

中華民國 113 年度



財團法人台北市文化基金會

決算書

財團法人台北市文化基金會編

財團法人台北市文化基金會

目次

中 華 民 國 113 年 度

一、總說明.....	1-135 頁
二、主要表	
(一)收支營運表.....	136 頁
(二)現金流量表.....	137-138 頁
(三)淨值變動表.....	139 頁
(四)資產負債表.....	140-141 頁
三、明細表	
(一)收入明細表.....	142 頁
(二)支出明細表.....	143-144 頁
(三)不動產、廠房及設備、無形資產及代管資產投資明細表	145-150 頁
(四)轉投資明細表.....	-
(五)基金數額增減變動表.....	151 頁
四、參考表	
(一)員工人數彙計表.....	152 頁
(二)用人費用彙計表.....	153-154 頁
五、附錄：持股超過 50%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 113 年度

壹、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，前身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，始終秉持多元化及全方位發展的理念，策劃具當代意涵的優質展覽外，也致力於藝術教育推廣，對於社區文化的經營和生活美學的提倡更是不遺餘力，持續將藝術展演從館內拓延到社區空間，讓藝術融入生活，觸及更廣泛的觀眾群體，打造融合美學與文化創意的藝術場域與城市地標。

(一)策辦當代藝術展覽，連結在地與國際

當代館除了每年策辦的主題展外，同時在 MoCA Studio 和 MoCA Video 等空間規劃創新實驗展項。本館展區透過多樣的展覽內容和交錯的檔期規劃，以達到「全年有展覽、服務不打烊」的目標。透過多元的展覽生成，提出不同面向的探討，本館 113 年辦理各種不同類型的當代藝術主題展覽：

- (1)主展場部分，其中以一、二樓主展場為空間，於館內辦理 5 檔展覽，以不同類型的當代藝術主題策畫展，與館際、國際合作，呈現國際與在地所關心的當代議題，以藝術的方法回應當代藝術的各種提問。
- (2)113 年實驗展區辦理 13 檔展覽，積極透過合作計畫、青年藝術家或策展人的徵件提案，讓不同世代的策展觀點能利用當代的平台進行展演，提出當代藝術的世代觀察並與大眾進行溝通、共同對話。
- (3)利用館際、國際深度合作的方式，將臺灣當代藝術發展與世界橋接，也是讓世界看見臺灣的方法。本年度國際合作專案包含與「韓國釜山文化基金會」辦理雙邊交流教育活動專案、與西班牙哈恩內夫肯影像收藏基金會及米羅基金會等合辦「LOOP 巴塞隆納錄像藝術製作獎」、與「德勒斯登當代藝術協會」及「網路 | 媒體 | 藝術」(Netzwerk | Medien | Kunst, 簡稱 NMK) 合作發展雙邊錄像放映計畫、與「林茲電子藝術中心」簽署合作備忘錄，辦理策展人駐地研究計畫、歌德學院(台北)德國文化中心共同舉辦國際藝術交流講座、參與拿騷藝術協會(Nassauischer Kunstverein

Wiesbaden)獎助提名等活動。

各項展覽簡介如下：

(1) 主題策畫展

展覽訊息	展覽簡介
<p>《你好，人類！Hello, Human!》</p> <p>展期：113年1月27日至5月12日 策展人：林欣傑、蔡宏賢 參展藝術家：莫雷辛·阿拉亞里 (Morehshin Allahyari)、傑森·艾倫 (Jason Allen)、喬納森·班迪克森 (Jonas Bendiksen)、爆炸理論 (Blast Theory)、超維度、fuse*、江戶未來世 (Hello Edo!)、馬里奧·克林格曼 (Mario Klingemann)、真鍋大度 (Daito Manabe)、列夫·曼諾維奇 (Lev Manovich)、松尾公也 (Koya Matsuo)、onformative、安娜·里德勒 (Anna Ridler)、孫詠怡 (Winnie Soon)、魏廷宇、楊雨樵</p> <p>本展獲第23屆台新藝術獎 第二季提名 主視覺及專刊設計更分別榮獲「2024金點設計獎—年度最佳設計」與「2025金蝶獎—台灣出版設計大獎」</p>	<p>當 AI 人工智慧與人類的創造界線逐漸模糊不清時，日以繼夜無休止地持續運算，完美無暇地組合出真假難辨的文字、影像、事件與歷史。AI 人工智慧如新世代的潘朵拉盒子，同時開啟了希望與恐懼。二十一世紀的人類已經被剝奪了不 AI 的選擇，AI 人工智慧狀似溫柔地擁抱人類，更像是冷靜殘酷地向人類切割道別。人類是否能夠建立起真正開放、可信任、共享的 AI 人工智慧系統？或是 AI 人工智慧已經如無限套疊的俄羅斯套娃黑盒，朝向自主沒有止境的高速演化進程，一切都終將無關人類，待衝出層層黑盒，嘶吼著「你好，人類！Hello, Human!」，正是 AI 人工智慧向舊物種人類告別之時。</p>
<p>《關係人》</p> <p>展期：113年6月1日至9月8日 策展人：蔡佩桂 參展藝術家：Lihan.umaw 游恩恩 + Temu.masin 徐智文、女性自我代表團 + 廖建忠、市村美佐子 (Misako Ichimura)、余彥芳、吳俞萱、李奧森、李慈湄、走路草農／藝團、洪鈞元、倪祥、曾靖雯、給女兒的一封信工作隊 + 高俊宏、跨藝 PLAY、鄒欣寧</p>	<p>面對 #MeToo 之大潮與暗流所贈予我們的珍貴課堂，展覽《關係人》歷經半年餘的創製，以每個人都是「關係人」來回應此運動，不只是因為面對社會事件，沒有人是局外人，也因為每個人都在關係中生存，都是「有關係的人」。</p> <p>展覽依探索、回應、修復三個主題，進入身體、情感的細緻處，分辨並回應權力之不對等。探索主題：帶領觀者探索身體與情感，以建構自主權，並辨識權力逼壓的痕跡。回應主題：提供模擬性的安全場域，讓參與者嘗試各種可能的回應，進行實驗、感受其效力。修復主題：尋找自我或彼此的療癒、鍛鍊與支持，為未來世代調整我們的身心體質與環境。</p> <p>如此，我們珍惜契機，重新閱讀自己與所在的社會，同理所有關係人。</p>
<p>《Beta+》</p> <p>展期：113年9月28日至12月29日</p>	<p>在數位技術和新媒體迅速發展，以及當代藝術邊界不斷擴展的情境下，藝術家們重新開始思考作品產出的做法、展覽的方式以及表現形式，試圖探討這</p>

<p>策展人：邱杰森、莫珊嵐 (Margot Guillemot)</p> <p>參展藝術家：孟克波洛兒·干波爾德 (Munkhbolor Ganbold)、林育正、瑪莉·哈維爾 (Marie Havel)、克萊蒙·菲利普 (Clément Philippe)、超級浪、黃萱、楊子強 (Yeo Chee Kiong)、鄧雯馨、鍾興賦</p>	<p>些更新、重新排列、增加和刪除、「開發者」與「用戶」之間的交流以及演變現象如何在藝術創作中體現，以適應不斷加速變化的社會。</p> <p>透過探索動態和即時的空間經驗，不同於靜態的展覽呈現，《Beta+》展現出藝術家的「即時性」創作過程，使作品在展覽空間中不斷被構建和重組。觀眾也被邀請積極參與這個不斷演變的展覽，與藝術家及其作品互動，並思考固定形式的無常性和資訊的短暫性。</p>
<p>《熱影像》</p> <p>展期：113年9月28日至12月29日</p> <p>策展人：陳韋綸</p> <p>參展藝術家：丹尼爾·卡諾加 (Daniel Canogar)、吳宜擘、吳梓安、李亦凡、李勇志、致穎、馬修·格里芬 (Matthew Griffin)、莊培鑫、許哲豪</p>	<p>在數位時代來臨前，法國哲學家雅克·德希達以「檔案熱」描述人類對記憶保存的強迫性慾望，源於對遺忘的恐懼。然而，記憶與遺忘的掠奪，如今透過社群媒體、雲端資料庫、大數據等技術以更不可預測的方式展開。每日超過四億張影像被上傳至社群平台，顯示影像時代進入狂熱狀態。影像取代人類記憶，深入生活每個細節，並由演算法驅動，重新定義資訊的生成與感知。藝術史學家喬納森·克拉里質疑影像的進步性，指出其侵占了注意力與思考，並模糊了公共與私人領域的界線。</p> <p>在這樣的背景下，《熱影像》以網路為框架，集結九位藝術家的作品，探討影像在訊息與虛實間的轉換，以及其如何對應記憶、身分、網路文化、地緣政治與數位資本主義等命題，揭示現代技術如何形塑人們的慾望，以及影像治理技術對於人類感知的異化作用。</p>
<p>一年計劃《川堂》</p> <p>展期：113年1月27日至12月29日</p> <p>參展藝術家：賴志盛</p>	<p>賴志盛的創作構想來自於建成國中與當代館共用日治時期建成小學校古蹟校舍的關係，他想建造一個空間：把美術館的一個展廳打開來與建成國中的同學一起使用，而展廳門外建成國中校地的一角借給美術館做成露台，連接起來形成一個新的川堂。藝術家想像這地方能讓學生的校園時光有著美術館的記憶，同時美術館裡可以不時出現同學的身影與歡笑聲；而觀眾在館裡可以透過延伸的空間走進校園的露台上，看看青春的光景。</p>

(2) 室內實驗展 (MOCA Studio)

展覽訊息	展覽簡介
<p>《幻殤—提摩特斯·安格萬·庫斯諾個展》</p> <p>展期：113年2月24日至4月21日</p>	<p>庫斯諾獲哈恩內夫肯影像收藏基金會與巴塞隆納胡安·米羅基金會所合辦的「LOOP 錄像藝術獎」後，在歷史遺產與當代社會產生共振的語境下，創作「幻殤」系列作品《翻轉》和《未知之地》。此系列</p>

<p>參展藝術家：提摩特斯·安格萬·庫斯諾 (Timoteus Anggawan Kusno)</p>	<p>與日惹伊莫吉里地區的竹馬入神舞 (jathilan) 社群合作，這種舞蹈入神的狀態使舞者從語言限制和日常規範中解放，得以自由表達、釋放其壓抑的經驗。庫斯諾以詩意且後設的手法，深入探討這個由歷史、虛幻和記憶共構的矩陣裡，仍未被言說、未聞未見的諸多面向。</p>
<p>《貧窮人的台北：轉運站》</p> <p>展期：113 年 4 月 27 日至 6 月 16 日 策展團隊：向貧窮者學習行動聯盟 X 朱剛勇 參展藝術家：人生百味 X 劉于瑄 X 劉怡萱 X 李翊綺 X 李昀庭、樂窩與都會區的族人們 X 唐佐欣、陳若軒、臺灣夢想城鄉營造協會、社區實踐協會 X 黃妙貞 X 張璞、張羽儀</p>	<p>「貧窮人的台北」行動由向貧窮者學習行動聯盟 (窮學盟) 於 106 年發起，聯盟成員包含貧窮經驗者、19 個 NGO 與藝術家、社會學學者。本次展覽以「轉運站」命名，擁有雙重意涵：轉運站為公共運輸交匯處，每一次轉乘皆是具目的性的移動；「轉運」同時也為坊間民俗所提出之概念，倡導付出行動、改變以提昇運勢。展覽從 3 個子題切入，陳述人移動至城市的歷程、在城市的遭遇，以及主體之心聲，還原在媒體、輿論中「不努力」、「沒希望」的人，其立體多元樣貌。展間創作多為經驗者與藝術家共同創作，貧窮經驗者其身交織著性別、族群、疾病經驗等身份，參展藝術家則具備異鄉人、社會工作者等多重認同，「遷移」與「期許」為雙方所共鳴的情感，也是在城市生活皆需面對的課題。</p>
<p>《Q POWER》</p> <p>展期：113 年 6 月 22 日至 8 月 11 日 策展團隊：彩虹平權大平台、微波造浪 創作者： 音樂創作獎：Teymu Ukah 德伊木 (簡珮璿)、旭 Obaz、蘇尚珪 Borry、劉璋舜 KUMA、朱宇青、路嘉欣、賴晏駒 影像創作獎：杰德影音、張峰嘉、陳品儒、寧文、蘇奕瑄 文字創作獎：周紘立、逆彌、陳品蓉、盧妤、羅毓嘉 創意行銷獎：Gilead 台灣、Pinkoi、結果娛樂、橙良創意、聯合利華 精神獎：Nick 阿塔溜、巴查克 Pacak、卡爾 (賴冠儒)、臺灣彩虹公民行動協會、簡莉穎、廢廢子</p>	<p>Q POWER 的 25 件入選作品，雖是各自獨立的故事，卻能窺見些許共通性。無論是對情慾探索、情感嘗試、面對他人眼光的恐懼、同性戀者與異性戀者各自的框架、同志家庭的身份適應、關於什麼是標準、如何翻轉標籤、驕傲地做自己、跨國同婚、原住民同志等身分交織的議題，透過不同媒介，開展出繽紛的故事。</p> <p>綜觀來看，這些作品反映了臺灣當代同志社群的生活樣貌，在台灣同婚通過 5 年後，社會對於同志議題的態度逐漸改善。From fear to POWER，儘管擔心不被主流接受的恐懼仍然存在，但作為獨特個體的自信也逐漸茁壯。</p>
<p>《未境之域—林書楷個展》</p> <p>展期：113 年 8 月 17 日至 10 月 13 日 策展人：陳孜盈 參展藝術家：林書楷</p>	<p>展覽結合了「未完成」與「未來」兩個發展軸線，透過藝術家過往的佈展經驗，闡述生活和創作的模糊界線。展場內呈現正在佈置的展場樣態，彰顯其創作歷程、作品與觀者的觀看關係，並回應了我們如何在這個快速變遷的世界中找到自己的位置，並重新思考我們所處城市的價值與未來。承襲著對於城市文明的未來嚮往，林書楷運用家族產業—鑄造</p>

	廠所遺留的木造模具作為創作元素進行拼組，呈現對城市文明的窺探與想像。透過考古物件與繪畫的結合，以及近年來持續發展的《陽台文字》，提供了一種解碼式的探索，構成未來考古現場神秘且具有符號性的詮釋訊息，帶領我們進入其所建構的未來城市文明。
<p>《反覆演練 Re-her-sal：預演》</p> <p>展期：113 年 10 月 19 日至 12 月 15 日</p> <p>策展人：嚴淳齡</p> <p>參展藝術家：李秀芬、林沛瑤、程時雍 X 妍青、趙曼君</p>	<p>展覽以「反覆演練」為題，並將英文單字「rehearsal（排演）」特意錯拼為「re-her-sal」，強調「her」作為女性受詞的代名詞；「re」則帶有「一再」與「repair（修補）」的雙重意涵，試圖將性別的展演擴延為當代藝術的實驗與實踐。展名中的「預演（preview）」源自劇場語彙，指非正式的演出，介於作品呈現與排演之間，充滿可能性，是未完成、可修正，也是蓄勢待發。「反覆演練 Re-her-sal：預演」以女性生命經驗、身份與場域為探討，讓觀眾意識「台前（on-stage）」的概念，並重新探問美術館場域中的性別與身體、策展及創作的可能性。展覽鬆動了展演呈現即代表完成的既定觀念，挑戰美術館與展覽的理性框架。</p>
<p>《「指劍之舞」—蕭言中創作 40 週年經典作品展》</p> <p>展期：113 年 12 月 21 日至 2025 年 2 月 16 日</p> <p>策展人：黃志偉</p> <p>參展藝術家：蕭言中</p>	<p>展覽「指劍之舞」探討漫畫藝術家蕭言中 40 年來對線條的深入追求。他將線條視為核心造形元素，從漫畫創作起步，逐步融入書法的精氣神韻，並在數位時代激盪下創立「指劍畫派」。以手指代筆，將武術、書法與禪學結合，以簡練的線條表現人物與動物形象，展現「簡單，深刻」的人生哲學。</p> <p>本展分為三大區塊：呈現蕭言中經典漫畫作品《童話短路》、《整形》及《笨賊一籬筐》的原稿與出版，探討其線條從漫畫到書法的質地轉變；並展出「指劍畫派」近年新作，揭示其創作心法與藝術形式的昇華。</p>

(3) 戶外實驗展(MoCA Video)

展覽訊息	展覽簡介
<p>《人類與自然的再想像—李宰旭個展》</p> <p>展期：113 年 2 月 3 日至 3 月 17 日</p> <p>參展藝術家：李宰旭 (Jaewook Lee)</p>	<p>「人類與自然的再想像」呈現 4 支短錄像作品，分別以當代世界視角、不同歷史年代出發，透過個別時代的藝術表現，探索人類與自然界的互動。</p> <p>本展邀請觀眾不僅是將人類的藝術過往視為紀錄，而是一種由過去延伸至現今的對話，讓我們明白如何探索自身與未來環境的關係。</p>
<p>《居家符號學》</p> <p>展期：113 年 3 月 23 日至 5 月 5 日</p> <p>參展藝術家：林怡平、陳省聿</p>	<p>單頻道錄像《居家符號學》想像工程機械作為家屋的居住者，以英文字母 A 到 Z 的排序對應動詞，從事吃飯、打掃、煮飯、休息等居家行為。溫和輕柔的動作由大型工業機具進行，顛覆了我們對居家概念的想像。藝術家挪用和翻轉瑪莎·羅斯勒 (Martha Rosler) 的錄像作品《廚房符號學》，將</p>

	建構日常空間的建築機具轉化為居家空間裡的身體，探討工業及居家環境的交錯關係。
《過期霓虹—戶外放映—李勇志個展》 展期：113年5月11日至6月23日 參展藝術家：李勇志	《過期霓虹》系列，以現今不再流行的霓虹燈招牌作為主要的「臨摹」對象。企圖揣摩及再現曾於1980年代亞洲普遍流行的霓虹燈招牌。該系列創作不僅是歷史圖像的蒐集及拼貼（collage），同時亦是可觸及個人記憶及經驗，介於虛實交錯之間的弔詭再現。
《歷史的例外狀態—毛友文個展》 展期：113年6月29日至8月4日 參展藝術家：毛友文	《歷史的例外狀態》此件作品緣起於自身實地尋訪七星山上傳說的金字塔之中，經由走踏時身體內外的感知記憶累加，以及諸多鏈接的刺點引導之下，透過影像具有時間性與寫實虛幻的建構性，所展開對於記憶、歷史與自然之探究的創作。
《懸停記憶—魯志楷個展》 展期：113年8月10日至9月15日 參展藝術家：魯志楷	空拍機負載著跨越縱橫的滯空能量，穿梭眼前廣闊無邊卻難以端相的視域，流淌往返物理距離與人機一體的狀態中，延伸、顯像、模糊、發散，輕巧地製造出虛實交疊的圖像風景，懸停於跨越時間限制的集體記憶。
《2024 關渡國際動畫節 X 台北當代藝術館—藝術串聯計劃》 展期：113年11月2日至11月24日 ◆當代館放映藝術家：Suncana Brkulj、Hossein Molayemi & Shirin Sohani、Diego Alonso Sánchez de la Barquera Estrada & Christian Arredondo Narvaez、楊子新、汪安琪	「關渡國際動畫節」於100年創辦至今已邁入第十四屆，由國立臺北藝術大學動畫學系籌備辦理，當代館於102年起加入合作串聯計劃，本次展覽精心呈現今年度精選作品，透過展覽期間的作品播映展示，齊步推動國內外的動畫創作與影像視野。
《CAPTURING NOWNESS - Im Hier und Jetzt 倖存者存在 - 台北當代藝術館 X 德勒斯登當代藝術協會 錄像交流計畫》 展期：113年11月30日至114年1月12日 ◆當代館合作策展人：王鼎曄 ◆德勒斯登當代藝術協會策展及評審團隊：Thomas Dumke、傅雅雯、Andreas Ullrich ◆臺灣參展藝術家：王雅慧、袁廣鳴、陳依純、許哲瑜、陳敬元 ◆德國徵件參展藝術家：Alba T Álvarez、Sabrina Bellenzier & Guenda Bondini、Tatjana Bikic、	當代館與德勒斯登當代藝術協會、網絡 媒體 藝術、德勒斯登媒體文化中心及德勒斯登 C.Rockefeller 當代藝術中心合作，共同策劃「Capturing Nowness - Im Hier und Jetzt 倖存者存在」錄像交流計畫。德國策展人 Andreas Ullrich 提出「CAPTURING NOWNESS - Im Hier und Jetzt」的主題概念，以公開徵件和評審團遴選的形式來策劃展覽作品。同時，當代館邀請臺灣策展人王鼎曄負責臺灣錄像作品的選件，並由王鼎曄提出「倖存者存在」的策展論述，以回應此主題。

Moritz Simon Geist & Robert Arnold、Ibrahim Quraishi、Lucas Oertel & Heinz Schmoeller、Elom 20ce & Musquiqui Chihying & Gregor Kasper、Caroline Beach、Felix Ermacora & Johanna Blank、Julius Günzel & Maja Nagel	
---	--

4. 街區實驗展/館校合作/館外專案

展覽名稱	展覽簡介
<p>《街角的利息》</p> <p>展期：113年10月12日至12月8日 策展單位：三明治工 參展藝術家：田中薰、丘智華、林晏竹、陸穎魚、黃品玲、鄭先喻</p>	<p>近年來最火熱的話題莫過於 ETF 投資。透過多元化的投資組合，抵抗資產貶值，朝向財務自由的幸福願景中休養「生息」。投資與躺平，似乎是從「何必工作」到「無需工作」的一種對於自由的期許，利息累積愈多，工作時間愈短，休息時間愈長，也就愈能做自己喜歡做的事。</p> <p>本展邀請國內外共 6 位藝術家一起打造這項以自由與想像為目標的「投資組合」，所存入的每一份想像，將無可避免地回饋給您，不僅是無償與無價的「利息」，更是路過就能「賺取」的美好感受。</p>

(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，積極推動各類型教育活動，透過跨界交流與合作，為民眾提供多元藝術學習與參與的機會。主要項目包括：

1. 針對展覽參觀者的教育推廣活動

配合館內展覽，策畫與執行之教育活動，本館提供服務個人的免費語音導覽、針對團體的每日定時導覽、深入淺出的各種類型講座、藝教於樂的藝術家工作坊，以及廣邀不同領域專家學者，提供多種閱讀視角的專家導覽等，讓市民共享藝術資源，推動大眾對展覽與欣賞的興趣與理解。

(1) 學術領域方面：藝術研討會、藝術家座談、專題演講、特別展演等教育活動，實體活動總計 66 場，累計參與人次達 3,229 人。

(2) 提升民眾興趣方面：專家導覽，實體活動總計 25 場，累計參與人次 1,411 人。定時導覽 625 場，累計參與人次 5,577 人。

2. 常態性之藝術學習課程

(1) 兒童學習系統：為推廣親子及兒童青年藝術教育，搭配主題策畫展編撰專屬的「兒童語音導覽」、「學習單」，提供參觀展覽的兒童與青少年，以深入淺出方式認識展覽。另有專為 12 歲以下兒童打造的親子空間「U12 小玩藝教室」，搭配展覽規畫不同的藝術體驗活動，以及「繪本魔法屋」，針對展覽主題挑選主題繪本，提供兒童觀眾多元的閱讀視角。113

年度「U12 小玩藝教室」總計規劃 401 場次，參與人數 3,605 人次；「繪本魔法屋」總計 11 場次，活動參與 546 人次。

(2)藝術資源教室「好玩藝教室」及「藝術工作坊」：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。113 年度共計 16 場次，全程參與 472 人次。

(3)與建成國中攜手推動「館校合作—藝術家駐校教學計畫」。113 年邀請表演藝術團隊「小事製作」，協同建成國中藝術領域教師，精心設計兩大主題課程，分別為〈身體寫生計畫〉與〈邊界生物群像〉，累計總參與人次達 1,081 人次。課程成果以裝置藝術形式呈現，並於當代館街區藝術計畫中展出，透過多元的藝術創作形式，啟發學生重新思考並詮釋自身與環境的關聯。

3. 「MoCA on Air」Podcast 計畫

當代館 Podcast 計畫《MoCA on Air》持續回應當代社會時下議題，於 Apple Podcast、Sound On、Google Podcast、KKBox、Spotify…等多項數位平台上線，開播至今累計超過 63 集、13.5 萬人次下載數。節目以跨界角度邀請學者與當代藝術家共同參與對談，擴大延伸至當代藝術家對於社會的觀察與關懷。累積製播包括：中、英、日、韓、印尼語及西班牙語等多語內容，嘗試拓展海內外觀眾族群。

(三)帶動社區藝術美學，打造無牆美術館

當代館自 101 年開啟社區藝術推動計畫，藉由藝術展演實驗日常生活與當代藝術碰撞激盪的各種可能。113 年度除了策辦「街角的利息」街區藝術計畫，本展特別規畫共融導覽，有手語導覽和非視覺導覽，讓聽障者與非聽障者、視障者與非視障者共同參與，促進彼此交流，共享藝術的美好。除此當代館延續「街區藝術計畫」的理念與規劃。

為落實「社區藝術化、藝術社區化」與周遭商圈店家、社區鄰近館所合作，深耕與社區居民的關係，將當代藝術推廣繼續延伸至周邊社區，期以提供一個具互動性且整合度強的藝文平台，帶動當代城市源源不絕的文化生產能量。113 年共舉辦了 4 場展覽特別活動暨廣場活動，吸引了 20,333 人次參與。

(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，當代館也積極建構更具主體性的各種路行銷機制，以加強和社會大眾的直接溝通與聯繫。包括：

1. 當代館社群粉絲專頁：

透過 Facebook 及 Instagram 平台即時發表當代館最新資訊。113 年度 Facebook 粉絲數仍持續成長至 34.2 萬人，居全臺灣美術館之冠；

Instagram 粉絲數為 4.9 萬人。

2. 當代館官網：

提供館內各類展覽詳細內容及教育活動最新訊息，自 108 年 6 月官網改版以來，113 年底累積瀏覽人次已成長至 538 萬人次。

3. 當代館官網影音專區：

結合影音內容和 YouTube 社群平台，建立全臺影音收藏最豐沛的當代藝術數位影音資料庫，已累積 1,206 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 145 萬人次。這些影片除無償開放給學者民眾觀賞，也提供教師作為當代藝術第一手教學資源。

4. 當代館智慧手機 APP：

智慧型手機上網即可免費下載 MOCA AR 導覽 APP，透過 APP 可身歷其境認識當代館古蹟的建築和故事，並收聽當代館當期主題展覽的語音導覽。

5. MoCA LINE 官方帳號：

自 109 年底創辦 MoCA LINE OA 官方帳號，並搭配 Facebook 與 Instagram 攜手推廣，截至 113 年底已累積超過 6,000 位好友，透過線上及線下活動結合，密切鎖定當代館觀眾，展覽及活動資訊、商品優惠等內容精準投遞，不僅是 EDM 再升級，更發展目標客群互動及線上客服等多重功能，呼應大眾資訊使用習慣，讓藝術更貼近生活。

(五) 113 年度主要展區參觀人數統計：

展 區	展 名	統計期間	參觀及活動總 人次
主展場 + 實驗 展場+戶 外影像 聚場+街 區藝術 計畫	主展覽《神救援：楊茂林的內在英雄之旅》+當期實驗展場《街頭狗與野馬—許哲瑜個展》+當期戶外影像聚場《游物—張皓甯個展》	1/1-1/14 (展期為 112/11/4- 113/1/14)	6,583
	主展覽《你好，人類！Hello, Human!》、《一年計劃：川堂》+當期實驗展場《街頭狗與野馬—許哲瑜個展》、《幻殤—提摩特斯·安格萬·庫斯諾個展》、《貧窮人的台北：轉運站》+當期戶外影像聚場《游物—張皓甯個展》、《人類與自然的再想像—李宰旭個展》、《居家符號學》、《過期霓虹—戶外放映—李勇志個展》	1/15-5/12	58,665
	主展覽《關係人》、《一年計劃：川堂》+當期實驗展場《貧窮人的台北：轉運站》、《Q POWER》、《未境之域—林書楷個展》+當期戶外影像聚場《過期霓虹—戶外放映—李勇志個展》、《歷史的例外狀態—毛友文個展》、《懸停記憶—魯志楷個展》	5/13-9/8	65,622
	主展覽《Beta+》、《熱影像》、《一年計劃：川堂》+當期實驗展場《未境之域—林書楷個展》、《反覆演練 Re-her-sal：預演》、《指劍之舞—蕭言中創作	9/9-12/29	74,360

	40 週年經典作品展》+當期戶外影像聚場《懸停記憶—魯志楷個展》、《2024 關渡國際動畫節 X 台北當代藝術館—藝術串聯計畫》、《CAPTURING NOWNESS - Im Hier und Jetzt 倖存者存在—台北當代藝術館 X 德勒斯登當代藝術協會 錄像交流計畫》+街區藝術計畫《街角的利息》		
	當期實驗展場《指劍之舞—蕭言中創作 40 週年經典作品展》+當期戶外影像聚場《CAPTURING NOWNESS - Im Hier und Jetzt 倖存者存在—台北當代藝術館 X 德勒斯登當代藝術協會 錄像交流計畫》	12/30-12/31	703
<p style="text-align: center;">展 區 總 計 (總人次採計範圍 1/1 至 12/31)</p> <p style="text-align: center;">*戶外影像聚場及街區藝術計畫因於戶外展出故人次無法採計</p>			205, 933

藝術村營運部

一、「寶藏巖國際藝術村」經營管理及藝術推廣

(一)辦理目的

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。113 年因應臺北國際藝術村基地配合「行二行三公辦都更案」，業務全面轉移至寶藏巖國際藝術村，持續推動「台北藝術進駐」計畫，辦理國內外藝術家出來訪、培育藝術文化領域人才、城市藝術文化交流等業務。同時因寶藏巖國際藝術村位於歷史聚落中，爰此本會亦將善用寶藏巖聚落的特殊歷史，讓藝術進駐與歷史聚落成為寶藏巖國際藝術村營運的兩軌重點，做為服務藝術家、服務公眾的平台。

(二)場地空間使用規劃

寶藏巖國際藝術村場地可自辦展覽、活動，以及對外租用，共有 11 個戶外場地（歷史斷面無對外租借）、17 個室內場地，並訂有場地使用管理規定供各界辦理藝文活動或專業拍攝。另有 20 間藝術家工作室，除提供給臺北藝術進駐計畫藝術家住宿之外，訂有文史哲藝人士住宿規定，凡是符合文史哲藝身分者，皆可申請住房租借。113 年度寶藏巖住房率為 73.38%、場地使用率為 56.99%。

年度 比例	寶藏巖國際藝術村		
	111 年	112 年	113 年
住房	63.97%	72.95%	73.38%
場地	47.46%	39.82%	56.99%

(三)組織與人員

1.人事組織

藝術村編制正職 19 人，另會計 1 人由管理部派任，共 20 人。實際聘用員額為 17 人，待聘 3 人。

2.志工管理及實習生招募計畫

113 年常態志工，合計 32 人；志工提供服務總時數為 1,484 小時。實習生招募 113 年 1 月及 6 月共 2 次。113 年度共招募有 4 名實習生。

(四)計畫執行內容

1.場館維運

113 年藝術村硬體方面，上半年完成全村 24 間住房工作室歲修，包含牆面油漆修補、電器檢測、冷氣維護及清潔；年中完成 10 間室內展間牆面修補、開關位移及加裝工作燈，以提升服務品質。2023 年底至 2024 年初，因

部分微聚合約到期，離場後空間進行大幅度檢修，包含電線迴路配置調整、燈光改良、防水加強、粉刷及室內空間調整，以準備年底重新開放遴選。軟體方面，112 年完成官方網站功能與電子金流串接改版升級，並於 113 年配合閣樓住房併入藝術家工作室，管理辦法同步更新，官網系統亦搭配新辦法增加相關功能，以提供更為便利申請操作流程。

此外，由於藝術村房舍屋齡高，為防範各類型災害，112 年起便加強災害通報的管理與制訂相關流程計畫，並安排人員防災、急救、消防的訓練及演練，以減少災害發生時可能的損害。

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)

寶藏巖國際藝術村以人才培育和國際交流為主要任務，提供國內外各類藝術家創作與創新的實驗基地，促進臺灣與國際間文化藝術交流，開創文化新格局。2024 年國內外駐村藝術家以寶藏巖國際藝術村為主要基地，持續發展採集田野、藝文創作等計畫，整合臺北城南公館區域相關資源，發揮加乘效果。

遴選依照「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」進行，進駐名單與成果如下方表列：

※2024 年原定國際徵件來訪 7 位藝術家、1 位放棄駐村、主題徵件 1 位、國內進駐 2 位藝術家、國際交流機構來訪 12 位藝術家，新增專案 4 位，以及國際交流機構出訪 9 位藝術家。最終完成國內外藝術家共計 34 位。

編號	藝術家	媒材	進駐類型	國籍
1	Jidanun Lueangpiansamut 吉妲楠·葭翩莎姆	文學	國際徵件來訪	泰國
2	Ouazzani Carrier 瑪麗·瓦札尼 x 尼可拉斯·卡里爾	視覺藝術	國際徵件來訪	法國
3	Arisa Nakabayashi 中林阿里沙	視覺藝術	交流機構	日本
4	Transfield Studio	跨領域	國際徵件來訪	日本
5	Tolo Puppets Kim Ngoc TRAN x Linh Valerie PHAM 陳金玉x范莊美靈	戲劇	主題徵件	越南
6	Eunju Hong 洪銀珠	視覺藝術	交流機構	德國
7	Tom Blake	視覺藝術	交流機構	澳洲

	湯姆·布雷克			
8	Koki Lxx	視覺藝術	專案	菲律賓
9	Aung Khant Kyaw	視覺藝術	專案	緬甸
10	游婷雯	視覺藝術	國內進駐	臺灣
11	張剛華	跨領域	國內進駐	臺灣
12	Every Body Meeting 贊·伯利 Xan BURLEY、 艾力克斯·斯賓格 Alex SPRINGER、 威爾·歐文 Will OWEN、 唐曉柔 Hsiao-Jou TANG	跨領域	國際徵件來訪	美國
13	Sasiwimol Chonlabut 美嬋	視覺藝術	交流機構	泰國
14	James Thompson 詹姆斯·湯普森	視覺藝術	交流機構	英國
15	Munkhbolor Ganbold	視覺藝術	專案	蒙古
16	考現學實驗室(蕭言軒)	視覺藝術	專案	臺灣
17	萬能鑰匙雙人組 Passepartout Duo 妮可萊塔·法瓦里 Nicoletta FAVARI 克里斯多弗·薩爾維托 Christopher SALVITO	音樂/聲音	國際徵件來訪	義大利
18	Alice Wong 黃嘉淇	策展/研究	國際徵件來訪	香港
19	Shin Mi-Jung 申美正	視覺藝術	交流機構	韓國
20	Siheun Kim 金施昕	雕塑	交流機構	韓國
21	Namia Leigh (Lee Na Hyun) 李娜賢	裝置	交流機構	韓國
22	Haruna Tsuyuki 露木春那	視覺藝術	交流機構	日本
23	Yen-Chao Lin 林延昭	跨領域	交流機構	加拿大
24	程小蓓	文學	交流機構	中國
25	Andreas Ullrich	視覺藝術	交流機構	德國
26	Emily Chao	電影/錄像	國際徵件來訪	美國

B. 國際進駐交換計畫

臺北藝術進駐提供臺灣藝術工作者前往不同城市、場域駐村的機會，其中包括日本 BankART1929、日本 Tokyo Arts and Space、韓國虹梯藝術中心、韓國國立現代美術館高陽藝術工作室、泰國國際藝術大學、英國 Platform Asia、中國上苑藝術館、台北慕尼黑交流計畫、加拿大魁北克省藝術與文學委員會和澳洲伯斯當代藝術中心等 10 個機構，其中包含透過外國駐台辦事

處牽線的藝文組織，也有由基金會辦理的駐村計畫，以及當地具代表性的非營利性質的藝文團體(art collectives)，種類多元，各地接待單位和型態也有所不同。

※113 選送 9 名臺灣藝術家出訪異地，12 名交流機構來訪藝術家。

國際進駐交換出來訪藝術家名單如下：

編號	出訪藝術家	來訪藝術家	交流機構
1	毛友文	Haruna Tsuyuki 露木春那	Tokyo Arts and Space(TOKAS)
2	吳芊頤	Arisa Nakabayashi 中林阿里沙	日本 BankART1929
3	陳盈嘉	Tom Blake 湯姆·布雷克	澳洲伯斯當代藝術中心
4	林祐聖	Siheun Kim 金施昕	韓國虹梯藝術中心
		Namia Leigh (Lee Na Hyun) 李娜賢	
5	彭一航	Eunju Hong 洪銀珠	臺北慕尼黑交流計畫
6	牛俊強	Shin Mi-Jung 申美正	韓國國立現代美術館 高陽藝術工作室
7	羅嘉惠	程小蓓	上苑藝術館
8	熊世翔	Sasiwimol Chonlabut 美嬋	泰國國際大學
9	吳佩姍	Yen-Chao Lin 林延昭	台北魁北克交流計畫
10	無	James Thompson 詹姆斯·湯普森	英國 Platform Asia
11	無	Andreas Ullrich	德勒斯登當代藝術協會/ 德勒斯登洛克斐勒當代藝術中心

C. 駐村藝術家接待

113 根據當期藝術家關注之議題和創作領域，邀請藝文專業人士、藝評、策展人、本地藝術家等參訪駐村藝術家的工作室或展演活動現場，與藝術家進行創作計畫的討論與對話，針對作品給予反饋，並提供更多資源與網絡連結。此外，提供第二季駐村藝術家 2024 台北當代藝術博覽會邀請卡，藝術家於藝術博覽會期間與國內外藝文專業人士交流。關於在地藝術能量連結方面，韓國藝術家申美正駐村期間，11 月 10 日參加絕對空間「來溫家—國際藝術家對話系列」，與臺南在地藝術家紀凱淵進行寶貴的交流。

在文化體驗方面，第三季駐村藝術家體驗中元普渡在地辦桌、第四季駐村藝術家參加臺北客家義民嘉年華「挑擔奉飯」等活動，從汀州路的客家文化主題公園一路挑擔遠境至羅斯福路中正紀念堂，讓國際藝術家們在臺灣

不僅能夠感受到在地的藝術氛圍，更得以深入體驗臺灣獨特的客家文化。以及安排駐村藝術家參訪臺北市立美術館、華山 1914 文化創意產業園區、台北偶戲館、臺灣當代文化實驗場 C-LAB、臺北市立文獻館、西門紅樓、台北當代藝術館、日星鑄字行、太原路、天水路等材料街、臺北法主公廟、天馬茶房、永樂市場、大稻埕戲苑、關渡美術館等，增加藝術家對於在地文化和藝術創作的認識，作為創作發想的素材，並達到文化交流推廣之成效。

D. 國際社群交流-主辦 Res Artis 國際年會

113 年 Res Artis 國際年會移至臺北舉辦，延續去年在英國舉辦的年會主題：「留心差距：設計為所有人服務的藝術進駐 (Mind the Gap: Designing residencies for everyon)」，2024 年 Res Artis 台北年會以「在光譜中找到彼此：超越合作」為題，分「跨域合作」、「社會參與」、「量能擴增」和「評估機制」四個子題，討論藝術進駐如何作為文化可及性、藝術自由、氣候危機、原住民文化、移民、移工、士紳化等議題實踐。思考藝術進駐如何反映當代藝術的生產趨勢，成為跨文化、跨學科流動的介面。

113 年 9 月 6 日至 9 月 9 日期間，年會選在臺北市客家文化主題公園、寶藏巖國際藝術村、嘉禾新村、煥民新村等地進行。由 64 位藝術進駐計劃負責人擔任講者，協同 6 位藝術家，帶領帶領共 1 場主題演講、8 場專題座談，7 場工作坊和 6 場座談（圓桌論壇）。來自台灣、日本、加拿大、印度、印尼、西班牙、阿拉伯聯合大公國、希臘、英國、法國、奈及利亞、南韓、美國、香港、荷蘭、新加坡、澳洲等共 19 國講者輪番上陣，分享藝術進駐案例中的規劃、佈局、挑戰和機遇。

E. 駐村藝術家聯合展演

113 年度共舉辦 4 檔駐村藝術家聯展、4 場藝術家座談，以及 1 場講座、3 場工作坊、3 場行為演出、1 場的聲響與肢體結合表演。

F. 開放工作室

「Kalos 寶村萬花筒」- 寶藏巖夏季開放日於 113 年 6 月 15 日至 8 月 11 日為期 2 個月，透過邀請曾經從寶藏巖國際藝術村送出訪的台灣藝術家，以及國內外具有獨特風格且與寶藏巖空間氛圍契合的創作者，再到寶藏巖舉辦個展或聯展，以「國際駐村藝術家工作室開放」、「臺灣出訪藝術家分享會暨工作坊」與「微聚展覽」等形式，深化寶藏巖作為藝術創作與交流的平台。寶藏巖冬季開放系列活動從 113 年 9 月 28 日至 11 月 24 日辦理，延續夏季形式，邀請出國駐村的藝術家以及兩組臺灣在地工作室舉辦個展，展期為兩個月，特別邀請在疫情前後出訪的藝術家來到寶藏巖，分享他們的海外駐村心路歷程。每場展覽專注於藝術家在駐村期間的創作成果，同時搭配講座、

導覽和工作坊，進一步促進藝術家與觀眾之間的互動與討論。並在 11 月 16 日有一場異業合作的《後青春：再見搖滾》電影特映會暨主創映後座談。

G. 微型群聚

「微型群聚」進駐計畫，以提供臺灣藝術工作者長期工作室的方式，扶植臺北市文化創意產業，進行人才育成，並與進駐在藝術村的國際藝術家進行創作交流。除了在此孕育創作動能外，微聚藝術家更著重開放給來訪民眾參與。有別於短期進駐藝術家，生活長駐的微型群聚對藝術村與在地社區/社群有較高的連結性與熟悉度，透過微型群聚舉辦各類型展覽、活動、工作坊與對外開放，讓民眾更能深入了解寶藏巖藝術生產的一面，與此同步亦提高藝術村公共展間、戶外場域的活化運用。

113 年度寶藏巖國際藝術村 12 組微型群聚進駐藝術家／團隊

編號	單位	姓名	類別／領域
1	三貓俱樂部 x 秋紅肚房	陳雨琦	漫畫 x 餐飲
2	51 門	廖珮妤	停格動畫、漫畫創作
3	其他的事	鄭堯隆	編織、手作、花草
4	周靈芝創作工作室	周靈芝	布藝、編織、陶藝
5	差事劇團	鍾喬	劇團、市民劇場、環境劇場
6	尖蚪	林廷芳	藝文複合餐飲
7	Mechanman Lab	黃正裕	攝影創作、相機維修改裝
8	不歸鹿	黃心怡	種子裝飾工藝
9	Kjohn 的再生軍團 再生軍團	羅楷炯	自造者
10	陳治旭工藝美術創作	陳治旭	剪紙、木工
11	多磨工作室	吳沛璇	玉石、金工、當代首飾
12	Kaomin Studio	高鈺閔	金工、紙漿、雕塑

H. 113 年臺北藝術進駐徵選

113 年起國內外駐村藝術家以寶藏巖國際藝術村為主要基地，持續發展採集田野、藝文創作等計畫，整合臺北城南公館區域相關資源，發揮加乘效果。於 114 年 3 月開放徵件，並於 9 月底前公布 115 年「國內進駐」、「出訪國外」及「國外來訪」之國內外藝術家。

(2) 專案型活動

A. 「夜夢」—2024 寶藏巖光節，展期 113 年 03 月 23 日至 05 月 05 日，充分利用了寶藏巖國際藝術村內的多個藝術空間，包括戶外裝置、歷史建築及專門設計的光影藝術作品。這些獨特的空間不僅提供了展示平台，藝術家們包括差事劇團、非常深藍藝術工作室、陳滢如、張乃仁、詹宏祿、姚

瑞中、海闊拉帝、李可、吳克軍、日籍藝術家:Elico SUZUKI (鈴木英倫子)、新加坡籍藝術家:黃晞竭 (Salty)、安筆行策 Feat 林政佑等。也為觀眾創造了多樣化的沉浸式體驗。期間舉辦了多場戲劇表演、祈福儀式及聲音演奏等，吸引了超過7萬名觀眾參與。

B. 2024 社區藝術進駐—中山區江寧里、中正區客家文化基金會

為提升民眾社區凝聚力與美學感受力，以中山區江寧里為場域，邀請藝術家日出小姐走進社區，以藝術家分享自身創作經驗為始，帶領民眾進一步瞭解不同形式的藝術創作、媒材與表達方式。過程強調大家一起來對話和創作，從藝術角度重新思考環境與生活的關係，將自身生活以藝術手法轉化成環境的一部分，並將成果在社區內以展覽形式展出。8月25日辦理「原來你也在這裡—再生紙工作坊」有40人參與、「『原來你也在這裡』藝術進駐成果展」9月8日至9月15日期間有超過800人次觀賞；與客家文化基金會為推廣臺北市聚落歷史特色，以中正區「公館」為中心，公開徵選藝術家1名進駐，進行田野調查、工作坊，梳理南區水岸墾荒脈絡與人文發展特色，並將成果以展覽形式呈現，增益與在地社群交流。9月21日辦理「電子零件複合媒材壓克力畫工作坊」有13人參與、「『故所該年』藝術進駐成果展」9月28日至10月31日期間吸引超過300人次觀賞。

C. 寶藏巖國際藝術村「2024 平權計畫」

113年藝術村持續關注平權議題，致力用藝術觸角探索和描繪社會的各個角落，以藝術村為平台讓多元可能性在此凝聚與討論。今年度與社團法人國際生命線台灣總會共同合作，以「孤獨平權」為主題，公開徵選四名藝術家進行創作。來自於不同領域的藝術家：紀建廷、邱婷勻、顏可茵、朱仲文從個人生命經驗出發，思考對孤獨的想像，運用複合媒材、織品、錄像及古典印刷術等，將其轉化為成果，呈現孤獨的各種樣態。

D. 寶藏巖藝術進駐特展—「AIR Taipei 搭。不搭嗎？」

本展覽聚焦於臺北藝術進駐計畫的歷史脈絡，並透過三個展間的空間分隔，將敘事軸線拆分為過去、現在、未來三個區段，依序鋪展其發展軌跡，帶著各位認識藝術與城市的關係。如13號，代表「過去」，以政策發展為主調呈現，輔以藝術進駐的機制說明。11號展間標誌了臺北藝術進駐的「現在」，將空間轉化為藝術家工作室的樣貌，揭開歷年來臺北藝術進駐的現場。9號展間則關乎「未來」，以多項互動性裝置邀請觀眾共同想像臺北藝術進駐的未來可能。展期自113年8月31日持續到114年8月31日。

E. 專案交流計畫：國際生活藝術組織台灣辦事處（湄公河文化中心 Mekong

Cultural Hub)

國際生活藝術組織台灣辦事處（又名：湄公河文化中心）的使命是幫助多元化的文化工作者，實現包容、可持續的社會願景；在亞洲各地發起專案並開展合作，其中特別聚焦的重點國家包括：柬埔寨、寮國、緬甸、台灣、泰國和越南。藝術村與國際生活藝術組織台灣辦事處 2024 年專案交流計畫包含菲律賓及緬甸這兩個國家來訪的藝術家。Koki Lxx 是一位菲律賓視覺藝術家、藝術作家和策展人，專案計畫進駐期間(2024 年 5 月 8 日至 5 月 15 日)，藝術家提供藝術村內訓講座、發表 2 篇文章；緬甸藝術家 Aung Khant Kyaw 專案計畫進駐期間(2024 年 6 月 20 日至 8 月 15 日)，藝術家提供藝術村內訓講座、發表 1 篇文章。

F. 館際交流計畫-社團法人中華民國畫廊協會、財團法人台北市客家文化基金會

與社團法人中華民國畫廊協會除邀請駐村藝術家出席「ART TAIPEI 2024 台北國際藝術博覽會」活動，亦洽談對於未來的館際合作交流與活動串連，透過專業組織網絡為雙方拓展更多合作機會；寶藏巖國際藝術村受邀參與臺北市政府客家事務委員會舉辦的「臺北客家義民嘉年華」10 月 27 日挑擔奉飯活動，第四季國際進駐藝術家共同參與這場盛會，讓國際藝術家體驗臺灣多元族群文化，為館際交流開創了新契機，也有助於強化寶藏巖國際藝術村在多元文化推動中的角色。

(3)教育推廣

A.學校日

「學校日」為每週二至週五，10:30-12:00 上午時段，提供凡由教師帶隊之國內公私立學校學生團體可申請，預約核准者即可免費參加導覽活動。

導覽人員為寶藏巖國際藝術村藝工隊的志工及藝術村同仁。藝術村透過志工基礎訓練、導覽培訓課程和工作坊等，讓志工們在擔任平日的志願服務工作外，能有機會認識藝術村的營運、藝術進駐計畫的操作，將豐富的當代藝術知識及各項活動內容，介紹給來訪寶藏巖國際藝術村的學童或外賓。

113 年來訪學校名單：

日期	學校名稱	人數
1/12(五)	台北市老松國小	126
4/24(二)	台灣科技大學	45
5/25(六)	新加坡南洋女中美術特選課程 (Art Elective Programme) 師生	28
5/31(五)	新加坡中正中學	32

6/4(二)	新北市新埔國小(6年級)	53
6/25(二)	臺北市立建安國小(5年級)	30
6/26(三)	南投縣愛國國小	25
6/28(五)	師大華語兒童夏令營	15
8/9(五)	宜蘭縣復興國中	40
10/9(三)	台北市志清國小學	39
10/31(四)	新北市鷺江中學	40
11/14(四)	新加坡南華中學	27

B.合作計畫

領航實習合作計畫：寶藏巖國際藝術村參與美國國家中文領航計畫臺灣中心(Chinese Overseas Flagship Center in Taiwan)的實習計畫，為該中心的實習單位，協助接待對藝術相關領域有興趣的學生到本村實習，並使其適應在台的校園及日常生活、認識台灣文化及進行藝術人才培育。2024年3月5日亦辦理實習成果發表。

自力力造屋合作計畫：「自力營造」為寶藏巖聚落獨特的歷史人文風景，居民就地取材一磚一瓦自力造屋，互相合作搭建起聚落內各家戶的住所，也見證了城市發展的歷程。113年藝術村與臺灣大學建築系和土木系及寶藏巖文化村協會，三方共同合作「自力營造共創計畫」於寶藏巖國際藝術村河岸廣場處搭建一小木屋。113年寶藏巖光節開幕共同辦理開幕儀式，於此對外開放給藝術家和民眾作為藝術展演活動或短暫休憩之使用。

(4)社區回饋計畫

寶村巡守隊：113年本部也維持辦理寶村巡守隊，由5位家園居民共同擔任夜間巡守隊員，夜間時協助生態農園崗哨定點守衛與河濱廣場巡守業務。週末亦提供8位社區就業名額，辦理寶村週末服務員，一方面培養村民共同維護家園之責任，並協助假日河濱場地管理及維護。

寶村小散步計畫：113年度共累計辦理167場定時導覽，參與遊客共1,444人次。每場依時辦理並廣邀遊客參與，居民以家園軼事吸引遊客，活潑互動評價良好。

「寶村一家一菜」：「一家一菜」源自於寶藏巖共生聚落家園住民自發舉辦的活動，旨在透過定期的聯誼，凝聚聚落的向心力，而共同生活在聚落內的藝術村及駐村藝術家們，亦參加共享彼此交流。113年共計辦理有6場一家一菜活動。

寶藏巖生態環境計畫：113年藝術村持續申請環境教育補助，辦理2場環境

議題課程、1 場講座及 3 場推廣活動。也持續與芝山文化生態綠園合作，進行寶藏巖生態環境資源調查，共計進行 12 次生態觀察，調查鳥類、植物、昆蟲與青蛙等寶藏巖聚落裡的生物種類與分布位置，藉此了解區域的物種特性。

自辦環境教育課程活動列表：

日期	活動名稱	人數
7/24	綠色瞭望台	14
7/27、7/31、8/7	木藝蜆藏室	40
8/17、8/21	與大自然玩遊戲	38

松山文創園區

一、松山文化創意園區經營管理與推廣

松山文創園區位於臺北機廠、松山菸廠及國父紀念館三大古蹟場域匯聚點及臺北市信義區、臺北大巨蛋及臺北文創三大經濟產業鏈結點，故規劃以「大松菸」概念進行橫向及縱向串聯，以建構創意產業生態鏈結及文化觀光軸線，創造亞洲最適發展創意生活的園區；113年營運成果包括：

(一)公共服務：

- 1.服務人次：總計 980 萬 7,515 參觀人次。
- 2.滿意度調查問卷：觀眾滿意度調查總計 1,077 份。
- 3.導覽服務：團體導覽共計辦理 294 場，總計 7,306 參與人次；「松菸拾光-線上語音導覽」，總計 1 萬 5,830 觸及人次。
- 4.媒體應用：113 年較 112 年成長率官網為 10%，FB 為 30%，IG 為 35%，YT 為 21%，LINE 為 65%；園區主合辦活動、文創發展與文史相關介紹總計 2,270 則媒體報導。

(二)空間使用：113 年全區空間使用率為 90%，全區空間分為四大類，相關成果分述如下：

- 1.「藝文展演空間」：以辦理短期藝文活動為主，113 年總計辦理 411 場。
- 2.「產業鏈結空間」：以扶植品牌，產業創新為主，113 年總計 23 組單位透過徵選進駐使用。
- 3.「文創商業空間」：以育成品牌，驗證市場為主，113 年總計 30 組單位透過徵選進駐使用。
- 4.「附屬服務空間」：以提升公共服務品質為主，113 年總計 2 組單位透過徵選進駐使用。

113 年松山文創園區空間進駐單位列表

空間	序號	進駐單位
產業鏈結空間	1	台灣設計研究院
	2	藝符設計設計有限公司
	3	欣傳媒股份有限公司
	4	台灣設計聯盟
	5	松菸創作者工廠—文化路徑有限公司

	6	松菸創作者工廠—日康科技有限公司(日康遠距健康照護)
	7	松菸創作者工廠—台灣碳交易股份有限公司
	8	松菸創作者工廠—自由人藝術設計股份有限公司
	9	松菸創作者工廠—自由的設計有限公司(FREES)
	10	松菸創作者工廠—西村文化創意事業有限公司
	11	松菸創作者工廠—每客育盛股份有限公司(handzon)
	12	松菸創作者工廠—佩特拉設計工作室(呼運貓)
	13	松菸創作者工廠—林依蓓
	14	松菸創作者工廠—社計行動股份有限公司(5%Design Action 社會設計平台)
	15	松菸創作者工廠—社團法人台灣服務科學學會
	16	松菸創作者工廠—創意連結資訊有限公司(62icon)
	17	松菸創作者工廠—掌生穀粒糧商號股份有限公司(掌生穀粒)
	18	松菸創作者工廠—雅形有限公司(本質創作室)
	19	松菸創作者工廠—意集設計股份有限公司
	20	松菸創作者工廠—我適文創股份有限公司
	21	松菸創作者工廠—如瑟股份有限公司(Beryl&Co)
	22	松菸創作者工廠—社團法人台灣共創點協會(TEDxTaipei)
	23	松菸創作者工廠—吉薇集思廣告有限公司(JK2U)
文創商業空間	1	台灣設計館
	2	檢查室—菓實永續餐飲股份有限公司(有料搖搖茶 yoyocha)
	3	檢查室—黎黎創意有限公司(PINCENT)
	4	松菸風格店家 A2 區—賽先生科學有限公司(HMS BEAGLE 小

	獵犬號)
5	松菸風格店家 A3 區—如瑟有限公司(Beryl&CO.)
6	松菸風格店家 A3 區—小農文創有限公司(討酒吧)
7	松菸風格店家 A4 區—隅果有限公司(參樓研製所 ThirdfloorStudio)
8	松菸風格店家 A5 區—有限責任台東鹿野紅烏龍茶暨茶葉生產合作社(紅烏龍合作社)
9	松菸風格店家 A6 區—共森有限公司(Double Dribble 二次運球)
10	松菸風格店家 A7 區—不簡單有限公司(UNSIMPLE)
11	松菸風格店家 B0 區—小農文創有限公司(討酒吧)
12	松菸風格店家 B0 區—EmmaAparty
13	松菸風格店家 B1 區—林孝儒工作室(林室)
14	松菸風格店家 B2 區—一源二有限公司(水紋汀)
15	松菸風格店家 B3 區—錶你有無股份有限公司(錶你有無 Watchmake Factory)
16	松菸風格店家 B3 區—PINSCENT 獨立調香
17	松菸風格店家 B4 區—七三茶堂股份有限公司(茶炭方)
18	松菸風格店家 B5 區—梘鷓有限公司(梘鷓 Weytu)
19	松菸風格店家 B5 區—方坊
20	西向製菸工廠 B1 區—REHOW LIVING LAB 反覆生活實驗室
21	西向製菸工廠 B3 區—谷口寫真企劃室(谷口写真企画室 no photo no life)
22	西向製菸工廠 B4 區—紫伊國際設計有限公司(以覺學 INTZUITION)
23	西向製菸工廠 B5 區—賣艸人家有限公司(賣艸人家 Herbartist)
24	西向製菸工廠區—每日物件有限公司(hof (EVERYDAY

		OBJECT))
	25	小智研發股份有限公司(小智研發垃圾廚坊)
	26	寶田股份有限公司(微熱山丘&Smille)
	27	伽馬實業有限公司(G&G 文化產業實驗室)
	28	臺北市政府原住民族事務委員會(原樂好市—原民主題選品店)
	29	育嬰室—光一國際有限公司(光一 一個時間)
	30	機器修理廠—傑森全球整合行銷股份有限公司(ISLAND 133)
附屬服務空間	1	全家便利商店股份有限公司
	2	咖碼股份有限公司

(三)文創扶植：松山文創園區為整合產業通路建立「松菸創作者工廠」、「松菸風格店家」及「西向製菸工廠 B 區」和「檢查室」3 階段之文創扶植生態鏈，以協助不同階段的設計師、創作者和團隊，並以綜整政策和資源的方式進行推廣和扶植，113 年執行成果分述如下：

1. 「松菸創作者工廠」文創品牌孵育中心：累計 19 組進駐單位，總計辦理 84 場國內外交流活動。
2. 「松菸風格店家」文創共好展售平台：「松菸風格店家」累計 16 組品牌進駐，共計辦理 16 場交流活動和 4 檔主題特展，分別為「小虎大眾酒場」、「郁郁氣味影像室」、「小高潮旅行社」和「喵喵麵包屋」。
3. 「西向製菸工廠 B 區」和「檢查室」文創商業實驗空間：西向製菸工廠 B 區累計 5 組進駐單位，分別為「REHOW LIVING LAB 反覆生活實驗室」、「谷口寫真企画室 no photo no life」、「以覺學 INTZUITION」、「賣艸人家」和「Everyday Object」，檢查室累計 2 組進駐單位，分別為「有料搖搖茶」和「PINSCENT」。

(四)策辦活動：

1. 「咚龍咚龍鏘大過龍年」：113 年 2 月 6 日至 2 月 25 日以「咚龍咚龍鏘大過龍年」為主題辦理春節系列活動，並與英文漢聲出版股份有限公司合作「2024 咚龍咚龍鏘大過龍年」民俗文化創意裝置展，展示超過 230 件神龍圖像作品，且規劃神龍集章和加碼抽黃金等兌獎活動；活動超過 63 則媒體露出，兌獎活動計 2,969 兌獎人次，總計 49 萬 2,730 參與人次。
2. 「松山文創學園祭」：113 年 5 月 3 日至 6 月 11 日以「吾所_way」為主題

並聯合 52 所校系辦理第 13 屆松山文創學園祭，超過 82 則媒體露出，展示超過 600 組作品，總計 105 萬 8,557 參觀人次。除以專案價提供場地外，本次活動透過主題週之方式呈現，吸引業界人士共同與會，連結企業與學校之資源，讓學生的作品提升曝光度並展現臺灣設計力。

3. 「松市」：113 年 10 月 9 日至 13 日以「INSIGHT OUT」為主題辦理第 2 屆松市，以自我探索的旅程為主軸並以「風格群像」、「植感療育」、「隨心所繪」、「食光聚廠」及「質地之生」為五大主題區，共計 40 組品牌參與，至少 30 名 KOL、KOC 曝光活動，超過 43 篇媒體報導；總計社群媒體發布 63 篇，IG 曝光至少 20 萬次，FB 曝光至少 170 萬次，活動累計 3 萬參與人次。
4. 「松山菸廠廠慶」：113 年 10 月 10 日以「相伴」為主題辦理「松山菸廠 85 週年廠慶」，活動形式以辦桌為主軸，再現「以廠為家」的回憶，同時記錄老員工口述菸廠故事及分享松山文創園區轉型的感觸，以此保存場域的人文精神，進而推廣活化古蹟空間再利用與菸廠文史傳承的重要性；松山菸廠 85 週年廠慶總計 300 參與人次。
5. 「原創基地節」：113 年 11 月 8 日至 11 月 17 日以「渠之有道」為主題辦理第 13 屆原創基地節，旨在透過本市水圳圳道發展連結公私立單位的人文資源，紀錄松山菸廠水土與文化地景的轉變，並關切永續發展；共計辦理 1 檔核心展，展出 4 件現地創作作品並辦理 4 場藝術表演活動，共計 17 家參與單位，10 天展期累計 28 萬 6,223 參與人次；並與松菸誠品合辦沙龍主題書展與 4 場名人沙龍主題講座，另有臺北市立圖書館行動書車《遊牧書房》於 11 月 6 日入園推廣城市閱讀以響應第 13 屆原創基地節。

(五)交流合作

1. 社區合作：為推動社區友好以達公共資源互享之加乘效益，並凝聚社區意識，松山文創園區持續推動與信義區及松山區等鄰近學校、文化館舍和公民組織等相關合作交流計畫；113 年總計辦理 16 場次社區交流活動。
2. 社群合作：為有效扶植文創產業且整合產業資源，且因應未來松山文創園區多角化經營方針以多面向拓展社群合作計畫；113 年總計辦理 10 場次社群交流活動，其中 3 場次為國際交流活動。
3. 異業合作：
 - (1) 「夏日松一下」：113 年 7 月 1 日至 9 月 1 日辦理「夏日松一下—Zoom In 松菸動物園」，共計辦理 1 場記者會、3 場市集、4 場音樂展演、5 場光影遊行和 9 場走讀等週末主題活動，並與臺北市立動物園合作集章任務，在松山文創園區 16 座古董級消防栓箱展出 13 個物種的生活樣貌，活動共

計與 15 家異業單位合作，超過 55 則媒體露出，活動共計 3,373 兌獎人次，累計 171 萬 3,379 參與人次。

- (2)「潮冬感謝慶」:113 年 11 月 22 日至 114 年 1 月 5 日以「麋鹿在松菸」為主題辦理潮冬感謝慶，並串聯 25 組園區進駐品牌和大松菸基地夥伴共同辦理消費滿額贈活動以共享入園客群及整合入園文化消費，形塑臺北文化體育園區「新文化體驗時代」，總計 6,494 兌獎人次。

二、文化創意產業扶植計畫

「臺北市文化創意產業扶植計畫」核心宗旨為打造文化創意人才培育、產業扶植和交流匯聚的平台為目標，整合現有輔導資源及行銷管道，期能協助文創業者對內強化品牌實力，對外擴展通路機會，強化從創意端到市場面的競爭力，進而扎根市場、成長茁壯。

文化創意產業作為知識經濟的重要組成部分，已成為國家競爭力的關鍵指標之一。臺北市政府致力於文創產業的扶植與推動，113 年度本計畫以「品牌晉級」為階段性目標，分為「產業輔導」與「市場拓銷」兩大主軸，涵蓋資源對接、能力培訓與行銷拓展三大項目，113 年執行成果摘述如下：

(一)產業輔導

113 年以「品牌晉級方程式」為核心主題，致力於提供全面的輔導支持並承擔陪跑者的角色，透過多元化的工作項目，為創業者提供實質的助力以協助其在商業旅程中穩健邁進，以系統性資源整合課程主題設定與諮詢，讓品牌業者充分掌握可用的資源，明確瞭解如何運用這些資源來克服創業路上的各項挑戰。不僅能減輕業者的經營負擔，更有助於文創產業的持續發展及國際化進程。

1.工作內容

- (1) 辦理產業說明會，提供即時且全面的資訊交流

A.辦理 1 場實體說明會

113 年 1 月 17 日舉辦「臺北市文創產業政策資源說明會」，邀集中央與地方各政策資源主管機關進行政策解析，讓文創業者深入了解政策目標以提升產業競爭力與發展潛力；共計 170 位業者出席，平均滿意度達 95%。

B.「臺北市文化創意產業扶植計畫網站」維運與優化

本網站(<https://www.taipeicdd.taipei/>)提供文創業者相關補助徵件、課程活動及產業新訊等，更加以優化網站功能，提升良好的使用者體驗服務，帶來更為方便的操作。

- (2) 單一諮詢窗口及文創診療室，提供諮詢輔導

針對文創事業共通性及個別性的問題，提供品牌諮詢、轉介與深入的輔導扶植系統，帶領文創業業者有效獲得所需資源並解決事業困境，培養出更多優質品牌。

A 初階：單一諮詢窗口服務

本會設立單一諮詢窗口，高效整合各局處的資源與聯絡渠道，針對創業者普遍遇到的各類問題提供專業解答。業者可透過電話、電子郵件或在各項活動現場等多元管道申請諮詢；113年單一諮詢創口服務共計104筆諮詢。

B 進階：個案諮詢輔導

「文創診療室」依據業者提出的需求，邀請相關專家顧問提供一對一的專業解析，以協助業者在不同發展階段獲得量身訂製的輔導與支持，以促進其在競爭激烈的市場中持續成長；113年共計完成18案諮詢輔導。

(3) 辦理多元課程、賦能培力

113年聚焦「市場拓展與經營」、「智慧財產權(IP)保護」及「永續推廣」三大主題推出系列實務課程，協助品牌掌握市場趨勢，強化形象與競爭力，並持續與外部單位整合資源且共同策畫創新講座，藉由各類主題搭建雙方合作橋梁，接軌國際。

A. 辦理講座及交流活動

113年度扶植計畫主題為「品牌晉級方程式」，為有效扶植創業者並提供其具體解決方案以助力品牌晉級，故辦理多元課程及交流活動，藉由專家分享實務經驗，協助創業者探索資源，提升資金籌集、技術獲取及市場拓展的能力；113年共辦理4場講座、1場交流活動，累計264參與人次。

(4) 辦理專案輔導

110年起透過公開徵選選出2家符合資格的業者並配對專案顧問展開約8個月的專案輔導，採「客製化輔導規劃」與「定期追蹤檢核」模式進行，輔導內容從品牌診斷切入，針對業者須優先解決的問題提供支援，逐步解決經營痛點，產出系統化的運營方案，協助業者在擴展規模與增強市場競爭力的同時提升產能；113年專案輔導品牌為「大春煉皂」和「掌生穀粒」。

2. 達成效益

- (1) 辦理政策資源說明會1場，累計參與文創業業者共計170人次，滿意度達95%。
- (2) 累積單一諮詢窗口服務利用人次共計140次，個案輔導總計18案。
- (3) 辦理4場培力課程講座及1場交流活動，累計264出席人次。

- (4) 甄選「大春煉皂」和「掌生穀粒」進行為期 8 個月的顧問專案輔導，輔導成果為「大春煉皂」淨利成長 14%、「掌生穀粒」營運成本降低 50%。

(二) 拓銷計畫

113 年延續 112 年海外合作基礎，以「平台運用」、「國際拓銷」和「跨界合作」為三大主軸推動文創品牌的國際化佈局。

113 年拓銷計畫重點為深入國際市場，加強資源連結，以商品展售會和採購洽談會等多元活動作為媒介以讓臺灣品牌進軍海外市場爭取訂單，並透過活動為品牌強效宣傳及促成商務拓展，全面提升業者的海外競爭力與市場影響力。

1. 工作內容

(1) 平台運用

A. 撰擬文創品牌實績或輔導案例

以計畫本身資源支持計畫官網、選台北網站、網路媒體聯播及結合松山文創園區行銷資源協助，發布國內外 8 篇以上新聞稿、品牌宣傳或展示內容，共累計 80,000 次以上曝光量。

B. 「選·台北」網站優化

(1) 增進網站功能：透過優化版面設計、後台管理系統及進階站內搜尋等功能進行擴充及維護，提升整體網站品牌風格、強化網頁功能以增加網站實用功能。

(2) 加強串連線上線下曝光：113 年辦理 1 場數位串連活動以增強網站實質曝光並獲得更多流量與知名度。

C. 產出「選·台北」品牌手冊

透過公開徵選 100 組品牌列入「選·台北」手冊，並將其同步上架「選·台北」網站以促進商品採購與合作機會；113 年共計印製 1,600 份手冊予 393 組產官學單位以拓展品牌營銷通路。

(2) 辦理國際拓銷，前進海外

113 年以「國際拓銷」、「商務交流」和「考察參訪」為三大方向以促進文創品牌與當地業者及買家直接洽談，拓展商機尋求異業合作機會。

113 年公開徵選 54 家臺灣文創品牌，以 TAIPEI corners 為平台進軍三大亞洲國際城市，總商業產值預估突破新臺幣 6,000 萬元以上。

A. 共計辦理 3 場國際記者會、3 場國際拓銷活動和 14 場商洽媒合交流會。

B. 成功對接買家共計媒合 11 案。

2.達成效益

- (1)「選·台北」網站優化：透過更新版面設計、優化後台管理系統以及增強站內搜尋功能以提升網站整體品牌風格和網頁功能，提升使用體驗並增強網站實用性。
- (2)產出「選·台北」品牌手冊一式並印製 1,600 本予 393 組產官學單位以拓展品牌營銷通路。
- (3)運用計畫網站、「選·台北」網站，同時連結松菸官網及相關媒體資源，共計協助品牌露出 8 篇宣傳並累計至少 80,000 觸及人次。
- (4)辦理「2024 亞洲國際商務拓銷」共計徵選 54 家臺灣文創品牌參與。
- (5)日本、香港和馬來西亞三大城市參訪共計辦理 14 場次交流活動，442 家產業參與。

城西營運部

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，歷經市場、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。

113 年以「西區文化觀光基地」定位持續發展，西門紅樓為中心起點，西門町為範圍，延續「藝文展演整合平台」、「萬華艋舺文化生活圈共識群體」、「西區文化觀光地標」和「西區文化創意聚落」四大發展方向，期透過西門紅樓及電影主題公園及剝皮寮歷史街區近年累積之文創能量，持續拓展與週邊文化場域的串聯，將彼此的特色元素匯聚交流，發展新舊交融的多元展演及展售平臺。同時也著重文基會資源整合，強化館際之間的合作交流，加深城西營運部三館(西門紅樓、電影主題公園、剝皮寮)與萬華在地場域串聯，大幅提升場域豐富性與質量。

西門紅樓將持續過往成果繼續努力，並以保存傳統文化結合創新為策略，提供更優質的服務品質，整合西門町文化生活圈至萬華艋舺的資源和社群發展，持續推展文化創意及藝文展演活動，與西門商圈繁華共榮，發展文化觀光活動之目標。

(一)營運成果

西門紅樓民國 113 年度服務 463 萬 1,215 人次，臺北市電影主題公園服務 25 萬 2,775 人次。113 年度西門紅樓以文化觀光平台定位，持續調整規劃多樣性的文化服務，致力於文創永續平台響應 ESG，提供民眾優質與深度的文創內容，加強與西門町在地連結和串連，讓紅樓在推動西區文創扮演更重要的角色。

西門紅樓主辦的「西門紅樓創意市集」在 113 年辦理天數為 131 天、總攤位數為 4,001 攤、總人數為 122 萬 3,227 人次，月平均攤數 333 攤，月平均服務 10 萬 1,936 人次。

臺北市電影主題公園「電公映 Pop up Cinema」品牌經營有成，「電公映 Pop up Cinema」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，本年度共放映 18 部影片，參與活動人次共 60 人(含影展講座等周邊活動)。同時，以戶外街頭形式辦理節拍廣場，推廣黑膠音樂與 DJ 文化，113 年節拍廣場共辦理 3 場活動，共 270 人參與。自民國 100 年起結合西門在地特色流行文化，並配合臺北市政府影視拍攝行銷城市政策，逐步將公園發展成為影視取景之戶外攝影場域。113 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 10 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. 古蹟管理維護：

因應西門町人潮回流，預期 114 年可達疫情前之服務人次水準，113 年強化各區硬體環境優化，提升服務品質：

- (1) 西門紅樓：除例行依古蹟管理維護計畫辦理外，113 年度進行多項整修工程：八角樓屋頂銅片結構盤點補強，補強後已無遇強降雨漏水情況。另因劇場，進行劇場空調優化，將十字樓冰水管銜接至八角樓空調箱，改善八角樓原始設計單一冰水主機，遇跳機活動即停擺的問題。十字樓玻璃屋頂矽利康全面刮除補強，玻璃屋頂強化玻璃碎裂更新，已有效改善商場及河岸留言遇雨滴水、漏水情形。全區樓梯止滑貼使用年限已逾 8 年全面換新。地下室台電高壓機房空調增設氣冷分離式空調主機，有效降低原冰水式漏水造成變電機房公共安全之風險，並維持機房空間冷度維持設備正常運作等等。
- (2) 電影主題公園：電影主題公園多處設施長期暴露於戶外，113 年度也更新 Urban Showcase 都市藝術方塊空間修繕與展覽內容規劃空間環境整理如展示設備更新安裝、常設展覽內容設計輸出佈展，另外，也進行環境整修，如 D 棟照明燈增設、藝術廣場木椅修繕、除鏽工程、多功能展演廳照明燈增設、監視設備更新、大型灌木褐根病防治修剪及危木修除、藝術廣場除鏽修繕。

2. 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，提供民眾藝術與美學教育欣賞；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、北廣場演出活動陳列展示。

為響應 518 國際博物館日之文化盛會，西門紅樓 113 年於八角樓一樓的中央展區舉辦《2024 國際博物館日特展——冰冰勺一尤、勺一尤、》，本期特展一窺萬華地區的消暑涼品，深入了解特色老店的演變小史，觀展後就跟著沁涼小旅行路線，盡情探索萬華冰品寶地，享受大口吃冰的幸福。113 年度辦理相關協辦特展共計 3 檔。

(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，設立的合法塗鴉空間，不

定期與藝青會及國內外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，113 年度塗鴉牆更新共 4 檔。

3. 影像類：

(1) 電公映 Pop up Cinema (全年度)

為活化臺北市公園場地並促進市民與藝文空間的互動頻率，電影主題公園於都市藝術廣場舉辦月光電影院，多種類型影片播放與合作，帶給觀眾不同視野與觀影經驗，成為鄰里週末固定休閒活動。

積極邀請新銳影音文創藝術創作者與各大專院校相關學系合作，使其作品有對外發表之機會，並且與公共電視及國內外各類型影展持續合作，新增主題性包裝，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，讓影像傳達更多元化使用。113 年度放映作品共計 18 部（未包含重複放映之影片數），並與酷兒影展合作放映活動。

4. 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」經評選後進駐紅樓營業，規劃為原創、獨立、流行音樂之展演館所，辦理「流行音樂人才培育計畫」之音樂人才培訓課程，培育出許多新一代的臺灣音樂人才，未來將持續規劃音樂課程。113 年舉辦 121 場展演，共服務 21,624 人，除自辦的河岸聲現、YouRock 人才培訓外，另有高中大學音樂發表會 23 場，河岸留言爵士薦選及國際大師班共 3 場。演出類型除歌手演唱及新歌發表外，另有電影及服飾品牌新品發表會租借，活動類型更加多元豐富性等。

(2) 街頭藝人展演推動管理 (全年度)

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

(3) 城西生活節三館合辦

原生日慶活動轉型為城西生活節，首次嘗試跨館(西門紅樓、臺北市電影主題公園、剝皮寮歷史街區)合作，特別於西門紅樓中央展區及臺北市電影主題公園藝術廣場舉辦裝置藝術特展，吸引在地及觀光客前來觀賞。西門紅樓展出 2 件展品，舉辦 1 場開幕派對、4 場導覽；臺北市電影主題公園展出 2 件展品、舉辦 4 場導覽；另藉由集章活動串聯超過 30 個萬華在地店家，旨在以展品及活動引導民眾走入萬華街區，探索從中茁壯推行而出的人文生態。

(4) 展演內容異業合作

玩藝劇場，113 年與全民大劇團合作《西門町一番地》沉浸式戲劇，邀請團隊以紅樓古蹟歷史為文本，開發特色劇情並結合西門町經典小吃，打造適合觀光客認識西門町的新途徑，期待吸引觀光客參加劇場活動，共辦理 12 檔演出。

(5) Beat Square 節拍廣場(全年度)

每月擇一週六舉辦一場戶外街頭型式的 Beat Square 節拍廣場，於電影公園進行黑膠音樂與 DJ 文化推廣，共同交流對於音樂的喜愛，藉此增進社區里民間互動。同時，不定期舉辦二手市集活動，以異業合作方式強調主題，以增加活動多樣性，此外亦配合市集辦理相關講座及電影放映。113 年度節拍廣場共辦理 3 場活動。

(6) 電公街頭入手 101

以北萬華街頭文化特色活動為主軸舉辦「電公街頭入手 101 (one-o-one)」為主題，將西門商圈之文化特色帶入電影公園，與在地專業團隊合作滑板教學，形塑街頭文化場域之形象，建立民眾與街頭文化接觸之親近度，撥開對潮流文化的藩籬。113 年度電公街頭入手 101 共辦理 43 場，共 436 人參與。

5. 文創類：

(1) 創意市集活動

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。113 年度創意市集除每週末例行舉辦外，同時延續主題活動企劃概念，於新春、燈節及兒童節期間舉辦相關主題市集，此外亦有節日限定之端午市集、中秋市集、十在美好市集及聖誕市集，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，另擴大市集辦理天數，試辦平日週五市集。113 年共舉辦 131 場市集、每月平均 333 攤、每月平均服務 10 萬 1,936 人次/月。

(2) 趣玩紅樓-美感工坊

邀請 16 工房進駐店家及創意市集創作品牌，於 16 工房中島區舉辦不同種類之入門手作課程或講座，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，藉此培育更多有潛力的創作者。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，使民眾了解文創設計並不困難之觀念外，創作亦能成為展示的一部份，期望一般民眾也能透過各式課程萌生對

文化創作的興趣，同時達到創作者和民眾交流宣傳之立意。113 年度共計 15 個品牌，共舉辦 34 場活動，總計 533 人次參與。

(3)文化創意聚落(16 工房)營運

「16 工房」為文創展售平臺，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之空間。「16 工房」由歷史「市場」角色出發，開放式設計的展示櫃位空間，讓品牌更能夠發揮自身獨特性陳設創意；中島區設置 POP-UP SHOP 快閃店形式進駐，113 年邀請 6 檔外部豐富場域之品牌，於行銷、展示與 16 工房的品牌創意成功相互激盪。113 年度共邀請與雷射雕刻品牌好攸光刻所合作「春&光合作用」、香氛品牌郁郁合作「書道、香道、茶道」、原住民 iNAKATA 走吧品牌合作「戶外登山主題風格」、券券文化合作「醜白兔 X 紅福時空旅人快閃店」、立體書品牌半隻羊合作「立體書製本所」、膳魔師品牌合作「永恆的溫度-120 年再造之旅」。

(4)志工發展計劃

113 年志工總人數為 10 人，113 年新增招募 4 人，經過西門紅樓文史、中英文導覽課程共 13 小時專業培訓，完成考核並於 9 月正式上線服務，執行 5 月「國際博物館日 518 特展」、10 月「2024 西門萬聖小鬼當家」、11 月「2024 打開台北」及 12 月「紅樓聖誕正浪漫」等活動之現場執行協助及團體導覽，並接受學校及非營利機構預約，由公眾服務組教育推廣同仁攜手專業導覽老師及導覽志工共同完成，本年度共計服務逾 900 人次。

(5)導覽服務

113 年度辦理街區深度導覽共 4 場，包含 518 博物館日系列活動「台北城西，透心涼：挫挫挫，挫挫挫，你要加什麼料？」、「台北城西，透心涼：青草療癒 n 項式，今天你想來杯___？」及萬聖活動「紅樓 Trick or Treat 小鬼踩街」、「西門鬼怪傳說導覽」，共 64 人參與

(6)國內外參展行銷計畫

113 年度 6 月國內參展，帶領 16 工房品牌-人中人株式會社至北投溫泉博物館參加 518 博物館市集趣遊博物市；12 月帶領西門紅樓的紅福 IP 角色至國父紀念館，參加財政局「2024 年金融服務愛心公益嘉年華」文創攤位。為進一步了解國外市場變化狀況，於 7 月份觀摩參展日本「東京設計商品展 DESIGN TOKYO 展」，認識國際文創市場趨勢；8 月份至韓國首爾大學路定目劇場及音樂劇製作公司進行參訪觀摩，以借鏡韓國定目劇產業之培力。

(7)紅樓茶坊

茶坊空間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。111 年起經評選由深根於萬華地區在地「見合創意開發有限公司」入

駐營運，以「萬華在地特色」打造出新的餐飲空間，提供遊客有更多不一樣的選擇跟體驗。113 年於西門紅樓合作 2 場活動，有「國際博物館日特展-冰冰勺一尤、勺一尤、」的開幕茶會，邀請在地冰品飲品產業合作店家參與。12 月配合「紅樓聖誕正浪漫」檔期送出飲品抵用券。

(8) 串聯 5G 科技運用及場域增設電子看板

113 年度辦理 5G 應用合作案提供 8 國語言 AI 說書人導覽，並開發西門紅樓 IP 吉祥物「紅福」，5G 應用技術合作開發西門紅樓 IP 吉祥物紅福，結合線上線下活動串連 100 家店家，並同時於紅樓舉辦 1 檔快閃店。另，為提升 16 工房服務及指示，增設電子看板環境設備。

(二) 113 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	131	西門紅樓 創意市集	01/01~12/31 每週六、日 因應不同國定連假推出具豐富元素的主題市集，舉辦新春市集、親子市集、中秋市集、聖誕市集，共計 4 場主題性市集	北廣場	1, 223, 227
音樂	121	河岸留言	(網站對外公告之表演時間，未公告時間為場租) 1/6(六)、1/9(二)、01/14(日)、 1/18(四)、1/19(五)、1/20(六)、 1/21(日)、1/26(五)、1/27(六)、 2/2(五)、2/3(六)、2/4(日)、 2/7(三)、2/17(六)、2/21(三)、 2/24(六)、2/28(三)、3/1(五)、 3/2(六)、3/3(日)、3/8(五)、 3/9(六)、3/15(五)、3/16(六)、 3/17(日)、3/22(五)、3/23(六)、 3/24(日)、4/4(四)、4/5(五)、 4/13(六)、4/20(六)、4/26(五)、 4/27(六)、4/28(日)、4/29(一)、 4/30(二)、5/4(六)、5/5(日)、 5/10(五)、5/17(五)、5/18(六)、	十字樓橫段一/ 二樓河岸留言	21, 624

			5/19(日)、5/21(二)、5/25(六)、 5/26(日)、6/1(六)、6/2(日)、 6/7(五)、6/8(六)、6/9(日)、 6/10(一)、6/11(二)、6/15(六)、 6/16(日)、7/5(五)、7/7(日)、 7/13(六)、7/14(日)、7/19(五)、 7/20(六)、7/21(日)、7/26(五)、 7/27(六)、7/28(日)、8/2(五)、 8/3(六)、8/6(二)、8/17(六)、 8/18(日)、8/20(二)、8/24(六)、 8/25(日)、8/26(一)、8/31(六)、 9/1(日)、9/7(六)、9/8(日)、 9/10(二)、9/14(六)、10/6(日)、 10/18(五)、10/19(六)、10/26(六)、 10/27(日)、10/30(三)、11/02(六)、 11/06(三)、11/10(日)、11/15(五)、 11/16(六)、11/17(日)、11/22(五)、 11/23(六)、11/30(六)、12/6(五)、 12/7(六)、12/8(日)、12/13(五)、 12/14(六)、12/15(日)、12/20(五)、 12/21(六)、12/22(日)、12/23(一)、 12/27(五)、12/28(六)、12/29(日)、 12/31(二)		
場次總計	252			人數總計	1,244,851

2.非常態性藝文活動

月份	活動名稱	活動起迄時間	活動地點	場次	單位	人數
1月	「樂聲東方」音樂會	1/14(日)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	200
1月	世界奉茶日	1/14(日)14:00-16:00	16工房	1	場	120
1月	MORISHU	1/21(日)下午14:00~15:00	16工房	1	場	10
1月	好嗨！街頭自由式！	1/27(六)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	200
2月	手作草編123~龍馬精神	2/18(日)15:00-17:00	16工房	1	場	30
2月	壯壯毒蛇脫口秀6: FAQ	2/2(五)-2/3(六)08:00-22:00	二樓劇場	2	場	500
2月	師生聯合創作展【星幻異館】	2/24(六)-2/25(日)08:00-22:00	二樓劇場	4	場	800
2月	手作草編123~蟬鳴蚱蜢	2/25(日)15:00-17:00	16工房	1	場	26
2月	手作草編123~龍鳳呈祥	2/28(三)15:00-17:00	16工房	1	場	22
2月	TAIWANIZE 新春揮毫	2/3(六)14:30-16:00	16工房	1	場	40
2月	知音文創相框製作活動(國泰人壽)	2/4(日)14:30-16:00	16工房	1	場	30

2月	學員年度成果發表演出	2/4(日)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	200
3月	手作草編123~龍鳳呈祥	3/10(日)15:00-17:00	16 工房	1	場	16
3月	中深焙合唱團音樂會	3/16(六)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	200
3月	Juggling Battle2024《擲著之戰》(青年盃)	3/23(六)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	250
3月	手作草編123~龍鳳呈祥	3/24(日)15:00-17:00	16 工房	1	場	12
3月	花現搖擺舞會	3/9(六)08:00-23:00	二樓劇場	1	場	200
4月	羊尾仔看詩音樂會	4/12(五)~4/13(六)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	230
4月	PICOBABY 機器人DIY(企業課程)	4/20(六)13:30-17:00	16 工房	2	場	24
4月	台北國際搖擺生活節	4/26(五)-4/28(日)08:00-02:00	二樓劇場	3	場	1200
4月	郁郁調香體驗課程	4/27(六)14:30-16:00、17:00-18:30 4/28(日)14:30-16:00、17:00-18:30	16 工房	4	場	20
5月	郁郁-彩繪布朗尼蛋糕	5/1(三)17:00-18:30	16 工房	1	場	2
5月	RERE【母親節限定-時鐘DIY體驗】	5/11(六) 14:00-15:00	16 工房	1	場	2
5月	Silent Party	5/11(六)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	200
5月	黃希蘿 2024 我做主 be myself 生日演唱會	5/4(六)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	50
6月	端午艾草沐浴包DIY	6/10(一)14:00-16:00	16 工房	1	場	6
6月	SwingTaiwan(台灣搖擺舞團)十一週年舞會	6/15(六)08:00-23:00	二樓劇場	1	場	200
6月	NEW NOISE 音樂飾品實驗所 x 陳韋竹 飾品陶盤	6/15(六)13:30-15:00	二樓會議室	1	場	6
6月	2024 TBC 夏季街舞成果展	6/16(日)08:00-22:00	二樓劇場	2	場	400
6月	《按君審戶神》廣播歌仔戲	6/28(五)-6/29(六)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	250
7月	戲劇夏令營	7/20(六)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	200
7月	亞曼瑞國際舞蹈節	7/6(六)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	200
8月	赤腳與高跟鞋-精靈幻舞舞團年度感恩募款演出	8/14(三)08:00-18:00、 8/17(六)08:00-22:00	二樓劇場	2	場	250
8月	文森脫口秀專場Ep4-不高也不矮	8/16(五)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	250
8月	PICOBABY 機器人DIY	8/17(六)13:30-15:00	16 工房	2	場	26
8月	2024 台灣國際武學高峰論壇&武學新絲路-東西武學文獻對話	8/19(一)-8/25(日)	二樓劇場、 中央展區	3	場	600
8月	人中人-鮮草莓司康小夜燈食物模型手作DIY課程	8/24(六) 14:00-16:00	16 工房	1	場	9
8月	台北樂騷莎 2024 年度活動	8/3(六)13:00-01:00	二樓劇場	1	場	100
9月	好嗨!街頭自由式	9/1(日)08:00-22:00	二樓劇場	2	場	300
9月	TAIWANIZE 絹印	9/14(六) 1400-1500	16 工房	1	場	20
9月	Swing Dance TGIF Workshop	9/14(六)08:00-23:00	二樓劇場	1	場	250
9月	學生舞蹈影片紀錄(非商業用)	9/17(二)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	50
9月	《烏貓行進曲》摩登歌仔彈唱會	9/27(五)-9/28(六)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	200
9月	立體書製本所-彩繪你的專屬車車	9/7(六)14:00-17:00 9/8(日)14:00-17:00 9/21(六)14:00-17:00 9/22(日)14:00-17:00	16 工房	4	場	60
10月	西門町一番地	10/1(二)-10/13(日)08:00-22:00	二樓劇場	6	場	1000
10月	【Litttlework 刺繡拼貼製作所】雙十紅樓快閃活動	10/10(四)11:30-13:30	16 工房	1	場	12

10月	THERMOS 膳魔師-舊衣網袋製成保溫瓶手提袋	10/19(六)14:00-15:00	16 工房	1	場	6
10月	MORISHU-麻糬兔x草間彌生南瓜-搗糖小提琴	10/26(六) 14:00-15:00	16 工房	1	場	13
11月	紅樓台語經典夜	11/1(五)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	250
11月	島國樂-十週年紀念音樂會	11/13(三)08:00-23:00	二樓劇場	1	場	200
11月	燦·薪傳	11/15(五)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	200
11月	膳魔師-回收帆布做成保溫瓶提袋	11/16(六)	16 工房	1	場	11
11月	2024 布魯克斯與紐約舞蹈比賽獲獎作品	11/20(三)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	150
11月	《豆花公劇場版》台語廣播劇演出	11/21(四)-11/23(六)08:00-22:00	二樓劇場	2	場	500
11月	2024 紅包場演唱會	11/23(六)	北廣舞台區	1	場	1000
11月	《MORE MORE Paradise》	11/25(一)-12/1(日)08:00-22:00	二樓劇場	4	場	800
11月	TAIWANIZE 涓印	11/30(六) 14:00-15:00	16 工房	1	場	8
12月	西門町一番地	12/11(三)-12/15(日)、 12/25(三)-12/29(日)08:00-22:00	二樓劇場	6	場	1500
12月	紅樓之夜：孤寂的絮語	12/17(二)-12/18(三)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	100
12月	SwingTaiwan 聖誕舞會活動	12/21(六)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	250
12月	動物狂歡過聖誕	12/22(日)08:00-22:00	二樓劇場	1	場	200
12月	DIY 聖誕小鹿吊飾體驗工作坊	12/22(日)16:00/17:00/18:00/19:00	16 工房	2	場	2
12月	愛在烏克音樂會	12/8(日)	北廣舞台區	1	場	600
場次總計		97		人數總計		14,763

(三) 西門紅樓暨電影主題公園 113 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
	111 年	112 年	113 年	較 112 年 人次成長率
1	103,904	268,027	396,389	47.9%
2	88,926	264,265	605,026	128.9%
3	91,917	234,126	473,329	102.2%
4	106,262	355,381	363,225	2.2%
5	55,715	241,017	354,607	47.1%
6	86,172	248,346	308,498	24.2%
7	126,445	283,148	242,717	-14.3%
8	126,392	255,500	290,413	13.7%
9	115,080	276,612	249,786	-9.7%
10	204,398	464,316	348,976	-24.8%
11	203,839	333,646	418,135	25.3%
12	276,592	501,623	580,115	15.6%
累計	1,585,642	3,726,007	4,631,215	24.3%

年度/ 月份	電影主題公園全區人次總計			人次比較分析
	111年	112年	113年	較112年人次成長率
1	8,738	19,551	19,225	-1.7%
2	5,650	16,950	17,912	5.7%
3	8,650	16,281	15,662	-3.8%
4	6,645	22,925	20,741	-9.5%
5	6,842	17,306	17,963	3.8%
6	7,886	19,359	19,328	-0.2%
7	10,561	24,501	28,092	14.7%
8	11,113	25,857	25,585	-1.1%
9	12,632	20,158	21,669	7.5%
10	12,376	21,173	20,051	-5.3%
11	18,126	23,564	21,119	-10.4%
12	12,571	22,617	25,428	12.4%
累計	121,790	250,242	252,775	1.0%

(四)西門紅樓 113 年度各場地使用率

113年西門紅樓全館使用率											
月份	北廣場	北廣場	北廣場	二樓劇場	二樓劇場	二樓劇場	南廣場	河岸留言	茶坊	選品區	16 工房
	平日	假日	合計	平日	假日	合計	總使用率	總使用率	總使用率	總使用率	總使用率
1	0.00%	100.00%	29.03%	27.27%	33.33%	29.03%	100.00%	29.03%	100.00%	100.00%	100.00%
2	13.33%	71.43%	41.38%	26.67%	71.43%	48.28%	100.00%	27.59%	100.00%	100.00%	100.00%
3	23.81%	100.00%	48.39%	19.05%	70.00%	35.48%	100.00%	35.48%	100.00%	100.00%	100.00%
4	10.00%	100.00%	40.00%	20.00%	40.00%	26.67%	100.00%	30.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5	17.39%	100.00%	38.71%	0.00%	50.00%	12.90%	100.00%	29.03%	100.00%	100.00%	100.00%
6	10.53%	100.00%	43.33%	26.32%	54.55%	36.67%	100.00%	30.00%	100.00%	100.00%	100.00%
7	4.35%	100.00%	29.03%	8.70%	25.00%	12.90%	100.00%	32.26%	100.00%	100.00%	100.00%
8	9.09%	100.00%	35.48%	27.27%	77.78%	41.94%	100.00%	32.26%	100.00%	100.00%	100.00%
9	5.00%	100.00%	36.67%	15.00%	60.00%	30.00%	100.00%	16.67%	100.00%	100.00%	100.00%
10	22.73%	100.00%	45.16%	45.45%	77.78%	54.84%	100.00%	19.35%	100.00%	100.00%	100.00%
11	47.62%	100.00%	63.33%	76.19%	88.89%	80.00%	100.00%	30.00%	100.00%	100.00%	100.00%
12	18.18%	100.00%	41.94%	63.64%	100.00%	74.19%	100.00%	45.16%	100.00%	100.00%	100.00%
平均	15.20%	96.55%	40.98%	29.60%	62.93%	40.16%	100.00%	29.74%	100.00%	100.00%	100.00%

註：

1. 二樓劇場、北廣場因為開放對外租借使用，場地使用率算式=(平日/假日)使用天數/當月總天數（不含颱風停班

則不計入），河岸留言、南廣場亦同；16 工房、茶坊、選品區則配合本館營業時間，故以開館日作基準計算。依人事行政局公告之假日(週末、國定假日、彈性放假日)為假日使用天數。

2. 場地使用率計算方式：本館館內空間以電子記數器來計算準確人數，(疫情期間配合政府實名制，館內計數以人力計算)，並有工作人員定時檢查設備。廣場為開放流動空間，則由工讀生以計數器抽樣估算。

3. 113 年度假日總天數：116 天，平日天數：250 天。

4. 北廣場二月假日因適逢除夕、初一休館，故使用率未達 100%。

臺北市電影主題公園個空間使用率			
月份	藝術廣場	多功能展演廳	A棟複合式餐飲空間
1月	29.03%	45.16%	100.00%
2月	17.24%	41.38%	100.00%
3月	32.26%	70.97%	100.00%
4月	20.00%	50.00%	100.00%
5月	25.81%	67.74%	100.00%
6月	26.67%	70.00%	100.00%
7月	25.81%	58.06%	100.00%
8月	35.48%	67.74%	100.00%
9月	23.33%	83.33%	100.00%
10月	6.45%	83.87%	100.00%
11月	60.00%	66.67%	100.00%
12月	12.90%	48.39%	100.00%
平均	26.25%	62.78%	100.00%

註：

1. 113年度電影主題公園持續辦理各項活動，雖園區有控管每場活動音量分貝數，但仍接到許多投訴，主要為一般民眾之聚會聊天聲量的意見反映，園區持續要求保全勸導民眾夜間禁止入園，因此在租借及日常使用上受到較多限制。
2. 藝術廣場全日開放民眾休憩使用，統計數為租借率。受分貝限制影響場租活動較少。多功能展演廳與進駐單位藝青會合作，提供協會舞者練舞兩備場地；並因規劃「課程、排練」之藝文優惠收費方案增加許多租借，並與「90' S BBOYZ」合作辦理免費街舞推廣課程、與地區里辦公室合作提供場地作為關懷據點活動場地，亦提供自辦活動兩備使用(節拍廣場、月光電影院)，提升使用率。

(五)行銷宣傳效應

西門紅樓官網於 109 年完成全新介面，整體呈現更為流利，提升網站使用者操作各項功能便利性及資訊多元化為重點，且有清楚的中英雙語化資訊，社群網絡時代來臨，藉由內容經營配合自媒體等宣傳工具，增加民眾宣傳觸及率。

1. Facebook

自 98 年 10 月份起開始經營 Facebook 粉絲專頁，截至 113 年 12 月 31 日共有 37,902 名粉絲。比照西門紅樓之網路行銷模式，臺北市電影主題公園亦自 99 年 4 月份起開始經營粉絲專頁，至 113 年 12 月 31 日計有 13,759 名粉絲。臉書粉絲專頁除了館所訊息，優惠活動訊息，也透過轉發在地資訊，期許凝聚固定的在地藝文愛好者，帶動人氣。

2. 官網瀏覽量

西門紅樓官網自民國 97 年 7 月開始經營，定期更新相關活動訊息、發布主題市集內容、創意品牌報導、本會自辦及行銷活動，以增加官網內容深度與廣度；西門紅樓官網累積至 113 年 12 月 31 日已突破 49,039,505 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 113 年 12 月 31 日已吸引 4,075,730 瀏覽人次造訪，另進行後台功能檢視，持續增加多元化資訊提供，亦規劃優化網站後台之數據分析功能，提升使用者操作各項功能之便利性。

3.刊物(報紅、西哈誌)

民國 113 年發行刊物包含報紅(電子版)第 83 至 88 期共 6 期、館刊《西哈誌》作為凝聚萬華在地認同及「生活記憶載體」，並透過紙上策展傳遞西門紅樓「品牌印象」，打造館際合作、社區對話及地方經營之「交流平台」，充實地方及場館文化內容一年 2 期，113 年 6 月 29 日、113 年 12 月 10 日完成出版，每期內容將依社會趨勢、時令節慶及館所活動等進行主題企劃，為讀者呈現萬華文化的多樣面貌。

4.媒體報導

民國 113 年度平面與電子媒體報導共計 623 篇。本館持續串聯文化基金會網群及臺北市政府文化局(含文化快遞)，如臺北藝術節、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，並積極開發串連西門町商圈、萬華地區、古蹟、藝文館所、咖啡店、設計旅店、書店及觀光業等文宣鋪點資源。

5.異業合作

113 年本館除續與媒體單位合作媒體資料分享連結，也與政府單位及業界進行合作，以提供優惠與活動串聯方式吸引民眾來訪，包含與台北捷運公司合作辦理「搭捷運遊台北」旅遊票優惠活動，除結合公資源及文創區域共同行銷宣傳，亦持續開發多元場所如在地商圈、咖啡廳、餐廳等鋪點通路，開拓異業結合版圖，透過各種不同領域進行活動與資源串聯，提高本館服務對象深度與廣度，並擴大行銷版圖。

二、剝皮寮歷史街區西側經營管理

(一)營運定位與目標

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

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

(二)成果概述

113 年度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。113 年共計 106 萬 8,325 參觀人次，共接洽 83 組場地單位，累積超過 187 檔展演活動，全街區平均使用率為 71.86%，自辦 9 檔展覽、25 部電影放映及 22 場電影講座、1 場大型城西主題活動、1 檔街區串聯藝文教育活動、3 場傳統節慶活動、105 場導覽、講座及表演及工作坊等活動，年度媒體篇數 290 篇，平面 3 篇，電視廣播 10 篇，網路媒體 277 篇。

年度 ／ 月份	剝皮寮歷史街區西側近五年人次總計					人次比較 分析
	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年	較 112 年 人次成長 率
一月	54,117	59,781	29,824	97,686	89,462	-8.40%
二月	42,268	50,829	36,165	84,749	110,881	30.80%
三月	28,034	44,125	37,049	84,302	100,738	19.50%
四月	21,103	55,060	30,859	106,267	101,695	-4.30%
五月	31,088	15,217	21,360	82,230	90,390	9.90%
六月	25,024	0	21,765	67,525	70,658	4.60%
七月	37,655	3,046	29,150	69,940	59,027	-15.60%
八月	38,541	6,120	47,675	77,390	76,555	-1.10%
九月	38,918	15,152	59,281	86,024	68,706	-20.10%
十月	65,908	23,602	63,294	83,403	78,536	-5.80%
十一月	55,430	33,155	79,229	100,646	98,736	-1.90%
十二月	55,601	73,669	84,941	108,440	122,941	13.40%
小計	493,687	379,756	540,592	1,048,602	1,068,325	1.88%

1.街區空間的管理與維護

(1)街區工程管理

A. 因應計畫送審通過

B. 追蹤修復及再利用計畫進度

(2)街區維護管理與修繕

A. 機電類：緊急發電機組與用電設備巡檢 12 次、緊急發電機組年度保養 1 次(含發電機修繕 1 次)、高低壓電力設備定期檢測(停電檢測 1

次及非停電檢測 1 次)。

- B. 消防類：消防機電設備檢點檢查 12 次、消防安全設備檢修及申報 1 次(含更換消防安全設備：逃生出口指示燈 2 盞、緊急照明燈 4 盞、火警發信機 1 組)。
- C. 環境衛生類：鼠害防治巡檢每月 2 次共計 24 次、病媒蚊防治噴藥作業每二月 1 次共計 6 次、白蟻防治巡檢每二月 1 次共計 6 次、年度清洗水塔作業 1 次(含退伍軍人菌檢測 1 次)。
- D. 例行維護：飲水機維護巡檢 12 次(含水質檢測 4 次及每三個月 1 次更換濾心)、清洗冷氣室內機 63 台及室外機 20 台(含演藝廳冷媒管線覆蓋包材破損，重新包覆)、園藝景觀維護 12 次(含高空植生清除 2 次、樹木防汛修剪 2 次、街區夏季植栽換土換盆 1 次)、139 號電梯定期維護保養 12 次(含電梯主鋼索及皮帶汰舊換新 1 次)。
- E. 修繕作業：更換遊客中心汙損捲簾布幔 1 片、保養輪椅 2 台、改善燈光(129&131 號與演藝廳室內展間 13 盞燈具的燈泡汰換)、木作維護(休憩木椅 4 座、雨遮擋板 1 檯、斜坡板 2 座、後花園木棧道拆除與石板鋪設)。
- F. 建築物設施及設備維護：油漆粉刷(公共廁間 3 處及辦公室 2 處局部牆面)、戶外消防池廣場地面禁菸標線重上烤漆、戶外鋼結構設施(天橋與露臺欄杆防鏽修護處理共計 4 座)、親子廁所天花板優化及兒童安全座椅損壞更換 1 座。

2.街區的活化與教育推廣

(1) 以在地出發的文史常設展

A.剝皮寮城西大廳

於遊客中心設置萬華文化資訊平台，擺放各項展覽及藝文活動，提供剝皮寮英文導覽地圖及電子版下載，並規劃遊客中心周邊展間分別為：《城西大廳》以遊客中心及播放室作為介紹剝皮寮百年老街的導覽故事；《城西生景》(展間 31 號)對照艋舺過去及現代的照片展示與信箱故事牆，探尋街廓的生活光景；《百年城西》活版印刷特展(展間 27 號)，分享萬華職人故事與活版印刷機具介紹；《百年匠心 重拾萬華時光》特展(展間 29 號)以十三家百年老店及其延伸之故事在特展空間呈現專屬於艋舺人產業的百年故事，113 年度結合線上導覽技術 ARTOGO 線上展製作《艋舺剝皮寮：探秘歷史寶藏與百年傳承》，與在地文史工作者林立青作家再次合作，以及特別邀請重量級導覽員文資學者米復國，由兩位從建築特色、文資研究到萬華百年商號，帶領觀眾深度認識剝皮寮，除了聆聽豐富的導覽，也可以自由在線上展

間穿梭走動，提供多元彈性的線上體驗；《百年街廓時光之流》探討剝皮寮在地建築與居民故事，製作《重組時裝隧道》大型意象裝置匯集於街口，象徵著街區匯流歷史、人文之意向讓此成為民眾接觸故事的起點。持續維護更新展品，並擴大常設展之影響力，邀請在地團隊設計製作國小教案及學習單，從展間出發探尋整條老街，以多元的面相認識萬華豐富的人文風貌。

地點：剝皮寮遊客中心

時間：年度諮詢服務

參與人次：約 43 萬 2,459 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，113 年度規劃為人文歷史展覽空間，第一檔為《萬華衣勢流》及《看電影的我們》特展感受萬華服飾的流動歷程，透過屹立超過一甲子的艋舺服飾商圈，一窺臺灣成衣產業的發展，並結合服飾商圈旅行地圖及介紹影片，深入了解在地文化與產業脈動，同時也記錄萬華曾經戲院林立，眾多職人在此產業生存、鑽研技巧，見證了早期臺灣娛樂的一種風貌。

第二檔為《艋舺ㄟ代誌》公仔特展，由萬華社區大學公仔班講師及學員完成，透過手工公仔迷型呈現屬於艋舺在地、生活、文化等面向，用心重現艋舺濃厚的人情味，從細膩縮影中發現老城區裡平凡卻迷人的魅力，吸引眾多民眾及觀光遊客參觀。

地點：土炭市(展間 163、181、183 號)

場次：2 檔展覽

參與人次：約 10 萬 3,484 人次

(2) 萬華慶典-城西生活節

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

今年第六屆《城西生活節 笑杯、聖杯、喝一杯》於十一月正式開幕，「飲」為策展主軸，象徵萬華在日常生活中蘊含的文化厚度，以「笑杯、聖杯、喝一杯」為口號，帶領民眾在不同歷史場景中體驗萬華多變

風貌，從萬華的地理範圍切分，西門的咖啡文化從摩登時代風華不墜，到咖啡的消費場景看見商業活動的興盛與自由戀愛風氣的轉向；又如艋舺青草巷跨越數百年的療癒追求，見證龍山寺的藥籤信仰乃至今日的草藥產業，呈現調理與身心平衡的當代需要；再往南到加蚋仔，從河道變遷的非人敘事，發現原生水獺的足跡與花茶產業的變化，這些與生活緊緊相依的在地故事，透過 11 組藝術家的製作與 5 條田野行動路徑完整呈現！

除上述的《城西生活節》特展之外，同時規劃了一系列藝文主題活動，從藝術展演、藝術家講座、藝術家工作坊以及歷史走讀巡禮活動，到與在地店家串聯優惠x集章換好禮等豐富活動，讓民眾能更加深入的了解萬華在地故事，以多元的面向接觸感受台北城西的老城文化魅力。

地點：土炭市(展間 163、181、183 號)、演藝廳、西門紅樓、電影主題公園

場次：1 檔節慶展演活動及展覽

參與人次：剝皮寮展區約 1 萬 5,050 人次

(3) 歷史與生活教育工作坊

萬華為早期產業聚落發源地，包含紡織、印刷、宮廟等，故將從產業串聯出發，以「剝剝起家厝」為主題單元，尋找台灣藝術、教育、文史等生活各項領域專家，以在地生活精神為主題，開發不同類型的超值課程，讓民眾擁有知性的體驗，帶走屬於自己的創作及見聞。與各領域團隊、產業職人共同合作產業教育活動，以課程、工作坊、講座等多方面向進行在地文化研習課程，使剝皮寮與在地社群產生緊密連結，同時提供遊客體驗在地特色，增加萬華外地遊客對萬華老城文化產業的深入瞭解。

本年度邀請綠雷德團隊合作，城西夏樂慶期間辦理《臉譜”剝”浪鼓隨到隨作 DIY》民眾從多樣化的臉譜中挑選喜愛的圖案進行繪製，製作出獨一無二的”剝”浪鼓，同時認識戲班子獨有的臉譜文化；臺北 518 國際博物館日與西門紅樓辦理《青草療育 N 項式：香氛包 DIY 工作坊》，帶領民眾搭配出個人化的療癒青草香氛包，藉由手作體驗萬華青草產業；《蚊子退散手作驅蚊包》，因應夏季來臨採用在地老濟安青草茶吧推薦的天然驅蚊配方，結合三種草本香料，製作既實用又自然的驅蚊包；《藍曬轉印工作坊》藝術家使用日常容器作為成像材料，藉由「藍曬」技術呈現時空與水的物質關係，更特別加入萬華常見的各種「飲品」，嘗試製造出屬於在地的獨特技術。期許透過人生在地生活，發展系列教育活動，推廣剝皮寮為萬華人文互動活動平台，活絡街區之形象。

地點：展間 9&11、13&15、129&131、171 號

場次：28 場

參與人次：837 人次

(4) 電影放映推廣及協拍

113 年度規劃系列單元分別為：七月「剝剝看電影：不散」邀請導演分享其創作短片之心路歷；協助臺北市政府文化局於九月辦理臺北建城 140 週年紀念活動「電影中的臺北」以及 113 年度臺北市無形文化資產授證特展放映活動等，整年度總共放映 25 場電影，邀請 20 位以上導演、演員、影評人及相關從業人員參與，其中包含 22 場電影座談。

剝皮寮擁有百年街廓的獨特風貌，經常成為影視拍攝首選地點，透過臺北市電影委員會審核通過之學生作品、優良影片，剝皮寮提供拍攝使用七日內免費使用場地並給予於歷史建物中搭設場景之建議與諮詢，街區一般拍攝申請共有 14 組，其中影委會接洽有 2 組。

地點：視聽室、大廣場

場次：25 部電影放映、22 場電影座談

參與人次：約 736 人次

(5) 城西夏樂慶

剝皮寮歷史街區為西區重要觀光場所，同時為富有教育意義之場域，為推廣剝皮寮三百年歷史的故事脈絡，同時也介紹街區內曾有的文化，113 年舉辦之「城西夏樂慶」以街區教育、文化推廣、萬華文化場館串連為核心，推動國小、中等學校社會教育體驗，與剝皮寮鄰居老松國小密切合作，是萬華教育推廣之重要藝文場館空間。

本年度四月份舉辦第五屆《城西夏樂慶》，結合數位技術以線上 APP 形式設計活動介面，以剝皮寮老街為舞台進行實境解謎，民眾透過手機走進剝皮寮街區、鄉土教育中心、艋舺龍山寺，跟著戲班子與在地宮廟酬神戲的故事認識過去的常民文化，民眾需在百年街廓中走過層層關卡，解謎尋找各種線索。透過解謎遊戲認識剝皮寮原住戶口述歷史中採訪延伸設計出的故事，在闖關的同時也認識街區人文記憶，察覺年代變遷細節，考驗邏輯能力也在其中認識到宮廟信仰文化與過往常民娛樂息息相關的細節，透過認識常民生活和歷史點滴體驗在地特色。並舉辦懷舊服飾體驗、亭仔腳市集、互動街頭表演與偶戲表演，邀請到「戲偶子劇團」和「亦宛然掌中劇團」演出，並串聯周邊文化場館宣傳整體活動，民眾不僅能認識剝皮寮的歷史與故事，還能體驗萬華在地豐富的文化特色，展覽及活動內容，皆獲得好評。

地點：街區、展間 13&15 號、亭仔腳、鄉土教育中心、艋舺龍山寺

場次：1 檔街區串聯藝文教育活動

參與人次：約 6,797 人次

(6)街區藝術文化活動及展演平台

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

本年度與「博物館日」期間規劃《剝學多聞》系列活動，邀請在地學校南門國中弦樂團以及臺北爵士大樂隊合作「厝邊逗陣玩樂」三場，為戶外街區帶來聽覺與視覺交疊的雙重饗宴，也提供南門國中和爵士大樂隊學生組的表演者們一個對外演出的舞台；與「小事製作」合作三場《週一學校》，《週一學校》宗旨為「每一個人的舞蹈平台」讓所有人放下對舞蹈門檻的戒心，以剝皮寮特色延伸出飲茶、疊磚、劇炭等不同有趣舞步，帶動民眾參與舞蹈互動，自由透過身體表達自己；在《城西生活節》期間邀請「洞穴 The Cave & 激浪特攻本部」創作《歡迎您：免費提供，好聽的歌曲》開幕與閉幕派對、羅懿君串連展品的舞蹈表演《第三河畔》、賴彥勳的《萬花庵》茶室計畫社區巡演八場，表演內容以臺北城西區在地「飲」特色為題材，延伸出與常民社交娛樂、萬華茶室文化、地區水文歷史議題相關的多重感官沈浸式表演，與多元單位及藝術家共同打造不一樣的藝文體驗提供多種戲劇表演形式讓在地民眾擁有不同的藝文刺激。

剝皮寮主要為提供管理展間的場域平台，為引進優質並與剝皮寮營運方針及氛圍相符之展演，提供場地協助、宣傳資源及輔助相關需求，本年度與「台北文學季」合作《編輯招募中：觀點、技術與對話》特展，邀請民眾成為文學編輯的一員，協助臺北市政府都發局公共藝術計劃《給平凡人的萬華散策》展覽，其針對萬華社會住宅的居住方式，以家為概念透過藝術呈現萬華的生活樣態，透過藝術轉譯，讓平凡人成為說故事的人；與「打開台北」合作，期間限定開放參觀剝皮寮樹屋；與藝術宮 artgong 合作《藝術王船慶典：讓另外一個世界擁有當代藝術》，徵集藝術作品，透過民俗信仰、影像紀錄、工藝等角度討論臺灣迎王與王船祭典以及臺灣五角拌回收平權協會辦理《在垃圾消失之前》展覽，介紹拾荒者、清潔隊、回收場工人等第一線人員的生命故事和困境，持續運用展間推廣多元議題及藝術創作。

地點：展間 35、37&39 號、視聽室、演藝廳、樹屋、大廣場、西門紅樓

場次: 22 場展演活動

參與人次: 約 1 萬 9,292 人次

3. 社群經營推廣

(1) 實習生及志工招募

113 年度剝皮寮歷史街區西側舉辦「營運組實習生」以及「大專院校學生合作課程」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，培訓內容包含：行政管理、展演廣宣、場務管理、總務維運等四大面向進行；針對大專院校課程合作，提供班級主題導覽，從文資、藝文、社區關係、場館營運多元面向與學生介紹剝皮寮歷史街區，並提供學生與場館人員互動對談討論的機會，讓學生能更深入的了解藝文產業。

本年度招募計畫包含：上半年實習生佛光大學學生 1 名，為文化資產與創意學系四年級學生，實習期間駐點於剝皮寮，並以萬華在地為主題製作畢業研究，實習期間參與「城西夏樂慶」活動支援以及「城西生活節」前期田野調查資料整理，觀摩旁聽各類業務會議，參與基金會內開設之線上主題課程；而整年接洽與大專院校課程的合作有臺北市立大學與政治大學不同系所參與，共 4 場的主題導覽課程，下半年與北市大 USR 計畫之音樂學系、舞蹈運動藝術學系、城市發展學系與休閒運動管學系合作，從在地田野調查調延伸出「三市街」以及「森之絮語」音樂劇，本計畫合作意向簽署至 116 年，預期未來持續和北市大合作 USR 計畫。

(2) 媒體宣傳

透過網路自媒體的方式，提升剝皮寮歷史街區的知名度，推廣街區歷史故事及多元展演活動，吸引更多不同客群、年齡之遊客到訪並延長參觀駐足時間，透過社群、多元平台及廣宣資源宣傳剝皮寮歷史街區所有各項展覽、展演及活動。剝皮寮自辦展演活動期間也會同步發送新聞稿與採訪邀請，亦整併館內現有資源，強化主題方式擴大媒體效益為努力方向，以網路媒體資源、電子化的宣傳為主，將宣傳透過數位加深廣度。剝皮寮歷史街區官網累積至 113 年底共有 2,089,171 造訪人次，年度增加 678,888 位瀏覽人次，平均每月成長 3.22%；臉書粉絲專頁累積至 113 年底共有 23,919 位粉絲，年度增加 738 位粉絲人數，平均每月成長 0.22%；Instagram 官方平台則累計 3,143 粉絲人數，年度增加 376 位粉絲人數，平均每月成長 1.05%。

113 年/月	官網瀏覽人數	臉書粉絲人數	Instagram 人數
1 月	1,445,914	21,749	2,786
2 月	1,513,592	21,810	2,799
3 月	1,569,300	21,844	2,811
4 月	1,625,175	21,917	2,824
5 月	1,686,016	21,952	2,892
6 月	1,738,345	21,982	2,925
7 月	1,784,081	22,044	2,928
8 月	1,837,045	22,060	2,946
9 月	1,906,671	22,114	2,956
10 月	1,980,668	23,721	3,011
11 月	2,038,509	23,884	3,129
12 月	2,089,171	23,919	3,143
較 112 年度成長	48.14%	3.18%	13.59%

台北偶戲館

一、台北偶戲館經營館所經營定位

台北偶戲館自 2004 年開館，一直以來透過不同方式引領民眾認識偶戲，帶領觀眾深入淺出認識偶戲發展。台北偶戲館運用包含展場、研習教室、製偶教室、排練室、黑箱劇場等複合型空間，推動偶戲無形文化與有形資產之傳承，持續推展文物典藏、研究展示、教育推廣、偶戲演出。冀望成為臺灣的偶戲藝術中心，傳統作為底蘊，以當代新視野，媒合各藝術領域，進行創意實驗與技藝交流，推動偶戲內容多元轉譯、促進多元文化交流，媒合國際資源，提供全新偶戲觀點，作為面向觀眾與創作者一個開放包容的偶戲交流平台。近年來更積極為打造偶館成為偶戲藝術中心，不僅走出館外與社區及其他館所密切交流，也集結各國在台的友人、觀光客等可以藉由來館參觀、研習更認識臺灣文化之美。本館未來仍秉持承先啟後，以四大方向-「傳偶戲平台」、「多元轉譯」、「文化平權」與「國際連結」使得台北偶戲館成為偶戲藝術的中心。

二、執行成果

(一)典藏

- 1.113 年完成典藏品數位化影像拍攝 103 件、乾式清潔 103 件、文物詮釋資料 102 件，拍攝內容包含正面、背面與部分細節照，詮釋資料內容以典藏品外觀、形制、工藝技術、纖維判別、紋飾、功能、來源、歷史背景、文化價值、意義等撰寫，並避免艱澀用字，使偶戲推廣更加平易近人，數位化可記錄藏品狀態，未來如有損毀亦可作為資料的一部分，作為修護時的參考依據；詮釋資料則對藏品有整體的描述，了解服飾形制、織品工藝技法等。
- 2.113 年新增 103 件典藏品詮釋資料及照片至文物典藏管理系統，目前本館於典藏網之文物總數為 4,777 件，公開數量為 582 件，並與偶館官網連結，後續亦會持續更新完善典藏資料庫，使館藏不受時空限制，拉近大眾距離並提高相關資料查詢運用效益，113 年度網站訪客總人次 3203 人次。
- 3.113 年度購置戲偶以缺乏之世界戲偶及金光戲偶為主，如：印度與緬甸及義大利懸絲偶(4 件)、突尼西亞偶(1 件)、葡萄牙手偶(2 件)、印尼杖頭傀儡(1 件)、越南水傀儡(2 件)、泰國鐵枝傀儡(1 件)、臺灣金光戲偶(8 件)及內體一批與皮影戲(2 件)，讓民眾認識各國的經典戲偶及臺灣本土戲偶，未來也會持續依照館藏需要購置戲偶，豐富及完善館藏類型。也陸續收到民

眾及團體捐贈之戲偶，包含泰國及印尼皮影戲偶、印尼杖頭偶、義大利懸絲偶等，共 6 件。

4. 113 年整理並調整原有準備室空間雜物後購置層架，以利展覽及典藏事宜進行，如藏品暫存檢視，確保入庫文物未有蟲害及微生物等危險因素後再行入庫，以防庫內文物受外界因素引響，進而降低藏品保存風險。另於本館常設展「世界各地的影戲」展櫃進行天花板封閉並加強展櫃氣密性及裝設恆濕系統，以維持櫃內相對濕度穩定，降低文物劣化風險。
5. 典藏庫房經整理後，為活化館內典藏及博物館教育功能，於下半年度在不影響藏品安全的狀況下，有限度地開放庫房參觀活動，並響應臺北市政府文化小旅行活動，期望帶領民眾認識典藏及修護相關知識，總計辦理 3 場次，服務 33 人次。

(二)展覽

1. 常設展優化

世界偶戲展區

增加 1 件突尼西亞鐵枝偶、2 件葡萄牙手偶、1 件印尼杖頭傀儡偶、1 件泰國杖頭偶、2 件越南水傀儡偶、1 件緬甸偶、2 件東華皮影劇團皮影偶、2 件印度傀儡偶、1 件西西里懸絲偶。

配合 20 週年特展，展區擴及原本常設展「當代偶戲」展區

- (1) 購置 3 件臺灣金光布袋戲偶。
- (2) 常設展文案英文內容輸出。
- (3) 網站與展覽內容以服務台 QRcode 掃描的方式閱讀。
- (4) 現場展示說明牌中英呈現。

2. 特展

舉辦二檔特展，主題涵蓋傳統、創意、藝術家創作等展覽方向，推廣更多元的偶戲文化。

(1) Got RIFF _ 當代布袋戲特展

展期：112/12/08-113/06/30

偶的多元面貌 - 從形式到時代精神

布袋戲的創新從來都不是專屬這個時代的新潮流，從歷史發展縱深看見 17 世紀隨福建漳、泉、潮州一帶移民飄洋過海而來落地生根的在地化過程，甚或每一次的搬演，在既有的劇情之上，前後場的即興調度，都是創新的軌跡。展覽延續本館於偶的多元面貌探詢，呈現有別主流多為家族傳承與閩南風格的布袋戲團，聚焦來自客家背景的戲偶子劇團邱豐榮、山宛然客家布袋戲團黃武山。兩位團長各師承自臺灣傳統布袋戲重要的兩大門派—小西園掌中劇團、亦宛然掌中劇團，於

堅實的傳統之下持續突破，以布袋戲之眼連結、發散，不只實踐形式創新，更是回應當代講究回歸土地、本質、根源的時代創新精神。展覽名稱 Got RIFF，RIFF 擷取自搖滾樂裡整首歌不停反覆演奏、洗腦、有記憶點的旋律，恰好呼應傳統布袋戲「聽戲」的欣賞特質—前場演師的口白、後場師傅的鑼鼓。公眾活動：

類型	項目	參與人次	日期
表演	山宛然客家布袋戲團《三郎賣茶》	431	1月20日
	羅聿綺藝術家餐桌計畫	35	1月20日
	戲偶子劇團《阿火與 Jean 的福爾摩沙奇幻之旅》X 中庭春日野餐看戲小市集	557	3月23日
	Before sunset — 詩擂台 Poetry Slam x 偶戲衝擊波 Taipei Puppet Slam	98	6月7日
工作坊	阿丹老師 x 阿蔡館長常民樂器嘎嘍脆	40	2月25日
	4月兒童閱讀月週末親子說故事 x 噶哈巫《azem pasaken lia! 年到了!》全麥麵	45	4月6日
	藝術家丘智華純屬虛構《成為迷影之前》放映會電影漫談時光	24	5月25日
座談	閉幕 Closing x 魅戲大客廳—那一天我們在美濃…	26	6月30日

(2) 20+現在進行未來：台北偶戲館 20 週年特展

展期: 113/07/26-114/06/29

當台北偶戲館迎來第二十個年頭，慶祝從初生到如今躍進成熟的蛻變。本展覽不單純是對過往歲月的追憶，更是對未來的一次大膽預見。如同一位踏入二十歲的年輕人，充滿了蓬勃的活力、探索未知的勇氣和擁抱世界的熱情。由捐贈者的愛、市政府的支持、建築師的創意和社會各界的期待共同孕育而生。成長，伴隨著期盼和希望，經歷了各種酸甜苦辣，每一份文件、每一場演出、每一檔展覽，乘載著歲月的痕跡。青少年期的掙扎和尋找，經歷過尷尬、焦

慮和矛盾，甚至有過自我封閉和深刻的省思。但正是這些經歷，學會了如何在沉澱中成長，如何從懊悔中汲取力量。處在 20 歲青春活力，展現了一種全新的自信和開放。渴望與更廣闊的世界建立聯繫，追求冒險與發現，對未來充滿了無限的好奇和憧憬。偶戲的世界，本就是一個充滿多元、想像和跨域多樣性的聚合。在這裡，偶承載著故事和文化，連接過去和未來的媒介，台北偶戲館正是這個奇妙世界的微縮版，內含無窮的故事和創意等待發掘。

開幕活動

8 月 7 日星期三，共計 306 人次參與

狂夢藝術 x 2023 駐館藝術家李樹明物件偶戲演出 / 藝術家陳穎蓁寫一封情書行為藝術 / 《掌中戲》桌遊大賽 / 德國藝術家 Karla DJ jam / 張書婷合成獸工作坊 / 2024 駐館藝術家見面分享會

公眾活動

- 參與式創作社區計畫，4 場 6/7、6/14、6/21、6/28，共計 49 人次參與。

藉由本次展出藝術家周學涵與偶館周邊社區居民一同參與作品製作，增強社區關聯及文化認同，發揮博物館的社會責任及影響力。藝術家採集大家對於台北偶戲館的鳳毛麟角感受，工作坊以永續作為目標，從歷來偶戲館累積的文宣品中發現色彩，在藝術家與教學藝術家張書婷的帶領之下，將抽象情感轉換成具體色彩與文字，一起完成龍的鱗片，於展場展出。

- POP-UP 期間限定展覽 x 德國藝術家 Karla Kracht 物件裝置/錄像/聲響燈光/即時投影，7/26-2024/9/7，共計 2470 人次參與。
本次特展特別邀請德國藝術家 Karla Kracht 進行期間限定 POP-UP Exhibition 駐館創作，Karla 創作類型包含即時投影、錄像動畫、聲響燈光、也製作漫畫造型的賽博格風偶型 (comic-like cyborg figures)。這次短暫駐館期間將呈現有別於台灣觀眾熟悉的偶戲形式，以賽博格 cyborg 物件裝置、即時投影、聲響燈光，操演出另一種物件劇場的展演型態。
- 跳·土·偶—偶戲、劇場、展覽的邊界，12/21，參與人次 40 人。

延續 20 週年特展現在進行未來的精神，特展公眾活動結合 2024 駐館藝術家，帶領觀眾一起實驗偶戲、表演、展覽的邊界！觀眾將會體驗一場既是看表演、也參與其中的捏偶玩土體驗！

(三)教育及推廣

1. 113 年度教育推廣活動

偶戲互動導覽、戲偶製作 DIY 教學課程、創意偶戲欣賞。

113 年度參與人數如下：

活動名稱	人數
偶戲互動導覽	28,732 人
戲偶製作 DIY 教學	3,307 人
創意偶戲欣賞	24,596 人

2. 「育藝深遠—藝術教育啟蒙方案」—國小二年級學童偶戲藝術體驗計畫
「育藝深遠—藝術教育啟蒙方案」目的為在學童人格養成階段，提供豐富多元的藝術體驗，開啟學童對於藝術的想像。本館自民國 100 年起，承辦「偶戲初體驗」之台北偶戲館場次執行業務，以生動活潑的豐富導覽內容、搭配優良的劇團演出，帶領學童認識臺灣本土偶戲文化，並持續優化館內場域品質，提升學童偶戲課程體驗，廣受本市各校肯定。

此專案原由臺北市藝文推廣處主辦，台北偶戲館及大稻埕戲苑配合現場執行，自 112 年起將轉由台北偶戲館主辦「偶戲初體驗」課程，負責此案採購、預約及相關行政作業，且預約之學校將全數於台北偶戲館進行活動。課程設計以「臺灣本土偶戲」為主軸，並透過甄選、借重專業團隊之課程規劃執行實績、偶戲演出經驗，攜手共同策劃學年課程主題，規劃執行包含「偶戲知識導覽」、「偶戲主題演出」、「博物館參觀及劇場基本禮儀講解」等課程內容。

113 年度參與總人次：19,630 人。

113 年度課程總場次：154 場。

3. Taipei Puppet Slam 偶戲衝擊波

「Taipei Puppet Slam 偶戲衝擊波」為成人觀眾取向的「輕量版偶戲」演出，需符合「偶戲 puppet acts」、「演出 8 分鐘」、「高娛樂性」，其餘劇目、戲偶種類、表演形式則不設限。

本年度共計 8 組投件，徵選出 5 組演出，並特邀 1 組藝術家演出。

演出日期：6/7。

4. 台北偶戲館藝術家駐館計畫

(1) 台北偶戲館 x 台北寶藏巖國際藝術村專案進駐

台北偶戲館與藝術村合作，於「2024 台北藝術進駐」鼓勵國際藝術家探索臺灣偶戲文化，公開甄選「台北偶戲館 x 寶藏巖國際藝術村專案進駐計畫」。截至收件期止台北藝術進駐共計國內外 449 件申請案，最終由 Tolo Puppets (越南籍) 獲選計畫。

成果發表：113 年 07 月 28 日，黑箱劇場。

(2)2024 藝術家駐館計畫

台北偶戲館以偶戲藝術中心為目標，運用本館複合型空間特色，邀請藝術家駐館，進行創意實驗與技藝交流，激發偶戲的多種可能。本館提供場地給予藝術家使用，在駐館期間規劃藝術家交流、Artist Talk、藝術家工作坊、成果展演等活動，也會邀請成熟專業製偶與操偶師與藝術家進行經驗交流，透過空間媒合資源，讓藝術家能夠在此收穫創作能量。

駐館計畫以個人申請為主，不限偶戲形式，鼓勵藝術家自由發展主題創作，依當年度檔期調整約進行 7-8 週，為促進偶戲實驗創作與交流，館方提供表演舞台作為成果發表，並邀請場館節目製作人、策展人、導演等，增加創作者被看見的機會。

1、12 位藝術家參與徵選後選出 3 名藝術家進行計畫。

2、成果發表：113 年 09 月 28 日，黑箱劇場。

3、延伸活動：偶戲創作交流、開放排練。

5. Taipei Puppet Fest

今年度配合「20+ 現在進行未來：台北偶戲館 20 週年特展」辦理「2024 Taipei Puppet Fest」系列活動，以 20 歲青春活力、勇於冒險嘗試的人設，跳脫框架，延伸偶戲演出的無限可能。將無限的想像與跨域多樣形式探索偶戲極限，打破過往對偶戲的扁平認識，創造屬於這個時代的偶戲新浪潮。本計畫以「偶戲新浪潮」為主軸，於 113 年 8 月 7 日(三)至 18 日(日)串聯多項偶戲文化藝術活動，舉辦偶戲演出、手作工作坊、小小修復師、親子故事工作坊、操偶體驗式導覽等多元活動，以期帶給民眾全新的偶戲文化體驗。

(四)藝文活動交流

藝文活動交流及合作：

1. 「113 年度陳錫煌傳統布袋戲掌中技藝推廣」由駐館藝師陳錫煌老師開設大師工作坊，課程規劃以戲為主軸，由學員擔任演師、相關道具製作及後場音樂的配樂，於課程結束成果發表演出。
2. 駐台北印尼經濟貿易代表處及世界印尼僑民聯誼會臺灣分會與本館合作，在本館二樓展場舉辦「印尼女英雄日」活動，包括傳統服飾時裝秀、特色舞蹈表演等，促進國際交流與文化平權。
3. 偶戲是表演藝術的一種類型，本館與劇團保持良好互動，包含無獨有偶工作室劇團、山宛然劇團、陳錫煌掌中劇團、戲偶子劇團等。合作形式多元，教學課程、演出排練、夏令營講座等。如利澤國際偶戲藝術村-偶戲職人學校與本館合作辦理畢業巡演臺北場活動。

4. 中國信託文教基金會新舞臺藝術節 X 客座策畫《最後一個星期天》8/8 特企：結合新舞臺藝術節《最後一個星期天》偶戲物件演出，由偶戲館客座策畫 8/8 活動，藉由 3 組藝術家與 1 件物件裝置，透過馬戲物件、肢體、魔幻箱的偶戲表演形式，與更多觀眾分享。

魏暉恩 feat. 黃子溢 x 馬戲 x 物件

蔡佩如 x 肢體 x 物件 x 末日書寫

陳韻如 x 偶戲 x 魔幻箱

越南偶戲組合 TòLô Puppet Theatre x 物件裝置

時間 | 113.08.08(四) 17:30-19:30

地點 | 臺灣大學遊心劇場

5. 捷克中心臺北 Czech Center Taipei 開幕合作，日期：9/20：
受邀參與捷克中心臺北主辦的「捷克文化瑰寶：捷克的聯合國教科文組織有形及無形文化資產」於信義區戶外廣場展覽開幕，由蔡易衛館長與館員們一起帶來臺灣古典布袋戲與金光戲的講演式演出。

館際交流：

1. 國立臺灣博物館外語導覽培訓計畫 X 「布袋戲運動會 Museum Sports Day in Potehi Taiwanese Puppetry」英語體驗式導覽，日期：3/24-6/30：
台北偶戲館與國立臺灣博物館合作，推出「布袋戲運動會」特別英語導覽活動，結合臺博館推行多年的外語導覽學生志工培訓計畫與偶戲館的導覽內容知識。
2. 國立臺灣科技大學 x 無形文化資產通識課，日期：5/17、11/14：結合大學通識課程讓學生了解偶戲館如何在當代社會中推廣與保存文化資產。
3. 與寶藏巖國際藝術村共同推出專案進駐計畫，徵尋國際偶戲藝術家。本年度由越南籍 ToLo Puppet Theater 進駐 3 個月，並辦理駐館成果發表。
4. 串連松山文創園區「2024 夏日松一下」推出「偶戲不思議～博物學家與他的探險小隊」系列活動。
5. 台北偶戲館 20 歲 POP-UP 快閃展 X 松山文創園區，日期：9/13-11/17：串聯文基會館所資源與偶戲館步行只要 7 分鐘的好鄰居松山文創園區，將台北偶戲館打包放入消防栓箱進行快閃展覽，藉由集章活動引入松山文創園區的人潮至偶戲館。
6. 高雄市皮影戲館「雕光見影-113 年全國皮影戲及創意影戲表演暨創作比賽」透過競賽吸引對皮影製作及表演有興趣的新血加入。

(五) 硬體設備修繕

1. 三樓空間整修

將研習教室、製偶教室、走廊、共同工作室空間重新規劃並重新鋪設地板，塑造更適合使用之舒適空間。

2. 三四樓梯間優化

由於中庭視覺及 1-2 樓梯間已完成全新設計，為了延續設計風格，邀請同一位設計師為 2-4 樓梯間及 1 樓入口打造統一的視覺意象。除了確保空間風格的一致性，還能夠為整體環境帶來流暢的視覺體驗，提升每一層樓的空間感受。

3. 二樓男女廁優化

113 年自 2 樓起逐層進行整修作業，使來館民眾可有更好的來館體驗。

4. 典藏相關優化

調整原有準備室空間雜物後購置層架，以利展覽及典藏事宜進行。另於常設展「世界各地的影戲」展櫃進行天花板封閉並加強展櫃氣密性及裝設恆濕系統，以維持櫃內相對濕度穩定，降低文物劣化風險。

(六) 113 年度服務人數與上年度同期對照統計表

	111 年度	112 年度	113 年度
1 月	3,437	1,485	4,284
2 月	1,008	1,739	1,206
3 月	9,094	12,491	13,661
4 月	2,445	10,169	16,306
5 月	1,372	11,853	14,100
6 月	1,464	7,885	8,004
7 月	5,319	3,646	6,122
8 月	3,593	2,442	5,535
9 月	6,397	5,337	6,315
10 月	10,884	10,574	11,299
11 月	8,268	11,298	15,540
12 月	4,603	11,880	14,421
累計	57,884	90,799	116,793

北投博物館營運部

一、北投溫泉博物館經營管理及推廣

北投溫泉博物館(以下簡稱溫博館)建於 1913 年，前身為日治時期北投公共浴場，現為市定古蹟。溫博館原為臺北市政府文化局自營館所，111 年 4 月 1 日起交由文基會經營管理，持續扮演推動北投文化的樞紐角色，進行北投溫泉文化主題研究與蒐集，並透過古蹟空間活化，辦理展示及教育推廣活動，同時推動藝文平台暨社區合作方案，展現北投豐沛藝文能量之餘，亦落實文化扎根，並加強周邊藝文館舍、溫泉業者、在地店家資源合作與串連，促進北投溫泉文化推廣與產業發展，創造文化、生活、產業共享共好。

(一)營運重點：

1. 北投溫泉博物館之營運、管理及維護工作。
2. 北投溫泉文化相關文獻蒐集、展示導覽及教育推廣。
3. 發展北投地區文化樞紐與藝文合作平台。
4. 辦理北投文化節慶及整合行銷。
5. 社區參與公私協力合作深化與創新。
6. 其他經文化局事前書面同意之項目。

(二)展示及教育推廣活動：

1.主題展示

大浴池為溫博館的精神象徵，過去為大眾泡湯之地，承載著溫泉文化與北投居民的重要記憶。為喚起大眾對溫泉文化的記憶，也展現北投在地產業的魅力與發展潛力，常設展【北投印象再相浴】-北投溫泉文化與產業特展，包含三大主題展廳「溫泉 DŌZO—北投溫泉旅館發展史」、「浴場 SENTŌ—北投溫泉鄉洗浴文化」、「博覽廳 EXPO—溫博館過去、現在與未來」，透過科技互動投影，體驗北投溫泉產業、溫泉旅店發展及溫泉洗浴文化的時光軌跡。現場也重現過往溫泉旅店豐盛的酒家菜，煙霧迷漫的溫泉公共浴場等療癒場景。

由於溫博館曾為日治時期東亞最大公共浴場，公共浴場文化所具備公共性、藝術性與社區人情連結一直是重要核心價值，為振興逐漸式微的公共浴場文化，邀請同樣具有悠久浴場歷史文化的日本錢湯(錢湯：意為付費使用的公共浴場)相關推廣單位共同合作。113 年 6 月北投溫泉博物館與京都老牌錢湯「源湯」攜手合作，以「再現！台灣北投味」為題，舉臺日公共浴場文化交流展「歡迎光臨台灣北投 in 京都源湯」北投文化展示及北投特色湯體驗活動。10 月在台灣溫博館則接續辦理「2024 錢湯聚—台日公共浴場文化交流展」展出臺日雙邊浴場文化交流成果。

此外，113 年適逢溫博館 26 週年館慶，以「來溫叨」為主題，以「浴場精神」為核心概念，推出《澡堂學》展攜手百年品牌「牛乳石鹼」打造

沉浸式錢湯體驗題展示，活動期間每週末也有一系列台日主題講座、工作坊、走讀等多元活動規劃一系列藝文特色饗宴，邀請大家一起感受最道地的北投生日趴。

展示時間	展示內容	參與人數
1/2(二)~12/31(二)	北投印象再相浴 (溫博館一、二樓展廳)	378,560 (113年1月至12月人數統計)
5/10(五)-5/24(五)	「歡迎光臨台灣北投 in 京都源湯」北投文化展示(京都場)	4,200 (地點:京都源湯)
10/25(五)~迄今	2024 錢湯聚—台日公共浴場文化交流展(北投場)	88,860 (10/25~12/31 參觀人數統計)
10/25(五)- 11/10(日)	澡堂學 (溫博館一樓小浴池)	19,717 (10/25~11/10 人數統計)

2.北投文化主題路線導覽及走讀：

以介紹北投溫泉文化為核心，融合北投季節特色，及周邊藝文館舍資源，藉由夏季北投納涼祭、冬季館慶活動，以北投溫泉文化為主軸，分別於7月-8月辦理「納涼走讀來呷冰」、10月-11月辦理「小39走讀趣」，共計12場次溫泉鄉走讀導覽，帶領民眾造訪北投自然生態、人文地景、建築風貌等，挖掘北投溫泉鄉在地故事，深入認識北投百年歷史風華。

活動時間	活動內容	參與人次
7/20(六)、7/21(日)、 7/27(六)、7/28(日)、 8/3(六)、8/4(日)	納涼走讀來呷冰 路線 新北投車站→北投公園→地熱谷→嘉賓閣溫泉會館呷冰體驗→北投溫泉博物館	96
10/26(六)、10/27(日)、 11/2(六)、11/3(日)、 11/9(六)、11/10(日)	「小39走讀趣」 路線 新北投車站→硫磺谷→龍鳳谷→泡腳池園區	58
小計	共12場	154人次

3.《浸北投》製作與推廣

為深化推動北投文化觀光及北投品牌特色發展，由溫博館製作《浸北投》專刊，以主題特輯方式，發掘及呈現北投歷史文化、人文風景、社區發展、地方創生等相關主題，及介紹溫博館近期主題展示特色內容，

以期展現北投獨一無二文化魅力。《浸北投》專刊採「實體紙本專刊」及「數位線上專刊」同步發行，113 年完成《浸北投》2 冊：第八輯「北投公園散策」、第九輯「北投的 N 種使用方法」，並進行實體與網路推廣活動。

(1)刊物內容說明：

北投溫泉博物館自 1998 年 10 月成立至今，至 2024 年(113 年)已經歷 26 個年頭。北投溫泉博物館的成立與營運，無論在臺灣社區營造、歷史建築活化、古蹟修護保存，以至於近年討論的地方創生上，都有極重要意義。是以 113 年《浸北投》2 冊主題分別以「北投公園散策」、「北投的 N 種使用方法」為題進行內容規劃。

【精彩文章內容】

VOL.8 北投公園散策

- 打造先進遊園地 | 北投公園的誕生及其空間特色
- 報社推波助瀾 | 去北投成為一趟時髦活動
- 古典漢詩裡的北投風光
- 探索多種使用方法 | 北投公園的空間觀察指南
- 北投公園圖鑑 1：風景十五選
- 北投公園圖鑑 2：人物觀察篇

VOL.9 北投的 N 種使用方法

- 照看溫博館的前世今生：志工的文化使命
- 無處不是布景，無處沒有故事：山城眼中的北投山城
- 文化資產的使用方法：透過身體力行「參與」地方風景
- 來北投交朋友：上課、泡湯、採果當中感受在地人情味
- 整個北投都是我們的教室：終身保固的童年時光
- 北投足湯、手湯的使用方法：到處都能「療」的溫泉鄉

(2)實體專刊推廣活動：

已邀請北投地區館舍、溫泉業者、在地店家共計 48 個單位響應實體專刊推廣點，藉此提供來北投遊玩民眾閱覽，共同成為分享北投在地知識的文化推手。

類型	合作單位	數量
地區館舍	新北投車站、中心新村、北投梅庭、向陽心苑、鳳甲美術館	5
溫泉業者	水都溫泉會館、嘉賓閣溫泉會館、北投泉都溫泉會館、北投春天酒店、瀧乃湯、鳳凰閣溫泉會館、北投麗之湯溫泉會館、日勝生加賀屋國際溫泉飯店、美代溫泉飯店、北投亞太飯店、水美溫泉會館、途中·台北青年旅舍	12

在地店家	北投溫泉小舖、地熱谷庇護工場、青磺名湯、山城二手書店、熱風精品咖啡豆、布拉克自家烘焙咖啡館、拾米屋、拾米 to go、豆咖啡(豆三)、CJ 千景咖啡、北投黑金魚咖啡館、金魚咖啡、小金魚奶茶咖啡館、#Ncafe、阿馬非、牙口義大利麵餐廳、上清料理、Relax 輕鬆餐廳、日食早午餐、八禧肉蛋吐司—#北投光明店、北投普羅旺斯bakery & café、鼎膳便當簡餐、悟饗便當、悟和軒、長生堂中藥房、飛健身合作社	26
在地組織團體	藝起公益協會、唎哩岸文化工作室、八頭里仁協會、北藝大博館所、北溫非營利幼兒園	5
小計		48 處推廣點

(3)網路社群推廣活動：定期每週 1 次以主題專欄方式，於溫博館臉書粉絲專頁、IG 社群推播《浸北投》相關專題文章，主動傳遞分享溫泉文化訊息與知識，提高粉絲關注度，加乘館內展覽、活動效益。

(三)年度節慶活動：

1. 北投文化年度節慶活動

北投溫泉博物館為新北投地區指標核心館舍，以季節限定慶典活動形塑北投夏季、秋季、冬季文化特色，打造北投四季的品牌。113 年年度重點節慶活動，包括 7-8 月夏季「2024 北投納涼祭」、9 月秋季「2024 臺灣月琴民謠祭」、10-11 月冬季「北投溫泉博物館 26 週年館慶」。藉由不同季節盛事活動舉辦，加強周邊藝文館舍、溫泉業者、在地店家等社區資源合作與串連，辦理主題講座、創意工作坊、北投味遊戲、生活市集等活動，共同打造「北投四季」文化品牌。

日期	活動內容	活動場次	參與人次
7/19~8/04	2024 北投納涼祭	62	15,492
9/02~9/30	2024 臺灣月琴民謠祭	20	23,310
10/27~11/12	北投溫泉博物館 26 週年館慶	23	19,717

2. 周邊館舍及在地產業串聯行銷

結合上述年度慶典活動辦理，以溫博館為主體，串聯周邊館所、學校、社區團體組織、在地店家、溫泉業者進行優惠訊息及各項亮點活動宣傳。

(1) 周邊館舍活動串聯

「2024 北投納涼祭」期間以北投夏日盛典納涼祭為主題，邀請周邊 5 個藝文館舍共同響應辦理夏日活動，進行納涼主題活動串聯：

串聯場館	活動日期	活動名稱
新北投車站	8/3(六) 16:00-21:00	北投納涼祭主題列車：夏日觀星號
北投中心新村	7/20(六) 14:00-16:00	療癒透明系-植物手繪心體驗
	7/27(六) 14:00-16:00	夜裡的心光-螢光蕈植物生態瓶
北投親子館	7/25(四) 14:00-17:00	口愛小涼扇 DIY 手作
鳳甲美術館	7/13(六)~9/8(日) 10:30-17:30	水之眾神 - 顧廣毅個展 7/20、8/18【夜間延長開館】18:00-20:30
北投文物館	7/19(五) 7/26(五) 8/02(五) 各 1 場 14:00-16:30	瘋週五湯樂園小旅行

(2) 在地產業串聯行銷

「2024 北投納涼祭」期間共計 15 家溫泉業者響應北投味遊戲體驗推廣。「北投溫泉博物館 26 週年館慶」活動期間共計 13 家溫泉業者、13 家在地店家，推出活動限定優惠與特色商品，共同參與館慶活動宣傳，提升活動廣宣效益，亦同步促進北投溫泉文化推廣與產業發展，創造文化、生活、產業共享共好。

(四) 藝文平台暨社區合作方案：

1. 藝文平台合作方案

溫博館為北投區域核心場館，與社區關係密切，期許善用溫博館空間與資源，成為北投藝文平台，邀請在地學校、藝文團體、創作者，以北投文化進行「視覺藝術」或「表演藝術」合作方案，以凝聚北投在地藝術力與文化力，展現北投多元的藝文表演與創作成果。

活動日期	活動名稱	活動場次	參與人數
1/27(六)、1/28(日)	北投社區大學「好運龍來·新春揮毫」	2	212
8/01(四)~9/30(一)	「北投印象·月琴彩繪」合作方案 合作單位:北投社區大學、北投國小、中正高中、復興高中	4	190
4/10(三)	中正高中「溫博寫生美學合作方案」	2	20
6/05(三)	復興高中「溫博寫生美學合作方案」	2	20
小計		10 場	442 人次

2. 學校合作方案

溫博館與北投在地國小合作「認識溫博館及愛護古蹟」工作坊，邀請學生們來到溫博館透過古蹟巡禮及擦地板活動，帶動在地國小學童認識自己的家園，了解自身文化，學習愛護文化資產的重要性。

活動日期	活動名稱	活動場次	參與人數
4/19(五)、4/30(二)、 5/7(二)、5/28(二)、 6/6(四)	北投國小「愛護古蹟擦地板服務學習體驗工作坊」	5	113
小計		5場	113人次

3. 社區團體與館舍協作

北投為百年溫泉鄉，文化底蘊深厚且特色獨具，113年結合社區充沛藝文能量，並串連周邊館舍，辦理各項社區合作合作方案，積累北投藝文能量，共同創造及呈現多元且豐富北投文化。

活動日期	活動內容	活動場次	參與人數
4/20(六)、4/21(日)	2024 北投湯守觀音祭移奉儀式、 社區公益市集活動	2	3,000
5/04(六)、5/05(日) 5/11(六)、5/12(日) 5/18(六)、5/19(日) 5/25(六)、5/26(日)	北投獅頭旺文化節-龍吟獅吼 每日演出 2 場 14:00、16:00	16	816
5/04(六)、5/05(日) 5/11(六)、5/12(日) 5/18(六)、5/19(日) 5/25(六)、5/26(日)	獅頭面具彩繪 每日 1 場 13:30-16:30	8	280
7/05(五)、7/06(六)、 7/07(日)、7/13(六)、 7/14(日)	2024 夏日魔法節(配合延長開館)	5	780
小計		31場	4,876人次

(五) 宣傳行銷：

北投溫泉博物館宣傳行銷管道除例行維護溫博館官網，並配合活動需求設計印製相關文宣品，提供民眾並與臺北市政府文化局、觀光傳播局、台北市文化基金會等平台進行串聯，同時積極經營 FB 臉書粉絲專頁、Instagram 專頁等社群媒體，內容涵蓋主題展示、自辦活動、教育推廣訊息、友館訊息分享，並藉由年度慶典活動辦理，搭配新聞稿發送，邀請各媒體報導，增加溫博館活動增加館所曝光度及話題性，擴大館內展示及活動的辦理效益。

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	小計
網路	-	-	-	1	4	3	15	1	-	19	16	1	60
雜誌	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
電視	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
廣播	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
小計	-	-	-	1	4	3	15	1	-	19	16	1	61

■ 媒體宣傳效益

- (1) 官網及 Facebook 粉絲頁：113 年 1 月-12 月官網累積瀏覽人數共 231,130 人次。另透過網路社群 Facebook 粉絲頁定期主題發文、發布溫博館與週邊館所活動訊息，並配合年度節慶活動進行線上社群活動，保持社群熱度及黏著度。113 年 1 月-12 月，粉絲追蹤人數 2.3 萬人次，共累積粉絲專頁觸及人數 88.7 萬。
- (2) 其他媒體：配合年度節慶活動、展覽辦理，透過新聞稿發送，爭取媒體曝光，113 年度 1 月-12 月媒體露出則數 61 則(含電視媒體 1 則、網路媒體 60 則)。

(六) 館所營運：

1. 推動社區參與機制

北投溫泉博物館是國內第一個由社區民眾自發保存古蹟的典範，創下公私協力的文資佳話。溫博館營運至今 20 餘年，仍與社區保持緊密連結，自 2004 年由北投在地社區協會、學校單位、志工團體、文化局、區公所、里辦公室等團體代表共同組成「北投溫泉博物館義務服務暨經營管理委員會(以下簡稱管委會)」，以及依館務需求籌組任務小組等會議機制，持續維持正常運作。111 年 4 月 1 日(五)起溫博館正式交由文基會經營管理，延續管理委員會運作，每季定期開設「北投溫泉博物館義務服務暨經營管理委員會」，以維持與社區良好溝通與交流，並落實社區參與機制。113 年 1 月至 12 月共召開 4 次溫博館管委會，總計參與會議人數共 45 人。

日期	會議主題	參與人次
3/26(二)	北投溫泉博物館第一季管委會	12
6/14(五)	北投溫泉博物館第二季管委會	12
9/13(五)	北投溫泉博物館第三季管委會	10
12/25(三)	北投溫泉博物館第四季管委會	11

2. 志工隊建置與管理

(1) 志工隊管理

溫博館 113 年志工隊建置人數 116 人，為促進志工隊務自主運作，113 年定期召開志工幹部會議共 3 場、志工大會共 2 場，並為表揚志工貢獻且鼓勵志工積極參與志願服務，辦理志工表揚大會 1 場次

日期	會議主題	參與人次
2/22(四)	第一次志工幹部會議	16
5/22(三)	第二次志工幹部會議	15
6/24(一)	第一次志工大會	43
10/16(三)	第三次志工幹部會議	15
12/9(一)	第二次志工大會	61
12/9(一)	113 年度志工表揚大會	102

(2) 志工培訓與招募

為提供更完善的服務品質，113 年除進行志工招募，並加強培訓規劃性別平權、服務接待技巧、北投文史導覽等相關教育訓練課程及講座共計 13 場次，參與人數 526 人次，並辦理館際交流 1 場，參與人數 89 人次，強化志工服務專業知能及導覽技巧，提升整體服務品質。

日期	活動內容	參與人次
3/25(一)	導覽解說技巧經驗分享(一)	46
4/1(一)	導覽解說技巧經驗分享(二)	44
4/1(一)	CPR + AED 急救訓練	47
4/8(一)	導覽解說技巧經驗分享(三)	29
4/15(一)	媒體識讀 - 家庭關係與性別平等	30
4/15(一)	如何打造有溫度的志工服務	43
4/22(一)	CPR + AED 急救訓練	32
4/22(一)	多元性別知多少 - 從性別認同談起	61
4/29(一)	北投藍染的脈絡與創新	47
4/29(一)	台灣日式木造建築	61
5/6(一)	普濟寺與八十八佛	48
5/13(一)	如何打造有溫度的志工服務	38
6/17(一)	館際交流：參訪桃園市立圖書館龍潭分館暨鄧雨賢臺灣音樂紀念館	89

(七) 年度實際服務人次(入館人次)：

113 全年度入館參觀人數總計 37 萬 8,560 人次，各月入館參觀人數如下：

1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
40,451	31,132	38,337	32,383	29,062	24,190	22,551	25,729	22,113	30,158	38,439	44,015

(八) 113 年活動參與人數統計：

時間	活動名稱	實際服務人次
全年	溫博館展覽	378,560 (因參觀動線為單一進出口，觀展人數以入館參觀人數為統計)
全年	館內導覽	
1 月	溫博新春揮毫	212
4 月	北投湯守觀音祭	3,000
4-6 月	溫博館校合作「愛護古蹟 擦地板服務學習體驗」 工作坊	87
4-6 月	藝文平台合作方案視覺藝 術合作方案	375
5 月	北投獅頭旺文化節	1,096
7 月-8 月	北投納涼祭	15,492
8-9 月	臺灣月琴民謠祭	24,395
10 月-11 月	溫博館館慶	19,717
1 月、11 月	北投文化教育推廣活動	124
全年服務人次		378,560

二、新北投車站經營管理及教育推廣

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。結合北投週邊各藝文館舍，落實北投區域文史觀光資訊與旅遊推廣平臺，定期辦理社區交流市集與教育推廣活動，成為社區參與、活動推廣與文史觀光資訊彙整平臺。

(一)營運重點：

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

(二)慶典活動：

1.車站生日慶典

每年四月為新北投車站生日慶，串連社區共同舉辦相關慶祝活動，新北投車站持續地透過在地合作，加深車站與北投的連結，透過生日慶典讓社區共融同樂。

活動名稱	2024 新北投車站 108 生日慶
活動期間	2024 年 4 月 1 日至 4 月 14 日止
活動目的	<p>新北投車站自 1916 年 4 月 1 日啟用至今已有 108 年歷史，這座橫跨日治時期因北投溫泉而建、歷經戰後動盪及交通運輸進步而面臨拆遷、最終透過公私協力一齊將老車站迎回北投，這 108 年當中乘載了眾人回憶與思念、在車站上演悲歡離合，更見證了北投的發展與蛻變。在 108 年後的今日，沿著捷運軌跡依稀可見舊時鐵道路徑，老車站透過另一種方式繼續迎接來訪的每一位旅客。</p> <p>2024 年新北投車站生日慶以「108」為主題，邀請民眾說出與「108」有關的美好時刻，期間將辦理多項特色活動，體驗北投多元豐富的文化內涵，搭配站內局部展示更新，以《土地·青農》為題，從都市農業的角度探討當代農人與環境的關係，期待藉此展示北投農業包含物產、慶典、電子商務、旅遊體驗等多元面貌，帶領民眾品味屬於這片土地的味道。</p> <p>活動總計 14 場次, 9, 389 人次參與。</p>

期間參觀人數

到車站推廣護木油活動(暖身活動)

到校及到站推廣學校	場次	參與人次
北投國小 306 班	1	25
北投國小 307 班	1	24
逸仙國小 102 班	1	26
逸仙國小 103 班	1	27
逸仙國小 104 班	1	25
萬芳國小 401 班	1	23
萬芳國小 402 班	1	24
萬芳國小 403 班	1	25
文化國小 409 班	1	24
北投國小 302 班	1	25
北投國小 303 班	1	24
大湖國小 502 班	1	25
總計	12	297

生日慶系列活動列表

項目	日期	內容	場次	參加人數	費用
1	4月5日	火車電影院	1	20	600元/人
2	4月6日	社區大匯演 音樂會	1	563	免費活動
3	4月7日	火車電影院	1	20	600元/人
4	4月8日	火車那卡西	1	20	600元/人
5	4月13日	楓香盆栽工 作坊	1	15	免費活動
6	4月13日	火車那卡西	1	20	600元/人
7	4月14日	楓香盆栽工 作坊	1	20	免費活動

	8	4月14日	火車電影院	1	20	600元/人
	9	4月4~7日	鐵道市集	4	6,017	免費活動
	10	4月13~14日	鐵道市集	2	2,674	免費活動
	總計		14場		9,389人次	

2.鐵道生活節

為推廣鐵道文化，並讓民眾更深入認識鐵道生活，加深新北投車站鐵道背景認知，預計將透過市集、講座、電影、歌曲、飲食等各式鐵道文化與生活連結的面向，讓民眾由生活認識鐵道文化，進而去探索多元豐富的北投文史。

活動名稱	2024 鐵道生活節—剪一段鐵道的時光故事					
活動期間	自 11 月 15 日至 11 月 24 日止					
活動目的	新北投車站鐵道生活節將從 11/15(五)至 11/24(日)再度啟程，以「剪一段鐵道的時光故事」為主題，從鐵道與北投生活體驗中尋找出屬於我們在北投的共同記憶，邀請您走訪北投，重新連結過去與現在，感受地方獨特的文化與歷史。					
	共計舉辦 21 場活動，至少吸引 6,343 人次參與 • 鐵道生活節活動列表					
	項目	日期	內容	場次	參加人數	費用
	1	11月16日	鐵道音樂會	1	1,120	免費活動
	2	11月16日	彩繪火車杯墊工作坊	1	20	600元/人
	3	11月17日	彩繪火車杯墊工作坊	1	10	600元/人
	4	11月17日	鄭培哲彩繪風景講座	1	24	免費活動
	5	11月23日	北投英文桌遊工作坊	3	32	免費活動
	6	11月15日~11月24日	車票御守DIY	10	195	70元/人(178人)、500元/人(17人)
	7	11月16~17日	鐵道市集	2	1,724	免費活動
	8	11月23~24日	文創市集	2	3,218	免費活動
	總計		21場		6,343人次	

➤總結：

1. 凝聚社區團隊力量、周邊館舍商家共同投入

以整合行銷概念進行活動規劃，結合社區各場館及協力單位進行活動串聯合作外，亦針對整體活動進行全面性宣傳，藉此凝聚社區意識，亦提供活動豐富度。

2. 志工隊全程為活動服務

不僅外部與社區合作，內部也由志工為所有活動擔任支援人力。

(三)展覽執行

1. 站內主題展

展覽名稱	展覽簡介
土地·青農	<p>本年度新北投車站首次以「農業」為策展主題，攜手北投區農會、臺北市青農聯誼會北投分會共同策劃《土地·青農》特展，聚焦北投都市農業發展脈絡，展現青農如何透過友善耕作、數位科技、品牌行銷等創新方式，推動地方農業轉型與永續發展。展覽透過影像、訪談、實物展示**，帶領參觀者認識北投農業的歷史演變與當代發展，並深入探討農業與環境、人文之間的緊密關聯。</p> <p>為提升互動體驗，策展團隊運用地圖標示、櫥窗設計等展示手法，讓觀眾直觀了解北投青農的多元發展，包括農產品種植、課程規劃、文創商品開發與異業合作，展現北投農業的蓬勃生命力。展期內同步舉辦青農特產快閃店，引進7家在地農場特色商品，販售涵蓋食品、飾品、生活用品等品項，如火山咖啡豆、小桌雞、浮游花、酵素洗碗精等，讓民眾透過味覺、觸覺等五感體驗北投土地的獨特風味。</p> <p>透過此次策展，新北投車站成功串聯地方農業資源，吸引眾多關注在地農業發展的民眾參與，促進農業與觀光的深度結合，進一步強化新北投車站作為文化交流與地方創生的重要據點。</p> <p>➤ 展期：113年4月1日起</p> <p>➤ 參觀人次：312,891人次</p>

2.車廂主題展

展覽名稱	展覽簡介
剪一段鐵道的時光故事	<p>火車站佇立於土地，凝視歲月流淌、時代更迭，與不同世代對鐵道文化有著不同的總懷與想像，本展以「剪一段鐵道的時光故事」為題，結合北投文史工作者楊燁珍藏的鐵道物件、藝術家鄭培哲的畫作、林一波老師的攝影、復興高中精心製作的模型，我們以多層次的手法交疊建構一個魔幻的鐵道故事，一場來自不同世代的共鳴。</p> <p>從「老車票的通行區」追溯過往記憶，緩步進入到「時光穿梭廊道區」相遇不同時空背景的鐵道展品與創作，讓往昔歲月和浪漫想像擦出絢爛火花。在這度過現在未來交織的體驗，創造屬於自己的鐵道印象，邀請民眾一同拾取鐵道上的時光故事。</p> <p>➤ 展期：113年11月13日起</p> <p>➤ 參觀人次：103,701人次</p>

(四)教育推廣

2024年車站共舉辦達265場推廣教育活動，包含車站生日慶系列活動(14場次)、鐵道生活節系列活動(21場次)、週末定時導覽服務(96場次)、驛站講堂(10場次)、北投行旅生態導覽(10場次)、鐵道主題學生體驗教育活動(4場次)、創意生活體驗活動(8場次)、文創、小農及社區市集(88場次)、文化平權系列活動(2場次)。

1.創意生活講座

日期	工作坊	講師	參與人數
8月3日	彩繪星球工作坊	潘春枝	18
8月10日	彩繪星球工作坊	潘春枝	17
8月31日	北投獅彩繪工作坊	洪文定	60
9月1日	北投獅彩繪工作坊	洪文定	55
9月7日	北投獅彩繪工作坊	洪文定	48
9月8日	北投獅彩繪工作坊	洪文定	45
11月25日	草莓盆栽工作坊	北投區農會	30
11月25日	草莓盆栽工作坊	北投區農會	30

執行成果：共場8場次 303人次參與

2.驛站講堂

策劃主題，邀請文史工作者、鐵道專家、社區營造者等蒞臨分享，113年邀請地方文史工作者的知識分享與聽眾進行對談交流為主軸，預計並與跨界專家建立合作關係，探索歷史傳承、鐵道文化、北投與人的各種關係、公民倡議平臺等讓來訪北投的旅客透過故事、專業交流、書籍、讀書分享會等交換多元觀點與參與型態，將車站空間轉化為知識交換與分享、歷經驗傳承及在地文化的接點。

日期	講題	講師	參與人數
5月19日	北投進行曲	楊燁	30
6月1日	599 慢遊台灣	劉昭輝	28
6月15日	台灣鐵道蒸汽火車百年史 火車的藝術藝術呈現	蘇昭旭	30
8月3日	納涼列車:北投觀星科學	何平	18
8月10日	納涼列車:北投觀星科學	何平	17
8月24日	北投藝術鎮及臺北藝穗節北投篇	王政中	10
9月14日	食農教育:紅龍果盆栽	北投區農會	20
9月14日	食農教育:紅龍果盆栽	北投區農會	22
10月5日	北投地方創生 故事盒	李庚霖	20
11月16日	戀戀 80 年代北投酒家菜	周承俊	22
小計		共 10 場	217 人次

執行成果：共場 10 場次 217 人次參與

3.北投行旅生態導覽

113 年度規劃北投生態與北投市場走讀，帶領參與民眾行經在地場館、北投獨有自然景觀，用 1 趟遊程將上述歷史及自然文化與常民生活全數網羅。由北投在地社團協會資深導覽老師為民眾進行沿途解說，總計辦理 10 場次，總計參與達 250 人次。

- 生日慶主題走讀：全程約 3 個小時

路線:新北投車站→北投中心新村楓香盆栽 DIY→向陽心苑泡腳體驗→地熱谷→北投梅庭

- 北投市場走讀：全程約 3 個小時

路線: →活動路線 (起)新北投車站→北投中繼市場入口→北投齊雞→蔬果捲→巧雅古早味糕餅→機車快遞→日本韓國雜貨→丁家青草茶→生活用品區商家介紹→茉莉小吃→黃家酸菜滷肉飯→高記紅茶→信昌皮件/長生堂 (擇一) →漢奇肉羹→北投捷運站(終)

日期	導覽內容	合作單位	參與人數	場次
4月5日	生日快樂小旅行走讀	北投文化基金會	30	1
4月6日	生日快樂小旅行走讀	北投文化基金會	30	1
4月7日	生日快樂小旅行走讀	北投文化基金會	30	1
4月13日	生日快樂小旅行走讀	北投文化基金會	30	1
4月14日	生日快樂小旅行走讀	北投文化基金會	30	1
8月23	北投市場走讀	北投社區大學	20	1
8月30日	北投市場走讀	北投社區大學	19	1
9月22日	北投市場走讀	北投社區大學	21	1
10月12日	北投市場走讀	北投社區大學	20	1
11月8日	北投市場走讀	北投社區大學	20	1
小計			250 人	10 場

執行成果：共場 10 場次 250 人次參與

4.鐵道主題學生體驗教育

以新北投車站及鐵道知識為主軸，規劃適合國中、小學童認識火車站體驗等體驗教育活動內容規劃主要包含車站導覽、淡水線古今知識、臺鐵故事探索等，另依據活動時間或對象搭配火車相關 DIY 製作活動，讓學童具備新北投車站及鐵道文化基本認知並啟發學習興趣。

日期	內容	合作單位	參與人數
6月15日	台灣輕便鐵道小火車世界	蘇昭旭	30
10月12日	坐火車遊台灣	劉昭輝	30
11月16日	台鐵百年風華	俞秋苓	20
11月17日	台鐵車票密碼	劉淑芬	20

執行成果：4場次，共100人參加

5.週末市集

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

名稱	舉辦時間	人次
好好手感 微笑市集	每月第一週&每月第三週 舉辦時間：1/6-7、1/20-21、2/3-4、2/17-18、 3/2-3、3/16-17、4/13-14、5/18-19、11/23-24、 12/28-29	20場次 24,974人次
活動內容	與手作文創市集合作，邀請獨特、創意手作特色攤位，招攬臺灣優秀文創業業者至車站，透過互相交流共同宣傳，成為認識北投地方特色與能量匯聚點。經三年多持續之深度經營，文創市集已成每個月的招牌活動，人潮絡繹不絕。	

名稱	舉辦時間	人次
社區&在地 小農市集	每月第四週 1/27-28、2/12-14、3/9-10、4/4-7、4/20-21、 5/11-12、6/8-10、9/14-15、10/12-13、10/26- 27、11/9-10、12/14-15	27場次 32,189人次
活動內容	北投區及大屯山系的自然環境獨特，故在地以及原住民小農自產自售優質農產品，新北投車站立基於交流平臺之定位，於週末舉辦小農市集為前來北投的遊客、或居民提供購買優質北投農產之機會。	

名稱	舉辦時間	人次
不定期申請市集	5/4-5/5 母の日特集 9/28-29、10/5-6 關渡那麼田市集 7/5-6、7/13-14、7/20-21、7/27-28 夏日魔法節市集	14 場次 16,179 人次
活動內容	開放各式主題市集申請舉辦，經審核同意後舉辦。	

執行成果：

- 全年度總計 61 場次，總計服務 73,342 人次；每月平均場次數為總場次 67 場÷12 個月=平均每月約 6 場次。
- 平均每場市集人次計算方式：好好微笑市集 24,974 人次+社區&在地小農市集 32,189 人次+不定期申請市集 16,179 人次=73,342 人次÷總場次 61 場=1,202 人次。

6.車站自有商品開發

新北投車站不僅是歷史建物修復的景點及回顧歷史的場域外，更是創意匯集的最佳地點，將維持約 20-30 項文創小物及紀念品於車站銷售區展售，包含車站自有商品開發、北投在地創作者商品銷售合作、車站限定商品開發等，提升在地文創能量及商機。後續將延續鐵道歷史與車站建築特色、或搭配展示主題規劃自有商品，推廣具文化歷史之文創能量，113 年預計新開發 1 項自有商品。

執行成果：113 年總計自行開發 1 樣新商品。

7.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。

	活動	合作館所/單位	場次	人次
4/21	湯守觀音季市集及遊行響應	台灣藝起公益協會	1 場次	2,112
7/5-7/28	北投夏日魔法節場地協力及活動響應	北投梅庭、北投中心新村、北投溫泉博物館	9 場次	8,388
11/1-11/4	2024 臺北溫泉季集章活動及市集響應	臺北溫泉產業發展協會	3 場次	6,125
小計	共計 13 場次			16,625 人次

(五)宣傳行銷

新北投車站行銷宣傳管道以網路平台為主，除了例行維護新北投車站官方網站與 Facebook 粉絲專頁的刊登內容之外，還與臺北市政府文化局、觀光傳播局及台北市文化基金會、北投周邊場館等管道進行串連宣傳；配合不定期活

動協助刊登訊息，另搭配活動需求會不定期印製並發送 EDM、LINE 訊息或實體文宣作重點宣傳，以期讓新北投車站有更多對外的曝光機會，吸引民眾前來參觀車站及北投周邊地區。113 年各式媒體與平台露出達 34 則，內容涵蓋各式面向，如：車站歷史沿革、展覽宣傳、節慶活動…等。

1. 官方網站：車站於 108 年 8 月陸續進行的網站改版，提供民眾易於直覺式的瀏覽、並更容易獲取車站以及北投周邊館舍、文基會相關館舍的活動資訊。改版後官方網站也新增擴充線上典藏及資料庫的展示頁面，讓民眾藉由網頁就可以認識支線鐵道的發展及北投周邊文史脈絡，在虛擬平台上就可以體驗到北投的豐富文化內涵。

2. 車站官網瀏覽量統計

月份	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
瀏覽量	2,012	1,094	2,040	3,119	2,612	2,523
月份	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
瀏覽量	1,073	1,537	1,187	1,893	1,453	2,512
年度總瀏覽量			23,055			

3. FB 粉絲團：持續經營「新北投車站」Facebook 粉絲專頁，透過網路社群平台及時公布活動及展覽訊息，並與民眾進行直接交流、溝通和分享。不定期舉辦粉絲互動活動，提升粉絲人數，截至 12 月已達 16,204 個讚，本年度總計新增 1,217 個按讚粉絲。將於未來辦理活動時，積極搭配按讚抽小禮物等宣傳活動，吸引民眾打卡按讚，以提高車站整體粉絲數量，達到更佳之行銷宣傳效果。2024 年臉書總處及人數 91.7 萬人。

4. FB 粉絲團按讚數統計

月份	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
按讚數	14,987	15,025	15,352	15,620	15,712	15,887
新增人數	81	38	327	268	92	175
月份	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
按讚數	15,976	16,021	16,056	16,101	16,163	16,204
新增人數	89	45	35	45	42	41

5. 媒體宣傳效益：113 年各式媒體與平台露出達 34 則（包括平面報章雜誌，以及網路新聞和電視媒體等）。

(六) 館所營運

1. 義務服務暨經營管理委員會、整合行銷會議：本站參酌溫泉博物館公私合營與參與的構想，邀請社區代表、市府代表共同商議年度經營管理計畫等重點業務，新北投車站義務服務暨經營管理委員會正式於 108 年 10 月 8 日(二)成立，總委員數共 18 名，並向下設有「活動小組」、「展覽小組」、「文創開發小組」、「館所發展小組」等 4 大小組，以每 4 個月為期開立大

會，如期間車站有各項展覽或活動，將召集上述 4 小組之委員進行會議討論，落實「分層」、「分區」的參與策略並維持本會持續運作。113 年共舉辦 5 場次相館館所營運及整合行銷會議，共 65 人次參與。

2. 志工招募及訓練：招募服務志工約 50 人，並設計各式訓練課程，包含內容志工及員工服務基礎訓練課程、新北投環境與歷史、車站鐵道學、北投鐵道文化之路導覽，特展培訓課程、館所參訪交流等，有助於志工及員工相關建立服務新北投車站的導覽及服務遊客的能力。

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

(七) 年度實際服務人次(入館人次)

年度	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	入館總人數
112	37,822	42,160	28,064	48,570	28,729	29,861	31,723	36,716	32,062	38,378	51,883	45,317	451,285
113	36,894	33,288	44,200	40,462	35,718	29,916	27,341	31,029	27,808	32,088	41,872	46,657	427,273

註：根據氣象局資料，113 年為史上最熱的一年，北投今夏氣溫較往年更高，且高溫持續時間拉長，影響旅遊舒適度，導致 7 月至 11 月間遊客人次較 112 年同期下降，進而影響整體參觀人次。

(八) 113 年全區參與人數統計：

類型	時間	場次/人次
展覽	《土地·青農》	1/312,891
	《剪一段鐵道的時光故事》	1/103,701
定期市集活動	好好手感微笑市集： 每月第一週、第三週週六、週日	20/24,974
	藝起 543 市集： 每月第四週週六、週日	27/32,189
	北投小農市集： 每月第四週週六、週日	27/32,189
不定期市集活動	全年不定期	14/16,179
驛站講堂	全年不定期	10/217
北投行旅導覽	全年不定期	10/250
鐵道主題學生體驗教育活動	全年不定期	4/100
創意生活講座	全年不定期	8/303
護木油擦拭	每年 3 月至 4 月期間	12/297

週末定時導覽	每週六、日上午/下午	96/1, 713
文化平權相關講座及 導覽	全年不定期	2/54
北投整合行銷系列 推廣活動	4月湯守觀音祭、7月北投夏日 魔法節、11月臺北溫泉季	13/14, 535
團體預約導覽	全年不定期	42/1, 187
生日慶系列活動	4/1-4/9	10/9, 389
鐵道生活節系列活動	11/18-11/26	21/6, 343
全年活動總場次		318/556, 511

三、北投梅庭經營管理及推廣

北投梅庭作為見證戰爭時代的日式民宅建築物，歷經了北投的歲月軌跡與時代更迭。自 110 年起，即逐步梳理調研梅庭相關歷史背景資料，並配合文化局辦理之「歷史建築北投梅庭修復及再利用計畫」，盤整釐清梅庭過往脈絡與文化價值。定位為樂活宜居的文化體驗空間，透過多元的藝文展演活動，體驗北投人文及生活儀式的特色，並與社區合作成為在地連結之共好平台。另透過與北投社區文化資源及府級政策行銷宣傳計畫整合，加強北投梅庭與在地產業和藝文館所連結，提升空間營運、管理及維護工作效能，辦理各項展演活動、教育推廣課程、特色工作坊及整合行銷工作，推動北投梅庭成為民眾體驗北投人文不可或缺的文化場館，與新北投地區觀光景點的重要樞紐。

113 年為進行「北投梅庭歷史建築修復暨再利用工程」自 113 年 5 月 27 日起暫停對外參觀服務，本著閉館不休館的經營理念，梅庭提出「閉館不休館」專案計畫，以「梅感生活學」和「老屋體驗」系列活動，培養梅庭的粉絲群，於 113 年至 114 年閉館期間延續核心活動，結合周邊溫泉飯店業者，以及周邊學校，持續辦理課程和活動，傳遞梅庭品牌精神，同時為 115 年重新開館預作準備。

(一)營運重點：

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

(二)藝術展演活動：

- 1.常設展更新

梅庭 113 年常設展《梅庭的過去與現在》持續以 111 年歷史調研內容為基

礎，梳理梅庭的歷史脈絡與建築特色，並因應國外旅客增加，持續優化展場參觀環境，增加英語、日語展覽介紹，增進外籍旅客對梅庭故事認識，有助提升參觀服務滿意度。

▶展期:自 113 年 1 月 1 日 至 113 年 5 月 26 日(自 113 年 5 月 27 日梅庭配合歷史建築修復及再利用工程閉館，暫停對外參觀服務)

▶參觀人數: 122,678 人次(人數統計為 113/1/1~113/5/26)

2. 主題特展

(1)113 年延續與台北市立美術館合作展出《街事美術館—喚境》以藝術視角記錄臺北街頭巷尾的大小故事，透過典藏作品賞析、在地回憶採集、社區共創，重探生活區域主體及在地認同與人文特色風貌。本展邀請北投彩磁藝師王正雄、當代藝術家倪瑞宏、陳依純與在地居民共同創作，透過社區回憶採集、彩繪、居民故事書寫與 AI 繪圖，將北投記憶具像化；搭配展出美術館典藏之鄉原古統《臺北名所繪畫十二景》全套原寸數位微噴，邀請你我探索北投的風華。

▶展期:自 113 年 1 月 1 日 至 113 年 5 月 26 日(自 113 年 5 月 27 日梅庭配合歷史建築修復及再利用工程閉館，暫停對外參觀服務)

▶參觀人數: 122,678 人次(人數統計為 113/1/1~113/5/26)

(2)113 年梅庭配合歷史建築修復再利用工程暫停開放，為持續保溫梅庭文化品牌及傳遞文化資產保存活化的珍貴價值與意義，利用鄰近梅庭戶外公園木棧道平台空間，辦理「在梅庭·逗留」戶外主題展示，向民眾介紹梅庭故事及建築特色，引導經過此處民眾認識梅庭，同時看到這座歷史建築正在施工的樣貌，一同期待梅庭的新生。

▶展期:自 113 年 9 月 5 日~迄今(因展示區域位處公園屬戶外公共空間，無進行觀展人數統計)

3. 藝文體驗活動：

(1)梅好生活音樂節：

在北投梅庭綠樹成蔭、潺潺流水聲的庭院，室內外兼具有適宜的演出空間，辦理「梅好生活音樂節」以音樂為核心，串聯北投獨有的自然與人文風情除了音樂演出，也延伸至戶外，帶領民眾走入北投的生態秘境，透過專業大自然導覽，深入了解在地豐富的動植物資源。此外，活動也融入生活體驗，邀請民眾品嚐北投特有的茶香，感受在地茶文化底蘊。

日期	活動名稱	演出者	參與人數
4月13日	梅好生活音樂節 植物槌染(手作)	張芸甄	30
4月14日	梅好生活音樂節 生態走讀	林柏昌	40
4月27日	朦朧月光 春日音樂會	愛盲樂團	45
5月18日	仲夏韻花茶席 北投文化體驗活動	祥雅茶行、陳志豪	20
小計		共4場	共135人

(2) 北投梅庭再見音樂會：

為感謝民眾對於梅庭支持，並對外公告梅庭即將進行歷史建築修復及再利用工程，特於113年最後一次開館日5月26日晚間舉辦「北投梅庭再見音樂會」，邀請台北打擊樂團、台灣月琴協會以精彩音樂饗宴，結合梅庭精心準備特調飲品，共同舉杯向梅庭說再見，期待未來工程完工後再次相聚。

日期	活動名稱	演出者	參與人數
5月26日	北投梅庭再見音樂會	台北打擊樂團 台灣月琴民謠協會	1,708
小計		共1場	共1,708人

(三) 教育推廣活動

1. 常態藝文體驗活動：

113年《梅感生活學》以梅庭為富有在地歷史特色的宅院空間出發，在宅院空間裡，讓未曾留心的生活小細節，成為一門學問，並優雅顯現，將美感與創作體驗以平易近人的方式，帶進大家的生活裡，藝術手作為體驗課程的載體(如：書畫、飲食或編織等)。讓民眾在體驗美感課程中，感受到梅庭建築之美；也順著季節時序、時下話題等結合美感體驗北投職人擔任講師。另因應梅庭閉館，將活動靈活轉型，與在地溫泉飯店合作，推出「紙上的梅庭」立體卡片製作，將品牌理念延伸至不同場域，讓參與者在溫泉鄉中，也能感受梅庭的文化底蘊，體會到生活中的美好與細膩。

日期	活動名稱	講師/單位	參與人數
01月18日	春走春- 手作窗花紅包袋	蛙手作	20
02月03日	春走春- 彩磁的學徒筆記(講座)	倪瑞宏	20

03月09日	春走春- 彩磁裡的神話故事 (走廟)	倪瑞宏、王正雄	18
04月27日	一瓢夏梅香的滋味- 蜜梅大福+醬烤團子	趙懷弟、林靜文	18
05月04日	一瓢夏梅香的滋味- 梅醬烤肉蔬食捲	趙懷弟、林靜文	18
05月05日	一瓢夏梅的滋味- 梅凍三明治	趙懷弟、林靜文	18
11月16日	手作風景立體卡片 @水都溫泉飯店	北投梅庭	22
11月23日	手作風景立體卡片 @嘉賓閣溫泉會館	北投梅庭	24
11月30日 (上午場)	手作風景立體卡片 @北投老爺酒店	北投梅庭	24
11月30日 (下午場)	手作風景立體卡片 @北投老爺酒店	北投梅庭	23
小計		共 10 場	共 205 人

2.老屋體驗主題活動

113 年閉館期間，梅庭透過移地合作方式，帶著豐富的北投故事，走出北投，擴散觸角延伸到台北市其他同為文人雅士日式宿舍群的「東門町」一代串聯，共同辦理老屋導覽、北投故事人文講座等教育推廣活動，從地理環境、老屋保存、背景故事，分享和洋式日式老屋的相同相異之處，感受老屋優雅的生活情致。

日期	活動名稱	合作單位/講師	參與人數
10月06日	《梅庭出走配信中！走進老宅裡的新舊光陰》	京倫會所	24
10月26日 (第一場)	《梅庭出走配信中！走進老宅裡的新舊光陰》	臺灣文學基地	33
10月26日 (第二場)	《北投泉馨人文樂章》文化講座	北投文史達人楊燁、臺灣文學基地	30
12月01日 (第一場)	《梅庭出走配信中！走進老宅裡的新舊光陰》	文房·文化閱讀空間	32
12月01日 (第二場)	《北投泉馨人文樂章》文化講座	北投文史達人楊燁、文房·文化閱讀空間	32
小計		共 5 場	共 151 人

3.文化平權活動

梅庭 113 年與「愛盲基金會」合作，推動文化平權，邀請視障者藝術家音樂演出 1 場，並辦理展演互動座談會 1 場。透過視障者藝術家的經驗分享，以及教導民眾遇到視障者該時適時給予幫助，讓民眾理解視障者的生活與挑戰，促進對話與共融。同時在活動中，也邀請民眾嘗試帶視障者一同觀賞展覽，並於 113 年 4 月 27 日至 5 月 26 日為文化平權月，期間特別推出「Blind Spot 觀景卡」，以黑色玻璃紙製成的小卡，讓觀眾透過它觀看展覽，模擬視障者的視覺困境，感受他們的不便，進而培養同理心。「Blind Spot 觀景卡」不僅是一種感官體驗，更是提醒我們關注被忽略的聲音與需求。

日期	活動名稱	合作單位/講師	參與人數
4 月 27 日~5 月 26 日	「Blind Spot 觀景卡」體驗活動	愛盲基金會	18,223 (以 4/27~5/26 入館參觀人數估算)
4 月 27 日	「Blind Spot 觀景卡」互動座談會	愛盲基金會	52
小計		共 2 場	共 18,275 人

4.導覽服務—免費團體預約/定時導覽

- (1)免費團體預約導覽：為使民眾更加瞭解北投梅庭歷史、建築、人文背景與當期展覽，將提供事先預約之團體導覽申請，民眾可於北投梅庭官網下載申請表單完成預約，館方即可提供導覽服務。113 年執行成果：共計 16 場次、服務 430 人次。
- (2)定時導覽：週末梅庭來館人潮眾多，為增進民眾對於北投梅庭歷史、北投文史的認識，並整合北投館舍行銷推廣服務，113 年執行成果：共計 80 場次、服務 820 人次。

5.閉館不休館專案計畫

(1)梅庭故事立體書行動教具開發與分享

以「梅庭帶著走」為構想，開發名為《住在·北投梅庭》藝術立體書一冊，藉由紙藝師巧思發想，設計多層次的立體結構，表現梅庭「和洋建築」建築特色，讓靜態的房屋建築在書本中「動起來」，透過不同機關設計如彈跳式、翻頁式、滑動式，到翻折式、抽取式，找到最適合呈現梅庭建築特色的方式，巧妙地展現梅庭空間層次感，同時以擬人化方法，將常出沒於梅庭的動物「黑冠麻鷺」作為主角人物「奇奇」，撰寫故事腳

本，藉其視角帶領觀者從不同面向認識北投與梅庭，並與台北市其他老屋場館經營單位合作辦理梅庭立體書分享會，引導民眾透過立體書，進行一頁梅庭老屋探險。

日期	活動名稱	合作單位/講師	參與人數
10月06日	《住在，北投梅庭》 立體書分享會	京倫會所	24
10月26日	《住在，北投梅庭》 立體書分享會	臺灣文學基地	33
12月01日	《住在，北投梅庭》 立體書分享會	文房·文化閱讀空間	32
小計		共3場	共89人

(2)梅庭形象影片製作

閉館期間，為了讓梅庭的資訊仍能對外公開和宣傳，並深化形象，製作梅庭介紹形象影片一部，搭配實景、照片和旁白說明，傳達梅庭的歷史底蘊與文化價值，並將影片置入官網、Facebook 和 Youtube 頻道中，透過網路傳播，讓民眾在閉館的情況下，仍得以一窺梅庭建築之美。

(3)寫信給梅庭

為維持梅庭閉館期間與民眾的互動，規劃《寫信給梅庭》書信計畫，館方藉由梅庭與北投文化介紹、影片播放、立體書分享，引導民眾以書信卡片或留言方式分享其北投故事，維繫民眾對梅庭的情感連結，並作為未來重新開放時的珍貴資料。

日期	活動名稱	活動地點	參與人數
11月23日	寫信給梅庭	嘉賓閣溫泉會館	24
11月30日 (上午場)	寫信給梅庭	北投老爺酒店	24
11月30日 (下午場)	寫信給梅庭	北投老爺酒店	23
12月01日	寫信給梅庭	文房·文化閱讀空間	20
小計		共4場	共91人

(四) 社區合作計畫

■社區合作：北投在地音樂品牌《民謠常在生活裡》

北投梅庭秉持支持在地店家共同創建交流平台、扶植北投社區單位，塑造在地共好與推廣活化場域空間，113年透過與在地民間團體台灣月琴民謠協會合作《民謠常在生活裡》，上半年在梅庭演出，下半年閉館，跟著梅庭到各合作館所巡迴演出，讓更多的人有機會參與其中，共同感受月琴民謠的音樂魅力。

日期	活動名稱	場次	參與人數
1月27日	民謠常在生活裡	3	60
2月17日	民謠常在生活裡	3	60
3月16日	民謠常在生活裡	3	60
4月13日	民謠常在生活裡	1	50
4月20日	民謠常在生活裡	3	55
5月18日	民謠常在生活裡	3	60
5月26日	民謠常在生活裡	1	2,110
10月06日	民謠常在生活裡	1	12
10月26日	民謠常在生活裡	1	25
12月01日	民謠常在生活裡	1	20
小計		共 20 場	共 2,512 人

(五) 宣傳行銷

1. 媒體宣傳

北投梅庭行銷宣傳管道以網路宣傳為主要行銷方式，並配合活動需求設計/印製相關文宣品，發放於梅庭周邊館所及店家，並與臺北市政府文化局、觀光傳播局、台北市文化基金會等平台進行串聯，增加梅庭於網路、於北投地區的曝光率。113年梅庭各式媒體與平台露出達19則，自營官網及粉絲頁貼文達133則，內容涵蓋各式面向，如：特展、教育推廣課程、自辦活動文化場館、博物館之串連活動…等。

月份	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月	小計
網路媒體	3	1	0	3	5	0	1	0	1	4	1	0	19
電視媒體	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
官方網站	3	0	0	3	4	0	3	0	2	1	1	0	17
臉書貼文	12	10	9	17	9	4	7	6	17	9	12	4	116
小計	18	11	9	23	18	4	11	6	20	14	14	4	152

2. 特色宣傳品及紀念品開發

113 年沿用《住在・北投梅庭》立體書內容，以梅庭建物外觀設計立體卡片 1 式，搭配梅庭「閉館不休館」教育推廣活動引導民眾透過手作組合呈現梅庭紙上風景，加深對梅庭印象。

(六) 館所營運

1. **志工招募及訓練**：梅庭志工隊 113 年配置 40 人，因應 113 年 5 月底梅庭因配合歷史建築修復及再利用工程閉館且現況志工人力充足，故 113 年無進行志工招募，為持續增進志工服務知能辦理 7 場教育訓練，總計受訓 93 人次。另為聯絡志工情誼辦理館際交流 1 場次、志工表揚大會 1 場次。

日期	課程內容	參與人次
8/12	北投知識家:月琴民謠季說明會	21
8/30	北投生活體驗:跟著小 39 去旅行	11
8/31	老屋交流體驗:走訪城南老屋趣	13
9/05	年度課程:逃生體驗營	12
9/08	北投知識家:一日植物診療師	11
9/08	北投生活體驗:一日北投小農	15
9/27	年度課程:說故事的魔法師	10
小計		93

2. **日常維運管理制度**：包含館所建物管理、清潔計畫、保全及安全維護、財產及物品管理、銷售盤點報表建立、臨時辦公室移設等日常維運管理制度建立。

(七) 年度實際服務人次(入館人次)

年度	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	入館 總人數
111 年度	14,912	12,242	14,018	10,369	5,745	8,433	9,914	14,132	12,399	16,261	22,944	24,390	165,759
112 年	29,333	28,947	25,856	28,558	16,835	13,855	13,941	16,359	14,931	20,045	34,687	34,905	278,252
113 年 (統計 至 5/26)	27,626	24,015	28,754	23,860	18,423	配合北投梅庭歷史建築修復及再利用工程閉館						122,678	

註：113 年 5 月 27 日配合北投梅庭歷史建築修復及再利用工程閉館，暫停對外開放參觀。

(八) 113 年活動參與人數統計：

類型	時間	活動名稱	實際服務人次
總服務人次	全年	全年服務人次 (除了一般參觀人次外，線上 線下活動及館外活動亦計入)	122,678 人次
常態型活動	全年	梅庭常設展	122,678 人次
年度特展	9-12 月	梅庭戶外特展 《在梅庭·逗留》	※戶外展示地點位於鄰近 梅庭的北投公園行人木棧 步道平台，屬開放空間， 無計算觀展人次。
自辦主題活動/ 老屋體驗	5-12 月	北投梅庭再見音樂會/老屋體 驗	6 場/1,859 人次
梅感生活學/教 育推廣	1-11 月	梅感生活學	10 場/205 人次
四季節慶活動	6-10 月	梅好生活音樂節	4 場/135 人次
文化平權	4-5 月	「Blind Spot」觀景卡體 驗、互動講座	2 場/18,275 人次
民謠常在生活 裡	1-12 月	民謠常在生活裡	20 場/2,110 人次

台北市電影委員會

一、影視協拍、人才培育與產業扶植相關業務工作計畫

(一)協助影視產製及跨國合製影片

1. 推動各類型影片產製

- (1)協助國片及跨國合製影片拍攝為台北市電影委員會成立最重要的目標，自民國 97 年成立至民國 113 年，共計協拍 8,578 部影視作品。
- (2)113 年度協助攝製影視作品 520 部，包含電影 39 部、電視劇 41 部、廣告 138 部、MV75 部、短片 141 部、紀錄片 3 部、其他 83 部，其中跨國合製作品計 79 部。
- (3)113 年度協助電影包含《失明》、《我意外的勇氣》、《九龍大眾浪漫》、《火宅之犬》、《夏日最後的秘密》、《有病才會喜歡你》、《雙囍》、《搜查瑠公圳》、《collaboration》、《南方時光》、《Sinsin And The Mouse》、《女孩不平凡》、《96 分鐘》等 39 部作品。
- (4)113 年度協助電視劇包含《成名在望》、《成功路上人滿為患》、《院長爸爸》、《舊金山美容院》、《秘書俱樂部》、《阿婆非死不可》、《九如一家人》、《我們六個》、《人生只租不賣》等 41 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 113 年，共計協助跨國合製影片計 1,162 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、瑞士、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、希臘、芬蘭、斯洛伐克、不丹、立陶宛等共 40 個國家。(中國、香港算一個國家)。
- (2)113 年度協助跨國合製影片共計 79 部，包含電影 17 部、電視劇 2 部、廣告 13 部、MV 11 部、短片 9 部、紀錄片 1 部、其他 26 部。

3. 提供協拍申請項目

113 年協助拍攝製作項目 2,137 個，包含協尋及申請場景共 1,650 項；道路使用及車輛相關協助共 291 項；其它製作協助共 163 項；特殊協助項目共 33 項。統計如下：

(1) 協尋及申請場景：共 1,650 項			
A.市有房舍或場地	614 項	B.私有房舍或場地	104 項
C.國有場地	201 項	D.醫療院所	28 項
E.學校	64 項	F.眷村或老式社區	148 項
G.公園	224 項	H.警察局及派出所(消防局)	125 項
I.河濱公園	89 項	J.體育場地	53 項
(2) 道路使用及車輛相關協助：共 291 項			
A.道路封閉及拍攝使用之申請	132 項(道路封閉 64 項，道路工作區使用申請 68 項)		
B.停車場拍攝	64 項	C.捷運申請(含車廂及站臺)	68 項
D.警車申請	7 項	E.水車(消防車)申請	1 項
F.救護車申請	2 項	G.垃圾車申請	2 項
H.公車(含公車亭)申請	7 項	I.火車及高鐵申請	8 項
(3)其它製作協助：共 163 項			
A.勘景導覽	1 項	B.協尋特殊道具及器材	80 項
C.協尋演員排練場地	38 項	D.工作人員推介	1 項
E.協助造景	17 項	F.跨縣市場地申請	8 項
G.試鏡、讀本、會議、定裝等	18 項		
(4)特殊協助項目：共 33 項			
A.協辦簽證事宜	3 項	B.住宿優惠	2 項
C.尋求資金協助	1 項	D.其他影片畫面借用	4 項
E.跨局處協調會議	12 項	F.特殊拍攝許可	11 項

4.特殊之協拍案例

(1)本市投資動作電影《96 分鐘》首度引進好萊塢團隊 Previs 預演拍攝技術，由《粽邪》監製鄒介中與《狂徒》導演洪子烜攜手合作，林柏宏、王柏傑、蔡凡熙、巫建和、孔令元等主演。劇組自 112 年 9 月即向影委會諮詢、會勘、申請 18 個協拍項目，包含刑事警察局拆彈小組設備、消防局雲梯消防車、松壽路道路管制、東門廣場、文山劇場、內湖污水處理廠等。其中因須拍攝模擬爆破及救災場面，影委會向刑事警察局爆破小組申請田調及借用防爆特殊裝備，並協助申請消防局支援雲梯車、水箱車，由於該戲模擬爆炸現場，為拍攝上百名臨演竄逃畫面，考量用路人出入、百貨商家營運及拍攝作業安全，申請週一週二凌晨人潮較少時

段於信義商圈取景，經 8 週與分局、百貨、劇組來回修正執行方式，順利完成跨局處協調會議及三夜拍攝作業，全案已於 113 年 5 月 28 日殺青。

(2) 臺日合製愛情電影《九龍大眾浪漫》改編自日本暢銷同名漫畫，由日本知名公司 Robot Communications、臺灣前景娛樂聯手打造，本案由日籍導演池田千尋執導。影委會自 113 年 5 月 1 日起協助諮詢、會勘、拍攝 13 個項目，其中女主角家景須於室外停放大型吊車架設機位及燈位，故申請 3 日羅斯福路二段巷弄管制，影委會偕同劇組拜會里長及社區主委說明拍攝規劃，並由文化局召開跨局處協調會議，確認吊車停放時之用人行車動線暢通，並限制作業時間，以及尖峰時段加強人車引導，順利完成申請與拍攝作業，全案已於 113 年 8 月 16 日殺青。

(3) 韓國獨立電影《Collaboration》為韓國導演李玉燮執導，並由韓國一線演員具教煥領銜主演，該案自 113 年 7 月開始向影委會進行場地諮詢、會勘、拍攝申請，包含林安泰古厝、百齡左岸河濱公園、朱崙公園籃球場、捷運紅線車廂(圓山-北投)等，其中為拍攝男主角於基隆河眺望圓山大飯店之情節，影委會協助劇組向臺北自來水事業處陽明分處商借水管橋作為拍攝場景，事前進行兩次現地技術會勘，除確認演職員、器材上下橋墩之動線外，並協助確認高空作業所需之安全措施及高風險拍攝作業通報，全案來臺拍攝 14 天，已於 113 年 10 月 28 日殺青。

5. 為行銷臺北城市場景，吸引國內外劇組前來本市拍攝，113 年官網「台北場景簿」結合環景 720 線上實境勘景，持續增加士林官邸公園、捷運心中山線形公園、迪化街商圈、大佳河濱公園、文山劇場、剝皮寮歷史街區、北投製片廠等多樣化場景，全年度共拍攝完成 30 個場景及 210 張環景影像拍攝。

6. 113 年舉辦兩場「影視產業諮詢座談會」，分別邀請來自電影、電視、廣告、MV 等影視從業人員，以及相關公協會出席，探討議題包含：協拍申請流程、推動影視職業安全、綠製片、AI 技術對影視產業的影響等，以期了解影視從業人員在第一線工作所面臨的困難與需求，並積極吸納各方意見，檢視現行協拍制度及後續優化方向，為臺灣影視產業營造更友善拍攝環境。

(二) 人才培育及專業訓練

1. 第 14 屆「2024 金片子大賽」，以 15 分鐘內的影像創意為號召，於 6 月 5 日至 8 月 12 日開放全球徵件，報名有效件數 268 件(國內組 218 件，國際組 50 件)，經評審後最終 24 部脫穎而出，11 月 9 日於光點華山電影館舉辦

入圍影展及映後座談，11月27日舉辦頒獎典禮，由《月行之地》奪得金片子金獎，金鐘視帝莊凱勛憑藉《朋友順啦》獲最佳男演員獎。本屆再次與韓國富川國際奇幻影展合作，入圍、獲獎優秀作品有機會入選114年富川影展；並與「美亞娛樂」合作，設立「美亞娛樂觀眾票選獎」，入圍與得獎影片在「MOD美亞電影台頻道610」公開播送，希冀透過平台播放與國際影展的雙倍加持，提供多元的舞台讓本賽事充滿能量的作品受到大眾的矚目，進而有更多曝光的機會，也讓優秀影人能夠嶄露頭角。

2024 金片子大賽得獎名單

一般獎得獎名單		
國內競賽組		
獎項	片名	著作權代表人
金片子金獎	《月行之地》Where the moon goes	施怡帆
金片子銀獎	《二狗幫》(動畫)Ergou Squad	李育豪
金片子銅獎	《朋友順啦》Concrete Jail	朱平
國際競賽組		
獎項	片名	著作權代表人
評審團國際競賽首獎	《鳶緣如風》(動畫)Wind Goes On	李嘉賢

個人獎得獎名單		
獎項	片名	得獎者
最佳導演獎	《月行之地》Where the moon goes	施怡帆
最佳男演員獎	《朋友順啦》Concrete Jail	莊凱勛
最佳女演員獎	《泳夜》The Dream Will Carry Us	戴雅芝
最佳劇本獎	《月行之地》Where the moon goes	施怡帆
最佳攝影獎	《月行之地》Where the moon goes	Liesbet De Loof
最佳美術設計獎	《停格人生》Stills Moving	黃瀚正
最佳音效獎	《月行之地》Where the moon goes	Alexandre Simon, Fabian Roos
最佳剪輯獎	《月行之地》Where the moon goes	Carl Javér, 施怡帆

特別獎得獎名單		
獎項	片名	著作權代表人
最佳動畫獎	《嗨爸》HEY DAD	王偉帆
最佳紀錄片獎	《食譜家譜》Family Tree	王智祥
美亞娛樂觀眾票選獎	《二》Two scars	藍偉豪
金片子放映室人氣獎	《下一次，還有機會》 Maybe Next Time	吳尚任

2.第 16 屆「拍台北」電影劇本徵選活動，於 4 月 1 日至 5 月 15 日徵件，共徵得 180 件參賽劇本，創下歷年新高，其中 5 件作品分別來自馬來西亞、中國及韓國，由影視界專業評審選出優秀得獎作品，9 月 10 日辦理頒獎典禮暨交流會，邀請創作者與影視製作公司交流，促進劇本媒合，加速劇本影像化過程。「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，如電影《共犯》、《帶我去月球》、《藍色項圈》、《童話·世界》等，成功為臺灣影視產業牽起合作的策略，從劇本徵選、開發與創投、影片攝製、市場行銷等，不止提攜新生代編導人才，各個環節不遺餘力地全力支援影視產製。

第 16 屆「拍台北」電影劇本徵選得獎名單

獎項	中文名稱	作者
金劇本獎	台北孤兒	胡清雅
銀劇本獎	THX-5269 伊織の粉絲感謝祭	溫蓮忻
銅劇本獎	大去年	吳桓中
佳作	愛情狂熱分子	劉岳銘
佳作	肺魚	鐘建仁
佳作	開山闢地	陳冠宇
佳作	穿越欲望的女人	YUE

3.2024 台北電影學院 3 大單元「數位影視論壇」、「電影攝影講座」及「國際製片工作坊」，邀請國內外專業影人擔任講師，包含曾參與《鋼鐵人 3》、《玩命關頭 7》、獲得奧斯卡科技成果獎的馬萬鈞博士、韓國 Meta-K 創辦人金光集、《分手的決心》攝影指導金智龍、《周處除三害》攝影指導王金城、坎城影展 NEXT 單元策展人 Sten Kristian Saluveer、富川國際奇幻影展創投總監南宗錫（Jongsuk Thomas Nam）、香港高先電影創辦人曾麗芬、國際製片暨策展顧問許維文（Raymond Phathanavirangoon）等，教授分析電影國際合製等經驗，以及攝影、特效、AI 應用等最新技術發展趨勢，吸引 1,319 人次參與本屆課程。本屆亦是第二年與富川奇幻影展接續合作，由工作坊講師評選出《當福祿警探遇上倔命逃犯》獲得「電影企劃案獎」，同時獲得影委會推薦參加 2025「富川國際奇幻影展—亞洲奇幻電影創投會」。

(三)影視宣傳及行銷

1.合作宣傳影片行銷臺北城市

民國 113 年合作行銷協助影片計 23 部，包含 20 部電影、3 部電視劇(影集)，電影：《小子》、《還錢》、《莎莉》、《鬼天廈》、《我在這裡等你》、《她說》、《環南時候》、《破浪男女》、《我想和你在一起》、《愛的噩夢》、《角頭—大橋頭》、《誰殺了比利比莉》、《愛情城市》、《台北追緝令》、《台北十日》、《愛子歸來》、《黑之牛》、《餘燼》、《春行》、《優雅的相遇》；影集：《非殺人小說》、《不夠善良的我們》、《影后》。全臺票房累計約 4 億 56 萬元，臺北市票房約 8,721 萬元。其中電影《角頭—大橋頭》全臺票房突破 2 億 2,000 萬元，並獲得第 61 屆金馬獎最佳男配角獎，成為年度最耀眼國片；本市合作行銷影集《非殺人小說》、《不夠善良的我們》及《影后》，上映後同樣掀起影迷熱烈討論。

2.連結官網等網路媒體宣傳行銷影視產業

113 年於官網露出影委會徵件活動、合作行銷國片、國際影視投資、國際交流活動等相關宣傳報導；以及協助影視產業各類活動宣傳露出、國內外影視機構徵件活動等，總計 147 則宣傳報導於官網露出。

(四)國際交流事務

1. 宣傳柏林歐洲電影市場展，參與國際合製項目市場(BCPM)及資金會議(Fund Meeting)，宣傳國際影視攝製投資計畫、推廣本市景點、協拍業務等，並與國際影視組織洽談合作，建立交流關係網絡。期間共進行 19 場商務會議、5 場企劃案會議、16 場交流活動與論壇，以及 1 場參訪。
2. 香港國際影視展，設立攤位行銷宣傳協拍服務、臺北市景點、國際影視攝製投資計畫，並推廣臺灣優秀影視作品及人才。另於香港亞洲電影投資會(HAF)贊助「台北市電影委員會大獎」(獎金共港幣 3 萬元)，得獎企劃案為導演靳家驊之劇情長片《市場裡的女鬼》，其首部長片《小曉》入圍第 60 屆金馬獎 7 項，並獲得最佳女主角獎，期藉此合作項目獎勵優秀影人，深化人才培育。影展期間參與洽談 25 場創投會議、21 場商務會議，以及 4 場活動、論壇及頒獎典禮。
3. 法國坎城電影市場展，於市場展期間設立攤位，推廣臺北市協拍優惠及國際影視攝製投資計畫，本市投資電影《白衣蒼狗》於坎城影展首映，更勇奪坎城影展「金攝影機特別提及獎」。同時積極宣傳 4 部臺灣電影長片企劃：《鬼影迷藏》、《火宅之犬》、《那一年，162 場雨》、《環南時候》，藉此增加國際影壇的曝光度，並與各國影視單位洽談國際合作業務。市場展期間共進行 23 場商務會議、12 場交流活動及論壇。
4. 韓國富川國際奇幻影展，影委會延續去年與影展官方簽署之長期合作合約，與富川影展選片人 Thomas Nam 共同評選出《妖獸聯盟虎姑婆崛起》及 2023 台北電影學院《不可以從後面來》，共 2 部臺灣類型片企劃案參與「亞洲奇幻電影創投會」；以及《不可以從後面來》郭若琦製片、吳信毅製片參加「亞洲奇幻電影學院」，藉此培育臺灣影人拓展國際視野，同時將臺灣作品推向國際。並透過商務會議推廣影視製作優惠與國際影視投資，創投會議期間共進行 14 場商務會議、10 場交流活動及論壇及 1 場參訪。
5. 韓國釜山亞洲內容暨電影市場展及亞洲創投會議，設立攤位推廣臺北市拍攝場景、協拍服務及影視投資計畫，並與國際影視單位洽談影視人才培育合作機會。參與亞洲電影委員會董事會，交流各國影視產業最新資訊，開拓亞洲各成員國與臺北進行國際合製的可能性。市場展期間共進行 13 場商務會議、14 場創投會議，以及 7 場交流活動及論壇。
6. 美國電影市場展，影委會與各國影委會交流資訊並建立合作關係，推廣國際影視攝製投資計畫及宣傳《台北追緝令》，吸引國際影視團隊來臺拍攝，並參與論壇與創投活動，了解國際影視最新趨勢。市場展期間共進行 15 場會議、1 場參訪，以及 6 場交流活動與論壇。

7. 參與 TCCF 創意內容大會市場展及 Pitching 提案大會，由文化內容策進院舉辦，影委會參展設攤推廣「國際影視攝製投資計畫」及拓展國際合製案源，並於 Pitching 提案大會長片單元設立「臺北國際影視大獎」(Taipei International Film Award)，影委會透過一對一的會議洽談 12 部長片提案，從中挑選出獲選企劃《Don't Worry About Vampire》(吸血鬼安啦)，該案混合臺灣夜市文化與西方吸血鬼元素，符合本市推動在地文化、國際化製作及市場的目標。市場展期間總計參與 21 場創投企劃案會議、10 場商務會議，以及 1 場交流活動。

二、國際影視攝製投資計畫

(一) 辦理目的

為鼓勵國際影視攝製團隊在臺北市攝製影視作品，提升臺北市影視及文創觀光產業，行銷臺北城市意象，臺北市政府自 107 年起每年提供影視投資預算，由影委會辦理臺北市「國際影視攝製投資計畫」，藉此吸引更多國際優秀團隊前來臺北市取景拍攝，帶動國內外其他資金投資影視的意願，使臺北市進而成為亞洲製片的新興投資影視基地。期許透過影委會所累積過去十年與國內外知名導演、製片人及投資者緊密的合作關係，藉由投入政府資金挹注影視產業扮演投資領頭羊，盼為影視產業注入活水以提升產業整體競爭力，達到「國際資金走進來，臺北影視走出去」之目標。

(二) 國際影視攝製投資計畫成果亮眼

1. 自 107 至 113 年本市已投資 24 部影片，合資合製國家達 14 國，吸引總製作預算達 16.48 億元，已上映影片 19 部，國際影展參展數達 159 次，入圍 140 個獎項，獲得 41 個國際獎項。
2. 113 年參展成績亮眼，電影《白衣蒼狗》入圍第 77 屆坎城影展平行單元「導演雙週」(唯一入選華語片)並榮獲「金攝影機特別提及獎」，同時入圍第 61 屆金馬獎七項大獎及榮獲最佳新導演大獎；電影《五月雪》勇奪第 48 屆香港國際電影節新秀電影競賽最高榮譽「火鳥大獎」以及第 23 屆紐約亞洲電影節最佳影片大獎；電影《刺心切骨》於捷克卡羅維瓦利國際影展舉行世界首映並勇奪「最佳導演獎」，另入圍第 28 屆多倫多亞洲國際影展；電影《黑之牛》入圍東京影展亞洲未來單元競賽；影集《非殺人小說》入圍亞洲影視內容大獎最佳亞洲戲劇(單一亞洲市場)及入圍第 59 屆金鐘獎戲劇類節目美術設計獎等 4 項。

3.113 年辦理收益結算 15 案，預估收益 402 萬元(含稅)，累計收益預估 1,915 萬元(含稅)，總投資金額為 7,250 萬元，預估回收率為 26%。

4. 歷年獲選投資案件

(1) 107 年度獲選案

序號	獲選案件名稱	類型	合資合製國家	投資金額 (新臺幣元)
1	熱帶雨	電影	新加坡	450 萬
2	獵夢特工	電視影集	新加坡	1,000 萬
3	尋找(定名《金錢男孩 MONEYBOYS》)	電影	法國、奧地利、比利時	400 萬
4	狂歡時刻(定名《詭祭》)	電影	荷蘭	500 萬

(2) 108 年度獲選案件

序號	獲選案件名稱	類型	合資合製國家	投資金額 (新臺幣元)
1	速命道	電影	香港	500 萬
2	日安，愛情(定名《戀愛好好說》)	電影	日本	500 萬
3	台北愛情捷運 2-戒指流浪記	電視影集	新加坡	550 萬
4	角頭前傳:回頭太難(定名《角頭-浪流連》)	電影	韓國	650 萬
5	鄧麗君電影影集-愛憶時刻(電視影集定名《愛的廣義相對論》；電影定名《明晚空中見》)	電影&電視影集	香港	400 萬
6	傀儡花(定名《斯卡羅》)	電視影集	瑞士	400 萬

(3) 109 年度獲選案件

序號	獲選案件名稱	類型	合資合製國家	投資金額 (新臺幣元)
1	青春(定名《青春弒戀》)	電影	法國	400 萬
2	國際橋牌社第 2 季	電視影集	日本	350 萬
3	我的天堂城市	電影	馬來西亞	350 萬
4	黑之牛	電影	美國、日本	200 萬
5	刺心切骨	電影	新加坡、波蘭	200 萬

(4)110 年度獲選案件

序號	獲選案件名稱	類型	合資合製國家	投資金額 (新臺幣元)
1	車頂上的玄天上帝	電影	美國	400 萬
2	五月雪	電影	馬來西亞	300 萬
3	For the Country(定名《榮耀之路》)	電影	法國	300 萬
4	白衣蒼狗	電影	新加坡、法國	250 萬

(5)111 年度獲選案件

序號	獲選案件名稱	類型	合資合製國家	投資金額 (新臺幣元)
1	非殺人小說	電視影集	香港	600 萬
2	左撇子女孩	電影	英國、法國	400 萬

(6)112 年度獲選案件

序號	獲選案件名稱	類型	合資合製國家	投資金額 (新臺幣元)
1	96 分鐘	電影	新加坡、加拿大	500 萬
2	Sinsin and the Mouse	電影	日本	400 萬
3	天亮前的戀愛	電影	日本	300 萬

(7) 113 年度獲選案件

序號	獲選案件名稱	類型	合資合製國家	投資金額 (新臺幣元)
1	挽回(定名《謎宴》)	電影	法國	400 萬元
2	沙央	電影	馬來西亞	400 萬元
3	時候	影集	澳洲	300 萬元
4	人生海海	電影	馬來西亞	200 萬元
5	夜半十一點學校見	電影	新加坡	200 萬元

台北電影節

一、台北電影節

(一)本屆規劃主軸

第二十六屆台北電影節以「城市交流」、「扶植新銳」、「推廣臺灣電影」為規劃主軸，重點包括如下：

1. 節目規劃

- (1) 強化「城市影展」定位，設立「焦點城市：布達佩斯」，聚焦匈牙利新浪潮、當代精選與BBS製片廠等主題。
- (2) 調整單元架構，新增《廣角臺灣》、《特別放映》、《映画新勢力》單元，並將《星光首映》選片擴展至有卡司吸引力之國內外作品。
- (3) 「國際新導演競賽 20 週年」，設立「20 年的探索」單元，特別回顧歷屆入選導演作品，並辦理專題論壇。
- (4) 放映策略優化，縮短影展天數至 12 天，並依受眾特性調整放映場地安排（中山堂主打首映與典禮、信義威秀為國新競賽主場、華山以電影獎入圍影片為主）。
- (5) 設立「親子場」，與公視及富邦文教基金會合作推動親子影片。

2. 活動規劃

- (1) 共辦理 42 場記者會與首映活動，其中 18 場為記者會，24 場為映後座談、首映 QA 等影展活動。
- (2) 「電影正發生」本屆主題為「攝影」，以靜態展覽、現場創作、講座與影片放映形式，讓民眾了解影視拍攝，現場展示製作流程與創作對話。
- (3) 辦理「焦點影人」貝拉·塔爾、許秦豪映後座談與大師講堂，強化與觀眾互動。
- (4) 「神秘場與驚喜場」安排台港話題新片，創造觀影期待與行銷話題。

3. 影視人才培育

延續辦理廣受業界好評的「非常新人」及「表演工作坊」，更持續與文策院合作「非常演員」企劃將臺灣優秀的演員推向國際舞台；2024 年新增由文化部影視及流行音樂產業局主辦策劃、台北電影節執行，2024「新導演長片工作坊」，致力於培植臺灣電影產業新血，推出四大專業課程及資深影視師資陣容，提供電影產製時所需關鍵知能。

4. 行銷策略

- (1) 邀請林柏宏擔任影展大使，並由傅天余導演掌鏡拍攝年度宣傳影片，提升媒體關注度與影展能見度；以「祝福」為主題，與鳳小岳合作設計周邊商品「看電影約嗎？」吸引影展觀眾的購買意願以及與企業廠商的合作機會。
- (2) 強化自媒體內容，積極經營 Instagram 等年輕人聚集的社群平台，拓展與吸引年輕觀眾注意與喜愛

(二)本屆重要績效

項目	成果內容
影展期間	2024年6月21日(四)至7月6日(六)共12天
放映片數	134部(含長短片)
外片/國片比例	外片80部 / 國片54部(40.3%)來自40國
放映場次	225場次
映後QA場次	73場
觀影人次	23,378人次(平均滿座率41.59%)
活動場次	記者會18場 + 影展活動24場,共42場
活動參與人次	22,374人次(活動:7,348人次 / QA:15,026人次)
外賓數與國家	35人來自13國,包括選片人6位。共來自13個國家(哈薩克、美國、西班牙、加拿大、日本、香港、南韓、新加坡、阿根廷、中國、英國、義大利、荷蘭)
票房收入	4,626,037元
售票張數與率	30,232張,售票率52.73%
頒獎典禮觸及人數	1,447,476人次(含電視首播、YouTube、LINE等平台)
贊助數	現金贊助共9家,贊助金額總計新台幣3,668,500元 實物贊助共計26家:估算價值約新台幣14,711,500元
媒體報導數	國內4,652則、國外25則,共4,677則

二、競賽項目說明

(一) 台北電影獎徵件統計分析

2024 年台北電影獎徵件總數為 271 件，相較 2023 年的 292 件，減少 21 件，四類報名中除劇情長片收件數較去年數量提高，其餘片類皆有下滑趨勢。

(1) 劇情長片

本屆共有 48 件作品報名，其中有 31 部是院線片，包含 5 部世界首映、1 部亞洲首映與 1 部臺灣首映。新片比例較去年成長一成。25 部電視電影皆已於四月前播出，除了公共電視的「人生劇展」與「新創電影」持續參與外，共有 14 部作品由新銳導演（前兩部院線作）執導。

(2) 紀錄片

本屆共有 49 部報名，較去年減少 12 部，其中包含 11 部短片。有 16 部為世界首映、1 部亞洲首映、3 部臺灣首映，另有 2 部院線紀錄片已上映或即將上映。

(3) 短片

今年報名作品總件數為 157 件作品，與去年相近。其中學生作品約佔三成，另有 9 部作品來自海外留學的臺灣導演。今年也有 10 位非台籍導演憑在台居留身分報名。

(4) 動畫片

今年動畫片報名數量為 17 件，較去年大幅減少 14 部，報名數量明顯下降。由於台中國際動畫影展、關渡動畫節與放視大賞等新興競賽影展吸引力提升，加上入圍台北電影獎機率較低，可能影響年輕創作者參賽意願。不過今年仍有動畫長片《八戒》與《妖怪森林》報名，顯示儘管製作週期長，動畫創作者依舊持續耕耘，臺灣動畫產業仍具發展潛力。

(二) 第 26 屆台北電影獎得獎名單

(1) 正式競賽

第 26 屆台北電影獎得獎名單		
獎項	得獎影片	得獎者
百萬首獎	由島至島	蜂鳥影像有限公司
最佳劇情長片	老狐狸	積木影像製作有限公司
最佳紀錄片	由島至島	蜂鳥影像有限公司 財團法人公共電視文化事業基金會
最佳短片	回收場的夏天	陳浩維
最佳動畫片	八戒	兔子創意股份有限公司
最佳導演 最佳編劇	老狐狸	蕭雅全
最佳編劇	老狐狸	詹毅文
最佳男主角	周處除三害	阮經天
最佳女主角	小曉	林品彤
最佳男配角	周處除三害	李李仁
最佳女配角	小曉	陳意涵
最佳新演員	BIG	高嫻
最佳攝影	老狐狸	林哲強
最佳剪輯	XiXi	Anna Magdalena Silva SCHLENKER
最佳配樂	莎莉	李英宏
最佳美術設計	(真)新的一天	黃美清
		楊傳信
最佳造型設計	老狐狸	王誌成
		高仙齡
最佳聲音設計	愛的噩夢	劉小草 (劉怡君)
		曾雅寧
最佳視覺效果	BIG	林洪峯
		余國亮
		梁偉傑
傑出技術	眾生相	旋轉犀牛原創設計

(2) 卓越貢獻獎

獎項名稱	得獎影片、得獎影人
卓越貢獻獎	顏振發

(3) 媒體推薦獎、觀眾票選獎

獎項名稱	得獎影片、得獎影人
媒體推薦獎	雪水消融的季節／羅苡珊
觀眾票選獎	老狐狸

(4) 臺灣電影行銷獎

獎項名稱	得獎影片、得獎影人
最佳電影行銷	《粽邪3：鬼門開》
最佳海報	《老狐狸》- 方序中
最佳預告片	《疫起》- 黃家彥

(三) 國際新導演競賽得獎名單

獎項名稱	片名	出品國
最佳影片	《屋簷下沒有煙硝》	突尼西亞、法國、加拿大
評審團特別獎	《我心裡的太陽》	日本
臺灣導演協會推薦獎	《我心裡的太陽》	日本
觀眾票選獎	《我心裡的太陽》	日本

三、影展辦理說明

(1) 第 26 屆台北影節影展單元

分類	單元
開閉幕	<ul style="list-style-type: none"> • 開幕片：《乒乓男孩》 • 閉幕片：《非普通家族》
競賽單元	<ul style="list-style-type: none"> • 台北電影獎 <ul style="list-style-type: none"> • 國際新導演競賽（含「20 週年特別企劃」）
觀摩單元	<ul style="list-style-type: none"> • 星光首映 • 特別放映（含親子場） • 廣角臺灣（含臺灣短 SHOW） • 焦點城市：布達佩斯 • 焦點影人：貝拉·塔爾 • 焦點影人：許秦豪 • 名家大賞 • 影迷新樂園 • 映画新勢力（Nippon Cinema Now） • 經典再出發：哥倫比亞百年光華 • 神秘場 & 驚喜場
專題策畫	<ul style="list-style-type: none"> • 電影正發生：攝影

(2) 影展一覽表

活動類型	活動名稱
影迷活動	選片指南 靠北影百貨
產業活動	電影正發生 國際新導演論壇 非常演員
影視人才培育	非常新人 表演工作坊 新導演長片工作坊

(3) 影展活動說明

1. 選片指南

為影展前哨的重點活動，由策展團隊精心剪輯影片片花並介紹各影片看點，為觀眾提供選片建議，向來是影迷最期待的活動之一，同時也為影展售票開賣暖身。

2. 靠北影百貨

是台北電影節別具特色的影迷互動市集活動，旨在為回饋購票影迷。活動於影展期間在中山堂光復廳舉行，邀請當年參展放映的臺灣電影劇組、電影發行商，以及影展贊助廠商共同設攤參與，希望能藉此活動支持辛苦的臺灣電影工作者並回饋贊助商的熱情支持。

3. 電影正發生 - 以「攝影」為題

邀請導演與攝影指導，展現創作過程中的攝影策略與有機性，延續以往影片放映後的座談，從四位獨具風格的攝影創作者眼中發現觀看影像的新方式，本次靜態展覽則與以往不同，直面的從攝影指導過往作品的思考歷程與工作方式呈現，最後以論壇的方式作為本次電影正發生的活動結尾，透過各類型不同攝影創作者的分享，開啟大眾的想像。非常新人、表演工作坊

4. 非常新人/表演工作坊

邀請影視產業專業委員，從 175 位新人報名中，選出 10 位新演員，拍攝形象照及擔任電影開演引言人，提供曝光與實戰機會。

2024 入選名單為：詹子萱、蒲禾菲、許莉廷、林亭莉、林思廷、余杰

恩、林毓家、陳泰河、徐碩廷、裴子齊；其中 2020 非常新人陳妍霏擔任 2024 亞洲內容暨全球 OTT 大獎頒獎人、2022 非常新人雷嘉汭獲得首爾國際電影大賞「亞洲新人演員」以及 2024 非常新人詹子萱榮獲第 59 屆金鐘獎迷你劇集／電視電影最具潛力新人獎。

持續提供入選台北電影節的非常新人「表演工作坊」課程，本年度安排 13 堂課程，提供影視新人林克雷特聲音訓練及邁斯納表演技巧入門課程，深化其對表演的理解與素養，為臺灣影視產業培養基礎扎實、潛力無窮的閃亮之星。

5. 非常演員：

今年度持續與文策院合作，除建立演員中英文資料庫外，更將其推上釜山國際影展舞台，2024 選出 9 位演員，豪華陣容有王柏傑、李沐、宋芸樺、李霈瑜、林柏宏、柯佳嬿、姚淳耀、傅孟柏、謝盈萱，今年度再次登上釜山影展「亞洲內容暨全球 OTT 大獎」，其中柯佳嬿至釜山擔任評審，林柏宏及宋芸樺擔任本次頒獎嘉賓，成效斐然。

6. 新導演長片工作坊：

致力於培植臺灣電影產業新血，推出四大專業課程及資深影視師資陣容，提供電影產製時所需關鍵知能，協助新生代導演及團隊降低產製風險並提升電影製作品質。本年度企劃報名共 68 部，最後選出共 8 部企劃入選，並由業界資深製片擔任師資提供「一對一顧問諮詢課程」，讓每部參與工作坊的企畫案在面對製作與市場時能有更充分的準備，大幅提升故事企劃的完成度與製作的可能性。

(4) 第 26 屆台北電影節活動一覽表及參與人次

單位/活動	活動總覽			
	活動名稱	活動日期	活動地點	參與人次
2024 台北電影節	形象廣告暨影展大使公佈記者會	5. 2	松仁威秀 TITAN	30
	台北電影獎入圍名單公布記者會	5. 15	松仁威秀 TITAN	30
	選片指南	6. 7	三創生活園區	370
	給電影人的投資情書 相約布達佩斯	6. 14	BOVEN 雜誌圖書館	25
	靠北影百貨	6. 15	中山堂光復廳	850

開幕片《乒乓男孩》首映記者會	6.20	中山堂後台	30
《誰是被害者 2》首映記者會	6.20	中山堂後台	30
開幕片《乒乓男孩》映後 QA	6.21	中山堂中正廳	870
《誰是被害者 2》映後 QA	6.21	中山堂中正廳	412
開幕酒會	6.21	中山堂光復廳	650
給電影人的投資情書 光存錢是不夠的	6.22	中山堂光復廳	218
《什麼都沒有雜貨店（第 1-4 集）》映後 QA	6.22	中山堂中正廳	438
《破浪男女》首映記者會	6.22	中山堂中正廳	30
《破浪男女》映後 QA	6.22	中山堂中正廳	494
《臺灣短 SHOW I》映後 QA 及非常新人引言－林思廷	6.22	中山堂中正廳	216
《細路祥》非常新人引言－詹子萱	6.22	中山堂中正廳	237
《我心裡的太陽》映後 QA	6.22	信義威秀 10 廳	182
《夜晚尤其是》映後 QA	6.22	信義威秀 10 廳	82
《拳王佩普的第 232 個發薪日》映後 QA	6.22	信義威秀 10 廳	53
《雪水消融的季節》映後 QA	6.22	信義威秀 11 廳	215
《富邦文教兒童短片集》映後 QA	6.23	中山堂中正廳	371
《塑膠花（第 1-3 集）》首映記者會	6.23	中山堂後台	30
《塑膠花（第 1-3 集）》映後 QA	6.23	中山堂中正廳	389
《臺灣短 SHOW II》映後 QA 及非常新人引言－余杰恩	6.23	中山堂中正廳	353
《春行》首映記者會	6.23	中山堂後台	30
《春行》映後 QA 及非常新人引言－蒲禾菲	6.23	中山堂中正廳	436

《霧之淵》映後 QA	6.23	信義威秀 10 廳	103
《吶喊荒村》映後 QA	6.23	信義威秀 10 廳	76
《屋簷下沒有煙硝》映後 QA	6.23	信義威秀 10 廳	89
《台北電影獎—動畫片+短片》映後 QA	6.23	信義威秀 11 廳	104
《無所住》映後 QA	6.23	信義威秀 11 廳	147
《無所住》媒體茶敘	6.24	中山堂記者室	20
《愛作歹》首映記者會	6.24	中山堂後台	30
《出租家人》映後 QA 及非常新人引言—陳泰河	6.24	中山堂中正廳	140
《我心裡太陽》映後 QA	6.24	信義威秀 10 廳	146
《拳王佩普的第 232 個發薪日》映後 QA	6.24	信義威秀 11 廳	44
《人道主義吸血鬼徵求自願獻身者》映後 QA	6.24	信義威秀 11 廳	144
《愛作歹》映後 QA	6.24	信義威秀 11 廳	211
《由島至島》映後 QA	6.24	華山 1 廳	134
《(真)新的一天》映後 QA	6.24	華山 2 廳	56
《阿拉伯的勞倫斯》非常新人引言—林亭莉	6.25	中山堂中正廳	195
《出租家人》媒體茶敘	6.25	中山堂記者室	20
國際新導演競賽二十週年 - 新導演創作之路	6.25	中山堂光復廳	75
國際新導演競賽頒獎典禮暨交流酒會	6.25	中山堂光復廳	150
《屋簷下沒有煙硝》映後 QA	6.25	信義威秀 10 廳	30
《夜晚尤其是》映後 QA	6.25	信義威秀 11 廳	63
《XiXi》映後 QA	6.25	信義威秀 11 廳	124
《吶喊荒村》映後 QA	6.25	華山 1 廳	48

《彈味中的嬰孩》映後 QA	6.25	華山 2 廳	42
《車頂上的玄天上帝》映後 QA	6.25	華山 2 廳	57
《愛的噩夢》首映記者會	6.26	中山堂後台	30
《愛的噩夢》映後 QA 及非常新人 引言－許莉廷	6.26	中山堂中正廳	578
《霧之淵》映後 QA	6.26	信義威秀 10 廳	58
《人道主義吸血鬼徵求自願獻身 者》映後 QA	6.26	信義威秀 11 廳	116
《我的女兒不見了》映後 QA	6.26	信義威秀 11 廳	95
《台北電影獎－動畫片+短片》映 後 QA	6.26	信義威秀 11 廳	81
《彼方之聲》映後 QA	6.26	華山 1 廳	43
《BIG》映後 QA	6.26	華山 2 廳	81
《少男少女》映後 QA	6.26	華山 2 廳	41
《聽海湧》首映記者會	6.27	中山堂後台	30
《聽海湧（第 1-2 集）》映後 QA 及非常新人引言－林毓家	6.27	中山堂中正廳	488
《春逝》映後 QA	6.27	信義威秀 10 廳	125
《春行》映後 QA	6.27	信義威秀 11 廳	183
《我的女兒不見了》映後 QA	6.27	信義威秀 11 廳	88
《二樓傳來的歌聲》映後 QA	6.27	信義威秀 11 廳	162
《彼方之聲》映後 QA	6.27	華山 1 廳	57
《人類之巔 3》映後 QA	6.27	華山 1 廳	51
《明日之子》映後 QA	6.27	華山 2 廳	43
《妖怪森林》映後 QA	6.27	華山 2 廳	30
《鬼才之道》首映記者會	6.28	中山堂後台	30
《鬼才之道》映後 QA	6.28	中山堂中正廳	593
《外出》映後 QA	6.28	信義威秀 10 廳	69
《邪惡根本不存在》映後 QA	6.28	信義威秀 10 廳	201

《我談的那場戀愛》映後 QA	6.28	信義威秀 10 廳	103
《大丈夫》映後 QA	6.28	信義威秀 11 廳	127
《夜宵嚟時》映後 QA	6.28	華山 1 廳	29
《周處除三害》映後 QA	6.28	華山 2 廳	46
《GIFT》石橋英子媒體茶敘	6.29	中山堂記者室	20
《GIFT：配樂場》映後 QA	6.29	中山堂中正廳	474
《克拉瑪對克拉瑪》非常新人引言－徐碩廷	6.29	中山堂中正廳	174
《福田村事件》映後 QA 及非常新人引言－裴子齊	6.29	中山堂中正廳	552
《我談的那場戀愛》映後 QA	6.29	信義威秀 10 廳	89
《天文：問天》映後大師講堂	6.29	信義威秀 10 廳	62
《八月照相館》映後大師講堂	6.29	信義威秀 10 廳	171
《臺灣短 SHOW I》映後 QA	6.29	信義威秀 11 廳	224
《臺灣短 SHOW II》映後 QA	6.29	信義威秀 11 廳	222
《食人錄》映後 QA	6.29	信義威秀 11 廳	87
《人類之巔 3》映後 QA	6.29	華山 1 廳	48
《公園》映後 QA	6.29	華山 1 廳	121
《老狐狸》映後 QA	6.29	華山 2 廳	84
《福田村事件》首映記者會	6.30	中山堂後台	30
電影正發生：攝影－論壇「打開攝影的一百種方式」	6.30	中山堂光復廳	300
電影正發生：攝影－論壇「攝影夢的背後」	6.30	中山堂光復廳	300
閉幕片《非普通家族》首映記者會	6.30	中山堂後台	30
《非普通家族》映後 QA	6.30	中山堂中正廳	679
《福田村事件》映後 QA	6.30	信義威秀 10 廳	217
《種土》映後 QA	6.30	信義威秀 11 廳	159

《夜宵噉時》映後 QA	6.30	華山 1 廳	38
《孩子們》映後 QA	6.30	華山 1 廳	41
《小曉》映後 QA	6.30	華山 2 廳	81
《流雲世事》映後 QA	7.1	信義威秀 10 廳	174
《Xixi》映後 QA	7.1	華山 1 廳	129
《女鬼橋 2：怨鬼樓》映後 QA	7.1	華山 2 廳	18
《細路祥》映後大師講堂	7.2	信義威秀 10 廳	216
《八戒》映後 QA	7.2	華山 1 廳	99
《莎莉》映後 QA	7.2	華山 2 廳	86
台北電影獎入圍酒會	7.5	晶華酒店	233
台北電影節頒獎典禮	7.6	中山堂中正廳	1300
台北電影節頒獎典禮暨交流酒會	7.6	晶華酒店	300

四、出版品

《第 26 屆台北電影節 - 專刊》1,500 本

五、行銷宣傳

(一)2024 年媒體露出總表

A. 雜誌 (共 11 家)	商業周刊、台北畫刊、今周刊、LaVie、ELLE 她雜誌、WOW! SCREEN、旅人誌、文化快遞、鏡週刊、Smart 智富、美麗佳人
B. 報紙 (共 11 家)	Taipei Times 台北時報、工商時報、中國時報、中華日報、臺灣新生報、民眾日報、自由時報、更生日報、青年日報、臺灣時報、聯合報
C. 網路 (共 171 家)	500 輯、BeautiMode 創意生活風格網、Beauty 美人圈、Bella 儂儂、BIOS Monthly、Blow 吹音樂、Bounce 球鞋文化誌、CNEWS 匯流新聞網、COSMOPOLITAN 柯夢波丹、CTWant、DJ 財經知識庫、ELLE、ENews 新聞網、ET Fashion 時尚雲、ETtoday 娛樂星光雲、ET 看電影、FTNN 新聞網、Harper's BAZAAR、iLooker 電影網、i-media 愛傳媒、iStyle 時尚美妝頻道、Japaholic、JUJSY 街星、KEEDAN 起點、KOHA、Lavie 行動家、LIFE 生活網、MAN'S FASHION、Marie Claire、match 生活網、Milk X 網、MONEY LINK 富聯網、MOOK 景點家、MSN、NEWS BUFFET、NIUSnews 妞新聞、NOVA 資訊廣場、NOW NEWS、PChome 股市、PChome 網路家庭、PopDaily 波波黛莉、PRESTIGE、Stylemaster、Styletc 樂時尚、Taiwan News、The News Lens 關鍵評論、TRAVELER Luxe 旅人誌、TVBS、udnSTYLE、UDN 女子漾、VOGUE、WNEWSS 好新聞、WoWoNews、Yahoo!奇摩股市、YAM 蕃薯藤、ZEEK 玩家誌、人間福報網、三立娛樂星聞網、三立新聞網、上報、大臺灣新聞網、大紀元、大媒體、大聲傳媒、女人我最大、女人迷、工商時報網、中天新聞網、中央社-好生活、中央通訊社、中央廣播電台、中時新聞網、中華社區報刊聯合新聞網、中華新聞雲、今大條新聞網、今周刊網、今傳媒、太報、巴哈姆特、引新聞、世界新聞網、台視全球資訊網、臺灣 368 品味生活、臺灣民眾電子報、臺灣好新聞報、臺灣產經新聞網、臺灣雅虎奇摩、臺灣新生電子報、臺灣新聞雲、臺灣電報、臺灣醒報、史塔夫科技事務所、民眾網、民視新聞網、立報、印象臺灣、好報新聞網、好視新聞網、年代新聞、自由時報電子報、自由健康網、自立晚報 IDN NEWS、我的中時娛樂、更生新聞、芋傳媒、車訊網、車勢文化、姊妹淘、放言、旺得富理財網、明報 OL 網、明報新聞網、明潮 M' INT、東方日報、東臺灣新聞網、東西名人 WE PEOPLE、東森新聞 EBC、玩股網、知新聞、青年日報網

	站、勁報 NEWS、勁傳媒、品觀點、威傳媒、映 CG、科技生活、美麗島電子報、風傳媒、食力 foodNEXT、香港經濟日報、記者新聞網、迷誠品、商訊快報、國王車訊、梅花新聞網、理財週刊、造咖、創新聞、報新聞、壹新聞、壹蘋新聞網、換日線、焦點時報社、華人今日網、華視新聞網、視傳媒新聞、開眼電影網、奧丁丁新聞、新一代時報網、新浪香港、新聞聯合網、新頭條、新頭殼 NewTalk、經濟日報網、運動筆記、鉅亨網、端傳媒、臺中市政府、臺灣時報、臺灣導報、輕旅行、銘報、潮流 COOL、潮流誌、獨家報導網、聯合新聞網、聯合-噓!星聞、翻爆、鏡周刊網、鏡新聞、觸 Mii
D. 電視 (共 13 家)	東森財經台、TVBS 新聞台、三立新聞台、民視、民視新聞台、年代電視台、東森新聞台、非凡新聞台、壹電視新聞台、華視、鏡電視新聞台、八大第一台、台視

(二) 近兩年媒體露出比較

紙本媒體（報紙、雜誌）市場趨近於飽和，宣傳趨勢朝網路電子新聞為主，113 年與 112 年相比，由於網路媒體市場整合，因此家數減少，但報導則數增加許多，相關數據如下表：

媒體種類	112 年	113 年	比較
報紙	11 家，147 則	11 家，149 則	+2 則
雜誌	10 家，28 則	12 家，14 則	+2 家，-14 則
電視	17 家，92 則	15 家，165 則	-2 家，+73 則
網路	236 家，3,020 則	166 家，4,652 則	-70 家，+1,632 則
官方網站	造訪 27,547,853 人次	造訪 27,717,504 人次	+0.62%
Facebook	粉絲數 163,452 人	粉絲數 166,890 人	+2.1%
Instagram	追蹤數 23,473 人	追蹤數 26,764 人	+4.06%

六、近三年量化資料分析

項目	111 年	112 年	113 年
主題城市	無	無	布達佩斯
活動天數	17 天	17 天	12 天
放映地點	中山堂、 信義威秀影城、 光點華山電影館	中山堂、 信義威秀影城、 光點華山電影館	中山堂、 信義威秀影城、 光點華山電影館
放映片數	145 部	124 部	134 部
	國片 54 部	國片 44 部	國片 54 部
	國片佔放映片數比例 37.24%	國片佔放映片數比例 35.48%	國片佔放映片數比例 40.3%
放映總場次	292(取消 VR)	238	255
票房收入	492 萬	498 萬	462 萬
總票數 (含售票、貴賓券)	31,612	34,828	30,232
觀影人數	28,208	28,902	23,378
外賓人數	0	36	39
推廣活動場次 (講座、論壇、電影 市集、QA 等)	71	63	115
活動參與人數	36,309	27,534	39,896

辦學部

一、臺北市影視音實驗教育機構

(一)113 年度營運重點：

- 1.辦理常態四季課程、開放旁聽。
- 2.辦理北流北藝聯合辦學。
- 3.辦理春季行動學習、秋季行動學習。
- 4.舉辦第 6 屆畢業典禮、招收第 9 屆新生（113 級）、教職員招聘。
- 5.舉辦畢業展《聲學映視》、2024TMS 成果展、112 級成果展。
- 6.辦理教育推廣活動、業界參訪活動。

(二) 113 年執行四季課程：

- 1.共有 8 名專任教職員，包含：1 名主任、4 名專任導師及 3 名行政教師。每學季與 20-30 位兼職業師合作，開設 40-50 門課程供學生選修。
- 2.春季課程：2 月 13 日（週一）至 4 月 21 日（週五）。
- 3.夏季課程：5 月 8 日（週一）至 7 月 14 日（週五）。
- 4.秋季課程：8 月 14 日（週一）至 10 月 20 日（週五）。
- 5.冬季課程：11 月 6 日（週一）至 113 年 1 月 14 日（週五）。
- 6.課程第一年基礎課程必選修，第二年起以選修為主。每季以「影像」、「音樂」、「國際移動力」、「體育」、「博雅」為主要開課領域，並接受學生申請社團、自主學習計畫、校外實習、遠距外語等，組成多元且符合個人學習需求的個人學習地圖。

(三) 行動學習

- 1.行動學習為機構特色活動，於假期前辦理移地學習，讓全校學生共同參與行動、完成不同主題的學習旅程。
- 2.春季行動學習－TMS 春季行動學習以三天兩夜(4/17-4/19)的營隊式體驗課程進行規劃辦理，並以前導課程建立的海洋知識為基礎，帶領學生實地進入基隆八斗子漁村瞭解「里海」生活的樣貌，此營隊係與國立海洋科技博物館共同規劃設計合作辦理，期望以青少年視角紀錄漁村文化與海洋職人，並讓學生創意發想成果分享。參與人次：學員 33 名、成果發表觀眾 50 名。

(四)實習與參訪

- 1.實習：參與機構內實習。
- 2.業界參訪：5/17 三立電視台參訪、5/31 參訪師大音樂系、7/5 參訪學校實驗教育機構。

(五)113 年度教師及學生人數異動情形

- 1.人事狀況：113 年編制 9 人，在職 8 人:行政組 3 名、教學組 4 名、主任 1 名。
- 2.招生狀況：112 學年度第 2 學期共招生 7 名新生，113 學年度第 1 學期招收 20 名新生。
- 3.學生人數異動情形

人數/學期	112 學年度第 2 學期	113 學年度第 1 學期
學生總數	47	57
110 級人數	6	1
111 級人數	14	10
112 級人數	27	26
113 級人數	-	20
轉出人數	2	2
畢業人數	8	3

(六)113 年度教育推廣活動

月份	項目
3	2024 劇場技術展 THEATRE TECH EXPO
3-5	寶藏巖光節暨開放校區計畫
4	實驗教育 Talk Show、2024 行動學習、2024 影音創作體驗營、TMSxLegacy 音響基礎課+實作工作坊、TMSxLegacy 燈光基礎課+實作工作坊、Nothing But Listen 聲景工作坊
5	2024 聲學映視畢業展、2024 影音創作體驗營
4-10	2023 飛行船線上創藝—無下線學院
6	2024 112 級成果展「！」、2024 成果展、與國立臺北藝術大學教育合作參訪活動、2024 影音創作體驗營
7	雜學校參展、夏日慶
2-12	青少年影視音技術增能計畫
10-12	2024「跟著大師學拍片—影視實務製作」工作坊

(七)房舍管理維護及行政管理與執行

- 1.環境維護及房舍視需求修繕。
- 2.機電設備定期保養。
- 3.定期辦理消防演練、設置防火管理人。
- 4.通過安心場所認證，配置 AED 管理人。
- 5.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。
- 6.辦理全校月會、親師懇談活動、校務會議。
- 7.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，召開諮詢會議。

眷村部

一、北投中心新村聚落經營管理與推廣

中心新村作為全臺唯一的溫泉軍醫眷村，也是北投特有溫泉文化與生活記憶的重要歷史現場。隨著中心新村修復工程推進與空間逐步開放，營運範圍將趨向多元發展，113年中旬後，「心村聚落進駐計畫」啟動，未來將持續透過聚落維運與招募計畫，納入「文化永續發展」的概念，結合新舊元素活化與再利用聚落空間，提升眷村文化保存環境的韌性，並推動眷村文化調查研究的新視野，創新文化呈現的不同形式，打造眷村特色場域與文化理解的交流平台，奠定臺灣多元文化社會發展的基礎。

(一) 營運重點：

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

(二) 展覽執行：

1. 特展 1：《時光倒影·憶中的家》

全新展覽以眷戶口述歷史與生命故事為主軸，透過口述歷史與文獻資料，呈現婦聯一村至六村各自獨特的樣貌，尤其著墨於婦女在戰後時期所承擔的家庭與社會角色。展區運用中心新村的婦聯捐建眷舍空間展示籌劃，帶領觀眾深入其境了解以婦聯為名的眷村形成和發展，及其中蘊含的歷史意義和社會影響。展場中更設置 AR 多媒體互動區，邀請觀眾彩繪出記憶與夢想家園，一同為昔日歲月賦予全新的生命與活力。

▶展期：自 113 年 9 月 20 日至 114 年 8 月 25 日。

▶參觀人數：21,919 人（人數統計為 113/9/20 至 113/12/31）

2. 特展 2 《心窗：開啟康莊眷戶的記憶之窗》

「心窗-眺望北投風景的回憶之窗」作為《心窗》系列的第二階段，將目光聚焦於北投區五個眷村：北投新村、慈安二村、溫泉新村、七虎新村、重三新村，把眷戶對於眷村的回憶細膩紀錄下來，再由藝術家以巧妙創意的視角轉化而製做 10 座故事箱，希望透過這些創作，展現出各眷村的特色與足跡，更以藝術形式扣動了每位眷戶心底的深情與回憶。第一階段的「心動之窗」多媒體互動區則繼續保留，觀眾依舊可在復刻懷舊的造景內拍攝動態影像，讓所有參與的觀眾都成為展示的一部份。

▶展期：自 113 年 9 月 20 日至 114 年 8 月 25 日。

▶參觀人數：21,919 人（人數統計為 113/9/20 至 113/12/31）

(三) 教育推廣活動

1. 主題導覽

(1)週末定時導覽：每週六日提供免費定時之中心新村主題導覽，透過專業導覽師資帶領民眾認識中心新村的歷史背景及發展沿革，並導聆當期展覽內容與未來發展願景，豐富到村民眾遊覽體驗。週末主題定時導覽（14:00/15:00）

➤共辦理 198 場次、1,980 人次參加。

(2)團體預約導覽：提供便民服務、推廣眷村文化，使民眾更認識北投在地特色，推出預約導覽服務，由工作人員及志工帶領大家深入的認識中心新村。

➤共辦理 55 場次、1,442 人次參加。

2. 「眷村故事香成果展」與親子互動空間

「眷村故事香」兒童共創工作坊於 112 年所完成的 60 道拼布眷村料理成果，搭配親子空間開放於 113 年 4 月 4 日展出。中心新村親子空間，除了可以認識眷村菜和眷村故事之外，也是一個親子共讀、休憩的地方。書架上有著全台各眷村出版的繪本、期刊、書籍，也有眷村漫畫，很適合與全家人一起前往。

3. 療癒共感課程

113 年心村植造所以「植物」和「療癒」為主題，結合村內既有植物發想，讓參與者從日常生活中可接觸到非日常的體驗，全年總計辦理 39 場次，536 人次參與，內容含括花藝創作、五色發糕、梅酒製作、精油蜂蠟蠟燭、擴香掛飾、芳香蠟燭、竹編窗花杯墊、植物花形染、多肉植物製作、年節印章刻印、花磚紙膠帶藝術創作、螢光蕈植物生態瓶、壓克力植物手繪、水泥磨石子杯墊等類型。所有工作坊主題皆由心村提出，透過拜訪各領域合作品牌，經過溝通後找出最適合的執行方式，讓心村意象與品牌精神皆可同時露出，也透過共同宣傳讓兩方粉絲皆有機會可參與內容，讓活動內容擴及到更多民眾。

➤ 執行成果：共 35 場次、539 人次參加

日期	工作坊名稱	講師或合作品牌	參與人數
1 月 6 日	注連繩索拉花花環工作坊	Shino makeup	13
1 月 20 日	點亮心光·竹編燈籠工作坊	破竹工作室	19
1 月 27 日	眷味廚房-五色發糕與廣式泡菜蘿蔔	禾望	21
2 月 3 日	年獸來襲！神獸印章刻製工作坊	孔娜的天使手作坊	24
2 月 24 日	膠帶心體驗-花磚膠帶藝術工作坊	AHM. IARTS	7

3月2日	夜色花魅玻璃花盅工作坊	Cozy Space	16
3月9日	「植」得永有-新春多肉體驗	野草不野	10
3月16日	絢爛繽紛-創意手作花形染工作坊	蚤操染織	26
3月23日	植物小昆蟲製作工作坊	興趣誌/張志勤/阿默老師	18
3月30日	把春天吃進肚-春季可食花卉與心村植物採集走讀	劉雨青	15
4月13日	看起來毛毛的!羊毛氈多肉小植栽	羊毛氈手創館	28
4月20日	梅好新生活-梅酒製作工作坊	禾望	27
5月11日	喵喵!彩繪招財貓貓	AHM. IARTS	35
5月25日	解鎖香氣!乾燥花擴香石工作坊	Cristina Candle	20
6月1日	端午除穢百寶袋-艾草香包工作坊	水先	22
6月15日	追竹好食光-竹編窗花杯墊工作坊	破竹工作室	21
6月22日	蘭草絞編手掌草帽工作坊	蘭子	7
7月6日	用植物開啟五感-植覺手作培養計畫	生生植培所	20
7月13日	眷村廚房系列:酸辣雙響泡-四川泡椒與泡菜	禾望	8
7月20日	療癒透明系-植物手繪心體驗	AHM. IARTS	18
7月27日	夜裡的心光-螢光葦植物生態瓶	賽先生科學工廠	21
8月3日	夏日竹編沁涼風鈴	樂牧手作創業學苑	4
8月24日	植物花紋拓印陶盤體驗	愚哲陶藝工作室	9
8月31日	夏日消暑「氈」好玩	陳日造物	19
9月7日	水泥磨石子體驗-杯墊創作	灰調	16
9月14日	繽紛膠彩畫體驗工作坊	AHM. IARTS	7
9月21日	捏捏小動物,手作幸福感-造型饅頭動物園	饅享受	19
9月28日	香噴噴的美味時光-眷村菜餚飄香時鐘	不廢跨村實驗室彭啟夫	7
10月26日	草本藝術傳遞祝福-Henna 印度手繪創作	莎拉繪花花	13
11月2日	眷村果樹下的小蜜蜂-蜂巢蠟造型蠟燭DIY	自己人工作室	6
11月9日	療癒暖心小毛球	苦瓜織織	6
11月23日	酸臘雙響泡-酸白菜臘八蒜	禾望	6
11月30日	聖誕樹薑餅人手工皂	Sesinku	6
12月7日	暖心迷你梭織掛畫	苦瓜織織	10
12月14日	聖誕酒杯桌花+紅酒包	Cozy Space	3

4. 外省人學術講座

講座以文基會合作出版的兩版專書《國與家：戰火陰影下的外省人故事》與《躋身台灣上下流：外省人的營生圖》為基礎發展規劃 2 場講座，分別為「女性在戰亂中的逃生與成家：《被遺忘的後方》紀錄片放映座談會」以及「外省老兵在臺灣的謀生故事座談會」。講座透過出版與主題特展串聯，以此搭建跨領域的交流平臺，吸引歷史學者、文史愛好者與一般民眾參與，進行深入交流與對話，增進社會對於過往歷史的反思，助益臺灣社會的族群包容與理解。

➤ 執行成果：共 2 場次、57 人次參加

日期	課程	講師	參與人數
11 月 16 日	女性在戰亂中的逃生與成家：《被遺忘的後方》紀錄片放映座談會	主持人：李曉雯 總監 與談人：張晉芬、萬蓓琪、沈秀華、吳佩諭	27
12 月 14 日	外省老兵在臺灣的謀生故事座談會	主持人：吳密察 老師 與談人：李廣均、林傳凱、吳平海	30
小計		共 2 場	57 人次

5. 專案推廣活動

(1) 第 32 屆臺北國際書展

中心新村為策劃及推動臺北市眷村文化保存相關工作，與臺師大華語文學系楊聰榮老師、榮民榮譽基金會合作，順利於 2 月出版《躋身臺灣上下流：外省人的營生圖》、《國與家：戰火陰影下的外省人故事》兩冊專書，並為行銷推廣專書內容，與眷村雜誌（全國眷村文化保存聯盟主編）聯合參加 2 月 20 日至 2 月 25 日臺北國際書展。

➤ 執行成果：書展期間共舉辦 13 場次講座、共約 256 人次參加

(2) 玩心創憶期中趣

為建構具教育性之眷村主題精神特色場域，舉辦教育推廣活動「2024 玩心創憶期中趣」活動，結合眷村元素設計課程，並透過專業講師團隊帶領國小三年級至國中七年級學生獨立思考與手作，並藉由帶動討論了解眷村文化歷史。

➤ 執行成果：共 6 場次、99 人次參加

日期	課程	講師	參與人數
5月4日	全球風雲會	吳點蒼	29
5月5日	全球風雲會		19
5月17日	全球風雲會		14
5月18日	心村創意建築師		14
5月19日	心村創意建築師		10
6月22日	全球風雲會		13
小計		共6場	99人次

(四) 年度亮點與串聯交流活動

1. 新春團拜活動：

中心新村過往的農曆新年傳統，是會一起進行新春團拜，感恩彼此過去一年工作上的幫助及辛勞，並拜託新的一年依樣彼此互相幫忙照應，為體諒長輩年事已高，113年於2月14號與康莊社區合辦理新春團拜活動，並於室內空間開辦門神絹印及龍年舞龍DIY活動，使眷村長輩及年輕世代，均可一同享受幸福的年節氛圍。

2. 心村聚：

「心村聚」為中心新村初次於5月份所規劃的大型慶典活動，以「火花」、「碰撞」、「交流」、「對話」作為此次主題關鍵字來規劃各類型活動，讓五感體驗成為整場祭典中互動的焦點，並搭配5月4日星戰日、5月12日母親節、5月18日世界博物館日，安排不同風格的音樂團隊演出。

▶執行成果：活動時間為期三週，共24組表演團隊與145組攤商參與，總參與人次約為7,146人次。

3. 10月眷村文化節系列活動：

10月份響應台北市政府「眷村文化節」，透過活動、展覽、走讀、影展、刊物等方式，整合臺北市眷村資源，展現眷村文化生活的精粹，帶領市民認識與體驗眷村文化，讓更多民眾瞭解與欣賞眷村文化的豐富性與多元性。113年響應活動和走讀行程，並於活動期間與台北市四四南村、嘉禾新村、煥民心村串聯，深化民眾對於眷村的認識與印象。

▶執行成果：眷村市集2場次，參與人次共500人。

(五)眷村文物調查研究

1. 文物收集建檔

(1) 113 年「北投中心新村清查盤點計畫」

113 年持續進行文物盤點及整飭工作，並依清點結果進行造冊及數位化攝影，內容含編號、材質、數量清點、尺寸測量、狀況分級、資料建檔等項目。本次造冊文物皆有進行簡易乾式除塵，並視其狀況進行包裝、收存工作。針對劣化較為嚴重之文物亦在清冊上備註劣化狀況，並提供修護建議清單，共計 96 件，以及文物保存維護之建議。

➤執行成果：本次完成文物清點共 645 件，另列有 201 件參考品，完成盤點物件共計 846 件。

(2) 113 年度「王之政捐贈整飭清點」

針對王之政親屬捐贈予北投中心新村之書籍、手記、手稿等物件進行系統性清點與整理，建立檔案管理方案與流程，供後續眷村相關文物典藏保存之用。

➤執行成果：清點筆數為 1,345 筆，共 1,526 件。

2. 口述歷史調查

(1) 113 年北投區軍事地景暨眷村（5 處）調查研究暨動態影像拍攝計畫

針對慈安二村、溫泉新村、重三新村、七虎新村、北投新村等五個眷村進行調查工作，成果涵蓋：建村過程、眷村發展沿革、公共環境與空間特徵等內容。每村至少訪問到 2 名居民，並邀請原眷戶重返眷村原址，以影像記錄實地互動，捕捉眷戶記憶裡眷村的樣貌與生活景象。

➤執行成果：共 10 眷戶訪談、約 6 萬字調查報告、2 部紀錄片（綱要版 6' 38'' / 長片 28' 08''）

(2) 113 年婦聯會與眷村調查研究案

以眷村婦女生活與婦聯會為核心，了解戰後女性參與公共事務與國家政策的案例，包含從紡織代工、救護訓練、社區公共衛生等，協助家庭經濟並強化眷村之社會功能。以婦聯一村至婦聯六村等六個眷村為代表，調查在軍眷籌建住宅運動下，各眷村形成之背景過程，研究更整理各村的居住構成與組織模式，並追溯各項基礎設施之建立與形成。

➤執行成果：12 位眷戶訪談、約 12 萬字調查報告。

3. 《走進中心新村的街談巷語：常設展導覽手冊》出版計畫

本書配合 112 年常設展《走進北投中心新村的街談巷語》的展示架構，書中分別從眷村「家」的視角，以及中心新村獨特的「軍醫」與「溫泉」特色為切入點，精選呈現中心新村發展歷程中的老照片與珍貴口述歷史資料，搭

配深入淺出的文字解析與生動插畫，帶領讀者深入探索北投中心新村獨具韻味的人文風華。➤ 執行成果：113 年完成出版品設計。

(六)社區合作計劃

1. 配合北投周遭館所、節慶之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，並搭配活動資訊發佈及文宣品放置宣導。

日期	串聯活動	場次	人次
1/12	義方附幼參訪-建築課程	1	35
2/23	三總75週年院慶	4	70
3/19	北投共築節開幕活動	1	60
3/21	逸仙國小3年級參訪學習	3	80
3/22	北藝大劇場設計系參訪	1	30
3/28	三總北投分院處長帶領來訪	1	15
3/29	新民校長貴賓走讀	1	15
3/29	北投社大走讀參觀心村並用手機行攝影比賽	1	21
4/18	薇閣高中英語導覽學習	2	40
4/25、26	東吳大學社會系3年級參訪	2	60
5/2	實踐建築1年級參訪	1	30
5/16	三總北投分院處長帶領來訪	1	8
5/28	北投社大寫生課程	1	19
6/26	北投社大-社區大學的社會責任課程	1	15
7/20	北投夏日魔法節	1	12
7/30	觀傳局-導遊領隊團參訪	1	30
8/11	實踐大學建築設計系畢業參訪	1	35
8/13	113年北投社區大學北投學術研討會暨講師研習參訪	1	20
8/24	遠雄基金會-走訪北投女巫之鄉	1	50
9/11	都更處岩山里參訪	1	20
9/13	文山社大單車走讀	1	23
10/1	北藝大參訪	1	15
10/18	桃源國小參訪	1	30
10/19	金車文教走讀	1	100
11/20	東吳大學社會學系參訪	1	20
11/26	實踐建築系職人專班大一參觀1:1	1	45
12/20	北投社區大學參訪	1	15
2/3、3/2、 3/17、4/6、 5/4、6/1、6/6、 7/13、 7/27、 9/28、10/5、 10/12	月琴演出	36	360

2. 星光書苑導覽計畫：

113 年與新民國中星光書苑合作辦理導覽培訓課程，共培訓 6 名學生加入週末定時導覽服務，向來訪遊客介紹村內展覽內容，不僅提升表達及口說能力，也加深孩子對於在地與眷村的認識，延續了眷村、社區與校園的連結。

➤執行成果：113 年共排班 76 次，參與人次約 760 人。

3. 實踐大學 USR 計畫：

113 年持續與實踐大學共同合作辦理校外課程，除透過課程走讀、導覽解說帶領參加學生更加認識北投及眷村的脈絡，並引導於中心新村進行田野調查並與志工互動，加深對於眷村的印象與了解，並轉化為創作的靈感，最終於成果展覽展現多件結合場域元素的作品。

(1) 實踐大學北投共築節

日期	課程內容
2/19-3/18	北投走讀及文史課程
3/19-5/31	成果發表展覽期間

(2) 實踐大學 USR 計畫展覽暨建築系 1:1 成果展

日期	課程內容
9/12-10/13	北投走讀及文史課程
11/11-11/26	成果發表展覽期間

(七) 宣傳行銷

1. 文宣品設計及發放管道：

中心新村展館大廳櫃檯具資訊服務中心功能，提供友好單位及北投社區藝文館所放置文宣簡介，並透過值班志工協助遊客諮商新北投周邊旅遊訊息，共同推廣新北投觀光活動或社區參與。

配合自辦活動製作相關海報、摺頁、酷卡等設計物，送至周邊藝文館所、里民中心等公眾訊息集散地點，提升訊息露出機會，113 年製作龍年春聯、賀卡、特展海報、特展串聯活動資料夾，北投路路通地圖於北投友好場館擺放。

2. 媒體宣傳效益：

113 年北投中心新村自營粉絲頁貼文達 185 則，內容涵蓋各式面向，如：特展、教育推廣課程、自辦活動文化場館、博物館之串連活動…等。網路媒體報導約可分為「景點介紹」、「活動介紹」與「其他」四種類型，共計露出 95 則。

3. 特色宣傳品及紀念品開發

113 年共開發 5 款紀念推廣品，分別為特展限定婦聯建築模型、特展針線

盒、龍年迎春新春賀卡、龍年新春春聯、時光倒影建築藍晒圖資料夾等，運用於推廣活動或現場互動遊戲。

(八) 商業活動執行

1. 招商進駐計畫

113 年擬定「心村聚落共創計畫」公開徵選新創文化事業品牌、各類型藝術工作者與工作室、活化眷村文化歷史場域團隊進駐，期望透過民間經營團隊能量與營運資源提供更具創意與多樣性之服務，一同與心村共榮、共創、共好，將中心新村打造成為「認識生活、體驗生活、享受生活」的新形態聚落。

▶執行成果：第一梯次徵選共選出 4 組團隊進駐，分別是「屋米文創設計有限公司」、「李樹明」、「東千里革製間」以及「客氣影像製作」。

2. 商品開發

為持續推動歷史聚落活化、建構具教育性之眷村主題精神特色場域，北投中心新村從現有村內文物設計製作 5 款一套特色扭蛋，命名「限定！心村日常小物」北投中心新村懷舊扭蛋，分別有撥盤式電話機 MEMO 夾、老式裁縫機磁鐵、錄影帶迴帶機鑰匙圈，希望藉此吸引不同族群認識眷村生活，扭蛋可作為推廣品贈送，或搭配大型推廣活動宣傳使用，規劃在心村賣店開張時限定發售。

館所營運

1. 志工招募與培訓：中心新村 113 年志工隊共有 35 名，分成週二到週日值班，每日三班，每班服勤時間為 3 小時。每年招募志工並進行訓練。新志工招募與訓練，歷經招募、基礎與專業訓練、實習、驗收等過程，由館方安排人員負責與志工應對管理，並擬定相關志工管理規章與志工隊隊長遴選辦法。113 年志工訓練課程辦理成果如下：

日期	課程名稱	講師	時數	參與人次
03/25(一)	園區花草樹木走讀與採集	劉雨青	2	17
04/22(一)	脆梅&梅酒製作	禾望品牌	2	23
05/20(一)	CPR+AED 急救訓練	消防局北投光明分隊	2	14
06/17(一)	文物保存典藏	玫博藝文	2	11
07/15(一)	泡椒醃漬製作	禾望品牌	2	13
07/29(一)	導覽志工培訓(一)	朱孝慈	2	15
08/12(一)	月琴協會推廣課程	月琴協會	2	15
08/26(一)	導覽志工培訓(二)	朱孝慈	2	10
09/15(日)	展覽教育訓練(一)	策展團隊	2	10
09/16(一)	展覽教育訓練(二)	策展團隊	2	11

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

(九) 年度實際服務人次(入館人次)

月份	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
111 年	1,832	1,671	2,083	2,522	1,390	1,530	2,533	2,580	3,406	4,063	3,787	3,119
112 年	2,160	2,948	2,790	3,155	2,609	2,777	2,766	2,474	4,040	3,732	7,118	7,660
113 年	5,513	4,470	6,681	9,271	10,497	4,569	3,480	3,263	4,452	6,903	7,467	6,549

(十) 113 年全區參與人數統計：

類型	時間	活動名稱	實際服務人次
總服務人次	全年	全年服務人次	73,115 人次
常態型活動	全年	主題展覽：常設展及特展	73,115 人次
	全年	預約導覽	55 場/1442 人次
	全年	週六、週日定時導覽	198 場/1980 人次
	全年	館所串連活動	70 場/1273 人次
專案型活動	全年	眷村年度節慶及亮點活動	4 場/595 人次
	全年	眷村主題培力講座	15 場/322 人次
	全年	療癒共感課程	33 場/492 人次
	1-10 月	眷村走讀	4 場/158 人次

二、煥民新村經營管理及推廣

(一)辦理目的

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

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

(二)場地空間使用規劃

煥民新村坐落於臺北市大安區學府裡南端羅斯福路四段及基隆路四段交叉口東南側蟾蜍山聚落內，為臺北市少見的山城眷村聚落，由早期的軍眷與後期的城鄉移民共同築居而成。煥民新村多數為地面兩層，少部份為三層或一層樓建築。約略以七至十棟排比相連的方式而分成五個區塊，彼此連結起來。

已於 112 年 11 月完成第三期修復工程及景觀工程點交財團法人台北市文化基金會，共分五區（A~E 區）將逐年逐區對外開放，113 年以蟾蜍山大客廳 2 個室內空間對外開放，分別為一樓大客廳同時也作為民眾參觀與休憩服務中心，並設有 AED 急救設施；二樓大教室主要作為內部培訓、展演以及會議使用，備有影音、活動所需等相關設備。每週二至週日上午 10 點至下午 5 點對外開放。場地使用凡是符合文史哲藝身分者，皆可申請。煥民新村 113 年場地使用率：70.59%。

年度比例	蟾蜍山大客廳	
	112 年	113 年
場地	71.37%	70.59%

(三)計畫執行內容

煥民新村以「人與生態共生的新眷村永續社區」之定位，發展青銀共好鄰里網絡、眷村文化保存創生、都市農藝食農教育、生態學習體驗等四大面向架構進行煥民新村的營運規劃。113 年度共計辦理 80 場課程活動(年度特展 1 檔/樂齡藝術陪伴計畫成果展 1 檔/木工成果展 1 檔/城南文化走讀 6 場/老家具修復計畫 10 場/環境教育課程 10 場/青銀共創計畫 6 場/眷村文化保存 45 場)。

1、年度特展

113 年度展覽【農事農試-蟾蜍山的研究日常】結合歷史建築與文史記憶，解構蟾蜍山腳下農業試驗所日式宿舍群的昔日樣貌、研究人員們的工作足跡與日常生活的珍貴片段。年度特展規畫以在地文史、自然生態、人文藝術、社會觀察或軍事等聚落保存為題，以呈現蟾蜍山煥民新村聚落之特色為推廣宗旨。

2、眷村節慶活動

113 年【蜍舊佈新一龍年春聯 DIY】隨到隨做體驗活動，為推廣剪紙藝術為民間技藝之一，以往眷村於年節期間會於家戶門窗張貼春聯和剪紙圖樣來做妝點。故此次活動希冀藉由剪紙藝術，使參與者能深入體驗眷村傳統文化，並在節慶氛圍中感受剪紙藝術的裝飾性與象徵意義，促進對傳統文化的認識與珍視。

3、眷村文化節

配合響應台北眷村文化節，結合蟾蜍山文化歷史背景策畫與辦理相關活動，從在地視角去看見眷村過去所蘊含的歷史意義；及隨著時空環境的改變，帶領民眾走進昔日的眷村去體驗、感受過往生活的樣態和記憶。

4、城南山水文化走讀

113 年以主題式規劃不同走讀路線，上半年以「農業」為重點，將深入探討城南的農業發展歷史，包含水圳灌溉系統和日治時期農業試驗所，帶領民眾了解從過去到現代的農業演變。下半年則轉向「登山」主題，將與專業團隊合作，安排山間田園體驗和野餐活動。整體活動設計包含參訪在地館所、品嚐特色小點和小農產品，期望透過多元體驗加深民眾對在地人文歷史、城市山林生態及環境保育的認識。

5. 老家具修復計畫

帶領民眾認識城南修復站創立永續的使命以及對於修復基礎的了解並且最終能回饋社區—「老資材再生與培育」，以線上招募，透過一一面談了解報名者的參與動機與計畫理念，舊生與本次招收新生共 14 名志願服務學員，4 月底已完成基礎教育訓練並於 5 月起每週六整天進行為期 4 個月共

10 堂木工隊志工培育課程。

6、生態調查

透過蟾蜍山周遭動植物依不同季節而有所轉變，將此資料收集統整探究出蟾蜍山特有的生態體系，同時與臺灣兩棲類保育協會合作，將調查資料登入全國性大型數據庫當中，持續累積並由專業研究單位進行分析，並提供相關生態資源數據與現況資訊，做為未來環境發展相關參考資料。蟾蜍山生態調查活動上下半年共計辦理有 4 檔調查課程。

7、環境教育課程

113 年辦理有 8 場環境教育課程，課程主題以認識城南地區之環境生態，增強環境素養與守護行動，活動旨在促進參加民眾對植物、生態系統及流浪動物的認識，提升整體生態意識。

8、青銀共創計畫

經爬梳蟾蜍山煥民新村在地文化歷史脈絡擬定出：蠶業、醬菜、洋菇及縫紉等四大主題。113 年以「縫紉」和「編織」作為工作坊主題，以蟾蜍山煥民新村過去居住於農業試驗所宿舍居民所留下之老舊縫紉機作為主角，修復並再利用於工作坊活動，進行在地文化的討論與延伸。下半年則以結合蟾蜍山煥民新村、嘉禾新村、北投中心新村共有之「花磚」作為編織樣式主題，同時串連三眷村共同記憶，以及過去家庭代工媽媽們的編織經驗，進行在地文化推廣。

9、經營社群網絡

(1)官方網站：本會自 110 年 4 月起接管【蟾蜍山煥民新村】臉書，透過官方臉書粉專進行活動行銷宣傳，上傳蟾蜍山最新活動資訊，配協助宣傳城南臺大無圍牆博物館相關訊息與在地場館、節慶等活動資訊，提供民眾瀏覽搜尋即時性資訊。惟因 Facebook 政策持續更新關係，管理員於 112 年 12 月初要求管理者帳號身分認證，提出照片、手機號碼等相關佐證仍被宣判停權，此公司帳號因而遭臉書強制移除，也同時影響粉絲專業營運困難，如無法持續發布、編輯貼文及回覆留言等。經向 Meta 多次申訴後仍無法取回最高管理權限，故「蟾蜍山 | 煥民新村」臉書粉絲頁於 113 年 5 月 9 日進行轉移至「蟾蜍山煥民新村」。113 年粉專內容包括：蟾蜍山煥民新村活動、在地文史影像介紹、城南臺大無圍牆博物館簡介、活動辦理分享、生態環境資訊等，113 年粉絲追蹤數：1-5 月舊粉專 6,195 人、6-12 月新粉專 1813 人，瀏覽人次：1-5 月舊粉專 108,940 人次、6-12 月新粉專 28,827 人次。

年度	112 年	113 年	成長	備註
粉絲追蹤人數	5,771	1-5 月舊粉專:6,195 6-12 月新粉專 1,813	2,237	113/5/9 新粉專「蟾蜍山煥民新村」成立

三、嘉禾新村經營管理及推廣

嘉禾新村的前身是聯勤通信修理廠，45 年後原廠房改為眷舍，正式改制為眷村。園區內保留兩棟高階將官宅邸，建築格局方正、擁有大面積獨立庭院。還有一棟日治時期遺留下來的招待所，以及國軍來台後興建的防空洞。隨著時代變遷，空間功能不斷轉換，曾是休閒、軍事設施，轉作住家居所，如今成為傳續眷村精神的文化場域。

為保留嘉禾新村的眷村景觀並賦予新的任務，以「環境劇場」、「親子園區」為定位，透過親子園區、眷村文化保存創生、藝術實驗/展覽演出三大面向為營運架構。

(一)營運重點

1. 嘉禾新村指定範圍內之營運、管理及維護工作。
2. 嘉禾新村文史研究調查及展覽。
3. 眷村文化、城南文史教育推廣活動。
4. 社區教育文化工作推動及整合行銷。

(二)展覽執行

主題	展覽主軸
築·家	<p>童年時期的指南針—跳房子，從遊戲進入時代裡的記憶建築，引領大家跳回過去、感受未來。從聯勤通信修理廠改制為眷村的嘉禾新村，隨著時代變遷，連戰期的防空洞都曾是住家居所。</p> <p>糸島織物 mee.textile 瓊儀老師，將照片作為建築的肌理，以手重新搭建起時光的房子，每一針每一線都是記憶的骨架，喚醒原住戶過往的片段，並激發未來對場域的想像。作品將過往的生活透過不同的影像表現方式描述，希望把隱密、不易顯現的情感在作品中連結，訴說不同的情感。</p> <p>➤ 展期：113/6/1~113/8/18</p> <p>➤ 參與人次：6,294 人</p>
村村日日	<p>以 112 年口述歷史研究專案之文本為基礎，將嘉禾新村、學人新村、國防醫學院及三總一帶之地緣與</p>

	<p>歷史脈絡之相關文史資料轉化，帶領民眾走入臺灣戰後聯勤眷村與中美醫療下的歷史軌跡。</p> <p>➤ 展期：113/6/20~114/6/15</p> <p>➤ 參與人次：19,782 人</p>
家宅憶事	<p>以建築、家宅為主軸，以日式聚場的角度出發，帶領民眾用第一人稱視角認識它，也延伸介紹嘉禾現存建築擴地自建狀態，以及向民眾分享在台日式建築的特色。</p> <p>➤ 展期：113/7/11~113/10/27</p> <p>➤ 參與人次：14,941 人</p>
一寸山河	<p>國族認同在當代成為一個復古又難以言喻的議題。家在何方乃至於我們是一個什麼樣的國家，是從上一輩延續至這一代人的提問。彷彿在紅色旗幟下的自己，徜徉在中國製造的紅色浪潮之中，漸漸模糊又斷裂的精神狀態。延續 2023 年個展中國製造，我用紅色的毛線與藍天白雲的螢幕，將曾經屬於通訊聯隊的防空洞、曾經屬於眷村的民居，改造成為一個紅色的囊袋。置放在周圍的毛線天線裝置，經由風的吹拂觸發短波無線電信號，以低頻震動的方式引發囊袋內紅色毛團的震盪，這是一種如同戰爭狀態的返還、一種我們這一代人未曾經歷過的戰爭樣貌。</p> <p>➤ 展期：113/9/7~114/3/30</p> <p>參與人次：14,785 人</p>

(三)教育推廣活動

1. 眷村文化推廣：

時代演變而新興的工作坊型態持續演進，以時下潮流議題扣合嘉禾新村之相關故事與文化，希冀提升民眾對眷村等相關文化的認識。嘉禾新村持續辦理「宅在嘉工作坊」，預計開辦「飲食文化」、「嘉禾新村花藝課」、「工藝與眷村」等不同主題之課程。113 年共計辦理 13 場，累計 3,891 參與人次。

2. 親子共學課程：28 場

(1)屋瓦學堂

以嘉禾故事館為基地範疇，透過親子體驗工作坊發展眷村文化教育課程和方案，以親子互動及兒童教育場域發展為長遠目標。

➤執行成果：共 14 場次、244 人次參加。

(2)志工小作坊

提供親子館多元的五感發展與親子互動課程，將由不同專長之志工企畫與發展活動課程。

(3)兒童暑期工作坊

嘉禾新村將透過遊戲參與和任務卡引導的方式，激發孩童從中挖掘、採集各種視覺元素，進而激發他們的想像及創造力，同時也認識並參與嘉禾新村的過去、現在和未來。引導孩子們發掘說故事的樂趣。希冀透過工作坊的辦理，強化嘉禾新村在地文化的傳遞與劇場文化向下扎根的理念，並帶動人潮進入嘉禾新村。

3. 非典型劇場活動：25 場

嘉禾新村是個擁有歷史與記憶的場域，屋舍家戶與公共空間形成有機靈活的空間，每一個角落皆是渾然天成的舞台。非單一劇場類型的遊走式的劇場模式，將會是嘉禾新村發展的方向。而這一類場域正適合偶劇、物件劇場、相聲、漫才等小型劇團發揮。

➤113 年創生工作站進駐單位：共 2 組，共計 21 場回饋活動，參與人次共計 578 人。

➤場地合作演出計畫：共 2 組，共計 4 場回饋活動，參與人次共計 67 人。

(四)年度亮點與串聯活動

1. 共創空間：板凳小戲台－「說一個故事」(113/1/1~113/12/29)

嘉禾新村從前多達 100 多戶人家，現在只有四分之一的區域被保存下來，根據眷戶們的分享，將他們腦海中歷歷在目的過往，在這裡轉化成文字和一個個小場景，傳遞並延續眷村獨特的生活樣態。

而這些故事曾經充滿在嘉禾蜿蜒的大街小巷裡，都是居民們的日常。不管是不是在眷村，每個人都有屬於他／她的生活，你也一起來說說你的故事吧！

➤參與人次：30,880 人

2. 【春節活動】剪紙圖章春聯DIY－參與人次：213 人

嘉禾新村特別準備 #6 款龍年限定圖章，讓你的春聯瞬間增色，不論你是書法達人還是新手，都能盡情的發揮。大家來嘉禾走春的同時，動手寫下春聯，在角落蓋上圖章，讓你的春聯變成最特別的禮物！

3. 【兒童節活動】森林動物運動會—參與人次：825 人

嘉禾新村在兒童節這天要化身為嘉禾森林。在萬物甦醒的春天，冬眠中的動物也即將醒來，為了暖暖身子全家大小一起出門，這天要進行一場森林動物運動會。在一片綠盎然中，穿過大門的人類都將變成一隻又一隻的森林動物，一起開心遊戲和競賽吧！

4. 實境解謎遊戲：訪客登記簿（113/6/1~113/12/29）

嘉禾新村的守門人手上，有一本蘊含力量的「訪客登記簿」，卻在嘉禾拆遷後不知所蹤，當時的守門人「老葛」竟也神祕消失.....

現在，嘉禾新村重新開放，《訪客登記簿》再度現身，身為新任守門人的你，將探索這處城市中的眷村，找出深埋其中，前人所留下的訊息。

嘉禾新村推出實境解謎遊戲，以多重謎題的遊戲方式，帶領民眾窺探嘉禾新村過往的歷史以及保有歷史痕跡的每個角落。

▶參與人次：156 人

5. 線上漫遊劇場：聽嘉禾

跳脫典型的文史導覽，以漫遊劇場的方式帶領民眾認識嘉禾土地。透過線上聆聽導覽 APP—Chito，邀請民眾加入旅程，隨著戲劇角色慢慢找回過往記憶的碎片，遊走在嘉禾新村的空間，體驗眷村的喧鬧日常與土地歷史記憶，聲歷其境的形式更能感受嘉禾新村。

▶參與人次：233 人(累積日期 113/9/7~113/12/26)

(五)口述歷史調查

113 年口述歷史研究專案為 114 年展覽之發展基礎。從眷村娛樂生活及義工隊，乃至眷村文學及國劇劇本的發展進行研究調查。並以嘉禾故事館原住居民張載宇之女-張青琴作為研究對象，委託文史研究人員，透過多次的訪談，蒐集其創作之國劇劇本及影像，作為展覽要件。

(六)社區合作計畫

1. 518 博物館日串聯活動—【親子共創：眷村的 ∞ 種色彩】

以臺北市文化館所的建築外觀為主，萃取其建物、周邊景觀色彩，訂製一款專屬於博物館色的粉蠟筆，融合臺北市文化館所的独特建築風格！

如磚紅色粉蠟筆代表清代建築的紅磚牆、黑色粉蠟筆取自日治時期建築的黑色屋瓦、石綠色粉蠟筆則是臺灣早期眷村常見的顏色等。

邀請您拿起畫筆，由博物館帶路，在城市裡進行一場文化大冒險。

▶113/5/12（日） 14：00～16：00

▶參與人次：20 人

2. 臺北市立圖書館行動書車 518 博物館日串聯活動－【書車巡迴】

將帶著台北市立圖書館豐富的館藏、特色活動及舒適的閱讀空間，與讀者分享閱讀的樂趣！歡迎大家週六帶著孩子，一起探索書車裡有些什麼寶藏。遊牧書房－行動書車，開創走到哪讀到哪的 遊牧樂讀模式。

▶113/5/18（六） 11：00～18：00

▶參與人次：60 人

3. 中正區公所走讀－眷戀城南

眷村是台灣獨有的歷史文化，隨著民國 38 年民國政府撤退來台，隨部隊來台的大量軍人及其眷屬，因而逐步發展屬於軍方的群居住宅模式，而這些群居的住宅群，即被統稱為「眷村」。

日治時期城南地區，被日本總督府選定作為現代化都市發展、產業發展和國民教育指標的示範場域。戰後原屬於日本人居住地的城南，漸轉為公教人員的眷舍區。現今城南地區所保存的「嘉禾新村」、「煥民新村」及”類眷村”的「寶藏巖國際藝術村」皆是隨著民國政府移入而形成的群居眷舍聚落。

眷村雖然屬軍方為有眷屬之軍人所設置的住宅聚落，並由軍方統一管理，但各個眷村的建造地點、時期、所屬單位軍種等不同的因素，使各眷村在建築環境與生活文化上仍有些許的差異。本次走讀以眷村為題，拜訪隱藏在城南水岸及山坡上的聚落，探詢過往居住的生活痕跡與記憶。

▶113/9/22（日） 10：00～15：30

▶參與人次：40 人

(七)宣傳行銷

1. 官方網站

現今社群平台雖為主要行銷工具，但在網路搜索中官方網站仍是較具公信力，其中可承載的訊息也較為多元且豐富。而官方網站可依據園區經營的需求，進行客製化功能設計，並提供園區各式資料庫之建立，以進行有效的管理，更是便利民眾從中獲取訊息。

2. 社群媒體

網路為現今宣傳傳播最重要的管道之一，社群媒體宣傳除了專注於 Facebook 粉絲專頁經營外，亦於 Instagram 上建立帳號。針對 FB、Instagram 之定位也略有不同，Facebook 粉絲專頁著重於親子活動、走讀、講座宣傳外及北北基藝文相關資訊分享，帶動嘉禾新村之關注度。Instagram 經營上以嘉禾新村活動資訊為主、即時動態訊息為輔，透過大量圖片、影片搭配少量文字以及 hashtag 運用，配合臉書粉絲專頁宣傳，吸引更多年輕族群的關注。主動分享嘉禾新村趣聞、故事，加深一般民眾對眷村的熟悉與認識，並與其他眷村活動資訊分享，強化內部與外部之連結，活絡眷村交流的空間。

3. 文宣品設計及發放

摺頁以場域特色、建築與歷史背景為主要內容向民眾介紹嘉禾新村，並提供園區基本資訊（開放時間、交通位置、連絡電話、粉絲專頁）便於民眾獲取園區資訊。摺頁將以場域特色、建築與歷史背景為主要內容向民眾介紹嘉禾新村，並提供園區基本資訊（開放時間、交通位置、連絡電話、粉絲專頁）便於民眾獲取園區資訊。

(八)館所營運

嘉禾新村自 111 年起成立志工隊，於開園時間(週五至週日 11:00-18:00)進行值班，每日兩班，每班服勤時間為 3 小時。每年約於 2-3 月招募志工並進行訓練。新志工招募與訓練，由館方安排人員負責與志工應對管理，並擬定相關志工管理規章與志工隊隊長遴選辦法。113 年志工訓練課程辦理成果如下：

項次	日期時間	活動名稱	參與人次
1	2024/02/24 (六) 14:00-16:00	志工親子課程開發訓練	11
2	2024/03/17 (日) 14:00-17:00	導覽培訓課程 (上)	10
3	2024/03/24 (日) 14:00-17:00	導覽培訓課程 (下)	4
4	2024/04/13 (六) 13:00-17:00	園藝養護課程	21
5	2024/05/24 (六) 13:00-17:00	防火與消防安全講習課程	10
6	2024/06/01 (六) 14:00 - 17:00	囡仔人物件與肢體課程	10
7	2024/11/30 (六) 10:00-12:00	隨機觸發沉浸式劇場課程	6
8	2024/11/30 (六) 14:00 - 16:00	導覽培訓課程	8
9	2024/12/1 (日) 10:30 - 12:00	囡仔人物件劇場培訓課程	6

(九)年度實際服務人次(入館人次)

月份	111 年	112 年	113 年
一月	-	938	2,313
二月	-	729	2,105
三月	-	1,098	2,323
四月	-	2,396	3,571
五月	-	1,018	2,445
六月	-	1,171	2,729
七月	-	1,506	2,226
八月	-	1,182	2,212
九月	-	1,057	6,438
十月	307	4,215	4,744
十一月	896	1,200	3,589
十二月	2,067	1,239	4,436
總計	3,270	17,749	39,131

註：嘉禾新村 111 年 10 月 22 日起對外開放嘉禾故事館供民眾參觀，112 年其他建築仍待取得建築使用許可，故維持僅開放嘉禾故事館。113 年下半年，村內建築皆取得使用許可，並對外開放展演活動。

貳、收支營運實況

- (一)本年度收入預算數 6 億 1,308 萬 4,000 元，執行結果，決算數 7 億 488 萬 8,422 元，較預算數增加 9,180 萬 4,422 元，約 14.97%，主要係松山文創園區風格店家、北投溫泉博物館及新北投車站之賣店等銷售收入較預期增加；租金收入因辦理活動展覽、場地租借需求增加，故收入較預期增加。
- (二)本年度支出預算數 6 億 1,308 萬 4,000 元，執行結果，決算數 6 億 6,180 萬 1,359 元，較預算數增加 4,871 萬 7,359 元，約 7.95%。主要係松山文創園區風格店家、北投溫泉博物館及新北投車站之賣店等銷售收入增加且銷貨成本亦增加；管理費用主要係電費調漲、因維運空間增加、設備故障、各項房屋與園區修繕及設備維護需求增加、以及地震與颱風之天然災因素，致執行金額較預期增加。業務費用主要係配合外部單位專案收入及異業合作、如 AIC 委辦活動配合國境開放、非常演員專案、新導演長片工作坊等、異業合作、資源交換以及西門紅樓疫後振興區域文化觀光及商圈合作，且配合市政府政策為增進地方繁榮等辦理活動，致執行金額較預期增加。
- (三)收支相抵，本年度預算數為賸餘 0 元，執行結果，決算數賸餘 4,308 萬 7,063 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	
74,530,714	4,327,308	344,703,143	7,641,421	222,171,147	42,931,189	4,272,673	2,890,652	1,420,175	704,888,422
10.57%	0.61%	48.90%	1.09%	31.52%	6.09%	0.61%	0.41%	0.20%	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		
64,872,028	165,633,100	198,629,690	232,666,541				0		661,801,359
9.80%	25.03%	30.01%	35.16%				0.00%		100.00%

參、現金流量實況

- 一、業務活動之淨現金流入 7,017 萬 6,142 元。
- 二、投資活動之淨現金流出 2,843 萬 6,000 元。其中增加不動產、廠房及設備 798 萬 9,350 元、代管資產-機械設備 45 萬 8,978 元、代管資產-什項設備 306 萬 5,186 元、代管資產-修繕工程 1,615 萬 8,346 元、無形資產 66 萬 1,500 元及存出保證金-非流動增加 10 萬 2,640 元。
- 三、籌資活動之淨現金流入 155 萬 5,437 元。其中增加其他負債 268 萬 6,587 元及存入保證金-非流動減少 113 萬 1,150 元。
- 四、期初現金及約當現金 1 億 4,859 萬 8,397 元，期末現金及約當現金 1 億 9,189

萬 3,976 元，現金及約當現金之淨增 4,329 萬 5,579 元。

肆、淨值變動實況

本會截至民國 113 年 12 月 31 日止所登記之基金總額為 5,653 萬 4,255 元，與上期相同。本年度期初淨值 1 億 1,891 萬 8,192 元，本年度賸餘 4,308 萬 7,063 元，期末淨值為 1 億 6,200 萬 5,255 元。

伍、資產負債實況

- 一、資產：資產總額 3 億 3,842 萬 7,947 元，包括：流動資產 2 億 1,804 萬 1,517 元，不動產、廠房及設備 1,026 萬 6,399 元，無形資產 83 萬 2,735 元，其他非流動資產 1 億 928 萬 7,296 元，資產總額較上年度 2 億 8,370 萬 1,085 元，增加 5,472 萬 6,862 元。
- 二、負債：負債總額 1 億 7,642 萬 2,692 元，包括：流動負債 1 億 1,894 萬 9,359 元，非流動負債 5,747 萬 3,333 元，負債總額較上年度 1 億 6,478 萬 2,893 元，增加 1,163 萬 9,799 元。
- 三、淨值：淨值總額 1 億 6,200 萬 5,255 元，包括：基金 5,653 萬 4,255 元，累積賸餘 1 億 547 萬 1,000 元，上年度淨值總額 1 億 1,891 萬 8,192 元，本年度增加 4,308 萬 7,063 元。

陸、其他

無

財團法人台北市文化基金會

收支營運表

中華民國 113 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-)數	
				金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100
652,641,489	收入	613,084,000	704,888,422	91,804,422	14.97
649,131,506	業務收入	612,140,000	700,577,595	88,437,595	14.45
59,788,056	銷貨收入	44,530,000	74,530,714	30,000,714	67.37
6,032,087	受贈收入	3,900,000	4,327,308	427,308	10.96
341,718,810	政府補助基本營運收入	354,666,000	352,344,564	(2,321,436)	(0.65)
45,552,504	營運收入	37,256,000	42,931,189	5,675,189	15.23
194,181,375	租金收入	170,908,000	222,171,147	51,263,147	29.99
1,858,674	其他業務收入	880,000	4,272,673	3,392,673	385.53
3,509,983	業務外收入	944,000	4,310,827	3,366,827	356.66
2,126,104	財務收入	944,000	2,890,652	1,946,652	206.21
1,383,879	其他業務外收入	-	1,420,175	1,420,175	--
621,233,505	支出	613,084,000	661,801,359	48,717,359	7.95
621,233,505	業務支出	613,084,000	661,801,359	48,717,359	7.95
50,842,716	銷貨成本	35,571,000	64,872,028	29,301,028	82.37
158,577,955	人事費用	183,386,000	165,633,100	(17,752,900)	(9.68)
195,415,396	管理費用	181,859,000	198,629,690	16,770,690	9.22
216,397,438	業務費用	212,268,000	232,666,541	20,398,541	9.61
-	業務外支出	-	-	-	--
-	財務費用	-	-	-	--
-	其他業務外支出	-	-	-	--
31,407,984	本期賸餘(短絀-)	-	43,087,063	43,087,063	--

附表：本期其他綜合餘絀預(決)算數金額

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-)數 (3)=(2)-(1)
-	本期其他綜合餘絀	-	-	-
-	備供出售金融資產未實現餘絀	-	-	-
-	未實現重估增值	-	-	-
-	本期其他綜合餘絀合計	-	-	-

財團法人台北市文化基金會

現金流量表

中華民國 113 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-)數	
			金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100
業務活動之現金流量				
稅前賸餘(短絀-)	-	43,087,063	43,087,063	--
利息股利之調整	(944,000)	(2,890,652)	(1,946,652)	206.21
未計利息股利之稅前賸餘(短絀)	(944,000)	40,196,411	41,140,411	(4,358.09)
調整非現金項目	18,130,000	29,979,731	11,849,731	65.36
折舊費用	17,186,000	20,874,889	3,688,889	21.46
各項攤提	-	131,318	131,318	--
利息收入	-	-	-	--
出售資產損失	-	-	-	--
應收票據(增加)減少	-	-	-	--
應收帳款(增加)減少	-	(3,572,596)	(3,572,596)	--
存貨(增加)減少	-	(15,139)	(15,139)	--
其他應收帳款(增加)減少	-	(741,941)	(741,941)	--
預付款項(增加)減少	-	693,038	693,038	--
其他流動資產(增加)減少	-	(364,852)	(364,852)	--
暫付款-流動(增加)減少	-	(365,352)	(365,352)	--
存出保證金-流動(增加)減少	-	500	500	--
代付款(增加)減少	-	-	-	--
應付帳款增加(減少)	-	(2,844,010)	(2,844,010)	--
預收款項增加(減少)	-	10,882,837	10,882,837	--
其他應付款增加(減少)	-	(716,336)	(716,336)	--
應付費用增加(減少)	-	292,053	292,053	--
其他流動負債增加(減少)	-	2,469,818	2,469,818	--
代收款增加(減少)	-	(1,631,247)	(1,631,247)	--
暫收款-流動增加(減少)	-	2,123,511	2,123,511	--
存入保證金-流動增加(減少)	-	1,977,554	1,977,554	--
收取之利息	944,000	2,890,652	1,946,652	206.21
業務活動之淨現金流入(流出一)	17,186,000	70,176,142	52,990,142	308.33
投資活動之現金流量:				
取得固定資產	-	(7,989,350)	(7,989,350)	--
取得代管資產-房屋建築	-	-	-	--
取得代管資產-機械設備	-	(458,978)	(458,978)	--
取得代管資產-交通及運輸設備	-	-	-	--
取得代管資產-什項設備	(8,020,000)	(3,065,186)	4,954,814	(61.78)
取得代管資產-修繕工程	(10,986,000)	(16,158,346)	(5,172,346)	47.08
取得無形資產	-	(661,500)	(661,500)	--
出售設備收益	-	-	-	--
暫付款-非流動減少(增加)	-	-	-	--
存出保證金-非流動減少(增加)	-	(102,640)	(102,640)	--
投資活動之淨現金流入(流出一)	(19,006,000)	(28,436,000)	(9,430,000)	49.62

籌資活動之現金流量				
其他負債(減少)增加	2,016,000	2,686,587	670,587	33.26
其他非流動負債增加(減少)	-	-	-	--
存入保證金-非流動增加(減少)	-	(1,131,150)	(1,131,150)	--
暫收款-非流動	-	-	-	--
解繳市庫	-	-	-	--
籌資活動之淨現金流入(流出-)	2,016,000	1,555,437	(460,563)	(22.85)
現金及約當現金之淨增(淨減-)	196,000	43,295,579	43,099,579	21,989.58
期初現金及約當現金	42,498,000	148,598,397	106,100,397	249.66
期末現金及約當現金	42,694,000	191,893,976	149,199,976	349.46

財團法人台北市文化基金會

淨值變動表

中華民國 113 年度

單位：新臺幣元

科目	上年度 餘額	本年度		截至本年度 止餘額	說明
		增加	減少		
合計	118,918,192	43,087,063	-	162,005,255	
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	62,383,937	43,087,063	-	105,471,000	
累積餘絀	82,264,053	43,087,063	-	125,351,116	
解繳市庫	(19,880,116)	-	-	(19,880,116)	

財團法人台北市文化基金會

資產負債表

中華民國 113 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-)數	
			金額 (3)=(1)-(2)	% (4)=(3)/(2)*100
資產				
流動資產				
現金	191,893,976	148,598,397	43,295,579	29.14
應收款項	23,828,531	19,513,994	4,314,537	22.11
應收票據淨額	-	-	-	--
應收帳款淨額	15,783,613	12,211,017	3,572,596	29.26
其他應收款	8,044,918	7,302,977	741,941	10.16
存貨	345,259	330,120	15,139	4.59
預付款項	1,569,089	2,262,127	(693,038)	(30.64)
其他流動資產	404,662	39,810	364,852	916.48
代付款	-	-	-	--
存出保證金-流動	7,500	8,000	(500)	(6.25)
暫付款-流動	397,162	31,810	365,352	1,148.54
流動資產合計	218,041,517	170,744,448	47,297,069	27.70
非流動資產				
不動產、廠房及設備				
房屋及建築	719,435	837,155	(117,720)	(14.06)
房屋及建築	941,799	941,799	0	0.00
累計折舊－房屋及建築	(222,364)	(104,644)	(117,720)	112.50
機械及設備	1,992,454	1,875,381	117,073	6.24
機械及設備	12,780,198	11,909,219	870,979	7.31
累計折舊－機械及設備	(10,787,744)	(10,033,838)	(753,906)	7.51
交通及運輸設備	145,733	48,605	97,128	199.83
交通及運輸設備	424,803	299,478	125,325	41.85
累計折舊－交通及運輸設備	(279,070)	(250,873)	(28,197)	11.24
什項設備	7,408,777	7,606,830	(198,053)	(2.60)
什項設備	24,123,938	21,624,352	2,499,586	11.56
累計折舊－什項設備	(16,715,161)	(14,017,522)	(2,697,639)	19.24
不動產、廠房及設備合計	10,266,399	10,367,971	(101,572)	(0.98)
無形資產				
無形資產	832,735	302,553	530,182	175.24
電腦軟體	832,735	302,553	530,182	175.24
無形資產合計	832,735	302,553	530,182	175.24
其他非流動資產				
存出保證金-非流動	409,532	306,892	102,640	33.44
暫付款-非流動	-	-	-	--
修繕工程	13,436,525	8,967,565	4,468,960	49.83
累計折舊－修繕工程	(9,192,452)	(8,935,448)	(257,004)	2.88
受限制資產	56,534,255	56,534,255	-	0.00
代管資產	48,099,436	45,412,849	2,686,587	5.92

代管資產	123,182,239	104,304,031	18,878,208	18.10
累計折舊—代管資產	(75,082,803)	(58,891,182)	(16,191,621)	27.49
其他非流動資產合計	109,287,296	102,286,113	7,001,183	6.84
非流動資產合計	120,386,430	112,956,637	7,429,793	6.58
資產合計	338,427,947	283,701,085	54,726,862	19.29
負債				
流動負債				
應付款項	62,972,444	66,240,737	(3,268,293)	(4.93)
應付帳款	27,346,434	30,190,444	(2,844,010)	(9.42)
其他應付款項	4,111,965	4,828,301	(716,336)	(14.84)
其他應付費用-關係人	-	-	-	--
應付費用	31,514,045	31,221,992	292,053	0.94
代收款	-	-	-	--
預收款	32,767,132	21,884,295	10,882,837	49.73
預收收入	32,767,132	21,884,295	10,882,837	49.73
其他預收款	-	-	-	--
其他流動負債	23,209,783	20,739,965	2,469,818	11.91
代收款	10,450,318	12,081,565	(1,631,247)	(13.50)
存入保證金-流動	9,815,162	7,837,608	1,977,554	25.23
暫收款-流動	2,944,303	820,792	2,123,511	258.71
流動負債合計	118,949,359	108,864,997	10,084,362	9.26
非流動負債				
其他非流動負債	57,473,333	55,917,896	1,555,437	2.78
存入保證金-非流動	9,373,897	10,505,047	(1,131,150)	(10.77)
暫收款-非流動	-	-	-	--
應付代管資產	48,099,436	45,412,849	2,686,587	5.92
非流動負債合計	57,473,333	55,917,896	1,555,437	2.78
負債合計	176,422,692	164,782,893	11,639,799	7.06
淨值				
基金				
創立基金	56,534,255	56,534,255	-	--
創立基金	56,534,255	56,534,255	-	--
基金合計	56,534,255	56,534,255	-	--
累積餘絀				
累積餘絀	105,471,000	62,383,937	43,087,063	69.07
累積餘絀	105,471,000	62,383,937	43,087,063	69.07
累積餘絀合計	105,471,000	62,383,937	43,087,063	69.07
淨值合計	162,005,255	118,918,192	43,087,063	36.23
負債及淨值合計	338,427,947	283,701,085	54,726,862	19.29

財團法人台北市文化基金會

收入明細表

中華民國 113 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-)數		說明
			金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1) *100	
收入	613,084,000	704,888,422	91,804,422	14.97	
業務收入	612,140,000	700,577,595	88,437,595	14.45	
銷貨收入	44,530,000	74,530,714	30,000,714	67.37	主要係松山文創園區風格店家、北投溫泉博物館及新北投車站之賣店等銷售收入較預期增加。
受贈收入	3,900,000	4,327,308	427,308	10.96	主要係影委會拍台北電影、金片子大賽之贊助。
政府補助基本營運收入	354,666,000	352,344,564	(2,321,436)	(0.65)	
政府補助基本營運收入-文化局	346,166,000	344,703,143	(1,462,857)	(0.42)	補助款剩餘經費回繳市庫。
政府補助基本營運收入-其他	8,500,000	7,641,421	(858,579)	(10.10)	如文化部、教育局、環保局等之補助款核定數未如預期。
營運收入	37,256,000	42,931,189	5,675,189	15.23	主要係爭取外部單位專案收入，如 AIC 委辦活動配合國境開放、非常演員專案、新導演長片工作坊、等及異業合作、資源交換等收入增加。
租金收入	170,908,000	222,171,147	51,263,147	29.99	主要係松山文創園區及西門紅樓場地需求增加，故收入較預期增加。
其他業務收入	880,000	4,272,673	3,392,673	385.53	主要係松山文創園區之臺北文化體育園區發展漸趨熱絡爰廣告委刊超乎預期。
業務外收入	944,000	4,310,827	3,366,827	356.66	
財務收入	944,000	2,890,652	1,946,652	206.21	存款孳息收入。
其他業務外收入	-	1,420,175	1,420,175	--	主要係松山文創園區、西門紅樓、剝皮寮因進駐單位違規、或場地臨時取消等違約金。

財團法人台北市文化基金會

支出明細表

中華民國 113 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-)數		說明
			金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
支出	613,084,000	661,801,359	48,717,359	7.95	
業務支出	613,084,000	661,801,359	48,717,359	7.95	
銷貨成本	35,571,000	64,872,028	29,301,028	82.37	主要係松山文創園區風格店家、北投溫泉博物館及新北投車站之賣店等銷售收入增加且銷貨成本亦增加。
銷貨成本	35,571,000	64,872,028	29,301,028	82.37	
人事費用	183,386,000	165,633,100	(17,752,900)	(9.68)	人員離退徵聘等待期，員額未足額聘用並撙節開支。
薪資費用	157,579,476	142,511,367	(15,068,109)	(9.56)	
勞工退休金	8,240,687	7,446,443	(794,244)	(9.64)	
保險	17,565,837	15,675,290	(1,890,547)	(10.76)	
管理費用	181,859,000	198,629,690	16,770,690	9.22	主要係電費調漲、因維運空間增加、設備故障、各項房屋與園區修繕及設備維護需求增加、以及地震與颱風之天然災因素，致執行金額較預期增加。
租金支出	5,183,250	7,547,617	2,364,367	45.62	
文具印刷	1,768,200	2,013,718	245,518	13.89	
旅費	355,000	408,297	53,297	15.01	
交通費	340,000	325,352	(14,648)	(4.31)	
國內差旅	15,000	82,945	67,945	452.97	
運費	730,580	691,985	(38,595)	(5.28)	
郵電費	1,426,264	1,257,966	(168,298)	(11.80)	
修繕費	22,682,200	27,897,008	5,214,808	22.99	
水電瓦斯費	28,705,200	33,903,975	5,198,775	18.11	
保險費	4,521,212	4,197,582	(323,630)	(7.16)	
交際費	22,500	81,604	59,104	262.68	
稅捐	2,094,800	440,757	(1,654,043)	(78.96)	
折舊	17,061,450	20,381,073	3,319,623	19.46	
各項攤提	-	131,318	131,318	--	
職工福利	977,000	1,177,393	200,393	20.51	
訓練費	414,000	484,226	70,226	16.96	
誤餐費	150,000	297,919	147,919	98.61	
勞務費	2,443,192	3,454,283	1,011,091	41.38	
清潔費	30,033,400	30,609,695	576,295	1.92	
保全費	31,601,156	31,116,106	(485,050)	(1.53)	
保養費	14,293,640	13,518,693	(774,947)	(5.42)	
園藝費	10,325,700	11,360,189	1,034,489	10.02	
消防安全	-	39,350	39,350	--	
雜項購置	2,011,400	1,902,441	(108,959)	(5.42)	
手續費支出	25,980	123,477	97,497	375.28	

其他費用	5,032,876	5,593,018	560,142	11.13	主要係配合外部單位專案收入及異業合作、如 AIC 委辦活動配合國境開放、非常演員專案、新導演長片工作坊等、異業合作、資源交換以及西門紅樓疫後振興區域文化觀光及商圈合作，且配合市政府政策為增進地方繁榮等辦理活動，致執行金額較預期增加。
業務費用	212,268,000	232,666,541	20,398,541	9.61	
租金支出	19,014,686	18,187,690	(826,996)	(4.35)	
文具印刷	6,281,970	5,628,661	(653,309)	(10.40)	
旅費	7,487,123	7,126,373	(360,750)	(4.82)	
交通費	1,620,900	1,381,302	(239,598)	(14.78)	
國內差旅	170,000	93,185	(76,815)	(45.19)	
國外差旅	5,696,223	5,651,886	(44,337)	(0.78)	
運費	1,627,117	419,615	(1,207,502)	(74.21)	
郵電費	364,000	312,191	(51,809)	(14.23)	
修繕費	1,417,000	1,392,057	(24,943)	(1.76)	
廣告費	9,285,472	12,584,533	3,299,061	35.53	
水電瓦斯費	88,200	14,456	(73,744)	(83.61)	
保險費	1,049,300	814,466	(234,834)	(22.38)	
交際費	380,000	449,822	69,822	18.37	
稅捐	12,500	61,639	49,139	393.11	
折舊	125,000	493,816	368,816	295.05	
訓練費	364,000	203,333	(160,667)	(44.14)	
書報雜誌	-	7,752	7,752	--	
誤餐費	3,329,950	3,050,005	(279,945)	(8.41)	
計時人員	27,757,981	24,646,566	(3,111,415)	(11.21)	
勞務費	51,530,925	55,858,004	4,327,079	8.40	
清潔費	472,000	99,321	(372,679)	(78.96)	
保全費	24,000	17,680	(6,320)	(26.33)	
保養費	20,000	18,900	(1,100)	(5.50)	
版權費	2,811,000	2,135,264	(675,736)	(24.04)	
製作費	40,910,000	59,586,328	18,676,328	45.65	
材料費	2,341,000	1,287,380	(1,053,620)	(45.01)	
雜項購置	932,816	1,194,373	261,557	28.04	
手續費支出	541,498	1,193,104	651,606	120.33	
獎補助金支出	20,987,000	21,132,965	145,965	0.70	
其他費用	13,113,462	14,750,247	1,636,785	12.48	
業務外支出	-	-	-	--	
財務費用	-	-	-	--	
外幣兌換損失	-	-	-	--	

財團法人台北市文化基金會
不動產、廠房及設備、無形資產及代管資產投資明細表

中華民國 113 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	19,006,000	28,333,360	9,327,360	49.08	
固定資產	-	7,989,350	7,989,350	--	
房屋及建築設備	-	-	-	--	
機械及設備	-	870,979	870,979	--	1. 台北當代藝術館佈展設備 - 錄音介面 (MOTU UltraLite mk5) 一台、佈展設備 - 電腦顯示卡 (GeForce RTX4070 Super Windforce oc 12G)。 2. 西門紅樓網路 IP 造冊管理及防火強設備修繕、正航系統主機汰換新-微軟 2022 標準版使用授權 3. 台北電影節宣傳拍攝使用手機 iPhone 16 Pro 256GB、公務用 MacBook Air 13 吋(M3)一台、米波羅 MA-828 無線擴音機、辦公室電話總機安裝。 4. 辦學部 CyberPower 1500VA 在線式不斷電系統 (OLS1500)*2 台。 5. 剝皮寮歷史街區西側筆電*1、手機*1、平板*2、觸控筆*2(場務及展演組同仁使用、電腦主機*1、螢幕*1。
交通及運輸設備	-	125,325	125,325	--	1. 電影公園保全亭監視系統增。 2. 新北投車站講座使用無線擴音機 MA709*1 台。

什項設備	-	2,524,086	2,524,086	-- 1. 西門紅樓會議椅*14、辦公椅*28、二樓劇場舞台監聽音響喇叭擴大機、休憩區書櫃 W278*D35*H75cm 2. 電影公園儲藏貨櫃電器等修繕工。 3. 電影委員會影人來訪業務洽公客用咖啡機 ANIMA CMF。 4. 台北電影節辦公室會議室內無線雷射投影機 EPSON EB-L5700。 5. 新北投車站 POS 機。 6. 辦學部 DJ 實作課教學購置 DDJ-FLX4 DJ 控制器*4台、日立 RAC90YP 冷暖空調冷氣(一期校區 6-1 教室)、教學用投影機(含架)/Epson EB-L210SF、教學用投影機/Epson EB-L210SF、硬碟與基地台、網路交換器一台。 7. 松山文化創意園區多功能展演廳投影機 3 台、風格店家新增監視器數位錄影主機 2 台。 8. 剝皮寮歷史街區西側單眼相機 Canon EOS R10、手機 iPhone 16 Pro (512G)X2。 9. 北投溫泉博物館禾聯節能單冷變頻冷氣一台、單門冷藏展示櫃。 10. 煥民新村網路設備設置線材(B區)(CDE區) 11. 梅庭「戶外故事展」展覽製作。
修繕工程	-	4,468,960	4,468,960	-- 1. 西門紅樓南北廣場地磚及周圍地面修繕、旋轉梯、電梯蓋板、廁所擋板修繕及消防管刷漆、八角樓冰水主機變頻器 FC102 60HP 220V 修繕、十字樓屋頂直段與八角樓銜接處鐵皮修繕、十字樓屋頂玻璃修繕、會議室空間規畫調整、十字樓冰水管改管銜接八角樓空調箱設計規劃、十字樓冰水管變更管路銜接八角樓空調箱修繕耗材。 2. 電影公園塗鴉牆修繕、多功能展演廳屋頂修繕、休息椅側背面朔木修繕及

其他資產	19,006,000	19,682,510	676,510	3.56	女廁前朔木板橫桿安裝、戶外場地除鏽工程、G棟二棟辦公室空調汰換及機電設備換新、G棟二棟辦公室室內空間調整、馬達更換、管路配置及全區水檢工程、Showcase 貨櫃保亭優化。
代管資產-房屋及建築	-	-	-	--	
代管資產-機械設備		458,978	458,978	--	1. 寶藏巖展場用電視螢幕 1 臺 SONY 43 型 4K LED 顯示器(型號 KM-43X85K)、展場用電視螢幕-3 臺 SONY 55 型 4K 聯網液晶顯示器(型號 KM-55X80L)、青年會所 201/103 住房分離式冷氣及更換 38-1 室內空調安裝。 2. 中心新村 1 辦+2 辦公室電子鎖安裝設定、充電式錘鑽+含電池及充電器、華碩筆記型電腦 TUF Gaming F15*2 台、樓梯扶手裝設工程、嬰兒尿布台及兒童安全座椅安裝作業。
代管資產-交通及運輸設備	-	-	-	--	
代管資產-什項設備	8,020,000	3,065,186	(4,954,814)	(61.78)	1. 寶藏巖 37 弄 8 號住房一對一分離式冷氣安裝 RXV50UVLT/FTXV50UVLT、投影機 EPSON EB-L210SF 2 臺、展場用電視螢幕-3 臺 SONY 55 型 4K 聯網液晶顯示器 KM-55X80L、財產物品電子盤點系統(含伺服器及掃描設備)。 2. 台北偶戲館庫房準備室中型層架。 3. 中心新村 B7 展區飲水機、防潮箱、大型帳篷 6M*6M。 4. 煥民新村 E 區進駐戶儲熱式電熱水器 3 台、空調設備(B 區一樓)、除濕機 10 台、筆記型電腦、EPSON 投影機 EBL630U 一台、電腦(工務人員)、網路儲存裝置(NAS)、機房機櫃、辦公室及小會議空調設備、網路監視器 1 台及交換器 2 台、CD 區無限網路-合勤 ZYXEL 交換器(網管)1 台 5. 嘉禾新村日式聚場及戶外劇場燈光技術整合及開

<p>代管資產-修繕工程</p>	<p>10,986,000</p>	<p>16,158,346</p>	<p>5,172,346</p>	<p>47.08</p> <p>關電箱設置、展覽使用之 iPad Air、馬達式高壓清洗機 NAREX-A(P-2500M)1 台、創生工作站儲藏室筆電(ASUS 14 吋商用筆電 B1402CVA-0211A1355U)、服務台製作(木工櫃體大理石檯面)一式、停車場電動柵欄機設置工程、無線網路工程、監視器工程、講座會議使用之投影機、桌上型電腦一台(ASUS M700TE)/放置創生工作站辦公室。</p> <p>1. 寶藏巖牆面油漆粉刷工程-室內空間 37 弄 2 號, 55 號 2 樓, 65 號、230 巷 59 弄屋頂防水毯鋪設工程、37 弄 4-8 號(二辦). 37 弄 4-1 號(三辦). 37 弄 6-5 號 2F(中控室)一對一分離式冷氣安裝、戶外監視器線路工程、監視器查修安裝工程、37 弄 6-3 號藝術家工作室洗浴設備更新工程、59 弄 7 號住房空調設備更換工程、藝術家住房空間年度例行維護工程、二辦屋頂防水毯鋪設工程、山城上排練場冷氣設備更新、室內裂縫及閣樓、40 號戶外牆面泥作修補工程、監視設備及門禁系統維修工程、官網頁面功能新增及改善、29 號辦公室廁所屋頂防水工程、29 號辦公室新增電話線路工程、37 弄 4-4 號. 4-6 露台防水工程、37 弄 4-8 號住房油漆工程、61 號 69 號室內線路整修工程、61 號油漆防水牆面泥作修補工程、61 號室內空間木作整修工程、室內展間線路重整工程、戶外避雷針安裝移置工程、微聚工作室線路整修工程、棧道階梯鐵件結構補強工程、間展間室內空間牆面油漆修補工程、地皮整修工程 230 巷主要出入口處、戶外展示空間。</p> <p>2. 台北偶戲館 2 樓男女廁整修工程」設計監造、樓</p>
------------------	-------------------	-------------------	------------------	--

梯間及門廳整修工程整修工程、3F 室內空間整修工程、展示櫃加裝恆濕模組費用、製偶教室施作新拉門費用、特展展牆副牆製作及油漆費用、2 樓展間增設無線基地台。

3. 電影公園 Showcase 都市藝術方塊空間修繕與常設展覽規劃案、Showcase 貨櫃保全亭優化、Showcase 修繕採購保全臨時工作帳篷。

4. 中心新村 46 巷北側水溝封蓋暨木平台南側地坪修復工程、B5、B6、E1、E2 區廁所通風改善工程、CD 區圍阻設施設計施作整合工程、E1E2 建物過廊結構補強設計施作整合工程、新民路 22 巷 29 號建物牆體、南側圍牆及新民路 46 巷 35 號東側圍牆修復、46 巷 37 號消防火警警報設備移設工程、46 巷北側水溝封蓋工程、B1、B5、C2-2 地坪改善工程、B5-2 建物門柱及 D2-2 建物紅門修復工程、B5-2 建物雨遮新作工程、B5 泥作工程、C2-1、I5-10I5-3 配電盤設備建置及拉線箱更換工程、C2-1 行政辦公室基礎工程、C2-1 行政辦公區域流理台及辦公桌、C2-1 辦公室電子鎖安裝設定、C2-2 行政空間家具及安裝、C2-2 區心心講堂節能變頻冷氣、C2-2 區第一行政辦公室日立空調設備、D1-2、2-1 建物窗扇修繕暨 D1-2、F1-3 雨遮新作工程、D1-4 地坪修復/GUI/晉昇國際室內裝修、D1-4 建物木拉門暨防颱窗修繕工程、D2-2 建物弱電系統設置工程、E2-2 棟高架地坪施作工程、H2 親子空間 2 樓樓梯安全網、戶外木平台及展覽區 A 建物外牆保養維護、C2-1 區空調設備及 H2-1 水塔加壓馬達設置、花園、水溝及柵欄修整工程、門禁系統維修作業(2 號門鋁門樓

					<p>梯、6 號門木平台側門、7 號門紅色大門)、聚落建築群再利用工程(新民路 22 巷 3 號等 13 戶 7 棟)因應計畫、(C2-2)及一期展區(42.E)隔熱板鋪設工程、聚落共創計畫區域網路系統建置、B5 弱電基礎工程、C2 講堂投影設備優化工程、展間空氣門裝設工程、排水及泥作修繕工程 B5、B7、B5-2 區空調設備。</p> <p>5. 煥民新村避雷針新增工程、B6 及 E8 漏水改善作業、E8 哺乳室地坪滲水改善工程、新增雨遮。</p> <p>6. 嘉禾新村日式聚場及戶外劇場電力迴路修改工程、創生工作站輕食進駐單位前院石板鋪設、防空洞前院及創生工作站廊道採光罩隔熱紙工程、建築天溝排水及戶外劇場水溝蓋改善工程、建築外牆防水及油漆工程。</p>
無形資產	-	661,500	661,500	--	
電腦軟體	-	661,500	661,500	--	管理部會計管理資訊系統功能優化服務

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 113 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%	財團法人石鳳翔基金會解散捐贈臺北市政府 4,000,000 元
一、臺北市政府	29,000,000	29,000,000		29,000,000			
臺北市政府教育局	25,000,000	25,000,000		25,000,000			
臺北市政府	4,000,000	4,000,000		4,000,000			
二、中央及本市以外其他地方政府	-	-		-			
三、累積賸餘或公積轉列基金	-	-		-			
四、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 113 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－）數 (3)=(2)-(1)	說明
合計	236 人	219 人	-17 人	專員實際聘用 94 人，較預算數增加 10 人；資深專員實際聘用 51 人，較預算數增加 4 人，有資深專員以上人員離退，新聘職缺改以專員或資深專員起聘。
副執行長/總監/館長/主任	11 人	10 人	-1 人	
副總監/副館長/副主任	3 人	3 人	0 人	
資深處長/資深經理/資深組長	8 人	5 人	-3 人	
處長/經理/組長	32 人	21 人	-11 人	
資深副理/資深副組長	9 人	8 人	-1 人	
副理/副組長	42 人	27 人	-15 人	
資深專員	47 人	51 人	4 人	
專員	84 人	94 人	10 人	
短聘人員	144/人月	142/人月	-2/人月	

財團法人台北
用人費用
中華民國

科目名稱 職類(稱)	本年度預算 數(1)	薪資費用					勞工退休 金	保險 (勞、健保 費)
		薪資費用 合計	員工薪資	年終獎金	特休 未休假 代金	加班費		
合計	183,386,000	157,579,476	134,977,216	16,076,996	1,916,176	4,609,088	8,240,687	17,565,837
副執行長/總監/館 長/主任	15,323,685	13,466,708	11,773,849	1,467,607	225,252	-	723,853	1,133,124
副總監/副館長/副 主任	3,382,477	2,958,266	2,537,498	316,063	52,048	52,657	153,559	270,652
資深處長/資深經 理/資深組長	8,302,756	7,238,995	6,063,601	754,951	122,726	297,717	372,007	691,754
處長/經理/組長	27,961,738	24,140,859	20,535,937	2,554,999	361,728	688,195	1,254,845	2,566,034
資深副理/資深副 組長	7,346,145	6,309,616	5,370,096	667,891	99,472	172,157	331,344	705,185
副理/副組長	31,555,296	27,046,346	22,966,731	2,855,097	312,823	911,695	1,398,972	3,109,978
資深專員	31,741,868	27,149,033	23,087,202	2,868,284	329,973	863,574	1,404,454	3,188,381
專員	50,451,696	43,051,670	36,988,742	4,592,104	334,490	1,136,334	2,258,141	5,141,885
短聘人員	7,320,339	6,217,983	5,653,560	-	77,664	486,759	343,512	758,844

市文化基金會

彙計表

113 年度

單位：新臺幣元

本年度決算 數(2)	薪資費用					勞工退休 金	保險 (勞、健保 費)	比較增(減-) 數 (3)=(2)-(1)	說明
	薪資費用 合計	員工薪資	年終獎金	特休 未休假 代金	加班費				
165,633,100	142,511,367	123,280,557	13,142,900	1,772,809	4,315,101	7,446,443	15,675,290	(17,752,900)	專員實際聘用 94 人，較預算數增加 10 人；有資深專員以上人員離退，新聘職缺改以專員或資深專員起聘。
14,773,208	13,078,122	11,235,156	1,385,842	338,910	118,214	678,816	1,016,270	(550,477)	
3,193,059	2,845,283	2,169,806	318,002	34,514	322,961	129,300	218,476	(189,418)	
5,326,133	4,680,695	3,909,550	511,271	68,993	190,881	235,284	410,154	(2,976,623)	
21,086,124	18,363,916	15,386,749	1,723,023	433,036	821,108	939,457	1,782,751	(6,875,614)	
7,076,803	6,113,141	5,236,221	603,943	67,023	205,954	316,849	646,813	(269,342)	
22,608,339	19,469,123	16,930,260	1,774,313	268,711	495,839	995,391	2,143,825	(8,946,957)	
30,734,395	26,337,781	22,596,793	2,804,263	227,393	709,332	1,369,670	3,026,944	(1,007,473)	
53,966,042	45,818,213	40,496,467	3,986,288	311,904	1,023,554	2,453,545	5,694,284	3,514,346	
6,868,997	5,805,093	5,319,555	35,955	22,325	427,258	328,131	735,773	(451,342)	

會計： 

執行長： 

董事長： 