

中華民國 107 年度

(自 107 年 1 月 1 日起至 107 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 107 年 度

一、總說明.....	1- 117 頁
二、主要表	
(一)收支營運決算表.....	118 頁
(二)現金流量決算表.....	119 頁
(三)淨值變動表.....	120 頁
(四)資產負債表.....	121-122 頁
三、明細表	
(一)收入明細表.....	123-124 頁
(二)支出明細表.....	125-126 頁
(三)固定資產投資明細表.....	127-128 頁
(四)轉投資及其盈虧明細表.....	-
(五)基金數額增減變動表.....	129 頁
四、參考表	
(一)員工人數彙計表.....	130 頁
(二)用人費用彙計表	131 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 107 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部門，分別為：

- (一)視覺藝術推廣群(營運臺北當代藝術館、台北國際藝術村及寶藏巖國際藝術村)
- (二)文化產業推廣群(營運松山文創園區、辦理文化創意產業活動及國際參展計畫、營運西門紅樓、電影主題公園及台北偶戲館)
- (三)影視產業推廣群(辦理影視協拍、人才培育與產業扶植相關業務、台北電影節及剝皮寮歷史街區西側經營管理)
- (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、台北當代藝術館經營管理及藝術推廣

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

有關展覽業務，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，更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 年度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。

有關於教育活動業務，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、導覽手冊以及當代館年報的編撰等，以及當代館官網的建構、智慧手機 App 的開發、Youtube 影音資料庫的製作和累積等，免費提供各界研究及教育之用。

(一) 策辦當代藝術展，連結在地與國際

當代館的藝術展覽，除常設性的公共藝術展，每年依不同空間和展覽屬性規劃：主題策劃展、室內實驗展、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

展覽名稱	展覽簡介
【晃 影—史帝夫·麥柯里個展】 策展人：陳昌仁 參展藝術家：史帝夫·麥柯里	本展以影像之取像(making picture)，成像(rendering image)及 in/印象(innervating impression) 三階段為軸，設計包含 12 件裝置藝術的展覽空間，探求、解答並提出更多攝影藝術與哲學問題。例如：攝影的本質是什麼？攝影藝術史的理論與實踐進程對當代創作的啟

	發為何？攝影藝術如何能提昇全民美感教育並培養創造力？期待「晃影」觀展後能顯其所以然，提高視覺思考及美感判斷力，那麼我們對影像藝術創新的展望就不僅始於漫遊。電影「迷魂記/Vertigo」中詹姆斯史都華搭訕金露華，約她一起漫無目的地晃晃，金回答：「一個人會去漫遊晃晃，兩個人一起就會去某個地方了 (One wanders, two are always going somewhere) 。」有麥柯里同行，我們會比較有方向感要往哪裡晃去晃來。	
【影像的謀反】 策展人：黃香凝 參展藝術家：許家維 Hsu Chia-Wei、艾薩克·朱利安 Isaac Julien、約翰·亞康法 John Akomfrah、吳燦政 Wu Tsan-Cheng、葉·芭塔娜 Yael Bartana	「影像的謀反」展覽是基於對現實的質疑與不滿，用詩性書寫介入現實，形成多重影像敘述。此種逆「反」，是對現今全球化社會的資本流動、人口遷移、宗教與國族強權等，權力結構之單向性、既定性的質疑與忤逆；並藉由詩性的連結與想像，讓影像的虛構成為一種政治干預的工具，將「過去的未來」被懸置、重整、並再次想像。 在創作手法上，不再如錄像藝術早先對敘事性的抵抗與挑戰，而是回到電影的拍攝手法中吸取經驗，進而擁抱敘事以處理當代社會性議題。然而單一線性敘事手法不足以表現當今社會多重權力交織下的心靈竄逃與複雜認同，藝術家開始使用多元的敘事方式，虛構與現實交錯的動態影像創作，讓虛構的情節不再只是為了讓事件更加生動，而是在「虛構」中重新攫奪強權把持的話語權，藉由「虛構」的政治性進行對現實的協商與奪取，也讓未來有了新的創造與開展的可能性。 「影像的謀反」的參展作品奠基於真實的空間、事件及文本，透過地方、歷史、文學、電影、傳說等多重援引指涉，以深思熟慮的影音佈署，嘗試連結更寬廣的時空脈絡，在虛構和非虛構的交互審視與合作中，進行現實的後設批判，並生產出新的現實。	
【華麗轉身—老靈魂的魅力重生】 參展藝術家：李冠然 Kenny Li、沙布喇·安德烈 Sabra·Andre（高勝忠）、林淑鈴 Shu-Ling Lin、范承宗 Cheng-Tsung Feng、康雅筑 Ya-Chu Kang、張美儀 Meiyi Cheung、張國威 Koyo William、陳宗萍 Tsun-Ping Chen、傅織女 Tricia Flanagan、舒米·如妮 Sumi Dongi、楊偉林 Yang, Wei Lin、嘎瑪魯岸 Kamaro'an、盧聲	當代藝術有一個任務，就是企圖跳脫過去藝術分類的方式，返回生活，回到藝術的原初，回到一切正在發生、形成，無法歸類和命名的本源，再重新出發，重新看這個世界。無論是傳統與現代、工藝與設計、純藝術與應用藝術之間，經過創作者的努力，打破疆界、去除分類之後，和平寧靜之際，新的作品，就是新時代的精神。在古早智慧的引導下，反身翻轉，代表新的開始以及未來的可能性，而結果是令人驚豔的。 時尚、生活美學、傳統技藝一向被斥為非藝術品，但近年來卻是歐美各大美術館展覽的新趨勢，這說明了觀念的流變以及當代手法的無限可能性。本展覽的藝術家或設計者、工藝師，在傳統與現代之間來來回回地省思與手作，在讚嘆與驚覺之中，整合新的知識，並且成為時代的象徵。	

前 Singchin Lo、賴純純 Jun T. Lai	本展覽所邀請的香港藝術家有張國威、張美儀、傅織女、李冠然、盧聲前。他們在玩一個懷舊的民間遊戲：他們回顧生活中的傳統老件，思考人生，並向老師傅學藝。老師傅不但成為他們創作上的繆思，更引導他們跳脫框架，重新審視自己，感受手作，感受自己。有些作品觀眾需要仔細觀察才會發現其中的細節，從而獲得一種「快樂的發現」，例如陶瓷、廢五金如何運用在時尚表現、陰陽五行元素俱全的衣服如何可能，同時觀眾也可以發現剪刀石頭布的遊戲在藝術中無所不在。	
【穿越—正義：科技@潛殖】 策展人：黃建宏 參展藝術家：卡戴·阿提亞 Kader Attia、白雙全 Pak Sheung Chuen、吳其育 Wu Chi-Yu、咸良娥 Ham Yang Ah、哈倫·法洛奇 Harun Farocki、致穎 Musquiqui Chihying & 格雷戈爾·卡斯帕 Gregor Kasper、徐坦 Xu Tan、張紋瑄 Chang Wen-Hsuan、陳界仁 Chen Chieh-Jen、黃以曦 Estella Huang、黃邦銓 Huang Pang-Chuan、黃漢明 Ming Wong	106 年是臺灣宣告解嚴的三十週年，然而當時那個解放時刻並非臺灣獨有，就地緣政治而言，無論是原屬自由主義陣營或是共產主義陣營的國家，都進行著民主化運動，另一方面就歷史縱深而言，以 2017-2019 三年來回溯，也是十月革命一百年、六八學運五十年、推倒柏林圍牆三十年；然而，八〇年代後期大量的「轉型正義」，似乎在二十多年後並沒能保障社會正義，意即社會價值的共享、平等與權力資源的公平分配都沒能獲得解決，以至於在這十幾年間出現大量「準無政府主義」的佔領運動。簡言之，全球的民主化與自由化牽動了所有社會中權力與貧富差距的懸殊。 這些層層包覆的懸殊差異，在全球結構和個人關係之間存在著不可見的明確關聯，可是怎麼面對這地理和歷史上都極為複雜的巨大跨度，似乎造成今天中間世代的尷尬處境以及年輕世代的困境，甚至社會創造力的大量開發與耗損。無疑地，今天大多將未來改變的可能投注到科技的創造力，然而，數位網路科技的發展與這發展牽動的生產關係，也同時帶給人們極大的不安，意即對人的「取代」。對此，藝術的創造力，特別是建立個人與世界之間新關係的想像，也就是「生態式個體」（eco-individual）的保存，將會是下一階段民主與科技發展中的核心需求。「穿越—正義：科技@潛殖」展覽就是為能藉由藝術家的相關創作來開啟我們對於穿越困境的想像，以及對於「正義經驗」的思考。	
【翻動 MICAWOR — 2018 PULIMA 藝術節】 策展人：那高·卜沌 Nakaw Putun 參展藝術家： 藝術獎展覽 Award Exhibition 共 21 組藝術家 國內外邀請展 Invited Exhibition：莉莎·瑞哈娜（Lisa Reihana）、林介文（Labay Eyoong）、撒古流	「Micawor 翻動」從充滿精神力的神話年代開始談起，試圖重新翻閱歷史的長河，瞭解原住民藝術如何承接歷史，直到突破歷史局限而取得獨立的場域，在時間和空間的翻動中，為未來的發展留下一絲線索。「Micawor 翻動」試圖揭示著時代的局變下，一股持續翻動的正向力量：社會的改革是為人類發展開闢新的途徑，而藝術在此刻洞察纖毫，探索著人類存在的意義，並為世界描繪全新的願景。 「翻動 MICAWOR—2018 PULIMA 藝術節」延伸出多項系列活動，並以原住民族跨國合作與連結為今年的重要目標；其中包含呈現今年 21 位獲選「Pulima 藝術獎」	

(Sakuliu) 明日藝術節：葛蘭達·尼珂斯 (Glenda Nicholls)、彼德·沃 波斯 - 克羅 (Peter Waples-Crowe)	作品展覽，並邀請第 20 屆「國家文藝獎」得主撒古流 (Sakuliu)、前二屆首獎得主林介文(Labay Eyong)，以 及紐西蘭毛利族藝術家莉莎·瑞哈娜(Lisa Reihana)共 同展出。同時今年特別規劃節中節，邀請墨爾本領先的 國際原住民當代藝術節慶「YIRRAMBOI 明日藝術節」 團隊參與演出。而國內的表演團隊布拉瑞揚舞團和 TAI 身體劇場也分別與紐西蘭毛利族編舞家摩斯·帕德森 (Moss Patteron)和澳洲第一民族編舞家卡莉·雪柏德 (Carly Sheppard)合作演出。此外，藝術節期間也規劃 舉辦「表演創作徵件競賽展演」，藉以拔擢優秀的表演 創作人才。
---	---

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。107 年度室內實驗展共展出 7 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。107 年度具體成果如下：

MOCA Studio 室內實驗展		
項次	展覽名稱	展覽簡介
(1)	【還原—土地之歌】	《還原—土地之歌》展覽邀請來自東臺灣的創作者王郁雯、伊命·瑪法琉、李翎、林琳、林瑞玉、劉曉蕙、饒愛琴及陳若軒的作品共同展出，以不同創作媒材及型態代替土地發聲：「我們有自然風，不要電風扇」、「盤子上的食物是水泥飛魚嗎？」、「後遺症出現了」、「狂舞吧，憂鬱！」、「土地如何劃分呢？」…他們透過談諧、反諷、自省或詩意的語彙來表達環境的現況、表達臺灣人對於環境現狀的不滿與隱憂，期待大家 可以試著聆聽大自然的聲音，並重新思考對於土地的使用，停止沒頭沒腦的開發。除了上述七位藝術家的作品外，攝影師陳若軒的作品，則忠實記錄與側寫了土地守護者們，在長期抗爭的過程中，露宿街頭，發出怒吼，臺灣各地的藝術家用行動支援他們，同時也表現藝術家、原住民對於人和自然的原始契約如此緊密，從遠古到現在一直在叮嚀：不要忘記！不要忘記！
(2)	【開房間計畫—腹語術】	「開房間計畫」乃河床劇團一系列針對單一觀眾量身打造的表演實驗，體現藝術本質之於表演、空間、觀眾的立體思維，並提供觀眾感官上零距離的親密互動，藉此打破觀眾與表演者

		之間的界限，進行一場只為「你」而做的演出。100 年首演曾獲第十屆台新藝術獎年度十大表演藝術的殊榮，102 年度起進行一系列結合展覽與演出、將現場表演帶入美術館的實驗，曾進駐臺北市立美術館、臺灣國立美術館及誠品畫廊，並陸續受邀至臺南老爺行旅、臺南藝術節及澳門 BOK Festival 演出。
(3)	【不只是歷史文件：港台錄像對話 1980-1990s】	1980 年代初期，錄像藝術在臺灣與香港同時崛起，藝術家不約而同地藉由即時、即拍即播的媒介表徵，積極介入社會議題。相較同期的港臺劇情片與紀錄片，此種結合創意與政治表態的錄像藝術作品形態在當時尚未引起廣泛關注，顯得弱勢而邊緣。回望 1980-1990 年代港臺錄像藝術，鑒於其歷史事件所展現的獨特感性與洞察力，為當前兩地與中國處於愈顯緊張與對立的政局，帶來重思歷史的契機。 作為政治批判與美學試驗的 1980-90s 港臺錄像藝術，面臨 30 年後歷史事件的完而未了，它不只是飽含現實意義的歷史文件，更是源起與當代的再次相遇，重啟互動與多元的跨地對話。
(4)	【島嶼的曾在- 雪克個展】	雪克在近年創作中挪用各種檔案文件作為敘事材料，試圖以電影書寫與敘事實驗的手段再現臺灣的歷史經驗。從定義歷史事實的國際條約到大眾流行音樂，對她來說，這些不同類型的檔案文件都同時擁有真實與虛構的性質，誘發敘事想像的興趣。 在重新組織、敘述這些過去事件與虛構文本的過程中，就像是觀察這座島嶼曾經的存在，參與我們未曾親身經歷過的歷史。那麼，應該要問的是這些過去的事件和我們的連結是什麼？它們是怎麼成為建構我們知識體系的基底？又如何影響現下時空的我們？
(5)	【遊歷 華安瑞個展】	德國藝術家華安瑞(Andreas Walther)二十年前來到臺灣，不但和此地深刻結緣，多次居留長住，並且也進行了多次的合作計畫。這次他在當代館的小型回顧展，由林志明擔任策展人，首度以小型回顧展的形式，匯集藝術家華安瑞二十年間遊走於德國及臺灣兩地的錄像及攝影創作，共計展出 21 件作品。
(6)	【Y 世代：人造知覺—詹嘉華個展】	詹嘉華曾獲「第七屆法國安互湖國際數位藝術節-視覺藝術類」首獎，為近年活躍於國內外的新媒體藝術家，本次共計展出 8 件(組)運用電子與數位媒材的科技作品，其中 6 組為今年首度發表的全新創作。

		展名中的「Y 世代」意指 1981-2000 年左右出生的人們，特徵是年幼時數位科技不普及，成年後週邊卻充斥著數位化與訊息化的生活環境。身處於這個時代中的藝術家詹嘉華，深感現代人真實身體感知被虛擬感知逐漸侵蝕的狀態，於是，以邁倫·克魯格(Myron W. Krueger)所提出的「人造現實」(Artificial reality) 為概念，推出這次個展《Y 世代：人造知覺》，探討人造虛擬物所構成的感知及真實性，發出「這樣的感知是否可以像虛擬世界般被快速刪除？」的提問，試圖釐清真實的身體感知與虛擬的人造知覺之間的界線。
(7)	【如果你希望我說些什麼 我會說我看見一幅影像—海希利西特個展】	來自德國的蕾貝卡·海希(Rebekka Reich)與馬可斯·利西特(Marcus Vila Richter)兩位藝術家，長期關注人類與居住生活空間議題。此次在歌德學院（臺北）德國文化中心的協助下，展出 2 件裝置作品融合跨國創作與在地的觀察經驗，透過攝影、影像、聲音、文字、製圖、繪畫、物件、訪談等多元的媒材和內容，逐一建構出海希利西特的跨國創作與在地觀察，展場中看似各自表述的藝術語彙，實則一針一線地編織出龐大且緊密的都市意象。

3. 當代影像聚場

當代影像聚場	
展覽名稱	展覽簡介
【幽浮一族－2018 MOCA 國際錄像藝術節】	「幽浮一族-2018 MOCA 國際錄像藝術節」為台北當代藝術館戶外電視牆 2018 年「當代影像聚場」的第一檔展覽，由法國策展人黑莉葛奈策畫，精選法國 OVNI 尼斯錄像藝術節邀展作品中最受歡迎的七件作品。 「Ovni」為法文「不明飛行物體」(objet volant non identifié)的簡寫，即人們所熟知的「幽浮」，泛指閃過天空的一抹奇光或謎樣漂浮體，是科學家也無法解釋的超自然現象。「幽浮一族」匯聚了來自法國、義大利、巴西、南非、韓國共 8 位藝術家，關注主題皆在於對身體、行為及手勢的研究探索；作品中以跳脫常規的行為表演或角色設定，藉由社群介入、符碼挪移、古今交疊等手法，探索二元對立之間的模糊地帶，從各式奇想中開發出特殊美感，同時也反映了日益多元發展的現代社會，必然經歷的融合或衝突過程。
【街頭故事：台灣訪談計畫】	「街頭故事：台灣訪談計畫」是一部隨機播放、非線性剪輯的紀錄片，交織了臺灣街頭勞動者的身影與訪談，並置生活環境與風景影像，讓人物心理質地與生命故事更增添色彩。拼貼的影像意圖創造一個液態肖像，呈現出人與地方的多層次面向與交織不清的關係。

	影片結構有如中日詩詞中的聯句與連歌，驅動觀者結合並重組訪談、風景、肖像等畫面，用蒙太奇的方式讓畫面間產生關連與交互關係。 最後，作品內容與影片架構也是一個工具，得以重新想像公共空間的電子螢幕與紀錄片之間，如何能更詩意地創造出一種新的敘事及當代電子藍圖。
【記憶的圖景】	丁建中作品《液態風景》以動力裝置環景掃描空間，將空間本身視為主體，捕捉其在光影間隙中的姿態與記憶。陳漢聲作品《稻別》則是回溯個人與家族間的情感片刻，透過農田與稻草人的意象，試圖呼應也呼喚曾在那片綠地。郭奕臣作品《序》藉由於海濱上一頁頁依次飄散的白紙，將消逝的時間感轉化為具體呈現，並抒發個人生命經驗裡的感傷與悼念。
【我要神、要詩、要危險、要自由、要良善、要罪惡】	展名取自於赫胥黎名著《美麗新世界》中，主角野人約翰從蠻荒保留區進入了文明世界後，瀕臨精神崩潰所發出的吶喊。身處不安定與焦慮的年代，七位藝術家分別針對不平等的社會支配結構、現代人孤絕壓抑的心理狀態、以及對虛擬網路的依存慣性等等文明徵候，進行共同體察與各自回應，匯聚成了本展的核心議題。透過一系列視覺元素鮮明、敘事風格迥異的錄像作品，除了關注廣義的時間命題、歷史與記憶的堆疊，同時聚焦在生命與道德其短暫、脆弱的本質，並對日漸標準化的當代生活提出質疑，同時嘗試探討人類自訂的「遊戲規則」與真實世界的連結與意義。
【2018 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 2011 年創辦至今已邁入第八屆，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。而台北當代藝術館於 2013 年起也加入了合作串聯計劃，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，並於展期間分為兩階段式影片放映，第一階段規劃為「國際觀摩片週」；第二階段則放映本屆「入圍競賽影片」
【誰在唱歌？】	「是誰在唱歌？」展覽邀請了四位藝術家，跳脫 MV 炫麗吸睛的商業風格，及伴唱帶的影像風情營造，重新探索歌唱的行為與影像展演的生成意義。余政達的《歌唱練習：日文歌》討論日本文化移植到臺灣後，意義已然喪失，僅剩聲音符號依舊被傳唱；葉覓覓的《南無撿破爛菩薩》以平實幽默的影像風格與素人演員呈現庶民精神；陳含瑜的《印尼 Sungai Duri 卡拉 OK 記憶計畫》則是紀錄友人阿琴在臺及印尼家鄉親友的生活影像，用影像及歌唱串起漂泊的生命；Sputniko! 的《月經體驗機》以 MV 影像風格探討女性生理與科學禁忌。

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
【星球製造所】	這是一場「五感藝術體驗計畫」，結合了劇場的部分元素，也包含與參與者心靈交流、料理品味，與類似互動體驗的工作坊形式。而五感的藝術體驗，便是藉由不同的身體感官經驗，包含空間環境設計、氣味、燈光與音樂呈現，從視覺、嗅覺、聽覺引導參與者進入想像的星際旅程，了解並品味擁有自己特質的星球料理，透過生命經驗的交流，與藝術家一同完成結合個人生命故事與夢想的食物攝影作品，體驗一場全面且獨有的感官經驗。
【低限命題・感性空間——東和鋼鐵 國際藝術家駐廠創作展】	本次展覽邀請到 2017 年參與「東和鋼鐵國際藝術家駐廠創作計畫」兩位藝術家——臺灣藝術家李再鈺及日本藝術家湯原和夫於當代館廣場展出駐廠期間的創作。兩位藝術家，透過自身東方文化養成，創造出與西方思想脈絡不同的創作，反映東方形上哲學的極簡雕塑，以簡單造型詮釋自身文化，本次創作的作品亦回歸到「鋼鐵材料」的本質，巧妙運用廢鋼材料、將加工降至最低限，反思作品與周遭環境之間的關係。
【越界】	「塗鴉」過去被視為一種具有爭議性，且與主流背道而馳的藝術形式，因其創作過程時常遊走於法律邊緣，也為作品增添不少叛逆又神秘的色彩。近年來隨著社會大眾對於「街頭塗鴉」的關注逐漸提升，且藝術創作類型亦趨多元化，各種跨領域合作的藝術展演活動，開始邀請塗鴉創作者進入大型藝術場域及展演空間。這讓塗鴉不再只是地下化或躲在陰暗角落的創作，而是逐漸走向當代藝術的範疇，同時也象徵著塗鴉即將邁開步伐，開始「越界」。
【激情與空無——阿里巴魯・圖魯荷達個展】	「激情與空無」集結了多件平面繪畫與小型雕塑，藉以探尋個人在感性能量及理性規則的彼此碰撞、拉扯之下，所激發的創作靈感與才能。然而當此種才能成為規則下的產物時，也往往是一種限制，因此藝術家認為，如何透過個人直覺去突破路徑的過程，正如同經歷源自古希臘神話中的「迷宮（Labyrinth）」，看似層疊交錯，卻有著絕對的出口，而作品，則是在迷途中的探索與思考、感知與理智交融之下的情感表達及呈現。

(2)街大歡囍/館校合作/館外專案

展覽名稱	展覽簡介
2018 街大歡囍—日常無感指南	本年度的「街大歡囍」街區藝術計畫，作品包含館校合作成果展，結合了當代人們「無感」的日常生活、指南的「路徑」與藝術「導覽」形式與內涵，希望透過作品的指引與顯像，將社會日常中隱而不顯的紛雜現象重新辨識指認，反饋至每一個生活其中的人。
「視覺—身體—世界的互換體系」行為藝術八個展	台北當代藝術館本次在臺北世貿一館展出，由黃明川電影工作室所記錄的三位藝術家：李銘盛、楊金池、許淑真，以及瓦旦・塢瑪、阿道・巴辣夫・冉而山、旅居德國的中國藝術家段英梅、蔡青，以及洄瀾國際表演創作營。用影像記錄方式展

	出。本館在不代理藝術家，純粹只是展覽的前提下，邀請行為藝術家作品展出，主要表現當代藝術極少數藝術家從事卻很珍貴的一種藝術類型，同時也與其他具有商業機制的參與單位一起探討行為藝術收藏的方法，並且要不斷地彰顯行為藝術家們的創作生命。
【VR 變形記---虛擬實境體驗裝置】	「格里高·薩曼某日早晨從令他不舒服的夢中醒來，發現在床上的自己已變成巨大的昆蟲。」這部二十世紀最為人熟知的中篇小說—弗蘭茨·卡夫卡的《變形記》由此開始。本次在台北當代藝術館展出、由台北歌德學院策劃的虛擬體驗裝置「VR 變形記」，藉由現代虛擬實境技術，讓觀眾在依循小說打造的房間中，化身成故事中的巨大昆蟲。

(二) 著重藝術教育，提供多元性藝術課程

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

107 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「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

107 年度共舉辦了 543 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. 春之當代夜

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，四場講座共 591 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

台北當代藝術館的好玩藝教室經營多年，仍不斷推陳出新。107 年度，除接受度較高且已累積一定口碑之課程，如「提姆小學堂」之外，仍持續求新求變，配合本館主展覽積極開發具原創性與實驗性之課程，將藝術多元的樣貌，透過授課藝術家的引導，激發民眾更多的思考與創意。107 年度共開設 28 堂課程，參與人數共計 535 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。107 年度在空間規畫上，擬打造一個親子的立方體空間，利用木作將牆面、桌面與地面進行設計與包覆，再以黑板漆粉刷設計大面積的塗鴉區域，透過空間視覺的營造，由親子觀眾擔任藝術家的角色，運用粉筆進行彩繪，激發兒童對於藝術的喜愛與想像。107 年度小玩藝累計參與人次共 5,454 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。107 年度與建成國中合作教案「光與影的科幻劇場」，係由發光盒、光影舞臺與投影角色結合而成的動態光影裝置，以作品賞析、技術介紹與實際操作同步進行。除了在 4 月 8 日建成國中校慶於西側古蹟兩間教室內協助規畫成果展之外，並在【街大歡喜】展覽期間於西側古蹟教室參與展出，為建成師生及家長、社區居民及觀眾帶來多面向的藝術體驗。

6. 假日廣場活動

107 年度一共舉辦 7 場廣場活動，參與人數共計 2 萬 821 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) 帶動社區藝術美學，打造無牆美術館

【街大歡喜】社區藝術節活動，深耕與社區里民的關係，當代館自民國 101 年開啟「街大歡喜」街區藝術專案，藉由藝術展演實驗日常生活與當代藝術碰撞激盪的各種可能。

107 年度「街大歡喜」街區藝術計畫，將當代人們「無感」的日常生活、指南的「路徑」與藝術「導覽」形式與內涵，希望透過作品的指引與顯像，將社會日常中隱而不顯的紛雜現象重新辨識指認，並迴向至每一個生活其中的人。藉由藝術計畫與日常生活的疊合，讓人們重新看見生活中微小改變所引發的蝴蝶效應、聆聽同溫層外異質群體間的意見與討論、感知自我利益以外的公眾價值，進而關切整體社會的權益並參與實踐社會的改變。

(四) 強化網路行銷及數位傳播，推動當代藝術發展

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

1. 當代館官網臉書：即時發表當代館最新資訊，107 年度 Facebook 的粉絲數突破 30.6 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 107 年底累積瀏覽人次已超過 874 萬 9,311 人次。
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 923 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 112 萬 3,953 人次，平均每部影片約有 1,217 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。

(五) 107 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
主展場+實驗展場	主展場「台北美術獎」+實驗展場「表象之城—賈科莫·札加內利個展」+「地下人」	1/1(一)-2/4(日) (展期從 106/11/23(一)至 107/2/4(日))	22,309
	主展場「晃 影—史帝夫·麥柯里個展」+「影像的謀反」+實驗展場「還原土地之歌」+「開房間計劃：腹語術」+「不只是歷史文件：港台錄像對話 1980-90s」+「星球製造所」	2/5(一)-5/6(日)	82,609
	主展場「華麗轉身—老靈魂的魅力重生」+實驗展場「不只是歷史文件：港台錄像對話 1980-90s」	5/7(一)-7/22(日)	54,685
	主展場「穿越—正義：科技@潛殖」+實驗展場「島嶼的曾在—雪克個展」+「遊歷 德國與臺灣 20 年之間的藝術創作—華安瑞個展」+「Y 世代：人造知覺—詹嘉華個展」	7/23(一)-10/21(日)	57,907
	主展場「翻動 MICAWOR — 2018 PULIMA 藝術節」+實驗展場「Y 世代：人造知覺—詹嘉華個展」+「如果你希望我說些什麼 我會說我看見一幅影像—海希利西特個展」	10/22(一)-12/31(一) (展期至 108/01/13(日))	49,615
累計參觀人次(107 年度)			267,125

二、「台北國際藝術村 | 寶藏巖國際藝術村」經營管理及藝術推廣

(一)辦理目的

台北國際藝術村做為台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。

台北市文化基金會（以下簡稱本會）自民國 93 年起管理「台北國際藝術村 Taipei Artist Village」，至 99 年接辦「寶藏巖國際藝術村 Treasure Hill Artist Village」，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)場地空間使用規劃

台北國際藝術村共有 12 間藝術家工作室，除了提供給國際進駐計畫之外，也保留給臨時需要使用工作室的各類型藝文工作者。凡是符合文史哲藝身分者，皆可申請租用，107 年度住房率為 77.47%。

寶藏巖目前有室外場地 10 個、室內場地 13 間、藝術家工作室 18 間、微聚工作室 15 間。而室內場地以藝術家使用為多，不論是駐村藝術家、微聚藝術家或是各界想辦理藝文活動者均可申請場地進行各類型展演活動，因此室內場地皆計入場地使用數統計。而邊境 52 號 2 樓以內部使用為主，對外租借為輔。寶藏巖的場地使用率為 64.03%。

寶藏巖共有 18 間藝術家工作室，除提供給臺北藝術進駐計畫藝術家住宿之外，並訂有文史哲藝人士住宿規定供需要工作室住宿的各類型藝文工作者。凡是符合文史哲藝身分者，皆可申請住房租借。寶藏巖的住房率為 76.63%。

場地 使用	年度 比例	台北國際藝術村			寶藏巖國際藝術村		
		105 年	106 年	107 年	105 年	106 年	107 年
	住房	70.62%	72.1%	77.47%	75.26%	73.03%	76.63%
	場地	67.49%	65.07%	66.9%	43.42%	50.41%	64.03%

本部對於兩村場地之管理，在有限的資源下，將兩村的場地做規劃使用，為使場地之使用率能更加提升，除不斷的產生活動，製造參觀者對兩藝術村的存在印象，107 年度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。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。

在場地及住房的使用率上，台北國際藝術村的場地使用超過六成，依據長期統計資料顯示台北國際藝術村在場地使用及住房使用的計算上達到穩定一致。而寶藏巖國際藝術村的部分，107 年度場地率增加原因為本年度駐村藝術家發表總人數較多(含台北國際藝術村)、本年度光節藝術家提早進場佈展。

(三)組織與人員

1.人事組織

藝術村編制正職 21 人，另會計 1 人由管理部派任，共 22 人。實際聘用員額為 21 人，含藝術村員額 20 人，管理部會計 1 人，另一員待聘。

2.志工管理計畫

藝術村的志工共有兩種類型，一種是常態性志工，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。常態志工共有 13 位，12 位在寶藏巖值勤、1 位在長期台北藝術村服務。活動志工招募 82 位，共同參與各項活動及相關業務。

培訓課程的內容以行政工作、外賓接待、參訪導覽、展演活動、藝術家進駐接待各項實務工作為主，也結合「接待服務演練」與「參訪導覽實習」等漸進式訓練，將當代藝術知識及藝術村服務內容結合，培養專業服務態度，提供臺北藝術進駐藝術觀光服務。

(四)計畫執行內容

1.增建或設備更新計畫

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

網路系統及資源，已為現行各項業務及溝通之主軸工作，藝術村做為藝術界之重要連結平臺，應為駐村藝術家及民眾設置完整，本年度完成台北國際藝術村及寶藏巖國際藝術村園區無線網路無縫上網工程，提供駐村藝術家暢通的傳輸管道，強化各工作室、展間網路暢通，使藝術創作在效能及新穎的環

境下，無界限能發揚。

(1)展廳整修工程

台北國際藝術村	寶藏巖國際藝術村
百里廳白蟻侵蝕牆面整修(107/10)	59 弄 2 號防空洞出口改善 (107/9)
4 樓戶外平臺整修工程 (107/6)	柑仔店供餐食堂建置(107/6-9)
遊藝廳維護工程(107/12)	家庭電影院平臺塌陷修繕(107/10)
幽竹廳音響系統維護(107/7)	寶藏巖建置(107/5)

(2)藝術家住房及接待室整修計畫

台北國際藝術村	寶藏巖國際藝術村
駐村工作室整修(107/7) 301.302.303 401.402.403	藝術家工作室維護整修(107/9-11) 37 弄 8 號、59 弄 5 號 301.401 微型群聚維護整修(107/10-11) 51 弄 5 號 301.401、67 號.69 號
空調管線維護 (107/11)	空間冷氣汰舊換新 (107/9)

(3)公共空間整修工程

台北國際藝術村	寶藏巖國際藝術村
戶外空間修繕工程(107/ 5)	垃圾場格柵網安裝 (107/10)
住房區牆面粉刷工程 (107/5)	廢墟花園磚牆倒塌整修 (107/10)
幽竹小院車道地磚維護(107/11)	園區磚牆道路修補 (107/12)
服務臺與茶水間飲水機安裝(107/5)	邊境廣場磚牆補強 (107/11)
哺集乳室冰箱購置(107/10)	辦公室電腦購置 (107/12)

(4)設施形象管理維護計畫檢討

107 年度台北國際藝術村接續上年度的住房設施改善計畫，將 3 樓與 4 樓的 6 間住房進行裝修，完成了所有住房空間的改善工程。同時也進行了公共區域如幽竹小院的地磚維護、外牆粉刷等，將藝術家的進駐與活動空間做了完整的維護保養。

為了提供民眾參與展演活動時有更好的參觀體驗，台北國際藝術村於 107 年度起開始提升展演空間的服務功能與使用設施，包含裝設公共區域的飲水機供民眾使用、汰換增設了哺集乳室的專用設備，並改善百里廳、遊藝廳與幽竹廳的展間影音器材及白板布幕等，同時也積極探討 1 樓展演空間整合與動線優化的可能，期待能規畫出更好的展覽空間與參觀動線，讓台北國際藝術村的藝術計畫能有更完善的呈現。

107 年度寶藏巖國際藝術村完成了園區空間規劃如倉儲調整計畫、柑仔店供餐食堂建置，並延續上年度藝術家住房改善計畫，進行 2 間住房的裝修整理，並加設了所有藝術家住房的無線網路設施，同時配合新微型群聚單位進駐計畫，完成 2 間工作室修繕工程。在公共區域部分，除了進行木樓梯道路年度保養、平臺花園損壞修繕等，也辦理了第一階段的園區邊坡自動化監測系統，針對園區邊坡區域進行加強觀測，以做到園區安全上的管

控。

為了完善建置寶藏巖國際藝術村空間資訊，以做為未來營運發展與空間規劃使用，107 年度也完成了園區室內空間測量繪製及青年會所因應計畫的申請，建立了室內空間的坪數資料，並持續規劃戶外空間場地測量與園區範圍的因應計畫申請，期待能逐項逐步建立起寶藏巖的完整空間資訊。

(5)財產盤點與報廢

本部自營運以來，依內部稽核精神固定盤點，例年配合各單位盤查財產及物品，截至 107 年度為止完成台北國際藝術村及寶藏巖國際藝術村初盤及複盤。台北國際藝術村財產、物品報廢一次及寶藏巖國際藝術村財產、物品報廢二次，指部分已老舊不堪使用或毀損無法修復使用，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運用及更新。

2.展示演出執行情形

(1)常態性活動

A.全球藝術進駐徵選 (open call)

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」，臺北藝術進駐遴選出 107 年度國內外藝術家進駐台北及寶藏巖，本國人士進駐共計 5 名、國際徵件來訪共計 22 名，以及國內藝文單位來訪 1 名。

期程	編號	藝術家	媒材	進駐類型	國籍	進駐地點
第一季 1/8(一)-3/30(五)	1	Anna Fabricius	攝影	國際徵件	匈牙利	台北 國際 藝術 村
	2	Amy and Oliver Thomas - Irvine	視覺藝術	國際徵件	英國	
	3	Yotaro Niwa	視覺藝術	國際徵件	日本	
	4	黃至正	視覺藝術	本國進駐	臺灣	
	5	Nicolas Havette	攝影/策展	國內藝文單位來訪(蕭瓏)	法國	
	6	Julien Coignet	視覺藝術	國際徵件	法國	寶藏 巖國 際藝 術村
	7	Sophia Wang	舞蹈	國際徵件	美國	
	8	Justin Tyler Tate	跨領域	國際徵件	加拿大	
	9	Liam Morgan	視覺藝術	國際徵件	加拿大	

	10	公休劇場	戲劇	本國進駐	臺灣	
	11	周靈芝	視覺藝術	本國進駐	臺灣	
	12	Takuya Yamashita	視覺藝術/裝置	交流機構來訪	日本	
	13	Krystina Kaza	視覺藝術/裝置	交流機構來訪	紐西蘭	
第二季 4/9(一)-6/29(五)	14	Takehiro Iikawa	裝置/錄像	國際徵件	日本	台北 國際 藝術 村
	15	Milad Mozari & Mitsuo Salmon	跨領域	國際徵件	美國	
	16	黃至正	視覺藝術	本國進駐	臺灣	
	17	Qenji Yoshida	跨領域	國際徵件	日本	
	18	Lee Cheuk Wun 李卓媛	視覺藝術	國際徵件	香港	寶藏 巖國 際藝 術村
	19	John Mahon	音樂/聲音	國際徵件	愛爾蘭	
	20	公休劇場	戲劇	本國進駐	臺灣	
	21	周靈芝	視覺藝術	本國進駐	臺灣	
	22	Wang Xu & Ali Van	跨領域	交流機構來訪	美國	
	23	Sirapat Deesawadee	裝置	交流機構來訪	泰國	
第三季 7/9(一)-9/28(五)	24	Kentaro Taki	電影/錄像	國際徵件	日本	寶藏 巖國 際藝 術村
	25	Kwon kyunghwan 權慇煥	視覺藝術	國際徵件	韓國	
	26	YUKAWA NAKAYASU	視覺藝術	國際徵件	臺灣	
	26	Jan Lütjohann & Henna Julia	視覺藝術	國際徵件	德國/芬蘭	
	27	Flaneur Magazine	跨領域	國際徵件	德國	
	28	Hiram Wong 黃凱馭	視覺藝術	國際徵件	香港	

	29	不廢跨村實驗室	跨領域	本國進駐	臺灣	
	30	Tiffany Singh	視覺藝術	交流機構來訪	紐西蘭	
	31	Kim Soonim	視覺藝術	交流機構來訪	韓國	
	32	Patrik Thomas	錄像	交流機構來訪	德國	
	33	Heo Suyoung	繪畫	交流機構來訪	韓國	
	34	姚柱東	繪畫	交流機構來訪	香港	
第四季 10/8(一)-12/28(五))	35	Simone Wierød & Tim Panduro	舞蹈	國際徵件	丹麥	台北 國際 藝術 村
	36	施昀佑	跨領域	本國進駐	臺灣	
	37	Nupur Mathur & Hyojin Yoo	跨領域	國際徵件	韓國	
	38	Marcel Reyes-Cortez	跨領域	國際徵件	英國	寶藏 巖 國際 藝術 村
	39	不廢跨村實驗室	跨領域	本國進駐	臺灣	
	40	Deema Shahin	視覺藝術	國際徵件	約旦	
	41	Moon Yumi	表演	交流機構來訪	韓國	
	42	Megumi Mochizuki	視覺藝術	交流機構來訪	日本	
	43	Yusuke Takeda	跨領域	交流機構來訪	日本	
	44	Anthony Chin	視覺藝術	交流機構來訪	新加坡	
	45	Will Pham	錄像/表演	交流機構來訪	英國	

B. 國際進駐交換計畫

除了固定的公開徵選，本部也積極與國外機構交流合作，以雙方提供相同條件為原則，促進國內藝術創作者的專業生涯發展、國際交流經驗，提升臺北市的國際競爭力。107 年持續與下列 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。

107 年度國外交流機構來訪共計 15 名、本國人才出訪 14 名。

出訪藝術家	來訪藝術家	交流機構
王仲堃	Takuya Yamashita	日本 BankART1929

蘇郁心	Megumi Mochizuki	日本秋吉臺國際藝術村 AIAV
陳昱榮	Tiffany Singh	亞洲紐西蘭基金會 ANZF
余文瑛	Krystina Kaza	紐西蘭聯合理工大學 Unitec
陳向榮	2019 來訪	澳洲亞洲聯網 Asialink
李亦凡	Yusuke Takeda	日本 Tokyo Arts and Space
吳秉聖	Kim Soonim	韓國 Openspace bae
劉致宏	Patrik Thomas	德國慕尼黑市交流計畫
吳其育	Anthony Chin	新加坡 Grey Projects
康雅筑	Will Pham	英國曼徹斯特華人當代藝術中心 CFCCA
羅智信	HEO Suyoung	韓國 MMCA Goyang
無出訪	姚柱東	香港 Art Next Expo
紀柏豪	Wang Xu & Ali Van	美國 Practice
謝牧岐	Sirapat Deesawadee	泰國藝術大學 Silpakorn University
顏舒庭	Moon Yumi	韓國光州市立美術館 Gwangju Museum of Art

C.駐村藝術家接待

在藝術家遴選公告後，本部行政團隊即主動與藝術家接洽聯絡，確認進駐時程和駐村計畫等細節，以協助藝術家抵達後能盡快安頓，進行各自的計畫。藝術家抵達藝術村後，即參加一系列藝術村所安排的活動，包括藝術家歡迎會、與藝術顧問對談、週五漫談夜、開放工作室等。一方面是協助藝術家熟悉環境、尋找駐村資源和創作素材，一方面也是藉由數次的會面活動，讓藝術家彼此能有機會互動、交流。

在駐村期間，駐村藝術家可選擇在國藝村的百里廳、寶藏巖的十字藝廊、山城 53 號展間、防空洞、上光 9 號展間、上光 13 號展間、邊境 52 號展間、邊境 71 號展間等進行駐村成果發表。此外，本部也記錄了駐村藝術家在臺的創作過程，一方面作為藝術村的檔案記錄，另一方面也可提供駐村藝術家作為個人記錄之用。

D.週五漫談夜

107 年度總計接待 46 組來自世界各地的藝術家。為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，也提供大眾一個直接認識藝術家的管道，週五漫談夜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）連續兩個禮拜五晚上舉辦，讓駐村藝術家透過介紹、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，建立一個跨領域藝術創作對話的平臺。107 年度邀請兩村駐村藝術家進行藝術家座談由兩位獨立策展人李明學及羅仕東擔任分別擔任上半年的主持人角色，由兩位透過在臺灣藝文圈中的經驗與人

脈，促成與多位藝術家在駐村之外的國際合作機會。透過外部藝文機構之從業人員協助國外到訪之駐村藝術家更快融入臺灣藝文圈，能在為期不長的進駐期間，結識不同領域的專業人士，達到彼此交流與鏈結之可能性。

週五漫談夜舉辦場次一覽表

週五漫談夜 01 第一場 ● 日期／107.1.19(五) ● 時間／18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A ● 地點／台北國際藝術村，幽竹廳 ● 主持人／李明學 ● 與談人／Anna Fabricius、Amy and Oliver Thomas – Irvine、Yotaro Niwa、Nicolas Havette、Takuya Yamashita、Krystina Kaza、黃至正
週五漫談夜 01 第二場 ● 日期／107.1.26(五) ● 時間／18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A ● 地點／台北國際藝術村，幽竹廳 ● 主持人／李明學 ● 與談人／Julien Coignet、Sophia Wang、Justin Tyler Tate、Liam Morgan、公休劇場、周靈芝
週五漫談夜 02 第一場 ● 日期／107.4.20(五) ● 時間／18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A ● 地點／台北國際藝術村，幽竹廳 ● 主持人／李明學 ● 與談人／Takehiro Iikawa、Milad Mozari & Mitsu Salmon、Qenji Yoshida、黃至正、周靈芝
週五漫談夜 02 第二場 ● 日期／107.4.27(五) ● 時間／18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A ● 地點／台北國際藝術村，幽竹廳 ● 主持人／李明學 ● 與談人／Wang Xu & Ali Van、John Mahon、Sirapat Deesawadee、Lee Cheuk Wun 李卓媛、公休劇場
週五漫談夜 03 第一場 ● 日期／107.7.20(五) ● 時間／18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A ● 地點／台北國際藝術村，幽竹廳 ● 主持人／羅仕東 ● 與談人／Kentaro Taki、Kwon kyunghwan、姚柱東、YUKAWA-NAKAYASU、Tiffany Singh
週五漫談夜 03 第二場 ● 日期／107.7.27(五) ● 時間／18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A ● 地點／台北國際藝術村，幽竹廳 ● 主持人／羅仕東

● 與談人／Patrik Thomas、Jan Lütjohann & Henna Julia、Flaneur Magazine、Hiram Wong、不廢跨村實驗室
週五漫談夜 04 第一場 ● 日期／107.10.19(五) ● 時間／18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A ● 地點／台北國際藝術村，幽竹廳 ● 主持人：羅仕東 ● 與談人：Kim Soonim、Simone Wierød & Tim Panduro、Moon Yumi、Will Pham、Megumi Mochizuki、施昀佑
週五漫談夜 04 第二場 ● 日期／107.10.26(五) ● 時間／18:30-19:00 茶點時光 19:00-21:00 Artist Talk + Q&A ● 地點／台北國際藝術村，幽竹廳 ● 主持人：羅仕東 ● 與談人：Anthony Chin、Nupur Mathur & Hyojin Yoo、Marcel Reyes-Cortez、Deema Shahin、Yusuke Takeda

E.幽竹小塾

107 年度首次與學界合作規劃幽竹小塾 X 臺藝講堂「藝術駐村的公共性」系列論壇。此論壇分享「藝術駐村」的國際經驗，並加入藝術管理與文化政策的學術研討，以探究藝術駐村對社會的影響力及其公共價值。六大議題包括：「藝術的跨域實踐」、「藝術營造環境」、「藝術學院的駐校藝術家」、「藝術回饋社區」、「藝術駐館創作」、「城市藝文的交流與主體」。

場次	日期	地點	藝術家	主持兼與談人
1	4/21 (六)	國立臺灣藝術大學， 教研大樓 5 樓藝政所	吳梓安	張玉漢／台北當代藝術館副館長、前任台北國際藝術村經理 吳宜樺／國立臺灣藝術大學美術系專任助理教授 李珮綺／國立臺灣藝術大學藝政所碩士生
2	6/23 (六)	台北國際藝術村幽竹廳	江凱群	柯惠晴／台灣古厝再生協會專案經理 吳介祥／彰化師範大學美術學系副教授 田偲妤／台藝大藝術管理與文化政策研究所碩士生
3	7/14 (六)	國立臺灣藝術大學教 研大樓 5 樓藝政所簡 報室	黃盟欽	李曉雯／台北 寶藏巖國際藝術村總監 熊鵬翥／帝門藝術教育基金會執行長 吳盈諄／臺灣文化政策研究學會副秘書長 ／國立臺灣藝術大學藝政所碩士生
4	9/6 (四)	台北國際藝術村幽竹廳	陳侑汝	魏君穎／倫敦大學金史密斯學院創意與文化創業研究所博士林冠文／中華大學觀光與會展學系助理教授 錢又琳／國立臺灣藝術大學藝政所碩士 竹圍工作室專案人員
5	11/21 (三)	台北國際藝術村幽竹廳	倪灝	張玉漢／台北當代藝術館副館長 李曉雯／臺北 寶藏巖國際藝術村總監

				羅仕東／打開-當代藝術工作站站長
6	12/14 (五)	國立臺灣藝術大學教 研大樓 5 樓藝政所簡 報室	吳秉聖	林冠文／中華大學觀光與會展學系助理教授 李明俐／新竹市定古蹟周益記執行長 繆子琳／國立臺灣藝術大學藝政所碩士生

駐村藝術家聯合展演

第一季駐村藝術家聯展				
●展覽日期／107.3.9(五)-107.3.25(日) ●展覽地點／台北國際藝術村，百里廳 ●藝術顧問／陳湘汶 ●藝術家／Takuya Yamashita、Yotaro Niwa Anna Fabricius、Amy and Oliver Thomas – Irvine、Krystina Kaza、黃至正				
第二季駐村藝術家聯展				
●展覽日期／107.6.1(五)- 107.6.24(日) ●展覽地點／台北國際藝術村，百里廳 ●藝術顧問／陳湘汶 ●參展藝術家／Takehiro Iikawa、Milad Mozari & Mitsu Salmon、Qenji Yoshida、Wang Xu & Ali Van				
第三季駐村藝術家聯展				
●展覽日期／107.8.24(五)-107.9.23(日) ●展覽地點／台北國際藝術村，百里廳 ●藝術顧問／曹良賓 ●參展藝術家／Heo Suyoung、Kentaro Taki、Kwon kyunghwan、YUKAWA- NAKAYASU、Tiffany Singh、姚柱東				
第四季駐村藝術家聯展				
●展覽日期／107.11.30(五)-107.12.23(日) ●展覽地點／台北國際藝術村，百里廳 ●藝術顧問／曹良賓 ●參展藝術家／Moon Yumi、Megumi Mochizuki、Nupur Mathur & Hyojin Yoo、Simone Wierød & Tim Panduro、Will Pham				

寶藏巖駐村藝術家聯合發表（個展）一覽表

第一季駐村藝術家聯合發表				
●展覽日期／107.3.2(五)-107.3.18(日) ●展覽地點／寶藏巖國際藝術村 ●藝術顧問／陳湘汶 ●藝術家／周靈芝、Julien Coignet、Sophia Wang、Justin Tyler Tate、Liam Morgan				
第二季駐村藝術家聯合發表				
●展覽日期／107.6.1(五)-107.7.29(日) ●展覽地點／寶藏巖國際藝術村 ●藝術顧問／陳湘汶 ●藝術家／Sirapat Deesawadee、周靈芝、Lee Cheuk Wun 李卓媛、John Mahon、公休劇場				
第三季駐村藝術家聯合發表				

- 展覽日期／107.8.24(五)-107.10.28(日)
- 展覽地點／寶藏巖國際藝術村
- 藝術顧問／曹良賓
- 參展藝術家／Patrik Thomas、Kim Soonim、Jan Lütjohann & Henna Julia、Fabian Saul (Flaneur Magazine 總編輯)、Hiram Wong

第四季駐村藝術家聯合發表

- 展覽日期／107.11.30(五)-107.12.23(日)
- 展覽地點／寶藏巖國際藝術村
- 藝術顧問／曹良賓
- 參展藝術家／不廢跨村實驗室、Marcel Reyes-Cortez、Deema Shahin、Yusuke Takeda、Anthony Chin

F.開放工作室

107 年度延續以「裸」為題，凸顯藝術家開放私人工作室的特質，用清晰的命題使民眾一目瞭然，讓民眾自由參觀並與駐村藝術家直接互動、對談，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。

107 年度的春季開放工作室於 2 月 10 日(六)、11 日(日)分別在臺北及寶藏巖國際藝術村舉行，兩村共有 12 組駐村藝術家參與，分別來自 8 個國家，創作領域涵括視覺藝術、裝置藝術、跨領域、舞蹈、戲劇等，囊括已經完成的作品，或展示仍在構思創作的過程，讓觀者參與製作過程，也更能理解藝術進駐之於藝術家創作中具有何重要意義。

而夏季開放工作室則於 8 月 11 日(六)、12 日(日)分別在台北及寶藏巖國際藝術村舉行，兩村共有來自 7 個國家，共 11 組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視覺藝術、電影錄像、繪畫、跨領域等，替活動注入富有層次的新血。

G.微型群聚

寶藏巖國際藝術村共有 15 組微型群聚(簡稱微聚)單位，類別多元，作為「藝居共生」的典範，特別重視藝術家進駐後與居民和參與民眾所碰撞出的火花。為鼓勵文化創意工作者實踐夢想，將寶藏巖原本特殊的聚落空間規劃出數間工作室開放申請，成立「微型群聚」計畫，期待透過人才、創意與夢想的聚集，讓微小的力量∞放大。

107 年度寶藏巖國際藝術村 15 組微型群聚進駐藝術家／團隊

編號	姓名	類別／領域
1	林欣誼	手作書、版畫
2	林廷芳_尖蚪	藝文複合餐飲
3	朱淑宛	金工創作
4	呂雪芬	金工工藝創作

5	周孟曄	複合媒材
6	鐘喬	劇團、市民劇場、環境劇場
7	徐懷鴻	新詩推廣、藝文複合餐飲
8	鄭以琳	設計
9	鄭鴻旗	自由軟體編寫、自造者
10	薛美華	偶戲創作
11	黃心怡	種子裝飾工藝
12	王琬萱	發酵食物推廣
13	林祐聖	美術教育、選物店、文創品
14	陳治旭	剪紙、木工
15	應可潔	插畫印花設計手作商品

107 年度微型群聚更於寶藏巖國際藝術村舉辦兩場大型串聯「今天適合迷路-小山城市集」、「今天適合散步-小山城市集 第二回」展演活動，主題符合寶藏巖建築空間意象，與大多數來訪寶藏巖國際藝術村訪者的遊歷心情，每場活動吸引約 2,500 至 5,000 人次參訪。活動並由微型群聚各單位與外部藝術家合作，除原有寶藏巖微型群聚外，更統籌外部單位，每場活動共計約 35 至 40 個藝術單位參與。107 年微型群聚於藝術村內舉辦 153 場工作坊與講座，依其個別的屬性，經常性或不定期舉行個別或與外部單位共同策展發表，共計 42 場。

H.2019 台北藝術進駐徵選

依照慣例，每年 3 月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，公開徵選 23 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(108 年為 11 位)。2019 台北藝術進駐徵選總投件數共 686 件，其中國際人士來訪共 205 件、本國人士駐地共 96 件、本國人士出訪共 213 件、主題徵件共 37 件、專案進駐共 41 件。各項錄取名額及錄取率如下：

駐村地點	獎助類別	總錄取名額	投件數量	總錄取比例
台北國際藝術村	國際人士來訪	9	184	4.9%
	本國人士駐地	3	46	6.5%
各國際交流機構	本國人士出訪	11	216	5.1%
寶藏巖國際藝術村	國際人士來訪	9	112	8.0%
	本國人士駐地	3	50	6.0%
	主題徵件	4	37	10.8%
台北國際藝術村	專案進駐 TAV X	1	41	2.4%

(2) 專案型活動

A.2018 寶藏巖光節

寶藏巖座落於臺北市西南區的城南博物園區，從公館蟾蜍山文化景觀向外擴散至周邊的溫羅汀人文街區；並結合鄰近新店溪沿岸一帶自來水博物園區、客家主題公園至紀州庵文學森林。此區域紀錄了這座城市重要的眷村文化、移民社會、自然生態景觀、水道文化、文學思潮、獨立音樂，孕育出豐富的人文內涵，塑造城南博物園區別具風格的文化生活圈。

置身此地，總會在某些時刻出現時空錯置的經驗，像是搭乘時光機穿梭在過去與未來，而自開村以來，為數眾多的國內外藝術家參與，也不時出現以藝術創作關注寶藏巖的獨特時空經驗。從它的歷史與現況、居民、藝術家與民眾、園區與周遭，爬梳可能的線索。對此，今年度策展方向將關注「時間」與「空間」的錯置交會，利用作品展示及其系列活動，觀看寶藏巖過往的時空對話，現在的藝居共生及未來之於城市的角色與定位。

藝術家：賈斯汀·泰勒·泰特、李德茂、利安·摩根、姚仲涵、許哲瑜、許家禎、吳權倫、劉致宏、張永達、洪韻婷

策展人：李德茂、侯昱寬

地點：寶藏巖國際藝術村

FB 按讚人數：75,684

光節參訪人數：74,378(較預期超越 1 萬人次。)

臉書分享人數：34,105

周邊活動：

活動類型	日期/時間	地點
開幕聽聽聲響表演	3/4(六)19:00-20:40	綠野地
開幕逛逛	3/24(六) 13:00-20:30 3/25(日) 13:00-20:00	機槍堡廣場、發呆亭、綠野地廣場
《光梭光計》表演	4/14(六) 14:00-14:40、15:30-16:10	寶藏巖國際藝術村
《寶藏巖時空之旅》 表演活動	4/28(六) 14:00-14:40、15:30-16:10	寶藏巖國際藝術村
總監導覽	3/31(六) 19:00-20:00、20:30-21:30	寶藏巖國際藝術村
策展人導覽	4/21(六) 14:30-15:30、16:00-17:00	寶藏巖國際藝術村
	5/5(六) 14:30-15:30、16:00-17:00	寶藏巖國際藝術村
時光募集行銷活動	3/24(六)-5/6(日)	機槍堡廣場
ZenFone 攝影徵件	3/24(六)-5/6(日)	
ZenFone 好拍攝影 工作坊	4/14(六) 14:00-16:30	
「輕量級」—跨校工 作營	3/17(六)-5/6(日)	
蟾蜍山微光展：平行 時空下的愛情故事	3/24(六)-4/8(日)	蟾蜍山

【文化產業推廣群】

一、松山文化創意園區經營管理與推廣

松山文創園區為「臺北的原創基地」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。

(一)民國 107 年松山文創園區日常維運修繕及硬體改善

園區內目前有一到四號變電站，為供給園區電力的主要處所。107 年度對戶外型變電站，配合文化局進行 1 號、4 號變電站整修計畫，將 1 號變電站上方積水問題，增設溢流管落水頭以利排除積水，此外上方的太子樓周邊，進行防水施工，由內側封板方式阻止雨水進入，並完成空間整理增設空調設備，以降低整體潮濕度導致之跳電危機。而 4 號變電站，於北側入口處加裝透風性帆布，防止雨水進入，增強安全性管理。

其次，因古蹟需定時進行檢修，每年均排定維護工程，107 年度完成 2 號、3 號倉庫間門拱強化工程、並對 1 至 5 號倉庫屋頂進行防漏水強化工程。未來評估規劃於 4 倉、5 倉倉庫間天溝加設防塵網，以免落葉阻塞防水系統，造成大雨疏洩不及現象。亦將評估倉庫群外部、辦公廳舍外部、多功能展演廳外部等整體消防水霧防災。

另，生態池木棧道之木棧板，因佔地面積數量龐大，約 4,000 多支，107 年園區每季約更換 60 支，今年已完成更換約 240 支，每年維修區域數量有限。再者有關 5 號倉庫前後廊道地坪修繕工程、多功能展演廳木結構檢查等事項，其他則視古蹟建築之現象隨時調整進行維護。

民國 107 年 3 月 21 日(三)配合臺北市政府消防局第二救災救護大隊信義中隊，完成自衛消防編組訓練演練；於火災發生時，在消防人員抵達前，經由場所內部自衛消防編組人員，在確保自身安全之前提下，能依火災情境，迅速進行狀況判斷，採取有效自衛消防活動，以確實發揮早期預警、及時滅火、有效引導避難之初期應變功能。此外完成臺北市文化資產防災設施（備）建置案因古蹟維護硬體面向甚多，為強化變電站之監視與即時反應，園區於 106 年度下半年特別申請文化資產局「文化資產保存修復及管理維護計畫—有形文化資產防災計畫」，臺北市文化資產防災設施（備）建置案，於 107 年完成建置。本案總經費為 129 萬 7,973 元，依文資局補助作業要點規定，補助比例 45%(公有類)，補助金額 58 萬 4,087 元整。本筆補助款，協助園區完成於一至四號變電站內設置監視器，有效協助提升公共安全。

(二)松山文創園區各式展演活動成果說明

107 年度在園區辦理舉行各項活動、約 435 檔，形式多元，各式租借場地約 230 檔，形式內容多元豐富，其中包含各類型展覽及藝文演出，類型講座、發表會、記者會、主題活動等，亦協助國內外影視拍攝與辦理論壇及文創媒合說明講座等。

藝文展覽演出，提供民眾深刻美感及多樣化原創設計展覽體驗，包含：「FUNTASTICO | Jaime Hayon 亞米·海因的設計狂想亞洲巡迴特展」、「篠山紀信展写真力特展」等國外知名授權展覽。「2018 亞洲插畫大賞」、「色廊 Color Gallery」等多檔靜態藝文展覽，提供民眾不同的藝文氣息。其他包含：「富邦文教基金會 Youngvoice 不簡單生活節」、「2018 台北國際攝影藝術交流展」、「富錦樹文創第二回 Culture&Coffee Festival in Taipei」、「台北義術博覽會」等各方類型活動，全面發揮園區空間特性。公益活動包含：財團法人慈濟傳播人文志業基金會「經典雜誌二十週年《壯遊》攝影展」、世界和平會「搶救受飢兒」愛心公益活動、「鄭豐喜文教基金會臺北義賣書展」、財團法人伊甸社會福利基金會「無障礙生活節」。跨本會部門合作活動包含：台北市電影委員會「第一屆台北影視音創投會」、影視音實驗教育機構「2018 TMS 展演製作成果展」達到共榮共好。

(三)松山文創園區推廣說明

自民國 100 年 11 月開放至 107 年 12 月，園區總參訪人次已突破 3,500 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 107/12/31(日)止，松山文創園區官方網站總瀏覽人次為 3,154 萬 6,749 次，平均每月約為 37 萬次。

2.Facebook 粉絲專頁

松山文創園區 Facebook 粉絲專頁：自 100/12/12(一)至 107/12/31(日)止，已有 20 萬 7,649 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：4,134 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，107 年度包含日本入口網站新聞《Yahoo》、《excite》及《Rakuten》等、日本日報《The San-I News》、泰國日報《世界日報》、印尼日報《Jakarta Post》日報及印尼旅遊網站《Travelmaker》、英國日報《Financial Times》、愛爾蘭日報《Irish Independent》、美國日報《Wall Street Journal》、美國雜誌《Forbes》、西班牙旅遊網站《Traveler》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 年度起，為扶植微型文創業，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 60 人服勤中。每年度安排年度志工大會、志工正副隊長聯繫會報等，使志工隊與運用單位間溝通管道順暢。

107 年全年度，園區提供總導覽團為 261 團，導覽總人次共 5,451 人。因園區營運聲名遠播國內外，預約參訪外國團體甚多，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，以多元整合行銷，增進民眾對園區的品牌認知與信賴，並且推動園區國際口碑。

在交通引導方面，持續優化全園區室內外各式指標。

在媒體曝光上，針對各式主合辦活動爭取國內媒體報導，並規劃媒體或自媒體之宣傳協力，亦將 DM 發送至各藝文館舍及相關系所。

因應國際視野，提供國際媒體及各國網紅專屬參訪行程，以提高國際能見度，並設計製作中文、英文、日文園區簡介摺頁。

在數位行銷部份，透過官方網站、臉書、IG 及 Youtube 宣傳，更舉辦互動活動、即時動態與直播視訊等，並與臺北市文化局及本會各相關藝文館所進行串連。

在異業結盟上，串連彼此品牌能量以擴展至不同族群。包含：與西門紅樓合作舉辦「東西好文創市集」，提供微型文創者及藝術家發表平臺；攜手知名行李箱品牌 Samsonite 及臺灣塗鴉大師 ANO，打造大型城市塗鴉牆「Samsonite 任意門」；與臺北捷運及妞新聞合作「台北一百選」，推廣園區及松菸小賣所；搭配臺北市觀光傳播局「FUN TAIPEI」推廣東南亞旅遊市場；與熙堂有限公司合作推出「松菸小綠洲 Little Oasis」貨櫃市集，提供民眾休憩打卡新景點。107 年園區自辦活動、文創發展與文史相關介紹等達到 170 則，園區相關媒體報導超過 600 則。

(四)園區各式自辦展演活動成果

1.2018 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 4/27(五)至 6/11(一)，為期一個半月，共 69 間系所 35 檔畢展輪番精采登場，超過 5 千名學生參展，吸引約 28 萬人觀展，規模與系所跨領域皆為國內難得一見。此外於 3/3(六)召集各校畢展籌劃小組參與「展前工作坊」，邀請 Accupass 活動通亞太區總經理黃柏翰、草率季發起人黃偉倫及 1111 人力銀行專案部經理張舜傑等分享策展思維、行銷公關、以及生涯規劃等經驗及建議。

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 12/7(五)至 12/16(日)，以「溫度」為主題，《島嶼有溫度》、《土地有溫度》、《信仰有溫度》、《手釀有溫度》四個子題，規劃四號倉庫主題展區、五號倉庫「好家，在台灣」、全園區集章活動、「Idea TAIPEI」創意工作營成果展、松菸小綠洲、松菸新主藝及東西好文創市集等，松菸小賣所、松菸風格店家與創作者工廠亦以各式精彩活動，共同彰顯原創態度，總計原創基地節約有 19 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，107 年演出展覽座談活動共計 31 場，6,293 人次參觀人數。

「松菸 LAB 新主藝—創作徵選計畫」徵求表演藝術領域，不限定類型全新創作，通過徵選由園區提供空間與經費資源，支持創作者分階段循序漸進地完成作品，並邀請專業人士提供創作陪伴諮詢。經公告收件、面審選出，第一階段 4 位入選創作者：陳侑汝、周能安、姚尚德、鄭皓，於 5 月進入 LAB 創意實驗室排練，邀請陪伴創作顧問：策展人周伶芝、金枝演社創辦人王榮裕、紀錄片《無米樂》導演莊益增、跨領域媒材視覺藝術家吳季聰，4 位導師提供創作諮詢與經驗分享。6 月進入排練期，8 月辦理初呈，決選出 3 組創作者與作品公演製作：周能安《超極★安龍補助大典》、姚尚德《福壽螺到底該怎麼處理？》和鄭皓《動量的條件》，今年新嘗試宣傳期間辦理 4 場快閃活動，分別於園區與企業家樂福量販店快閃宣傳，10 場售票演出皆完售，經問卷調查，演出滿意度皆達九成以上。且每位創作者皆有突破成長，挑戰觀眾慣有

的觀看習慣。像是周能安將法會帶進劇場，舉辦一場似真似假、保佑藝文環境的劇場法會；姚尚德則是將臺灣農業議題帶進劇場，以農民的角度看待人生。鄭皓用數理編創舞蹈，將舞臺打造為三角型舞臺，改變觀眾慣性觀看視角，三組風格迥異，卻都突破了自己，為表演藝術帶來更多可能。

「Lab 實驗啟動計畫」以「無時鐘特區」為主題，探討在機械時鐘、制式的時間管理下，我們對時間的變遷和感知方式的改變，分別帶出：巫的時間感—何曉玫《默島新樂園》、自然潛伏的時間感—葉名樺《十七年蟬》、傳統與禁忌的時間感—瓦旦·督喜《織布》和當代的無重力時間感—鄭尹真《懶繡停針》。四組創作者分別從身體、聲音、視覺、觸覺等感知模式，再度解放觀者對時間既往的認知。為期 24 天展覽，免費 9 場表演、4 場講座、2 場工作坊、2 場導覽，今年不只發生在 Lab 創意實驗室，將部分演出延伸至多功能展演廳發掘更多可能。此外，LAB 創意實驗室亦開放適合於本場域實驗性、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，107 年度辦理 4 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，藉由創作交流空間，運用資源鏈結輔導服務，輔以活動策辦、國際交流等營運項目，強化競爭力以激發創意產業群聚，帶領業者進入國際市場。串連園區進駐單位、機具廠商，運用工廠內木工、金工、陶藝、3D 列印、雷射雕刻等機械設備，推出 12 場「機具教育課程」、13 場「玩點子工作坊」、8 場「創意交流工作坊」、3 場「Open Day」、總共 36 場系列課程，共 308 人參與。另外，結合外部單位，舉辦 6 場「創作者交流會」，除了活絡空間的創新創意氛圍、凝聚社群力量，更透過經驗的交流，讓松菸創作者工廠成為共享（想）空間，共約 120 人參與。

5.133 號合作社文創產業交流互動

「133 號共創合作社」為非營利團體組織，透過共創合作的精神，建構文化與創意無線網絡，強化跨界交流的功能。「財團法人台北市開放空間文教基金會」定期舉辦新生代藝術家創新創意表現之藝文展覽。「中華民國工業設計協會」執行跨領域大型專案、辦理國際設計競賽與交流。「中華民國室內設計協會」以培育設計人才，加強設計資訊與技術之研究開發。「台灣包裝設計協會」規劃國際包裝設計競賽，主題展與講座。「台北市音樂創作職業工會」傳承與展望華語流行音樂進程的高度，協助政府推動音樂產業升級。年度活動有：《能量花園 II 黃浩德曼陀羅創作計畫》、《2018 設計翻轉地方創生計畫成果展》、《第十一屆 TID 台灣室內設計大獎》、《2017 APD 亞洲設計交流作品展》、

《臥房音樂家的誕生-新時代音樂器材展》。全年度回饋 11 檔回饋展覽，並與園區共合辦 7 場交流活動。

6.「松菸小賣所」文創共好平臺

松菸小賣所結合文創商品與生活策展，演繹著傳統與新意的美好生活。以「創作美好風景」、「輕快明亮的青春」、「良善實在的生活伴侶」及「愛好冒險實驗的心」四大主題進行策展，並規劃「乘載夢想的翅膀」品牌扶植展區，提供多家文創品牌與新秀經由審核機制篩選上架。107 年度新甄選出 11 家在地品牌，另外，以策展選品、主題展覽方式，辦理 4 檔主題特展，聚集 30 家品牌商品上架。年度合作聯名商品開發 1 件《品味松菸》。透過活動闡述品牌故事，辦理 4 場邀集民眾參與的工作坊或講座，《AR 實境古蹟導覽體驗》及《文創通路媒合》等活動。另外，持續開發海外銷售通路機會，107 年代理 24 家品牌參加東京設計商品展之通路拓銷；代理 2 家品牌參加韓國首爾手創展售會；代理 16 家品牌參加曼谷國際禮品展售，建立國際 X 臺灣品牌通路合作。

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。松菸風格店家打造「前店後廠」、「微型市集」、「松菸製造」新型態互動體驗經濟。107 年「前店後廠」共有蘑菇一隅、印花樂手作吧、Designer Link、紙可拍、以覺學、優居選品等 6 家品牌業者營運。「微型市集」共有 Misala Handmade、丁骨工作室、創客吧、MIX GENE、Unsimple、Fyntage 共有 6 組品牌業者輪替營運。107 年度主要發展方向：1.強化主題展區合作臺，一年 4 檔 2.打造不同檔期推出活動，全店行銷活動涵蓋 68 天 3.快閃店贊助洽談，創造話題吸引民眾造訪。另外，手作坊與講座共計 21 場次，整體營運績效較去年成長逾 50%，全年逾 42 萬人到訪，成績亮眼。

文化創意產業活動及國際參展

包含臺北市文化創意產業人才培育計畫、文化創意產業產業扶植計畫，以及文化創意產業國際拓銷計畫三項子計畫，分述如下：

(一)辦理臺北市文化創意產業人才培育計畫

1.辦理 2 場次創意工作營

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創意/設計思考的策略工具，針對特定命題提出有創意的觀點與創作方向，培育學員透過互動討論的過程激發創造力，及將創意轉變成為具體解決命題的能力。

(1) 7/20(五)－7/22(日)《Light up！為老城區的再生點亮更多可能性！以剝皮

寮歷史街區、艋舺龍山文創 B2 為例》

本場次共有 39 位學員參與，創意講座由徐敏雄（社團法人臺灣夢想城鄉營造協會執行長）、鄭宗龍（雲門 2 藝術總監）主講，5 個小組分別由黃適上（西京文化創辦人）、陳德君（萬華社區小學創辦人）、徐景亭（東海醫院設計工作室負責人）、周育如（水越設計/都市酵母總管）、陳冠華（元智大學藝術與設計學系系主任）帶領。

(2) 9/28(五)－9/30(日)《Turn up！臺北該如何成為一座流行音樂文化之都？以臺北流行音樂中心的行銷推廣為例》

本場次共有 30 位學員參與，創意講座由詹仁雄（野火娛樂製作有限公司總經理）、江季剛（相知國際股份有限公司品牌行銷總監）主講，5 個小組分別由李明聰（社會學家/作家）、梁浩軒（INCEPTION 啟藝執行長/策展人）、陳信宏（浮現音樂創辦人）、陳弘樹（StreetVoice 音樂頻道總監）、蔡嘉駿（酷瞧新媒體執行長）帶領。

2. 辦理「idea TAIPEI 創意工作營成果展」移展活動

2017 idea TAIPEI 創意工作營成果展為期十天，佳評如潮，廣受各界關注，因此，於 2 月至 8 月間辦理「idea TAIPEI 創意工作營成果展」移展活動，延續展出三場次工作營所探討的、正是現今都市發展所面臨的課題，以及相對應的創意提案；期能讓更多民眾認識與認同所處之城市，同時更可推廣創意工作營之理念機制，作為實體工作營辦理前之招生宣傳。

檔期	主題
2~3 月	Let's think！城市景觀與聚落再生的新想像？以公館蟾蜍山的活化再利用計畫為例。
3~5 月	Let's plan！為台北啤酒工場(原建國啤酒廠)貯酒大樓開創藝術空間新想像！
5~8 月	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。

3. 辦理 idea TAIPEI 創意工作營成果展《來去茶桌仔 瞧事情》
107/12/5(三)-108/2/25(一)

為回應 2018idea TAIPEI 創意工作營第一場次之議題，本次成果展將復刻老萬華的傳統文化「茶桌仔」，作為整體的空間意象；並以較談諧的方式演繹工作營成果——將這次各組的帶領講師比擬為來自各地的「角頭」，一起坐在茶仔店裡，來喬（瞧）喬（瞧）看剝皮寮歷史街區與艋舺龍山文創 B2 未來的可能性，充分呈現萬華地區質樸且「接地氣」的在地形象。展出形式深受參觀者一致好評，且許多民眾相當關注創意提案於兩個基地運用的情況，以及未來的活動資訊。第二場次成果展則於民國 108 年初辦理。

(二) 辦理臺北市文化創意產業產業扶植計畫

提供單一窗口服務、文創診療室服務、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。創意發展部官網經過改版，於民國 107 年 6 月底重新上線，7 至 12 月總瀏覽量為 2 萬 3,547 人次，每月平均瀏覽量達 3,925 人次；而「單一諮詢窗口」總計 72 筆諮詢案件，來源廣泛，包含：補助資訊、通路拓點、文創資源、空間進駐、經營管理，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。107 年度共計完成 12 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。

時間	主題講座名稱	講師
7/20(五)	文創經紀人：從實例來觀察臺灣文創經紀產業的現況與發展	白尊宇 / BIOS Group 執行長暨創辦人
7/25(三)	傳播媒體：如何創造文創品牌的最大媒體效應？	方敘潔 / 《La Vie》雜誌主編
8/3(五)	品牌顧問：新企劃詮釋傳統，打開品牌新視野—全球消費市場對傳統的新觀點，你還在「舊傳統」的思維嗎？	陳靖雯 / Five Metal Shop 負責人兼資深企劃
8/10(五)	通路平臺：從有.設計 uDesign 談文創產業通路平台	林倫慶 / 聯合報有.設計 uDesign 總監

2. 辦理文創扶植主題講座及實戰工作坊共 8 場

規劃以主題講座及實戰工作坊的方式，由淺至深分階段培育文創業業者達成品牌強化之目標。主題講座以「文創產業的關鍵推手」為題，針對產業中經紀、媒體、顧問、平臺等不同面向環節，邀請各領域的業者專家進行分享，希望讓文創業業者對於市場中關鍵參與者的角色與功能有全面性的認識與瞭解。4 場主題講座共計 375 位文創業業者參與，平均滿意度為 93.71%。

實戰工作坊則針對品牌進入市場的各項準備，包括商品定價、商品攝影、包裝設計、品牌行銷等相關面向；邀請各領域的專家，透過系統性的觀念架構傳授與實戰個案解析討論，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 場實戰工作坊計 73 位文創業業者參與，平均滿意

度達 100%。

時間	實戰工作坊名稱	講師
7/19(四)	商業攝影：燈光魔法師	秦興和 / 中國科技大學視覺傳達設計系助理教授
7/26(四)	包裝設計：行銷策略與包裝加值魅力	袁世文 / 台灣包裝設計協會理事長
8/2(四)	品牌行銷：如何成功經營品牌，360 度全面啟動	褚若堯 / EXP 創環國際品牌顧問公司市場拓展總監
8/17(五)	定價策略：文創商品的定價	賴宏杰 / 宏瑞會計師事務所會計師

3.辦理臺北市文創產業政策資源說明會 1 場

為替文創業者帶來更為完整、周全之政策資訊，特於 3/29(四)舉辦「2018 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，共計有 255 名業者參與。

說明會內容包含 6 個主題：松山文創園區文創扶植與人培資源介紹、107 年度藝文補助【兩岸／國際文化交流】（出國）項目、臺北市政府都市更新處 URS 計畫、臺北設計獎、臺北市產業發展獎勵補助資源—投資／創業／研發／品牌／育成暨天使計畫、StartUP@Taipei，以及文化部文化創意產業相關補助計畫。

4.辦理參訪活動 2 場、臺北市文創產業交流媒合會 1 場

為提供文創業者向國內具特色之品牌或通路借鑒學習之機會，規劃邀請在中山雙連創意街區已有相當導覽經驗文創品牌—「LOOPY! 鹿皮工作室」擔任帶領講師，藉由親身經歷及與經營者互動、選物策略等經驗分享，提供文創業者通路及通路策略等議題啟發，透過實際體驗與交流，增加雙方合作機會。2 場參訪活動共計 29 位文創業者參與，平均滿意度達 100%。

場次	參訪活動路線
11/09(五)	蘑菇 Mogu > 台灣好，店 > 浮光書店 > Design Port > LOOPY! 鹿皮工作室 > 爆炸毛頭與油炸朱利工作室
11/16(五)	林果良品 Oringo > Design Port > 台灣好，店 > `0416x1024 > LOOPY! 鹿皮工作室

此外，為增進文創業者與通路交流，達到品牌加值與拓展銷售據點之目的，於 11/21(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 7 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 66 位文創業者參與，活動滿意度 89.75%。

創意品牌分享：Studio Lim／聯合創辦人林昀廷、台灣茶香水／創辦人潘雨晴、曉創意／創辦人馬克（林建宏）

風格通路分享：西門紅樓／總監趙釗玲、優居選品／店長陳佑洋、Design Port International／店長陳彥蓁、松菸風格店家／副理陸志豪

(三) 辦理臺北市文化創意產業國際拓銷計畫

- 1.參加「2018 曼谷國際禮品暨居家用品展」(BIG+BIH)，並籌組「台泰創意產業策略合作考察團」

展會時間：107/4/19 日(四)至 4/23(一) (共 5 日)

展會地點：曼谷國際貿易展覽中心

「曼谷國際禮品暨居家用品展」是「泰國生活美學展」(STYLE Bangkok Fair)的子展會之一，該展結合了「曼谷國際禮品暨居家用品展」(BIG+BIH)、「泰國家具展」(TIFF)與「曼谷時尚暨皮革展」(BIFF&BIL)，一次囊括泰國文創產業最精華也最精緻的時尚趨勢和創意設計，吸引來自 80 多個國家和地區共計 5 萬 2,000 名海內外參觀人次。

今年為本會首度組團參加「曼谷國際禮品暨居家用品展」，此次共使用 6 個展位，徵選 8 家優質文創業者，並與西門紅樓（及其下 1 家進駐業者）合作組成「臺北創意生活館」(TAIPEI corners)，展現豐富多元的臺北風格。其中展會的最大亮點是由台北市文化基金會攜手泰國創意設計中心(TCDC)推出的「台泰設計交流展-Attitude: Inspired by Nature」，媒合臺泰雙方的設計師交流合作，在兩個城市相似卻又不盡相同的文化背景下，以各自的生活經驗與觀察角度，探索工藝和創新之間的各種可能性。

此外，展會期間特別與曼谷知名百貨 Siam Discovery 合作，自 4/19 (四)至 21(六)推出快閃店活動「TAIPEI corners Pop-up-Shop」，展售臺灣 18 家優秀品牌的嚴選商品，讓在地民眾親身感受來自臺北的創意設計與魅力。為加深國際交流機會，同時亦規劃「台泰創意產業策略合作考察團」，帶領 15 家臺灣文創品牌走訪當地著名創意中心、工廠及通路，並於 4/20(五)參與「台泰創意產業商機媒合會」、「台泰設計交流論壇」等活動，期能擴大雙邊產業合作，結合彼此在創意產業中的競爭優勢，深化產業鏈結、共同開發市場，建立互惠共贏的合作模式。

- 2.參加「2018 日本東京設計商品展」(DESIGN TOKYO 2018)

展覽時間：107/7/4 日(三)至 7/6 (五) (共 3 日)

展覽地點：日本東京有明國際展覽中心(Tokyo Big Sight)東六館

「日本東京設計商品展」(DESIGN TOKYO)是「日本東京國際禮品採購展」(GIFTEX World)的子展會活動之一，該展是日本最大、最具專業性指標的國際禮品雜貨類 B2B 專業商展，今年共計有來自 41 個國家、高達 2,440 家公司參展，吸引了 88,945 名專業買家前往參觀採購，人數創歷年新高。今年為本部第四年帶領臺灣文創業者參展，此次共使用 12 個展位，徵選出 15 家優

質文創廠商，並與西門紅樓（及其下 2 家進駐業者）合作組成「臺北創意生活館」(TAIPEI corners)，以「大人的生活遊樂學」的策展理念出發，重新定義屬於大人的設計生活學，希望讓買家們走進「TAIPEI corners」選品樂園，可以體會到臺北的風格魅力，重新激發對生活的想像及共鳴。

為期 3 天的展期吸引眾多買家前往臺北創意生活館參觀洽詢，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 4,848 萬元的預估商機(MOU)。

此外，為了讓更多日本民眾認識臺灣品牌，今年特別與日本關東地區最具規模的 atre 車站型購物中心合作，精選臺灣 13 個優秀文創品牌，7/2(一)至 7/5(四)在東京 atre 人氣據點惠比壽店 4F 推出「TAIPEI corners Pop-up-Shop」，以臺灣在地文化「呷辦桌」為題，大夥圍紅桌而坐，細細品味「台設計」的溫暖情懷與細膩靈魂。

除了在實體通路推出限定快閃店外，看中網路行銷趨勢與新型態網路購物崛起，本次活動首度與日本規模最大的手作市集網站 minne 合作，自 7 月 7 日起開設為期 6 個月的「TAIPEI corners」網路專區，透過線上與線下連結，打造不同以往的展售模式，借其 APP 手機應用程式的高下載量與影響力，與日本消費者零距離接觸。

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 月開始進行百年來最大規模古蹟修繕，並於 107 年 3 月修繕完成重新開幕。面對西門町商圈已成為臺北市重要的觀光據點，西門紅樓將善盡做為「台北市西區接待客廳」之定位，除維持原有的空間管理，更精益求精增加自辦活動之比例，除持續辦理常設歷史展區外，更強化劇場自製劇目、中央展區自辦展覽、西門街區串連活動及性別平權活動等內容，配合臺北市西門町發展之規劃藍圖，在百年古蹟中展現臺北市西區的獨特文化魅力。

(一)營運成果

西門紅樓民國 107 年 1 月至 12 月，參觀人次已逾 421 萬人，台北市電影主題公園的參觀人潮逾 13 萬人次。107 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。

107 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，也與藝文團體共同推出定目劇。

最受民眾喜愛的「西門紅樓創意市集」，107 年辦理天數為 118 天、總攤位數為 2,164 攤、總人數為 93 萬 8,850 人次，每月平均攤數 180 攤，平均服務 7 萬 8,237 人次/月；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，107 年年度辦理天數為 104 天、總攤位數為 1,290 攤、總人數為 86 萬 4,665 人次，每月平均 108 攤，平均服務 7 萬 2,055 人次/月，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 月份與臺藝大電影系及 11 月份與金馬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。107 年度月光電影院共計放映 23 部電影

「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 年度起不定期與在地團體或以異業合作主題式辦理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。107 年度西關二手市場全年共計 7 場，3,488 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。107 年度電影主題公園共協助拍攝電影、電視、廣告、電視新聞專題、雜誌及音樂錄影帶等共計 17 件。

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

1. 展覽類

(1) 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，106 年度委託「社

團法人台灣歷史資源經理學會」協助西門紅樓及臺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 年年底特舉辦「西城·拾光」-以懷舊展望未來特展，結合懷舊達人的今昔照片及在地店家的生財器具、紀念老物，於西門紅樓中央展區展出一月整，活動結束後，另將製作常設型展覽於館內擺設。

(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。

107 年度除常態性播映電影，更於 4 月份與臺藝大電影系及 11 月份與金馬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，河岸留言自 107 年 1 月 1 日(一)起至 9 月 30 日(日)暫停營業，進行十字樓橫段噪音防制整修工程，故僅納入 107 年 10 月 1 日(一)至 12 月 21 日(五)，共計辦理 30 場演出。

(2) CINEMArket 西鬧二手市場（全年度）

民國 100 年 1 月開始在臺北市電影主題公園舉辦的「西鬧二手市場（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，西鬧二手市場自民國 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 107 年共辦理 7 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。107 年度 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) 2018 西門町後街文化祭—後 HEY！有奇（民國 107 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。107 年度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 1,069 人次參與。

(5) 2018 西門萬聖活動（民國 107 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。107 年度共計 481 名民眾參加相關活動。

(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，107 年持續辦理。

(7) 110 歲西門紅樓生日慶(107 年 12 月份)

歷經 16 工房、八角樓接連整修，107 年 3 月西門紅樓以全區開放形式重

新再開幕。【西門紅樓 110 歲生日慶-西城·拾光】忠實記錄西門町世代的回憶與情感，將它們拼湊起來，重現歲月的情境與風貌，讓年輕世代及觀光客更加深刻認識不老之城西門町及百年古蹟西門紅樓。生日慶活動接連在 12 月 8 日(六)、9 日(日)兩日展開，其中年代特展持續展出一個月整。復古裝扮、懷舊老歌、創新京劇、今昔特展、限量導覽、跨世代對談等活動接連上場，參觀及參與人次共計 10 萬 4,345 人次。本次活動主軸圍繞著西門町的歲月點滴，接地氣的重現當年的情感風貌及承接「西區接待客廳」的使命，讓年輕世代及觀光客重新認識不老西門町及古蹟紅樓，重溫西門町美好年代之餘亦期盼紅樓下個百年願景。

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。107 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、中秋節舉辦中秋主題市集，以西門紅樓為中心，強化連結西區文化生活圈，並將創意市集打造為假日休閒闔家皆歡之遊憩據點，延伸出地方文化與眾不同的創意與特色品牌價值。

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 20 家品牌開課，共計 57 堂課程，961 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。107 年度快閃店分別邀請與常玉玩美生活、日常經典、亞洲手創展進駐，激盪出跨品牌的特色風格融合。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）

107 年八角樓修繕後本館辦理相關志工培訓課程，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。

(5) 導覽服務（全年度）

107 年度八角樓以新樣貌重新開館，規劃各種不同的導覽路線，在 107 年 9 月與「新富町文化市場」跨館合作，舉辦「萬華攻略——老街區的人文踏查」，不但能透過實驗性深度導覽路線之開發，開拓臺北市西區文化觀光資源，也能擴大民眾對歷史古蹟與文化創意產業的認識、提升常民生活美學。

(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，亦積極配合市政活動(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) 107 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	117	創意市集	01/01(一)~12/31(一)每週六、日 ----- 含擴大市集 西門紅樓創意市集新春主題市集 2/16(五)、2/17(六)、2/18(日)、 2/19(一)、2/20(二) 西門紅樓創意市集燈節市集 2/24(六)、2/25(日)、2/27(二)、 2/28(三)3/1(四)、3/2(五)、 3/3(六)、3/4(日) 西門紅樓創意市集親子主題市集 4/4(三)、4/5(四)、4/6(五)、 4/7(六)、4/8(日) 西門紅樓創意市集中秋主題市集 9/22(六)、9/23(日)、9/24(一)	北廣場	967,149
音樂	30	河岸留言	10/06(六)、10/09(二)、 10/10(三)、10/11(四)、 10/13(六)、10/14(日)、 10/17(三)、10/20(六)、 11/02(五)、11/03(六)、 11/04(日)、11/09(五)、 11/16(五)、11/17(六)、 11/20(二)、11/22(四)、 11/24(六)12/01(六)、12/07(五)、 12/08(六)、12/14(五)、 12/15(六)、 12/21(五)、12/23(日)、12/31(一)	十字樓 橫段一/ 二樓河 岸留言	4,905
活動	100	松菸東西好 創意市集	07/01(三)~12/32(四)每週六、日	文創基 地	864,674
場次總計：247 場次			人次總計：1,836,728 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					
工藝/ 設計	1	臨冬.碎雪-原 礦天然石 純銀輕珠寶手 作教學	1/1(一)	紅樓 16 工坊	7

工藝/ 設計	1	手作簡約小零 錢包	1/13(六)	紅樓 16 工坊	6
工藝/ 設計	1	許願樹- 寫給自己新年 願望 動手畫圖掛在 樹筆上吧	1/14(日)	紅樓 16 工坊	23
工藝/ 設計	1	春節掛牆包- 繪製個人代表 字詞	1/28(日)	紅樓 16 工坊	15
音樂	1	節拍廣場	1/27(六)	電影公 園藝術 廣場	121
一月小計：場次 5，人數 172					
二月份					
工藝/ 設計	1	親手為珍惜的 人縫製 一個布紅包袋 -萬用布製 信封袋	2/3(六)	紅樓 16 工坊	7
工藝/ 設計	1	童樂繪-兒童 著色活動	2/4(日)	紅樓 16 工坊	14
工藝/ 設計	1	麻糬兔寫春聯 -好運旺旺來	2/17(六)	紅樓 16 工坊	30
工藝/ 設計	1	畫房子過好年 -糖果紙盒	2/18(日)	紅樓 16 工坊	54
工藝/ 設計	1	新年鄉村風乾 燥迷你花瓶	2/24(六)	紅樓 16 工坊	16
工藝/ 設計	1	畫房子-慶紅 樓開幕-糖果 紙盒	2/25(日)	紅樓 16 工坊	29
音樂	1	GOT OEN FLAVOR X BEAT SQUARE X ROCK CITY TAIPEI	2/3(六)	多功能 展演廳	356
二月小計：場次 7，人數 506					
三月份					
工藝/ 設計	1	畫房子過好年 -糖果紙盒	3/10(六)	紅樓 16 工坊	31
工藝/ 設計	1	TAIWANIZE 童樂繪-兒童 著色活動	3/11(日)	紅樓 16 工坊	17

工藝/ 設計	1	白色情人節迷 你花環	3/24(六)	紅樓 16 工坊	3
工藝/ 設計	1	老藍染 - 新 工藝， 手染獨創一個 專屬的 有機棉紗環保 束口袋	3/25(日)	紅樓 16 工坊	11
音樂	1	節拍廣場	3/24(六)	電影公 園藝術 廣場	560
三月小計：場次 5，人數 622					
四月份					
工藝/ 設計	1	麻糬兔聽故事 玩黏土-健康 漢堡鉛筆	4/4(三)	紅樓 16 工坊	55
工藝/ 設計	1	星球 Macrame 編 織掛飾教學	4/6(五)	紅樓 16 工坊	8
工藝/ 設計	1	染染雲彩皮件 小物	4/7(六)	紅樓 16 工坊	31
工藝/ 設計	1	手工隨身鏡盒 - 押花體驗工 作坊	4/8(日)	紅樓 16 工坊	6
工藝/ 設計	1	快來學飲料提 袋 DIY~可愛 實用又環保	4/21(六)	紅樓 16 工坊	6
工藝/ 設計	1	來畫一畫做成 有趣的鑰匙圈 吧!	4/22(日)	紅樓 16 工坊	20
表演	2	丁西林喜劇三 則	4/18(三)、 4/19(四)	八角樓 二樓劇 場	495
音樂	1	節拍廣場	4/21 (六)	電影公 園藝術 廣場	621
工藝/ 設計	1	西關二手市場 X 月光電影院 X 中國文化大 學<我們>市 集	4/1(日)	電影公 園藝術 廣場	436
四月小計：場次 10，人數 1,678					
五月					

表演	2	漢霖民俗/兒童說唱藝術團 春季公演	5/19(六)、5/20(日)	八角樓 二樓劇場	540
音樂	1	節拍廣場	5/19(六)	電影公 園藝術 廣場	462
電影	3	月光電影院- 台藝大回顧影 展	5/5(六)、5/12(六)、5/24(四)	臺北市 電影主 題公園	154
電影	3	第十屆兩岸電 影展望論壇	5/12(六)、5/26(六)、5/30(三)、 5/31(四)	八角樓 二樓劇 場	460
工藝/ 設計	1	麻糬兔聽故事 玩創意-康乃 馨花束	5/12(六)	紅樓 16 工坊	22
工藝/ 設計	1	刺繡環保杯套 製作	5/13(日)	紅樓 16 工坊	23
工藝/ 設計	1	給媽媽的項鍊 /手鍊	5/26(六)	紅樓 16 工坊	18
工藝/ 設計	1	t恤就是白畫 布-描繪一件 自己專屬的有 機棉 T	5/27(日)	紅樓 16 工坊	13
視覺 藝術	21	《台灣的味道》阿郎兄攝 影展	5/8(二)~5/31(四)	八角樓 一樓	110124
五月小計：場次 34，人數 111,816					
六月					
視覺藝 術	24	《台灣的味道》阿郎兄攝 影展	6/1(五)~6/30(六)	八角樓 一樓	123207
表演	2	2018 西門紅 樓「玩藝劇 場」— 黑家店	6/29(五)19:00 6/30(六)14:00,19:00	八角樓 二樓劇 場	451
工藝/ 設計	2	你的銅尺	6/2(六) 1400-1700 6/30(六) 1400-1700	紅樓 16 工坊	13
音樂	2	節拍廣場	6/30(六)	電影公 園藝術 廣場	356
電影	1	月光電影院	6/12(二)	電影公 園藝術 方塊	45

工藝/ 設計	1	花語卡片製作	6/3(日) 1500-1700	紅樓 16 工坊	3
工藝/ 設計	1	可愛動物鑰匙 圈	6/16(六) 1400-1630	紅樓 16 工坊	33
工藝/ 設計	1	畫粽子-香香 掛飾	6/17(日) 1400-1700	紅樓 16 工坊	12
六月小計：場次 34，人數 124,120					
七月					
表演 與節 慶	1	2018 西門町 後街文化祭- 後 Hey!有奇- 開幕記者茶會	7/27(五)	多功能 展演廳	38
工藝/ 設計	1	天然石黃銅手 鍊	7/14(六)	紅樓 16 工坊	4
工藝/ 設計	1	紅色掛牆包- 繪印紅色掛牆 包	7/15(日)	紅樓 16 工坊	20
工藝/ 設計	1	給爸爸一條漂 亮的領帶	7/28(六)	紅樓 16 工坊	12
工藝/ 設計	1	我的超人爸爸 -吸鐵創作	7/29(日)	紅樓 16 工坊	38
表演	16	2018 西門紅 樓「玩藝劇 場」— 黑家店	7/1(日)、7/6(五)、7/7(六)、 7/8(日)、7/13(五)、7/14(六)、 7/15(日)、7/20(五)、7/21(六)、 7/22(日)、7/28(六)、7/29(日)	八角樓 二樓劇 場	1572
表演	8	2018 西門紅 樓「玩藝劇 場」— 我也要 身騎白馬	7/3(二)、7/5(四)、7/10(二)、 7/12(四)、7/17(二)、7/19(四)、 7/24(二)、7/26(四)	八角樓 二樓劇 場	27
表演	7	2018 西門紅 樓「玩藝劇 場」— 媽呀！ 我要粉墨登 場！	7/4(三)、7/6(五)、7/13(五)、 7/18(三)、7/20(五)、7/25(三)、 7/27(五)	八角樓 二樓劇 場	2
表演	1	2018 西門紅 樓「玩藝劇 場」—「楊麗 花電視歌仔戲 —忠孝結義」 演員經驗分享	7/20(五)	八角樓 二樓劇 場	26
七月小計：場次 37，人數 1,739					
八月					

表演與節慶	23	2018 台北藝穗節系列演出	8/4(六)、8/5(日)、8/8(三)、8/9(四)、8/10(五)、8/11(六)、8/12(日)、8/15(三)、8/16(四)、8/17(五)、8/18(六)、8/19(日)	八角樓二樓劇場	2626
表演	1	歌仔戲・憶童年	8/31(五)	八角樓二樓劇場	220
表演與節慶	4	2018 後街文化祭—《後Hey!有奇》—月光電影院【有月的星空，還有美樂地】影展	8/4(六)、8/11(六)、8/18(六)、8/25(六)	電影公園藝術方塊	122
表演與節慶	3	2018 後街文化祭—《後Hey!有奇》—《KOKO 老師，請讓我小孩累到回家馬上睡覺》街舞體驗課	8/4(六)、8/11(六)、8/25(六)	多功能展演廳	45
表演與節慶	3	2018 後街文化祭—《後Hey!有奇》—《老師，請讓我小孩成為小文青》攝影課	8/4(六)、8/18(六)、8/25(六)	多功能展演廳/藝術廣場/後街廣場	16
表演與節慶	1	2018 後街文化祭—《後Hey!有奇》—節拍廣場	8/11(六)	電影公園藝術廣場	451
表演與節慶	1	2018 後街文化祭—《後Hey!有奇》—DIY 課堂—	8/11(六)	多功能展演廳	53
表演與節慶	1	2018 後街文化祭—《後Hey!有奇》—親子日市集：手指滑板	8/11(六)	多功能展演廳	12

表演與節慶	1	2018 後街文化祭—《後Hey!有奇》—親子日市集：hrc 街舞體驗	8/12(日)	多功能展演廳	7
工藝/設計	1	親子日市集：西鬧二手市集 x 斗笠公民市集	8/12(日)	電影公園藝術廣場	325
工藝/設計	1	天然石黃銅手鍊	8/11(六)	紅樓 16 工坊	8
工藝/設計	1	彩繪束口帶-用顏色表達無限的想像!	8/12(日)	紅樓 16 工坊	9
工藝/設計	1	手作簡約小零錢包	8/25(六)	紅樓 16 工坊	3
工藝/設計	1	皮革手環 DIY	8/26(日)	紅樓 16 工坊	32
八月小計：場次 43，人數 3,929					
九月					
表演與節慶	3	2018 第十六屆台北國際探戈節	9/14(五)-9/16(日)	八角樓二樓劇場	820
電影	2	《記得—因為愛 II：瀾漫的雲》展演暨觀後分享會	9/21(五)-9/22(六)	八角樓二樓劇場	200
表演與節慶	1	台北樂曼波舞團 11 周年成果發表會	9/29(六)	八角樓二樓劇場	260
工藝/設計	1	鄉村風乾燥花迷你花瓶	9/8(六)	紅樓 16 工坊	18
工藝/設計	1	DIY 月兒圓圓水泥杯墊	9/9(日)	紅樓 16 工坊	12
工藝/設計	1	酒塞乾燥花	9/22(六)	紅樓 16 工坊	21
工藝/設計	1	畫房子-慶中秋月團圓	9/23(日)	紅樓 16 工坊	22
工藝/設計	1	親手製作芳香小物	9/24(一)	紅樓 16 工坊	2
工藝/設計	1	藍色海洋花藝課	9/24(一)	紅樓 16 工坊	10

工藝/ 設計	2	西關二手市場 X 電司批婆市 集 X 黑色磁力 派隊	9/15(六)、9/16(日)	電影公 園藝術 廣場	1987
音樂	1	西關二手市場 X 電司批婆市 集一節拍廣場	9/15(六)	電影公 園藝術 廣場	568
九月小計：場次 15，人數 3,920					
十月					
工藝/ 設計	1	小動物軟木杯 墊	10/6(六)	文創基 地	12
工藝/ 設計	1	麻糬兔聽故事 畫創意環保杯 套	10/7(日)	文創基 地	23
工藝/ 設計	1	用大自然的元 素作天然印花 天然草木拓印 有機棉束口袋	10/21(日)	紅樓 16 工坊	2
工藝/ 設計	1	麻法糖果屋 萬聖限定	10/27(六)	紅樓 16 工坊	38
表演	12	瘋戲樂 Cabaret—月 光下的搖擺少 女	10/01(一)-10/18(四)	八角樓 二樓劇 場	2760
表演	3	黃小胖 2018 個人脫口秀 《我的奶 GG 了》	10/26(五)、10/27(六)	八角樓 二樓劇 場	485
表演 與節 慶	1	西門萬聖(內 含 1.小鬼搗糖 2.美感工坊 3. 節拍廣場)	10/27(六)	北廣 場、十字 樓、八角 樓、藝術 廣場	481
音樂	1	2018 台北爵 士音樂節國際 名爵大師班	10/28(日)	八角樓 二樓劇 場	80
十月小計：場次 21，人數 3,881					
十一月					
工藝/ 設計	1	Macrame 手 搖花題編織環 保飲料袋	11/03(六)	紅樓 16 工坊	8
工藝/ 設計	1	可愛皮革髮帶	11/04(日)	紅樓 16 工坊	23

工藝/ 設計	2	立體皮革 pick 收納袋	11/17(六)	紅樓 16 工坊	9
工藝/ 設計	1	新生創造力專 屬多肉玩家植 栽+手繪小插 圖點綴玻璃瓶 器	11/18(日)	紅樓 16 工坊	11
表演	2	安能辨我是雄 雌?《新救風 塵》、《新大登 殿》傳統再現	11/04(日)	八角樓 二樓劇 場	440
表演 與節 慶	1	Miss First Nation Taiwan 台灣 原住民變裝皇 后選拔	11/09(五)	八角樓 二樓劇 場	240
音樂	2	歐開合唱團專 輯發行音樂會	11/11(日)	八角樓 二樓劇 場	400
表演 與節 慶	2	Fuse the World 2018 國際 融舞藝術節 遇見 MEET	11/24(六)	八角樓 二樓劇 場	380
電影	2	金馬影展一戶 外放映活動	11/10(六)、11/11(日)	藝術廣 場、 showcas e	230
十一月小計：場次 14，人數 1,741					
十二月					
綜合	1	節拍廣場周年 慶	12/08(六)	臺北市 電影主 題公園	1241
工藝/ 設計	1	有機棉環保袋	12/01(六)	紅樓 16 工坊	12
工藝/ 設計	1	慶紅樓畫聖誕 小房子	12/02(日)	紅樓 16 工坊	26
工藝/ 設計	1	聖誕書籤刻字 diy	12/15(六)	紅樓 16 工坊	24
工藝/ 設計	1	聖誕節手繪創 作專屬容器	12/16(日)	紅樓 16 工坊	4
工藝/ 設計	1	許願星星小燭 台	12/29(六)	紅樓 16 工坊	25

工藝/ 設計	1	A Brand New Year 捏一個 全新的自己	12/31(一)	紅樓 16 工坊	9
綜合	3	旅行的藝義在 台北	12/28(五)、12/29(六)、12/30(日)	臺北市 電影主 題公園	740
表演 與節 慶	2	栢優栢樂慶生 辰	12/08(六)、12/09(日)	文創基 地	352
表演	2	「四兄弟/哈 人的 DNA」	12/15(六)、12/16(日)	文創基 地	480
音樂	1	入夜風景 Night Tour 2018 黃瑋傑 與山寮樂隊年 終巡迴	12/21(五)	八角樓 二樓劇 場	230
表演	1	聖誕搖擺爵	12/22(六)	八角樓 二樓劇 場	280
表演	2	聖誕紅魔坊	12/23(日)	八角樓 二樓劇 場	400
表演	4	顛覆文學・說 唱經典	12/29(六)、12/30(日)	八角樓 二樓劇 場	960
表演 與節 慶	1	卡米地跨年 秀：笑旺派對	12/31(一)、01/01(二)	八角樓 二樓劇 場	200
十二月小計：場次 23，人數 4,983					
場次總計：248 場次			人次總計：259,107 人次		

(三)西門紅樓暨電影主題公園 107 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
	105 年	106 年	107 年	較 106 年 人次成長率
1	385,947	274,535	207,401	-24.5%
2	665,215	381,590	243,677	-36.1%
3	431,161	206,429	465,694	125.6%
4	487,449	219,348	330,657	50.7%
5	466,880	188,578	304,184	61.3%
6	467,459	162,041	293,863	81.4%
7	375,328	155,120	396,002	155.3%
8	252,198	191,883	328,176	71.0%

9	89,609	133,143	370,660	178.4%
10	175,762	265,443	428,720	61.5%
11	137,729	189,987	393,768	107.3%
12	236,667	306,773	449,000	46.4%
累計	4,171,404	2,674,870	4,211,802	57.5%

年度 ／ 月份	電影主題公園全區人次總計			人次比較分析
	105 年	106 年	107 年	較 106 年人次 成長率
1	15,708	14,361	8,768	-38.9%
2	11,299	11,355	6,463	-43.1%
3	12,241	9,569	8,785	-8.2%
4	18,795	18,933	15,689	-17.1%
5	11,661	11,923	8,919	-25.2%
6	18,635	18,597	11,405	-38.7%
7	18,857	16,677	12,589	-24.5%
8	17,013	16,491	12,434	-24.6%
9	14,640	15,724	12,056	-23.3%
10	17,464	17,323	10,933	-36.9%
11	17,345	17,445	12,447	-28.7%
12	12,594	13,475	11,632	-13.7%
累計	186,252	181,873	132,120	-27.4%

註：

1. 公園為戶外空間遇雨及氣候嚴寒夏熱都會受到影響。
2. 因來園練舞及取締滑板練習活動學生減少，平日人數減少許多。
3. 1 月份天氣狀況不佳人次減少許多。
4. 3 月起提供藝青會作雨備練舞場地後人次有回流。
5. 4 月份因天氣回歸穩定及部份練舞族群回流，人次較前幾月回升。
6. 5 月份因天氣因近期末，學生族群人次減少許多。
7. 6 月份因 A 棟複合式餐飲空間進駐廠商「奧亞文創-康定 19」於 6/1 正式開幕，加上 6 月場租及自辦活動較上月多，故人次較上月成長。
8. 8 月雖逢暑假但天氣狀況不穩定，遇雨天數較多，人次較上月低。
9. 9、10 月份遇雨天數多及暑假結束，來園學生及遊客較少。
10. 11、12 月氣候不穩定，且場租性質多為拍攝廣告非活動辦理，故人次較去年同期少。

(四)西門紅樓 107 年度各場地使用率

107 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	0.0%	100.0%	29.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2	6.6%	100.0%	60.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%
3	30.4%	100.0%	48.4%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%
4	11.1%	100.0%	46.7%	22.2%	8.3%	16.7%	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%
5	4.3%	100.0%	29.0%	30.4%	50.0%	35.4%	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%
6	4.7%	100.0%	33.3%	42.8%	33.3%	40.0%	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%
7	6.4%	100.0%	35.4%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%
8	0.0%	100.0%	25.8%	47.8%	87.5%	58.0%	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%
9	10.0%	100.0%	43.3%	36.8%	45.4%	40.0%	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%
10	9.6%	100.0%	35.5%	63.6%	77.7%	67.7%	100.0%	25.8%	100.0%	100.0%	100.0%
11	0.0%	100.0%	26.7%	40.9%	62.5%	43.3%	100.0%	46.7%	100.0%	100.0%	100.0%
12	14.3%	100.0%	41.9%	23.8%	100.0%	48.4%	100.0%	25.8%	100.0%	100.0%	100.0%
平均	8.1%	100.0%	38.0%	45.4%	62.7%	49.9%	100.0%	32.8%	100.0%	100.0%	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				
月份	藝術廣場	都市藝術方塊	多功能展演廳	複合式餐飲空間
1 月	16.1%	0.0%	9.7%	註 4
2 月	7.1%	0.0%	17.8%	
3 月	3.2%	0.0%	16.1%	
4 月	6.6%	6.6%	16.6%	
5 月	6.5%	9.7%	9.7%	
6 月	6.6%	9.0%	3.3%	86.7%
7 月	19.3%	0.0%	13.3%	83.9%
8 月	25.8%	9.6%	48.3%	87.1%
9 月	10.0%	0.0%	20.0%	86.7%
10 月	9.7%	0.0%	16.1%	83.9%
11 月	10.0%	6.5%	80.0%	86.7%
12 月	16.1%	0.0%	23.3%	83.9%
平均	11.4%	3.5%	22.9%	85.6%

註：

1. 藝術廣場使用率下降原因：因上半年臺北燈節活動預先保留本館場地較多天數，且未將保留日期提供外部單位及自辦活動使用，故 2 月及 3 月使用率較低。

- 2.都市藝術方塊作為月光電影院播放使用，因屬戶外活動，有場租或遇雨即暫停舉行。
- 3.多功能展演廳因進駐單位藝青會固定於每周三夜間練舞兩備場地，並將場地做為固定活動(節拍廣場)兩備場地，上半年使用率有回升。
- 4.複合式餐飲空間廠商於民國 106 年底確定不再續約，民國 107 年 1~5 月因 A 棟複合式餐飲空間進駐廠商「奧亞文創-康定 19」整修期間不計算使用率， 107 年 6 月 1 日正式開幕。

(五)行銷宣傳效應

西門紅樓自民國 97 年 7 月起經營官網至今年已 11 年，電子報會員至 107 年 12 月有 2 萬 4,234 名，官方網站累積至 107 年 12 月已突破 2,640 萬 8,471 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，因應多年營運後的變化及實際使用狀況，預計將於 108 年重新將西門紅樓網頁全新改版；臺市電影主題公園官方網站自 99 年開站以來，至 107 年 12 月亦已吸引 114 萬 5,919 名瀏覽人次造訪。

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 107 年 12 月西門紅樓官方粉絲團，共計 3 萬 2,694 名粉絲。比照西門紅樓之網路行銷模式，臺北市電影主題公園亦自 99 年 4 月份起開始經營粉絲專頁，107 年 12 月已突破萬名粉絲，來到 1 萬 878 名粉絲。106 年 10 月份開創西門紅樓 Instagram 帳號，視覺化的溝通更符合新世代年輕人的習慣，並透過網群媒體直播功能，擴大宣傳效益。

民國 107 年西門紅樓 Facebook 粉絲數				
年／月	105 年	106 年	107 年	成長率 (107/106)
1 月	26,297	29,370	31,348	6.7%
2 月	26,524	29,613	31,427	6.1%
3 月	26,726	29,742	31,503	5.9%
4 月	27,313	29,962	31,608	5.5%
5 月	27,469	30,153	31,717	5.2%
6 月	27,624	30,310	31,870	5.1%
7 月	28,066	30,482	31,977	4.9%
8 月	28,231	30,598	32,033	4.7%
9 月	28,367	30,721	32,146	4.6%
10 月	28,502	30,912	32,366	4.7%
11 月	28,708	31,050	32,550	4.8%
12 月	29,147	31,261	32,694	4.6%

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。

107 年電影主題公園 Facebook 粉絲數				
年／月	105 年	106 年	107 年	成長率 (107／106)
1 月	9,447	9,987	10,503	5.2%
2 月	9,459	10,052	10,514	4.6%
3 月	9,542	10,114	10,539	4.2%
4 月	9,607	10,184	10,546	3.6%
5 月	9,631	10,234	10,558	3.2%
6 月	9,688	10,261	10,579	3.1%
7 月	9,739	10,310	10,604	2.9%
8 月	9,773	10,345	10,811	4.5%
9 月	9,818	10,363	10,813	4.3%
10 月	9,859	10,436	10,836	3.8%
11 月	9,897	10,468	10,863	3.8%
12 月	9,927	10,485	10,878	3.7%

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，官方網站累積至 107 年 12 月已突破 2,640 萬 8,471 瀏覽人次。臺北市電影主題公園官方網站自 99 年開站以來，至 107 年 12 月亦已吸引 114 萬 5,919 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 107 年發行刊物包含報紅第 52 至 57 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 2 萬份、鑽石 DM 日韓版加印 1 萬份，3 月開幕邀請卡 200 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 DM6,000 份、後街邀卡 100 份、9 月中秋市集 DM500 份、10 月西門萬聖 DM500 份、西門紅樓 110 歲生日慶活動 DM5,000 份。

4. 媒體報導

民國 107 年度平面與電子媒體報導共計 737 篇。拍攝部分共有 30 次媒體來訪，電視廣播媒體 11 次、平面媒體（含報紙、雜誌及出版品）2 次，其他網路媒體 17 次。媒體詳述如下：ETtoday、滔新聞、日本 Global di Essence (G.di.E)、日本 aruco taipei、日商點子膠囊股份有限公司、妞新聞、十方法界弘法衛星電視臺、極東娛樂製作、辜公亮文教基金會、臺視、中視、中天

電視臺、康森傳播股份有限公司、人間衛視、美麗日報、La Vie、高點電視臺、復興電臺、正聲廣播電臺、華崗電視臺。

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

107 年因西門紅樓生日慶「西城·拾光」活動另外串連在地店家及文創商家一同參與，邀請在家店家如蜂大咖啡、上海老天祿、金獅大酒樓、青芳理髮廳、臺北紅玫瑰理髮廳、歌林西服、臺北城老舖美觀園等店家共同參與懷舊特展，將自家生財器具或極具意義的物品共同展出，讓西門町的遊客及居民可以回想到當年西門町的榮華時代。另外亦於 12/8、12/9 生日慶活動當天，邀請尚洋髮藝、幸福時光及青龍服飾一同安排扮裝及老照片體驗活動，讓民眾拍照紀念，吸引年輕及觀光族群目光，有效增加媒體曝光度及人氣。

107 年下半年，電影主題公園配合知名影展金馬影展 TGHFF 特別規劃的專題放映活動，與 Skyline Film 合作向逝世的日本動畫大師高畑勲致敬，在臺北市電影主題公園舉辦戶外放映，重現經典動畫宮崎駿的《龍貓》（1988）、《螢火蟲之墓》（1988）當年兩部動畫在日本連映的獨特經驗，在十一月的星空下，晚風輕拂的臺北市電影主題公園，民眾悠閒地躺在舒適躺椅，帶著耳機享受電影魅力。

一、台北偶戲館經營管理及推廣

（一）典藏及數位

整理館內典藏品，推展館外展覽之計畫，加強館際交流，增加偶戲光曝光度，主動將偶戲文化帶出偶戲館。

1. 「台灣無形文化資產-台灣之眼」桃園國際機場展覽，委由本館駐館藝師-陳錫煌老師，進行館內典藏物件進行修復，並將相關修復記錄以文字及影音方式呈現，由本館每年進行館外展覽推廣。藉由館外展覽，讓更多民眾了解傳統掌中戲偶之美，以及認識戲偶修復過程，了解保存之價值。參觀人數數十萬人。
2. 為推展偶戲文化，將本館 38 尊戲偶借展給大稻埕戲苑，以期達到館際合作及發揮宣傳效益。
3. 推廣偶戲 E 能化，推廣偶戲 E 能化，舉辦多元偶戲製作課程及教學心得分享。
(1) 蹦蹦世界 E 化導覽：為提升館內導覽專業度，並方便來館民眾聆聽並認識專

業偶戲文化，本館建置手機語音導覽系統，民眾可利用個人智慧型手機裝置，即可聽取館內展品介紹內容。使用人次 1 萬 9,802 人。

(2)《偶戲動畫夏令營》：每年暑假，台北偶戲館規劃 2 場次，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。120 人次。

(3)「八法過海」影像紀錄：由小宛然劇團負責人班任旅 (Jean-Luc Penso) 規劃執行，透過影像記錄方式呈現，讓李老師昔日的徒弟尹曉菁 (Claire Illouz)、戴文琛 (Vincent Durant d' Asté)、Pascale 以及 30 年之後踏上同樣旅途來到臺灣拜李老師的兒子李傳燦與陳錫煌為師的 Lucie cunningham，藉由每個人不同的經驗轉化為不同的藝術呈現，一起悼念這位卓越的布袋戲大師。2,937 人次。

(二)展覽

舉辦四檔特展，主題涵蓋傳統、創意、藝術家創作等展覽方向，推廣更多元的偶戲文化。

1.《絕袋風華 偶戲之美：一甲子的歲月典藏特展》

展覽日期：106 年 11 月 07 日(二)至 107 年 02 月 20 日(二)，參觀人數：6,449 人

深植庶民文化的偶戲藝術，與時代背景有著相當緊密的關聯性。臺灣與中國閩南地區係出同源的偶戲藝術，在 1950 年代二戰後至今超過六十年的時間，受到政治的戲劇性的變化影響，在兩地各自走上截然不同的命運。布袋戲雖然是臺灣最盛行的傳統表演藝術，也曾經是許多人成長過程中重要的經驗，然而在臺灣偶戲輝煌的一甲子年間，在發源地中國有著如何不一樣的際遇？台北偶戲館首次展出來自 1960 年代中國閩南地區的典藏戲偶，以及臺灣偶戲專家江武昌老師投身數十年，親身參與於臺灣與中國兩地偶戲歷史的影音紀實，分別從「偶」、「戲」不同的面向，對照臺灣與中國的偶戲大事紀，從不同的時代角度，細細欣賞，透過斑駁褪色的戲偶，與詳實的影音紀錄，看偶戲文化的興盛與衰敗，時代的風華與滄桑，經歷歲月的洗禮全寫成美麗的故事。

2.《春天兒童節：獻給孩童的愛與祝福~子供たちへの愛と願い~》

展覽日期：107 年 03 月 1 日(四)至 107 年 05 月 27 日(日)，參觀人數：1 萬 215 人

春天為一年之始，象徵萬物萌生、欣欣向榮之意，正如兒童處於人生的初

始階段，猶如春天般充滿希望與美好，透過本企劃進一步了解臺日傳統文化，也讓孩童了解父母或長輩的心意，將這充滿溫度的傳統延續下去。

臺日兩國的女兒節與兒童節，皆充滿了世人對兒童的關懷與期望，更代表了父母與長輩對於家中孩童的深切期望與無盡的慈愛，尤其在少子化的社會，孩童是稀少的人類種子，所有父母都希望自己的孩子能順利成長茁壯，幸福平安。

象徵萬物萌生的春天，猶如處於人生初始階段的孩童，充滿希望與美好，春天裡的三個兒童節，蘊含了臺日傳統文化中對於孩童的關懷與祝福。展覽活動分為「桃花女兒節」、「床母請庇佑」、「勇健男兒節」、「玩具木芥子」、「相撲比一比」五個部分，邀請大家前來感受傳統文化裡的溫暖與愛。

3. 《From Paris to Taipei 相隔萬里的思念與敬意》

展覽日期：107 年 06 月 26 日(二)至 107 年 09 月 30 日(日)，參觀人數：5,874 人

李天祿逝世二十週年紀念活動在臺灣，大家對布袋戲大師李天祿的記憶猶新，不過臺灣人可能不太知道他對一整個法國世代的影響至鉅，無論是 70 和 80 年代到臺灣和李老師習藝的法國人，或是曾在巴黎參加他親自主持的多場布袋戲工作坊的法國偶戲藝師都深受其影響。

這位技藝超群的偶戲大師，其人格特質在於無與倫比的教學天分、不斷求新求變的創作意圖、寬容慷慨與幽默風趣，這一切都對下一輩的偶戲藝術家發展與傳承息息相關。大師此種特殊個性和討喜的人格特質，不僅讓眾多法國年輕人深深著迷，同時也吸引來自美國、韓國、澳洲和日本等各國的年輕藝術家。

此次活動主要是要向開放精神和所敬重的恩師—李天祿 致敬，將以不同的方式，從各個方面藉由新作品的產生，依據過去不同階段時期所受到李老師影響的創作再次呈現李老師傳授的技藝與精神，對過去，現代與未來的創作實踐和反思。這一切都將在紀念李老師逝世二十週年的系列活動中希望能完整表達呈現。

4. 《小秘密》袖珍雕塑展

展覽日期：107 年 10 月 9 日(二) 至 107 年 12 月 30 日(日)，參觀人次：7,497 人。

袖珍雕塑，顧名思義是一種微型化空間的立體作品，是藝術家利用雙手指尖便能操縱自如的掌中物，如同過往皇宮貴族手上玩耍的觀賞物一般。事實上，袖珍雕塑通常為藝術家在思維過程中，欲將造形呈現前之模擬的縮小版，它更能直接投射藝術家的原初構想與創意的表現。因此袖珍雕塑以其具體親和力的尺寸，迷你微形化的空間，更能讓觀者細察造形、材質與形態的意義。

在這樣的空間之中，創作者也可準確的呈現此種小尺寸的獨特性，顯現它自身的意義與內容，而非僅只是大尺寸作品的縮小模型。在小尺寸中，可以跨越大雕刻結構的支撐困擾，大大發揮了袖珍雕塑的可能優勢。

在今日文化創意熱烈的發展中，如何因應便利與經濟上的低成本考量，藉由工廠複製大量生產的技術，同時結合學校教育的特質，將藝術美學的思維具體落實於社會生活中，是我們不斷思考的問題。

臺藝大袖珍雕塑展延續至今，逐漸觸及文創產業、教育推廣、國際交流、藝術實驗等面向並持續擴充，除了希望能讓新的朋友們對於雕塑藝術有所認識，也藉著每次展覽機會重新整理思索，期許袖珍雕塑的故事能持續傳遞。此展與國立臺灣藝術大學美術學院雕塑學系合作，結合文化創意產業的思維，舉辦此次「袖珍雕塑特展」，就在這「袖珍雕塑」造就的有限空間中，期盼開啟一個無限的發展空間。

(三)教育及推廣

1.舉辦傳統偶戲相關研習課程、工作坊及校園推廣講座

(1)舉辦校園偶戲講座，主動至臺北市國中小、大學，甚至社區大學免費舉辦，邀請陳錫煌老師和其弟子主講，介紹布袋戲相關文化的同時，現場更讓每位學生學習操偶的各種技巧，在歡樂的氣氛中，得到最好的教育成效。年度館外巡迴講座 10 場，人數:1,805 人。

年度館外巡迴講座		
日期	學校單位	人數
9/07 (五)	舊莊國小	70 人
9/10 (一)	修德國小	70 人
9/14 (五)	木柵國中	300 人
9/21 (五)	興隆國小	100 人
10/03(三)	立農國小	80 人
10/08(一)	葫蘆國小	190 人
10/22 (一)	敦化國小	400 人
11/12(一)	天母國中	120 人
11/26(一)	銘傳國小	75 人
12/07(五)	光復國小	400 人
人數合計		1,805 人

(2)教師研習營-傳統掌中戲操偶教學

本年度於 8 月舉辦教師研習課程，以傳統偶戲議題為中心，進行實務操演課程。針對教師族群設計配合「藝術與人文」相關課程，提供教師知識的進修，以及更多元的教學工具。並提供偶戲文化愛好者聚會與學習交流的機會。25 人次研習。

107 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。107 年度參與人數如下：

活動名稱	人數
戲偶 DIY	4,215 人
小型偶劇	6,784 人
館外節慶／教育文化推廣 (農曆新年、兒童節、中秋節、館慶)	3,405 人

(3)持續邀請國寶級偶戲大師駐館

開設工作坊，每週教授戲偶操作及工藝，並主動至社區、學校、弱勢團體等機關舉辦互動學習講座，傳承傳統技藝。

台北偶戲館自 99 年度起推廣《掌中技藝傳習計畫》，吸引許多對布袋戲文化有興趣的民眾參與活動，讓傳統藝術的種子得以逐漸發展，提升更多民眾對於傳統藝術文化的關注。並且透過教學、宣傳活動、演出及展示等各項活動，在推廣掌中戲技藝上，具有相當的經驗與成效。更因陳錫煌老師的進駐，已讓台北偶戲館成為喜愛布袋戲文化群眾的固定聚集地。民國 107 年年度公演「虹霓關」參與人數:500 人。

(4)育藝深遠-偶戲初體驗

育藝深遠專案，目的在為學童人格養成階段提供關鍵性的藝術刺激，播下藝術的種子，結合藝術資源及義務教育之權利，讓文化藝術融入正式課程之中。實施對象為國小二年級學生，結合國民小學「人文與藝術」課程，規劃適合學童之臺灣本土偶戲體驗課程，讓國小二年級學童對傳統偶戲與相關活動具備基本認知基礎，並對博物館導覽及觀賞有一完整體驗課程。「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。本年度共計參觀學校人數共 3,763 人。

2.推廣國際偶戲文化，多元介紹國際偶戲藝術

(1)偶戲推廣演出

搭配《春天兒童節：獻給孩童的愛與祝福》特展活動，於兒童節期間進行戶外演出活動：邀請 Deaf Puppet Theatre Hitomi (日本偶劇團)演出兒童劇《一吋法師》以及臺灣笑眯眯懸絲偶劇團和花格格故事劇團演出，促進臺日偶戲文化交流，以及民眾偶戲體驗和推廣。另外 107 年適逢李天祿逝世二十週年紀念活動，由來自法國「小宛然」劇團「(Jean-Luc Penso) et Lucie Cunningham」，安排多場法式音樂布袋戲《奧德賽》的公演，7/29(日)在龍山寺旁艋舺公園重現 30 年前演出的盛況和風采。參與人數:1,150 人。

(2)國際偶戲文化交流：

104 年度，日本能登半島地區-九尾婦女促進協會參訪台北偶戲館，並致

贈本館一整套完整日本傳統女兒節雛偶，除增添本館之收藏，同時也促進臺日雙方偶戲文化交流。民國 106 年 4 月份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。民國 107 年九尾婦女促進協會再次參訪台北偶戲館，配合特展活動致贈本館「女兒節吊飾」，祈求女兒災病遠離、平安長大、締結良緣。參與人數:60 人。

3.社區推廣活動

(1)周末藝文日

配合特展或相關節慶，於週末下午舉辦各式偶戲表演、講座、課程等，邀集所有觀眾到偶戲館享受週末藝文時光，借由策展人或表演藝術家進行教學或講座，以提升民眾喜愛偶戲藝術之樂趣。參與人次:300 人。

(2)趣味相撲體驗活動

在日本「嬰兒哭泣相撲」儀式可追溯至 400 年前，當時全國的神社就已開始舉行，規則會因地區不同而稍有變化，主要目的是為了祈求嬰兒健康成長。藉由此次《春天兒童節系》列活動特別舉辦『趣味相撲比賽』，歡迎小朋友們前來體驗這項擁有 400 年歷史又有趣的活動。服務人數：200 人。

(3)「巷弄戲偶說錫口-錫口文化 X 社區參與 X 偶戲演出」計劃

本年度向文化部提出經費補助，邀請國內偶戲藝術團隊駐館執行相關偶戲創作，呼應台北偶戲館深耕在地文化精神，以所在地—松山區錫口文化為出發點，延續及探討城市的發展與永續，讓年輕的偶戲藝術家從事偶戲表演藝術創作，與社區文化緊密結合，有效建立與地方民眾的連結。由「好劇團」全新創作一齣由社區民眾共同參與的光影偶戲演出，以及辦理相關工作坊和課程活動。

(4)擔任社區「藝術發電機」，配合節慶舉辦相關活動

A 北偶戲館與松山區復盛里里民辦公室為一體辦公室，為維繫里民的社區共識，並促進社區融合，本館與里辦公室以及松山區消防分隊聯合舉辦一系列節慶活動，除提供里民偶戲文化休閒育樂，也邀請偶戲演出團體於節慶活動與民同樂。

B 春天兒童節系列活動日舉辦「親子 DIY 課程」。藉由教學過程，提供親子共同手作樂趣。參與人數: 100 人。

(四)107 年度服務人數與上年度同期對照統計表

年度 人數	106 年	107 年			
		來館人數 (含育藝深遠)	館外展演及 教學活動	總人數	成長率
1 月	1,066	1,161	450	1,611	51.12%
2 月	1,471	1,203	1,800	3,003	104.14%
3 月	3,355	3,168	180	3,348	-0.20%
4 月	3,042	2,875	1,700	4,575	50.39%
5 月	4,587	4,172	450	4,622	0.76%
6 月	2,025	2,187		2,187	8.00%
7 月	3,521	2,329	1,060	3,389	-3.74%
8 月	8,135	1,922	1,250	3,172	-61.01%
9 月	2,999	1,623	1,140	2,763	-7.87%
10 月	2,641	1,942	1,250	3,192	20.86%
11 月	3,738	3,585	200	3,785	1.26%
12 月	2,135	1,970	100	2,070	-3.04%
累計	38,715	28,137	9,580	37,717	-2.79%

※ 107 年 1-2 月人數較去年同期成長 51.12%及 104.14%。因 1-2 月舉辦館外展覽推廣-「台灣無形文化資產-台灣之眼」桃園國際機場展覽，故館外展演人數和效益增加，人數成長幅度大增。

※107 年 4 月人數較去年同期成長 50.39%。因 4 月搭配《春天兒童節：獻給孩童的愛與祝福》特展活動，於兒童節期間進行多場戶外演出活動，參與人數踴躍，故成長幅度增加。

※民國 107 年 8 月人數較去年同期衰退-61.01%。民國 106 年 8 月配合北市兒童藝術節於 1 樓中庭進行多場表演活動，參與人數踴躍，但民國 107 年 8 月兒童藝術節無規劃演出活動，故人數較前年同期衰退。

※民國 107 年 10 月參與楊力州導演『紅盒子』紀錄片華山首映活動，於活動現場展示偶戲館彩樓及配合相關館外宣傳活動。故 107 年度較 106 年度同期人數成長 20.8%。

【影視產業推廣群】

一、影視協拍、人才培育與產業扶植相關業務工作計畫

(一)協助影視產製及跨國合製影片

1.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，自民國 97 年成立至民國 107 年底，共計協拍 5,266 部影視作品，協拍項目共計 15,366 項。97 年度協拍 54 部，98 年度 125 部，99 年度 281 部，100 年度 410 部，101 年度 460 部，102 年度 477 部，103 年度 511

部， 104 年度 635 部， 105 年度 705 部， 106 年度 798 部， 107 年度 810 部，屢創新高。

- (2) 107 年度協助攝製之影視作品為 810 部，包含電影 51 部、電視劇 85 部、廣告 311 部、MV106 部、短片 176 部、紀錄片 10 部、其他 71 部，其中跨國合製作品計 119 部。
- (3) 107 年度協助之電影包含《超級碼力》、《失路人》、《江湖無難事》、《DRUG KING》、《那個我最親愛的陌生人》、《CRISIS 公安機動搜查隊特搜組電影版》、《傻傻愛你傻傻愛我》、《人面魚：紅衣小女孩外傳》、《破處》、《老大人》、《練愛》、《給我愛 the teacher》、《亡命之途》、《第九分局》、《一吻定情》、《繩角》、《陰善人》、《跑馬》、《瘋狂電視台瘋電影》、《叱吒風雲》、《陽光普照》、《已讀不回》、《大三元》、《灼人秘密》、《幻術》、《旅途愉快》、《老鼠樂園》、《聖人大盜》、《不想一個人》、《可不可以你也剛好喜歡我》、《惡之畫》、《Danny Boy》等 51 部作品。
- (4) 107 年度協助之電視劇包含《魂囚西門》、《第一響槍》、《薛丁格的貓》、《我們與惡的距離》、《大時代》、《小貓熊胖達的奇幻冒險》、《第四名被害者》、《殺手》、《傀儡花》、《完美正義》、《月老實習生》、《愛的 3.14159》、《最佳利益》、《永生花》、《遺失的二分之一》、《高校英雄傳》、《Code 浮士德遊戲：進化》、《越界》、《媽媽加我等於十》、《我們不能是朋友》、《通靈少女 2》、《苦力》、《艾蜜麗的五件事》、《無聲練習曲》、《日據時代的十種生存法則》、《失父招領》、《冥戰錄-天妃現》、《你那邊怎樣/我這邊還 OK》、《女兵日記》、《用九柑仔店》、《炮仔聲》、《國際橋牌社》、《你有念大學嗎？》、《瘋狂馬克思》等 85 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 107 年底，共計協助跨國合作製作影片計 771 部。跨國合作對象共 35 國，包括：印度、日本、美國、拉脫維亞、荷蘭、瑞典、西班牙、德國、法國、英國、比利時、中國/香港、韓國、新加坡、泰國、菲律賓、馬來西亞、立陶宛、波多黎各、俄羅斯、澳洲、加拿大、紐西蘭、伊朗、智利、印尼、義大利、以色列、阿根廷、奧地利、葡萄牙、波蘭、捷克、越南、墨西哥等國家。(中國、香港算一個國家)。
- (2) 107 年度協助跨國合製影片共計 119 部，包含電影 19 部、電視 8 部、廣告 29 部、MV 24 部、短片 7 部、紀錄片 3 部、其他 29 部。
- (3) 協助跨國合製影片包括美國 Netflix 影集《罪夢者》、新加坡 HBO 影集《獵夢特工》、新加坡 HBO 影集《通靈少女 2》、中國電影《一吻定情》、阿根廷電影《祥瑞台北》、香港電影《旅途愉快》來臺拍片或取景或合製影片等 119 部作品。

3.申請項目施行難度增加

(1)自民國 97 年至民國 107 年止協助拍攝製作共計 1 萬 5,366 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，民國 107 年 2,273 個申請項目。

(2)民國 107 年的 2,273 個申請項目中，協尋及申請場景共 1,811 項；道路使用及車輛相關協助共 335 項；其它製作協助共 70 項；特殊協助項目共 57 項。其計算如下：

A.協尋及申請場景：共 1,811 項

- (A)市有房舍或場地計 894 項。
- (B)私有房舍或場地計 100 項。
- (C)國有場地計 163 項。
- (D)醫療院所計 45 項。
- (E)學校計 85 項。
- (F)眷村或老式社區計 150 項。
- (G)公園計 245 項。
- (H)警察局及派出所（消防局）計 129 項。

B.道路使用及車輛相關協助：共 335 項

- (A)道路封閉及拍攝使用之申請計 131 項，其中道路封閉 50 項，道路工作區使用申請 81 項。
- (B)停車場拍攝申請計 94 項。
- (C)捷運—含車廂及站臺，申請計 66 項。
- (D)警車申請計 13 項。
- (E)吊車申請計 3 項。
- (F)垃圾車申請計 1 項。
- (G)公車—含公車亭申請計 16 項。
- (H)火車及高鐵申請計 11 項。

C.其它製作協助：共 70 項

- (A)勘景導覽計 2 項。
- (B)協助尋找特殊道具及器材計 26 項。
- (C)協尋演員排練場地計 33 項。
- (D)工作人員推介計 1 項。
- (E)協助造景計 7 項（例如：延長路燈）。

(F)跨縣市場地申請計 1 項。

D.特殊協助項目：共 57 項

(A)協辦簽證事宜計 1 項。

(B)其他影片畫面借用計 1 項。

(C)跨局處協調會議計 36 項。

(D)國外劇組來臺行程規劃計 1 項。

(E)特殊拍攝許可 18 項。

4.特殊之協拍案例

- (1)電影《破處》描述兩名年少不羈的青少年為慶祝生日決定突破處子之身，卻意外捲入命案的漩渦被逼著長大的青春殘酷故事，劇情起始為強調兩位演員青春無懼，欲拍攝騎單車闖基隆路與松隆路口紅燈的畫面，因該路段車潮眾多，起初信義分局擔心在十字路口拍攝太危險希望劇組更改其他路段，經過多次協調，與警局提供許多寶貴意見後方能執行完成，劇組也依約在時間內結束道路管制，是一場三贏的道路封街申請案例。
- (2)電影《人面魚：紅衣小女孩外傳》，挾帶系列作的亮眼票房，自開拍以來便話題不斷，主角由新科破億演員鄭人碩擔任男主角，女主角則由許久不見於大銀幕演出的徐若瑄擔綱，並有許瑋甯、楊丞琳及黃河客串演出，卡司陣容強大。本案於民國 107 年 2 月開始向本會諮詢場景相關事宜，因劇情需求需要找老舊家景，陸續會勘安康平宅及北投製片廠等場景，最後選擇於北投「中心新村」拍攝，因此區屬於聚落建築群，劇組於陳設上為保護原有場景下了不少功夫。另外也透過本會申請中山堂光復廳作為音樂演奏會場景，希望完美呈現「集體中邪」的劇情內容，劇組也花費相當多苦心於群眾演員的場面調度，這也是少數於中山堂拍攝較為特殊的電影題材。本片於上映時即引起影迷熱烈期盼與討論，為臺灣影壇再度掀起一陣紅衣旋風！
- (3)電影《瘋狂電視台瘋電影》改編自全民大劇團同名舞臺劇，講述一群懷抱熱情理想的電視臺員工，如何在電視臺即將倒閉的困境中譜出新生命。導演謝念祖同時是本劇的編劇，並由歐漢聲、劉冠廷、吳姍儒、安心亞主演。透過本會協助龍門廣場、東區地下街、電影主體公園等場景拍攝，並為了在敦化南路光啟社外封街，舉辦與文化局、交通局、大安分局、交通大隊、停車管理處等跨局處協調會議，而促成了本案在該地封街三日的艱難任務。
- (4)電影《灼人秘密》由活躍各大影展的趙德胤執導，吳可熙、夏于喬、宋芸樺領銜主演，講述鄉下女孩到城市追夢的懸疑故事，不管她怎麼努力掙扎，也逃不過那些與生俱來的命運所帶給她的磨難。本案於臺北市拍攝為

期兩個月，首次在臺北捷運駕駛艙完成拍攝行車的空景，以及在捷運尖峰時段拍攝女主角吳可熙穿梭於人潮中，可謂不可能的任務，經由本會協助擬訂拍攝限制及注意事項，並於現地開技術協調會，成功讓捷運公司同意受理申請，本會當天全程協助管制亦未影響捷運乘客，促成此次拍攝雙贏。另一特殊協拍為於臺灣博物館土銀展示館-襄陽路與懷寧街口進行封街，透過本會召開跨局處協調會，執行長達 3 天的跨夜封街拍攝，該路段雖位處臺北車站的重要路段，經協調後限於公車收班後執行拍攝，亦未影響交通，最後在劇組及相關單位通力合作下於規定封街時間內順利拍攝完成。

- (5) 電視劇《一千個晚安》為三立電視與 Netflix 首度合作，並獲得文化部 105 年度旗艦型製作補助，導演林清振曾執導多部膾炙人口的偶像劇，包括《敗犬女王》及《我在墾丁天氣晴》，男女主角幾經波折最後由張棟樑、連俞涵擔綱演出。本案諮詢會勘諸多場地：寶藏巖、中心新村、北投製片廠、國產屬房舍、派出所等，並協助申請臺北市立大學音樂廳及明水路口公車站牌。由於這是首次跟臺北市立大學洽談協拍相關事宜，透過中間多次信件往返聯繫溝通，才順利完成場地費減免的申請與拍攝。

(二) 人才培育及專業訓練

1. 「2018 第一屆台北影視音創投會」是由影委會舉辦的大型影視音人才創投會議，更是亞洲影視音界的一大創舉，本次活動線上公開招募「影視配樂」及「影視劇本」人才，共有 57 位音樂家、133 位編劇家報名參加，並於 4 月 27 日(五)完成評選會議，提供史上第一次同時聚焦「配樂」與「劇本」的創意投資平臺！共有來自英國、美國、法國、西班牙等各地的優秀人才，報名相當踴躍。音樂配樂組及劇本組經過本屆評審傅薇、許景淳、李欣芸、呂聖斐、黃茂昌、唐在揚、傅天余、陳宏一、田開良、塗翔文等 10 位評審激烈的評審會議討論後，最終遴選出 20 位配樂創作者和 22 位劇本創作者，參與 5 月 29 日(二)和 5 月 30 日(三)的創投會，連續兩天活動包含國內外導演、製片、製作公司、電視臺、出版社與個人工作室等 46 家製作方積極與創作者洽談交流，本次創投會共促成近 250 場會談，並吸引眾多媒體報導，期盼媒合更多影視音樂人才，促成更多新興影視作品，拓展臺灣影視產業國際競爭力及市場。
2. 2018 「MOD 微電影暨金片子創作大賽」由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，為了鼓勵更多年輕學子參賽，另增設「最佳表現學校獎」，「最佳指導老師」以及「觀眾票選獎」等，總獎金近新臺幣 432 萬元，並特別邀請 2017 年金鐘獎迷你劇集最佳女主角的溫貞菱擔任活動代言人暨頒獎大使，徵件期間自 5 月 9 日(四)至 9 月 1 日(六)，總計有 316

件參賽作品，為讓參賽作品吸引更多關注，11月3日(六)在光點華山電影館舉辦入圍作品影展，11月27日(二)在中華電信大樓舉辦頒獎典禮，最終由《紐約下雪了》榮獲百萬首獎與最佳女演員兩項大獎，《世界之王》則奪下百萬「中華電信合作獎」。

3. 第十屆「拍台北」電影劇本徵選活動，徵件期間自6月25日(一)至8月14日(二)，總計有60件參賽作品，邀請田開良、郝譽翔、張士達、塗翔文、袁瓊瓊擔任評審，最後選出得獎作品：金劇本獎《小春與豬排》(作者：柯佳蕙)、銀劇本獎《童話世界》(作者：唐福睿)、銅劇本獎《謝絕照顧》(作者：丁啓文)、銅劇本獎《馭風少年》(作者：王維佐)、銅劇本獎《在我腦海的聲音》(作者：包容任)，本會並於11月30日(五)舉行「得獎人交流茶會」，邀請本屆五位評審親自頒贈獎狀給予得獎者，並現場交流劇本創作的歷程，分享從事編劇的經驗及對得獎作品的看法，對影視創作者具有莫大鼓舞。「拍台北」電影劇本徵選活動舉辦10年來，已成功促成多部獲獎劇本翻拍成電影，如近年上映之國片《南方小羊牧場》、《共犯》、《帶我去月球》、《藍色項圈》等，以及於國內外得獎不斷之電視電影《再見女兒》皆來自本活動得獎劇本，足見本活動已日臻成熟並獲得肯定。
4. 2018台北電影學院為臺灣電影人才量身打造系列課程，包括「編劇講座」、「編劇工作坊」、「國際動畫特效講座」、「國際製片工作坊」、「好萊塢製片講座」及「迪士尼動畫講座」六大課程，並邀請來自9個國家的名師，包括金鐘獎最佳編劇吳洛纓、美國編劇協會成員莉希雅·維拉洛沃絲、法國知名特效公司 BUF 視覺特效總監奧利維耶·科維、《犬之島》首席動畫師安東尼·埃爾沃希、亞洲電影大獎最佳視覺效果得主石井教雄、國際影展策展顧問及評審許維文、Storytek Accelerator 創辦人史丹-克利斯丁·薩路費、前 ARRI Media 創意總監沃夫·博瑟、美國製片協會新媒體委員會主席約翰·坎寧、Signal Pictures 創意總監金亨駿、鼎禎國際律師事務所所長吳柏宏、好萊塢革命工作室 (Revolution Studios) 執行長文斯·托提諾、李鼎傳媒創辦人李威達及首度來臺的迪士尼場景藝術總監馬提亞斯·萊希納，精彩課程吸引共1,550人次參與，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。
5. 民國 107 年持續與中國文化大學法國語文學系進行產學合作，提供大專學生實習機會學習影視產業的運作模式及累積工作經驗，實習生除協助本會一般行政工作、協拍勘景，並支援本會影視音創投會、台北電影學院、MOD 微電影暨金片子創作大賽頒獎典禮等活動，使本會各項活動皆順利圓滿完成，更能讓學生在接觸影視領域相關工作中學以致用，以銜接未來進入職場所需之

專業技能及知識。

(三)影視宣傳及行銷

1.合作宣傳影片 行銷臺北城市

(1)民國 107 年合作行銷協助影片計 26 部，全臺票房累計約 6 億 3,851 萬餘元，其中臺北市票房約 1 億 9,807 萬餘元，包含 107 年國片票房冠軍《比悲傷更悲傷的故事》以及《角頭 2：王者再起》等票房破億作品。

(2)民國 107 年合作行銷包含《角頭 2：王者再起》、《上岸的魚》、《有一種喜歡》、《小玩意》、電視電影《阿青，回家了》、《市長夫人的秘密》、《切小金家的旅館》、《引爆點》、《粽邪》、電視劇《雙城故事》、《北風》、《藍色項圈》、《搖滾樂殺人事件》、《黃金兄弟》、《紅盒子》、《紅樓夢》、《狂徒》、《幸福城市》、《哈囉有事嗎》、《疾風魅影-黑貓中隊》、《誰先愛上他的》、《有五個姊姊的我就註定要單身了啊》、《人面魚：紅衣小女孩外傳》、《比悲傷更悲傷的故事》、《小美》、《愛上卡夫卡》等 26 部影視作品。

(3)民國 107 年本會合作行銷宣傳為每一部影視作品節省 306 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。民國 107 年除加印《拍台北：影視勘景指南》第五版及《2016 台北拍電影：優惠辦法》；為因應本會推動國際影視攝製投資計畫，另印製《國際影視攝製投資計畫手冊》；以及製作《10 年拍台北》影像 DVD，透過影像傳達介紹影委會成立 10 年來累積的各項成果點滴，希望能夠充分呈現本會業務功能與服務成果，吸引更多劇組前來臺北市拍攝，且讓更多人了解影視拍攝為城市帶來的觀光效益。

3.連結官網等網路媒體宣傳行銷影視產業

民國 107 年包含採訪本會所主、協辦之影視宣傳活動及活動說明共 41 則，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 60 則，上述總量 101 則新聞稿均於官網露出。

(四)國際交流事務

1.3 月香港國際影視展：本會於香港影視展期間設立攤位，旨在推廣臺北市協拍優惠服務，以及影視投資相關事宜，並宣傳多部優秀臺灣影視作品，如臺菲合拍片《他和他的心旅程》、臺美合拍 Netflix 影集《雙城故事》、《大佛普拉斯》、《堀川》、《強尼凱克》、《幸福路上》等。本會於參展期間進行共計 19 場正式會議，與各國影視機構及製片公司洽談合作及吸引國際合拍，並與亞

洲各國電影委員會交流，分享經驗，會議對象包含：釜山國際電影節、札幌電影委員會、日本電影委員會、大巴黎電影委員會、亞洲電影委員會、來自各國的製作公司及企業共 14 間。會議期間除相互交流跨國合製計畫、推廣臺北市景點與本會協拍服務，以及宣傳國際影視攝製投資計畫，希冀能夠吸引更多國際團隊來本市取景拍攝。

2.辦理「台北+舊金山影視合拍簽約交流會」：該交流活動於 5 月 2 日(三)假臺北君悅酒店辦理，由於本會與舊金山電影委員會的溝通與搭橋，攜手促成了 Netflix 首部臺灣原創影集《雙城故事》於兩地的拍攝事宜，為強化本會與舊金山電影委員會合拍片互惠關係，特別邀請舊金山市電影委員會主席王雋懿(Villy Wang)來臺簽署影視合作備忘錄。應邀出席的貴賓包括華文創總監製葉如芬、青睞影視導演葉天倫、監製葉丹青、臺北市電影戲劇業職業工會理事長楊芸蘋、臺灣電影文創產業協會理事長陳志寬、中華民國廣播電視節目製作商業同業公會理事長汪威江、美國在台協會文化中心主任區毅良(Eric Aldrich)、紐西蘭駐台辦事處副代表宋彤珮(Tupe Solomon-Tanoa'i)、美亞娛樂董事長邱順清、導演卓立、導演張訓瑋、導演謝駿毅等，共同見證臺灣影視邁進美國市場的重要里程碑。此次活動共有 27 則媒體露出，引起影壇廣大迴響。希望藉由本次跨海簽約儀式，兩會宣布未來雙方合拍片互惠策略，並對等提供各項包括住宿、交通、器材等優惠措施，且在文化與教育領域上進行交流計畫，提供臺灣影人進軍美國影視重鎮的契機，進一步拓展國片的國際市場。

3.5 月坎城電影市場展：本會於市場展期間設立攤位，除宣傳臺北市景點協拍服務及優惠辦法，並舉辦說明酒會宣布「臺北市國際影視攝製投資計畫」起跑。針對前來臺北市拍攝，啟用臺灣演員以及主創人員，或雇用臺灣的後製公司、動畫特效公司的影片，給予優先投資，入選的單一製作案可獲得的最高投資金額將達到一百萬美元。在市場展現場，吸引逾百位國際導演、製片、策展人、國際媒體等共襄盛舉。希望能透過該投資方案，增加合製案的國際競爭力，藉以提升臺北市的國際能見度。此次共計 18 場正式洽談會議，對象包括：紐西蘭電影委員會、義大利薩丁尼亞電影委員會、印度商工會、印度國際電影觀光集會、美國電影市場展、日舞影展、法國國家電影委員會、法國馬賽電影委員會、荷蘭國家電影基金及電影委員會等，透過組織間的交流，為臺灣影人尋找更多合作機會，拓展國際人脈。

4. 6 月上海國際電影電視節：本會於參展期間參加「電影項目創投」，與 16 個香港、北京、上海、重慶等各地之製作公司、導演、編劇與製片團隊洽談籌資中的電影項目，並積極推廣本會新推出之「國際影視攝製投資計畫」，同時在會議中介紹本會協拍服務，並出席電影節主辦之合拍片相關論壇活動，希

望透過此次參展成功為投資計畫引進或開發電影項目，實際展開國際合資合製拍片。

- 5.辦理「紐西蘭影視參訪團交流活動」：參訪團成員包括紐西蘭電影委員會執行長等高層主管，及多位活躍於紐西蘭影視產業之製片、導演等，本會於6月25日(二)假臺北君悅酒店舉辦「臺紐影人交流茶會」，會中介紹臺北及紐西蘭兩地影委會之各項影視協拍服務與補助，目的為使雙方影視人員對於至他國拍攝有更深一層的認識，並藉由茶會過程使雙方影視產業人員能自由交流，並討論未來可能的合作案。應邀出席的貴賓包括文化部影視及流行音樂產業局局長徐宜君及電影產業組組長楊秀玉、嘉揚電影監製唐在揚、華影國際影藝執行長鄒介中、導演王重正、導演鄭有傑、監製陳保英、導演王威翔、原住民族電視臺組長曾桂英及經理陳慧玉、海鵬影業負責人姚聖洋、采昌國際多媒體電影發行部總監鍾劭璋、佳映娛樂總經理劉嘉明、華星娛樂總經理李良玉、影一製作所總監製李烈、威視電影董事長吳明憲、青睞影視製作監製葉丹青、逆光電影監製陳寶旭、前景娛樂總經理黃茂昌等。活動期間，雙方共同宣佈未來將合作辦理「臺紐編劇人才交換計畫」，促進兩地影視產業人才活絡交流。
- 6.10月韓國釜山影展暨亞洲電影市場展及亞洲影視媒合會議：本會此次於市場展設立攤位，主要目的為宣傳行銷臺北市景點、臺灣國片及影視人才、推廣北市影視協拍服務及國際影視攝製投資計畫，於攤位製作本年度合作行銷之國片《紅盒子》、《幸福城市》及《雙城故事》等海報牆面，並播放電影宣傳片段以行銷國片及推薦臺灣優秀演員給國際影人，吸引大量參展者至攤位詢問相關事宜。此外，本會饒紫娟總監於2018年的亞洲電影委員會第二次董事會議(AFCNet Board Meeting)獲選為亞洲電影委員會副主席，未來能更直接及更大程度的參與亞洲電影委員會的重大決策，提升臺灣電影產業在亞洲及國際影視圈的重要性與能見度，並提升本會與其他國家簽署跨國合製的可能性。此次參展共計28場正式洽談會議，對象包括：日本角川公司、韓國CJ娛樂、首爾電影委員會、釜山電影委員會等，藉此深化國際影視交流。
- 7.10月東京國際電影節暨日本內容市場展：此行本會與臺灣館之參展廠商合作設立攤位，旨在推廣臺北市景點、本會協拍服務及國際影視投資等資訊，行銷宣傳於臺北拍攝之國片及推廣臺灣演員，主要目的為吸引國際劇組至臺北拍攝。此次參展共計12場正式洽談會議，對象包括：札幌產業振興財團/札幌電影委員會、神戶電影委員會、角川製作公司、松竹株式會社、東京電影委員會等，此行除提升本會及國片於國際影視市場上的能見度，也與日本多處影視組織建立溝通管道並達成未來合作的共識，及強化與國際間影視單位的關係連結。

8.11 月美國電影市場展：本會此次參展期間設立攤位，主要為宣傳國際影視攝製投資計畫及臺北市景點推廣，並於攤位上播放電影預告、本會形象影片及國際協拍記者會花絮串帶展示協拍成果。此外，為慶祝本會成立十週年，特舉辦「拍台北」記者會，邀請各國製片公司、媒體及電影委員會一同參與，會中並宣傳最新的國際合拍投資政策，同時介紹即將與美國革命工作室合作的合拍片《售命》(Life for Sale)，與即將與公共電視、舊金山電影委員會合作的史詩型電視劇《傀儡花》，吸引國際媒體報導和國際影人的參與，進而提升臺北市影視產業國際能見度。另一重要目的則是與「台北電影學院」的長期合作單位-美國製片工會(PGA)進行交流、活絡合作關係，洽談下年度台北電影學院合作事宜，以及與首爾電影委員會洽談會議與參觀數字王國公司(Digital Domain)洛杉磯總部，持續強化與國際影視單位聯繫交流，建立未來合作基礎。

9.辦理「2018 臺北上海城市論壇」影視交流活動：本會此次參與該論壇活動，主要目標為協助兩市影視產業進行實質交流，除為上海影視參訪團在訪臺期間，安排緊湊的臺北市勘景以及影視單位參訪行程，並於 12 月 20 日(四)論壇當日進行財團法人台北市文化基金會台北市電影委員會與上海市廣播影視製作業協會簽署交流合作備忘錄，本會饒紫娟總監亦於文化分論壇進行專題演講，介紹影委會協拍成果及分享兩岸影視交流合作經驗，希望藉此增進雙方未來影視互助合作及文化交流，共同促成更多合製片，提升華語影視作品的國際競爭力。

二、國際影視攝製投資計畫

(一)辦理目的

為鼓勵國際影視攝製團隊在臺北市攝製影視作品，提升臺北市影視及文創觀光產業，行銷臺北城市意象，臺北市政府委託本會辦理國際影視攝製投資及相關優惠，支持影視產業發展。期望透過每年 3,000 萬資金吸引更多國際優秀團隊前來臺北市取景拍攝，讓「國際資金走進來，臺北影視走出去」，使臺北市於國際影壇佔有一席之地，進而成為亞洲製片的新興投資影視基地。

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

(二)第一屆臺北市國際影視攝製投資計畫

民國 107 年推動「第一屆臺北市國際影視攝製投資計畫」，首次徵件自 9 月 18 日(二)至 10 月 29 日(一)，為期共 42 天，收到來自荷蘭、法國、德國、奧地利、

新加坡、香港等 8 件跨國合製投資提案申請，經投資審議評選出 5 個投資案件：包含新加坡 HBO Asia 投資由徐若瑄、吳可熙參與演出的科幻影集《獵夢特工》；曾獲第 66 屆坎城影展金攝影機獎、以及金馬獎最佳新導演、原著劇本和劇情片等大獎的陳哲藝導演新作《熱帶雨》；由邱瓌寬監製、金馬獎多次入圍及獲獎的張艾嘉編劇演出以及翁倩玉主演的《旅途愉快》；國際影展的新星荷蘭導演 David Verbeek 所執導吸血鬼電影《狂歡時刻》；法國、奧地利合製愛情電影《尋找》等。本次獲得投資案件之導演及作品均潛力十足，預期將引進逾 3 億新臺幣的國際資金投注於本市影視產業，可望帶動影視產值及衍生價值成長，進而推動城市商機與文化觀光效益，達到「以國際資金投資臺灣製作進入全球市場」之最終目的。

第一屆國際影視攝製投資計畫名單				
計畫名稱	製作公司	導演	跨國合製國家	投資補助金額(新臺幣)
獵夢特工 / Dream Raider	日舞國際娛樂股份有限公司	洪昇陽	新加坡	1,000 萬
旅途愉快 / Have A Nice Trip	寬魚國際股份有限公司	蔡美詩	新加坡、香港	650 萬
狂歡時刻 / High Time	光譜映像有限公司	David Verbeek	荷蘭	500 萬
熱帶雨 / Wet Season	Giraffe Pictures PTE LTD	陳哲藝	新加坡	450 萬
尋找 / Moneyboys	前景娛樂有限公司	Chen Bo Yilin	奧地利、法國	400 萬

三、台北電影節

(一)本屆規劃主軸

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

(二)本屆重要績效

第二十屆台北電影節於民國 107 年 6 月 28 日(四)至 7 月 14 日(六)完成辦理，

為期 17 天的影展，放映來自 52 個國家、多達 203 部、995 場次的影片，票房收入 538 萬元，觀影人數達 3 萬 6,676 人次，參展國際外賓 120 人，推廣活動場次 203 場，活動總參與人數 12 萬 5,174 人次，頒獎典禮直播觸達人數 141 萬 4,412 人次。

適逢台北電影節 20 週年，我們梳理過去也開創未來。

我們梳理台北電影節過去 20 年的沿革與意義，集結成 20 年專書《一瞬二十》，與《顯影。破格而出：台北電影節 20 印記特展》希冀藉由描述電影創作與電影發生當下時空的文化景觀與社會氛圍，以及呈現台北電影節陪伴電影人創作、成長的過程，讓讀者與觀眾更了解這個影展。

去年首度舉辦的「電影正發生」，本屆以 VR 為題，不只放映 VR 電影、有系統地介紹 VR，更打造一個 VR 正發生的現場，讓觀眾可以參與、觀察 VR 作品如何跨域產生合作。正如今年度台北電影節的主軸精神：突破框架，台北電影節執行團隊每年都在挑戰自己，提供新的觀點給觀眾及產業。

另外，沿續去年在泳池放電影的不設限概念，今年我們在捷運放電影，從白天到跨夜，希望電影跟捷運一樣，成為臺北市民生活中不可或缺的一部份。

在與國際影壇交流方面，與法國南特影展合作的「國際提案一對一工作坊」已進行第四年，逐漸成為培訓、提供新一代導演、製片人才培育的重要管道，每年入選 6 個提案，至今共有 24 個長片企劃。台北電影節期待透過持續舉辦工作坊，培育出具有專業能力、逐漸能在本地及國際知道如何進用及取得資源的下一代製片及創作者，在具局限性的本地或西進籌資選項外尋覓其他可能。

(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		
105	53	84	32	133	302	388	690
106	49	65	48	131	293	509	802
107	46	54	51	160	311	553	864

在台北電影獎的徵件部分，台北電影獎的報名數量為 311 部，創下了歷屆徵件數量的高峰，四種類別中短片、動畫片兩類數量有明顯的增長。而今年電影獎的頒獎典禮的轉播收視，亦創歷年新高，顯見台北電影獎已成為影人、觀眾心目中國片的重要榮耀舞臺。

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 509 部，今年大幅成長，有 553 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	《幸福路上》
最佳劇情長片	《誰先愛上他的》
最佳導演獎	《范保德》蕭雅全
最佳紀錄片	《我們的青春，在台灣》
最佳短片	《洞兩洞六》
最佳動畫片	《幸福路上》、《霓虹》
最佳編劇獎	《血觀音》楊雅喆
最佳男主角獎	《誰先愛上他的》邱澤
最佳女主角獎	《誰先愛上他的》謝盈萱
最佳男配角獎	《角頭 2：王者再起》鄭人碩
最佳女配角獎	《血觀音》文淇
最佳新演員獎	《阿莉芙》舞炯恩
最佳配樂獎	《范保德》雷光夏、侯志堅
最佳剪輯獎	《血觀音》陳俊宏
最佳攝影獎	《小美》中島長雄
最佳美術設計獎	《范保德》黃文英、王誌成
媒體推薦獎	《誰先愛上他的》
觀眾票選獎	《幸福路上》
楊士琪卓越貢獻獎	陳國富

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。

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	《自己的工廠自己救》(The Nothing Factory)/沛德羅·皮諾(Pedro PINHO)
評審團特別獎	《騙婚風暴》(The Charmer)/米拉德·阿拉米(Milad ALAMI)
觀眾票選獎	《誰先愛上他的》(Dear EX)/徐譽庭、許智彥

「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。

(四)影展辦理說明

第二十屆台北電影節影展單元

分類	單元
開閉幕及特別放映	• 開幕片：范保德 • 閉幕片：引爆點 • 特別放映：藍色項圈、搖滾樂殺人事件、後來的我們
競賽單元	• 台北電影獎 • 國際新導演競賽
觀摩單元	• 未來之光 • 未來之光：拉美新導演 • 明日·台灣 • 作者視角 • 亞洲稜鏡 • 亞洲稜鏡：GDH559 • 感官嘉年華 • 怪奇物語 • 異境真實 • 經典重現
專題策劃	• 電影學校探索：布宜諾斯艾利斯電影大學 • 無畏，因為有所謂：東南亞新銳短片選 • 電影正發生：VR - 6/29(五)-7/12(四) VR 感官全浸界(放映) - 6/29(五)-7/12(四) VR 靜態展 - 7/5(四)-7/7(六) VR 現場 - 7/8(日) VR 講座

我們延續過往開始的專題繼續紮根，也在主題、影片、相關講座活動的規劃上，提出影展的觀察和選擇。其中幾個主要的重點在於：延續「電影正發生」的嘗試，今年新探新媒體敘事的 VR 發展；延續對新興區域東南亞的關注，今年選映六個子單元 29 部影片介紹東南亞短片新銳，在介紹亞洲電影的脈絡下，將視角延伸到影展以外的商業電影模式發展，以「亞洲皮克斯」的泰國製作公司 GDH 559 為專題案例，從產業的面向了解泰國影視文化以小博大的運作方式；去年甫開始的「電影學校探索」反應熱烈，今年將焦點轉向近年來在國際影壇表現突出、孕育當地及拉美新導演基地的阿根廷布宜諾艾利斯電影大學，從該校學生的短片回顧，進一步談該校在人文培養及與業界接軌的實作訓練的整體性支持網絡。另外，兩個新增加的單元也加強台北電影節既有的關注主題：「明日·台灣」平行於「國際新導演競賽」及「台北電影獎」的競賽選擇，以影展的角度選出同樣值得觀賞的臺灣獨立短片及紀錄片首映作品，在 20 屆之際開始，為將來的臺灣電影新力鼓勵新可能。「異境真實」是針對影展觀摩類影片增設的紀錄片單元，過往台北電影節一直有選映紀錄片，然而，或許臺灣電影發展脈絡裡，對紀錄片和劇情片的二分式劃分相對堅持，過往試圖在觀摩影

片裡偷渡紀錄片的嘗試幾番被忽略，因此從今年起新闢一個或可廣義稱為紀錄片，但與臺灣主要對紀錄片拍攝美學、議題導向、評析脈絡較為不同的非劇情類影片創作，試圖參與及擴展想像的可能。

(五)活動列表

活動名稱	日期	活動地點
富邦青少年評審團 1	4/28(六)	台北國際藝術村
富邦青少年評審團 2	4/29(日)	台北國際藝術村
形象廣告發佈會	5/1(二)	剝皮寮歷史街區
國際新導演競賽入選記者會暨茶敘	5/8(二)	台北文創
台北電影獎入選記者會暨茶敘	5/14(一)	中山堂
臺藝大廣電系分享講座	5/17(四)	華山文創
台灣大哥大行動創作獎分享講座 1	5/18(五)	台北文創
台灣大哥大行動創作獎分享講座 2	5/19(六)	台北文創
富邦青少年評審團 3	5/19(六)	台北國際藝術村
富邦青少年評審團 4	5/20(日)	台北國際藝術村
交通大學分享講座	5/20(日)	交通大學
邁過二十：導演對談	5/25(五)	台北文創
MRTaipei 電影院-大湖公園站《我愛恰恰》	5/26(六)	捷運大湖公園站
MRTaipei 電影院-南京復興站《大佛》	5/26(六)	捷運南京復興站
MRTaipei 電影院-中山站 R79《野潮》	5/26(六)	捷運中山站 R79
MRTaipei 電影院-大安森林公園站《七點半太空人》	5/26(六)	捷運大安森林公園站
MRTaipei 電影院-松山站《命帶追逐》、《狀況排除》、《維多利亞》	5/26(六)	捷運松山站
政大傳播學院聯合畢展分享講座	5/26(六)	政治大學
套票首賣 X 選片指南	6/3(日)	台北文創
20 周年特展_開幕媒體記者會	6/8(五)	剝皮寮歷史街區
20 周年特展戶外放映《海角七號》	6/8(五)	剝皮寮歷史街區
富邦青少年評審團 5	6/8(五)	台北國際藝術村
富邦青少年評審團 6	6/9(六)	台北國際藝術村
富邦青少年評審團 7	6/10(日)	台北國際藝術村
外場人員訓練大會	6/10(日)	剝皮寮歷史街區
南山高中校園講座《神算》、《畢業旅行》	6/19(二)	南山高中
富邦金控員工場搶先看	6/22(五)	光點華山
選片指南再一波：東南亞短片 X 電影正發生	6/23(六)	台北文創
嫵妙影癡俱樂部《花樣奶奶爭屋記》	6/28(四)	新光影城

開幕片《范保德》記者會	6/28(四)	中山堂
台北電影節開幕酒會	6/28(四)	中山堂
SAMSUNG 搶先體驗 VR	6/28(四)	中山堂
翰林茶館 Happy Hour	6/29(五)	中山堂
《非同凡響》記者會	6/29(五)	中山堂
《小美》記者會	6/29(五)	中山堂
嫵妙發泡錠 Happy Hour	6/30(六)	中山堂
亞洲皮克斯：一探泰國 GDH 559 的運作	6/30(六)	台北文創
NYX 影癡俱樂部《我的抓狂(女)友》	6/30(六)	新光影城
米森影癡俱樂部《誰先愛上他的》	6/30(六)	中山堂
《黃色潛水艇》免費放映	7/1(日)	中山堂
Aesop 香氛場《非同凡響》：Olous 芳香室內噴霧	7/1(日)	新光影城
翰林茶館 Happy Hour	7/1(日)	中山堂
正在拍片的我：台灣電影人	7/1(日)	中山堂
正在拍片的我：台灣電影人餐敘	7/1(日)	中山堂
臺虎精釀影癡俱樂部《血色搖籃曲》	7/2(一)	新光影城
國際新導演競賽頒獎典禮	7/3(二)	中山堂
國際新導演競賽頒獎典禮 After Party	7/3(二)	中山堂
富邦青少年觀摩獎：採訪	7/3(二)	中山堂
仕高利達影癡俱樂部《十四顆蘋果》	7/3(二)	新光影城
翰林茶館 Happy Hour	7/4(三)	中山堂
Aesop 香氛場《新婚躲貓貓》：Istros 芳香室內噴霧	7/4(三)	新光影城
《蜻蜓之眼》-徐冰講座	7/4(三)	中山堂
仕高利達品飲酪影品酒會	7/5(四)	中山堂
Aesop 香氛場《與爸爸的足球約定+巴黎迷路的午後》：草本腋下身體噴霧	7/5(四)	新光影城
Aesop 香氛場《薩瑪的漫長等待》：腋下身體噴霧	7/6(五)	新光影城
台北電影獎評審媒體見面會	7/7(六)	光點華山
嫵妙發泡錠 Happy Hour	7/7(六)	中山堂
《十年台灣》記者會	7/7(六)	中山堂
《坂本龍一：終章》講座	7/7(六)	新光影城
《藍色項圈》記者會	7/7(六)	中山堂
VR 交流酒會	7/7(六)	意舍酒店
翰林茶館 Happy Hour	7/8(日)	中山堂
《搖滾樂殺人事件》記者會	7/8(日)	中山堂
《搖滾樂殺人事件》隨片登臺映前演唱會	7/8(日)	中山堂廣場

翰林茶館 Happy Hour	7/9(一)	中山堂
《九指魔爪》焦點影人	7/9(一)	新光影城
嫵妙發泡錠 Happy Hour	7/10(二)	中山堂
富邦青少年觀摩獎：採訪	7/11(三)	中山堂
饗食天堂 Guest Lounge Happy Hour	7/11(三)	中山堂
《東南亞新銳短片選：越界情慾》講座	7/11(三)	新光影城
仕高利達品飲酷影品酒會	7/12(四)	中山堂
《FUC 短片選 II》電影大學講堂	7/12(四)	光點華山
台北電影獎頒獎典禮	7/14(六)	中山堂
台北電影獎頒獎典禮 AFTER PARTY	7/14(六)	INPARADISE 饗饗
楊士琪卓越貢獻獎講座-陳國富	7/15(日)	中山堂

(六)出版品

1. 《107 年度台北電影節－觀影手冊》50,000 本。
2. 《107 年度台北電影節－影展特刊》1,000 本。
3. 《一瞬二十》台北電影節二十週年專書 1,200 本。

(七)行銷宣傳

1.媒體露出總表

A.報紙 (共 15 家)	TaipeiTimes 台北時報、聯合報、蘋果日報、中國時報、自由時報、民眾日報、中華日報、太平洋日報、台灣新生報、更生日報、青年日報、旺報、爽報、都會時報、臺灣時報
B.雜誌 (共 20 家)	明潮、文化快遞、臺北畫刊、愛女生、世界電影、iLook 電影雜誌、熟年誌、聯合文學、Bella 儂儂、美麗佳人、Ppaper、La Vie、時報周刊、鏡週刊-影劇、嬰兒與母親、LEZS、安可人生、男人誌、PRESTIGE TAIWAN、新新聞
C.電視 (共 14 家)	TVBS 臺、TVBS 新聞臺、八大第一臺、三立 iNEWS、三立新聞臺、中天新聞臺、中視、臺視、民視新聞臺、年代電視臺、東森財經臺、東森新聞臺、壹電視新聞臺、華視
D.廣播 (共 6 家)	台北廣播電臺、IC 之音、News98 電臺、教育廣播電臺、警察廣播電臺、台北愛樂電臺
E.網路 (共 87 家)	台北市電影委員會、文化部影視局、ETtoday、新浪新聞、LIFE 生活網、PChome 娛樂新聞、Yahoo!奇摩電影、Yahoo!奇摩新聞、青年日報、HiNet 新聞、Wow!NEWS 新聞網、今日新聞、LINE TODAY、中時電子報、壹週刊、自由電子報、蕃新聞、蘋果即時、中央廣播電臺、中央通訊社、eNews、鏡週刊、三立新聞網、asian paradise 亞洲樂園、match 生活網、上報、PChome 新聞、VOUGE、噓！星聞、台灣醒報、開眼電影網、聯合新聞網、TAVIS.tw、大紀元、eTV 傳媒、博新聞、GQ 瀟

	灑男人網、TVBS 新聞網、MSN 娛樂、中華日報新聞網、明潮、Yahoo 懶人卡、世界新聞網、台視新聞、台灣醒報、民視新聞、香港明報、men's uno、中央網路報、台灣英文新聞 Taiwan News、看港灣、拍手、綜藝報、芋傳媒、beauty 美人圈、楓林網、壹讀、雪花新聞、美麗日報、La Vie 行動家、聚看網、引力資訊、非池中藝術網、有吧新聞、Bella 儂儂、電癮星聞、火爆網、Girl 愛女生、數位時代、KKnews、缺口網、華人今日網、搜狐、讀一讀、網易娛樂、52PK 娛樂頻道、1905 電影網、香港新聞網、民報、Screen Daily、聯合早報、新唐人亞太電視、客家電視臺、WATCH 365、台北流行廣播電臺、原住民族電視臺、台灣電影網
F.自媒體	官方網站瀏覽人次：21,935,429 (101/7/22(日)-107/7/25(三)) 第 20 屆台北電影節電子報共計 14 期 FACEBOOK 粉絲人數：122,581(98/10-107/7/20(五)) Youtube 瀏覽人次：59,986,150 (99/3/9(二)-107/7/20(五)) Instagram 追蹤人數：3,090 (102/3/15(五)-107/7/20(五))

2. 媒體露出比較

媒體	106 年	107 年	比較
報紙	14 家，220 則	15 家，232 則	+1 家，+12 則
雜誌	22 家，40 則	18 家，31 則	-4 家，-9 則
電視	13 家，112 則	14 家，114 則	+1 家，+2 則
廣播	8 家，11 則	6 家，8 則	-2 家，-3 則
網路	127 家，516 則	83 家，753 則	-44 家，+237 則
官方網站	造訪 20,277,777 人次	造訪 21,935,429 人次	+1,657,652 人次
Facebook 粉絲團	粉絲數 114,772 人次	粉絲數 122,581 人次	+7,809 人次
Instagram	追蹤 1,144 人次	追蹤 3,090 人次	+1,946 人次

(八)近三年量化資料分析

項目	105 年	106 年	107 年
主題城市	無	無	無
活動天數	17 天	17 天	17 天
放映地點	中山堂、 新光影城、 光點華山電影館	中山堂、 新光影城、 光點華山電影館	中山堂、 新光影城、 光點華山電影館
放映片數	169 部	144 部	203 部
	49 部	40 部	56 部
	28.99%	27.77%	27.59%
放映總場次	229	255	995
票房收入	5,238,217	5,227,043	5,380,055
總票數 (含售票、貴賓券)	39,829	46,051	41,984

觀影人數	33,308	39,854	36,676
外賓人數	78	114	120
推廣活動場次 (講座、論壇、電影市集、QA 等)	112	179	203
活動參與人數	77,518	65,278	89,966

- 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。107 年度我們延續過往的專題繼續紮根，也在主題、影片、相關講座活動的規劃上，提出影展的觀察和選擇，觀眾開始慢慢接受這樣的影展方向，但因影展期間遇到颱風停映，觀影人數較前年度略減。
- 2.107 年度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。另外，特別安排 14 部 VR 影片的放映，包括動畫、紀錄片、接近傳統敘事作品、裝置實驗藝術以及互動作品，可說是國內最完整的 VR 影展。107 年度共放映 203 部作品，較前一年度增加 34 部，國片的放映也增加 7 部，放映總場次共增加 740 場(其中有 738 場為 VR 放映場次，因颱風取消放映 29 場)。
3. 為拓展不同的觀影族群，我們今年嘗試在捷運、剝皮寮歷史街區放電影，獲得熱烈迴響。為深入推廣觀影，107 年度增加了 11 場映後 QA，加強觀眾與影人的交流。活動總場次及參與人次皆有成長。
- 4.107 年為台北電影節 20 週年，許多國外影人皆到訪參與盛會，外賓人數達 120 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。

四、剝皮寮歷史街區西側經營管理

(一)營運定位與目標

在「舊味」中，如何創造「新潮」，即是剝皮寮營運計畫的宗旨。

- 1.以剝皮寮為中心輻射的西區歷史透過導覽及主題展覽把故事說得更完整，同時，透過全新的 CI 設計、網站建置，將年輕的設計元素導入，重塑剝皮寮的品牌形象，定位為兼具回憶及創意的基地，期待磁吸更多具當代性的藝文活動在剝皮寮發生。
- 2.台北電影節統籌部進駐剝皮寮，希望藉此能讓臺灣電影產業中，年度被發掘的電影創作能量，從展映活動轉化成交流能量、教育能量，在剝皮寮開始常態扎根。當剝皮寮成為觀眾更靠近臺灣電影和創作者，或創作者更靠近彼此的電影聚集地時，剝皮寮就會有新的文化定義，和活動力道。
- 3.當剝皮寮透過新的概念行銷，以及電影藝文能量的注入，我們能有更多的新穎故事、活動，能和社區一起分享，重新詮釋社區與剝皮寮的共生關係，書

寫在舊街區屬於這一代、新的社區成長記憶。

期待透過這三大方向的著手，能讓剝皮寮不只是駐足 10 分鐘，拍照打卡的景點，而是一個能透過設計，重塑舊城內涵的新文化聚落。進而帶動社區的活力，吸引人潮，甚至展望未來，成為觀光的熱點。

(二)成果概述

107 年度的工作重點放在社區藝文推廣、電影文化與藝文教育推廣，並依營運定位與計畫目標舉辦展覽與活動。107 年共計有 52 萬 8,143 參觀人次，133 檔展覽/活動，50 組協拍，媒體露出 244 則。

107 年參觀人次		107 年展覽/活動組數	
1 月	25,992	1 月	9
2 月	36,246	2 月	6
3 月	25,336	3 月	9
4 月	27,602	4 月	10
5 月	54,727	5 月	10
6 月	47,506	6 月	16
7 月	47,701	7 月	15
8 月	53,412	8 月	8
9 月	43,582	9 月	12
10 月	57,491	10 月	15
11 月	49,711	11 月	8
12 月	58,837	12 月	15
小計	528,143	小計	133

107 年協拍組數		107 年協拍空間數	
1 月	5	1 月	113
2 月	3	2 月	66
3 月	3	3 月	33
4 月	3	4 月	4
5 月	3	5 月	13
6 月	5	6 月	6
7 月	2	7 月	2
8 月	5	8 月	19
9 月	4	9 月	9
10 月	5	10 月	8
11 月	8	11 月	60
12 月	4	12 月	48
小計	50	小計	381

1.街區空間的管理與維護

(1)老松國小修繕工程

A.剝皮寮消防設備改善工程

B.剝皮寮緊急維護整修工程

(2)其他街區管理與修繕

A.燈光改善 16 間展間、牆面粉刷鋼構保護漆約 10 處。

B.增設陽光簾減少陽光從玻璃天篷直射；並改善空間對流約 10 處。

C.擴增電子保全範圍，並且改為無線裝置，減少古蹟保存的維護困難。

D.改善街區無障礙廁所，調整高度、寬度已符合法規，並更換觸控面板、增設無障礙小便斗等，亦更換哺集乳室尿布檯及排風設備，增設飲水機。

E.街頭與街尾增設 AED 設備共 2 臺。

F.街區公廁通風改善，每小時可以換氣 3 次，改善濕氣、廢氣滯留，並使地板保持乾燥。

2.街區的活化與教育推廣

(1)社區藝文推廣

A.巡遊艋舺-穿越剝皮寮

艋舺是臺北市的起源，剝皮寮是臺灣最具特色的歷史街區之一。

藉此遊行艋舺歷史街區提升民眾對臺北第一城的文化記憶，增添春節過年的期待與喜悅，同時在大小廣場定點呈現「龍獻·旺年吉祥」的時尚文創展演，讓遊程增添新春年位，帶動中萬華新春文化旅遊觀光，提供遊客一種遊覽觀看艋舺歷史街區新的體驗方式。

活動日期：2/18(日)、2/19(一)、2/20(二)，共 3 場。

活動人次：300 人次。

B.中秋玩藝節

與「漢霖民俗/兒童說唱藝術團」、「艋舺龍山文創 B2」及「文劇坊掌中劇團」合作，舉辦三大傳統藝文活動，從說唱藝術、創意裝扮踩街，再到布袋戲文化的展覽講座與表演，邀請在地居民與外地遊客一起「翻玩艋舺、中秋創藝」。活動人次：850 人次。

▶ 漢霖民俗說唱藝術團

【藝遊台北探風采】說唱表演

透過精彩的說唱表演，帶領觀眾穿梭臺北，回味艋舺繁榮景象！

時間 | 8/24(五)-9/15(六)

▶ 艋舺龍山文創 B2

【百人妝藝—艋舺 flossdance】裝扮踩街

創意裝扮、輕鬆搖擺快閃 flossdance，沿途導覽認識艋舺文化。

時間 | 9/15 (六)

▶ 文劇坊掌中劇團

【掌中巧藝】布袋戲特展、布袋戲欣賞示範講座、【巧遇姻緣】布袋戲表演透過細膩的戲偶展覽、講解與演出，讓民眾更了解布袋戲的表演藝術與布袋戲之美。

時間 | 9/15(六)- 9/23(日)

C.冬至剝皮寮-城市生活節

因應冬令時節與城市生活文化，剝剝特別嚴選三日限定主題進駐街區展館，拉出時間為縱軸，空間為橫軸，企圖尋找過去與現代的交會點，讓我們相會在萬華。主題分為《城事誰人知—文化講堂》三場講座、《迺艋舺—文化導覽》2 場導覽、《本質生活-20 個品牌展覽》展間活動，以及《張秀卿-奉茶聽講古》、《湯圓辦桌演唱會》兩大精彩的表演活動。從奉上一杯冬茶開始，將帶大家從視覺、觸覺、嗅覺、聽覺及味覺，以五感去體驗城市文化的美好；也帶大家深入萬華在地，以不同的視角去理解城市的多樣貌，正因為萬華的包容性，讓生活真實的在街頭搬演，不矯揉，卻溫暖動人。

活動日期：12/21(五)-12/23(日)

活動人次：6,140 人次

(2)電影文化與藝文教育推廣

A.「顯影。破格而出：台北電影節 20 印記」特展

剝皮寮歷史街區為一處與台灣電影歷史緊密相繫的文化場域，早在 1980 年代，就曾出現在侯孝賢導演的電影《戀戀風塵》中；2009 年，剝皮寮成為鈕承澤導演的電影《艋舺》的主要拍攝場景，隨著電影創下年度票房亞軍的紀錄，帶動國內外觀眾重新踏上這塊幾乎被遺忘的城市角落。由此可見，剝皮寮歷史街區除了保存臺灣兩百多年的興衰發展與常民文化，更是電影藝術與都市再造相輔相成的絕佳典範。2018 年，適逢台北電影節 20 週年，特別規劃「顯影。破格而出：台北電影節 20 印記」特展，藉由梳理台北電影節 20 年來的歷史軌跡，引導觀眾重新閱讀臺灣電影文化脈絡，於充滿歷史氣息的剝皮寮的歷史建物中展出，更是格外具有獨特氛圍與象徵意義。

「片格之間」透過並置 20 年間台北電影獎獲獎作品，讓原本分處不同時代背景各自獨立的影像作品展開跨時代的對照與對話，顯現出臺灣電影過去 20 年間在影像語言上的演變，也打破既有觀影的單一方向性與敘事性，釋放影像自片格中恣意躍出，向電影人始終尋求突破框架的創作意念致敬。

「創作獨白」蒐羅多位在台北電影獎中嶄露頭角的電影創作者的創作筆記，回到他們的創作原點，展示創作過程中，這些電影信徒們烙下的思緒印記。字裡行間，我們看到創作者們如何自生活中細節中累積、提煉靈感，蜿蜒生成故事梗概、劇本分鏡、美學論述，最終化為銀幕上一秒 24 格的影像。

「時光印記」將過去 20 年光陰展開，讓台北電影節歷年的成長軌跡，對照臺灣電影產業發展足跡，從 1998 年的產業谷底，到 2008 年《海角七號》為台北電影節揭開序幕，亦帶動臺灣電影復興。20 年間，電影製作也從以傳統膠卷拍攝、沖印與放映，走向全面數位化，甚至到了今日，VR (virtual reality 虛擬實境) 開始成為一種嶄新的創作模式。

展覽期間：6/8(五)-9/30(日)

展覽地點：廣州街 143、145、147 號

參觀人次：5 萬 5,801 人次

B.剝剝看電影

為凝聚剝皮寮電影的能量並推廣臺灣電影，同時也呼應台北電影節 20 周年，分別規劃四個主題，放映台北電影節不分類歷屆得獎影片，並邀請主要創作者以及演員、影評人參與映後講座。

5 月「破格而出」，選映了多部極具風格並突破類型框架的特色電影。

6 月「一鳴驚人」精選新銳導演首部作品就得獎的作品。

7 月「時代關注」聚焦社會議題與社會生活的電影作品。

8 月放映 2018 台北電影獎得獎作品。

活動日期：5-9 月周末，共計 20 場。

活動人次：640 人次

主題	日期	放映影片	映後座談
破格而出 (突破框架的電影)	5/5(六)	《情非得已之生存之道》	n/a
	5/12(六)	《不能沒有你》	n/a
	5/19(六)	《停車》	塗翔文
	5/20(日)	《一年之初》	塗翔文、高英軒、黃健瑋
	5/27(日)	《月球學園》	n/a
一鳴驚人 (新銳導演就拿獎)	6/16(六)	《最遙遠的距離》	陳曉東
	6/17(日)	《乘著光影旅行》	關本良
	6/30(六)	《翻滾吧！男孩》	n/a
時代關注	7/7(六)	《無米樂》 顏蘭權、莊益增	n/a
	7/8(日)	《爸爸節的禮物-小林滅村事件首部曲》 羅興階	n/a
時代關注	7/21(六)	《刪海經》 洪淳修	洪淳修
	7/22(日)	《河北臺北》	李念修

2018 台北電影 獎得獎作品		李念修	
	7/28(六)	《台北抽搐》 李婉玉	林婉玉
	7/29(日)	《一席之地》 樓一安	樓一安、沈可尚
	8/18(六)	《阿莉芙》 王育麟 最佳新演員獎	舞炯恩
	8/19(日)	《血觀音》 楊雅喆 最佳編劇獎、最佳剪輯 獎、最佳女配角獎	楊雅喆
	8/25(六)	《洞兩洞六》 王逸帆 最佳短片 《霓虹》 盤思妤 最佳動畫片	王逸帆 盤思妤
	8/26(日)	《角頭 2：王者再起》 顏正國 最佳男配角獎	n/a
	9/01(六)	《幸福路上》 宋欣穎 百萬首獎、最 佳動畫片、觀眾票選獎	宋欣穎

C. 《童心看世界》影像識讀計畫

歲末的週末午後，邀請大小朋友們來到剝皮寮，在主持人的帶領下透過幾部臺灣短片裡的兒童目光，一窺我們身處的世界。

所有影片放映後皆有影人出席，與現場小朋友進行討論。

建議年齡：6+

活動日期：12/29(六)、12/30(日)，共 4 場

活動人次：120 人次

日期	片名	主講者
12/29(六)	《銅板少年》	李權洋 演員謝飛
	《阿嬤的放屁車》	李權洋 演員辰辰
12/30(日)	《一直騎呀一直騎》	林亞佑
	《關於他的故事》+《暑假作業簿》	楊詠亘+吳豫潔

【表演藝術推廣群】

一、臺北藝術節

2018 第二十屆臺北藝術節 (8 月 8 日(三)至 10 月 21 日(日))

第二十屆臺北藝術節策展人鄧富權以「ASSEMBLY 為了__在一起」為主題，三大塊面進行規劃：第一塊面為連續三週於中山堂的展演計畫。第二塊面為國內外共製或委製節目，扣合「群聚」概念，討論「距離」、「國界」、「族群」等議題。第三塊面則為藝術節的前導活動「共想吧 Thank Bar」，以「工作坊平臺」的概念，讓臺北藝術節成為具有思考性的藝術節，是二十週年的創新之處。本屆臺北藝術節邀請日本、南韓、香港/澳門、越南、緬甸、菲律賓、馬來西亞、印尼、澳大利亞、美國、丹麥、英國、法國、荷蘭、德國、波蘭等 17 國跨領域藝術家及臺灣藝術家共同參與。

連續 11 週、75 天，規劃 16 檔售票演出 (114 場)，2 檔免費演出(3 場)，12 檔免費專題活動(15 場)，共計 132 場，共 1 萬 5,686 參與人次，以及 25 場免費節目延伸活動，共 11 萬 4,860 參與人次，實體活動總參與人次共 13 萬 546 人次。加計臉書粉絲、藝術節電子報及兩廳院電子報開信數等線上互動人次(總計 21 萬 5,735 人次)，總計參與人數共 34 萬 6,281 人次。

16 檔售票演出節目、共計 114 場。可售總座位數為 16,478 席，總售出張數 9,627 張，總體售票率達 58.42%；總體票房收入為 6,678,118 元，其中本會實際票房收入為 3,682,376 元。

(一)演出節目規劃，擴及各類製作層面：

5 檔國內委託製作、1 檔自製節目、9 檔國際節目、3 檔國際共製節目。

(二)國際連結，打造亞洲製作中心：

來自 17 國的藝術家和團隊，透過多檔國內外藝術家合作及合創的節目，國內外藝術家得以互相交流、激盪出跨文化的創作火花。

其中臺北表演藝術中心 (TPAC) 與日本、丹麥、荷蘭的夥伴合作推動三部共製作品，包括狠主流《光年紀事：台北一哥本哈根》是與丹麥埃爾西諾文化庭院 (The Culture Yard) 的合作。《臺北東京距離計畫—我並不哀傷，是因為你離我很遠》(In Our Distance, There Is No Sorrow.) 集結台日創作者，是臺北表演藝術中心與東京藝術節共製作品。《地平面以下》由黃翊工作室與日本新媒體藝術家黑川良一 (Ryoichi Kurokawa)、荷蘭室內合唱團 (Nederlands Kammerkoor) 合力創作。

(三)提出創新概念，推出典藏節目：

推出表演藝術典藏(Festival Collection)概念，收藏作品以和臺北產生關係或以臺北作為出發的創作為發想為對象。典藏 No.1 為去年度與德國里米尼紀錄劇團 (Rimini Protokoll) 合作的《遙感城市》。

(四)與世界各大藝術節同步，透過表演藝術探討當下全球議題：

臺北藝術節積極協助臺灣年輕藝術家實踐創意，也積極培養年輕觀眾，用貼近年輕人的題材喚起共鳴，同時試圖與世界同步，透過表演藝術探討當下全球

社會環境面臨的生存與挑戰。本屆節目涉及各類當代議題，諸如具滋昱《Cukoo 電子鍋》、Elsa Jocson《身體計畫》、何銳安《亞洲不奇蹟》等，探討勞動權益、資本流動，文化移民等命題。並以藝術做為社會參與的動力與媒介，匯聚各式社會群體，共同成就臺北市多元社群融合的活力。

(五) 聚集各形態的演出模式，開啟觀眾不同視野：

英國克萊德劇團《金錢眾議院》(The Money)邀請觀眾成為玩家，進行一場遊戲性的互動演出。臺灣藝術家黃鼎云和柯智豪的《山高流水之空中》在中山堂光復廳進行沉浸式劇場演出。法國著名編舞家傑宏·貝爾《歡聚今宵》(GALA)，邀請各種身型、年齡、神態的臺北素人參與舞作，試圖打破舞蹈表演的刻板印象。表演者陳星合策畫《釘孤枝雜耍擂台》在中山堂光復廳化身為雜耍較勁擂台。

(六) 與北藝中心計畫互相扣合，扶植年輕藝術家，打造孵育平台：

《但是又何 Night》為藝術節自製作品，匯集在臺北藝穗節受到矚目的 6 組臺灣創作團隊，結合音樂、歌舞劇、裝置藝術及戲劇表演，攜手打造出最酷的會議時空。《島嶼酒吧》實現「2017 亞當計劃—藝術家實驗室」(ADAM 2017)發展的構想概念，以咖啡館作為表演空間，來自臺灣及亞洲各地的藝術家們將與參與者進行一對一、一對多的親密接觸，並以行動藝術的方式勾勒亞洲當下社會同質及異質性。培養未來場館潛力製作人，特別策畫《製作人選粹》。

16 檔售票演出，2 檔免費演出列表

項目	名稱	場次	地點	活動人次 /觀眾人次
共想吧 - Producer List	反審查運動：南韓的藝文黑名單	2	中山堂中正廳	76
共想吧 - Artist List	身體計畫	2	水源劇場	258
共想吧 - Producer List	手談坐隱	2	中山堂中正廳	114
共想吧 - Artist List	Cuckoo 電子鍋	2	水源劇場	225
共想吧 - Artist List	不男不女	2	中山堂中正廳	212
節目	山高流水之空中	11	中山堂光復廳	638
節目	光年紀事：臺北—哥本哈根	8	臺北藝術大學 戲劇廳	1035
節目	島嶼酒吧	30	中山堂 4F 劇場咖啡	473
節目	遙感城市	30	臺北市	1282
節目	歡聚今宵	3	中山堂中正廳	1196
節目	金錢眾議院	3	中山堂光復廳	413

節目	但是又何 Night	4	中山堂光復廳	410
節目	釘孤枝雜耍擂台	1	中山堂光復廳	257
節目	夢想發聲	1	中山堂中正廳	533
節目	噪集	2	中山堂光復廳	357
節目	台北東京距離計畫—我並不哀傷，是因為你離我很遠。	8	臺北藝術大學	1303
節目	地平面以下	5	城市舞臺	2064
節目	放跑馬拉松	1	中山堂戶外廣場	4000

12 檔免費專題活動列表

項目	名稱	場次	地點	活動人次 / 觀眾人次
共想吧 - Artist List	Macho Dancer 身體工作坊	1	臺北試演場	14
共想吧 - Artist List	複數身份—— 聚合舞身份系列作品創作與發展工作坊	4	文山劇場 8 樓彩排廳	56
共想吧 - Critic List	社會場域策展工作坊	1	孫運璿科技人文 紀念館 多功能講堂	20
共想吧 - Producer List	亞洲製作人平臺：跨國網絡與對話工作坊	1	中山堂一樓 演員化妝室	36
共想吧 - Artist List	《身體計畫》創作對談	1	臺北市客家文化 中心 3 樓媒體簡報室	60
共想吧 - Artist List	亞洲不奇蹟—— 拷問亞洲奇蹟、危機、轉機	1	國立臺灣大學雅 頌坊	104
共想吧 - Critic List	不只是現實的一面鏡子—— 尋找當代的政治劇場	1	集思北科大會議 中心 感恩廳	100
共想吧 - Critic List	空白的舞臺，擁擠的景片—— 以展演性為策展策略	1	國立臺北藝術大 學 研究大樓 R211	105
共想吧 - Critic List	是劇場，也是集會—— 一個結合激進想像與務實理想 國的場域	1	國立臺北藝術大 學 研究大樓 R212	92
共想吧 - Critic List	私密空間裡的公共空間—— 公共場域的策展行為	1	國立臺北藝術大 學 研究大樓 R213	65
共想吧 - Critic List	移動時代的觀光客劇場	1	國立臺北藝術大 學 研究大樓 R214	61

共想吧 - Critic List	我真的不能這樣搞——當代藝術的杯葛與抗爭性格	1	集思北科大會議中心 感恩廳	127
----------------------	------------------------	---	------------------	-----

* 16 檔售票演出，2 檔免費演出，12 檔免費專題活動，共計 132 場，1 萬 5,686 參與人次。

25 場免費節目延伸活動：

25 場免費節目延伸活動				
項目	名稱	場次	地點	活動人次 /觀眾人次
節目延伸活動	噪集—《全民大樂隊》工作坊暨演出呈現	1	臺北試演場	25
節目延伸活動	噪集—《全民大樂隊》工作坊暨演出呈現	1	中山堂戶外廣場	90
節目延伸活動	集體噪反：聲響文化踏查	1	中山堂 2 樓堡壘咖啡廳	42
節目延伸活動	光年紀事：臺北—哥本哈根	1	臺北藝術大學戲劇廳	108
節目延伸活動	金錢眾議院	1	中山堂光復廳	110
節目延伸活動	但是又何 Night	1	中山堂光復廳	100
節目延伸活動	台北東京距離計畫——我並不哀傷，是因為你離我很遠。	3	臺北藝術大學舞蹈廳	280
節目延伸活動	地平面以下	3	城市舞臺	900
節目延伸活動 信義講堂	引領 20-#為了打滾在一起—展演藝術翻轉論	1	信義學堂	120
節目延伸活動 信義講堂	立足 20-#為了有眼在一起—展演藝術老實樹	1	信義學堂	380
節目延伸活動 信義講堂	想像 20-#為了未來在一起—展演藝術賽先生	1	信義學堂	95
節目延伸活動 異業合作	臺北藝術節 X 孖空間 Tours & Conversations 大龍峒日之散策	1	孖空間	60
節目延伸活動 異業合作	藝想 BAR-戲迷俱樂部	8	孖空間、藝風巷、甲蟲先生、上上咖啡、堡壘廳、印花樂、SHISEIDO、書林書店	112,500
節目延伸活動 異業合作	印花樂專屬活動及店家串聯	1	印花樂	50

二、臺北兒童藝術節

2018 第十九屆臺北兒童藝術節 (6 月 30 日(六)至 8 月 5 日(日))

第十九屆臺北兒童藝術節以「真實及虛幻之間」(Real / Virtual-Betwixt & Between) 為策展主軸，邀請 23 檔國內外表演團隊，製作三百餘場展演活動，

以表演藝術為「經」，多元文化、當代科技、環保再生三大主題為「緯」，規劃一場場由迷你系列小戲、大型戶外演出與社區街頭節目交織而成的精彩表演藝術體驗。邀請民眾同遊「小而親密，大亦精緻」的想像力冒險！

(一)各式演出安排，打開世界之門

來自義大利、法國、德國、西班牙、俄羅斯、越南和臺灣的藝術家巧思，共計 11 檔售票演出、3 場免費大型戶外演出、9 檔免費社區演出、1 檔互動展覽，延伸出交融多元文化思維與跨領域形式的嶄新藝術展演。使用機械、多媒體等科技技術，激發孩子們對美感的創造與感知，培養對表演藝術的喜好。

(二)科技 VS.傳統，開啟無限創意

來自越南《城鄉河粉》以極具地方印象的竹簍、竹竿為馬戲道具，搭配樂手演奏湄公河畔的鄉村舞曲；全自動化機械裝置牽引特製木偶的新歌劇《格列佛的夢》、結合數位與實體素材的《銀幕之人》光影劇場等。互動裝置藝術展《能源詩集》，邀請來自西班牙「鏗鏘鏘鏘工作室（Katakarak）」再次帶來由廢棄物改造的原創互動裝置。讓家長與孩子們一同參與環保能源小遊戲，拆解一首詩歌，從中感受表演藝術的樂趣。同時邀請臺灣藝術家「元素集合」延伸規劃「空空狂想曲」工作坊，以回收瓶罐製作各式戲偶，參與的孩子們集體創作說故事，激發想像。

(三)推出迷你小戲，最親密的體驗

首次規劃「迷你小戲系列」，包括刺激視覺感官的《秘密心》浮空投影劇場饒富趣味的物件劇場《恐怖露營車》及《卡門》、連年演出的《拇指小英雄》，每檔皆以不同角度、全新製作及創新演出詮釋獨樹一格的新劇場表演。

(四)戶外及社區演出，前進臺北十二行政區

兒藝節期間在臺北十二個行政區規劃 3 檔戶外及 9 檔國內外社區免費演出，讓藝術在生活周遭發生，鼓勵大小觀眾輕鬆在城市中找到欣賞藝術的角落。

(五)兒童劇場演出計畫，孵育國內節目

本屆兒童藝術節調整以往每年徵選「兒童劇場演出計畫」、得獎團隊成為隔年國內售票演出模式，改為「兒童劇場演出前期展演計畫」徵選，透過提供創作者、表演團隊早期研發的經費，安排專業領域師長觀摩呈現、給予意見回饋，陪伴藝術家走過作品實驗和修正階段，期能提升國內表演藝術節目製作能量，入選並實際執行的團隊及作品，為 MR. YES 小丑劇團《消失的魔法帽》和野孩子肢體劇場《我，神奇女郎》。

(六)「兒童戲劇劇本創作」得獎者分別為：第一名的陸昕慈《蟹將軍的秘密任務》、第二名的許恩亞《費里與米尼》、第三名的呂政達《糊塗鬼差》和張韻璇《黑色達克與彩色蒂瑪》，待透過獎助國內創作者與團隊發展全新的創作，能帶給親子觀眾更多想像，呈現創造力豐沛的劇場經驗。

(七)各演出相關資料：

1.免費戶外國內演出 3 場，共 8,500 人次。

節目名稱	表演團隊	場地	演出場次
瘋戲樂	瘋戲樂工作室 Studio M	大安森林公園露天音樂臺	1 場
遊唱動物園	遊唱寶貝	大湖公園大草坪	1 場
土地的歌	FOCA 福爾摩沙馬戲團	大湖公園大草坪	1 場

2.免費戶外國際演出 1 檔，西班牙・草莓劇團 cia Maduixa《五個高女人》，共 3 場，參與人次 3,500 人次。

西班牙草莓劇團以獨特的表演方式、縝密的作業、細膩的觀察來創作演出作品，已於 20 多國巡迴表演，獲得 20 座獎項，此次三場戶外演出獲得極高好評及人潮湧現。

3.免費社區藝術演出共 8 團隊，演出 64 場次，參與人次共 4 萬 560 人次。

節目名稱	表演團隊	場地	演出場次
啵！芭蕾，藝開罐	臺北首督芭蕾舞團	南港區仁福區民活動中心	8 場
芭蕉密碼	尚和歌仔戲劇團	大同區行政中心 6 樓禮堂	8 場
土地公的煩惱	臺北木偶劇團	松山區民有區民活動中心	8 場
動物擊樂派對	臺北打擊樂團	內湖區行政中心 8 樓禮堂	8 場
動物 FUN 城市	特技空間	信義區興雅國小活動中心 4 樓	8 場
巨人和春天	O 劇團	文山區凱格萬興運動中心 4 樓球場	8 場
奈勒斯	反面穿舞蹈劇場	士林區行政中心 10 樓禮堂	8 場
老鼠娶親	身聲劇場	北投區桃源國小風雨操場	8 場

4.售票節目：

自製節目 1 檔、國外節目 6 檔、國內節目 4 檔，總計演出場次 238 場次，參與人次 1 萬 5,660 人次。

節目名稱	表演團隊	場地	演出場次
恐怖露營車 la caravane de l'horreur	法國・電木劇團 Compagnie Baké lite	中山堂廣場	20 場
銀幕之人 Screen Man	西班牙・公仔劇團 Teatre de l'home dibuixat	水源劇場	4 場
城鄉河粉 AO Lang Pho	越南・新馬戲劇團 Lune Production	城市舞臺	3 場
卡門 Carmen	俄羅斯・俄羅斯暗影劇場 Tenj Theater	中山堂廣場	120 場
紙箱的異想世界	台灣・偶偶偶劇團	水源劇場	6 場

格列佛的夢 Gulliver's Dream	德國·羅蘭·奧爾 貝特 Roland Olbeter	傳統戲曲中心小廳	9 場
秘密心 L'oriníc móm de DINS	西班牙·哈囉鬼藝 術 Holoqué Arte	中山堂廣場	30 場
拇指小英雄	臺北兒童藝術節	中山堂光復廳	28 場
財神兄弟	國立臺灣戲曲學院	中山堂中正廳	3 場
桃太郎的淘汰郎	成長文教基金會附 設鞋子兒童實驗劇 團	水源劇場	10 場
擊樂精靈開 party!	擊樂文教基金會	城市舞臺	5 場

5. 互動裝置展覽 1 檔，《能源詩集》，33 天，參與人次 5 萬 8,790 人次。

邀請來自西班牙「鏗鏘鏘鏘工作室」(Katakarak)，該團曾於 2014 年參與臺北兒童藝術節，當年廣受好評，今年再次帶來由廢棄物改造而成的原創互動裝置。讓家長與孩子們一同參與環保能源的小遊戲，拆解一首首詩歌，從中感受表演藝術的樂趣。

6. 展覽工作坊 1 檔，元素集合《空空狂想曲》，10 場次，90 人次。

兒藝節同時邀請臺灣藝術家「元素集合」延伸規劃「空空狂想曲」工作坊，以回收瓶罐製作各式戲偶，參與的孩子們集體創作說故事，激發無限想像。

7. 總計參與人次

活動參與人次	127,077
官網參與人次	155,240
2018 臺北兒童藝術節總參與人次	282,317

8. 媒體露出統計

(1) 啟售記者會：

2018 第 19 屆臺北兒童藝術節於 5 月 23 日（三）上午舉辦全面啟售記者會。

(2) 開幕活動：

6 月 30 日（六）晚間於大安森林公園露天音樂臺揭開序幕，以『啟發想像力』為核心，結合各式藝術體驗與當代科技打造大眾意想不到的嶄新表演節目。現場也同時頒發獎狀、獎金給 2018 兒藝節「兒童戲劇劇本創作」徵選得獎之藝術家。並由瘋戲樂工作室帶來《瘋戲樂 Cabaret》，為市民揭開 2018 夏日豐富的藝術饗宴。

(3) 行銷計畫期程：

A. 2017 年 12 月 節目規劃，社區演出徵選

2017 年 12-2018 年 2 月 主視覺設計，網站主視覺與功能更新設計工程

2018 年 3 月 劇本暨製作徵選
2018 年 3-4 月 兒藝節手冊編輯設計
2018 年 5 月 26 日 票券全面啟售
2018 年 5-8 月 電子報、網路及報章媒體

B. 2018 年 5-8 月間，共舉辦六場記者會，四場發佈新聞稿

2018 年 6 月 30 日開幕活動

2018 年 7 月 2 日能源詩集展暨臺北市 20 場館連記者會

C. 加強購買 google 網路廣告、誠品廣告，透過關鍵字埋放、官網瀏覽紀錄追蹤，針對特定族群推播重點節目、引導購買票券。同時透過「臺北表演藝術中心」官方網站及社群媒體同步推廣，擴大關注族群。

D. 首次嘗試於活動前規劃前導活動 2018 年 5 月 6 日，邀請網紅名人參與工作坊 try out，親密聯繫、力邀藝術體驗，將藝術的美好藉網紅名人知名度，傳遞曝光訊息。

(4) 2018 年 5-8 月 活動執行廣宣期

A. 戶外廣告於 6-7 月活動期間露出：

路燈旗 180 組、關東旗 115 組、捷運 CF 廣告、捷運站海報兩檔期懸掛。

B. 節目片花、精華影片露出：

推出 7 支宣傳片花，提高節目曝光率，於官網開站後陸續於 YouTube 頻道露出。

C. 首度嘗試異業結合實體活動，與印花樂合作 7/6 絹印體驗活動、7/14 於大湖公園戶外演出時提出野餐墊免費租借的規劃，增進服務品質。

D. 與合作單位共同行銷，廠商自有媒體協助報導，例如「伊日美學季刊」和

「朱宗慶打擊樂團-藝類」；亦與合作夥伴永豐銀行，透過不同領域雜誌報導，例如「親子天下」，擴大受眾輪廓，期達到品牌擴散效果。

E. 自媒體（數位臉書/YouTube）

(A) 數位臉書：

自 5/6 官網開站前，透過「臺北表演藝術中心」臉書粉絲頁，暖身推出兒藝訊息，預告開站日、啟售日，依公告內容屬性，規劃兩類型專題

【兒藝周周報】、【兒藝輕鬆抱】刊文，建立觀眾閱讀習慣。

售票演出透過數位臉書推播，使用影片、照片、文章的方式，增加觀眾瀏覽人次及分享轉貼數，總計至兒藝節活動結束 8/3，共刊 65 則貼文，為延續暑假、兒藝節氛圍，並持續建立與觀眾透過數位平台溝通，活動結束後陸續刊載家長參與心得分享文及活動精華影片，維持品牌熱度、醞釀兒藝迎接嶄新 20。

(B)YouTube：

自 5/23 啓售記者會後，陸續透過 YouTube 平台播放售票演出節目片花，並於活動期間刊登工作坊影片分享，截至 8/30 活動結束，累計瀏覽觀眾人次 5,605 人。

F.媒體露出：

平面媒體	17 則
網路媒體露出	168 則
電視媒體	10 則

三、臺北藝穗節

2018 第十一屆臺北藝穗節(8 月 4 日(六)至 8 月 19 日(日))

第十一屆臺北藝穗節，持續秉持自由開放的藝穗精神，不設限、不篩選的公開報名方式，提供年輕人揮灑創意、實現夢想的舞臺，以培育和扶植專業表演人才為考量，推出行銷宣傳、節目製作、技術諮詢及票務推廣等全方位配套培訓和服務，持續開發非劇場空間，鼓勵民眾探訪臺北各式異於劇場的空間。

本屆臺北藝穗節使用場域集中於臺北市西區大稻埕地區，118 組來自臺灣、日本、香港、中國等多國藝術家團隊發揮創意，在劇場、廟宇、遊艇、藝文空間等 31 個各類特色空間帶來 486 場精采演出，涵蓋戲劇 76 團、舞蹈 15 團、音樂 11 團、歌舞劇／喜劇 8 團、其他(含脫口秀) 8 團等多元類型，探索表演與生活場域間更多的可能性，以創意轟炸臺北。

(一) 2018 臺北藝穗節活動特色

1.亮點街區：

藝穗節最大的精神就是冒險，本屆藝穗節將表演場地集中於臺北市大稻埕區域，讓節目更密集地在兩周內上演，營造更熱切活潑的藝穗節慶氛圍，共同探索臺北在地的藝術樣貌。

2.兩小時極限藝穗：

除場地改變外，還特別安排「2 小時極限藝穗」的方式讓表演團隊參與，表演團隊必須精密規劃演出與進、撤場配置，於 2 小時內進行裝臺、演出與拆臺，對團隊是一大挑戰。本屆「兩小時極限藝穗」場地為「URS127」及「大稻埕戲苑-八樓曲藝場」，在此二場地設置較完善的設備，並安排駐場舞監及技術人員，由駐場舞監統籌所有團隊的技術資料，專業協助團隊了解場地狀況及技術協力，考驗團隊透過精簡配置的舞台，減少失誤、提高演出掌握度及演出品質。藝穗節期盼參演團隊藉由「兩小時極限藝穗」機制先行體驗國外行之有年的密集性演出經驗。若能在時限內完成裝卸換場，也將增加未來團隊優質作品巡迴國內外之可行性。

3.延伸活動多元：

除提供免費場地讓團隊演出外，另規劃延伸活動，如：行銷與技術講座、亮相記者會、開幕活動、志工培訓、藝穗俱樂部系列活動、藝穗好好玩系列活動、閉幕頒獎典禮等，拓展藝穗與團隊及民眾的觸角，陪伴團隊繼續成長，茁壯。

【藝穗脫褲看】是藝穗節表演團隊於演出前都要進行試裝台，以行走導覽方式，前往藝穗場地搶先看團隊進場、試裝台的實況，更認識表演藝術生產的過程與場地之間的連結，並透過藝穗節更靠近「藝術」，甚至進一步認識臺北城市空間，本屆聚焦大稻埕地區，路線統一且時程安排較完善，終點落在藝穗俱樂部內，更能延續脫褲看的活動效益。

4.媒合團隊巡演機會：

為鼓勵有意發展巡演的團隊，勇敢自我推薦，在正式場合中透過簡短且清晰的說明，介紹製作概念與演出特色，藉此媒合與投資者後續合作之可能性。2017 臺北藝穗節首度舉辦【PITCH 誠心薦面會】，除了成功媒合團隊與投資者外，更讓團隊有進一步的串連。

2018 臺北藝穗節持續辦理外，為讓團隊有更充足的準備，更舉辦【傳授討論會】，傳授快講的小撇步，期能給予團隊更完整的方向與介紹方式。

5.百變的開幕活動：

集結眾人心力的臺北藝穗節，總以精彩的開幕企劃為活動揭開序幕，以最大的熱忱昭告臺北市民，緊接而來的兩週匯演。開幕活動強調的是藝術文化的開放參與，從過往的藝術踩街大遊行、表演藝術攤販市集，到本屆的「與藝術家的一對一小旅行」，藉著開放且免費的活動設計，讓一般民眾能夠與藝術親近，也藉此認識臺灣的新興藝術家。7月29日(日)的開幕活動從下午2點至晚上6點，於大稻埕永樂廣場展開，以主舞台為起始，串聯周邊宣傳點及合作店家，為2018 臺北藝穗節拉開序幕。同時辦理各類參與式活動：打卡拍照換贈品、彩妝等，更重要的是與藝穗表演者的一對一藝術伴遊、導覽活動等，帶給觀眾特別的觀戲新體驗，一同宣告臺北藝穗節的到來。

6.榮耀回歸：

兩年一度的「榮耀回歸」，邀請前兩年最大獎《永真藝穗獎》得獎團隊帶著原作或新作回歸演出。再次讓好作品/表演團隊被看見，也作為其他新興創作者的示範之作。

2016 永真藝穗獎得獎作品為《他媽的茱麗葉》，製作團隊 2018 在建國啤酒廠儲酒室現地創作《哈姆讓他走》；2017 永真藝穗獎得獎作品為《阿北》，因演員適逢兵役期，改為演出「陳家聲工作室」《阿北痠痛軟膏-陳家聲個人演唱會》，這是在 2013 臺北藝穗節的第一部演出作品，也是該團的起點。

7.即刻重演：

107 年度年首創辦理「即刻重演計畫」，邀請本年度獲得「藝穗亮心心」大獎的 5 組表演團隊，於水源劇場重新搬演得獎之作，除了回饋藝穗戲迷的支持，也讓藝術家們的創意被更多人看到，而本計畫使藝穗團隊更上一層樓，為將來北藝中心場館人才培育奠定基礎。

由於「即刻重演」整體製作時間自公告得獎名單到進場演出只有 33 天，這段期間需確認實際參與「即刻重演」計畫的表演團隊名單、重演技術需求、演出內容調整及售票系統上線、行銷宣傳等，對於執行團隊與演出團隊來說皆為一大考驗。遴選五團、四天演出、一團演出一場的方式進行，提供水源劇場場地、每團 8-10 萬製作費、技術器材與技術人員、排練場地、前台人員與相關行銷宣傳，票房全數歸藝穗節。

本屆共使用 31 個活動場地，延伸活動 89 場次，總參與人次 4 萬 4,269 人次，網路參與人次 160 萬 2,871 人次。

(二)藝穗說明會：

前往藝術相關科系學校舉辦 21 場參與說明會，參與人數共計 935 人，鼓勵在學學生參與。英文說明會同步於臉書直播，以利國際團隊參與。

(三)演出場地：本屆共計 31 個合作場地，以使用類型區分如下：

1.劇場：

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

2.藝文空間：

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

3.其他：

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

(四)線上報名：

自 3 月 12 日(一)中午 12 時開放線上登記至 4 月 2 日(一)18 時截止。

2018 臺北藝穗節特別建立報名流程教學文件，方便不熟悉網路操作的報名者下載參考，清楚報名程序；同時新建立資料庫系統，過往報名者可連結歷史資料，方便統整藝穗藝術家的資料記錄。

在藝術家專區，完成報名的團隊及個人可自由修改各自演出的露出訊息，並依據更新的次數，團隊的演出節目也隨之優先更新於藝穗網站，鼓勵團隊在網站

自我經營及曝光上更為主動。在節目搜尋上，增加同類型節目的相關推薦，加強網站使用者搜尋節目時有更多選擇。

(五)團隊報名、行政會議、場地勘查：3 至 5 月。

為讓團隊更加了解參與藝穗節後續的行政作業流程，一方面安排行政說明會，了解藝穗節行政程序與執行流程、認識場地經理，也讓使用同一場地的團隊可以藉此機會通力合作，完成技術初步協調及討論共同行銷的可能性。重點包括宣傳文宣時間表、開幕活動、如何辦理售票、場地技術設備、進退場時間協調與討論等。期望團隊也藉此機會，互相認識，彼此交流，達到良好成效。

臺北藝穗節使用非劇場式空間，多選擇小型、複合功能場地舉行演出，為確保各演出能順利進行，並保障所有參與者之人身安全，每年進行各演出場地之自我安全管理與消防防護計畫，除場地消防安檢外，藝穗節亦提前安排持有合格防火管理員證照的工作人員，針對各場地工作人員進行講習與演練等作業，讓觀眾看戲看得安心，保障所有參與者的安全。

(六)宣傳資料蒐集、節目手冊製作：4 至 5 月。

活動手冊是藝穗節重要的宣傳媒介，內容刊載完整詳細的藝穗節活動與演出節目資訊。手冊尺寸 A5，但每個演出節目皆有完整一頁 A5 版面，可刊登資訊空間變大，故重要訊息（如節目介紹）的字體都比以往更大，更易閱讀。手冊數量基於環保考量，僅印製 30,000 本，分送地點為全臺各藝術相關學校科系、藝文場館、合作表演場地、臺北市藝文咖啡館等，另新增臺北市各區的旅遊服務中心以及兩處捷運站。

本屆共發行了三期藝穗街頭報，每期印製 3,000 份，各以藝穗節主視覺顏色：螢光紅、螢光綠、螢光橘設計製作，內容鎖定不同焦點主題，有專題報導亦有場地散策記錄、活動攻略等訊息。

(七)官方網站：6 月 26 日(二)開站，公布本屆演出訊息。

臺北藝穗節採無審查企畫案的報名制度，參與團隊多樣化，為鼓勵質量兼具的演出，提拔富創意有才能的藝術人才與演出，特設置「藝穗亮心心」獎項，並依照本年度藝穗節演出團隊之類別，分項邀請常年觀看演出，關懷國內表演藝術生態發展的專家學者及實際從事表演藝術工作者組成看戲大隊，於活動期間大量觀賞演出，給予即時評論及建議，一方面讓觀眾挑選節目有所參考，同時可作為將來團隊創作與藝術發展上的參考；評論亦即時張貼於藝穗節官網，評論廣獲觀眾討論與熱烈回響，為台灣的表演藝術評論風氣注入活力。

藝穗亮心心獎項，獲得財團法人永真教育基金會獨家贊助，有五萬元大獎的「永真藝穗獎」、三萬元的「永真明日之星獎」及獲得 iPad air 一台的「藝穗原創精神獎」，選出最優質且具未來發展潛力的演出作品，鼓勵年輕創意持續發光。其餘獎項包括「最有創意獎」，「最佳空間運用獎」（本屆從缺），「戲劇中的戲

劇」、「音樂中的音樂」、「其他中的其他」、「喜劇/歌舞劇中的喜劇/歌舞劇獎」，各可獲得獎金 3,600 元；「佳作」獎項，可獲得獎金 2,000 元，給予用心創作表演團隊實質的鼓勵。

(八)提供行銷與技術資源：

藝穗節除提供表演團隊自由的表演創作空間，邀請業界資深工作者從技術、票務與行銷等層面，協助建立更完整理想的工作模式。本屆舉辦兩場主題講座與工作坊，包含票務與行銷、技術工作坊，讓團隊更深入與了解票務行銷、技術的基本認識與實際操作控台，與專業人員面對面 Q&A。

本屆藝穗俱樂部於大稻埕遊客服務中心二樓空間，其設計以放鬆自然為主，營造出一個像是自家客廳又像是親人的小酒館，讓參與者於藝穗節期間能有一個交流與共振的場地，亦販售藝穗節票券〈單場節目、半價票〉。

本屆特別規劃戶外裝置，活動期間放置於大稻埕永樂廣場，裝置上有團隊演出的海報、演出資訊及附近藝穗俱樂部所販售之半價票概況，增加賣票時與觀眾的互動。7/15(日)-8/12(日)期間，每週日進行 showcase 表演，透過戶外演出達到聚眾、宣傳進而售票的效果共計四天，13 場次。

本屆共舉辦了 4 場記者會，2 次發稿。整體活動（包括於白晝之夜中演出的藝穗節節目）之媒體露出總則數為 132 則，共計露出在 77 家媒體平台上。其中平面實體露出 21 則（含廣告）、廣播節目 14 場、電子媒體影音報導與形象影片播出 6 則、異業合作露出 5 則、網路報導及評論 86 則。

(九)網路行銷：

藝穗節官方網站集結所有資訊，同時包含不同類型訊息平台，如電子報、部落格等，亦整合進 Youtube、臉書等網路媒體快速連結，觀眾可以在官網一次看見所有類型的訊息，可立即追蹤或訂閱。本屆藝穗節共發出 7 期 EDM。

截至民國 107 年 9 月，藝穗節臉書粉專總粉絲數為 18,034 名粉絲，較 106 年度新增 1,925 名粉絲，成長率將近 12%；至 12 月底止，臺北藝穗節官網累積瀏覽人次 1,005 萬 3,682 人次；Facebook 粉絲數為 1 萬 8,015 人。

【政策專案開發群】

一、臺北表演藝術中心運用管理及藝術推廣

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

自 105 年度起進駐並營運臺北試演場，該場館為本市迪化污水處理廠溫水游泳池再利用為排練場，是本市最大且唯一能作為演前試演的市有空間。經兩年多

的經營，表演藝術團體使用評價良好，與鄰近社區民眾保持良好互動關係，行政院公共工程委員會民國 108 年 1 月將臺北試演場評列為「成功活化閒置空間再利用案例」之一。

(一)北藝中心與表演藝術節統籌部完成部門整併

1.期程

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

2.成效

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

(二)藝術扎根

以活動為媒介，創造與大眾各種連結、互動，透過經年累月的灌溉，讓藝術的種子能逐步在民眾的生活裡扎根，創造民眾對表演藝術的需求，吸引更多的民眾走進北藝中心。

1.藝術擴散計畫：

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

(1)新北投泡表演：

為慶祝新北投車站一週年站慶，以「北投的舞蹈時光」節目為車站帶來不一樣的藝術風貌，以新北投車站及週邊的不同據點為舞臺，透過互動性的演出，邀請民眾攜手透過表演藝術交流情感，讓藝術與生活不期而遇。

(2)去龍山拜表演：

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

2.舞蹈博物館計畫

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

堂廣場，讓每一種身體都在跳舞。

名稱	時間	地點	參與人次	宣傳觸及人次
藝術擴散計畫—新北投泡表演	4/4(三)	新北投車站 / 水美溫泉會館 / 新北投車站文創街廊道	350	4,829
舞蹈博物館計畫	4/13(五)-4/14(六)	臺北市中山堂廣場	3,240	69,262
藝術擴散計畫—龍山拜表演	6/16(六)-6/17(日)	艋舺龍山文創 B2	1,200	15,190

(三)專才培育

創造提升專業工作者質量機會，完善支援團隊創作的環境。

1.實習基地計畫：

期待成為學術及表演藝術產業的互助平臺，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，拉近產學之間的距離，107 年總計錄取 31 位。3 月至 5 月 9 位報到，含行銷組 3 位、技術組 1 位、研發組 2 位、節目組 3 位；7 月至 12 月有 15 位報到，含行銷組 3 位、技術組 1 位、服推組 3 位、營管組 3 位、節目組 5 位。

2.Party Talk 藝文工作者交流活動：

針對藝文工作者所關心的議題和現況，透過茶敘的方式，進行經驗及意見交換，創造交流及拓展人脈網絡的場域，同時也活絡臺北試演場的使用與推廣。一年 10 場，分享劇場新知，交換工作經驗，讓藝文工作者們了解表演藝術的資源與工作內容，開啟更多劇場未來的可能性。民國 107 年進行了 1 月 30 日《回娘家之夜》、3 月 19 日(一)《日本表藝觀察日記》場次，4 月 24 日(二)《場館接地氣》，5 月 29 日(二)《韓國音樂劇》及 6 月 26 日(二)《社交 Talk!》，7 月 28 日(六)「島嶼上的舞蹈，影像，和詩」、8 月 21 日(二)「藝穗之夜」、9 月 18 日(二)「跨界製作的美麗與哀愁」、10 月 28 日(日)「音樂劇之夜」、11 月 27 日(二)「觀眾看什麼？數據怎麼說？」等。透過主題聚焦，讓所有參與者密切交流與分享，激盪更多的藝術能量。

3.志工培訓：

往年除現場服務之外，將因臺北藝術三節規劃而有不同面向的志工參與活動，盼更凝聚服務向心力，也提供志工相關技能精進。過往曾經舉辦如記者會現場參與、佈展、特殊工作坊等，今年因應藝穗節開幕活動，舉辦三種各兩場的工作坊—「彩妝工作坊」、「採訪寫作工作坊」、「攝影工作坊」，並在課堂之餘，於 7 月 29 日(日)藝穗節開幕活動當天現場運用與呈現。民國 107 年的志工人數為 136 人(新志工人數 77 人、舊志工人數 59 人)，服務時間自 7 月 1 日(日)起至 9 月 30 日(日)止，總服務人次達 3,176 人次。

4.專業舞者工作坊：

為打造劇場工作者持續成長的基地，北藝中心於 106 年度起與「何曉玫 MeimageDance」共同策劃執行「專業舞者工作坊」，邀請國內外具備豐富舞蹈或編創經驗的師資，為專業舞者量身設計教學訓練課程。民國 107 年課程分為 2 梯次，總計 303 位學員參與。第 2 梯次課程內容特別規劃專題《給舞者的表演課》，著重舞者與自己的身體對話，以及深入探索「如何表演」，涵蓋身體技巧、劇場表演、創意開發、個人特質探索等不同面向。透過工作坊的多元課程，充實舞者在專業發展所需的各種技能與工具，以豐富舞者在未來的表演能量。

5.表演跨域-身體微旅行：

「帶世界舞者來到臺灣、帶臺灣舞者走出自己」。「身體微旅行工作坊」從肢體出發，提供一個跨國交流分享的平臺，北藝中心 7 月 18 日(三)至 28 日(六)邀請比利時偷窺者劇團 (Peeping Tom) 劉怡君、羅馬尼亞籍知名編舞家 Ana Maria Lucaci、美國國家 Young Arts 獎的編舞家 Spencer Theberge、臺北劇場實驗室團長程鈺婷、劇場表演指導徐華謙等專業師資為臺灣年輕舞者授課，分享國外當代舞壇的技巧和工作方式，並結合當代戲劇課程，以劇場表演的思考，給予學員各種創作啟發，累積創意能量。工作坊特別規劃舞蹈與非舞蹈背景的學員混合上課，進行跨領域對話，破除只著重舞蹈技巧的迷思，一起打開對身體的想像。

6.音樂劇人才培訓計畫：

音樂劇人才培訓計畫，以培養本地優秀演出和創作人才為使命，終極目的為製作原創音樂劇，同時提供臺灣音樂劇環境所需的人才，並於北藝中心落成後建構音樂劇永續發展的產業鏈。執行第三年的計畫，「創作工作坊」由臺灣知名音樂劇創作者王希文和編劇吳政翰擔任導師，6 月 9 日(六)截止報名，共計 77 人報名，錄取 17 名學員，並辦理成果呈現。為求促進音樂劇圈人才的交流，同步規畫專題講座，邀請張芳瑜、鍾琪、張芯慈等曾於海外演出或參與製作的音樂劇工作者分享國際經驗。10 月份舉行「表演工作坊」，集結美國、瑞典以及臺灣的師資攜手打造，於 5 月 8 日(二)甄選，共計 110 人報名，錄取 28 名學員，辦理 4 場成果呈現。為求建立臺灣音樂劇人才庫，並搭建產製平臺，主要邀請臺灣各大劇團、導演、製作人、場館等參與，藉此開拓培育人才演出的機會。

名稱	時間	地點	參與人次	宣傳 觸及人次
實習基地計畫	3-5 月、 7-12 月	臺北試演場及其他 活動相關場域	24	-
PartyTalk 藝文工作者交流活動	1/30(二)、 3/19(一)、 4/24(二)、 5/29(二)、 6/26(二)、 7/23(一)、 8/21(二)、 9/18(二)、 10/28(日)、 11/27(二)	臺北試演場及藝穗 俱樂部	351	55,850
志工培訓	5/12(六)、 5/20(日)	臺北試演場	170	-
專業舞者工作坊	3/27(二)- 6/26(二) 10/1(一)- 12/17(一)	臺北試演場	303	32,250
表演跨域-身體微旅行工作坊	7/18(三)- 7/28(六)	臺北試演場	57	80,367
音樂劇人才培訓計畫 -創作工作坊	8/20(一)- 9/8(六)	臺北市客家文化園 區	17	22,642
音樂劇人才培訓計畫 -創作工作坊呈現	9/9(日)	知音劇場	170	
音樂劇人才培訓計畫 -表演工作坊	10/2(二)- 10/26(五)	文山劇場	28	
音樂劇人才培訓計畫 -表演工作坊呈現	10/27(六)- 10/28(日)	臺北試演場	427	22,653

(四)國際交流

北藝中心以成為亞洲共製中心為目標，參加各國際年會或集會，強化與亞洲（東北亞、東南亞、中亞）國家的關係，並於國內公開分享。

1. 日本橫濱表演藝術集會(TPAM)： 2 月 10 日(六)至 2 月 15 日(四)

104 年度起以「亞洲」為核心主題，投入與亞洲國家的共製計畫，目前已成為亞洲地區最活躍的表演藝術集會平臺之一。107 年度北藝中心在 TPAM 全力出擊，透過公開座談介紹亞當計畫以及第二十屆臺北藝術節。

2. 澳洲表演藝術市集 (APAM)： 2 月 19 日(一)至 2 月 23 日(五)

成立於民國 83 年，由澳洲政府主辦，每二年舉辦一次，自 103 至 107 年期間於布里斯本舉辦，主要為推廣澳洲節目。

3. 香港西九製作人網絡會議及論壇(PNMF)： 5 月 17 日(四)至 5 月 22 日(二)

聚集亞洲地區的製作人，兼具跨國合作的機制，並以培育與研討製作人機制為主體，北藝中心未來計畫發展製作人制，此活動是重要的交流場域。

4. Art View 國際展演趨勢分享：3月19日(一)、11月2日(五)

(1) Art View - TPAM 之旅：

邀請北藝中心同仁及國內外相關參與的藝術工作人員，共同分享國外藝術節慶或場館營運的觀察，希望透過不同國家見聞的分享，與關心文化發展的朋友進行交流，共同開拓國際視野，進而帶動國內藝文環境的進步及創新。3月19日(一)已完成第一次分享，主題為：Art View-TPAM 之旅，此次除北藝中心同仁參與之外，尚邀請陳汗青、黃鼎雲兩位外部講者一同分享。

(2) 紐澳法新視野：

北藝中心積極參與國際重要藝術組織活動及藝術節活動，一方面是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。11月2日(五)在臺北試演場舉辦 Art View 國際展演趨勢分享，邀請自由表演者：鄒宗芮、北藝中心同仁4位一同分享107年度出訪法國、紐西蘭、澳洲等國的觀察，回饋給國內其他藝文場館及藝術家，盼望在這樣的經驗交流之下，可以與國內藝文工作者共同成長，攜手開創更多藝術創作與對話。

5. 澳洲雪梨 Liveworks 藝術節：10月18日(四)至10月28日(日)

每年10月在雪梨登場的 Liveworks，是澳洲最具代表性的跨域藝術節，由 Performance Space 進行策畫，107年藝術節於10月18日至28日在雪梨著名的文化設施及藝文公共空間 Carriageworks 當代藝術中心舉行，為 Performance Space 每年度重要的藝術活動之一，參與成員包含澳洲與亞太地區的藝術家、策展人及製作人等。節目演出類型包含戲劇、舞蹈、視覺藝術、雕刻、裝置藝術、電子音樂等多項領域，風格具實驗性與當代性；除了展覽及動態演出之外，藝術節也舉辦講座和工作坊，讓各方的藝術家能近距離交流、相互激盪新思維，產出文化思想的脈絡、引領各方藝術家開創當代藝術的新潮流。此行效益包括：臺北藝術節與 Liveworks 藝術節建立夥伴關係，搭建臺灣藝術家前進澳洲的橋樑。此外，承續亞當計畫107年的合作關係，增進108年的連結。

6. 法國跨領域 FOCUS 計畫、巴黎秋天藝術節：11月13日(二)至11月26日(一)

(1) 跨領域 FOCUS 計畫(FOCUS PERFORMING - ARTS - DE LA SCÈNE)：

由法國藝文推廣總署(Institut Français)及法國國家藝術傳播處(ONDA - Office national de diffusion artistique)合作，定期在法國各地的藝術節舉

行。民國 107 年的跨領域 FOCUS 計畫則是進入第二屆的布列塔尼國家劇院藝術節(Le Festival TNB)，並且與布列塔尼表演藝術組織及雷恩當代藝術雙年展協同辦理。本次跨領域 FOCUS 計畫包括了 4 天的表演節目及與 20 多位藝術家的會面交流時間，讓國際策展人可以探索及發掘正在嶄露頭角的法國當代表演藝術工作者。

(2)巴黎秋天藝術節(Festival d'Automne à Paris)：

創立於 1972 年，每年 9 月至 12 月在巴黎各地大大小小約 50 個場館發生，舉行時間長達 3 個月，是目前歐洲最活躍最大型的國際性藝術節之一。呈現節目類型包括視覺藝術、舞蹈、戲劇、歌劇、音樂、電影等等。除了致力發掘有潛力的法國青年藝術家，也很注重歐洲國家以外的表演藝術團隊。107 年度的「藝術家聚焦單元」將以呈現比利時極簡編舞家安娜·德瑞莎·姬爾美可(Anne Teresa De Keersmaecker)的 11 個代表作品。此行效益包括：

強化與歐陸藝術節的友好關係及連結，建立臺北藝術節及北藝中心之國際品牌形象，尋求 108 年度臺北藝術節的合作藝術家及節目。

7. 2018 Camping：

以建全表演藝術環境、發展亞洲共製中心為長期目標的北藝中心，不僅是展演創作成果的場館，致力匯聚各類型創作者、表演者交流對話，以人才培育為核心任務之一。享譽國際的法國國家舞蹈中心(Centre National de la Danse - CND)致力於人才培育，每年舉辦的「Camping」活動，結合國際與在地資源，孵育不同階段的舞蹈編創與表演人才。北藝中心 106 年起與法國國家舞蹈中心(CND)簽署合作意向書，將自 108 年度起與 CND 合作舉辦「Camping Asia」活動。107 年度先於法方活動舉辦期間合作部份項目，包含校際交流、臺灣藝術家工作坊、臺灣藝術家境外創作、亞洲論壇、微型亞洲舞蹈影展等，並為 108 年度在臺灣舉辦的「Camping Asia」做準備。

8. AAPPAC 亞太表演藝術中心協會：

北藝中心將主辦 109 年度 AAPPAC 年會，107 年度出席於紐西蘭舉辦之年會，除與各國代表保持穩定聯絡關係，並進一步和各單位建立深層友誼，商討合作可能、邀請與會人員屆時來臺參訪 AAPPAC 年會座談分享各工作者在其專業領域上服務多年後的心得要點。

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

亞當計畫 8 月 15 日(三)至 9 月 2 日(日)於寶藏巖藝術村和臺北市客家文化園區舉行，參與人次超過 1,800 人次。此計畫於 106 年度由北藝中心發起，匯

聚亞太地區藝術家、場館與藝術節夥伴，打造全新交流網絡，並以「藝術家跨國發展創作」為訴求。建構中的北藝中心不僅要成為藝術呈現的場域，更期待打造一座屬於藝術家的中心。

107 年亞當計畫之「藝術家實驗室」首次與香港西九文化區、新加坡濱海藝術中心、澳洲 Performance Space 及紐西蘭 Creative New Zealand 四個國際聯盟夥伴攜手，8 月 15 日(三)起於寶藏巖展開駐地創作計畫；本屆「藝術家實驗室」擴大辦理並公開徵募共 178 位各創作領域之藝術家投件報名，甄選 12 位藝術家及 4 位國際聯盟夥伴單位選送之藝術家一同參與「藝術家實驗室」駐地寶藏巖創作計畫。四天年會期間，聚集國內外策展人、機構和場館代表、藝術工作者們參加「新作探索」和「交流與論壇」、「Caravane」等各項活動，創造更多以藝術家為主的對話。為呈現亞太文化的多樣性，「亞當計畫」逐年擴充文化版圖，並促進區域之間交流。107 年度除東南亞區域外，開拓至西亞的土耳其，向南連結紐西蘭。並邀請位於東北亞的日、韓以及中國的藝術家參與，持續開啟藝術家與策展人、臺灣與亞洲之間的對話大門。

(五)品牌行銷

因應北藝中心和表演藝術節統籌部之組織及業務整併，擬定全品牌的整合行銷計劃。透過表演藝術節統籌部及北藝中心各類專案的行銷策略及目標觀眾，觸及各年齡層觀眾，達到分眾行銷的目標，帶領觀眾產生逐漸依賴的藝術體驗歷程，達到「市場開拓」和「觀眾培養」兩大打銷目標。

整合行銷計畫以「臺北共玩，戲樂無限」為品牌訴求，提昇北藝中心能見度及好感度，積極開拓觀眾數，推動總體參與度和觸及人數的成長，參與人次逾 28 萬人次、宣傳觸及人數逾 222 萬人次。經營自媒體，持續累積互動數及訂閱人數，至 107 年底北藝中心臉書粉絲數達 2 萬人。

(六)營運管理臺北試演場，優化場地各項設備及服務

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

外租單位有：

舞鈴劇場、四把椅子劇團、瘋戲樂工作室、莎士比亞的妹妹們的劇團、陳錫煌傳統掌中劇團、拾念劇集、再一次拒絕長大劇團、人力飛行劇團、動見體、何曉玫 Meimage 舞團、社團法人臺灣技術劇場協會、社團法人臺北市大龍峒金獅團促進會、找我劇場、寰宇家庭股份有限公司、臺北皇家芭蕾舞團、天合劇場有限公司、果陀劇場、春河劇團、創作社劇團、敦煌禪舞集、

開拓動漫事業有限公司、小事製作、奇巧劇團、安徒生和莫札特的創意劇場、樂興之時管絃樂團、財團法人布拉瑞揚舞團文化基金會、C MUSICAL 製作、栢優座等。

月份	大排練場			小排練場		
	可使用 天數	已使用 天數	使用率	可使用 天數	已使用 天數	使用率
1	31	3	9.7%	31	10	32.3%
2	22	1	4.5%	22	12	54.5%
3	30	11	36.7%	30	21	70.0%
4	30	14	46.7%	30	23	76.7%
5	31	11	35.5%	31	16	51.6%
6	27	2	7.4%	29	21	72.4%
7	30	16	53.3%	30	22	73.3%
8	31	17	54.8%	31	28	90.3%
9	29	13	44.8%	29	23	79.3%
10	29	14	48.3%	29	25	86.2%
11	30	20	66.7%	30	26	86.7%
12	30	16	53.3%	30	17	56.7%
總計	350	138	38.5%	352	244	69.2%

2.協助文化局文化建設科「臺北試演場修繕工程」案之規畫執行進度。

3.依相關規定持續辦理臺北試演場 107 年度各空間之功能規劃、建置及設備設施整修改善相關之工程，讓臺北試演場更加完善及貼心。

(1)依相關法規辦理之項目：

A.107 年度上半年電梯設備使用許可證申辦(1 月)

B.飲用水池、雨水回收池清洗(3 月)

C.辦理水質檢驗(4 月)

D.107 年度保險辦理(公共意外險、火險等)(5 月)

E.107 年度建築物升降設備使用許可證申辦(7 月)

F.飲用水池、雨水回收池清洗(9 月)

G.辦理水質檢驗(9 月)

H.107 年度建築物公共安全檢查申報辦理(9 月)

I.107 年度消防安全設備檢查申報辦理(9 月)

(2)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與貼心。

依節約能源行動計劃，107 年度辦理完成無人服務販售區設置、T5 及 T8 燈具逐步汰換、T8 燈具汰換為 LED 燈具作業、2 樓戶外空橋伸縮縫修補、2 樓及 3 樓壁磚隆起修繕、變電室盤內器具損壞修繕、用水池揚程泵控制

零件異常修繕、管道間空調冰水主管漏水修繕、冰水主機 NO.2 壓縮機修補、冰水控制電動閥故障修繕、升降設備安全性零件老舊修繕、電梯高壓輸送油管損耗修繕等。

二、新北投車站經營管理及藝術推廣

以永續經營、活化新北投車站建築物、建立鐵道歷史交流場域為使命，舉辦各式活動，喚醒民眾對北投歷史和文化的記憶，推廣新北投車站及教育發展。結合北投各藝文館所，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) 107 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：

新北投車站重新對外開放之週年慶及樂活北投春遊驛站，串連社區共同舉辦相關慶祝活動，透過豐富多樣的復古或創新活動，創造新北投車站「新」傳統並重現車站「舊」場景。利用創意企畫及藝術合作呈現，將趣味及藝術展演導入北投。總計 34 場次，吸引超過 6,827 人次(加展覽則為 3 萬 3,219 人次)共襄盛舉。

時間	活動名稱	內容規劃
3/21(三) ~3/25(日)	車去么'金火習火習公民參與 維護車站活動(護木油擦拭)	邀請民眾參與站體護木油擦拭保養活動，透過實際為車站身體力行的付出，凝聚民眾對車站的情感，期許車站未來下個百年，從幼年、青年、老年開始培養，設立生日慶的「新」傳統活動。
03/31(六)~ 10/14(日)	新北投車站生活記憶特展	車站復舊、北淡線回憶特展 3 月 31 日開展揭牌儀式
03/31(六)	北投「舞」GO 讚!慶生儀式 及晚會	「生日會」的形式，由北投的家人為車站慶生，邀請在地社區團體及北投特色表演進行展演，呈現出民眾一同以群體舞蹈的歡樂氛圍，共同為車站慶生。
04/01(日)	春遊驛站 鬧轟轟 舞台展演	邀請特色單位或團體進行展演，預計邀請旺福、怕胖團、脆樂團、洪安妮等舞臺演出，搭配趣味表演藝術、及裝置，打造專屬於北投的遊樂園。

03/31(六)~ 04/01(日)	創意生活小市集	北投在地文創、手工創作、特色食品、NPO 組織、學校、在地社團、外部邀請(手作市集)
03/31(六)~ 04/01(日)	捷運那卡西	北投至新北投捷運車廂內舉辦快閃表演活動，讓民眾從即將到達新北投車站的旅程上都有音樂相伴，如北投特色月琴、那卡西表演
03/31(六)~ 04/14(六) 共 8 場	北投行旅生態導覽	免費周邊館所、歷史免費導覽行程
03/31(六)- 04/15(日)	新北投車站限量紀念車票悠遊卡任務活動	每日入館參觀並完成以下任務的前 100 位民眾，憑悠遊卡到結帳區過卡後，即可換取「新北投車站限量車票悠遊卡」

(三)展覽策畫

1.車站常設展

展覽名稱	展覽簡介
車站常設展	自 1916 年正式啟用的新北投車站，經歷了百年的變遷歷史，在車站常設展的呈現上，除透過各時期車站外觀照片呈現其歷史生命，進而以車站建築原件或復刻物件為展示主軸，如細膩榫接工法特色的牛眼窗；保留臺灣總督府官印、木料材質尺寸等文字資訊的建築野地板原件，以及 30：1 車站建築結構模型和十四種特色榫接結構，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：特展 1：新北投車站生活記憶特展	新北投車站為臺北市現存百年車站建築，同時也是早期臺鐵「淡水線」目前唯一實體火車站。有鑑於此，今年度新北投車站以「車站」及「淡水線」為展示主軸，透過展場空間陳設帶領觀眾重回1988年前的新北投車站。同時搭配展示過往的歷史圖像、新聞報導、民眾生活回憶照片等，一同回憶新北投車站曾經的美好生活，與大家一起創造新北投車站的下一個百年記憶。
特展 2：特展 2：1980 年代淡水線鐵道生活日常特展	西元1901年開通的淡水線為臺灣第一條鐵路支線，以臺北為起點，行經北投、關渡到達終點站淡水，故俗稱「北淡線」；1916年因應新北投地區溫泉觀光發達，由北投站向東北另設新北投支線，故「新北投車站」應運而生；陪伴大家經歷無數個寒暑的淡水線鐵路，最終因興建捷運於1988年停止營運並拆除。西元2018年適逢淡水線鐵道停駛30周年，為緬懷過去並讓更多人認識早期的鐵道生活，本次展覽以「淡水線」為主軸，藉由過去生活老照片及日常訪談影像紀錄，回顧沿線小人物的生活日常，帶領民眾體驗一日鐵道的今昔縮影。

(四)教育推廣

107 年度車站共舉辦超過 196 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(61 場)、特展主題工作坊(3 場)、驛站講堂(11 場)、北投行旅生態導覽(38 場)、及新北投車站學生體驗教育活動(5 場)，另持續於假日舉辦《文創市集》、《小農市集》、《創意生活 DIY》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

(1)新北投車站及淡水線故事分享會：聯繫並邀請多位早年曾經居住在新北投車站或淡水線上的長者，重回新北投車站並與民眾公開分享早年的生活經驗趣談，最後，經過剪輯後製成紀錄影片，讓年長者遙想當年美好的黃金歲月，同時也讓年輕人感念過往的美好時光。

(2)手機鏡頭下的鐵道風情：手機，作為現代人不可缺少的電子產品，在日新月異的科技發展下，每個人都可以透過手機內建的相機功能進行照片拍攝，在記錄日常的同時，也有人以手機相機紀錄臺灣鐵路的風情種種，透過講師的實拍作品分享，帶領民眾夠用手機相機輕鬆拍出好作品。

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	講師	參與人數
1 月 20 日(六)	新北投車站紅包袋彩繪	曹淑女	30
2 月 3 日(六)	新北投車站素寫賀卡	溫牧	30
3 月 17 日(六)	桶柑紅。羅蔓青~小農市集講座	陳心絨	35
5 月 12 日(六)	鐵道周邊動植物介紹導覽	施宏明	30
6 月 9 日(六)	北投原住民文化	陳金萬	20
7 月 14 日(六)	驛站周邊老店趣談	洪德揚	30
8 月 11 日(六)	臺鐵淡北縣趣談	俞秋苓	30
9 月 15 日(六)	驛站版畫 DIY：巴島版圖印樂趣	吳明玲	30
10 月 13 日(六)	北投溫泉文化與旅店	張佳玄	40
11 月 10 日(六)	新北投醫療與溫泉之旅中文導覽	施伊芳	30
12 月 8 日(六)	北投講古劇	-	120
小計			425

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

(1)春冬常態行程(收費行程)：週六 2.5 小時的時光之旅，從神秘的硫磺谷途

經北投歷史悠久的日式建築及寺廟；而周日 1 小時的北投溫泉探源，帶大家認識北投的溫泉文化及知識。一淺一深的行程搭配，讓民眾自由挑選適合自身的導覽遊程。

時光之旅：硫磺谷-張學良先生故居-不動明王石窟-北投文物館-陸軍衛戍醫院北投分院-新北投車站(2.5 小時)

溫泉之旅：新北投車站→天狗庵&北投溪一瀧→北投溫泉博物館後門→瀧乃湯→北投石自然保留區→地熱谷(1 小時)

(2)生日慶北投行旅特別場(免費行程)

路線：新北投車站→北投公園限時專送→北投溪一瀧→瀧乃湯→北投溫泉博物館大草皮(1 小時)

(3)溫泉季特別場：冬季小巴導覽(免費行程)

與臺北市溫泉發展協會合作，提供民眾能於溫泉季期間，單程小巴輕鬆遊北投，認識在地多元豐富之地歷史生態人文。

路線：肯德基集合→(光明路)→天狗庵遺址→北投圖書館→北投溫泉博物館→瀧乃湯→(溫泉路)→普濟寺→(幽雅路)→北投文物館(泉源路)→(新民路)→中心新村→(中山路)→北投公民會館→梅庭→凱達格蘭文化館→肯德基解散

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，另為提升在地小農之行銷、美學、有機無毒栽種之觀念及能力，自民國 107 年 11 月新北投車站與水花園有機農夫市集首度合作，推出綠色飲食 X 在地小農 X 手作雜貨之綜合性市集，提倡在地、友善、純淨的市集主軸概念，以飲食作為軌道出發，駛著永續的列車，鋪展日常的樣貌。提供北投在地小農與其他小農之交流學習機會，共同形塑地區特色。

5.創意生活

不定期舉辦創意生活主題活動，日式茶會、來去北投泡表演：老車站的跳舞時光、原民樂舞演出、新北投車站月琴體驗課、有機農夫市集講座、邂逅，新北投：桌上遊戲試玩會等。其中月琴體驗、茶會等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.「鐵支路直直行趣味營隊」—新北投車站學生體驗教育

搭配展覽主軸「淡水線」，與臺鐵文化志工隊合作辦理多場次認識淡水線主

題導覽活動，導覽行程以新北投車站為起點，自車站集合出發，先透過車站內展示導覽及戶外廣場機智問答闖關遊戲，勾起參與者對淡水線的興趣，再透過實際搭乘捷運淡水線欣賞北投至臺北沿途風光，來到臺北車站後，則由臺鐵文化志工隊夥伴帶領參與民眾觀賞臺北車站獨特風貌並介紹火車相關歷史遺跡及知識。

7. 車站自有商品開發

新北投車站秉持每年致力於開發自有商品的目標，107 年度搭配車站生日慶典推出 6 款系列明信片，分別呈現車站各時期不同的建築樣貌；下半年則重磅推出以北投各景點為構成要素且老少咸宜的桌遊《邂逅，新北投》。

桌遊《邂逅，新北投》以新北投車站作為旅人認識北投的起點，新北投車站與知名桌上遊戲製作公司合作開發《邂逅，新北投》桌上遊戲。遊戲匯集了臺灣各專業領域上的好手們一起著手創作，看似簡單的桌上遊戲蘊藏著臺灣堅強的軟實力。遊戲設計以現實景點及文化特色作為背景，期待玩家在遊玩之餘也能夠踏出腳步實際走訪各個在地景點，感受現實生活中新北投的人文風華。

8. 北投周邊館所四季活動交流

配合北投四季活動概念推出，新北投車站搭配北投區公所、北投圖書館、及北投溫泉博物館之活動主軸，推出相對應的特色活動，共同營造北投的四季特色。

活動	時間	合作館所	參與人數	合作項目
讀享舒活王闖關活動	6/3(六)、 7/1(日)、 8/5(日)、 10/5(五)	北投圖書館	120	闖關地點其中一站，提供導覽服務以及設備支援
原芝原味營隊活動	3/10(六)、 3/11(日)、 3/17(六)、 3/18(日)、 3/24(六)、 3/25(日)、 7/7(六)、 7/14(六)、 7/21(六)、 7/28(六)	凱達格蘭文化館	300	提供導覽服務
2018 溫泉季	11/1(四)-	臺北市溫泉發展	5,000	1. 巴士導覽

	11/5(一)	協會		2. 提供延長開館及周一開館
《邂逅，新北投》桌上遊戲試玩會	11/10(六)	北投溫泉博物館	20	搭配《邂逅，新北投》-名場面導覽活動實際帶領民眾體驗《邂逅，新北投》桌上遊戲及故事景點

(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，累積瀏覽人次：9 萬 6,977
- 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：6,428 個讚，6,714 人追蹤
- 3.媒體宣傳效益：新北投車站 107 年度媒體露出總數 85 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 107 年度新聞露出	報紙雜誌	電視媒體	電子網路媒體
總計	2	3	80
	85		

(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，目前新北投車站義務服務暨經營管理委員會仍處於籌備階段，並搭配各個小分組運作，以「分層次」、「分區塊」的參與策略持續運作。總計召開 12 場次會議 98 人次參加。
- 2.志工招募及訓練：招募服務志工逾 30 人，並設計各式訓練課程，包含內容志工及員工服務基礎訓練課程、新北投環境與歷史、車站鐵道學、北投鐵道文化之路導覽，特展培訓課程、館所參訪交流等，有助於志工及員工相關建立服務新北投車站的導覽及服務遊客的能力。
- 3.日常維運管理制度：包含館所建物管理、清潔計畫、保全及安全維護、人員訓練及招募、銷售盤點報表建立等日常維運管理制度建立。

(七) 107 年全區參與人數統計：

展示演出參與人數			
類別		時間	服務人次
常態型活動	常設展	1-12 月	374,897
專案型活動	(1) 特展 1：新北投車站生活記憶特展	4 月-10 月	190,424
	(2) 特展 2：1980 年代淡水線鐵道生活日常特展	10 月-12 月	113,425
入館參觀總計			374,897
教育推廣活動參與人數			
類別		時間	服務人次
常態型活動	社區參與工坊	6/23(六)、 8/26(日)、 12/2(日)	3 場次/80 人次
	驛站講堂	1-12 月	11 場次/425 人次
	創意生活 DIY 活動	1-12 月	24 場次/805 人次
	北投行旅：北投生態導覽	1-11 月	38 場次/465 人次
	文創市集：跟著市集去旅行	1-12 月	24 場次/36,000 人次
	青菜底家啦！新北投車站小農市集	1-12 月	30 場次/15,000 人次
	周邊學校(學童)導覽	1-12 月	14 場次/612 人次
	團體預約導覽	1-12 月	47 場次/1,294 人次
專案型活動	鐵支路直直行鐵路營隊	10/20(六) 10/21(日) 、12/1(六)	5 場次/184 人次
	自辦慶典活動- 春遊驛站暨車站館慶系列活動	3/21(三)- 4/8(四)	34 場次/6,827 人次
推廣活動參與人數總計			230 場次/ 61,692 人次
車站內外參與人數總計			436,589 人次

一、臺北市影視音實驗教育機構

(一)107 年度營運重點：

- 1.107 學年度教師招募及招收第三屆新生。
- 2.舉辦 107 年度展演製作成果發表會--「對生活的一些小小想法」
- 3.舉辦 107 年度學生成果展--「眾」
- 4.英語音樂劇「The Agent」展演
- 5.舉辦台北電影夏令營
- 6.參與 2018 雜學校展覽
- 7.舉辦台北藝術文化人才實驗國際教育論壇

8.與國內外教育機構或影視音相關單位簽訂合作備忘錄

(1)國立臺北藝術大學

(2)國立臺灣藝術大學

(3)國立臺南藝術大學

(二) 安排學生參與交流與實習

1.香港兆基創意書院行動交流學習

2.參加電影國際製作表演營-韓國 DINFAC 交流活動

3.促成學生與「故事工廠」與「瘋樂戲」兩劇團實習

(三) 參與寶藏巖社區活動(寶村紀錄片拍攝)

1.草籽粿製作（清明節）

2.包粽子 DIY（端午節）

3.搓湯圓活動（元宵節）

(四)107 學年度教師招募及招收新生。

1.今年共招募 4 位專任教師（音樂、影像、視覺設計、英文）

招募方向與工作內容--

(1)課程設計、教學執行。

(2)導師班經營與師生對話溝通。

(3)協助學校大型活動的策劃與執行。

(4)協助辦理校園事務工作。

教師招募期程說明	
日期	項目
06/22(五)-07/10(二)	線上報名
07/10(二)	報名截止
07/12(四)-7/13(五)	試教
07/17(二)	面談
08/01(三)	正式聘任

2.107 學年度招生第三屆學生，共計 33 名。

日期	項目
1/27(六)	招生說明會
3/15(四)	報名截止
3/30(五)	第一階段結果複查
4/14(六)-4/15(日)、 4/21(六)-4/22(日)	團體面談
4/27(五)	公告錄取名單
4/28(六)-4/30(一)	家庭晤談

5/4(五)	第二階段結果複查
5/14(一')	繳交報導資料

3.107 學年度活動說明

(1)影視音相關體驗、參訪活動

月份	項目
1	香港兆基藝術書院參訪
2	荷蘭 IVKO 藝術中學遠距連線交流與拍片
3	參與日本映畫大學畢業展覽
4	國際電影製作表演營-韓國 DINFAC 交流活動
5	際影展交流-協助辦理「2018 德國慕尼黑國際兒少影展青少年評審會議」活動

(2)接待參訪團

107 年 12 月 28 日香港沙龍文化產業研究與香港賽馬會三個不同機構總共 130 人蒞臨臺北市影視音實驗教育機構參訪，TMS 同學及老師們透過破冰遊戲、分享彼此的影音創作，讓兩地的學生們走得更近也在彼此觀影作品分享的環節中，看見兩地學生不同的創作與藝術性的表達，給了彼此很大的啟發，無論是對香港的學生或 TNS 的同學們，都能在製作其他作品時，學會並思考更多如何在作品中傳遞想表達的信息。

(3)學校宣傳、學生成果活動

編號	日期	項目	舉辦地點
1	01/27(六)-02/25(日)	107 年度學生成果展--「眾」	寶藏巖國籍藝術村
2	06/02(六)	107 年度展演製作成果發表會--「對生活的一些小小想法」	松菸文創園區
3	06/24(日)	英語音樂劇「The Agent」展演	永安藝文館-表演 36 房
4	07/02(一)-07/21(六)	台北電影夏令營	劍潭青年活動中心、中影製片廠、誠品電影院
5	10/03(三)-10/07(日)	參與 2018 雜學校展覽	華山 1914 文化創意產業園區
6	10/03(三)-10/07(日)	舉辦台北藝術文化人才實驗國際教育論壇	三創生活

參、 決算概要

(一)收支營運實況

- 1.本年度收入預算數 6 億 861 萬 2,435 元，執行結果，決算數 5 億 8,927 萬 3,950 元，較預算數減少 1,933 萬 8,485 元，約-3.18%，分析如下：
 - (1)政府補助基本營運收入減少 4,696 萬 3,561 元，其中文化局補助收入減少 5,114 萬 8,600 元，主要係保留「國際影視攝製投資計畫」至下年度執行、核銷剩餘數繳回、結算盈餘解繳。其他中央與地方機關補助較預算增加 418 萬餘元。
 - (2)租金收入較預算短少 1,268 萬 928 元，主因紅樓八角樓工程延後，延至 3 月份正式營運、松山園區場地以藝文價出租比例較預期高。
 - (3)其餘各項收入，包含銷貨收入、受贈收入、營運收入等較預期增加計 4,030 萬 6,004 元。
- 2.本年度支出預算數 6 億 464 萬 8,660 元，執行結果，決算數 6 億 1,721 萬 6,704 元，較預算數增加 1,256 萬 8,044 元，約 2.08%。主要原因如下：
 - (1)銷貨收入較預期增加，致使銷貨成本增加。
 - (2)國際影視攝製投資計畫支出，保留至 108 年度執行，減少業務支出。
 - (3)上年度預算保留至本期執行，如辦理西門紅樓八角樓開幕活動及剝皮寮因應計畫等。
 - (4)因爭取中央、地方機關補助經費與受其他外部單位委託辦理各項活動，導致業務費用較預期增加。
- 3.收支相抵，本年度預算數為賸餘 396 萬 3,775 元，執行結果，決算數短絀 2,794 萬 2,754 元。

表一、收支摘要表

單位：新臺幣元

業務收入							業務外收入		收入合計
銷貨收入	受贈收入	政府補助基本營運收入-文化局	政府補助基本營運收入-其他	租金收入	營運收入	其他業務收入	財務收入	其他業務外收入	
52,128,001	17,481,141	352,286,928	10,285,039	87,914,144	65,946,587	2,087,598	719,037	425,475	589,273,950
8.85%	2.97%	59.78%	1.75%	14.92%	11.19%	0.35%	0.12%	0.07%	100.00%
業務支出							業務外支出		支出合計
銷貨成本	人事費用	管理費用	業務費用				財務費用		
39,702,461	166,275,487	121,643,009	289,594,170				1,577		617,216,704
6.43%	26.94%	19.71%	46.92%				0.00%		100.00%

(二)現金流量實況

- 1.業務活動之淨現金流入 148 萬 7,310 元。

- 2.投資活動之淨現金流出 1,691 萬 4,035 元。其中現金流出 1,691 萬 4,035 元，包括增加固定資產 488 萬 739 元、增加其他資產 898 萬 858 元、增加修繕工程 279 萬 4,918 元及增加存出保證金 25 萬 7,520 元。
- 3.融資活動之淨現金流入 384 萬 5,265 元。其中現金流入 384 萬 5,265 元，包括增加其他負債 260 萬 8,569 元及增加存入保證金 123 萬 6,696 元。
- 4.現金及約當現金之淨減 1,158 萬 1,460 元，係期末現金 7,253 萬 1,571 元，較期初現金 8,411 萬 3,031 元減少之數。

(三)淨值變動實況

本會截至民國 107 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 289 萬 9,179 元，本年度短絀減少 2,794 萬 2,754 元，期末淨值為 7,495 萬 6,425 元。

(四)資產負債實況

- 1.資產：資產總額 1 億 8,853 萬 4,628 元，包括：流動資產 8,933 萬 8,254 元，固定資產 805 萬 1,445 元，無形資產 63 萬 4,053 元，其他資產 9,051 萬 876 元，資產總額較上年度 1 億 9,355 萬 8,471 元，減少 502 萬 3,843 元。
- 2.負債：負債總額 1 億 1,357 萬 8,203 元，包括：流動負債 7,731 萬 4,361 元，其他負債 3,626 萬 3,842 元，負債總額較上年度 9,065 萬 9,292 元，增加 2,291 萬 8,911 元。
- 3.淨值：淨值總額 7,495 萬 6,425 元，包括：基金 5,653 萬 4,255 元，累積賸餘 1,842 萬 2,170 元，淨值總額較上年度 1 億 289 萬 9,179 元，減少 2,794 萬 2,754 元。

肆、其他

財團法人台北市文化基金會
收支餘絀決算表
中華民國 107 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 (一)	
				金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100
544,425,306	收入	608,612,435	589,273,950	(19,338,485)	(3.18)
541,584,506	業務收入	608,061,497	588,129,438	(19,932,059)	(3.28)
22,507,704	銷貨收入	29,640,252	52,128,001	22,487,749	75.87
12,099,168	受贈收入	11,915,000	17,481,141	5,566,141	46.72
376,878,525	政府補助基本 營運收入	409,535,528	362,571,967	(46,963,561)	(11.47)
49,216,915	營運收入	54,875,645	65,946,587	11,070,942	20.17
80,245,874	租金收入	100,595,072	87,914,144	(12,680,928)	(12.61)
636,320	其他業務收入	1,500,000	2,087,598	587,598	39.17
2,840,800	業務外收入	550,938	1,144,512	593,574	107.74
776,762	財務收入	550,938	719,037	168,099	30.51
2,064,038	其他業務外收入	-	425,475	425,475	--
542,915,016	支出	604,648,660	617,216,704	12,568,044	2.08
542,909,776	業務支出	604,648,660	617,215,127	12,566,467	2.08
17,511,207	銷貨成本	18,140,739	39,702,461	21,561,722	118.86
167,705,122	人事費用	184,264,317	166,275,487	(17,988,830)	(9.76)
99,992,868	管理費用	118,866,383	121,643,009	2,776,626	2.34
257,700,579	業務費用	283,377,221	289,594,170	6,216,949	2.19
5,240	業務外支出	-	1,577	1,577	--
5,036	財務費用	-	1,577	1,577	--
204	其他業務外支出	-	-	-	--
1,510,290	本期賸餘(短絀-)	3,963,775	(27,942,754)	(31,906,529)	(804.95)

財團法人台北市文化基金會
現金流量決算表
中華民國 107 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-)	3,963,775	(27,942,754)	(31,906,529)	(804.95)
調整非現金項目	6,891,793	10,692,915	3,801,122	55.15
折舊費用	6,597,793	10,461,111	3,863,318	58.55
各項攤提	294,000	231,804	(62,196)	(21.16)
應收票據(增加)減少		12,000	12,000	--
應收帳款(增加)減少		(581,024)	(581,024)	--
存貨(增加)減少		1,285,714	1,285,714	--
其他應收帳款(增加)減少		(360,035)	(360,035)	--
預付款項及其他流動資產(增加)減少		(105,828)	(105,828)	--
什項資產(增加)減少		(587,324)	(587,324)	--
應付帳款增加(減少)	(565,565)	4,094,092	4,659,657	(823.89)
預收款項增加(減少)		46,743	46,743	--
其他應付款增加(減少)		12,626,096	12,626,096	--
應付費用增加(減少)		3,397,338	3,397,338	--
其他流動負債增加(減少)		(1,090,623)	(1,090,623)	--
業務活動之淨現金流入(流出-)	10,290,003	1,487,310	(8,802,693)	(85.55)
投資活動之現金流量				
固定資產(增加)減少	(775,000)	(4,880,739)	(4,105,739)	529.77
其他資產(增加)減少	(6,500,000)	(8,980,858)	(2,480,858)	38.17
修繕工程(增加)減少		(2,794,918)	(2,794,918)	--
存出保證金減少(增加)		(257,520)	(257,520)	--
投資活動之淨現金流入(流出-)	(7,275,000)	(16,914,035)	(9,639,035)	132.50
融資活動之現金流量				
其他負債(減少)增加	581,272	2,608,569	2,027,297	348.77
存入保證金增加(減少)		1,236,696	1,236,696	--
融資活動之淨現金流入(流出-)	581,272	3,845,265	3,263,993	561.53
現金及約當現金之淨增(淨減-)	3,596,275	(11,581,460)	(15,177,735)	(422.04)
期初現金及約當現金	32,433,137	84,113,031	51,679,894	159.34
期末現金及約當現金	36,029,412	72,531,571	36,502,159	101.31

財團法人台北市文化基金會

淨值變動表

中華民國 107 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	102,899,179		27,942,754	74,956,425	年度短絀 2,794 萬 2,754 元，主要原因 如下： 1. 結 算 盈 餘 解 繳 1,250 萬餘元。 2. 改以自籌款核銷 105-107 年度館所 保險費繳回文化局 補助收入 325 萬餘 元。 3. 場租收入較預期 減少 1,268 萬餘元。
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	46,364,924		27,942,754	18,422,170	
累積餘絀	46,364,924		27,942,754	18,422,170	

財團法人台北市文化基金會

資產負債表

中華民國 107 年度

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 (一)	
			金額 (3)=(1)-(2)	% (4)=(3)/(2) *100
資產合計	188,534,628	193,558,471	(5,023,843)	(2.60)
資產	188,534,628	193,558,471	(5,023,843)	(2.60)
流動資產	89,338,254	101,170,541	(11,832,287)	(11.70)
現金	72,531,571	84,113,031	(11,581,460)	(13.77)
應收款項	15,735,424	14,806,365	929,059	6.27
應收票據淨額	30,000	42,000	(12,000)	(28.57)
應收帳款淨額	12,876,384	12,295,360	581,024	4.73
其他應收款	2,829,040	2,469,005	360,035	14.58
存貨	0	1,285,714	(1,285,714)	(100.00)
預付款項	1,070,157	892,061	178,096	19.96
短期墊款	1,102	73,370	(72,268)	(98.50)
固定資產	8,051,445	5,842,033	2,209,412	37.82
機械及設備	1,955,772	2,031,616	(75,844)	(3.73)
機械及設備	8,273,315	7,619,321	653,994	8.58
累計折舊－機械及設備	(6,317,543)	(5,587,705)	(729,838)	13.06
交通及運輸設備	66,769	86,545	(19,776)	(22.85)
交通及運輸設備	98,840	98,840	-	-
累計折舊－交通及運輸設備	(32,071)	(12,295)	(19,776)	160.85
什項設備	6,028,904	3,723,872	2,305,032	61.90
什項設備	10,049,111	5,822,366	4,226,745	72.59
累計折舊－什項設備	(4,020,207)	(2,098,494)	(1,921,713)	91.58
無形資產	634,053	865,857	(231,804)	(26.77)
無形資產	634,053	865,857	(231,804)	(26.77)
電腦軟體	634,053	865,857	(231,804)	(26.77)
其他資產	90,510,876	85,680,040	4,830,836	5.64
什項資產	90,510,876	85,680,040	4,830,836	5.64
存出保證金	1,020,088	762,568	257,520	33.77
暫付款	704,702	117,378	587,324	500.37
代管資產	27,199,521	24,590,952	2,608,569	10.61
代管資產	37,133,223	28,152,365	8,980,858	31.90
累計折舊－代管資產	(9,933,702)	(3,561,413)	(6,372,289)	178.93
修繕工程	5,052,310	3,674,887	1,377,423	37.48
受限制資產	56,534,255	56,534,255	-	-
負債及淨值合計	188,534,628	193,558,471	(5,023,843)	(2.60)

負債	113,578,203	90,659,292	22,918,911	25.28
流動負債	77,314,361	57,057,290	20,257,071	35.50
應付款項	59,417,804	39,207,476	20,210,328	51.55
應付帳款	26,969,684	22,875,592	4,094,092	17.90
其他應付款項	22,650,614	10,024,518	12,626,096	125.95
應付費用	9,684,326	6,286,988	3,397,338	54.04
代收款	113,180	20,378	92,802	455.40
預收款	17,896,557	17,849,814	46,743	0.26
預收收入	17,896,557	15,995,415	1,901,142	11.89
其他預收款	-	1,854,399	(1,854,399)	(100.00)
其他負債	36,263,842	33,602,002	2,661,840	7.92
什項負債	36,263,842	33,602,002	2,661,840	7.92
存入保證金	7,696,097	6,459,401	1,236,696	19.15
暫收款	1,368,224	2,551,649	(1,183,425)	(46.38)
應付代管資產	27,199,521	24,590,952	2,608,569	10.61
淨值	74,956,425	102,899,179	(27,942,754)	(27.16)
基金	56,534,255	56,534,255	-	-
創立基金	56,534,255	56,534,255	-	-
創立基金	56,534,255	56,534,255	-	-
累積餘絀	18,422,170	46,364,924	(27,942,754)	(60.27)
累積餘絀	18,422,170	46,364,924	(27,942,754)	(60.27)
累積餘絀	18,422,170	46,364,924	(27,942,754)	(60.27)

財團法人台北市文化基金會

收入明細表

中華民國 107 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 (一)		說明
			金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/ (1) *100	
收入	608,612,435	589,273,950	(19,338,485)	(3.18)	
業務收入	608,061,497	588,129,438	(19,932,059)	(3.28)	
銷貨收入	29,640,252	52,128,001	22,487,749	75.87	台北當代館、松山園區、西門紅樓等銷貨收入較預期增加。
受贈收入	11,915,000	17,481,141	5,566,141	46.72	電影節、北藝中心及藝術三節等計畫之贊助收入高於預期
政府補助基本營運收入	409,535,528	362,571,967	(46,963,561)	(11.47)	
政府補助基本營運收入	409,535,528	362,571,967	(46,963,561)	(11.47)	
政府補助基本營運收入-文化局	403,435,528	352,286,928	(51,148,600)	(12.68)	1.上年度預算保留至本期執行金額計 268 萬餘元(西門紅樓、剝皮寮) 2.結算損益，盈餘解繳市庫計 1,250 萬餘元(主要包含當代、藝術村、北藝、藝術三節等) 3.年度預算保留至下年度執行數計 3,000 萬元(國際影視攝製投資計畫) 4.補助款執行剩餘數計 764 萬餘元(主要包含影委會、北藝中心、辦學部等)

政府補助基本營運收入-其他	6,100,000	10,285,039	4,185,039	68.61	中央與地方補助：
					1.文化部補助：107 年藝術村營運扶植、推動博物館與地方文化館發展計畫、新北投車站淡水線影像史料蒐藏展示、文化部補助跨域合創計畫「東京藝術節{距離計畫}」。
					2.行政院大陸委員會補助：「老靈魂的魅力重生」展覽費用。
					3.教育局補助：荷蘭亞洲電影節學生機票。
營運收入	54,875,645	65,946,587	11,070,942	20.17	爭取外部委託案：
					1.「2018PULIMA 藝術節」(原住民族文化事業基金會)。
					2.「2018MOD 微電影暨金片子創作大賽相關活動執行」(智趣王數位科技)。
					3.「國際提案一對一工作坊」電影人才培訓(文化部標案)。
					4. 2018 夏至藝術節演出活動-銀幕之人「拇指小英雄」演出(台南市政府)。
租金收入	100,595,072	87,914,144	(12,680,928)	(12.61)	1.紅樓八角樓工程延後，延至 3 月份正式營運。
					2.松山園區場地以藝文價出租比例較預期高。
其他業務收入	1,500,000	2,087,598	587,598	39.17	1.廣告與拍攝費收入
					2.線上課程錄製專案之技術協助(台灣大學數位學習中心)
業務外收入	550,938	1,144,512	593,574	107.74	
財務收入		719,037	168,099	30.51	
	550,938				存款孳息較預期增加
其他業務外收入	-	425,475	425,475	--	保證金沒收收入等

財團法人台北市文化基金會

支出明細表

中華民國 107 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	604,648,660	617,216,704	12,568,044	2.08	
業務支出	604,648,660	617,215,127	12,566,467	2.08	
銷貨成本	18,140,739	39,702,461	21,561,722	118.86	台北當代館、松山 園區、西門紅樓等 銷貨收入較預期增 加，致使銷貨成本 增加。
銷貨成本	18,140,739	39,702,461	21,561,722	118.86	
人事費用	184,264,317	166,275,487	(17,988,830)	(9.76)	
薪資費用	159,779,504	143,972,099	(15,807,405)	(9.89)	
勞工退休金	8,394,420	7,477,028	(917,392)	(10.93)	
保險	16,090,393	14,826,360	(1,264,033)	(7.86)	
管理費用	118,866,383	121,643,009	2,776,626	2.34	
租金支出	6,998,098	5,593,739	(1,404,359)	(20.07)	
文具印刷	1,991,911	1,768,445	(223,466)	(11.22)	
旅費	1,501,400	696,334	(805,066)	(53.62)	
交通費	1,321,400	635,704	(685,696)	(51.89)	
國內差旅	180,000	60,630	(119,370)	(66.32)	
運費	879,271	742,526	(136,745)	(15.55)	
郵電費	2,273,566	1,361,552	(912,014)	(40.11)	
修繕費	12,031,313	15,719,313	3,688,000	30.65	
水電瓦斯費	21,817,340	20,739,041	(1,078,299)	(4.94)	
保險費	3,372,536	3,028,042	(344,494)	(10.21)	
交際費	-	110,870	110,870	--	
稅捐	465,586	244,559	(221,027)	(47.47)	
折舊	2,575,293	6,581,949	4,006,656	155.58	
各項攤提	294,000	231,804	(62,196)	(21.16)	
職工福利	653,250	1,039,639	386,389	59.15	
訓練費	738,400	78,995	(659,405)	(89.30)	
書報雜誌	33,000	35,072	2,072	6.28	
誤餐費	526,100	669,341	143,241	27.23	
勞務費	3,350,000	2,614,475	(735,525)	(21.96)	
清潔費	17,305,900	18,226,378	920,478	5.32	

保全費	23,476,931	24,344,188	867,257	3.69	
保養費	8,566,774	7,231,322	(1,335,452)	(15.59)	
園藝費	3,250,810	3,469,201	218,391	6.72	
消防安全	355,900	73,550	(282,350)	(79.33)	
雜項購置	2,669,901	2,412,548	(257,353)	(9.64)	
手續費支出	42,710	50,578	7,868	18.42	
其他費用	3,696,393	4,579,548	883,155	23.89	
業務費用	283,377,221	289,594,170	6,216,949	2.19	
租金支出	29,242,755	34,457,114	5,214,359	17.83	
文具印刷	13,786,541	11,659,196	(2,127,345)	(15.43)	
旅費	8,841,543	7,364,914	(1,476,629)	(16.70)	
交通費	771,500	1,339,919	568,419	73.68	
國內差旅	955,400	198,425	(756,975)	(79.23)	
國外差旅	7,114,643	5,826,570	(1,288,073)	(18.10)	
運費	4,901,000	3,632,390	(1,268,610)	(25.88)	
郵電費	498,050	678,447	180,397	36.22	
修繕費	4,986,976	6,110,466	1,123,490	22.53	
廣告費	10,785,000	13,343,693	2,558,693	23.72	
水電瓦斯費	120,000	115,241	(4,759)	(3.97)	
保險費	1,059,000	994,414	(64,586)	(6.10)	
交際費	-	781,871	781,871	--	
稅捐	-	124,417	124,417	--	
折舊	4,022,500	3,879,162	(143,338)	(3.56)	
訓練費	340,000	30,000	(310,000)	(91.18)	
書報雜誌	-	48,684	48,684	--	
誤餐費	722,000	1,948,994	1,226,994	169.94	
計時人員	20,204,379	24,083,440	3,879,061	19.20	
勞務費	52,475,448	73,975,558	21,500,110	40.97	
清潔費	1,003,379	909,311	(94,068)	(9.38)	
保全費	-	154,350	154,350	--	
保養費	300,000	165,591	(134,409)	(44.80)	
版權費	2,799,000	3,690,406	891,406	31.85	
製作費	56,911,499	61,466,635	4,555,136	8.00	
材料費	3,793,000	3,428,834	(364,166)	(9.60)	
雜項購置	4,776,686	2,044,837	(2,731,849)	(57.19)	
手續費支出	270,000	1,248,797	978,797	362.52	
獎補助金支出	41,240,000	8,809,610	(32,430,390)	(78.64)	
其他費用	20,298,465	24,447,798	4,149,333	20.44	
業務外支出	-	1,577	1,577	--	
財務費用	-	1,577	1,577	--	
外幣兌換損失	-	1,577	1,577	--	

財團法人台北市文化基金會
固定資產、無形資產及代管資產投資明細表

中華民國 107 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	7,275,000	18,895,555	11,620,555	159.73	
固定資產	775,000	4,880,739	4,105,739	529.77	
機械及設備	475,000	653,994	178,994	37.68	西門紅樓八角樓茶坊餐點設備採購；當代館投影及資訊設備採購；影委會及管理部資訊設備汰舊換新。
什項設備	300,000	4,226,745	3,926,745	1,308.92	西門紅樓八表樓室內空間裝修工程及監控系統建置工程；當代館購置展示音響設備、展覽用貨櫃及設置空調、銅製投幣式置物櫃等；北藝中心購置攝影器材、飲水機等；松山園區設置室內外建置保全監視系統、創作者工廠添購真空烤箱與雷射切刻機、多功能展演廳投影設備、LAB 實驗室舞台燈具等。
其他資產	6,500,000	11,775,776	5,275,776	81.17	
什項資產	6,500,000	8,980,858	2,480,858	38.17	偶戲館展場照明改善工程、黑箱劇場地板整修工程、製偶工作室空間裝潢及設備購置、展場投影設備及戶外音響設備購置等；台北國際藝術村住房樓層牆面粉刷修繕工程、藝術村園區空間空調系統汰舊購置及寶藏巖國際藝術村內外部空間修繕工程等。

修繕工程	-	2,794,918	2,794,918	--	西門紅樓八角樓室內空間裝修(水電配置工程、茶坊及夾層工程、精品區及服務臺工程；寶藏巖國際藝術村山坡地安全監測設置水位觀測井、台北國際藝術村 4 樓藝術家住房空間修繕。
------	---	-----------	-----------	----	---

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 107 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			
臺北市政府教育局	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	-	-		-	-	-	財團法人石鳳翔 基金會解散捐贈 臺 北 市 政 府 4,000,000 元
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 107 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				
正職人員	256 人	225 人	(31)	1. 徵聘等待期和未達年度滿聘。 2. 視營運情形樽節人力。
短聘人員	193 人/月	172 人/月	(21)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 107 年度

單位：新臺幣元

[illegible]