

中華民國108年度

(自108年1月1日起至108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 108 年 度

一、總說明.....	1- 113 頁
二、主要表	
(一)收支營運決算表.....	114 頁
(二)現金流量決算表.....	115 頁
(三)淨值變動表.....	116 頁
(四)資產負債表.....	117-118 頁
三、明細表	
(一)收入明細表.....	119-120 頁
(二)支出明細表.....	121-123 頁
(三)固定資產、無形資產及其他資產投資明細表.....	124 頁
(四)轉投資明細表.....	-
(五)基金數額增減變動表.....	125 頁
四、參考表	
(一)員工人數彙計表.....	126 頁
(二)用人費用彙計表.....	127 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 108 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、剝皮寮歷史街區西側經營管理及台北偶戲館)
- (三) 影視產業推廣群(辦理影視協拍、人才培育與產業扶植相關業務、台北電影節)
- (四) 表演藝術推廣群(經營臺北表演藝術中心、辦理臺北兒童藝術節、臺北藝術節、臺北藝穗節)
- (五) 政策專案開發群(經營新北投車站及藝術文化人才實驗教育機構)
- (六) 管理部

貳、年度各項工作計畫或方針之執行成果

台北當代藝術館

一、台北當代藝術館經營管理及藝術推廣

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

拓前瞻性的文化思維和新視野，為臺北這個國際城市注入源源不絕的創意與活力。

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

除了在本館展區透過多樣的展覽內容和交錯的檔期規劃，以達到「全年有展覽、服務不打烊」的目標，為突破一般美術館給人的封閉印象，進一步將藝術展演帶到都會及社區空間，也是當代館自 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」、「捷運線形公園公共藝術」等。108 年度本館也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)與鄰近建成國中合作的「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/戶外實驗展及街區實驗展。除提供國內藝術家多樣的曝光平臺，也為臺北市民開創了兼顧知性、創意、與趣味的藝術體驗。

1. 主題策畫展

展覽名稱	展覽簡介
<p>【烏鬼】 策展人：黃漢沖、館員黃香凝 參展藝術家：澳洲 Abdullah、馬來西亞 Anne Samat、馬來西亞 Chi Too、斯里蘭卡 Cassie Machado、泰國 Chitti Kasemkitvatana、新加坡 Chris Yeo、台灣王鼎擘、菲律賓 Enzo Camacho 美國 Amy Lien、香港韓幸霖、泰國 Jakkai Siributr、臺灣梁廷毓、馬來西亞 Minstrel Kuik、泰國 Nipan Oranniwesna、菲律賓 Norberto Roldan、臺灣希巨蘇飛、新加坡陳彬彬、印尼 Timoteus Kusno、柬埔寨 Vuth Lyno、臺灣葉偉立、臺灣顏忠賢、新加坡 Zarina Muhammad、新加坡 Zulkhairi Zulkiflee</p>	<p>當代館 108 年度開春首展【烏鬼】邀請新加坡策展人黃漢沖 (Jason Wee) 及本館協同策展人黃香凝跨國策展，引介來自東南亞及臺灣共計 10 個國家、22 位(組)當代藝術家同臺展出，藉由臺灣與東南亞地區的鬼魅傳說，探討傳說背後的歷史、種族、殖民與殺戮等議題，為本館今年規模最大、聚焦於東南亞的當代藝術展覽。「烏鬼」這鬼魅般的名詞常於民間傳說中流傳，除了在 16、17 世紀時期被指稱為東南亞區域的原住民及奴工等，也成為對外來者、蠻夷等非我族類的代名詞。此類傳說的穿鑿附會反應出東南亞近代史中西方殖民文化的侵略，以及國家獨立體制的動盪下，人們對未來無法預知的徬徨不安，展現自我調節的心理狀態。對於這次詭譎奇幻的展覽主題，策展人黃漢沖表示，這個展覽之中的魑魅魍魎，除了偽神祇、食人虎，也包含了時代的他者，如外來者、移民、異教徒、酷兒、甚至是不可見與失能的被統治者。透過藝術家的視角，重新自我探詢在東南亞版圖上，充滿焦慮不安的歷史闇影，深入種族、異教徒、政治、殖民、歷史等相關議題，在展場中並陳與對話，拼湊出各國面對的課題與藝術現況，重新理解我們所不知道的東南亞面貌。</p>
<p>【超音樂·異聲驅動】 策展人：賴依欣 參展藝術家：臺灣江忠倫、臺灣王虹凱、澳洲 Nigel Brown、香港楊嘉輝、廣東莊偉、美國 Karolina Bregfa</p>	<p>本展邀請賴依欣擔綱策展人，以探索聲音的社會性、文化性和能動性為主題，提出超乎旋律之外的超音樂性的特質，藉由聲音的非物質與物質性、聲響和傳播等特質，企圖重思社會、政治、性別、階級和不同的經驗所形成的視角如何做為其發聲主體性的組成。展覽內涵亦試圖思考，在日常的話語和聲音之外，我們如何發現並重新理解那些隱性的和破碎的聲音殘渣，並藉由作品對聲音的反白與顯現，進而重新理解和想像那些被遺落的碎片。本展邀請到活躍於國內外 6 位藝術家各自提出關於聲音的不同面相及切入角度，持續擴張聲音動能的各種可能性。</p>
<p>【查無此人—小花計畫展】 策展人：方序中 音樂執行總監：瑪莎 參展藝術家： 蔡孟闓、志強制樂(林強、許志遠)、明和電機、阿信、魏如萱、鳳小岳、陳建騏、豪華朗機工、李英宏、新興糊紙文化、齊振涵、李嘉泉、方序中、蘇益良、劉若英、李霽、HUSH、家家、曲倩雯、茄子蛋、王宗欣、宇宙人、紀昀、告五人、吳仲倫</p>	<p>本展由知名設計師方序中攜手五月天-瑪莎擔任展覽音樂總監，邀請林強、阿信、魏如萱、茄子蛋、告五人、家家、劉若英、HUSH...等 11 組歌壇人氣創作歌手加入，攜手國內外十組當代藝術創作團隊，如明和電機、豪華朗機工、新興糊紙文化...等，透過流行音樂與當代藝術的跨域創作語彙，共同展出 11 件多媒體影音裝置作品，演繹最不想遺忘的「記憶」。 小花計畫最初是由方序中於 104 年度有感屏東老家眷村面臨拆遷命運，生活記憶逐漸消失，於是發起以「回家」為概念的計畫，喚醒大家對在地文化的保存意識，今年邁入第五年的小花計畫延續發起的初衷，首度結合樂壇創作者與當代藝術家的共同創作，融合聽覺與視覺</p>

	<p>的感官體驗展開新篇章，找回自身與土地間的歸屬感。而隨著精心安排的觀展節奏，觀眾們走完展場也彷彿欣賞完一張別出心裁的專輯。</p>
<p>【少年當代—未終結的過去進行式】 策展人：高千惠 參展藝術家：劉秋兒、徐瑞憲、張乾琦、梅丁衍、郭俞平、王逸帆、黃國才、張君懿、謝鴻均、高俊宏、陳泓易、美的建設(林玉婷、林君安、林建志、楊佳璇、凌宗魁、蕭文龍)、洪鈞元、許哲瑜、雪克、張立人</p>	<p>臺灣首座以推廣「當代藝術」為宗旨的台北當代藝術館在 108 年度下半年規劃「少年當代—未終結的過去進行式」，以此拉開「當代藝術 ongoing」五年計畫序幕。108 年正逢本館邁入開館 18 週年之際，該計畫象徵著當代館的成年禮，將持續探討不同大型策展議題。本展由知名策展人高千惠策劃，匯集 16 位(組)出生於 1950 至 1980 年間的藝術家及其團體，探索 1950 至 1990 年之間戰後三個世代的生活及文化記憶，以及他們充滿壓抑與變革的共同過去，由此追溯期間臺灣文化歷史變遷的重要時刻，探究臺灣當代藝術的形成過程。展覽中，藝術家以回顧的方式深入追溯童年及少年時期的回憶，呈現集體回憶的影響以及個人美學觀念，透過以視覺藝術作為語言，重新檢視少年當代的靈感來源、歷史語境以及藝術語言的轉變，這些皆為臺灣當代藝術發展洪流中的重要部分。本展從當代語境、藝術和歷史中攫取靈感，逐一揭示藝術家乃至社會的意識覺醒，對島嶼的身份及地域、社會系統、殖民歷史、西方影響及願景作出持續回應，從而勾勒出臺灣文化發展的藍圖。</p>
<p>【災難的靈視】 本展獲台新獎第四季提名 策展人：黃建宏、潘小雪 參展藝術家：法國 Pierre Huyghe、日本 Chim ↑ Pom、日本風間幸子 Sachiko Kazama、日本加藤翼、中國周滔、中國艾未未、越南阮英俊 Tuan Mami、香港北藝反送中關注組、羅詩蘋、曾湘淇、王茹霖、洪子健、陳澄如、洪子健、安聖惠、巴卡芙萊(黃錦城+林琳)、林珉旭、吳繼濤</p>	<p>二十一世紀至今已近二十年，各式層出不窮的災難席捲全球各地，包括 2001 年的 911 事件、2011 年日本 311 強震引發的海嘯及福島核災；而在臺灣，史無前例的災害莫拉克風災、花蓮強震、普悠瑪事件等接踵而至，人們內心如何拒絕被災難吞噬？在邁向 2020 年之際，台北當代藝術館推出年度跨年大展「災難的靈視」，由潘小雪與黃建宏共同擔綱策展，邀請含國際知名藝術家艾未未等 16 位(組)國內外藝術家參與展出，展覽所關注的並非這些悲劇事件的陳述，而是反思災難衝擊之後，藝術如何以超感官的靈視潛能，投以相應的創造力度作為回應，支持人們的意識與勇氣，進而強化生命力。</p>

2. 室內實驗展 (MOCA Studio)

當代館的實驗藝術展場(MOCA Studio)，本展區除了著重在推介「前衛」、「實驗」、「新銳」性質的藝術展覽，也有和本館每年之五檔主題大展交錯檔期，以達到服務觀眾「全年有展覽、藝術不打烊」的目標理想。108 年度室內實驗展共展出 6 檔，除本館自行策劃以及和其他藝文單位合作的展項之外，也保留開放申請的機制，提供國內外藝術家展出樣貌多元並富實驗精神的藝術品。108 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)	【助產序曲—陳建北個展】	展名中的助產意指助產士，早期也被稱為產婆。因近年醫療體系發展，助產行業逐漸凋零，為了探究這即將消逝的行業，藝術家陳建北自 105 年度起，開始探查蒐集關於助產士的訪談影片，試圖勾勒出臺灣早期關於生產、婦女社會處境及傳宗接代的價值觀。
(2)	【呼吸鞦韆—劉霞、蔡海如聯展】	本展邀請兩位來自不同時空背景卻同樣遭受政治迫害的女性藝術家，展出內容包括劉霞的詩篇、攝影作品 26 件以及蔡海如的裝置作品 2 件。劉霞，北京人，是詩人、藝術家，也是諾貝爾和平獎得主劉曉波的妻子，因政治犯妻子而連帶被非法軟禁近十年。在劉曉波因六四事件被判 2 年牢獄、3 年勞改、11 年顛覆國家罪期間，劉霞處於被當局監視與軟禁，形同另一個更大的牢獄。蔡海如是臺灣白色恐怖受難者的女兒，50 年代父親曾因參加讀書會以及地下黨活動而成為政治犯，入獄長達 14 年；在她 9 歲那年，因另一波白色恐怖高峰期，父親再度被牽連入獄 10 年。身為政治受難者家屬，兩位藝術家如同另一種囚徒般心繫著獄中之人，現實生活中被監視、排擠，在遭受極度荒謬與痛苦的同時，藝術家的靈魂卻開啟另一個創作的世界，讓他們獲得自由、尊嚴及詩意。
(3)	【天台—朱駿騰個展】 本展獲台新獎第二季提名	本展展覽概念源自於朱駿騰 107 年度至雲南騰衝駐村的經驗。在這座位於中國與緬甸交界，以進出口與加工翡翠享負盛名的邊境小城，藝術家透過鏡頭記錄這座城鎮裡，居民衝突與矛盾共存的生活狀態，人們似乎停滯於天台上的高點，卻觸及不到遙不可及的未來現狀。
(4)	【臺灣！我來了】	「臺灣！我來了 Why did you come to Taiwan?」為國藝會「策展人培力@美術館」專案，由臺灣新生代獨立策展人程少鴻所策劃，展覽概念源自四百年前一位曾在臺灣擔任荷蘭人翻譯的商人薩爾瓦多·迪亞茲(Salvador Diaz)的故事，這次展覽試圖向這些曾經來臺灣的異鄉人提出「你為什麼來到臺灣？」的問題，透過 5 位來自西班牙、菲律賓及臺灣藝術家作品作為引線，探討殖民者與被殖民者之間交錯的身分關係。
(5)	【成為提問—侯玉書個展】	由資深藝評人楊智富擔任策展人，試圖以一個「大提問」引出侯玉書探索逾 25 年的藝術觀點和意圖。藝術家侯玉書擅長將能量療癒的概念融入藝術創作中，作品風格富有穿透力的正向思維和能量。《成為提問》突破侯玉書以往的展覽型態，首度跳脫平面繪畫，以錄像、聲音裝置、參與式行為裝置等多元的創作形式，向世界發出提問：「藝術除了這些，還可以有什麼樣的可能性？」。
(6)	【縮影—大野由美子	本展為當代館與本會藝術村營運部首次嘗試的駐村展覽

個展】	<p>合作計畫，以公開遴選方式徵選駐村藝術家，最後於駐村結束前將駐地創作成果發表於當代館 MOCA Studio。</p> <p>大野由美子在駐村期間聚焦在臺灣建築的風格形制及表面紋理的元素蒐集，並對臺灣「紙紮」這項民俗技藝感到特別的興趣。本次展出《立面》、《雲街》、《泛·都會》3個系列共計 16 組作品，作品的陳設方式刻意以成雙對稱方式排列，是藝術家回應臺灣廟宇中特有的偶數對稱格局所設計，並援用陶淵明「桃花源記」中如欲尋覓卻越無法尋得的烏托邦世界為概念，試圖建構出一個不存在，卻實際存在於空間中的想像縮影。</p>
-----	--

3. 戶外實驗展(MOCA Cube / MOCA Plaza)

項次	展覽名稱	展覽簡介
(1)	【激情與空無—阿里巴魯·圖魯荷達個展】	<p>阿里巴魯·圖魯荷達 (1979-) 出生於西班牙桑坦德，目前創作及生活於臺灣臺東和西班牙兩地之間。本次個展「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。</p>
(2)	【後廢墟主義：蹤跡與塗抹—楊小濱個展】	<p>本展邀請知名詩人，也是蜚聲兩岸的文學與哲學學者楊小濱，推出以攝影結合詩文為創作媒材的跨界展覽，共展出 24 件作品，營造藝術與文學相互對話的空間。展覽主題「後廢墟」是楊小濱試圖對於世界各城市街道上，可能是非法文宣的張貼，被重新塗抹、刮除，形成破敗、斑駁景象的命名，這也是吸引他以鏡頭捕捉的焦點，同時冠上弘大的「主義」兩字，戲謔式嘲諷政治及文化界上對於「主義」的濫用。楊小濱認為這些街景牆面被塗改的過程，與解構主義大師德希達所詮釋「蹤跡」及「塗抹」的概念不謀而合，塗抹為對歷史的刪改，但被刪改的歷史卻不經意地露出更多蹤跡，蹤跡則是掩蓋不住的歷史。透過他的攝影隨機擷取日常中被遮掩的風景，凝結充滿詩意的色彩及線條的抽象構圖，搭配各式感嘆的狀聲詞彙及詩句相呼應，重新賦予作品生命張力。</p>
(3)	【老虎的翅膀—金工創作展】	<p>本次由 BMFJ(爆炸毛頭與油炸朱利工作室)創辦人洪佩琦和曹婷婷，邀請 6 位臺、日籍藝術家：KOH、王柏霖、吳淑麟、周金團、林麗娟、趙丹綺一同參與展出。以雙展區的模式，探究創作者在造詣已達爐火純青之際，如何更進一步集結意志、場域、工具、技藝等要素，如虎添翼般地展開強而有力的翅膀，自由地翱翔於天際。BMFJ 藝廊展區以靜態的方式展示藝術家的創作成品，與其對創作工具</p>

		的各類觀點；MOCA Cube 展區則將現場打造為藝術家創作的金工工作室，透過每週不同藝術家的駐點創作、導覽體驗與即時互動分享，同步展現金工深厚細膩的底蘊，以及親和溫潤的多元樣貌。
(4)	【遠方的書間—阿緹蓉、太田直史聯展】	藝術家阿緹蓉將台北當代藝術館戶外貨櫃屋營造成為一間靜謐的書間，展間內的每一本書均包覆著黑色書衣，人們無法直接得知每一本書的書名、作者，唯有透過親自「翻閱」後才能知曉書本內容。阿緹蓉闡述：「這樣的書本，彷彿也隱喻著我們的生命。人們無法預知未來的發生，即使是下一秒也無法真正地預期…但是，當我們誠懇地面對當下、珍視我們的生命、尊重命運的流變，『面對未知的無懼和坦然』將會在我們的內心底蘊，孕育出豐饒的力量」。展間內同時播映藝術家太田直史的錄像作品《光陰織物》，影像裡的各種生命影像，緩緩地編織著藝術家對於生命充滿詩意與哲理的思索和敬意。
(5)	【瘟疫的慢性處方】	本展覽由本館與社團法人臺灣感染誌協會共同主辦，由《宿主計畫(Humans as Hosts)》計畫主持人劉仁凱進行策劃，並與臺灣數個 HIV（愛滋）倡議機構與團隊共同合作，邀請國內外藝術家、研究者於該議題中進行探索及揭露。以 MOCA Cube、廣場、電視牆及大廳為實驗場域，以多元展演活動解析展題，企圖以藝術跨越疾病，與參與民眾協同建立雙向交流平台；展覽閉幕將於世界愛滋日（12/1）發生，在對話、致敬與歡慶中落幕。
(6)	【臺灣聖山-汪正翔個展】	長期投入攝影創作與評論的攝影師汪正翔，左眼近乎全盲，右眼也僅剩 0.2 視力，卻總能看到景物表象之外的層次意涵，並進行深刻的思索與經驗。這次展覽，汪正翔將台北當代藝術館戶外貨櫃屋變身成一座巨大的木座觀景平台，成為一件隱藏在都市叢林中風格迥異的裝置作品，營造出一番耐人尋味的觀展體驗。

4. 街區實驗展/館校合作/館外專案

展覽名稱	展覽簡介
2019 街大歡囍—呼吸容易換氣難，質感生活多簡單	<p>本館自 101 年度啟動「街大歡囍」街區藝術計畫，由當代館館員許翼翔擔任策展人，迄今已堂堂邁入第 8 年。8 年間，藉由持續地與周邊商家、公私立單位合作推動各式藝術展演活動，促進了中山站與雙連站間社區風貌逐漸蛻變之際，傳統街區也浮現仕紳化的趨勢。為了揭示藝術介入後，相伴的商圈經濟崛起，各式文創店面塑造而成的質感生活現況，今年度首次邀請館外策展人劉星佑共同合作，以引路人的角度帶領 9 組藝術家，深入街區裡的咖啡廳、理髮廳、市場等常民場所，透過藝術語彙記錄在地居民在商業化生活下的真實感受及反思。</p> <p>此外，當代館與建成國中超過 10 年的館校合作計畫，也首度嘗試以跨學科的思維，將學校的情感教育揉合藝術創</p>

	作成果呈現，由藝術家成若涵帶領 9 年級全體學生一同以剪紙布雕的創作形式，打造出一座愛情森林裝置，詮釋青少年對於戀愛的憧憬及好奇，透過藝術的導引建立正面的情感價值觀。
「旅人風景—臺北日常」南港老爺行旅開幕展	位於經貿重鎮的南港老爺行旅雖以國際商旅為主要客源，卻堅持延續著行旅品牌「本地藝術創作交流平台為旅人增添旅行樂趣」的自我期許，讓來到臺北洽公的商務旅客，在短暫的停留期間，藉由豐富的住宿體驗認識臺灣在地文化。 南港老爺行旅的首檔開幕展，即與台北當代藝術館聯手策畫，以《旅人風景—臺北日常》為策展主題，邀請 9 位年輕藝術家針對展覽主題及行旅的公共空間限地創作全新作品！展出作品內容依據空間類型及旅客行為模式，分為三區規劃，就是要在每一個可能的角落，捕捉旅人的暫留空暇，引發旅人對作品觀賞或互動，從而傳遞臺北城市日常中潛藏的文化底蘊。
「2019 第十四屆臺北數位藝術節」	臺北數位藝術節自 95 年度開始由臺北市政府文化局主辦，為一年一度重要數位藝術節展演。2019 第十四屆臺北數位藝術節以「再轉存#RTS: ReTranSens」為題，討論人類對於世界的想像，如何因為日新月異的科技進步而實現與異變。本展由臺北數位藝術中心規劃執行，台北當代藝術館提供展覽場地、現有設備、技術支援及佈展人力支援，雙方並列合辦單位。

(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。

108 年度當代館於館內及館外場域，策畫執行了七類分眾教育推廣活動，包括：

- (一) 針對展覽參觀者的「教育推廣活動」。
- (二) 以推動藝術論述與學術討論的「春之當代夜」。
- (三) 以普羅大眾為對象的「廣場藝文活動」。
- (四) 提升全齡美學經驗的「好玩藝教室」。
- (五) 以美感教育為主的「兒童學習系統」。
- (六) 貫串國小、國中到高中的「館校合作計畫」。
- (七) 針對不同族群需求量身規劃的「友善導覽服務」。

1. 教育推廣活動

108 年度舉辦共計 1,210 場教育推廣活動，參與人次超過 5 萬 3,039 人

次，包括：服務個人的免費語音導覽、針對團體的每日上下午定時導覽、深入淺出的各種類型講座、藝教於樂的藝術家工作坊，以及廣邀不同領域專家學者，提供多種閱讀視角的專家導覽等。

2. 春之當代夜

由當代館與春之文化基金會共同合辦，以主題策畫方式，結合專題演講、座談、電影欣賞等各類活動。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、藝評家等，希望透過跨界連結，媒合當代藝術文化之不同知識和視野。108 年度的春之當代夜，由高森信男 (Nobuo Takamori) 策畫，主題「藝術史劇場：全球藝術史的參照與對話」，舉辦為期 2 日的座談，吸引了 219 位研究生及社會人士專程參與，印證了推動當代藝術論述，確實有其重要性和需求性。

3. 廣場藝文活動

廣場藝文活動的規劃，包括自辦以及本館和民間單位合作，平均每檔主展覽辦理 1 至 2 次，結合文創市集、音樂會、藝術工作坊、展演等不同內容，開放民眾免費參與，有助於建立當代館與週邊鄰里的連結，活化美術館戶外空間以及整個社區的氛圍。108 年度一共舉辦 9 場廣場活動，累計吸引了 3 萬 38 人次參與。

4. 好玩藝教室

為了滿足一般民眾學習藝術與創作的需求，本館每年依館內展覽議題開設不同的藝術主題課程，讓藝術與生活緊密結合。108 年度好玩藝工作坊的部分，規畫 5 門主題課程，其中一門為藝企合作，與 SABON 合辦會員專屬課程。總計 30 場次，全程參與達 636 人次。

5. 兒童學習系統

為強化美感教育、讓藝術向下扎根，配合每檔主題展覽，持續推出兒童語音導覽、學習單與故事工作坊等，輔助了解展覽內容，增添學習趣味。此外，還有專為 12 歲以下兒童打造的親子空間「U12 小玩藝教室」，搭配展覽規畫不同的藝術體驗活動，108 年度亦進一步與小典藏合作，推出「繪本魔法屋」，針對展覽主題挑選主題繪本，提供兒童觀眾多元的閱讀視角。108 年度「U12 小玩藝教室」總計規劃超過 600 場次，全程參與人數超過 5,000 人次；「當代館 X 小典藏—繪本魔法屋」總計規畫 8 場次，全程參與超過 370 人次。

6. 館校合作計畫

97 年度以來，當代館積極進入周邊校園及社區藝術推廣。108 年度《館校合作—藝術家駐校教學計畫》，與建成國中九年級合作，邀請紙雕藝術家成若涵，與學校健康教育學科進行跨學科合作，作品《愛情森林》將情

感教育抽象的感受，以視覺藝術創作進行呈現，詮釋青少年對於愛情的憧憬與好奇，透過藝術的引導建立正面的情感價值觀。

7. 友善導覽服務

基於文化近用思考，在館方有限的資源下，亦針對不同族群，量身規劃導覽服務。例如：針對兒童，將作品介紹轉化為有趣的故事情節，激發兒童對於當代藝術的想像力；挑選適合展覽主題，提供樂齡對象進行終身學習；藉由作品口述引導或手語翻譯，搭配輔具與作品觸摸，提供視障者和聽障者體驗當代藝術的趣味。108 年度總計規劃 5 場友善導覽，總計參與人數 128 人。

(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。

108 年度辦理的「街大歡喜」街區藝術計畫，首次邀請館外策展人合作，協同引路，一同思考藝術，在走出美術館之後，究竟發生了什麼事？關係性？互動性？參與性？批判性？在質感生活的追求與嚮往之外，或許可以進一步地詢問「質感是如何被塑造與再現的？」

(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. 當代館臉書：即時發表當代館最新資訊，108 年度 Facebook 的粉絲數突破 31 萬 1,000 人，人數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。為提供民眾更便利上手的官網體驗，本館自 108 年 6 月新官網上線，累積至 108 年年底瀏覽人次已超過 62 萬 2,357 人次(舊官網累計瀏覽人次超過 943 萬人次)。
3. 當代館官網影音專區：結合影音內容和 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 948 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 118 萬 2,459 人次，這些影片除無償開放給學者民眾觀賞，也提供教師作為當代藝術第一手教學資源。
4. 當代館智慧手機 App：智慧型手機上網即可免費下載 MOCA AR 導覽 APP，透過 APP 可身歷其境認識當代館古蹟的建築和故事，並可收聽當代館當期主題展覽的語音導覽。

(五) 108 年度主要展區參觀人數統計：

展區	展名 (主展+MOCA Studio)	人數統計期間	參觀及活動總人次
主展場+實驗展場	主展場「2018 PULIMA 藝術節」+當期實驗展場	1/1(二)-1/13(五)展期為 107/11/03(六)-108/1/13(五)	7,108
	主展一「烏鬼」+當期實驗展場	1/14(六)-4/14(日)	49,968
	主展二「超音樂·異聲驅動」+「查無此人—小花計畫展」+當期實驗展場	4/15(一)-6/30(日)	121,055
	主展三「少年當代—未終結的過去進行式」+當期實驗展場+街大歡囍	7/1(一)-10/13(日)	73,508
	數位藝術節+當期實驗展場+街大歡囍	10/14(一)-11/10(日)	56,977
	主展四「災難的靈視」+當期實驗展場	11/11(一)-12/31(二)展期為 108/11/11(一)-109/2/9(日)	28,765
累計參觀人次(108 年度)			337,381

藝術村營運部**一、「台北國際藝術村 | 寶藏巖國際藝術村」經營管理及藝術推廣****(一)辦理目的**

台北國際藝術村做為臺灣領頭的藝術村之一，所肩負的除了扶植藝術家成長及創作外，同時也扮演著臺北市甚或臺灣進入國際甚或亞洲藝文市場的重要路徑。本於藝術村成立宗旨，主要目的在提供藝術家駐村創作之駐村服務，並從場域進一步提升到網絡的連結，讓藝術家可以在藝術網絡中尋找更新的創作概念，同時也利用大型節慶(光節、條通街區藝術季)的機會來鼓勵藝術家進行新創、實驗性質的創作。因此就藝術村而言、除肩負著做為藝術村成立宗旨的任務以及臺北市政府文化局的任務委託外，藝術村接受藝術家獨立創作、實驗性創作，同時也給予適當援助，藉此輔導藝術家在面對國際競爭下，能更專注在創作本質上，則是藝術村近幾年推動的重要業務。

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

源，讓兩個藝術村彼此呼應，發揮加乘效果。

(二)場地空間使用規劃

台北國際藝術村共有 12 間藝術家工作室，除了提供給國際進駐計畫之外，也保留給臨時需要使用工作室的各類型藝文工作者。凡是符合文史哲藝身分者，皆可申請租用，108 年度的住房率為 73.06%。兩村皆有場地可自辦展覽、活動，以及對外租用，台北國際藝術村場地使用率為約 62.51%。寶藏巖共有 10 個戶外場地(歷史斷面無對外租借)、13 個室內場地，並訂有場地使用管理規定供各界辦理藝文活動或專業拍攝。今年度寶藏巖的場地使用率為 51.88%。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 70.02%。

年度 比例	台北國際藝術村			寶藏巖國際藝術村		
	106 年	107 年	108 年	106 年	107 年	108 年
住房	72.1%	77.47%	73.06%	73.03%	76.63%	70.02%
場地	65.07%	66.9%	62.51%	50.41%	64.03%	51.88%

(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、藝術採集計畫等，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。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。108 年度共有 14 位常態志工，13 位在寶藏巖值勤、1 位在長期台北國際藝術村服務。活動志工的招募則配合大型活動時程，於活動前一個月至兩周進行公開招募。同樣的在值勤前，面試者須參加職前訓練、導覽培訓和現場實習，獲得足夠的先備知識後可在現場協助藝術家並服務一般公眾。108 年共招募 63 位活動志工共同參與各項活動及相關業務，共計 1,038 小時。

(四)計畫執行內容

1.修繕工程

台北國際藝術村	寶藏巖國際藝術村
百里廳整修工程(108/6)	43 號樓梯樓板修繕補強 (108/2)
三樓住房區走道修繕工程(108/5)	微型群聚無線網路設置(108/3)
四樓住房區走道修繕工程(108/7)	青年會所油漆修復(108/4)
樓梯間走道修繕工程(108/07)	寶藏巖建置線路系統(108/5)
駐村工作室空調設備整修(108/5)	園區冷氣汰舊換新(108/6)
遊藝廳空間改建工程(108/11)	園區樓梯欄杆整修(108/6)
戶外空間修繕工程(108/ 5)	29 號擋土牆擋根板設置 (108/11)
臺北國二樓住房區走道修繕工程(108/2)	51 弄 13 號共同工作室建置 (108/11)

設施形象管理維護計畫檢討：108 年度台北國際藝術村進行公共區域如廊道的地磚維護、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，並將部分藝術家工作室及展間設施進行保養維護。寶藏巖國際藝術村完成了工作室結構補強、無線網路及冷氣等基礎設施更新、展間及會所空間維護等，並配合 109 年度工作室調整計畫，進行 51 弄 13 號共同工作室建置，讓未來進駐藝術家能有舒適共享的創作空間。在公共區域部分，除了進行木樓梯扶手保養、自行車牽引道損壞修繕等，也接續裝設第二階段的園區邊坡自動化監測系統，針對邊境廣場周邊區域進行加強觀測，達到安全管控。

寶藏巖聚落因應計畫：108 年度寶藏巖國際藝術村完成了閣樓青年會所因應計畫申請，依據土地使用、建築管理、消防安全等因應計畫內容執行完成並經過查驗通過，經核定許可使用，而未來寶藏巖園區也將比照進行因應計畫申請辦理。

鼠蟲蟻害防制：近年來因極端氣候變遷等因素，位於觀音山腳下及萬盛溪臨岸的寶藏巖，為有效防範蚊蟲、白蟻、老鼠、跳蚤等侵襲，於 108 年度執行了鼠蟲蟻害防制，進行房舍的孔洞防堵、噴藥防護、藥劑灌注等施作，並配合園區定期環境消毒、青苔噴洗，減少蚊蟲棲息場所，以提供良好的環境品質。

自來水連通道：寶藏巖國際藝術村與自來水園區早期因為產權及地籍劃分，管理單位不同，加上早期軍事基地管制等因素，長年被鐵皮圍籬阻隔。重現寶藏家園居民過去的生活路徑，並提供民眾豐富的參訪行程，於 108 年 9 月 3 日(二)與自來水園區共同合作突破圍籬，搭建一道連通門，開放遊客由自來水園區單向進入寶藏巖國際藝術村。

2. 展示演出執行情形

(1) 常態性活動

A. 全球藝術進駐徵選 (open call)

臺北藝術進駐建制了一套有系統的國際公開徵件計劃，提供國內外創作者以藝術與文化連結國際與在地社群的平臺。依照「臺北市政府文化局駐市藝術家交流作業要點」及「寶藏巖國際藝術村駐村作業要點」，臺北藝術進駐遴選出 108 年度國內外藝術家進駐台北及寶藏巖國際藝術村，本國人士進駐共計 7 名、國際徵件來訪共計 20 名、交流機構來訪共計 11 名，專案進駐 1 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
第一季 1/7(一)- 3/29(五)	1	Gabriele de Seta	電影錄像	國際徵件	義大利	台北國際藝術村
	2	Masayuki Harada	跨領域	交流機構來訪	日本	
	3	施昶佑	跨領域	本國進駐	臺灣	
	4	張乃仁	視覺藝術	本國進駐	臺灣	
	5	許雁婷	跨領域	本國進駐	臺灣	
	6	Gabi Schaffner	音樂 聲音	國際徵件	德國	寶藏巖國際藝術村
	7	Rewat Panpipat	文學	國際徵件	泰國	
	8	莊知恆	跨領域	本國進駐	臺灣	
第二季 4/8(一)- 6/28(五)	9	Godwin Koay	跨領域	國際徵件	新加坡	台北國際藝術村
	10	Jung Yooseung	視覺藝術	國際徵件	韓國	
	11	Federico Delfrati	跨領域	國際徵件	義大利	
	12	Jun Bokvuna	視覺藝術	交流機構來訪	韓國	
	13	Lauris Vitolins	視覺藝術/裝置	國際徵件	拉脫維亞	寶藏巖國際藝術村
	14	Modelab	策展/研究	國際徵件	墨西哥	
	15	Thanee Boonrawdcharoen	錄像裝置	交流機構來訪	泰國	
	16	Juan Fabuel	視覺藝術	交流機構來訪	西班牙	
第三季 7/8(一)- 9/27(五)	17	Alisa Blakeney	跨領域/策展	交流機構來訪	澳洲	台北國際藝術村
	18	SHIBUI collective	舞蹈	國際徵件	日本	
	19	Nev Hasegawa	舞蹈	國際徵件	日本	
	20	Billv H.C. Kwok	視覺藝術	國際徵件	香港	

	21	Ben Landau	跨領域	國際徵件	澳洲		
	22	Lee Hansol	視覺藝術	交流機構來訪	韓國		
	23	李佩芬	視.覺藝術	國內藝文單位	臺灣		
	24	犬吉工作室	文學	本國進駐	臺灣	寶藏巖 國際藝 術村	
	25	千字米	舞蹈	本國進駐	臺灣		
	26	Tintin Patrone	音樂聲音	國際徵件	德國		
	27	Yasen Vasilev	戲劇	國際徵件	保加利亞		
	28	Aiko Yamamoto	視覺藝術	國際徵件	日本		
	29	張翀	裝置/策展	交流機構來訪	中國		
第四季 10/7(一)- 12/27(五)	30	王郁嬪	視覺藝術	本國進駐	臺灣		台北國 際藝 術 村
	31	William Matheson	電影錄像	國際徵件	美國		
	32	Yumiko Ono	視.覺藝術	專案進駐	日本		
	33	Shamica Ruddock	跨領域	交流機構來訪	英國		
	34	Tsuyoshi Anzai	視覺藝術	交流機構來訪	日本		
	35	Julie Maquet	視覺藝術	交流機構來訪	法國		
	36	AGA POKRYWKA + HUMBERTO DUQUE (Super Eclectic)	跨領域	國際徵件	波蘭		
	37	Tamara Erde	電影錄像	國際徵件	法國		
	38	Jin Hashimoto	視覺藝術	交流機構來訪	日本		
	39	Marianne Jacquet	音樂聲音	國際徵件	德國	寶藏巖 國際藝 術 村	
40	Penelope Cain	視.覺藝術	國際徵件	澳洲			

B. 國際進駐交換計畫

除了固定的公開徵選，也積極與國外機構交流合作，以雙方提供相同條件為原則，促進國內藝術創作者的專業生涯發展、國際交流經驗，提升臺北市的國際競爭力。108 年度持續與下列 14 所國外進駐機構進行藝術進駐交流計畫，並針對出訪藝術家提供百里廳舉辦個展及駐村發表，期待透過展演形式將藝術家於國外之所見所聞，以及駐足於異地之豐沛情感帶給臺灣的觀眾。108 年度國外交流機構來訪共計 13 名、本國人才出訪 11 名。

出訪藝術家	來訪藝術家	交流機構
陳松志	Masayuki Harada	日本黃金町管理中心
陳亮璇	Tsuyoshi Anzai	日本秋吉台國際藝術村 AIAV
李岱容	Matthew McVeigh (107/11-108/2)	澳洲亞洲聯網 Asialink
	Alisa Blakeney	
王連晟	Jin Hashimoto	日本 Tokyo Arts and Space
陳志建	Lee Hansol	韓國 Openspace bae
黃立慧	Federico Delfrati	德國慕尼黑市交流計畫
謝駟瑜	未來訪	新加坡 Grey Projects
劉芸怡	Shamica Ruddock	英國曼徹斯特華人當代藝術中心 CFCCA
廖烜榛	Jun Bokyoung	韓國 MMCA Goyang
丘智華	Thanee Boonrawdcharoen	泰國藝術大學 Silpakorn University
魏欣妍	Jung Yooseung	韓國光州市立美術館 Gwangju Museum of Art
2020 年起才會 選送出訪藝術家	Julie Maquet	法國 le lieu unique 國立當代藝術中心 le lieu unique Centre for Contemporary Culture
2020 年起才會 選送出訪藝術家	張翀	中國幾點當代藝術中心
2020 年起才會 選送出訪藝術家	Juan Fabuel	西班牙瓦倫西亞社區博物館協會 Consorti de Museus de la Comunitat Valenciana

C. 駐村藝術家接待

在藝術家遴選公告後，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，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

臺北 | 寶藏巖國際藝術村作為國內外藝術家進駐的基地，不單是提供創作與生活的空間，更重要的是能夠與在地民眾產生更多藝術創作或

生活體驗上的交流互動。為此，臺北 | 寶藏巖國際藝術村在每一季都會舉辦一至兩場週五漫談夜，邀請當季的駐村藝術家進行座談。108年度我們邀請劉仁凱擔任第二季及葉人瑜擔任第三和四季的週五漫談夜主持人，前者為獨立策展人並擅長以幽默視角重新解讀生活物件的藝術家；後者活躍於各項藝術交流計畫，現為台新銀行文化藝術基金會展覽組組長暨 ARTalks 主編。他們以豐富的觀點貫串駐村藝術家的創作心情與藝術理念。用輕鬆的對談方式讓駐村藝術家和大家聊聊創作旅程中的點滴風景，並分享從異地進駐臺北的計畫心得。週五漫談夜舉辦場次一覽表

<p>週五漫談夜 01</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日期 / 1/18(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 ● 與談人 / Gabi SCHAFFNER、Rewat PANPIPAT、施昀佑、許雁婷、張乃仁、子哥 Gabriele DE SETA、原田賢幸 Masayuki HARADA
<p>週五漫談夜 02 第一場</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日期 / 4/19 (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 / 劉仁凱 ● 與談人 / 莊知恆、許雁婷、張乃仁、鄭庚昇 JUNG Yooseung、郭峰吉 Godwin KOAY
<p>週五漫談夜 02 第二場</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日期 / 4/26(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 / 劉仁凱 ● 與談人 / MODELAB、Lauris Vitolins、Thanee Boonrawdcharoen、Juan Fabue Federico Delfrati
<p>週五漫談夜 03 第一場</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日期 / 7/19(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 / 葉人瑜 ● 與談人 / Yasen VASILEV、李佩芬、全普環 JUN Bokyoung、LEE Hansol、Billy H. KWOK、SHIBUI collective
<p>週五漫談夜 03 第二場</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日期 / 7/26(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 / 葉人瑜 ● 與談人 / 山本愛子 Aiko YAMAMOTO、犬吉工作室 INUKICHI BOOKS、Alisa BLAKENEY、王宇光、長谷川寧 Ney HASEGAWA、Tintin PATRONE
<p>週五漫談夜 04 第一場</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日期 / 10/18(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 / 葉人瑜 ● 與談者 / 犬吉工作室 INUKICHI BOOKS、Marianne JACQUET、橋本仁 Jin HASHIMOTO、William MATHESON
<p>週五漫談夜 04 第二場</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日期 / 10/25(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 / 葉人瑜
- 與談者 / Julie MAQUET、大野由美子 Yumiko ONO、安西剛 Tsuyoshi ANZAI、Shamica RUDDOCK、王郁嬭

E.幽竹小塾

108 年度台北國際藝術村與竹園工作室合作辦理國際藝術進駐分享會，特別邀請由兩單位選送出國的 11 位藝術家：謝牧岐(進駐泰國國際藝術大學 Silpakorn University)、游雅蘭(進駐美國 Zygote Press)、劉致宏(進駐臺北慕尼黑交流計畫和日本金澤 Kanazawa Art Port)、王仲堃(進駐日本 BankART)、陳昱榮(進駐亞洲紐西蘭基金會 Asia New Zealand Foundation)、李亦凡(進駐日本 Tokyo Arts and Space)、佘文瑛(進駐紐西蘭聯合理工大學 Unitec Institute of Technology)、羅智信(進駐韓國國立現代美術館高陽藝術工作室 MMCA Residency Goyang)、楊芳宜(進駐泰國曼谷藝術文化中心 Bangkok Art And Culture Centre)、李萬鏗(進駐瑞典 Halland Art Museum)、李明潔(進駐韓國光州 Mite-Ugro)，分享他們於國外駐村期間的創作經歷、如何與當地連結、如何克服文化和語言障礙下完成作品等藝術跨域的國際經驗。

F.駐村藝術家聯合展演

第一季駐村藝術家聯展

- 展期 / 2/26(二)-3/17(日)
- 開放時間 / 11:00-18:00
- 開幕茶會 / 2/26(二) 19:00
- 地點 / 台北國際藝術村，百里廳
- 藝術家 / 胡子哥、原田賢幸、施昀佑

第二季駐村藝術家聯展

- 展期 / 5/31(五)-6/23(日)
- 開放時間 / 11:00-18:00
- 開幕茶會 / 5/31(五) 19:00
- 地點 / 台北國際藝術村，百里廳
- 藝術家 / 許雁婷、張乃仁、鄭庾昇、費德里科·德爾弗拉蒂

第三季駐村藝術家聯展

- 展期 / 9/7(六)-9/22(日)
- 開幕茶會 / 9/7(六) 17:00
- 開放時間 / 11:00-18:00
- 地點 / 台北國際藝術村，百里廳
- 藝術家 / 班·蘭道、長谷川寧、艾莉莎·布萊克尼、LEE Hansol

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

●日期／2/27(三)
●地點／寶藏巖國際藝術村，山城排練場(上)

▲「候鳥」—小說分享會

●作家／Rewat PANPIPAT

●日期／1/22(二)-3/11(一)

●地點／寶藏巖國際藝術村，37 弄 4-4 號平臺

▲臺北 Datscha Radio — 一座空中花園電臺

●藝術家／Gabi Schaffner

第二季駐村藝術家聯合發表

●展覽日期／5/31(五)-6/23(日)

●展覽地點／寶藏巖國際藝術村

●參展藝術家／張乃仁、Lauris VITOLINS、Thanee BOONRAWDCHAROEN、Modelab、Juan FABUEL、莊知恆

第三季駐村藝術家聯合發表

●展覽日期／9/8(日)-9/22(日)

●展覽地點／寶藏巖國際藝術村

●參展藝術家／Yasen VASILEV、張翀、Tintin PATRONE、Aiko YAMAMOTO、王宇光

第四季駐村藝術家聯合發表

●展覽日期／11/29(五)-12/22(日)

●展覽地點／寶藏巖國際藝術村

●參展藝術家／Jin HASHIMOTO、Julie MAQUET、犬吉工作室、Tsuyoshi ANZAI、William MATHESON、Marianne JACQUET、Shamica RUDDOCK、王郁嬪

G.開放工作室

108 年度以「來看看」及「藝術遊樂場」為題，凸顯藝術家開放私人工作室的親民特質，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，引領觀眾直擊創作者的創作空間與生活後，以輕鬆活潑的氣氛引導民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。

春季開放工作室於 5/11(六)、5/12(日)分別在台北及寶藏巖國際藝術村舉行，兩村共有 10 組駐村藝術家參與，分別來自 7 個國家，創作領域涵括視覺藝術、裝置藝術、聲音、攝影錄像、策展、跨領域等，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 9/7 (六)、9/8 (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 10 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、裝置藝術、行為藝術、文學、策展、劇場、舞蹈、跨領域等，替活動注入富有層次的新血。此外，夏季開放工作室亦與展覽開幕一同舉辦，盛大開幕，而

寶藏巖藝術村內類型截然不同的微型聚落工作室也共襄盛舉，提昇了整體開放工作室的豐富度。

H. 微型群聚

寶藏巖國際藝術村共有 19 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。

108 年度寶藏巖國際藝術村 19 組微型群聚進駐藝術家／團隊

編號	單位	姓名	類別／領域
1	小本書工作室	林欣誼	手作書、版畫
2	尖蚪	林廷芳	藝文複合餐飲
3	17 做作工作室	朱淑宛	金工創作
4	植物語彙金工概念工房	呂雪芬	金工工藝創作
5	三貓俱樂部 X 秋紅肚房	陳雨琦	漫畫 X 餐飲
6	周靈芝創作工作室	周靈芝	布藝、編織、陶藝
7	差事劇團	鐘喬	劇團、市民劇場、環境劇場
8	無用偵探社	鄭以琳	設計
9	Openlab. Taipei	鄭鴻旗	自由軟體編寫、自造者
10	Mechanman Lab	黃正裕	攝影創作、相機維修改裝
11	不歸鹿	黃心怡	種子裝飾工藝
12	胭脂食品社	王琬萱	發酵食物推廣
13	Kjohn 的再生軍團	羅楷烟	再生、自造
14	陳治旭工藝美術創作	陳治旭	剪紙、木工
15	Yinke Studio	應可潔	插畫印花設計手作商品
16	文字駐在所	吳正綱	果醬創作、飲食文學
17	51 門	廖珮妤	停格動畫、漫畫創作
18	紅色電影院	葉澈	影像創作
19	兩天工作室	林祐聖	美術教育、選物店、文創品

I. 2020 臺北藝術進駐徵選

依照慣例，每年 3 月起對外發布隔年度公開徵選進駐的訊息，3 至 6 月期間收件，7 月份召開遴選會議，在 9 月公告結果，公開徵選 25 位國際藝術家、4 位臺灣駐村藝術家，以及當年度交換到國外駐村的臺灣藝術家(109 年度為 13 位)。2020 臺北藝術進駐徵選總投件數共

700 件，其中國際人士來訪共 363 件、本國人士駐地共 91 件、本國人士出訪共 191 件、主題徵件共 39 件、專案進駐共 16 件。各項錄取名額及錄取率如下：

駐村地點	獎助類別	總錄取名額	投件數量	總錄取比
台北國際藝術村	國際人士來訪	10	211	4.7%
	本國人士駐地	2	43	4.6%
各國際交流機	本國人士出訪	13	192	6.7%
寶藏巖國際藝術村	國際人士來訪	10	132	7.5%
	本國人士駐地	2	48	4.1%
	主題徵件	4	39	10.2%
台北國際藝術	專案進駐 (寶藏巖光節)	1	35	2.8%

(2) 專案型活動

A. 2019 寶藏巖光節

六〇年代的臺北公館一處，人們出於切身的現實需要，自力蓋起了房舍，在經濟物質匱乏的土地上，建構了一座滿足衣食生活的村落—寶藏巖。這塊聚落最原始的景緻構築在人們對於生存幸福的期待，這片景色像是野生的，生命在這裡有機地長著，人們努力生活著。寶藏巖這片野景的美麗，包含了生命對於更好生活最真實、純粹、本能的追求，也因著人們對於美好遺產的珍視、文化景觀的理想、土地居住與人權的關懷、公平正義的寄託，而在大片景緻裡有過一段段狂野的捍衛。「2019 寶藏巖光節」，藝術家們在這片旖旎的野景之中，創造點點亮光，蔓延出的是現代社會裡文明與野生的矛盾想像。

藝術家／人嶼、李承亮、衍桁、莊知恆、許唐瑋、郭奕臣、陳韻如、蕭聖健、奧爾加·蒂亞戈、瀧健太郎、磯崎道佳、「輕量級」—跨校工作營、萬福國小、微景設計

展期／3/30(六)-5/5(日)

地點／寶藏巖國際藝術村

光節參訪人數／56,318

B. 2019 藝術採集計畫

2019 TAV 藝術採集計畫延續台北國際藝術村 (Taipei Artist Village, 簡稱 TAV) 作為「台北藝術進駐」(Artist-in-Residence Taipei) 的基地，藉由藝術家短期駐村的過程，穿透、轉化、暫離。今年展覽延續過往精神，跳脫象限限制，採集創作者自我經驗，透過藝術語言間接書寫，完整紀錄。

經驗是體驗、是觀察，在不長不短的人生中所獲得的心得加以應用於後續作業上，而這些以前、這些曾經，不論屬性，對於未知的自我來說，掌握著重要的關鍵。而藝術之於日常，並非首要卻也需要，當現

實出現神秘難解的習題時，我們試圖使用當代藝術的語言去梳理、去靠近。「按了兩次的空白鍵」—2019 TAV 藝術採集計畫，從「我自己」為核心出發，藝術家透過內在踏查，採集專屬日常。

藝術家／王連晟、Candy Bird、許雁婷 X 莎莉·理查森、林怡慧 X 克萊爾·布什比、李亦凡、黃至正、曖曖。內含光實驗室、潘柏霖 X 林熙堯

地點／台北國際藝術村

展期／9/28(六)-11/3(日)

參訪人數/79,447

C、2019 中國信託新銳美術獎

為提升國民美學素養暨鑑賞能力，中國信託文教基金會與台北國際藝術村聯合辦理「中國信託新銳美術獎」，借重台北國際藝術村長期經營「台北藝術進駐」(Artist-in-Residence Taipei) 駐村業務，建立起跨越國界的藝術網絡，為鼓勵青年從事藝術研究與創作，厚植臺灣文化軟實力，合作首屆「中國信託新銳美術獎」。首屆「中國信託新銳美術獎」徵件主題為—「共生之所」。該主題自「We are Family」企業精神出發，廣義延伸「家」的概念，輻射出 Habitat，即「原生地」的構想；圍繞「共生之所」主題，創作內容可以是血親之情、土地之愛，也可以是對當代生活的聯想，或是對臺灣自然山川、都市景貌的演繹，更可以是偏鄉觀察或社會議題，透過自由詮釋徵件主題，鼓勵臺灣青年藝術家朝國際語彙、時代精神與多元創意方向發展，呈現對身處環境的切身觀察與期盼。

D.2019 Art Taipei—台北國際藝術博覽會

台北國際藝術博覽會呼應「光之再現」主題，串連臺灣知名藝術基金會策略合作 此次 ART TAIPEI 精心邀請四大藝術基金會，於藝博會期間展現各自耕耘成果，串連多元觀點，洞察藝術的無窮力量。其中包含：學學文化創意基金會、帝門藝術教育基金會、白鷺鷥文教基金會、台北國際藝術村。台北國際藝術村延伸「光之再現」脈絡，邀請藝術家 Candy Bird、黃至正參展，透過展位除推廣長期 AIR 駐村成果及簡介台北與寶藏巖國際藝術村外，同時連結國內外藝廊及藝文空間，幫助藝術家串連起國內外藝文網絡，帶領藝術村至不同介面之藝文領域推廣耕耘。

(3)閣樓青年會所

青年會所提供旅人進入寶藏巖聚落生活的路徑，傳達新型態實驗性的

「藝居共生」。不僅僅是遊覽性觀看，透過青年會所，更深刻的感受聚落生活的經驗跟氛圍，這也是臺北市政府文化局將寶藏巖以「歷史聚落」的方式保存為臺灣首例之創舉，除保留文化地景之使命外，活化與再生寶藏巖聚落為保存後之首要任務。國際青年會所之規劃旨在活化舊有建築、藉由住宿深入體會寶藏巖歷史聚落之文化意涵。

108 年度會所希冀透過住宿體驗，呈現歷史聚落發展過程中生活的真實性，由它的區位、空間形態和特性的明晰性表達出其獨特的「場所精神」，並藉由空間的活化利用，伴隨旅客的加入注入新的元素，賦予寶藏巖新的面貌。2019 年著重於「分包業務作業」、「行銷推廣」、「閣樓選物」。

(4) 藝居共生

寶村巡守隊：103 年度起藝術村輔導寶藏家園成立巡守隊，導入居民共同參與藝術村的日常營運維護，讓居民融入藝術村的營運。108 年度持續辦理寶村巡守隊，目前由五位家園居民共同擔任巡守隊員。巡守隊值勤時間為每日晚上 22 時至隔日早上 6 時，每日工作時間共計 8 小時，主要負責菜園崗哨定點守衛，以及支援保全進行寶藏家園全區巡守業務，辦理安全與安寧維護業務。

寶村小散步計畫：為了進行社區培力，104 年度起由寶藏巖國際藝術村發起，首辦「寶村小散步」，期間共培養 7 位居民導覽員，並延續年為種子教師培育導覽新力。鑑於 104 年至 106 年間辦理成效良好，107 年度開始延長由 3 月至 12 月辦理，108 年度辦理 151 場定時導覽，參與遊客共 748 人。

寶村一家一菜：源自於寶藏巖共生聚落家園住民所自發舉辦的活動，旨在透過定期的聯誼，凝聚家園的向心力，而身為共生聚落一份子的藝術村及駐村藝術家在 108 年度也積極參與，與家園進行互動。每兩個月舉辦一次的一家一菜活動中，由居民及藝術家們各自準備料理，讓寶藏巖聚落的大家齊聚用餐交流，讓駐村藝術家與在地社區進行更多互動，除激發其駐地計畫創作泉源，並也讓居民更認識藝術家們。

寶村柑仔店：103 年度起協助規劃「寶村柑仔店」，希望藉此能豐富寶藏巖當地之生活機能，讓在寶藏巖空間活動的民眾，可以更方便的取得跟滿足生活之需求，藉此方式一方面活化寶藏巖之空間，同時也達到輔導當地居民就業、創業之目的。寶村柑仔店為實踐藝居共生之重要據

點，串起聚落居民、駐村藝術家、微型群聚、青年會所旅客、遊客及藝術村工作人員，兼具歷史傳承及社會企業之重要意義。108 年上半年邀請第三方單位水越設計股份有限公司介入其中作為顧問，以人文、美學、創意融和商業經營，重塑寶村柑仔店品牌價值。藉由水越設計股份有限公司與寶藏巖文化村協會討論，經由工作坊或動腦會議提出商店形象與商品品項改善方案，以利提出全新營運計畫。

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

寶村與農共生：為達歷史聚落之活化保存，「寶藏家園」是「寶藏巖共生聚落」推動計畫中透過原住戶現地安置以維繫鄰里網絡，並落實「社區規劃」理念的核心計畫。此計畫希望能逐步建立居民，凝聚住戶及藝術村共識，逐步強化寶藏巖藝居共生核心理念，讓居民與藝術村之聯繫更加緊密。108 年寶藏巖國際藝術村與寶村協會合作，透過「食農生態廊道」的搭設與農園種植功能重整兩項主要計畫，讓生態農園更進一步發揮參觀、教學、體驗、生態的功能。計畫同時還與臺灣大學附設幼稚園合作，把教室移到戶外，讓小朋友親自參與整理、種植、照顧到採收，由協會與臺大附幼園方老師共同策劃一整學期的體驗課程。

創意發展部

一、松山文化創意園區經營管理與推廣

松山文創園區為「臺北的原創基地」定位「臺北市原創基地」的松山文創園區以「創意櫥窗」、「創作者工廠」、「實驗跨界」、「共好平臺」、「創意學院」五大策略。串聯「軟實力創新」、「社群網絡連結」、「品牌價值經營」、「人才養成」面向，培養原創人才及原創力，打造國際級文創聚落。

(一)民國 108 年松山文創園區日常維運修繕及硬體改善

本年度針對景觀環境優化、環境維護、古蹟修繕、公共服務等面向著手。

1.環境維護--蚊蟲生態防治作業與休憩區維護

108 年度針對蚊蟲問題，於夏季高峰期額外加強施作，然為維護自然生態，化學藥劑消毒防治範圍及效益有限，因此 108 年度諮詢執行大安森林公園除蚊計畫有成相關專家針對園區環境，進行蚊蟲生態防治指導，導入物理蚊蟲棲地整理、強化環境清理、樹木修剪、生態投藥等方式，消滅蚊蟲孳生源，雙管齊下以期減輕蚊蟲問題。戶外休憩區既有木棧板鋪面共約 5,000 多支，開園至今雖逐年修繕，茲因其維護成本高昂，每年僅能採

取局部約分為 2 批次施作更換，仍有多處受風吹日曬雨打而損壞。因攸關民眾行走安全，108 年度分三期施作進行木棧板抽換，並進行護木漆塗佈延長木棧板使用壽命，期望降低木棧板耗損率，並全面汰換本區休憩座椅，提供民眾良好安全戶外休憩環境，年度汰換完成後，民眾相當有感。

2. 巴洛克花園造景美化規劃

松山文創園區內之巴洛克花園，備受民眾喜歡，亦為婚紗取景勝地，108 年進行巴洛克花園整體造景，將原先植栽重新以專家修剪，整理成歐式花園風格。每月定期人工修整的「綠色雕刻」，形成圖案式剪樹植壇，營造出歐式庭園風味。且進行造景界面維護：園內大量的石雕像延續松山菸廠時期，更為造園重要裝飾元素，評估舊有設施汰換以及加強石材特殊養護。

3. 硬體設備介面-冰水主機整修規劃

園區內空調系統主要分為三個區域供給，分為倉庫區、製菸工廠區，主要機房配置冰水主機 5 臺，冰水泵數臺，各式小型送風機逾百臺供應使用。108 年特別聘請冷凍空調技師進行全園區空調系統量測診斷，以專業設備量測提出分析報告，並啟動階段性進行空調系統改善，使空調系統符合園區各單位需求，提升整體滿意度。

4. 古蹟建築物維護

108 年度持續建物室內外觀修繕：室外常見損壞為裂縫、飾材破損、材料劣化等造成滲水、外觀色差等，上述損壞需與修繕廠商討論施作方式及施工工期，部分須配合各場域活動檔期進行。鋼棚屋頂滲水修復：現有鋼棚屋頂每遇豪大雨，天溝接縫處皆會出現滲漏水情形，導致建物 2 樓頂板滲水，將評估鋼棚屋頂全面檢修及雨水落水管修繕，以預防雨水滲入結構，導致鋼筋鏽蝕及壁面白華現象。

(二) 松山文創園區各式展演活動成果說明

以多元性場域辦理各式豐富活動，鼓勵民眾參與，內容富含深厚文創底蘊，兼具原創精神，同時於自營場域，辦理多項扶植活動，並跨界資源導入，期使擴大效益。108 年園區內活動總場次為 482 場，包含「蛋蛋特展～奇譚俱樂部的扭蛋世界」、「航海王-ONE PIECE 動畫 20 週年特展」、「潮流膠點」街頭藝術展、「聚膠行動 #tape art 全球首展」、「中村至男自選展」、「2019 大城小肆音樂劇節」、「第四屆亞洲手創展」、「2019 台北時裝週」等大型主題活動，參觀人次為 677 萬 121，而自開園至 108 年 12 月，已突破 4,200 萬參觀人次，為臺北市文創新指標。全年度因收費辦法調整且同仁多方努力增加自籌款且洽談各類合作，也順利達成提升 1,500 萬目標，全年度預計盈餘 900 餘萬元。

(三) 松山文創園區推廣說明

1. 松山文創園區 Facebook 粉絲專頁：自 101 年 1 月 1 日(日)至 108 年 12 月 31 日(二)止，已有 21 萬 6,963 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：8,773 人。
2. 松山文創園區官方網站：從 100 年 12 月 12 日(一)至 108 年 12 月 31 日(二)止，松山文創園區官方網站總瀏覽人次為 3,597 萬 1,267 人次，會員人數為 7,908。
3. 異業合作：透過異業結盟的聯名與跨族群影響力，串連彼此品牌能量。松山文創園區 108 年積極拓展更多行銷跨界夥伴，總計攜手 25 個以上品牌或名人夥伴，包括「相信音樂」丁噹及五月天、妞新聞、天下集團微笑臺灣、大人物、La Vie、誠品生活 expo、台北國際藝博會等合作。
4. 提供國際媒體、各國網紅及全球意見領袖專屬參訪行程，傳遞松山文創園區之優質文創園區形象，並置入重點營運空間或計劃專案之介紹，提高國際能見度。全年重要貴賓導覽累計為 33 團，大陸貴賓團雖因限縮減少八成，整體團數較去年成長 6%。
5. 東西好文創市集
自 103 年度起，為扶植微型文創業者，創造微型藝術家發展平臺，首創「東西好 文創市集」。結合西門紅樓的豐富市集經驗，加上松山文創園區的菸廠古蹟氛圍，期望藉由富含創意趣味的商品設計，激起創作者與市集迷更多的互動火花。每週固定 20 棚的創意市集，精選超過 30 攤自創品牌，每月超過十萬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！
6. 優質民眾服務與社區互動
園區志工現今計有 55 人服勤中。每年度安排年度志工大會、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。
108 年全年度，園區提供總導覽團為 237 團，覽總人次共 4,046 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。
7. 媒體曝光
媒體露出與報導：松山文創園區為國內外媒體爭相關注焦點，108 年 1 至 12 月自辦活動之媒體報導合計為 566 則，獲得加拿大 National Post Canada、越南 HTV 電視臺、香港 Esquire HK、日本 HowtoTaiwan 旅遊媒體、日本 FamilyTaiwanTrip (ドラッグされました) 旅遊媒體、日本觀光雜誌《HARUKANA》、NHK、富士電視臺、日本 Star Flyer 星悅航空拍攝臺灣宣傳影片、日媒 TOSS、日媒せかたび臺北、日媒 S-style、日媒 Kappo-臺灣旅、日媒 aruco 臺北、日本藝人乃木坂 46 團員拍攝園區、

香港經濟日報專訪、泰國世界日報、歐洲網紅 Shamov Dmitry、光華雜誌、中國東南衛視《飄洋過海來愛你》宣傳 MV 置入、中國新聞網、中國 Shopshops 哪逛全球直播購物平臺拍攝等國際媒體報導或露出，提升松山文創園區的國內外知名度。

(四) 園區各式自辦展演活動成果

1. 2019 松山文創學園祭

108 年度 5 至 6 月辦理「松山文創學園祭」活動，為松山文創園區扶植文創人才、發掘原創精神的原點，以學生創作者主角，以畢業展覽為主體，提供其展現創意舞臺，搭配「展前工作坊」、「創作青年獎勵交流計畫」，以強化學生的實務經驗，扶植原創新秀。

2. 松菸八十特展暨系列活動

108 年為菸廠啟用 80 週年，以松菸八十為主題策劃特展，於藝異空間展出，並將展場延伸至東向製菸工廠的松菸風格店家、松菸小賣所與服務中心，藉此特展重新建構菸廠歷史，讓民眾得以認識工業遺址的歷史文化價值。除展覽之外，舉辦松菸老員工回娘家、松菸老員工私房路線導覽、月光電影院、松山煙草工場建築解密講座、往事如煙市集，邀請大家對這座臺灣經濟史上最重要的松山菸廠一同慶生。

3. 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，2019 原創基地節從 11 月 29 日(五)到 12 月 8 日(日)於松山文創園區登場，邀請 11 組藝術家及團隊參與戶外主展區「幻場」的現地創作，以及國內外 40 個品牌們參與松菸好家在臺灣市集。10 天展期內共計吸引超過 21 萬參觀人次。

4. 「LAB 創意實驗室」系列活動

5 月 10 日(日)至 6 月 9 日(二)推出與忠泰美術館共同主辦的「Lab 實驗啟動計劃—無重力星空」展演深獲各界好評，除了展覽之外，周末亦結合展覽現場舉辦聲音藝術的表演活動，每場活動結束皆有講座交流達到推廣藝術之目的，展演活動共 31 天，總計 7,780 人次，創開辦以來新高。佈展過程徵求志工協助，因而近距離與藝術家接觸，藝術家為志工舉辦專屬導覽，凸顯 LAB 創意實驗室的公共性與推廣意圖。「松菸 Lab 新主藝」，四組入選團隊經初步呈現後，評選出三組於年底售票公演。入選團隊分別為：王宇光《馴順的我們》、王世偉《群眾》、胡鑑《有一個地方只有我們兩個人》，三組風格迥異的舞蹈，意外形成策展，再加上年底外租三檔舞蹈節目，為園區打造了「不小心舞蹈節」。

「松菸 Lab 新主藝」共演出 13 場，趨近完售，共獲得 8 篇表演藝術評論，其中王世偉《群眾》和胡鑑《有一個地方只有我們兩個人》獲得第四季臺

新藝術獎提名，成果豐碩。

5. 「松菸創作者工廠」

108 年松菸創作者工廠共辦理 31 場講座及工作坊及機具設備專業課程、2 場進駐創作者交流會。其中與國立臺灣歷史博物館共同舉辦 6 場工作坊、1 場講座，與聯合數位文創共同舉辦 8 場系列講座，辦理 3 場臺泰設計師交流講座。透過群聚效應整合資源，為進駐品牌客製化進行 15 場一對一輔導諮商，以針對需改善處提供專業建議與協助。

在 108 年度，園區強化進駐者串連，分別從資源鏈結、活動策辦、國際交流等四大面向著手。18 家各領域品牌群聚，服裝設計、影像處理、藝術服務、產品設計、工藝設計等，在創作空間實驗交流，促成多元跨界合作成果。

6.133 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。108 年度共舉辦 18 場展覽、14 場講座、44 場工作坊、10 場工作營及 4 場交流會。「財團法人臺北市開放空間文教基金會」、「臺灣包裝設計協會」分別於 108 年 3 月、4 月合約到期離駐，文化部文化策進院接續進駐該場域為臨時資訊服務空間，「臺北市音樂創作職業工會」因需擴大營運空間於 108 年 11 月底提前離駐。

7. 「松菸小賣所」文創共好平臺

松菸小賣所以結合文創商品與生活策展作為營運主軸，演繹著傳統與新意的美好生活。108 年度將策展選品擴大辦理徵選，且同時安排扶植資源，並調整店內空間動線配置，使得精選出的 30 家優質文創品牌能更完整地呈現。在主題特展區將上半年以女性為主題之「她的」特展延長至暑期擴大效益，再以提倡環保再生環境永續的「Circle Of Life」接續，到年底則是以與食物送禮相關的內容打造「愛吃有禮」特展，搭配歲末年終應景的氛圍；11 月底更邀請皮康將流浪貓化身為主角，於餐飲座位格柵區辦理「到家前的旅途」原畫展，將愛護動物議題用輕鬆的角度切入生活。松菸小賣所 2 號店持續為新創品牌提供跨界測試的平臺，9 月份由木木研究室推出「九月植物園」，販售與植物相關的植物染、織品、輕食等手作商品，並提供手作體驗課程。10 月至 12 月則是請來自臺南的繡花皮革手工鞋品牌-hsiu 繡，推出在地精緻的工藝鞋款，也擴充園區品牌類型提升效益。

8. 松菸風格店家

松菸風格店家 108 年進行部分空間調整，除原先已進駐的蘑菇、印花樂繼續維持，同樣再次入選的紙可拍與以覺學調整櫃位重新打造呈現氛圍，

而 unsimple 由 B 區微型成長至 A 區提升為「前店後廠」之規模，同時加入了重視材質從穿的原點出發的服飾品牌 I.A.N Design，更完整了松菸風格店家的品牌服務領域。

6 月底公告徵件，下半年重新評選 B 區微型市集的進駐品牌，Misala、丁骨與 MIXGENE 皆再次獲得評委青睞。而在金工技法著重取材自然的鈎葉工藝也雀屏中選；另外，已在松菸小賣所合作多年的+10·加拾，首次挑戰自行營運的能力，成功入選得到測試突破的機會，顯示園區在扶植臺灣文創品牌業者的進程上，提供品牌能有正向成長的機會。風格店家主題展區本年度辦理：臺泰設計交流成果展後，創客吧—未來製造、丁骨—嶼泥、糸島—一袋萬物-織物 PLUS 袋物展等，為松菸風格店家帶來更多元的面貌與新鮮感。

9. 國際交流

108 年度延續上年度合作的國際單位(日本、澳門、泰國)，強健園區與國際單位彼此合作的支持，彼此之間分享「創意知識」、進行「共創合作」、建立「創作交流」人脈網絡、創造「創意經濟」，整合此四方向的進行全面的國際交流。

(1) 泰國創意經濟促進局「108 年臺泰設計交流計畫」:1 月 25 日(五)至 28 日(一)參加 2019 曼谷設計週(Bangkok Design Week):與泰國創意經濟促進局(Creative Economy Agency,CEA)洽談「108 年臺泰設計交流計畫」，成功媒合 4 組臺泰設計品牌進行全年共創開發銷售合作、辦理 1 場曼谷設計週—臺北松菸講座、洽談松菸風格選品城市姊妹店—曼谷 The EmQuartier 百貨的設計選品店 Another Story(預計簽訂姊妹店合作)

(2) 澳門設計中心「臺澳設計師交流展」: 108 年 7 月於澳門辦理「107 年駐地交流成果展」，9 組臺澳設計品牌合作，完成 5 款跨國商品設計開發。

(3) 臺泰設計交流展—材料進行式: 7 月 5 日(五)至 7 月 29 日(一)由松山文創園區與泰國創意經濟局(CEA)與四組臺泰設計團隊共同策劃，展出由臺泰設計師共同研發，成功開發出 1 款國內首創「陶繡」新媒材，與 1 款兼具「環保」與「設計思考」的相機。

10 藝異空間與藝思空間

作為推廣與扶植創新、跨界思維的展覽空間，藝異空間自辦展覽包括：與嘉義縣布袋嘴文化協會合作《愛著卡慘死，打拼為了你！》影像展(2/14(四)-4/7(日))，透過婚紗再攝計畫，帶出七對夫妻的愛情故事與七

種面對人生的態度，真實反映在地生活、產業與人情之間的關係；《White Noise 白噪音》(4/19(五)-6/16(日))是日籍藝術家 AYUMI ADACHI 所建置的一個佈滿白色泡沫的藝術空間；園區自辦的《松菸八十特展》(6/26(三)-8/18(日))從廠、菸、人面向切入，邀請大眾認識年產值曾超過 200 億臺幣的「松山菸廠」。地衣荒物與融聲創意跨領域合作的《同根聲 | 荒物聲響裝置展 II》(8/28(三)-10/20(日))，作品運用生活道具結合科技，透過互動網頁連動聲音裝置

藝思空間檔徵件展：《Dear Glass,》(4/19(五)-5/12(日))，《二十四分之一的電影：蔡牧民攝影展》(8/3-8/25)、《Obsession：何盈青插畫個展》(8/30(五)-9/22(日))與《A Collection of Days-郭飛飛 X 奇亞子物件日記聯展》(11/8(五)-11/24(日))。

二、文化創意產業活動及國際參展

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

(一)辦理臺北市文創產業人才培育計畫

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設計創意思考的知識與體驗，針對特定命題提出有創意的觀點與創作方向，培育學員透過設計思考的過程激發創造力，及將創意轉變成為具體解決命題的能力。

(1)8/23(五)－8/25(日)《找尋眷村文化保存與發揚並擴大民眾參與的更多可能性！以臺北眷村文化節的辦理為例》

本場次共有 41 位學員參與，創意講座由方序中（究方社創意總監）主講，5 個小組分別由陳育貞（城鄉潮間帶有限公司創辦人／總監）、曾瑞蘭（狂想劇場製作人）、吳達坤（臺灣當代文化實驗場策劃組總監）、李俊賢（眷村影像紀錄人）、鍾俊彥（范特喜微創文化創辦人）帶領。

(2)9/20(五)－9/22(日)《找尋眷村文化保存與發揚並擴大民眾參與的更多可能性！以北北基桃的跨域合作為例》

本場次共有 28 位學員參與，創意講座由龔書章（國立交通大學專任教授）主講，5 個小組分別由郭瓊瑩（中國文化大學景觀系系主任暨所長）、李俊賢（眷村影像紀錄人）、簡肇成（黃金種子公司(青田七六)文化長）、趙滿鈴（智淵國際顧問公司總經理）、呂尹超（輔仁大學博物館學研究所助理教授）帶領。

2.辦理「idea TAIPEI 創意工作營成果推廣展」

以 107 年「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」場次之成果展《來去茶桌仔 瞧事情》備受好評，應邀移至剝皮寮歷史街區進行展示，期能吸引更多市民關注在地街區活化的進展。此外，107 年「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」的創意成果，亦配合臺北流行音樂中心(表演廳)完工在即、開放試營運之際，辦理創意工作營推廣展，為 108 年 7 月至 9 月間辦理之兩場工作營活動推廣暖身。

檔期	主題
3~6 月	idea TAIPEI 創意工作營成果推廣展 《來去茶桌仔 瞧事情》前進剝皮寮
5~6 月	idea TAIPEI 創意工作營成果推廣展 《idea 點唱機》

3. 辦理《2019 idea TAIPEI 創意工作營成果展—穿越那道牆，走進 3.5 坪的記憶》108/11/29(五)-109/2/2(日)

為提倡設計思考概念和傳遞公民參與的力量，彙整 108 年 2 場次豐碩之創意辦理成果展示，期能將創意工作營的理念推廣予更廣泛之市民。108 年度兩場次工作營皆探討眷村文化推廣之議題，故成果展選取四四南村標誌性的「3.5 坪小空間」為題，透過有趣的互動裝置與充滿懷舊氛圍的布置，如標語紅磚牆的打卡區、眷村大富翁遊戲、播放方言對話的復古電話等，呈現眷村時期的時代感，讓過去難以碰觸的眷村文化也變得親近溫暖，希望引領觀者進一步思考眷村拆遷搬離與保存活化的議題。

(二) 辦理臺北市文創產業產業扶植計畫

提供單一窗口服務、文創診療室服務、文創扶植講座/工作坊/座談/參訪、交流媒合會及政府資源說明會，並維運「臺北市文化創意產業扶植計畫」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「臺北市文化創意產業扶植計畫」網站，針對文創業者提供便利、迅速、有效的服務。臺北市文化創意產業扶植計畫網站 108 年總瀏覽量為 4 萬 3,498 人次，每月平均瀏覽量達 3,625 人次；而「單一諮詢窗口」總計 67 筆諮詢案件，來源廣泛，包含：補助資訊、合作宣傳、法務相關、空間進駐、品牌經營、展會資訊、商品陳列、商品開發、通路拓展等，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。108 年度共計完成 9 件個案診療，每案均由本計畫評估業者類型，再邀請相關領域專家顧問進行深入輔導，以具體的行動，扶植臺灣文化創意產業的發展。

2. 辦理文創扶植講座/工作坊/座談/參訪共計 10 場

規劃以不同形式、主題之多元課程，由淺至深分階段培育文創業業者達成擴充知能、強化品牌之目標。主題講座以「創新設計力」為題，從設計領域中永續/服務/體驗/整合等不同角度，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的創新設計有全面性的認識與瞭解。實戰工作坊以「創造品牌吸睛力」為題，針對品牌產品進入市場的各項準備，邀請各領域的專家開設工作坊，透過系統性的觀念架構與實戰個案解析討論，期能落實於品牌的實際運營。座談會與艋舺龍山文創 B2 合作，以「地方設計力」為題，透過不同領域專家業者與地方文創業業者的座談，期能促成業者深耕在地、紮根市場。參訪活動以「印刷」為主題，讓文創業業者認識製造產品時需要考量的加工特性，減少與工廠對接時的磨合與成本，並期望促成雙方合作之機會。10 場次活動總計 462 人次參與。

日期	課程名稱	講師
主題講座		
07/19(五)	永續設計：材料、設計與循環服務	王家祥／REnato Lab 創辦人
07/25(四)	體驗設計：把記憶，嗅進心裡	洪晟富／odorfunder 氣味製造所創辦人
08/02(五)	整合設計：透過產業文化加值品牌價值	詹雅棋／樸實創意執行長
實戰工作坊		
06/13(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
06/14(五)	風格陳列：打造原創品牌風格美學	許博軒／PHDC 藝術總監 陳吟雯／PHDC 創意總監
06/28(五)	文案行銷：廣告文案基礎實作訓練	范綱任／范范寫字樓創意總監
座談會		
08/13(二)	社區中的體驗設計——聚樂邦 X 大可居	吳亞軒／聚樂邦創辦人 蔡寒筠／大可居青年旅館副總經理
08/16(五)	巷弄中的品牌故事——甘樂文創 X 舒喜巷	林峻丞／甘樂文創執行長 黃飛霖／舒喜巷創辦人

參訪活動		
11/20(三)	設計加值的秘密武器：從選擇紙款開始	大亞紙業
11/22(五)	專屬設計師：網版印刷實戰班	牡丹捲捲廠

3.辦理臺北市文創產業政策資源說明會 1 場

為協助政府政策資訊公開流通並獲得有效利用，於 3 月 28 日(四)辦理臺北市文創產業政策資源說明會 1 場，邀請中央與地方政府各政策性資源的主辦機關出席說明今年度相關計畫，包括文化部文化創意產業輔導陪伴計畫、文化部私有老建築保存再生計畫、臺北市產業發展獎勵補助資源、金點設計獎、國家文化藝術基金會補助計畫等，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，進而能夠掌握各項有利機會、強化企業體質。活動共計有 248 名業者參與。

4.辦理臺北市文創產業交流媒合會 1 場

為幫助文創業者達到品牌增值與拓展銷售據點之目的，於 10 月 2 日(三)辦理文創產業交流媒合會一場，邀請優秀的創意品牌與通路平臺共計 7 組，進行通路及品牌發表，藉此搭建創意品牌與文創通路間友誼的橋樑，提升產業的成熟度與健全度。活動共計 73 位文創業者參與。

創意品牌分享：小草作 Grassphere／創辦人龔俞珊、一樓設計 Dilio Design／行銷總監 Irene、臺灣玻璃—TG／洪偉誠副理、A SCENT／創辦人 Allen

風格通路分享：未來市 The Gala Asia／主席 Grace、設計點 Design Pin／常靜潔組長、EVERYDAY OBJECT／總編輯 Eric

(三) 辦理臺北市文創產業國際拓銷計畫

1.參加「2019 日本東京設計商品展」(DESIGN TOKYO 2019)

展覽時間：108/6/26 日(三)至 6/28 (五) (共 3 日)

展覽地點：日本東京有明國際展覽中心(Tokyo Big Sight) — 青海展示樓

「日本東京設計商品展」是「日本國際消費品展」(LIFESTYLE EXPO TOKYO，原日本東京國際禮品展 GIFTEX)的子展會活動之一，該展是日本最國際化及領先的禮品及家居用品專業 B2B 採購展，108 年共計有來自 25 個國家、高達 1,345 家公司參展，吸引 4 萬 9,048 名專業買家前往參觀採購。此次為第五年帶領臺灣文創業者參展，共使用 12 個展位，徵選出 13 家優質文創廠商，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)，以「理想の生

活—臺北生活美學提案」為策展概念，期許能成為提出各種生活美學提案的平臺，讓臺北的風格魅力豐富每個人的日常生活。

展出期間人潮不斷，備受好評。其中「no.30」、「小墨器」、「Studio Smoll」與「TAGather Goods」等品牌更在年度參展的 80 個設計品牌中脫穎而出，勇奪 DESIGN TOKYO PRODUCTS AWARD 2019，臺北豐沛的設計能量令人驚艷，吸引眾多媒體採訪報導。

2. 參加「2019 喬治市藝術節」(GTF)

展會時間：108/7/20 日(六)至 7/21(日) (共 2 日)

展會地點：潮人居

被聯合國教科文組織(UNESCO)列為世界文化遺產的馬來西亞檳城州喬治市，其每年夏天的藝術盛事「喬治市藝術節」(George Town Festival)，被譽為東南亞最具影響力的大型藝術活動。108 年邁入十周年的喬治市藝術節以「全城藝起來」為主題，在橫跨三周(7/13(六)-7/28(日))的慶典中共呈獻約 150 場精彩的藝術與文化節目，計有 20 個國家、逾 500 名藝術家參與，迎來超過 30 萬參與人次。

此次是第二年受邀策辦「TAIPEI corners x 好家在臺灣風格市集」，為臺灣週《島嶼島 Isle to Isle》系列活動之一。本次市集以「土里土器」為主題，傳達取自於自然、貼近於生活、回歸於土地的意涵；採「類策展」的模式，從飲食風格、食物企劃、生活風格等各個類型，邀請 14 個臺灣手作職人品牌共襄盛舉，組成包含山海土地元素的風格市集，展現臺灣原創力的精神。

為擴大雙方交流，期間亦辦理兩場講座，由品牌創作者分享創作理念、背後的萌芽契機與故事，以及對於風格創立、品牌價值和創意再造的觀點。期能藉由與在地市場的第一線接觸，最大化發散與傳播臺灣的文化影響力。

3. 參加「2019 曼谷國際禮品暨居家用品展」(BIG+BIH)

展會時間：108/10/17(四)至 10/21(一) (共 5 日)

展會地點：曼谷國際貿易展覽中心(BITEC)

「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趨勢和創意設計，是東協市場最具指標性的設計展會，吸引來自約 80 個國家、約 5 萬 2,000 名海內外參觀人次。

此次為第二年組團參加「曼谷國際禮品暨居家用品展」，共使用 8 個展位，徵選 8 家優質文創業業者，並與西門紅樓 (及其下 1 家進駐業者)、

松菸創作者工廠（其下 2 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。本次展館的另一亮點是由本會攜手泰國創新經濟促進局推出的「臺泰設計交流計畫成果展」。計畫媒合泰國與臺灣設計品牌共同創作，設計師們面對傳統與科技產業的轉型與升級之路，尋找彼此對於材料與技術象限的交集，透過材料與技術的跨界交流，進行研發、生產、展覽、銷售合作，從創意實踐到商業應用的全新國際交流，翻轉與開啟創意經濟商機。

西門紅樓暨電影主題公園

一、「西門紅樓暨電影主題公園」營運計畫

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

八角樓古蹟於 107 年整修完畢啟用，108 年加深歷史蘊涵厚度以及發展文創平臺之定位，以西門紅樓為中心起點，西門町為範圍，延續「跨界藝文展演平臺」、「西門文化生活圈共識群體」、「西區文化觀光地標」、「地區指標性文創聚落」四大發展方向，持續拓展與週邊文化場域的串連，將彼此的特色元素匯聚交流，發展新舊交融的多元展演展售平臺。同時也著重文基會資源整合，強化館際之間的合作交流，包括與松菸的育成課程連線，都將大幅提升展示空間運用的豐富性與質量。

(一)營運成果

西門紅樓民國 108 年 1 月至 12 月，服務 509 萬 9,356 人次，臺北市電影主題公園服務 16 萬 2,714 人次。108 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。

108 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，也與藝文團體以類定目劇型式共同推出。

最受民眾喜愛的「西門紅樓創意市集」，108 年辦理天數為 118 天、總攤位數為 2,586 攤、總人數為 109 萬 6,376 人次，每月平均攤數 216 攤，平均服務 9 萬 1,365 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，108 年辦理天數為 102 天、總攤位數為 919 攤、總人數為 67 萬 3,863 人次，每月平均 77 攤，平均服務 5 萬 6,155 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。整年度放映 46 部影片，參與活動人次共 1,238 人(含講座等周邊活動)。

黑膠音樂與 DJ 文化推廣，BEAT SQUARE 節拍廣場以戶外街頭型式，於每月其中一個週六辦理。西鬧二手市場結合地方特色並融入後街文化，辦理環保再利用之平臺供民眾參與，以異業合作方式強調主題式不定期舉辦，以增加活動多樣性並配和市集辦理相關講座及電影放映。108 年度節拍廣場共辦理 10 場、西鬧二手市場辦理 2 天。

自民國 100 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。108 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 24 件。

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

1. 展覽類

(1) 八角樓一樓 中央展區

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

(2) 電影主題公園國際聯名塗鴉牆（全年度）

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

2. 影像類

(1) 月光電影院（全年度週末晚上）

為活化臺北市公園場地並促進市民與藝文空間的互動頻率，電影主題公園的都市藝術廣場舉辦的月光電影院，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，已成為鄰里夜間週末固定的休閒

活動。積極邀請新銳影音文創藝術創作者與各大專院校相關學系合作，使其作品有對外發表之機會，並且與公共電視及國內外各類型影展持續合作，新增主題性包裝推出每月主題，加強行銷運作，吸引更多廣大觀眾群，透過月光電影院的開放式影音平臺，完整展現新銳影像藝術創作能量。同時，也開放在地團隊或公益團體提供形象影片，讓影像傳達更將多元化使用。本年度除常態性播映電影，與世新廣電系合作『這一檔很健康』影視製片講座及放映、臺藝大電影系合作『104級畢展一群大片子-畢業以前回顧影展』、臺藝世新北藝三校聯映『糰子三兄弟』。並與城市游牧影展合作辦理影視講座活動，金馬影展合作辦理戶外放映活動，透過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 98 年起辦理「流行音樂人才培育計畫」之音樂人才培訓課程，藉以培訓更多臺灣的音樂人才；108 年平均每月有 15 組以上的表演團隊來此演出。

(2) BEAT SQUARE 節拍廣場 x 西關二手市場

每月舉辦一場的節拍廣場，於電影公園黑膠音樂與 DJ 文化推廣，BEAT SQUARE 節拍廣場以戶外街頭型式，於每月其中一個週六辦理。西關二手市場結合地方特色並融入後街文化，辦理環保再利用之平臺供民眾參與，共同交流對於音樂的喜愛，也藉此增進社區里民間互動。同時配合不定期舉辦二手市集活動，以異業合作方式強調主題式，以增加活動多樣性並配和市集辦理相關講座及電影放映。108 年度節拍廣場共辦理 10 場、西關二手市場辦理 2 天。

(3) 2019 西門町後街文化祭－打開後街（民國 108 年 7~8 月）

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。108 年度『打開後街』延續後街文化祭既有的文化推廣(街舞、DJ、塗鴉、電影、滑板)活動，也加入「電玩文化」的跨界交流，而本次透過開幕活動『後街十年祭』，規劃安排現場體驗活動，讓一般民眾可以透過一連串的活動認識後街文化，也吸引從未參與過後街文化祭的民眾進而參與後續活動。108 年度參與人數 3,132 人

(4) 2019 西門萬聖活動 (民國 108 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。108 年活動場地規劃於電影公園，利用園區廣大空間，將西門萬聖的小鬼搗糖、街區打卡活動結合電影公園例行活動節拍廣場、月光電影院，並和周邊店家、單位合作，邀請擔任搗糖任務關卡及拍照打卡點，創造出具有電公風格的西門萬聖。108 年合作單位及店家共 25 家，活動參與人數 485 人。

(5) 街頭藝人展演推動管理 (全年度)

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

(6) 111 歲西門紅樓生日慶(108 年 12 月份)

市定古蹟-西門紅樓於 1908 年落成，108 年適逢 111 周年，在每年 12 月登場的「西門紅樓生日慶」，以《憶倚紅樓》為題，從各種「一」的諧音進行聯想，邀請民眾透過氣味體驗(伊)、導覽活動(移)、婚紗拍攝(倚)、夜遊萬華(異)及互動式詼諧歌仔戲《黑家店 2 追殺萬古流芳》認識西門紅樓的過去與現在，並共創與西門紅樓的美好未來。活動參與人次共計 1,386 人次。

4. 文創類

(1) 創意市集活動 (全年度)

西門紅樓創意市集是臺北市歷史最久且規模最大之定點文創市集，每週六、日下午 14:00 至閉館時間在北廣場舉行。108 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。每週六日舉辦，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)

邀請 16 工房進駐店家及創意市集創作品牌開立不同種類之入門手作課程或講座，於 16 工房中島區開課，為文創工作者開發更多平臺空間，藉由不同課程，讓民眾體驗了解文創工作者創作理念及過程，藉

此培育更多創作者。工作坊以親子教育及手作為主，秉持將文創種子向下扎根之理念，開發更多具親子互動之課程，讓民眾了解文創設計並不困難之外，創作成為展示的一部份，希望能讓一般民眾也因此萌生對文化創作的興趣，同時也達到創作者和民眾交流宣傳之立意。美感工作坊每月雙周舉辦，採當天現場報名制，至本年度已有 20 家品牌開課，共計 69 堂課程，872 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，開放式設計的展示櫃位空間，讓品牌更能夠發揮自身獨特性陳設創意；自 105 年度起於中島區設置 POP-UP SHOP，以快閃店形式短期進駐，每年邀請 1 檔外部成熟品牌或文創品牌，於行銷、展示與 16 工房的品牌創意成功相互激盪。108 年度分別與奧亞數位文創有限公司《旅行的藝義》、故宮精品《國寶色彩學》、臺灣設計師連線選物《#這個我可以》進行 3 檔快閃店合作。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）

108 年 9 至 10 月份招募、訓練第八期志工，以強化「導覽志工」服務為核心目標，目前有 6 位導覽志工上線提供各方來訪團體之預約導覽，另招募 5 位志工持續培訓中。本年度培訓課程針對接觸第一線遊客的導覽服務員，除了文創產業發展、歷史、建築等相關課程之外，對於不同參訪客群的導覽差異性亦積極強化導覽品質，希冀培養導覽人員具備針對差異性的參訪客群，能漸進具備不同面向的導覽提供。也引進聾人文化/手語入門課程，培養志工增進文化平權、無障礙場館空間等概念，逐步蓄積場館無障礙服務接待的能量。

(5) 導覽服務（全年度）

108 年度導覽運用國慶連假期間辦理，此次路線起於臺灣最早一批官方公營市場建物現今之「西門紅樓」，串連日治時期的瓦斯株式會社之「電影主題公園」，路程中，陸續拜訪製香/傳統糕餅/青草巷/傳統市場等艋舺街區景點、特色老店家等等蘊含故事的日常所在，迄於 200 餘年累積的剝皮寮歷史街區。出入於庶民生活的柴米油鹽之間，感受老街區的生活樣貌，持續引領民眾探索西區的人文風光。另年底結合紅樓 111 周年館慶舉辦的「夜遊西城」導覽，以說書人形式串聯全場導覽，蒐集各種鄉野奇談/都市傳說，旁及街區的商業/人文歷史痕跡，

一路夜行至剝皮寮歷史街區，陪伴民眾感受不同白日。

(6)國內外參展行銷計畫（全年度）

108 年持續帶領品牌參加國內外展會，強化紅樓作為文創品牌的平臺經營之角色，提升紅樓通路的文創服務品質，並增加國際曝光及品牌知名度；108 年配合本會與松菸共同參展外，亦評估適合品牌的檔期參展共 3 檔(日本東京設計商品展、馬來西亞檳城喬治市藝術節、泰國曼谷國際禮品暨居家用品展)；藉由面對面行銷打開品牌國際市場，用臺灣文創軟實力持續在國際發光，參展效益成績如下：

■日本東京設計商品展，展覽性質：B2B

此展共交換收集了 95 張買家名片、預估日後有效追蹤間數約 23 家

■馬來西亞檳城喬治市藝術節，展覽性質：室內市集 B2C

銷售業績共計新臺幣 3 萬 2,707 元

■泰國曼谷國際禮品暨居家用品展，展覽性質：B2B+B2C

此展共交換收集了 39 張買家名片、預估日後有效追蹤間數約 19 家、銷售業績共計新臺幣 4 萬 8,719 元。

(7)茶講座（全年度）

茶坊空間定調為適合民眾休憩飲茶，同時又能一覽八角樓內部的無隔間餐飲空間。108 年更靈活運用茶坊空間的使用性，舉辦了紅樓找茶：〈百年茶文化-日月潭紅茶的發展〉及〈喝好茶很簡單〉2 場講座活動，邀請了 HUGOSUM 和菓森林的專業講者，與現場民眾暢談茶歷史與當代品茶的發展樣貌，在新舊融合的紅樓茶坊，共同感受臺灣茶藝於當代日常裡的清涼與回甘情懷。

(二) 108 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	118	創意市集	01/01(二)~12/31(日)每週六、日 ----- 含擴大市集 西門紅樓創意市集新春主題市集 02/02(六)、02/03(日)、02/05(二)、02/06(三)、 02/07(四)、02/08(五)、02/09(六)、02/10(日) 西門紅樓創意市集燈節市集 02/16(六)、02/17(日) 02/19(二)-02/24(日) 西門紅樓創意市集端午擴大市集 06/07(五)、06/08(六)、06/09(日) 西門紅樓創意市集中秋擴大市集 09/13(五)、09/14(六)、09/15(日) *08/24(六)、08/25(日)因颱風停辦	北廣場	1,096,376

音樂	79	河岸留言	01/05(六)、01/12(六)、01/18(五)、01/19(六)、01/24(四)、01/26(六)、02/14(四)、02/16(六)、02/21(四)、02/23(六)、02/24(日)、02/27(三)、03/01(五)、03/03(日)、03/08(五)、03/16(六)、03/17(日)、03/22(五)、03/23(六)、04/04(四)、04/07(日)、04/08(一)、04/13(六)、04/20(六)、05/03(五)、05/04(六)、05/05(日)、05/10(五)、05/11(六)、05/24(五)、05/25(六)、05/31(五)、06/01(六)、06/09(日)、06/16(日)、06/21(五)、06/22(六)、06/28(五)、06/30(日)、07/06(六)、07/09(二)、07/20(六)、07/24(三)、07/26(五)、07/27(六)、07/28(日)、08/03(六)、08/04(日)、08/17(六)、08/24(六)、09/20(五)、09/21(六)、09/25(三)、09/27(六)、10/04(五)、10/05(六)、10/18(五)、10/25(五)、10/27(日)、12/12(四)、12/13(五)、12/14(六)、12/20(五)、12/22(日)、12/27(五)、12/28(六)、12/29(日)、12/31(二)	十字樓橫段 一/二樓河岸 留言	15,082
活動	102	松菸東西好創意 市集	01/01(二)~12/31(日)每週六、日	文創基地	673,863
場次總計	299			人數總計	1,785,321

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					
舞蹈	1	Mele Hula 音樂之舞 2018 成果發表會	01/18(五)	八角樓二樓劇場	250
音樂	1	無雙樂團十週年專輯發表 記者會	01/24(四)	八角樓二樓劇場	120
工藝/設計	3	旅行的藝義-文創市集	01/04(五)~01/06(日)	康定 19	150
工藝/設計	1	小精靈甜筒花	01/12(六)	16 工房十字樓	6
工藝/設計	1	手作動物別針	01/13(日)	16 工房十字樓	4
工藝/設計	1	到紅樓迎新年，繪製紅色 掛飾包	01/26 六	16 工房十字樓	12
工藝/設計	1	麻糬兔聽故事-畫春聯	01/27(日)	16 工房十字樓	43
其他	1	2019 戲臺辦桌歡喜慶團 圓	01/20(日)	藝術廣場	658
電影	1	月光電影院	01/12(六)	藝術方塊	12
一月小計：場次 11，人數 1,255					
二月份					
工藝/設計	1	敲。敲。花吧手作飾品工 作坊	02/28(四)	16 工房十字樓	20
工藝/設計	1	動手畫一個自己的熊熊 吧！	02/10(日)	16 工房十字樓	8
工藝/設計	1	聚寶發大財	02/09(六)	16 工房十字樓	12

舞蹈	1	節拍廣場-大年初五，來跳舞	02/09(六)	藝術廣場	315
二月小計：場次 4，人數 355					
三月份					
舞蹈	3	2019 臺灣探戈馬拉松 2.0	03/01(五)、03/02(六)、03/03(日)	八角樓二樓劇場	600
舞蹈	1	Swing 吧！歐霸！	03/10(日)	八角樓二樓劇場	180
舞蹈	1	Fantastic YM Swing 四週年舞會-陽明搖擺與他們的產地	03/17(日)	八角樓二樓劇場	280
舞蹈	2	Aloha 夏威夷樂舞演出暨工作坊	03/15(五)、03/16(六)	八角樓二樓劇場	290
舞蹈	1	2019 亞曼瑞師生成果發表舞會	03/31(日)	八角樓二樓劇場	90
展覽	1	2019 亞曼瑞師生成果發表舞會	03/31(日)	八角樓中央展區	2200
工藝/設計	1	春的信息：親手繪製的祝福	03/1(五)	16 工房十字樓	11
工藝/設計	1	超卡哇！我的寵物盆器	03/2(六)	16 工房十字樓	4
工藝/設計	1	TAIWANIZE 童樂繪-兒童著色活動	03/03(日)	16 工房十字樓	8
工藝/設計	1	迷你乾燥花園	03/16(六)	16 工房十字樓	7
工藝/設計	1	手創!叢林動物杯墊	03/17(日)	16 工房十字樓	5
工藝/設計	1	手感陶器風別針翻模課	03/30(六)	16 工房十字樓	5
工藝/設計	1	TAIWANIZE 中華傳統剪紙藝術	03/31(日)	16 工房十字樓	12
電影	1	月光電影院《豬掉落的那一天》	03/2(六)	藝術方塊	22
電影	1	月光電影院《蝙蝠俠之妻》	03/09(六)	藝術方塊	12
電影	1	月光電影院-菲林之夜	03/16(六)	藝術方塊	18
舞蹈	1	節拍廣場	03/23(六)	藝術廣場	537
音樂	1	臺南記事 《我們的百工圖》	03/30(六)	藝術廣場	5
三月小計：場次 21，人數 4,286					
四月份					
表演與節慶	1	博恩站起來脫口秀《世代交替》	04/13(五)	八角樓二樓劇場	480
表演與節慶	2	《喜劇有限公司》短劇大匯串	04/19(五)、04/20(六)	八角樓二樓劇場	572
表演與節慶	2	魔術精靈 陳丕茜 Ariel's Evidence	04/14(六)	八角樓二樓劇場	360
舞蹈	1	Swing Taiwan 七周年舞會	04/21(日)	八角樓二樓劇場	200
戲劇	3	2019 臺北大碗茶	04/26(五)、04/27(六)、04/28(日)	八角樓二樓劇場	680
工藝/設計	1	純銀墜子皮繩手環	04/06(六)	16 工房十字樓	9
工藝/設計	1	花的信息：親手繪製的祝福	04/07(日)	16 工房十字樓	3
工藝/設計	1	臺灣花磚胸章製作	04/20(六)	16 工房十字樓	25
工藝/設計	1	香草小花園 My Herb Garden	04/21(日)	16 工房十字樓	5
電影	1	月光下，神片再映 《超普通特工》	04/06(六)	藝術廣場	22
電影	1	月光下，神片再映 《尋返往復》	04/13(六)	藝術廣場	56

舞蹈	1	節拍廣場	04/13(六)	藝術廣場	312
舞蹈	1	奇幻制服日 T-SHIRT 回娘家	04/14(日)	藝術廣場	32
電影	3	月光電影院合作活動—世新大學廣電畢展「這檔很健康」影視製片系列講座 X 電影播映	04/17(三)、04/18(四)、04/19(五)	多功能展演廳	100
電影	1	月光電影院《非罐頭人生》	04/20(六)	多功能展演廳	10
電影	1	月光電影院《母親》	04/27(六)	多功能展演廳	15
四月小計：場次 22，人數 2,881					
五月					
戲劇	3	2019 臺北大碗茶	05/04(六)、05/05(日)	八角樓二樓劇場	650
舞蹈	1	銳兒街舞大賽	05/20(一)	八角樓二樓劇場	110
音樂	1	《西哈遊記-魔二代再起》音樂劇記者會	05/29(三)	八角樓二樓劇場	110
工藝/設計	1	茶染-環保袋	05/04(六)	16 工房十字樓	4
工藝/設計	2	麻糬兔聽故事玩創意-康乃馨項鍊	05/05(日)	16 工房十字樓	36
工藝/設計	1	藍芽喇叭隨身包	05/18(六)	16 工房十字樓	5
工藝/設計	1	擁有一朵永不凋謝的皮革花	05/19(日)	16 工房十字樓	6
工藝/設計	3	錫盤製做體驗	05/11(六)、05/25(六)、05/26(日)	16 工房十字樓	13
電影	2	月光電影院	05/04(六)、05/11(六)	多功能展演廳	25
舞蹈	1	節拍廣場	05/11(六)	藝術廣場	568
電影	2	月光電影院合作活動—城市游牧影展電影相關講座活動	05/19(日)、05/26(日)	藝術廣場	185
電影	2	月光電影院合作活動—臺藝大電影系畢展回顧放映-畢業以前	05/25(六)、05/26(日)	藝術廣場	25
五月小計：場次 20，人數 1,737					
六月					
表演與節慶	2	《胖·十年》2019 黃小胖脫口秀專場	06/01(六)	八角樓二樓劇場	400
表演與節慶	2	日常對榫	06/17(一)、06/18(二)	八角樓二樓劇場	510
舞蹈	1	Bubble Pop Taipei Lindy Exchange	06/29(六)	八角樓二樓劇場	200
表演與節慶	2	《黃梅新韻》108 春季黃梅戲推廣演出	06/30(日)	八角樓二樓劇場	480
工藝/設計	1	浮游花-瓶中花園	06/01(六)	16 工房十字樓	15
工藝/設計	1	端午限定-超擬真粽子包DIY	06/02(日)	16 工房十字樓	10
工藝/設計	2	竹粽飄香，龍舟玩藝	06/07(五)、06/08(六)	16 工房十字樓	49
工藝/設計	1	親愛的我把紅樓變藍了-藍晒體驗課	06/22(六)	16 工房十字樓	9
工藝/設計	1	食食刻刻愛地球	06/23(日)	16 工房十字樓	6
工藝/設計	1	寵物器皿-貓奴做	06/29(六)	16 工房十字樓	4
工藝/設計	1	臺灣意象花鳥插畫課	06/30(日)	16 工房十字樓	3
工藝/設計	2	錫盤製做體驗	06/15(六)、06/16(日)	16 工房十字樓	4

講座	1	西門紅樓文創講談 打造商品視覺印象-Catch your eye	06/05(三)	八角樓二樓劇場	78
電影	2	月光電影院合作活動-臺 藝大電影系畢展回顧放映 -畢業以前	06/01(六)、06/02(日)	多功能展演廳	47
電影	2	月光電影院合作活動-臺 藝大電影系畢展『一群大 片子』-夜間部劇本發表 會	06/01(六)、06/02(日)	多功能展演廳	111
舞蹈	1	節拍廣場	06/29(六)	藝術廣場	225
電影	1	月光電影院	06/08(六)	藝術廣場	12
表演與節慶	1	9ce 野貓街滑賽	06/29(六)	藝術廣場	123
六月小計：場次 25，人數 2,286					
七月					
表演與節慶	1	舞臺劇《遇見自己》記者 會暨排練及宣傳照拍攝	07/09(二)	二樓劇場	100
表演與節慶	2	Re" flex 數位音像裝置演 出	07/14(日)	二樓劇場	130
工藝/設計	1	北歐森林仿舊課程-複合 媒材再利用	07/06(六)	16 工房十字樓	6
工藝/設計	1	麻糬兔聽故事玩創意-夏 日西瓜涼扇	07/07(日)	16 工房十字樓	20
工藝/設計	1	七夕情人節 浪漫手作小 物	07/20(六)	16 工房十字樓	12
工藝/設計	1	彩繪浮雕畫	07/21(日)	16 工房十字樓	15
工藝/設計	2	錫盤製做體驗	07/13(六)、07/27(六)	16 工房十字樓	4
電影	3	月光電影院合作活動『糰 子三兄弟 再來一顆!』三 校聯合放映活動	07/05(五)、07/06(六)、07/07(日)	多功能展演廳	78
表演與節慶	13	2019 西門町後街文化祭 『後街十年祭』	07/13(六)、07/14(日)	電影公園全區	2641
電影	2	2019 西門町後街文化祭 『月光電影院特輯-打開 異想』	07/20(六)、07/27(六)	藝術方塊	122
其他	2	2019 西門町後街文化祭 『後街尋奇 街區導覽』	07/20(六)、07/27(六)	電影公園、西門 町街區	17
舞蹈	2	2019 西門町後街文化祭 『電影公園 x 90's bboyz 的街舞課』-親子雙人街舞 體驗	07/20(六)、07/27(六)	多功能展演廳	32
舞蹈	3	2019 西門町後街文化祭 『電影公園 x 90's bboyz 的街舞課』-周三就去練舞 室	07/17(三)、07/24(三)、07/31(三)	多功能展演廳	63
七月小計：場次 34，人數 3,240					
八月					
說唱	6	《好神脫口秀》從從+康康 脫口秀場 Standup OMG	08/07(三)、08/08(四)、 08/09(五)、08/10(六)、08/11(日) *08/09(因颱風停演一日， 08/11(日)增演晚場)	二樓劇場	1200

戲劇	5	遊戲城市系列-《明早，歡迎蒞臨逃●花源》	08/18(日)、08/18(日)、08/17(六)、08/17(六)、08/16(五)	二樓劇場	1210
戲劇	5	臺北藝穗節《人生的表演課》	08/24(六)、08/30(五)、08/31(六)	二樓劇場	662
舞蹈	2	臺北藝穗節《穿越》	08/25(日)	二樓劇場	225
舞蹈	2	臺北藝穗節《搖籃森林》	08/27(二)、08/30(五)	二樓劇場	75
戲劇	5	臺北藝穗節《掘墓女》	08/27(二)、08/28(三)、08/29(四)	二樓劇場	235
工藝	1	收服小魔王之迷你機器人	08/03(六)	16 工房十字樓	17
工藝	1	父親節-我的超人爸爸黏土書籤	08/04(日)	16 工房十字樓	26
工藝	1	自己印便當小提袋~小黃間網印體驗課	08/17(六)	16 工房十字樓	16
工藝	1	艾格瑞	08/18(日)	16 工房十字樓	9
工藝	1	花草系耳環 盛夏手作課	08/31(六)	16 工房十字樓	10
工藝	2	錫盤製做體驗	08/10(六)、08/24(六)	16 工房十字樓	10
影視/廣播	1	2019 西門町後街文化祭『月光電影院特輯-打開異想』	08/03(六)	藝術方塊	61
民俗與文化資產	2	2019 西門町後街文化祭『後街尋奇 街區導覽』	08/03(六)、08/10(六)	後街地區	28
舞蹈	1	2019 西門町後街文化祭『電影公園 x 90's bboyz 的街舞課』-親子雙人街舞體驗	08/03(六)	多功能展演廳	12
舞蹈	1	2019 西門町後街文化祭『電影公園 x 90's bboyz 的街舞課』-周三就去練舞室	08/07(三)	多功能展演廳	11
流行音樂	1	2019 西門町後街文化祭『節拍廣場』	08/10(六)	藝術廣場	125
流行音樂	1	2019 西門町後街文化祭『dj 大講堂』	08/10(六)	多功能展演廳	20
八月小計：場次 39，人數 3,952					
九月					
舞蹈	3	臺北藝穗節《搖籃森林》	09/01(日)、09/05(四)、09/06(五)	二樓劇場	35
戲劇	4	臺北藝穗節《超即興解放》	09/01(日)、09/07(六)、09/08(日)	二樓劇場	463
戲劇	5	臺北藝穗節《無眠》	09/03(二)、09/04(三)、09/05(四)、09/06(五)、09/08(日)	二樓劇場	353
戲劇	4	鬼母病棟 308	09/13(五)、09/14(六)、09/15(日)	二樓劇場	350
舞蹈	2	第十七屆臺北國際探戈節	09/20(五)、09/22(日)	二樓劇場	340
工藝	1	麻糬兔搗黏土-蛋糕 MEMO 夾	09/01(日)	16 工房十字樓	24
工藝	1	自做自售中秋限定呷厚肥肥月餅包 DIY-	09/13(五)	16 工房十字樓	10
工藝	1	匠藏工坊 中秋節應景手作小物	09/14(六)	16 工房十字樓	15
工藝	1	彩繪手袋 Diy	09/15(日)	16 工房十字樓	18
工藝	1	手工茶染 T 恤	09/28(六)	16 工房十字樓	10
工藝	1	彩繪浮雕畫	09/29(日)	16 工房十字樓	13
民俗與文化資產	2	紅樓找茶講座	09/28(六)	茶坊	14
九月小計：場次 26，人數 1,645					

十月					
舞蹈	2	Boog Studio 第二屆年度 成果展	10/19(六)、10/20(日)	二樓劇場	560
綜合	2	108 年度西門紅樓街區深 度導覽	10/12(六)-10/13(日)	八角樓	51
工藝	1	看得到摸得到的水	10/06(日)	16 工房十字樓	18
工藝	1	藍染體驗課程	10/10(四)	16 工房十字樓	12
工藝	1	【 小工黃 便當小提袋 絹印體驗 】	10/12(六)	16 工房十字樓	15
工藝	1	簡易指彩體驗	10/13(日)	16 工房十字樓	48
工藝	1	humming&西門紅樓 萬 聖節回饋計畫—紫斑蝶的 遷徙	10/26(六)	16 工房十字樓	18
工藝	1	麻糬兔聽故事玩黏土-萬 聖節魔法鉛筆棒	10/27(日)	16 工房十字樓	52
綜合	1	西門萬聖	10/26(六)	臺北市電影主題 公園	485
舞蹈	1	2019 嘻街文化日	10/06(日)	藝術廣場	65
綜合	1	9CE SKATE GAME	10/19(六)	藝術廣場	89
十月小計：場次 13，人數 1,413					
十一月					
影視/廣播	2	金馬影展 x 月光電影院戶 外放映	11/02(六)-11/03(日)	藝術廣場	1467
戲劇	13	玩藝劇場-追殺萬古流芳	11/02(六)-11/30(六)	二樓劇場	926
工藝	1	一起來當不塑鬼~防水餐 具袋 DIY	11/09(六)	16 工房十字樓	12
工藝	1	【 小工黃 便當小提袋 絹印體驗 】	11/10(日)	16 工房十字樓	13
工藝	1	Collage!小小城市色彩大 師	11/23(六)	16 工房十字樓	8
工藝	1	環保套杯動手作	11/24(日)	16 工房十字樓	22
十一月小計：場次 19，人數 2,448					
十二月					
戲劇	6	玩藝劇場-追殺萬古流芳	12/01(日)-12/08(日)	二樓劇場	397
流行音樂	1	有時有日 黃瑋傑與山寮 樂隊 2019 年終演出	12/13(五)	二樓劇場	250
戲劇	4	秋・藝	12/15(日)、12/29(日)	二樓劇場	440
戲劇	1	樂聲東方-巳亥	12/22(日)	二樓劇場	220
表演與節慶	1	魔・鍊	12/28(六)	二樓劇場	45
工藝	1	humming! 有機棉環保袋	12/07(六)	16 工房十字樓	6
工藝	1	小黃間 小工黃/便當小提袋絹印	12/08(日)	16 工房十字樓	12
工藝	1	Mori shu 麻糬兔聽故事玩 創意-聖誕許願樹帆布包	12/21(六)	16 工房十字樓	18
工藝	1	一日茶事耶誕快閃手做坊	12/21(六)	16 工房十字樓	8
工藝	1	I.A.N DESIGN 花器-獻給自己一份禮物	12/22(日)	16 工房十字樓	12
舞蹈	1	Beat Square 9 週年 x Got Own Flavor Vol.14	12/21(六)	藝術廣場	1345
舞蹈	2	節拍廣場 9 周年慶-街舞課 程	12/19(四)、12/22(日)	多功能展演廳	20

影視/廣播	2	月光電影院	12/7(六)、12/28(六)	藝術廣場	25
綜合	3	《TAIPEI BBOY CITY》賽事與講座	12/12(四)、12/13(五)	藝術廣場、多功 能展演廳	1919
十二月小計：場次 26，人數 4,717					
場次總計：260 場次			人次總計：30,215 人次		

(三)西門紅樓暨電影主題公園 108 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
	106 年	107 年	108 年	較 107 年 人次成長率
1	274,535	207,401	358,035	72.6%
2	381,590	243,677	540,175	121.7%
3	206,429	465,694	338,671	-27.3%
4	219,348	330,657	407,739	23.3%
5	188,578	304,184	433,840	42.6%
6	162,041	293,863	408,731	39.1%
7	155,120	396,002	410,326	3.6%
8	191,883	328,176	397,452	21.1%
9	133,143	370,660	345,356	-6.8%
10	265,443	428,720	569,330	32.80
11	189,987	393,768	388,216	-1.4%
12	306,773	449,000	501,485	11.7%
累計	2,674,870	4,211,802	5,099,356	21.1%

年度 ／ 月份	電影主題公園全區人次總計			人次比較分析
	106 年	107 年	108 年	較 107 年人次成 長率
1	14,361	8,768	7,676	-12.5%
2	11,355	6,463	6,939	7.4%
3	9,569	8,785	9,710	10.5%
4	18,933	15,689	9,267	-40.9%
5	11,923	8,919	10,565	18.5%
6	18,597	11,405	17,035	49.4%
7	16,677	12,589	11,807	-6.2%
8	16,491	12,434	11,752	-5.5%
9	15,724	12,056	33,156	175.0%
10	17,323	10,933	12,448	13.9%
11	17,445	12,447	18,578	49.3%
12	13,475	11,632	13,781	18.5%
累計	181,873	132,120	162,714	23.2%

註：

電影主題公園將持續辦理各項活動，雖園區有控管每場活動音量分貝數，但周邊住戶近

年投訴辦理靜態或動態活動的噪音案數逐年升高的限制，包括對於青少年滑板、或是新住民聊天歌唱都希望能排除，因此在使用上受到更多限制，但為突破前述投訴狀況，於108年度1/31(四)由吳志剛議員、徐立信議員、周威佑議員和西門里及萬壽里辦公室協助召開「臺北市電影主題公園活動辦理管控問題及治安問題檢討說明會」，經各局處代表與里民住戶代表現場溝通後，以及園區工作人員嚴加控管活動音量，108年度噪音投訴案件減少，並有2檔長期電影展覽(返校、金馬影展《影迷補給站》)有效增加來館人數，108年服務人次共16萬2,714人，較107年成長23.2%。

(四)西門紅樓108年度各場地使用率

108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%	8.7%	37.5%	16.1%	100.0%	19.3%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
2	93.3%	100.0%	93.0%	0.0%	15.3%	7.1%	100.0%	21.4%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
3	25.0%	100.0%	26.0%	30.0%	91.0%	52.0%	100.0%	23.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
4	0.0%	100.0%	37.0%	30.0%	60.0%	37.0%	100.0%	17.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
5	13.7%	100.0%	39.0%	22.0%	0.3%	23.0%	100.0%	13.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
6	27.2%	100.0%	47.0%	53.0%	55.0%	53.3%	100.0%	23.3%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
7	9.0%	100.0%	32.2%	26.0%	50.0%	32.2%	100.0%	23.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
8	5.4%	100.0%	29.0%	77.3%	78.0%	77.4%	100.0%	13.3%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
9	15.0%	100.0%	47.0%	90.0%	100.0%	73.3%	100.0%	13.3%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
10	36.4%	100.0%	58.1%	64.0%	56.0%	86.4%	100.0%	16.1%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
11	10.0%	100.0%	37.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	20.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
12	14.0%	100.0%	32.3%	55.0%	100.0%	71.0%	100.0%	32.3%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
平均	20.8%	100.0%	42.2%	46.3%	61.9%	52.4%	100.0%	19.6%	100.0%	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。

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	12.9%	3.2%	29.0%	87.1%
2月	0.0%	0.0%	32.1%	78.6%
3月	3.2%	3.2%	22.6%	87.1%
4月	16.7%	0.0%	36.7%	83.3%

5月	12.9%	6.5%	45.2%	87.1%
6月	13.3%	3.3%	73.3%	86.7%
7月	19.4%	9.7%	29.0%	83.9%
8月	9.6%	3.2%	19.4%	83.9%
9月	6.7%	0.0%	86.7%	83.3%
10月	12.9%	3.2%	35.5%	87.1%
11月	13.3%	0.0%	86.7%	86.7%
12月	9.6%	0.0%	29.0%	83.9%
平均	10.9%	2.7%	43.8%	84.9%

註：

- 1.藝術廣場使用率下降原因：園區人員於各活動皆主動控管音量，但仍遭住戶不斷檢舉，外部單位租借場地意願及效益逐年下滑。
- 2.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，並有2檔長期電影展覽(返校、金馬影展《影迷補給站》)，全年度使用率有回升。

(五)行銷宣傳效應

西門紅樓自民國 97 年 7 月起經營官網至 108 年已逾 11 年，電子報會員至 108 年 12 月有 2 萬 4,383 名，官方網站累積至 108 年 12 月已突破 3,753 萬 2,614 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，已於 108 年重新規劃西門紅樓網頁，預計於 109 年 8 月做全新改版；臺市電影主題公園官方網站自 99 年開站以來，至 108 年 12 月亦已吸引 178 萬 2,042 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。截至 108 年 12 月西門紅樓官方粉絲團，共計 3 萬 3,982 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，108 年 12 月已突破萬名粉絲，來到 1 萬 1,695 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 108 年西門紅樓 Facebook 粉絲數				
年/月	106 年	107 年	108 年	成長率 (108/107)
1 月	29,370	31,348	32,823	4.71%
2 月	29,613	31,427	32,886	4.64%
3 月	29,742	31,503	33,006	4.77%
4 月	29,962	31,608	33,101	4.72%
5 月	30,153	31,717	33,185	4.63%

6月	30,310	31,870	33,250	4.33%
7月	30,482	31,977	33,328	4.22%
8月	30,598	32,033	33,433	4.37%
9月	30,721	32,146	33,523	4.28%
10月	30,912	32,366	33,735	4.23%
11月	31,050	32,550	33,867	4.05%
12月	31,261	32,694	33,982	3.94%

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

108年電影主題公園 Facebook 粉絲數				
年/月	106年	107年	108年	成長率 (108/107)
1月	9,987	10,503	10,888	3.67%
2月	10,052	10,514	10,917	3.83%
3月	10,114	10,539	10,950	3.90%
4月	10,184	10,546	11,014	4.44%
5月	10,234	10,558	11,050	4.66%
6月	10,261	10,579	11,213	5.99%
7月	10,310	10,604	11,345	6.99%
8月	10,345	10,811	11,389	5.35%
9月	10,363	10,813	11,507	6.42%
10月	10,436	10,836	11,597	7.02%
11月	10,468	10,863	11,671	7.44%
12月	10,485	10,878	11,695	7.51%

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

2. 官網瀏覽量

西門紅樓官網自 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，本會西門紅樓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 108 年 12 月已突破 3,753 萬 2,614 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 108 年 12 月亦已吸引 178 萬 2,042 名瀏覽人次造訪。雖然社群網絡時代來勢洶洶，但在「內容經營」與「深度行銷」的策略下，維持穩定成長。

3. 刊物

民國 108 年發行刊物包含報紅第 58 至 62 期（民國 98 年 5 月起採雙月刊發行，民國 108 年發行量共計 4 萬 500 份）、鑽石 DM 中英版加印

4 萬份、鑽石 DM 日韓版加印 3 萬份，4 月親子市集 DM 文宣發行量 500 份、6 月西門町後街文化祭 DM5,000 份、10 月西門萬聖 DM700 份、玩藝劇場《黑家店 2》海報 30 份、DM1,500 份，西門紅樓 111 歲生日慶活動海報 60 份，另外製作紅樓茶坊新式菜單 25 本。

4. 媒體報導

民國 108 年度平面與電子媒體報導共計 1,638 篇。拍攝部分共有 69 次非商業攝影活動來訪，媒體詳述如下：ETtoday、青年日報、美麗佳人、國立教育廣播電臺、新住民全球新聞網、臺灣醒報、聯合報、鏡周刊、beauty 美人圈、juksy 街星、TAIPEI TIMES、にじいろ臺灣、妞新聞、臺視、中視、中天電視臺、人間衛視、美麗日報、復興電臺、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。

5. 異業合作

108 年除館內與許多媒體單位共同合作辦理媒體資料交換，另辦理許多實體活動，如與「妞新聞」合作辦理「奶茶節」、與「抖音」合作辦理「影音工作坊」等，另因西門紅樓生日慶「憶倚紅樓」活動另外串連有惟攝影、puriphoto、伊日生活等其他產業相關單位。另外亦於生日慶《共融說》活動當天，邀請知名手語導覽員丁立芬老師，協助做導覽手語翻譯，讓參與的民眾跨越聽覺的障礙，獲得更多紅樓的資訊。

二、剝皮寮歷史街區西側經營管理

(一) 營運定位與目標

艋舺是臺北城市發展的起源地，剝皮寮身為臺北唯一經歷不同時空背景被保存下來的三百年歷史街道，除妥善保存並維護歷史建物，在硬體設施部分，落實基本管理維護項目，以文資法為最高原則與歷史建物共存，並提供街區安全的參訪環境之外，延續電影藝術教育推廣的成果、人文歷史展示之策劃及推展、街區再造與活化計畫視為營運的重點。108 年開始由西門紅樓暨電影公園營運剝皮寮，從「文化教育」觀點出發，以「交換」為活動概念，「強調人文歷史價值」、「建置文化交流推廣管道」及「提供在地體驗文化」為策略，達到「創新文化據點」、「推廣人文和影像教育」、「凝聚在地向心力」的目標，交換故事、交換意見、交換記憶、交換心情，將

剝皮寮歷史街區定位為「萬華文化體驗平臺」，具體而微的在剝皮寮歷史街區呈現萬華在地文化特色，培養全民在此體驗參與式文化教育，建立全民文化共識。

(二)成果概述

108 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。108 年共計 69 萬 9,700 參觀人次，成長 32% 人次，接洽 171 組場地單位，累積 136 檔展演活動，康定路及廣州街共 29 個對外使用展間，使用率為 63.82%，8 檔展覽、41 部電影放映、2 場電影發表及活動、3 大場節慶活動(包含超過 30 場活動)、63 場講座表演及工作坊活動、234 個奉茶故事時段，年度媒體篇數 224 篇，平面 5 篇，電視廣播 3 篇，網路媒體 216 篇。

年度／ 月份	剝皮寮歷史街區西側人次總計			人次比較分析
	106 年	107 年	108 年	較 107 年 人次成長率
一月	15,496	25,992	41,451	59.5%
二月	10,130	36,246	64,682	78.5%
三月	8,013	25,336	65,590	158.9%
四月	12,500	27,602	62,425	126.2%
五月	10,885	54,727	64,252	17.4%
六月	10,044	47,506	56,493	18.9%
七月	133,056	47,701	57,207	19.9%
八月	112,758	53,412	59,614	11.6%
九月	14,396	43,582	41,418	-5.0%
十月	16,544	57,491	62,324	8.4%
十一月	11,401	49,711	63,296	27.3%
十二月	40,412	58,837	60,948	3.6%
小計	395,635	528,143	699,700	32.5%

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.增設遊客中心網路實體線

B.增設親子廁所

C.部分展間用電量調整

D.天溝植生及樹屋環境改善維護

E.例行維護有，展間壁面油漆 9 間、防水措施 8 處、鐵木座(含無障礙坡道)23 處、空調機保養 163 臺(含室內外機)、監視器查測及更換 23 臺

2.街區的活化與教育推廣

(1)城西人文歷史在地生活展覽

A.剝皮寮遊客中心展覽

剝皮寮歷史街區遊客中心及周邊展間除了作為遊客休憩場域及資訊平臺外，也規劃作為常設展覽，以萬華文化特色之內容呈現進行策畫，並結合在地文化，將剝皮寮打造成文化資訊平臺，讓遊客認識了解萬華特色，與在地產生共鳴，同時優化街區介紹的服務。

六月至八月《來趣迺菜市仔 東三水街市場》模型展

九月至十月《童薪·未泯 憶想艋舺童年》模型展

十二月《城西大廳》及剝皮寮漫遊地圖電子版，其展覽前兩檔由萬華社區大學學員完成，串聯剝皮寮街區周邊、在地里民相互交流，最後一檔定調剝皮寮歷史街區為臺北城西區的「城西」，遊客中心命名為《城西大廳》，分享並導覽漫遊剝皮寮百年老街故事。

地點：剝皮寮遊客中心

時間：年度服務諮詢服務

場次：3 檔展覽

參與人次：約 30 萬人次

B.土炭市展覽

剝皮寮百年街區裡的土炭市坐落於康定路及廣州街交叉口，為街區重要入口，更是眾多觀光遊客最先接觸的空間，108 年度規劃為人文歷史展覽空間，四月至十二月舉辦《艋舺回憶故事—古蹟燒》：用一個故事，交換一份古蹟雞蛋糕為概念，古蹟雞蛋糕造型設計為剝皮寮的建材，例如：TR 磚、S 磚、綠青花瓷磚…等，吸引眾多民眾及觀光遊客大量參與，而採集的故事搭配艋舺人文歷史，展覽期間發展為互動戲劇表演、集章串聯周邊街廓等沉浸式互動表演藝術及各式活動。

地點：土炭市(展間 163、181、183)

時間：四月至十二月

場次：1 檔展覽

參與人次：約 50 萬人次

(2)生活節氣活動-城西生活節

剝皮寮歷史街區原為生活場域，充滿商家、茶室、旅社…等相關住宅，

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

本年度舉辦三檔《城西生活節》，串聯常駐單位、演藝廳、視聽室、遊客中心特展…等，舉辦四月春節期間《城西生活節 相揪剝皮寮》、六月夏至《城西生活節 夏至探險趣》、十二月《城西生活節 一起好過冬》。

四月串聯偶戲「唐小鴨布袋戲工場」、「重返長壽茶桌真人故事」、「親子放映幸福路上」、「親子活動古蹟雞蛋糕活動」等春節活動；六月舉辦「夏至消暑飲食體驗」串聯在地店家、「限時探險剝皮寮樹屋」、「體驗夏至清涼竹筍美食 DIY」；十二月更擴大舉辦《城西生活節 一起好過冬》，確立城西生活節形象，串聯在地及剝皮寮原住戶相關之店家、舉辦「城西生活開講特展」展覽及店家互動體驗、「城西藝想世界」表演藝術、「百年老街電影放映《魔法阿媽》」、「城西製造所」在地店家串聯集章活動、「剝皮寮喚換物」古蹟燒強勢回歸之街區互動活動、「冬至包餃子系列活動」、「冬至團圓聚」…等，累計超過 30 場活動，吸引許多在地鄰里居民、店家品牌、觀光遊客一同參與，有效推廣剝皮寮歷史街區之形象，活化百年老街空間。

地點：展間 35、37、39、161、視聽室、土炭市

時間：四月、六月、十二月

場次：3 大主題節慶展演活動、1 檔展覽

參與人次：約 2 萬 2,000 人次

(3)城西傳統人文 新舊交織系列活動

剝皮寮歷史街區位於艋舺發展起源地，老街承襲了百年街廓，也繼續開發新舊故事，規劃傳統節慶，推廣臺灣在地文化。專案活動以臺灣傳統文化縮影之角度，發展文化脈絡相關活動，並結合在地特色舉辦導覽、產業體驗工作坊…等。

本年度舉辦五月《艋舺老商號新生代 再造分享交流會》座談、九月《萬華老店與咖啡的交融》、《城西飲品潮流》、《加蚋子的創業潮》三大主題 6 場導覽及剝皮寮十一月起首度舉辦《剝剝起家厝》系列單元：「暖心暖味越窩越好」萬華東南亞料理故事、「在地菜市場大哉問」萬華的南北乾貨、「葫蘆運」傳統遊戲 DIY 體驗，透過傳統歷史脈絡及人生在地生活，發展座談、導覽、工作坊…等系列活動，推廣剝皮寮為萬華人文互動活動平臺之形象。

地點：視聽室、遊客中心及播放室、剝皮寮街區及萬華各地店家景點

時間：五月、九月、十一月

場次：10 場活動

參與人次：約 400 人次

(4) 老街電影放映

108 年度與臺灣影展單位合作，有金馬影展、台北電影節及財團法人國家電影中心，同時規劃《剝剝看電影 臺灣短打》單元系列。本年度剝剝看電影有四月「鏡框的延伸之外」、五月「電影正發生:剪輯主題」、六月「剝剝 X 北影系列放映-文青不羈夜 不只是影迷」、八月「李行行影不離：特別放映」、十月底至十一月「臺灣短打」共放映 29 部電影 (20 場)，邀請共 10 位導演及演員，影評人及相關從業人員參與，其中包含 7 場焦點導演座談、6 場電影新力座談，透過剝皮寮活動之電影影像推廣影視教育文化。

活動名稱	日期	片名	與談人
剝剝看電影	04/04(四)	《兒子的大玩偶》	
新力座談	04/05(五)	《冰箱》	金馬學院學員、原著作者林秀赫 電影改編 IP 小說原著作者林秀赫
新力座談	04/06(六)	《對講機》	金馬學院學員、原著作者林秀赫 電影改編 IP 小說原著作者王天寬
剝剝看電影	04/06(六)	《推拿》	
焦點導演座談	04/07(日)	《幸福路上》	宋欣穎導演
焦點導演座談	05/03(五)	《河北臺北》	李念修導演
剝剝看電影	05/08(三)	《逆光飛翔》	台北電影節策展團隊
剝剝看電影	05/15(三)	《狂徒》	台北電影節策展團隊
剝剝看電影	05/21(二)	《甜蜜殺機》	台北電影節策展團隊
剝剝看電影	06/05(三)	《愛的所有格》	台北電影節策展團隊
剝剝看電影	06/12(三)	《重生騎士》	台北電影節策展團隊
剝剝看電影	06/19(三)	《尋秘街拍客》	台北電影節策展團隊
焦點導演座談	08/02(五)	《彩雲飛》	藍祖蔚影評人、李行導演
剝剝看電影	08/03(六)	《王哥柳哥遊臺灣》	游千慧影評人
剝剝看電影	08/10(六)	《街頭巷尾》	唐維敏影評人
剝剝看電影	08/17(六)	《喜怒哀樂》	陳煒智影評人
新力座談暨焦點導演座談	10/30(三)	《金魚》	楊詠亘導演
		《好時光》	
		《關於他的故事》	
		《當一個人》	
新新力座談暨焦點導演座談	11/06(三)	《媽媽桌球》	莊翔安導演、王逸帆導演、郝芳葳導演

		《洞兩洞六》	
		《謎絲》	
新力座談暨焦點導演座談	11/13(三)	《浮陽》	陸弈靜演員、鄭雅之導演
		《一起去天堂》	
		《阿嬤的放屁車》	
新力座談暨焦點導演座談	11/27(三)	《氣》	洪子桓導演、蘇庭睿製片
		《欺迷人》	
		《破賊》	

地點：展間 23、視聽室、演藝廳

時間：四月至十一月

場次：29 部電影放映、7 場焦點導演座談、6 場新力座談

參與人次：約 960 人次

(5) 重返長壽茶桌仔，體驗奉茶文化

剝皮寮 161 號的前身為「長壽茶桌仔」舊址，將早期的飲茶文化重返這個空間，延續長壽茶桌的名字及文化，重新開啟萬華飲茶文化體驗，並邀請原長壽茶桌仔的老闆娘駐點於剝皮寮成為真人行動故事，隨時分享著剝皮寮街區的種種，讓民眾有著深刻的體驗活動，並與常駐單位「社團法人臺灣夢想城鄉營造協會」共同合作宣傳。

地點：展間 161

時間：三月至十二月，每月 26 場，共累積 234 場

參與人次：約 4 萬 6,800 人次

(6) 街區藝術文化活動

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

本年度由表演藝術之概念，以沉浸式互動劇場、工作坊、戲劇體驗表演、沖洗攝影、語音走讀導覽認識萬華並採集在地故事，舉辦由九月至十二月舉辦的《我嘎哩共 街區對話系列活動》：中秋回憶卡拉聯歡互動活動、布瘋卡拉姊妹花、私·茶桌仔亂談、萬華飛賊秀小丑劇表演、一個人的私密走讀、手沖照片體驗營、萬華女人的故事-萬華阿母來約會，共 19 場，獲得長期參與剝皮寮活動、社區里民等口碑讚賞，並透過在地化的概念，使表演藝術文化容易與大眾接觸並產生互動。

地點：視聽室、173 巷街區、遊客中心、展間 161、街區內廣場

時間：九月至十二月

場次：19 場

參與人次：約 3,800 人次

3. 社群經營推廣

(1) 實習生及志工招募

108 年度剝皮寮歷史街區西側舉辦「街區營運實習生招募」、「剝皮寮種籽計畫志工招募」，實習生招募針對大專院校有興趣朝向場館營運及藝文推廣活動者進行培訓，其分工進行培訓，如：行政維運、展演活動、廣宣宣傳、場務管理…等四大面向進行，而志工招募不限特定人士，有志工服務意願者為優先考量，其培養成為剝皮寮街區的前臺服務、展覽導覽、活動諮詢前臺…等，其待透過多元的形式培養剝皮寮場館人員及支持在地服務之志工。

本年度兩大招募共有 62 人報名，實習生錄取 14 人，志工錄取 13 人，共舉辦 4 堂課進行培訓。未來也將繼續深化志工的服務意願及街區向心力，以分享服務的方式，在志工之間建立團隊認同；並針對實習生訓練也將增加其對在地之文史發展、語文與口語表達等能力等專業知識及技巧，同時也鼓勵成員們參與更多本館自辦類型活動，累積對剝皮寮藝文展演活動規劃之核心精神，期待能提供民眾更深入且豐富的展演活動解說。

(2) 媒體宣傳

透過網路自媒體的方式，提升剝皮寮歷史街區的知名度，推廣多元展演活動，吸引更多國內外遊客，延長到訪駐足時間，期待透過廣宣宣傳剝皮寮歷史街區所有各項展覽、展演及活動。活動期間也會同步發送新聞稿與採訪邀請，亦整併館內現有資源，以強化主題方式擴大媒體效益為努力方向，以網路媒體資源、電子化的宣傳為主，將宣傳透過數位加深廣度。剝皮寮歷史街區官網累積至 108 年共有 25 萬 6,197 造訪人次，較去年成長 703%(官網於 107 年 7 月正式上線)；臉書粉絲專頁累積至 108 年共有 1 萬 3,553 位粉絲，較去年成長 107%；Instagram 官方平臺則累計 947 粉絲人數。

108 年/月	臉書粉絲人數	官網瀏覽人數	Instagram 人數
1 月	4,553	42,161	572
2 月	4,665	52,883	596
3 月	5,467	67,213	618
4 月	8,090	84,686	676
5 月	9,691	104,086	712
6 月	10,650	120,834	783

7月	11,245	145,922	803
8月	11,683	167,402	823
9月	11,932	186,364	849
10月	11,998	196,523	859
11月	12,651	210,246	871
12月	13,553	256,199	947
年度成長率	66%	84%	40%

台北偶戲館

一、台北偶戲館經營管理及推廣

(一)典藏

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

程序	作業項目	作頁內容
1	典藏戲偶挑選及文本研究 (3月-5月)	邀請專家學者從偶戲館的典藏戲偶中挑選出 50 件具有展示價值的戲偶，並針對這 50 件戲偶進文本研究和說明，以建置完整的資料系統。
2	典藏戲偶拍攝(5月-6月)	針對挑選的 50 件展品進行 360 度的完整記錄攝。
3	資料移轉匯入(7月-10月)	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 既有資料匯入 ◆ 資料檢核
4	整合測試及調校(11月-12月)	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 系統功能測試 ◆ 系統效能測試 ◆ 網路環境測試

(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. 《新布袋戲實驗特展》

展覽日期：108 年 1 月 22 日(二)至 108 年 03 月 24 日(日)，參觀人數：3,523 人

『新布袋戲實驗室』採實驗性質以「劇場當代元素」改造布袋戲舞臺、戲偶、服裝、音樂…等以創造新世代布袋戲，並提昇當代欣賞人口為首要任務。為了實驗創作兒童喜歡看的劇目，持續打造兒童英雄系列。本

展覽將實驗室從第一部作品到第四部，作完整的論述與講述布袋戲與兒童實驗裡衝突與呈現。

搭配特展舉辦四號作品《魔豆》演出活動，此活動為雲林縣政府主辦，台北偶戲館與周凱劇場基金會聯合舉辦，將傳統布袋戲加入現代劇場元素結合動畫的全新形態演出。戲劇演出後將延續擴大新布袋戲實驗室活動效益，集結歷年四檔實驗作品的物件，持續舉辦為期三個月的特展。此外擴大活動效益和戲劇研究探討，將舉行兩場與特展主題相關的論壇和座談會。第一場座談會訂於1月13日演出後舉行四號作品《魔豆》的演後座談會；第二場於1月25日(五)展覽開幕記者會後舉行實驗作品第一、二、三號《救母小金剛》、《東海小金剛》、《龍王》等三部作品的座談會。

2. 《2019 春天兒童節》

展覽日期：108年04月02日(二)至108年03月30日(日)，參觀人數：5,145人

春天為一年之始，象徵萬物萌生、欣欣向榮之意，正是兒童處於人生的初始階段，猶如春天般充滿希望與美好，期盼透過本企劃進一步了解世界各國傳統文化，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。今年再次以日本為主軸，展覽部份首度與『台原亞洲偶戲博物館』合作，並將林經甫博士的日本偶戲收藏首次公開在臺灣展出，包括『人形淨琉璃』戲偶、各式具特色的傳統戲偶、古劇本、版畫、服飾和影像紀錄等，這些都是首次公開展出且難得一見。

系列活動：

- ◆ 【乙女文樂】表演
- ◆ 日本傳統說演故事【紙芝居】故事劇場
- ◆ 哭哭相撲-趣味相撲體驗活動
- ◆ 布袋戲兒少偶劇『仙界小霹靂』的放映
- ◆ 親子工作坊

3. 《一生懸命-黃憲章創作展》

展覽日期：108年07月9日(二)至108年09月22日(日)，參觀人數：4,688人

製偶大師-黃憲章，投入提線木偶製作已經十多年，對他來說戲偶不只是一塊沒有生命的木頭，而是可以對應到人生，並蘊含老祖宗的智慧。有別於其他偶戲，懸絲戲偶比其他種類的戲偶看起來更像真人。要讓戲偶做出什麼動作，演出的舞臺設計，在製作之前都要思慮清楚，正因為表演道具與操偶更需要運用豐富的創意，讓黃憲章的創作獨具巧思。本次

展覽為黃憲章老師首度於臺北舉辦個展，內容將結合臺灣在地文化故事，結合臺灣傳統 5、60 年代農業社會廟口風情及結婚迎娶習俗等辦桌文化，不僅呈現出臺灣在地農村生活，更能勾勒出長輩們對童年的美好回憶，使民眾與展覽零距離。同時並結合西方童話故事為襯，加入西方馬戲元素，打造充滿童趣的異想世界，都將透過懸絲偶一一呈現。此外，並首度完整公開黃憲章老師戲偶製作過程，能近距離貼近偶藝師創作歷程的奇幻世界，將藉由展覽帶領觀眾一同沉浸悠遊於偶戲的奧妙趣味之中！

4. 《賴泳廷的流浪國度特展》

展覽日期：108 年 10 月 01 日(二)至 109 年 01 月 12 日(日)，參觀人次：7,536 人。

賴泳廷老師從事雕刻偶頭已有 30 年歷史，是當今雙北難得一見的中生代木刻戲偶師，國中時，因迷上金光布袋戲而開始自學雕刻戲偶，直到 17 歲正式拜師學藝，老師們都大有來頭，包含亦宛然布袋戲一代宗師李天祿，以及他的兩位兒子，國寶級大師陳錫煌和李傳燦，就此打下傳統的硬底子。賴泳廷老師曾遠赴捷克進修，歷經布袋戲的輝煌時期到現在的傳統式微，作品承襲傳統也與時俱進融入現代風格，創作結合異國元素。擅於觀察生活觀察周遭的人事物，這些都是創作的養分，他認為，「在人生這條路上，到目前為止所遇到的人，將他刻成戲偶出來，之後再把它編成故事來演出，是相當有趣的一件事」。

偶藝師賴泳廷為了推廣臺灣布袋戲，飛到全球 50 多個城市做表演，因偶戲走訪世界各地，就是希望寶貴的文化藝術不只得到更多掌聲，更要獲得重視。他所創作的每一件作品都有屬於自己的溫度和故事，就如同他在人生各個時期都有著不同的挑戰與任務，此次展出將以賴泳廷老師優游世界各地為出發，帶領民眾環遊世界認識偶戲，聽聽各地發生的有趣故事，更加了解偶戲也進一步認識一位厲害的刻偶大師賴泳廷！！

(三)教育及推廣

1.教育推廣及演出活動

(1)搭配特展、活動偶戲演出

活動日期	活動名稱	參與人次
108/07/30(四)- 108/08/02(日)	魔梯形體劇場《大頭仔去迺迺》	1970 人
108/09/07(一)	《偶愛 TAIPEI 巡迴演出》大氣團演出	600 人
108/09/20(日)	真雲林閣布袋戲團一樓中庭演出《夢.斷.情	100 人

	河》	
108/11/03(日)	真雲林閣布袋戲團一樓中庭演出《開臺英雄 顏思齊》	100 人
108/12/22(日)	《無盡大地》印尼皮影戲演出	50 人

(2)108 年度教育推廣活動

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

活動名稱	人數
導覽活動	16,523 人
戲偶 DIY	2,707 人
小型偶劇	8,024 人

(3)『和偶一起玩動畫』偶動畫暑期夏令營

邀請喜愛動畫影像的孩子，以『龍』為主題，從傳統懸絲偶中截取製作技巧，運用布袋戲「走景」的場景特色，課程規劃包括認識動畫電影的起源、偶的設計介紹、偶動畫電影的各項實務流程製做、偶電影的拍攝製做，最後讓小朋友製做完成一部動畫電影。透過這一系列的動畫電影研習課程，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。課程結束後將作品參與比賽，學生作品「村長的恐嚇信」，獲得第十一屆信誼兒童動畫獎兒童組入選獎，參與人數：15 人

2.偶戲人才養成及培育計畫

(1)偶戲學院- 文化部文化資產學院人才培育計畫

台北偶戲館規劃偶戲學院相關課程提供從傳統到現代的複合偶戲教學，從製偶、偶戲美學、肢體移動、人偶關係、各種形式戲偶認識、偶戲歷史、偶戲藝術教育等，提供國內外對偶戲的新詮釋，提供業界和教育界的師訓和偶戲推廣中心。

布袋戲、皮影戲和傀儡戲為臺灣偶戲三大戲種，現代偶戲從八十年代開始發展至今，因此這次課程主題為臺灣傳統的偶戲加上學習當代偶戲的三大劇種的應用。從東方與西方、傳統與現代的對話。從無形文化資產保存的推廣階段，擴及種子教師培訓養成與推廣，另外課程設計以傳統偶戲與現代偶戲的應用與變化，希望在傳統偶戲應用在現代偶戲設計上，融入傳統之技巧與文化意涵，達到傳統技藝與思維之訓練。

本課程規劃共同通識課程和專業分科課程，共同通識課從世界偶戲歷史開始講起，東西方貫通。專業術科則分為傳統布袋戲、傳統傀儡戲、傳統皮影戲及當代偶戲四梯次。

(2) 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。年度共計參觀學校人數共 6,006 人。

(3) 「掌藝薪傳」—傳統掌中戲推廣計畫

98 年台北偶戲館特別邀請陳錫煌老師到館進駐，並開設大師工作坊，把布袋戲藝術包括工藝製作、操演技巧等全面向外推廣，讓偶戲館成為在接續傳統與現代文化融合的角色。另外豐富藝術學習範圍。

由本會台北偶戲館提供場地，駐館藝師陳錫煌老師於台北偶戲館研習教室開課，課程規劃以一齣戲為主題，由學員擔任演出及相關道具製作，於課程結束成果發表演出。

課程時間：108 年 4 月-11 月每周日開課。參與人次：120 人次。

3. 社區推廣活動

(1) 「巷弄戲偶說錫口-錫口文化 X 社區參與 X 偶戲演出」計畫

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。今年由徵選團隊「好劇團」執行，在為期 3 個月的駐館活動中，劇團以松山區錫口文化原住民為發想，構思創作一齣新戲「第 32 天」，並於 108 年 11 月 30 日進行成果演出發表，廣受大家的好評。

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

4. 國際偶戲文化交流

配合匈牙利布達佩斯臺灣布袋戲偶攝影展，提供陳錫煌老師展品修復照片由 Astangajoga 文化教育基金會印製，於匈牙利國內進行一系列巡迴展，推動國際交流。參與人次：1,440 人次。

(四)108 年度服務人數與上年度同期對照統計表

年度 人數	107 年	108 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	1,611	1,591		1,591	-1.2%
2 月	3,003	1,671	500	2,171	-27.7%
3 月	3,348	3,414	480	3,894	16.3%
4 月	4,575	3,694	1,250	4,944	8.1%
5 月	4,622	1,577	1,063	2,640	-42.9%
6 月	2,187	698	685	1,383	-36.8%
7 月	3,389	2,662	380	3,042	-10.2%
8 月	3,172	3,723	490	4,213	32.8%
9 月	2,763	2,744	1,440	4,184	51.4%
10 月	3,192	2,704		2,704	-15.3%
11 月	3,785	3,177		3,177	-16.1%
12 月	2,070	2,923		2,923	41.2%
累計	37,717	30,578	6288	36,866	-2.3%

※108/9/7(六)-9/30(一)於匈牙利辦理《匈牙利展國際攝影巡迴展》

台北市電影委員會

一、影視協拍、人才培育與產業扶植相關業務工作計畫

(一)協助影視產製及跨國合製影片

1.推動各類型影片產製

(1)協助國片及跨國合製影片拍攝為台北市電影委員會成立最重要的目標，自民國 97 年成立至民國 108 年底，共計協拍 5,886 部影視作品，協拍項目共計 1 萬 7,106 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，108 年度 620 部。

(2) 108 年度協助攝製之影視作品為 620 部，包含電影 50 部、電視劇 57 部、廣告 207 部、MV93 部、短片 145 部、紀錄片 8 部、其他 60 部，其中跨國合製作品計 94 部。

(3) 108 年度協助之電影包含《花咲了女孩》、《怪胎》、《刻在你心底的名字》、《殺手》、《聖人大盜》、《消失的情人節》、《約束》、《孤

味》、《我心我行》、《女優，摔吧！》、《跟你老婆去旅行》、《馮降:粽邪 2》、《壽司店傳奇》等 50 部作品。

- (4) 108 年度協助之電視劇包含《一起幹大事》、《天堂的微笑》、《90 後的我們》、《老鼠棒茶請人客》、《天橋上的魔術師》、《男神時代》、《迴擊》、《療神記》、《四分之三》、《我的婆婆哪有那麼可愛》、《返校》、《小春與豬排》、《可圈的鞋店》、《若是一個人》、《火神的眼淚》、《愛的詐欺犯》、《女孩上場》、《老姑婆的古董老菜單》等 57 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 108 年底，共計協助跨國合作製作影片計 865 部。跨國合作對象包括：印度、日本、美國、拉脫維亞、荷蘭、瑞典、西班牙、德國、法國、英國、比利時、中國/香港、韓國、新加坡、泰國、菲律賓、馬來西亞、立陶宛、波多黎各、俄羅斯、澳洲、加拿大、紐西蘭、伊朗、智利、印尼、義大利、以色列、阿根廷、奧地利、葡萄牙、波蘭、捷克、越南、墨西哥等共 35 個國家。(中國、香港算一個國家)。

- (2) 108 年度協助跨國合製影片共計 94 部，包含電影 23 部、電視劇 8 部、廣告 20 部、MV 16 部、短片 4 部、紀錄片 1 部、其他 22 部。

3. 申請項目施行難度增加

- (1) 自民國 97 年至民國 108 年協助拍攝製作共計 1 萬 7,106 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，民國 108 年 1,740 申請項目。

- (2) 民國 108 的 1,740 個申請項目中，協尋及申請場景共 1,384 項；道路使用及車輛相關協助共 244 項；其它製作協助共 62 項；特殊協助項目共 50 項。其計算如下：

A. 協尋及申請場景：共 1,384 項

- (A) 市有房舍或場地計 686 項。
- (B) 私有房舍或場地計 48 項。
- (C) 國有場地計 144 項。
- (D) 醫療院所計 38 項。
- (E) 學校計 49 項。

(F)眷村或老式社區計 166 項。

(G)公園計 158 項。

(H)警察局及派出所（消防局）計 95 項。

B.道路使用及車輛相關協助：共 244 項

(A)道路封閉及拍攝使用之申請計 80 項，其中道路封閉 45 項，道路工作區使用申請 35 項。

(B)停車場拍攝申請計 63 項。

(C)捷運—含車廂及站臺申請計 52 項。

(D)警車申請計 8 項。

(E)水車(消防車)申請計 3 項。

(F)救護車申請計 1 項。

(G)公車—含公車亭申請計 32 項。

(H)火車及高鐵申請計 5 項。

C.其它製作協助：共 62 項

(A)勘景導覽計 11 項。

(B)協助尋找特殊道具及器材計 27 項。

(C)協尋演員排練場地計 20 項。

(D)工作人員推介計 2 項。

(E)協助造景計 2 項（例如：延長路燈）。

D.特殊協助項目：共 50 項

(A)協辦簽證事宜計 1 項。

(B)尋求資金協助計 2 項。

(C)協尋製作公司計 2 項。

(D)其他影片畫面借用計 1 項。

(E)跨局處協調會議計 34 項。

(F)特殊拍攝許可計 10 項。

4.特殊之協拍案例

(1)本會與 **HBO Asia** 共同投資之影集**臺北愛情捷運**系列第二季《戒指流浪記》，由北村豐晴執導，演員宥勝、林予晞擔任男女主角。描述捷運遺落的一只戒指串起七個浪漫的愛情故事。因劇情需大量於捷運拍攝，透過本會和臺北捷運公司溝通、技術會議，成功完成於古亭、新莊、南勢角、信義安和等捷運站、捷運遺失物中心、文湖線包車、爵士廣場、北投捷運機廠、捷運警察局、南方之星廣場、銘傳國小、洛陽停車場，及希望廣場等場地協拍。預計 109 年下半年於 **HBO Asia** 旗下 23 個亞洲地區的頻道、網路平臺，及隨選視訊服務播

出。

(2)億萬票房導演程偉豪最新軟科幻犯罪類型片《移魂》，由張震、張鈞甯、李銘順領銜主演。故事設定在 118 年近未來的臺灣，經兩個月的努力協調首次申請到隸屬中研院之國家生技園區當作未來警察分局；而建國高架橋管制拍攝亦在策劃 1 個多月後召開跨局處會議，並尋求高公局意見，才完整妥善規劃並完成拍攝；同時也協助申請並順利完成士林地方法院、中山分局、臺北地方法院、臺北地檢署、世貿公園、市政府捷運站、建國高架道路管制等拍攝。預計 109 年秋季上映。

(3)重現 80 年代鉅片《刻在你心底的名字》，由瞿友寧監製、柳廣輝執導大規模製作的電影。為呈現前總統蔣經國先生逝世謁陵的歷史畫面，劇組於大直忠烈祠外北安路道路管制拍攝。透過召開跨部會及局處包含國家安全局、海軍司令部、憲兵指揮部、本市警察局、警察局中山分局、交通局、環保局等共 15 個單位協調支援，在極短時間內協調發文、執行、拍攝等，並借調拒馬及三角錐，劇組亦動員逾 1,000 人的臨時演員助陣，歷時 12 小時，順利完成解除戒嚴時期的 80 年代拍攝工作。

(二)人才培育及專業訓練

1.全國最高獎金微電影大賽 2019「MOD 微電影暨金片子創作大賽」，與中華電信、愛爾達持續合辦，並擴大賽事規模，納入協辦單位信義房屋，增設「社區一家紀錄片獎」及「社區一家紀錄片合作獎」兩個特別獎項，總獎金提高至新臺幣 490 萬元，本屆特別邀請第 55 屆金馬獎最佳女主角謝盈萱擔任活動代言人暨頒獎大使，徵件期間自 5 月 21 日(二)至 9 月 1 日(日)，總計 309 部參賽作品，11 月 2 日(六)於光點華山電影院辦理長達 12 小時入圍影展，播映 49 部優秀作品，共 358 人次觀影。11 月 27 日(三)頒獎典禮，共 49 組劇組團隊出席、逾 179 人參與，本屆首獎及獎金 100 萬元由張庭瑋執導的《宛如煙火》奪得，中華電信合作獎及獎金 100 萬元則由洪冬人《聖誕快樂》獲得。

2.全球華人劇本第十一屆「拍台北」電影劇本徵選活動，為激勵創作者踴躍投件，總獎金從 39 萬提高至 60 萬元，徵件期間自 5 月 29 日(三)至 7 月 29 日(一)，共徵得 131 件參賽劇本，有來自法國、香港、緬甸、馬來西亞、廣東、上海等跨國創作者踴躍投件，相較上一屆 60 件，足足成長近 120%！本屆金劇本獎由楊慈露《貪婪演算法》奪得；銀劇本獎得主為尤以青、馬克明、王加安、周克威合著作品《限乘一人》；銅劇本獎共三名，分別為盛華婕的《顏值自造機》、馮勃棣的《日全蝕》及黃偉烈、

許芝菁合著的《老嫁妝》。本屆更特別結合「台北影視音人才媒合會」活動，於 10 月 30 日(三)假松山文創園區辦理頒獎典禮，讓得獎作品有機會尋得合適製作方與投資方，拍攝製作成電影、搬上大銀幕。「拍台北」電影劇本徵選活動自開辦以來，已成功促成多部獲獎劇本翻拍成電影，如近年上映之國片《共犯》、《帶我去月球》、《藍色項圈》等，及於國內外得獎不斷之電視電影《再見女兒》、正製作中的《小春與豬排》、《搜查瑠公圳》同樣來自本活動得獎劇本，還有多部得獎作品受到影視公司青睞並已簽約製作中，足見本活動已日臻成熟並獲得肯定。

3. **最高場次媒合影視動畫人才「2019 臺北影視音人才媒合會」**，除延續第一屆大受歡迎、極為熱絡的劇本媒合會外，另加入動畫及特效單元，報名期間自 6 月 21 日(五)至 7 月 21 日(日)，共收到 141 名創作者投件報名，經評審遴選最後出劇本創作者及動畫特效創作者各 22 名，於 9 月 3 日(二)、9 月 4 日(三)辦理媒合會前工作坊、10 月 30 日(三)開幕式暨劇本媒合會、10 月 31 日(四)動畫特效媒合會與「拍台北」電影劇本媒合會暨閉幕交流茶會，2 天媒合會活動共有 55 家影視公司參與並促成近 310 場會談，期待透過本媒合平臺的辦理讓劇本及視覺藝術創作者們與製作方、投資方接軌，進行產業整合，共同製作出更多優質作品。

4. **李安、威爾史密斯現身擔任「2019 台北電影學院」講師**，本屆除延續「國際製片工作坊」、「國際動畫視效講座」，並首次辦理「韓國商業電影講座」、「美術設計講座」、「VR 國際論壇」更加碼提供學員 VR 體驗課程、及與法國在臺協會合辦「法國獨立電影講座」等專業課程。「大師講座」特別邀請到金獎導演李安、好萊塢製片傑瑞·布洛克海默分享「雙子殺手」電影製作經驗，參與學員迴響熱烈；以及「迪士尼動畫講座」由《冰雪奇緣 2》故事指導總監馬可·史密斯分享動畫製作經驗，總計 8 大課程 21 位講師，總參與人數高達 1,537 人次。值得一提的是本次「國際製片工作坊」有 5 個企劃案入選第 56 屆金馬創投，《莎莉》企劃案更一舉囊括百萬首獎、滿滿額創意獎以及鏡文學劇本獎三大獎項、《徘徊年代》則獲得次高獎金之曼迦紀念獎；且經由「國際製片工作坊」講師評選為「最佳潛力製片」的《瓦蒂》(WATI) 製片李怡德，更經由本會與鹿特丹影展合作促成該製片參加「2020 鹿特丹影展製片人才培育工作坊」，為本屆台北電影學院交出一張漂亮的成績單。

5. **全國影視科系最佳職前訓練「2019 製片深耕計畫」**，延續校園巡迴講座方式分享影視協拍經驗，自 9 月 25 日(三)於敦南誠品舉辦開幕典禮，邀請臺灣電影三大重量級監製李烈、葉如芬及李耀華分享製片經驗，為本年度校園深耕計畫揭開序幕，並邀請業界專業製片至國立臺灣藝術大

學、國立政治大學、輔仁大學、銘傳大學、淡江大學、中國文化大學、國立臺北藝術大學、世新大學等 8 所大學相關系所進行校園專題講座，並於 10 月 26 日(六)於三創生活園區辦理閉幕講座，總計 10 場巡迴講座，參與學員達 780 名。期許擴充學生對於整個影視產業更大的格局思考，及開啟產學合作的起點，讓學生提早接頭業界狀況。

(三)影視宣傳及行銷

1.合作宣傳影片 行銷臺北城市

(1)民國 108 年合作行銷協助影片計 27 部，全臺票房累計約 4 億 6,735 萬餘元，其中臺北市票房約 1 億 6,372 萬餘元，包含 108 年國片票房冠軍《返校》。

(2)民國 108 年合作行銷包含 22 部電影《大三元》、《瘋狂電視臺瘋電影》、《乳·房》、《老大人》、《我的第一任》、《樂獄》、《日落之前》、《我的青春都是你》、《灼人秘密》、《緝魔》、《下半場》、《第九分局》、《最乖巧的殺人犯》、《致親愛的孤獨者》、《返校》、《盲人律師》、《聖人大盜》、《陽光普照》、《傻傻愛你，傻傻愛我》、《那個我最親愛的陌生人》、《大餓》、《我的靈魂是愛做的》；及 5 部電視劇《我們與惡的距離》、《魂囚西門》、《噬罪者》、《浮士德遊戲 2》、《通靈少女 2》共 27 部影視作品。

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。為有效達到行銷宣傳多項業務，迄今已陸續印製出版品：影委會中、英文業務手冊《台北拍電影：優惠辦法》、《拍台北：電影人》、《拍台北：影視勘景指南》、《拍台北：電影演員》、《10 年拍台北》等出版品，系列書籍兼具實用性及設計感，如實呈現影委會服務成果及業務功能，廣受國內、外影人喜愛

為擴展影委會勘景協拍業務發展，提供最新場景資訊予國內外影人，民國 108 年更新彙整拍攝場景資訊編輯出版 2019《拍台北：影視勘景指南》第六版，統整臺北市內適於影視拍攝的 164 個場景及相關資訊，視覺呈現則強調圖片為主，呈現臺北市豐富多樣的面貌，可作為前往國內外影展時向國際製片公司、劇組推薦至臺北拍攝的最佳工具書，以吸引更多國際影視劇組來臺拍攝。

3.連結官網等網路媒體宣傳行銷影視產業

民國 108 年包含採訪本會所主、協辦之影視宣傳活動及活動說明共 41 則，本會官網亦提供影視新聞近況報導，包括合作行銷國片的最新消息、

國片產業動態觀察、協拍幕後花絮等，此部分改寫、上稿、撰稿共 54 則，上述總量 95 則新聞稿均於官網露出。

(四)國際交流事務

1. **參與亞洲電影投資會(HAF)之香港國際影視展**，香港國際影視展是目前亞洲華語區規模最大的國際影視展覽會，本會此次於影展期間設立攤位，旨在推廣北市協拍服務及「臺北市國際影視攝製投資計畫」，並宣傳獲得投資的五部國際合製片，本會除參加香港亞洲電影投資會外，並參與 22 場正式洽談會議，對象包括：札幌電影委員會、東京電影委員會、法國在臺協會、亞洲電影委員會、菲律賓電影委員會、香港國際電影節以及富川奇幻影展等，與國際影視單位洽談交流合作，希望藉由本會豐富的影視協拍經驗與完善的行政資源，能吸引更多國外優秀團隊，前來臺北市取景拍攝，並協助於臺北拍攝之國片宣傳，期望為臺灣的影視產業帶來更大的經濟效益。
 2. **推廣臺灣新媒體與影視科技之法國坎城影展暨電影市場展**，本會於市場展設立攤位，旨在宣傳「臺北市國際影視攝製投資計畫」、推廣臺北市景點及本會協拍服務、宣傳台北電影學院培訓人才之業務成果等，以吸引更多國際劇組來臺拍攝，並致力推薦宣傳臺灣優秀的電影、演員、影視從業人員及公司。
 - (1)與宏達國際電子股份有限公司（HTC）VR 內容中心攤位合作推廣，其在現場展示最新 VR 放映設備及自製內容，吸引絡繹不絕的人潮至攤位上洽訪，落實本會推廣 VR 電影產業發展。
 - (2)與新媒體創作者黃心健老師之攤位合作推廣，黃心健獲得坎城「導演雙週」的邀請，展出三部互動式體驗作品，本會提供攤位合作宣傳以及協助安排國際媒體專訪及露出，在本會的大力介紹下，國際知名媒體《Screen International》更在坎城期間登出黃心健的專訪，除實質幫助臺灣創作者，也提升本會在國際影壇上的形象與能見度，本會也因此於「導演雙週」官方網站上被標註為合作夥伴，正是最佳互惠宣傳案例。
- 本會此次共計進行 32 場正式洽談會議，對象包括：佛萊明大區影委會、法國國家電影中心、法國國家電影委員會、歐洲視聽觀察中心、荷蘭電影委員會以及奧地利電影委員會，並透過參與交流活動及論壇，除希望吸引更多外國劇組來臺拍攝，並與國際重要影視單位建立長期的網絡關係，拓展未來更多國際交流的合作機會。
3. **宣傳投資計畫及洽談潛力案件之上海國際電影節**，本會為吸引國際影視團隊來臺取景拍片及推廣「臺北市國際影視攝製投資計畫」，派員參加

電影項目創投，主動約談今年入圍的創投項目，總計參加 4 場論壇及 11 場正式洽談會議，對象包含來自法國、馬來西亞、新加坡、巴西、日本、韓國、臺灣、香港及中國等地之導演、編劇與製片公司團隊，評估參與本會投資計畫的發展潛能。本次參展的目的除宣傳投資計畫，更積極開發有潛力可發展性的項目，除實地瞭解國際影人對本計畫立即反饋，更能準確掌握現今國際電影產業市場的發展趨勢，進而推動臺北市成為國際製片的投資影視基地。

4. **臺日影視合作新里程碑之臺北-札幌影視合拍簽約交流會**，6 月 18 日(二)於臺北君悅酒店舉辦，會中與札幌產業振興財團—札幌電影委員會執行長酒井裕司簽署影視合作備忘錄，兩會正式宣布未來雙方影視合拍互惠策略，提供兩地影視產業、人才相互交流之平臺，並創造更多臺日影視在臺北及北海道拍攝機會，希冀吸引更多國際電影工作業者將臺北市列為合作拍攝城市首選，促進跨國合作契機。本交流會出席貴賓包括日本臺灣交流協會新聞文化部部長松原一樹及主事青山沙織、臺灣公共廣播電視集團董事長暨華視董事長陳郁秀、監製邱瓏寬與演員林美秀、電影《越年》導演郭珍弟與演員邱志宇等，共同見證臺日影視合作邁進另一重要里程碑。相信透過影視合拍備忘錄的簽署，未來將可提供兩地取景之劇組更多實質上的投資、拍攝協助與宣傳。
5. **臺北入選 5 部獲獎 1 部之「亞洲奇幻電影創投會」**，挑選臺灣作為本屆的焦點國家並與本會合作，並促成 5 部臺灣電影企劃案入選創投會，更舉辦臺灣作品推介會、臺灣之夜酒會，更邀請本會總監饒紫娟擔任臺灣韓國合製片論壇的主講者之一。5 部入選的臺灣作品為：張訓璋導演的《乩身：踏火伏魔的罪人》、林立書導演的《破處》、鄧仲謀導演的《售命》、柯孟融導演的《咒》及鏡文學的《紅星孤旅》。其中，《乩身：踏火伏魔的罪人》在創投會閉幕頒獎典禮上，獲得 DHL 贊助的 500 萬韓元現金獎。本會總計參加 13 場正式會議及 2 場論壇，也藉由這個國際交流平臺，以及一對一的項目會議中，向國際影視製作單位介紹並推廣「臺北市國際影視攝製投資計畫」。
6. **與釜山電影委員會簽屬影視合作備忘錄之「亞洲電影市場展及亞洲影視媒合會議」**，本會於市場展設立攤位，行銷宣傳臺北市景點、協拍服務及國際影視攝製投資計畫，並推廣臺灣電影從業人員及演員，吸引大量參展者至攤位詢問，總計參加 29 場正式會議、8 場交流活動及 1 場論壇。本會總監饒紫娟作為亞洲電影委員會副主席，提供本市國際拍攝優惠計劃供大會會員參考，促進亞洲影視產業交流合作。本會更於市場展期間舉

辦「臺北-釜山影視合拍簽約交流會」，透過與釜山電影委員會資源分享、技術與人才交流希望藉此創造更多跨國合製的機會，此交流會吸引超過百位國際影人共襄盛舉。

7.與數字王國確立合作 2020 年台北電影學院之「美國電影市場展」，本會於市場展期間設立攤位宣傳本市拍攝場景、協拍服務及推廣國際影視攝製投資計畫，參訪期間與美國製片公會 PGA、Intel Studios 英特爾片場、Digital Domain 數字王國等單位確立 2020 年台北電影學院合作事宜，並持續與各國影委會交流資訊並建立長期合作關係。本會總計參加 17 場正式會議及 2 場論壇。

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 萬元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) 國際影視攝製投資計畫成果亮眼

1.107 年獲投資案件中第一件完成之影片為與新加坡合製電影《熱帶雨》，入圍第 56 屆金馬獎最佳劇情長片、最佳導演、最佳女主角、最佳男配角、最佳原著劇本等 6 項大獎，並由女主角楊雁雁獲得金馬最佳女主角獎。該片並接連獲得平遙國際電影展、倫敦東亞電影節等逾 17 個國際影展之入選肯定，顯見投資成果已逐漸展現。

2.108 年投資案件包含：與寬銀幕電影公司合製賽車為主題的《速命道》、與花千樹電影公司合作改編自日本知名小說《越年》的臺日合製電影《日安，愛情》、與巧克麗娛樂合製已實現龐大商業價值的電影《角頭》系列作品《角頭前傳：回頭太難》、與公共電視合製臺灣首部歷史大河劇《魁儡花》、與晴天影像、HBO Asia 合製具行銷臺北城市觀光魅力的影集《臺

北愛情捷運 2-戒指流浪記》、與文達文創、FOX 福斯傳媒集團聯合出品以華人知名歌手鄧麗君經典金曲發展而成的故事《愛的廣義相對論》(原名:《鄧麗君電影影集-愛憶時刻》)等多部影視作品。本次獲得投資案件之導演及作品均潛力十足,希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,達到國際資金、臺灣製造、全球市場的目標。

台北電影節

一、台北電影節

(一)本屆規劃主軸

以「堅守台灣電影主場」、「引介國際電影新潮」為目標的台北電影節,在臺灣眾多影展中發展出鮮明特色,成為新銳導演和國片曝光造勢的最佳平臺。

台北電影節持續引進豐富多元的影視及 VR 作品,擴大影迷的觀影經驗,藉由活動、講座及「電影正發生」等特別企劃,深化與電影人和產業的溝通,帶領觀眾穿梭電影產業的幕前幕後,累積廣泛與深入的視角。

第二十一屆台北電影獎對入圍與評審制度進行重大改制,增加與明確化個人獎項入圍名單,給予幕後工作人員及演員精神與實質上的鼓勵,強化與臺灣影人的緊密連結。

(二)本屆重要績效

第二十一屆台北電影節於民國 108 年 6 月 27 日(四)至 7 月 13 日(六)完成辦理,為期 17 天的影展,放映來自世界各國多達 108 部、1607 場次的影片,票房收入 580 萬元,觀影人數達 3 萬 7,351 人次,參展國際外賓 55 人,推廣活動場次 175 場,活動總參與人數 5 萬 6,296 人次,頒獎典禮直播觸達人數 140 萬 184 人次。

在 MOD、數位平臺百家爭鳴的情況下,全球各地的影展觀眾觀影逐漸被影響。為了讓觀眾買票親臨影展現場,除了節目內容要豐富多元,更要以特別的活動創造「事件性」,讓影迷的參與提升至獨特的體驗。例如延續 106 年度設立的「電影正發生」單元,今年以電影剪接為主題,為期兩天的講座與論壇,邀請香港、臺灣、泰國的剪接高手現身說法,講述類型影片、紀錄片、獨立製作等不同風格的製作需要佐以什麼樣的剪接「刀法」。

為了彰顯 VR 在國際影展之間改變影像敘事生態的趨勢,延續上年度「電影正發生:VR」,今年以 VR 單元的設立延續對跨媒體敘事創作的關注,並特別以互動式作品為重點介紹項目,搭配主題講座與論壇,邀請國際製片、

導演、特效後製代表、法國電視臺（公部門）投資方代表、國內配樂者等等分享創作經驗與過程中遇上的挑戰。

國際影人邀請側重國際新導演競賽各入選影片代表、電影正發生講師、VR單元來賓、焦點影人、中國 80 後單元影片導演與幕後團隊代表等等。邀請影人出席映後 QA、講座或專題論題，創造影展現場的「事件性」與「不可複製性」。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 30 個長片企劃。台北電影節期待透過持續舉辦工作坊，培育出具有專業能力、逐漸能在本地及國際知道如何進用及取得資源的下一代製片及創作者，在具侷限性的本地或西進籌資選項外尋覓其他可能。

國際提案一對一工作坊入選企劃		
提案名稱	導演	製片
《南方時光》 (Beautiful Days in the South)	曹仕翰	王藝樺
《邊境》(The Border)	鄭雅之	謝奕柔
《囍》(Delight Delight)	于瑋珊	林宥倫
《那麼遠，這麼近》(The Hole)	藍憶慈	高珈琳
《獵人兄弟》(Hunter Brothers)	蘇弘恩	陳東輝
《瓦蒂》(Wati)	廖川瑩	李怡德

(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		
106	49	65	48	131	293	509	802
107	46	54	51	160	311	553	864
108	47	70	43	199	359	610	969

台北電影獎的報名數量為 359 部，創下了歷屆徵件數量的高峰，四種類別中短片、紀錄片兩類數量有明顯的增長。

今年電影獎頒獎典禮的轉播收視亦創歷年新高，顯見台北電影獎已成為影人和觀眾心目中榮耀國片的重要舞臺。

國際新導演競賽是台北電影節另一重要競賽項目，今年有 610 部影片報名角逐，大幅成長，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. 第二十一屆台北電影獎得獎、非正式競賽、會外賽得獎名單

獎項名稱	得獎影片、影人
------	---------

百萬首獎	《去年火車經過的時候》
最佳劇情長片	《老大人》
最佳紀錄片	《你的臉》
最佳短片	《去年火車經過的時候》
最佳動畫片	《當一個人》
最佳導演獎	蔡明亮/《你的臉》
最佳編劇獎	林浩溥/《3天2夜》
最佳男主角獎	小戽斗/《老大人》
最佳女主角獎	劉引商/《帶媽媽出去玩》、李亦捷/《野雀之詩》
最佳男配角獎	林鶴軒/《切小金家的旅館》
最佳女配角獎	黃嘉千/《老大人》
最佳新演員獎	蔡嘉茵/《大餓》
最佳配樂獎	坂本龍一/《你的臉》
最佳剪輯獎	解孟儒/《人面魚 紅衣小女孩外傳》
最佳攝影獎	周以文/《老大人》
最佳美術設計獎	黃勻弦/《當一個人》
最佳造型設計獎	陳漪/《切小金家的旅館》
最佳聲音設計獎	杜篤之、江宜真/《幸福城市》
最佳視覺效果獎	夢想動畫/《狂徒》
最佳藝術貢獻獎	洪昱顥/《狂徒》

【非正式競賽項目】

獎項名稱	得獎影片、影人
觀眾票選獎	《前進》/財團法人公共電視文化事業基金會
媒體推薦獎	《未來無恙》/大照國際影像有限公司
楊士琪卓越貢獻獎	陳俊志

【會外賽項目】電影行銷獎

獎項名稱	得獎影片、影人
最佳海報獎	《人面魚 紅衣小女孩外傳》/JL DESIGN
最佳預告片獎	《誰先愛上他的》/王大其
最佳電影行銷獎	《誰先愛上他的》/親愛的工作室、美商華納兄弟股份有限公司臺灣分公司

【會外賽項目】尚映電影製作保險短片獎

獎項名稱	得獎影片、影人
尚映電影製作保險短片獎	《肇事者逃逸》/王威翔

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	《蘿莉破壞王》/諾拉·芬沙伊特 Nora FINGSCHEIDT
評審團特別獎	《我們與愛的距離》/金寶拉 KIM Bo-ra
觀眾票選獎	《大餓》/謝沛如 HSIEH Pei-ju
特別提及獎	《邊境幻夢》/普帝邦·阿朗潘 Phutti Phong AROONPHENG

(四) 影展辦理說明

第二十一屆台北電影節影展單元

分類	單元
開閉幕及特別放映	<ul style="list-style-type: none"> • 開幕片：灼人秘密 • 閉幕片：地久天長 • 特別放映：傻傻愛你，傻傻愛我、陪你很久很久、颱風
競賽單元	<ul style="list-style-type: none"> • 台北電影獎 • 國際新導演競賽
觀摩單元	<ul style="list-style-type: none"> • 未來之光 • 明日·臺灣 • 亞洲稜鏡 • 當代精選 • 怪奇物語 • 異境真實 • 作者視角 • 焦點影人 • 特別回顧 • 經典重現
專題策劃	<ul style="list-style-type: none"> • VR 全浸界 • 電影正發生-剪輯

其中「亞洲稜鏡」單元特別設立一年度子單元「中國 80 後」，介紹極具發展潛力的中國後起之秀，看來自中國的獨立創作者如何突破商業市場框架，在多元的敘事風格下述說自己的故事。

來自印尼的嘎林·努戈羅和導演與泰國的剪接大師利·查泰米提古為今年的焦點影人。前者創作題材豐富多元，關注印尼的殖民歷史、共同記憶以及特有的風土人文，善於運用印尼獨有的民族歌謠與舞蹈元素，揉合劇場的創作形式，帶來充滿能量的影像語言。2017 年曾選映其前作《來自爪哇的女人》，在其甫獲威尼斯影展地平線單元肯定的最新作品《我身記憶》帶領下，選映嘎林導演各時期與不同創作類型中各代表作品。

泰國影人利·查泰米提古不但曾於 2014 年以《愛情多年後回來》角逐國際青年導演競賽（現行「國際新導演競賽」），純熟的剪接技法，更為許多風格各異的電影巨匠與新導演提煉出獲獎無數、廣獲好評的作品。搭配今年

「電影正發生：剪接」單元，首次以剪接師為專題人物策劃主題，選映其擔任導演、剪接、編劇的作品。藉由來自印尼與泰國的兩位影人專題來凸顯台北電影節近年來關注東南亞生猛的創作活力。

為紀念影壇上不可多得的電影創作女性先鋒——安妮·華達，以近五年鮮少機會能在大銀幕上欣賞到的作品為前提，由創作生涯各時期擷取代表作品，像是紀錄影片《達格雷街風景》、創作概念密不可分的作品：《千面珍寶金》與《功夫大師》，體現創作者對於「時間」概念的《五點到七點的克萊歐》，以及自我回顧過往創作生涯的《安妮華達 最後一堂課》等等。紀念這位影響後繼才輩甚鉅的重要影人。

(五)活動列表

日期	項目	活動名稱
5月17日(五)	記者會	台北電影獎入圍記者會
5月24日(五)	展前放映	展前京站放映活動
6月02日(日)	展前放映	Gf。Bf。TFF 紅樓電影院
6月12日(三)	焦點講座	台北電影節 X Aesop 講座
6月15日(六)	展前造勢	選片指南
6月21日(五)	焦點講座	當我們談及紀錄片，我們討論的是
6月24日(一)	記者會	鑽探東南亞熱帶創作力
6月27日(四)	記者會	開幕片記者會
6月27日(四)	交流派對	開幕酒會
6月28日(五)	品牌合作	仕高利達行動酒吧
6月28日(五)	周邊活動	非常新人 - 孫可芳
6月29日(六)	焦點講座	電影正發生:利。查泰米堤古
6月29日(六)	品牌合作	Aesop 香氛場(波米叔叔的前世今生)
6月29日(六)	焦點講座	電影正發生:李念修
6月29日(六)	焦點講座	正在拍片的我:2019 臺灣電影人
6月29日(六)	品牌合作	影癡俱樂部(邊境幻夢)
6月29日(六)	品牌合作	仕高利達行動酒吧
6月29日(六)	周邊活動	非常新人 - 管麟
6月30日(日)	焦點講座	電影正發生:李棟全
6月30日(日)	焦點講座	我的經紀學:從投資到操盤
6月30日(日)	品牌合作	仕高利達行動酒吧
6月30日(日)	周邊活動	非常新人 - 林子熙
6月30日(日)	焦點講座	電影正發生:論壇
6月30日(日)	焦點講座	鏡文學之夜
7月01日(一)	交流派對	泰國之夜
7月01日(一)	品牌合作	Aesop 香氛場(厭世女傭日記)
7月01日(一)	映後座談	《厭世女傭日記》
7月01日(一)	映後座談	《一條鯰魚救地球》
7月01日(一)	品牌合作	HappyHour(哈根達斯 200)
7月01日(一)	焦點講座	利。查泰米堤古大師講座

7月02日(二)	品牌合作	影癡俱樂部(少女有點事)
7月02日(二)	品牌合作	HappyHour(巨匠 500)
7月02日(二)	交流派對	國新頒獎典禮暨交流酒會
7月02日(二)	周邊活動	非常新人 - 王肇陽
7月03日(三)	品牌合作	HappyHour(Uber300)
7月03日(三)	品牌合作	品酒會
7月03日(三)	周邊活動	非常新人 - 程予希
7月03日(三)	品牌合作	品酒會
7月04日(四)	周邊活動	非常新人 - 宋柏緯
7月04日(四)	映後座談	《乘客》
7月04日(四)	品牌合作	HappyHour(Uber200)
7月05日(五)	品牌合作	Aesop 香氛場(達格雷街風景)
7月05日(五)	品牌合作	HappyHour(阿嬤家 300)
7月05日(五)	焦點講座	中國 80 後世代導演論壇
7月05日(五)	品牌合作	影癡俱樂部(漫長的告別)
7月05日(五)	周邊活動	非常新人 - 蕭傳勳
7月06日(六)	品牌合作	影癡俱樂部(地下狂熱趴)
7月06日(六)	焦點講座	她的台北電影獎：2019 入圍影后
7月06日(六)	品牌合作	米森餐車
7月06日(六)	品牌合作	任高利達行動酒吧
7月06日(六)	品牌合作	HappyHour(米森餐車)
7月06日(六)	周邊活動	非常新人 - 陳好
7月07日(日)	記者會	台北電影獎評審記者會
7月07日(日)	焦點講座	VR 全浸界講座
7月07日(日)	焦點講座	他的台北電影獎：2019 入圍影帝
7月07日(日)	品牌合作	任高利達行動酒吧
7月07日(日)	品牌合作	HappyHour(好季 200)
7月07日(日)	品牌合作	影癡俱樂部(追殺導演)
7月07日(日)	交流派對	法國之夜
7月07日(日)	周邊活動	非常新人 - 王安琪
7月07日(日)	焦點講座	Garin 大師講座
7月07日(日)	品牌合作	Aesop 香氛場(索菲亞的夏天)
7月08日(一)	品牌合作	Aesop 香氛場(大地蜜語)
7月08日(一)	品牌合作	HappyHour(柏克金 500)
7月08日(一)	周邊活動	非常新人 - 謝章穎
7月08日(一)	品牌合作	影癡俱樂部(蒼冬裡)
7月09日(二)	品牌合作	HappyHour(好季 300)
7月10日(三)	品牌合作	HappyHour(巨匠 500)
7月11日(四)	品牌合作	HappyHour(山木島 200)
7月11日(四)	焦點講座	楊士琪卓越貢獻獎映後講座
7月12日(五)	交流派對	台北電影獎入圍酒會
7月13日(六)	頒獎典禮	台北電影獎頒獎典禮
7月13日(六)	交流派對	台北電影獎頒獎典禮暨交流酒會

(六) 出版品

1. 《第二十一屆台北電影節—專刊》2,800 本。

(七) 行銷宣傳

1. 媒體露出總表

A. 平面媒體：雜誌 (共 23 家)	文化快遞、iLook 電影雜誌、世界電影、Taipei Walker、愛女生、印刻文學、聯合文學、熟年誌、臺北畫刊、With 與妳時尚、La Vie 漂亮、明潮、時報周刊、週刊編集、廣告雜誌、GQ、ELLE 她雜誌、Vogue 時尚雜誌、瀟灑、鏡週刊、住宅美學、新活水、財訊
B. 平面媒體：報紙 (共 15 家)	TaipeiTimes 臺北時報、聯合報、蘋果日報、中國時報、自由時報、民眾日報、中華日報、臺灣新生報、更生日報、青年日報、旺報、人間福報、臺灣時報、工商時報、旺報
C. 網路媒體 (共 95 家)	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、鏡週刊、三立新聞網、asian paradise 亞洲樂團、match 生活網、上報、PChome 新聞、VOUGE、噓! 星聞、臺灣醒報、開眼電影網、聯合新聞網、TAVIS.tw、大紀元、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、臺視新聞、臺灣醒報、民視新聞、香港明報、men's uno、臺灣英文新聞 Taiwan News、香港 01、拍手、Variety 綜藝報、芋傳媒、beauty 美人圈、壹讀、雪花新聞、映畫臺灣、La Vie 行動家、尋夢娛樂、東網、AB 模板網、Bella 儂儂、電癮星聞、星島日報、Girl 愛女生、Jaynestars、KKnews、缺片網、8 視界、搜狐、NÜYOU、網易娛樂、VidaOrange 生活報橘、娛樂重擊、香港新聞網、民報、Screen Daily、女人迷、新唐人亞太電視、星娛樂、WATCH 365、財經時報、銀河網路電臺、SCOOP 獨家報導、TOPick、更生日報、銘報即時新聞、港生活、光明日報、hypesphere 狂熱球電影資訊網、人間福報、美麗佳人、八方新聞、妞新聞、車勢文化、新活水、ELLE、關鍵評論網、影禾娛樂、Giloo
D. 電子媒體 (共 13 家)	TVBS 臺、TVBS 新聞臺、八大第一臺、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、公共電視
E. 廣播媒體 (共 8 家)	飛碟聯播網、News98 電臺、POP Radio、教育廣播電臺、IC 之音、Bravo91.3、正聲廣播電臺、臺北廣播電臺
F. 網站、電子報及其他平臺	官方網站瀏覽人次：23,210,315 (101/7/22-108/7/28) FACEBOOK 粉絲人數：130,462 (98/10-108/7/28) Youtube 瀏覽人次：60,958,216 (99/3/9-108/7/28) Instagram 追蹤人數：5,925 (102/3/15-108/7/28)

2. 媒體露出比較

媒體	107 年	108 年	比較
報紙	15 家，232 則	15 家，260 則	-28 則
雜誌	18 家，31 則	23 家，30 則	+5 家，-1 則

電視	14 家，114 則	13 家，106 則	-1 家，-8 則
廣播	6 家，8 則	8 家，10 則	+2 家，+2 則
網路	83 家，753 則	95 家，1050 則	+12 家，+297 則
官方網站	造訪 21,935,429 人次	造訪 23,210,315 人次	+1,274,886 人次
Facebook 粉絲團	粉絲數 122,581 人次	粉絲數 130,462 人次	+7,881 人次
Instagram	追蹤 3,090 人次	追蹤 5,925 人次	+2,835 人次

(八)近三年量化資料分析

項目	106 年	107 年	108 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	144 部	203 部	108 部
	國片 40 部	國片 56 部	國片 51 部
	國片佔放映片數比例 27.77%	國片佔放映片數比例 27.59%	國片佔放映片數比例 34.6%
放映總場次	255	995(含 VR 場次)	1607(含 VR 場次)
票房收入	523 萬	538 萬	580 萬
總票數 (含售票、貴賓券)	46,051	41,984	41,616
觀影人數	39,854	36,676	37,351
外賓人數	114	120	55
推廣活動場次 (講座、論壇、電影市集、QA 等)	179	203	175
活動參與人數	65,278	89,966	56,296

1. 影展規模朝向小而美、精緻化、深度化的方向調整，108 年度調整邀片總數量，故放映片數較前一年減少 95 部，邀請外賓人數及映後 QA 與講座亦較前年減少，轉而透過行銷、活動、媒宣推廣與介紹，將宣傳效能發揮在每一部影片上，提高影院滿座率。
2. 108 年度放映場次中，其中 1344 場為 VR 全浸界單元，有別於 107 年度 VR 全浸界單元一場可同時有 10 位觀眾同時觀賞，108 年度單一場次放映只限一位觀眾觀賞，故放映總次共增加 612 場。
3. 107 年度為台北電影節 20 周年，擴大舉辦系列活動，更與剝皮寮歷史街區西側共同合辦為期 6 個月的特展，故活動參與人數增加。108 年度則回歸影展正常規模與參與人數。
4. 因線上觀影平臺興起，逐漸改變觀眾觀影模式與習慣，故需順應潮流，改

變影展規模，深化與觀眾的溝通、拓展新的觀影族群，並適度調整售票方式，增加影院滿座率，故 108 年度票房收入較前兩年成長。

臺北表演藝術中心

一、臺北表演藝術中心運用管理及藝術推廣

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

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

(一)藝術扎根

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

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)劇場「大野狼好不一樣」與花栗鼠繪本館合作，於 6 月舉辦 2 場，除了聽大野狼的相關繪本故事，更改編自經典童話《小紅帽》的繪本進行劇情延伸，結合肢體律動與打擊樂體驗，讓大小朋友使用日常生活的物件製造各式聲響，一起參與並完成整個演出。此活動啟發孩子探索世界的好奇心，並從互動及遊戲過程中增進親子的情感交流，以及人與人之間的創造力。

(2)有距離，時刻都可以發生的理念，並讓更多人在日常生活中感受表演藝術的魅力，北藝中心與「白晝之夜」活動合作，呈現 2019 臺北藝術節演出《新人類計畫：預告會》的擴散計畫。2019「藝術擴散計畫-白晝之夜」-《新人類計畫-事件 No.1》以探索人類為前提，展出各類人類之超能力，並探索、發掘於現代時空之不可思議現象，透過解構魔術並重新拼接來達到「新神奇」之感受。

(3)邀請比利時「德爾克與費昂馬戲團」(d' irque & fien)，於臺灣戲曲中心大表演廳，帶來享譽國際的經典作品《飛天鋼琴》(Carrousel des Moutons)。以新馬戲的形式，結合音樂與特技，在騰空的鋼琴上，以幽默的方式完成倒立、跳躍等高難度動作，使大小朋友在驚奇、歡笑中享受表演。同時回饋社會及地方居民，讓更多人在日常生活中參與表演藝術，特別邀請士林區、北投區的學校及公益、社福團體欣賞演出，包括士林社會福利服務中心、北投社會福利服務中心、北投婦女暨家庭服務中心、士林社會福利服務中心委外單位友緣社會福利事業基金會、百齡國小、劍潭國小、明德國中、唐氏症基金會等，共計約 250 位大小朋友，一起加入這場夢境中的冒險，享受歡笑、音樂與樂趣。

名稱	時間	地點	參與人次	宣傳觸及人次
藝術擴散計畫-聲音小劇場「大野狼好不一樣」	6/1/(六) 6/15(六)	花栗鼠繪本館	20	5,557
藝術擴散計畫—白晝之夜<新人類計畫-事件 No.1>	10/5(六)	美提河濱公園	1,037	9,983
藝術擴散計畫--《飛天鋼琴》	10/25(五)- 10/27(日)	臺灣戲曲中心大表演廳	2,378	153,262

(二) 專才培育

創造提升專業工作者質量機會，完善支援團隊創作的環境。

1. 實習基地計畫：

以邀請學生參與實習的方式，加入場館營運團隊實務工作，幫助學生在步出校園前，實際了解表演藝術產業的運作，拉近產學之間的距離，期待成為學術及表演藝術產業的互助平臺。108 年總計錄取 33 位。各期實習人次分別為：4 月至 6 月 12 位報到，含行銷組 5 位、技術組 2 位、研發組 3

位、節目組 2 位；7 月至 9 月有 17 位報到，含行銷組 4 位、技術組 3 位、服推組 3 位、節目組 7 位；10 月至 12 月有 10 位報到，含行銷組 3 位、技術組 3 位、服推組 1 位、節目組 3 位。

2. Party Talk 藝文工作者交流活動：

針對藝文工作者所關心的議題和現況，營造輕鬆交流的環境，進行經驗及意見交換，創造交流及拓展人脈網絡的場域，同時也活絡臺北試演場的使用與推廣。一年 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 108 年進行了 1 月 29 日(二)《團聚之夜》、3 月 27 日(三)《皮蛋豆腐的想像》

場次，4月30日(二)《寵物看表演》，5月28日(二)《從公益到共融之三明治工》及6月25日(二)《策展大小事—2019臺北藝術節玩什麼？》，7月30日(二)《藝穗換換看》、8月19日(一)《2019布拉格劇場設計四年展解密》、9月24日(二)《從0到0.99青藝盟藝術陪伴青少年之路》、10月29日(二)《重新尋找生活與創作的歷程-60+表演及創作工作坊分享》、11月15日(五)《小樹苗回娘家》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，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。志工可從舉辦的活動如記者會現場參與、佈展、演出前臺、特殊工作坊等參與，民國108年的志工人數為130人(新志工人數78人、舊志工人數52人)，服務時間自6月29日(六)起至9月8日(六)止，總服務人次達155,422人次。

4. 音樂劇人才培訓計畫：

計畫始於105年，108年持續辦理第4屆音樂劇人才培育，計畫架構分成創作和表演工作坊，表演工作坊又細分為表演組和導演組。創作工作坊於8月6日(二)至8月25日(日)舉行，上課及呈現地點皆為大稻埕戲苑，報名人數72人，最終錄取人數為18人，學習呈現於8月25日(日)舉行，共計一場，觀眾人數95人。

表演工作坊於8月30日(五)日至9月22日(日)舉行，上課及呈現地點皆為文山劇場。延續「音樂劇人才培訓計畫」的效益與能量，同時導入演出和製作思維，表演組報名人數169人，最終錄取24人，導演組報名人數37人，最終錄取12人，學習呈現於9月21日(六)及22日(日)進行3場呈現，觀眾參與人次213人。

108年委託107年度創作工作坊學員呂筱翊、葉修顯製作音樂劇《鬼母病棟308》，由7名歷屆表演工作坊學員擔綱演出，於9月13日(五)至15日(日)於西門紅樓進行共計4場演出，觀眾參與人次334人。為使工作坊學員能有專項進階訓練之機會，於11月7日(四)至9日(六)舉辦舞蹈進階工作坊由韓國Art Revolution劇團編舞老師鄭皓準指導，歷屆學員總計參與8位，最終呈現於11月9日(六)於青少年發展處舉行1場，觀眾參與人數共計235人。

名稱	時間	地點	參與人次	宣傳觸及人次
實習基地計畫	4-6月、 7-9月、 10-12月	臺北試演場及其他 活動相關場域	39	-

PartyTalk 藝文工作者交流活動	1/29 (二)、 3/27 (三)、 4/30 (二)、 5/28 (二)、 6/25 (二)、 7/30 (二)、 8/19 (一)、 9/24 (二)、 10/29 (二)、 11/15 (五)	臺北試演場、柏林廢墟、在她家、表盟藝文沙龍、空總 C-Lab、華山文創園區	280	77,925
志工培訓	5/19 (日)	臺北試演場	78	12,198
音樂劇人才培訓計畫-表演工作坊	8/30(五)-9/22(日)	文山劇場	213	105,406
音樂劇人才培訓計畫-創作工作坊	8/6(二)-8/25(日)	大稻埕戲苑	113	42,988
音樂劇人才培訓計畫-委託製作音樂劇《鬼母病棟 308》	9/13(五)-9/15(日)	西門紅樓	334	26,795
音樂劇人才培訓計畫-舞蹈進階工作坊	11/9(六)	青少年發展處	235	6,792

(三)國際交流

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

1. 菲律賓馬尼拉國際表演藝術交易會 (Manila International Performing Arts Market-MIPAM x CREATE PH)：9 月 19 日(四)至 9 月 21 日(六)

108 年適逢亞太表演藝術中心協會年會 (Association of Asia Pacific Performing Arts Centers, AAPPAC) 於馬尼拉盛大舉行，也是菲律賓文化中心 (Cultural Center of the Philippines, CCP) 落成五十周年。藉由參與此一東南亞表演藝術市集的機會，瞭解菲律賓當代表演藝術現狀，同時也向與會人士分享北藝中心辦理亞當計畫的經驗，增進二城市間表演藝術活動的交流，並且發掘潛力藝術家及跨國合作計畫，以及期望未來發展共製作品的可能性並建立合作夥伴關係。

2. 首爾表演藝術市集 (PAMS)：10 月 7 日(一)至 10 月 11 日(五)

由 Korea Arts Management Service (KAMS) 主辦，為韓國最具代表性的當代表演藝術平臺。108 年北藝中心以受邀貴賓 (觀察員) 身分參與，透過官方安排的各項活動，介紹北藝中心及其執行的各項計畫，同時與韓國的場館、團體和藝術家接觸，藉此擴展中心在韓國的觸角，並尋找潛在的合作夥伴。

3. 曼谷國際表演藝術年會 (Bangkok International Performing Arts Meeting, BIPAM) : 10 月 16 日(三)至 10 月 21 日(一)

由民間組織所發起的曼谷國際表演藝術會議 (BIPAM)，成立短短兩年便異軍突起，成為泰國，甚至東南亞地區，表演藝術領域最具代表性的國際年會之一。藉由參與此一東南亞表演藝術平臺的機會，瞭解泰國，甚至東南亞地區當代表演藝術現狀，也和與會人士分享北藝中心的策略理念及亞當計畫的策劃經驗，增進二城市間表演藝術活動的交流。

4. Art View 國際展演趨勢分享：4 月 12 日(五)、10 月 22 日(二)

北藝中心自成立以來，積極參與國際重要藝術組織活動及活動，一方面為了積極掌握表演藝術產業關心的議題及趨勢，另一方面則是建立與國際場館或藝術家的友好關係，進一步尋求跨國館際合作及共同製作的機會。這些從國際帶回來的見聞與第一手資訊，就在「Art View—國際新視野」活動中分享給國內的藝文工作者與藝術家。「Art View」於本年度舉辦 2 場次，4 月份邀請 6 位分享者來說明所屬組織所推動的計畫，或自身參與國際活動的經驗，期待能促進各方資訊互惠，內容包含「湄公河文化中心：藝術、文化與永續發展」，「表演藝術協會及獎助計畫」，「在南方的獨立藝術節，多難？」，「亞洲製作人平臺：獨立製作人支持與共製的開端」，「亞洲當代馬戲發展及亞洲馬戲網絡」，「香港西九文化區東大門—戲曲中心」；10 月邀請的 4 位講者均擁有不同劇場專業背景，不僅分享了馬尼拉藝穗節和大稻埕國際藝術節，也分享中國音樂劇的舞臺管理之道。希望透過國際交流的經驗分享，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. 2019 Camping France :

北藝中心 106 年起與法國國家舞蹈中心(Centre National de la Danse, CND)簽署合作意向書，開始進行場館合作，107 年於 CND 舉辦「Camping」活動期間展開交流合作，為 108 年在臺灣舉辦的「Camping Asia」做準備。108 年也延續前一年的合作模式，在 6 月 CND 舉行「Camping」活動期間，合作項目包含臺灣藝術家工作坊及臺灣藝術家境外創作，增強北藝中心與 CND 的合作關係。臺灣藝術家工作坊由國內知名視覺藝術家余政達前往，開設關於錄像如何介入表演藝術的工作坊；臺灣藝術家境外創作的部分，則透過評選由張剛華與鄭宜蘋兩位藝術家前往 CND 進行境外創作，並參加「Camping」活動。

6. 2019 Camping Asia :

亞洲第一屆「Camping Asia」由北藝中心與法國國家舞蹈中心共同策劃，透過營隊形式，打破機構、藝術家、學院之間的疆界，實踐人才培育、國

際交流、跨領域對話的核心理念，並結合法國經驗，打造出具臺灣在地特色的 Camping，為亞、歐兩地的青年藝術家搭起橋樑，創造更全面性的互動方式，給予下一個世代的青少年更多元及啟發性的藝術環境，也為亞太地區的藝術生態建立了一個跨世代、跨領域、跨文化的交流網絡。

2019 Camping Asia 為期 12 天，結合表演藝術與視覺藝術，打造跨領域的課程，活動分為「早課」、「大堂課」、「工作坊」、「論壇」、「學校馬拉松」及「表演節目」等，邀請來自泰國、法國、香港、澳洲、美國、日本、比利時、新加坡、臺灣等 9 國共 12 間藝術院校逾 100 位學生，20 位跨領域藝術家，推出 6 檔共 9 場售票節目、30 場免費節目、14 個工作坊、3 場國際論壇、44 堂課程，總計 100 場活動。Camping Asia 揉合北藝中心近年推動「人才培育、跨領域共學、國際交流」的長期計畫，展現一種以藝術教育為中心的交流方法，企圖為下一世代的藝術家打造出更具想像力的對話平臺。

7. AAPPAC 亞太表演藝術中心協會：

北藝中心為主辦 109 年 AAPPAC 年會，108 年出席於菲律賓文化中心舉辦之年會，北藝中心以成為亞洲共製中心為目標，企圖結合在地與國際藝術社群，激發藝術創意能量及城市的文化活力，希望臺灣可以成為亞洲表演藝術中心交流的平臺。北藝中心於 103 年加入 AAPPAC，在積極爭取下，繼國家兩廳院於 90、101 年舉辦後，第三度接下 AAPPAC 年會主辦權，計劃於 109 年舉行。此行除了持續與其他會員代表互動與交流外，王孟超總監也正式以 109 年主辦單位的身份宣告，進行簡報，邀請會員們屆時來臺北參訪 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。

8. 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 106 年發起，主要建構以藝術家為核心之表演藝術平臺，從臺灣出發，放眼亞太，連結歐美，為打造北藝中心成為亞洲共製中心而努力。每年以年會方式在臺北舉行，第三屆年會於 8 月 15 日(四)至 8 月 18 日(日)辦理，吸引 26 國共 273 位國內外專業人士註冊報名，活動總參與人次更突破以往，高達 1,940 人次；其中年會尾聲的亞當迴響論壇更匯聚了 91 位國內外參與人士，其中國際與會者更佔 9 成之多，顯示亞當計畫受到愈來愈多國際人士的關注。亞當計畫架構之三大單元：「藝術家實驗室 Artist Lab」、「新作探索 Kitchen」及「交流與論壇 Assembly」，其焦點單元「藝術家實驗室」駐地計畫自 106 年起，已接待共 20 國 48 位藝術家進行駐地交流，108 年度 12 位國內外藝術家，分別來自日本、菲律賓、香港、

南韓、印尼、澳洲、柬埔寨、新加坡、紐西蘭、保加利亞等地，於 7 月 22 日(一)至 8 月 18 日(日)進行為期四週的駐地交流。除了延續跨場館合作的夥伴關係，與香港西九文化區(West Kowloon Cultural District)、新加坡濱海藝術中心(Esplanade - Theatres on the Bay)、澳洲雪梨表演空間(Performance Space)共同支持亞當計畫的發展之外，也串連「臺北國際藝術村」，邀請其第三季的一位駐村藝術家參與「藝術家實驗室」駐地創作，為今年活動增加亮點。「新作探索」單元，延續前一年在「藝術家實驗室」中所誘發的跨域合作計畫，其播下的種子於這一年間發酵萌芽，再度回到今年的亞當計畫「新作探索」進行階段性呈現，包括黃鼎云(臺灣)與陳業亮(泰國)的《未來之道：洞穴中的那伽頻率》、蘇郁心(臺灣)與 Angela Goh(澳洲)的《克賽諾牡丹預報》以及 Norhaizad Adam(新加坡)的《Delay》，持續探究日常生活及媒體機制如何相互影響、啟發思考並操練表演跨領域脈絡裡的意涵。「交流與論壇」也呼應「藝術家實驗室」主題，讓國內與國際策展人對特定議題展開更深刻對話，特別邀請 111 年第 15 屆卡賽爾文件展策展團隊 ruangrupa(印尼)、獨步全球的國際藝術獎 The Visible(義大利、比利時)、廣東時代美術館(中國)、東京藝術節(日本)、Sa Sa Art Projects(柬埔寨)、A Center of Everything(澳洲)以及大稻埕國際藝術節(臺灣)等國內外機構，透過各地跨領域及跨文化的藝術實踐分享，從當代藝術的社會轉向為視角，一窺亞太網絡的發展面貌。此外，由前二屆亞當計畫產出的潛力合作計畫，也進入今年度的臺北藝術節(《島嶼酒吧(臺北版)：地瓜情味了、共想吧-《消逝之島》、《中文名》、《方舟變形記》、《發酵中：傾聽》)，形構出創意進程網絡，以北藝中心機構內平臺的串連，延續創作孵育及陪伴。

(四)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畫。透過表演藝術節統籌部及北藝中心各類專案的目標觀眾制定行銷策略，觸及各年齡層觀眾，達到分眾行銷的目標，帶領觀眾產生逐漸依賴的藝術體驗歷程，達到「市場開拓」和「觀眾培養」兩大打銷目標。整合行銷計畫以「臺北共玩，戲樂無限」為品牌訴求，提昇北藝中心能見度及好感度，積極開拓觀眾數，推動總體參與度和觸及人數的成長，參與人次逾 50 萬人次、宣傳觸及人數逾 250 萬人次。持續經營自媒體，累積互動數及訂閱人數，至 108 年底北藝中心臉書粉絲數達 4 萬 1,481 人。

(五)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：

財團法人擊樂文教基金會、表演工作坊、楊景翔演劇團、藝外創意有限公司、C MUSICAL 製作、四把椅子劇團、臺灣戲曲音樂協會、群石國際有限公司《超級碼力》劇組、飛人集社劇團、刺點創作工坊、一心戲劇團、舞鈴劇場、綺影映畫有限公司、青少年表演藝術聯盟、社團法人臺灣技術劇場協會、小事製作、哈旗鼓文化藝術團、創動舞劇團、樂興之時管絃樂團、安徒生和莫札特的創意劇場、何曉玫 Meimage 舞團、陳錫煌傳統掌中劇團、果陀劇場、自然而然劇團、森焱堂創意有限公司、為君藝造、拾念聚集、春河劇團、聯合數位文創等。

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	15	48.4%	31	17	54.8%
2	19	8	42.1%	19	14	73.7%
3	31	12	38.7%	31	25	80.6%
4	30	6	20.0%	30	15	50.0%
5	31	7	22.6%	31	24	77.4%
總計	142	48	34.4%	142	95	67.3%

2.協助文化局文化建設科「臺北試演場修繕工程」案之工程執行進度。

3.依相關規定持續辦理臺北試演場 108 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.108 年度上半年建築物昇降設備使用許可證申辦(1 月)

B.108 年度上半年飲用水池、雨水回收池清洗(3 月)

C.108 年度上半年水質檢驗(4 月)

D.108 年度保險辦理(公共意外險、火險等)(5 月)

E.108 年度下半年建築物昇降設備使用許可證申辦(7 月)

F. 108 年度下半年飲用水池、雨水回收池清洗(9 月)

G.108 年度下半年水質檢驗(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)各空間功能規劃、建置及設備設施整修改善項目：

行銷組倉儲空間規劃施作、財務組倉儲空間規劃施作、戶外發電機室屋頂滲水修繕、資訊室冷房設備異常修繕、哺乳室使用狀況顯示裝置施作、飲用下水池下水位警示系統異常修繕及警示燈位置不符現場需

求調整、戶外前平臺格柵施作、2F 男、女廁使用狀況顯示裝置施作等。

二、臺北藝術節

2019 第二十一屆臺北藝術節 (8月3日(六)至9月8日(日))

2019 臺北藝術節，自 8 月 3 日(六)至 9 月 8 日(日)舉辦，為期六週。由國際策展人鄧富權策展，以「I (do not) Belong To You 我們(沒)有認同」作為主題，希望藉由藝術家的作品為媒介，進一步探究個體「如何」群聚在一起。2019 臺北藝術節以「認同」為軸心，呈現並探索「資源共享」、「社群實踐」、「溝通與覺知」、「差異與共同」、「開放社會」等議題，展演涵蓋音樂、舞蹈、戲劇以及多媒體劇場等形式；分別於中山堂、大稻埕戲苑、烏梅劇場、水源劇場、空總 C-LAB、信義區香堤大道廣場、鳳甲美術館及臺北各場域輪番上演。

藝術節邀請來自印尼、菲律賓、韓國、日本、澳洲、新加坡、法國、泰國、德國、香港和中國等共計 61 名國外藝術家，和 302 名臺灣藝術家及藝術從業人員共襄盛舉，規劃 13 檔售票演出 (46 場)，3 檔免費演出 (6 場)，2 檔免費展覽 (24 場) 及 1 檔訪談直播 (12 場)，計 88 場，共 1 萬 5,298 參與人次，及 51 場免費專題活動及延伸活動，計 6 萬 5,216 參與人次，實體活動總參與人次共 8 萬 514 人次。加計臉書粉專、藝術節電子報及兩廳院報開信數等線上互動人次 45 萬 2,020 人次，總計參與人數共 53 萬 2,534 人次。

13 檔售票演出節目、共計 46 場。可售總座位數為 8,202 席，總售出張數 5,655 張，總體售票率為 68.95%；總體票房收入為 281 萬 4,609 元，其中本會實際票房收入為 248 萬 2,977 元。

(一)演出節目規劃，擴及各類製作層面：

13 檔售票演出，3 檔免費演出，2 檔免費展覽及 1 檔訪談直播；內含 9 檔自製及委託製作節目、8 檔國際節目、7 檔共創平臺節目。

(二)國際連結，打造亞洲製作中心：

邀請來自印尼、菲律賓、韓國、日本、澳洲、新加坡、法國、泰國、德國、香港和中國跨領域的藝術家，以及臺灣年輕創作者，藉由藝術與社會參與連結，帶出共同體的理念及對未來社會的想像。

加深臺北與國際間的連結，今年藝術節致力促成多檔跨國合作節目：《舞趴! 舞趴! 舞趴! - 行為指南》邀請印尼的當代編舞家傑柯·席翁波 (Jecko Siempo) 與臺灣的小事製作合作，在臺北的公共空間與市民共舞；《非跳不可》為法國當代指標性編舞家傑宏·貝爾 (Jérôme Bel) 的經典作品之

一，藝術節邀請到臺灣知名的獨立編舞家及舞者陳武康、葉名樺擔任導演執行，與素人重新演繹，舞出該作品新的樣貌；共想吧單元中的《發酵中：傾聽》自第一屆亞當計畫的創作概念萌芽，為臺澳共製的三年發展創作計畫，今年三月於澳洲 Castlemaine State Festival 演出後，回到藝術節的共想吧系列作出第一階段的呈現，預計於明年澳洲 Asia TOPA 藝術節演出。

(三) 北藝中心自製、委製節目的強化：

今年在臺北藝術節的自製及委製節目高達 9 檔。其中《島嶼酒吧（臺北版）- 地瓜情味了》的創作概念源自第一屆亞當計畫，自去年成為藝術節的典藏節目，今年則由臺灣導演黃鼎云，搭檔泰國當代藝術家陳業亮重新演繹。《家庭浪漫》和《新人類計劃：預告會》則是今年重點委製作品，主創為臺灣新生代重要的創作者，藝術節在委製之餘，也朝向國內外巡演的方向，思考作品未來發展。

(四) 讓世界關注臺北——建構國內外藝術家間的對話：

建構、扶植國內外藝術家間對話的可能性。「共想吧」系列中的《方舟變形記》由香港藝術家鄭得恩，與臺灣知名編導許栢昂以演講、故事、戲曲身體的方式講述身分議題，並邀請臺灣新銳藝術家黃鼎云擔任戲劇構作。

《消逝之島》為臺灣福爾摩沙馬戲團，與菲律賓當代的裝置藝術家理羅·紐(Leeroy New)合創，兩者在首屆亞當計畫藝術家實驗室結緣，該作品透過材料實驗與身體裝置，試圖去挖掘並重新定義社子島的景觀和變動。

《噪集 2019-無主之島》為 FEN-Far East Network 即興音樂四重奏組合，與臺灣多位知名的聲響藝術家、南管藝術家合創演奏，更邀請到臺灣電影界擬音大師—胡定一加入其中。《VX》由臺灣藝術家李奧森、加拿大視覺藝術家利安·摩根和日本聲響藝術家清水宏一跨域、跨國合作。

今年的藝術節建構了多組國內外藝術家的合作與對話，他們以不同角色：裝置、編導、戲劇構作等，來交流、激盪、碰撞彼此之間的想法，共創屬於他們的對話框。

(五) 與北藝中心計畫互相扣合，深耕國際舞臺：

今年，臺北藝術節有意識地拉近與「亞當計畫」—北藝中心策畫的國際年會平臺之間的連結，建立起兩者更加緊密的關係。其中邀請了出席亞當計畫的各機構、場館、藝術節的負責人以及策展人、評論人、藝術家等近 30 名，參與藝術節的節目，安排觀賞《家庭浪漫》、《島嶼酒吧（臺北版）- 地瓜情味了》、《新人類計劃：預告會》、《非跳不可》等由臺灣藝術家主創、主導的創作，藉此開創臺灣藝術家走向國際舞臺的機會並促進跨國藝術家的交流。

(六) 扶植年輕藝術家，打造孵育平臺：

藝術家的育成絕非一蹴可幾，除了在過程中的扶植之外，更重要的是予其足夠空間發展其作品。今年度北藝中心邀請了幾組創作新星參與藝術節，如姊弟檔洪千涵、洪唯堯共同創作演出《家庭浪漫》。新銳魔術師周瑞祥及新秀導演陳煜典攜手推出《新人類計劃：預告會》；近年來跨足多領域的視覺藝術家李奧森及 2017 亞當計畫藝術家劉純良分別帶來發展中的作品《VX》、《發酵中：傾聽》。

13 檔售票演出，3 檔免費演出列表

項目	名稱	場次	地點	活動人次 / 觀眾人次
節目	家庭浪漫	4	中山堂光復廳	607
節目	公主煉成記	2	水源劇場	199
節目	島嶼酒吧(臺北版)- 地瓜情味了	14	島嶼酒吧	432
節目	鹽	2	水源劇場	389
節目	新人類計劃：預告會	5	中山堂光復廳	792
節目	非跳不可	2	中山堂中正廳	1058
節目	極黑之暗	2	水源劇場	632
節目	南韓跳，北韓舞	2	中山堂中正廳	825
共想吧	VX	3	鳳甲美術館	96
共想吧	發酵中：傾聽	4	良日激動所	79
共想吧	方舟變形記	2	中山堂光復廳	122
節目	束縛	2	華山烏梅劇院	255
節目	油壓振動器	2	大稻埕戲苑 9樓劇場	295
節目(免費)	舞趴!舞趴!舞趴!- 行為指南	2	新光三越 香提大道廣場	7282
節目(免費)	噪集 2019-無主之島	2	空總臺灣當代文化實驗場	546
共想吧(免費)	消逝之島	2	社子島	59

2 檔免費展覽，1 檔訪談直播 活動列表

項目	名稱	場次	地點	活動人次 / 觀眾人次
共想吧 免費展覽	VX	12	鳳甲美術館	729
共想吧 免費展覽	中文名	12	濕地 3 樓	1,100
共想吧 訪談直播	中文名	12	濕地 3 樓	/

* 13 檔售票演出，3 檔免費演出，2 檔免費展覽及 1 檔訪談直播，共計 88 場，1 萬 5,298 參與人次。

51 場免費專題活動及延伸活動：

51 場免費專題活動及延伸活動				
項目	名稱	場次	地點	活動人次 /觀眾人次
專題活動	想像力的革命：用藝術文化打破生活常規	1	信義學堂	164
專題活動	聆聽身體直覺力：舞力對決壓力人生	1	信義學堂	169
專題活動	啟動未知的力量：新人類計劃	1	信義學堂	103
專題活動	2019 臺北藝術節	1	臺北市立大學	80
專題活動	2019 臺北藝術節	1	中正高中	43
專題活動	PARTY TALK「策展聊什麼？」	1	柏林廢墟	30
專題活動	縛生「那綻放的花瓶」	1	草御殿	30
專題活動	2019 臺北藝術節完全指南	1	誠品松菸店	30
專題活動	BDSM 定期聚會	1	半路咖啡	30
專題活動	我如何與幽靈共舞？	1	空總臺灣當代文化實驗場	55
專題活動	極黑之暗	1	水源劇場	108
專題活動	共想吧《發酵中：傾聽》	1	良日激動所	8
專題活動	共想吧《發酵中：傾聽》	1	良日激動所	4
專題活動	共想吧《發酵中：傾聽》	1	良日激動所	10
專題活動	共想吧《發酵中：傾聽》	1	良日激動所	12
專題活動	共想吧《方舟變形記》	1	中山堂光復廳	36
專題活動	共想吧《方舟變形記》	1	中山堂光復廳	40
專題活動	共想吧《VX》	1	鳳甲美術館	29
專題活動	共想吧《VX》	1	鳳甲美術館	17
專題活動	共想吧《VX》	1	鳳甲美術館	20
專題活動	共想吧《消逝之島》	1	社子島 (坤天亭)	30
專題活動	共想吧《消逝之島》	1	社子島 (坤天亭)	27
延伸活動	系列記者會	4	各場所	185
延伸活動	行動售票推廣： 信義廣場、亞當計畫、雲門劇場	7	/	3,560
延伸活動	藝穗俱樂部	3	大稻埕遊客中心	5,430
延伸活動	兒藝節	4	兒藝節前臺	11,255
延伸活動	兩廳院	4	兩廳院廣場	1,700
延伸活動	咖啡館票根活動	7	/	42,011

三、臺北兒童藝術節

2019 第二十屆臺北兒童藝術節 (6月29日(六)至8月4日(日))

2019 年臺北兒童藝術節以「你好不一樣!」(Different in between) 做為策展主軸,邀請 8 國 24 個海內外團隊,製作共計二百餘場,帶來戲劇、舞蹈、雜耍、聲音及物件等多元的展演活動,藉由重新詮釋經典故事或賦予既有事物新的想像,讓參與者都能用不一樣的視角觀看表演,從中發現新的意義與可能,藉此啟發創造力與感知,學習尊重與包容人事物的異同,發掘並肯定自己與他人的獨一無二。同時,為慶祝臺北兒童藝術節 20 歲生日,臺北表演藝術中心特別在推出自製作品《這裡沒有大野狼》,以遊具為核心發想,打破看戲的框架,讓劇場變成遊樂場。

(一)各式演出安排,打開世界之門

來自義大利、丹麥、法國、澳洲、西班牙、比利時、英國及臺灣等 8 國藝術家巧思,共 10 檔售票演出、4 場免費大型戶外演出、10 檔免費社區演出、1 檔互動展覽等,延伸發想出交融多元文化思維與跨領域形式的嶄新藝術展演。來自西班牙的熱帶昆蟲劇團 (Insectotrópics) 以《小紅帽的奇幻旅程》(La Caputxeta Galactica),用不同的角度重新詮釋經典童話《小紅帽》,並以聲音及數位影像等多媒體劇場方式呈現。同樣來自西班牙的口袋裡的沙劇團 (Arena en los Bolsillos),帶來《大腳小小鳥》(Little Max),以物件和偶戲,描述不被社會接受的大腳女孩遇到新朋友小小鳥的故事。丹麥的巴赫夫人劇場 (Theatre Madam Bach) 的《環遊世界》(World Images),以物件劇場帶領大小朋友享受一場風景變化的想像之旅。法國的佩內特舞團 (Cie Pernette) 將舞蹈融入劇場表演《白色幻影》(Les Ombres Blanches),透過聲響、光影及舞者的律動,創造出浮動的身體,開啟觀眾不同的感官經驗。澳洲風車劇團 (Windmill Theatre Co) 的《這位奇妙太太》(Baba Yaga),重新演繹俄羅斯的民間傳說,結合音效、歌舞與動畫投影,描述一個平凡女生,遇上怪異老太太的故事。

(二)歡慶 20 週年,推出自製作品與特別演出

慶祝臺北兒童藝術節 20 週年,北藝中心委託「樂遊聚夥伴」帶來《這裡沒有大野狼》,劇本取材自臺灣作家陳姿尹創作的繪本《真正的大野狼》。作品結合參與式的舞臺遊戲裝置及現場肢體活動與打擊樂體驗,並以打造定目劇為終極目標,翻轉中山堂中正廳的空間,將劇場幻化為闖關的遊戲場,並以遊具設身聲劇場《阿勇的黑白人生》,融合墨西哥的民間傳說、傳統皮影以及世界音樂等,為 20 週年特別演出,以一百元的低票價,希望吸引過往沒有機會前進劇場的親子觀眾,一次親自體驗藝術美好的機會。

(三)突破過往徵選節目執行之方式,打造適合兒童的演出

本屆兒藝節國內作品委託突破過往徵選節目執行的方式,「兒童劇場演出前

期展演計畫」入選作品：Mr. YES 小丑劇團《消失的魔法帽》，由北藝中心以一年時間孵化作品，並邀請專家陪伴作品發展的過程，鼓勵團隊打造適合兒童的演出。

(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)兒童劇場演出前期展演計畫，孵育國內節目

兒藝節「兒童劇場演出前期展演計畫」徵選，透過提供創作者或表演團隊早期研發的經費，並安排專業領域師長觀摩呈現、給予意見回饋，陪伴藝術家走過作品實驗和修正階段，期能提升國內表演藝術節目製作能量。108年「兒童劇場演出前期展演計畫」入選作品為：栢優座《小小英雄向右轉-水滸謎城祝家莊》、複象公場《肢體視覺劇場（回家）演出計畫》、自然而然劇團《滾地球》。

(六)「兒童戲劇劇本創作」得獎者

第一名—吳彥霆《小路決定要去遠方》、第二名—張元《誰偷走了我的字》、第三名—李育芳《守信用的祖先》。臺北兒童藝術節期待透過獎助國內創作者與團隊發展全新的創作，能帶給親子觀眾更多想像，呈現創造力豐沛的劇場經驗。

(七)各演出相關資料：

1.免費大型戶外演出4場，共1萬1,255人次。

節目名稱	表演團隊	場地	演出場次
史派德奇遇記之《飛飛飛》	舞蹈空間舞團	大湖公園	1場
異境遊樂園	異境樂團	大湖公園	1場
阿美族的繽紛世界	米大創意有限公司	大安森林公園	1場
晝夜環抱	方式馬戲	大安森林公園	1場

2.免費戶外國際演出1團，英國·艾克羅久馬戲團 Acrojou, UK《腦海奇航》及《夢之船》，共6場，參與人次3,190人次。

艾克羅久馬戲團是英國數一數二的馬戲和街頭藝術劇團，善於結合劇場、雜技、結構與視覺設計，創作沒有對白的作品，讓不同年齡層與背景的觀眾都能一起欣賞演出。

3.免費社區藝術演出共8團隊，演出70場次，參與人次共2萬7,133人次。

節目名稱	表演團隊	場地	演出場次
藝起說故事～腳尖上的芭蕾舞伶娜	臺北首督芭蕾舞團	大同區行政中心6樓禮堂	8場
淘氣小公主	偶偶偶劇團	內湖區行政中心8樓禮堂	8場

五臟廟大冒險	國立臺灣戲曲學院 臺灣京崑劇團	北投區桃源國小風雨操場	8 場
愛麗絲：東方夢遊	O 劇團	士林區行政中心 10 樓禮堂	8 場
小哪吒鬧東海	昇平五洲園	南港區南港國小一樓禮堂及多 功能室內活動中心	8 場
小熊遲到了-童樂 會'	時空旅人音樂紀行	大安區臺北市立圖書館 B2 演講 廳	8 場
大頭仔去迺迺	魔梯形體劇場	松山區台北偶戲館 1 樓中庭	11 場
蟑螂與軟綿綿毛絨 絨模糊動物們	軟綿尾巴組	文山區博嘉運動公園多功能集 會廳	11 場

4. 售票節目：

自製節目 1 檔、國外節目 6 檔、國內節目 3 檔，(飛天鋼琴因演員家人病危因素取消演出，共執行 9 檔售票演出)，總計演出場次 92 場次，參與人次 9,266 人次。

節目名稱	表演團隊	場地	演出場次
小紅帽的奇幻旅程 La Caputxeta Galactica	西班牙·熱帶昆蟲劇 團 Insectotròpics	城市舞臺	3 場
環遊世界 World Images	丹麥·巴赫夫人劇場 Theatre Madam Bach	水源劇場	6 場
大腳小小鳥 Little Max	西班牙·口袋裡的沙 劇團 Arena en los Bolsillos	水源劇場	10 場
白色幻影 Les Ombres Blanches	法國·佩內特舞團 Cie Pernette	水源劇場	3 場
這位奇妙太太 Baba Yaga	澳洲·風車劇團 Windmill Theatre Co	水源劇場	4 場
飛天鋼琴 Carrousel des Moutons	比利時·德爾克與費 昂馬戲團 d'irque & fien	中山堂中正廳	3 場 * 團隊告知主要演員德 爾克母親病危急需返 回歐洲，經評估該演員 身心狀況執行本演出 具有高度危險性，同時 站在人道的角度，勉予 同意取消演出
拇指小英雄	臺北兒童藝術節與義 大利拉斐爾藝術合作 社共同製作	中山堂光復廳	38 場
消失的魔法帽	Mr. YES 小丑劇團	松菸 LAB 創意實驗 室	8 場
阿勇的黑白人生	身聲劇場	親子劇場	4 場
這裡沒有大野狼	樂遊聚夥伴	中山堂中正廳	16 場

5. 互動裝置展覽 1 檔，《疊疊塔大挑戰》，28 天，參與人次 6 萬 3,790 人次。

邀請來自西班牙「創意塚藝術團」(Tombs Creatius)，該團專注於街頭藝術創作，喜歡以遊戲的方式喚醒人們心中的童心，也相信藝術能夠讓人心悸動，所以持續在開放空間推出大眾能一起參與的遊戲，讓參與者能享受美好時光、體會情緒變化，最後帶著歡樂的遊玩記憶回家。

6. 總計參與人次

活動參與人次	114,634
宣傳觸及人次	303,942
2019 臺北兒童藝術節總參與人次	418,576

7. 行銷計畫及媒體露出統計

(1) 記者會舉辦及新聞發佈：

108 年 5-8 月，共舉辦 4 場記者會，7 次新聞稿發佈

5 月 29 日 (三)：啟售記者會/誠品書店信義店 3 樓。

7 月 4 日 (四)：國際節目《小紅帽的奇幻旅程》彩排記者會/城市舞臺

7 月 10 日 (三) 北北基藝術串連暨展覽《疊疊塔大挑戰》記者會：/ 剝皮寮歷史街區

7 月 24 日 (三)：自製節目《這裡沒有大野狼》彩排記者會/中山堂

(2) 各類廣告露出

A. 戶外廣告：於 6 至 7 月期間執行，關東旗 115 組、誠品書店廣告、捷運站海報等。

B. 節目精華影片：

推出 6 支宣傳片花，以提高活動曝光率，陸續於 YouTube 頻道露出。

C. 異業合作：

與各企業合作實體活動，增加觀眾參與兒藝節活動的契機與活力，拓展雙方品牌形象及品牌認知度。如：與「繪兒樂」合作「話題遊樂場」繪畫活動、「國語週刊」合作「疊疊塔大挑戰」親子觀察單及翻轉故事屋工作坊等。

D. 自媒體 (臉書粉絲專頁)

除兒藝節官網外，再透過「臺北表演藝術中心」臉書粉絲頁傳達兒藝節相關訊息，擴大關注族群。以專題【兒藝每週看什麼】張貼文章，建立觀眾閱讀習慣，整理每週節目及活動供民眾參考。

售票演出以臉書貼文推播，使用影片、照片、文章的方式，增加觀眾瀏覽人次及分享轉貼數，總計 113 則貼文，為延續暑假、兒藝節

氛圍，並持續建立與觀眾透過數位平臺溝通，活動結束後刊載活動精華影片，維持品牌熱度。影片另於 YOUTUBE 播放，觀看人數逾 3000 人。

E. 媒體露出共 276 則：

平面媒體	76 則
網路媒體露出	159 則
電視媒體	41 則

四、臺北藝穗節

2019 第十二屆臺北藝穗節 (8 月 24 日(六)至 9 月 8 日(日))

第十二屆臺北藝穗節，持續秉持不審核、不設限的自由開放精神，提供年輕藝術家發表平臺，於 8 月 24 日至 9 月 8 日期間，由 131 組團隊在臺北市的 36 個奇想場域中，舉辦 537 場演出，帶領觀眾一起展開夏日藝術大冒險。臺北藝穗節遴選有趣的演出空間挑戰藝術家的創作與表演類型，提供免費的演出場地除了正規的黑盒子小劇場外，也有戶外裝置、遊艇、咖啡廳、古蹟等場地，挑戰藝術家如何「玩」空間，創造新的表演形式，第二年推出的 2 小時極限藝穗的遊戲規則也在場地設備的調整下，讓團隊更能勇於嘗試，突破自我。

本屆的節目類型包含舞蹈，戲劇，音樂劇，漫才，喜劇，即興劇，音樂等，充分展現藝穗節的多元與活力，戲劇共有 89 團、舞蹈 18 團、音樂 5 團、歌舞劇／喜劇 12 團、其他 7 團。除國內表演團隊之外，另有來自日本、英國、中國、香港等地的團隊參與。

(一) 2019 臺北藝穗節活動特色

1. 亮點街區：

本屆演出場地聚攏於臺北市西區的大稻埕，除專業劇場，新增場地包括古色古香的紀州庵文學森林、新文化運動紀念館及柏林廢墟等地，透過人與空間的互動，漾起老屋新生命，讓藝術萌發於這些多樣化及新興的展演場域！

2. 2 小時極限藝穗：

除場地改變外，更延續去年「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「2 小時極限藝穗」場地為「剝皮寮 173-21&23 號」，此場地配置較完善的設備，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並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臺，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「2 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】藝穗節的表演團隊於演出前都要進行試裝臺，活動以行走導覽方式穿梭各表演場地，帶領觀眾搶先看團隊彩排、試裝臺的實況，更認識表演藝術生產的過程與場地之間的連結，透過此活動更靠近「藝術」，甚至進一步認識臺北城市空間，捕捉不一樣的城市地景。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，表演團隊也精心為觀眾呈現一段演出。

4. 媒合團隊巡演機會：

為鼓勵有意發展國內巡演的團隊，勇敢自我推薦，能在正式場合中透過簡短且清晰的說明，介紹製作概念與演出特色，藉此媒合與其他場館後續合作之可能性。今年特別與北藝中心的「創意節目前期發展補助計劃」整合，創意節目前期發展補助計劃將邀請臺灣各地的場館及文化中心代表與策展人前來參與，特別開闢一個單元做為藝穗團隊的誠心薦面會，今年參與誠心薦面會的團隊是當年度得獎團隊參與媒合活動，如：巧克力與玫瑰工作室／拆除中：樹、黃絲帶、菩薩與撿骨師（永真藝穗獎），莊博翔／We are nothuman at all（藝穗原創精神獎），迷內／臺灣（藝穗原創精神獎），艾瑪聖石／《Play Games》（明日之星獎），蘇品文／少女須知（中）（最佳創意獎），歡聚團／路邊野賭（最佳空間獎）等，期待藝穗團隊能有機會將得獎作品帶到其他城市巡演，讓優秀的作品更帶到外縣市，讓更多人看見。

5. 百變的開幕活動：

每年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。今年開幕活動定調為「藝穗拾貳，藝起玩出獨特」強調藝術文化的開放參與以及增加演出團隊搶先曝光的機會，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。8月18日(六)的開幕活動從下午4點至晚上6點，於大稻埕永樂廣場展開，以主舞臺為起始，串聯周邊宣傳點及合作店家，為2019

臺北藝穗節拉開序幕。同時辦理各類參與式活動:節目試吃大街、尋找藝穗之星簽名換贈品等,藉著不同遊戲的設計,讓團隊與觀眾一起體驗特別的觀戲經驗,也同時宣告臺北藝穗節的到來。

6. 即刻重演:

第二屆的「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」及「剝皮寮歷史街區」重新搬演得獎之作,除了回饋藝穗戲迷的支持外,也讓藝術家們的精彩作品不只曇花一現。本計畫期待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僅一個月,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、演出空間與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」及「剝皮寮歷史街區」場地、每團8-10萬製作費、技術器材與技術人員、排練場地、前臺人員與相關行銷宣傳,票房全數歸藝穗節。

(二) 藝穗說明會:

今年12月更與臺中國家歌劇院及高雄衛武營合作,商借場地,辦理大型說明會,期待吸引學生以外的新秀族群來參演,並於說明會上詳細剖析如何參加臺北藝穗節,對團隊的助益,事前準備與心理建設,以及如何找財源等一般參與團隊應該注意的事項,都在說明會上一一解說。

(三) 演出場地:本屆共計34個合作場地,以使用類型區分如下:

1. 劇場:西門紅樓二樓劇場、思劇場、納豆劇場、信誼好好生活廣場知新劇場。
2. 藝文空間:剝皮寮173-17號、剝皮寮173-21&23號、剝皮寮歷史街區演藝廳、大稻埕戲苑八樓曲藝場、濕地5樓&B1、藝風巷2樓、臺灣新文化運動紀念館、米凱樂啤酒吧3樓、柏林廢墟、艋舺龍山文創B2展演廳、寶藏巖-山城53號、寶藏巖-邊境52&54號2樓、寶藏巖-邊境71號、紀州庵文學森林-人文講堂、紀州庵文學森林-古蹟「大廣間」、雷雅概念、某咖啡、Step studio、客家文化主題公園-戶外裝置「芽」、國立臺灣師範大學知音劇場、老叢茶圃、聚葉地下室、二空間、采風樂坊101表演廳、豐鑄鐵鍋早午餐、華山1914文創園區中3清酒工坊-拱廳2樓、ZABU、新北投車站。
3. 其他:臺北水窗口(華江整宅)、大稻埕遊艇。

(四) 線上報名:

2019 藝穗節報名一律採線上登記，自 108 年 3 月 12 日(二)中午 12:00 至 4 月 3 日(三)晚上 18:00 截止。2019 年的網站延續藝穗報名網站更新，前臺與後臺都經過重新建置，更符合思考邏輯及方便操作的報名介面，讓團隊得以順利完成報名作業。同時也延續使用資料庫系統，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。在藝術家專區內，新增了「演出計畫維護(網站)」和「演出計畫維護(手冊)」兩個選項的選擇，讓報名完成的團隊及個人可以依照網站及手冊個別需求上傳相對應的宣傳文字及圖片。

(五)團隊報名、行政會議、場地勘查：3 至 5 月。

團隊於四月完成報名後，第一次與藝穗小組見面將於五月的行政說明會上，許多觀念的建立與溝通都需要透過此次說明會傳達給團隊，整天的活動說明，讓表演團隊理解參與臺北藝穗節的相關行政程序與執行流程，同時也介紹各場地的場地經理，讓團隊先行認識，也讓使用同一場地的團隊可以藉此機會通力合作，共享資源，完成技術初步協調及討論共同行銷的可能性。說明會的重點包括行銷宣傳時間表、如何辦理售票、如何參與開幕活動、了解使用場地的技術設備、場地的進退場時間協調與討論等。於五月更舉辦團隊練功日，特別邀請榮獲永真藝穗獎的得主徐宏愷前來分享節目製作的心法，也特別邀請業界的行銷達人尚安璿來聊聊行銷賣票的經驗，更特別商請兩廳院安排負責售票系統的同仁與團隊直接分享票務作業，亦透過技術設備的實務操作讓團隊練習如何操控基本器材，而這些基本技能都確實的協助團隊日後在藝穗節所面臨的種種挑戰。因藝穗節大多使用非劇場式空間，且選擇於小型複合功能場地舉行演出，為確保各演出能順利進行，並保障所有參與者之人身安全，每年進行各演出場地之自我安全管理與消防防護計畫，包括活動前辦理安全講習、為各場地辦理公共責任保險、提出災害防護計畫。

(六)宣傳資料蒐集、節目手冊製作：4 至 6 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，每個演出節目一頁可完整揭露演出訊息及圖片。手冊數量基於環保考量，印製 3 萬本，分送地點為全臺各藝術相關學校科系、藝文場館、合作表演場地、臺北市藝文咖啡館、臺北市各區的旅遊服務中心等，網站則提供手冊電子版下載。

(七)官方網站：

臺北藝穗節採無審查企畫案的報名制度，參與團隊多樣化，亦難免素質參差不齊。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，故設置「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，以及實際從

事表演藝術工作者，組成看戲大隊，於藝穗節期間大量觀賞演出，給予即時評論及建議，一方面讓觀眾挑選節目有所參考，同時可作為將來團隊創作與藝術發展上的參考；評論亦即時張貼於藝穗節官網，評論廣獲觀眾討論與熱烈回響，為臺灣的表演藝術評論風氣注入活力。藝穗亮心心獎項，獲得財團法人永真教育基金會獨家贊助，有新臺幣 50,000 元大獎的「永真藝穗獎」、新臺幣 30,000 元的「永真明日之星獎」及獲得 iPad mini 一臺的「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「最佳創意獎」、「最佳空間運用獎」、「戲劇中的戲劇」、「舞蹈中的舞蹈」、「音樂中的音樂」、「喜劇中的喜劇」、「其他中的其他」，各可獲得獎金新臺幣 5,000 元；「佳作」獎項，可獲得獎金新臺幣 3,600 元，給予用心創作表演團隊實質的鼓勵。

(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臺，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震的場地，亦販售藝穗節票券〈單場節目、半價票〉。本屆共舉辦了 3 場記者會，2 次發稿。媒體露出總則數為 225 則，共計露出在 134 家媒體平臺上。其中平面實體露出 25 則、電子媒體影音報導與形象影片播出 7 則、網路報導及評論 185 則。新北投車站

一、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)營運重點：

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

(二) 慶典活動：

1.車站生日慶典

每年四月為新北投車站生日慶，串連社區共同舉辦相關慶祝活動，經過 3 年的歲月洗禮，新北投車站持續地透過在地合作，加深車站與北投的連結，這份得來不易的在地情感及支持，是在地居民回饋給車站最好的生日禮物。108 年度生日慶主題《春鬧嬉遊》邀請到多組在地及特色樂團為車站演出慶賀。透過豐富多樣的創意企畫及藝術合作，創造新北投車站「新」傳統並重現車站「舊」場景，將趣味及藝術展演導入北投。總計 22 場次，吸引超過 3,171 人次共襄盛舉。

時間	活動名稱	內容規劃
3/19(二)~ 3/24(日)	車去么'金火習火習公民 參與維護車站活動(護木 油擦拭)	校園場：3/19(二)~3/22(五)逸仙國小、文化國小 義方國小、北投國中、幼華高中 公民場：3/23(六)~3/24(日)車站志工、社區區民 星宿海童軍團
3/31(日)	生日音樂會	邀請在地社區團體及北投特色表演進行展演， 如：北投 402 樂團 x 曾健裕(海風樂團)x 馬汀 x 蓓雅 x 陳明章/小乖 共同為車站慶生。
4/5(五)- 4/7(日)	新北投車站文創市集	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)
4/1(一)	新北投車站限時明信片 活動	4/1(一)恰逢新北投車站生日慶，車站於當天 10:00~18:00 特別開館一日~自 4/1(一)起，凡持 悠遊卡購買《生日慶限量 1 元明信片》(數量有 售完為止)。完成指定任務後即可參加摸彩。
3/30(六)- 4/7(日)	北投在地導覽活動	免費周邊館所、歷史免費導覽行程，共 8 場
4/5(五)	玉舞蹈劇場舞蹈互動肢 體演出《2019 舞蹈大躍 進》	邀請到 Jade Dance Theatre 玉舞蹈劇場帶來一 場別出心裁的肢體展演~2019 舞蹈大躍進《紙 舞》 「紙」，是生活中不可或缺的重要工具，書寫、 錄、傳遞訊息全靠紙張，透過服裝設計的巧思， 製成一件件風格獨特的藝術品。 舞團舞者將實際穿上紙製服裝，表演舞碼片段， 亦邀請大朋友小朋友跟著舞者們一起舞動身體， 一同體驗這場穿越現過去、現代、未來的時空之 旅！

2.鐵道生活節

108 年 8 月 17 日(六)月臺工程完工及車廂回歸慶典儀式在眾人期待下進行，同時新北投車站帶來特展《記驛淡水線》、常設展《車站時光》，偕同臺北市政府文化局舉辦了一系列的完工歡慶活動暨「致北投·鐵道節」

活動，邀請《李炳輝》、《曾健裕》、《詹森淮》、《有感覺樂團》、《臺北打擊樂團》、《小丑默劇團》等接力演出，更透過「月臺有藝思-大匯演活動」，聚集北投在地的熱情，由《臺灣 TDS 飛馬跆拳道示範團》、《清江國小扯鈴隊》、《復興高中管樂團》等一同慶祝新北投車站月臺場景的再次重現。總計 13 場次，吸引超過 7,330 人次(展覽則為 2 萬 9,341 人次)共襄盛舉。

活動名稱	108 年致北投・鐵道節		
活動期間	108/08/17(六)-09/1(日)		
活動目的	為歡慶二期工程開幕，迎接車廂歸來，舉辦系列鐵道週慶典		
期間參觀人數	活動名稱	場次	參與人次
	首週末舞臺節目	2	4,000
	我畫・我寄明信片	1	3,000
	復古寫真拍立得	3	60
	鐵道小小背包客山佳車站場	1	30
	藝術講座 X 畫市拍賣會	1	60
	鐵道電影與生活情感的交織	1	15
	沿著鐵道去旅行	1	15
	鐵道模型工作坊	1	30
	老火車票的故事	1	50
	Dram 驛站	1	70
	總參與人次	13	7,330
期間車站展覽	車站常設展 《車站時光》 車廂特展 《記驛淡水線》		
活動企劃	週末舞臺節目	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 月臺有藝思-大匯演活動 8/17(六) 臺灣 TDS 飛馬跆拳道示範團 X 清江國小扯鈴隊 X 復興高中管樂團 ➢ 鐵道搖擺 夏夜音樂會 8/17(六) 李炳輝 X 曾健裕(海風樂團)X 有感覺樂團 X 詹森淮 ➢ 鐵道搖擺 午後親子時光 8/18(日) 臺北打擊樂團 X 小丑默劇團 	
	Play 驛站	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 我畫・我寄明信片 8/18(日)-9/1(日) 集滿 3 個印章，即可兌換色明信片 ➢ 致・我們的美好時光 復古寫真拍立得 8/18(日)、8/24(六)、8/25(日)、8/30(五) 消費滿 300 元，即可拍攝復古拍立得 ➢ 鐵道小小背包客 山佳車站場 8/30(日) 和臺鐵文化志工隊「臺鐵小英雄」合作，至樹林山佳車站參觀導覽 	
	Talk	➢ 藝術講座 X 畫市拍賣會 8/18(日) 講師：潘蓬彬	

	驛站	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 鐵道電影與生活情感的交織 8/24(六) 講師：Miss E 電影癮后 ➢ 沿著鐵道去旅行 8/25(日) 講師：楊浩民 ➢ 鐵道模型工作坊 8/31(六) 講師：陳祐松 ➢ 老火車票的故事 9/1(日) 講師：倪京台
	Drama 驛站	2019 台北藝穗節《夢醒時分》 演出劇團 9/1(日)：東海大學社會系劇團

(三)展覽策畫

1.車站常設展

展覽名稱	展覽簡介
車站時光 (車站內)	<p>《車站時光》新檔常設展主軸將娓娓道來車站自興建拆除，以及重回在地後的精彩故事外，還有站體建築特色、更復刻了民國 20 年代以降車站民生日常中的懷舊記憶，如當時車站售票口牆面再現，以及站內的懷舊柑仔店。新北投車站生命的延續，不僅只有站體的遷移重建，還有民眾記憶的傳承接力，只有將車站的故事一代傳一代，車站的未來才能被無止境延伸。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 展期：108/08/17(六)-109/08/16(日) ➢ 參觀人數：282,743 人次(人數統計為 108/08/17(六)~108/12/31(二))

2.主題特展及文獻蒐集

展覽名稱	展覽簡介
記驛淡水線 (月臺車廂區)	<p>轟隆轟隆的火車聲，曾伴隨著淡水線人們的生活；每天早上，趕搭幾點幾分的火車，老火車的慵懶漫步、沿途小鎮的風光、淡水河的夕陽美景，始終活在幾代人的心中…。這些美好時光，在 1988 年的 7 月 15 日，隨著淡水線的停駛而成為回憶了。淡水線的回憶，似乎只能從老照片及夢裡回味；時間來到 2019 年，當年通勤的學子早已長大，或邁向中年，淡水線的記憶卻不曾遠去；本次特展以「記驛淡水線」為主題，讓臺北人的鐵道夢再次啟程！</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 展期：108/08/17(六)-109/03/31(二) ➢ 參觀人數：157,765 人次(人數統計至為 108/08/17(六)~108/12/31(二))
文獻蒐集	<p>透過《車站時光》站內常設展覽，向社區各協會蒐集車站相關文獻資料及過去歷史紀錄照片，並整理成冊放置於展場供民眾現場翻閱檢視。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 1980 年代鐵道日常生活特展總計展出共 26 張照片、3 支影片 ➢ 車站時光常設展總計展出共 85 張照片、2 支影片

3.合作展覽

展覽名稱	展覽簡介
文化國民小學附設幼兒園成果展	<p>車站內與北投區文化國民小學附設幼兒園的小朋友合作一檔特殊之展覽，透過課程中老師的引導介紹、車站的實際導覽，學習車站爺爺遠搬彰化後再回到北投的身世故事，小朋友們透過藝術創作-車站窗戶貼畫、詩歌朗誦表演，將對於車站故事的了解及珍惜，利用成果展的形式展示</p>

於車站之中，不但妝點豐富了車站的外觀，充滿童趣能量，更充分展現車站深耕社區、扎根幼苗的成果。

➤ 展期：108/06/05(三) 至 108/06/13(三)

➤ 參觀人數：11,376 人次(人數統計至為 108/06/6(四)~108/6/12(五))

(四)教育推廣

108 年度車站共舉辦超過 226 場推廣教育活動，包含站內預約免費團體導覽服務及學校導覽服務(42 場)、12 行政區學校教育推廣專案(25 場)、社區參與工作坊(4 場)、驛站講堂(10 場)、北投行旅生態導覽(22 場)、及新北投車站學生體驗教育活動(45 場)，另持續於假日舉辦《文創市集》、《小農市集》、《創意生活講座/課程》等各項主題推廣活動，使車站除了是假日觀光休憩的好地方、藝術文化團體交流的平臺，亦成為在地居民日常生活的重要場域。

1.社區參與工作坊

108 年推出 2 場鐵道模型工作坊，搭配新完工之月臺車廂區，透過實際手作體驗，民眾更加了解車站木建築構造之獨特之處、以及少見之終端式 T 型月臺構造。

日期	工作坊	講師	參與人數
08/31(六)	車站鐵道模型工作坊(一)	陳祐松	15
10/19(六)	車站鐵道模型工作坊(二)	陳祐松	15
小計		共兩場	30 人

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。

日期	講題	講師	參與人數
01/26(六)	臺灣鐵路車站大觀	蘇昭旭	25
01/27(日)	紙上剪花-豬事大吉	周佳儒	15
02/02(六)	紙上剪花-豬事大吉	周佳儒	15
04/06(六)	禪繞話語	盈壬	30
05/04(六)	蓮草創意	至涵	30
06/01(六)	印度彩繪 Henna	黃妍媛	30
07/13(六)	孝親月講座	翰文	30
08/03(六)	蔬果菜葉染	盈壬	25
09/07(六)	粉彩色鉛筆敬師卡製作	林恬慈	25
10/27(日)	臺灣鐵道經典之旅-環島鐵路篇	蘇昭旭	30
小計		共 10 場	255 人

3.北投行旅生態導覽

辦理日間/夜間兩種導覽路線，其中夜間導覽配合溫泉季活動，規劃溫泉旅館搭配廣播式主題音樂。

(1)日間導覽路線：少帥禪園-北投文物館-不動明王石窟寺-幽雅路-吟松閣-臺銀行舊宿舍-地熱谷谷頂-衛戍醫院-中心新村-新北投車站

(2)夜間導覽路線：打破過往導覽活動採導覽人員專人現地解說的既有型態，本年度車站推出夜間實驗廣播劇場導覽，以探索北投溫泉旅館為主題，定點式觀看與聆聽主題音樂的方式導覽。

路線：新北投車站(心愛的老車站)→別有天旅館(夜來香)→嘉賓閣(雨夜花)→吉他橋(溫泉鄉的吉他)→終點_涼亭(再會吧北投)

日期	導覽內容	合作單位	參與人數
03/30(日)-04/07(日)(共6場)	北投特色導覽	北投文化基金會	170
11/02(六)-11/30(六)(共9場)	主題：(夜間導覽) 北投的那一頁：導覽廣播實驗劇場	北投說書人	240
11/10(日)-12/14(六)(共7場)	主題：(日間導覽) 北投漫步聚場：走讀導覽泉鄉故事	北投文化基金會	195
小計		共 22 場	605 人

4 新北投車站學生體驗教育－「鐵支路直直行趣味營隊」

車站品牌活動，108 年度持續舉辦如鐵道主題學生體驗教育《鐵道小英雄》活動，與臺鐵志工隊持續合作，更串聯至山佳車站的《鐵道小小背包客》，以新北投車站作為認識鐵道文化的起點，帶領大眾搭乘交通工具，沉浸於豐富的鐵道文化歷史當中。

日期	路線	參與人數
06/08(六)	新北投車站-臺北車站	30
06/29(六)	新北投車站-臺北車站	30
07/13(六)	新北投車站-臺北車站-樹林山佳古蹟車站	30
08/30(五)	新北投車站-臺北車站-樹林山佳古蹟車站	30
小計	4 場次	120 人

路線 A：新北投車站-臺北車站
路線 B：新北投車站-臺北車站-樹林山佳古蹟車站

5. 創意生活講座/課程

車站期許透過不定期於周末辦理北投特色課程、講座，如：月琴體驗課、日式茶會，再次扮演連接點的角色，不僅連接年輕世代與傳統文化、活動，也連接大家對過去歷史文化的好奇與興趣。**執行成果：共 4 場次、90 人次參加**

6. 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合作，推出綠色飲食 X 在地小農 X 手作雜貨之綜合性市集，提倡在地、友善、純淨的市集主軸概念，以飲食作為軌道出發，駛著永續的列車，鋪展日常的樣貌。提供北投在地小農與其他小農之交流學習機會，共同形塑地區特色。**執行成果：全年度總計 82 場次，共計服務 10 萬 3,000 人次。**

7.12 行政區學校教育推廣專案

與北投在地「北投說書人」合作，設計一日市長路線，帶著小小市長走過平常觀光客都不曾走過的北投，為北投、為臺北市這個城市的發展作出選擇與決策。由此過程更加了解北投、以及北投人引以為傲的公民參與運動，從建築物的歷史背景與實際功能中，理解認識文化的多元性。透過討論培養是非判斷與社對道德規範，並思考文化資產保存與生活環境相關的各項議題。

路線：陳氏宗祠→新北投支線天橋下→磺港溪加蓋段→北投農會穀倉→新北投車站。

執行成果：共計 25 所學校場次、服務 805 人次，12 行政區中共有 9 區達成 2 所以上的學校參與。

8. 車站自有商品開發

新北投車站除了是懷舊的地點及體驗歷史的場域外，更是時光消費的最佳地點，車站保持約 30 項文創及紀念商品於車站銷售區展售，包含車站自有商品開發、北投在地創作者商品銷售合作、車站限定商品開發等，提升在地文創能量及商機。108 年度自行開發商品搭配完工之月臺車廂區，特設計木作模型商品，讓民眾可以透過模型製作更加了解車站站體之美、以及木構造之特色。

執行成果：108 年總計自行或合作開發 8 樣新商品。

9. 北投周邊館所四季活動交流

配合年度北投四季活動概念推出，新北投車站將依據春、夏、秋、冬四季主要統籌單位配合推出相對應的特色活動，共同營造北投的四季特色。

日期	活動	合作館所/單位	參與人次
4月(春)	北投樂活節-童玩活動 (場地提供)	北投區公所	50 人次
6月16日、 22日(夏)	日光月曲-月琴體驗課	臺灣月琴民謠協會	60 人次
7-8月(夏)	北投夏納涼-夜間市集	北投溫泉博物館	8,000 人次
11月-12月(冬)	冬季導覽共 16 場 臺日合作國際市集 前廣場場市集場地提供	北投溫泉季、北投說書 人、北投文化基金會	6,435 人次
小計	共計 4 場次		14,545 人次參與

(五)宣傳行銷

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

- 1.官方網站：車站於 108 年 8 月進行網站搭配二期工程完工近進行設計升級及改版作業，提供民眾瀏覽、獲取車站第一手的資訊服務。新官方網站以年輕化的編排以及增加整體網頁易讀性作為主要改版內容，其中也將北投以及車站相關的特色文化，融入整體網頁設計當中，如：屬於北投的溫泉意象、屬於車站的樺接、鐵道等相關特色，結合明亮舒適的色彩一起呈現，讓民眾藉由閱讀網頁的同時，更能體驗到北投的豐富文化內涵。108 年網站內容包括：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：4 萬 7,536
- 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 7,677 個讚
- 3.媒體宣傳效益：新北投車站 108 年度媒體露出總數 65 則（包括平面報章雜誌，以及網路新聞和電視媒體等）。

(六)館所營運

- 1.籌備義務服務暨經營管理委員會：本站參酌溫泉博物館公私合營與參與的構想，邀請社區代表、市府代表共同商議年度經營管理計畫以及財源籌措管道，新北投車站義務服務暨經營管理委員會，正式於 108 年 10 月 8 日(二)成立，總委員數共 18 名，並向下設有「活動小組」、「展覽小組」、「文創開發小組」、「館所發展小組」等 4 大小組，以每 4 個月為期開立大會，如期間車站有各項展覽或活動，將召集上述 4 小組之委員進行會議討論，落實「分層」、「分區」的參與策略並維持本會持續運作。
- 2.志工招募及訓練：招募服務志工逾 50 人，並設計各式訓練課程，包含內容志工及員工服務基礎訓練課程、新北投環境與歷史、車站鐵道學、北

投鐵道文化之路導覽，特展培訓課程、館所參訪交流等，有助於志工及員工相關建立服務新北投車站的導覽及服務遊客的能力。

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

(七) 年度實際服務人次(入館人次)

年度	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	總人數
106年度	尚未開館	尚未開館	尚未開館	79,563	37,794	20,003	29,999	23,507	23,246	31,181	33,665	40,507	319,465
107年度	27,668	18,606	30,094	48,196	28,725	25,418	21,704	21,405	21,185	38,357	44,689	48,850	374,897
108年度	35,641	34,186	39,449	44,580	36,965	36,613	28,236	33,972	44,116	70,144	76,482	65,169	545,553

(八) 108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	車站時光：車站常設展(車站內空間)	108/8/17(六)-109/8/16(日)	282,743
專案型活動	1980年代淡水線鐵道生活日常特展(車站內空間)	107/10/18(四)-108/08/04(日)	262,810
	記驛淡水線特展(車廂空間)	108/8/17(六)-109/03/14(六)	157,765
	申請/合作展-文化附幼成果展	108/6/5(三)-109/6/12(五)	11,376
入館參觀總計			545,553
教育推廣活動參與人數			
類別	時間	服務人次	
教育類	社區參與工作坊	08/31(五)、10/19(六)	2場次/30人次
	驛站講堂	1-10月	10場次/255人次
	北投行旅導覽	3-12月	22場次/605人次
	鐵道主題學生體驗教育	06/08(六)、06/29(六) 07/13(六)、08/30(五)	4場次/120人次
推廣行銷類	自辦生日慶典活動	03/17(日)-04/07(日)	22場次/3,171人次
	鐵道生活節	08/17(六)-	13場次/7,330人次

		09/01(日)	
	創意生活講座/課程	06/16(日)、 06/22(六) 11/30(六)	4 場次/90 人次
周末 市集	好好手感微笑市集	1-12 月	32 場次/64,000 人次
	水花園有機農夫市集	1-12 月	24 場/24,000 人次
	北投在地小農市集	1-12 月	22 場/11,000 人次
	不定期申請市集	1-12 月	4 場/4,000 人次
	學校導覽服務	1-12 月	21 場次/753 人次
	12 行政區學校教育推廣專案	1-12 月	25 場次/805 人次
	免費團體導覽服務	1-12 月	21 場次/705 人次
推廣活動參與人數總計			226 場次/116,864 人 次
車站內外參與人數總計			662,417 人次
社區合作	四季活動交流		4 場次/14,545 人次
	北投磺港溪願景論壇		1 場次/28 人次
	文化附幼成果展		1 場次/50 次
社群合作	姊妹站及鐵道館所合作		2 單位
	藝術導入		2 場次/270 人次
	員工教育訓練		19 場/28 人次
	志工課程/活動		6 場/198 人次
	義務經營管理委員會相關會議		9 場/99 人次

辦學部

一、臺北市影視音實驗教育機構

(一)108 年度營運重點：

- 1.因應實際辦學現況，申請實驗教育計畫變更通過。
- 2.組織架構調整，各層級會議如期召開，校務事項分層決策，暢通溝通管道。
- 3.深化課程地圖，擬定七大學習領域與核心課程，依照課程地圖規劃四季課程。
- 4.舉辦第一屆畢業典禮、招收第三屆新生、教職員招聘。
- 5.舉辦策展及活動：三屆聯展「漾/young」、與市隔絕音樂祭、TMS 影視音實驗教育展。
- 6.舉辦 2019 台北電影夏令營。

(二) 108 年執行四季課程：

- 1.共有 12 名專任教職員，包含：1 名主任、2 名組長、6 名專任導師及 3 名行政教師。每學季與 20-30 位兼職業師合作，開設 50-60 門課程供學

生選修。

- 2.春季課程：2月18日（週一）至4月26日（週五）。
- 3.夏季課程：5月13日（週一）至7月19日（週五）。
- 4.秋季課程：8月19日（週一）至10月25日（週五）。
- 5.冬季課程：11月11日（週一）至109年1月17日（週五）。
- 6.課程全選修，每季接受學生申請社團、自主學習計畫、校外實習、遠距外語等，鼓勵多元且符合個人學習需求的個人學習路徑。

(三) 結盟計畫與國際交流

- 1.簽訂合作備忘錄的日本映畫大學接受本機構師生前往參加畢業展暨交流，並接受畢業生申請入學。
- 2.繼107年與荷蘭IVKO藝術高中學生合作拍片，今年徵選2名學生前往荷蘭亞洲影展實習，2名老師於亞洲影展擔任映後座談。荷蘭IVKO藝術高中教師於10月來臺參加TMS影視音實驗教育展-周登的立場，帶領工作坊。

(四)108學年度教師及學生人數異動情形

- 1.年度初公開遴選新主任，全年招募1位行政組長、1位總務專員、1位專任導師。
- 2.招生狀況：108年上半年招收到4名新生，下半年招收20名新生。

學期	107學年度第二學期	108學年度第一學期
預計招生人數	8	41
報名人數	10	33
錄取人數	4	22
報到人數	4	20

3.學生人數異動情形

人數/學期	107學年度第二學期	108學年度第一學期
學生總數	84	85
105級人數	16	0
106級人數	32	28
107級人數	36	37
108級人數	-	20
轉出人數	4	2
畢業人數	2	17
轉入人數	4	0

(五)108年度影視音人才培育、實驗教育推廣活動

月份	項目
----	----

1	●三屆聯展「漾 / young」
2	●日本映畫大學畢業展暨交流活動 ●108 年春季課程開放旁聽選修
3	●CinemAsia x TMS x IVKO (荷蘭實習及荷蘭亞洲影展)
5	● 監察委員因研究計畫來訪舉辦座談會 ● 108 年夏季課程開放旁聽選修 ● 辦理職能認證訓練課程 (音響)
7	●第一屆畢業典禮 ●「與市隔絕 Live In Solitude」音樂祭 ●2019 台北電影夏令營
10	● TMS 影視音實驗教育展-周登的立場
11	● 108 年冬季課程開放旁聽選修。

(六)房舍管理維護及行政管理與執行

- 1.環境維護及房舍視需求修繕。
- 2.機電設備定期保養，包含飲水機、保全監視、電腦資訊及供電線路。
- 3.設置 8 套中興保全系統。
- 4.通過安心場所認證，配置 AED 管理人。
- 5.完成建築物公共安全申報、消防安全設備檢修申報，配置消防管理人。
- 6.每週教師會議及行政組會議定期討論及決策機構日常運作及教學。
- 7.定期召開各層級會議，確保溝通管道暢通，決策機制分層負責。
- 8.邀集影視音及實驗教育學者專家組成校務發展諮詢委員會，召開 2 次諮詢會議。

參、 決算概要

(一)收支營運實況

- 1.本年度收入預算數 6 億 2,810 萬 8,000 元，執行結果，決算數 6 億 6,406 萬 7,928 元，較預算數增加 3,595 萬 9,928 元，約 5.73%，分析如下：
 - (1)銷售收入較預算增加 2,282 萬 6,511 元，主要係台北當代館、松山園區、西門紅樓等銷貨收入較預期增加。
 - (2)租金收入較預算增加 1,422 萬 5,505 元，主因松山文創園區、剝皮寮、臺北試演場等場租收入較預期增加。
 - (3)營運收入較預算增加 668 萬 6,899 元，主要係電影節、藝術三節、北藝中心票房收入較預期增加，與增加辦理外部單位合作活動，如：當代館辦理「2018PULIMA 藝術節」、電影節辦理「國際提案一對一工作坊」

等。

(4)政府補助基本營運收入減少 991 萬 9,710 元，主要係影委會以合作辦理活動，資源挹注與經費樽節，補助款繳回 4,480,206 元、影視投資預算保留 375 萬元；兒藝節取消飛天鋼琴演出減少補助 1,472,560 元、藝術節向外界爭取演出資源挹注樽節補助款支用 1,209,973 元

2.本年度支出預算數 6 億 2,508 萬 1,000 元，執行結果，決算數 6 億 4,483 萬 7,324 元，較預算數增加 1,975 萬 6,324 元，約 3.16%。主要原因如下：

(1)銷貨成本較預期增加 1,710 萬 6,013 元，係因銷貨收入增加。

(2)人事費用較預期減少 1,742 萬 5,212 元，係因徵聘等待期和未達年度滿聘所致。

(3)管理費用較預期增加 1,382 萬 6,739 元，主要係松山文創園區大整修所生修繕與折舊費用、巴洛克花臺景觀優化建置及園藝修剪美化等。

(4)業務費用較預期增加 624 萬 4,210 元，主要因爭取中央、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 302 萬 7,000 元，執行結果，決算數賸餘 1,923 萬 604 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	
68,806,511	11,978,900	394,777,880	7,487,410	113,738,505	62,791,899	2,947,945	739,104	799,774	664,067,928
10.36%	1.80%	59.45%	1.13%	17.13%	9.46%	0.44%	0.11%	0.12%	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		
52,218,013	172,931,788	132,430,739	287,252,210				4,574		644,837,324
8.10%	26.82%	20.53%	44.55%				0.00%		100.00%

(二)現金流量實況

1.業務活動之淨現金流入 3,910 萬 4,744 元。

2.投資活動之淨現金流出 1,231 萬 8,354 元。其中現金流出 1,280 萬 4,251 元，包括增加固定資產 375 萬 9,910 元、增加無形資產 7 萬 7,365 元、增加其他資產 740 萬元、增加修繕工程 156 萬 6,976 元；現金流入 48 萬 5,897 元，包括減少存出保證金 48 萬 5,897 元。

3. 籌資活動之淨現金流入 173 萬 939 元。其中現金流入 230 萬 5,386 元，包括增加存入保證金 230 萬 5,386 元；現金流出 57 萬 4,447 元，包括減少其他負債 57 萬 4,447 元。
4. 現金及約當現金之淨增 2,851 萬 7,329 元，係期末現金 1 億 104 萬 8,900 元，較期初現金 7,253 萬 1,571 元增加之數。

(三)淨值變動實況

本會截至民國 108 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 7,495 萬 6,425 元，增加本年度賸餘 1,923 萬 604 元，期末淨值為 9,418 萬 7,029 元。

(四)資產負債實況

1. 資產：資產總額 2 億 899 萬 2,517 元，包括：流動資產 1 億 1,084 萬 2,722 元，固定資產 873 萬 3,713 元，無形資產 46 萬 8,447 元，其他資產 8,894 萬 7,635 元，資產總額較上年度 1 億 8,853 萬 4,628 元，增加 2,045 萬 7,889 元。
2. 負債：負債總額 1 億 1,480 萬 5,448 元，包括：流動負債 7,681 萬 4,415 元，其他負債 3,799 萬 1,073 元，負債總額較上年度 1 億 1,357 萬 8,023 元，增加 122 萬 7,285 元。
3. 淨值：淨值總額 9,418 萬 7,029 元，包括：基金 5,653 萬 4,255 元，累積賸餘 3,765 萬 2,774 元，淨值總額較上年度 7,495 萬 6,425 元，增加 1,923 萬 604 元。

肆、其他

無

財團法人台北市文化基金會
收支營運決算表
中華民國 108 年度

單位：新臺幣元

上年度 決算數	科目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增(減-)	
				金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/ (1)*100
589,273,950	收入	628,108,000	664,067,928	35,959,928	5.73
588,129,438	業務收入	627,632,000	662,529,050	34,897,050	5.56
52,128,001	銷貨收入	45,980,000	68,806,511	22,826,511	49.64
17,481,141	受贈收入	12,315,000	11,978,900	(336,100)	(2.73)
362,571,967	政府補助基本 營運收入	412,185,000	402,265,290	(9,919,710)	(2.41)
65,946,587	營運收入	56,105,000	62,791,899	6,686,899	11.92
87,914,144	租金收入	99,513,000	113,738,505	14,225,505	14.30
2,087,598	其他業務收入	1,534,000	2,947,945	1,413,945	92.17
1,144,512	業務外收入	476,000	1,538,878	1,062,878	223.29
719,037	財務收入	476,000	739,104	263,104	55.27
425,475	其他業務外收 入	-	799,774	799,774	--
617,216,704	支出	625,081,000	644,837,324	19,756,324	3.16
617,215,127	業務支出	625,081,000	644,832,750	19,751,750	3.16
39,702,461	銷貨成本	35,112,000	52,218,013	17,106,013	48.72
166,275,487	人事費用	190,357,000	172,931,788	(17,425,212)	(9.15)
121,643,009	管理費用	118,604,000	132,430,739	13,826,739	11.66
289,594,170	業務費用	281,008,000	287,252,210	6,244,210	2.22
1,577	業務外支出	-	4,574	4,574	--
1,577	財務費用	-	4,574	4,574	--
0	其他業務外支 出	-	-	0	--
(27,942,754)	本期賸餘(短絀-)	3,027,000	19,230,604	16,203,604	535.30

財團法人台北市文化基金會

現金流量決算表

中華民國 108 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-)	3,027,000	19,230,604	16,203,604	535.30
調整非現金項目	8,191,793	13,293,426	5,101,633	62.28
折舊費用	7,897,793	13,050,455	5,152,662	65.24
各項攤提	294,000	242,971	(51,029)	(17.36)
應收票據(增加)減少	-	30,000	30,000	--
應收帳款(增加)減少	-	5,174,551	5,174,551	--
存貨(增加)減少	-	(265,269)	(265,269)	--
其他應收帳款(增加)減少	-	1,899,087	1,899,087	--
預付款項及其他流動資產(增加)減少	-	173,390	173,390	--
短期墊款(增加)減少	-	1,102	1,102	--
暫付款(增加)減少	-	71,507	71,507	--
應付帳款增加(減少)	(551,140)	(1,161,105)	(609,965)	110.67
預收款項增加(減少)	-	6,884,554	6,884,554	--
其他應付款增加(減少)	-	(15,689,187)	(15,689,187)	--
應付費用增加(減少)	-	9,457,383	9,457,383	--
代收款增加(減少)	-	8,409	8,409	--
暫收款增加(減少)	-	(3,708)	(3,708)	--
業務活動之淨現金流入(流出-)	10,667,653	39,104,744	28,437,091	266.57
投資活動之現金流量				
固定資產(增加)減少	-	(3,759,910)	(3,759,910)	--
無形資產(增加)減少	-	(77,365)	(77,365)	--
代管資產(增加)減少	(6,500,000)	(7,400,000)	(900,000)	13.85
修繕工程(增加)減少	-	(1,566,976)	(1,566,976)	--
存出保證金減少(增加)	-	485,897	485,897	--
投資活動之淨現金流入(流出-)	(6,500,000)	(12,318,354)	(5,818,354)	89.51
籌資活動之現金流量				
其他負債(減少)增加	(718,728)	(574,447)	144,281	(20.07)
存入保證金增加(減少)	-	2,305,386	2,305,386	--
籌資活動之淨現金流入(流出-)	(718,728)	1,730,939	2,449,667	(340.83)
現金及約當現金之淨增(淨減-)	3,448,925	28,517,329	25,068,404	726.85
期初現金及約當現金	36,029,412	72,531,571	36,502,159	101.31
期末現金及約當現金	39,478,337	101,048,900	61,570,563	155.96

財團法人台北市文化基金會
淨值變動表

中華民國 108 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	74,956,425	19,230,604	-	94,187,029	年度賸餘 1923 萬 604 元，主要原因如下： 1. 場地租金較預期增加 1,422 萬餘元。 2. 銷售毛利較預期增加 572 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 (-)	18,422,170	19,230,604	-	37,652,774	
累積賸餘	18,422,170	19,230,604	-	37,652,774	

財團法人台北市文化基金會

資產負債表

中華民國 108 年 12 月 31 日

單位：新臺幣元

科目	本年度決算數 (1)	上年度決算數 (2)	比較增(減-)	
			金額 (3)=(1)-(2)	% (4)=(3)/(2)*100
資產合計	208,992,517	188,534,628	20,457,889	10.85
資產	208,992,517	188,534,628	20,457,889	10.85
流動資產	110,842,722	89,338,254	21,504,468	24.07
現金	101,048,900	72,531,571	28,517,329	39.32
應收款項	8,631,786	15,735,424	(7,103,638)	(45.14)
應收票據淨額	-	30,000	(30,000)	(100.00)
應收帳款淨額	7,701,833	12,876,384	(5,174,551)	(40.19)
其他應收款	929,953	2,829,040	(1,899,087)	(67.13)
存貨	265,269	-	265,269	--
預付款項	896,767	1,070,157	(173,390)	(16.20)
短期墊款	-	1,102	(1,102)	(100.00)
固定資產	8,733,713	8,051,445	682,268	8.47
機械及設備	2,036,127	1,955,772	80,355	4.11
機械及設備	9,273,100	8,273,315	999,785	12.08
累計折舊－機械及設備	(7,236,973)	(6,317,543)	(919,430)	14.55
交通及運輸設備	94,432	66,769	27,663	41.43
交通及運輸設備	148,839	98,840	49,999	50.59
累計折舊－交通及運輸設備	(54,407)	(32,071)	(22,336)	69.65
什項設備	6,603,154	6,028,904	574,250	9.52
什項設備	12,759,237	10,049,111	2,710,126	26.97
累計折舊－什項設備	(6,156,083)	(4,020,207)	(2,135,876)	53.13
無形資產	468,447	634,053	(165,606)	(26.12)
無形資產	468,447	634,053	(165,606)	(26.12)
電腦軟體	468,447	634,053	(165,606)	(26.12)
其他資產	88,947,635	90,510,876	(1,563,241)	(1.73)
什項資產	88,947,635	90,510,876	(1,563,241)	(1.73)
存出保證金	534,191	1,020,088	(485,897)	(47.63)
暫付款	633,195	704,702	(71,507)	(10.15)
代管資產	26,625,074	27,199,521	(574,447)	(2.11)
代管資產	44,533,223	37,133,223	7,400,000	19.93
累計折舊－代管資產	(17,908,149)	(9,933,702)	(7,974,447)	80.28

修繕工程	4,620,920	5,052,310	(431,390)	(8.54)
受限制資產	56,534,255	56,534,255	-	-
負債及淨值合計	208,992,517	188,534,628	20,457,889	10.85
負債	114,805,488	113,578,203	1,227,285	1.08
流動負債	76,814,415	77,314,361	(499,946)	(0.65)
應付款項	52,033,304	59,417,804	(7,384,500)	(12.43)
應付帳款	25,808,579	26,969,684	(1,161,105)	(4.31)
其他應付款項	6,961,427	22,650,614	(15,689,187)	(69.27)
應付費用	19,141,709	9,684,326	9,457,383	97.66
代收款	121,589	113,180	8,409	7.43
預收款	24,781,111	17,896,557	6,884,554	38.47
預收收入	24,781,111	17,896,557	6,884,554	38.47
其他負債	37,991,073	36,263,842	1,727,231	4.76
什項負債	37,991,073	36,263,842	1,727,231	4.76
存入保證金	10,001,483	7,696,097	2,305,386	29.96
暫收款	1,364,516	1,368,224	(3,708)	(0.27)
應付代管資產	26,625,074	27,199,521	(574,447)	(2.11)
淨值	94,187,029	74,956,425	19,230,604	25.66
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	37,652,774	18,422,170	19,230,604	104.39
累積餘絀	37,652,774	18,422,170	19,230,604	104.39

財團法人台北市文化基金會

收入明細表

中華民國 108 年度

單位：新臺幣元

科目	本年度預算 數 (1)	本年度決算 數 (2)	比較增(減)-		說明
			金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/ (1) *100	
收入	628,108,000	664,067,928	35,959,928	5.73	
業務收入	627,632,000	662,529,050	34,897,050	5.56	
銷貨收入	45,980,000	68,806,511	22,826,511	49.64	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	12,315,000	11,978,900	(336,100)	(2.73)	
政府補助基本營運收入	412,185,000	402,265,290	(9,919,710)	(2.41)	
政府補助基本營運收入	412,185,000	402,265,290	(9,919,710)	(2.41)	
政府補助基本營運收入-文化局	405,985,527	394,777,880	(11,207,647)	(2.76)	
政府補助基本營運收入-其他	6,199,473	7,487,410	1,287,937	20.77	1. 台北電影節獲文化部及外交部補助金額較預期增加 36 萬元。 2. 偶戲館獲文化部文資局補助 56.8 萬元，辦理傳統偶戲藝術推廣計劃(偶戲學院)。 3. 西門紅樓前期獲文化部補助資本門，遞延認列約 26 萬餘元。

營運收入	56,105,000	62,791,899	6,686,899	11.92	1. 票房收入較預期增加268萬5,308元，包含電影節、北藝中心、藝術三節等。 2. 爭取外部委託案561萬4,670元，主要為： (1)台北當代藝術館獲原住民族文化事業基金會委託辦理「2018PULIMA 藝術節」332萬餘元。 (2)台北電影節獲文化部標案「國際提案一對一工作坊」169萬餘元。 (3)台北市電影委員會受中華電信委託辦理「2019MOD 微電腦暨金片子創作大賽」281萬，較預期增加119萬餘元。
租金收入	99,513,000	113,738,505	14,225,505	14.30	松山文創園區、剝皮寮、臺北試演場等場租收入較預期增加。
其他業務收入	1,534,000	2,947,945	1,413,945	92.17	1. 本會獲勞動力重建處獎勵金16萬餘元。 2. 松山園區主要係風格店家及小賣所2店之分潤收入、園區周邊廣告收入等較預期增加，共約計120萬餘元。
業務外收入	476,000	1,538,878	1,062,878	223.29	
財務收入	476,000	739,104	263,104	55.27	存款孳息收入較預期增加
其他業務外收入	-	799,774	799,774	--	報名各項活動之保證金沒收收入等。

財團法人台北市文化基金會

支出明細表

中華民國 108 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	625,081,000	644,837,324	19,756,324	3.16	
業務支出	625,081,000	644,832,750	19,751,750	3.16	
銷貨成本	35,112,000	52,218,013	17,106,013	48.72	台北當代館、松山園區、西門紅樓等銷貨收入較預期增加，銷貨成本相對增加。
銷貨成本	35,112,000	52,218,013	17,106,013	48.72	
人事費用	190,357,000	172,931,788	(17,425,212)	(9.15)	主要係松山文創園區大整修所生修繕、巴洛克花臺景觀優化建置及園藝修剪美化等。
薪資費用	165,130,078	149,872,720	(15,257,358)	(9.24)	
勞工退休金	8,626,926	7,844,265	(782,661)	(9.07)	
保險	16,599,996	15,214,803	(1,385,193)	(8.34)	
管理費用	118,604,000	132,430,739	13,826,739	11.66	
租金支出	6,128,262	5,684,589	(443,673)	(7.24)	
文具印刷	1,941,772	1,841,684	(100,088)	(5.15)	
旅費	1,307,000	556,109	(750,891)	(57.45)	
交通費	1,187,000	531,099	(655,901)	(55.26)	
國內差旅	120,000	25,010	(94,990)	(79.16)	
運費	813,200	514,014	(299,186)	(36.79)	
郵電費	1,847,505	1,292,783	(554,722)	(30.03)	
修繕費	10,817,963	19,374,347	8,556,384	79.09	
水電瓦斯費	21,512,969	20,477,507	(1,035,462)	(4.81)	
保險費	3,443,297	3,336,368	(106,929)	(3.11)	
交際費	-	67,821	67,821	--	
稅捐	492,634	240,347	(252,287)	(51.21)	
折舊	2,575,293	7,522,046	4,946,753	192.09	
各項攤提	294,000	242,971	(51,029)	(17.36)	

職工福利	782,250	941,401	159,151	20.35
訓練費	594,000	169,160	(424,840)	(71.52)
書報雜誌	33,000	13,527	(19,473)	(59.01)
誤餐費	738,400	105,307	(633,093)	(85.74)
勞務費	2,524,000	5,141,999	2,617,999	103.72
清潔費	18,598,100	18,584,671	(13,429)	(0.07)
保全費	25,592,510	25,066,211	(526,299)	(2.06)
保養費	8,604,968	8,395,013	(209,955)	(2.44)
園藝費	3,511,120	5,762,987	2,251,867	64.14
消防安全	87,000	65,700	(21,300)	(24.48)
雜項購置	1,354,000	2,370,928	1,016,928	75.11
手續費支出	51,700	63,814	12,114	23.43
其他費用	4,959,057	4,599,435	(359,622)	(7.25)
業務費用	281,008,000	287,252,210	6,244,210	2.22
租金支出	29,001,840	30,838,914	1,837,074	6.33
文具印刷	12,830,579	8,496,320	(4,334,259)	(33.78)
旅費	8,835,562	5,436,163	(3,399,399)	(38.47)
交通費	1,483,360	1,073,377	(409,983)	(27.64)
國內差旅	235,400	77,000	(158,400)	(67.29)
國外差旅	7,116,802	4,285,786	(2,831,016)	(39.78)
運費	5,263,000	5,574,496	311,496	5.92
郵電費	673,400	545,317	(128,083)	(19.02)
修繕費	3,980,888	3,213,087	(767,801)	(19.29)
廣告費	11,405,000	12,636,159	1,231,159	10.79
水電瓦斯費	114,000	121,554	7,554	6.63
保險費	1,092,000	990,063	(101,937)	(9.33)
交際費	150,000	540,507	390,507	260.34
稅捐	-	12,600	12,600	--
折舊	5,322,500	5,528,409	205,909	3.87
訓練費	430,000	122,807	(307,193)	(71.44)
書報雜誌	-	19,843	19,843	--
誤餐費	1,343,115	2,136,408	793,293	59.06
計時人員	23,565,148	27,494,304	3,929,156	16.67
勞務費	57,490,744	74,401,460	16,910,716	29.41
清潔費	748,388	959,136	210,748	28.16
保全費	-	49,880	49,880	--
保養費	224,000	147,635	(76,365)	(34.09)
版權費	2,629,000	2,655,082	26,082	0.99
製作費	50,996,725	45,692,160	(5,304,565)	(10.40)
材料費	2,990,500	2,175,372	(815,128)	(27.26)
雜項購置	1,519,000	1,601,917	82,917	5.46

手續費支出	325,000	1,352,170	1,027,170	316.05	
獎補助金支出	40,340,000	35,956,888	(4,383,112)	(10.87)	
其他費用	19,737,611	18,553,559	(1,184,052)	(6.00)	
業務外支出	-	4,574	4,574	--	
財務費用	-	4,574	4,574	--	
外幣兌換損失	-	4,574	4,574	--	

財團法人台北市文化基金會
固定資產、無形資產及其他資產投資明細表

中華民國 108 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	6,500,000	12,804,251	6,304,251	96.99	
固定資產	-	3,759,910	3,759,910	--	
機械及設備	-	999,785	999,785	--	-- 當代館電腦、伺服器及投影設備汰舊換新；剝皮寮新購電腦、數位相機及充電箱；電影節及西門紅樓採購電腦。
交通及運輸設備	-	49,999	49,999	--	-- 電影公園採購手提式無線擴音機。
什項設備	-	2,710,126	2,710,126	--	-- 松山園區新購人流系統、藝趣空間視聽設備改善、空間改善及投影機汰換及指紋機電腦及拍攝設備；新北投車站新購車廂冷氣。
無形資產	-	77,365	77,365	--	
無形資產	-	77,365	77,365	--	-- 臺北表演藝術中心購置軟體 Adobe Acrobat Pro DC 2017、松山園區購置行銷用之 Vray 繪圖軟體
其他資產	6,500,000	8,966,976	2,466,976	37.95	
代管資產	6,500,000	7,400,000	900,000	1.38	台北國際藝術村走道修繕工程、攝影器材及影音設備購置；寶藏巖公共空間結構安全評估技術服務委任、山坡地安全監測系統自動化、防水修繕工程、藝術家工作室空調修繕汰換、戶外無線網路改善工程、百里廳及戶外平臺整修與空間修繕。
修繕工程	-	1,566,976	1,566,976	--	-- 辦學部智慧教室建置及視聽影音教學設備。

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 108 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、臺北市府	29,000,000	29,000,000		29,000,000			財團法人石鳳 翔基金會解散 捐贈臺北市政 府 4,000,000 元
臺北市府教育局	25,000,000	25,000,000		25,000,000			
臺北市府	4,000,000	4,000,000		4,000,000			
二、中央及本市以外其他地方政府	-	-		-			
三、其他							
民間捐助小計		27,534,255		27,534,255		48.70%	
一、其他團體機構		23,796,555		23,796,555		42.09%	
新光人壽保險股份有限公司		1,000,000		1,000,000			
台灣聯誼有限公司		100,000		100,000			
嘉華教育基金會		5,000		5,000			
財團法人北市福州同鄉會獎助學基金會		1,000		1,000			
財團法人劉羅柳氏獎學基金會		5,000		5,000			
財團法人中美文化學術服務基金會		10,000		10,000			
行天宮管理委員會		3,000		3,000			
幸安國小		62,877		62,877			
碧湖國小		500		500			
溪口國小		3,000		3,000			
慧海佛教文教基金會		10,000		10,000			
景文工商		100,000		100,000			
木柵高工		50		50			
松山工農		1,320		1,320			
開南商工		1,860		1,860			
南港高工		7,948		7,948			
中華民國水墨藝術學會		100,000		100,000			
景興國中		10,000		10,000			
台北市瑠公農田水利會		2,000,000		2,000,000			
國泰人壽保險公司		375,000		375,000			
廖繼春紀念獎助金捐款		20,000,000		20,000,000			
二、個人		3,737,700		3,737,700		6.61%	
詹舜堂、詹舜翔先生		600		600			
台北市第一女子高級中學學生義賣		150,000		150,000			
莊如冠女士		10,000		10,000			
我們的雜誌社		5,000		5,000			
松山國小崔校長等六人		4,000		4,000			
連勝彥先生		5,000		5,000			
尹文異先生		1,000		1,000			
李棟樑先生		50,000		50,000			
翁國維先生		1,000		1,000			
長安國中家長會楊明哲先生		5,000		5,000			
劉清文先生		5,000		5,000			
林猷唐先生		500		500			
李宗永先生		400		400			
陳吉慶、陳吉貴先生		2,000,000		2,000,000			
陳吉慶、陳吉貴先生		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 108 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				
副執行長	2 人	2 人	0 人	1. 專員實際聘用 94 人，較預算數增加 2 人，有專員以上人員離退，新聘職缺改以專員起聘，扶植業務所需專才所致。 2. 短聘人員實際聘用 198 人/月較預算數增加 5 人/月，係因正職人員申請留停，按實際需求聘用短聘人員擔任職代。
總監/館長/主任	10 人	9 人	-1 人	
副總監/副館長/副主任	6 人	4 人	-2 人	
處長/經理/組長	47 人	40 人	-7 人	
資深副理/資深副組長	9 人	8 人	-1 人	
副理/副組長	59 人	44 人	-15 人	
資深專員	31 人	27 人	-4 人	
專員	92 人	94 人	2 人	
短聘人員	193 人/月	198 人/月	5 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 108 年度

單位：新臺幣元

科目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增(減-) (3)=(2)-(1)	說明
合計	190,357,000	172,931,788	(17,425,212)	
薪資費用	165,130,078	149,872,720	(15,257,358)	
勞工退休金	8,626,926	7,844,265	(782,661)	
保險	16,599,996	15,214,803	(1,385,193)	

