦「2017 臺北市文創產業政策資源分享會」，除持續整合各中央與地方政府資源，更邀請曾獲政府相關補助之文創品牌，以同樣身為業者的角度，分享申請政府補助的經驗，並邀請專家蒞臨分享撰寫政府補助企畫書的技巧。參與業者人次：85 人次。

分享會內容包含 6 個主題：松山文創園區文創扶植與人培資源介紹、OTOP 產品設計獎、2018 FRESH TAIWAN 徵展介紹及綜合討論 Q&A、文化部文化創意產業相關補助計畫、申請政府補助計畫書撰寫技巧、政府獎助計畫—申請經驗分享。

4.辦理臺北市文創產業交流媒合會

為降低文創業者通路拓展門檻、增進文創業者與通路交流，於 12/13(三)辦理文創產業交流媒合會 1 場，邀請優秀的文創品牌與通路平臺共計 6 組，進行通路及品牌發表，以促成產業鏈串聯，提昇產業的成熟度與健全度。本活動共計 55 位文創業者參與，活動滿意度 96.97%。

文創品牌分享：Eguchi Toys／創辦人江口健太郎、匠子設計／行政總監黃詩婷、胭脂食品社／主理人王琬萱。

風格通路分享：玩味旅舍／創辦人陳鼎翰、小日子商號／發行人劉冠吟、土生土長／創辦人顧瑋

(三)文創產業國際拓銷計畫

1.參加「日本東京設計商品展(Tokyo Design Product Fair)」展覽

日本是全球第二大文具、禮品消費市場，日本東京國際禮品採購展是日本最大、最具專業性指標的國際禮品雜貨類 B2B 專業商展。「日本東京設計商品展 (Tokyo Design Product Fair)」是「日本東京國際禮品採購展 (GIFTEX World)」的子展會活動之一，由日本舉辦商貿展最具規模的展覽公司—勵展展覽公司 (Reed Exhibition) 所舉辦。

今年為第 3 年帶領臺灣文創業者共同參與，於 7 月 5 日(三)至 7 月 7 日(五)共 3 日於日本東京有明國際展覽中心共同參與此盛會。本次共使用 9 個展位，徵選出 15 家文創業者共同前往；並延續以「Taipei corners」為主題，今年的策展概念希望傳達的是「Taipei corners in Style」，展區以低調卻充滿魅力的伸展臺造型襯托出臺北與品牌特色，傳達臺灣文創品牌正走出各自的獨特之路。

15 家業者除了展出最新商品外，更在開展當日下午舉辦一場設計交流會，現場貴賓雲集，包括臺北市政府李文英副秘書長及臺北駐日經濟文化代表處謝長廷代表，以及大會主辦單位日本展覽集團 Reed Exhibition 大會代表早田部長，其他貴賓包括大會評審大阪大學暨名古屋市立設計主任川崎和男博士、MoMA 策展人 Juliet Kinchin、產品零售部經理 Kare Hernandez、寺田倉庫社長特助是川泰之、Makers' Base COO 松田純平、以及 Pop-up-Shop 通路合作夥伴 atré 株式會社成長戰略室主任鈴木康一等，現場也聚集了許多國際媒體蒞臨現場採訪報導，一同感受臺北的原創設計風貌。

為期3天的展期，據大會統計，本展來訪的人數約達8萬人，同時前來臺北創意生活館參觀洽詢的買家更是十分踴躍，日本展覽集團大會早田部長也表示：「台灣的設計這幾年在日本的設計界越來越受到重視，我們相信 DESIGN TOKYO 會將最優秀的商品集合起來，宣傳給全世界」。會後經過參展商問卷調查統計，此次參展商對臺北創意生活館整體規劃表示相當滿意，同時全館創造超過新臺幣 2,417 萬元的預估商機(MOU)。

此外，為了讓更多日本民眾認識臺灣文創品牌，與日本手作基地 Makers' Base 合作，邀集臺灣 25 個優秀文創品牌精選商品，在日本各地百貨公司辦理「TAIPEI corners Pop-up-Shop」限定快閃店，包括 Atre 東京秋葉原、Parco 福岡、Paseo 北海道、Makers' Base 東京、Makers' Base 千葉 Sogo 等，持續與日本民眾推廣臺灣文創品牌，讓廠商獲得更多品牌曝光機會。同時亦與 Makers' Base 合作辦理 idea TAIPEI X Japan Made「iPhone 手機殼限定版現場販售」，由臺灣設計師負責創作出多款結合臺日文化主題的手機殼之圖像 IP 設計，再交由 Makers' Base 印製於手機殼上，首度在本次 Pop-up 展售會活動中曝光販售。

2. 進行「2017 清邁設計師週參展交流計畫(Chiang Mai Design Week)」

「清邁設計師週」是泰國規模最大、最具代表性的創意展示活動，內容包含文化藝術體驗、Pop Market、工作坊和國際論壇等。本會受泰國創意設計中心(TCDC)邀請，於 12 月 6 日(三)至 12 月 10 日(日)前往參加。本次「台北原創基地-松菸展區」(TAIPEI Corners)以「由愛出發」(This is all about LOVE)為策展理念，主要探討臺灣近年設計回歸到以每個人心中的愛為創作發想，試著於大環境中注入新的活力與希望，讓設計成就獨特品牌魅力，展現成為 Taipei 的城市文化標誌。共計有 16 家臺灣新世代的設計品牌參與展出，將對在地生活、傳統技藝、自然土地、情感記憶的幸福感，延續轉化成現代設計，成就一個美好而充滿愛的社會。

在主題策展規劃之外，為鼓勵文創業者提升策展能力、培育對商品展示及

互動體驗具創見與獨特想像力，本次更保留近二分之一展示空間，公開徵求國內優秀設計師共同策展，總計邀集 2 名設計師——空場 Polymer 黃偉倫、好米亞 Hoomia 黃志榮，隨同本會前往泰國清邁參展。此一創新的策展模式，生成多元且與大會活動主題結合的展覽，豐富的展出內涵成功加深參展民眾對於臺北原創設計力之印象。

展會期間人潮不斷，除了展示臺灣代表性文創商品，同時亦向各國設計師介紹政府在輔導文創產業、跨界合作、人才培育相關成果，吸引眾多國際創意聚落的注目與討論，成為本屆清邁設計師週國際展區(International Project)的最大亮點，包括駐泰國臺北經濟文化辦事處陳冠甫組長、日本優良設計大賞(Good Design)的渡部課長、韓國最大的文創展覽主辦單位 SIHF 總監 Hyun-joung Choi 等國際貴賓皆蒞臨參觀，展出成果深獲各界肯定。

二、松山文化創意園區經營管理與推廣

松山文創園區為「臺北的原創基地」與「文創扶植的平臺」，以「創意實驗室」、「共創合作社」、「創意櫥窗」、「創意學院」、「創作者工廠」五大創新策略，朝「培養原創人才與原創力」目標前進，藉由推動文創產業整合服務、進行人才培育服務與輔導，強化文創業競爭者競爭力，鼓舞市民參與公共議題、構思創作能力，促進文創產業發展等，展現原創基地的創意與創新能量。

1.民國 106 年松山文創園區日常維運修繕及硬體改善

園區幅員廣大，參觀民眾日漸增加，維護園區營運與設施及設備，為重要之基礎工作，須投注更多精力與時間進行管理。園區致力於日常館舍及公共區域的環境維護，提供民眾友善、親民及安全的環境。106 年度為配合友善空間政策，於各區域蹲式馬桶裝設 U 型扶手，便利民眾使用，亦配合環保署「衛生紙丟入馬桶政策」宣導民眾配合。此外，針對用電安全部分：於 1 號變電站針對變電站空間建築外觀加強防水及排水增設溢流管改善，並規劃增設空調系統，使系統防潮除溼達穩定狀態，並於各高壓、低壓用電設備……等進行紅外線熱顯影偵測，提供園區整體明亮舒適的安全環境。

2.松山文創園區各式展演活動（外租）成果說明

106 年度在園區辦理舉行的租借場地之各項活動、約 398 檔，形式多元，內容豐富，其中包含各類展覽、藝文演出，各類型講座、發表會、記者會、主題活動等，亦協助國內影視拍攝與辦理論壇及文創媒合說明講座…等。

(1)藝文展覽演出，提供民眾深刻美感體驗、多樣化原創設計展覽體驗

本年度包含：「札哈·哈蒂建築師事務所—全球設計實驗室特展」、「黏黏怪物研究所十周年展」等國外授權展，「STAY REAL LIFE #在場証明特展」、「永恆正義-無敵鐵金剛大展」等多檔藝文展覽演出，提供民眾深刻美感體驗，包含：「106 年度國際婦女節慶祝活動女子時代-女力躍進，創新經濟的「好」時代」、「沙丁龐客劇團_舞臺劇《再一次·美麗人生》」，「歌德學院（臺北）德國文化中心 2017 歐洲語言日」、「伊甸社會福利基金會無障礙生活節」全面發揮園區空間特性，多樣化原創設計展覽體驗，包含：臺灣導盲犬協會「讓愛飛揚-導盲犬與您相約松山文化創意園區」、「2016-2017「環境關懷」跨領域設計競賽-頒獎典禮與獲獎暨競賽入圍作品展覽」。

3. 松山文創園區推廣說明

自民國 100 年 11 月開放至 106 年 12 月，園區總參訪人次已突破 2,900 萬人，且每年均持續成長中。

(1) 松山文創園區官方網站

松山文創園區官方網站：從 100/12/12(一)至 106/12/31(日)止，松山文創園區官方網站總瀏覽人次為 2,757 萬,236 次，平均每月為 229 萬 7,686 次，會員人數為 5,606 人，並有 6,255 名電子報會員。

(2) Facebook 粉絲專頁

松山文創園區 Facebook 粉絲專頁：自 100/12/12(一)至 106/12/31(日)止，已有 19 萬 8,939 名粉絲加入；積極爭取到官方認證的「藍色勾勾」。松山文創「Instagram」粉絲：2,881 人。

(3) 媒體露出與報導

松山文創園區為世界各地媒體爭相關注焦點，包含日本 CBC 行腳電視節目《本氣プリ》、香港 TVB 電視節目《文青地圖》、加拿大《NUVO Magazine》線上生活雜誌、義大利《ICON DESIGN》線上設計雜誌、泰國《酷鳥航空》機上雜誌、上海《台灣真惠玩》機場雜誌等媒體，均獲得報導，提昇松山文創園區的國際知名度。

(4) 東西好文創市集

自 103 年度，為扶植微型文創業者，創造微型藝術家發展平臺，首創「東西好 文創市集」。結合西門紅樓的豐富市集經驗，加上松山文創園區的菸廠古蹟氛圍，期望藉由富含創意趣味的商品設計，激起創作者與市集迷更多的互動火花。每週固定 20 棚的創意市集，精選超過 30 攤自創品

牌，每月超過十二萬人次熱愛市集的朋友們前來享受獨一無二的都會小市集帶來的愜意與美好！

(5) 優質民眾服務與社區互動

園區志工現今計有 55 人服勤中。每年度亦安排年度志工大會、志工正副隊長聯繫會報等，使志工隊與運用單位間溝通管道順暢。

106 年全年度，園區提供總導覽團為 238 團，導覽總人次共 5,283 人。因園區營運聲名已遠播國內外，因此預約參訪之外國團體甚多，包含各式旅行觀光、考察臺灣文創發展、校外教學等，園區均為其安排適合之導覽老師（包含中、英導覽），使參訪團體能滿載而歸。導覽老師不僅具有熱情態度、豐富文史知識及互動之群眾魅力外，凸顯園區導覽專業。

(6) 媒體曝光

松山文創園區開放以來，行銷推廣部份以全方位的面向為思考，在交通引導方面完成全園區室內外各式指標；在雲端服務部份成立松山文創園區官方網站、Facebook 粉絲專頁，並與臺北市文化局及本會各相關藝文館所進行串連；於活動部份舉辦社區推廣活動；於文宣部份強調國際視野，製作中英日多國語言刊物；於扶植部份與西門紅樓合作東西好文創市集，提供微型文創業者及藝術家發表平臺；在媒體曝光上，於國內媒體部份爭取深度報導，推廣松山文創園區之營運精神，於國際媒體部份則強化國際觀點。推動園區國際口碑，進而增進園區國際遊客參觀人次。106 年度由園區自行主辦活動與歷史現況介紹為 47 則，內容涵蓋各式面向，如松山文創園區歷史沿革、園區內相關展覽活動、文創園區之發展等內容，報導媒體含：雜誌、報紙、廣播、電視新聞、專題節目、網路等，多元呈現活化後的古蹟園區多元風貌。

4. 園區各式自辦展演活動成果

(1) 2017 松山文創學園祭

松山文創學園祭以發掘原創的原點，以學生族群為主角，全臺灣各大專院校之學生畢業展覽為主體，提供原創創作展示之櫥窗，建立畢業展覽整合性平臺，旨在發掘新生代學子的原創動力，是松山文創園區累積原創能量的重點活動之一。

展期從 4/25(二)至 6/12(一)，為期一個半月，共 68 間系所 38 檔畢展輪番精采登場，超過 5 千名學生參展，吸引約 30 萬人觀展，規模與系所跨領域皆為國內難得一見。此外於 3/4(六)召集各校畢展籌劃小組參與「展

前工作坊」，邀請臺灣設計師連線執行統籌邱乾珉、buyMood 白目叮創辦人徐碧霜、妞新聞創辦人兼執行長王憲邦等分享策展思維及行銷企劃與媒體公關實務進行經驗分享。

(2) 松山原創基地節

松山文創園區年底最大自辦活動——原創基地節，於 12 月 1 日（五）至 12 月 10 日（日），主題「遊島」，以《取之於斯、用之於斯》、《旅程》、《共餐時光》、《味覺記憶》四個子題，包含主題展區四、五號倉庫「好家，在台灣」、戶外活動、「Idea TAIPEI」創意工作營成果展、松菸 POP-UP Gallery 貨櫃市集、「合作新視界」、「2017 松菸新主藝」、「133 號合作社回饋展」及東西好文創市集等週邊活動，共同彰顯原創態度，發揮無限原創精神，總計原創基地節約有 16.7 萬人次參與，題材與展出內容深獲各界好評。

(3) 「LAB 創意實驗室」系列活動

「LAB 創意實驗室」位於園區東向製菸工廠二樓，鼓勵扶植具有前瞻性、具實驗性質、風格強烈或跨界合作的展演活動，據以嘗試發展自製節目。「松菸 LAB 新主藝—創作徵選計畫」徵求表演藝術領域全新創作，園區提供空間與經費資源，邀請專業人士創作陪伴諮詢，經公告收件、面審選出，第一階段 5 位入選創作者及作品：吳明倫《行過洛津》、李治達《走上坡》、葉詠甄《乾燥症_身體計畫》、洪唯堯《人類動物園》、林正宗《噶哈巫》，6 月進入排練期，9 月辦理初呈。決選出 3 組創作：林正宗《噶哈巫！斷語？》、吳明倫《行過洛津》、洪唯堯《人類派對》，並進行 22 場演出。相較往年，今年的入選創作者及作品又有極大的不同，產生了 3 個第一次，且 3 個第一次與坊間的補助案對比皆有極大的差異性與特殊性，讓「松菸 Lab 新主藝」的品牌更顯不同—第一次有當代馬戲入選(林正宗作品)、第一次入選者是以「編劇」身分入選(吳明倫)、第一次有展覽與戲劇同時共地發生(洪唯堯作品)。本次公演在今年冬季表演節目量大爆發，以及兩廳院 TIFA 開賣等各種環境因素影響下，仍達 9 成 2 上座率；其中林正宗作品 3 場演出中有 2 場完售、吳明倫作品則演出 4 場皆盡完售。另，洪唯堯作品《人類派對》獲第十六屆台新藝術獎第四季提名。此外，LAB 創意實驗室專案合作下半年則有 5 檔演出，有音樂類節目，也有國際合作，在質與量上都有一定水準。

此外，LAB 創意實驗室亦開放適合於 LAB 創意實驗室辦理之實驗性、跨

界合作藝文創作展演計畫，制訂 LAB 創意實驗室專案合作方案，符合四項「培育新人」、「實驗創作」、「跨界合作」、「國際交流」合作原則，並配合專案合作審議流程辦理，106 年度共辦理 10 檔專案合作。

(4) 「松菸創作者工廠」

松菸創作者工廠培育 18 家個人、小型及中型創作者、業者使用空間，給與資源與輔導，並與其他單位串連。下半年舉辦了近 20 場課程手作坊，透過在松菸創作者工廠的空間與機具設備，促使創作者們有機會可以活動的方式與民眾進行互動，累積將近 1,000 名的民眾熱情參與，一場 open day 活動，讓民眾可以一窺創作者工作情形與空間，產生對話。以打造松山文創園區為國際創作者工廠，作為原創到國際化之創作基地，以及人才培育與資源串連的創新平臺。

(5) 133 號合作社文創產業交流互動

133 號合作社升級規劃為「133 號共創合作社」共創空間，須於使用空間 20% 以上的區域，策劃常態性之展演活動，打造跨界創意聚落、國際交流平臺、展覽及營運辦公空間。遴選財團法人臺北市開放空間文教基金會、中華民國工業設計協會、中華民國室內設計協會、臺北市音樂創作職業工會、臺灣包裝設計協會等 5 單位，於 106 年度上旬全面對外營運。當年度辦理「星際方舟—銀色秘境的冒險」多媒體創作展、「設計翻轉地方創生-計畫成果聯合特展」、「2016 ASPaC 亞洲包裝設計巡迴展」、「愛，要怎麼說？-流行歌詞創作營」等各主題展覽活動。

(6) 「松菸小賣所」文創共好平臺

結合文創領域業者，傳遞各家品牌精神、推廣美學生活化態度，也協助品牌進入展售通路，接受市場測試。年舉辦年度策展選品徵選，共選入 8 家新品牌，商品上架後皆獲得好評表現不俗。另外亦配合白晝之夜與原創基地節等大型活動，安排體驗遊戲或與藝術家合作等增加與參訪民眾互動的機會。

(7) 松菸風格店家

打造東向製菸工廠一樓(212 坪)空間成為「松菸風格店家」，提供個人、工作室到成熟品牌營運空間，讓具創新想法、特色風格與跨界思維的文創業者，經由公開徵選方式使用。並已於 6 月份完成對外公告徵件，同年 8 月中正式對外營運。106 年度營運品牌共計 10 間，自 8 月份開幕以來，現場共舉辦主題策展共 9 場，工作坊共 12 場，免費講座共 5 場。

自開幕以來，共計約超過 13 萬人次遊客到訪參觀。

四、「西門紅樓暨電影主題公園」營運計畫

本會自民國 96 年底接辦西門紅樓後，以多元文創發展平臺為定位，持續努力推動與提昇各區塊的文創能量，經過多年的努力，西門紅樓各區塊的營運模式已趨於成熟，成功維持西門商圈繁華與文化觀光產業活動的發展。西門紅樓八角樓古蹟自民國 105 年 8 月進行整修工程（文化局建設科主辦），整修至民國 106 年 11 月底(室內裝修工程至民國 107 年 2 月)，直接影響區域暫停營業（二樓劇場、西門紅樓茶坊、紅樓精品、中央展區、百寶格常設展）。

(一)營運成果

西門紅樓民國 106 年 1 月至 12 月，參觀人次已逾 267 萬人，台北市電影主題公園的參觀人潮逾 18 萬人次。106 年度西門紅樓延續著多元文創發展平臺的定位，持續提升各區塊營運績效與多樣性，提供民眾更優質與深度的文創內容，並加強與西門町在地連結和串連，讓紅樓在推動西區文創扮演更重要的角色。

106 年度除了各區塊的常態性展演外，西門紅樓持續致力於文創育成推動工作。

最受民眾喜愛的「西門紅樓創意市集」，106 年度每週平均 32 頂帳篷、58 個參與品牌，全年每週參觀人次平均約 1 萬 8,073 人次；西門紅樓跨出西門町持續於松山文創園區舉辦「東西好文創市集」，透過西門紅樓辦理創意市集的豐碩經驗，並結合松山文創園區建築文化歷史背景等在地特色，打造臺北市東區定點式的常態性市集，全年每週參觀人次平均約 1 萬 1,847 人次，透過兩地活動串連，開創文創品牌多元的行銷發展空間，更將帶領臺北市東西兩區文創市集締造新的指標。

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」每月雙週六於 Urban Show Case 都市藝術方塊，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。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。本年度除常態性播映電影，更於 4 至 5 月份和城市游牧影展及 9 至 10 月份和酷兒影展合作辦理電影相關活動，除播映影展選片外，並安排免費電影講座。106 年度月光電影院共計辦理 23 場

「西關二手市場」於電影主題公園藝術廣場提供了良好的二手物品交換與販售

平臺，106 年不定期與在地團體合作主題式二手市場，有效活絡公園場域及社區居民互動，同時結合「Beat Square 節拍廣場」每月一次於藝術廣場演出，成功將黑膠音樂及 DJ 文化帶入街頭。106 年起以異業合作主題式辦理，106 年 1 月至 8 月和「斗笠公民市集」合作共同辦理活動，共計辦理 15 場參與 8,244 人次，配合主題活動於市集現場同時進行短講及音樂表演，豐富市集活動的內容。西門二手市場全年共計 17 場，9,137 人次

自民國 100 年年底開始規劃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。民國 106 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 29 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) 西門紅樓百年文物展

西門紅樓百年文物常設展，以百寶格與展版方式完整呈現本館與西門街區百年來的發展與近來創新面貌。105 年度整修後拆除，未來啟用時將規劃呈現歷史沿革的型式。106 年度委託「社團法人台灣歷史資源經理學會」協助西門紅樓及台北西門地區周邊文獻調查整理研究顧問，年度完成研究成果報告，107 年策展時將加予妥善運用，有助於歷史史料呈現的精確度。

(2) 電影主題公園國際聯名塗鴉牆（全年度）

電影主題公園後街廣場（Back Street Plaza）已設有長達 35 公尺的國際聯名塗鴉牆，由於成效良好，持續於園區內增設塗鴉牆空間，不定期與街區青少年及藝術家共同合作推動塗鴉活動；持續扶植藝青會塗鴉創作者於臺北市電影主題公園進行創作，並積極與相關青少年在地團體合作，在每年西門町後街文化祭中舉辦各類展覽及比賽，將西門町街區獨有之青少年及街頭文化元素透過比賽向外推廣，奠定臺北市電影主題公園獨特後街文化特色，創造出電影主題公園特殊氛圍。

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，每週末於電影主題公園的都市藝術廣場舉辦月光電影院。多種類型的影片播放與合作，帶給觀眾不同視野與觀影經驗，已成為鄰里夜間固定的休閒活動。

106 年除常態性播映電影，更於 4 至 5 月份和城市游牧影展及 9 至 10

月份和酷兒影展合作辦理電影相關活動，播映不同性質影片擴大不同族群參與。

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，並規劃為原創、獨立、流行音樂之展演館所。且固定於每週四、五、六辦理「Mini Concert(小型演唱會型態)」，週一至週三間，也會不定期進行不同類型之展演，106年度共計辦理89場演出。河岸留言自於98年度起辦理「流行音樂人才培育計畫」之音樂人才培訓課程，106舉辦的培訓課程也達到將近60場，藉以培訓更多臺灣的音樂人才。

(2) CINEMArket 西關二手市場（全年度）

民國100年1月開始在臺北市電影主題公園舉辦的「西關二手市場(CINEMArket)」，因鄰近西門町捷運站，交通方便，吸引不同年齡層的民眾前來，西關二手市場自民國100年1月舉辦至今，於西門町後街地段提供了良好的二手物品交換／販賣的平臺，以舊物回收、資源再利用，致力推行環保概念。因近年臺北地區各方大量舉辦二手市集活動，而使報名人數大幅下降，效益不彰，因此106年度改為異業合作主題式不定期辦理，與斗笠公民市集共同辦理市集活動，加入了音樂表演及議題短講，使活動更加豐富而提升民眾參與意願。同時給予社區民眾以及低收入戶參與的攤位費九折優惠，並邀請萬華區各社群團體，共同舉辦與市集結合的相關活動。民國106年共辦理17場。

(3) Beat Square 節拍廣場（全年度）

Beat Square 節拍廣場是第一個將DJ文化移至戶外街頭，並致力於推廣黑膠音樂與DJ文化，活動完全免費，不分男女老少皆可共襄盛舉，也藉此增進社區里民間互動。106年Beat Square 節拍廣場持續配合西關二手市場，每月以黑膠音樂吸引愛好街頭音樂的年輕人，共同交流對於音樂的喜愛。節拍廣場從電影公園出發，足跡遍及臺北、臺中、北港及高雄各地，反應相當熱烈。

(4) 2017 西門町後街文化祭－嬉遊後街（民國106年7月至民國106年8月）

由文化部補助「地方文化館計畫」發展社區文化特色與地方資源整合，本館規劃「西門町後街文化祭」各類大型展演活動與社區工作坊，並於臺北市電影主題公園與西門紅樓舉辦相關系列活動。

後街文化祭自99年7月開始舉行，除串連西門地區商圈街區外，持續與在地藝術工作者及社區協會合作，導入各類後街文化活動，結合西關二

手市場，擴大在地居民參與。106 年除了維持與在地團隊合作，更延續親子向下紮根及在地文化融合新興文化之理念，規劃課程或座談型式，讓後街文化不僅是年輕人的文化，也讓大人小孩都能了解後街文化的意義，體驗最真實的街頭文化。同時拓展新團隊於電影主題公園相互交流，並透過新舊文化的融合，增加後街文化之豐富性與獨特性。活動總共有 2,447 人次參與。

(5) 2017 西門萬聖活動（民國 106 年 10 月）

自民國 101 年首度舉辦「西門萬聖，搞什麼鬼」為西門町街區唯一大型萬聖節節慶活動。其中「小鬼搗糖」及「群遊北萬」遊街活動，每年更有超過百位民眾的熱情參與，不僅區域串聯西門紅樓、街區、電影主題公園，更增進社區良善互動。全年度共計有 83 名小朋友報名參加。

(6) 街頭藝人展演推動管理（全年度）

於 98 年度接手管理街頭藝人業務，目前依實際執行狀況，定期修訂西門町行人徒步區暨西門紅樓廣場管理辦法，並協助推動街頭藝人展演及相關活動。並於 105 年度啟用網路預約，以達更公開公平及立即性的服務效能，106 年持續辦理。

(7) 109 歲西門紅樓生日慶(106 年 12 月份)

西門紅樓 109 歲生日慶【紅樓祭】在 12 月 9 日(六)展開，八角樓歷經一年半的整修，107 年初即將風華再現！紅樓為觀光客來臺必遊景點之一，當天除了有官將首、布袋戲、月琴說唱演出，還有擲筊抽紅包、龍鳳褂免費體驗及鹿港六十年麵茶老店一日快閃，展現濃濃臺灣味，邀民眾一同為紅樓慶生同歡！西門紅樓建於 1908 年，是臺灣第一座官方興建的公營市場，亦是保存最古老完整的三級古蹟市場建築物，歷經多元文化的洗禮，承載前衛流行、新式多樣的豐饒意象，是古蹟活化再生的最好見證，更讓紅樓成為快速蛻變的西門商圈裡屹立不搖的文化地標。歷經一年半的古蹟修復工程，2018 年初的再開幕，將擔當西區首要門戶，【紅樓祭】呈獻璀璨的臺灣宮廟文化及傳統藝術，邀民眾感受最極致的臺灣魅力！活動當日共吸引 9,850 人次。

4. 文創類

(1) 創意市集活動（全年度）

西門紅樓創意市集是臺北市歷史最久且規模最大之定點文創市集，每週六、日下午 14:00 至閉館時間在北廣場舉行。106 年度創意市集除每週例行舉辦，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、雙十節舉辦國慶市集，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。

東西好文創市集是由西門紅樓辦理執行之定點市集，每週六、日 12:00 至 19:00 於松山文創園區舉行。每週例行舉辦，新興市集透過品牌的意見回饋持續調整營運模式，持續打造另一個定點文創平臺。

(2)趣玩紅樓-美感工房(全年度)

以「西門紅樓魔力工作坊」為前身，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，密切發掘各類創作者，開發更多具親子互動之課程，106 年度邀請 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，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，至本年度已有 19 家品牌開課，共計 63 堂課程，1,318 人次參與。

(3) 16 工房 (全年度)

「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，輔以開放式展櫃及穿透性高的鐵欄隔層，給予臺灣創作者更多空間發展自身獨特性；自 105 年度起新嘗試的 POP-UP SHOP，以快閃店形式短期進駐，外部成熟品牌之行銷、展示、與 16 工房的品牌創意成功相互激盪。106 年度快閃店分別邀請與亞洲手創展、故宮精品、北美館授權經銷商店及賽先生科學工廠進駐，激盪出跨館所的特色風格融合。期望為商場帶來更多元的商品形象，而藉客座品牌在經營、企劃、陳列上的豐富經驗，也能與其他品牌互相激盪交流。

(4)志工發展計劃 (全年度)

106 年八角樓修繕工程期間本館辦理志工培訓，以培養導覽人員為志工訓練深化重點，同時也希望志工們能參與更多本館自辦類型活動的支援與服務，並透過古蹟活化及展演活動，培養跨世代具藝文視野的志工。更希望與擔任志工的附近居民，達到館所與地方的交流，營造和諧的社區互動。

雖於八角樓整修期間培訓，第六期志工們仍透過不斷地練習，並由彭愛倫老師帶領實地試導，強化自己與遊客接觸的第一線導覽能力。

(5)導覽服務 (全年度)

106 年度適逢八角樓整修，於此期間將與導覽人員一同重新規劃各種導覽路線，在 106 年 8 月結合「2017 年西門町後街文化祭—嬉遊後街」，舉辦「導覽 X 畫你的後街印象」後，從透過街區導覽的方式，不僅認識西門町的歷史文化脈絡，更能感受西門町街頭文化的生命力；而於 106 年 10 月的深度導覽首度挑戰全新的串連方式，將跳脫以往較為相似導覽主題內容，並於雙十國慶日連假期間特別加開兩場實驗性跨館所的街區深度導覽，希望帶給參與民眾們全新體驗。

(6) 國際交流活動 (全年度)

西門紅樓為國際觀光據點，故常友善接待與導覽來訪國外團體並努力促成文化交流，並提供場地優惠予國外團體舉辦各式節慶活動，106 年八角樓整修期間，積極配合市政活動(如燈節、世大運等)，將臺北市亮點活動吸引來的人潮導入紅樓，讓長期經營的文創能量及人潮能夠持續蓄積至八角樓重新開幕，並積極聯繫國外媒體造訪，藉由對外宣傳資訊的釋出效應迴響。

(二) 106 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	17	西關二手市場	01/01(日)~11/30(四)不定時 六、日(遇雨取消) ----- 含 8/23(三)後街文化祭市集	藝術廣場	9,137
創作	317	西門紅樓 16 工房	01/01(日)~12/31(日) 配合紅樓開放時間	十字樓直段	1,275,509
活動	111	創意市集	01/01(日)~12/31(日)每週 六、日 ----- 含擴大市集 1/1(日)-1/2(一) 2/25(六)-2/28(二) 5/27(六)-5/30(二) 主題市集 1/28(六)-1/31(二)新春市集 4/1(六)-4/4(二)親子市集 10/7(六)-10/10(二)雙十主題 市集	北廣場	906,174

音樂	89	河岸留言	01/01(日)~12/31(日)	十字樓橫段 一、二樓	12,557
場次總計：534 場次			人次總計：2,204,261 人次		
2.非常態性藝文活動					
類別	場次	活動名稱	活動日期	活動地點	參加人次
一月份					
工作坊	2	2017 新春工作坊-趣玩紅樓·美感工坊	1/31(二)	十字樓 16 工房	215
電影	3	月光電影院	1/7(六)、1/14(六)、 1/21(六)	藝術方塊	61
一月小計：場次 5，人數 276					
二月份					
工作坊	5	2017 新春工作坊-趣玩紅樓·美感工坊	2/1(三)、2/5(日)	十字樓 16 工房	130
工作坊	6	2017 趣玩紅樓-美感工坊	2/25(六)、2/26(日)、 2/27(一)、2/28(二)	十字樓 16 工房	54
論壇	1	106 年度文創產業創業圓夢計畫經驗分享會	2/13(一)	十字樓會議室	13
論壇	1	2017 跨界連線-交流論壇	2/20(一)	十字樓會議室	10
活動	2	週間享樂市集	2/23(四)、2/24(五)	北廣場	5,770
電影	2	月光電影院	2/4(六)、2/18(六)	藝術方塊	33
二月小計：場次 17，人數 6,010					
三月份					
工作坊	5	2017 趣玩紅樓-美感工坊	3/11(六)、3/12(日)、 3/26(日)	十字樓 16 工房	49
活動	10	週間享樂市集	3/2(四)、3/3(五)、 3/9(四)、3/10(五)、 3/16(四)、3/17(五)、 3/23(四)、3/24(五)、 3/30(四)、3/31(五)	北廣場	12,216
電影	3	月光電影院	3/4(六)、3/11(六)、 3/18(六)	藝術方塊	106
三月小計：場次 18，人數 12,371					
四月份					

工作坊	10	2017 趣玩紅樓-美感 工坊	4/1(六)、4/2(日)、 4/3(一)、4/4(二)、 4/9(日)、4/22(六)、 4/23(日)、4/29(六)、 4/30(日)	十字樓 16 工房	60
活動	1	節拍廣場	4/8(六)	藝術廣場	1,315
活動	8	週間享樂市集	4/6(四)、4/7(五)、 4/13(四)、4/14(五)、 4/20(四)、4/21(五)、 4/27(四)、4/28(五)	北廣場	5,299
電影	3	月光電影院	4/8(六)、4/15(六)、 4/29(六)	藝術方塊	77
四月小計：場次 22，人數 6,751					
五月					
工作坊	6	2017 趣玩紅樓-美感 工坊	5/13(六)、5/14(日)、 5/27(六)、5/28(日)、 5/29(一)、5/30(二)	十字樓 16 工房	152
活動	4	2017 年端午節系列 活動	5/27(六)-5/30(二)	十字樓 16 工房	230
活動	8	週間享樂市集	5/4(四)、5/5(五)、 5/11(四)、5/12(五)、 5/18(四)、5/19(五)、 5/25(四)、5/26(五)	北廣場	9,334
電影	3	月光電影院	5/13(六)、5/20(六)、 5/21(日)	都市藝術方塊	291
五月小計：場次 21，人數 10,007					
六月					
工作坊	6	2017 趣玩紅樓-美感 工坊	6/10(六)、6/11(日)、 6/24(六)、6/25(日)	十字樓 16 工房	93
論壇	2	2017 跨界連線-交流 論壇	6/5(一)、6/12(一)	十字樓會議室	35
活動	1	節拍廣場	6/24(六)	藝術廣場	684
活動	1	2017 後街文化祭《嬉 遊後街》開幕茶會	6/23(五)	多功能展演廳	46
活動	9	週間享樂市集	6/1(四)、6/8(四)、 6/9(五)、6/15(四)、 6/16(五)、6/22(四)、 6/23(五)、6/29(四)、 6/30(五)	北廣場	12,355
六月小計：場次 19，人數 13,213					
七月					

工作坊	4	2017 趣玩紅樓-美感 工坊	7/8(六)、7/9(日)、 7/22(六)、7/23(日)	十字樓 16 工房	61
活動	8	週間享樂市集	7/6(四)、7/7(五)、 7/13(四)、7/14(五)、 7/20(四)、7/21(五)、 7/27(四)、7/28(五)	北廣場	11,261
活動	1	2017 後街文化祭《嬉 遊後街》-elos 滑板體 驗	7/1(六)	藝術廣場	134
活動	3	2017 後街文化祭《嬉 遊後街》-街舞體驗	7/8(六)、7/15(六)、 7/22(六)	hrc 舞蹈生活館 西門分館	24
活動	1	2017 後街文化祭《嬉 遊後街》-露天百人品 酒玩畫日	7/28 (五)	樂聲戲院	154
活動	1	2017 後街文化祭《嬉 遊後街》-土魯斯舞蹈 大賽 X 墨路行者 X 節 拍廣場	7/29 (六)	花漾 Hana 展演 空間	678
七月小計：場次 18，人數 12,312					
八月					
工作坊	6	2017 趣玩紅樓-美感 工坊	8/6(日)、8/12(六)、 8/19(六)、8/20(日)、 8/26(六)	十字樓 16 工房	168
活動	1	我是市集小老闆	8/13(日)	新富町文化市場 /西門紅樓	35
活動	1	撕貼拼畫：兒童創造 力教學	8/20(日)	北廣場	91
活動	3	【導覽】西門紅樓訪 古探今	8/13(日)、8/20(日)	北廣場	71
活動	3	閩南諺語大集合	8/13(日)、8/19(六)、 8/20(日)	北廣場	386
電影	5	2017 後街文化祭 -make your dreams come true(or not)影 展	8/5(六)、8/12(六)、 8/13(日)、8/19(六)、 8/26(六)	藝術廣場	280
活動	1	2017 後街文化祭-親 子體驗日-滑板、塗 鴉、足球	8/6(日)	藝術廣場	46
講座	1	2017 後街文化祭-dj 大講堂	8/12(六)	多功能展演廳	43

活動	1	2017 後街文化祭-節拍廣場	8/12(六)	藝術廣場	420
活動	1	2017 後街文化祭-導覽 x 畫你的後街印象	8/13(日)	西門紅樓/電影公園/西門街區	11
活動	8	週間享樂市集	8/3(四)、8/4(五)、8/10(四)、8/11(五)、8/17(四)、8/18(五)、8/24(四)、8/25(五)	北廣場	10,246
八月小計：場次 31，人數 11,797					
九月					
工作坊	5	2017 趣玩紅樓-美感工坊	9/9(六)、9/10(日)、9/23(六)、9/24(日)、9/30(六)	十字樓 16 工房	49
電影	2	月光電影院	9/9(六)、9/16(六)	藝術方塊	89
講座	1	月光電影院 x 酷兒影展－「龐克搖滾與酷兒講座」	9/30(六)	多功能展演廳	56
電影	1	月光電影院 x 酷兒影展－酷影暖身操露天放映－《我的同志麻吉》	9/24(日)	藝術方塊	67
活動	1	Bench at the Greene x 墨路行者 POP UP SOTRE	9/22(五)	後街廣場	56
活動	2	週間享樂市集	9/28(四)、9/29(五)	北廣場	3,267
九月小計：場次 12，人數 3,584					
十月					
工作坊	5	2017 趣玩紅樓-美感工坊	10/8(日)、10/9(一)、10/10(二)、10/21(六)、10/22(日)	十字樓 16 工房	70
電影	1	月光電影院 X 酷兒影展－酷影暖身操放映《親子井》	10/1(日)	藝術方塊	38
講座	1	月光電影院 X 酷兒影展－漫遊酷講堂-主題講座《台灣酷兒題材創作》	10/10(二)	多功能展演廳	39

講座	1	月光電影院 X 酷兒影展—漫遊酷講堂-主題講座《酷兒影展 X 讀冊生活：暢談亞洲酷兒創作》	10/13(五)	多功能展演廳	17
講座	1	月光電影院 X 酷兒影展—漫遊酷講堂-主題講座《酷兒身體表演》	10/15(日)	多功能展演廳	54
講座	1	月光電影院 X 酷兒影展—電影產業論壇-國際論壇《新銳導演酷兒電影創作論壇》	10/21(六)	多功能展演廳	28
講座	1	月光電影院 X 酷兒影展—電影產業論壇-國際論壇《加拿大酷兒電影創作論壇》	10/22(日)	多功能展演廳	33
講座	1	月光電影院 X 酷兒影展—電影產業論壇-國際論壇《APQFFA 亞太酷兒電影與文化論壇》	10/23(一)	多功能展演廳	105
活動	1	2017 西門萬聖—小鬼鬧紅樓	10/28(六)	北廣場、十字樓	83
活動	8	週間享樂市集	10/05(四)、 10/06(五)、 10/12(四)、 10/13(五)、 10/19(四)、 10/20(五)、 10/26(四)、10/27(五)	北廣場	12,740
活動	2	2017 後街文化祭-導覽 X 畫你的後街印象	10/8(日)、10/10(二)	西門紅樓/臺北西區街區	89
十月小計：場次 23，人數 13,296					
十一月					
工作坊	4	2017 趣玩紅樓-美感工坊	11/11(六)、 11/12(日)、 11/25(六)、11/26(日)	十字樓 16 工房	28
活動	1	節拍廣場	11/11(六)	藝術廣場	578
十一月小計：場次 5，人數 606					
十二月					

工作坊	6	2017 趣玩紅樓-美感 工坊	12/9(六)、12/10(日)、 12/23(六)、 12/24(日)、 12/30(六)、12/31(日)	十字樓 16 工房	55
活動	2	週間享樂市集	12/21(四)、12/22(五)	北廣場	9,534
活動	1	Zulu Nation 44 週年 節拍廣場街頭文化祭	12/3(日)	藝術廣場	3,420
電影	1	月光電影院	12/9(六)	藝術方塊	42
十二月小計：場次 10，人數 13,051					
場次總計：201 場次			人次總計：103,274 人次		

(三)西門紅樓暨電影主題公園 106 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
	104 年	105 年	106 年	較 105 年 人次成長率
1	268,861	385,947	274,535	-28.9%
2	320,484	665,215	381,590	-42.6%
3	254,648	431,161	206,429	-52.1%
4	280,771	487,449	219,348	-55.0%
5	273,495	466,880	188,578	-59.6%
6	249,515	467,459	162,041	-65.3%
7	245,740	375,328	155,120	-58.7%
8	178,300	252,198	191,883	-23.9%
9	232,991	89,609	133,143	48.6%
10	301,051	175,762	265,443	51.0%
11	327,501	137,729	189,987	37.9%
12	322,778	236,667	306,773	29.6%
累計	3,256,135	4,171,404	2,674,870	-35.9%

年度 ／ 月份	電影主題公園全區人次總計			人次比較分析
	104 年	105 年	106 年	較 105 年 人次成長率
1	22,159	15,708	14,361	-8.6%
2	13,253	11,299	11,355	0.5%
3	18,524	12,241	9,569	-21.6%
4	18,483	18,795	18,933	0.7%
5	19,774	11,661	11,923	2.2%
6	19,222	18,635	18,597	-0.2%
7	24,494	18,857	16,677	-11.6%
8	17,530	17,013	16,491	-3.1%
9	17,268	14,640	15,724	7.4%
10	19,421	17,464	17,323	-0.8%

11	17,490	17,345	17,445	0.6%
12	17,582	12,594	13,475	7.0%
累計	225,200	186,252	181,900	-2.3%

註：

1. 十字樓因直段整修工程自 104 年 1 月 11 日(一)起停止營業至 12 月 24 日(六)啟用，啟用後為 105 年度人次回升主要原因。
2. 二月份因遇春節連假，人潮較多。
3. 八角樓古蹟自 105 年 8 月起整修，九月本為淡季，碰巧又遇颱風假三天，故人次減少。

(四)西門紅樓 106 年度各場地使用率

106 年西門紅樓全館使用率											
月份	北廣場			二樓劇場			南廣場	河岸留言	茶坊	精品區	16 工房
	平日	假日	總計	平日	假日	總計	總使用率	總使用率	總使用率	總使用率	總使用率
1	31.6%	100.0%	61.3%	註 3			100.0%	22.6%	註 3		100.0%
2	72.2%	100.0%	82.1%				100.0%	28.6%			100.0%
3	47.8%	100.0%	61.3%				100.0%	19.4%			100.0%
4	50.0%	100.0%	70.0%				100.0%	13.3%			100.0%
5	38.1%	100.0%	58.1%				100.0%	19.4%			100.0%
6	43.5%	100.0%	56.7%				100.0%	16.7%			100.0%
7	47.6%	88.9%	60.0%				100.0%	16.7%			100.0%
8	34.8%	100.0%	51.6%				100.0%	29.0%			100.0%
9	18.2%	25.0%	20.0%				100.0%	23.3%			100.0%
10	42.1%	91.7%	61.3%				100.0%	32.3%			100.0%
11	18.2%	100.0%	40.0%				100.0%	36.7%			100.0%
12	9.5%	90.0%	35.5%				100.0%	35.5%			100.0%
平均	37.8%	91.3%	54.8%	100.0%	24.5%	100.0%					

註：

1. 開館天數基準：對外租借場地使用率以當月實際天數計算(颱風停班則不計入)。自營場域因配合開館時間，使用率以開館天數計算。
2. 平假日使用率的計算：假日包含週休二日及所有國定例假日，全月天數扣除假日為平日天數。總使用率=總使用日數(不分平假日)/除以當月總日數。
3. 八角樓自 105 年 8 月起整修，工程於 106 年 11 月 28 日竣工，驗收後進行室裝工程，整修期間八角樓使用率不納入計算。八角樓場域包含：二樓劇場、茶坊、選品區。
整修期間致力於其他各區營運，北廣場因舉辦週間市集，故平日及整體使用率皆提升；北廣場假日使用率降低，係因 9 月份漏水施工挖地工程，期間停辦創意市集及停止北廣場場地租借。

臺北市電影主題公園各空間使用率表

月份	藝術廣場		都市藝術方塊		多功能展演廳		複合式餐飲空間	
	105 年	106 年	105 年	106 年	105 年	106 年	105 年	106 年
1 月	9.7%	67.7%	22.6%	9.7%	25.8%	9.7%	67.7%	22.6%

2月	13.8%	25.0%	3.4%	3.6%	20.7%	13.8%	25.0%	3.4%
3月	9.7%	16.1%	9.7%	9.7%	3.2%	9.7%	16.1%	9.7%
4月	23.3%	30.0%	10.0%	10.0%	0.0%	23.3%	30.0%	10.0%
5月	16.1%	13.0%	6.5%	0.0%	6.5%	16.1%	13.0%	6.5%
6月	20.0%	13.3%	6.7%	0.0%	43.3%	20.0%	13.3%	6.7%
7月	13.3%	83.3%	10.0%	67.0%	20.0%	13.3%	83.3%	10.0%
8月	29.0%	19.3%	19.4%	16.1%	6.5%	29.0%	19.3%	19.4%
9月	6.7%	10.0%	6.7%	10.0%	3.3%	6.7%	10.0%	6.7%
10月	12.9%	42.0%	3.2%	3.2%	0.0%	12.9%	42.0%	3.2%
11月	23.3%	10.0%	3.3%	0.0%	0.0%	23.3%	10.0%	3.3%
12月	16.1%	9.6%	6.5%	3.2%	0.0%	16.1%	9.6%	6.5%
平均	16.2%	28.3%	9.0%	11.0%	12.9%	16.2%	28.3%	9.0%

註：

- 1.藝術廣場 106 年 1 月與 2 月因館內自辦活動及 2017 燈節活動，因此使用率相較 105 年度同期增加許多。
- 2.都市藝術方塊 105 年 1 月因有連續展覽及月光電影院播映，因此使用率較 106 年同期高。
- 3.都市藝術方塊因 2 月份場租活動及氣候影響取消月光電影院放映故使用率較前月低。
- 4.多功能展演廳 105 年作為工作坊課程場地故使用率較 106 年同期高。
- 5.藝術廣場 106 年 3 月份場租活動及拍攝活動較多，故使用率較去年增加許多。
- 6.藝術廣場因 8 月份後街文化祭活動部份場次非於園區內進行故使用率較低。
- 7.10 月份因本館自辦活動及場租活動較多，故藝術廣場及多功能展演廳使用率上升，藝術方塊持平。
- 8.11 月份因場租活動及遇雨天數較多，月光電影院暫停舉行。
- 9.12 月份因執行限制滑板族日常練習，練舞學生減少，因此人次下降。

(五)行銷宣傳效應

西門紅樓自民國 97 年 7 月起經營官網已屆滿九年多，電子報會員至 106 年 12 月有 2 萬 3,193 名，官方網站累積至 106 年 12 月已突破 1,682 萬 2,209 瀏覽人次。102 年度起建置完成西門紅樓與臺北市電影主題公園官網手機版頁面並定期更新維護；臺市電影主題公園官方網站自 99 年開站以來，至 106 年 12 月亦已吸引 91 萬 2,928 名瀏覽人次造訪。106 年整修期因預算考量及八角樓步對外開放，並無新增項目，以維護為主。

1. Facebook

自 98 年 10 月份起開始經營 Facebook 粉絲專頁，102 年度已將地標與粉絲專頁合併，並將各區域獨立相簿，藉此拓展不同族群凝聚力。截至 106 年 12 月西門紅樓官方粉絲團突破 3 萬，共計 3 萬 1,261 名粉絲，並另有 5,000 名好友。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，106 年 12 月已突破萬名粉絲，來到 1 萬 485 名粉絲，並另有 5000 名好友。106 年 10 月份開創 Instagram 帳號，視覺化的

溝通更符合新世代年輕人的習慣，並透過網群媒體直播功能，擴大宣傳效益。

民國 106 年西門紅樓 Facebook 粉絲數				
年／月	104 年	105 年	106 年	成長率 (106/105)
1 月	23,057	26,297	29,370	11.69%
2 月	23,330	26,524	29,613	11.65%
3 月	23,357	26,726	29,742	11.28%
4 月	23,562	27,313	29,962	9.70%
5 月	23,780	27,469	30,153	9.77%
6 月	23,996	27,624	30,310	9.72%
7 月	24,239	28,066	30,482	8.61%
8 月	24,502	28,231	30,598	8.38%
9 月	24,843	28,367	30,721	8.30%
10 月	25,255	28,502	30,912	8.46%
11 月	25,590	28,708	31,050	8.16%
12 月	26,030	29,147	31,261	7.25%

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

106 年電影主題公園 Facebook 粉絲數				
年／月	104 年	105 年	106 年	成長率 (106/105)
1 月	7,366	9,447	9,987	5.72%
2 月	7,412	9,459	10,052	6.27%
3 月	7,491	9,542	10,114	5.99%
4 月	7,629	9,607	10,184	6.01%
5 月	7,698	9,631	10,234	6.26%
6 月	7,790	9,688	10,261	5.91%
7 月	7,887	9,739	10,310	5.86%
8 月	7,963	9,773	10,345	5.85%
9 月	8,113	9,818	10,363	5.55%
10 月	8,213	9,859	10,436	5.85%
11 月	8,322	9,897	10,468	5.77%
12 月	8,405	9,927	10,485	5.62%

註：106 年西門萬聖宣傳帶動成長率，從 10 月份開始，館內自辦活動結合粉絲團按讚活動帶動人氣，並將流量導回官網，穩定成長。

2. 官網瀏覽量

「西門紅樓官網瀏覽量」自 100 年度經營以來，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，本館自辦及行銷活

動增加官網內容深度與廣度，至 106 年 12 月共累計 1,682 萬 2 千人次瀏覽量。臺北市電影主題公園官方網站自 99 年開站以來，至 106 年 12 月亦已吸引 91 萬 2,928 名瀏覽人次造訪。雖然社群網絡時代來勢洶洶，但在本館「內容經營」與「深度行銷」的策略下，維持穩定成長。

3. 刊物

民國 106 年發行刊物包含報紅第 46 至 51 期(民國 98 年 5 月起採雙月刊發行，民國 106 年發行量共計 5 萬 4,000 份)、鑽石 DM 中英版加印 8,000 份、鑽石 DM 日韓版加印 5,000 份，4 月親子市集 DM 文宣發行量 500 份、6 月西門町後街文化祭 DM8,000 份、10 月雙十國慶主題市集 DM2,000 份、10 月西門萬聖 DM500 份、西門紅樓 109 歲生日慶活動 DM1,000 份。

4. 媒體報導

民國 106 年 1 月至 12 月平面與電子媒體報導共計 843 篇。拍攝部分共有 15 次媒體來訪，電視媒體 10 次、平面媒體(含報紙、雜誌及出版品)4 次，其他 1 次。媒體詳述如下：福建電視、湖南衛視、界面新聞、第一財經電視、經濟觀察報、中國時報、日本 JTB 出版社、馬來西亞 astro 電視臺、三立電視、中天電視公司、聯維集團_悠遊臺北、三立新聞台、Al Arabiya 電視台新聞頻道、非凡新聞、東森新聞、Taipei Walker 雜誌、華胤國際事業有限公司、日本 JTB 集團。

5. 串連介面

串連文化基金會網群及臺北市政府文化局(含文化快遞)，如台北好藝術、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，更與政府單位及業界進行企業合作，以提供優惠與活動串連方式吸引民眾來訪。

106 年首次與日本知名平價服飾品牌 UNIQLO 合作專案兩則：A.「UNIQLO UT X 西門町 PROJECT 西門周邊景點商圈合作案」：為西區老店家設計專屬的圖像 T 恤 UT ME 於 UNIQLO 西門店《超大型店》限定販售。並於西門紅樓及臺北市電影主題公園放置活動裝置物供民眾拍照打卡，吸引年輕及觀光族群目光，話題性及媒體效應，有效增加媒體曝光度及人氣。B. UNIQLO TAIWAN 感謝祭「夏季最強盛典 私藏不藏私 全臺口袋名單特蒐」：UNIQLO 在臺創業 6 週年，合作特別推出 20 間全臺合作過的優質商家特蒐推薦，16 工房為推薦名單之一，並製成專案小冊子 DM 於全臺門市供民眾索取，增加西門紅樓 16 工房的曝光度及宣傳。106 年下半年，電影

主題公園配合臺北市年度盛大活動「2017 世界大學運動會」聖火傳遞，由藝人郭書瑤擔任壓軸火炬手，從景美女中拔河隊手中交接火炬，從臺北市電影主題公園一路跑至中山堂，為世大運揭開序幕。10 月與財團法人臺灣文學發展基金會主辦的「以進大同：台北同志文化地景特展」合作「台北同志文化地景特展」，其中「出櫃故事館」更是突破展場界線，實體串聯了西門紅樓、二二八公園等景點，讓民眾漫步臺北時更容易與同志故事相遇。

四、「台北偶戲館」營運計畫

106 年度台北偶戲館營運重點：

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

(一)典藏

將館內典藏品「布袋戲」進行數位記錄，整理相關數位記錄與文字，規畫「台北偶戲館數位典藏」，件數 100 件。101 年度至 106 年度共計已完成館內展品數位化 600 件，分別完成布袋戲偶 350 件、懸絲偶 150 件、中國皮影 100 件，並配合文化部 106 年-110 年推動前瞻計畫「數位建設」，以過往累積之臺灣原生文化元素及生活知識經驗為基底，藉由數位科技工具促進「保存、轉譯、開放、運用」專屬於臺灣的文化 DNA，本館規劃建置「台北偶戲館文物典藏數位記錄」，以現行文物典藏為基礎，建置文典共構系統為核心，移植系統導入之成功經驗，以達共享用之目標，提供精實與豐富多元之文化資產資料轉譯、開放、運用。

(二)特展

1. 1 至 3 月舉辦《偶藝時光》Anna-Queen 球體關節人形展

※展覽日期：01 月 03 日(二)至 03 月 26 日(日)，參觀人次：4,458 人。

熱愛球體關節人偶 (BJD) 的黃映菊，是臺灣唯二能獨自創作整尊娃娃的人偶師，年紀輕輕就在國際偶界闖出名號，不到三十歲就創立臺灣關節人偶品牌「Anna-Queen」，作品銷往全球，吸引國際玩家收藏。近年陸續有國外玩家找上她，至今已外銷美、英、俄、卡達、菲、加等，也有大陸代理商找上門。Anna Queen，小時候並不是娃娃的愛好者。會進入 BJD 的世界，是高職畢業後被網路上「真人般的身形但卻有著超現實的臉孔」的 BJD 娃娃吸引，迫於難以入手的高價而投入自己製作 BJD 的領域。由於是初學，所以第一代娃娃 Laya 是全黏土製作並未翻模，對此她表示並不是非常滿意，因此開始上網自學了翻模技術，第二代 Laya 和 Aya 就是 Anna 第一

隻翻製成功的 BJD 娃娃。費時 3 年的 Ivory 則是 2012 年才完成最完整也是最滿意的 BJD 作品，Anna Queen 說：「臺灣的相關資料非常稀少，能夠自行設計、翻模、銷售的 BJD 娃娃創作者並不多，如果沒有父母的支持，很難走到今天的成就。」

2. 4 至 7 月舉辦《猜猜偶是誰神降布娃 x 羊毛氈公仔創作展》

※展覽日期：04 月 03 日(二)至 07 月 23 日(日)，參觀人數：5,274 人。羊毛氈是一種相當具變化性的自然材質。羊毛纖維容易吸收染料，可以處理任何顏色，不易褪色；羊毛纖維彈性佳，柔軟卻又強韌，容易塑型，可以變化各種造型、製作各種尺寸。然而近代因為人造纖維的普及化，讓羊毛氈這項古老技藝也隨之被遺忘。近年人們逐漸意識到工業生產對環境的傷害，也厭倦了工業製品的冷漠、大量複製、缺乏個性等，而重新發現手工與自然材質的價值。如今，歐美地區已經有許多團體開始倡導羊毛氈工藝的復興運動，讓羊毛氈重新回到我們的生活中。

此次展出邀請，以羊毛氈「手作娃娃」聞名的藝術創作家洪翠玉老師(丹里姑姑)，發展出一系列即能代表臺灣在地文化的羊毛氈神降娃娃。洪翠玉老師深入研究臺灣傳統文化，為了要區隔市場，並強調在地臺灣文化，將臺灣特有宮廟文化信仰變成文創產業，巧手創作的每一尊神降娃娃，不論是造型、神韻、服裝、配色等，皆十分講究。不僅僅在臺灣，更擴及到日本與新加坡，都有粉絲爭相下訂。

3. 8 至 10 月舉辦《偶花獻熊》泰迪熊特展》

※展覽日期：08 月 01 日(二)至 10 月 29 日(日)，參觀人數：16,542 人。以夏季百花盛開時節為發想，集結臺灣藝術家之創作，以花卉熊為主，並以臺灣特色原住民熊為輔，將展出 26 隻原住民熊及 14 隻花卉熊於室內展出，介紹方式以各族原住民熊介紹每一隻花卉熊的花語及創作理念或由來，提供民眾雙重新知。室外展出物件，將展出 30 座 FRP 裝置藝術熊座，除了集結歷屆特色經典熊座外，正適逢 2017 世界大學運動賽事舉辦中，特別以世界、運動兩大主軸為發想，藉由熊座擺放動線，期盼吸引更多民眾蒞臨參與館慶盛事的同時，也能一起感受世大運的氛圍，別忘一同為臺灣選手加油。

4. 11 至 12 月舉辦《絕袋風華 偶戲之美》一甲子的歲月 典藏特展

※展覽日期：11 月 02 日(二)至 2 月 21 日(日)，參觀人次：6,754 人。

臺灣的布袋戲相傳由早期漳州、泉州移民帶入臺灣，至臺灣後開始將其發揚光大，時間約落在距今三百年前，直至今日亦都是臺灣人生活中未曾放棄的娛樂項目之一。此次展出《絕袋風華 偶戲之美》主題將以 1950、60 年代『臺灣』、『傳統』為出發，特別規劃以『泉州地區』布袋戲偶館藏為

主題，原汁原味呈現歷經一甲子歲月風華的戲偶。

布袋戲觀賞的對象既是劇情也是戲偶，從造型美的觀點來看，戲偶雕刻藝術是布袋戲造型美的高峰。戲偶的製作更以福建泉州最有名，此次首度公開亮相共計 14 尊，一甲子以上的工藝雕刻技術、服裝頭飾經典造型、細至髮絲的靈活呈現，讓民眾能 360 度近距離細細品味，仔細端倪的同時，想像著當時戲臺上主角們活靈活現的演出畫面。歷史的痕跡永不滅，斑剝的臉頰，凹陷的鼻頭，泛黃脫線的戲服，真實呈現，伴隨著時代的變遷，即便至今退下僅為靜態展示，也同樣具有豐富表情，能讓人感覺到每個戲偶所代表的身分及個性，栩栩如生。

(三)教育推廣活動

- 1.106 年度教育推廣活動計有：導覽介紹、小型偶劇的演出欣賞、戲偶 DIY 製作課程、傳統年節偶戲推廣。106 年度參與人數如下：

活動名稱	人數
戲偶 DIY	4,902
小型偶劇	14,622
館外節慶／教育文化推廣 (農曆新年、兒童節、中秋節、館慶)	24,180

2. 「大師工作坊」於民國 106 年 4 月開課，持續一整年共 25 週的課程。《大師工作坊》周六班，共開設 25 周，由陳錫煌老師親自規畫及授課「工藝班」及「操偶班」，「後場樂曲」班，並於 106 年度新開設「兵器製作班」，讓學員學習不同的技巧，精進布袋戲所需的各項技藝，培養固定種子成員。同年，於松山區慈祐宮廟前廣場由陳錫煌藝師帶領劇團成員演出「沉香救母」，將傳統布袋戲精緻完美演繹於市民眼前。演出並展示傳統戲臺「彩樓」及難得一見的傳統後臺音樂演出，不僅在當晚精彩呈現傳統布袋戲演繹技巧，同時也兼具文化藝術交流，讓外國觀光遊客驚艷臺灣傳統偶藝之美。

■106 年度館外巡迴講座：

日期	學校單位	人數
9/8 (五)	陽明國中	180 人
9/11 (一)	修德國小	110 人
9/15 (五)	內湖國中	400 人
9/22 (五)	胡適國小	200 人
9/27 (三)	東湖國小	90 人
10/13 (五)	芝山國小	85 人
10/20 (五)	雨聲國小	80 人
10/27 (五)	至善國中	150 人
11/15 (五)	忠孝國中	80 人
11/29 (三)	永春國小	80 人

- 3.民國 100 年年底開始試辦育藝深遠『偶戲初體驗』計畫，105 年度仍持續辦理，《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的藝術刺激，播下藝術的種子，結合藝術資源及義務教育之權利，讓文化藝術融入正式課程之中。實施對象為國小二年級學生，結合國民小學「人文與藝術」課程，規劃適合學童之臺灣本土偶戲體驗課程，讓國小二年級學童對傳統偶戲與相關活動具備基本認知基礎，並對博物館導覽及觀賞有一完整體驗課程。「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、偶戲相關基本知識介紹，藉由課程設計讓本市國小學童具備傳統偶戲基本認知並啟發學習興趣，為藝術教育持續紮根奠定美學教育基礎。106 年度共計參觀學校共計 134 場，人數共 4,828 人。
- 4.台北偶戲館除肩負傳承傳統偶戲藝術，更希望規劃多元平臺，引進世界各國的偶戲表演藝術，傳遞給更多市民共同欣賞。承襲民國 103 年開展國際偶戲交流平臺，民國 104 年更獲邀福建省文化廳及福建省藝術館邀請，參加「閩台偶戲文化交流」，介紹臺灣傳統掌中戲及目前已列入臺北市傳統「跳鍾馗—傀儡戲」之重要傳承藝師—林金鍊大師參與，期間獲得相當熱烈好評。同年 8 月，也獲得臺北市觀光傳播局邀請，參加新加坡「2015 Velo&Fun 臺北市政府革新旅遊展暨開幕記者會」，除協助臺北館佈展呈列，同時在開幕記者會並演出本館「肩擔戲台」之劇碼協助介紹臺北風情。針對未來台北偶戲館吸引新加坡民眾來館參觀極有幫助。民國 104 年年底，為了促進臺灣及日本的友好關係，日本石川縣「七尾地域女性團體協議會」舉辦的「第四屆 770 雛人形展」，決定致贈一組日本雛人形給本館，並於 11 月 17 日(二)舉行受贈儀式。除了增加館內典藏品數量之外，更促成中日偶戲文化藝術交流。民國 105 年 1 月邀請法國法國小宛然劇團演出「狐狸的故事」，故事靈感完全汲自法國文學名著，採用臺灣傳統皮影戲技法。為了創作一齣現代版的「狐狸的故事」，使用電腦來製造多場光影效果。旋律優美的配樂、千變萬化的燈光效果、繽紛的色彩和佈景，呈現了魔幻的神奇世界。106 年度 4 月份日本石川縣「七尾地域女性團體協議會」又再次來臺，並再次致贈本館由當地偶戲藝術專家「佐原芳江」女士所製作精美的人偶，並命名「偶輝」，乃是結合台北偶戲館及該婦女團體之代表字「輝」而成，進而增進雙方的國際交流。
- 5.106 年暑假，台北偶戲館規劃 2 場《偶戲動畫夏令營》，邀請喜愛冒險的孩子化身為史前尋寶隊員，體驗偶戲從製作偶、人偶互動、登臺演出、拍攝動畫的多重樂趣。本營隊特別結合肢體動作開發、創意偶戲製作、偶動畫拍攝、偶劇場表演更加入後製錄音課程等活動，讓孩子在團體偶戲活動與個人創作課程中，持續啟發創意，全面感受偶戲的豐富多元。

6. 《活化偶戲藝術社區化》「偶戲啟航」-「河流彎彎-錫口文化尋根偶戲演出」計劃。運用本館館藏資源，邀請國內偶戲藝術工作者多方資源，同時，也因應本館深耕在地文化之精神，以本館所在地-松山區錫口文化為出發點，延續及探討城市的發展與永續，活化社區民眾參與，邀請國內外各類型偶戲表演藝術劇團協助執行，提供最佳的創作空間和資源，讓年輕和有潛力的偶戲藝術家，得以用更多的資源從事偶戲表演藝術創作，與社區文化緊密結合，有效建立與地方民眾的連結。

(四)106 年度服務人數與 105 年度同期對照統計表

年度 人數	105 年			106 年		
	105 年 合計	來館人數 (含育藝深 遠)	館外展演 及 教學活動	106 年 合計	來館人數 (含育藝深 遠)	館外展演 及 教學活動
1 月	1,180	1,180		1,066	1,066	
2 月	1,367	1,367		1,471	1,471	
3 月	3,383	3,383		3,355	3,355	
4 月	3,111	3,111		3,042	3,042	
5 月	4,568	4,568		4,587	4,587	
6 月	7,261	7,261		2,025	2,025	
7 月	10,050	10,050		3,225	3,225	
8 月	7,744	7,744		8,135	2,730	5,405
9 月	2,553	2,553		2,999	2,029	970
10 月	2,240	2,240		3,141	2,326	815
11 月	3,658	3,658		4,506	2,856	1650
12 月	3,067	3,067		3,841	3,341	500 (不含館外 展覽桃 機 15 萬)
累計	47,115	47,115		41,393	32,053	9,340

※ 106 年度 6、7 月份服務人次較 105 年度減少原因：

105 年度應臺北地下街邀請參加「戲遊@臺北地下街暨掌中戲偶珍藏展」館外展覽，106 年度無此計畫。

※ 106 年度 12 月分參與桃園機場臺灣無形文化資產展覽，觀展人次約 15 萬人。

【影視產業推廣群】

一、臺北影視中心相關業務工作計畫

(一)協助國片及跨國合製影片

1.協拍影片數量穩定成長

(1)協助國片及跨國合製影片拍攝為台北市電影委員會成立最重要的目標，

民國 97 年成立至民國 106 年，共計協拍 4,456 部影視作品，協拍項目共計 13,093 項。民國 97 年協拍 54 部，民國 98 年 125 部，民國 99 年 281 部，民國 100 年 410 部，民國 101 年 460 部，民國 102 年 477 部，民國 103 年 511 部，民國 104 年 635 部，民國 105 年 705 部，民國 106 年 798 部，屢創新高。

(2)民國 106 年協助攝製之影視作品為 798 部，包含電影 38 部、電視劇 67 部、廣告 318 部、MV122 部、短片 150 部、紀錄片 9 部、其他 94 部，其中跨國合作作品計 137 部。

(3)民國 106 年協助之電影包含《角頭 2》、《幸福城市》、《強尼凱克》、《血觀音》、《切小金家的旅館》、《有一種喜歡叫青春》、《藍色項圈》、《冬與敏》、《黃金兄弟》、《返校》、《花甲男孩轉大人》、《麻辣鮮師重返校園》、《比悲傷更悲傷的故事》、《猛蟲過江》、《阿虎》等 38 部作品。

(4)民國 106 年協助之電視劇包含《春花望露》、《甘味人生》、《鑑識英雄 2》、《麻醉風暴 2》、《你的孩子不是你的孩子》、《我的男孩》、《台北歌手》、《憤怒的菩薩》、《奇蹟的女兒》、《姊的時代》、《機密訊號》、《1006 的房客》、《已讀不回的戀人》等 67 部作品。

2. 協拍多樣跨國影片 提升國際協製能力

(1)民國 97 年成立至民國 106 年底，共計協助跨國合作製作影片計 652 部。跨國合作對象共 34 國，包括：印度、日本、美國、拉脫維亞、荷蘭、瑞典、西班牙、德國、法國、英國、比利時、中國/香港、韓國、新加坡、泰國、菲律賓、馬來西亞、立陶宛、波多黎各、俄羅斯、澳洲、加拿大、紐西蘭、伊朗、智利、印尼、義大利、以色列、阿根廷、奧地利、葡萄牙、波蘭、捷克、越南等國家。(中國、香港算一個國家)。

(2)民國 106 年協助跨國合製影片共計 137 部，包含電影 15 部、電視 7 部、廣告 36 部、MV 18 部、短片 9 部、紀錄片 1 部、其他 51 部。

(3)協助影片包括韓國電影《工作》、中國網路劇《熱血高校》、香港電影《黃金兄弟》、臺美合資影集《雙城故事》來臺拍片或取景或合製影片等 137 部作品。

3. 申請項目施行難度增加

(1)民國 97 年至民國 106 年止協助拍攝製作共計 13,093 個申請項目。民國 97 年 83 個申請項目，民國 98 年 323 個申請項目，民國 99 年 627 個申請項目，民國 100 年 846 個申請項目，民國 101 年 1,239 個申請項目，民國 102 年 1,395 個項目，民國 103 年共計 1,743 個申請項目，民國 104 年 2,290 個申請項目，民國 105 年 2,234 個申請項目，民國 106 年 2,313 個申請項目。

(2)民國 106 年的 2,313 個申請項目中，協尋及申請場景共 1,805 項；道路使用及車輛相關協助共 363 項；其它製作協助共 89 項；特殊協助項目共 56 項。其計算如下：

A.協尋及申請場景：共 1,805 項

(A)市有房舍或場地計 906 項。

(B)私有房舍或場地計 115 項。

(C)國有場地計 215 項。

(D)醫療院所計 35 項。

(E)學校計 129 項。

(F)眷村或老式社區計 166 項。

(G)公園計 123 項。

(H)警察局及派出所（消防局）計 116 項。

B.道路使用及車輛相關協助：共 363 項

(A)道路封閉及拍攝使用之申請計 140 項，其中道路封閉 43 項，道路工作區使用申請 97 項。

(B)停車場拍攝申請計 109 項。

(C)捷運（含車廂及站台）申請計 59 項。

(D)警車申請計 23 項。

(E)水車（消防車）申請計 3 項。

(F)救護車申請計 2 項。

(G)吊車申請計 2 項。

(H)垃圾車申請計 1 項。

(I)公車申請計 18 項。

(J)火車及高鐵申請計 6 項。

C.其它製作協助：共 89 項

(A)勘景導覽計 44 項。

(B)協助尋找特殊道具及器材計 12 項。

(C)協尋演員排練場地計 6 項。

(D)工作人員推介計 4 項。

(E)協助造景計 16 項（例如：延長路燈）。

(F)跨縣市場地申請計 7 項。

D.特殊協助項目：共 56 項

(A)協辦簽證事宜計 1 項。

(B)住宿優惠計 1 項。

(C)協尋製作公司計 1 項。

- (D)其他影片畫面借用計 1 項。
- (E)學生演員請假事宜計 2 項。
- (F)跨局處協調會議計 26 項。
- (G)特殊拍攝許可(空拍許可)24 項。

4.特殊之協拍案例

- (1)電影《工作》為韓國政治諜報動作片，背景設定於 80 年代北韓及北京，因此需封街並花費極大的人力、物力，作為美術陳設、百輛道具車及臨演以呈現繁雜的市場街道。本片由因電影《與犯罪的戰爭》獲第 48 屆百想藝術大賞電影大賞的尹鍾彬導演執導，韓國票房保證稱號之影帝黃政民、李聖旻、朱智勛主演，及因電視劇《Signal》聲名大噪的趙震雄參與演出。本片經由本會與陽明山中山樓數次協商後成功出借給劇組佈置成北韓的人民大會堂拍攝。全片最困難的拍攝為臺北市-萬華區、中正區及中山區大規模封街，本會於拍攝前二個月即進行跨局處會議，由於要將整條街道陳設成為 80 年代中國北京，故需將街道全數淨空並陳設大型簡體字招牌。拍攝當天街道塞滿兩百多臺人力車及三輪車呈現繁雜的市場街道，這一次封街拍攝也是本會協助劇組首次大規模的街道淨空拍攝。在臺灣近 3 個月的前製加拍攝，雇用約 80 位臺灣影視人員、2 千人次臨演，於臺灣花費約 4 千萬臺幣拍攝，還不包含劇組額外的觀光產值，因此臺韓跨國合作不但讓雙方影視拍攝專業交流，亦增加週邊相關產業產值，屆時上映希望讓世界看見臺灣影視工作人員的專業及臺北好好拍的優勢。
- (2)《熱血高校》為中臺合拍網路劇，全片以熱血青春校園背景為題材，為 106 年網劇預算規模較龐大的劇組，臺灣拍攝預算有 5 千萬臺幣且演員薪資另計，工作團隊全數為臺灣影視人員。前製期劇組諮詢、會勘了 35 個場地，最後選定台北國際藝術村頂樓，以及校園戶外主場景設定於客家文化主題公園，至今已有 4 次拍攝申請，另亦有至宜蘭新竹等地進行取景。本案集結中國與臺灣新生代的年輕演員，相信透過愛奇藝與優酷的平臺，除將臺灣演員及導演向對岸推銷外，亦能將臺灣美麗的场景行銷到中國等地。
- (3)香港電影《黃金兄弟》由成龍、曾志偉出資兼監製，出品人之一邱瓌寬亦負責臺灣拍攝的部分，為香港「古惑仔」原班演員 20 年後再齊聚演出之電影，因臺灣是當年《古惑仔》系列電影最後一集的拍攝地點，令「古惑幫」們相當懷念，因此這次《黃金兄弟》的殺青場面也拉隊到臺灣拍攝，導演兼主演錢嘉樂、主要演員鄭伊健、陳小春、謝天華、林曉峰，106 年 7 月即向本會諮詢會勘 10 個場地，最後以美軍宿舍作為傭兵首領

-曾志偉的家，拍攝 5 位主演傭兵小時候的生活及長大後返家敘舊的劇情，並於中山堂光復廳設置為情報局總部，拍攝影片中記者向情報局主管(由張宇飾演)詢問黃金失竊的案情，以上皆於 106 年 11 月 4 日(六)拍攝完成殺青。

(4)臺美合資 Netflix 影集《雙城故事》由億萬票房導演葉天倫執導，男女主角為陳怡蓉、溫昇豪，以臺北市與舊金山為連結，敘述兩地女生因交換公寓而發生一連串之文化與生活衝擊。本案拍攝 4 個月將跨 106 年度，預計 107 年 3 月殺青，以臺北大稻埕為主要場景，導演葉天倫將透過鏡頭再次展現大稻埕風華，除了臺北為主要拍攝城市，劇組將遠赴美國舊金山拍攝一個月，將兩大著名城市之美都融入劇中。向本會諮詢、會勘松菸鍋爐房、大同戶政事務所、大安戶政事務所、剝皮寮、北門廣場等，目前已完成博愛路封街拍攝及空拍、大稻埕碼頭拍攝，及申請完成剝皮寮歷史街區長期使用、北門廣場等。此劇預計於 107 年播映，亦同時於 Netflix 平臺播出，預計屆時將有橫跨全球 190 個國家以上、計有超過 30 種語言及 10 億收視用戶觀看，將藉由《雙城故事》向世界各地傳遞臺北城市文化之美。

(二)人才培育及專業訓練

1.2017 台北電影學院配合跨國合製電影《沈默》宣傳期，首波課程特邀甫獲得奧斯卡提名的《沈默》攝影師羅德里哥·普里亞沱 (Rodrigo Prieto) 來臺進行攝影大師講座，於 1 月 25 日(三)假香格里拉臺北遠東國際飯店舉行，分享國際拍攝經驗。本次講座盛況空前，現場內外擠滿約 500 多人，場內總計有 471 人出席，希冀藉由此次的寶貴經驗能讓更多的臺灣電影工作者提升國際視野並拍攝出更多優質的臺灣電影。2017 台北電影學院主要課程，另訂於 9 月 18 日(一)至 10 月 3 日(二)盛大舉行！課程包含「大師講堂」、「編劇講堂」、「國際製片工作坊」、「國際動畫特效講座」，及因應數位化趨勢的著作權議題，特別新增的「法律與電影開發講座」，活動總報名人數 1,609 人，總參加人數 1,154 人。課程講師包含釜山國際影展主席金東虎、《在世界的中心呼喊愛情》日本導演行定勳、《屍速列車》韓國製片李東河、美國夢工廠動畫公司(DreamWorks Animation)的監製克麗絲汀娜·李·史托姆(Christina Lee STORM)及製片凱特·史賓莎(Kate SPENCER)等美、日、韓、伊朗等各國重量級國內外影人來臺授課，透過上述多元豐富的影視實務課程，為臺灣影人搭築與國際接軌之橋梁，拓展臺灣影人之國際視野，藉以提升臺灣電影產業之國際能見度與作品品質，培育下一代臺灣電

影人才。

- 2.2017 台北電影夏令營由台北市電影委員會(TFC)、臺北市影視音實驗教育機構(TMS)及台北電影節(TFF)合辦，訂於7月7日(五)、7月9日(日)至7月13日(四)舉行，自5月15日(一)開放報名至6月7日(三)總計收到近200名學生報名，並邀請專業師資，帶領經評選的119位國高中、職生創作出屬於自己的電影夢想，並感受在大銀幕上播映的感動。學員們在夏令營中可分別接觸到導演、編劇、攝影、收音、製片、剪接等不同領域，深入學習到電影從前製到後製的流程，並結合世大運精神為主題，在6天內，從一無所知到製作完成一支三分鐘影片，成品於台北電影節播映，並製作成DVD，讓作品能被更多人欣賞。
- 3.106年本會與中華電信股份有限公司、愛爾達科技股份有限公司持續合辦2017「MOD微電影暨金片子創作大賽」，並擴大賽事規模，納入協辦單位日舞電影臺 Sundance Channel、得利影視股份有限公司 in 微創，另增設「日舞記錄片合作獎」，以及「4K影片特別獎」、「最佳動畫獎」，總獎金近新臺幣430萬元，創歷年之最。豐富的獎項與優渥的獎金將再次衝高影視創作者參賽興趣，達成拔擢影視新星的活動宗旨。自5月8日(一)開跑訊息釋出後開始收件，7月邀請活動代言人郭書瑤拍攝宣傳短片及進行相關宣傳活動，總共收件324件，於10月召開評審會議，10月18日(三)公佈入圍名單，11月20日(一)於遠東國際大飯店舉行頒獎典禮公布得獎名單，以及11月26日(日)在光點華山電影館舉行得獎作品成果展。
- 4.106年第九屆「拍台北」電影劇本徵選活動，上半年為活動籌備期，主要進行活動徵件及宣傳，自5月5日(五)徵件，7月5日(三)截止收件，共收99件參賽作品，邀請田開良、侯季然、姜秀瓊、袁瓊瓊與蔡宗翰5位評審進行近兩個月的評審，9月14日(四)舉行決審會議，最後選出得獎作品：金獎「空窗」(作者:安邦)、銀獎「觸鍵」(作者:游善鈞)與三個銅獎作品「台北冷時光」(作者:廖大魚)、「台北爛草莓」(作者:黃洛瑤)、「象塚」(作者:徐紹文、黃千芸)，並於11月3日(五)假松菸小賣所舉辦一場「拍台北電影劇本得獎人交流茶會」，袁瓊瓊與蔡宗翰兩位評審特別抽空出席頒發獎狀鼓勵5位得獎者，同時分享各人在業界的寶貴經驗與對本屆得獎作品的看法。「拍台北」電影劇本徵選活動舉辦9年來，已成功促成多部獲獎劇本翻拍成電影，如近年上映之國片《南方小羊牧場》、《共犯》、《帶我去月球》分別為本活動首屆、第四屆與第六屆的得獎劇本，足見本活動已日臻成熟並獲得肯定。
- 5.2017「製片深耕計畫」延續校園巡迴講座方式分享影視協拍經驗，自9月

13 日（三）開始前進輔仁大學影像傳播系、國立政治大學廣播電視學系、國立臺灣藝術大學電影學系、中國文化大學大眾傳播學系、銘傳大學廣播電視學系、世新大學廣播電視電影學系、國立臺北藝術大學電影創作學系等影視相關系所，總計 830 人參與。鑒於 105 年講座引起學生熱烈迴響，且講座調查整體滿意度高達 94%，因此 106 年「製片深耕計畫」，期望透過新的課程設計，豐富專業拍攝案例，新增技術安全等進階課程，期許擴充學生對於整個影視產業更大的格局思考，及開啟產學合作的起點，讓學生提早接頭業界狀況，也能讓整個臺灣的產業鏈結更加厚實。

6.106 年本會延續與文化大學法國語文學系、臺北科技大學文化事業發展系進行產學合作，培育對文化創意與影視製作有興趣之人才，增加學生職場經驗，並提供運用法語及英語實際發揮之機會。包含協助影視劇組勘景、拍攝過程工作，以及支援臺北電影夏令營、臺北電影學院、製片深耕計畫等各項活動，不僅有助於本會推展業務，更重要的是讓學生在接觸影視領域相關工作中學以致用，提升自我競爭力為未來職場就業及早做準備。

(三)影視宣傳及行銷

1.合作宣傳影片 行銷臺北城市

(1)106 年度全年合作行銷協助影片計 27 部，全臺票房累計約 5 億 593 萬餘元，其中臺北市票房約 1 億 8,520 萬餘元，包含 106 年國片票房冠軍《紅衣小女孩 2》，以及在 106 年第 54 屆金馬影展入圍及榮獲多項大獎的《大佛普拉斯》和《血觀音》。

(2)民國 106 年度合作行銷包含《大鈞哥》、《沈默》、《林北小舞》、《白蟻：慾望謎網》、《目擊者》、《擬音》、《通靈少女》、《最完美的女孩》、《夢想續航》、《雖然媽媽說我不可以嫁去日本》、《一一》、《報告老師！怪怪怪怪物！》、《他們在畢業的前一天爆炸 2》、《徐自強的練習題》、《紅衣小女孩 2》、《曼菲》、《自畫像》、《盜命師》、《大佛普拉斯》、《阿莉芙》、《順雲》、《血觀音》、《帶我去月球》、《3904 英呎》、《強尼·凱克》、《衝組》、《幸福路上》等 27 部影視作品。

(3)民國 106 年本會合作行銷宣傳為每一部影視作品節省 356 萬餘元之行銷宣傳預算。

2.規劃平面出版 推廣業務

影委會的出版品均為平時業務推廣使用，主要發送給國內外影人以及來臺北拍攝影片的團隊作為參考，並於海外影展和電影市場展時用以宣傳本會之服務。106 年因本會邁入十週年，故特別策劃十週年紀念刊物《10 年拍台北》，詳載本會自創立以來逐漸成長的歷程及重點工作介紹和實務成績，藉以推廣

本會各項業務，亦盼能鑑往知來，持續精進，進一步推動影視產業。

3. 連結官網等網路媒體宣傳行銷影視產業

影委會透過媒體採訪報導、主辦、協辦或配合辦理影視相關記者會首映會、特映會、專訪影人、協拍側錄等來達成影委會對外介紹本身業務與行銷國片之功能。另影委會中文官網提供影視新聞近況報導，尚包含合作行銷的國片新聞改寫、電影產業動態觀察報導等等。民國 106 年包含採訪本會所主、協辦之影視宣傳活動共 25 則、首映會及特映會採訪共 12 則、其他影視相關宣傳活動採訪 14 則、專訪 10 則、活動說明 12 則，共 73 則；另為提升網站流量，影委會中文官網亦提供影視新聞近況報導，包括合作行銷國片的最新消息、國片產業動態觀察、協拍幕後花絮等，此部分改寫、上稿、撰稿共 131 則，上述總量共 204 則的新聞稿均於官方網站露出。

(四) 國際交流事務

1. 3 月香港國際影視展

香港影視展為亞洲地區最具規模的影視會展，其產業內容涵蓋電影、電視、數碼娛樂(Digital Entertainment)及音樂四大範疇。此次於香港影視展臺灣展館內設立台北市電影委員會推廣牆面，旨在推廣本會之協拍服務及宣傳結合世大運主題之臺灣運動電影。

(1) 本會並在影視展期間舉辦「臺北世大運宣傳」暨「臺北-巴黎創投-合製片計劃」記者會，為響應 2017 臺北世大運，本會特別邀請臺灣運動電影《練習曲》男主角東明相及《一萬公里的約定》女主角賴雅妍擔任形象大使出席，本會另精心製作「臺灣運動電影回顧手冊」，提供參展商及與會貴賓索取，手冊濃縮十年來刻劃運動題材的電影作品，呈現出臺灣的運動形象和追求不放棄的運動精神，一同宣傳臺灣運動電影及 2017 臺北世大運。其次，臺法合作簽約儀式由臺北市文化局長鍾永豐親自出席，與「巴黎創投-合製片計劃」(Paris Coproduction Village) 執行長皮耶·艾曼紐·弗瑞廷(Pierre-Emmanuel Fleurantin) 共同簽約，臺灣電影提案透過這個創投計劃，將有更多機會打開國際能見度，進而參與國際合製。

(2) 本會並與創意香港、香港電影發展局秘書處、香港國際電影節協會、大巴黎電影委員會、新加坡電影發展局及北海道廣播電視臺等各國影視機構洽談會議，積極參與各項影視交流活動，開創本會與國際間未來合作機會。

2. 4 月北京國際電影節電影市場展

本會協拍經理謝慧雯應邀參加由文化部影視及流行音樂產業局「臺灣電影館」主辦之「台灣電影推廣會暨台灣電影推介會暨台灣業者交流茶會」論壇

演講及推廣臺北市攝製資源，向現場來賓推薦「來臺北拍片吧!」，分享本會協助國際知名導演盧貝松《露西》、馬丁史柯西斯《沈默》等國際合拍片經驗及說明影視團隊來臺北拍攝的相關優惠與補助，現場湧入近 200 名觀眾，反應相當熱烈，希望藉此爭取更多合拍片前來臺北拍攝，及推廣臺北城市行銷。

3. 5 月法國坎城影展暨電影市場展：此次於坎城電影市場展設立臺北市電影委員會景點攤位，主要目的包含宣傳臺北市景點協拍服務及優惠辦法、向國際介紹臺灣影視演員，並藉 2017 台北世大運這個國際盛事推廣臺灣運動電影，以及辦理「台北-巴黎創投-合製片計劃」入選公告記者會。

(1) 市場展期間由本會與巴黎創投(Paris Coproduction Village)於 5 月 22 日(一)晚間合辦「台北-巴黎創投-合製片計劃」公告記者會，公佈 106 年入選「巴黎創投」的案件以及宣佈入選的 3 件臺灣電影企劃案。此三部入選的臺灣企劃案分別為：黃惠偵導演的紀錄長片《LOMA-我們的家》、鄒隆娜導演的劇情長片《緋雨的季節》以及李秀純導演的劇情長片《在法國戰壕的中國人》。

(2) 本會利用影視展期間交流機會，積極與各國影視機構洽談合作，共計參與 16 場正式會談，對象包含：巴黎創投合製片計劃、美國電影市場展、新加坡電影委員會、索尼影業、塔林黑夜影展、多倫多國際影展、印度工商聯會、紐西蘭電影委員會、大巴黎電影委員會等。透過洽談各項影視交流議題，如影視人才培育、跨國合製片、推廣臺北景點拍攝等，使本會能夠隨時掌握世界電影動態及影壇趨勢，並作為臺灣影人與國際市場的橋梁，推動更多國際團隊來臺拍攝或促成國際合拍案。

- 4.6 月 2017 臺北-巴黎創投-合製片計劃：巴黎創投(Paris Coproduction Village)是一個電影發展及融資平臺，2017 年於第六屆香榭麗舍電影節期間舉辦，並首次與亞洲級城市合作，臺北市為參與合作之第一個亞洲城市，本會帶領 3 部臺灣企劃案至巴黎尋求臺法電影界更緊密的合作交流，並藉此合作機會大力宣傳臺北市多項電影優惠政策並促進跨國合作機會為強化臺法雙邊電影交流及合作、拓展臺灣電影國際版圖，並促進更多效益：為拓展歐洲市場建立根據地、每年締造 1 至 3 部合拍片、吸引更多歐洲合拍片來臺、促進東西文化及人才交流、帶動觀光與商機。

(1) 由臺北市電影委員會與巴黎創投合作的「2017 台北-巴黎創投-合製片計劃」，3 部臺灣企劃案分別為旅法臺灣導演李秀純的劇情長片《在法國戰壕的中國人》、2017 年拿下柏林影展泰迪熊獎最佳紀錄片的黃惠偵導演的紀錄長片《LOMA-我們的家》，以及入選 2016 年坎城影展影評人週的鄒隆娜導演的劇情長片《緋雨的季節》。3 部入選的臺灣電影企劃案代表

於此創投會議中接觸來自各國近 100 多家製片、銷售代理、發行公司、投資方以及基金代表，並參與預先安排的一對一會議、交流活動以及由電影產業頂尖人士主講的論壇研討會。

- (2)影委會於 6 月 22 日（四）舉辦產業交流論壇，影委會總監饒紫娟、電影《露西》臺灣製片李耀華等均出席分享跨國合製片經驗。除介紹影委會營運業務，並就製片預算、人才、服務等三方面介紹臺灣多項電影優惠政策，及介紹這次 3 部入選之臺灣企劃案出席代表。希望藉此項合作計畫集結跨國資金，節省製片成本，拓展臺灣電影的國際市場。每年固定 3 部臺灣電影企劃案的入選，影委會希望能促成更多法國製片、發行公司與臺灣電影界合作，共同攝製更多頂尖卓越的國際電影。

5.10 月韓國釜山影展亞洲電影市場展：10 月韓國釜山影展暨亞洲電影市場展及亞洲影視媒合會議：本會於亞洲電影市場展設立攤位，旨在推廣影委會之協拍服務成果及合作行銷之國片銷售，吸引大量參加者至本會攤位詢問，而菲律賓電影委員會及新加坡電影委員會亦到訪本會攤位，與本會舉行製片交流有關國際合拍並分享辦理台北電影學院經驗。

- (1)市場展期間本會同時參與由釜山電影委員會所主辦的亞洲影視媒合會議（The Link of Cine-Asia），該活動以過去 8 年亞洲電影政策論壇和 15 年釜山電影委員會與亞洲最高級別釜山影展影視博覽會(BIFCOM)的累積數據和網絡基礎為經驗。2017 年由來自亞洲各地的 22 個電影委員會，35 個電影製作及發行公司和 44 個電影開發項目專業代表人士參加此次媒合會議活動，為所有對國際聯合製作和海外拍攝有興趣的電影專業人士所建立起的絕佳網絡。

- (2)本會於參展期間進行共計 25 場正式會議，與各國影視機構及製片公司洽談合作及吸引國際合拍，並與亞洲各國電影委員會交流，分享經驗，會議對象包含：亞洲電影委員會（AFCNet）、來自韓、中、日、港、菲、泰的製作公司及企業共 16 間及企劃案 8 件。會議間除交流討論跨國合製計畫、推廣臺北市景點與本會協拍服務外，更推廣臺灣優秀影視產業人員，並藉此了解各國製片動向與趨勢，鞏固國際市場橋梁。

6.11 月美國電影市場展：為宣傳臺北市景點及本會協拍服務，本會於美國電影市場展設立攤位，以本會國際協拍成果為設計重點，吸引許多國際製作公司前來詢問有關本會協拍服務及優惠辦法。本會並積極與各國電影委員會、國際影視機構洽談各項合作與國際交流，以及與舊金山電影委員會討論未來簽訂友好合作協議之可能性，以期推廣國際協拍業務並促成更多跨國合拍片至臺北市拍攝。透過參與上述國際交流活動除能讓人認識臺

灣這個美麗的寶島及臺灣電影，使本會與國際影壇趨勢接軌，規劃與時俱進的嶄新電影學院課程，為臺灣影人構築通往國際影壇的橋樑。

(五)其他影視相關活動

- 1.製作「楊德昌電影地圖」：楊德昌導演向來以臺北作為他的拍攝場域，106年適逢楊德昌導演逝世10週年，本會為紀念楊德昌對臺灣影壇的影響力，特別製作「楊德昌電影地圖」，聚焦於出現在楊導電影中現存的臺北場景，邀請《手繪旅行日和》系列的作者林凡瑜重繪16個電影地標，以電影《海灘的一天》出現的楊德昌故居作為起點，最後一部電影《一一》作結，並將在各場景地點發生之劇情梗概標示於地圖中，讓影迷們能按圖索驥，一探楊德昌電影裡的臺北風貌。隨著《一一》首度在臺上映，本會共印製限量1,000份電影地圖，在中影、華山光點等資深影迷喜愛的電影相關場所發送，並透過本會臉書粉絲專頁規劃贈獎活動總觸及人數達到16萬6,976人，引起廣大影迷熱烈迴響。
- 2.辦理「影視產業諮詢座談會」：本會為提升影視攝製之品質與效能，促進影視產業發展，提升文化觀光產業產值及城市美學，於8月21日（一）假光點台北之家舉辦「影視產業諮詢座談會」，進而了解從業影視人員工作困境，制訂符其所需之政策。座談會由臺北市文化局長鍾永豐親自主持，出席單位包含與協拍相關公部門代表，並邀請中華民國廣播電視節目製作商業同業公會、中華民國節目內容製作產業發展協會、中華民國電影攝影協會、臺灣區電影製片工業同業公會、台灣電影文創產業協會、台北市電影戲劇業職業工會等約70餘名業界技術相關人士出席，期待透過此次諮詢會議的雙向交流，有助於影委會擬定未來業務執行的方向、同時也為文化局建立影視政策時提供參考，推動更健全的影視產業環境。
- 3.配合2017臺北世大運，辦理影視名人合作宣傳活動：
 - (1)邀請影視名人聖火傳遞：2017臺北世大運以聖火傳遞活動揭開賽會序幕，本會特別邀請郭書瑤與馬志翔兩位藝人擔任最後傳遞聖火的重要任務，由電影《志氣》獲選為第50屆金馬獎最佳新演員獎郭書瑤(瑤瑤)，擔任8月16日（三）舊城區火炬手；以及電影《KANO》獲得第51屆金馬獎國際影評人獎馬志翔導演，擔任8月17日（四）文化區火炬手，完成兩天的世大運聖火傳遞接棒共同為世大運獻上祝福。
 - (2)邀請影視名人響應世大運宣傳ID錄製：本會邀請金馬影后楊貴媚、《志氣》女主角郭書瑤、《等一個人咖啡》演員賴雅妍、《情非得已之生存

之道》演員丁寧、《報告老師！怪怪怪怪物！》演員蔡凡熙、劉奕兒、《等一個人咖啡》男主角布魯斯、《練習曲》男主角東明相等 19 名藝人錄製 ID，透過影片一同為中華隊加油，於世大運及藝人臉書粉絲團分享，增加世大運活動宣傳效益。

4.配合 2017 臺北白晝之夜活動，辦理相關影視宣傳活動：

(1)印製「公館地區電影文化地圖」：以尋找歷年來於公館地區拍攝之電影場景為主題，並結合當地特色景點，旨在讓參與者發掘不經意的街頭風景，以藝術角度重新感受公館魅力，並可長存作為該地之觀光指南，共印製 5 萬份電影文化地圖，主要於活動期間及地圖中介紹之景點與相關藝文場所發放，吸引觀光客前往公館探訪。

(2)白晝不眠夜-電影放映活動：為響應「白晝之夜」活動，影委會與台北電影節合辦「白晝不眠夜-電影放映」共襄盛舉，本場放映活動與公館區僅有之兩家戲院百老匯影城、東南亞秀泰戲院合作，跨夜長達五個小時不間段播放日本電影《Happy Hour》，總計吸引 319 位民眾參與放映活動。

二、106 第十九屆台北電影節

(一)本屆規劃主軸

106 年度第十九屆台北電影節沿續兩個重要的主軸：支持與獎勵臺灣電影，及挖掘新銳導演的可能性。同時，期許能在關注本土創作之餘，持續引介不同國家的作品、容納更多年輕導演與女性導演的聲音，希望帶給觀眾多面向、且多元的視角，增加對他者的理解。從本屆影展的關鍵字「連結」出發，台北電影節試圖讓影展與亞洲建立更進一步的關係，成為一個連結電影創作者、影視產業、觀眾之間的平臺，期許自己作一個亞洲的影展，一個具有年輕氣質的影展。

(二)本屆重要績效

第十九屆台北電影節於 6/29(四)至 7/15 日(六)完成辦理，本屆開幕片《大佛普拉斯》，閉幕片《曼菲》，為期 17 天的影展，放映來自 55 個國家、多達 169 部、255 場次的影片，票房收入 522 萬 7,043 元，觀影人數達 3 萬 9,854 人次，參展國際外賓 114 人，推廣活動場次 179 場，活動總參與人數 10 萬 5,132 人次，頒獎典禮直播觸及人數達 38 萬 9,929 人次。

本屆台北電影節做了很多新嘗試，例如新增活動單元：電影正發生，讓影迷一起參與林強的電影音樂創作；看電影方式新體驗，如在游泳池內欣賞電影；還有營造電影慶典氛圍的北影夏日祭，結合貨櫃市集、樂團演出、露天

電影院、經典電影 silent disco 等多元豐富活動，讓影展期間不只是看電影，還能延伸不同的觸角來體驗電影元素，在電影文化的推廣上，兼具了深度與廣度，吸引到不同以往參與影展的族群。

在與國際影壇交流方面，106 年三度與法國南特影展合作，舉辦國際提案一對一工作坊，每年入選 6 個提案，至今共有 18 個長片企劃，其中 104 年入選企劃、陳宏一導演的《自畫像》已在 105 年完成並入選 106 年的鹿特丹影展正式競賽單元。工作坊 106 年首次規劃三階段劇本追蹤指導，讓每部入選企劃案的劇本得以充份成長。

(三) 競賽項目說明

1. 台北電影獎與國際新導演競賽徵件統計分析

年度	台北電影獎					國際新導演競賽	總計
	劇情長片	紀錄片	動畫	短片	小計		
104	51	58	33	117	259	406	665
105	53	84	32	133	302	388	690
106	49	65	48	131	293	509	802

106 年台北電影獎的報名數量為 293 部，與 105 年相較，劇情長片及短片數量變化不大，但紀錄片因為製作期程耗時，是以較 105 年少了近 20 部，而動畫片則因加強針對動畫相關學系的宣傳，使動畫類徵件數量成長了 16 部。而 40 部的入選影品中，超過半數的導演是首次入選，由此得知臺灣新銳創作的能量從未間斷，代表臺灣電影界未來充滿了無限可能。

國際新導演競賽是台北電影節另一重要競賽項目，去年徵件 388 部，今年大幅成長，有 509 部報名角逐，是各國新銳導演初試啼聲的最佳舞臺，也提供臺灣新導演與國際新銳相互切磋交流的機會。

2. 第十九屆台北電影獎得獎名單

獎項名稱	得獎影片／影人
百萬首獎	《大佛普拉斯》/黃信堯
最佳劇情長片	《大佛普拉斯》/黃信堯
最佳導演獎	呂柏勳/《野潮》
最佳紀錄片	《日常對話》/黃惠偵
最佳短片	《鹹水雞的滋味》/張作驥
最佳動畫片	《關於他的故事》/楊詠亘
最佳編劇獎	黃熙/《強尼·凱克》
最佳男主角獎	吳慷仁/《白蟻-慾望謎網》
最佳女主角獎	尹馨/《川流之島》
最佳男配角獎	黃遠/《強尼·凱克》
最佳女配角獎	劉引商/《順雲》
最佳新演員獎	瑞瑪 席丹/《強尼·凱克》

最佳音樂獎	林生祥/《大佛普拉斯》
最佳剪輯獎	賴秀雄/《大佛普拉斯》
最佳攝影獎	姚宏易/《強尼·凱克》
最佳美術設計獎	趙思豪/《大佛普拉斯》
媒體推薦獎	《再見瓦城》/趙德胤
觀眾票選獎	《徐自強的練習題》/紀岳君
楊士琪卓越貢獻獎	詹宏志

以百萬獎金作為號召的「台北電影獎」，是目前臺灣唯一以臺灣本土電影為主，並兼融劇情長片、短片、紀錄片與動畫片四類不同類型影片共同參展的大型競賽平臺，各種不同類型的電影皆有機會展露頭角。106 年獲得台北電影獎五大獎項及國際新導演競賽觀眾票選獎的《大佛普拉斯》，不僅在金馬獎獲得五項大獎、入選東京電影節，亦在多倫多影展拿下「亞洲影評人聯盟獎」；而最佳紀錄片《日常對話》則代表臺灣角逐奧斯卡最佳外語片，足見台北電影獎的獲獎作品在國內外表現均相當亮眼。

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	《割愛》(The Wound)/約翰·特倫戈夫(John Trengove)
評審團特別獎	《我等行過阿特拉斯的幽谷》(Mimosas)/奧利佛·勒賽(Oliver Laxe)
觀眾票選獎	《大佛普拉斯》(The Great Buddha +)/黃信堯

「國際新導演競賽」為臺灣影展唯一國際劇情長片徵件活動，塑造台北電影節的國際影響力，亦聚集了世界各國新銳導演來臺，成為未來電影大師的觀察站，106 年度首獎作品《割愛》(The Wound)即代表南非角逐奧斯卡最佳外語片，獲得入選九強的好成績。

(四) 影展辦理說明

第十九屆台北電影節影展單元

1	開幕片《大佛普拉斯》/黃信堯導演 閉幕片《曼菲》/陳懷恩導演
2	特別放映
3	國際新導演競賽
4	台北電影獎
5	新片觀摩—未來之光、未來之光：東南亞新勢力、亞洲稜鏡、 亞洲稜鏡：香港進行式、作者視角、感官嘉年華
6	焦點影人：尤里·安卡拉尼 Filmmaker in Focus: Yuri ANCARANI
7	聽見電影的心跳：林強
8	經典重現
9	電影學校探索：La Fémis 三十週年

本屆影展單元如前表，放映總場次為 255 場，除了長片外，也增加不少短片的放映，有些是學生短片作品，有些是導演在同一個題材的延伸創作，也有讓人驚艷、不忍割捨的得獎短片作品，都希望能擴展觀眾的視野，不獨尊於劇情長片這一類型。今年共放映 169 部影片，包含 48 部短片，其中有 14 部世界首映影片、3 部國際首映、25 部亞洲首映，共來自 55 個國家，而女性導演的比例高達三成，這些比例上的成長都是希望增加觀眾觀影來源的多元性。

(五)活動列表

活動名稱	活動日期	活動地點
國際提案一對一工作坊說明會	03/26(六)	剝皮寮演藝廳
【高中校園宣傳】中崙高中《他好嗎?》	04/07(五)	中崙高中圖書室
【校園畢展合作】樹德科大視傳學系畢展	04/10(一)-05/22(一)	樹德科大、駁二藝術特區、臺北世貿一館、高雄展覽館
台北電影節實習生小課	04/24-04/28	剝皮寮大會議室
【校園畢展合作】世新公廣學系畢展	04/24(一)-04/28(五)	松山文創園區 5 號倉庫
【高中校園宣傳】成淵高中《狀況排除》	04/28(五)-04/30(日)	電影欣賞社教室
【校園畢展合作】淡江大學大眾傳播系	05/05(五)	松山文創園區 2 號倉庫、淡江大學 黑天鵝展示廳、文錙音樂廳
【校園畢展合作】臺北大學藝文季	05/05(五)-05/12(五)	臺北大學國際會議廳
《國際新導演競賽》入圍記者會	05/09(二)	華山光點電影館 2 樓
【校園畢展合作】臺灣藝術大學圖文傳播學系	05/10(三)	臺藝大大觀藝廊、真善美藝廊、松山文創園區-多功能展演廳
《台北電影獎》入圍記者會	05/10(三)-05/22(一)	中山堂光復廳
影展搶映場—電影放映活動《廢青同盟》	05/16(二)	有肉
影展搶映場—泳池放映活動《藍色大門》	05/19(五)	臺科大游泳池
【高中校園宣傳】南山中學(國中部)《逆光飛翔》	05/20(六)	南山中學體育館
【校園畢展合作】輔仁大學影像傳播系	05/24(三)	松山文創園區 4 號倉庫
【富邦文教】電影基礎；《划船》、《狀況排除》放映討論	05/26(五)-05/28(日)	臺北文創 6F 多功能 B 廳
【富邦文教】《禁止下錨》放映討論	05/27(六)	臺北文創 6F 多功能 B 廳
【富邦文教】《築巢人》放映討論、導演座談	05/28(日)	臺北文創 6F 多功能 B 廳
【校園畢展合作】臺灣藝術大學電影學系	05/28(日)-06/15(四)	新光影城、臺藝大影音大樓三樓電影院

台北電影節商圈集章活動—尋找大使地圖	05/15(一)-07/08(六)	各合作店家
【校園畢展合作】政治大學廣播電視學系	06/01(四)-06/04(日)	政大傳院劇場、藝文中心
台北電影節套票首賣會×選片指南	06/04(日)	臺北文創 6F
【高中校園宣傳】南山中學(國中部)《築巢人》(沈可尚講座)	06/06(二)	南山中學精宏館
【富邦文教】媒體宣傳	06/10(六)	師大附中
【富邦文教】《南方小羊牧場》放映、討論	06/10(六)	師大附中
影展搶映場—電影放映活動《七封信》	06/10(六)	燦爛時光書店
台北電影節選片指南講座	06/04(日)	臺北文創 6F
星光獎座—北影正 murmur	06/11(日)	臺北文創 6F
【富邦文教】《幸福路上》、《神算》放映討論	06/11(日)	師大附中
【富邦文教】《只要我長大》放映討論、導演座談	06/11(日)	師大附中
【富邦員工】《川流之島》放映與導演講座	06/16(五)	光點華山 A one 廳
影展搶映場—電影放映活動《樹大招風》	06/17(六)	地衣荒物
星光獎座—大使星光對談	06/18(日)	臺北文創 6F
【校園畢展合作】臺灣藝術大學電影系 104 級影展	06/22(四)	臺藝大電影系 3F 電影院
北影夏日祭—經典星空放映：《魔法阿嬤》	06/24(六)	中山堂戶外廣場
北影夏日祭—異業合作 spacebar room 4 場、獨立刊物講座 4 場、遠傳戶外放映 15 場	06/24(六)-07/09(日)	中山堂戶外廣場
焦點對談—電影配樂再延伸	06/26(一)	中山堂光復廳
影展放映—中山堂	06/29(四)-07/11(二)	中山堂中正廳
台北電影節開幕酒會	06/29(四)	中山堂光復廳
開幕片《大佛普拉斯》放映	06/29(四)	中山堂中正廳
觀眾票選：影展所有場次	06/29(四)-07/15(六)	各戲院影廳
映後 QA	06/29(四)-07/15(六)	各戲院影廳
映後問卷填寫	06/29(四)-07/15(六)	各戲院影廳
影展放映—新光影城	06/29(四)-07/13(四)	新光影城
【富邦文教】影評媒宣工作坊參與媒體茶敘並見習訪問	06/29(四)-07/15(六)	影場放映場地
【校園畢展合作】臺灣大學外文系	06/30(五)-07/02(日)	華山 1914 文化創意產業園區-烏梅劇院
影癡俱樂部—品牌：World Share《超脫青春》	07/01(六)	新光影城一廳
北影夏日祭—藝術節快閃表演：《無聲情人》輕覓劇團、《野草》夢遺少女的劇場、《偎(Cuddle)》異鄉人 5.0	07/01(六)	中山堂戶外廣場
北影夏日祭—星空放映：《2001 太空漫遊》	07/01(六)	中山堂戶外廣場
焦點對談—香港講座-網路報名 100 人	07/01(六)	中山堂光復廳

免費放映活動:《新·閃亮三姊妹》	07/02(日)	新光影城二廳
焦點對談—電視影集與電影講座	07/02(日)	中山堂光復廳
《國際新導演競賽》頒獎典禮暨交流晚宴	07/04(二)	中山堂光復廳、臺北文華東方酒店
影癡俱樂部—品牌:剛好文創《櫻花下我記得》	07/04(二)	新光影城二廳
焦點對談—南特大班課	07/05(三)	中山堂光復廳
【富邦文教】青少年觀摩獎會議	07/05(三)-07/06(四)	新光影城
《明月幾時有》記者會	07/06(四)	中山堂光復廳
影展放映—華山光點	07/06(四)-07/13(四)	華山光點
《台北電影獎》評審團記者會	07/07(五)	中山堂光復廳
北影夏日祭—台北電影節票根海報競標活動	07/07(五)	中山堂戶外廣場
《謝謝你，在世界角落找到我》記者會	07/08(六)	中山堂光復廳
影人面對面—《瘋劫：數位修復版》映後講座	07/08(六)	中山堂中正廳
影癡俱樂部—品牌:任高利達《名叫海賊的男人》	07/08(六)	新光影城一廳
北影夏日祭—藝術節快閃表演:《國學武藝功夫禪》韓門武集表演藝術團、《有了VR!誰要點秋香》仙飄飄新媒體劇團、《樑上鬧戲》灸坊	07/08(六)	中山堂戶外廣場
北影夏日祭—電影創藝市集活動	07/08(六)-07/09(日)	中山堂戶外廣場
影癡俱樂部—品牌:女兒《閃亮三姊妹:數位修復版》	07/09(日)	新光影城二廳
影癡俱樂部—品牌:Tourtalk《公園小情歌》	07/09(日)	新光影城一廳
北影夏日祭—演唱會:十九兩樂團、落日飛車、LEO王、糯米糰	07/09(日)	中山堂戶外廣場
焦點對談—東南亞新勢力講座	07/09(日)	中山堂光復廳
影人面對面—《尤里·安卡拉尼短片選》映後講座	07/09(日)	新光二廳
影人面對面—《那年夏天的微光》映後講座	07/11(二)	光點華山二廳
閉幕片放映:《曼菲》	07/11(二)	中山堂中正廳
影人面對面—《電影夢的開始+電影學校探索》映後講座	07/13(四)	光點華山二廳
【富邦文教】青少年觀摩獎公布	07/14(五)	網路公布
【校園畢展合作】文化草山劇廠話劇社展演	07/14(五)-07/16(日)	臺北牯嶺街小劇場
特別講座—楊士琪卓越貢獻獎講座	07/14(五)	光點華山多功能藝文廳
《台北電影獎》頒獎典禮暨慶祝酒會	07/15(六)	中山堂中正廳、amba意舍酒店

(六)出版品

- 1.《106年度台北電影節—觀影手冊》5萬本。

2. 《106 年度台北電影節－影展特刊》1,000 本。

(七)行銷宣傳

1. 第十九屆台北電影節大使：由吳慷仁與溫貞菱擔任，並擔任本屆 CF 宣傳的主角。

2. 媒體露出總表

A.雜誌 (共 22 家)	iLook 電影雜誌、世界電影、milk MK、美麗佳人、LEZS、文化快遞、今周刊、今藝術、聯合文學、新新聞、男人誌、君子、壹週刊、臺北畫刊、La Vie、Jetstar、哈潑時尚、熟年誌、鏡周刊、明潮、小日子、DISCOVERY 互動英語
B.報紙 (共 14 家)	聯合報、蘋果日報、中國時報、自由時報、人間福報、民眾日報、中華日報、臺灣新生報、更生日報、青年日報、UPAPAER、爽報、都會時報、臺灣時報
C.網路 (共 127 家)	台北市電影委員會、臺北市政府文化局、台北市文化基金會、ETtoday 娛樂、新浪娛樂、LIFE 生活網、臺灣電影網、PChome 娛樂新聞、NovelFeed、Yahoo!奇摩電影、我酷網、愛閱讀、奇狐娛樂、青年日報、365 News、藝術地圖、放映週報、新網、HiNet、Wow!NEWS 新聞網、紀錄片工會、NOWnews 今日新聞、新浪娛樂星報、HiNet 新聞、大人物、蕃薯藤、tavis.tw 前線、LIENE TODAY、自由時報、中時電子報、自由娛樂、壹週刊、我的中時娛樂、Yahoo!奇摩新聞、蘋果日報、中天快點 tv、自由電子報、蕃新聞、蘋果即時、CNN 中央通訊社、木耳哥、優仕網共產檔、娛樂新聞、銘報新聞、新浪新聞、etv、賣點子、中央廣播電臺新聞頻道、北京新浪網、中央通訊社、LIFE、eNews、鏡週刊、三立新聞網、asian paradise 亞洲樂園、match 生活網、今日代誌、上報、PChome 新聞、風傳媒、今日新聞、ETtoday 東森新聞雲、新浪全球新聞、VOUGE、今日頭條、噓！星聞、世界民報、台灣醒報 Awakening、開眼電影網、新網報導、聯合新聞網、觀點傳媒、中時娛樂、人間福報、TAVIS、趣明星、PChome 新聞娛樂、新浪台灣、ETNEWS 星光雲、蘋果即時、大紀元、每日頭條、Malaysia News、希望之聲澳洲生活台、中央通訊社、Hinet 新聞、eTV 傳媒、新唐人、民生好報、北京時間、自由時爆、華視新聞網、ZAKER、博新聞、Reson for Movie、CCM 產力傳媒、GQ 瀟灑男人網、新唐人亞太台、TVBS 新聞網、VOGUE 時尚網、公共電視、MSN 娛樂、銀河新聞台、中華日報新聞網、中央廣播電臺、明潮 M'INT、KNOWING 新聞、VOGUE、Yahoo 懶人卡、中國報、世界新聞網、世界電影雜誌、台視新聞、台灣醒報、必 PO TV、民視新聞、妞新聞、香港 01、真佛報、基督教今日報、臺中市政府
D.電視	八大第一台、壹電視新聞台、年代電視台、TVBS 新聞台、華視、東森

(共 13 家)	新聞台、東森財經台、民視新聞台、中天新聞台、非凡新聞台、台視、中視、三立新聞台
E.廣播 (共 8 家)	台北廣播電台、IC 之音、佳音電台、教育廣播電台、POP Radio、綠色和平電台、飛碟電台、台北愛樂電台
F.網站、電子報及其他 平臺	官方網站瀏覽人次：20,277,777 (101/7/22-106/7/25) 第 19 屆台北電影節電子報共計 27 期 FACEBOOK 粉絲人數：114,772(98/10-106/7/19) Youtube 瀏覽人次：59,232,083 (99/3/9-106/7/28) Instagram 訂閱人數：1,144 (102/3/15-106/7/19)

3.媒體露出比較

媒體	105 年	106 年	比較
報紙	16 家，217 則	14 家，220 則	-2 家，+3 則
雜誌	18 家，27 則	22 家，40 則	+4 家，+13 則
電視	13 家，93 則	13 家，112 則	+19 則
廣播	7 家，9 則	8 家，11 則	-1 家，+2 則
網路	101 家，367 則	127 家，516 則	+26 家，+148 則
官方網站	造訪 17,691,150 人次	造訪 20,277,777 人次	+2,586,627 人次
Facebook 粉絲團	粉絲數 106,425 人次	粉絲數 114,772 人次	+8,347 人次
Instagram	訂閱 612 次	訂閱 1,144 人次	+532 人次

(八)近三年量化資料分析

項目	104 年	105 年	106 年
主題城市	里斯本	無	無
活動天數	23 天	17 天	17 天
放映地點	中山堂、 新光影城、 光點華山電影館	中山堂、 新光影城、 光點華山電影館	中山堂、 新光影城、 光點華山電影館
放映 片數	放映總計	185 部	144 部
	國片放映	40 部	40 部
	國片% (國片/總放映)	21.62%	27.77%
放映總場次	266	229	255
票房收入	5,825,837	5,238,217	5,227,043
總票數 (含售票、貴賓券)	42,944	39,829	46,051
觀影人數	36,488	33,308	39,854
外賓人數	84	78	114
推廣活動場次	103	112	179

(講座、論壇、電影市集、QA 等)			
活動參與人數	42,598	77,518	65,278

- 1.台北電影節影展自 105 年起將策展方向從主題城市轉為主題區域，我們希望在既有的節目架構上持續調整，期能回應瞬息萬變的電影產業環境。從近幾年對國際影展的觀察，106 年度台北電影節的影展焦點放在東南亞的新銳創作者，但由於新嘗試的影展主軸對觀眾較陌生，是以觀影人數較前年度減少。
- 2.106 年的台北電影節除了長片之外，也增加不少短片的放映，希望能擴展觀眾視野，不獨尊劇情長片類型，因此今年共放映 169 部作品，較去年增加 25 部，國片的放映也較去年增加 9 部，放映總場次共增加 26 場。
- 3.因應影展主軸的調整，為擴展觀影族群，今年在活動場次較往年大幅增加，雖因校園相關推廣活動總場次較少，因此活動參與總人數較去年略少，但活動的參與熱度更勝以往，觀影人數也有所增長。
- 4.今年參與台北電影節的外賓突破百人，較去年增加 36 人，足見台北電影節逐漸成為國際影人關注的影展，是國內外影人互動、交流的最佳平臺。

三、剝皮寮歷史街區西側經營管理

(一)營運定位與目標

剝皮寮歷史街區位於龍山寺及文創基地周邊，承載著萬華地區居民的共同文化軌跡，自開放以來更成為臺北市國際觀光的重點之一。本會進駐後，計畫運用原有的電影節資源，以影視推廣教育來豐富軟體，加上階段性的整合在地資源，以提升文史導覽服務；空間租賃與公共服務；舉辦電影教育推廣等相關活動展覽，活化街區各個空間，讓街區成為一個值得深度觀光不失趣味，又兼富教育意義的地點。

營運定位：活化歷史街區與推廣電影教育

計畫目標：希望結合周邊成為臺北市熱門景點，將剝皮寮歷史街區打造成電影與藝文聚落，並且建立社區藝文生活品質典範

(二)成果概述

本會於 106 年下半年度甫接手剝皮寮歷史街區西側營運，106 年度的工作重點放在維持街區基本營運以及進行整修盤點，為 107 年活化營運作準備。106 年 7-12 月共計有 328,567 參觀人次，42 檔展覽/活動，30 組協拍，協拍天數達 238 天。

106 年參觀人次		106 年展覽/活動組數	
7 月	133,056	7 月	4

8 月	112,758	8 月	8
9 月	14,396	9 月	6
10 月	16,544	10 月	7
11 月	11,401	11 月	5
12 月	40,412	12 月	12
小計	328,567	小計	42

106 年協拍組數		106 年協拍天數	
7 月	5	7 月	38
8 月	1	8 月	15
9 月	8	9 月	36
10 月	8	10 月	9
11 月	3	11 月	45
12 月	5	12 月	95
小計	30	小計	238

1.街區場地管理

- 老松國小修繕工程

由老松國小主責修繕工程包含：蟲蟻防治、建築物結構加強工程、花園排水工程。

- 其他街區管理與修繕

完成門牌修復、完成街區 CI 設計、更新部份監視系統、進行全區電線電燈檢測、部份展間修漏。

2.活動辦理

- 影像家譜工作坊《孩子們：記憶紀錄》

106/9/24-12/24 與臺灣影藝學院合辦影像家譜工作坊《孩子們：記憶紀錄》，培訓校園教師拍攝紀錄片以及規劃影像教案的能力，並於 107 年 1 月舉辦成果放映展。

- 剝皮寮看電影

與國家電影中心合作，特別選映了八部發生在臺北的小人物愛情故事電影，自 11 月起，每週三、六免費放映。

日期	片名	片長	級數
11/1(三)、12/2(六)	《艋舺》	141	輔 12
11/4(六)、11/29(三)	《龍山寺之戀》	95	普

11/8(三)、12/6(三)	《彩雲飛》	110	普
11/11(六)、12/9(六)	《我的少女時代》	134	護
11/15(三)、12/13(三)	《天涼好個秋》	94	普
11/18(三)、12/16(六)	《六號出口》	97	普
11/22(三)、12/20(三)	《甜·秘密》	114	護
11/25(六)、12/23(六)	《南方小羊牧場》	86	普

- 《童心看世界》校園影像推廣計畫

與老松國小合辦，11/24(五)放映 2016 臺北電影獎百萬首獎《只要我長大》，11/25(六)放映 2017 臺北電影獎動畫入圍《阿雄與悉達多》。

- 「夢行西城」特展

與文獻館合辦，展覽內容呈現出臺北西區萬華厚實之文史肌理，梳理相關史料文獻，並透過文物原件及再現之展示，娓娓道來西城歷經清朝艋舺之崛起、日本時代臺北三市街的整合、西門町之異軍突起、戰後的中華商場擘劃，直至對於當代西區門戶計畫的展望。展期：106/12/1(三)~107/10/31(三)。

【表演藝術推廣群】

一、2017 第十九屆臺北藝術節 08 月 07 日(一)至 09 月 17 日(日)

1.2017 臺北藝術節(以下簡稱藝術節)以「城市·及其未來」為活動主題，由藝術總監耿一偉(知名戲劇學者，劇評家)進行策展，邀請來自法國、日本、德國、英國、寮國、美國等地藝術家，與臺灣優秀創作者共同展開創造，強調城市生活的迷人之處，在於不斷變化的景觀與人潮，既帶了生活的刺激，也威脅了需要穩定的存在感，展現了現代性所付出的代價。從波特萊爾到班雅明，城市成為一個漫遊者的觀察對象。此次藝術節將展現了走出劇院，將城市當作觀察對象與表演場地的漫遊者精神，如同寶可夢已將現實與虛擬混合，藝術節要探索的，不僅是新奇的刺激，而是要透過藝術的漫遊者角度，拯救不斷碎片化的城市經驗，探索城市及其未來的可能性。

2017 年第十九屆藝術節，為期 6 週，來自 8 國藝術家，11 齣精彩演出作品，1 檔互動裝置展覽，總共 54 場次絕倫演出。自 8 月 7 日(一)至 9 月 17 日(日)期間舉行，分別在城市舞臺、水源劇場、中山堂、大安森林公園、幽竹廳等地輪番上演。參與人次共計 32 萬 7,641 人次(含網路參與 21 萬 6,433 人次)，節目及場次如下：

售票收入(未扣除兩廳院佣金及稅金)總計為 405 萬 7,900 元，詳列如下：

節目名稱	日期	售票率	票房歸屬	票房收入(元)
等待果陀	08/11(五)~08/13(日)	96.26%	基金會	2,010,415
少數民族	08/25(五)~08/27(日)	84.32%	基金會	327,960
THE B-SIDE	09/08(五)~09/10(日)	100.00%	基金會	534,640
遙感城市	08/11(五)~09/10(日)	100.00%	基金會	695,020
異鄉	09/01(五)~09/02(六)	100.00%	基金會	18,625
歐洲工坊在臺北	09/02(六)~09/03(日)	59.31%	基金會	82,480
浮士德	09/08(五)~09/10(日)	72.28%	演出團隊	
啾咪！愛咋	09/15(五)~09/17(日)	59.00%	演出團隊	
臺北筆記	09/15(五)~09/17(日)	100.00%	演出團隊	
一家之魂	08/11(五)~8/20(日)	95.78%	演出團隊	
總計		86.70%		3,669,140
申報國稅局總收入為(未扣除兩廳院佣金及稅金)				4,057,900

2. 相關活動及參與人數一覽表

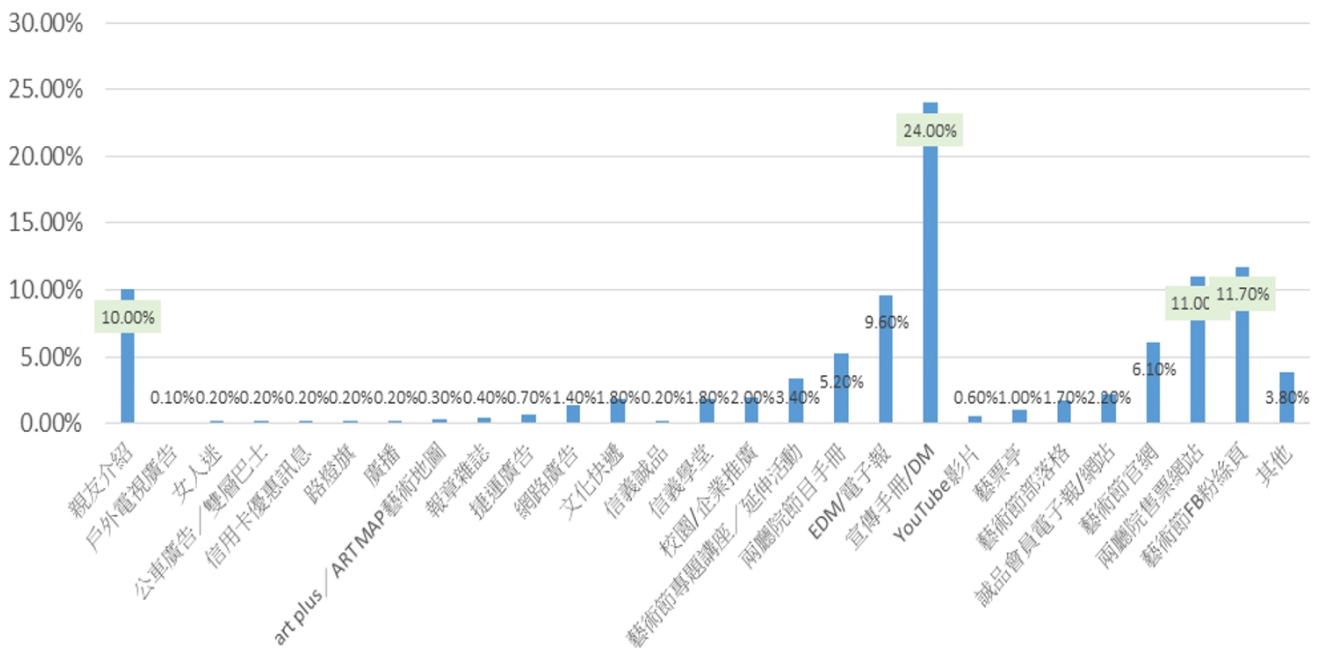
節目/活動名稱	演出時間	演出地點	票價	場次	人數
遙感城市	08/11 (五) 16:30	臺北街頭	1,000 元	20	937
	08/12 (六) 16:30				
	08/13 (日) 16:30				
	08/16 (三) 16:30				
	08/17 (四) 16:30				
	08/18 (五) 16:30				
	08/19 (六) 16:30				
	08/20 (日) 16:30				
	08/24 (四) 16:30				
	08/25 (五) 16:30				
	08/26 (六) 16:30				
	08/27 (日) 16:30				
	08/31 (四) 16:30				
	09/01 (五) 16:30				
	09/02 (六) 16:30				
09/03 (日) 16:30					

	09/07 (四) 16:30				
	09/08 (五) 16:30				
	09/09 (六) 16:30				
	09/10 (日) 16:30				
等待果陀	08/11 (五) 19:30	城市舞臺	500/700/900/ 1200/1600/2000 元	3	2,605
	08/12 (六) 19:30				
	08/13 (日) 14:30				
一家之魂	08/11 (五) 19:30	水源劇場	1000 元 (08/16(三)、 08/17(四)兩場次 為 900 元)	10	2,026
	08/12 (六) 14:30				
	08/12 (六) 19:30				
	08/13 (日) 14:30				
	08/16 (三) 19:30				
	08/17 (四) 19:30				
	08/18 (五) 19:30				
	08/19 (六) 14:30				
	08/19 (六) 19:30				
08/20 (日) 14:30					
三人行不行	08/18 (五) 19:30	免費戶外-大安森林 公園	免費戶外演出	1	4,000
少數民族	08/25 (五) 19:30	水源劇場	800 元	3	561
	08/26 (六) 19:30				
	08/27 (日) 14:30				
異鄉	09/01 (五) 19:30	台北國際藝術村 -幽竹廳	300 元	2	70
	09/02 (六) 19:30				
歐洲工坊在臺 北	09/02 (六) 19:30	水源劇場	500 元	2	202
	09/03 (日) 14:30				
THE B-SIDE	09/08 (五) 19:30	水源劇場	1000 元	3	721
	09/09 (六) 19:30				
	09/10 (日) 14:30				
浮士德	09/08 (五) 19:30	中山堂中正廳	600/800/1000/ 1200/1500/2000/ 2500/3000 元	3	2,538
	09/09 (六) 19:30				
	09/10 (日) 14:30				
啾咪！愛咋	09/15 (五) 19:30	中山堂中正廳	500/800/1200/ 1600/1800/2000 元	3	1,568
	09/16 (六) 19:30				
	09/17 (日) 14:30				
臺北筆記	09/15 (五) 19:30	水源劇場	1200/1500 元	4	1,138
	09/16 (六) 14:30				
	09/16 (六) 19:30				
	09/17 (日) 14:30				
正電效應	08/07(一)~09/03(日)	臺北數位藝術中心	免費	25 天	3,029

(2)分析指標二：宣傳管道

民國 106 年觀眾接收活動消息的管道來源，以「宣傳出版品」、「社群網絡」及「親友介紹」為主。「宣傳出版品」除以藝術節 DM 和活動手冊為主、表現最高，另於活動期間搭配廣告宣傳的「兩廳院節目手冊」效果也在第五位。「社群網絡」包含近年加強推廣的 FB 臉書粉絲頁，和擁有廣大藝術觀眾會員的兩廳院網站。

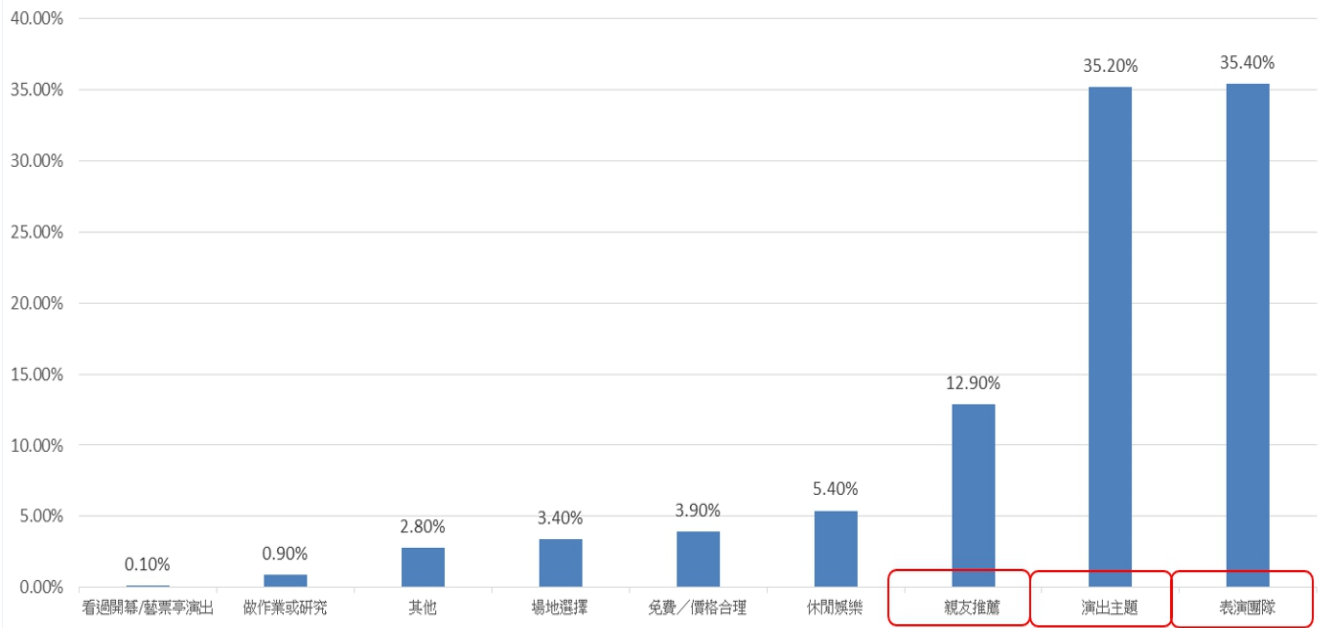
2017觀眾獲得宣傳資訊來源



(3)分析指標三：購票原因

從統計結果，「演出主題」、「表演團隊」及「親友推薦」是 106 年演出吸引觀眾購票的主要原因。口碑來自優質的作品呈現，因此節慶是否推出優質作品、作品題材是否能切中民眾關心的議題，比起票券促銷方案而言更是票房績效的重要憑藉。

2017觀眾購票原因分析



成果與回響

(1) 國際交流

藝術節自 101 年由藝術總監耿一偉上任以來，即以「臺北核心，國際共製」、「提升臺灣創作環境」等概念，將藝術節做為創意平臺，邀請國際知名作品與國內外潛力新秀，與各國際藝術節積極合作，從城市出發與世界各地交流。今年則與法國巴黎市立劇院共同製作《歐洲工坊在臺北》，邀請臺灣與葡萄牙的年輕藝術家於巴黎和臺灣兩地發展創作；楊朕《少數民族》與德國慕尼黑當代國際舞蹈節共製；以及英國數位未來藝術節一同策畫的展覽《正電效應》等。

(2) 人才培育成果

藝術節既是藝術家展現創意的舞臺，亦是新生代藝術創作者與國際藝術家交流、藝術觀眾及藝術行政人才培育的平臺。為此，每年活動期間都公開招募喜愛表演藝術的夥伴，加入執行或志願服務工作行列；並相信他們可能是未來投身國內表演藝術行政工作的人才，也是藝術風信子，將美好感受和經驗散播城市各角落。此外，這兩年藝術節也持續與藝穗節合作，透過邀請國際藝術家或團隊舉辦工作坊，提供新生代藝術家有機會與國際交流，開拓創作視野。

(3) 企業贊助與協助

106 年藝術節因文化局協助整合市府內各項行政資源，包含行銷、宣傳、媒體公關與演出場地等，使得藝術節得以順利進行。同時藝術節為了建立全市參與藝術節氛圍、擴大觀眾族群，除針對場地協辦、住宿合作、外館贊助，及票券促銷所需之贈品等面向尋求異業合作，今年更積極拓展企業贊助與合作，包含共同舉辦宣傳活動、媒體宣傳協力、網路宣傳等面向，希望透過串連面向的增加，提高藝術節曝光度。

(4)書籍出版

106年藝術節與書林出版公司共同合作出版《舞台書寫：解讀喬埃·波默拉》、《藝術立國論》二書，分別於7月、9月出版上市。藉由書籍的出版將當代重要劇作或表演藝術相關論述翻譯成中文，帶給臺灣觀眾更豐富多元的文化資訊。

二、2017 第十八屆臺北兒童藝術節 06/30(五)-08/06(日)

1.2017 臺北兒童藝術節(以下簡稱兒藝節)以 Beyond Boundaries——「想像超越想像」為策展主題，多元豐富的展演節目，帶領觀眾衝破既有的框架、向外擴展，進入自由創造的世界。活動自6月30日(五)開始，至8月6日(日)結束，共10檔售票演出、5場免費大型戶外演出、9檔免費社區演出、1檔互動展覽等，在臺北市各地展開共155場演出活動，邀請大小觀眾進入沒有疆界的藝術世界，讓想像力自由飛翔。

國際劇場售票演出5檔，扣緊「超越」主題，有跨越平面繪畫的舞蹈、結合影戲與真人的演出、偶戲、音樂劇場等多樣式的國際演出。

這幾年廣受歡迎的《拇指小英雄》跨越兒童戲劇與一般戲劇的分野，製作出大人小孩都能夠深思、沉浸的作品。

向來大受歡迎的免費戶外演出，這次共邀請5個國內優秀團隊，包含九歌兒童劇團、聲動樂團、沙丁龐客劇團、十鼓擊樂團及音踏 In Tap，於大安森林公園和大湖公園演出，吸引大量親子共同參與，團隊們賣力演出也令觀眾回味無窮。

走進城市角落的67場免費社區演出，有國內8組優質團隊及1組國外團隊，接力推出雜技、打擊樂、現代舞、歌仔戲、戲劇與傳統偶戲等各式各樣表演藝術類型的演出，讓平日嚴肅的區公所禮堂、學校禮堂，搖身一變成為鄰里之間的大劇場，讓孩子們的美學養分從社區間開始發酵累積。

亦設有一檔互動裝置藝術展《大驚·小怪》，由視覺藝術家「元素集合」及行動派建築團隊「建築繁殖場」，帶來「漂流浴場」，以「浴缸」及生活中的小物，創造出意想不到的「小怪」。展覽更邀請臺灣報導攝影先鋒王信規劃「惑星球」單元，從另一個角度觀看日常生活。同時藝術家們規畫延伸活動，邀請小朋友共同參與手作活動，並親自帶領孩子們觀察周遭環境。展覽好看又好玩，充滿無限啟發力，深受觀眾喜愛。

2.106年兒藝節邀請來自臺灣、法國、西班牙、丹麥、英國、比利時、奧地利、辛巴威、美國、德國和義大利等11國25組家藝術家的巧思，帶來30

場次國際劇場售票節目，26 場次自製劇場售票節目，18 場次國內劇場售票節目，5 場戶外免費演出，3 場次國際社區免費演出，64 場次國內社區免費演出；1 檔次裝置展覽；6 場次延伸活動；2 場次藝術家交流會。共計 34 萬 1,963 人（含網路參與 14 萬 6,473 次）一起參與了今年的活動。

3、各演出相關資料詳列如下：

(1)售票演出，參與人次 9,597 人。

演出劇團	演出名稱	演出日期	場次	售票率	票房歸屬	票房合計*
丹麥·創作劇場	《瘋狂美容院》	07/01(六)- 07/02(日)	6	100%	本會	142,500
西班牙·啊啦嘎 啦舞團	《燦爛宇宙》	07/07(五)- 07/08(六)	3	89.99%	本會	731,300
奧地利·彩色狂 想劇場 X 辛巴 威·伊亞薩劇團	《快樂農莊》	07/14(五)- 07/16(日)	6	98.84%	本會	541,450
美國·動手映像 劇團	《露拉，出走中》	07/21(五)- 07/22(六)	4	94.52%	本會	275,800
英國·手做劇團	《開始，在一切 結束之後》	08/04(五)- 08/06(日)	6	100%	本會	441,350
臺北兒童藝術節 自製	《拇指小英雄》	07/23(日)- 08/06(日)	26	95.75%	本會	267,300
臺灣 X 德國·聚 合舞 Polymer DMT	《盧西歐》	07/07(五)- 07/09(日)	5	67.22%	本會 3 場 團隊 2 場	142,897
鞋子兒童實驗劇 團	《爸爸的爸爸的 爸爸的寶藏》	07/27(四)- 07/30(日)	8	98.39%	本會 3 場 團隊 5 場	122,095
阡陌所 X 木天察	《動量製造機》	07/28(五)- 07/30(日)	6	74.53%	本會 3 場 團隊 3 場	129,770
				平均售票率 89.7%	票房合計：2,794,462	

*與國內團隊以拆票房的方式合作，皆分前 3 場票房。

(2)戶外演出：自由入座，觀賞人次共 14,000 人。

節目名稱	演出單位	地點	時間	場次	人次	人次小計
《東郭、獵 人、狼》	九歌兒童劇 團	大安森林公園 露天音樂臺	06/30(五)19:30	1	3,000	7,500
《世界風~ 乘著音樂的 魔毯》	聲動樂團		07/01(六)19:30	1	1,000	
《馬穆與精 靈》	沙丁龐客劇 團		07/02(日)19:30	1	3,500	
《動物狂響	十鼓擊樂團	大湖公園大草	07/15(六)19:30	1	4,000	6,500

曲》		坪				
《夏日踢踏 青草地》	音踏 In Tap		07/16(日)19:30	1	2,500	
戶外演出場次總計				5	人數總計	14,000

(3)社區藝術演出：國內外團隊演出場次 67 場，參與人次共 4 萬 6,720 人。

節目名稱	演出單位	地點	時間	場次	人次	人次小計
偶偶偶劇團《十二生肖得第一》	偶偶偶劇團	內湖區行政中心 8 樓禮堂	07/03(一) 14:00	1	700	5,500
			07/03(一) 16:30	1	650	
			07/04(二) 11:00	1	750	
			07/04(二) 14:00	1	700	
			07/05(三) 11:00	1	700	
			07/05(三) 14:00	1	680	
			07/06(四) 11:00	1	640	
			07/06(四) 14:00	1	680	
《阿卡的兒歌大冒險》	A 劇團	台北花卉村森林會館	07/04(二) 14:00	1	680	4,870
			07/04(二) 16:30	1	550	
			07/05(三) 11:00	1	550	
			07/05(三) 14:00	1	520	
			07/06(四) 11:00	1	625	
			07/06(四) 14:00	1	670	
			07/07(五) 11:00	1	620	
			07/07(五) 14:00	1	655	
《雞姑娘招親》	國立臺灣戲曲學院	大同區行政中心 6 樓禮堂	07/17(一) 14:00	1	890	6,270
			07/17(一) 16:30	1	760	
			07/18(二) 11:00	1	820	
			07/18(二) 14:00	1	790	
			07/19(三) 11:00	1	710	
			07/19(三) 14:00	1	710	
			07/20(四) 11:00	1	810	
			07/20(四) 14:00	1	780	
《我才是李小龍》	好玩的劇團	花博園區流行館	07/18(二) 14:00	1	700	4,845
			07/18(二) 16:30	1	665	

			07/19(三) 11:00	1	500	
			07/19(三) 14:00	1	500	
			07/20(四) 11:00	1	560	
			07/20(四) 14:00	1	655	
			07/21(五) 11:00	1	585	
			07/21(五) 14:00	1	680	
《在大水之中》	身聲劇場	南港國小活動中心	07/24(一) 14:00	1	815	5,430
			07/24(一) 16:30	1	510	
			07/25(二) 11:00	1	710	
			07/25(二) 14:00	1	700	
			07/26(三) 11:00	1	600	
			07/26(三) 14:00	1	625	
			07/27(四) 11:00	1	720	
			07/27(四) 14:00	1	750	
《小小大人》	法國星劇團	西門紅樓北廣場	07/24(一) 16:30	1	1,450	3,550
		信義廣場	07/25(二) 16:30	1	1,200	
		七星公園	07/26(三) 16:30	1	900	
《藝起與偶動起來》	昇平五洲園	臺北市青少年發展處(Y17)五樓流行廣場	07/25(二) 14:00	1	750	5,225
			07/25(二) 16:30	1	600	
			07/26(三) 11:00	1	615	
			07/26(三) 14:00	1	760	
			07/27(四) 11:00	1	550	
			07/27(四) 14:00	1	630	
			07/28(五) 11:00	1	700	
			07/28(五) 14:00	1	620	
《擊樂童樂派對》	臺北打擊樂團	文山區行政中心十樓禮堂	07/31(一) 14:00	1	800	5,500
			07/31(一) 16:30	1	600	
			08/01(二) 11:00	1	630	
			08/01(二) 14:00	1	790	
			08/02(三) 11:00	1	725	
			08/02(三) 14:00	1	650	
			08/03(四) 11:00	1	620	

			08/03(四) 14:00	1	680	
《圓石頭》	反面穿舞蹈 劇場	台北偶戲館 1 樓	08/01(二) 14:00	1	825	5,530
			08/01(二) 16:30	1	725	
			08/02(三) 11:00	1	780	
			08/02(三) 14:00	1	700	
			08/03(四) 11:00	1	500	
			08/03(四) 14:00	1	550	
			08/04(五) 11:00	1	600	
			08/04(五) 14:00	1	850	

4. 成果與回響

兒藝節期間規劃邀請國際團隊展演兒童劇場，辦理創新製作徵選，以及戶外及社區免費演出散布在臺北各區，鼓勵大小觀眾輕鬆在城市中找到欣賞藝術的角落。

精緻劇場演出：多元媒介創作模式，帶給觀眾全新體驗

今年共有 10 檔精彩售票節目，豐富的故事議題，結合多重媒介技術，拓展孩子們的想像視野。其中 2 檔舞蹈表演：西班牙啊啦嘎啦舞團《燦爛宇宙》、臺灣與德國藝術家共同創作的《盧西歐》，舞者以精練的肢體表演，和舞臺裝置或投影互動，創造出充滿想像和色彩的畫面。來自非洲辛巴威《快樂農莊》，即使演出進行中沒有中文字幕，觀眾仍都從演員天籟歌聲和肢體，感受到超越語言隔閡的文化之美。臺灣表演團體帶來的《爸爸的爸爸的爸爸的寶藏》、《勁量製造機》，各自藉由偶戲或科技藝術的不同形式，描繪家人之間親密互動與成長。兒藝節多年來深受觀眾喜愛的定目劇《拇指小英雄》，因聽覺劇場的獨特欣賞模式，今年再次於開賣 1 小時內完售 26 場次。

今年尤其特別的是 2 檔使用多元媒介的精彩創作，英國《開始，在一切結束之後》和美國《露拉，出走中》，均結合影戲、動畫和真人共同演出，舞臺畫面彷彿電影一般流暢，充滿詩意的作品分別帶出環保和成長深刻內涵。兩個節目亦邀請觀眾，在演出中參與或在演後交流，讓臺灣觀眾能在觀賞節目之餘，進一步了解創作背後技術精湛之處。

多層次節目議題，關注不同年齡層需求

臺北兒童藝術節屆滿 18 年，多年來主要觀眾群為家長、國小和幼兒園學童，但觀察臺灣表演藝術環境，除了親子劇場與成人劇場兩大年齡分層之外，國高中青少年的觀賞斷層卻是長期被忽略的一塊。由此現象，兒藝節策

展人近年或從議題或從型式，偶有規劃及邀請適合年齡層較高的節目，例如今年邀請來自美國的《露拉，出走中》，即設定建議 10 歲以上觀眾觀賞，希望延伸兒藝節歷年觀眾向上發展，一方面滿足不同層次觀者需求，另一方面也帶給臺灣創作者對於青少年劇場更多想像空間。

動手動腳，強調全感體驗的裝置展覽

展覽《大驚·小怪》強調生活周邊素材的多元可能，更強調這些展品物件的使用方式可以很有機。展場內大部分作品材料來自於日常可見的浴缸，經過裁切、拼裝重組成豐富樣貌，不只提供觀賞，更要求觀者在進入不同展區時要賣力「玩」，面對各種難度的挑戰，動手動腳、或多人共同協力參與，讓各個展品運轉起來。

因為特殊的觀賞模式，設計者們會跟著民眾的參與強度進行微調，讓全長約 6 星期展覽，展場內每天每週都可以發現或大或小的改變，也因此有許多大小朋友將今年的展覽視作大型遊樂空間，多次前來嘗試不同挑戰。

增加各國內社區演出場次，增加民眾參與機會、分散

過去幾年舉辦經驗，因免費活動參與者日益增加，現場常出現人潮過多無法進入觀賞的窘境。因此今年度初期在規劃活動時，一方面尋找可容納大量參與人數的場地，然而要符合交通便利、硬體設施足夠表演團體使用等多重需求的場地有限，所以另一方面兒藝節也嘗試提高單一國內社區演出節目的場次，從 105 年每一節目演出 6 場，提高到今年每一節目演出 8 場，期望分散觀眾，讓每一位觀賞者都能順利入場。

儘管首次推動，或許民眾還沒調整觀賞習慣，大多數節目在第一天演出時仍會爆滿，但從其他場次人數都在建議安全範圍內來看，場次數的增加確實有降低爆場次數，和過去各節目經常爆滿狀況相比，是有分散效果；且因場次數增加，有小幅度提升兒藝節觀賞人次，讓更多親子有機會接觸藝文活動。

線上問卷加速資料蒐集、觀眾回饋

近年考量環境保護與人力成本，兒藝節推動問卷電子化，但因觀眾填答習慣、演出現場回收多以紙本為主，實際填寫線上問卷者少。為提高線上填答率，今年與贊助廠商合作填寫問卷抽獎送書包活動，成功吸引觀眾填答，並大幅提升回收數量，共計回收 5,256 份問卷（105 年加總紙本與線上問卷共 2,130 份）。觀眾填寫線上問卷不僅能減少紙張印製，並可提供主辦單位在活動結束後迅速蒐集資訊、統計各項結果，作為即時參考數據。惟透過贈獎活動提高填答效果仍只是一時的，未來若希望觀眾能持續使用線上填答，仍

得思考其它推廣方式。

三、2017 第十屆臺北藝穗節 08 月 20 日(日)至 09 月 10 日(日)

1.邁入第 10 年臺北藝穗節(以下簡稱藝穗節)，從 97 年到 106 年，10 年對於一個藝術節慶而言不算長，但一步步地累積至今，已有 1,143 組表演團隊，累計運用 149 個不同型態的演出空間，遊艇、廟宇、酒家、醫院、畫廊、溫泉旅店等都曾是表演場地，並有超過 35 萬名觀眾參與，許多表演藝術新秀也自此誕生，藝穗節提供自由的創作空間與行政支援，滋養一代代的新興創作者。

106 年除了團隊的演出之外，藝穗節更規畫了一系列十周年相關活動，以「拾年」為題，用表演、出版、訪談人物誌、展覽、青少年寫作計畫等活動，回顧一路上積累的能量與沿革，培育新興青少年評論寫手，作為迎接第二個十年的扎根。

106 年藝穗節於 106 年 08 月 20 日(日)至 09 月 10 日(日)舉辦，使用場域包括華江整宅的天橋作為亮點場地，亦強調複合式表演空間，其他新增場地包括信誼好好生活廣場知新劇場(中正紀念堂站)、後臺 Backstage Café(公館站)、華山烏梅劇院(忠孝新生站)、陽光寶貝幼兒園(忠孝新生站)、新芳春茶行(雙連站)、地衣荒物(北門站)等各式新興且具主題性的藝文表演場地，發展出更具特色的各式演出。總計使用場地為 39 個場地，確切落實藝穗演出遍布城市各角落。總參與團隊為 153 團 574 場次。2017 年總計參與人次達 4 萬 9,870 人次。

2.執行成果

(1)全臺巡迴說明會：

於前一年藝穗節結束後，即透過全臺跑透透的活動說明與參與辦法解析，吸引更多團隊參與，提升本活動的全臺曝光度，並增加藝穗節節目內容的競爭力與品質。

說明會總計辦理 26 個場次，包含新竹、雲林、高雄的學校與社團，以及公開對外舉辦中英文說明會，會中不僅詳細剖析如何參加藝穗節，針對事前準備與心理建設，以及如何找財源等參與團隊應該注意的事項，都在說明會上一一解說。從報名團隊來分析，藝穗節說明會的確幫助年輕一代認識藝穗節，進而報名參與。

(2)演出報名：演出報名：106 年 03 月 07 日(二)至 03 月 29 日(三)共募集參與團隊 153 個，完成 574 場演出。戲劇 99 團，舞蹈 15 團，音樂 15 團，其他 14 團(跨界、實驗、多媒體等)，喜劇/歌舞劇類共 10 團。國外團隊有來自日本、澳門、香港等地。

(3)演出場地：包含藝穗節合作場地與團隊自有場地，共計 38 個場地。2017 年不僅團隊創意倍增，演出類型更是豐富多樣。

A.東區：微遠虎山、Woolloomooloo Xhibit、Verona 創意廚房、HAUS Studio、華山烏梅劇院、左轉有書 x 慕哲咖啡、陽光寶貝幼兒園、松山家商學生活動中心。

B.西區：大稻埕戲苑 8 樓曲藝場、納豆劇場、URS127 玩藝工場、大稻埕遊艇、臺北市社區營造中心-仁安醫院、新芳春茶行、Woolloomooloo WOW、小藝埕思劇場、地衣荒物。

C.南區：莎妹劇團「自己的排練場」、牯嶺街小劇場、知新劇場、後臺咖啡、享巷 Rhythm Alley、中正紀念堂中正演藝廳、52Hz Coffee、寶藏巖國際藝術村、臺北市青少年發展處

D.北區：空場 Polymer 四樓、THE LAB 實演場、藝風巷、溼地、77 omg 文創中心、文化大學大義劇場、Follow Eddie 天母風格空間、十方樂集音樂劇場、穆勒藝文。

(4)免費講座：106 年藝穗節針對團隊最需要知道的各式議題，推出免費講座。於 5-6 月舉辦 4 場，主題含票務概念、行銷講座，以及行政工作坊。

活動日期	講座主題/主講者	內容簡述	人數
05/06 (六) 13:30-15:00	票務講座「說到票務這件事啊」 講師：張麗珍／資深藝術行政	票務實作的經驗分享。	32
05/06 (六) 15:30-17:30	行政工作坊「藝術行政的路上你和我」 與談人：林欣怡／藝穗節協同策展人 黃馨玉／劇場製作人 侯曉君／CMO 樂團製作人 朱倩儀／劇場製作人	藝術行政甘苦談。	30
05/07 (日) 14:00-15:30	行銷講座「劇場行銷不只是賣票」 講師：陳汗青／劇場製作人	劇場行銷實作經驗分享。	27
06/10 (六) 14:00-16:00	無障礙藝文講座 講師：易君珊	分享無障礙藝文參與的基本觀念。	80
總計			169

(5)演出活動總表詳見節目手冊。

(6)看戲評論大隊：自 97 年起設置。所有演出節目不設事前評審機制，但進行演後專業評論，54 位看戲評論大隊由專業劇場工作者、學者、評

論者及媒體人組成，總計 485 篇評論。

藝穗即時網路評論是國內首創，讓團隊、觀眾、藝術工作者第一時間即得知觀賞者反應，可供售票、創作參考。國內後來出現的國藝會評論臺，亦鑑於藝穗即時網路評論效果良好而跟進辦理。

- (7) 民眾參與：為擴大推廣藝穗節，並讓民眾深入了解藝穗節本身特性及結合場地特色，今年辦理藝穗節創意活動「藝穗好好玩」，讓民眾免費參加。08月22日(二)與08月23日(三)舉辦2場「藝穗脫褲看」邀請民眾，在團隊忙於裝臺之際，突襲前後臺，湊個熱鬧，發現演出背後的另一面，並讓演出團隊與觀眾簡單交流，進而推動購票可能。另有08/26(六)與台原偶戲博物館共同合作舉辦2場免費團體導覽，邀請民眾在演出之餘更深入認識表演場地，以「偶」開始翻起想像。
- (8) 開幕活動：106年的藝穗節開幕活動於08月20日(日)在國家兩廳院之戲院生活廣場熱鬧開幕，以『十字路口行動』與『房仲精神』作為活動主題，現場除了『藝穗好好看』主舞臺外，另有團隊展示帳篷『藝穗預定地』，及肥皂箱講臺『藝穗公民大會』。其他周邊活動包括廣場的十字路口周邊，另規畫10處『目擊表演現場』小舞臺；騎乘Wemo機車的街頭演出；從牯嶺街到兩廳院廣場的南區導覽等，讓人走到哪、看到哪，都能與藝術相遇，展現新興表演團隊的熱情與企圖心。藉由帶給觀眾特別的觀戲新體驗，一同宣告藝穗節的到來。
- (9) 藝票亭：延續藝穗節與藝術節行銷亮點，再次於臺北街角設置聯合藝票亭，販售兩節票券，提供藝穗節和臺北地區藝文節目宣傳品供民眾索取，同時週末進行示範演出，直接給民眾一個更方便親近藝穗節的機會。自05月23日(二)起至09月10日(日)於西門紅樓前廣場提供服務。另加入3座行動票亭，可活動的進入不同的咖啡店或活動現場提供更多相關服務，增加藝票亭的效益。
- (10) 藝穗俱樂部：Fringe Club 藝穗俱樂部是提供民眾諮詢、藝術家交流的核心據點並策劃宣傳性活動及講座，拉近民眾與藝穗節的距離。今年藝穗節中心設於位在牯嶺街二樓的藝文空間，開放日期為8月20日(日)至9月10日(日)每日14:00至23:00，週一休館。藝穗俱樂部的服務，包括精彩表演、互動遊戲、推廣講座、藝穗節相關諮詢等，並銷售限量發行之106年藝穗節限定T恤及半價票券，另亦舉辦推廣與交流講座，提供一般民眾自由參與。

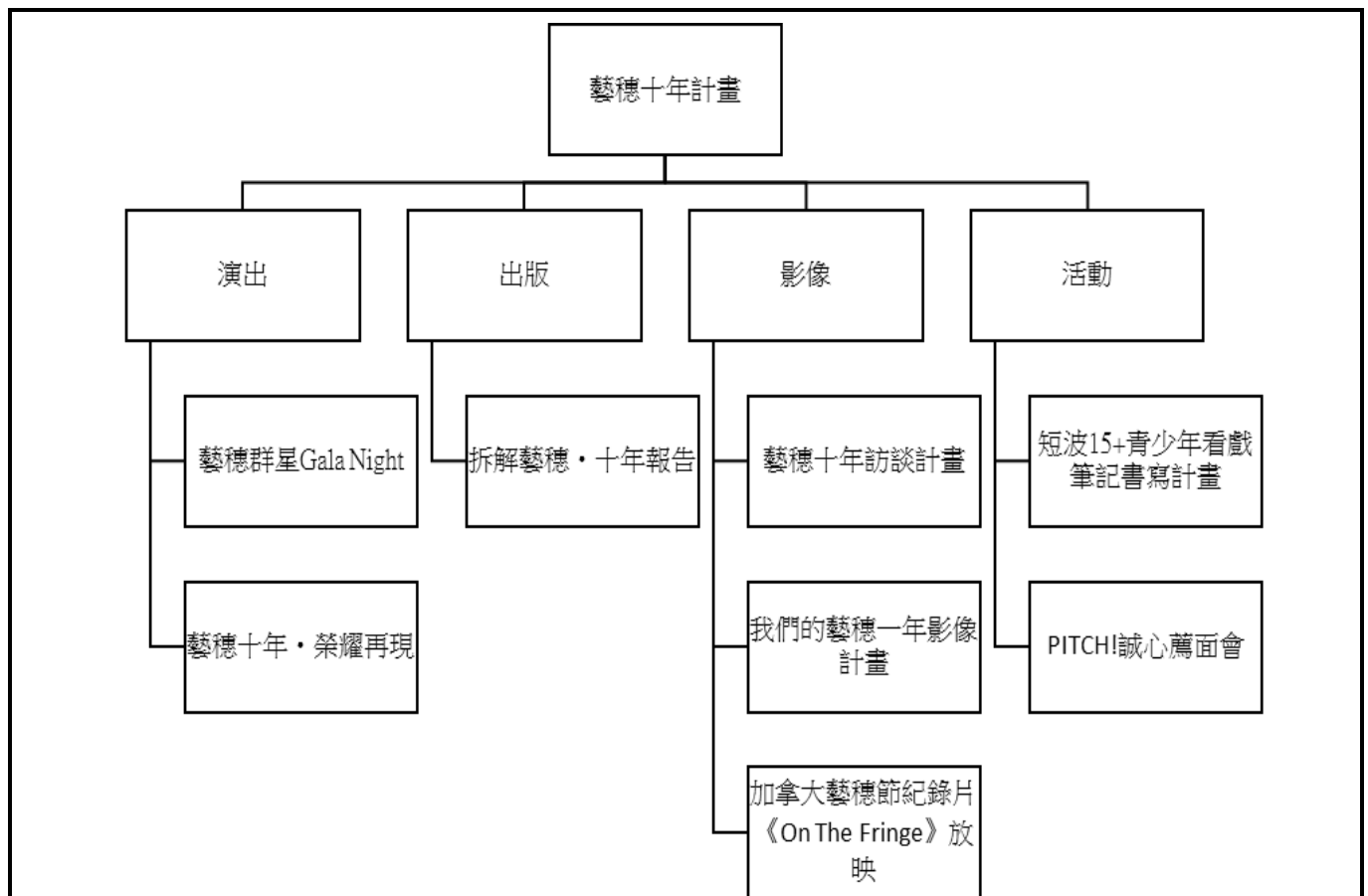
1、藝穗俱樂部之活動安排：

日期	內容	說明
8/20(日) 20:00-22:00	藝穗俱樂部開幕活動	藝穗俱樂部開幕夜以顏料冰塊繪畫、電子音樂，搖擺晃蕩迎接藝穗節第十年開幕，在幻

		視的地板空間上，展開一夜嗨嗨行動繪畫記錄。
8/22 (二) 20:00-22:00	莫名其妙之假仙假怪「偽裝工作坊」	服裝設計師王啟真運用各種材質，帶領學員在兩小時內讓創造力十足噴發，以假仙假怪為最高原則。
8/23 (三) 20:00-22:00	十年拾穗 (講座)	從 2008-2017，有藝穗節的臺北如何影響了新一代的創作者，藝穗節是否成為了年輕創作者的另類協作平臺？
8/25 (五) 14:00-15:00	《進劇場菩薩摩訶薩-藝穗大祈願》	《進劇場菩薩摩訶薩》是周能安於 2016 年在藝穗節的演出作品，以劇場法會形式，並創作以劇場、創作者生態為主題的經文，帶著觀眾一起念。在藝穗俱樂部創作新一版本《進劇場菩薩摩訶薩-藝穗大祈願》，經文融合藝穗節特質、所有演出場地等，將藝穗俱樂部變成法會現場。
8/25 (五) 20:00-22:00	藝穗一瞬 (講座)	邀請曾為藝穗節演出留下珍貴瞬間的攝影師們，分享心頭劇照與鏡頭後的私房故事。
8/27 (日) 20:00-22:00	文學劇場跳格子 (講座)	今年的藝穗節裡分別有浪人劇場 (香港) 發想自西西短文與詩作的參與式意象劇場《與西西玩遊戲》，以及窮劇場 (臺灣) 時隔 9 年再度於藝穗節演出改編自黃碧雲小說七宗罪篇章的《七種靜默：忿怒》。在這場分享會裡，兩團的藝術總監將聚首分享文學改編劇场的魅力與困難。也特別邀請作家楊佳嫻小姐參與與談。
8/29 (二) 20:00-22:00	雌雄莫辨之假戲真做「偽樣工作坊」	『鳥組人演劇團』由程皖瑄、王俞文共同成立的全女性音樂劇劇團，以寶塚風格參與藝穗節多年演出，團長阿介不藏私，將帥氣體態、化妝方式傳授給學員。
8/30 (三) 20:00-22:00	女節 OH My Go_d () ess ! (講座)	書打破 (黑) 盒子! 2017 劇場女傑再度聚首，以《不要叫我姐節》深入兩廳院，探索非典型空間力量。
9/1 (五) 17:00-23:00	《星球那裏長出花》	性別議題一直是藝穗節演出主題中受關注的，今年藝穗俱樂部邀請在藝穗節演出的《冥王星》劇組、《那裡長出花》劇組，以裝置、現場演出，共同在藝穗俱樂部實現一個無性別星球，並邀請紀錄片《晃遊身體》放映。
9/02 (六) 14:30-16:30	藝穗意猶未盡 (工作坊)	藝穗節十年之間，愈見百花撩亂，不無電光石火，也總能迎來慧星。藝穗之穗，卻又有多少仍未被看見？一個藝穗節的「自我」還有多少未抵之域，未竟之業？來談！
9/3 (六) 14:00-16:00	加拿大藝穗紀錄片《On The Fringe》放映	一部獨立製作紀錄片，跟拍 8 位藝術家、6 齣作品、穿越 10 座藝穗城市，一趟超過 18,000 公里的巡演旅程記錄。踏上旅程一同

		了解北美的藝穗世界。
9/03 (日) 20:00-22:00	加拿大藝穗分享會 (講座)	《On the Fringe》拍攝團隊特別來臺，製作人Nancy Kenny、協同製作/剪輯Natalie Watson與導演Cory Thibert將第一手分享加拿大各城市藝穗節慶的獨特面貌，以及紀錄片拍攝點滴。
9/05 (二) 20:00-22:00	生命播臺之假情真意「偽卸工作坊」	了解身體的角度，進行假摔、假打的訓練，並揉合戲劇與武術的概念。
9/06 (三) 20:00-22:00	花樣年華青藝盟 (講座)	讓世界勇敢的青少年表演藝術聯盟告訴你，過去的17年間，花樣戲劇節如何以熱情與陪伴改變了全臺灣渴望接觸表演藝術的高中生。
9/7 (四) 20:00-22:00	《露卜秀》	露，由觀眾抽籤決定演員的角色，一對一為參與者表演(辦事)，現場觀眾也雨露均霑；占卜，以營利為目的之話術理論，看似未卜先知，實為明察秋毫之術；露卜秀，將占卜儀式作為表演以逗趣的方式再現於觀眾眼前。
9/08 (五) 20:00-22:00	藝穗薦面會 Pitch 衝浪實錄	努力創作，也要讓世界都知道！接下藝穗節首發 Pitching 挑戰的團隊們，第一手分享雲淡風輕、驚心動魄的三分鐘「誠心薦面會」。
9/9 (六) 21:30-22:30	《雅淳桑的高海拔音樂會》	有種可以改變氛圍的奇妙能量，有著暖暖又有力的嗓音，住在高海拔之島(?)的少女張雅淳唱出帶你去海島游、帶你上山玩的能量歌聲～
9/10 (日) 14:00-16:00	曾令秀《纖維工作坊》	像寫日記一樣、曾令秀用編織陰唇做日記。兩年前開始編織陰唇，三個月內累積一百個、在編織的旅行過程中對自己的探索以及與身邊女性的對話，是多變而有趣的。

(1)十年計畫: 106年藝穗節邁入第十屆，因而推出藝穗十年計畫，以演出、出版、影像、活動為四大主軸並開展相關活動，整體計畫架構如下所示：



- A. 十年自製演出：《藝穗群星 Gala Night》由曾多次參與藝穗節的卡米地喜劇俱樂部節目總監 Social 擔任總導演。演出團隊皆為參與藝穗節多次之優秀喜劇/歌舞劇團隊，包括卡米地喜劇俱樂部、達康.come、鳥組人演劇團、現場脫口秀演員壯壯、白文鳥、萬道森琪絲與 CMO 樂團。演出以脫口秀、漫才與短劇之喜劇方式，結合現場音樂演出以及華麗歌舞秀做為綜藝大匯演之呈現。演出時間：07 月 21 日(五)19:30-21:30，演出地點：後臺 Backstage Café。
- B. 藝穗明日之星獎團隊回歸演出之《藝穗十年·榮耀再現》，特別邀請 97 年第一屆明日之星獎獲獎節目《七種靜默：忿怒》與 105 年第九屆明日之星獎獲獎節目《冥王星》，兩檔節目原班人馬再次回歸。演出日期：08 月 24 日(四)至 08 月 26 日(六)，共計演出四場，演出地點：華山文創園區烏梅劇院。
- C. 出版《拆解藝穗·十年報告》：十年專書，以「拆解」為名，意圖從訪談、評論、書據分析等方向，掌握藝穗節這十年來在城市空間與表演藝術環境所激發的變化與影響力。內容含括一線的評論者為文分析，收錄藝穗行政團隊的甘苦日常，並製作資訊圖表，讓數據訴說藝穗十的創作團隊、表演空間與觀眾變貌。
- D. 藝穗十年訪談計畫影像特輯：邀請 23 組不同背景、不同表演類別、

身處不同生命階段的演出團隊、看戲大隊和工作人員接受訪問，與劇場工作者陶維均和陳雅柔細聊他/她們眼中的藝穗節、劇場、創作和生活。影像特輯則自訪談間淬選出六大主題，呈現受訪者參與藝穗節的各種面向及思考。

- E. 我們的藝穗一年影像計畫：由攝影師跟拍兩組團隊，記錄下自報名開始，場地選擇、排練製作，直至公開演出的珍貴過程。入選的團隊是陳家聲工作室與酌劇團。其中陳家聲工作室獲得 2017 年永真藝穗獎，拍攝小組也補捉到團隊獲獎的真實喜悅心情。
 - F. “On the Fringe”加拿大藝穗紀錄片放映：加拿大藝穗節聯盟 Canadian Association of Fringe Festivals (CAFF) 為一個非策展形式的藝術節，主要透過樂透來選擇藝術家，亦不審查演出計畫，廣納所有類型的演出節目。CAFF 於 103 年拍攝“On the Fringe”紀錄片，以 10 個城市、8 位藝術家、6 個作品、1 趟超過 18,000 公里的藝穗巡演旅程紀錄。本次在藝穗節播放該紀錄片，並邀請紀錄片製作人與導演來臺交流，透過國際藝穗節紀錄片的呈現，進而開拓藝穗參演團隊、劇場觀眾對藝穗節無限可能之認識與激盪。
 - G. 短波 15+青少年看戲筆記書寫計畫：本計畫透過兩場公開的寫作工作坊為開始，以及後續大量看戲與筆記書寫，在導師的協助下讓青少年建構觀點、施展風格，並紮根於文字表達能力。為臺灣的表演藝術評論觀點注入一股充滿青春活力的新生代能量。錄取 5 位參與者，並由專業劇場書寫者擔任導師，帶領參與者走進劇場觀看演出、書寫回饋文字，過程中亦安排排練場觀摩，再經由實際會面討論回饋內容的導生會，給予引導建議。
 - H. PITCH!誠心薦面會：本次錄取 15 組團隊參與，由藝穗節邀請臺灣線上活躍的製作人、橫跨北中南場館節目策劃者擔任與會來賓，8/4 當天與會來賓必須在聽完 15 組團隊的簡報後，挑選 1 檔有興趣的演出親自前往觀賞，當日共有 8 組團隊的節目被來賓挑選。
- (12) 友善藝術創作與觀賞環境服務：藝穗節為更關注身障朋友的參與權，因此今年在選擇場地上，辦理活動上都特別注意此議題，將對於身障朋友的關心與服務內化，提供友善的空間與服務：
- A. 場地：今年使用的演出場地共計 38 個，其中藝穗節提供的場地是 23 個，無障礙空間(14 個)佔藝穗節提供場地比率(輪椅可及) 60.86%。場地資訊均公開在網站揭示。
 - B. 制訂並公告「臺北藝穗身心障礙服務標準-自主政策與規章」。邀請易君珊(相關專業人士)帶領工作坊

- C. 開幕活動配合社會局的規範，安排身心障礙觀賞優先席，標示無障礙洗手間方向，向中華民國聽障人協會提出手語翻譯員的申請。
- D. 有鑒於節目手冊資料繁多，字體稍小，因此特別印製友善閱讀放大版。

【政策專案開發群】

一、「臺北表演藝術中心」營運計畫

(一)節目相關業務

1.試營運節目與開幕節目

臺北表演藝術中心(以下簡稱北藝中心)原為開幕，已簽約試營運節目 11 檔與開幕節目 3 檔共計 14 檔，履約日期介於 106 年 2 月至 9 月。因應工程延期，已確認無法於 106 年開幕，其中有 2 檔開幕節目因為國際合製需於 107 年履約，另 1 檔開幕節目可配合展延至北藝開幕演出。所有團隊契約變更事宜，於 106 年 9 月份完成。

2.國際共製

(1)「東京台北，多距離戲劇演出計畫」：北藝中心以「亞洲共製中心」作為場館核心發展的目標迎接場館開幕，透過長期的互動，建立共製模式，並進行實質的文化交流，拓展臺灣藝術創作者走向國際舞臺。「東京藝術節」以東京池袋為中心，將當世代的表演藝術集中於東京介紹給大眾，也持續與藝術家在信賴基礎上展開新作品的創作。北藝中心以展演當代表演藝術為核心，打造新創的基地和新生代創作者孵育的園地。東京藝術節和北藝中心因享有共同理念，進一步成為合作的夥伴。目前「東京台北，多距離戲劇演出計畫」獲選文化部「跨域合創計畫」，並獲得新臺幣 200 萬元補助。作品以兩年進行創作發展，106 年 10 月 7 日(六)在東京進行東京版首演，107 年 9 月於臺北進行臺北版首演。

(2)「一萬種姿態」：法國編舞家波赫士·夏瑪(Boris Charmatz)自 2009 年出任法國雷恩國家編舞中心(Centre chorégraphique national de Rennes et de Bretagne)總監一職，提出了「舞蹈博物館」宣言，並宣告舞蹈與視覺藝術在體制內外的混種時代正式來臨，奠定他在歐洲當代舞壇的地位，常受邀於國際重要劇院及藝術節。考量其作品精神與理念反映北藝中心之藝術核心價值與主張，曾於 105 年三月舉辦「口

腔運動」一系列活動，首度將這位藝術家的理念及作品引進臺灣，受到表演及視覺藝術界的高度重視與歡迎。夏瑪新作《一萬種姿態》(10000 gestes)，為「舞蹈博物館」系列的終章，106年9月14日於柏林首演，獲得歐陸各大場館與藝術節爭相邀演。「舞蹈博物館」系列之作的深度引介，將宣示北藝中心藝術核心價值與主張，實踐北藝中心長遠在國際關係擴展的營運目標。

(二)藝術扎根

1.味道劇場

(1)時間、地點：106年3月14日(二)至3月19日(日)/7月11日(二)至7月1日(日)於臺北試演場小排練場

(2)內容：邀請紅潮劇場藝術總監暨知名音樂劇「美味型男」編導梁允睿策畫。工作坊於106年3月與7月分兩梯次，各招收20名對表演、歌唱有興趣且具有相關經驗之民眾參與。工作坊試著用表演訓練等方式，從「食物的記憶」出發，經由「音樂、戲劇、美食」將觀眾與表演者的心融在一塊，也呼應北藝中心位於士林夜市旁的特殊性。

(3)成果：

A.工作坊希望開發表演藝術觀賞人口，透過生活經驗相關的主題，拉近表演藝術與觀眾距離。

B.架構出可能移動搬演的節目模組，已於106年7月前進廚藝教室進行沈浸式的互動演出。

C.下一階段將透過劇場編導的創意於北藝中心開幕時以完整節目概念演出，發展出屬於臺北獨有的味道劇場。

2.新北投車站開幕—玩在藝起同樂會

(1)時間、地點：106年4月4日(二)於北投七星公園

(2)內容：新北投車站重新開幕期間，適逢4月4日兒童節，北藝中心策畫「玩在藝起童樂會」，以新北投車站和七星公園的不同角落為舞臺，透過童趣與互動性的演出，邀請親子攜手透過表演藝術交流情感、重溫老北投的好時光，共享值得記憶的歷史的一刻。

(3)成果：

A.活動實際參與人數約3,000人，網路總觸及總數1萬5,736人。

B.開創市民與表演藝術不期而遇的驚喜，創造表演藝術為人人可親近的生活體驗的印象。

C.建立鄰里關係，拓展外部合作單位，樹立北藝中心之品牌形象。

3.藝術擴散

(1)時間、地點：106年6月至11月於臺北十二行政區

(2)內容：北藝中心在未開館之前，需要以不同姿態走出去，現階段以主動出擊用藝術擁抱大眾。106年度推出一藝術擴散計畫，將 Mobile 北藝的概念直送表演前進臺北市各大行政區的家庭和咖啡館。邀集年輕有創意的表演團隊，以日常場域為舞臺，從中建立北藝中心與社區和觀眾之間的夥伴關係，並樹立品牌形象。

A.藝術擴散計畫-「藝術家來敲門」以臺北市十二行政區的家庭為對象，家庭中的小孩為主人，分別設定適合四種年齡層的節目內容，0-3歲，4-6歲，7-9歲及10歲以上。演出內容包括：音樂劇場、阿卡貝拉、偶戲以及馬戲雜技。細緻的分層除了打造專屬感外，更意圖從最小的孩子開始，創造記憶，搭起和藝術相遇的橋樑，讓孩子踏上藝術旅程的第一哩路。活動報名對象，著重以家為單位，由觀眾主動報名，邀請北藝中心到家中演出，並自行邀請親友到家觀賞。從中進行藝術分享，散播藝術美好的種子。活動分兩階段，第一梯次6-7月，第二梯次8-9月。總計進入64個家庭。

B.藝術擴散計畫-「咖啡館的舞蹈時光」與臺北市的咖啡館合作，於國慶連假4日，在咖啡館的空間，讓民眾和舞蹈不期而遇演出36場。臺北市咖啡館密度高，各具特色，咖啡館不僅是藝術家創想作品的重要場域，更是臺北人享受日常的重要空間，北藝中心透過咖啡館接觸人群，進一步落實藝術日常的生活概念。

C.藝術擴散計畫-「味道劇場」與文創空間合作，於11月進行巡演，為味道劇場工作坊延伸發展而成的節目，以非典型劇場的方式，邀請觀眾參與演出，邊看、邊吃、甚至動手料理。

(3)成果：

A.讓民眾對北藝中心產生直接而深刻的認識。同時，透過特別議題的操作，運用媒體，網路擴散相關訊息，將大大提升北藝中心的知名度。

B.建立民眾對北藝的好感度，了解北藝從策展理念，節目規劃，觀眾分齡，以至活動流程等安排，皆奠基於提供優質藝術及貼心服務的精神上，務求讓民眾從心感受北藝中心的存在。

C.從現在到開幕營運，未來北藝中心如何與觀眾維持互動，持續培養觀眾的信任，從而建構穩固的支持則有賴產生持續不斷的溝通手法，運用創意有機的方式有效擄勞民眾的心，讓觀眾成為北藝的核心支持者。

(三)專才培育

1.專業舞者工作坊

(1)時間、地點：106年2/14(二)至5/23(二)、106年8/1(二)至10/31(二)每周二於臺北試演場小排練場，共21場次。

(2)內容：臺灣學院出身的舞蹈人才技藝卓越，然而職業舞團可吸納的舞者始終十分有限，絕大多數的舞者必須以自由接案的方式維繫專業生涯。另一方面，舞蹈堪稱紀律需求最為嚴苛的表演形式，未能持續鍛鍊肢體維持身體素質的舞者，便無法以最佳狀態面對不同編舞家的創作需求。有鑒於此北藝中心推出「專業舞者工作坊」，積極善用臺北試演場，打造北藝為劇場工作者持續成長的基地；邀請具備豐富國內外舞蹈或編創經驗的師資，提供專業舞者多元的養分，持續開發他們對身體的想像力以及維繫身體豐沛能量。

(3)成果：

- A.提供國內自由舞者持續鍛鍊肢體的機會，維持身體質地。
- B.提供編創者與自由舞者的交流平臺，創造合作契機。
- C.創造旅外舞者或編創者回臺時分享工作方法與經驗的平臺。
- D.耕耘北藝中心為劇場工作者持續成長的基地，並藉此尋找合作夥伴。

2.音樂劇人才培訓計畫

(1)時間、地點：106年7月17日(一)至7月26日(三)創作工作坊於臺北試演場小排練場/106年8月28日(一)至9月17日(日)表演工作坊於文山劇場和臺北試演場小排練場

(2)內容：北藝中心在發展原創音樂劇的脈絡上，105年啟動了音樂劇人才培訓計畫，推出了針對表演者的工作坊，106年推出表演工作坊及創作工作坊，因為建全音樂劇產業，必需要有產業鍊的概念，不僅是表演人才，舉凡劇本、作曲、作詞、等人才都非常重要。「創作工作坊」邀請美國新生代炙手可熱，備受矚目的音樂劇場創作者 Adam Gwon 來臺授課，搭配跨足作曲及配樂的新銳音樂人王希文擔任課程助教，透過全面剖析各類型音樂劇的創作關鍵，引導實務創作，建立音樂劇創作模式。10天課程，進行對外徵選，共招收12位學員。「表演工作坊」106年強化音樂劇整合性的訓練，策劃演技、發聲、歌唱、合唱，以及舞蹈核心表演課程，並從中文語境切入，與國際師資共同打造最出色的音樂劇演員。工作坊課程為期三周，徵選學員人數32名，工作坊結束後進行成果呈現，呈現內容除了工作坊所教授的曲目，同時也發表「創作工作坊」學員所創作的歌曲。

(3)成果：

- A.持續深化音樂劇表演技術培育，提昇作品質感。
- B.累積表演人才庫，擴大人才量體。

- C.開展音樂劇各領域人才的培育模式，健全產業環境。
- D.學習國外專業技能，移植到本地藝術工作者。
- E.增強自製音樂劇的創作能量，培育新生代的創作者。
- F.打造臺灣音樂劇的孵化基地。

3.表演跨域工作坊

- (1)時間、地點：106年7月11日(二)至7月22日(六)於文山劇場和臺北試演場小排練場
- (2)內容：「表演跨域—身體微旅行」，邀請舞蹈背景、非舞蹈背景的學員共60名，共同打開對身體想像，破除獨尊舞蹈技巧的迷思。褪去語言與各種舞臺符號之後，肢體如何成為傳達情感、與觀眾溝通的橋樑。本工作坊特別規劃舞蹈與非舞蹈背景(戲劇為主)的學員混合上課，互相給予專業上的刺激、進行跨領域的對話，以創造更多的火花。工作坊師資有荷蘭舞蹈劇團團員吳孟珂、比利時窺視者劇團團員劉怡君等。另安排國內經驗豐富的戲劇老師梅若穎，同步給予學員各種劇場元素與創作方法的刺激。除「術科」課程之外，亦安排跨界劇場名家講座，以及旅歐舞者第一手的歐洲舞壇分享，豐富學員對劇場表演的思考。
- (3)成果：
 - A.讓有志出國闖蕩，或致力成為專業表演者的有志青年，早一步體驗國外當代舞壇的技巧和工作方式，從中獲得啟發並找思索自我生涯之定位。
 - B.跨域創作已為國際創作常態，希望能夠提升臺灣創作者和相關科系學生的跨域創作能量。
 - C.臺灣舞者目前在國際舞臺發光發熱，透過他們的經驗，給予新生代不同的養份，同時也讓他們在表演的身分外，累積教學傳承的經驗。

4.舞蹈影像工作坊

- (1)時間、地點：106年11月16日(四)至11月26日(日)於臺北試演場
- (2)內容：

本計畫為「臺北表演藝術中心」與「香港西九文化區」國際舞蹈共製節目「On View Project」之前期準備系列創作活動。主要透過影像與舞蹈結合，進行跨域詮釋，也期待透過不同的視角讓舞者、影像創作者、一般觀眾，從中獲得藝術的創新力和樂趣，105年主要透過工作坊，帶出舞蹈影像的概念和初階的嘗試，106年規劃進階式的工作坊，結合國內外師資及國內創作者，包括編舞家彭筱茵、影像導演蘇哲賢等，進行工作坊、公開講座、成果分享等。
- (3)成果：

- A. 亞洲各地包括香港、澳門、澳洲等已致力舞蹈影像多年，此工作坊嘗試建立臺灣的身體論述。
- B. 舞蹈影像提供創作者以不同的角度觀察身體，同時也透過影像媒材，拉近與民眾的距離。
- C. 透過與亞洲場館的共製，開啟跨國合作的可能和未來計畫的連結。

5. Art View-國際展演趨勢分享

(1) 時間、地點：106年4月22日(六)及10月1日(日)於臺北試演場小排练場

(2) 內容：

北藝中心自成立以來，積極參與國際重要藝術組織活動及藝術節活動，一方面是為了解表演藝術產業關心的議題及趨勢，另一方面則是建立與他國場館或藝術家的友好關係，尋求跨國館際合作及共同製作演出的可能性。北藝中心《Art View - 國際展演趨勢分享》，將同仁國外出差的海外見聞回饋給國內其他藝文場館及藝術家，分享主題如下：羅馬尼亞SIBIU藝術市集及國際劇場藝術節、英國格林威治國際戶外表演藝術節、英國愛丁堡國際藝術節及藝穗節、上海國際藝術節、澳洲布里斯本死亡藝術節、馬來西亞喬治城暨東南亞表演藝術年會、新加坡藝術節、印尼舞蹈節及薩里哈拉國際藝術節、印度新德里當代舞蹈節。10月的分享亦由參與國外出差的同仁將海外見聞與心得，與國內其他館所的同業或藝術工作者分享討論，擴大國際連結與交流的效益。分享的內容：法國馬賽馬戲雙年展、2017國際表演藝術協會(ISPA)年會、人才培育與國際連結—談法國國家舞蹈中心Camping、日本橫濱表演藝術交流會議(TPAM)、亞太表演藝術三年展(Asia TOPA)。

(3) 成果：

- A. 參與者對於北藝中心願意大方分享場館資源，打開大門與同業分享觀察與心得表達感謝。參與者更表示北藝中心在開放資源分享、提升專業人員視野已是其他場館的先鋒與帶領者，希望能持續下去，創造表演藝術共好共榮的局面。
- B. 此活動吸引來自國家表演藝術中心國家兩廳院、臺中歌劇院、高雄衛武營、雲門劇場，各界獨立策展人，近152名專業表演藝術工作者前來聆聽。

6. Party Talk：

(1) 時間、地點：106年3月28日(二)技術之夜 5月31日(三)表演者之夜 6月27日(二)製作人之夜，7月31日(一)前臺之夜，8月29日(二)藝術

行政之夜，9月17日(日)音樂劇之夜，10月31日(二)話題之夜-遙感城市，12月12日(二)話題之夜-國外版權授權，均在臺北試演場大廳舉辦。

(2)內容：臺北試演場正式啟用後，不僅成為表演團隊排練試演的好所在，更希望能做為藝術工作者資訊交流站，為這個新興場域注入新氣象。因此，每月邀請不同族群的劇場藝術工作者前來，在二樓大廳舉辦 Party Talk 活動，透過彼此的經驗分享，拓展同仁並強化參與者的網絡連結，希望從中激發不同火花，進一步促成未來合作，開啟更多劇場未來的可能性。

(3)成果：

- A.參與者表示這類活動很有意義，特別是以前技術人員不習慣和其他人員接觸(如館方、前臺、行政、執行製作、票務、導演、編舞家..等)。這類的活動應該多舉辦，讓大家可以更認識彼此的工作，讓未來合作更融洽。
- B.透過跨界交流，認識新朋友及交談，創造未來合作的可能性，也拓展更多與藝文界人士的連結。讓平常不見得有機會互通有無的藝術行政們有個平臺聊聊甘苦談。
- C.明確主題的分享，經驗傳授與交流作為規劃，會後的討論或各自交流更能聚焦在相關的經驗分享！

7.Open Talk-劇場管理未來式III-與青年藝術家攜手同行：

(1)時間、地點：106年11月11日(六)至11月13日(一)於張榮發基金會國際會議中心

(2)內容：場館的經營不僅是提供表演節目，也肩負著引領文化發展、人才培育、國際交流的重責大任。其中，如何讓許多懷抱著藝術能力與熱情的青年藝術家，有機會獲得創作、展演的空間或補助，亦是當代場館開始投注心力耕耘的一塊。106年的《Open Talk-劇場管理未來式III》以「與青年藝術家攜手同行」為主題，邀請英國沙德勒之井劇院、法國國家舞蹈中心、新加坡42新劇中心及荷蘭DAS編舞課程在內的四位國外場館或是機構代表，來臺講述他們在青年藝術家培育計畫方面的想法與實踐。第二天邀請國內參與過類似計畫的青年藝術家分享自身經驗，希望能給年輕世代一些提點與建議，也提供國內未來規畫或執行青年藝術家計畫時的參考。而第三天，則以甫落幕的「臺北世界大學運動會」閉幕式為案例，討論青年藝術世代如何翻轉創意。

(3)成果：

- A.青年藝術家的人才培育是現今國內外皆關注的議題，參與者表示從這

個論壇中可以藉由各國不同機構場館的分享，了解各地青年藝術家的發展與現況，以及各機構場館在這方面的努力與做法，很值得給國內相關機構場館做為借鏡。

- B.能夠有一個場合讓青年藝術家發聲是很好的，從他們的談話中可以知道所遇到的困境，及真實的需求；而再從國外講者的回饋中，進一步反思、檢討目前國內的做法是否有其缺失？此活動是很正向的對談與交流。
- C.世大運的主題，讓大家有機會一窺年輕藝術家在開閉幕式的創意，幾位受邀前來分享的年輕藝術家，帶來精采的草圖或是簡報，讓現場聽眾實際參與設計與發想的過程，再一次體驗年輕世代的文化創造力，以及世大運開閉幕式帶給大家的驚艷與感動，是一個很成功的回顧與總整理。

8.建教合作

與戲曲學院建教合作，實習生潘冠穎及鄭宥騫二人自 106 年 2/15 (三) 至 6/30 (五) 於臺北試演場實習，除了實習臺北試演場實務工作，也學習劇場概論、舞台基礎課程、燈光基礎課程、音響基礎課程、其他專業課程等訓練，以及國家戲劇院參訪。實習基地

- (1) 時間、地點：陳佳琳 106 年 6 月 12 日 (一) 至 8 月 31 日 (四)，陳亞真 106 年 7 月 18 日 (二) 至 8 月 31 日 (四)，莊庭瑜 7 月 3 日 (一) 至 8 月 31 日 (四)，黃立婷 106 年 7 月 11 日 (二) 至 9 月 8 日 (五)，呂諭涵 106 年 6 月 27 日 (二) 至 9 月 8 日 (五)，王翊昇 106 年 7 月 4 日 (二) 至 9 月 17 日 (日)，林湘湘 106 年 9 月 5 日 (二) 至 107 年 1 月 31 日 (二) 於臺北試演場及其他相關活動場域。
- (2) 內容：持續培養專業人才是北藝中心的核心工作，期待成為學術及表演藝術產業的互助平臺，邀請學生以實習方式，參與場館營運團隊實務工作，幫助學生在步出校園前，實際了解表演藝術產業的運作，擁有真實的想像，拉近產學之間的距離，共錄取 7 名安排在不同部門實習。技術部門除了實習臺北試演場實務工作，也學習劇場概論、舞臺基礎課程、燈光基礎課程、音響基礎課程、其他專業課程等訓練，以及劇院參訪(國家戲劇院、雲門舞集、城市舞臺、國父紀念館)。
- (3) 成果：
 - A.實習生藉由實習機會，了解北藝中心在做很多不一樣的活動和規劃。
 - B.實習生認為透過實習指導的要求，思考一件看似簡單的事，能如何做得更好、更貼心，並從中窺知部門對於一個活動的種種考量，收獲良多。

C.實習生透過實習機會真正接觸到自己喜歡的表演藝術之外，也了解如何做好藝術行政工作，並學習如何溝通協調。

D.部分實習生完成實習後，開始向其他場館尋求工作機會，實習基地計畫已成為人才培育的搖籃。

9.AED 管理員訓練課程

(1)時間、地點：106 年 10 月 21 日(六)，由主辦單位安排。

(2)內容：AED 管理員課程訓練由同仁 2 名參加急救施作等訓練課程。

(四)國際交流

1.國際表演藝術協會年會 International Society of Performing Arts(ISPA)

(1)時間、地點：106 年 1 月 8 日(日)至 1 月 15 日(日)美國紐約市，106 年 5 月 21 日(日)至 5 月 30 日(二)加拿大蒙特婁市

(2)內容：1948 年創立的國際表演藝術協會(International Society for the Performing Arts，以下簡稱 ISPA)，由 44 個國家會員代表組成，每年舉辦兩次國際會議(International Congress)，增加會員彼此面對面經驗交流機會，也幫助會員趁此機會了解全球表演藝術最新現況，拓展專業網絡與連結。106 年一月在紐約舉辦第 99 屆大會，代表們來自表演藝術中心，藝術經紀人，藝術家，公私立文化機構，透過三天的專題演講，焦點對談，圓桌論壇，從表演藝術角度切入，討論國際間所關注的議題，如身份認同及難民等，與會者提出表演藝術界可以如何因應的相關參考建議。5 月在加拿大蒙特婁舉辦第 100 次會議。此次參與者來自 31 國，共計 420 位會員代表，包含場館，藝術家，經紀公司，學校，表演團隊，文化協會等十分多元。臺灣的出席者除北藝中心外，還有國家表演藝術中心高雄衛武營藝術文化中心及臺灣戲曲中心。

(3)成果：

A.106 年一月在紐約舉辦第 99 次大會，已宣佈 109 年將在臺北舉行，由辜公亮文教基金會主辦。

B.北藝中心於四月的籌委會中也表達將全力協辦 2020 年會，因此持續參與並觀察會議如何進行，積極展現北藝中心在國際表演藝術界的能見度，並透過全程參與，觀察活動進行方式及大會提供的相關服務，從中學習，吸取經驗，為未來合辦預做準備。

C.持續與會員代表及參與的藝術家們維持良好關係及互動，了解彼此發展近況，討論未來合作之可能性。

2.IF CIRCUS PARCOURS

(1)時間、地點：106 年 1 月 31 日(二)至 2 月 6 日(一)於法國馬賽

(2)內容：透過法國在臺協會邀請，本次出訪由 IF CIRCUS PARCOURS 邀請參訪法國馬賽馬戲雙年展，該展於 104 年舉辦時以 250 場節目演出吸引超過 8 萬名觀眾參加。今年透過夥伴關係與當地 45 間藝術場館合作，以展覽等創新的藝術形式讓民眾更了解馬戲。

(3)成果：

A.北藝中心開幕後，新馬戲將是中心年度的主題藝術節之一，在籌備期間，吸取國外經驗，同時開創跨國連結可能，建立臺灣馬戲創作者與國外的交流管道。

B.法國新馬戲發展環境成熟，北藝中心除了扮演馬戲作品呈現的舞臺之外，更期待成為創作者孵育夢想的園地，法國以馬戲基地的概念培育創作者，可作為借鏡。

3.日本橫濱表演藝術集會

(1)時間、地點：106 年 2 月 10 日(五)至 2 月 20 日(一)於日本橫濱

(2)內容：日本橫濱表演藝術集會(TPAM)的前身為成立於 1995 年的「東京表演藝術市集」，於 2011 年移轉至橫濱辦理後，轉型為以國際網路連結為主，並自 2015 年起強調以亞洲為核心主題，同時開始參與相關亞洲共製，目前是亞洲地區最活躍的表演藝術集會平臺之一。此行主要為北藝中心 8 月辦理的「亞當計畫 - 亞洲當代表演網絡集會」與亞太地區及國際表演藝術社群建立對話及連結，並參考其運作模式。

(3)成果：

A.TPAM 近年以亞洲為發展主題，在此平臺上，增進北藝中心與亞洲場館和表演團隊的互動，為建構亞洲共製中心進行準備。

B.北藝中心在發展初期，希望積極建立與亞洲表演網絡的關係，此行與 TPAM 藝術總監 Hiromi Maruoka 進行密切對話，並促成其前來參與亞當計畫相關活動。

4.澳洲墨爾本亞太表演藝術三年展

(1)時間、地點：106 年 4 月 22 日(六)至 5 月 2 日(二)於澳洲墨爾本

(2)內容:Aerowaves 成立於 1996 年，為歐盟「創意歐洲計劃」(Creative Europe)中一個很重要的平臺，共有 45 名會員與夥伴，遍及 33 個國家，以推廣創新、新穎、突破性的舞蹈作品為首任。其總監 John Ashford 於 2011 年成立 Spring Forward，是當今歐陸最熱門的匯演平臺之一。

(3)成果：

A.由於亞洲至今仍缺乏區域聯盟的合作機制，藉由參訪 Aerowaves Spring Forward 舞蹈匯演平臺，除能在短時間內認識許多歐洲境內的

重要策展人或場館代表，同時也觀察其辦理策略、會員參與及運作效益等面向，為正在籌畫中的「亞當計畫－亞洲當代表演網絡集會」之參考。

B. 歐洲現有相關表演藝術平臺頗多，其中以舞蹈類居多，Aerowaves Spring Forward 為其中容納區域範圍較廣的平臺。其每年雖移至不同城市舉辦，除非舉辦之時間與地點有當地藝術節相互配合，否則該平臺屬封閉式操作，跟當地藝文社群並無密切連結，也似乎沒有為舉辦之城市帶來任何衝擊。未來北藝中心若舉辦類似活動國際型活動，可多思考與當地社群之意義與連結。

5. 香港西九管理局「製作人網絡會議及論壇」

(1) 時間、地點：106年5月6日(六)至5月15日(一)於香港

(2) 內容: 香港西九文化區管理局「製作人網絡會議及論壇」(The Producers' Network Meeting & Forum – PNMF)於2015年起舉辦，重點凝聚華語地區的製作人，探討文化藝術的生態系統、製作人角色的變化與發展，以及藝術內容與觀眾開拓等議題。其基本理念是以製作人及策展人作為藝術行業促進者和機構之間的橋樑。舉辦以來，集結多位來自中國大陸、香港、澳門及臺灣等地的相關專業人士參與。由於亞洲至今仍缺乏區域聯盟的合作機制，藉由參訪 PNMF，除能在短時間內認識許多華語地區製作人，同時也觀察其辦理策略及運作效益等面向，為北藝中心8月登場的「亞當計畫－亞洲當代表演網絡集會」之參考。

(3) 成果: 由於亞洲至今仍缺乏區域聯盟的合作機制，藉由參訪 PNMF，除能在短時間內認識許多華語地區製作人，同時觀察其辦理策略及運作效益等面向，為北藝中心8月登場的「亞當計畫－亞洲當代表演網絡集會」參考。

6. 亞當計畫－亞洲當代表演網絡集會時間、地點：106年8月14日(四)至8月27日(日)於臺北市客家文化主題公園、臺北國際藝術村、寶藏巖、臺北市立美術館

(1) 內容：

由北藝中心策劃發起的「亞當計畫－亞洲當代表演網絡集會」(Asia Discovers Asia Meeting for Contemporary Performance, ADAM) (以下簡稱「亞當計畫」)，將匯聚亞太地區的藝術家、場館與藝術節夥伴打造全新網絡。「亞當計畫」首屆年會於2017年在臺灣舉行。

過去十餘年，特別在亞歐之間，透過表演藝術市集、場館、策展人、製作人之間的交流越趨頻繁。各種藝術網絡相互聯繫，共享資源，成為全球化文化產業及市場趨勢。在跨國合作的思維越趨制構化及格式化的同

時，藝術家在產業結構中的角色越發重要。北藝中心認為，如何深化藝術家之間的交流與合作、提供各國藝術家友善創作環境、協助藝術家發展關係網絡，並提供更為透明與自由的平臺機制，是「亞當計畫」的運作根基，及作為公立劇院必須肩負的文化責任。

亞洲的多元文化場景，及臺灣的民主自由讓「亞當計畫」希望能成就一個以藝術家為核心的網絡。北藝中心將連結亞太地區場館與藝術節夥伴的資源，協理藝術家的跨國交流，包括聯合委託創作、作品共製、巡演、駐館藝術家計畫、研究計畫等。

(2) 成果：

A. 首屆「亞當計畫」不論在各項創新的流程規劃，或是對表演生態的各種提問，均引發參與的近百位國內外藝術家、策展人與機構代表等的熱絡探討，為未來與亞洲夥伴共同經營「亞當計畫」的願景。

B. 20 多位來自香港、印度、印尼、泰國、澳洲、日本、韓國、馬來西亞、柬埔寨、法國、德國等極具代表性的國際藝術機構代表、製作人和藝術節策展人出席。介紹其所屬機構的主要藝術計畫和發展方向，使與會的藝術家和民眾得以進一步認識亞太地區特定城市的表演藝術發展概況並建立合作可能。

C. 北藝中心身為「亞當計畫」的發起催生者，目標是與亞太地區有共同想法的城市結盟，以共享概念經營，希望將來移師到不同的城市舉辦。

7. 亞太表演藝術中心年會 (Association of Asia Pacific Performing Arts Centres, 簡稱 AAPPAC)

(1) 時間、地點：106 年 9 月 20 日(三)至 9 月 22 日(五)於廣州星海音樂廳。

(2) 內容：亞太表演藝術中心協會 (Association of Asia Pacific Performing Arts Centres, 以下簡稱 AAPPAC) 本屆年會在中國廣州星海音樂廳舉辦，第三天的會員大會表決通過將由北藝中心主辦 2020 年的年會，後續應努力向委員會溝通並爭取同意將大會舉辦日期前提前至五月底或六月初，與 2020 年 5 月將在臺灣舉辦的國際表演藝術協會年會(ISPA)串接，讓 ISPA 和 AAPPAC 雙邊會員有機會交流。此次會議主辦方邀請許多經驗豐富的藝文工作者透過不同主題分享，讓與會者對於在中國巡演，社群媒體都有更進一步的了解，講者分享中國近年興建許多硬體場館，許多國內外經紀人對於中國表演藝術市場展現積極態度的同時，也希望透過實地交流，與場館的參觀，多了解在中國巡演可能遇到的實際狀況。

(3) 成果：

- A. 確認獲選主辦 2020 年 AAPPAC 年會
- B. 了解中國地區表演藝術生態現況與發展
- C. 向他國會員學習場館營運經驗並拓展合作機會

8. 東京藝術節

- (1) 時間、地點：106 年 10 月 5 日(四)至 10 月 6 日(五)於日本東京
- (2) 內容：「東京藝術節」以東京池袋為中心，除了將當世代的表演藝術集中於東京介紹給大眾之外，也持續與藝術家在信賴基礎上展開新作品的創作。北藝中心以展演當代表演藝術為核心，希望打造新創的基地和新生代創作者孵育的園地。東京藝術節和北藝中心因享有共同理念，進一步成為跨國合製的合作夥伴。雙方合作的「東京台北，多距離戲劇演出計畫」已獲選文化部「跨域合創計畫」，並獲得新臺幣 200 萬元補助。作品以兩年進行創作發展，106 年 10 月 7 日(六)在東京進行東京版首演。
- (3) 成果：
 - A. 確認作品 107 年 9 月底於臺北首演的相關細節。
 - B. 與東京藝術節建立良好關係，北藝中心總監王孟超出席節目座談並介紹北藝中心，進行本中心和城市的行銷。

9. da:ns Festival 新加坡舞蹈藝術節

- (1) 106 年 10 月 25 日(三)至 10 月 30 日(一)
- (2) 內容: da:ns Festival 由新加坡濱海藝術中心舉辦，聚集來自世界各地的舞蹈新作，包括南非、美國、西班牙等國的團隊，同時舉辦各式舞蹈推廣和專業工作坊，是東南亞具代表性的舞蹈節。
- (3) 成果：
 - A. 濱海藝術中心為北藝中心潛力夥伴，希望透過參與藝術節增進接觸點，同時開創未來共製合作的機會。
 - B. 此行並同時觀察新加坡對於藝術教育投入的方式可供北藝中心參考。

10. Liveworks Festival

- (1) 時間、地點：106 年 10 月 18 日(三)至 10 月 29 日(日)於澳洲
- (2) 內容: Performance Space 為澳洲長年經營新型態藝術的場館，位於澳洲雪梨，推動當代藝術已有三十年以上歷史，長期提供藝術家發展新型態且多元的藝術實驗。每年十月所舉辦的藝術節 Liveworks Festival of Experimental Art，帶來一系列實驗藝術及表演。
- (3) 成果：
 - A. Performance Space 確認為 107 年亞當計畫的重要夥伴。
 - B. Performance Space 將成為北藝中心未來共製的夥伴。

C.藝術節多元的藝術展現，與北藝中心未來發展重點不謀而合，將增進

雙邊節目和資源的交流。

11.香港西九文化區「自由看@太古坊」活動

(1)時間、地點：10月29日(日)至11月5日(一)於香港

(2)內容:西九文化區的「自由系列」活動自2012年起策辦，儼然為西九文化區與民眾在開館營運前的接觸媒介，亦為其品牌標示。2017年，由西九文化區與太古地產合辦「自由看 @ 太古坊」活動，以在城市中經歷意想不到新體驗，突破空間界限的理念與北藝中心 Play different 不謀而合。「自由看 @ 太古坊」將太古坊化身成為多元藝術空間，呈獻一連串創新跨界表演節目，讓民眾在繁忙都市內碰上藝術。活動邀請超過80位香港本地及海外創作人於太古坊各處，包括餐廳、辦公室大堂、草坪，以及特選空間呈獻13個節目、29場演出，涵蓋戲劇、舞蹈、音樂、展覽、多媒體等不同活動，讓民眾以全新方法接觸不同藝術，以另一角度認識香港。

(3)成果：

A.在北藝中心籌備時間，透過與亞洲場館和藝術節的緊密合作，一方面先行打響北藝名聲，另一方面經由階段性的接觸，尋求未來更長久的合作關係，進一步成為亞洲共製的夥伴。

B.在北藝中心籌備時間，透過與亞洲場館和藝術節的緊密合作，一方面先行打響北藝名聲，另一方面經由階段性的接觸，尋求未來更長久的合作關係，進一步成為亞洲共製的夥伴。

12.韓國音樂劇 K-musical Road Show 展演會

(1)時間、地點：11月28日至11月29日於上海

(2)內容:北藝中心從105年度起推出「音樂劇人才培訓計畫」，旨在培育音樂劇產生所需的表演以及創作等人才，並為北藝中心製作原創音樂劇進行準備。韓國近年來音樂劇發展已成亞洲標竿，從學院訓練、劇場經營、娛樂經紀、節目製作等產業環結緊密相扣，創造廣大的音樂劇市場，並走向對外輸出賺取文化紅利的階段。此行希望透過參與K-Musical Road Show的活動，與韓國音樂劇產業的重要機構和場館交流，在借鏡之餘，也尋求未來合作的可能。

(3)成果：

A.韓國發展至今，已發展出數齣經典音樂劇碼，北藝中心可考慮以授權方式引進，編創成中文版，從中可習得韓國音樂劇成功的結構和模式。

B.韓國音樂劇製作公司以 Live 為例，每年舉辦 Showcase 進行新創音樂劇的徵件，藉此尋得年輕的創作者和優秀的作品，北藝中心可效法其模式，挖掘更多新生代的潛力股。

C.韓國在音樂劇演員培育方面，已成系統，北藝中心音樂劇人才培訓計畫可考慮引進韓國師資，給予學員有別於歐美老師的養分。

(五)品牌行銷

北藝中心的推動和設立，是臺北市政府作為文化之都，對臺北長遠的城市發展，以及文化推廣的實踐。透過軟硬體的持續投入，讓資源匯聚，人才交流，也增加民眾親近藝術、體驗藝術的機會。因此，北藝中心就不同的溝通對象，辦理各項國際交流工作坊、人才培育計劃和藝術參與計劃，讓藝術工作者、藝文觀眾和潛在觀眾都可以獲得合適的表演藝術訊息，藉由分眾行銷促進民眾的參與。北藝中心期望讓藝術逐步走入市民生活中，建立民眾對北藝中心的好感度及知名度，增加整體藝文欣賞的人口。106 年度重要成效分述如下：

1.北藝中心品牌故事書

現行的大眾行銷，已經不再是產品的介紹宣傳，更強調品牌價值的傳遞，也就是行銷 4.0 的時代。因此，北藝中心著手進行品牌調研工作，經過觀眾訪談及焦點座談，就藝文產業、藝術社群、觀眾和城市發展的四個面向，梳理出北藝中心的品牌定位、願景和價值，完成品牌故事書，以「臺北共玩，戲樂無窮 Play Different Together」作為北藝中心在行銷傳播溝通的準則。

2.青少年藝術體驗研究案

在分眾行銷的時代，需要更了解觀眾的生活模式，提供適切的行銷服務，才更容易達到期望的行銷目標。尤其長期觀察藝文觀眾，國外特別為青少年籌辦的藝術體驗行之有年，相對於臺灣，青少年是目前藝文消費裡最不被了解的一個階段。因此北藝中心透過問券、電話訪談和一日生活跟訪，在為期二個月的間裡，針對大臺北地區 12-18 歲的青少年，進行了深度的調查研究，勾勒出青少年的生活樣態，找出機會點和痛點。未來將依此調查結果為基礎，發展青少年藝術推廣的專案，希望幫青少年搭建起一條通往藝術欣賞的梯子，讓藝術成為陪伴他們成長的好朋友。

3.Goodbye & Hello 藝術樂園

秉持「Play Different Together」的精神，步出舞臺，走入人群，藉由多元創新的藝術活動，讓入人在日常生活中，近距離感受藝術的樂趣與美好。2017 年北藝中心特別與臺北捷運公司合作，於臺北圓山捷運站一號出口廣場，進駐一座「藝遊溜滑梯」戶外藝術裝置，為捷運站周邊點亮藝術氣息。

這座溜滑梯的揭幕，也代表自 105 年開始舉辦的《GOODBYE & HELLO 藝術樂園》在 106 年精采回歸，北藝中心連續九周，每周末推出藝術派對活動、馬戲、雜耍、音樂劇，舞蹈，音樂會，靜音派對，以及網路線上串線下實體活動的「#這是一場表演」生活藝術框景活動，持續傳遞「藝術」與「生活」零距離的共玩理念。本活動總計 53 天，參與人次 4 萬 7,031，宣傳觸及人次 84 萬 1,094，獲得媒體報導總計 104 篇。

(1)網路行銷

北藝中心官網於 105 年 7 月改版上架，累積瀏覽人次達 15 萬 6,433。針對網路使用者規劃社群平臺的經營，自 104 年 12 月起經營 Facebook 粉絲專頁，宣傳自辦活動及品牌訊息、增加與民眾網路互動，至 12 月粉絲數達 1.3 萬人。

(2)媒體報導

音樂劇人才培訓計畫	MUZIK、中國時報、國立教育廣播電臺、關鍵評論網、ETNews、Hinet 新聞，共計 6 家 8 則。
藝術擴散計畫	聯合報、中時電子報、101 傳媒、新浪網、TVBS、TVBS 藝文潮、Qbo、風傳媒、關鍵評論網、青年日報、新網、中國時報、文化快遞、PAR 雜誌、Nownews 今日新聞、中央社、經濟日報，共計 18 家 32 則。
亞當計畫	Hinet 新聞、中央廣播電台、新網、中時電子報、中天快點 TV、新浪網、中央通訊社、TVBS 藝文潮、聯合報、中國時報，共計 10 家 20 則。
CND 合作案 亞洲舞蹈營	Focus Taiwan、Taipei Time、中國時報、中央通訊社、中天快點 TV，共計 5 家 5 則。
舞蹈影像工作坊	關鍵評論網 1 則。
劇場管理未來式	PAR 表演藝術專題 1 則。
Goodbye & Hello 藝術樂園	中時電子報、台灣好新聞、聯合新聞網、蘋果即時、好房網、中國時報、大紀元、自由時報、中央通訊社、Yahoo 新聞、新頭殼、青年日報、今日新聞、Hinet 新聞、關鍵評論網、TVBS、台灣醒報、TaableNote.com、CMoney 追訊、PAR 表演藝術、臺灣 368 品味生活.com、風傳媒、upaper、民視新聞、經濟日報、城市美學新態度、中央網路報、瘋設計、Pchome 新聞、msn 新聞、民眾網、三立新聞、台灣即時新聞網、Shopping Design、台北村落之聲、中天快點 TV、漂亮居家好生活、小日子、Qbo、玩秀網，總計 40 家 104 則。

(3)參與及宣傳觸及人次

活動月份	活動名稱	活動日期	參與人次	宣傳觸及人次
3 及 7 月	味道劇場	3/14 (二) - 19 (日), 7/11 (二) - 7/16 (日)	91	129,432
4 月	玩在藝起同樂會	4/4 (二)	3,500	15,736
4 及 9 月	音樂劇人才培訓計畫	4 月及 9 月	530	134,568

6-9 月	藝術擴散－藝術家來敲門	6/14 (三) -9/27 (三)	1,800	304,522
7 月	表演跨域	7/17 (一)	80	7,634
8 月	亞當計劃	8/14 (一) -8/29 (二)	1,904	148,149
3-12 月	Party Talk	3/28 (二) -12/12 (二)	389	79,373
4 及 10 月	Art View	4/22 (六) 及 10/1 (日)	125	33,847
10 月	藝術擴散－咖啡館的跳舞時光	10/7 (六) 10/10 (二)	1,922	128,523
11 月	藝術擴散－味道劇場	11/11 (六) -11/19 (日)	180	51,279
11 月	劇場管理未來式	11/11 (六) -11/13 (一)	358	39,903
11 月	舞蹈影像工作坊	11/16 (四) -11/26 (日)	398	110,744
11-12 月	Goodbye & Hello 藝術樂園	11/8 (三) -12/30 (六)	47,031	841,094
總計			58,308	1,896,410

(六)場地維運及管理

1.臺北表演藝術中心

持續修訂開館前及開館後的五年營運策略及執行計畫、並制訂營運規章及作業辦法；文化部原則同意行政法人設立，刻正研擬自治條例及相關程序。

2.臺北試演場

(1)大排練場使用率為 53.7%。

(2)小排練場使用率為 78.8%。

(3)持續辦理臺北試演場各空間之功能規劃、建置及設備設施整修改善相關之工程，讓臺北試演場更加完善及貼心。

A.依相關法規辦理之項目：上、下半年建築物昇降設備使用許可證申辦（1 月、7 月）、建築物公共安全檢查及申報（7 月）及消防安全設備檢修及申報（9 月）。

B.強化基礎設施設備：

在戶外方面，完成戶外空調外露風管保護施作、頂樓防熱網施作、2F 戶外休憩區改善施作、空調主機冷凝系統故障修復、戶外招牌燈修繕、冰水主機 NO.2 冰水泵浦修繕、屋突電力迴路損壞修繕、2F 戶外欄杆封板施作、2F 戶外鋪面防滑施作、戶外樓梯牆面施作等相關工程。

在室內方面，完成 3 樓會客區建置、廁所排風系統控制風門修繕、大小排練場漏水改善、排練場外走道地坪改善、大小排練場基礎照明流明度改善、消防設施指示燈及照明故障更換施作、茶水間建置、2F/3FAC 分電盤電氣設備修繕、完成大電改善工程—燈光音響使用、2F/3F 辦公室屏風/桌板/電源電話網路施作、1F 倉儲空間金屬網隔間施作。

在經常性維修方面，辦理試演場設施、設備之日常維護、故障排除及預防檢查等工作，確保整體設施、設備運作正常。

二、「新北投車站」營運計畫

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。結合北投各藝文館所，落實北投生態博物園區觀光資訊與旅遊推廣平臺，定期辦理社區交流市集與文藝活動，成為社區參與與活動推廣實質平臺。

(一) 106 年度新北投車站營運重點：

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) 新北投車站 4 月開幕慶典活動：

新北投車站於 106 年 4 月 1 日歸鄉並對外開放參觀，新北投車站與在地居民也透過一系列活動慶祝車站重返家鄉，開幕舞臺邀請北投社區組織及藝文表演團題展現多元內容表演，4 月 1 日至 4 日每天分別以在地經典、年輕玩樂、那卡西、親子同樂分眾主軸舉辦《戀戀北投-陳明章音樂會》、《捷客青春草地音樂會》、《那卡西群星會》和《玩在藝起童樂會》等主題各異的活動，邀請全臺民眾共慶車站歸鄉，在短短五日內便吸引超過 2 萬 5 千人次共襄盛舉。

名稱	內容
新北投車站開幕系列活動	<ul style="list-style-type: none"> ➢03/31(五)新北投車站搶先看記者會 ➢04/01(六)新北投車站開幕記者會暨踩街遊行(文化局主辦、車站協助) ➢04/01(六)晚上 7:30 戀戀北投-陳明章音樂會 ➢04/02(日) 下午 2:30 捷客青春草地音樂會 ➢04/03(一) 晚上 7:30 那卡西群星會 ➢04/04(二) 下午 2:30 玩在藝起童樂會

- 04/01(六)-04/04(二) 下午 1:00-6:30 創意市集
- 04/01(六)-04/04(二) 下午 免費生態導覽，1. 自然景觀為主的「磺泉探秘—來自地獄的享受」2. 歷史人文為主軸的「北投軼夢—闖進繁華歲月」

(三)展覽策畫

1.車站常設展

展覽名稱	展覽簡介
車站常設展	以車站建築原件或復刻物件為展示主軸，如可見細膩榫接工法之特色老虎窗；保留臺灣總督府官印、木料材質尺寸等文字資訊之建築屋頂原件，更於二檔展覽增加 30：1 車站建築結構模型及車站早期時刻表，展現車站建築色彩的演變同時動手體驗木造榫接特色，讓觀者更了解整體建築結構及車站歷史。

2.主題特展

展覽名稱	展覽簡介
特展 1：記憶的乘降場—新北投車站的別離與返鄉	配合新北投車站開幕，主題環繞於車站遷移的歷史，從其本身所具有的「相逢與離別」出發，結合「歷史與記憶」、「原始建築木料區」和「乘車體驗重現區」三大特色，述說新北投車站從最初興建到擴建、停用、廢線、搬遷及最後在政府與居民的共同努力下，重新回到原址附近的過程，連結在地居民的回憶與想像，銜接車站出走的空白，攜手迎向未來的旅程。
特展 2：我們的生活，北投的明日	以「北投生活環境博物園區」為主軸概念，展覽共分為四大區塊，分別為「穿梭時空：北投的過去現在與未來」、「積極的社區參與」、「多元的文化館所」、「豐富的自然資源」，融合北投人文景觀、自然生態、歷史資產，大型圓弧式年表穿插多媒體影片，帶領民眾共同探索北投百年來的璀璨、衰微與再興，同時思考過去走向未來。

(四)教育推廣

106 年車站共舉辦超過 96 場推廣教育活動，包含站內預約導覽及周邊各級學校機關參訪服務(13 場)、特展主題工作坊(5 場)、驛站講堂(9 場)、北投行旅生態導覽(29 場)、及「火車起走、故事鳴笛」—新北投車站學生體驗教育活動(3 場)，另持續於假日舉辦《文創市集》、《小農市集》、《創意生活》等各項主題推廣活動，使車站除了是假日觀光休憩的好地方、藝術文化團體交流的平臺，亦成為在地居民日常生活的重要場域。

1.特展主題工作坊

- a.拍北投-北投巷弄攝影工作坊：邀請最有溫度的攝影大師林佳靜，帶領大家以新北投火車站為起點，穿越北投地區的街頭巷尾，連接車站周邊的人事物，透過拍攝及觀察重新建立新北投火車站與在地的地景連結。
- b.新北投車站自由彩繪工作坊：藝術家張雅錦帶領民眾透過自由彩繪創作的方式融入生活體驗、環境、生態與在地美食特色，共同彩繪、勾勒出過去和現在的北投。

c.創意工作坊：拼貼，我的北投：透過自由拼貼創作的方式融入生活體驗、環境、生態與在地美食特色，共同拼貼、勾勒出過去和現在的北投。

2.驛站講堂

與北投社區大學合作規劃新北投車站講座課程，每月邀請地方文史工作者或者老、特色藝文表演者分享互動，讓新生代觀眾透過共同參與獲得更豐富的車站知識及歷史文化。

時間	講題	參與人數
4/22(六)	驛站講堂-歌仔戲溫泉篇	150
5/2(二)	驛站講堂-新北投車站歷史	30
6/10(六)	驛站講堂-繪馬掛け所 (懸掛繪馬的繪馬架) & 北投走遊	35
7/15(六)	驛站講堂-戀戀那卡西	30
8/12(六)	驛站講堂-北投生態博物園區	30
9/9(六)	驛站講堂-北投窯與陶藝文化	30
10/12(六)	驛站講堂-北投燕子歸來了	20
11/12(六)	驛站講堂-巴島有驛事	150
12/9(六)	驛站講堂-女巫的故鄉	25
人數	小計	500

3.北投行旅生態導覽

與地方導覽團隊合作，以車站向外延伸，透過生態解說、環境體驗等活動深度了解北投的人文歷史及生態環境。行旅路線：新北投車站→北投公園→百年噴水池與綠建築圖書館→天狗庵→北投溫泉博物館

4.周末市集

與好好手感微笑市集合作固定於每月第一周舉辦文創手作市集，邀請獨立新興手作品牌設置攤位，持續辦理後已然成為藝文、手作、市集愛好者、親子家庭遊客假日的必遊之地。而小農市集則固定於每月第三、四周周末設置，展售包含北投在地種植之農作物、手工農產食品、香草樹苗等，如同呼應車站為早期人們生活聚集的活動場域，小農市集也提供在地居們集會遊逛的好去處。

5.創意生活

不定期舉辦創意生活主題活動，胖卡車、彩繪明信片、日式茶會、文創講座、街頭藝人展演等。其中秋季及冬季茶會開放報名即立刻額滿，讓民眾品嚐體驗，學習日式茶道精神，並近距離感受臺日文化交流，了解車站曾經歷過的歷史背景。

6.火車起走、故事鳴笛－學生體驗教育活動

配合九年一貫課程，將車站身世及歷史包裝各項體驗、闖關、及彩繪郵筒活動，讓北投區國小學童具備新北投火車站及北投生態資源基本認知並啟

發學習興趣，為鄉土教育持續紮根並奠定地方教育基礎。

7.車站自有商品開發

邀請專業設計團隊設計車站主題相關的自有商品：共發售 8 款：限量版紀念悠遊卡套組、車站專屬鐵路便當盒、車站包巾、車站書籤、木製便當盒(淺及深色)、紙膠帶、車站鉛筆

(五)宣傳行銷

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

- 1.官方網站：網站內容包括：車站歷史簡介、最新消息、當期展覽、志工園地等，3/20 官網上線，106 年度累積瀏覽人次：43,022
- 2.FB 粉絲團：透過網路社群平臺及時公布活動及展覽訊息，並與網友做第一線直接交流、溝通和分享，累積粉絲數：2,821。
- 3.媒體宣傳效益：新北投車站 106 年度媒體露出總數 107 則（包括平面報章雜誌，以及網路新聞和電視媒體等）。表列如下：

新北投車站 106 年度新聞露出	報紙雜誌	電視媒體	電子網路媒體
總計	43	20	44
	107		

(六)館所營運

- 1.籌備義務服務暨經營管理委員會：本站參酌溫泉博物館公私合營與參與的構想，邀請社區代表、市府代表共同商議年度經營管理計畫以及財源籌措管道，自 106 年 4 月 1 日(六)開幕前，新北投車站活動即由社區組織或團體投入工作小組共同策畫執行開幕事宜，建立了地方團隊與公部門合作典範。
- 2.志工招募及訓練：招募服務志工逾 30 人，並設計「新北投車站人文歷史與特展」系列課程，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、建築重組過程議題及展場展示內容，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) 106 年全區參與人數統計：

類別	時間	服務人次
入館參觀總計	4-12 月	319,465(備註 1)
(1)常設展	4-12 月	319,465
(2)特展 1：記憶的乘降場—新北投車站的別離與返鄉	4 月-9 月	193,604

(3)特展 2：我們的生活，北投的明日	9 月-12 月	125,861
新北投車站開幕系列活動	4 月	25,450
教育推廣活動場次及人數	4-12 月	96 場/ 20,910 人次
總計		365,825

備註 1:因常設展及特展空間相同，故人數不重複累加

三、臺北市影視音實驗教育機構

106 年度營運重點

- (一) 完成規劃與整修第二期校舍 5 棟建築。
- (二) 106 學年度教師招募及招收新生。
- (三) 106 學年度第一學季課程規劃與執行、第二學季課程初期規劃。
- (四) 完成營運作業流程與管理服務機制。
- (五) 完成以下各項結盟與交流計畫：
- (六) 與國內外影視音相關單位簽訂合作備忘錄
- (七) 與國內外教育機構簽訂合作備忘錄
- (八) 安排學生參與交流與實習

1. 第二期校舍 5 棟建築工程進度說明

日期	項目
106/03/29(二)	文化局召開基本設計審查會議
106/04/12(二)	細部設計審查會議
106/04/24(日)	因應計畫送文化局
106/05/11(三)	因應計畫第一次審查會議
106/06/09(四)	因應計畫第二次審查會議
106/07/07(四) 07/20(三)	第二期校舍工程第一次上網公告(因未達 3 家而流標)
106/07/12(二)	第二期校舍「建築土地使用消防安全因應計畫書核定版」通過
106/07/25(一) -07/31(日)	第二期校舍工程第二次上網公告
106/08/11(四)	第二期校舍工程開工日
106/10/11(二) -12(三)	第二期校舍竣工、查驗

106/11/13(日)	第二期校舍工程案複驗通過
106/12/01(四)	同意第二期校舍取得使用許可 (臺北市政府文資第 10630391100 號)

2.106 學年度教師招募及招收新生。

(1)今年已招募 6 位專任教師，(線上報名 56 人，參與試教 41 人，邀請面試 10 人)

●招募方向與工作內容--

- 1.1 課程設計、教學執行。
- 1.2 導師班經營與師生對話溝通。
- 1.3 學校大型活動的策劃與執行。
- 1.4 辦理校園事務行政工作。

●教師招募期程說明

日期	項目
106/03/03(四)	線上報名
106/04/04(一)	報名截止
106/4/18(一) -19(二)	試教
106/05/05(四)	面談
106/08/01(一)	正式聘任

(2)106 學年度辦理 2 次招生

(1.1)招生啟動記者會：

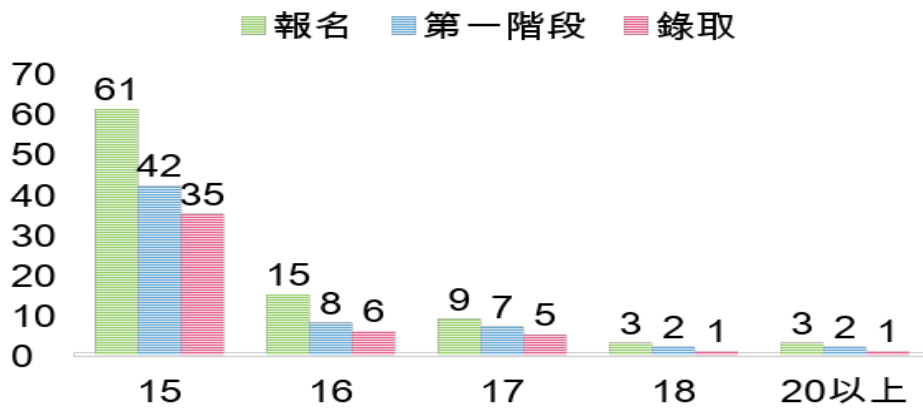
106 第一次招生簡章於 1 月份公告，並在 1 月 21 日於寶藏巖綠野地舉辦說明會，共計有 200 人次參與，第二次招生係因 105 級有部分學生退出而產生名額，因此決定舉辦二招來補足名額。

(1.2)招生成果：

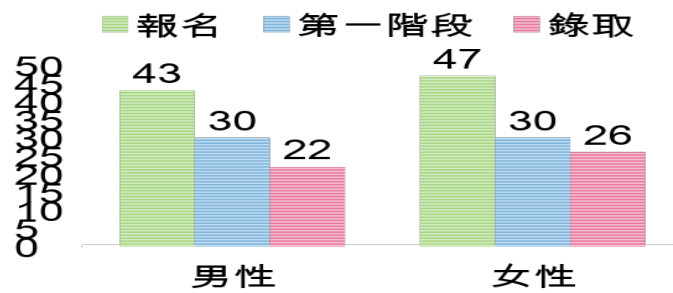
2 月 20 日報名截止時已有 91 位學生完成報名，61 位學生參與面談，最後有 41 位學生取得入學資格，並於 4 月底前完成入學報到手續。

(1.3)106 學年度報名學生各項分析：

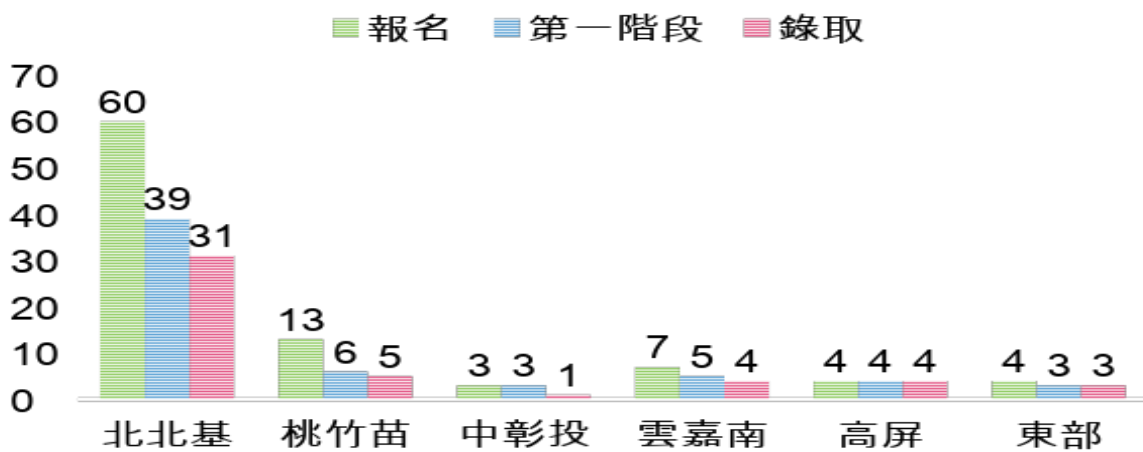
年齡



性別



地區



3.106 學年度課程規劃

(3.1)課程規劃會議於每周二舉行，並邀請新進教師加入討論，一同思考 TMS 三年整體課程規劃。

月份	討論主題
5	課程方向意見交流
6	1.課程方向意見交換 2.初步討論課程設計(時數/人數/空間) 3.學生學習目標 4.進階討論課程方向與核心課程規劃
7	1.2017 課程試排 2.學校特色課程建立 3.課程形式建立
8	1.專業課程、博雅教育規劃 2.公告課表及修課方式確認 3.備課討論

(3.2)影視音相關體驗、參訪活動，共計 19 場：

月份	項目
1	1.新媒體實作講座-- •金馬獎的幕前幕後 •新北市紀錄片獎經驗分享 •青少年發聲獎 •節目企劃-參訪大雲文創
3	1.音樂製作與音響實務-Y17 臺北青少年發展處實作/參訪強力錄音室 2.新媒體實作講座-- •「從新聞到社群小編」 •眼球中央電視臺講座 3.綠光劇團「寂寞•光棍船」整排觀摩
4	1.新媒體實作講座—參訪 LIVEhouse.in 2.參加金枝演社劇團「戲劇開門」活動
5	1.參加紙風車劇團「新月傳奇」技術彩排 2.田野踏查--艋舺龍山寺與三水街踏查 3.綠光劇團「人間條件六」彩排
6	1.田野踏查—臺北霞海城隍廟迎城隍遊行 2.光影中的原住民族講座—蘇宏恩導演「靈山」分享
7	1.世界劇場設計展導覽 2.光影中的原住民—立法院參訪

(3.3)接待參訪團

編號	日期	單位/團體
1	1/1(五)	宜蘭人文國中小
2	1/6(三)	文化大學推廣部

3	1/6(三)	實踐大學
4	1/12(二)	世新大學
5	2/16(二)	臺大社科院 X 東京大學
6	3/28(一)	教育局參訪
7	4/11(一)	文化部東南亞事務諮詢委員會
8	4/26(二)	泰國文化官員參訪行程
9	5/13(五)	臺北市立大學教育行政與評鑑研究所
10	6/8(三)	先鋒教育學校
11	6/20(一)	中央戲劇學院宋震教授來訪
12	6/21(二)	道禾實驗學校中學部
13	7/3(日)	日本映畫大學 石坂健治校長來訪

(3.4) 學校宣傳、學生成果活動

編號	日期	項目	備註
1	1/21(四) -2/12(五)	期末成果展—前奏	破萬人參觀 文化局鍾永豐局長、文基會 楊淑鈴副執行長參觀
2	1/21(四)	106 學年第二屆招生說明會	約 200 人次參加
3	4/25(一) -28(四)	春季行動學習課程	學生分為 7 隊，自訂任務， 於臺灣各地挑戰自己
4	5/13(五)	106 級新生暖生營隊暨 105 級 行動學習成果發表	
5	6/10(五)	「2017 均優學習論壇-良教之 夜」學生表演	受邀參加
6	6/18(六)	「第三屆臺灣實驗教育論壇」靜 態展覽、歷程分享與演出	受邀參加
7	6/29(三)	戲劇 3A 課堂呈現 7/13	華山果酒練舞場月 80 人次 參與
8	7/13(三)	2017 臺北電影夏令營成果發表	18 位 TMS 生於 7/7、7/9-13 臺北電影夏令營擔任隊輔 或生活小幫手，並協助 120 位學生拍攝短片。

參、決算概要

(一)收支營運實況

- 1.本年度收入預算數 5 億 2,251 萬 175 元，執行結果，決算數 5 億 4,442 萬 5,306 元，較預算數增加 2,191 萬 5,131 元，約 4.19%。主要係因銷貨收入營運收入、租金收入等自籌收入較預期增加。
- 2.本年度支出預算數 5 億 2,179 萬 3,935 元，執行結果，決算數 5 億 4,291 萬 5,016 元，較預算數增加 2,112 萬 1,081 元，約 4.05%。主要係因臺北表演藝術中心及新北投車站計畫 105 年度部分預算保留至 106 年度執行、增加文化部補助計畫及增辦各項營運計畫之相關支出等。
- 3.收支相抵，本年度預算數為賸餘 71 萬 6,240 元，執行結果，決算數賸餘 151 萬 290 元。

表一、收支摘要表

單位：新臺幣元

項目	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	
金額	22,507,704	12,099,168	367,983,050	8,895,475	80,245,874	49,216,915	636,320	776,762	2,064,038	544,425,306
百分比	4.13%	2.22%	67.59%	1.63%	14.75%	9.04%	0.12%	0.14%	0.38%	100.00%
項目	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	其他業務 外支出			
金額	17,511,207	167,705,122	99,992,868	257,700,579		5,036	204	542,915,016		
百分比	3.23%	30.88%	18.42%	47.47%		0.00%	0.00%	100.00%		

(二)現金流量實況

- 1.業務活動之淨現金流出 7,129 萬 5,952 元。
- 2.投資活動之淨現金流出 2,113 萬 2,147 元。其中現金流出 2,113 萬 2,147 元，包括增加固定資產 197 萬 6,975 元、增加其他資產 1,831 萬 8,180 元、增加修繕工程 53 萬 2,434 元及增加存出保證金 30 萬 4,558 元。
- 3.融資活動之淨現金流入 1,706 萬 9,884 元。其中現金流入 1,706 萬 9,884 元，包括增加其他負債 1,522 萬 5,558 元及增加存入保證金 184 萬 4,326 元。
- 4.現金及約當現金之淨減 7,535 萬 8,215 元，係期末現金 8,411 萬 3,031 元，較期初現金 1 億 5,947 萬 1,246 元減少之數。

(三)淨值變動實況

本會截至民國 106 年 12 月 31 日止所登記之基金總額為 5,653 萬 4,255 元，與上期相同。本年度期初淨值 1 億 138 萬 8,889 元，增加本年度賸餘 151 萬 290 元，期末淨值為 1 億 289 萬 9,179 元。

(四)資產負債實況

- 1.資產：資產總額 1 億 9,355 萬 8,471 元，包括：流動資產 1 億 117 萬 541 元，固定資產 584 萬 2,033 元，無形資產 86 萬 5,857 元，其他資產 8,568 萬 40 元，資產總額較上年度 2 億 5,352 萬 8,382 元，減少 5,996 萬 9,911 元。
- 2.負債：負債總額 9,065 萬 9,292 元，包括：流動負債 5,705 萬 7,290 元，其他負債 3,360 萬 2,002 元，負債總額較上年度 1 億 5,213 萬 9,493 元，減少 6,148 萬 201 元。
- 3.淨值：淨值總額 1 億 289 萬 9,179 元，包括：基金 5,653 萬 4,255 元，累積賸餘 4,636 萬 4,924 元，淨值總額較上年度 1 億 138 萬 8,889，增加 151 萬 290 元。

肆、其他

財團法人台北市文化基金會

收支營運決算表

中華民國 106 年度

單位：新臺幣元

上年度 決算數	科目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)	
				金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100
482,401,441	收入	522,510,175	544,425,306	21,915,131	4.19
480,469,770	業務收入	521,958,837	541,584,506	19,625,669	3.76
19,214,166	銷貨收入	12,750,000	22,507,704	9,757,704	76.53
7,048,065	受贈收入	12,522,294	12,099,168	(423,126)	(3.38)
328,473,961	政府補助基本營 運收入	383,002,122	376,878,525	(6,123,597)	(1.60)
48,690,851	營運收入	44,314,388	49,216,915	4,902,527	11.06
77,042,727	租金收入	69,370,033	80,245,874	10,875,841	15.68
-	其他業務收入	-	636,320	636,320	--
1,931,671	業務外收入	551,338	2,840,800	2,289,462	415.26
1,069,303	財務收入	551,338	776,762	225,424	40.89
862,368	其他業務外收入	-	2,064,038	2,064,038	--
479,611,673	支出	521,793,935	542,915,016	21,121,081	4.05
479,472,431	業務支出	521,793,935	542,909,776	21,115,841	4.05
10,848,614	銷貨成本	7,920,000	17,511,207	9,591,207	121.10
139,821,079	人事費用	173,511,941	167,705,122	(5,806,819)	(3.35)
92,817,803	管理費用	107,941,874	99,992,868	(7,949,006)	(7.36)
235,984,935	業務費用	232,420,120	257,700,579	25,280,459	10.88
139,242	業務外支出	-	5,240	5,240	--
-	財務費用	-	5,036	5,036	--
139,242	其他業務外支出	-	204	204	--
2,789,768	本期賸餘(短絀-)	716,240	1,510,290	794,050	110.86

財團法人台北市文化基金會

現金流量決算表

中華民國 106 年度

單位：新臺幣元

項目	本年度 預算數 (1)	本年度 決算數 (2)	比較增減(-)	
			金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100
業務活動之現金流量				
本期賸餘(短絀-)	716,240	1,510,290	794,050	110.86
調整非現金項目	5,398,043	6,113,579	715,536	13.26
折舊費用	5,104,043	5,973,800	869,757	17.04
各項攤提	294,000	139,779	(154,221)	(52.46)
應收票據(增加)減少	-	(42,000)	(42,000)	--
應收帳款(增加)減少	-	(1,485,617)	(1,485,617)	--
存貨(增加)減少	-	(1,285,714)	(1,285,714)	--
其他應收帳款(增加)減少	-	(1,721,328)	(1,721,328)	--
預付款項及其他流動資產(增加)減少	-	3,121,230	3,121,230	--
什項資產(增加)減少	-	1,043,693	1,043,693	--
應付帳款增加(減少)	1,714,560	(7,850,077)	(9,564,637)	(557.85)
預收款項增加(減少)	-	2,829,646	2,829,646	--
其他應付款增加(減少)	-	(71,330,687)	(71,330,687)	--
應付費用增加(減少)	-	(3,109,482)	(3,109,482)	--
其他流動負債增加(減少)	-	910,515	910,515	--
業務活動之淨現金流入(流出-)	7,828,843	(71,295,952)	(79,124,795)	(1,010.68)
投資活動之現金流量				
固定資產(增加)減少	(2,287,400)	(1,976,975)	310,425	(13.57)
無形資產(增加)減少	(570,000)	-	570,000	(100.00)
其他資產(增加)減少	(14,756,001)	(18,318,180)	(3,562,179)	24.14
修繕工程(增加)減少	-	(532,434)	(532,434)	--
存出保證金減少(增加)	-	(304,558)	(304,558)	--
投資活動之淨現金流入(流出-)	(17,613,401)	(21,132,147)	(3,518,746)	19.98
融資活動之現金流量				
其他負債(減少)增加	10,137,273	15,225,558	5,088,285	50.19
存入保證金增加(減少)	-	1,844,326	1,844,326	--
融資活動之淨現金流入(流出-)	10,137,273	17,069,884	6,932,611	68.39
現金及約當現金之淨增(淨減-)	352,715	(75,358,215)	(75,710,930)	(21,465.19)
期初現金及約當現金	32,080,422	159,471,246	127,390,824	397.10
期末現金及約當現金	32,433,137	84,113,031	51,679,894	159.34

財團法人台北市文化基金會
淨值變動表

中華民國 106 年度

單位：新臺幣元

科目	本年度 期初餘額	本年度		本年度 期末餘額	說明
		增加	減少		
合計	101,388,889	1,510,290	-	102,899,179	本年度賸餘 1,510,290 元，主要係因銷貨收入、租金收入較預期增加所致。
基金	56,534,255	-	-	56,534,255	
創立基金	29,000,000	-	-	29,000,000	
捐贈基金	27,534,255	-	-	27,534,255	
其他基金	-	-	-	-	
公積	-	-	-	-	
特別公積	-	-	-	-	
累積餘絀	44,854,634	1,510,290	-	46,364,924	
累積餘絀	44,854,634	1,510,290	-	46,364,924	

財團法人台北市文化基金會

資產負債表

中華民國 106 年 12 月 31 日

單位：新臺幣元

科目	本年度決算數 (1)	上年度決算數 (2)	比較增減(-)	
			金額 (3)=(1)-(2)	% (4)=(3)/(2)*100
資產合計	193,558,471	253,528,382	(59,969,911)	(23.65)
資產	193,558,471	253,528,382	(59,969,911)	(23.65)
流動資產	101,170,541	175,115,327	(73,944,786)	(42.23)
現金	84,113,031	159,471,246	(75,358,215)	(47.26)
應收款項	14,806,365	11,557,420	3,248,945	28.11
應收票據淨額	42,000	0	42,000	--
應收帳款淨額	12,295,360	10,809,743	1,485,617	13.74
其他應收款	2,469,005	747,677	1,721,328	230.22
存貨	1,285,714	0	1,285,714	--
預付款項	892,061	3,929,853	(3,037,792)	(77.30)
短期墊款	73,370	156,808	(83,438)	(53.21)
固定資產	5,842,033	5,847,412	(5,379)	(0.09)
機械及設備	2,031,616	1,807,769	223,847	12.38
機械及設備	7,619,321	6,710,585	908,736	13.54
累計折舊－機械及設備	(5,587,705)	(4,902,816)	(684,889)	13.97
交通及運輸設備	86,545	40,698	45,847	112.65
交通及運輸設備	98,840	42,840	56,000	130.72
累計折舊－交通及運輸設備	(12,295)	(2,142)	(10,153)	474.00
什項設備	3,723,872	3,998,945	(275,073)	(6.88)
什項設備	5,822,366	4,810,127	1,012,239	21.04
累計折舊－什項設備	(2,098,494)	(811,182)	(1,287,312)	158.70
無形資產	865,857	1,005,636	(139,779)	(13.90)
無形資產	865,857	1,005,636	(139,779)	(13.90)
電腦軟體	865,857	1,005,636	(139,779)	(13.90)
其他資產	85,680,040	71,560,007	14,120,033	19.73
什項資產	85,680,040	71,560,007	14,120,033	19.73
存出保證金	762,568	458,010	304,558	66.50
暫付款	117,378	1,161,071	(1,043,693)	(89.89)
代管資產	24,590,952	9,365,394	15,225,558	162.57
代管資產	28,152,365	9,834,185	18,318,180	186.27
累計折舊－代管資產	(3,561,413)	(468,791)	(3,092,622)	659.70
修繕工程	3,674,887	4,041,277	(366,390)	(9.07)
受限制資產	56,534,255	56,534,255	0	0.00
負債及淨值合計	193,558,471	253,528,382	(59,969,911)	(23.65)
負債	90,659,292	152,139,493	(61,480,201)	(40.41)
流動負債	57,057,290	136,525,844	(79,468,554)	(58.21)
應付款項	39,207,476	121,505,676	(82,298,200)	(67.73)
應付帳款	22,875,592	30,725,669	(7,850,077)	(25.55)
其他應付款項	10,024,518	81,355,205	(71,330,687)	(87.68)
應付費用	6,286,988	9,396,470	(3,109,482)	(33.09)
代收款	20,378	28,332	(7,954)	(28.07)

預收款	17,849,814	15,020,168	2,829,646	18.84
預收收入	15,995,415	15,020,168	975,247	6.49
其他預收款	1,854,399	0	1,854,399	--
其他負債	33,602,002	15,613,649	17,988,353	115.21
什項負債	33,602,002	15,613,649	17,988,353	115.21
存入保證金	6,459,401	4,615,075	1,844,326	39.96
暫收款	2,551,649	1,633,180	918,469	56.24
應付代管資產	24,590,952	9,365,394	15,225,558	162.57
淨值	102,899,179	101,388,889	1,510,290	1.49
基金	56,534,255	56,534,255	0	0.00
創立基金	56,534,255	56,534,255	0	0.00
創立基金	56,534,255	56,534,255	0	0.00
累積餘絀	46,364,924	44,854,634	1,510,290	3.37
累積餘絀	46,364,924	44,854,634	1,510,290	3.37
累積餘絀	46,364,924	44,854,634	1,510,290	3.37

財團法人台北市文化基金會

收入明細表

中華民國 106 年度

單位：新臺幣元

科目	本年度 預算數 (1)	本年度 決算數 (2)	比較增減(-)		說明
			金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/ (1)*100	
收入	522,510,175	544,425,306	21,915,131	4.19	
業務收入	521,958,837	541,584,506	19,625,669	3.76	
銷貨收入	12,750,000	22,507,704	9,757,704	76.53	台北當代藝術館、松山園區之銷貨收入較預期增加。
受贈收入	12,522,294	12,099,168	(423,126)	(3.38)	採企業合作計畫或行銷合作方式配合，以致受贈收入未如預期。
政府補助基本營運收入	383,002,122	376,878,525	(6,123,597)	(1.60)	
政府補助基本營運收入	383,002,122	376,878,525	(6,123,597)	(1.60)	
政府補助基本營運收入-文化局	377,802,122	367,983,050	(9,819,072)	(2.60)	
政府補助基本營運收入-其他	5,200,000	8,895,475	3,695,475	71.07	獲文化部新增補助： 1.【光·合作用】展覽計畫 2.台北市博物館與地方文化館發展計畫 3.東京藝術節<距離計畫> 4. 2017 全國青少年電影種子培訓計畫活動
營運收入	44,314,388	49,216,915	4,902,527	11.06	爭取外部委託案： 1.辦理「Pulima 講堂」 2.辦理「多棲溫柔的產出三部曲」。 3.辦理「國際提案一對一工作坊」電影人才培訓計畫。 4.辦理新營文化中心演出活動。
租金收入	69,370,033	80,245,874	10,875,841	15.68	1.提供電影公園場地辦理大型活動。 2.2017 世大運使用松山園區場租及松菸倉

其他業務收入	-	636,320	636,320	--	庫區完成修繕後供長期展覽租用收入較預期增加。
業務外收入	551,338	2,840,800	2,289,462	415.26	1.松山園區廣告費及拍攝費收入。
財務收入	551,338	776,762	225,424	40.89	2.與教育部實驗教育推動中心合作製作實驗教育記錄短片。
其他業務外收入	-	2,064,038	2,064,038	--	存款孳息收入較預期增加
					1.兒藝節因貨運延遲抵台導致演出取消違約罰款。
					2.報名各項活動之保證金沒收收入等。
					3.紅樓創意市集預收款項逾請求權時效者轉列收入。

財團法人台北市文化基金會

支出明細表

中華民國 106 年度

單位：新臺幣元

科目	本年度預算 數 (1)	本年度決算 數 (2)	比較增減(-)		說明
			金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1) *100	
支出	521,793,935	542,915,016	21,121,081	4.05	
業務支出	521,793,935	542,909,776	21,115,841	4.05	
銷貨成本	7,920,000	17,511,207	9,591,207	121.10	台北當代藝術館、松山園區之銷貨收入較預期增加，銷貨成本相對增加。
銷貨成本	7,920,000	17,511,207	9,591,207	121.10	
人事費用	173,511,941	167,705,122	(5,806,819)	(3.35)	
薪資	150,183,981	145,649,117	(4,534,864)	(3.02)	
退休金	8,131,818	7,483,047	(648,771)	(7.98)	
保險	15,196,142	14,572,958	(623,184)	(4.10)	
管理費用	107,941,874	99,992,868	(7,949,006)	(7.36)	
租金支出	5,020,839	3,899,162	(1,121,677)	(22.34)	
文具印刷	2,440,964	1,755,046	(685,918)	(28.10)	
旅費	1,147,300	741,917	(405,383)	(35.33)	
交通費	1,102,500	706,827	(395,673)	(35.89)	
國內差旅	44,800	35,090	(9,710)	(21.67)	
運費	596,100	721,408	125,308	21.02	
郵電費	2,429,699	1,373,096	(1,056,603)	(43.49)	
修繕費	6,049,326	8,489,394	2,440,068	40.34	
水電瓦斯費	19,667,737	18,381,532	(1,286,205)	(6.54)	
保險費	3,260,686	2,246,737	(1,013,949)	(31.10)	
交際費	-	330,351	330,351	--	
稅捐	909,759	240,621	(669,138)	(73.55)	
呆帳損失	-	139,831	139,831	--	
折舊	2,504,043	3,682,266	1,178,223	47.05	
各項攤提	294,000	139,779	(154,221)	(52.46)	
職工福利	430,000	801,588	371,588	86.42	
訓練費	2,328,400	366,775	(1,961,625)	(84.25)	
書報雜誌	37,600	91,357	53,757	142.97	
誤餐費	398,386	430,250	31,864	8.00	
勞務費	2,053,150	3,191,380	1,138,230	55.44	
清潔費	15,577,921	15,739,633	161,712	1.04	

保全費	24,293,031	20,737,236	(3,555,795)	(14.64)	
保養費	8,125,643	7,467,865	(657,778)	(8.10)	
園藝費	3,052,460	3,153,308	100,848	3.30	
消防安全	-	162,488	162,488	--	
雜項購置	3,465,280	1,614,630	(1,850,650)	(53.41)	
手續費支出	43,636	33,765	(9,871)	(22.62)	
其他費用	3,815,914	4,061,453	245,539	6.43	
業務費用	232,420,120	257,700,579	25,280,459	10.88	1.臺北表演藝術中心及新北投車站計畫部分上年度預算保留至本期執行。
租金支出	23,730,408	26,020,793	2,290,385	9.65	2.辦理文化部新增補助計畫。
文具印刷	13,773,850	13,345,377	(428,473)	(3.11)	3.辦理外部委託案。
旅費	7,783,940	7,262,979	(520,961)	(6.69)	
交通費	658,856	1,404,743	745,887	113.21	
國內差旅費	280,700	98,402	(182,298)	(64.94)	
國外差旅費	6,844,384	5,759,834	(1,084,550)	(15.85)	
運費	4,976,820	4,603,375	(373,445)	(7.50)	
郵電費	413,528	634,080	220,552	53.33	
修繕費	5,473,590	6,013,533	539,943	9.86	
廣告費	11,437,240	14,589,117	3,151,877	27.56	
水電瓦斯費	370,440	62,575	(307,865)	(83.11)	
保險費	1,086,377	1,049,474	(36,903)	(3.40)	
交際費	-	324,231	324,231	--	
稅捐	-	13,271	13,271	--	
折舊	2,600,000	2,291,534	(308,466)	(11.86)	
訓練費	386,000	4,200	(381,800)	(98.91)	
書報雜誌	-	2,818	2,818	--	
誤餐費	824,832	2,131,272	1,306,440	158.39	
計時人員	13,721,289	19,215,031	5,493,742	40.04	
勞務費	43,050,648	76,414,643	33,363,995	77.50	
清潔費	1,549,200	692,674	(856,526)	(55.29)	
保全費	34,020	173,920	139,900	411.23	
保養費	152,500	197,300	44,800	29.38	
版權費	2,957,000	2,038,700	(918,300)	(31.06)	
製作費	62,359,139	46,301,187	(16,057,952)	(25.75)	
材料費	4,956,640	2,842,857	(2,113,783)	(42.65)	
雜項購置	2,303,900	1,890,608	(413,292)	(17.94)	
手續費支出	81,600	754,313	672,713	824.40	
獎補助金支出	10,948,000	8,718,420	(2,229,580)	(20.37)	
其他費用	17,449,159	20,112,297	2,663,138	15.26	
業務外支出	-	5,240	5,240	--	
財務費用	-	5,036	5,036	--	
外幣兌換損失	-	5,036	5,036	--	
其他業務外支出	-	204	204	--	
其他支出	-	204	204	--	

財團法人台北市文化基金會

固定資產投資明細表

中華民國 106 年度

單位：新臺幣元

項 目	本年度 預算數 (1)	本年度 決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
合計	17,613,401	20,827,589	3,214,188	18.24	
固定資產	2,287,400	1,976,975	(310,425)	13.57	
機械及設備	714,200	908,736	194,536	27.24	電腦設備汰舊換新。
什項設備	1,573,200	1,068,239	(504,961)	(32.10)	
運輸設備	-	56,000	56,000	--	
什項設備	1,573,200	1,012,239	(560,961)	(35.66)	1.新北投購置冷氣 2.松菸小賣所 POS 機、戶外立 座、投影機等。
無形資產	570,000	-	(570,000)	(100.00)	
無形資產	570,000	-	(570,000)	(100.00)	
其他資產	14,756,001	18,850,614	4,094,613	27.74	
代管資產	14,756,001	18,318,180	3,562,179	25.12	1.臺北試演場排練 場大電改善、燈光 懸吊改善、控制區 工作平台等工程 2.偶戲館空間整修 3.辦學部二期校舍 工程 4.藝術村修繕工程 5.新北投開辦設備 整修工程
修繕工程	-	532,434	532,434	--	辦學部二期校舍 整修工程

財團法人台北市文化基金會
基金數額增減變動表

中華民國 106 年度

單位：新臺幣元

捐助者	創立時原始 捐助基金金 額	本年度期 初基金金 額 (1)	本年度基 金增減(-) 金額 (2)	本年度期末 基金金額 (3)=(1)+(2)	捐助基金比率%		說 明
					創立時原 始捐助基 金金額占 其總額比 率	本年度期 末基金金 額占其總 額占比率	
合 計	29,000,000	56,534,255		56,534,255	100.00	100.00	
政府捐助小計	29,000,000	29,000,000		29,000,000	100.00	51.30	
一、臺北市政府	29,000,000	29,000,000		29,000,000			財團法人石鳳翔 基金會解散捐贈 臺北市政府 4,000,000 元
臺北市教育局	25,000,000	25,000,000		25,000,000			
臺北市政府	4,000,000	4,000,000		4,000,000			
二、中央及本市以外其他地方政府	-	-		-	-	-	
三、其他							
民間捐助小計		27,534,255		27,534,255		48.70	
一、其他團體機構		23,796,555		23,796,555		42.09	
新光人壽保險股份有限公司		1,000,000		1,000,000			
台灣聯誼有限公司		100,000		100,000			
嘉華教育基金會		5,000		5,000			
財團法人北市福州同鄉會獎助學基金會		1,000		1,000			
財團法人劉羅柳氏獎學基金會		5,000		5,000			
財團法人中美文化學術服務基金會		10,000		10,000			
行天宮管理委員會		3,000		3,000			
幸安國小		62,877		62,877			
碧湖國小		500		500			
溪口國小		3,000		3,000			
慧海佛教文教基金會		10,000		10,000			
景文工商		100,000		100,000			
木柵高工		50		50			
松山工農		1,320		1,320			
開南商工		1,860		1,860			
南港高工		7,948		7,948			
中華民國水墨藝術學會		100,000		100,000			
景興國中		10,000		10,000			
台北市瑠公農田水利會		2,000,000		2,000,000			
國泰人壽保險公司		375,000		375,000			
廖繼春紀念獎助金捐款		20,000,000		20,000,000			
二、個人		3,737,700		3,737,700		6.61	
詹舜堂、詹舜翔先生		600		600			
台北市第一女子高級中學學生義賣		150,000		150,000			
莊如冠女士		10,000		10,000			
我們的雜誌社		5,000		5,000			
松山國小崔校長等六人		4,000		4,000			
連勝彥先生		5,000		5,000			
尹文異先生		1,000		1,000			
李棟樑先生		50,000		50,000			
翁國維先生		1,000		1,000			
長安國中家長會楊明哲先生		5,000		5,000			
劉清文先生		5,000		5,000			
林猷唐先生		500		500			
李宗永先生		400		400			
陳吉慶、陳吉貴先生(社會局轉撥)		2,000,000		2,000,000			
陳吉慶、陳吉貴先生(社會局轉撥)		1,500,000		1,500,000			
無名氏		200		200			

財團法人台北市文化基金會
員工人數彙計表

中華民國 106 年度

單位：人

職類(稱)	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-) (3)=(2)-(1)	說明
合計				
正式聘雇人員	243 人	223 人	(20)	1. 西門紅樓八角樓整修工程自 105 年 8 月開工，因遮蔽設施等情形，延至 107 年 3 月整修完成啟用。整修期間視業務需求調配人力遇缺不補。 2. 徵聘等待期和未達年度滿聘。 3. 視營運情形撙節人力。
短期聘雇人員	197 人/月	205 人/月	8 人/月	

財團法人台北市文化基金會

用人費用彙計表

中華民國 106 年度

單位：新臺幣元

科目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-) (3)=(2)-(1)	說明
合計	173,511,941	167,705,122	(5,806,819)	
薪資	150,183,981	145,649,117	(4,534,864)	
退休金	8,131,818	7,483,047	(648,771)	
保險	15,196,142	14,572,958	(623,184)	