

華山文化創意產業園區年度期刊

2017

台灣文創觀察 + 華山實踐報告 + More...



標注當下・提示未來

**華
山園區
10 周年特輯**

過去十年裡，
我們留下了什麼，
要給未來的
許多年...

NO.03

2018 年 5 月印行

華山今論劍

創意起擂台

金庸 謹書

1914 年，前人跨出了第一步

攝影／葉渝焜

1914 ～ 1987 造酒製腦

1914 ／民營酒工場「芳釀社」產製「蝴蝶蘭清酒」上市。
1917 ／「日本樟腦株式會社台北支店」生產精製樟腦。場址在今日的紅磚區。
1922 ／日本政府實施酒專賣，酒工場收歸公營或停業。
1929 ／台灣總督府專賣局正式收購芳釀酒工場，改名「專賣局台北酒工場」。
1946 ／中華民國專賣局接收台北酒工場與樟腦工場，改「場」為「廠」。
1961 ／樟腦廠停產。
1987 ／酒廠遷往林口。

1987 ～ 1999 空間蛻變

1987 ／酒廠遷出，空間閒置。
1992 ／立法院將台北酒廠舊廠區改稱「華山特區」，並做為新院用址，但因爭議不斷而作罷。
1997 ／藝術家積極爭取將華山特區轉型為藝術中心。
1998 ／公賣局將華山特區委託台灣省文化處代管維護 3 年，主要提供藝文及展演等相關活動使用。
1999 ／「華山藝文特區」正式實施。

1999 ～ 2003 藝文特區

1999 年 1 月／華山委由「中華民國藝術文化環境改造協會」經營，進入「藝文特區時期」。
2002 年 5 月／行政院發布六年經建計畫「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，預計以 57 億元經費，利用公賣局舊酒廠閒置空間，由北至南設置包括華山在內的 5 個「創意文化園區」。
2003 年 11 月／華山藝文特區正式轉型為「創意文化園區」。

華山藝文特區自 1999 年初至 2003 年底，近 5 年內舉辦的展演活動多達 4000 多場。

2003 ～ 2007 文創轉型

2004 ／橘園國際藝術策展公司經營華山一年。
2005 ／封園，拆除圍牆、修復古蹟與歷史建築。
2006 年 12 月／中六館「電影實驗場」OT 案由侯孝賢代表的「台灣電影文化協會」取得經營權。
2007 年 1 月／文建會將華山分三區塊委外經營，分別為電影實驗場的 OT 案、台灣文創產業旗艦基地的 ROT 案，及台灣文創產業旗艦中心的 BOT 案。
2007 年 5 月／ROT 案由遠流出版、國賓飯店及仲觀設計顧問所組成的「台灣文創聯盟」贏得最優申請人資格。6 月成立「臺灣文創發展股份有限公司」。
2007 年 11 月 6 日，臺灣文創發展股份有限公司與文建會正式簽約。
2007 年 12 月 6 日，臺灣文創發展股份有限公司進駐，「華山創意文化園區」開始營運。

2007 ～ 2016 全民共享

2007 年 12 月 6 日／「華山創意文化園區」開始營運。
2011 年 4 月 1 日／文建會行文正式定名為「華山文化創意產業園區」。
民間版則以「華山 1914 文創園區」為通稱。
2012 年 5 月 20 日／文建會升格為文化部，設立文創發展司綜理文化創意產業園區與產業聚落之規劃、審議、輔導、考核及獎勵。

2017 年，我們完成了幾件事

關於總體營運

營運投入金額 **1 億 3,182 萬** 元

舉辦活動 **960** 件／**1480** 場，吸引 **2,550,523** 人次到訪。

自行經營及使用的園區場館空間占全園區的 **51.61%**，超過契約規定的 **35%**；而附屬設施的面積（譬如餐廳）占全園區的 **8.03%**，低於契約規定的 **30%**。

全園區用於藝文及文化創意培育的空間，占園區總使用坪數約 22.86%，超過契約所規定的 12% 一倍以上。在表演藝術相關節目及活動上，完成了 176 場展演活動及排練，共有 20,196 人參與。

以「表演藝術、文化資產、創新創業」為主要培育對象，辦理專案計畫共 14 件。全年共育成扶植超過 57 個 pop-up shop 品牌。

協助弱勢團體、社會企業、公益活動、微型文創組織、藝文活動與學生優惠辦理活動總計 **44** 場次，約 **100,568** 人次參與。

藝文及學生團體使用烏梅劇院、果酒練舞場、拱廳等空間進行表演、排練等藝文活動，全年共減免 1,757 萬元。公部門舉辦文創活動提供優惠金額 553 萬元。合計 2,310 萬元。

園區總營業額：**5 億 4,850 萬** 元

推估創造產值：**25 億 6,376 萬** 元

關於滿意度與形象

天下雜誌 2017 年金牌服務業調查，
榮獲「藝文特區類」金賞。

網路溫度計排行榜，
榮獲「北部十大文青必訪朝聖景點」第一名。

2017 年園區自行調查遊客滿意度，共 1,225 份問卷，其中——

對園區營造的文創意象表示「滿意以上」者共 **93.8%**，
顯見遊客對於華山做為一個「文創園區」有高度認同感。

有 **94.5%** 對整體滿意度表示「滿意以上」；
有再次參觀意願者達 **98%**；一年到訪三次以上者達 **44.8%**。
有 **96.5%** 表示願意推薦親友來華山。

對園區服務人員表示「滿意以上」者有 **92.3%**；
對公共設施表示「滿意以上」者有 **92.7%**；
對園區整潔表示「滿意以上」者有 **91%**。

但是——
對餐飲表示「滿意以上」者僅 **75.5%**；
對零售表示「滿意以上」者僅 **82.7%**；
就一般民眾來說，華山的餐廳與零售商店依然無法滿足普遍的需求，仍待加強。



關於軟硬體改善

《華山 1914 半月刊》大幅改版，8 月推出全新的《點讀華山》。
數位媒介包括官網、FB、IG、影音視頻及數位導覽機等亦大幅改版。

全年工程投入金額 **1,420** 萬元。

陸續完成果酒練舞場、烏梅劇院的整建工程，
將兩空間定調做為藝文團隊使用的排練場及小劇場；
加上中三館具備多功能使用的拱廳與戶外空間，
已形成表演藝術空間在華山
「院、廳、場、野」的完整配套。

重新整建中三館洗手間，並增設親子友善廁所 1 處。

大幅整修煙囪廣場步道。
設計並改善多處戶外休憩空間及地坪。
排水、步道、水溝加蓋等改善工程也不間斷地進行。

不論哪一年，我們都抱持著這些信念

攝影／葉鴻焜

我們的角色定位

文創產業的旗艦基地

為台灣其他城市的文創發展創造經驗值。

創意人的江湖

讓各式各樣的創意在這裡切磋較量，在切磋較量中滙成文化。
「華山今論劍，創意起擂台」。

文創活動的消費體驗聚落

讓文創活動的價值，在愉悅的消費體驗中傳遞發散。

一種風景、一所學校、一座舞台、一本大書

一種風景，可以欣賞；一所學校，可以學習；
一座舞台，可以展現成果、揮灑能量；一本大書，記錄下我們從過去到未來的努力軌跡。

我們的評量標準

華山 1914 有沒有做成——

文星匯聚之地

號召了多少文創界的今日之星與後起之秀到華山論劍、起創意擂台？

文化觀光熱點

創造了多少朝聖的感動、回憶的感動或驚豔的感動？

創投基金尋找標的之處

吸引了多少創投家發現創意、創新、創業的機會，並因此獲得投資的回報？

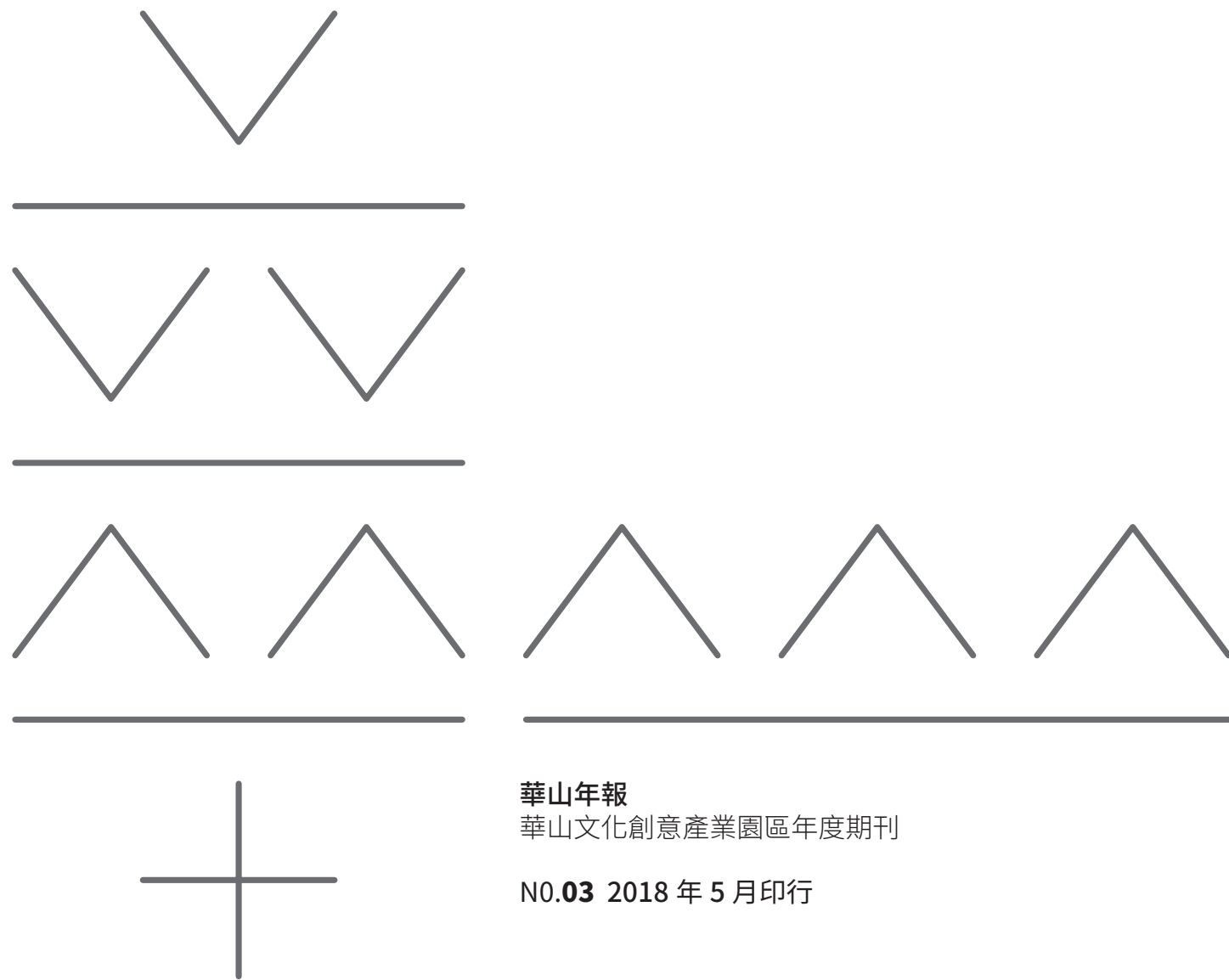
我們的努力方向

發現趨勢

打造平台

成就品牌

我們「打造平台」，讓各路文創工作者找到使用華山的最佳方法；
透過各路文創工作者的企畫與實踐，我們「發現趨勢」；
藉由這兩個力量，鼓勵原創，脫離代工，努力「成就品牌」。



華山年報
華山文化創意產業園區年度期刊

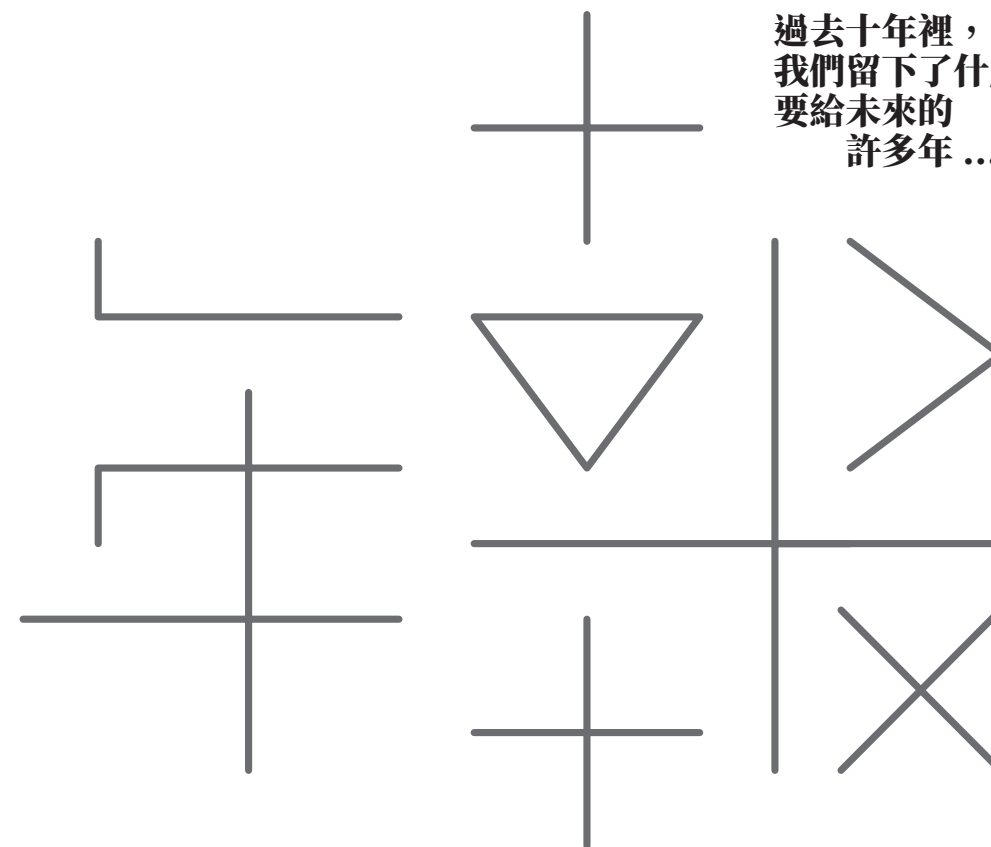
NO.03 2018 年 5 月印行

2017

台灣文創觀察 + 華山實踐報告
& More...

華
山園區
10 周年特輯

過去十年裡，
我們留下了什麼，
要給未來的
許多年 ...





標注當下 • 提示未來

002 序曲

002 1914 年，前人跨出了第一步
004 2017 年，我們完成了幾件事
008 不論哪一年，我們都抱持著這些信念
016 發行人語——十年華山話文創

018 華山園區
10 周年特輯
過去十年裡，我們留下了什麼，
要給未來的許多年 ...

048 台灣文創觀察

經營華山小江湖之前，
我們必須放眼全球，了解台灣這個大江湖...

050 綜合觀察
2017 台灣文創風雲
哪些事情，讓台灣的文化創意在 2017 年風起雲湧？

052 出版風雲
《房思琪的初戀樂園》熱銷
《情緒勒索》大賣

054 影視光采
國片贏回金馬大獎
台劇神作一部部上演

056 零售熱戰
夾娃娃機席捲大街小巷
蝦皮拍賣補貼大戰

058 品牌突圍
世大運行銷死而復生
市集特色化、主題化

060 網路噪音
電競入選亞運項目
募資市場風波

062 旅遊覺醒
日雜《Brutus》的國華街封面爭議
墾丁 vs. 沖繩論戰

064 另類注目
誠品書店創辦人吳清友過世……

036 年度人物
周俊吉
文化了產業、文化了社區、文化了世界

168 More, More & More
在細節中爬梳、整理，我們發現的，不止是踏實，
還有趣味，還有感動，還有鞭策...

170 2017 年華山會展演活動總覽
189 2017 年以華山文創產業園區為主題之
相關研究論文、期刊專題彙整索引

074 華山實踐報告

在華山的場域裡，我們實踐；
在實踐的過程中，我們發現...

076 年度主旋律
華山藝文產業華麗變身
077 從藝文特區到藝文交流平台

080 大館小店全面覆蓋
藝術類展覽大噴發

084 小縫隙變大草原
在戶外創造意想之外

088 虛擬空間大變身
上雲端論劍數位華山

090 創意場域裡的文化傳承
向青年世代深耕影響力

094 從部落到菜市場，從鉛字到黃銅筆
顯化台灣品牌內藏的文化力

096 I wanna hold your hand
文化 × 科技，沒有你就不行

098 更多體驗，更多選擇
三個店家新風格

100 焦點場域
101 烏梅劇院
為表演藝術開山立寨

104 Founders Corner 晨思俱樂部
幫各路英雄英雄創造相遇

106 拱廳
幫沙龍論壇講座找到家

108 華山 Laugh & Peace Factory
從此影娛不缺席

110 DPT
從此時尚有基地

112 Kangol、Clave 與吳日云時尚快閃店
時尚加碼，一家店還不夠

114 日星鑄字行「字體銅模修復計畫」快閃店
虛擬線實體店聯手延續鉛字戀

116 Mon Bonbon
美感的寶寶，無可取代的妳！

118 Wooderful Life 知音文創
生態可以很有趣

120 賽先生科學工廠
科學可以很好玩

122 世大運官方紀念品華山店
運動競技可以飆上創意擂台

124 焦點策展
125 點讀華山
從點與線的活動情報，轉型有觀點的深度閱讀

128 華山會客室
透過名家洞見與經營心法，梳理文創未來

130 École 華山 2.0 實習計畫
出學入術，積術成學

132 teamLab 舞動藝術展 × 未來遊樂園
科技可以很藝術，藝術可以很好玩

134 第 50 屆波隆那世界插畫大展
台灣之光，在插畫界的奧斯卡熠熠生光

136 上帝的建築師—高第：誕生 165 周年大展
建築展進駐暑假檔

140 Hello, My Name is Paul Smith
時尚不只是穿搭

142 潮！積木 The Art of The Brick
積木不只是玩具

144 台灣文博會主題館
這一年，我們在文化裡爆炸

148 2017 雜學校
亞洲最大教育博覽會

150 第五屆華文朗讀節
無所不在無時不在的好味道

152 2017 華山親子表藝節
童心之言 Drama × Music × Play × Fun

154 何曉玫 Meimage 舞團 鈕扣計畫
給旅外舞者一個回鄉的舞台

156 華文原創音樂劇《妳的側臉》
一場倒數計時的夢想弧線

158 人嶼科技《耦合世代》
用數據分析創造風格藝術

160 走進 / 近桑貝的《童年》世界
為一本書做一個展

162 《創新創業品牌力》論壇
來場營養滿點的創業早餐會吧！

164 2017 長風基金會《突破論壇》
聚焦青年未來，看見突破新契機

166 聯合報系《願景工程—公民沙龍》
不只報導，還有行動，一同努力讓台灣更好



十年華山話文創

華山十年了！這十年我們做好了那些事？犯了哪些錯誤？我們給自己打多少分？外界又如何評價華山？

經營出版四十年，我對文化創意產業有一定的使命感，因此十年前投入華山經營時，我就為團隊訂下華山成功與否的指標：一、能否成為文化明星和創意人才的匯聚之地？二、能否帶給訪客感動體驗，成為文化觀光熱點？三、能否成為資金提供者尋找文創人才的聚落？

因為缺乏明確的政策要求，這些年我們總是用這三大指標自我檢驗。十年來華山每年平均吸引一千多件文創提案，許多文創工作者透過華山被看見，找到觀眾、找到出海口。

花蓮玉東國中木工班的孩子們過去曾輾轉於花蓮、剝皮寮等地展出他們的作品，直到在華山這個舞台才遇見他們的伯樂們，之後年年展出都完售一空。在華山，我們總是不斷在創造機會「讓對的人相遇」。

華山團隊透過新型態的策展模式，每年以一千多場多元創新的活動，吸引近三百萬訪客，若非內容精采，人流不會匯聚，而匯聚人流的最終目的是要成就品牌。2017 年華山獲選為北部十大文青必訪聖地第一名，也是國人最愛打卡地點之一，僅次於桃園機場。

空間是靜態的，但華山園區是動態的。在一個具有歷史意義的空間，注入多元創新的文創內容，吸引訪客絡繹不絕前往。華山已經成功建立一個文創產業化的平台，搭建起文創產業的生態體系。

契機

曾經以為外界對我們的批評過於嚴苛，但回首過去十年，其實最苛刻的要求來自自己十年前就已設定的四大願景三大指標。華山前五年慘澹經營的日子，我

們撐過來了。轉虧為盈後的五年我們漸入佳境，卻也面臨各種社會雜音。一路走來，我自覺對得起這塊土地，卻也明白各界對華山的期待很高。

政策的變動是常態，我懂；價值的判斷很主觀，我也明瞭。華山做為台灣第一個依照促參法委託民間經營的文創園區，我們被賦予「扶植文創產業及人才培育」等政策性任務；而身為一家民間企業，也肩負對股東和員工的責任，但我們期許能創造一個符合政策任務且兼具商業效益的經營模式。

過去十年，我們總在不斷嘗試、犯錯、快速修正、導入正途中度過。這十年，華山歷經三次政黨輪替及八位文化部長人事更迭，每當面對外界質疑華山過於商業化時，我們總是想找出這些判斷依據的指標，也希望努力達到各界的期許，但在一個開放民主的台灣社會，這並不是件容易的事。

或許華山十年正是一個契機，讓我們從台灣文化創意產業政策之引進、產官學之論述及實踐的歷程，重新思考台灣的文創產業大業。

緣起

台灣文化創意產業的引進及整合者應該是前文建會主委陳郁秀及前行政院長游錫堃。游前院長於 2002 年提出「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，正式將「發展文化創意產業計畫」列為重點計畫。

前英國首相布萊爾於 1990 年代中期提出「Cool Britannia」口號，強調以積極的補助政策，協助音樂、美術、出版及表演等十三項產業，並扶植這些產業發展「創意經濟」。

陳主委當時考察英國文化創意產業後，文建會為這計畫下了一個非常具有延展性的定義：「文化創意產業係指源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活

提升的行業」。她並從兩大構面思考文創產業的價值。一是國土規畫，二是產業升級。就國土規畫而言，小至創意街區、創意園區，大至都市更新、地方創生，甚至古蹟歷史的活化、閒置工業遺址的再利用，都是空間經營範疇。再從產業升級角度思考，台灣在科學工業園區的代工模式之外，能否透過文化創意，開拓品牌經濟？

可惜產官學界後來掉進狹義的 15+1 的產業範疇和文創定義之爭，政府也沒有從陳主委的宏觀見解中發展出具有高度和全民共識的文創產業政策。在五大酒廠成為五大園區之外，也沒另外發展具有前瞻意義的文創產業園。

目標

不可否認的，當文創淪為口號，各種粗糙或過度包裝的文創商品充斥全台時，難免引發有識之士之反思及批判。但在所謂真文創和假文創的論證之外，或許更應根本探討台灣發展文化創意產業政策的目標為何。

台灣談文創多著重於藝文創作端，相對不談市場及通路平台。韓國的作法較為不同，以「一源多用」的模式徹底發揮文創價值與產值。以《大長今》為例，從電視劇、主題園區、旅遊觀光以至於藥膳養生，充分發揮原創 IP 的效益。

同時期中國大陸的文化產業政策也在產官學論證過程中發展出「文創地產」、「文旅商／特色小鎮」和「IP 開發／變現」的三路並進政策，明確以市場為導向，每項政策都有商業模式，易於遵循。

台灣尊重多元聲音、多元價值，這是珍貴之處，也是我們文創產業發展有別於中韓的原因。只是，產業政策終究會談到產值，文創產業的產值如何創造？談產值能不能談商業化應用？商業化是否就會戕害文化創意產業的純粹？若不談商業模式，我們發展文創產業的目標是甚麼？這些都是必須深入思考的問題。

文化創意內容、產業價值鏈及出海口，整個生態體系必

須一體思考，才能營造一個適合這個產業生存發展的環境。有了舞台、有了市場，就有源源不絕的創意內容。華山的經驗告訴我，文創人才最需要協助的是平台、是出海口。給他們一個舞台，他們就會發光發亮。華山長期贊助提供許多小型表演團體演出，前不久一齣學校師生策畫的戲劇在我們烏梅劇院演出時，台下就坐著他們的知音，表演結束後這群師生立刻就收到創作 IP 收購的提議。

忠實

經營華山的願景於我，是一所學校、一座舞台、一種風景、一本大書。我們在這裡把舞台搭好了，讓該發生的事情在這裡發生，讓該相遇的人在這裡相遇。

若問我華山的核心價值為何？我會告訴你，華山是文創產業化的樞紐，這裡創造文創新星、也使創意人才有出海口；華山也是產業文創化的起點，有人在此開啟品牌化之路、有人在此讓品牌更光亮。

若問我華山如何做到？因為我們忠實地扮演平台的角色。我們不斷從實務運作中洞察趨勢，發掘人才；透過多樣化策展能力，營造園區變化萬千的創作氛圍；我們把訪客帶進來，讓作品與群眾對話，讓好人才不會被埋沒。

十年前我意外進入園區經營，前五年苦不堪言，虧損壓力只能一肩扛，好不容易後五年在摸索前進中漸入佳境，目前團隊也有許多心得樂與社會各界分享。華山當然還有許多不足之處，我們也需要各界的批評指教，我們期望能從不同的聲音中汲取繼續進步的能量。

過去十年，華山場域持續傳遞著當下台灣人對美好創意生活的追尋。未來仍會一本初衷，堅守華山創意江湖，永遠陪伴大家學習成長、有美好盼望！

台灣文創發展公司董事長／華山年報發行人 王榮文

王榮文

這不是一張成績單，
這是一場十年實踐心得的分享

華山園區
10周年特輯

過去十年裡， 我們留下了什麼， 要給未來的 許多年…

從 2007 年到 2017，十年來，華山的外部空間看似依然如舊，
但是它的氣韻，卻已經在一點一滴的演化中，起了近乎翻天覆地般的改變……

專題策畫／華山年報編輯委員會

撰文／鄭林鐘

攝影／岳國介・陳輝明・曹育菁・Edward T.・蔡佩純

圖片提供／財團法人伊日美學生活基金會・財團法人台灣文創發展基金會・串串・

唐寧茶・Pinkoi・奧茲藝術・中華航空・働故事劇團・吉本興業

2007 2008

ROT 登場，
從一片空白開始。

2017 年 12 月，台灣文創發展股份有限公司接下經營華山文創產業園區的任務屆滿十年。

因為這特殊的紀念，這一期的華山年報在標注 2017 的當下之外，我們也想回望一下、整理一下過往，做為來日之惕，或勵。

在第一期年報的編輯手記中，我們報告了「實踐」對於華山的經營意義：

「我們不是學者、不善論述，但我們有一塊園區，它為我們帶來想要在這些場館做些事情的人，這些人不但帶來做事的創意與方法，也帶來為什麼要做這些事的視野與格局。藉由一次又一次主辦或參與這些實踐，我們得到豐富的滋養、得到成長，而且找到信心。」

「不想在定義上走不出迷宮，不敢在論述上不自量力，我們做、做、做、再做，做我們相信的、我們懂的、我們會的，總有一天，定義自然就會清晰無比，而論述也將水到渠成。」

而今十年過去，在自我的實踐與各界賢達的提攜點化之中，我們有沒有在「去蕪」之後，淬煉出一些「存菁」的心得可以奉獻出來分享、有沒有什麼小成可以為自己打打氣呢？



筆路藍縷

2007 年的華山，各場館雖然經過 2004 年的整頓，但空無一物的狀況下，未來如何填進好的內容？如何創造高的人氣？3.5 公頃的每一寸都是考驗。

整頓狀況最好的，當屬烏梅酒廠。而最荒僻的紅磚區，斷垣殘壁宛如廢墟，直到 2011 年才修復完成投入營運。



影視勝境

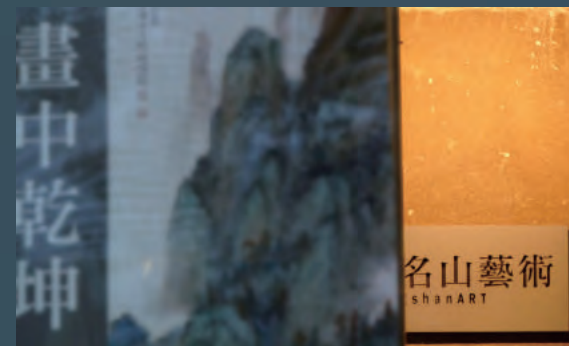
頹廢感、新鮮感、老建築、新情調，這些獨特的氛圍吸引了影視導演們紛紛看上華山。無論是電影、MV 還是偶像劇，鏡頭裡不時就會跳出華山的某個角落。

華山畢業季／2008 年 4 月

從 2008 年起，畢業季在華山從未間斷。華山開放場域，將各大專院校精心製作的畢業展大整合、大 PK，釋放出台灣設計界明日之星最猛的創作能量，同時也讓莘莘學子的才氣與能力，在畢業之前有一個向社會展示的舞台。



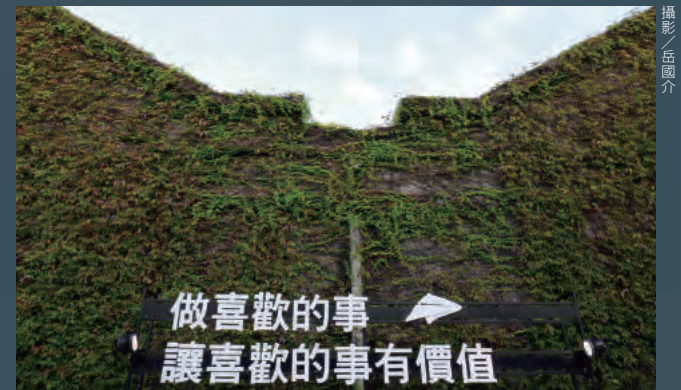
攝影／岳國介



攝影／岳國介

名山藝術／2008 年 6 月

華山的的第一家長約店不是餐廳，是畫廊。「名山藝術」在 2008 年 6 月開幕，朱德群、吳學讓、劉國松等書畫名家都曾在此展出。



簡單生活節／2008 年 12 月

台灣史上第一個結合創意市集、獨立樂團、A 咖歌手以及最頂尖文創菁英論壇的大型活動。有熱鬧、有門道，有李宗盛梁靜茹，有安郁菡蔡康永，有各種匪夷所思、大呼過癮的創意攤檔，超過 3 萬人在兩天之內同時現身華山，沸騰！

簡單生活節在華山文創產業園區尚未營運之前的 2006 年就已開辦第一屆，此後每逢偶數年的 12 月，它就成了文創迷絕對要在行事曆劃紅圈的朝聖大戲。

什麼是簡單？「做喜歡的事，讓喜歡的事有價值」就是。（圖為 2016 年現場）

2009

開放會、開放展、開放演、開放店，
啟動「場域的開放」。

1. 確立「跨界」的必要

當界限被打破，所有的「可能」就都有可能。

製造創意的方法很多，「跨界」是最常見、最好用的一個。提升價值、拉高價格的方法不少，「跨界」幾乎是每試必中的一個。做文創而不運用跨界，幾乎是一件不可思議的事。

華山十年，叫座或叫好的活動中，很難找出一個沒有跨界成分的「純」策展，劇場可以跨科技、音樂可以跨工藝、餐飲可以跨建築、出版可以跨時尚，白先勇聯手台達電、五月天阿信和董陽孜合展……

華山的店家，幾乎每一家都是複合店，書店有專業直播攝影棚、咖啡店有 3D 印表與雷切，餐廳裡辦畫展，選品店裡更是五花八門。

當「跨界」開始發酵，所有的空間與活動便充滿風格與創意，很難定義，但很有威力！

2. 確信「相遇」的力量

文化學者于國華認為，「華山對於文創產業的意義，不在於它園區內的產值，而是做為一個城市的『文創引擎』，提供這個城市各個角落的文創工作者或業者一個『可以來這裡遇到消費者』的空間。」

會



攝影／陳輝明

蘭陵三十／5月

為了慶祝蘭陵劇坊 30 周年，劇場人士啟動了「蘭陵三十·傳奇再現」系列活動，演出地點在國家戲劇院，記者會則選定華山拱廊。那一天，台灣現代劇場界的開山祖師們開心齊聚一堂，拉開了「蘭陵三十」活動的序幕，而華山做為一個絕佳的「會」的場域，也因此拉出了名號。

展



攝影／陳輝明

台灣設計師週／8月

以「台灣設計師連線」為主力所發起的「台灣設計師週」，連續三年在華山動員多個場館盛大舉辦，讓全台北、全台灣，甚至是國際間看見台灣的設計能量。

展



攝影／岳國介

展



攝影／陳輝明

Geisai／12月

Geisai 是日文「藝祭」的意思，由日本藝術家村上隆推動，讓各種類型與風格的藝術家打一場創意擂台，目的在提攜與育成設計新秀。新秀們只要繳交 3000 元就有一方展攤秀出自己，但村上隆卻大張旗鼓為這些未來之星造舞台、做電視轉播，並獎助獲獎者到日本進修，將育成規格拉高到另一個層次。此後連續舉辦了三屆。

幾米《星空》特展／8月

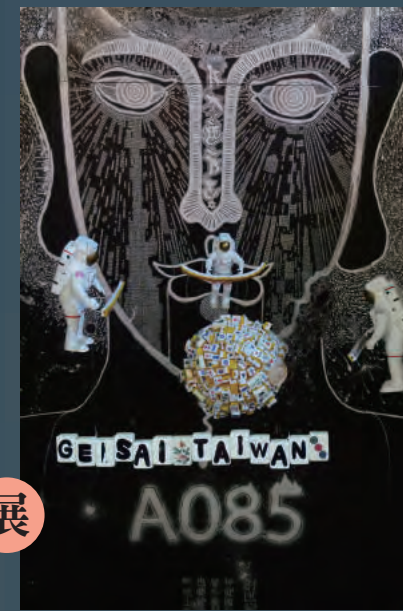
幾米首次挑戰跨領域合作，邀請蠟像、雕塑、時裝、戲偶等不同領域的 14 位藝術家在華山共同創作、展出，擦出高達 6 萬參觀人次的漂亮火花。證明只要善用跨界操作，一部繪本作品便足以發展出一個精采展覽。

展



攝影／岳國介

展



攝影／岳國介

「華山最寶貴的是它的特殊位置和經營型態帶來的人潮，讓更多文創的事件和活動在這裡可以被注意。」

一個又一個的事件，讓我們不斷驚豔於華山創造「相遇」的能力，以及因為「相遇」而創造出來的力量。

・花蓮玉東國中木工班最初在花蓮展出，後來到臺北剝皮寮，但直到登場華山，才遇見他們的伯樂們，年年完售一空，給偏鄉的原住民孩子莫大的鼓舞。

・故宮博物院將「數位故宮」搬到華山，在市中心建立一個接觸年輕人的橋頭堡。

・「好樣」「小器」和「富錦樹」是臺北三大文創街區——忠孝東路樂樂町、赤峰街與富錦街的龍頭店家，但他們在繁榮了街區之餘，也進駐華山成為長約店，為的就是要將「街區的相遇」擴大到「園區的相遇」。

・「日星鑄字行」保存了全臺唯一的鑄字銅模，當它啟動線上線下串連的修復計畫時，實體店的配套除了臺北太原路的本店，也加入了華山，因為在華山遇到的人和後車站遇到的不一樣。

・台灣文創發展基金會更是以「讓該相遇的人相遇」為宗旨，持續以華山為基地，媒合四大領域，發揮傳承、擴展美好。「活動帶來人潮的結果，是在這裡舉辦

演



街頭放聲／全年持續放聲
你來！只要把你的音樂才華帶上來就行，舞台的基礎配備我們已經幫你 set 好。「街頭放聲」用最簡單卻生猛的方式，吸引有才華的獨立樂團釋放他們的潛力。民眾有歌可聽，樂團有舞台可以放聲，而台下則可能正站著或坐著哪位星探，準備發掘下一個未來的五月天或蘇打綠。

演



時尚名牌發表會／全年持續放閃
高挑的空間、挖著大圓洞的屋頂、古舊卻不斑駁的牆壁，這樣的「舊」，和時尚名牌的「新」相互碰撞，讓華山成為那幾年最有風格的走秀場地。

店



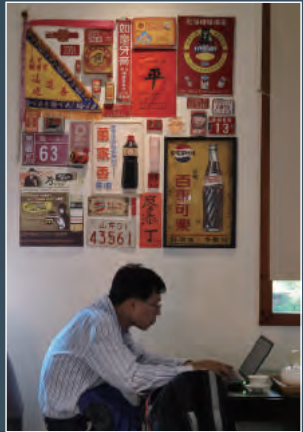
Legacy、一間茶屋、青葉新樂園／12月
華山的店家越來越有質感了。Legacy 是流行音樂樂迷的朝聖之地。一間茶屋是周杰倫御用作詞才子方文山的創意發電廠。青葉新樂園是全球唯一的「台菜 buffet」，肉圓和蚵仔煎上了風雅餐盤，地瓜與鳳梨酥是人氣甜點，飲料區冰鎮著黑松沙士與台灣啤酒，「台」得有夠到位。

演



神遊華山／10月
張忘（張鶴金）是藝文特區時期的華山領航人，轉型文創產業園區後，他依舊為他摯愛的華山奉獻心力與才華，帶領著匯川劇場，為華山建立街頭藝人表演的基礎。

店



華山町市集／4月
華山營運團隊第一次自辦市集。結合「二手市集」與「創意市集」菁華呈現，將文創平台變成一個全民共享的舞台。不但將戶外空間善加運用，匯集人潮，也為日後的品牌育成工作開始練兵。

店



1914 Connection／4月
華山經營團隊的第一家自營店，也是台灣第一家當代設計師禮品專賣店。



2010

從「好玩」出發，展開「群聚的帶動」。

任何冷門活動也會受到注意。這是『小菩薩在大廟也會分到香火』的道理。」于國華說。

因為相遇，即使是一個偶發事件，也可能會挑動某些群體的神經，再被導引出來，就可能點燃改變現狀的動能，爆炸開來，創生了一個嶄新的文化——這是2017年文博會主題館「我們在文化裡爆炸」的闡述。

3. 肯定文資的價值

如果不是當年文化界人士成功保留下這片舊酒廠的古蹟與歷史建築，華山不會有今天的魅力。

- ・是因為老建築「帶著傷痕的美感」，讓新與舊的反差擴大，讓發生在華山的創意與創新活動更顯活力、更為耀眼。
- ・是因為這種「歲月積累的厚度」，幫所有發生在這裡的會、展、演、店都自動加值。
- ・是因為這種「從藝文特區走過來」的基因，讓華山一站出來，就散發著斯文氣質，成為它吸引文青成為忠實粉絲的「潛魅力」。

華山的蓬勃，為「復舊如新」的古建處理方式做了很好的詮釋。

華山的價值，根植於歷史文資帶來的價值。



攝影／岳國介

陝西民藝園遊會／5月

一場需要運用多元空間的展演，包括戶外野台戲＋室內攝影展＋剪紙教學及講座；如果沒有文創園區，任何一個單一展場都沒辦法滿足策展創意的需求。繼簡單生活節之後，再一次凸顯了華山的場域特性與價值。

藤森照信作品展／9月

原本只是中原大學建築系創系50周年系列展中的一項，但日本建築名家藤森照信到了華山之後，非常喜歡園區，高興之下便承諾為華山設計兩座茶屋，華山也因此擁有了兩座大師的作品——「森文茶庵」和「望北茶亭」。



攝影／岳國介



攝影／陳維明

TEDx Taipei 年會／7月

TEDx Taipei 從2009年成立開始，華山一直都是強力支持的臂膀。2010年起，TEDx Taipei 最盛大的年會固定以華山為基地（僅2011、2016兩年因檔期緣故暫移他處舉辦），各領域的傑出人士或極具潛力的新銳，以18分鐘短講分享他們對世界的洞見，是創新界人士必然早早列入年度行程的盛會。（圖為2012年現場）

設計師過光雕投影秀／9月

不確定它是不是台灣第一個建築立面光雕投影秀，但絕對是華山的第一次。



攝影／陳維明

華山藝術生活節／10月

由文化部推動，2010年起連辦4年，匯集「演出、展覽、論壇、文創市集」四大構面，以親民的氣氛帶動，讓民眾樂於親近表演藝術，並藉此提高華山的人氣。每年平均觀賞人次超過10萬，對於「群聚的帶動」極有成效。



攝影／岳國介



攝影／岳國介

小木屋／10月

原本只是為了配合華山藝術生活節，委託名建築師龔書章設計，沒想到因為使用方式極具彈性，日後成了園區育成系統中非常好用的空間。

4. 優化展覽與店家的素質

華山的歷程，是典型的「先求其有，後求其精」，不斷地汰弱留強，帶來越來越高的人氣，也帶來展覽與店家在素質上的競爭。而經營團隊也因此得以從每年超過展演件數一倍以上的企畫案中，發現趨勢、提示未來，讓展演的選擇性更多元，品質的把關更嚴格，讓好可以更好。

5. 創造策展新形態與新市場

在文創園區尚未出現的年代，結合多種跨界元素的「授權展」（如《幾米星空》《吉卜力的動畫世界》《teamLab展》等）幾乎是不存在的。

這種新型態的展覽，「進不去」廟堂級的展覽場館（如故宮或北美館），或「不需要」廟堂級展館所要求的恆溫恆濕等高規格需求，但表現方式卻更有變化、創意發揮也更有空間。

文創園區的出現，充分滿足了策展者在這方面的創意需求，也迅速博得市民大眾的喜愛，蔚成一種策展的新形態，創造了一個新興的文創市場，甚至輸出海外，把文創大餅做得更有規模，讓「大眾」成了另一股藝術欣賞的主力客群。

攝影／岳國介



精彩數位故宮／10月

古文物與新科技在老建築中重新開出藝術的火花。精彩數位故宮兼容「藝術×科技」「文物×創意」「經典×時尚」「舊×新」，完成一場多重跨界示範。第一波推出之後人氣鼎盛，接續又推出「動漫故宮」與「四季故宮」，年年熱烈。

攝影／岳國介



台北茶文化體驗節／11月

華山團隊第一次嘗試自辦大型策展。結合美學、生活、藝術、創意等不同面向，匯聚超過30種現泡精選好茶、15位茶界大師，推出1場「茶與樂的對話」大型饗宴+3堂大型講座+4位茶人精采對談+30堂不同主題品茗課程+16場現場脫口秀戲劇表演+4場國際茶文化表演+駐場藝術家10日談，還有金庸迷網聚與專題講座和好玩好逛的品牌奉茶區與茶香市集……華山使盡全力，要用各式好茶好展，滿足眼、耳、口、鼻、手的五感體驗，從而拉近饗茶年齡層，推展台灣茶文化。

幾米《世界的角落》特展／12月

繼《星空》之後，幾米與華山再度攜手，創生一個更具企圖心、更具規模，也更受好評的跨界大展。



攝影／岳國介

夜的華山 Johnnie Walker 綠牌品酩自然之旅／11月

設計師週光雕投影秀大吸睛之後才兩個月，升級版的「Johnnie Walker 綠牌品酩自然之旅」就再度將夜的華山爆出酣到不行的人氣。這一回，投影設計師對建築立面的掌握更為成熟、精準，把藝術能量成功注入一個品牌活動之中，完成一場「產業文創化」的漂亮詮釋。



攝影／陳維明

幾米《走向春天的下午》音樂魔幻劇場／12月
誰說台灣沒辦法演出定目劇?!《走向春天的下午》用連演105場證明沒有不可能!



攝影／陳維明

2011

6. 建立育成體系

「文創以人材為本」是華山營運團隊從一開始就深信不疑的信仰，也是我們無時或忘的願景，「成就品牌」是華山推動文創發展的終極目標。

2015 年闢出中三館一樓 A2 ～ A4 的空間做為「品牌研創中心」，內設「品牌商店」「品牌研創空間」與「品牌櫥窗」，為新興品牌創造出更多「被看見」「能實驗」的機會，讓剛發跡的臺灣品牌團隊邁向成熟的優質品牌道路。

而在同年「快閃店（pop-up shop）計畫」大獲成功之後，更發展出一個育成的體系，從工作坊→市集→沿街小店→快閃店，逐步孵育，直到成立品牌，至今已小有所成，未來大可依循。

7. 擴大營運場域

一方面是華山的人氣越升越高，原有的場館供不應求，另一方面是為了推動育成計畫，十年來華山創生了不少新的營運場域，如戶外市集、樹前草地、貨櫃屋、小木屋等等，把文創的力量持續外延擴展。未來若能成功連結八德商圈與齊東街區，「延燒」的成效將更可觀。



攝影／陳輝明

台北瑜伽生活節／4月

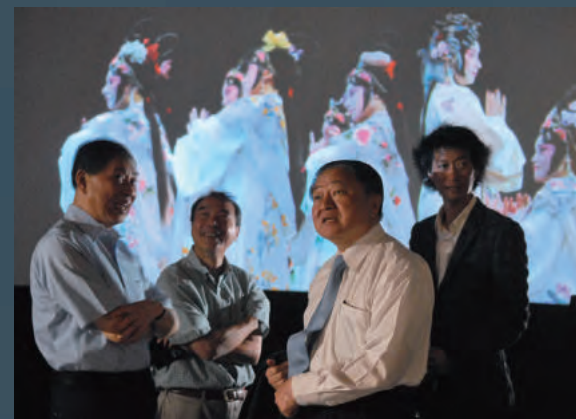
一場結合音樂、舞蹈與瑜伽的表演＋現場一起做瑜伽＋5場免費講座＋7堂不同派別的瑜伽課程。如此龐大的策展，出自一家華山的店！華山的店不只是商業場所，還都是策展單位，這就是「店中有展」的最佳詮釋。

《米靈岸》音樂劇場／4月

以排灣族傳統神話為軸，以小米的故事道出對生命繁衍的珍惜，長期深耕排灣族傳統文化的「RS傳唱者音樂劇團」結合部落老人與孩童的歌聲及語言，將「米靈岸」的故事傳唱華山四連棟，是園區第一部大型原住民音樂劇。演出後繼續移師馥蘭朵烏來度假酒店定目演出。



攝影／陳輝明



攝影／陳輝明

迷影·驚夢·新視界／6月

文學家白先勇策畫的青春版《牡丹亭》樹立崑曲新典範；攝影家許培鴻捕捉了舞台上生動的畫面及幕後演員的真實生活；台達電提供了最先進的投影表現。完美的跨界組合，完成一場「產業文創化」的策展典範。

從量的開發轉入質的提升，進行「品牌的堅實」，汰弱迎強，把華山招牌越擦越亮。

華山百戲雜技節／7月

繼「台北茶文化體驗節」之後，華山團隊再接再厲所策展的大型節慶式活動。結合雜耍特技表演、課程講座與靜態展覽，給民眾一個共同歡樂的體驗。7月24日還號召一場「千人倒立」，挑戰金氏世界紀錄。

從2009到2011年，是華山團隊自營能量最旺盛的時期。開設「1914 Connection」設計師禮品專賣店和「家傢酒」複合式餐廳，策展「茶生活設計大展」「台北茶文化體驗節」「淘寶樂讀節」與「百戲雜技節」。一方面幫剛剛起步、空間尚未填滿的園區豐富內容，另一方面也藉由親身的實踐，培養自營策展的能力，也對協力品牌的專業眉角更能掌握。這些實踐，到百戲雜技節完成階段性任務。



攝影／陳輝明

Déjà Vu、Trio、風潮音樂／7月

園區店家品牌持續升級。音樂周杰倫與魔術劉謙的明星魅力加持了Déjà Vu，調酒界教父王靈安用Trio豐富了夜晚的華山，而以自然、風土、身心靈為招牌的風潮音樂，也讓華山的小清新品味更上一層。



攝影／岳國介

紅磚區試用／9月

2007年12月台文創接手華山時，紅磚區還是一片斷垣殘壁，經過多年修復，終於在2011年9月開始試營運；2012年7月正式點交給經營團隊，命名為「紅磚六合院」。

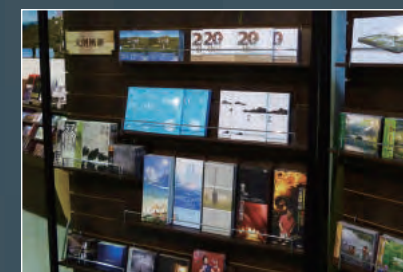
以紅磚為建材：舊時代，新姿態；
以六合為理念：四方×上下，無縫隙全面整合；
以院落為形式：既區隔、又連結。



攝影／岳國介



攝影／岳國介



攝影／岳國介

2012

打底已見雛形，向「文創的深耕」大步邁進。

8. 推動城市朗讀

2013 年，華山開始策展「華文朗讀節」，藉由跨界（出版界、藝能界、科技界、財經界、政界、家具界、精品界……）、跨國、跨場合（書店朗讀、咖啡店朗讀、野餐朗讀……）的全面動員，推動城市朗讀，希望「讓朗讀成為城市空氣，無所不在、無所不能」，帶動一個產業（出版）的繁榮。活動至今已舉辦了 5 屆，力道一年比一年增強。

9. 推動表演藝術

華山從「藝文特區」走來，如何讓藝文氣息延續在文創產業園區裡，一直是營運團隊念茲在茲的心願。

2010 年 12 月，音樂魔幻劇場《幾米走向春天的下午》創下連演 105 場的紀錄。自 2010 年起，連續 4 年，每年 10 月，長達一個月的「藝術生活節」就讓華山進入表演藝術的世界，時間一到，劇場迷就要給自己製作一張「功課表」，生怕錯過了哪一齣好戲。

而為了長期深耕表演藝術，華山逐步建立「院、廳、場、野」的完整空間體系，2016 年底烏梅劇院整建完成、投入營運之後，連同稍早已經啟用的拱廳、果酒練舞場以及戶外場域，這個體系已經粲然大



攝影／岳國介

GeGeGe 鬼太郎の妖怪樂園／1 月

日本漫畫怪才水木茂有「妖怪博士」之稱，《鬼太郎》是他最精采的代表作。《GeGeGe 鬼太郎の妖怪樂園》獲得水木工作室授權，完整呈現他筆下的妖怪世界。策展手法新穎有趣，加上漫畫已經在台灣風行多年，展覽掀起極大的轟動，短短 102 天的展期內便帶來 25 萬人次參觀，也為同時間園區內的展演活動與店家帶來良善的周邊效應。



攝影／陳輝明

匯川藝術節／1 月

匯川劇場在華山的演出能量不斷蓄積，終於在 2012 年匯集成「匯川藝術節」這個大型策展。30 組團隊在戶外大帳篷末世方舟劇場內演出 181 場，將藝文人才精采的創作力盡情展露。



攝影／陳輝明

英國文化節／3 月

累積前幾年的經驗後，園區各店家更熟悉如何操作「店中有展」，屢有極佳表現。Alleycat's 策展的「英國文化節」就是 2012 年的代表作之一。24 個攤位，涵蓋跨國藝術、飲食、音樂，並邀得英國 4 家服裝設計學院與台灣實踐大學進行 2 場服裝秀，吸引近 10 萬人次參與。

新台灣壁畫隊博覽會／3 月

暱稱「新台壁」的新台灣壁畫隊，鳩合 18 位跨族群的當代藝術家，以超過 50 幅作品及新台灣壁畫隊文創商品進駐試營運的紅磚區，展現生猛有勁的當代視覺藝術活力。



攝影／岳國介

千層野台改建開放／6 月

名建築師邱文傑領軍的千層野台改建工程，在封閉整建 9 個月之後，於 2012 年的端午節落成開放。不但打通了園區與戶外劇場之間的阻障，也創造了一塊街藝表演與民眾休憩的絕佳空間。



攝影／岳國介

備。不但迅速邀請舞蹈、劇場等領域的好手登場演出、開放論壇與工作坊，甚至自辦策展的「親子表藝節」也都在第一年就已推出。基礎既成，發展就更是大可期待了。

10. 推動視覺藝術

除了表演藝術，視覺藝術是藝文領域中另一個分庭抗禮的大項目，我們也投注心力，盡可能協助藝術家在這裡被認識、被看見。

十年間，華山曾經邀請「名山藝廊」成為園區的第一個長約店家，也在其他場館陸續舉辦過許多純藝術的展出，都提供最大的優惠與協助。趙无極、蔡國強、董陽孜等巨匠都曾在華山展出，新銳畫家群也在此策畫「新台灣壁畫隊」。2014 年起更展開長期性、系列性的計畫，連續三年，華山協助非常具有實驗性的「藝術自由日」盛大開展，目的只為了要找到華山不同於美術館、不同於畫廊、不同於所謂替代空間的可能性。而 2013 年啟動的「365 藝術計畫」，更讓新銳藝術家找到展示舞臺與創意出口，也讓華山每天都有藝術新風景。2017 年全新改版的華山紙媒《點讀華山》，每期跟一位插畫家合作，做為封面主視覺，積極推廣插畫



攝影／岳國介



攝影／岳國介



攝影／岳國介



攝影／岳國介

遠流別境／10 月 好樣思維、光點華山／11 月

華山的店家在歷經「品牌的堅實」階段之後，已經煥然一新，到了 2012 年深秋，這三家優質店家的出現，更讓園區的整體質感再向上提升了一個層次，光采輝煌了起來。

百變旗幟展／11 月

台灣每年產生的廢棄旗幟超過百萬面，美麗台灣關懷協會把這些廢棄的旗幟回收，和啟能中心合作，製作成環保文創商品、裝置藝術及遊戲設計。不但結合了環保、文創，也提供喜憨兒們一個展現生命能量的舞臺。活動推出後不但極受好評，產品也很叫座，因此年年舉辦，還因此成就了一個名叫 UNI-R 的品牌。



攝影／岳國介



攝影／岳國介

五感體驗沖繩新魅力／11 月

日本觀光推廣單位可說是最懂得掌握華山集客魅力的團隊，各地的推廣活動非常喜歡在華山舉行。2013 年有「百年酒造清酒新年品酩宴」，2014 年有「日田市地方產業特展」「北海道自助旅行小旅展」，2015 年有「東北六縣感謝祭」（此後年年報到）和「發現德島新魅力」，2016 年大阪天滿宮「天滿天神梅酒祭」和「沖繩渡假婚禮展 in 台灣」，2017 年有「遇見沖繩」……每一檔都吸引數萬甚至超過十萬的參觀人次。而這熊熊熱火，就從 2012 年的「五感體驗沖繩新魅力」點燃引信。

2013

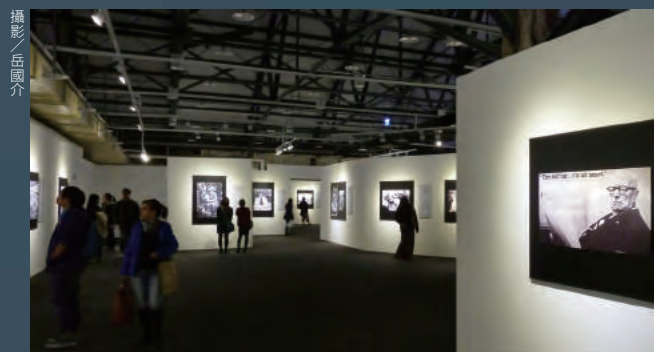
開攝影饗宴，向閱讀深耕，迎向創客新浪潮，天天泡在藝術裡。

藝術，進而育成 IP。在攝影藝術方面，華山更是攝影人士最愛的展示與觀賞場所。2012 年，暫停長達 12 年的「台北攝影節」選擇在華山重出江湖；2014 年起，台北藝術攝影博覽會除了有一年因檔期關係移往他處，其餘各屆年年在華山舉辦。而更令攝影迷津津樂道的是，報導攝影的翹楚「普立茲新聞攝影獎 70 年大展」、地理攝影的泰斗「國家地理 125 年經典影像大展」，以及時尚攝影的魁首「《VOGUE》經典攝影展」三大王牌全部都在華山中四 B 館堂堂登場。

11. 推動創意群聚

2015 年起，特別將中三館二樓的拱廳闢為「華山文創沙龍」，開放場域，吸納各種想像與創意，鼓勵它們放膽天馬行空，到此論劍交鋒，讓創意藉由群聚擦出火花，讓該相遇的人在此相遇。

而華山的店家更在「店中有展」的要求下，不時策動各種活動或工作坊，FabCafe 的出現，甚至藉由 3D 列印與雷射切割，成為自造者經常聚集交流的 Makers Corner。2017 年更由楊啟航博士策動，在光合箱子餐廳創生了 Founders Corner 晨思俱樂部；而青鳥書店則很有 Readers Corner 的味道，表演



攝影／岳國介

普立茲新聞攝影獎 70 年大展／1 月

普立茲新聞攝影獎公認為當今全球新聞攝影界最頂尖的桂冠，每一件都是傳世經典。它們用影像記錄了歷史、交換了觀點，傳述著一則又一則膾炙人口的故事與傳世不朽的感動。特展集結了 162 幅自 1942 年到 2012 年的得獎名作，一開年就給台灣攝影界帶來世界級的饗宴。



攝影／岳國介

FabCafe／5 月

FabCafe 是「創客咖啡空間」的實驗，它賣咖啡，但更大的特色是店內的 3D 印表機與雷射切割機，以及非常愛來這裡聚會的創客們（曾透過 Web Conference 與東京、巴塞隆納做國際設計師串連）。FabCafe 透過輕鬆的生活場域，帶動一場最 bottom-up 的自造者運動（Maker Movement）。



攝影／岳國介

Maker Faire: Taiwan／5 月

Maker Faire 是自造者的盛大嘉年華會，2006 年由 Maker 媒體公司在美國舊金山灣區發起，並迅速擴散至全球一百多個城市。當 Maker Movement 風起雲湧之際，華山用 Maker Faire: Taiwan 投入了這波浪潮，而且自 2013 年起連年舉辦，至今未斷。



攝影／曹啟基

365 藝術計畫／7 月

台北當代藝術館執行總監石瑞仁策畫，每月邀請一位藝術家輪流進駐園區，觀察、發想、創作，最後選出適合的位置展出。一天一件，一年就有 365 件作品以非制式方式於園區某處展出。到 2015 年，共累計有 17 位台灣、歐洲、中國、韓國的指標性藝術家參與這個計畫。一天只要改變一個小風景，就能創造華山與藝文界的新風景。



攝影／岳國介

森文茶庵／7 月

日本建築名家藤森照信為華山設計的第一座茶屋。取藤森照信的「森」和王榮文的「文」而命名，坐落在中三館的屋頂平台，面向都市叢林的忠孝東路，背對華山古蹟煙囪，古今輝映，成就了一處平靜的化外之地。



攝影／岳國介

華文朗讀節／9 月

以古巴雪茄廠朗讀員文化為靈感，以德國萊比錫書展朗讀節為師，華山推出了華文朗讀節，與高雄駁二南北唱和，期望「春遊書展，秋朗讀」能夠形成愛書人的年度日常。華文朗讀節大量運用「跨」



攝影／岳國介

國家地理 125 年經典影像大展／9 月

2013 年的華山，仿若攝影高手的絕頂論劍坪，1 月才剛迎來普立茲新聞攝影獎獻出 70 年的得獎名作，9 月就又有國家地理雜誌展出 125 年的經典影像；一個是新聞攝影的翹楚，一個執地理與人文攝影的牛耳。一年連吃兩客超級大餐，攝影迷不痴不醉也難！



攝影／岳國介

香港萬聖狂歡月南瓜裝置／10 月

距離萬聖節還有將近一個月的時間，但華山劇場已經變成一片奇幻的南瓜田……這是香港旅遊局行銷「香港萬聖狂歡月」的品牌活動，精采的企畫招徠熱呼呼的人氣，為華山戶外空間的運用打開更多的創意想像空間。

2014

始於醞釀，成於分享，再續 100 年……

藝術的「院、廳、場、野」更是 Actors 的天地，不只是 Corner 而已。

12. 向歷史溯源

華山已經不再釀酒、不再產製樟腦，文創園區設立之後，努力的方向轉為「立新」，但「存舊」是立新的根本，我們不但保存現有的史蹟，還要清晰地挖掘過往的軌跡。

經營初始，關於華山的史料並不多，經營團隊努力蒐羅各方面的論文、當年的報紙以及個人部落格等資料，逐步繪出園區過往的輪廓。2014 年特別在鍋爐室前設立時光走廊，用 20 公尺的長條空間左右兩側，簡述自 1914 年設立芳釀酒造場以來 100 年間的華山演替，2015 年續在服務中心設立時空抽屜，以一格一格、一片一片的創意展示，向來訪民眾傳遞園區在時間上的厚實積累。

但這份工作尚未結束，仍有許多史料亟待挖掘。

13. 為城鄉與國際發聲

除了個人創作者或策展機構，華山也為臺北之外的公部門或協會團體提供極為合適的推廣舞臺。苗栗縣府舉辦「通霄白沙屯媽祖文物攝影成果展」，臺中市舉辦



攝影／岳國介

華山時光走廊／1 月

從 1914 年開始釀酒，華山這塊土地的文創活動到 2014 年剛好屆滿 100 年。營運團隊將鍋爐室前的廊道兩側變身為華山的時光走廊。短短 20 米，穿越 100 年，讓前來遊逛園區的訪客可以快速認識園區的來歷，遙想未來的遠景。



攝影／岳國介

FUN 大吧！積木村／6 月

圓方創意禮聘日本電視冠軍樂高積木三冠王秋長佑子為原創設計師，與台灣積木達人組成創作團隊，以「快樂／甜美」為主題，用「放大」為創意引擎，成功打響「FUN 大吧！積木村」，成為 2014 年夏天台灣展覽市場中票房最好、人氣最旺的展覽活動之一。更難得的是，展覽一結束就成功談妥福州與武漢兩個城市的大陸授權。

從華山出發、邀日本原創設計、動員台灣創作團隊、成功突圍下一個市場，「FUN 大吧！積木村」在國際接軌、品牌建立與文創行銷上，揮出非常漂亮的一棒。



攝影／曹育菁

玉東卡本特幸福與感恩的饗宴／7 月

得過世界木工金牌的王嘉納老師返鄉，執教位於花蓮玉里的玉東國中。他為弱勢的偏鄉孩子成立了木工班，鼓勵他們不要因生活的困境而放棄努力。一件件用精密的木樸工法打造出來的家具及木雕作品，技藝讓人驚豔，故事令人感動，展出尚未結束就已完售，不但讓這群從未嘗過成功滋味的孩子得到人生第一場勝利的鼓舞，甚至還透過義賣作品捐贈給世界展望會及其他社福單位，讓孩子們感受到自己的雙手可以幫助更為弱勢的人，學會從付出中找到自尊與自信，放大了視野與格局。



攝影／岳國介

歷酒彌新－2014 亞洲工業遺產區域網絡國際論壇／9 月

文化部文資局聯手華山 100 策展團隊，邀請國際知名的工業遺產保存專家舉行華山論創。會後並召開第一次亞洲工業遺產區域合作網絡籌備會議，簽署推動亞洲地區跨國民間組織之合作文件，宣示亞洲工業遺產保存合作網絡正式啟動。



攝影／岳國介

望北茶亭／12 月

藤森照信為華山設計的第二座茶屋，坐落在紅磚六合院舊樟腦工廠和中央藝文公園之間。落成之後隨即啟動「茶屋 365 創意計畫」，開放民眾申請，只要說出「茶屋的一天，可以做什麼」，就可以當望北茶亭的一日主人，冥想發猷、做瑜伽、開演唱會……



圖品供／財團法人伊日美學生活基金會

藝術自由日／11 月

打破所有制式規格與創作限制，不限參展年齡、性別、國籍、個人或團隊，不限參展類別形式與創作媒材，也不收取參展觀展費用，只要藝術，完全自由！因為自由、免費，作品更原創、更好玩，藝術家更有被看見的機會，也讓藝術與創意的發想在生活中不再這麼有距離。

披頭四展 The Beatles, Tomorrow／12 月

台灣首次以 The Beatles 為主題的大規模展覽，內容雖然大多來自海外，但策展精神、觀點與方向卻全由本土主控。不但在展出期間吸引近 4 萬人次觀展，還成功輸出上海。繼「FUN 大吧！積木村」之後，同一年內，園區就出現了兩檔「國際內容、台灣版權、持續變現」的好展，令人振奮！



攝影／Edward T.

2015

「臺中糕餅節糕餅特展」，嘉義縣市舉辦「獨嘉好茶」，臺南市舉辦「移居臺南博覽會」，宜蘭縣舉辦「稻草人集合！2011春光明媚蘭陽地景展」，臺東縣推「新太平洋美學」……

外交部也因成效甚佳，連年在華山舉辦亞太文化日、歡樂非洲嘉年華、拉丁美洲暨加勒比海文化嘉年華等活動。而原住民族委員會的「台灣原民園」則是年在華山開趴，「Pulima 藝術節」也以華山為主場；園區內還有一家「Present+」展售台灣原住民的手創工藝作品，是國際人士最愛駐足的店家。

華山不止為臺灣以外的縣市或機構服務，也是海外國家推廣觀光或在地文化的場館首選，加拿大楓加節、瑞典 Sweden Day、印度檀車節文化祭、香港週、陝西民藝園遊會、平遙攝影文化交流展、廣西少數民族藝術節、澳門文化遺產面面觀、澳門旅遊狂歡節都造成極佳口碑。日本尤其喜愛華山，從北海道到四國、九州、沖繩，統統都來報到。北海道自助旅行小旅展、東北六縣感謝祭、大阪天滿宮天滿天神梅酒祭、發現德島新魅力（四國）、日田市地方產業特展（九州）、五感體驗沖繩新魅力、沖繩渡假婚禮展……不分地域的日本 NHK 文化中心第 27 屆國際觀光文化交流活動、台日天然染色交流展以及

River Ts. 攝影／台灣文創發展基金會提供



華山文創沙龍／1月

為了深化跨界連結與新創育成，2015 年起特別將中三館二樓拱廳闢為「華山文創沙龍」，期盼以沙龍軟性的活動氛圍，促成跨界、對話、交流，讓科文共舞、藝企相生，相互連結，深耕未來的文創能量。



攝影／品圖介

品牌研創中心／1月

中三館二樓闢出華山文創沙龍，一樓則成立了「品牌研創中心」。以一個月為檔期，邀請新興品牌進駐，再媒合最新的科技資源，幫助進駐的業者進行品牌實驗，創造「被看見」「能實驗」的機會，讓剛發跡的台灣品牌團隊邁向成熟的優質品牌道路。

在「連結」的營運主題下，成立華山文創沙龍與品牌研創中心、啟動快閃店 pop-up shop 計畫和台德文學交流合作計畫，投身 O 2 O 的浪潮……

Martin Kaiser 攝影／台灣文創發展基金會提供



聽見那島——臺德文學交流合作計畫／3月

臺灣文創發展基金會自 2014 年起承辦文化部推動的臺德文學交流合作計畫，並命名為「聽見那島」，持續遴選優秀台灣作家到柏林駐村寫作，參訪德國出版機構，推介台灣作家及作品，在萊比錫書展打造文學據點，逐步讓德國讀者習慣每年定期尋找「那島」的故事、作家與聲音，進行一場「從文學外交到文創外交」的國際連結。



攝影／品圖介

2015 台灣文博會／4月

「臺灣國際文化創意產業博覽會」從 2010 年開始舉辦，2015 年首度加入華山為展覽會場，此後在華山的展館規模年年擴大，愈益蓬勃。



串串 CAMP 創意行動營／4月

台灣文創圈與創業圈第一次大規模的串串活動。邀集 28 位創意界不同領域的大人物，分成 8 個主軸，以類似 TED 短講的方式，密集分享創業歷程與心得，並透過活動現場的互動平台，讓參與者找到志同道合的夥伴。會外並透過創意工作者社群平台「Changee Across」的網站與 App，將網路平台與實體活動串連起來，讓我們看見「共享」的力量、看見 O 2 O 的力量，也看見創意圈與創業者的渴望。



攝影／品圖介

不太乖教育節／5月

一句 slogan「不太乖等於乖乖做自己」，在網路上喚醒了每個人心中的共同經驗，短短 3 個月就讓粉絲專頁突破 3 萬人次，也促成了這個在華山四連棟的實體特展。各式各樣的報名攤位，熱血地使出渾身解數，闡揚著彼此對走出教育新出口的主張或實踐；也擠滿了好奇或一樣對教育抱持熱血的參觀者流連不去。

日本百年酒造清酒新年品酩宴全都來到華山。現在，幾乎每一個文創人都知道「主場在他方，櫥窗在華山」的魅力有多大。

14. 為「產業文創化」加一把力

文創需要產業化，產業也需要文創化。但華山是專屬於文創活動使用的園區，工商業的活動若要進駐華山，就必須通過「文創化」這一關。

隨著華山聚客能力越來越強，廠商越來越喜歡在這裡舉辦發表會或行銷、品牌活動。為了符合進場要求，理所當然就在「文創化」上面挖空心思。於是我們看到了台達電結合文學、崑曲與攝影，唐寧茶用貨櫃打造浪漫茶屋，開啟園區使用戶外空間的新想像，SONY 華山音樂廳結合本土音樂，Samsung Galaxy 手機策展「Up to 3742 | 臺灣屋脊上」……憑藉「舊時代、新姿態」的衝突美感與年輕世代的聚客力道，華山成功的導引廠商運用文創為介面去打品牌做行銷，提升自身業種的產值，也提升文創產業的產值。

「文創產業化」讓華山幫文創法定義的 15 + 1 項產業一源多用、名利雙收，「產業文創化」則讓「文化立國」不是口號。與其阻絕「不是文創產業者」進入文創園區，不如鼓勵他們紛紛投入產業文創化的

Paper Show “Subtle”／5 月

日本紙商「株式會社竹尾」將紙張從傳統的「印刷材」掙脫出來，轉為「設計材」，並自 1965 年起舉辦以紙與設計為題的「Paper Show」，年年造成轟動。只要一個轉念，「紙本已死」的陰影便徹底掙脫，一個全新的市場便就此打開。這給了我們一個很好的啟示：文創不是用行業界定的，文創是用態度決定的。



攝影／岳國介

emmaAparty 期間限定店／7 月

2015 年，園區啟動 pop-up shop（期間限定店、快閃店）計畫，與台灣文創市場中有潛力的新銳品牌聯合打造一個育成鏈。emmaAparty 不但是這個計畫的開張第一彈，也成功創出 2015 年華山 pop-up shop 本土品牌最高銷售記錄。



攝影／曹育菁

MOSA 台灣首屆新創年度會議／7 月

長期以來，新創活動多半由創業者上台強力簡報（pitch）自己的想法與做法，然後戰戰兢兢地等著台下的投資人點頭或搖頭，但 MOSA 翻轉創業者與投資人的上下關係，由 40 位來自不同國家的早期創投家站在台上，向台下的創業者「show you the money」，創造了一個平等、公開的對話。華山的三個經營評準之中，「文星匯聚之地」「文化觀光熱點」到 2015 年已經頗具規模，唯獨「創投基金尋找標的之處」尚未成形。MOSA 促成了為數可觀的創業者與創投家在華山相遇，不但為台灣創造更好的創業環境，也幫華山在這方面的努力加了不止一分。



攝影／曹育菁



圖片提供／唐寧茶

唐寧茶遊藝茶館／11 月

歷史超過 300 年、擁有英國皇室御用茶認證的知名英式下午茶品牌唐寧茶（Twinings），在樹前草地別開生面地以兩層貨櫃改裝出一個創意、優雅，洋溢藝術氣息的空間，為華山營運團隊再一次打開了「活用戶外空間」的無窮想像。



圖片提供／Pinkoi

Pinkoi 聖誕市集／11 月

在網路上，Pinkoi 早已是設計類電商的大腕，甚至還獲得紅杉資本及 GMO Ventures 的 900 萬美元（約 2.97 億台幣）投資，線上的能見度超高，為什麼還要辦一個線下實體市集呢？會成功嗎？Pinkoi 用聖誕市集，用延續兩整天的場外超長排隊人龍與場內爆滿群眾，告訴我們 O 2 O 的價值和華山場域的價值。



攝影／岳國介

小器生活／12 月

在推動台北市赤峰街的「文創造街」大有成就之後，「小器生活」進駐華山，開設了小器食堂、小器梅酒屋與小器生活道具選品店。消費者在食堂中所使用的餐具與佐餐的梅酒，皆可在隔壁的選品店中找到，讓大家經由生活上的實際體驗，切身了解生活道具的手感與品質。透過引進小器，華山園區重現赤峰街區的風格縮影，並將來自街區的文創能量，散布給從四面八方來到華山的訪客，等於是「用一家單店連結一塊街區」。

2016

陣營，不斷將文創思考引入原本不在 15 + 1 的產業裡；屆時，臺灣就真正落實「每個部會都是文化部」「每個產業都是文創產業」的願景了。

過去十年，我們陸續完成「場域的開放」「群聚的帶動」「品牌的堅實」與「文創的深耕」，下一步呢？

我們發願要朝「產業的發展」持續實踐、繼續努力。

華山加油！臺灣所有的文創產業加油！



攝影／岳國介

反轉世界顛倒屋特展／2月

外觀是一棟經典美式鄉村建築，室內兩樓層裡的所有空間卻都是「從天而降」，全部顛倒過來；風行歐美日本的「顛倒屋」首度在台出現。超炫的視覺衝擊引來 30 萬人次的參觀和無數打卡與尖叫，但更深刻的是如何換個角度重看平時我們習以為常的視野。而對文創工作者來說，更具意義的是：這是國人自行策畫、擁有自己的 IP，可以轉授權持續變現的智慧財產。

攝影／岳國介



Wooderful Life

手創生活體驗館／6月

國際知名卡片禮品代工大廠知音文創自創 Wooderful Life 品牌，先以快閃店的形式進駐園區，以「木生態知識區」「木製商品展售區」「手作 DIY 區」創造出一個「展、演、做、服務」的複合式空間，獲得極大的成功，2017 年更上層樓，轉為長約店家。Wooderful Life 的進駐，為園區彌補了親子空間、教育空間的缺口，也向文創工作者提供一個代工品牌走向自有品牌的經營典範。

吉卜力的動畫世界特展／6月

宮崎駿的魅力果真凡人無法擋——為期 3 個月的吉卜力特展，湧進 60 萬人次的觀展人潮，這是空前紀錄，未來恐怕也很難有人可以超越。而亮麗的成果背後，是超高規格的展覽品質要求和一絲不苟的策展態度，經由策展合作，大幅提升了台灣工作者的視野和對品質標準的水平。



攝影／岳國介

三大攝影展全部到齊，三大街區旗艦店全部進駐，新世代的書店現身，新世代的教育能量雜然湧動……



攝影／岳國介

《VOGUE》跨世紀經典攝影展／9月

2013 年，園區一口氣引進了報導攝影的翹楚「普立茲新聞攝影獎 70 年大展」和地理攝影的泰斗「國家地理 125 年經典影像大展」，這回加上時尚攝影的翹首《VOGUE》經典攝影展，等於是把全球攝影界的三張王牌全部收齊，至此，一個攝影極品煮酒論劍的「華山絕頂」儼然成形。

攝影／岳國介



青島書店／10月

青島不只是一家書店。它有專業的攝影棚設備，直播效果超優；它有非常適合沙龍、論壇的空間氛圍，可以跨界交流。它用書本散發出來的氣息與魅力，吸引明星講者、匯聚愛書同好、擦亮品牌、累積信賴，創造一個有價值的選書人 IP，從而賣出更多的書。這是年輕世代的書店、直播世代的書店。青島，不只是一家書店。



圖片提供／奧茲藝術

烏梅劇院試營運／12月

經過多年整修與醞釀，東三館烏梅酒廠終於以「華山烏梅劇院」的專業姿態現身。烏梅劇院不但打破一般劇場常見的鏡框式舞台，改採新穎的三面式舞台，讓演出者與觀眾更能融為一片，其他劇場設備也一應俱全，讓使用團隊可以不必帶著大箱小箱來演出，省力又省錢。烏梅劇院的投入營運，讓華山在表演藝術上更能揮灑，也讓劇場、舞蹈、音樂等領域的創作者與欣賞者擁有一個更舒服、更可期待的空間。



圖片提供／衛故事劇團



攝影／岳國介

富錦樹 Landmark／12月

透過引進好樣，華山園區重現台北東區粉樂町街區的風格縮影；透過引進小器，華山園區重現赤峰街區的風格縮影，同樣的，透過引進富錦樹 Landmark，華山園區重現富錦樹區的風格縮影。至此，台北三大文創街區全部都和華山園區完成連結，完美唱和。

2017

10 年華山，
共舉辦 11363 場活動，
吸引 1793 萬人次造訪，
平均每年舉辦超過 1100 場、
吸引將近 180 萬人來到華山。
創造的產值，推估約為 164 億 7000 萬元。

除了量的數據，華山也在「質」的評價上，
得到許多獎譽，諸如：

天下金牌服務業調查

2014 年不分產業總排行第九名，
2016 年網路服務滿意度「藝文特區類」第一名。
2017 年「藝文特區類」金賞。

Facebook 打卡排行

2014 年第八名，2015 年即竄居第二。

Instagram

2016 年臺灣最熱門打卡地點第二名，
僅次於桃園機場。

網路溫度計

2014 年「全臺打卡潛力地點」第八名。
2015 年「全臺十大熱門文創地」第三名。
2015 年「最時髦野餐地」第二名。
2017 年「文青必訪朝聖景點—北部篇」榜首。
「網路聲量」排行比較，2015 年第三名，
2016 年即竄居第一，而且遙遙領先第二名的松菸將近一倍。



攝影／岳國介

teamLab 舞動藝術展

× 未來遊樂園／1 月

這是一場科技 × 藝術聯手的極致演出，每一個單元都是藝術，但製作這藝術品的不是畫筆不是雕刻，是科技。每一個單元都邀請觀者共同創作，都可以打卡放閃。每一個單元都讓人直呼想像力究竟有沒有邊界?! 很好玩、很藝術、創意無限、超級親民，而且還滲透進教育意義……



攝影／岳國介

2017 臺灣文博會主題館／4 月

從 2010 年開始舉辦以來，文博會第一次啟動「主題策展」，在紅磚區西 1 與西 2 館設置主題館，提出「我們在文化裡爆炸」的主張。透過導讀區、議題區和選品區，以各種具象的設計創意來演繹一個抽象議題，奮力打破文博會過去以商展為核心的刻板印象。

前進新領域。引進娛樂和時尚產業、為創業與創投媒合、向科技藝術探索、促成產學對話、在文化裡爆炸……

Founders Corner

晨思俱樂部／3 月

借鏡美國矽谷 Buck's 餐廳的創投氛圍，在光合箱子餐廳闖出一角，邀請有明確募資需求的創業團隊與想要尋找新秀的創投家進行會談與媒合，用一個早餐，激盪出各種新創火花。新創團隊除了可以與創投家輪番對談以爭取資金挹注外，也能進行財務諮詢，了解目前公司財務管理與未來發展上的風險。而華山「成為創投尋找標的之處」的努力，也向前又跨出了一步。



攝影／劉鴻文

攝影／蔡佩純

École 華山 2.0 實習計畫／6 月

政大科技管理與智慧財產研究所與華山合作，華山 5 位業師與同仁開放「會展演店」的所有資訊和知識，政大 9 位教師帶來學術研究方法，以 9 個星期的深入實習，彼此切磋共學，完成了一場產業與學術的深度對話，為華山成就「一所學校」的願景更靠近一步。

華山 Laugh & Peace Factory／6 月

日本最知名的藝能經紀公司「吉本興業」首度在台駐店，每一檔都有著飽滿的娛樂性與話題性，為主走小清新路線的華山園區填上一個嶄新的文創類型。此外，這類展演所帶來的網紅效應，不僅為華山帶來更多的人潮，也在無形中提高了華山的品牌知名度。



圖片提供／吉本興業



攝影／岳國介

DPT／3 月

「DPT-Department」是寶成集團的關係企業，是台灣自創的時尚生活選物品牌。整體設計聘請日本名家操刀，選品組合皆為國外關注的焦點品牌，更不時邀請國際級藝術家親臨現場創作，與男性時尚雜誌龍頭合辦講座，大有「新一代時尚潮流發信地」的架勢。還有，它還是華山園區第一家男性時尚選品店，為華山的文創拼圖填補上重要的「時尚」區塊。



圖片提供／台灣文創發展公司

華山親子表藝節／7 月

烏梅劇院開幕後，華山團隊初試啼聲的自策節目。有故事深度、有互動體驗，可以看表演、可以聽故事，也可以爸媽寶寶一起律動肢體，在親子共處的歡樂時光中培育下個世代的觀劇人口；有興趣的觀眾，還可以參加工作坊講座。

台灣文創觀察

經營華山小江湖之前，
我們必須放眼全球，了解台灣這個大江湖…



綜合觀察

一個台灣、整個世界；大城小鄉、各行各業；
用望遠鏡＋顯微鏡，用諮詢請益＋爬梳解讀，
我們全面檢視任何一個
可能對台灣文創發展產生動能的事件與現象。



哪些事情，讓台灣的文化創意在二〇一七年風起雲湧？

2017 台灣文創風雲

哪些事情，讓台灣的文化創意在二〇一七

一本小說掀起一場社會大戰，文壇、杏壇、司法、影視統統提槍上馬。由來已久的鬱悶，被四個字一下子完全刺破完全宣洩。生態與文化資源豐厚的墾丁旅遊，因一條街一投訴墮入全面崩壞。金馬獎在2016年全軍覆沒，2017年就加倍要回。台劇神作一部部擦亮眼球擦亮票房也擦亮台灣影視的未來。滿街都在夾娃娃、電商大戰免運費。垂死天鵝的台北世大運翻生整翅高飛，打電動的屁孩變身亞運國手……2017年的台灣文創天空，依舊是悲喜交揉、風雲多變、好戲連連。

專題策畫／華山年報編輯委員會

編採製作／劉揚銘

撰文／劉揚銘

插畫／披薩先生



攝影／丘國介

出版風雲

一本書、四個字，攪動一年風雲



《房思琪的初戀樂園》熱銷

一本小說震撼一整個社會

2017 年全台灣最暢銷的書，卻無法讓人為它慶祝。

年輕的作者在心血結晶出版後不久結束自己的生命，才華不再燃燒。結果是——出版它的出版社被質疑：此時再版加印賺死人錢，商業道德有沒有虧？而原本有機會、最後選擇不出版它的出版社也被批評：如此傷害作者僅剩的心願，是否踐踏了人的自尊？甚至報導它的媒體也被譴責：撰文角度太不公正，不但傷害到出版社，也損害媒體本身的價值。

《房思琪的初戀樂園》作者林奕含，原本是學測滿級分的醫科生，卻因為嚴重的精神病纏身，不只作家夢，連現實生活也難以實現，她寫下一個少女被憧憬的補習班老師誘姦，因為無法承認，不斷強迫自己愛上誘姦者，最後身心崩潰的故事。這個故事在作者死後轟動了整個台灣社會，議員看小說逼迫政府辦案，檢調單位調查 113 天因具體犯罪事證不足而不起訴，但鄉民的正義早已對當事人判刑。立法院因為房思琪而三讀通過《補教法》修正案，要求補教老師必須實名登記，並公開學經歷資料，婦女團體為了「不要再有下一個房思琪」而串連反性侵反特權大遊行，而探討相關議題的韓國電影《熔爐》也重新受到矚目……

這是一本閱讀伴隨痛苦，令人不忍卒讀的書，幾乎沒有人會因為它的「暢銷」而高興，林奕含是不是房思琪、故事裡何處



圖片提供／游擊文化

《房思琪的初戀樂園》的出版，不只攪動了文學界，幾乎每一個領域都捲進來了。



圖片提供／寶瓶文化

是虛構哪裡是真實已不重要，重要的是許多人因為讀了它，而開始思索自己生活的這個社會：作家的才華是什麼？生命與意義孰重孰輕？出版的道德界限在哪裡？媒體的責任又是什麼？不犯法的性侵算不算性侵？愛如何創造或毀滅一個人？社會該如何面對精神病患？我們又該如何面對自己的愛與傷害？

一本書能震撼整個社會，它必然說出了某些重要的事，即使那並不是溫暖、陽光、開朗、健康得令人微笑的事，反而是骯髒、殘酷、充滿恐懼、令人不忍卒讀的事，卻逼得我們不得不正面迎接它、思索它、好給自己一個交代。

《情緒勒索》大賣 一針刺中大眾的心理焦慮

實用類型的非文學暢銷書，能夠反映社會的集體需求。2017 年，《情緒勒索》是誠品書店最熱賣、博客來網路書店第二（僅次於《房思琪的初戀樂園》）的書，因為道出父母對子女、情人對彼此、上司對下屬各種「以愛為名的控制」的案例，說出台灣人都體驗過的人生焦慮，讓原本不一定愛看書、沒有買書習慣的讀者也買了，所以成為年度話題書。

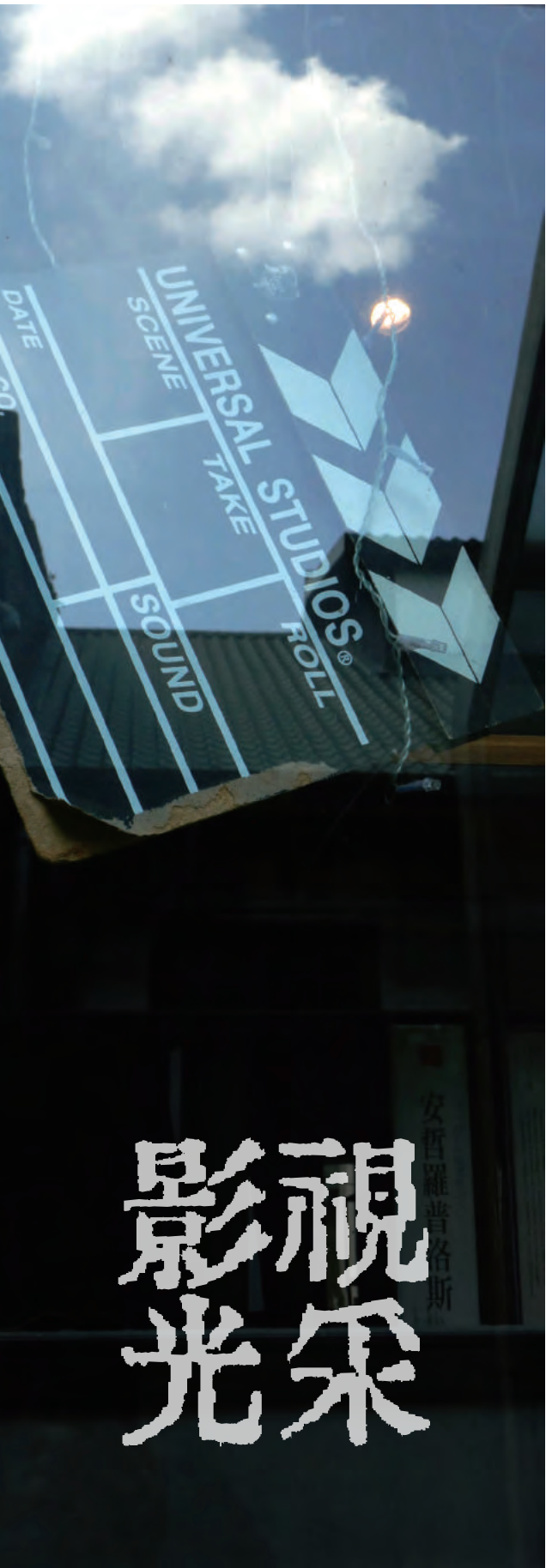
爸媽說：「辛苦把你養大，給你好環境，結果你不好好

念書，我們太失望了。」因為害怕成為不孝子，你放棄原本熱愛的事。老闆說：「我想提拔你才給你任務，你不想做？後面一堆人等著搶，你就不要後悔。」因為覺得新人好像應該多做一點事，所以你接下加班也做不完的分量。無論有意識或無意識，情緒勒索者用各種導致他人挫敗感、罪惡感、恐懼感的方式施壓，讓被勒索者為了減少不舒服的感受而選擇順從，但傷害卻在內心不斷累積，直到自己作主的能力連一滴都不剩為止——我們都曾被情緒勒索過（或勒索了別人），沒錯吧！

當然不是所有來自長輩、上司、情人的要求都是情緒勒索，它有正式的心理學定義，這裡不深入解釋。然而情緒勒索（emotional blackmail）理論已經奠基將近 20 年，現在才因為諮商心理師周慕姿的書而在台灣引起熱潮，是因為她的文章與案例能貼近台灣人心中的情緒糾葛，連結到我們生活的真實感受，用閱讀來釋放人際關係的壓力。

《情緒勒索》因為直刺讀者需求的痛點而成為年度暢銷書，反映了想在千絲萬縷的人我關係中劃出情緒界限、保護自己、掌握人生的大眾需求。從 2015 年《被討厭的勇氣》暢銷以來，這股心理勵志的風潮還在持續中。





影視光采

攝影／丘國介

影視光采

還在追韓劇嗎？真的不必了！



國片贏回金馬大獎

武器是貼近人性的多元題材

2017 年金馬獎最大贏家是兩部國片：入圍 10 項、得獎 5 項的《大佛普拉斯》和入圍 7 項、得獎 3 項的《血觀音》。如果你還記得前一年度的金馬獎，從最佳劇情片、最佳導演、最佳男女主角、最佳原著劇本、最佳改編劇本都是中國與香港電影得獎，頒獎後大家都在問：「國片都去哪了？」而這也是多年來金馬獎必吵的議題。

2017 年不一樣了。《大佛普拉斯》贏了最佳新導演、改編劇本、攝影等 5 項大獎，《血觀音》則拿下最佳劇情片、女主角、女配角 3 項重要獎項。金馬評審團主席吳念真說出原因：「台灣新一輩年輕導演已經跟過去的電影告別，都在創造新的路線。」國片題材比過去更多元、品質也顯著提升，是贏回金馬獎的關鍵，連帶讓頒獎典禮也創下 4 年來收視率新高。

《大佛》用荒謬的黑色幽默講述社會底層小人物難以翻身的日子，全片黑白，唯一彩色的是上流社會男配角的行車記錄器畫面。《血觀音》則改編台灣過去真實政治事件。

若不只論得獎電影，2017 年最賣座的國片幾乎每部類型都不同，破億票房、年度賣座最好的《紅衣小女孩 2》是恐怖驚悚，題材來自本土靈異傳說，打破了連續 3 年由豬哥亮獨霸票房冠軍的情勢。賣座第二是《血觀音》，而之後《吃吃的愛》是奇



《大佛普拉斯》幫國片在二〇一七年金馬獎揚眉吐氣。



《血觀音》也拿下三項重要獎項。

橫掃金鐘獎的植劇場系列也在 Netflix 上架。台劇跨出電視、結合跨國平台資源的時代已經到來。



幻愛情，《大鈞哥》是豬哥亮的喜劇，《目擊者》是犯罪推理、《52 赫茲我愛你》是音樂歌舞、《報告老師！怪怪怪怪物！》則是校園霸凌驚悚片……各式各樣貼近社會的多元題材，打破「只剩小清新」的批評。「向過去告別、創造新路線」果然是 2017 年的國片主旋律。

台劇神作一部部上演

製作流程革新也很有看頭

2017 是台劇「神作輩出」的一年，從戀愛到推理、靈異到職場，都有不少引發話題的佳作推出。以平均收視 4.4% 拿下全年第一的《通靈少女》還記憶猶新，電視收視第二並創造超過 600 萬次網路點閱的《花甲男孩轉大人》就已上演；植劇場系列以《天黑請閉眼》《戀愛沙塵暴》等 4 部影集一口氣拿下 24 座金鐘獎，還有創下以電影籌資方式拍攝電視劇的《麻醉風暴 2》。

口碑與話題當然很重要，不過優質台劇輩出的根源，來自製作流程的改變。其中科技業大腕童子賢出資、資深導演王小棣主導的「植劇場」一開始就設定「愛情成長」「驚悚推理」「靈異恐怖」「原著改編」4 種類型

各 2 部單元劇的方向，擴大製作規模，讓編劇、製作流程到行銷手法都有更完整的規畫，並且在各劇中有計畫地培育新演員，果然以品質與口碑橫掃金鐘獎，之後也開始規畫「植劇場 2」，希望為低迷已久的台灣電視劇帶來更多改變。

另一邊，公視與 HBO Asia、新加坡稜聚傳播（IFA，In Focus Asia）三方合資的《通靈少女》則是導入美劇的管理方式，從題材定調為「少女成長」「宮廟文化」「社會寫實」三個層次，打破台劇過去邊拍邊寫的流程，確定腳本完成才開拍，運用美劇「先丟出許多事件再一一解密」的剪接方式讓節奏緊緻，一直到「拍攝現場是製片最大還是導演最大？」的衝擊……嫁接美劇管理流程，讓一群 30 歲左右的台灣製作團隊完成了這部話題劇，也讓世界更多觀眾看見了台灣獨特的宮廟文化。

同樣在公視播出的《麻醉風暴 2》則是以電影籌資、前期賣出播映版權的方式，找來 KKTV、華研等投資者，打破以往由公視單方出資或純賣片的製作方式，才能在每集平均製作成本 190 萬的台劇產業中，以每集 600 萬元的高成本完成這部專業職場劇。

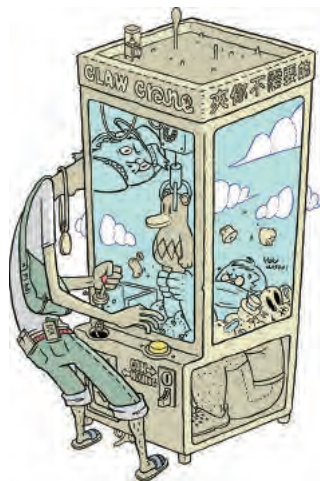
台劇神作輩出，大家都可以看熱鬧，但 2017 年的台劇產業，更讓我們發現製作與出資方式的改變，可以看出哪些門道。



攝影／岳國介

零售熱戰

不在乎天長地久 只要能立刻擁有



夾娃娃機席捲大街小巷 舊滋味的新商業模式

「好多本來閒置的店面，都變成夾娃娃機店了！」應該是 2017 年最引人注目的街頭趨勢。地不分東南西北，每個縣市都被席捲，雖然有許多包裝成「第二代無人商店」或「智慧型選物店」，不過本質都還是夾娃娃機的舊滋味。說到這你一定好奇，夾娃娃並不是新玩意，為什麼現在會爆紅呢？最主要是源於「場主分租台主」的新商業模式引人投入——這個微趨勢能為文創產業帶來正反兩面的參考。

過去的夾娃娃機，單純只是「消費者投錢挑戰」的遊樂器，能夾取的商品也多半是各式玩偶。但這一波流行的夾娃娃機行業，卻是由「場主」負責承租店面、購入娃娃機台、兌幣機、設置空間之後，再把一個店面裡約 10 ～ 20 台娃娃機分租給不同「台主」，由台主自行配置娃娃機裡的商品種類、設定爪力、能否甩爪，以及保證取物的金額等。

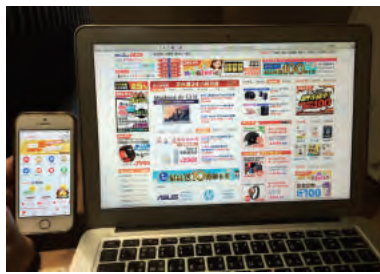
這個模式下，場主回本速度非常快，假設店面租金 5 萬，可放 20 台娃娃機，本台成本 3 萬，加上兌幣機、裝修等成本，不到 100 萬即可開店；而每台娃娃積分租給台主的金額大約每月 5000 元，完全租出去就入帳 10 萬元，加上一次租約半年到一年，場主大約一年即可回本，接下來每個月的收入很可觀（另外，穩賺不賠的是房東和生產各型娃娃機的廠商）。

而對台主來說，如何設定爪力難度來爭取獲利（太難沒人想玩、太簡單又會賠本）、如何用商品差異化吸引客人，經營原理和電商與實體零售業相差不遠，都有許多眉角，也因此「每月只要幾千元就能當老闆」的訴求，吸引不少人相繼投入。



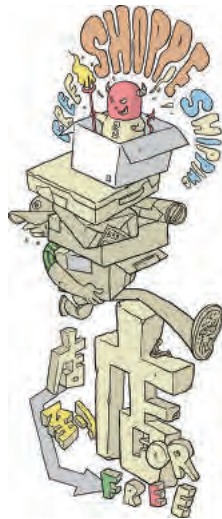
攝影／COSCUP

由於新商業模式的引入，夾娃娃捲土重來，而且席捲全台。



攝影／劉揚銘

網頁時代的網購霸主 PChome，在行動時代受到手機 app 起家的蝦皮威脅，展開一場補貼大戰。



然而娃娃機產業也因為快速擴張，導致一些特殊現象，例如最主流的夾取物是正版日本動漫公仔、中低價位的藍牙喇叭等，這些商品甚至被當成流通於產業內的「貨幣」。有些技術好的台主靠夾取別人機台來給自己「補貨」，或是夾客夾了一堆產品，再轉賣給台主，甚至賣回批發貨品給台主的上游批發商等。當一個產業流通的物品漸漸成為「內循環」，都是自己人在玩的時候，離泡沫化就不遠了。

新商業模式能讓一個舊產業復甦，但追根究柢，還是必須有差異化的商品服務、健康的經濟循環，才能讓這個產業持續發展。

讓我們繼續觀察娃娃機現象吧！

蝦皮拍賣補貼大戰

網頁老電商在手機戰場遇襲

2017 年台灣電商界最引人注目的新聞，莫過於新竄出的蝦皮拍賣，用超大規模的「免運費、免上架費、免手續費」賣家補貼戰術，把產業龍頭 PChome 殺得左支右絀。與其用文字形容，還不如以數字描述這場補貼戰的慘烈程度：

估計蝦皮大約燒掉 30 億元行銷費用，只換來不到 3000 萬的營收；而 PChome 為了抵禦新敵手，增資 10 億祭出全新補貼政策，代價是商店街市集創下 11 億元的虧損，是 2011 年掛牌上市以來最大虧損紀錄，平均每股虧了 43.25 元。

電商大打補貼戰，最賺的當然是使用者，不但是專業賣家笑呵呵，還有不曾接觸網拍的人，想說反正超商取貨免運費，不如就當成快遞來用吧！是的，電商新進者要的就是你的使用體驗，蝦皮燒了 30 億，得到的是號稱 1000 萬個新會員的使用體驗；PChome 準備 10 億應戰，也換來單月超商取貨 1000 萬次，超過 2 億件商品在 7 萬家超商的超龐大交易紀錄。

這場網購補貼戰能引發話題，除了血淋淋的財務數字，還有精采的商戰劇情，蝦皮名義上是新加坡公司，中國騰訊卻占有約四成的股權，引發了中資疑慮；而 PChome 原本正準備前往香港上市，卻因為這場戰役而放棄計畫，引起「為台灣最後的網路平台而戰」的話題。蝦皮 app 的簡潔設計讓使用者方便上手，設計師們因此開始討論使用介面、使用體驗的設計；蝦皮年輕靈活又處處針對 PChome 的行銷文案，也帶來行銷人的一連串分享……

無論故事多精采，但數字不會說謊，廠商放血搶顧客，不可能持續太久，消費者可以不在乎天長地久，只在乎立刻、馬上、最快擁有，成為這場補貼大戰的最大受益者。不過，當我們認真拆解這場戰役，會發現它是一個基於網頁時代的老電商，面臨以手機與社群為基礎的新電商所發起的挑戰。補貼戰結束後，PChome 的營業規模仍比蝦皮大上好幾倍，小蝦米能否撼動大鯨魚，還得看日後是否有新戰場出現。

品牌突圍

有創意，玩大玩小都如意



世大運行銷死而復生 給公部門上一堂創意課

《政府採購法》如何招死創新與創意，每位曾與公部門打交道的文創從業人都心照不宣。台北世大運原本應該是一場典型的政府行銷災難，不用很努力就能回想起，2016 年 9 月世大運第一檔行銷影片〈Go Go Bravo 臺灣有你熊讚〉在 Youtube 播出後，由於品質不堪又抄襲日本創意，立刻引來一片罵聲。但讓文創人最痛罵又痛心的，就是為了迴避採購法限制，只能以十萬元以下的預算發包，怎可能有任何機會把行銷做好？

2016 年 11 月，世大運執行長、台北市府秘書長蘇麗瓊決定找來當初在網路上罵得最兇的 11 位文創人，包括視覺行銷、群眾募資、運動行銷業者、建築研究所、運動與餐旅管理研究所教授等，一起組成「世大運品牌諮詢小組」，請求這群年輕的專業者團結起來，解決世大運行銷問題。

這個來自民間的專業團隊沒有領薪水也沒有正式職務，領每次會議 2000 元的出席費，第一次開會就從傍晚吵到深夜，做出的第一個決定是，把市府各局處原本做的事全都停下來！因為發現世大運的宣傳完全沒有主軸，導致後續每件事都無法連貫，比如當時市府各局處都做了許多宣傳影片（可以想像「長官要的行銷影片」是怎樣的品質），此時決定全部停止公開，等到釐清世大運和市民的關係、為什麼要關心、如何燃起大眾認同感之後，再想辦法針對行銷需求進行分工、招標、與品管。

光是第一個行銷主軸「捍衛主場：台灣好久沒機會辦世界級賽事，我們能以自己家為主場，回家比賽，『家』這件大事，就算不關心運動的人也總要關心。」就花了 9 小時的爭論才決定。等到完成三階段的包裝方向：建立世大運的行銷價值，確立認同感，最後才邀請大家一起為主場加油催票。

攝影／Yi-hsuan Lin



台北世大運票房火爆，有史以來最高的紀錄。八七％的售票率創下

「大好青空」將市集帶到山上，以不鋪張的設計打造最精緻的質感，活動過程隨處可見民眾自備野餐墊，挑個舒服的角落以藍天綠樹為背景，享受屬於自己的大好時光。



攝影／黃昱嶺



「島作市集」以綠色植物為主軸，搭配主視覺布旗高掛空中，鼓勵每個品牌以綠美化自己的攤位，讓市集處處是風景。



攝影／Ziv Chen

草率季現場賣的書很小眾，音樂也很獨立。

這個團隊從影像、數位傳播、平面設計、美學空間分工，加上市府全力支援，讓年輕導演放手發揮，經過幾個月整合，2017 年 3 月〈Taipei in Motion〉宣傳影片上架兩小時就超過 200 萬點擊，創下政府製作影片的最高點閱紀錄，還拿下德國 if 設計獎。總計三支行銷影片更獲得一片壓倒性好評。

世大運開幕表演讓人耳目一新，三位來自劇場的導演平均年齡只有 35 歲。開幕後 13 天賽事總計賣出超過 72 萬張票，營收超過 1 億元，售票率 87% 不但勝過上一屆南韓光州的 52%，也是世大運有史以來最高紀錄。賽場內戴資穎拿下羽球金牌、鄭兆村破紀錄的標槍金牌、楊俊瀚的 100 公尺金牌，也讓國民熱情燃燒到最高點。

從稅金殺手、誰都想罵不想碰的爛攤子，世大運行銷死而復生，絕對是 2017 年文創產業最值得欣慰的大事。台灣不是沒有文創人才，創意能創造價值，我們欠缺的是，讓文創專業能創造價值的做事方法和心態。

市集特色化、主題化 看見小眾市場的大眾新時代

自從 2006 年第一屆簡單生活節在華山文創園區開辦，以及集合年輕世代手作創作者的《創意市集 101》出版以來，市集概念在台灣蓬勃發展，今天不管北中南東，幾乎每個周末都有不同的市集活動，你可以在台北四四南村找二手商品，也可以在台東鹿野的 197 線武陵綠色隧道逛「2626 市集」，找到當地的農產品與手工藝品。

文創市集的概念發展超過十年，從過去只是單純聚集大量人潮，開始愈來愈精緻化、多元化。2017 年最大趨

勢是各種題材的「特色市集」陸續出現，用不同的主題來吸引特定族群，市集不是愈辦愈大愈均質化，而是衍生更多特色與主題，吸引不同的小眾。主辦人必須像策展人一樣，設定市集特色、挑選參與的商家。

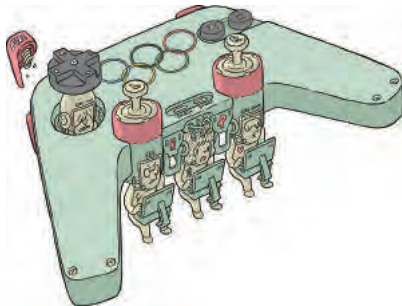
比如以雜貨、服飾、手作品、酒水與餐點「生活裡需要講究的種種」為主題的「大好青空市集」，最終場選在台北陽明山的嶺頭山，在充滿綠意的戶外環境，甚至有法式餐點來個主廚餐桌，即使交通不便還是吸引文青結伴上山。

台日合作的「島作市集」，則是挑選了 55 個在地方長期駐點的藝文、織品與工藝設計品牌，提出自己對當地生活的觀察，把這些有獨特性的品牌集合起來，代表它出發的土地、「島嶼上的好作品」。同樣在 2017 年舉辦的「草率季」則是標榜書店、獨立出版、小刊物誌（Zine）的一場 Art Book Fair，來自日本、韓國、美國、義大利、奧地利甚至委內瑞拉，超過 50 個獨立出版單位到台北參與，帶來呼應「草藥主題」的特別創作。而光是華山一個文創園區，就舉辦過「Creema Craft Party」「Culture & Art Book Fair」「Culture & Coffee Festival」「日本手創職人創藝市集」「愛丟卡燦夕七夕市集」「華山聖誕水水市集」等特色市集。

2017 年電子商務有蝦皮與 PChome 的網購大戰，但線下的實體市集仍然蓬勃發展，還衍生出更多特色主題，對不同生活風格有興趣的小眾在市集裡交流。當愈來愈多小眾被聚集起來，似乎也成為另一種大眾。

網路噪音

這個世界 一直在跑給你追



電競入選亞運項目
電玩形象能否升級？

第六屆奧林匹克高峰會於 2017 年 10 月舉行，在瑞士洛桑會場，國際奧委會（IOC）發表聲明：「具競爭性的電子競技，可被認為是一種體育運動。選手為比賽所付出的準備、日常訓練強度等，都可以與傳統體育項目的運動員相媲美。」

近年來電競產業成長快速，市調機構 Superdata 估計 2017 年全球電競市場規模約有 450 億元新台幣——這個數字僅計算電競本身，電競只占遊戲產業的 1.5% 左右，台灣整體遊戲市場規模超過 500 億元，大約是出版業的三倍——全世界青少年投入電競的人口眾多，國際奧委會認為這為電競加入奧運帶來可能性，而 2022 年預計在中國杭州舉辦的亞運會，也已經把多人線上競技、即時戰略等類型遊戲納入比賽項目。

2017 年，台灣遊戲產業也有一個異軍突起的作品，一個只有 6 人團隊獨立製作的恐怖小品遊戲《返校 Detention》一度登上全球最大遊戲平台 Steam 單周暢銷榜第二名，總銷售超過 21 萬套。這款以戒嚴時期白色恐怖為背景的遊戲突破國界限制，來自中國、韓國、美國玩家占比不少，在電玩展中被稱為「最想推薦給蔡英文總統的遊戲」，目前也由公視買下劇本改編的版權，預計在 2018 年成為台灣第一款由遊戲改編的電影，寫下獨立製作遊戲的文創奇蹟。

雖然電競產業每年成長超過雙位數，美國一支電競隊伍的售價超過千萬美元，亞馬遜（Amazon）旗下的直播平台 Twitch 也達到每個月不重複瀏覽次數一億人的驚人數字，就連台灣的宏碁、華碩等電子大廠也都把「聚焦電競」設為優先策略之一，



攝影／ sese_87

電競已經提升到奧運等級，不再只是小屁孩的網咖玩樂。



攝影／〇〇〇茶葉〇〇〇

電競市場規模超過五百億元，比賽收視熱況屢屢讓人吃驚。



畫面截取自噴噴杯募資網頁

噴噴杯的群募計畫推出後，兩個月內募集超過六千萬資金，卻在量產出貨前嘎然而止。

欲吃下市場大餅。然而，台灣社會對於「打電動哪有什麼出息？」的偏見還是普遍存在。2017 年底，台北南港某社區管委會因為拒絕香港 HKA 職業電競隊租房入住，而鬧上新聞版面，大概是把這些職業運動選手當成在網咖電玩間裡抽菸翹腳打電動的小屁孩，認為讓他們入住會導致社區房價降低吧。

每次說到電玩電競，出現銷售奇蹟、比賽得獎時就是台灣之光，企業家想分食產業大餅時又變成商戰策略，但只要孩子一說「我長大想做電玩」「想當電競選手」那就是腦袋壞掉大不孝。在電玩市場是出版業三倍、號稱科技立國的台灣，年輕人打電動，依然是大人眼中亡國的徵兆。

募資市場風波
不經一番大磨練，哪來最佳商業模式？

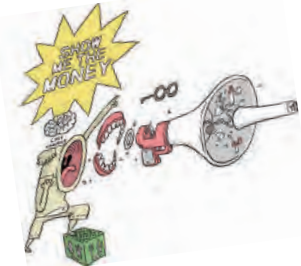
群眾募資是一種連結生產者與消費者的方式，讓好的商品設計和創作直接獲得終端使用者的支持，也讓消費者的意見在商品設計前期就能回饋給生產者。2017 年台灣的募資市場百花齊放，從「台北大空襲」桌遊、《舊遊戲時代》懷舊紙本雜誌、「浪浪別哭」流浪動物中途之家的展店計畫，到「一張名片隨身活版印刷機」，各領域都出現成功的募資案例。但對募資模式的未來走向更有啟發的，可能是兩個因故停止的募資專案：噴噴杯，以及知名 Youtuber 囧星人的「囧說書」專案。

在兩個月內募集超過 6000 萬資金的「噴噴杯」群募

專案，原本是行銷奇蹟，抓準了人人愛喝手搖飲料，卻連帶造成紙杯、吸管、塑膠封膜等環保污染的困擾，噴噴杯以方便攜帶、容易清洗、又友善飲料店（內有容量刻度、開口能插入不鏽鋼吸管）的設計，短時間內就引來眾人的支持。然而卻在預計量產出貨前，發生了行銷團隊與代工廠的合約與專利權爭議，最後導致全額退費，明明是備受期待與喜愛的商品，卻無法交付到消費者手上。

而囧星人的「囧說書」影片訂閱專案，一度達到每月 40 萬的訂閱金額，這個數字應該讓許多書評媒體歎為觀止，可見觀眾有多期待一個能把好書說得有趣、讓人看了有收穫的媒體。然而即使內容深受訂閱者的喜愛，囧星人卻在持續更新影片半年之後，因為經紀公司分潤要求，以及製作成本壓力之下，決定停止這項贊助專案，她也在 Youtube 影片裡公布影片的製作成本，說明她無法持續的原因。

噴噴杯的功虧一簣，與「囧說書」難以持續的原因不能混為一談，這裡想強調的是，明明深受市場喜愛、也能滿足消費者期待，甚至已經成功募集資金，卻還是有可能出現各種狀況，導致商品難產，或服務無法長久持續。對於生產者、設計者、創作者來說，群眾募資當然是有用的工具，不過，若要讓設計的商品、創作的內容成為一種能持續運轉的產業，可能還需要思考更完整的商業模式。



攝影／丘國介



攝影／岳國介

旅遊覺醒

旅遊覺醒

文化與風格才是王道！



攝影／劉揚銘

《Brutus》近年來以「在該做的101件事」為主題製作了許多大城市專題，不但有東京、紐約、倫敦，也有台灣。

日雜《Brutus》的國華街封面爭議

到底什麼才是「台灣風格」？

日本雜誌《BRUTUS》2017 年 8 月推出台灣旅遊特輯，沒想到一張封面照片，卻引起「台灣街景是特色還是丟臉？」「用這個方式介紹台灣是歧視嗎？」「什麼才是台灣風格的美？」等爭議。

《BRUTUS》在日本屬於一流的生活文化雜誌，幾年來陸續以東京、紐約、倫敦做為旅遊專題，但都以空拍知名地標建築與城市天際線做為封面照片，如果這次台灣專輯採用 101 大樓與台北街景做為封面，大概就不會引發爭議（但也讓人覺得索然無味）。妙的是《BRUTUS》拿台南國華街做為台灣街景的代表，其中雜亂招牌與占滿人行道的小吃攤、違停機車與橫越馬路的行人，引來台灣的普羅大眾討論：

「只有台灣街景看來粗糙又沒水準，難道不是歧視嗎？」

「我們從小就在這種環境長大，沒什麼丟臉的吧！日本雜誌反而懂得欣賞台灣的美。」

「可是這街景一點也不美啊！」

「那什麼才叫美？難道要跟國外一樣？」

爭論突然發生，網友也馬上仿照《BRUTUS》自製了網路版的「台灣街景封面產生器」，一下子引來上千張或美或醜的街景投稿作品。由於專題在台灣激起許多討論，《BRUTUS》總編輯西田善太也接受媒體訪問，最後，這些來自台灣網友的投稿作品，有許多被收錄進 2018 年 3 月出版的《BRUTUS》「增



截取自 <https://twstreet.spotlights.news>

網友製作「台灣街景封面產生器」，引來上千張或美或醜的街景投稿作品。



攝影／岳國介

一條大街，毀掉一整個墾丁的旅遊市場。



攝影／岳國介

但墾丁除了大街，可玩好玩的還很大又很多，業者不從自然與文化上強化特色，卻自陷牛角尖之中，可惜！



補改訂版・台灣特別編集」裡，做為謝謝台灣背景。

一張雜誌封面照片能引起這麼多討論，確實是稀有事件，在這次「美或醜？特色或丟臉？」大論戰中，有設計師從店面招牌的字型與色彩設計切入，有建築師從街道規畫的角度論述，有社會學家從人與遊逛的方式解析，也有文化人從日本的拘謹與台灣的自在隨性的差異評論，甚至台灣菜市場裡機車與行人共存的「傳統」都激起爭辯。台灣最美的風景在哪？台灣美不美？到底什麼才是台灣風格的美？經過這個事件，還會繼續被討論。

墾丁 vs. 沖繩論戰

為什麼涼著渾厚的生態與文資不用呢？

「有兩萬元預算要去沖繩還是墾丁？」是 2017 年討論度最高的旅遊話題，如果墾丁大街一盤滷味要價 920 元，許多人覺得相同預算還不如去沖繩，享受更貼心的服務和更多元的景點。

網路話題可以用數字驗證：2017 年恆春半島各景點總計有 430 萬旅遊人次，比前年度大減 120 萬，若再對比 2014 年的 830 萬高峰，被稱為「雪崩式下滑」也不意外，甚至舉辦了二十多年的春天吶喊音樂祭也人數慘澹。而 2017 年日本沖繩縣旅遊人次約 950 萬，其中台灣遊客超過 65 萬，對比 2015 年更有約 30% 的成長。此消彼漲，

為何墾丁不再吸引遊客？

中國遊客減少當然是其中一項，政治因素下的旅遊限台令，讓來台的陸客團年減 75 萬。不過更讓觀光客吃不消的，是墾丁房價、物價高漲的問題，幾年前墾丁遊客猛增，店面租金拉高，就連經營二十年的肯德基也不敵租金壓力而撤出墾丁大街，而租金連帶拉升住宿價格、店面與攤商的物價，但飯店與各式餐飲的品質是否有跟上？

此外，台灣的旅遊景點明明各有特色，觀光客卻都集中在商店街，無論墾丁、九份、日月潭都有類似狀況，旅遊集中在商店街，各地商品又呈現同質化，只要價格一拉高，產生「全台灣老街都一樣」「去過一次就好」的感想也不令人意外了。然而同樣是墾丁國家公園，還有社頂、貓鼻頭、鵝鑾鼻、關山等多元景點，然而面對巨量的觀光客，能結合當地人文與自然資源的深度旅遊、解說與導覽能量不足，應用率也不高，最後觀光客也只能擠回墾丁大街，受高價剝削。

墾丁旅遊三年雪崩 400 萬人未必全是壞事，這裡明明有世界級的景觀與充沛的人文歷史，只要重新思考結合文化與自然的旅遊方式，找回墾丁的魅力是有可能的。不過，對照台灣人超長的加班工時、停滯的薪資和高漲的房價，我們還剩下多少時間與金錢可以旅遊，可能是更大的問題。



攝影／丘國介

另類注目

這些事件，也值得密切關注

誠品書店創辦人吳清友過世

1989 年創立誠品書店，1999 年首創 24 小時營業，書店與商場複合經營模式讓誠品成為台灣文創產業的一大指標；令人懷念的文化人離開了我們。

日本蔦屋書店進軍台灣

日本蔦屋書店進軍台灣，最大特色是打破傳統的書店分類結構，不再是「旅遊」「職場」「設計」等各類分開，而是根據主題（例如「好想成為這樣的大人」）將各類型書籍打散重組，改變消費者逛書店的方式。

誠品 R79 改造台北中山地下書街

台北最長的中山地下書街由誠品接手，更名為誠品 R79，將原本連續的空間以五大主題分別獨立出來，不分新舊書、不分暢銷排行榜，改用書店職人的議題策展吸引讀者。

網路劇大爆發

2017 年也是台灣網路劇蓬勃發展的一年，酷瞧、KKTV、Vidol、CHOCO TV 等平台都瞄準網路劇市場，推出不同類型的原創戲劇作品。網路影音產業的下一步值得關注。

故宮開放 7 萬張圖片檔案免費使用

故宮博物院開放 7 萬張以上的書畫、器物圖片檔案，提供所有人不須註冊、不用付費，甚至不限商業或教學用途，皆可免費下載使用與改製這些照片。近年全球博物館吹起將館藏高解析度照片數位化、提供免費下載利用的開放獲取（open access）政策，例如美國大都會博物館也開放了 37 萬張圖片給公眾自由使用。

「草東沒有派對」成為金曲獎大贏家

獨立樂團「草東沒有派對」在金曲獎拿下最佳新人、最佳樂團、最佳年度歌曲三項大獎，充滿無力與無奈的歌詞寫出悶世代的心聲。勵志的五月天和厭世的草東，是否象徵台灣音樂的世代交替？

導演齊柏林過世

導演齊柏林在為新片《看見台灣 II》堪景時，與助手和機師不幸墜機過世，以空拍紀錄片喚醒社會對國土保育更重視的導演，堅持理想到生命最後一刻。

紙本新刊物創刊

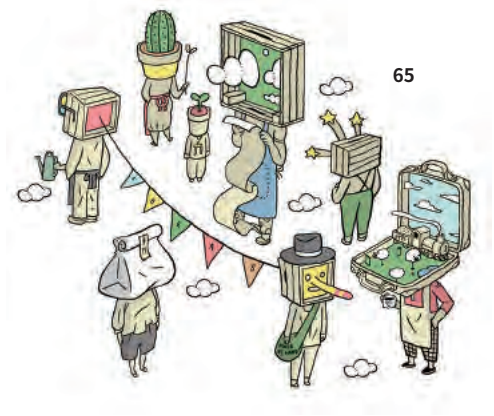
以「新世代的報紙」為訴求，每月發行十大張，橫跨國際、政治、經濟、文化、娛樂、生活等綜合面向的《周刊編集》創刊，彷彿在測試資訊被臉書演算法控制的時代，「慢新聞」是否能在台灣贏得讀者？此外，「訂雜誌、送食材」把生產者的故事與食材一起送到消費者面前的「食通信」風潮，也從日本吹進台灣，《旅人食通信》《米通信》在 2017 年陸續創刊，探討紙本閱讀的下一步可能。

限塑政策與不塑之客

2017 年環保署預告擴大限塑政策，未來 10 萬家商店不能再免費提供塑膠袋。如何減少生活中的塑膠垃圾吸引更人的注目，臉書上「不塑之客」社團一年內從 2 萬人成長到 10 萬人，減塑生活會是下一個環保趨勢嗎？

只剩數位廣告還在成長

根據台北市媒體代理商協會《2017 年台灣媒體白皮書》統計，只有數位廣告年成長 33.7%，創下十年來最大漲幅；其餘報紙、雜誌、有線電視、無線電視、廣播、戶外廣告幾乎都創下九年來最大跌幅，廣告業的未來走向值得關注。



誠品改造台北中山地下書街，以書店職人的議題策展吸引讀者。



在數位化、輕量化當道的年代，《周刊編集》逆向操作，不但是紙本，而且尺寸還超大。



強力的限塑政策宣導＋社群粉絲力挺，減塑生活會是下一個環保趨勢嗎？

年度人物

他們的產業，也許不在文創法所列舉的名單之中，但他們卻展現了可觀的創新能量與可敬的文創精神。所以——我們在非典型的人物中，尋訪發揚文創精神的典範。

周俊吉

文化了產業、文化了社區、文化了世界

「準備好跟我們一起改變了嗎？」實踐了 14 年的「社區一家」計畫，跟著時代脈動見證社會轉型的歷程，從單純改善社區硬體，推移到人與人的互動，讓居民自發性投入地方文化傳承。幕後推手——信義房屋董事長周俊吉，用他豐富的人生歷練與故事證明，無論在哪個領域，「讓世界變得更好」本身就是一種文創耕耘。

採訪・撰文／陶曉嫻
肖像攝影／林辰鍵
圖片提供／信義房屋

About 周俊吉

1953 年出生，嘉義人，文化大學法律學系學士、政治大學企家班第十屆畢業，現任信義房屋董事長。

主要文創事蹟：發起「社區一家」計畫，連續 14 年毫不間斷，激起民間自發的創新力量，協助將近 9000 個社區獲得更美更好的改變。獎助教育，在大學院校推動企業倫理扎根計畫。

文創精神的發揚：逐夢、創新、跨界、實踐。

當領導人喊出「文化立國」，政府當局畫定 15 + 1 個領域為文創產業，這讓台灣文創發展股份有限公司董事長王榮文思考：是否有更多「產業文化化」的可能性？是否能讓所有產業都融合文化因子來進行產業升級？

在深耕文化創意的道路上，王榮文遇上信義房屋董事長周俊吉這位「非典型文創人」。

叛逆少年郎

被李敖、柏楊催熟的嘉義囡仔

在房仲與詐騙畫上等號的 1987 年，周俊吉以「利人利己」的理念創辦了信義房屋，日後成為台灣唯一一家股票上市的房仲業。當企業界絕口不提人權、轉型正義的 1996 年，周俊吉參與人權教育基金會，籌辦興建綠

島人權紀念碑。從業務導向服務，信義房屋自 2004 年展開「社區一家」計畫，迄今協助了將近 9000 個社區打造外在美、充實內在美，獲得 2017 年總統文化獎的肯定。

獲得許多「道德企業」「模範企業家」獎項，頗有書卷氣息的周俊吉並不是從小留洋的海歸派，也不是名校學霸，而是一位討厭上學、老是撬課，求學之路一路跛行的鄉間少年。

爺爺從事種子進出口貿易，是嘉義地方要人，叔伯們則是先後擔任進出口同業公會理事，周俊吉顯赫的家世，讓學校老師總給他特別優待。在以體罰教育為主流的年代，別的小孩動手打人，老師手上的藤條立刻就招呼過去，唯恐揍得不夠兇狠，周俊吉動手打同學，老師卻只輕描淡寫地說：「不可以打架喔。」除此之外，小

朋友去老師家補習，都將腳踏車停在距離老師家兩百公尺遠的堤防邊，只有他堂而皇之地將單車騎進老師家客廳。

幾十年後回憶起兒時往事，周俊吉靦腆笑道：「這種差別待遇其實很不好，後來都沒小朋友願意跟我玩了，因為不管我打人還是別人打我，倒楣的統統是別人！」

交不到同齡的朋友，加上不喜歡教科書的內容，周俊吉在教室坐不住，小學三年級便開始逃學，讓學校教務主任送回家。他的父親盤算，如果功課壓力加重，兒子也許就會認分讀書，於是讓他直接跳升高年級，而周俊吉竟然也因此奮發向上，初中聯考一舉登榜省立嘉義中學，是當地的第一志願。

上了初中之後，叛逆的個性復萌，上學時，周俊吉總是將《文星叢刊》的李敖作品與星光出版社的柏楊作品夾在課本中偷偷看，「我的同學怎麼都這麼可笑？這個社會已經變成這樣了，這些人怎麼還搞不清楚狀況？」因為李敖、柏楊文集的催熟，讓周俊吉略過了少年期，心智從兒童直接被催化為成年人。

吃苦當吃補

打工賺到的不只是錢，還有這些……

嘉義中學後求學過程一路顛簸，從初中、高中、職校念到補校，周俊吉自嘲「受過中華民國完整教育」，連那家以給「大尾鱸鰻」補學歷出名的補習學校，他都念過。第一次大專聯考，他錄取世界新專（世新大學前身）廣電科，但當時廣播主流是字正腔圓的北京腔，鄉土味的嗓音沒有出頭機會，他讀了一年後決定重考，這一考便是四年光陰，家中給他的金援時有時無，讓隻身在台北的他開始四處打工。

1971 年，周俊吉的第一份打工是在考證出版社當編輯，在不講究智慧財產權的年代，把報章、書本上的字句剪下來排版、重新付梓，就是一本新書。「只要你識字，手上有一支剪刀一罐漿糊，竟然就算是編輯了！」

但是當編輯不足以餬口，周俊吉與其他學徒一起改當

書店業務。老闆讓業務們各自負責不同的書架，並且設計獎金制度，從賣書營業額抽 1%，另外讓 top sales 晚上睡行軍床，其他業績差強人意的學徒只能睡在書堆上，沒幾天就腰酸背痛。

「為了有地方可以躺，人就有努力的誘因。」周俊吉在書店學會了察言觀色、以客為尊，看到客人將手伸向哪一本書，腦中就要內建推薦書單的大數據，順勢推銷給客人。

但賣書始終拚不過老學長，周俊吉便轉到「愛雞園」養雞場打工。老闆叮囑夥計們要「好好愛護雞」，要求一人負責一萬隻雞，並訂下了「下蛋率七成」的 KPI。雞舍的氣味與單調的工作讓人很難維持心性，一萬隻雞叫起來，更是吵得人腦袋都要爆炸，有的夥計一上火，便踢雞舍出氣，而禽鳥受到驚嚇，下蛋率便無法達標，免不了再被老闆罵一頓。

但愛雞園老闆不是只有鞭子，他還有蜜糖誘使夥計們打掃雞舍。由於雞糞可以當成肥料賣錢，老闆支使學徒剷屎的同時也讓大家從中抽成，因此每逢打掃雞舍，大家都士氣大振。「髒苦累的工作，就要給員工高額獎勵，大家才有動力做事。」艱苦的打工生涯，激盪出周俊吉對企業經營、管理的體悟：「一間公司的名稱非常重要，為什麼這間養雞場要叫做『愛雞園』？因為你要先愛護雞，才會得到想要的結果。」

發現新藍海

往糾紛最多的領域跳下去

體驗過社會底層的生活，讓從小不愛上學的周俊吉認識到教育的重要。而中國文化學院（文化大學前身）法律學系畢業後，服完兵役的他借宿在王寶輝教授家中，面對錄取率極低的律師、司法官考試，抱著「總有一天能考上」的心情讀書準備。

有一天，王寶輝找他去書房，問了一個影響他一生的關鍵大哉問：「你為什麼要當律師？」

「我答不出來，只能用學校教育那套八股回答。」即

使是幾十年前的往事，周俊吉依舊記憶猶新，他告訴老師：法律就是正義、律師是在野的法曹云云。王寶輝追問：「你怎麼確信自己是站在正義的一方？」問得周俊吉張口結舌。

看高徒答不出來，王寶輝接著說，有道是鶴立雞群，與其在鶴中庸庸碌碌，不如在雞中做鶴——身為法律人也有另一項重要任務，就是從源頭讓訴訟不要產生，從糾紛最多的領域紓解訟源，也是一條路。

這讓周俊吉想起孔子說的一句話：「聽訟吾猶人也，必也使無訟乎！」這段話的意思是，孔子認為司法人員更崇高的目標，是讓人民彼此沒有訴訟的必要。

周俊吉自忖，自己處理訴訟恐怕沒多高明，何年何月可以考上律師也是未知數，但讓在所在的地區不出現糾紛，的確值得一試。存著這樣的念頭，他問王寶輝：「哪個領域的糾紛最多？」王寶輝回答不動產業是民事興訟的大宗，周俊吉便這樣把頭洗下去。

七十字箴言

仁義禮智信是什麼意思？

在第一家房地產公司報到後，老闆很直接地要求員工「去騙客人」，周俊吉不能接受，自然無法達成業績，待了一個月就捲鋪蓋走路。沒想到去第二家公司，風氣竟如出一轍，這也是為什麼當時社會大眾對房仲業者抱著輕蔑、不信任的態度，管他們叫「牽猴仔」。

拒當「牽猴仔」的周俊吉，當了兩個月員工後，便決定自行創業，立志從源頭改善風氣。

雖然少年時讀了不少非主流的書，但周俊吉自言，儒家文化對他的影響還是很深，儒家主張的五常「仁義禮智信」，成為他創辦信義房屋的核心精神。

對於五常，周俊吉有一套解釋：「任何人活在世界上要有愛人之心，這就是『仁』；但表現自己對別人的愛，不是逢人就說『我愛你』，而是依照『義』做出合宜的舉動，做事有一定程序、不能逾越就是『禮』，說到做到就是『信』。」



1987 年初，周俊吉提筆寫下七十字的信義房屋立業宗旨，「吾等願藉專業知識、群體力量以服務社會大眾，促進房地產交易之安全、迅速與合理並提供良好環境，使同仁獲得就業之安全與成長，而以適當利潤維持企業之生存與發展。」

這塊請書法名師寫下的匾額，現在掛在信義房屋的總部，三十一年如一日。

父親的棒喝

上了一堂「30 萬、利息一分半」的課

從前房地產交易充滿詐欺陷阱，欠缺效率而且價格不合理，周俊吉期許信義房屋保證客戶的交易安全，以合理的價格迅速完成交易。對同仁要提供安全而且有成長性的環境，別人才會願意一起打拚。值得玩味的是最後一句，維持企業營運的是「適當利潤」，而不是「最大利潤」；周俊吉認為，追求最大利潤意味著把「利己」放在「利人」之前，可能就會逾越信義的立業宗旨。

有了宏大的目標，但在公司獲利前，總需要有啟動資金，周俊吉把主意打到自己的父親身上。知道周俊吉當

房仲業務員時一間房子都沒有成交，父親劈頭第一句話是：「你有什麼資格創業？」得知兒子的創業理念和計畫後，父親僅對他說：「我借你 30 萬，利息一分半，用完就沒了，我不會再借你錢。」

父親的借款一年內就燒光了，雖然家中還有幾百萬元頭寸，但父親說不借就是不借，「父親的身教讓我體驗到兩件事，一是 30 萬用完就沒有後路，這告訴我『資源是有限的』，二是你必須付出一分半的利息，這意思是『資源是有成本的』。」在周俊吉的印象中，父親很嚴厲，但也是這說一不二的身教，讓他一生受用。

業務變服務

公益的純度越高，感動人心的程度越大

信義房屋一開始是兩人公司，由周俊吉、周王美文夫婦共同打拚，六、七年後終於逐漸步上軌道。這段艱辛的歷程讓周俊吉體會到，任何一家企業若要生存發展，人為努力是一部分，但成功一定要歸功於整個環境，「不是在這裡或是在這個時代，我的命運就不一樣了。」這也讓他興起回饋社會的念頭。

2004 年總統大選過後，台灣的藍綠衝突劇烈，「台灣是這麼好的地方，但我們沒有能力去叫政治人物別吵，所以我想鼓勵社區裡的居民去關心彼此。」「社區一家」計畫就此在周俊吉心中萌芽。

對於當時規模不大的信義房屋而言，五年提撥一億元來做社區改善是很重要的決定，民眾對社區營造的提案，有的來自城市、有的來自偏鄉，而大部分都來自資源稀少的偏鄉，不少內部同仁反映，他們在地方商圈耕耘許久，但公司提供給社區的協助，都不是同仁能夠提案來爭取預算的。

做公益，外界經常都會懷疑計畫背後的動機。周俊吉說服同仁：「公益的純度越高，感動人心的程度越大。」他把社區一家計畫做純公益執行，並邀請台灣觀光學院董事長柴松林教授擔任召集人，聚集一群長期投入社區營造、具備理想性的學者擔任評審。

社區一家計畫的初選，從「民眾參與度」「提案創意度」「實施影響力」和「執行可行性」四個面向進行書面審查；決選階段則由申請人進行 8 分鐘簡報、7 分鐘評審，現場開放所有申請人、組別與社區旁聽，彼此教學相長。

直到第一屆評選落幕後，周俊吉才在晚宴上第一次與評審委員們見面，令他印象非常深刻的是，席間一位評審說：「我會來當評審，是想看你們這種企業在搞什麼把戲？邀請我們這些學者，是想要我們背書什麼事情？沒想到信義房屋的同仁除了端茶送水，對怎麼用這筆預算真的完全不干預，實在很難得！」這也讓評審們願意花上將近 30 個工作天進行評審，除了初審書面提案，還親自下鄉視察、實地輔導社區營造工作。

故事說不完

8 萬元的申請案也出現超感人風景

以前說「各人自掃門前雪，莫管他人瓦上霜」，但社區一家計畫鼓勵居民走出家門，去把社區樓梯間堆積的雜物清除，讓獨居老人和弱智孩子歡樂相處，在這些過程中，產生人與人的連結，也誕生很多非常感動的案例。

一個案例是台南市永康區中興里故事巷。頭戴動物帽子的「巫婆媽媽」沈采蓉，用豐富的聲音表情、誇張的肢體動作，演繹著一冊又一冊的繪本故事。故事巷構想的原點，是沈采蓉覺得獨樂樂不如眾樂樂，故事不該只



1. 「社區一家」的卓越表現，獲得 2017 年總統文化獎的肯定。

2. 社區一家計畫全台得獎社區出席頒獎典禮。出席的人有多少，得到「好的改變」的社區就有有多少。

3. 沈采蓉用一招「說故事」，不但讓台南永康中興里充滿歡樂，最後還走出社區，幫助更多的人。

4. 高雄寶華社區做髹刷油漆，不但把髒亂變光采，還因為一面粉刷一面交談，鄰居們彼此認識而產生互相關心、守望相助的力量。

是講給自己的孩子聽，於是她申請一筆經費，讓自家車庫變成社區大人小孩的聽故事場域……現在「巫婆媽媽」的身影也出現在社區大學、誠品書店童書館；沈采蓉不只講故事，還開班教更多大人如何講故事，也變成社區一家計畫的評審委員，把寶貴的經驗傳承下去。

主打「六星級內在美」的高雄市三民區寶華社區，社區發展協會理事長王瑞成看到公共區域電燈損壞、樓梯間大門口被貼滿小廣告，顯得髒亂無比，便向社區一家計畫申請 8 萬元油漆費，這個原本只有理事長夫婦發起的二人行動，第二年變成幾十人，第三年增加到上百人參與，這個總體花費僅需 30 萬的計畫，產生意想不到的正面效果。

第一、整個社區粉刷工程如果外包給企業，花費可能是十倍。第二、因為是親身勞動的成果，社區居民會主動用心維護。更可貴的是，在油漆的過程中，鄰居因為彼此交談認識，產生了互相關心、守望相助的力量。

位於花蓮縣壽豐鄉豐田村的「囡仔們ㄟ店」五味屋，整理了火車站前的日式閒置空間「風鼓斗」建築，從 2008 年開始營業。除了做社區公益的二手商店，歡迎訪客帶著一公斤舊物來，五味屋的空間還提供鄰近村落的



5. 花蓮五味屋讓舊物重生、讓鄰村的兒童青少年有共讀空間，還提供社會實習的機會，甚至成為花蓮的文化風景。

兒童青少年做共讀空間，而且提供社會實習的機會。經過十年的努力，五味屋不只變成國際志工的必訪地點，還附設了背包客棧，為在地創造更多就業機會。

看到充滿自信的原住民小朋友對年紀是自己好多倍數的大人們簡介五味屋的成立宗旨與陳設，讓周俊吉有感：「當人有心去幫助他人，就不再是弱勢！」

弱勢幫弱勢
走大家都有助人的本錢

提到弱勢，社會上的刻板印象常把新移民與弱勢畫上等號。然而在社區一家計畫中，原本不懂中文的弱勢者——越南籍新娘也發起了陪伴行動。

八八風災過後，她們去慰問在小林村罹難的外籍新娘家屬，驚見社會上還有比她們更弱勢的人，於是她們一邊用心陪伴納瑪夏那原住民婦女，用挽面、推拿替她們紓壓，一邊投入社區重建計畫。

在台中寶山社區，年輕人都離鄉打拚生活，獨居的老年人沒有說話對象，智能與表達能力每況愈下，另一邊鄰近的育幼院童則是因為弱智，沒什麼人願意跟他們講



6. 國際家協的越南姐妹，用挽面與推拿為八八風災過後的小林村原住民婦女紓壓。即使是被社會認定的弱勢者，也伸出援手幫助更為弱勢的人，從而找到自心與光輝。

話，社區發展協會理事長突發奇想，決定撮合這兩個群體，讓老人說話有人聽，讓孩子有人樂意對他們講話。

他們向社區一家計畫申請到一筆交通費，帶著老人們去育幼院和院童互動，給弱勢兒童送暖之餘，也排遣老年人不被需要的寂寞。剛開始孩子們有些怕生，但一回生二回熟，後來甚至抱著阿公阿嬤的大腿，哭著要他們不要走，這讓周俊吉感到十分欣慰，認為自己堅持了一件對的事：「許多事情交給政府做，花很多人力物力，可能都達不到社區守望相助的效果。」

還有令人動容、窩心的是，14 年來，有不止一組的申請人明明計畫尚未走完，但他們寧可放棄報名，原因是要「讓出機會給更需要的人。」令社區一家工作人員感動莫名。

社區一家計畫持續十餘年，至今累計 8799 件提案，參與者遍布台澎金馬 98% 鄉鎮市區，除了呼應信義房屋的企業倫理，也促成善的循環，許多信義房屋的同仁由於在社區一家計畫下當志工，感受到服務和貢獻的正能量，因此自然而然的將工作從業務導向走到服務導向。

經由社區一家計畫，居民的小小夢想開了花之後，其上還能再生繁花，變成凝聚公眾意識的花園，也因此獲



7. 台中寶山社區阿輝理事長帶領千歲俱樂部的老人到育幼院陪伴孩童，讓老人說的話有人聽，讓孩子遇見樂意對他們講話的人。

得 2017 年總統文化獎的「在地希望獎」。

好還要更好
所謂文化，這就是了！

雖然在小學中學時經常逃學，周俊吉仍覺得教育對台灣非常重要，「有適當的教育，才能夠改變自己的命運。」為此他以個人名義捐款 6 億元推動政大公企中心升級的躍升計畫，在 2000 年成立政大商學院信義不動產研究發展中心，在大專院校中推動企業倫理的扎根計畫。

過去談到「企業倫理」，教科書上幾乎都是外國案例，但是各國國情、法規不同，讓許多國際企業的行動無法接上台灣的地氣，周俊吉期望結合科技與人文，針對台灣不動產的經營管理做前瞻性研究，並提供給政府參考。同時希望大學生在從事管理職與創業時，都能從企業倫理角度切入，把社會企業責任放在心中，不要只替股東牟取最大利潤，而認為「公司做為富不仁的事情很正常」。

許多公司在組織擴大時會發生衝突，周俊吉比喻，衝突就像拔河，一個有 195 規模的組織，兩邊人馬各自朝相反方向施力之後，100 減 95 就只剩下 5 單位的出力。但若一開始就言明，公司是抱著「利人利己」（利人在先，利己在後）的立業宗旨來匯集夥伴，所有的施力就都會是聚合的，即使匯聚的力量只有 100，看似不及 195 的規模，但大家都往同一個方向走，就能一分不少地展現 100 單位的力量。

文者，美也、善也；化者，變也。讓事情變得更美、更善，就是「文化」。無論在哪個領域，「讓世界變得更好」本身就是一種「產業文化化」的文創耕耘——這是今年華山文創人物周俊吉，用他的社造與教育實踐為文創立下的新定義。

華山實踐報告

在華山的場域裡，我們實踐；
在實踐的過程中，我們發現…



年度主旋律

它們也許是
未來的新定義
也許只是
2017 的年度熱潮
無論何者
它們都是
這一年的
「主旋律」

華山藝文產業華麗變身

從藝文特區到藝文交流平台

1.

新一代編舞家周書毅，連續幾年在華山策畫「下一代編舞計畫」，使用不同空間呈現舞作。



2.

原住民劇場《米靈岸》匯集了劇場、舞蹈、音樂、美術與策展等各路菁英共同製作，是 2011 年表演藝術在華山的一大盛事。



3.

2017 年演摩莎劇團充分利用拱廳磚牆特色，打造時代背景空間進行《凡尼亞的舅舅》讀劇演出。



4.

2011 年華山百戲雜技節發動千人倒立活動，引起媒體爭相報導，發起全民倒立運動。

說起藝文產業對於華山園區的關聯性，就不得不提到 20 年前的那一段歷史。

藝術催生，園區誕生

因為台北酒廠遷廠後的閒置，讓藝文人士於 1997 年組成「華山藝文特區促進會」積極催生一個藝文展演的園區，要讓全民共享這塊文化活動的寶地。同年年底，金枝演社因私闖米酒作業場演出《古國之神－祭特洛

伊》，導致團長王榮裕被警方以「竊佔國土」的罪名拘提到派出所，這顆震撼彈凝聚出一股更為團結的力量，加速了轉型的腳步，讓華山這塊場域在 1998 年成功變身，開啟了「華山藝文特區時期」。

由於酒廠及樟腦廠的場域氛圍啟動了藝術創作的產出能量，1998 ～ 2003 年的華山藝文特區，大量的藝術創作與藝術家在此地發生，這也是為什麼「華山藝文特區」這個名稱一直深植民眾許久至今。

2003 年之後因華山被列入「挑戰 2008 國家發展重點

計畫」之一，朝向「創意文化園區」發展，2007 年又定位為「台灣文化創意產業的旗艦基地」，從此以促進民間參與的模式，逐步展開全新的「華山文化創意產業園區」，將藝文產業範圍擴大，連結 15+1 的文創產業力量，打造軟實力平台。

不斷實驗，持續轉型

在促進民間參與的競標案中，台灣文創發展股份有限公司雀屏中選，受託經營華山，建立文創產業發展平台，在表演藝術領域中亦展開各項實驗與轉型，包括 2010 年結合商售空間舉辦音樂魔幻劇場《幾米走向春天的下午》演出計畫，締造連演 105 場的定目劇實踐方案；2010 ～ 2013 年配合文建會（2012 年升格為文化部）的四年計畫，每年在 10 月舉行「華山藝術生活節」，四年下來超過 1600 場的藝術展演活動，參與總人次也超過 40 萬，除了呈現臺灣表演藝術豐沛的創意能量之外，同時也展現藝術親民的體現價值。2011 年 4 月，原住民劇場《米靈岸》在四連棟盛大演出，隨後轉入馥蘭朵烏來度假酒店作定目演出。同年 7 月，華山更自力策展「百戲雜技節」，拓展新馬戲的表演型態，並完成全民參與的千人倒立創舉。2012 年藝文特區時期的主持人張忘（張鶴金），在華山的戶外草地創建「匯川藝術節」，更奠定了日後華山街頭藝人表演的基礎。

院廳場野，綦然大備

因為華山文創園區的特殊環境氛圍，藝文界莫不期許華山不但成為國內表演藝文活動的重要展演、交流平台，更是亞洲地區文資建物活化再利用的典範。藉由在華山推動的各項表演藝文活動及節目計畫，使得表演藝術活動成為華山文創園區重要資產，成為國內表演藝術的孕育孵化基地，進而推動表演藝術產業化。

表演藝術是項獨特的產業文化，和其他產業最大的差

異是它每一場的演出都是獨一無二的，無法一模一樣的複製。因此，「人」就成了這個產業發展上至為重要的關鍵。接下華山經營任務後，我們期許自己，要在園區落實藝文團隊的人才扶植育成、擴展藝文欣賞人口以及實現新創科技與藝術的運用，因此在 2015 年先整理中二館果酒禮堂，將它改建成專業的戲劇及舞蹈排練場，讓藝文團隊可以在交通方便的市中心安心創作排練。2016 年再改建烏梅酒廠內部，成為三面式舞臺的小劇場，提供藝文團隊優先申請使用，讓中小型劇團多了一處可選擇的演出空間。而多功能型的中三館拱廳，也成為實驗型劇場及講座的分享空間。

因著以烏梅劇院為核心的表演藝文空間整建、演出測試等各種營運計畫相繼完成，華山文創園區「一院」（烏梅劇院）、「一廳」（拱廳）、「一場」（果酒練舞場）、「一野」（戶外展演空間，包括千層野台、米酒巷木棧板舞台、藝術大街底等）的表演藝文空間，至此綦然大備；一齣齣好戲也在 2017 年順利完成了 31 檔演出。

一切就位，大步向前

這些兼具文資古建氛圍與表演藝文活動專業設施的場館，在 2017 年底正式完整就位後，我們期許它們能夠持續為台灣的藝文表演活動提供完整、完善的服務。更要以這些優勢場域為基地，推動表演藝文產業的產業化。讓表演藝文產業擁有一個正當、正常產業該有的穩健發展前景。

此外，因著園區室內演藝空間的建置完整，我們也逐步發展戶外的各類型藝術交流作業，在未來的時日裡，務必將華山文創園區打造成亞洲地區具有指標性的文化藝術交流平台。

就讓我們繼續努力創造吧！

（撰文／陳姿君＋林璞）



攝影／陳姿君



圖片提供／中華民國表演藝術協會



圖片提供／狂想劇場



攝影／陳姿君



圖片提供／勸故事劇團

- 5. 2012 年匯川藝術節，華山劇場搭起馬戲帳棚，上百場演出於帳篷內進行。
- 6. 2011 年華山藝術生活節活動：24 小時不打烊戲樂部，挑戰民眾 24 小時觀戲耐力大考驗。
- 7. 狂想劇場的《黑夜之後》運用大量影像及舞台的布局，打造詩意般的畫面。
- 8. 2017 年勸故事劇團在改建後的烏梅劇院上演《Hello, world!》，從照片可以清楚看到三面式舞台的型式。
- 9. 戶外街頭藝人在華山，是讓民眾親近表演藝術最快的捷徑。

藝術類展覽大噴發

就在園區表演藝術空間逐步調整比重與涵量，完成「院、廳、場、野」的完整建置時，展覽空間的使用，也有相應的調整，除了原本就以展覽為主的場館把寒暑假的黃金檔期交給藝術型的策展，甚至一些向來都以育成或商用為主的場域，也張開雙臂迎接藝術的光臨。

從當年、到今年，不忘藝術實踐

隨著園區營運模式日趨成熟，每年在華山舉辦的會展演活動內容也益趨多元，一年近千檔的活動中，除了動漫類的「IP 授權展」、品牌為抓緊消費者目光而自行規畫的「體驗展」、店家連結自身資源舉辦的「微型展」之外，具有藝術高度的展覽，也逐步向大眾市場試探。它們跳脫專業美術館的嚴肅外衣，以更活潑、親民的策展方式和內容，帶領一般大眾從「趣味的發現」入手，一步一步走向「品味的昇華」。

華山文創產業園區本來就是從藝文特區轉型而來，對藝文類的策展一直有著濃濃的鄉愁，也不斷透過各種試驗，持續挑戰這個「藝文復興」的大夢。園區營運初始，第一個進駐的長約店家是名山畫廊；紅磚區試營運之後，第一檔大展是「新台灣壁畫隊」，2013 年還啟動一整年的「365 藝術計畫」。十年來，蔡國強在中六館公開作品《晝夜》草圖的製作，席時斌在樹錢草地展出《鋼鐵遊蹤》，幾米在四連棟開了「星空」與「世界的角落」兩次創作特展。普立茲新聞攝影獎、國家地理雜誌和 VOGUE 雜誌這三個分屬紀實攝影、地理攝影與時尚攝影的國際權威，也都把它們的經典攝影展選在華山舉辦。設計方面，台灣設計師週在華山連續辦了三年，村上隆用「Geisai」發掘設計人才，蕭青陽與李明道兩大設計才子聯展「我我寶島」。而故宮的世紀瑰寶雖然典藏在外雙溪，卻把「數位故宮」搬到市中心的華山來。不只如此，建築創作也沒在華山缺席，2009 年開了

「建築師手稿展」，第二年又來了藤森照信作品展，藤森先生甚至因此和華山結下不解之緣，日後為華山設計了「森文茶庵」與「望北茶亭」兩座茶屋。

主場館、寒暑假，換手藝術當家

近年來，從策展者向華山營運團隊提出的場地申請企畫中可以看出，臺灣展覽的籌辦素質與能量不斷提升，相對的，民眾對於藝術或設計的接受度也越來越高。有初始的理想，有民眾的期待，有經過 9 年醞釀、培養與練習之後產生的市場信心，這些條件相乘，便撞擊出 2017 年園區藝術類展覽的大噴發。

在主場館部分，四連棟在年初的寒假檔推出了「teamLab 舞動藝術展 × 未來遊樂園」，紅磚區推出了「第 50 屆波隆那世界插畫大展」，暑假檔更是三大檔全是藝術類的策展，包括建築領域的「高第誕生 165

週年大展」、時尚藝術的「Paul Smith 世界巡迴特展」，以及全球第一位將樂高積木帶進藝術領域的奈森薩瓦亞特展「潮！積木 The Art of The Brick」。（寒暑假四大展詳請參閱本期年報「焦點策展」篇）

快閃店、商用區，耕耘藝術園地

但這場藝術實踐行動的能量還不受限於主要場館，2017 年，我們用三場展覽，和藝術家攜手透過作品或創作行為，將園區原本的短租商業空間轉化為親民的美學教室。讓藝術和我們的距離不但不再那麼遙遠，反而帶來一種嶄新的氛圍。

這三場活動分別是位於中 4A-3 的「走自己的路－林磐聳 60 藝術展」、藝術西街貨櫃屋的「田中紗樹現場創作」與紅磚區西五館「GQ | UP 男人圖書館－小松美羽神獸公開創作」。



1. 2009 年，蔡國強在中六館公開作品《晝夜》草圖的製作。

2. 幾米兩件無比精采的創作展，都選定華山四連棟開展。



3. 包括普立茲新聞攝影獎在內的三大經典攝影作品，全都選了華山中四 B 館做它們的展出舞台。



4. 建築老頑童藤森照信因為建築展而和華山結緣，日後留下了兩座妙趣橫生的茶屋作品。

林磐聳：透過明信片的方寸之間，勾勒心中的台灣意象

林磐聳是台灣首位獲頒設計領域國家文藝獎的大師級人物，更被紐約出版社肯定為「世界 100 位平面設計名家之一」，但這回，大師沒在廟堂級的美術館傲然岸然，卻選在華山中四 A-3 這個原本是小快閃店的空間，和普羅大眾一起玩、一起創作。

在「走自己的路－林磐聳 60 藝術展」裡，林磐聳不選用複雜的技法，只是透過毛筆、針筆、鋼筆等單純的工具進行創作，題材也是從生活裡的經歷出發。最特別的是，現場提供了許多林磐聳以黑白點線繪製的台灣島嶼造型的明信片，桌上備著彩筆與蠟筆，民眾就在明信片上即興著色，甚至加上幾筆、改變造型，成為別具巧思的二度創作；也有人把明信片當作許願卡，留下各種深情的或創意的文字。這小小的巧思，吸聚了超高的人氣，沒有幾天，現場就垂掛出數百張各式各樣的明信片。但這些民眾也許不知道，他們的著色、描繪、寫字，在不知不覺之間已經完成了數百張的〈台灣家書〉；而藝術涵養的種子，也這樣透過創意，潛藏了、埋下了。

田中紗樹：玻璃後的現場創作，讓民眾是觀賞也是參與

受到幼時習練書法的影響，田中紗樹作品在線條與留白的布局上有著鮮明的個人風格。

但這不是「田中紗樹現場創作」的策展重點。田中紗樹有一套獨特的「stay & work」創作計畫。她喜歡旅行，又充滿好奇，在每一個旅行之中，她總愛透過與當地居民的深度互動，感受該國獨特的人文、自然等風土民情，然後再轉換成畫作。

2017 年 5 月 15 日～ 21 日，她帶著這個計畫來到了華山。藝術西街的貨櫃屋由三面大片的透明玻璃牆所包覆，田中紗樹就在貨櫃屋裡現場創作，在遊訪華山的民眾眼前，任心中的藝術熱火與才情恣意揮灑，民眾們則隔著大片玻璃，看著貨櫃屋內的田中紗樹將線條與色彩轉換成一幅幅繽紛的畫作；有些人甚至登堂入室，和畫家直接互動，將原本單純的觀賞行為，轉換為參與創作的陪伴。

而一場有滋有味的體驗，就這樣在創作者與觀賞者之間完成無阻無抗的交流。

小松美羽：用繽紛的色調，展現令人驚嘆的神獸世界

小松美羽是誰？
她創作時總是穿著白色和服，她被譽為「成人版的神隱少女」，她的有田燒彩繪狛犬被大英博物館永久珍藏，她的作品在 2017 年的購藏總額超過 8000 萬台幣，她被日本媒體稱為「最美麗的銅版畫家」。

小松美羽以獨特的【神獸系列】深受國際矚目，除了作品本身震撼力十足，觀賞小松現場作畫時的魄力，更是不少藏家與粉絲的渴望。

2017 年 12 月 2 日～ 2018 年 1 月 7 日，小松美羽舉辦了第一次在台灣の個展（內湖白石畫廊），而在正式開幕前的 11 月 26 日，她現身華山紅磚區西 5-2 館的「GQ | UP 男人圖書館」，而且公開創作。

只有一天的活動，只有幾小時的公開創作，現場卻早早就已排出長長人龍。活動開始，只見小松美羽將屏風做為畫布，讓壓克力顏料成為靈獸的血與肉，就連衣服也在不知不覺間成為作品的一部分，不但讓現場民眾如癡如醉，同時也透過 GQ Taiwan 粉絲團的全程同步直播，讓藝術欣賞的樂趣散播得更多、更久。

(撰文／涂宇辰 + 鄭林鐘 + 黃昱禎)



5. 林磐聳引領民眾共同創作的小明信片（圖左），沒有幾天就掛上了好幾百張（圖右），每一張都是一封〈台灣家書〉。



圖片提供／高士畫廊

攝影／涂宇辰

6. 有許多民眾對於現場創作的藝術家很感興趣，而田中紗樹本人也很開心，可以在過程中直接與民眾互動，分享創作理念。



圖片提供／GQ | UP 男人圖書館

7. GQ | UP 男人圖書館把原本經常做為快閃店的華山紅磚區西 5-2 館注入了可觀的藝術能量。

圖片提供／GQ | UP 男人圖書館



8. 小松美羽將壓克力顏料化作靈獸的血與肉，用屏風當畫布現場公開創作，就連衣服也在不知不覺間成為作品的一部分。

在戶外創造意想之外

華山文創產業園區營運初期，除了美麗的華山劇場草地上經常有演唱會或市集，千層野台前的廣場有街藝雜耍，其他活動不論是會、展、演、店，幾乎都在各場館建築物的室內舉行。隨著華山人氣日益蒸騰，使用華山場域的需求也不斷攀升，室內空間越來越不敷使用，這供需之間的習題，要如何解決呢？何不試試「向戶外討空間」！

見招拆招 室內不夠用，戶外找空間

華山的戶外空間，有廣場、有巷弄，廣場可以聚眾，巷弄可以導引，應該也是極佳的文創舞台，如果能能夠

善用它們，依照活動或店家屬性做更有創意、更有效能的開發，不但可以為日增的需求解渴，為文創產業創造更大的產值，也可做為育成計畫的一環，可運用的範圍很靈活。

問題是這些空間原本有它的功能性用途，也許是交通上的功能、也許是舒緩民眾身心的功能，因此只能適度揮灑，不能無限開發，話句話說，乍看之下，它可以伸手出腳的地方只是一條縫隙，切入之後究竟能夠拓展到哪裡，還必須透過實踐探索之後才能知道。

實踐探索的腳步踏出之後，台文創營運團隊一方面自己積極拓展，另方面也鼓勵各路活動單位與策展人並肩作戰。我們先設定好幾個基本考量，包括整體園區意象、場地使用安全和法規的限制等，然後在不侵犯這些考量

的基礎上，設法刺激創意，開拓新路。

從 2010 年開始探觸，到 2016 年大步挺進，2017 年看見規模，我們意外發現，空間的限制乍看是個縫隙，但一個又一個精采的創意發想，卻讓這小小縫隙變成了一片寬闊的草原！

原地新用 當華山劇場變成南瓜樂園…

華山戶外空間的創新使用，大致可以分為「原地新用」和「無中生有」兩大部分。

原地新用部分，除了原本常見的市集和演唱會之外，裝置藝術出現了，品牌活動的創意更是海闊天空，過一

陣子就有一個拍案叫絕的創意跑出來。裝置藝術方面，2011 年雕刻家席時斌在樹前草地展出《鋼鐵遊蹤》，剛中見柔；2013 年韓國藝術家崔正化捧出粉紅色大蓮花《謝謝》，顏色討喜，開闔皆美，不知吸引了多少打卡的快門。品牌活動的好靈感更是層出不窮，2013 年萬聖節前夕，香港旅遊局把整個華山劇場變成了南瓜樂園，越夜越美麗，至今依舊令許多人津津樂道。

除了藝術展覽與品牌活動，戶外空間在 2017 年又成了表演活動的新天地，「空場」於文博會期間在華山劇場辦理舞蹈表演，香港華意堂在華山劇場策展「香港週 2017@ 台北《音、越、薈》」管弦樂團及踢踏舞團大型表演活動……凡此種種，都是對於戶外空間在使用上的新突破。



攝影／岳國介

1. 2011 年，雕刻家席時斌把華山戶外空間當做藝廊，讓鋼鐵在樹前草地留下遊蹤。



攝影／岳國介

2. 韓國藝術家崔正化的《謝謝》，在開放空間中或開或闔，躍動、亮麗、吸睛。



攝影／岳國介

3. 在「香港萬聖狂歡夜」的那幾天，華山劇場變身為超療癒的南瓜新樂園。
4. 小木屋的出現，打了空間使用上的許多新想像。



攝影／岳國介

無中生有
當小木屋與貨櫃屋驚豔登場…

無中生有部分，先是 2010 年建築師龔書章為藝術生活節做了幾個小木屋，打開了許多應用上的新想像。2016 年英國三百年老字號的唐寧茶推出了令人驚豔的貨櫃屋 pop-up shop，更引發出貨櫃屋風潮，後續的案子也都很精采，成為 2016 年園區能見度超高的主旋律之一，而且一路延續到 2017 年。

2017 年品牌們運用貨櫃屋的創意，可以用百花齊放來形容，出現了许多過去不曾置身在園區的類型，例如伊奈 (INAX) 免治馬桶 50 周年特展、得利塗料 (DULUX) 的油漆體驗營。也有以台灣音樂為主題，用最新產品詮

釋經典歌謠的 SONY 華山音樂廳；提供消費者零熱量、新鮮現打的澳洲果昔 BOOST，或是 2017 年最轟動的排隊店——每天人潮絡繹不絕的美少女戰士快閃店。

小木屋和貨櫃屋除了做快閃店宣揚品牌或育成文創新秀，還是很好的「微展覽」場域，也可做為大型活動的情報前哨站與熱身場，2017 年的華文朗讀節就用藝術西街的貨櫃屋來提醒舊愛、開發新歡。

後勢可期
當單一活動積累成節慶嘉年華…

根據統計，2017 年發生在華山園區戶外空間的專案共有 56 件，相較 2016 年的 35 件，成長率高達 60%。其中，

華山劇場從 25 件增至 30 件，其他戶外場地的增幅更大，由 10 件增至 26 件；戶外空間的人氣可見一斑。

看向未來，華山戶外空間還有很大的發揮空間，但也有需要克服的問題：

- 戶外空間的開發成效一年比一年明顯，吸引了許多單位希望將它們的年度活動固定在華山的戶外舉辦，如台灣世界展望會、政治大學金旋獎……等，皆已連續二至三年善用華山的戶外空間；這種「由一個活動變成一個節慶」的態勢一旦成形，華山的客源基盤還會更加穩固。
- 天氣因素是目前最顯而易見、但許多使用單位卻最難考量周詳的風險；就有大型展演活動因為遇上大雨，原本做為活動自然意象的草地全部化為泥濘，大大降低了民眾參與活動的意願。如何針對不良天候做出因應之

道，是未來一大課題。

- 時段分配是第二個難題，但也有可能是一片藍海。依照 2016 ～ 2017 活動分布區間觀察，目前華山園區的活動大宗，仍然密集於四月至十二月之間，五、六月有畢業祭，七、八月是暑假檔，九至十二月也不至於太冷，但一至三月卻是個很有開發潛力的空檔地帶，策展人如何將開疆闢土的本領從空間延伸到時間，值得期待。

(撰文／鄭林鐘＋楊子昕＋涂宇辰)



5. 因為香港週 2017@ 臺北《音、越、薈》，大型弦樂團＋踢踏舞團的表演登上了戶外的華山劇場。



6. 2016 年唐寧茶的貨櫃屋 pop-up shop，引爆了後來一連串貨櫃創意的華山論劍。



7. 台灣世界展望會年年運用華山戶外空間舉辦年度活動，逐漸形成一個「年年此時此地」的固定嘉年華。

上雲端論劍數位華山

2017 年的華山，在變與不變之中持續進化。

不變的是它的百歲空間依舊美麗——走在園區，各場館的實體空間提供各種會展演店精采活動。

變化的是他多了更多想和你說的話——飛上雲端，我們提供更多樣的精采內容與服務，等你來與我們互動。

在這個訊息流通快速的時代，許多事情的傳達，只要指尖一按便可完成。十年前寄出一封情書要三天，現在不到三秒就能把你的情話送達對方眼前。2017 年的華山，也在你彈指滑動間改變，在你快速流覽中進化，在你翻閱吸收的分秒間傳遞。

跳脫框架，建構數位文創聚落

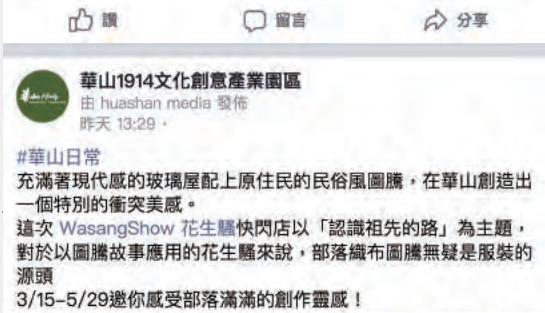
華山迷人的歷史建築群與生意盎然的植物生態，經常是大家留念拍照的熱門選擇，一幢幢建築物內的精采展演活動，更是大家再熟悉不過的場景。但你可能更好奇：那些發生在華山內，所謂的「山上日常」或是文創品牌的故事及精采活動背後不為人知的過程，更是閃閃發光，迷到不行。

因此，2017 年華山重組社群媒體，創建嶄新數位文創聚落，透過虛實間的整合，提供民眾更多親近文創產業的管道、創造品牌活動更多元的曝光機會，期望將台灣文創領域豐沛的能量，透過華山的平台散播出去；利用 O 2 O 串連，讓實體空間內的創意，透過雲端接觸到更遠方的受眾。

快速溝通，打造直覺且友善的互動環境

2017 年 11 月華山中文官網正式上線，為符合數位使用者需求，除了改採響應式網頁，許多原本需要到現場填寫的紙本申請服務，全部轉為數位化表單，讓使用者從雲端就能作業及下載。另外也強化資訊的即時性，優化場館租賃資訊及空間相關文件，並增加線上 720 度看遊華山、文創領域的大小新聞分享等新服務，期望透過數位轉型，達到使用者最直覺與友善互動的數位環境。

在華山的臉書（facebook）上，我們常常收到各式提問，例如：我迷路了，請問我在哪？我在新北市，我要怎麼過去？



圖片提供／台灣文創發展公司

1. 華山 1914 粉絲團為遊客最常使用的資訊平台。透過粉絲團，讓你不在華山也能了解華山現在有什麼最 hot 的活動在進行。

我餓了，請問小編推薦什麼餐廳？社群平台的密集互動，讓民眾對小編產生依賴感後，就讓粉絲團的功能一分为二：前台貼文為活動宣傳、品牌介紹，後台私訊則變成數位服務中心，在民眾無法親自走到園區遊客服務中心時，便能早一步在線上解決他的疑問。

當然，「人未到，服務已到」的便利，不是只有在臉書上獲得，在我們的 instagram「live 現場」裡，那些生動活潑的即時照片，總是網友最喜歡的，讓你雖然人不在華山，卻依然掌握華山大小事。而官網上各式服務功能的數位化，也能讓民眾能更快速與完整的獲得他所需要的資訊。

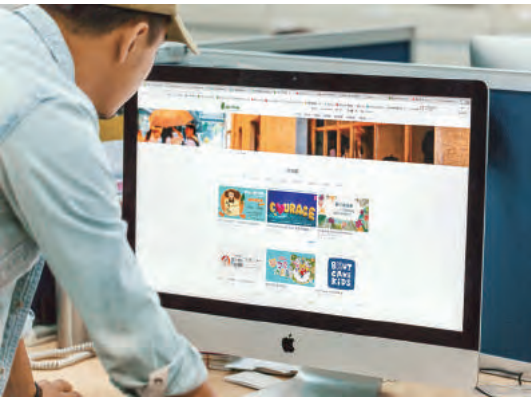
傳承積累，公開百歲與十年的菁華祕技

2017 年 12 月，台灣文創發展股份有限公司經營華山屆滿十歲，這十年累積的實踐經驗，蘊藏著許多不為人

知的心法。因此當園區的刊物從「情報誌」的《華山 1914 半月刊》改版為以文創趨勢與觀點為核心內容的《點讀華山》時，我們便規畫了從平面專欄「交會點」串連到影音視頻「華山會客室」談話節目，每個月邀請一位重量級貴賓來到會客室與王榮文董事長對談，讓不同領域的思想在華山與文創產生交會點，讓內容從平面躍上動態畫面、po 上數位空間；當然，刊物內的其他精采採訪內容，也同步發布於華山文創園區的官網上。

華山數位文創聚落的轉型與充實，讓各種精采與迷人的故事輕鬆跳脫紙本的界限與建築物的框架，讓更多各式活動的幕前與幕後、趣味與洞見，透過多元的數位工具（官網、FB、IG、YouTube……）傳遞到最遠的地方。論劍上華山，當年靠超卓的輕功，2018 年，我們彈指就上雲端。一起飛吧！

（撰文／黃昱禎）



攝影 林長錠



圖片提供／台灣文創發展公司

2. 官網除了提供申請表單、場地空間資訊數位化，最新活動訊息查詢等服務，更有文創品牌報導、文創經營對談等內容。讓華山的官網不只是一個訊息服務站，更是一個能夠建構文創觀點與跳脫框架的虛實文創聚落。
3. 在 Instagram 的世界裡，我們跳脫出官方文宣的視角，發布最有現場感的照片。跟著小編就能一起探索大家好奇的華山日常以及最生龍活虎的 live 現場。



圖片提供／台灣文創發展公司

4. 《華山會客室》每一集都是華山十年累積的經驗心法，透過影音視頻，讓內容從平面躍上動態畫面；不但是最佳文創顧問，而且隨叫隨到。

向青年世代深耕影響力

「努力讓台灣更好」。

點開「願景工程」的官網，第一時間映入眼簾的，就是在 LOGO 下方的這句話。

2017 年，華山的論壇與演講增加了很多，來自不同領域的講者，帶來不同關注的議題，號召大家一起探討、挖掘台灣的未來方向。

值得注意的是，檢視 2017 年發生在華山的論壇活動，可以發現幾個重量級的策畫都將議題核心指向「青年」，包括：

- 聯合報系「願景工程」的公民沙龍；
- 前行政院長江宜樺、和碩聯合科技董事長童子賢與前交通部長葉匡時共同推動的「長風基金會突破論壇」；

- 奧美公關發起，與華山文創產業園區合作的「創新創業品牌力論壇」；
- 財團法人龍應台文化基金會固定於華山文創沙龍推動的「思沙龍」。

這些論壇紛紛以社會現況、世代傳承與青年未來為主軸，一年下來，共帶來 24 場精采分享。

喚醒

看世界看自己，看機會在哪裡

回顧人類歷史，眾多的革命與思想倡議，大多由年輕世代發起，有鑒於此，龍應台基金會所推動的「思沙龍」

便期望能挖掘出深埋在青世代心中的那把劍，鼓勵年輕人用自己的眼睛看世界，然後再回頭省思，看看關於自己的那部分。

在每一場思沙龍的活動裡，上半場由經典記錄片觀賞開始，再針對議題，由特別邀請的沙龍主人進行精采辯論，並與年輕人對談（關於思沙龍，詳見台灣文創發展基金會年報 PP.34~35）

而說起未來的方向，你可能也擁有過屬於自己的創業夢，這一條充滿險峻挑戰的漫漫長路，若有機會可以吸收前輩經驗，那是多寶貴的機會！所以當奧美公關策動的「創新創業品牌力論壇」發出訊息後便場場爆滿。

為使參加者不感到拘束，活動選擇以早餐會的形式呈

現。從二月到四月，於每周六、日的早晨舉行創業家周末早餐會。透過奧美公關的發動，邀約了傳統產業創新轉型的華泰大飯店集團副董事長兼執行長陳炯福，從台灣出發展望東南亞的新創團隊 EZTABLE 執行長陳翰林以及知名策展人汪麗琴等，同時還整合台灣各大創業輔導機構的資源，讓周末早晨的華山，創業能量滿滿。

而身為台灣公關行銷領導品牌之一的奧美公關，也從回饋社會的角度投入相關資源，協助有心創業的青年團隊在 star up 的階段，便能建立好的品牌觀念與創業人脈，一待品牌成長茁壯，便是一幅值得期待的台灣經濟好風景。



劉如芳攝影／龍應台文化基金會提供

1. 「思沙龍」鼓勵年輕人用自己的眼睛看世界，然後再回頭省思，看看關於自己的那部分。



攝影／林辰鍵

2. 新創品牌 iCHEF 共同創辦人程開佑在「創新創業品牌力論壇」分享職場路程與品牌經營心得，會後聽眾與主持人、演講者開心合影，在周末的早晨一起補充創業能量。

整合

經驗加持精力，前浪提攜後浪

自太陽花學運之後，憤青邁向奮青，各種態度的獨立思想紛紛萌芽，但萌芽之後何去何從，變成了另外一個社會議題。基於此，長風基金會於 2017 年積極推動各種計畫，培育青年領袖；而在華山推出的「突破論壇」便是極具重量的一個。

活動邀約的講者，都是在專業領域內不論多麼辛苦都能一路堅持，最後得以有所成就的人，如舞蹈家許芳宜、新銳服裝設計師詹朴等。主持人則請到前國發會主委管中閔、關懷台灣文教基金會董事長李濤、Cyberlink 訊連

科技董事長黃肇雄擔任。台上台下在不同的題目下進行雙世代對談，傳承意味濃厚。

「願景工程」則是將聯合報系的傳統媒體角色再昇華，推動「公民沙龍」活動，希望利用過去累積的影響力，創造年輕人願意參與討論的環境。因此公民沙龍活動廣邀國內外講者，從青年角度出發，討論範圍包括社會現象與關懷的「水汙染」「舞春惜食」、世代方向的「Gap Year」「斜槓青年」「開放政府」等議題。活動講者則邀請了行政院政務委員唐鳳、背包合作社發起人藍白拖、作家劉軒等人參與對談。透過主持人王文華的巧妙提問，每每引起現場參與者的熱烈互動，拉進講者與聽眾的距離，讓人感覺講座不只是講座。

此外，願景工程的每場活動都規畫不同的舞台陳設及專業的導播與直播設備，同步提供 live 線上收看，讓年輕人可以選擇他們慣用的方式參與，即使隔著螢幕，依然感受滿滿現場魅力，讓活動除了是一場好講座，更是一檔好節目。

邁步

你好我好，更要大家「一起好」

值得另外大書一筆的是，這樣專業又精采的活動，不是免費報名就是收費極低，成功地將接觸率大為提高。就像眾所皆知的「筷子理論」，一個人的力量有限，但

是當大家都伸出一隻手來，凝聚的力量便相乘倍增。而策動這些論壇的機構原本就已經極具分量，當他們不約而同地都將議題核心指向「青年」、瞄準「影響力」時，凝聚起來的影響力就更為可觀了。

在這個講求共好的時代，成功者廣開論壇，對年輕世代拋出議題，並貢獻自己的經驗及所學，無私的分享給處在摸索階段的後進，先鬆動社會既有的觀念，再埋入更多意識與思想的種子，創造了更多的討論及交流。我們期待透過更多的這些行動，讓你好我好，要大家「一起好」。

(撰文／黃昱禎)

攝影／Lynn

圖片提供／長風基金會



3. 華泰副董事長兼執行長陳炯福透過「創新創業品牌力論壇」，分享飯店品牌經營的歷程，與主持人謝馨慧帶來精采的對談。

4. 和碩聯合科技董事長童子賢在「長風基金會突破論壇－逆風飛翔」親自上陣，擔任主持。

程宜華攝影／願景工程提供

圖片提供／願景工程



5. 「願景工程－Gap Year」鼓勵青年們給自己充實的一年，放下手邊的事，走出去看世界，帶著滿滿的能量和眼界回來。

6. 「願景工程－舞春惜食」主持人王文華與聽眾互動，開心、熱烈。

從部落到菜市場，從鉛字到黃銅筆

顯化台灣品牌內藏的文化力

許多好的商品設計，都懂得從生活文化中擷取特殊涵義，加以轉化活用。

許多好的品牌，都會善用市場的回饋，以好的商品設計進行改進，再創造出更符合消費者期待的新商品。在這種善性循環下，消費者越來越喜歡這些品牌，而品牌也因此得以持續茁壯。

2017 年華山與許多極具特色的品牌合作，主要的篩選標準，就定位在擁有台灣在地文化涵養、有機會「國際發光」及「產業轉型」的好品牌。

從台灣走入國際，讓世界看見品牌獨特性

Kamaro'an 太平洋的風

2017 年 9 月 20 日～ 11 月 14 日，Kamaro'an 在中 3B 館 1F-1 玻璃屋初試啼聲，2017 年 12 月 1 日之後移至紅磚區西 6 館。

Kamaro'an 自成立以來便以獨特的原民工藝與設計質感備受市場關注，透過轉化過後的設計圖騰，讓消費者得以了解部落敬重自然、與大地共處生生不息的生活哲學。商品本身簡約、充滿現代感的生活美學也走入法國、西班牙、哥本哈根等歐洲市場，2017 年更榮獲紐約現代藝術博物館選品上架展售的資格。



圖片提供／Kamaro'an

1. 從百元小品到上千元的輪傘草編織包，Kamaro'an 的每一件產品在在凸顯出部落文化在生活中毫無違和的真實感受。

此外，他們持續提供部落與旅北青年就業機會，也給予許多部落品牌與藝術家曝光的機會，儼然已成為花東原民文化的平台代言人。

物外設計

Kamaro'an 在 11 月 14 日剛剛移防出去，第二天，11 月 15 日，物外設計便無縫接軌承接了中 3B 館 1F-1 玻璃屋，繼續延燒這把文化的火。

一般人對於文具的重量，多半希望可以輕巧、方便，但「輕巧方便」卻也因此成為市場上的一片紅海，要在眾多色彩繽紛、材質輕巧的文具中脫穎而出，何其不易！於是物外設計另闢蹊徑，以「眾人皆輕我獨重」的逆向思考，勇闖藍海。

低調穩重，風格簡約，拿在手上可以扎實感受到沉甸甸的重量，這就是物外設計最受歡迎的黃銅系列文具。

除了重量與質感，黃銅系列文具更強調的是使用者的「獨特體驗」。黃銅材質的筆身，不單只是好看而已，更會隨著使用者的習慣而改變，最大的特色便是保留了時間的軌跡，留下每位使用者書寫時的記憶。而這樣特殊的設計，也讓物外屢次在國外展出時深受好評，更得到西班牙畢爾包美術館設計專賣店的商品販售資格，讓書寫成為一種生活裡的享受。



圖片提供／物外設計

2. 文字的重量來自書寫的溫度，「物外設計」透過與消費者的互動體驗，讓生活中最簡單不過的書寫，也可以成為一種溫暖的小確幸。

透過轉型與再設計，重現過去的歷史記憶

合興壹玖肆柒

2017 年 7 月 5 日～ 8 月 31 日，合興壹玖肆柒的快閃店在中 3A1F-5 的中 3 廚房掛起了招牌。

「上海合興糕糰店」原本是台北南門市場一家承襲七十年老師傅手藝的傳統中式糕糰店，近年來傳統糕點市場逐漸沒落，合興第三代掌門人為了維繫產業的文化價值，不讓這美好的產業消失，於是將年輕族群列為策略推廣目標，並在 2016 年 10 月進駐台北迪化街，要在這個充滿歷史紋理，但年輕人很喜歡的街區裡搞一場文藝復興，連店名都改為很有文青感的「合興壹玖肆柒」。

半年多之後，合興壹玖肆柒發出第二彈，來到一樣是「充滿歷史紋理，但年輕人很喜歡」的華山開設快閃店。

在第一彈的迪化街，他們站在「街區」人潮的肩膀上順勢推廣；在第二彈的華山，他們順著「園區」的人潮借力使力。

而無論是迪化街或華山，無論是街區長駐店或園區快閃店，合興壹玖肆柒除了販售道地的傳統糕糰，最特別的是以現點現作的展演方式呈現師傅們的好手藝，讓年輕消費者親見傳統糕糰的製作過程，從而感受、理解這項傳統產業的文化價值，將傳統小食提升為一場視覺與



圖片提供／日星鑄字行

3. 雖然設備已經老舊，但日星鑄字行告訴我們：只要透過適當的修復，就算是活化石，也還是能創作出優美的文字與作品。

當長駐的街區店攜手快閃的園區店，這股文藝復興的能量爆出了相乘的效益。

日星鑄字行「字體銅模修復計畫」

為了保存鉛字字體的鑄字銅模，全台僅存一家的日星鑄字行孤軍奮戰，不遺餘力。2012 年底，他們的故事逐漸在文化界傳了開來，也引起相當可觀的回響，四年多之後，2017 年 1 月 11 日～ 3 月 7 日，日星除了原本坐落台北市太原路的本店外，又出現了第二家實體店面，位置，就在華山中 3B 館 1F-1 玻璃屋。

這是一項線上線下分進合擊的行動。他們一方面利用網路，發起群眾募資，另方面則透過實體場域的展示，與消費者溝通，讓這項計畫可以被更多的民眾認識，華山玻璃屋的「日星鑄字行字體銅模修復計畫」於焉誕生。為期三個月的快閃店裡，展示了上百個日星鑄字行珍藏的銅模，以及尚能使用但已接近骨董等級的手搖鑄字機，並完整地重現了鑄字、檢字、排版以及印刷的流程。

引進這類特色品牌，華山營運團隊的用意，是藉此期待有意發展品牌的文創工作者能夠持續挖掘自己擅長但尚未靈活運用的文化底蘊，不斷修正、改進，讓自己的產品達到出類拔萃的高度，用文化的思維與消費者溝通，透過實體價值凸顯更深層的理念，讓生活裡處處都是文創。

（撰文／涂宇辰）



圖片提供／合興壹玖肆柒

4. 合興的所有餐點都是現點現作，為的就是將傳統的手藝與食材的美味用最新鮮的方式提供給消費者們。

文化 × 科技，沒有你就不行

文化，是透過時間堆疊承襲下來的智慧；科技，則能利用智慧創造出新的文化。

隨著科技發展，數位化的溝通模式讓許多人得以認識原本陌生的異國文化，在線上的世界學習到更多不同的風俗民情以及各類知識，有越來越多的行為都可以在虛擬的網路世界完成。

文科交流已成為一股潮浪

線上線下、虛實整合是近年熱門的話題，而將文化與科技結合，則是未來不可避免的趨勢。華山園區做為一個提供文化與創意體驗的場域，如何善用這樣的優勢，持續將科技藝術、科技教育等富涵文化氣息的活動引入，讓虛擬的行為回歸實體場域的體驗，讓科技人與文化人相遇，讓科技與文化交流，便是未來最佳的線下實

踐。

純科技領域或「文科交流」的活動，在華山不時就會出現一些個案，如早年的「數位故宮」「迷影驚夢」等，到了 2017 年，這個現象尤為明顯。像引爆參觀人潮的 temLab、幾乎年年在華山開講的 TEDxTaipei 年會與 Maker Faire、文化部與科技部聯手的「文化科技論壇」、科技部主辦的「科技大擂台－與 AI 對話」「LIFT 乘浪啟航大會師暨交流活動」等等；甚至不止會展演，連「店」都出現了 Founders Corner 和 Joyland，在在都讓人明顯地感受到這股浪濤。

teamLab 靠它嶄露本領

說 teamLab 是目前世界上最會運用科技表達藝術創作的團體，應該沒有多少人會否定，因為這個團體的成員

很特別，包含了藝術家、工程師、動畫師、數學家等各領域的專家，成員超過 400 位。

teamLab 最擅長的本事，就是利用電腦、感應器以及攝影機捕捉現場畫面，再透過即時運算，讓觀眾本身也能成為參與藝術創作的一分子，這樣獨特的模式，讓藝術不是只有單方面的溝通，而是融合了科技的力量，創造出新一種新的文化。

TED 用它傳遞高招

如果想在 18 分鐘內快速了解現在世界上最新的技術或趨勢，最快的方式應該就是參考 TED（Technology, Entertainment, Design）的演講影片。TED 的演講內容不會設定任何議題，從技術、娛樂、設計到科學、教育、文化、藝術等領域都能涵括其中，因為 TED 認為「優

秀的思想可以改變人們對這個世界的看法，使人們反思自己的行為」。

TED 邀請的每位講者都是該領域的傑出人才，你可以在現場和他們互動，也可以透過網路上的影片，了解他們的思考脈絡，認識各種不同風格的文化，而講者們也把握住那黃金的 18 分鐘，竭盡所能的將自己的理念與大家分享。

透過科技，我們不只看見既有文化的展現，也能體驗更多因應時代產生的新文化。

（撰文／涂宇辰）



本篇攝影／岳國介

1. Maker Faire 的核心內容是科技的，文創園區是文化與創意的，當 Maker Faire 到文創園區舉辦，就意味著科技對文化說：「I wanna hold your hand.」
2. teamLAB 的展覽不但內容很炫，而且都能和觀眾互動，讓藝術不是只有單方面的溝通，而是融合了科技的力量，創造出新一種新的文化。
3. TED 的演講不局限於科技，但是從展場布置、演說方式到傳播方式，都動用了大量的科技元素，把文化力與科技力做了非常理想的結合。

三個店家新風格

1. 知音文創

從快閃變長駐，從代工變自有品牌

2017 年透過「產業媒合」「國際接軌」以及「跨界連接」三個面向，華山長租店家有了三個風格截然不同的品牌加入。而各品牌除了一起創造可觀的營業額之外，也提供了消費者更多元的體驗和選擇性。此外，藉由與這些品牌背後資源的連結，不但讓園區來客數更為穩定，也吸引許多不同客群前來園區，擴大園區經營績效。

2016 年暑假，知音文創以快閃店型態進駐園區，經歷半年與市場及消費者接觸後，正式於 2017 年初轉為園區長駐店家，除了既有服務內容不變之外，更於暑假過後進行局部裝修與內容調整，前半段以沐育森林為主題，讓學齡前的藝術教育在園區得以發生，每個周末更是在還沒開店前就吸引大量的親子族群排隊等待，中、後半段則維持既有服務，提供商品銷售及音樂鈴組裝。



圖片提供／知音文創

1. 知音文創多樣化的木質商品深受消費者青睞，能夠自由拼裝，創造出屬於自己獨一無二的紀念品。

2. 吉本興業

日本流行文化在台灣同步展演，台灣團隊與日本設計師的友善交流

2017 年園區長駐店家另個重大突破，就是除了與台灣優質品牌合作之外，首度與日本知名企業吉本興業合作，成立「華山 laugh & peace factory」做為台灣與日本流行前線、職人以及動漫等相關文化的交流平台。

吉本興業進駐園區之後，一連舉辦了許多在日本當地大受歡迎、不同類型的展覽，例如《渡邊直美展 Naomi's Party in Taipei》《卡莉怪妞作品展 in Taipei》《勇利 !!! on Museum 展》以及《蜷川實花 In My Room | 潮男群像展》，每一次出招，都成為市場上熱烈的討論話題。



圖片提供／吉本興業

2. 吉本興業引進製作與日本同步的展覽，讓台日流行文化零時差。

3.Joyland

百年建物連結虛擬實境，遊戲體驗大躍進

搭上近年火熱的 VR 虛擬實境，Joyland 以「VR 遊戲主題樂園」之姿，成為數位內容產業第一個長駐華山的品牌。與以往遊戲只需動手玩耍的方式不同，Joyland 的玩家必須透過大型機台搭配 HTC Vive 設備，實際化身為遊戲裡的虛擬人物；透過實際逼真的五感體驗，玩家們可以全方位的沉浸在遊戲的世界裡。

（撰文／涂宇辰）



圖片提供／Joyland

3. 透過虛實整合，Joyland 讓遊戲體驗更上一層樓。



烏梅劇院

為表演藝術開山立寨

< 了解現場

坐落位置：東 3B

營運期間：2016.12 起

營運內容：

2016 年底，東三館告別了十年的「烏梅酒廠」，以「表演藝術在華山」的理念與目標，從推動表演藝術的角度，在既有的古蹟酒廠內打造出適合中、小規模節目表演的三面式舞台的專業劇場，命名為「烏梅劇院」。除了刻意規畫的三面式觀眾座位（約有 200 席以上），也設計了專業劇場特有的吊掛用鋼管棚架，提供表演團隊 3D 全方位的吊掛裝置，讓演出團隊能做更多類型的嘗試。

劇場裡的組合式鋁合金平台，更能因應團隊演出形式的不同而變換，舒適的後台準備區及演員休息室，提供演員有好的預備及休息。並規畫有音響設備、燈光器材，讓使用團隊可以不用帶著大箱小箱來演出。

因為本身酒廠建築的特性，烏梅劇院不像以往的黑箱劇場

一樣，都是暗黑色系的。過去一年的節目製作，有演出團隊在劇場裡打造出夜店場景，讓觀眾進來看戲，就像真實地進到劇情場景一般，讓古蹟建築也融合到戲劇內，成為環境劇場。

由於場地的特殊性以及華山園區空間使用的多元性，烏梅劇院不只有戲劇表演，也提供了舞蹈、音樂等不同的演出節目，或者是講座等等各式的活動。烏梅劇院不只扮演單純管理劇场的角色，也接觸不同領域的藝術家，推廣跨界合作，做為推廣跨領域合作的平台。2017 年自辦的「華山親子表藝節—童心之言」，就邀請四個劇團量身打造屬於小孩的戲劇，融合音樂、舞蹈、擬音等特殊元素在戲劇中，甚至在烏梅劇院打造屬於寶寶的沉浸式劇場，讓更多可能在烏梅劇院發生。

< 提示未來

一、每個人都有屬於自己的藝術節

文創園區的多元性也展現在烏梅劇院中，烏梅劇院特具的多變性，不但可以配合各種不同領域與不同類型的表演，更能規畫特殊議題或題材的藝術節，拓寬展演領域，讓更多不同喜好的觀眾皆能參與。

二、挖掘扶植下一代表演藝術

烏梅劇院持續透過各主題藝術演出，和華山文創產業園區提出的育成方案，去發掘更多原創作品。利用烏梅劇院的特性設計演出，嘗試新的可能，加上園區絡繹不絕的人潮為基底，擴大觀眾群、拉進劇院與觀眾的距離。

（撰文／詹牧恩）



圖片提供／兩兩製造聚團

1. 「華山親子表藝節」中，兩兩製造聚團為0至2歲嬰幼兒所打造的「寶寶劇場」，打破演出距離，表演者運用不同的道具與肢體編排，讓各年齡層的觀眾都享受在演出中。



圖片提供／WMTheatre Company

2. 躍演劇團運用烏梅劇院本體建築特性，打造出夜店氛圍，讓觀眾進場身歷其境。



圖片提供／咪樂風×後台

3. 由「BeyondStage 跨藝實驗室」領銜，結合音樂、影像、岩筆模版畫，使用媒體即時音像互動技術，音樂家演奏出的聲音經分析、解構成為構成影像的重要元素，而即時生成的影像又回頭來影響音樂家的現場表演，形成一種聲音與影像的對話與疊加的迴圈循環。



圖片提供／虎劇團

4. 虎劇團嘗試雜技與科技結合，除了利用LED讓扯鈴有了殘影效果，更增加互動音效裝置，讓表演與即時音效結合。



圖片提供／台北海鵬劇場

5. 台北海鵬劇場的現場廣播劇《早安主婦》，除了戲劇演出，現場還有擬音師配合戲劇情節模擬各種音效，讓觀眾除了看戲，還多了另外一種體驗。



攝影／林辰鍵

Founders Corner 晨思俱樂部

幫各路英雄英雄創造相遇

< 了解現場

坐落位置：東 1B

營運期間：2017.03.16 起

營運內容：

創業者最困難的事情之一，莫過於在初期的募資了。

台灣早期資金環境不活絡固然是主因之一，但許多技術型創業者對於商業語言和資本操作的不熟悉，往往也是無法順利取得投資人青睞的重要原因。

因此，矽谷台灣天使群（SVT Angels）台灣負責人楊啟航博士鳩合了華山文創產業園區、台灣矽谷創業家協會 SVEAT（Silicon Valley Entrepreneur Association of Taiwan）和科技部 FITI 計畫（From IP To IPO），共同組成一個跨領域、跨產業的服務團隊。首波計畫引進盛行於矽谷的早餐文化，在華山園區內規畫了一個讓創業者與創投家相遇的角落「Founders Corner 晨思俱樂部」，邀請有明確募資需求的創業團隊與尋找新秀的創投家進行會談與媒合，每周用一個早上的時間激

盪出各種新的火花。第一波場地設定於光合箱子餐廳，希望能夠養成創業家與天使創投兩個網絡的持續互動，朝向自然有機的發展。

Founders Corner 晨思俱樂部活動以每個月至少兩場的頻率舉辦，並且罕見的在每次聚會上安排兩位以上的創投家與大型會計師事務所的財務顧問共同出席。在團隊類型的規畫上，除了文創 15+1 的產業別外，更整合科技部團隊資源，邀約科技與生技類品牌，讓各領域的創業者皆有機會參與。每場活動的舉辦，團隊除了可以在短短的兩個小時內，與幾位創投家輪番對談以爭取資金挹注外，也能進行財務諮詢，了解目前公司財務管理與未來發展上的風險。

< 提示未來

一、開創有機交流場域，幫創業團隊與創投面對面

在「Founders Corner 晨思俱樂部」中，創業團隊開啟第一次與創投家及專業財務顧問的交流，會後又鼓勵創投與創業團隊持續在華山場域裡保持會面與討論。就如矽谷早餐文化一般，讓華山光合箱子餐廳成為台灣第一個不斷有天使、創投家與創業者 meet up 的場域，更期望未來以這樣的範例，能夠不斷擴散到華山其他店家的角落，或是華山以外的場域，以有機衍生的持續發展，替台灣的文創與創業環境帶來更多幫助。

二、建立創業聚落的價值與影響力

因為希望「讓對的人相遇」，所以在華山這個平台上，我們牽起創業團隊與創投家相遇的契機，除了希望能夠成功媒合，給創業團隊實質的幫助，更希望透過多次的會面討論，能夠讓團隊吸收到更多寶貴的資源與經驗。未來，我們除了持續推動「Founders Corner 晨思俱樂部」，也計畫整合其他與創業有關的活動資源，強化華山在創業社群的價值，持續累積影響力，讓華山成為創業者找答案的場所，是一個與其他創業者討論分享經驗的好環境。

（撰文／張言 + 黃昱禎）



攝影／劉鴻文



攝影／張言



攝影／劉鴻文



攝影／劉鴻文



攝影／張言

1. Founders corner 晨思俱樂部由 SVT Angels 台灣負責人楊啟航博士（前排坐者中央）鳩合台灣矽谷創業家協會、科技部 FITI（From IP To IPO）計畫團隊與華山文創產業園區共同組成。
2. Founders Corner 活動選在光合箱子餐廳上午人潮較少的時間舉辦，讓空間獲得充分運用。
3. 創業團隊可輪流與創投家進行一對一交流，充分介紹自己的產品與品牌，並累積資源與媒合的機會。

4. Founders Corner 的活動除創投外，更可與專業財務顧問諮詢，為創業團隊提供最完整的財務相關建議。
5. Founders Corner 團隊共同討論，期望持續優化活動內容與方式，讓創業團隊可獲得最好的資源與幫助。



攝影／林辰鍵

拱廳

幫沙龍論壇講座找到家

< 了解現場

坐落位置：中 3A 館 2F-1
營運期間：2017.01.01 起
營運內容：

2015 年，華山文創沙龍在拱廳掛上招牌，展開「讓該相遇的人相遇」的旅程。

2016 年，在台灣文創基金會的規畫下，華山文創沙龍發展出「社會倡議」「教育想像」「文藝推廣」「科技創新」四大方向，並衍生出「國會沙龍」「思沙龍」「科學史沙龍」等系列活動，邀請各界菁英賢達與社會大眾一同加入討論，努力打造「一座城市的公民殿堂」。

2017 年，台文創基金會將四大脈絡進一步整合、新增，建構一套更為完備的體系，由「出版與文學」「觀點與社會」「科學與科技」「設計與創意」四大核心單元構成。每一個單元各含數個系列活動：

- 出版與文學：周三朗讀夜、獨角獸計畫、讀書的魅力。

- 觀點與社會：思沙龍、One-Forty。
- 科學與科技：科學不簡單、良食脈動、科學史沙龍。
- 設計與創意：Creative Morning、字戀講座。

此外，配合園區藝文計畫、育成計畫以及新創與科技等開發方向，拱廳在華山文創沙龍的時間之外也做了更多元的運用。一方面提供活動、藝文、品牌等部門做為各種論壇的舉辦空間。二方面鼓勵園區各店家在規畫活動時不必拘限於店面內的空間，若有規模較大的活動構想，也可以將拱廳納入空間計畫之中。前者如奧美公關與華山合作的創新創業品牌力論壇、聯合報系的願景工程論壇、長風基金會的突破論壇等，後者也有青鳥書店的系列講座，讓拱廳的運用效能再度攀高。

< 提示未來

一、既有基礎再擴張、更完備

從零星的點狀活動到形成體系，台文創基金會在華山文創沙龍的營運上越來越見成熟；基礎既成，開花結果就更為可期了。

二、運用更見彈性，產能更有發揮

拱廳的場域能量越來越見豐沛，這意味著它媒合相遇的範圍可以更為擴大，而各路策展機構也開始注意這個空間的可用性、好用性；供需之間產生了越來越明顯的良性互動。也因此原本台文創基金會規畫的華山文創沙龍之外，2017 年的拱廳使用單位多了活動部門、藝文部門與品牌部門，甚至園區店家也參與其中，我們可以很樂觀地期待，未來，拱廳的產能還會有更大的發揮。

(撰文／鄭林鐘)



謝定宇攝影／台灣文創發展基金會提供

1. 華山文創沙龍在 2017 年增開「設計與創意」單元，「字戀講座」開放大家到拱廳吸取、交換字型設計領域的各種心得。

2. 持續舉辦兩年的「周三朗讀夜」，讓朗讀的美好與樂趣全年散播，不僅限與朗讀節舉辦的那幾天。



郭內廷攝影／台灣文創發展基金會提供



攝影／林辰鍵

3. 奧美公關與華山合作的創新創業品牌力論壇運用拱廳空間，幫年輕人搬開創新與創業過程中的大小石頭。

4. 長風基金會突破論壇，號召前浪與後浪，在拱廳探討「人工智慧對人類的影響」。



圖片提供／長風基金會



攝影／林辰鍵

華山 Laugh & Peace Factory

品牌與消費者的對話方式再創新

< 了解現場

坐落位置：東 3A

營運期間：2017.06.01 起

營運內容：

日本最知名的藝能經紀公司「吉本興業」，百年來多方發展，除了藝人經紀之外，在製作電視、劇場演出等方面也都有出色表現，2017 年 6 月開始，在園區創立「華山 Laugh & Peace Factory」，傳達其一貫風格與日本的獨特文化，希望為園區帶來歡笑與和平。

Laugh & Peace Factory 以「渡邊直美展 Naomi's Party in Taipei」（5.27 ～ 7.31）做為進軍華山的第一彈，一出場就大獲成功。

在日本暴紅的渡邊直美展首度移師海外就把展場選在華山。有「日本碧昂絲」之稱的渡邊直美，外表圓潤可愛，搞笑實力卻不容小覷。自信的她，不因自己的身形自卑，反而利用獨特的條件與時尚結合，展現個人魅力。此次策展人為最近

在設計界火紅的吉田 Yuni，她曾設計過 perfume、星野源等人的 CD 包裝設計，這次則以「去渡邊直美的豪華派對裡狂歡」為主題，設計出充滿玩心卻又時尚可愛的空間。

第二檔接手的是有「日本 Lady Gaga」之稱的卡莉怪妞（8.12 ～ 10.1）。展覽以她自 2011 年到 2016 年間的 18 張 CD 封面視覺為主題，展示卡莉怪妞拍攝時實際穿著的服裝與假髮，一口氣呈現備受世界熱烈討論的怪妞設計。展場由這 5 年間一起擔任監製的創意監督 Steve Nakamura 一手操刀，呈現可由多種角度體驗卡莉怪妞世界的藝術設計。

Steve Nakamura 曾擔任 Laforet 原宿年度廣告主視覺的藝術設計，也主持過世界級運動品牌 Nike 的宣傳視覺，是在日本深受矚目的創意監督。卡莉怪妞首展於 2016 年 12 月在原宿

< 提示未來

1. 為園區展覽注入娛樂新類型

吉本興業的展覽有著飽滿的娛樂性與話題性，這是華山過去少見的類型。主打日本動漫的勇利展、綜藝類的渡邊直美展、偶像類的卡莉怪妞，無一不是夾帶著強大的話題性。但除了人氣之外，這些展覽其實也都別有其深度和意義。渡邊直美、卡莉怪妞主打日本的設計與策展實力。勇利展除了引人入勝的漫畫劇情外，更探討了許多關於「愛」的議題。有了「華山 Laugh & Peace Factory」的加入，無形間為主走小清新的華山帶來了一個不一樣的氛圍。

2. 為平面動漫加入即時感與臨場感

日本的綜藝、動漫都在世界上占有一席之地，引領世界潮流，可惜的是以往台灣民眾獲取相關訊息的管道（如社群與雜誌等媒體報導）總是局限於平面上。Laugh & Peace Factory 的進駐，除了為民眾帶來第一手即時資訊外，也藉由專業的策展企畫，讓觀眾能夠有即時、臨場的沉浸。

3. 發揮網紅的媒體效應

Laugh & Peace Factory 的策展不僅在題材上夠新穎、新鮮，在使用的場景布置與素材上也用盡了心思，所以在展期過程中吸引了滿滿的人潮；其中也包括了總是吸引觀眾眼球的網紅們，透過他們的影音分享，不僅為華山帶來更多的人潮，也無形提高了華山的品牌知名度。

（撰文／林育如）



1. 卡莉怪妞專輯封面的造型與實際穿戴的假髮與衣服。



2. 勇利展從開始到結束都造成市場轟動，更創下首次日本尚未巡迴結束就先至海外展覽的先例。

本篇圖片提供／吉本興業

舉辦，9 天展期聚集了 10,000 人次到場參觀。不僅深受卡莉怪妞的粉絲歡迎，更在創意設計、藝術相關人士之間成為話題中心。

半個月後，「勇利 !!! On Museum」登場（10.18. ～ 12.10）。「勇利 !!! On Museum」為《勇利 !!! On Ice》原著漫畫家久保美津郎與導演山本沙代構想，將作品中主角「勝生勇利」的活躍姿態呈現於展覽。在日本東京及名古屋展覽後，隨即移師華山。

展覽中可以看見為了展覽特別全新繪製的角色、彩色設定資料及大量動畫原畫。除此之外，在展覽中更可以聽到由重量級聲優們特別錄製的語音導覽，而主角使用過的服裝及滑冰鞋也忠實呈现在展覽中。



3. 渡邊直美記者會，與台灣插畫家美美同台爭艷。



攝影／林辰鍵

DPT

從此時尚有基地

< 了解現場

坐落位置：中 7-2

營運期間：2017.03.01 起

營運內容：

「DPT-Department」是台灣自創的時尚生活選物品牌，成立於 2016 年 3 月，為寶成集團之關係企業，致力於時尚與生活風格品牌的開發，也注重文化推廣的育成，目標是打造未來的時尚生活零售態度。

掀起不少話題的 DPT 整體設計，出自日本設計大師 Yoshirotten 之手。他以「家」為主軸延伸發想，利用白色 LED 燈勾勒出幾何空間，再輔以壓克力及玻璃等工業感設計，打造出極具前衛風格的空間意象，成了年輕世代的朝聖地標。

DPT 自開幕以來就備受矚目，為男性時尚圈注入一股新的活力。產品組合包括服飾、包包、鞋子、配件、飾品、3C 到香

氛……提供一個完整的生活概念風格。

除了服裝、鞋包到配件等之外，DPT 也跨領域結合藝術及餐飲，融合各式流行元素及國外關注的焦點品牌，更被潮流網站 Hypebeast 讚譽為台版的 Colette。

自進駐園區以來，DPT 便持續聚焦新零售型態的創新，透過實體通路來強化服務體驗，並運用寶成集團的資源，舉辦多場時尚展演活動，邀請多位國際級藝術家親臨現場創作，將零售空間打造為藝術殿堂。此外更與男性時尚雜誌龍頭《GQ》國際中文版合作舉辦講座，吸引眾多對於時尚有興趣的男士與媒體關注參與，大有新一代時尚潮流發信地的架勢。

DPT 活動不只時尚，而且跨界	
日期	活動名稱
6/30	Pleasures 商品發表會
7/27	眼鏡講座
8/10	寄賣品牌之 Chinglish 和 Room101 開幕活動
9/14	Lululemon 服飾商品
9/25	Steve Aoki Dim Mark Party
10/26-28	snowpeak 都市野營計畫
	DPT*Tacx*Zwift (荷蘭自行車品牌)
11/30	Wood Wood Pop Up
12/30	黑可米藍染潮牌

< 提示未來

一、園區男性時尚第一彈

時尚是品味生活不可或缺的元素，但華山園區過去雖曾開設過與服飾、精品有關的空間，卻多屬快閃店性質，缺乏長期經營的布局。DPT 的進駐，為華山的文創拼圖填補上重要的「時尚」區塊。

特別的是，時尚界向來都以女性為主戰場，DPT 卻選擇從男性時尚出發，走不一樣的路，開發藍海的創見與勇氣非凡，文創精神滿滿。

二、跨界、跨國，一步到位

DPT 貫徹「將藝術設計融入時尚」的核心理念，致力創造商品的多元價值，自開幕以來便以「生活型態的創造者」自許，持續傳遞符合當代的流行趨勢；在品牌發展上，著眼與國內外時尚設計產業創造更多元的交流互動，透過舉辦活動以及跨界交流，迸發出更多元的創意及火花。也期望透過在華山園區打造的平台，讓更多國內外與時尚相關的設計性商品以及結合藝術、潮流、文化之跨界活動在此展現，有助益於時尚設計產業多元面向之發展。

(撰文／何沛珊)



1. DPT 利用白色 LED 燈勾勒出幾何空間，再輔以壓克力及玻璃等工業感設計，打造出極具前衛風格的空間意象。



2. DPT 的產品組合非常多元，提供一個完整的生活概念風格。



3. 擁有「世界百大 DJ」頭銜的 Steve Aoki 來台宣傳 Dim Mak Collection 2017 秋冬商品。除了是首度在台販售自己所主理的服飾品牌外，也和藝術家 David Choe 一同規畫設計。以獨立搖滾、滑板文化和冒險叛逆為核心精神，在 2017 年登上了紐約時裝周。



4. 綠意相伴的 DPT cafe 有舒爽的空間和香濃的品味。

本篇圖片提供／DPT



攝影／林辰鍵

Kangol、Clave 與吳日云時尚快閃店

時尚加碼，一家店還不夠

2017 年 10 月，園區一口氣試著和與 3 個不同類型的時尚品牌合作，讓流行前線文化可以在古色古香的園區裡融合創生，激盪出新的火花。

< 了解現場

- 1. Kangol**
坐落位置：藝術西街貨櫃屋 2
營運期間：2017.10.5 ～ 2017.11.27
營運內容：

Kangol 於 1938 年誕生於英國，近 80 年的歷史，歷經時代變遷，已成為帽子界的領導品牌，也創造眾多經典帽款；如今 Kangol 早已超越地區與年齡，跨越族群與文化，儼然英倫生活的一部分。

台灣本來就是製帽王國，許多國際帽款都來自於台灣製造，Kangol 有若干帽款也是由台灣製造，近年更有台灣設計師 Jin 加入 Kangol 設計團隊。在品牌即將邁入 80 周年之際，Kangol 以快閃店的形式現身華山，特別展示歷年跨界合作的帽款，訴說著流行多年的經典與暢銷帽款是如何從無到有、如何為生活帶來美好。

- 2. Clave**
坐落位置：藝術西街貨櫃屋 1
營運期間：2017.10.20 ～ 2017.11.26
營運內容：

設計師江儀原本是一位平面設計師，因熱愛時尚配件帶來的全身造型與變化，進而到倫敦進修配件設計，隨後在 2012 年創建鞋履品牌 Clave。

Clave 在西班牙文是「關鍵」的意思，同時也是拉丁音樂基本節奏的核心。

在品牌設計概念上，Clave 透過基礎精神，變化出各式獨特設計鞋款。在生產製造方面，Clave 獨厚在 80 年代曾是製鞋王國的台灣，希望傳統的美好工藝能夠透過有趣的設計，展現不同的樣貌。透過在貨櫃屋 1 的快閃店，Clave 完整呈現品牌創立以來的各種有趣鞋款，試圖傳達多元、有趣、時尚的一貫品牌精神、分享質感生活的品味態度。

< 提示未來

一、時尚文化需要培養與重視

時尚產業在大環境的不景氣與平價時尚的衝擊下，設計師品牌成為產業中備受衝擊的一環，2017 年開始，園區試著與不同的時尚品牌合作，不論是擁有悠久歷史的經典品牌，抑或是知名設計師品牌、新創品牌，這些品牌利用舉辦活動、開快閃店、與藝術家聯名等方式，讓大眾實際了解品牌的創作故事與背後的價值理念所在，在商業效益之外強化品牌的營運。

此次嘗試發現，時尚品牌在時尚人士和外國觀光客間較受歡迎，而台灣民眾反映普通，直接道出台灣人對於個人風格的養成還沒那麼重視。透過此次經驗，深感台灣的美感教育需要從整體環境培養起，唯有浸淫在美麗事物中，才懂得時尚為生活中體現個人品味的必須存在。

二、擴大主題包裝，體現時尚生活

藉由此次經驗，園區計畫在未來擴大時尚主題店或展的規模，透過時尚品牌的群聚效益，營造整體時尚氛圍。同時與園區大型時尚活動結合，號召媒體宣傳，吸引相關人士並讓民眾體驗認知時尚之價值，進而體現時尚於生活之中。希望藉由這樣的一小步，慢慢改變台灣時尚產業長期以來不受重視的缺憾，讓被稱為台灣之光的設計師們能有一天以台灣為榮。

（撰文／林育如）

- 3. Designer Corner — Austin.W 吳日云年度快閃店**
坐落位置：中四 A-2
營運期間：2017.10.19 ～ 2017.11.27
營運內容：

曾經為前總統夫人周美青延攬為御用服裝設計師，並因此一炮而紅的吳日云，中性而簡潔的服裝輪廓，深受有個性且獨具品味的女性喜愛。2017 年特別在華山企畫「Designer Corner — Austin.W 吳日云年度快閃店」，聚焦於「設計師的生活角落」，於中 4A-2 的空間展出。不但將設計師的工作桌、品味的生活角落一一呈現，更大方揭露服裝版型與設計手稿，希望民眾能透過這個空間，感受吳日云低調簡約的設計品味。活動期間還與攝影師 Charlie Huang 跨界合作，藉由各國城市攝影作品與陳列服裝的對話，體現設計師的生活角落。

為了給華山訪客更大的驚喜，「Designer Corner — Austin.W 吳日云年度快閃店」特別搶先展示了吳日云準備在上海時裝周發表的 2018 春夏系列新作。設計師以「Deep Mind 深度思維」為主題，有感於 AI 人工智慧快速發展，未來機器人會取代人工，反思機器人與人類之間的關係，創作了 38 套未來感服裝。此外，品牌更首次推出男裝系列，滿足時尚迷想要第一手體驗新品的渴望。

圖片提供／Kangol



1.
Kangol 以黑白色系呈現老牌經典潮流帽飾品牌文化。

攝影／林育如



2.
Kangol 空間內展示旗下台灣設計師 Jin 近年創作設計商品與限定聯名商品。

圖片提供／Clave



3.
鞋履品牌 Clave 將自己的創作掛滿牆面，帶領民眾進入設計師獨特的設計奇想。

圖片提供／吳日云



4.
設計師吳日云規畫不同區域，讓民眾體驗品牌的經典系列與 2018 最新春夏秀服。

圖片提供／吳日云



5.
吳日云利用品牌獨特版型，妝點設計師平日的生活意象。



攝影／林辰鍵

日星鑄字行「字體銅模修復計畫」快閃店

虛擬線實體店聯手延續鉛字戀

< 了解現場

坐落位置：中 3B 館 1F-1 玻璃屋
營運期間：2017.01.11 ～ 2017.03.07
營運內容：

隨著數位時代的來臨，傳統活字印刷已被數位文字輸入法及科技排版技術所取代。2000 年，設於台北市貴陽街的中南鑄字行關閉後，位於太原路的「日星鑄字行」便成為臺灣唯一僅存的鑄字行；日星擁有全世界最後一套繁體中文鑄字銅模，還因此登上 BBC，卻面臨鉛字即將在台灣消失的困境。

2017 年開年不久，日星鑄字行與貝殼放大聯手，在網路上啟動「字體銅模修復募資計畫」，並展開線上線下聯合進擊，運用實體空間，以快閃店的營運形式，推出「字體銅模修復計畫特展」，在華山玻璃屋展出珍藏的銅模和難得一見的手搖鑄字機、鉛字架、排版台、圓盤機、打樣機等，完整重現活版印刷產業鏈「鑄字、檢字、排版、印刷」的流程，以及使用活版印刷的鉛字版與精緻印刷品。並透過互動體驗，邀請民眾親手用圓盤機印製以鉛字活版排版的紅包袋、賀年卡、春聯，實際感受壓印的手感與鉛字美學的魅力，保留那份有「人」經手的痕跡與溫度，藉此讓更多人了解其背後所堅持的價值和文化的積累。

< 提示未來

一、新的行銷思維、新的通路策略

日星擁有 12 萬枚用來鑄造鉛字的銅模及百萬餘枚鉛字，卻因長期使用而逐日毀損，整個鑄字產業也隨著數位文字輸入法與電腦排版軟體的成熟，一步步走進歷史；亟需保存，也亟需改革。傳統產業要改革，策略的創新、人才的培育與技術的傳承等，都是關鍵因素，彼此也相互影響。稍早，日星即已號召一群新世代人才投入鉛字打樣、掃描、數位化的工程，這回更整合網路與實體，兩路合擊，一面保存、一面推廣；而在實體空間的運用上，日星瞄準華山這個年輕人大量群聚的場域推廣行銷，不但在策略思維上跳出傳統，在通路運用上也跳出傳統。

二、華山場域價值再發現——對使用者而言

「主場在他方，櫥窗在華山」越來越成為文創品牌的最佳場域布局模式。富錦街街區在華山開設「富錦樹」，赤峰街街區在華山開設「小器」，上海合興糕糰店開了迪化街店還不夠，還要再開一個華山快閃店；將這個概念再擴大，那麼景點在嘉義、沖繩、香港、非洲……的各地區觀光局，把行銷旅遊的展演活動選在華山舉辦，或是小松

美羽的畫展在內湖，但現場創作在華山，也都可算是這個策略的運用了。對日星鑄字行來說，雖然已經有了一個位於台北後車站的實體店面，但是他們知道，如果要把字體銅模修復計畫推推動得更有效，華山是極佳的櫥窗。

三、華山場域價值再發現——對華山來說

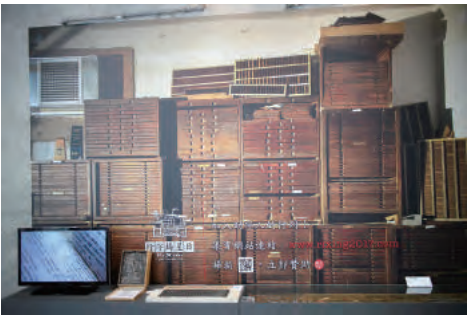
另一方面，對華山來說，透過不同的活動內容，帶來不一樣的參與者，不但為園區增加了深度與廣度，也帶給到訪民眾不一樣的感知體驗。更有意義的是，日星鑄字行的華山行動創造了一場「跨世代的溝通」，經歷過國立編譯館時期的民眾重溫了鉛字的親切感，數位時代的年輕人跌進活版印刷大活絡的時代，體驗當時的文字觸感與畫面美感，甚至體會到活字印刷珍貴的文化及歷史價值。而華山也因此參與了一場「用文創策展傳承舊文化」的實踐。未來，我們還有可能持續透過「傳」與「承」的概念，重新盤整台灣過去所擁有的文化歷史，運用年輕世代及科技的創意，讓傳統文化產業昇華為文化創意的再創造，成就一個屬於文化創意產業園區的使命與地位。

（撰文／蕭至威）

1. 玻璃屋挑高及一目瞭然的空間型態，將整個鑄字過程透過「櫥窗」的概念，與路過及進入空間的民眾產生互動。



2. 店內張掛的一張大圖輸出，展示了原先日星鑄字行的空間一角，加上科技技術，達成推廣與知識教育的功能，邀請更多人參與行動。



3. 透過異業結盟再創新，推出不同的文創商品，挑戰「傳統產業到底還可以做甚麼」的提問。也以現代人的創意再去試探活版印刷，呈現出不一樣的文化溫度與厚度。



4. 現場展示不同大小的圓盤機，讓到訪者非常好奇。因為對現代人而言，別說一般民眾，就連媒體工作者都不見得知道它。



本篇圖片提供／日星鑄字行



攝影／林辰鍵

Mon Bonbon

美感的寶寶，無可取代的妳！

< 了解現場

坐落位置：中 4E 配電室
營運期間：2017.07.04 ~ 2017.10.31
營運內容：

被媒體過度渲染的「少子化風暴」席捲全台，原因不外乎就是青年工時長、薪水低、房價過高、頂客潮流當道、托育服務不夠周全……等。

在各方面的壓力來襲時，妳還是勇敢做了這個決定，含辛茹苦熬過了十個月的等待，著實要給增產報國的自己一點掌聲，但後續的育兒過程才是最大的挑戰。

接踵而至的各方關心，很多「過來人」「我聽說」「妳應該」和「我以前都」……的朋友如雨後春筍突然冒了出來；小天使才剛到這個世界，就已獲得無數人的關心和愛護。

而那個才從少女轉身的妳，世界彷彿被翻

了過來，所有生活重心都被小天使的一舉一動占領：一個啼哭、一個噴嚏、一抹微笑、一個翻身都牽動著妳的情緒起伏，全天候 24 小時不間斷。於是妳開始壓力滿點，變得緊張兮兮，妳不明白女明星為什麼生完小孩後還都能風光亮麗，而自己身材卻變形走樣遲遲無法恢復，今年新聞又爆出什麼餐具有塑化劑、環境賀爾蒙過多會影響孩子發育、吃什麼長得高、用什麼較不易過敏……妳開始變得暴躁、易怒，覺得時間不夠用，連自己想要去看場電影都是一大障礙，更別說那些以前可以做指甲、化妝、逛街、打扮美美去約會的時光皆已是過眼雲煙……。

以上這些經歷不知是不是每一位新手媽媽的心聲？作家茱迪絲·華納（Judith Warner）則將這種現象稱為「子女至上的文化」，意指社會對於母職的極大化期待，認為一個母親從懷孕起就要竭盡所能增進子女身心靈各層面的福祉，其中則隱藏著母親利益與孩子利益相衝突的概念。而教養不只是一門學問也是一門藝術，每一個階段不論對母親或孩子來說都是重要的，媽媽獨有的堅毅與關切，絕對是影響孩子的關鍵。

如果我們無法在專業教養上提供獨

< 提示未來

1. 美感教育，使幼兒能透過感官，體察對周遭人事物的感受力，並進而內化及累積個人的美感經驗。
2. 除了多了親子互動的場所外，在美好的環境下自然而然地放鬆緊繃的心情。
3. 以天然材質製作，讓小小孩的日常造型既經典又雋永，也讓家長安心。
4. 成為家長互相交流與經驗分享的地方，潛移默化下提供支持且安定的力量。

（撰文／曾昱勻）

1. Mon Bonbon 堅持美感和實用性，透過天然、美好、愉悅的事物，將最適切的生活享受形諸於產品。



2. 美感教育需要從小開始培養，因此有越來越多的家長們願意帶著孩子參與各式活動體驗，開始替孩子的美學存摺存入一輩子都能受用的資產。



門方式，那麼，在微小的環節上為更多媽媽解除一些焦慮，也許是另一種不錯的管道。

秉持身為母親的初心，跳脫嬰幼兒用品的純可愛思維，堅持細緻品質和獨到品味，兩位現代媽媽創立了專為母親和嬰幼兒量身打造的生活選品品牌。命名 Mon Bonbon，法文意思是「我的糖果」，意味著「每個孩子都是媽媽心目中的甜蜜寶貝。」

Mon Bonbon 堅持美感和實用性，透過天然、美好、愉悅的事物，將最適切的生活享受形諸於產品。同時呼應親子美育藝術化，結合藝術創作（畫、花藝）等活動及親子教育交流；讓妳記得在忙碌的育兒生活中也不要忘了自己有各式「美」的姿態。

華山這個平台不單單只有提供遊憩的場域，不只獨厚文青，也希望在社會中能有多一個場所支持著每一位重要且不可或缺的妳。



本篇圖片提供／Mon Bonbon

3. 除了陳售商品，Mon Bonbon 也舉辦各種藝術創作活動及親子教育交流。



攝影／林辰鍵

Wooderful Life 知音文創

生態可以很有趣

< 了解現場

坐落位置：中 4B 館 1F-3、1F-4
營運期間：2017.03 開始轉為長駐品牌
營運內容：

Wooderful Life 於 2016 年暑假以期間限定店的方式進駐園區，在空間中融入樹木、教育、自然與美好生活的想法，打造出一片城市中的森林，使華山這塊文創寶地多了個親子同樂之處！

知音文創——Wooderful Life 的母公司，自 1976 年開始踏入印刷紙品的領域，經歷了數十載的努力，如今已成為國際知名的卡片禮品代工大廠，是許多知名通路指定的合作品牌，但知音文創不甘於僅僅擔綱知名品牌的幕後推手，更希望將公司的創意能量及專業的技術發揚光大，於是毅然決然地成立了「Wooderful Life」這個品

牌，期望透過華山這個文創大平台向國際發聲，讓國際及自家人看見台灣文創品牌的真實力！

快閃店時期，Wooderful Life 以寓教於樂的初衷在華山闖出一片天，除了拉近民眾與大自然間的關係，更透過「木生態知識區」「木製商品展售區」「手作 DIY 區」等不同主題區的規畫，將生態教育向下扎根，讓一般大眾更加了解自然生態及森林環境的重要性，同時也在遊戲中增進親子互動關係。

秉持著推動台灣文創能量的想法，2017 年 Wooderful Life 轉為長期店家夥伴，成為華山史上從短期配合店家

< 提示未來

一、園區店家融合教育於空間的首例

Wooderful Life 手創生活體驗館為園區第一間結合知識教育於商用場域的店家，「木育遊戲區」將大量的互動益智遊戲與木知識結合，透過親子一起動動手、動動腦的過程，將生態、環保的教育自然融入遊戲過程，更加深民眾的記憶，使民眾不再僅能從冷冰冰的教科書上習得大地之母的知識。讓大家優遊在這片綠意盎然的森林裡遊戲的同時，也能從這片森林中窺見許多可愛的動物公仔們，一起同樂、一同沉浸在這美好時光中。

二、代工品牌走向自有品牌的經營典範

知音文創透過「Wooderful Life 手創生活體驗館」這個品牌的成立，成功地演繹了從 ODM、OEM 轉為 OBM 自有品牌的歷程，在台灣市場上樹立了一個轉型成功的發展模組，可以讓許多傳統產業品牌得以從中借鏡，發現轉型的脈絡，重獲另一個生機。

(撰文／謝宜珊)



1. 木育遊戲區將整座森林搬進場域中，並結合木知識及益智遊戲，讓親子一起在此同樂。



2. Wooderful Life 的【光共生】系列商品，讓民眾走進場域的同時，不只看得到、摸得到樹木，也能帶走專屬於自己的一片小小森林。

轉為長期經營夥伴的首例，希望攜手帶給大家更多元的體驗空間。

轉為長駐夥伴後，Wooderful Life 為打造一個更完善的文教體驗及服務空間，特別進行重新設計、改裝。在全新規畫的空間中，分為「木育遊戲區」「商品販售區」「DIY 創作區」和「輕食服務區」等四大區，期望滿足各個客群的不同需求。

其中全新打造的「木育遊戲區」尤其令人眼睛為之一亮。Wooderful Life 將整座森林搬進場域中，並結合許多好玩的益智遊戲，周圍也以互動的方式傳遞與樹木相關的知識教育，讓親子可以在遊戲的過程中，接觸並了解樹木、森林的知識，更在玩樂中體驗木質生活的美好。



3. 木質生活的美好不僅僅只存在於空間中，更做成趣味的木製音樂鈴及實用小物，讓這種美好的感受延續到民眾家中。

本圖圖片提供／知音文創



攝影／林辰鍵

賽先生科學工廠

科學可以很好玩

< 了解現場

坐落位置：中 4A-2

營運期間：2017.01.05 ～ 2017.03.15

營運內容：

「賽先生科學工廠」是一個為熱愛科學趣味的人們所打造的品牌，致力於為科學做趣味增值，提倡將科學原理融入生活，與藝術結合。除了代理販售具有科學趣味性的主題商品外，也自行開發設計商品，包含各式 DIY 系列、益智解謎玩具、科學原理遊戲、限量模型及大人科學禮品等。期望帶給民眾更多的科學知識，並藉由簡單的科學理念與生活玩物相結合，啟發大人小孩對科學的關注與創造更多的可能性。

這次的期間限定店以「向女性科學家致敬」為主題，介紹在科學領域表現傑出的女性科學家，以及他們對於科學的貢獻，同時也鼓勵女性朋友們從生活中學習更多的科學知識。店內精選世界各地充滿趣味的科學商品，也包含獲得德國 iF 設計獎與日本 good design 設計獎肯定的自創商品，同時透過各式的互動體驗，讓民眾親自參與、了解科學的有趣之處。

< 提示未來

一、科學＋創意，「玩」出新高度

一般的文創品牌多半強調在品牌故事的鏈結及商品的設計感，而賽先生科學工廠更特別的是將科學知識融入產品設計中，讓商品富有教育意義，也讓品牌更具獨特性與競爭力，除了在台灣禮品市場占有一席之地，近年來也吸引國外的合作邀約，在文創市場眾多品牌中成功突圍。

二、從趣味入門，體驗設計量能

文創商品何其多，要如何成功引起消費者的注意，是非常重要的一環。從故宮【朕知道了】的系列商品到賽先生科學工廠，有越來越多的文創商品在設計上除了藝術性及實用性外，更著重在「趣味性」，期望透過趣味，拉近民眾對於文創商品的距離感，進而有機會傳遞商品背後所蘊含的設計內涵及創意巧思。

（撰文／林彥均）



1. 眾多新奇有趣的商品讓人目不暇給。



2. 大型背板以粉色調凸顯女性科學家的活動主軸。

本篇圖片提供／賽先生科學工廠



攝影／林辰鍵

世大運官方紀念品華山店

運動競技可以飆上創意擂台

< 了解現場

坐落位置：藝術西街貨櫃屋 1
營運期間：106.06.05 ~ 106.09.05
營運內容：

因應 2017 年台北世大運的舉辦，世大運官方紀念品特別在華山設點銷售，展現 9 大類 165 項，結合臺灣 66 家中小及新創微型企業、8 家社會企業，共計有 100 餘位設計與製造專業人士參與的成果結晶，邀請國內民眾及國外觀光客一同透過官方紀念商品，一起認識台灣在運動、創意、設計上精采的軟實力！

經營團隊吉而好股份有限公司成立於 1983 年，最初做文具和禮品的代工，但在卅年前，就同步做自主設計，並且在國外參展，開拓國際市場通路，從早期的 OEM 到代理再到獨立設計，使他們順利進入文創熱潮。

吉而好旗下擁有設計師的交流平台及豐沛的各種資源，透過集合台灣設計師之手，在設計中呈現深度文化與生活的意象，透過設計師的五感，將體育賽事變得潮流且時尚。

< 提示未來

一、體育與文創的結合

看似兩個不同的領域，擁有不同的接觸人群，但不論是運動或是文化創意，都必須透過更多民眾的共鳴來提升其價值及參與度。透過這次世大運的辦理及官方紀念品店的進駐，除了看見文創商品的開發，也看到更多體育結合文創的可能性，比方運動表演業、運動資訊出版業，也都需要體育及文化創意產業從業人員專業的跨界整合支援與結合。

二、未來體育活動的發展性

以目前臺灣運動表演業的發展，從產業鏈角度來看，運動表演業大可使用集運動、展覽、觀光、表演等綜合展演產業群聚模式，結合劇場及展演資源，多元推出異業合作及展演，發展跨領域跨

組織的合作，將體育與其他表演藝術結合（如舞蹈、雜技、音樂、戲劇……等）。

三、另一種面向的聲援

運動資訊出版業受運動核心產業所帶動，是運動相關消費者的訊息接觸媒介，對於其他運動核心產品與服務銷售，也同時具有一定程度的影響，目前在政府大力推動運動產業發展的政策之下，其所能創造的效益不亞於核心產業，針對整體出版業產業鏈，支援服務產業部分，在編輯出版、版權經紀、內容經營上，可以提供運動資訊出版業產業鏈擴大觸及範圍，另外也須有印刷業及展覽籌辦等支援合作，讓所有相關產業都能整合資源與力量，帶動全民參與體育和文創的風氣。

（撰文／蕭至威）



1.
透過一種文化意識型態，包裝成可供大眾欣賞、使用，且具紀念意義的設計師精品。



2.
透過創意與設計的展現，將體育賽事結合文創商品。

本篇圖片提供／台灣吉而好

焦點策展

專業策展公司
獨立策展人
基金會、學校、店家…
900 多檔活動爭奇鬥妍
2017 年誰
最奪目吸睛？



點讀華山

從點與線的活動情報，轉型為有觀點的深度閱讀

< 了解現場

展場位置：免費發行，可於服務中心索取

展演期間：2017 年 8 月至今

展演內容：

這是一個沒有展演空間，但也到處都是展演空間的策展。

《點讀華山》是華山文創產業園區發行的紙本期刊，歷經《華山玩報》《華山 1914 半月刊》到 2017 年第四次改版，並更名為「點讀華山」，這一回做了幅度極大的改變。

先是在發行上，於全台灣重新規畫 100 個配送點，提供全台讀者就近索取。在編輯定位與內容上的調整幅度更大，從原本單純的「提供情報」，昇華為「鼓勵原創」「關注趨勢」「多元發聲」。

華山紙媒長期以來，大都定位在園區內活動的推廣、訊息的傳遞，改版後則轉向文創產業的觀察與品牌故事的紀錄。因為我們期望當精采創意在歷史場域中華麗演繹時，《點讀華山》就是鏈結其背後心血點滴與動人故事的報導，將它們的精神理念，透過文字故事與展演空間的搭配，更完整的傳遞到每個文創人的心中及手上。也因如此，《點讀華山》產生了「鼓勵原創」「關注趨勢」「多



1. 不論是已具知名度或是剛脫穎而出的新銳，《點讀華山》每期封面都與各式風格的插畫家合作，期望以母雞帶小雞的方式，鼓勵原創，也提升話題的討論度。

< 提示未來

一、建立一個「長期追蹤市場趨勢脈絡，爬梳文創產業未來」的機制

全新改版後的《點讀華山》針對當下的熱門話題，深入探討文創產業的現在發展與未來趨勢，持續累積華山在文創產業上經由實踐所獲致的獨特觀點。並且透過每一期的專訪、報導，同時與產業界的專業人士產生連結、交流；經由點讀華山的主動發聲，不僅凸顯華山應該扮演的旗艦角色及立場，也能匯聚各方意見，傳達台灣文創產業的態度。

二、紙本、數位虛實整合，將閱聽對象極大化

數位網路的載體已成不可逆的趨勢，《點讀華山》除了全台 100 個藝文點、文化聚落、獨立咖啡廳的配送之外，每一期還整合數位下載，包括 Google 書城及臺灣書庫電子書免費下載等，提供不同閱聽對象極大化的效益。除此之外，更與線上設計、文創相關的媒體策略夥伴們合作曝光，每一期都將好的內容針對各式各樣的讀者分享，擴大觸及對象，順帶提高了更多讀者對於《點讀華山》的黏著度。

(撰文／何芸微 + 黃昱禎)

元發聲」這三大使命，希望能夠挖掘出更多精采的文創產業故事，散播更大的影響力。

首先，延續華山「鼓勵原創」的經營理念到紙本刊物上，每期《點讀華山》皆保留菁華封面版位做為插畫家的發表舞台，並於官網公告報名申請辦法，入選後，除了基本稿酬外，更搭配刊內《藝點點》單元，報導插畫背後的創作故事。從發表到報導，讓《點讀華山》成為支持插畫家創作的新興舞台。

而在「關注趨勢」上，《點讀華山》開闢「專題焦點」單元，每一期的「專題焦點」都針對當下的熱門議題主動出擊。規畫專題故事，從受訪者的經驗中，整理出文創工作者需要的 know how 與撇步。如：〈插畫市場的經濟與經紀〉〈文創 × 募資影響力〉等，透過「專題焦點」的文創趨勢報導，聚

焦文創、深入當下、體察未來。而「亮點」單元則是在精采的活動謝幕後，持續報導它們在園區的延伸效益，如連續四年在華山舉辦師生聯展的「玉東卡本特」、奧美公關的「創新創業品牌力論壇」等。「逗點」單元則是在廣大文創市場中，挖掘出那些未完待續的申論題。如台灣的市集走向、共同工作空間的分析報導。或是追蹤各領域品牌的創業故事，透過 Brand's Talk，持續提供創業道路上前輩們的叮囑。

最後，針對「鼓勵發聲」，我們透過「觀點」單元，對各領域專家進行邀稿，發表其洞見。「交會點」單元則由華山經營者王榮文董事長親自上陣，每期邀約一位重量級嘉賓到「華山會客室」來，共同討論台灣文創領域的何去何從。



本圖片提供／台灣文創發展公司

2. 有了「亮點」單元，精采的活動得以在謝幕後持續獲得報導，發揮它們在園區的延伸效益。
3. 2017 年 12 月號的《專題焦點》以募資為題，探討群眾募資對於新創品牌帶來的影響。
4. 「華山會客室」是《點讀華山》另一個重磅出擊，主人由董事長王榮文親自上陣，邀請的來賓都是文創界頂尖的翹楚人物。



攝影／林辰鍵

華山會客室

透過名家洞見與經營心法，梳理文創未來



< 了解現場

展場位置：華山會客室

展演期間：2017 年 8 月至今

展演內容：

「大家好，我是王榮文，今天的華山會客室邀請到……」每次華山會客室的第一幕，總是透過王董事長的聲音，悠悠的開啟討論篇章。

華山文創產業園區陪伴臺灣文創產業走過第一個十年的發展，在 2017 盛夏，我們藉著園區刊物《點讀華山》的改版，推出「華山會客室」這個貫穿紙本與數位視頻的對談節目。

什麼是「華山會客室」呢？

透過每月一次的邀請，在華山會客室

裡，我們讓藝術、政策、文資保存……等議題與文創產生交會點。

打開華山會客室大門，我們邀請了前教育部長吳思華先生，探討什麼是「文創」。透過向國際文資保存與社造大師西村幸夫先生請益，分析華山這樣的歷史空間，也綜觀台灣的文資保存與推動。我們與關心設計、文化的立委吳思瑤女士討論對文創及設計工作者影響極大的立法與改革，也與熱血的雜學校校長蘇仰志先生討論 IP 經營。

因應 15+1 的文創大領域，華山會客室討論的議題涵蓋不同專業，在王榮文董事長輕鬆卻句句犀利的提問中，替大家發問與整理，共同為下一個十年埋下思想的種籽，最終希望爬梳出對大家有幫助的未來方向。

華山會客室目前以每月一次的頻率推出，菁華濃縮的紙本文字與完整版影音內容同步發行。紙本控可以透過免費發行的《點讀華山》閱讀，行動派可以透過 YouTube 的華山頻道每月準時收看。

1. 華山會客室的訪談內容，除了圖文菁華摘錄在紙本期刊《閱讀華山》刊出，影音內容也在 YouTube 以完整版同步發行。畫面上，2017 台北世大運開閉幕總顧問陳錦誠先生對新生代藝術家與策展人的表現給予肯定，並分享許多大型活動策畫背後的經驗與辛酸血淚。

< 提示未來

一、從驗證與提問中，推動文創發展

華山在台灣文創發展股份有限公司接手經營後，王榮文董事長喊出了「華山是一所學校、一處風景、一座舞台、一本大書」的願景。「華山會客室」每個月邀請一位貴賓蒞臨，王董事長則帶著他的華山願景，從文創園區經營者的角度親自提問，訪題精準切入各領域核心，每位受訪者也大方公開許多內部經營細節。透過這樣的知識與智慧交換，華山的文創經驗得以傳承，有志從事文創領域的人，也得以吸收最菁華、最有效的工作方法，並期望未來共同推動臺灣文創的發展。

2. 透過翻譯，王榮文董事長與西村幸夫先生討論如何「點亮家鄉再創新生」，同時也不忘向大師請益像華山這樣的歷史場域還可以為臺灣文創產業做什麼樣的努力。



3. 王榮文董事長與西村幸夫老師相談甚酣，意猶未盡，採訪後還移動至華山秘境「森文茶庵」繼續先前的討論話題。

二、從第一文創園區到文創媒體 Master Class

華山是臺灣文創園區旗艦基地，十年來從空間經營者的角度，協助各式精采活動呈現，累積了豐富的文創觀察與空間經營的實踐心得。華山會客室以此為基底，每個月邀請一位不同領域的頂尖專家與我們對話。透過一期又一期的訪談，讓華山的能量從實體空間延伸到視頻，成為專注文創發展的媒體。華山魅力依然不變，只是在更多的平台擴散文創的影響力，讓國內外對臺灣文創好奇的民眾，透過華山會客室了解台灣文創的未來與趨勢，我們相信只要不停挖掘、持續累積，華山會客室終將成為文創領域的 Master Class。

（撰文／黃昱禎）

4. 「不太乖教育節」「雜學校」的策展人蘇仰志先生蒞臨會客室，主人王榮文和他一同以跪姿留影，用一種不太乖的畫面，向雜學精神乖乖投誠。



本篇攝影／黃昱禎

5. 當訪客是熱愛建築的文化立委吳思瑤時，話題便聚焦到設計／文化相關政策、當前臺灣文創園區的差異化以及它們未來的方向，期望政策能跟上腳步，與臺灣設計能量共同前進。



攝影／林辰鍵

École 華山 2.0 實習計畫

出學入術，積術成學

< 了解現場

展場位置：全園區

展演期間：2017.06.31 ~ 2017.09.31

展演內容：

暑假一到，大展登場，華山文創園區裡顯得熱鬧非凡，處處洋溢著笑聲與活力。同時間在華山內部，有一股與往年不同的青春氣息也正在洋溢著、勃發著，原來，2017 年華山來了 5 位擁有不同專長與技能的實習生，渲染了熱情給大家。

在台灣，實習之於學生相當重要，也越來越多企業重視實習計畫的執行與人才的養成，在執行中，不但能讓學生弭平產學落差，幫企業從不同的觀點與面向中了解自身的價值；產學雙方更能將執行經驗轉為文本或教材，成為知識管理的珍貴內容。

基於此，華山在 2017 年與國立政治大學科技管理與智慧財

產研究所合作，進行九周深入的實習計畫，並由吳思華教授帶領所內九位專業教師，移師至華山授課。

此計畫最特別是，除了讓學生參與華山營運的實習內容，也派出五位部門菁英擔任業師，從華山經營現況解答學生實習研究過程中的疑惑。為了達到產學交流，此計畫同時開放華山同仁報名參與課程，讓華山五位業師、華山內部同仁與政大九位教師及五位實習生彼此切磋共學，同學的理論在實務運作上得以驗證，華山內部也能將其累積經驗從研究過程中的討論，獲得更系統化的拆解，讓其中的步驟或理論更清晰易懂，達到雙贏效果。

< 提示未來

一、放手讓實習生實際執行想法

三個月的實習期間，華山與政大從產業與學界兩個角度觀點，共同設計了 9 堂實作課程，這些課程先從了解場域的古今往來，至實地參與華山的日常運作，到討論哪個部分還可以改善，最後提出華山適合什麼展演活動等。在其中，業師也會持續輔導實習生，一同歸納出華山的亮點、適合的服務、適合的展演活動。並給予權限，讓實習生發揮創意、實際執行。

二、華山不設限，從年輕人角度看創意

九周的實作課程，同仁也與實習生一起共學，各部門也會就現有的業務，不斷提出問題、刺激大家討論、從旁聽取更有創意的做法。但往往在討論中，實習生的想法仍會與同仁所有差異，甚至增加不少額外預算，讓執行成本提高，但同仁並

不會直接反對，反而會先採納其看法，再一起調整修正、克服困難，找到雙方都可接受的作法，最後將成果具體展現。如：設計消費者的問卷、辦一場市集等。

三、好的實習計畫，讓成果傳遞承續

三個月後，實習計畫結束，學生從同仁身上得到豐富的實務經驗，更將此經驗及成果轉變為文字，成為一份產學個案研究。華山各部門同仁也從參與的過程中，歸納出屬於華山的七份產業教材。這些成果原先都隱身在各活動展演之中，不曾被發現，但卻透過實習計畫，藉由不同的視角，一同將這些寶藏挖掘出來。最後，這些成果不但變成內部訓練教材，更能傳遞予年輕人，成就文創領域更多的人才。

（撰文／林芳廷）



1. 2017 年暑假，華山與政治大學共同執行 École 華山 2.0 專案。



2. 每周的實習主題，都會有華山的同事與政大教師共同給予實習生指導。



3. 政大教師同時也移師至華山授課。



4. 華山業師與實習生共同激盪創意，並給予研究建議。

本篇攝影／蔡韻純



攝影／林辰鍵

teamLab 舞動藝術展 × 未來遊樂園

科技可以很藝術，藝術可以很好玩

< 了解現場

展場位置：東 2 四連棟 BCD 館

展演期間：2016.12.29 ~ 2017.04.09

展演內容：

teamLab 團隊在 2001 年成立於日本，匯集包括科技、創意、藝術、電腦工程、數學家、建築師等專業人士，希望「用藝術改變世界」。透過團隊合作和腦力激盪，他們致力於實現藝術、科學、技術與創新之間的平衡，創造出全新型態的數位藝術。2015 年獲得知名設計網站「designboom」評選為「全球十大必看藝術展」，同年在米蘭世博會日本館展出的作品更獲得「Best Presentation」獎的肯定。

「teamLab 舞動藝術展 × 未來遊樂園」內容不但五花八門，而且五光十色。展場中到處是超大型的觸控螢幕，每一個身體接觸都會產生不同的反應，每一個反應都帶來互動的驚喜；而這只是表面的「好玩」部分，透過巧妙的設計，它還讓你在不知不覺之中獲得知識的探索、藝術的涵養，以及思想的沉澱。

1. 塗鴉大自然
你畫出一個生物，通過掃描，就和其他觀者所畫的生物共同創造出一個自然世界；找找看，你的寶貝在哪裡？有意思的是，這個世界會慢慢延展開來，生物們會吃掉其他生物或是被其他生物吃掉，然後就在吃與被吃之間，共同建立起一個生態系統。
2. 追逐的烏鴉
將七個螢幕立體配置在空間之中，利用電腦裡的三次元空間，建構出一個立體世界。墨色的八咫鳥在空間中不斷盤旋飛舞，飛行的軌跡便在空中畫出各種墨跡，相互撞擊後還會變成花朵。
3. 黑波浪
在電腦空間內，以模擬波型建構出水在三次元空間下的動作。河川、大海都成了具有生命力一般的線的集合體。
4. 光球管弦樂團
只要滾動眼前的球體，顏色和聲音就會產生變化，發光的球體就能為你表演一場管弦樂；請你用整個身體去創造空間的變化和音樂的自由吧！

< 提示未來



本篇圖片提供／時藝多媒體

一、科技藝術 TechArt 來了，你躲得過嗎？

近年來，許多展覽逐漸打破藝術與觀展人的距離，從邀請民眾參與的集體藝術，到這一兩年流行的透過穿戴特殊顯示裝置的虛擬實境（Virtual Reality, VR）、利用現實環境與虛擬世界整合的混合實境（Mixed Reality, MR）以及將現實空間添加虛擬物件的擴增實境（Augmented Reality, AR），不但成為展覽拉近觀展民眾參與的方式，甚至幾乎已成了不可或缺的展覽內容。

「teamLab 舞動藝術展 × 未來遊樂園」在這方面也許不是第一，但絕對是一個在體現科技藝術、製造集體創意上極為成功的展覽。觀展人透過網路，將創作投至虛擬環境，進而產生互動，不僅立即成為藝術參與者，更是藝術創作者，甚至是作品的一部分，這些成功的做法，讓整個策展江湖發現到一股可以黏住觀眾的新力量。未來的展演活動，如何應用科技藝術提升民眾觀展意願及展覽參與感，勢必成為重要的課題。

二、學習可以很好玩，不一定要「困而知之」

「拍照打卡」業已成為時下民眾表達及記錄觀展的方式之一，因此打卡點、拍照牆，也成為各展場不可或缺的一部分，teamLab 成功之處在於隨處可拍、處處都炫；但就在歡喜記錄自己參與藝術過程的同時，無形中也用身體去學習、體驗和受教育。例如「Graffiti Nature/ 塗鴉大自然」單元，由觀者繪製各種生物，掃描投影之後，「牠」們不但立刻就出現在大螢幕的自然環境裡，而且你還能和牠們互動，但每個生物都是這個生態圈的一分子，會誕生，也會死亡。這雖然是科技創造出來的樣貌，卻也讓觀者學習到每個生命都是如此獨一無二。不只小朋友們透過體感獲得探索、學習與遊戲的樂趣，其他年齡層也都能從展覽中獲得感悟與學習，找尋個人對於藝術的定義及喜好，由被動式的接受資訊，轉變為在觀展中讓思想沉澱與回饋，縮短創作的距離，提高創作的能量及藝術參與度，進而提升未來觀展的意願。

三、場域價值、時間價值的真實對照

其實 teamLab 以相同模式體驗展覽的形式早在 2014 年時就在台灣出現過，當時由橙果設計蔣友柏引進，地點在台北新光三越南西店，可惜檔期只有兩星期且僅限於百貨公司的單一樓面，還未引發消費者迴響，展期便結束了，但三年後移師華山卻能成功引爆熱潮，兩相對照，給場域的選擇（百貨店 vs. 文創園區）、時段的選擇（一樣是寒暑假檔）和展期的長短（兩周 vs. 三月）提供了一個非常真實的研究個案。

（撰文／楊子昕）



第 50 屆波隆那世界插畫大展

台灣之光，在插畫界的奧斯卡熠熠生光

< 了解現場

展場位置：紅磚區西 4、西 5 館

展演期間：2017.02.23 ～ 2017.04.26

展演內容：

波隆那插畫展為義大利波隆那兒童書展所策畫的國際指標性插畫展覽，秉持不限國籍、資歷、不分名次及重複入選的初衷，讓入圍標準回歸插畫作品本身，是無數著名插畫家發跡的起點；有「插畫界奧斯卡獎」的美譽。

第 50 屆「波隆納世界插畫大展」創下投件數量歷屆最高記錄，共有 15,955 件插畫作品參與角逐，從中選出 77 位入圍插畫家，共 385 件作品。其中最令人關注的，是台灣破歷史新高共有 7 人入圍，包括插畫家黃鈴馨、陳又凌、鄒駿昇、王書曼、黃雅玲、吳欣芷及黃郁欽等人，作品多嘗試將人文與科學議題融入畫作主題，野生動保、心理疾病、核能發電及文資保存等，既多元，又具深度的主題，讓插畫不再只是好看，而是帶有社會教育的深刻意涵，能夠讓觀眾啟發內在省思與討論。

1.
- 歐美展區
歐美插畫家由於深厚的文化與藝術傳統，加上扎實的繪畫技巧與純熟的敘事能力，入圍人數總是占半數以上。



2.
- 亞洲展區
亞洲地區的插畫水準突飛猛進，讓歐美備感威脅。除了日本插畫家表現亮眼，台灣、南韓、中國每年入圍的人數也穩定成長。



3.
- 現場導覽讓觀者看見更多門道，總是吸引很多人洗耳恭聽。



本篇圖片提供／蔚龍藝術有限公司



攝影／林辰鍵

上帝的建築師－高第：誕生 165 周年大展

建築展進駐暑假檔

< 了解現場

展場位置：東 2 館 C+D

展演期間：2017.07.26 ～ 09.17

展演內容：

2017 年的暑假，華山文創產業園區迎來了世界遺產級建築大師安東尼高第（Antoni Gaudí）的大展。展場共分成四個區塊：

「神之始」——高第奉獻於建築的故事。

「神之變」——透過模型與虛擬實境等，呈現高第面對建築的 3 個特色變化，自東方風格轉型到現代主義，再到全新成熟的自然主義，成為當代建築的先驅。

「神之作」——將高第的曠世鉅作聖家堂（La Sagrada Familia），在展區中利用 5 種物理概念作建築結構的分析，並展現 20 餘件來自聖家堂的典藏模型。

「神之符」——解碼高第的建築，除了運用色彩、材質、造型做出不同變化裝飾外，同時兼顧了實用的功能與結構，立體幾何和建築力學擁有密不可分的存在，如奎爾宮（Palacio Güell）的水果塔煙囪、奎爾公園（Parc Güell）的極致馬賽克等。

La línea recta es del hombre, la curva pertenece a Dios” .

直線屬於人類，曲線屬於上帝。

— Antoni Gaudí 安東尼 · 高第

< 提示未來

一、藝術展的大膽突破

建築展過去的票房一向不熱，但隨著民眾觀展水準日益提升，園區有必要做一些突破性的嘗試。我們不採「循序漸進」，而是反向操作，直接將被一般人認定的冷門展投入最熱的暑假檔。

高第大展因為受到國際策展進度影響，延誤了一個半月才開展，也因此影響了總體票房的營收，但無論華山團隊或主辦的時藝多媒體，都對這一類的藝術展依舊充滿信心，將會持續挑戰。

1.
大展的「入口意象」，由台灣策展團隊打造出曲線建築結構樣貌，向高第致敬。



圖片提供／時藝多媒體

二、布展形式不斷推陳出新

單向展示畫作和模型，已經無法黏著觀者的眼球與腳步，藝術性較高的展覽本身的欣賞門檻就高，更需要在布展形式上創造更有趣的互動；高第大展在這方面投入了不少努力。由於建築、藝術、科學是高第創作時最重要的三大元素，展區特別為此設立了「科普樂園」區域，透過多面體、拋物面體、雙曲線等可操作式遊戲模型，讓民眾可以親自摸索幾何結構的秘密，了解不同角度的弧形建構建築和體驗

高第建築的幾何魅力。此外，此次展覽也大量納入現代科技的互動，由本土藝術團隊將光影投射、雷射應用、縮時錄像等數位軟實力，搭配硬體的木結構輔以鋼材裝置，重現、變化出高第建築創作的實驗性。透過雷射光做高拋物曲線結構呈現、互動投影將民眾身上的顏色變化成馬賽克，投射到奎爾公園變色龍的身上等，多元的虛實媒材創作，讓展覽不再只是單純的輸出模型展，而是增添了幾分互動趣味。

三、兩大文創園區聯手

在高第大展的同時，松山文創園區也推出另一位建築大師札哈哈蒂（Zaha Hadid）的特展。一樣前衛、不同時代的兩位大師級建築家巨作同時現身台北，蔚為建築界一大盛事，為此雙方都派出了重量級的人物來到台北，高第展由聖家堂總監喬治法利（Jordi Faudi）領軍，哈蒂展由哈蒂建築師事務所共同主持人 Cristiano Ceccato 代表，彼此更透過「建築無雙 × 世紀對談」的公共論壇互動切磋。因為兩大建築巨擘，促成兩大文創園區聯手，也算空前佳話一件。

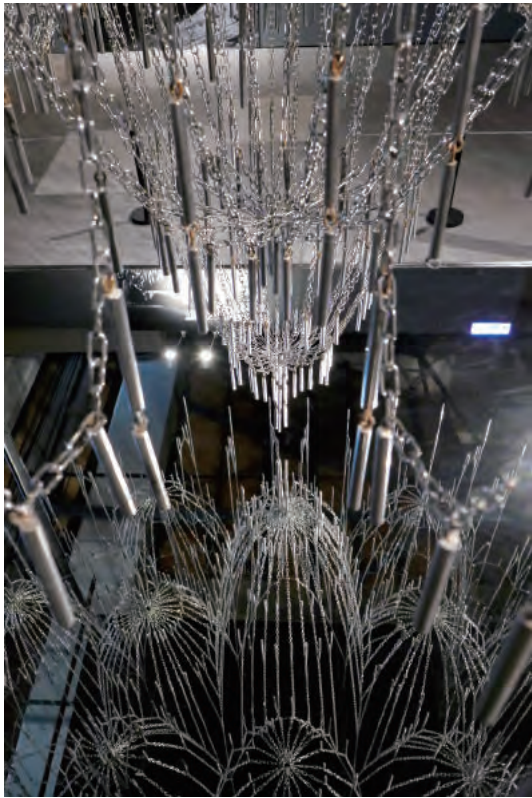
（撰文／周予晴＋鄭林鐘）

2. 用木構與鋼材現地打造，重現高第建築的「形」，是此次高第誕生 165 周年全球巡展中，台灣展區的獨創手法。



圖片提供／時藝多媒體

3. 高第花了 10 年時間才研究出來的絕技「懸鍊拱結構」（Catenary Arch），在展場上因為鏡面反射的巧思，觀者一下子就懂了。



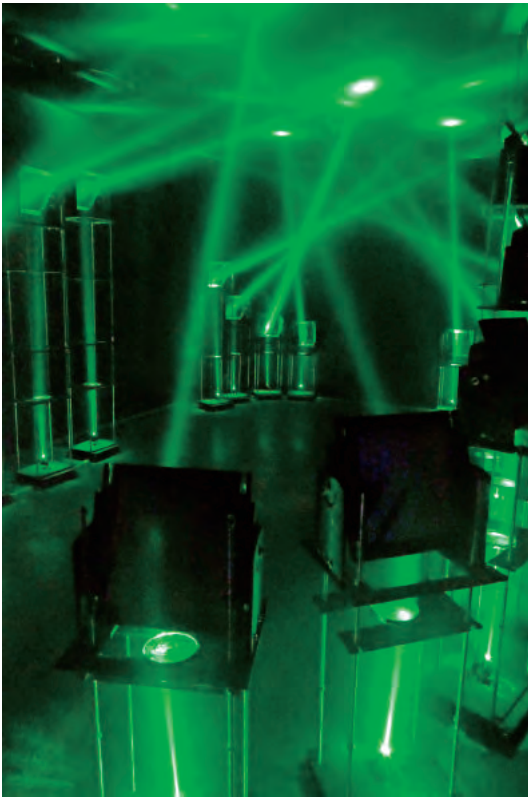
攝影／岳國介

4. 高第最受矚目的代表作《聖家堂》，華山展區不但展出 20 餘件它的典藏模型，還利用 5 種物理概念，為參訪者作建築結構的分析。



攝影／岳國介

5. 台灣藝術家王連晟透過雷射光的折射，用現代科技復刻高第傑作《特瑞莎學院長廊》的高拋物拱。

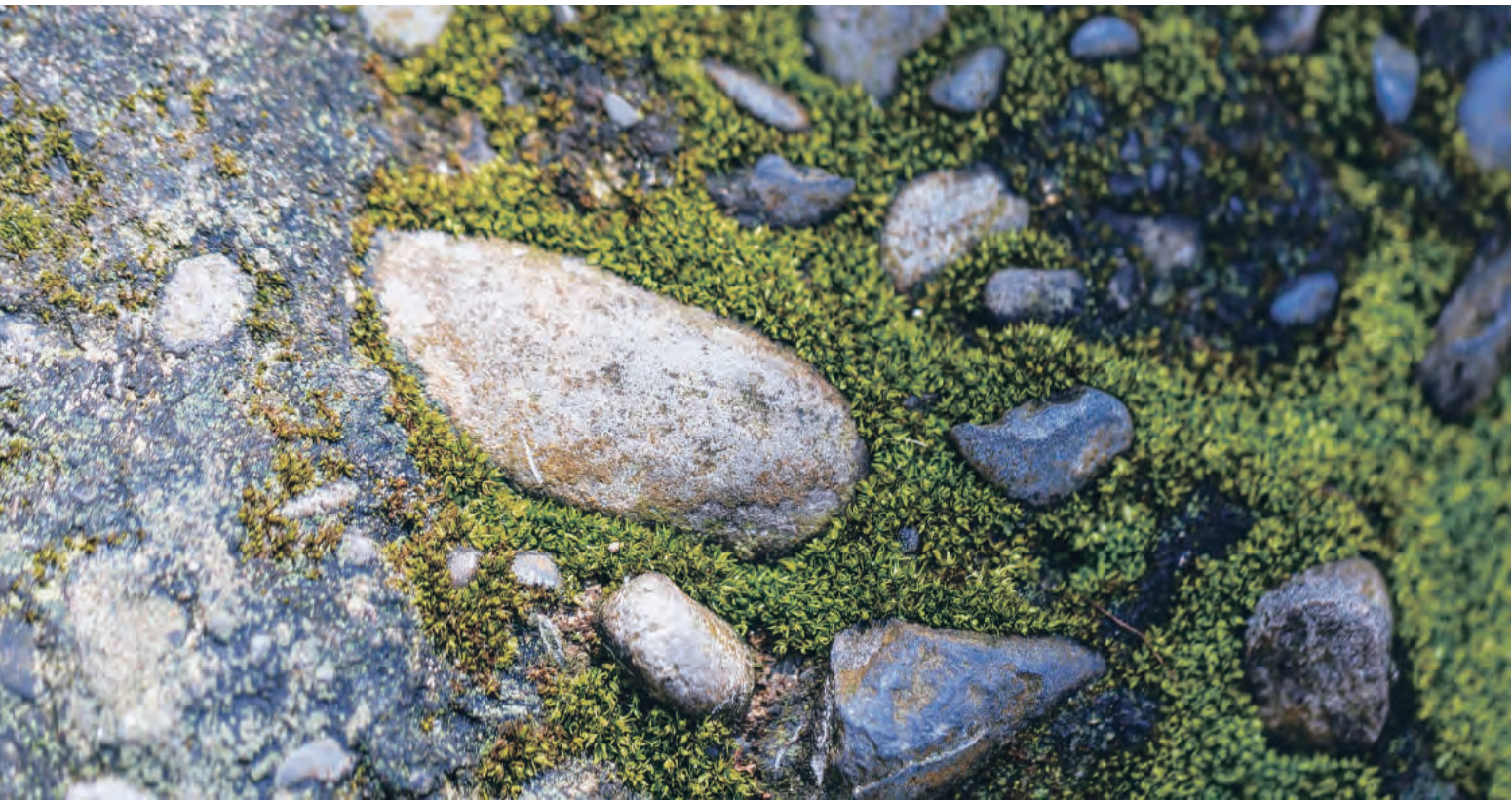


攝影／岳國介

6. 在互動投影區裡，民眾衣服的顏色會變化成馬賽克碎片，拼貼到到奎爾公園的變色龍身上。不但有趣，也藉此傳達了人與大自然之間的依存關係。



攝影／岳國介



攝影／林辰鍵

Hello, My Name is Paul Smith

時尚不只是穿搭

< 了解現場

展場位置：東 2 館 A + B

展演期間：2017.06.16 ～ 2017.09.03

展演內容：

時尚與藝術展覽的結合在近幾年來非常風行。Paul Smith 的服飾品牌遍布全球，卻少有人深入探索這個充滿英式幽默的設計品牌，了解為何其魅力及影響力會席捲全球各個角落。透過此次的展覽，帶領大家深入探索 Paul Smith 充滿創意、啟發與美感的設計風格與經典作品。

展出內容涵蓋了 Paul Smith 個人攝影作品、經典服裝設計及跨界聯名合作，還將倫敦的私人辦公間及創意工作室完整重現，並利用最新的影音技術帶領大家一同體驗這位英國設計鬼才幽默風趣的創作世界。



圖片提供／聯合數位文創

1. Paul Smith 從青少年時期就開始收集畫作與影像作品。



攝影／Luke Hayes

2. Paul Smith 的私人辦公室重現展場，不用窺探，你可以慢慢看個飽。



圖片提供／Paul Smith Ltd.

3. 桃紅色的牆上貼著 Paul Smith 親筆寫下的座右銘：「Everyday is a new beginning.」，希望大家看完展覽後也能開啟一個嶄新的人生。



攝影／林辰鍵

潮！積木 The Art of The Brick

積木不只是玩具

< 了解現場

展場位置：中 4A 館＋中 4B 館 1F-1、2F-1、2F-2
展演期間：2017.06.16 ～ 2017.09.10
展演內容：

2012 年曾經在台引爆觀展人潮的國際頂尖樂高積木藝術家奈森薩瓦亞（Nathan Sawaya）又來台灣了——帶著他 2017 年全新內容的「The Art of the Brick」展覽。
薩瓦亞是國際頂尖樂高積木藝術家，是第一個將樂高積木帶進藝術領域的人，也是全球最大積木骨架的金氏世界紀錄保持人，他的個展「The Art of the Brick」則被 CNN 評選為「全球十大必看展覽」。
2017 年「The Art of the Brick」再度全球巡展，台灣展定名為「潮！積木」，場地較五年前寬敞，展品內容也多出一倍。展場規畫出四個展區：

- 「積木 × 絕對激目」展出薩瓦亞的經典人像作品，包

括前次令人驚艷的《Yellow》《My Boy》與多件新作。

- 「很久很久以前」展出用積木表現的歷代經典名畫，包括《星夜》《蒙娜麗莎的微笑》《吶喊》等，甚至連日本浮世繪大師葛飾北齋的《神奈川沖浪裏》也赫然呈現。
- 「讓雕像重新活起來」展出用積木表現的經典雕塑，包括《沙特爾大教堂的玫瑰窗》《大衛》《米洛的維納斯》等，甚至還以 1:1 的比例重製一尊復活節島的摩艾石像。

「潮！積木」展品使用的積木超過百萬顆，堆疊後的高度可以超過 21 座 101 大樓。現場除了展示薩瓦亞的傑作，也規畫了互動區域及兒童遊戲區，增加觀展的趣味性。

< 提示未來

一、積木不止是玩具，是科學

在過去的刻板印象裡，積木就是個玩具。但積木到了奈森薩瓦亞手上，完全不只這樣。首先，我們看到積木與科學的相遇。要將積木創作成立體造型，光有立體美感是不夠的，還必須有數學邏輯。就像玩 Minecraft 這款遊戲，玩家必需利用像素般的方塊堆疊出自己的世界，而如何找到最佳堆疊方式，則有賴電腦縝密的計算。我們不知道薩瓦亞的立體創作有沒有借重電腦運算的力量，但是它需要強大的數學邏輯，是絕對的。

二、積木不止是玩具，是藝術

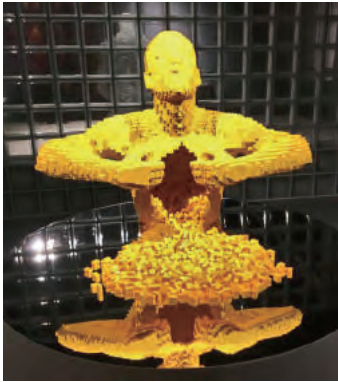
其次，我們看到了積木與藝術的相遇。奈森薩瓦亞是第一個將樂高積木帶進藝術領域的人。別人用墨、彩、雕來表現藝術，他用積木。

換句話說，積木就是他創作藝術作品的媒材。他的原生創作不用說，即使是《蒙娜麗莎》或《星夜》這類作品，都不能算是薩瓦亞對達文西或梵谷的臨摹，而是他的二次創作——他用「積木」這種別具創意的媒材，賦予原作另一個新的生命，引領觀眾用另一個視野及角度欣賞藝術作品。

三、還有許多跨界媒合的可能

「跨界創價」是文創最大的特色之一，兩個看似風馬牛不相及的領域，卻往往在相遇之後碰撞出燦爛的火花。奈森薩瓦亞的積木創作，讓我們看到藝術、科學與教育的成功連結。準此發展，科技可以搭配文化，時尚可以融合設計……而文創園區，將是各產業跨界交流的第一首選。

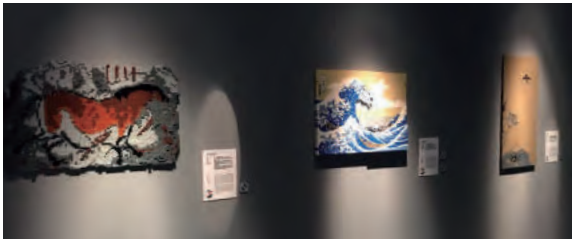
（撰文／盧淑敏＋涂宇辰）



1. 《Yellow》是奈森最知名的代表作之一，也奠定奈森薩瓦亞在藝術界的地位。五年前展出時非常轟動，這一次展出依舊是轟動非常。



2. 這《鋼琴》不論是外觀、內裝、座椅、鍵盤，惟妙惟肖到讓人無法一眼看出是運用積木組裝而成。



3. 無論是用石頭木炭的法國史前壁畫《拉斯科洞窟野馬》、用木刻板畫的日本浮世繪《神奈川沖浪裏》，或是用水墨的中國南宋《蓮燕圖》，奈森薩瓦亞都有辦法把他們統統用積木二次創作出來。



4. 《張開的手》——扶持、幫助、有力量的手。

本篇攝影／盧淑敏



攝影／林辰鍵

台灣文博會主題館

這一年，我們在文化裡爆炸

< 了解現場

展場位置：紅磚區西 1、西 2 館
展演期間：2017.04.19 ~ 04.23
展演內容：

「臺灣國際文化創意產業博覽會」從 2010 年開始舉辦，到 2017 年已經進入第八屆。以往，文博會側重於幫台灣文創品牌創造與世界接軌的機會，希望透過 B 2 B 模式，吸引海外買家前來，以實質訂單的方式擴大台灣文創品牌在國際間的知名度與銷售量，形式上比較接近商展；2017 年則是首度以「議題性策展」來規畫，提出了「我們在文化裡爆炸」的主張，並且在華山文創產業園區紅磚區設立主題館。

總策展人王耀邦解說，文化很難定義，而且不會全然以循序漸進的方式發展，往往一個偶發事件，就會挑動某些群體

的神經，而這種「群體有感」的狀態一旦被導引出來，就可能點燃改變的動能，爆炸開來，創生了一個嶄新的文化。

所以「我們在文化裡爆炸」的每一個字，都是有意義的。「我們」代表了觀展者與策展的參與者，都對改變有渴望，對創新有期待。而既然「文化」難以定義，我們何不讓活動變成一個中性的容器，拋出思考的起點，進而促成一場「爆炸」，促使改變發生？

主題館分成導讀區、議題區和選品區三個單元。導讀區邀請六組不同世代的名人對談文化，透過螢幕不斷重複的播放，

< 提示未來

一、有主題就有論述，有論述就有靈魂

一個精緻美好的產品，如果加上故事、賦予意義，不論是價值或是價格都能獲得提升，這是文創的核心力量之一。文博會走過七年，終於跳脫商展的窠臼，從單一強調台灣文創產品的精緻美好，昇華到議題的形塑；透過議題、透過論述，讓展覽有註記時代的能力，讓台灣文創品牌更有價值，讓有價值的美感文化提升人們的生活。

1.
導讀區以螢幕呈現六組名人的對談，扮演這場文化爆炸的引信。



圖片提供／臺灣文博會

「馮光遠 × 李惠貞」「朱平 × 迪拉胖」「聶永真 × 龔大中」「詹偉雄 × 凌宗湧」「五月天瑪莎 × 梁浩軒」「杜祖業 × 何采柔」頻頻用他們的觀點，扮演這場文化爆炸的引信。

議題區邀請五組分區策展人，從不同的文化路徑提出美好生活的創新想像。包括「今天我想飛——機場指標設計提案」「從過去炸向未來——傳統產業的文藝復興」「台雜當道——當設計師走進在地雜貨店」「珍便當——台灣人的自珍之味」以及「健康操進化——充滿想像力的新體操」等。

選品區則以「買買買，老外必買的臺灣攻略選品店」為號召，由專業選品人以他們的視角，挑出 25 件足以彰顯臺灣在地美學意義的日常好物；看似選物，實則意在賦予態度。

二、最大的群是一般民眾，最強的共感來自於生活

當文博會不再只是商品競美的伸展臺之後，策展的核心觀眾，就從專業者轉移到一般民眾。在這次的主題中，策展單位幫我們打開了「群」和「共感」的視野，當一個群有了共感，文化就可能因此爆炸、產生創新，而最大的群是一般民眾，最強的共感來自於生活。我們期待文博會的策展思維也從 2017 年開始爆炸開來，落實從文化裡發展商業，從商業中體現文化，讓文創消費可以深耕到國人生活之中。

三、變一個超漂亮的材料魔術

本屆文博會主題館之所以耀眼，震撼性的主題固然是一大因素，但第一個攫取參觀者眼球的，應該是西 1、西 2 兩個展廳「鋪天」與「蓋地」

的材料。
由樹火紙博物館提供的薄纖紙，大量的、大型的、純白的從西 1 館的天頂垂降而下，打破慣常以木料做為空間區分材料的傳統，不但新奇，而且可遮蔽又不是全然遮蔽，可虛可實，可以讓觀者穿梭來去，體驗空間中細膩的光線變化與表情。
西 2 館的材料秀則從下方而來。多達 40 噸、由春池玻璃提供、以回收玻璃再製的「亮彩琉璃珠」鋪滿整個展館的地坪，觀眾們依照策展單位導引，脫下鞋襪踩上去，那體感像踏雪、像凌波，那材料是傳統產業的產品，卻傳遞文化創意的趣味。
如何善用材料創造驚喜，甚至感動，也是一個成功的策展很可以運用的方向。

（撰文／鄭林鐘＋涂宇辰）



攝影／岳國介



圖片提供／臺灣文博會

3. 選品區挑出 25 件足以彰顯臺灣在地美學意義的日常好物；看似選物，實則意在賦予態度。

2. 議題區裡的「珍便當——台灣人的自珍之味」不但有色香味，還有創意和思考。



攝影／岳國介

4. 大量的、大型的、純白的薄纖紙從天而降，既分隔空間，也貫串視覺。



攝影／岳國介

5. 脫下鞋襪，踏上由 40 噸亮彩琉璃珠鋪成的地坪，像踏雪、像凌波，是傳統產品，也是新奇創意。



攝影／林辰鍵

2017 雜學校

亞洲最大教育博覽會

< 了解現場

展場位置：東 2 四連棟＋中 4A、4B 館＋中 5B 館＋西 1、西 2、西 5 館及華山劇場
展演期間：2017.10.19 ～ 2017.10.22
展演內容：

從 2015 年的《不太乖教育節》到 2016 年的《雜學校》，這場亞洲最大教育博覽會的教育創新概念一路受到多國產官學研的高度重視，於是 2017 年雜學校擴大發展為國際性展覽，各國機構或個人帶著各色春秋的教育觀，紛紛參與了這場跨國際、跨單位、跨世代的博覽會。

帶著多方期待，並期望提供平台讓各教育單位能有機會完整呈現各種啟發性教育方式，2017 年雜學校擴大展覽場域，增加主題館，重新賦予五育定義，打破傳統教育思維框架。除了提供各參展單位曝光平台，此次活動並擴展媒合能力，讓潛力教育遇見對的人，進而獲得資金或管道，將其理念實體化及深化發展。

< 提示未來

一、透過展覽主題，建立媒合平台

一般主題展覽僅提供展位讓品牌與消費者對話，強調品牌行銷與銷售狀態，或是促成品牌與品牌間的交流，吸收資訊提升品牌深度激發創意；雜學校則是試圖透過一個展覽平台，讓主題相關的產官學研單位匯集於此，媒合該相遇的品牌與投資者，扮演理想實體化與產業升值的推手。

二、展覽進化為節日

從 2015 年《不太乖》展覽獲得大量迴響，促成即使困難仍然產生的 2016 年《雜學校》，一路到 2017 年擴大升級為年度節日，為跨國教育界生成一個年度交流與發表的固定節日。

（撰文／詹皓仔）



圖片提供／雜學校



圖片提供／雜學校



攝影／呂國介

1. 擴大規模的 2017 年《雜學校》，將「校園」延伸到華山劇場。
2. 從雜學校的主視覺看見策展內容，也看見一個創新教育理念的大平台。
3. 到溫羅汀上國文課，到艋岬上英文課，逛台北城上美術客，逛迪化街上地理課……這學校還真夠雜！



攝影／林辰鐘

第五屆華文朗讀節

無所不在無時不在的好味道

< 了解現場

展場位置：華山四連棟＋高雄駁二藝術特區＋北高雙城各藝文空間
展演期間：2017.09.28 ～ 10.01
展演內容：

華文朗讀節從 2013 年開始，在台北華山與高雄駁二雙城唱和，此後年年不斷推陳出新：

- 第二屆加入「城市朗讀」，號召北高雙城的咖啡館或藝文空間共襄盛舉。同年也開始啟動「譯動國界論壇」，邀請國外譯作家出席交流。
- 這雙管齊下，不僅讓華文朗讀節跨出園區、滲透城市，甚至提升至國際舞臺。
- 第三屆更跳脫「出版產業」思維，走進「常民生活」之中，將策略目標從建立「朗讀節」這個活動，蛻變為推動「朗讀」這個運動。
- 第四屆進一步將演出的邀請擴大到全民，降低參與門檻，以「# 我在 _____ 朗讀」為題，用空白做為邀請，鼓舞群眾寫出屬於自己朗讀的所在、朗讀的心情，朗讀的……在此起彼落的朗讀聲中，用聲波構成一幅朗讀地圖；並加入「詩人

朗讀」「高校朗讀」等新設的策展內容。

2017 年進入第五屆，日益成熟的華文朗讀節開始聚焦、推出主題策展。

首度主題性出擊，第五屆華文朗讀節從「飲食文化」入手，高舉「聽說好味道」的旗幟，邀請大家到朗讀世界探索飲食的文化風景，揮灑飲食文化的創意能量。

圍繞著飲食主題，朗讀劇場變身為「賞味劇場」，朗讀沙龍轉成「朗讀俱樂部」，串連作家與開味達人在劇場對談，邀請名人到沙龍開講。朗讀俱樂部甚至一分為三，畫出「蔥沙龍」（日常廚房）「薑沙龍」（溫馨酒吧）與「蒜沙龍」（酒樓茶肆）。

除了動員名人，第五屆華文朗讀節也延續前一年的全民參與精神，發動「我的美味記憶」徵文計畫、舉辦「知味散步」小文旅；而譯動國界論壇則聚焦於東南亞譯者，細膩地、深

< 提示未來

一、啟動主題策展模式

華文朗讀節前四屆的推廣目標，在提高「朗讀」的能見度與認知度，讓社會大眾重新認識朗讀、熟悉朗讀、喜愛朗讀。經過四年耕耘，到 2017 年大致已臻成熟，可以大膽進入下一階段，用單一主題為核心來策展了。

文化的領域很廣，每一個生活面向都可以成為華文朗讀節的策展主題，激發出無數「將文化轉作策展、將創意注入朗讀」的可能性。試過 2017 年「聽說好味道」的水溫後，我們看到了一條全新的策展大道。

二、一個主題，全場貫穿

有主題的策展不算少，但最常見的形式，都是在整個策展場域中闢出一部分空間做為「主題區」，其餘空間依舊是百花齊放各自美麗。但第五屆華文朗讀節所有活動場所，不論是劇場、沙

龍、論壇或是園區之外的活動，策展內容統統扣緊本屆的主題「聽說好味道」而設計，無一例外，讓策展焦點更加集中，讓參與民眾對主題的體驗印象更為深刻。

三、持續擴大全民參與

明星朗讀或名人朗讀是秀、是順口的糖衣，華文朗讀節最終的策展願景，在建立一個「全民朗讀」的新環境、新美學，從而促成出版產業的集體繁榮；但這願景的達成，並非一蹴可幾，需要持續不斷的奮戰。第五屆華文朗讀節不忘初衷，積極向這個目標持續奮進，不但增添了「我的美味記憶」徵文計畫和「知味散步」小文旅等新活動，即使是策展主題的選擇，也著眼在一般民眾日常生活中最親切、最有感的「飲食」，大大降低參與的門檻，讓朗讀更有機會成為一種常民美學。

（撰文／鄭林鐘）



1



2



3



4



5

度地討論台灣首位獲得義大利拉加茲獎的繪本作家孫心瑜作品《酒釀》。

為期四天的活動裡，共舉辦了 97 場劇場和沙龍活動，匯聚了 156 位各行各業的專業人士及 18 位國際人士參與，有 27 位創作者發表作品，與近萬名聽眾分享交流。

1. 華文朗讀節透過活動策展，努力將「朗讀」這件事打造成一種日常生活情趣，期望促成「出版產業的集體繁榮」。
2. 「蔥沙龍」是個日常廚房的概念，作菜、說菜、朗讀菜。
3. 「薑沙龍」是情調小酒館，不必正襟危坐，朗讀的場子可以很輕鬆、很自在。

4. 馮翊綱在「蒜沙龍」裡朗讀他最拿手的金庸，果然夠噱。
5. 如果說塑膠紅椅是常民的象徵，那麼，用一張張的塑膠紅椅串出一個裝置藝術，是個什麼樣的意象呢？第五屆華文朗讀節的主展場，一進門就昭告著它「全民一起參與」的精神。
6. 2017 年是華文朗讀節的第五屆，也是主題型策展的第一次，期待這「一玩」就能開出一條大道、開出各種滋味。



本篇攝影／呂國介



攝影／林辰鍵

2017 華山親子表藝節

童心之言 Drama × Music × Play × Fun

< 了解現場

展場位置：烏梅劇院

展演期間：2017.07.02 ～ 08.06

展演內容：

歡迎來到一座打破年齡藩籬的探索樂園，那顆單純的赤子之心將是這場冒險的領航員，童真的話語將化作開啟想像國度的鑰匙，出發！

與孩子一同躍進藝術的美好之中吧！在 2017 年的暑假，華山親子表藝節特別徵選出具有故事深度、互動體驗的表演團體，期望透過創新、多元的演出方式，帶給大人、小孩最不一樣的夏日回憶。

2017 華山親子表藝節為華山文創產業園區首度嘗試的親子節目策展，以原創為核心、故事為骨架，規畫適合各年齡小朋友參與的節目內容，邀請爸爸媽媽帶著孩子一起走進劇場，聽個好故事、看場好表演，或是脫下鞋子來到寶寶劇場進行肢體律動。

首度開鑼的親子表藝節，共有 4 組團隊參與、17 場演出、8

場工作坊講座，分別是：

- 頑書趣工作室《爺爺的皮箱》：改編自真人真事，利用光影 × 擬音 × 故事 × 演奏的多元內容，將嚴肅的戰爭議題以溫柔的方式串連起最溫暖的親情與回憶。
- PHi 表演工作室《衝啊！迪佛瑞》：跟著 PHi 表演工作室的法式丑角玩故事，讓孩子學習尊重不一樣的他！
- 國立東華大學藝術中心《乖乖，聽故事。》：東華大學藝術中心與 Girls Nine 帶來熱鬧豐富又有趣的音樂啪踢，還有 Dada 阿姨說故事。
- 兩兩製造聚團《我們需要一朵花》：以 6 ～ 24 個月的嬰幼兒為主要觀眾之肢體劇場演出，結合各領域藝術美學與當代舞蹈在肢體元素之使用，轉化成為一場富含「感覺統合」的肢體語彙與感覺刺激。

< 提示未來

一、闔家參與的親子節目

親子表藝節遴選的都是打破年齡藩籬、具有故事深度、可以互動體驗的好戲，不論是 0 歲還是 99 歲，大小朋友都能夠一起享受藝術創作與跨界感官的樂趣，讓爸爸媽媽與小朋友在歡笑中共同探討表演的意涵及價值。

二、培育下個世代的觀劇人口

國內表演藝文節目的觀賞人口，並非線性的增長或減少，有太多的因素讓小孩不看戲、大人也不看戲；這些不看戲的族群，將來就是拒絕進劇場的大眾。表演藝術不難懂，只要讓孩子打開感官，讓大人陪著孩子一起投入全家大小都可以看、都愛看的表演節目，劇場的未來就有希望。

三、激勵未來創生更多的親子節目製作

幼年時期如果看不到什麼好看的節目，藝文活動概念就無法在幼童期間開始培養。過去以來，全台灣專為親子設計規畫的表演藝文內容極少，期待透過親子表藝節長期耕耘的決心，能夠激勵更多的表演團隊投身親子節目的製作，不斷孕育新的創作及演出形式，帶領親子產生更緊密的互動，讓看節目不只是看戲，而是共同在藝文節目中分享互動。

（撰文／林璞）

1. 2017 華山親子表藝節是華山經營團隊在親子戲劇節目領域的第一次策展，共有 4 組團隊參與、17 場演出、8 場工作坊講座，替孩子與爸媽帶來一個不一樣的快樂暑假。
2. 《乖乖 · 聽故事。》結合 9 位來自全台灣音樂系所組成的 Girls nine 樂團，搭配網路人氣超高、小孩睡前必聽的 Dada 阿姨，回歸到最單純的「聽」與「啟發」兩個層面。
3. 《衝阿！迪佛瑞》利用鮮豔的色彩與誇張的戲劇動作，拉近小朋友的距離，創造許多歡樂笑果。



圖片提供／台灣文創發展公司



攝影／林辰鍵



攝影／林辰鍵



圖片提供／頑書趣



圖片提供／東華大學藝術中心



圖片提供／兩兩製造聚團

4. 頑書趣舉辦的工作坊，藉由光的特色，引導小朋友用手玩出不一樣的變化。
5. Dada 阿姨於表藝節期間舉辦工作坊，將原本在線上才能聽到的聲音拉到線下直接與小朋友近距離互動，小朋友聽故事聽得非常著迷。
6. 兩兩製造聚團規畫 0 ～ 2 歲親子劇場表演，開創另類寶寶劇場。



攝影／林辰鍵

何曉玫 Meimage 舞團 鈕扣計畫

給旅外舞者一個回鄉的舞台

< 了解現場

展場位置：烏梅劇院

展演期間：2017.06.23 ～ 06.25

展演內容：

「鈕扣計畫」（New Choreographer）是給浪跡天涯的舞者的回家計畫，從 2011 年推出以來，已為國內藝文界提供旅外的臺灣舞者們一個回鄉創作暨表演的平台。

台灣舞蹈從來不缺人才，重點在留不住人才，因為職業舞團太少，優秀舞蹈人才自年輕時便紛紛出國追求舞台經驗與國際視野。

有感於此，MeimageDance 遂於 2011 年推出「鈕扣 *New Choreographer 計畫」，以旅外台灣舞者為主要對象，在演出期間邀請他們回國，除了演出他們各自的創作外，更期望他們帶回來的國際經驗交流。

此次參與鈕扣計畫的有美國紐約、英國倫敦、瑞典哥德堡三個城市的舞者，紐約 Bill T. Jones/Arnie Zane Company 舞者劉奕伶；倫敦 Company Wayne McGregor 舞者董柏霖；哥德堡 GöteborgsOperans Danskompani 舞者涂力元，三個節奏不同的舞者難得聚首，帶來各自嶄新創作以及想要傳達的意念。

此次節目在華山共推出 4 檔演出與 3 場工作坊。工作坊的規畫，分為民眾與專業舞者，除了希望讓民眾進行體驗，突破現代舞與觀眾間的距離感，也透過工作坊讓舞蹈工作者進行交流。

< 提示未來

一、持續挖掘表藝新秀

新一代、年輕的藝文創作家、表演藝術家，都是華山這個藝文交流平台積極尋找與推薦的主角。在這塊園區，我們寄望這些未來的明星，可以有舞台呈現他們的故事，可以有觀眾看到、聽到他們的節目。

二、從華山的表演交流平台到國際的表藝交流核心

讓華山這個表演交流平台，藉由吸引旅外表演藝術家回鄉表演的同時，也吸引國外的表演藝術家來到華山這個舞台，表演給台灣看，拓展華山在國際表演藝術舞台上的能量及能見度。

三、在實作中培養、育成表藝人才

藉由各式活動的交流（如在國際舞台表演的舞者、多樣化的節目內容呈現），藉以培育具有國際觀的演出企畫策展人、技術經理人。

（撰文／林璞）



1. 涂力元與客席舞者 Ján poták 將「瓷器杯」這個易碎物品加在作品裡，兩人合作跳舞時必須更小心翼翼。
2. 喜歡唱歌的董柏霖，除了舞蹈也藉由歌聲傳達作品的意涵。



本圖圖片提供／MeimageDance

3. 董柏霖藉由舞作《為什麼他要離開》，以同志朋友的故事為出發，希望社會能多一點同理心，體會不同族群的處境與無奈。
4. 劉奕伶作品《更》利用舞蹈完美詮釋女性「力」的展現。
5. 涂力元在《It Takes Two to Tango》裡與客席舞者 Ján poták 有很精采的對手戲。將宏觀的人權關注，巧妙地縮小微焦至兩人關係。



攝影／林辰鏗

華文原創音樂劇《妳的側臉》

一場倒數計時的夢想弧線

< 了解現場

展場位置：烏梅劇院

展演期間：2017.09.14 ~ 09.17

展演內容：

2017 年臺灣師範大學表演藝術研究所首次來到華山烏梅劇院，製作屬於台灣年輕人的原創音樂劇。採用鏡框式舞台演出，除了透過線上募資，為這次的表演製作專案獲得 17 萬的夢想基金外，也與台灣圖文作家春天先生聯手推出活動專屬限定的周邊商品。

大學最後一個學期，一心想要成為物理學家的小春，與天真爛漫只喜歡繪畫的夏生，因為房東的疏失，展開為期一個學期的同居生活。理學院女孩與藝術學院男孩，格格不入的兩個人，卻都為「22 歲的期限」而煩惱。面對與別人的約定和給自己的期限，他們該如何一起面對？距離 22 歲還有 124 天！

這是一齣戲，也是一份致「厭世代」的贈禮。很多事情我們嘴裡喊著不在意，其實心裡萬分著急，急著完成目標、急著證明能力、急著怪罪自己、急著要愛人放心、急著給自己設立各式各樣的限期……別急，回到內心最渴望的追尋、灌溉一點勇氣，或許我們都值得一個不會後悔的自己！如果可以，希望讓每個進場的你，帶走一段幸福洋溢，看看美術男和理工女，如何聯手解題： $f(x) = (\text{夢想} + \text{勇氣}) / (\text{他人眼光} + \text{經濟壓力})$ 在倒數計時的夢想弧線，極大化彼此夢想的保存限期。如果可以，邀請早已成為大人的你，來回味曾經堅定的自己；更邀請正面臨選擇的你，為迷惘的未來預支勇氣。

< 提示未來

一、創造民眾的共同參與感

線上募資平台的集資特性，讓原本沒有充足預算的活動能有更多空間可以去發揮，而若還能創造消費族群共同完成製作的參與感，想必共鳴與回饋能夠更加深刻。

二、華山的青春使命

《妳的側臉》從第一版延伸到《妳的側臉 2.0》，而 2018 年即將推出《妳的側臉 3.0》，讓好的作品持續蔓延、持續被看見。學生製作的推廣，是華山的青春使命。

（撰文／陳亭穎）



2. 與台灣圖文作家春天先生聯手推出活動專屬限定的周邊商品，尋求經濟上的自立自強。



3. 在烏梅劇院專業的後台，演員正在為即將登場的演出做最後準備。



本篇圖片提供／臺師大表藝所

4. 謝幕。相約 2018 年《妳的側臉 3.0》再見。



1. 《妳的側臉》海報，訴求「一場倒數計時的夢想弧線」。



攝影／林辰鏗

人嶼科技《耦合世代》

用數據分析創造風格藝術



1



2



3



4



5
本篇圖片提供／人嶼科技

< 了解現場

展場位置：烏梅劇院

展演期間：2017.11.10 ~ 11.12

展演內容：

在華山烏梅劇院即將成立滿一年之際，劇院迎來了跨領域科技藝術的劇場演出。

人嶼科技藝術 Legacy Lab 作品《耦合世代》於 2015 年獲選入圍第六屆台北數位藝術表演獎，當時的 15 分鐘試驗版得到了廣大的回響，後期將內容演出完整化，使表演者的心跳與動作數據化，串聯音樂、舞蹈、燈光和視覺，打造全球首創將沉浸式 3D 燈光矩陣深入於觀眾席的表演。

製作人劉辰岫博士透過舞者的肢體動作，展現不同時空的差異，從過去遠古時代開始，到了中期經歷了工業革命，最後來到數位時代。故事裡人與人更加緊密連結後該如何自處、如何定位，是包裝在這些跨領域表現下劉辰岫博士想要帶給觀眾的回饋與反思。

在多元類型的合作之下，讓入場觀眾參與獨一無二的新時代舞台劇，全面性滿足的五感體驗之外，沉浸式的跨界體驗劇場無論是在藝文界抑或是科技界，也掀起一波討論的話題，異業合作的成功案例，更給許多團隊一劑強心針，後續不斷在表藝領域出現發酵與共鳴，創造出科技與藝術嶄新的可能性。

< 提示未來

一、擴大表演藝術類型想像

人嶼科技《耦合世代》嘗試新科技與表演藝術結合的方式，打造沉浸式 3D 燈光矩陣於劇場觀眾席中，擴大了現場參與民眾對於一般劇場表演的想像，打破傳統表演藝術型態。也為其他表演藝術團隊擴大了跨界融合的想像。

二、創新模式新選擇

科技儀器不再只是冷冰冰的工具，反之，數據分析有可能是創造藝術的強大依據。大數據的時代來臨，或許在我們日常生活中再平常不過的動作，都將能轉化為互動藝術數據的創作參考。

(撰文／陳亭穎)



攝影／林辰鏗

走進／近桑貝的《童年》世界

為一本書做一個展

< 了解現場

展場位置：中 7-1 館

展演期間：2017.03.30 ~ 2017.04.15

展演內容：

桑貝（Sempé）是法國國寶級插畫大師，筆觸簡單樸實又極富情感，有時還藏著辛辣的暗喻，讓人會心一笑的諷刺反映人性的不完美。《童年》一書為桑貝的訪談式傳記，除了上萬字的訪談內容，另收錄近 300 幅畫作。為了中文版的上市，新經典文化出版公司從編輯端發想，將這本充滿童年記憶與視覺饗宴的自傳書，透過展覽方式呈現，邀請方序中及何樵暉兩大設計師聯手打造桑貝畫作體驗展，結合空間立體展示與數位互動藝術，打造大人的遊樂園，讓台灣讀者認識桑貝畫筆下的世界。

展場由低至小孩身高的小門進入，象徵重回童年時代，展場主體以公園常見的攀爬架為雛型，桑貝的畫作即陳列在其中，讓觀眾可以近距離觀看畫作，同時也可以坐在長凳上翻閱以報夾展示的其他內容。在互動區則是將書籍的封面設計轉變為動態的呈現，將一隻隻海鳥透過技術處理，讓讀者可以看到海鳥們不同姿態的起降，還能聽到海浪與振翅聲，彷彿置身畫中的海灘。整個展場設計呼應書名《童年》為主題，處處可見充滿童年回憶的巧思，透過展覽與讀者互動，帶給大家不同的感受與體會。

< 提示未來

一、出版產業的新思維

在科技的推波助瀾下，閱讀載體從紙本逐漸轉移到螢幕，影響紙本書籍的銷量，也意味著傳統的銷售模式必須有所改變。《童年》一書打破過去書本僅在店頭陳列的銷售模式，改由讀者的角度出發，將書籍結合主題展覽，透過互動方式加深讀者、作者與作品之間的連結，也讓書本從過去的平面媒體，變成一個五感體驗、情感交流的場域，提升閱讀的趣味性，也帶動書籍的話題性及實質的銷售量。

二、一冊一室的新概念

桑貝的《童年》世界畫作互動藝術展，將傳統出版產業與藝術互動科技做結合，開創新的跨界合作模式，這種類似「一冊一室」的概念，未來也將規畫做為期間限定店的內容，透過新的展售模式，增加與出版產業的合作，協助書籍雜誌的推廣，歡迎讀者參與深度閱讀，從一本書出發。

（撰文／林彥均）



1. 展場以小門進入，象徵回到童年時代。



2. 以公園常見的攀爬架，做為作品的陳列。



3. 互動科技讓民眾們能身歷其境。

本篇圖片提供／新經典文化股份有限公司



攝影／林辰鏗

《創新創業品牌力》論壇

來場營養滿點的創業早餐會吧！

< 了解現場

展場位置：烏梅劇院＋中 3 館 2 樓拱廳
展演期間：2017.02.25、03.04、03.18、03.25、04.02
展演內容：

近年來台灣新創產業蓬勃發展，奧美公關除了服務國際品牌在地化，更肩負推動台灣品牌力的使命，希望利用長年累積的豐富品牌資源，主動為台灣在地品牌注入創新活力。

2017 適逢奧美公關在台深耕邁入 30 年，特別與同樣關心育成與新創的華山文創產業園區攜手合作，共同籌備策畫一系列《創新創業品牌力》論壇活動，透過五場輕鬆的早餐會活動，邀請五位台灣知名新創公司，分享品牌成功的心法及對於創新創業的觀點，依序為：

- 謝馨慧（奧美公關董事總經理）：打造你的品牌生命力（2/25，周六）。
- 程開佑（iCHEF 資廚共同創辦人）：小餐廳大生意（3/4，周六）。
- 陳炯福（華泰大飯店集團副董事長兼執行長）：飯店的創新哲學（3/18，周六）。
- 汪麗琴（VVG 好樣集團執行長）：生活美學的實踐（3/25，周六）。
- 陳翰林（EZTABLE 創辦人暨執行長）：預訂美好時光（4/2，周日）。

五位卓越的新創過來人，共同為台灣新一代菁英創業家及新創公司醍醐灌頂，一起探討品牌要和目標受眾建立怎樣的關係、新創品牌的操作優勢是什麼、沒有資源要如何開始……

< 提示未來

1. 站在巨人肩膀上，前後輩心法交流

對於初創團隊來說，如何經營品牌絕對是一大難題。《創新創業品牌力》論壇邀請成功的新創品牌前輩，透過輕鬆的早餐會形式，與創業後輩們進行最直接的交流，讓訊息不只是單向的傳遞，而是前後輩都能一同分享自身的經驗，激盪出更多品牌經營撇步！

2. 資源整合，建構華山創業家聚落

透過活動過程，我們看見許多初創公司，在創業這條路上都有著類似的問題。而華山的場域包容性極大，討論什麼樣的題目都不奇怪，更適合引入不同領域的專業者分享。搭配持續推動的 Founders Corner 活動，適時適地為新創團隊提供幫助，為產業注入能量，也推動創業家們在華山自然匯聚，創造群聚眾效。

（撰文／張言）



1. 首場活動由奧美公關董事總經理謝馨慧為大家分享經營品牌的秘訣。

2. 華山文創產業園區董事長王榮文也在首場活動上為大家分享深耕文創與經營華山的歷程與經驗。



3. 豐盛的早餐搭配精采的分享內容，讓與會者體驗一場身心靈都很飽滿的饗宴。



4. iCHEF 資廚共同創辦人程開佑與第二場論壇與會者合影。



5. 華泰飯店集團副董事長兼執行長陳炯福於第三場會後持續留在現場，和各與會者進行更深度的交流。

6. 第五場活動主講人 EZTABLE 創辦人暨執行長陳翰林近距離和與會者交流。



本篇攝影／Lynn



攝影／林辰鏗

2017 長風基金會《突破論壇》

聚焦青年未來，看見突破新契機

< 了解現場

展場位置：烏梅劇院+中 3 館 2 樓拱廳
營運期間：2018.02.19、05.20、08.19、11.18
展演內容：

長風文教基金會以「提升公民文化素養、協助青年連結國際」為宗旨，透過政策研究、專題演講、青年論壇、學生營隊、國際交流等活動，鼓勵社會大眾及青年學生共同探討台灣未來發展的願景與策略，並以建立社群網絡、分享研究成果等方式，進一步發揮思想交流的功能。

2017 年度《突破論壇》系列活動肩負了為青年發聲的舞台，聚焦攸關台灣永續發展的關鍵性問題與台灣青年的未來。論壇以公開座談會形式，於每場邀請多位優秀青年對話，共舉辦 4 場，包括 2/19〈青年的未來〉、5/20〈逆風飛翔〉、8/19〈重啟偏鄉活力的新世代〉以及 11/18〈人工智慧對人類的影響〉。

活動過程中，除了分享奮鬥心得，也探討當前最需要突破的障礙。除了優秀的對談者，論壇的引言人更以傑出青年、專業研究團隊及社會實踐者為主，藉以引起社會大眾的理性討論及協同行動。

< 提示未來

1. 從青年出發，培養社會影響力
- 這是個不斷變動的嶄新時代，大家都在思考未來的方向與趨勢。而長風基金會認為，國家未來的根本為年輕人，因此規畫了一系列的《突破論壇》，透過論壇行動，邀請各領域的成功青年進行對談，激發更多年輕人去思考未來應該怎麼做，期望扮演的並非主導角色，而是聆聽、參與和協助，用心了解青年人參與、改變趨勢的看法。
2. 議題交流，開拓公民視野
- 台灣充滿了活力與創意，但也深陷於畫地自限、不斷內耗的困局。為了突破困境，四場活動的主題面向極廣，不但思考青年未來、鼓勵逆風飛翔，也將焦點注目到重啟偏鄉活力的新世代以及人工智慧對人類的影響。透過座談、互動，協助台灣青年開拓視野、連結全球，啟發參與者共同探索如何突破當前面臨的困境。

（撰文／張言）

2. 國際舞蹈家許芳宜分享自身「逆風飛翔」的經驗。



4. 〈重啟偏鄉活力的新世代〉講者與長風基金會工作人員合影。



本篇圖片提供／長風基金會

1. 首場活動〈青年的未來〉講者合影。



3. 〈重啟偏鄉活力的新世代〉引言人暨主持人李濤開場。



5. 〈人工智慧對人類的影響〉移師中 3 館 2 樓拱廳舉辦，依舊座無虛席。





攝影／林辰鏗

聯合報系《願景工程－公民沙龍》

不只報導，還有行動，一同努力讓台灣更好

< 了解現場

展場位置：中 3 館 2 樓拱廳

營運期間：3/20、4/25、6/20、9/19、10/12、12/5

展演內容：

【願景工程】是 2011 年聯合報 60 周年社慶時對社會許下的承諾，以媒體之姿肩負影響社會大眾的責任，提出並實踐媒體角色的新定義：「形塑影響、策動轉變」，希望為台灣社會帶來正向的改變。

自 2011 年成立以來，願景工程持續走入社會及校園，至今已舉辦過 37 場的青年系列論壇，邀請數百位講師和青年創業者分享人生經驗，獲得青年學子熱烈回響。

2017 年，願景工程持續秉持著「努力讓台灣更好」的核心精神，改變型態推出《公民沙龍》，並首次在文創園區舉

辦，由夢想學校創辦人王文華主持，六場沙龍邀請各領域專家與青年大眾面對面，坐下來親身對談、分享見解及經驗，更同步即時線上直播，使用年輕族群的溝通工具，擴大關注力及正面效益，影響更多人。

議題規畫涵蓋了「政府政策」「環境公共議題」與「青年自我定位」等三大面向。「開放政府」邀請行政院數位政務委員唐鳳與高嘉良對談政府資訊透明，如何讓民間共同參與討論公共政策。「舞春惜食」「搶救未來」及「水汙染」討論剩食與惜食的長遠觀念、氣候變遷及國內水資源汙染的現況。「Gap

Year」及「斜槓青年」則聚焦於青年議題，邀請背包合作社藍白拖、行冊共同創辦人蔡含識、作家劉軒以及奧美廣告創意總監龔大中兩兩對談，解答時下年輕人對於自我認同的疑慮，如何造就自己獨一無二的人生。

聯合報願景工作室執行長羅國俊指出，「媒體是公器，應該探索公共議題。」願景工程希望能持續深入探討、報導並找到台灣大大小小的公共議題、解決方案；而「公民沙龍」則是希望匯聚大眾，討論社會的公共議題，透過彼此的交流與分享，給予報導上更多更深入的建議及想法。

< 提示未來

一、從媒體昇華，看見更多社會影響力

聯合報系自主性發起【願景工程】專案，重新檢視媒體責任。願景工程不只是報導，更是一種責任與態度，不僅推動以 20 分鐘說故事的《udn talks 聯合大講堂》《國際名人論壇》以及 2017 年的《公民沙龍》，並落實後續追蹤報導，至今已推動數十個大型專題報導，包含海洋危機、偏鄉長照、餐桌危機等，持續引領大眾關注公共議題，讓媒體成為改變台灣社會的正向力量。

二、聚焦國際議題，凝聚青年世代之關注

不同於先前在全台各大專院校巡迴的青年系列論壇，2017 年願景工程轉變形式全新推出《公民沙龍》，針對國際趨勢、社會公眾、青年學子關注的議題，規畫不同主題，邀請各領域專家與講師分享經驗和解

方，並首次於青年族群聚集的華山文創產業園區舉辦，透過輕鬆對談及無遠弗屆的直播，分享、傳遞、討論最新的社會趨勢與概念，擔任知識分享的平台，擴大接觸青年族群，產生正面效應，深耕並號召更多青年世代的關注力。

（撰文／何芸徵）



圖片提供／願景工程

1. 〈Gap Year〉現場，背包合作社發起人藍白拖及行冊 walkingbook 共同創辦人蔡含識與民眾互動。



攝影／侯永全

2. 〈舞春惜食〉邀請香港利食專家陳曉蕾及舞春食農工作室共同創辦人郭又甄對談，吸引大批民眾前往聆聽。



攝影／邱德祥

3. 〈斜槓青年〉由劉軒主講，聚焦青年議題，尋找自我認同，探索風格人生。



圖片提供／願景工程

4. 「100% 純汗水製冰所」在〈水汙染〉線場展示汗水冰棒。



攝影／黃義書

5. 〈搶救未來－冰與火．極端氣候真相〉邀請氣象達人彭啟明分享參與第一線全球氣候變遷現況及應對之策的過程。

MORE, MORE & MORE

在細節中爬梳、整理，我們發現的，不止是踏實，
還有趣味，還有感動，還有鞭策…



2017 年華山會展演活動總覽

會展演活動是華山活力的重要發動機。2017 年全年一共有 960 檔活動、合計 1480 場，參與人次超過 255 萬人次。華山的活力，全年無休！

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
1	2016/11/01~01/10	唐寧茶饗全感空間	非常創意國際整合行銷	體驗活動	自由入場	10	1	1,000
2	2016/12/01~06/30	Vogue Gift Shop (書報攤)	康泰納仕綜合媒體	行銷活動	自由入場	181	6	6,860
3	2016/12/15~03/19	麗莎和卡斯柏 - 我的小巴黎特展	愛貝克思	展覽	售票	78	3	35,498
4	2016/12/15~03/25	水豚君奇幻童話	勝明文具百貨	展覽	自由入場	84	3	118,041
5	2016/12/22~03/19	東方凡爾賽 秘境體驗大展	大亦睿	展覽	售票	78	3	11,869
6	2016/12/23~03/12	小紅帽 - 火車糖果屋之旅	好妙文創	展覽	售票	71	3	31,466
7	2016/12/24~03/15	妖怪手錶特展	揆眾展覽事業	展覽	售票	74	3	67,046
8	2016/12/26~01/26	NewBalance 247 OOH	橘子磨坊數位創意溝通	展覽	自由入場	26	1	3,453
9	2016/12/30~04/09	teamLab: 舞動！藝術展 & 學習！未來遊園地	時藝多媒體	展覽	售票	99	4	206,134
10	1/1	Me & Myself 簽畫會	Gallery Gladden	發表會	自由入場	1	1	80
11	1/1	不再強辯 演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	447
12	1/1-2/23	Sony 70 週年特展	SONY	展覽	自由入場	54	2	28,162
13	1/2	啟動食育元年記者會	台灣食育協會	記者會	自由入場	1	1	100
14	1/2-1/4	流行音樂國際大師工作坊	Legacy	音樂展演	售票	3	1	90
15	1/2-1/22	卡米地喜劇拱廳連演之《喜劇眾月樂》計劃	卡米地劇團	表演	售票	3	1	250
16	1/3	張鐵志與阿強對談 Iggy Pop&The Stooges	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	22
17	1/5	李志《在每一條傷心的應天大街上》	Legacy	音樂展演	售票	1	1	608
18	1/6	《巴黎甜點師 Ying 的私房尋味》新書分享會	青鳥書店	演講座談	自由入場	1	1	32
19	1/6	台灣百人繪 漫畫有 GO 型	台北市漫畫從業人員職業工會	記者會	自由入場	1	1	320
20	1/6-1/7	烏梅劇院試營運節目 / 《達康鳥，歪歪飛》	笑太夫漫才集團	表演	售票	2	3	660
21	1/6-8、13-15、20-22	北藝大華山學堂 (1 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	9	18	103
22	1/7	黃金紀元音頻奧秘 - 系列講座	風潮音樂	演講座談	自由入場	1	1	35
23	1/7	FAB Class- 第一次雷切就上手	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	4
24	1/7	大團誕生 (年度十大宣誓場上)	Legacy	音樂展演	售票	1	1	77
25	1/8	大團誕生 (年度十大宣誓場下)	Legacy	音樂展演	售票	1	1	106
26	1/11	人工智能視頻廣告為快速變現的創新模式	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	45
27	1/13	ZBRUSH 建模分享會 Vol.2	FabCafe	演講座談	售票	1	1	5
28	1/13	春と修羅：MONO × KASHIWA Daisuke	Legacy	音樂展演	售票	1	1	526
29	1/13	Creative Mornings 一月主題：神秘	Impact Hub Taipei	演講座談	索票	1	1	60
30	1/13-14	SS17PRCL 新品發表會	施華洛世奇台灣分公司	發表會	邀請函	2	1	520
31	1/13-15	烏梅劇院試營運節目 / 《死刑犯的最後一天》	褶子劇團	表演	售票	3	5	1,100
32	1/14	「踏旅 - 向黑黯中走去 !」	Gallery Gladden	演講座談	自由入場	1	1	10
33	1/14	123D 建模體驗	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	1
34	1/14	亂彈阿翔「一個人的旅行」演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	501
35	1/14-15	新楓之谷 極速五轉強者再臨	樺霖	發表會	自由入場	2	1	3,000
36	1/14-15	雀巢咖啡試飲活動	以勒公關	記者會	自由入場	2	1	2,500
37	1/15	科學不簡單：三頭齊聚，人終於說話了	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	250
38	1/15	黃金紀元音頻奧秘 - 系列講座	風潮音樂	演講座談	自由入場	1	1	18
39	1/15	亂彈阿翔「一個人的旅行」演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	371
40	1/17-18	流行音樂國際大師工作坊 燈光前導班郭效承	Legacy	音樂展演	售票	2	1	60
41	1/18、22	【春節 DIY 教室】多肉植物組盆課程	知音文創	手作工坊	售票	2	1	9
42	1/18	相信音樂 家家發片記者會	離線咖啡	記者會	不對外開放	1	1	50

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
43	1/19	閱影沙龍 - 《大同》的城市方程式	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	5
44	1/19	TYCHO - Live in Taipei 2017	Legacy	音樂展演	售票	1	1	700
45	1/20	機械動起來的祕密：齒輪連桿篇	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	6
46	1/20	草東沒有派對丙申年冬巡迴台北最終加演場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,100
47	1/21	手繪橡皮印章工作坊	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	3
48	1/21	2017 NELL in Taiwan - Beautiful Stranger	Legacy	音樂展演	售票	1	1	400
49	1/21	《在台灣尋找 Y 字路》新書發表會	青鳥書店	發表會	自由入場	1	1	25
50	1/21	烏梅劇院試營運節目 / 《咻樂，呼乾啦 !》	咻樂風	表演	售票	1	1	87
51	1/21	Google Maps Local Guides Event @Taiwan	摩奇創意	聯誼活動	索票	1	1	232
52	1/22	Boxing 簽唱會	藝啓娛樂	音樂展演	自由入場	1	1	200
53	1/23-25	流行音樂國際大師工作坊 燈光大師班 AJ.PEN	Legacy	音樂展演	售票	3	1	90
54	1/25	禾亞 × 鋼琴手愛德華 - 暖冬巧克力歐蕾音樂會	青鳥書店	音樂展演	自由入場	1	1	19
55	1/30-31	小器梅酒屋出張所	小器生活	展覽	自由入場	2	1	326
56	2/3	詩比愛更好：靈感的發想與延伸	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	36
57	2/4	從臨床走到市場	台灣矽谷醫材創新協會	演講座談	售票	1	1	60
58	2/4	第一次雷切就上手	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	5
59	2/4	音速回九 0：李明璫的音樂交流道	青鳥書店	音樂展演	索票	1	1	14
60	2/5	《狂戀》新書發表會	青鳥書店	發表會	自由入場	1	1	45
61	2/8	2017 渣打公益馬拉松賽前記者會	奧美公關	公益活動	邀請函	1	1	80
62	2/9	紀錄片放映活動	青鳥書店	電影欣賞	自由入場	1	1	23
63	2/10	黑市私會 2017	Legacy	音樂展演	售票	1	1	958
64	2/11	Raphaël Zarka Paving Space EVENT	科賀特	展覽	自由入場	1	1	200
65	2/11	黃金紀元音頻奧秘 - 系列講座	風潮音樂	演講座談	自由入場	1	1	50
66	2/11	四分衛《愛曾經讓我們在一起》巡演 Part 3	Legacy	音樂展演	售票	1	1	900
67	2/11	美意識 - 台灣的設計思考談未來閱讀	青鳥書店	音樂展演	索票	1	1	130
68	2/11	銅鑼灣書店事件 - 講座活動	青鳥書店	音樂展演	索票	1	1	34
69	2/12	2017 年神聖之聲全省巡迴 - 春季祈福	聲波樂坊	音樂展演	售票	1	1	75
70	2/12	2017 台灣文創論壇－當品牌力遇上創意力	台灣文創發展公司	音樂展演	自由入場	1	1	200
71	2/12	Joe Satriani Surfing To shockwave Tour 2017	Legacy	音樂展演	售票	1	1	500
72	2/14	Sumerian Alliance	Legacy	音樂展演	售票	1	1	550
73	2/14	劉同專題講座	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	14
74	2/15	記號服飾平面拍攝	記號服飾	商業拍攝	不對外開放	1	1	20
75	2/15	LOEWE SS17 春夏新品發表會	仲誼公關	發表會	邀請函	1	1	150
76	2/15	雷雕玻璃杯	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	6
77	2/15-17	流行音樂國際大師工作坊 音響設計 Tim Millilen	Legacy	音樂展演	售票	3	1	90
78	2/17	Creative Mornings 二月主題：瞬間	Impact Hub Taipei	演講座談	索票	1	1	70
79	2/17-19	新春雙重喜劇《吐槽大賽》×《新秀精武門》	卡米地劇團	表演	售票	3	1	200
80	2/18	123D 建模體驗	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	2
81	2/18	徐銘志 × 好樣思維 Private Kyoto	好樣思維	演講座談	自由入場	1	1	10
82	2/18	詩歌活動	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	23
83	2/18、26	張惠妮《失。去》舞蹈劇場排練	張惠妮	藝文活動	不對外開放	2	2	5
84	2/19	突破論壇 - 青年的未來	長風文教基金會	演講座談	自由入場	1	1	150
85	2/19	Taiwan Soul Train	Legacy	音樂展演	售票	1	1	552
86	2/20、23	海洋慶典劇目排練	舞鈴劇場	藝文活動	不對外開放	2	2	10
87	2/21	科學不簡單－雲豹之心 石虎之山	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	170
88	2/21	林淵源建築師《房子在想什麼 ?》新書分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	23
89	2/22-23	運動飲料廣告拍攝	獨立影片	商業拍攝	不對外開放	2	1	120
90	2/23-4/26	第 50 屆波隆那世界插畫大展	耐龍藝術	展覽	售票	63	3	36,944
91	2/23	影音內容行銷與商業模式分享	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	29
92	2/24	日星又新／活版印刷的進擊	台灣活版印刷文化保存協會	演講座談	自由入場	1	1	120
93	2/25	創新創業品牌力論壇	台灣文創發展公司	演講座談	索票	1	1	100
94	2/24-28	法門抽抽樂	鬼畫福	行銷活動	自由入場	5	1	157
95	2/25-26	Sekaowa「End Of The World」Live In TPE	Legacy	音樂展演	售票	2	1	1,900
96	2/25-28	滿額綢印體驗活動	For Your Earth	體驗活動	自由入場	5	1	1
97	2/26-27	2017 台灣探戈馬拉松	佑祐舞團	表演	不對外開放	2	1	500

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
98	2/27	Before You Exit 2017 Live in Taipei	Legacy	音樂展演	售票	1	1	400
99	2/28	105 年度優良電影劇本獎 劇本媒合會	國家電影中心	會議	邀請函	1	1	90
100	2/28	【在此刻】黃大煒新歌發表台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	600
101	1/12	May'n Asia Tour 2017 「Over Easy」 In TPE	Legacy	音樂展演	售票	12	2	1,200
102	3/1-2	雀巢咖啡廣告拍攝	禾果	商業拍攝	不對外開放	2	1	80
103	3/3	《我的泰國新娘》異國婚姻的真相	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	14
104	3/3	李建軒 EP 發行記者會暨簽唱會	邦寧傳播	記者會	不對外開放	1	1	80
105	3/31	huddle 飾品展	富錦樹	展覽	自由入場	29	1	300
106	3/3-5、10-12、17-19、24-26	北藝大華山學堂 (3 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	12	35	372
107	3/4	「揪愛導盲犬 讓愛被看見」導盲犬宣導活動	臺灣銀行	公益活動	自由入場	1	1	2,000
108	3/4	創新創業品牌力 - 程開佑 / 小餐廳大生意	台灣文創發展公司	演講座談	索票	1	1	120
109	3/4	第一次雷切就上手	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	5
110	3/4	P!SCO-7-P!SCO Pride	Legacy	音樂展演	售票	1	1	306
111	3/4	citizenM taipei northgate Casting Day	欣富亞洲台灣分公司	演講座談	不對外開放	1	1	90
112	3/5	科學史沙龍 - 羅馬和漢代軍隊交手會怎樣？	臺大科學教育發展中心	演講座談	索票	1	1	100
113	3/7	MOX 2 Demo day	莫克斯行動加速	發表會	邀請函	1	1	120
114	3/9	岩井俊二與純愛電影	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	28
115	3/9	大團誕生（開發場 1）	Legacy	音樂展演	售票	1	1	197
116	3/10	Vast & Hazy【次等秘密】EP 巡迴最終場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	619
117	3/11	《我的，台灣家書》青鳥書店分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	12
118	3/11	〈既逝〉沙龍	台大 TED 分享社	演講座談	售票	1	1	120
119	3/12	思沙龍 - 一場讓大國束手無策的戰爭	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	170
120	3/14-27	Kipling 30 週年貨櫃巡迴慶生會	台灣威富	體驗活動	自由入場	14	1	300
121	3/15	心之所向 / 莊鵬英新歌發表	離線咖啡	音樂展演	自由入場	1	1	50
122	3/17	Creative Mornings 三月主題：禁忌	Impact Hub Taipei	演講座談	索票	1	1	70
123	3/17	《翻譯偵探事務所》青鳥書店分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	22
124	3/17	【青鳥週五影院－哲學電影系列】#1	青鳥書店	電影欣賞	索票	1	1	10
125	3/17	台式復古趴	富錦樹	演講座談	自由入場	1	1	150
126	3/17	We are who we are/ 芳宜	離線咖啡	音樂展演	自由入場	1	1	60
127	3/17	teamLab 廣達貴賓之夜	時藝多媒體	聯誼活動	不對外開放	1	1	200
128	3/17-18	今夜伍佰 8	Legacy	音樂展演	售票	2	2	2,360
129	3/17-19	《卡米地站立幫：遊戲時刻》	卡米地劇團	表演	售票	3	4	334
130	3/17-19	2017 台北國際攝影藝術交流展	伽馬實業	展覽	售票	3	1	8,000
131	3/18	創新創業品牌力 - 陳炯福 / 飯店的創新哲學	台灣文創發展公司	演講座談	索票	1	1	140
132	3/19	第三十四屆政大金旋音樂節	第 34 屆政大金旋獎籌備委員會	音樂展演	自由入場	1	1	4,000
133	3/19	《松浦彌太郎的 100 個工作與生活基本》新書座談	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	19
134	3/19	小男孩樂團《搖滾天使》巡迴演唱會台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	996
135	3/22	周三朗讀夜 - 設計師的美學流浪	晨星出版	演講座談	自由入場	1	1	35
136	3/22	黃玠瑋專輯《Wonderland》巡演 台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	385
137	3/23	科學不簡單：探索太空和核融合能源	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	180
138	3/23-26	大同公司 2017 新品發表會	大同綜合訊電	記者會	自由入場	4	1	200
139	3/24-26	林務局 2017 華山森林市集	靖凱創意整合傳播	市集	自由入場	3	1	1,500
140	3/24	郁可唯「00:00 自由時間」演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	261
141	3/24	台北地方魅力 (講座)	村山 (上海) 展示服務	展覽	自由入場	1	1	70
142	3/25	創新創業品牌力 - 汪麗琴 / 生活美學的實踐	台灣文創發展公司	演講座談	索票	1	1	160
143	3/25	雷雕玻璃杯工作坊	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	6
144	3/25	跑跑氣球車工作坊 1	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	4
145	3/25-26	台北地方魅力	村山 (上海) 展示服務	展覽	自由入場	2	1	6,500
146	3/25-26	Porno Graffiti/ Special Live in Taiwan	Legacy	音樂展演	售票	2	2	1,900
147	3/25、4/9、4/23、5/21、6/4、6/17、8/5、8/20	王國嫻新浪潮運動：論壇及系列沙龍講座	輔仁大學	演講座談	邀請函	8	8	947
148	3/25-31	日本名家銀壺・鐵壺・銅壺	約茶不夜	展覽	索票	7	1	390
149	3/26	《其實大家都想做菜》新書座談會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	200
150	3/26	自我練習包工作坊 -Layout myself	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	1
151	3/28-4/27	innisfree No.1 華山綠色快閃店	光洋波斯特	體驗活動	自由入場	31	2	8,594

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
152	3/29	周三朗讀夜 - 中國夢與反烏托邦《萬歲》	海穹文化	演講座談	自由入場	1	1	15
153	3/29	旺福 - 千旺青年福出來 演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	700
154	3/29、4/5、7、11、13、14、18-21、24-27	《今日君再來》演出排練	大開劇團	藝文活動	不對外開放	14	2	184
155	3/30	字戀講座 1- 生活中的 typography	就是字	演講座談	索票	1	1	100
156	3/30	2017 CHANEL 春夏時裝秀活動	仲誼公關	發表會	邀請函	1	2	400
157	3/30-4/15	「走進 / 近桑貝的《童年》世界」互動藝術展	新經典圖文傳播	展覽	自由入場	17	2	21,401
158	3/30-4/2	南方美學生活展	三川娛樂	展覽	售票	4	2	13,000
159	3/31-4/2	達康 .com《弄巧成癡》	笑太夫漫才集團	表演	售票	3	5	825
160	3/31	Culture & Art Book Fair in TPE 藝術家接待	富錦樹	演講座談	自由入場	1	1	100
161	3/31	Space Shower 列傳 Asia Tour 2017	Legacy	音樂展演	售票	1	1	450
162	4/1-4/14	One-Forty 年度特展	台灣四十分之一移工教育文化協會	展覽	自由入場	14	1	26,555
163	4/1-2	Culture & Art Book FAIR in Taipei	富錦樹	展覽	自由入場	2	1	4,000
164	4/1	思沙龍 - 歐盟再見！	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	250
165	4/1	張瑀 - 梅雨季節來臨前 - 書房音樂會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	50
166	4/1	郭修或「抽象圖」抽象音樂會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	300
167	4/1	跑跑氣球車工作坊 2	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	1
168	4/2	創新創業品牌力 - 陳翰林 / 預定美好時光	台灣文創發展公司	演講座談	不對外開放	1	1	160
169	4/2	糯米糰 20 週年 還來啊! [?] 演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	900
170	4/3	王治平 Back to the good old days- 台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	433
171	4/4	雀斑樂團 不標準情人專輯巡迴 - 台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	800
172	4/5	周三朗讀夜 - 林立青 × 李牧宜	台灣四十分之一移工教育文化協會	演講座談	自由入場	1	1	100
173	4/6	2017 新竹小旅行宣傳記者會	風尚旅行社	記者會	邀請函	1	1	50
174	4/6	大團誕生（開發場 2）	Legacy	音樂展演	售票	1	1	100
175	4/7	東南亞之夜：走進展覽背後	台灣四十分之一移工教育文化協會	演講座談	自由入場	1	1	70
176	4/7	一起喝咖啡的好朋友 -Coffee Workshop	FabCafe	體驗活動	自由入場	1	1	10
177	4/7-4/11	教育部藝術與人才海外培訓成果展	雲林科技大學	演講座談	自由入場	5	1	5,000
178	4/7-9、14-16、21-23、28-30	北藝大華山學堂 (4 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	12	37	394
179	4/8-22	約茶不夜告別華山系列主題展 - 中日老茶道具	約茶不夜	展覽	索票	15	1	520
180	4/8	屈臣氏 #GetActive 小動作革命快閃活動	先勢公關	記者會	自由入場	1	1	100
181	4/8	〔2017NASA 黑客松〕活動說明會	丘士剛	記者會	自由入場	1	1	120
182	4/8	Alexandros Tour 2016-17	Legacy	音樂展演	售票	1	1	831
183	4/9	愛花製作所工作坊 _ 手工拖鞋製作	愛花製作所	手作工坊	自由入場	1	1	4
184	4/11	東南亞故事之夜	台灣四十分之一移工教育文化協會	演講座談	自由入場	1	1	60
185	4/12	周三朗讀夜 - 契訶夫筆下的愛情	演摩莎劇團	演講座談	索票	1	1	60
186	4/13	Light in Ashes – Sandbox 2017 春季巡迴	Legacy	音樂展演	售票	1	1	100
187	4/14	雷切我的最愛 (團體)	FabCafe	手作工坊	不對外開放	1	1	34
188	4/14-16	《卡米地好事派：正能量・負能量》	卡米地劇團	表演	售票	3	3	314
189	4/15	夢幻龍族玩家見面會	笙翔國際	聯誼活動	邀請函	1	1	40
190	4/15	《一個人的京都春季遊》新書講座	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	35
191	4/15	Safecast：公民議題的創新與行動	FabCafe	演講座談	售票	1	1	18
192	4/16	Orange Range Live 017	Legacy	音樂展演	售票	1	1	800
193	4/16	3D 掃描不求人	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	2
194	4/17	《千面惡女》彩排	故事工廠	藝文活動	不對外開放	1	1	34
195	4/17	字戀講座 2- 古意新潮都很會	就是字	演講座談	索票	1	1	100
196	4/19-23	2017 文博會	台灣創意設計中心	展覽	自由入場	5	1	70,000
197	4/19-23	文博會 - 華山劇場 / 烏梅劇院裝置演出規劃執行案	空場 polymer	展覽	自由入場	5	1	5,000
198	4/20-5/31	Agnes B. TARA Pacific Project	天下空間	展覽	自由入場	42	2	80,057
199	4/20	《野東西計畫》環境・教育・兒童	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	4

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
200	4/21	Creative Mornings 四月主題：超越	Impact Hub Taipei	演講座談	索票	1	1	90
201	4/21	科學不簡單講座 - 基因篩檢的利與弊	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	120
202	4/21	詹偉雄 × 李明璁 - 透過閱讀出走 重尋內在力量	青島書店	演講座談	索票	1	1	48
203	4/21-4/23	蝴蝶效應 Ives' Shorts 《大衛艾夫斯短酷 Show》	空場	展覽	自由入場	3	3	243
204	4/22	思沙龍 - 媒體如何繼續做民主柱石？	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	210
205	4/22	科技與文化：走入文化的虛擬世界中	青島書店	演講座談	索票	1	1	20
206	4/22	巴克力藍演唱會 - 不是叫你跟著我嗎！	離線咖啡	音樂展演	自由入場	1	1	80
207	4/22	滅火器 進擊下半場 - 台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,100
208	4/22	大護慎太郎 拼貼手工時鐘工作坊	小器生活	手工坊	售票	1	1	7
209	4/22	雷雕玻璃杯工作坊	FabCafe	手工坊	售票	1	1	2
210	4/23	家家《還是想念》新歌巡迴演唱會 - 台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	680
211	4/26	周三朗讀夜 - 設計師的綠色流浪	晨星出版	演講座談	自由入場	1	1	40
212	4/27	JuliArt 髮智匯	美科實業	演講座談	索票	1	1	120
213	4/27	Deca joins 首張專輯《浴室》巡演 - 臺北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	334
214	4/27-6/15	VAST 期間限定店	三原	展覽	自由入場	50	3	2,900
215	4/28	金旋系列講座 光的旅行 深度講座場	青島書店	演講座談	索票	1	1	15
216	4/28	Crispy 脆樂團《你快樂，嗎》專輯巡演台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	445
217	4/29-30	第二屆 美味生活節	美味生活	發表會	自由入場	2	1	900
218	4/29-30	2017 跳舞大象西班牙頂級葡萄酒展	奕輝貿易	展覽	售票	2	2	800
219	4/29-30	花王行動環保展	寬藝創意室內裝修	展覽	自由入場	2	1	1,000
220	4/29	樂淇蘋果餐車試吃巡迴	知禾觀點	市集	自由入場	1	1	1,500
221	4/29	「終止兒童受暴 你我挺身做到」音樂分享會	台灣世界展望會	公益活動	自由入場	1	1	500
222	4/29	凌宗魁：談日殖時期歷史建築與人文記憶	青島書店	演講座談	索票	1	1	55
223	4/29	出版 × 戲劇 - 從劇本《鞋匠》到演出《艾玲》	青島書店	演講座談	索票	1	1	18
224	4/29	巴奈「凱道上的稻穗」台灣 100 場巡迴演出	離線咖啡	音樂展演	自由入場	1	1	50
225	4/29	潘裕文 九年 音樂會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	484
226	4/30	ROKON presents「MXTRW Δ VE」	Legacy	音樂展演	售票	1	1	500
227	5/1、11、18、25	「政問」第四季直播節目	政問	演講座談	售票	4	4	390
228	5/1-5/7	出版產業 IP 跨界成果展	臺視	展覽	自由入場	7	1	30,000
229	5/1-4、7-11、14-18、21-25、28-31、6/1、6/4	歌劇《浮士德》排練	台北歌劇劇場	藝文活動	不對外開放	25	2	230
230	5/2	文化部出版與影視跨產業媒合會	中視	演講座談	邀請函	1	1	110
231	5/3	361°秋冬新品發表會	精鍊公關	記者會	邀請函	1	1	166
232	5/3	Fab meetup vol.13 聊聊數位音像創作	FabCafe	演講座談	售票	1	1	50
233	5/3-5/7	經典重現 - 走讀百年波蘭《艾玲》演出	自然而然劇團	表演	售票	5	5	615
234	5/4	這視幻覺蠟燭台工作坊	FabCafe	手工坊	售票	1	1	4
235	5/5	VR Taiwan 美夢成真 媒體體驗會	好創意	記者會	邀請函	1	1	300
236	5/5-7、12、14、19-21、5/26	北藝大華山學堂 (5月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	9	24	289
237	5/5-5/8	第三屆愛・分享親子市集	台灣卡多摩嬰童館	市集	自由入場	4	1	26,756
238	5/6-5/7	Canon EOS M6 相機體驗會	台灣電通	發表會	自由入場	2	1	1,200
239	5/6-5/7	《時代下的灰斑 Lost in Grey》演出	滯留島舞蹈劇場	表演	售票	2	3	157
240	5/6	飛雁公司教育訓練解謎遊戲課程	謎題實境	進修研習	不對外開放	1	1	350
241	5/6	雷切我的最愛	FabCafe	手工坊	售票	1	1	2
242	5/7	家具駭客工作坊 /Procdut hacker	FabCafe	手工坊	售票	1	1	5
243	5/9	字戀講座 3- 字型與它們的產地	就是字	演講座談	索票	1	1	100
244	5/10	《下流青春》新書發表會	遠流出版	發表會	自由入場	1	1	60
245	5/10	周三朗讀夜 - 以愛之名，找到回家的路	青島書店	演講座談	自由入場	1	1	100
246	5/11-5/14	畢業季：喚	淡江大學資訊傳播學系	展覽	自由入場	4	1	700
247	5/11-5/14	畢業季：武士	南華大學傳播學系	展覽	自由入場	4	1	700
248	5/11-5/14	畢業季：超時空頻道	世新大學數位多媒體設計系	展覽	自由入場	4	1	700
249	5/11-5/14	畢業季：星波暎	醒吾科技大學商業設計系	展覽	自由入場	4	1	700
250	5/11-5/14	畢業季：行撞 Marketing strike	世新大學傳播管理學系	展覽	自由入場	4	1	700
251	5/11-5/14	畢業季：白日夢	醒吾科技大學數位設計系	展覽	自由入場	4	1	700
252	5/11-5/18	正視 -2017 國際不再恐同日特展	台灣伴侶權益推動聯盟	展覽	自由入場	8	1	4,500

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
253	5/12-5/14	Nespresso Decaf 好咖體驗活動	庫瑞整合行銷	發表會	自由入場	3	1	1,561
254	5/12-5/14	《卡米地不羈夜：英雄本色》	卡米地劇團	表演	售票	3	1	413
255	5/12-5/14	VR 產業進化論壇暨主題展示活動	閣椽科技	展覽	索票	3	1	3,000
256	5/12-5/24	《A Magazine Curated By》記者會	開雲亞洲古馳台灣分公司	展覽	邀請函	13	1	8,500
257	5/13-5/15	2017 臉部平權日	陽光基金會	公益活動	自由入場	3	1	3,500
258	5/13-5/28	縫紉嘉年華	臺灣喜佳	藝文活動	不對外開放	16	1	9,800
259	5/14	歌劇《浮士德》講座音樂會	台北歌劇劇場	藝文活動	不對外開放	1	1	90
260	5/15	科學不簡單：通往宇宙的神奇路	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	120
261	5/18	逆風飛翔講座	長風文教基金會	演講座談	索票	1	1	330
262	5/18-5/21	畢業季：集體潛意識	台南大學視覺藝術與設計學系	展覽	自由入場	4	1	700
263	5/18-5/21	畢業季：我把我的意志種在這裡	華梵大學美術與文創學系	展覽	自由入場	4	1	700
264	5/19	物聯網感測器服務平台成果公開展示	國家實驗研究院儀科中心	記者會	邀請函	1	1	180
265	5/19-5/22	小慢茶會	庫瑞整合行銷	展覽	自由入場	4	1	400
266	5/19-5/28	《凡尼亞舅舅》讀劇演出	演摩莎劇團	表演	售票	10	14	637
267	5/20	2017 讚聲演唱會 - 艾怡良	Legacy	音樂展演	售票	1	1	700
268	5/20	3D 掃描不求人	FabCafe	手工坊	售票	1	1	1
269	5/20	Live Painting @Fabcafe	FabCafe	手工坊	售票	1	1	27
270	5/20	山町春秀	蔴裏子	發表會	自由入場	1	1	200
271	5/20	聖鬥士星矢小宇宙幻想傳	意思國際	記者會	自由入場	1	1	500
272	5/20	城市與華山有約活動	臺北城市科大學生會	表演	自由入場	1	1	600
273	5/20	真三國無雙互動活動	安可整合行銷	記者會	邀請函	1	1	300
274	5/21	2017 讚聲演唱會 - 周興哲	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,000
275	5/23	「渡邊直美」展記者會	吉本興業	記者會	不對外開放	1	1	80
276	5/23	安麗健身教學影片	路人甲	商業拍攝	不對外開放	1	1	50
277	5/24	不療癒系 Sway 思衛 - 音樂旅程中	Legacy	音樂展演	售票	1	1	400
278	5/26	鄭宜農第二張專輯《Pluto》「登陸」巡迴	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,000
279	5/27	紐約國際音樂節 Cabaret 及 Broadway Dance	紐約音樂藝術聯盟	表演	售票	1	2	399
280	5/27	2017 讚聲演唱會 - 田亞霍	Legacy	音樂展演	售票	1	1	400
281	5/27	2017 讚聲演唱會 - 吳思賢	Legacy	音樂展演	售票	1	1	800
282	5/27	雷雕玻璃杯工作坊	FabCafe	手工坊	售票	1	1	6
283	5/27-5/28	數位自造教育展（放課後 Fun School）	翰尼斯企業	展覽	自由入場	2	1	1,500
284	5/27-6/4	Corona 城市沙灘啤酒盛宴	南聯國際	展覽	自由入場	9	2	3,077
285	5/28	2017 讚聲演唱會 - 林明禎	Legacy	音樂展演	售票	1	1	450
286	5/29	IMPACT 音樂 - 跨藝實務課程期末展演《聲體》	臺北藝術大學	表演	索票	1	1	150
287	5/31	周三朗讀夜 - 設計師之眼	晨星出版	演講座談	自由入場	1	1	30
288	6/1	いつから、いつまで - 何時開始，何時結束	青島書店	音樂展演	索票	1	1	17
289	6/1	forro cafe_ 音樂展演	青島書店	音樂展演	索票	1	1	18
290	6/1	冰球樂團 Share Your Love 專輯發片場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	290
291	6/1-6/20	戴百時、劉秀美攝影油畫雙個展	台北紅館	展覽	自由入場	20	1	900
292	6/1-6/30	渡邊直美展	吉本興業	展覽	售票	30	1	10,639
293	6/2	百工裡的人類學家：待你挖掘厚數據	青島書店	演講座談	索票	1	1	26
294	6/2	非虛構寫作：編輯與作者的對話	青島書店	演講座談	索票	1	1	23
295	6/2	巴黎情人 Joyce Jonathan 2017 Live Tour	Legacy	音樂展演	售票	1	1	213
296	6/2	一起喝咖啡的好朋友 #2 - Coffee Workshop	FabCafe	體驗活動	自由入場	1	1	3
297	6/2-6/4、6/9-6/11、6/16-6/18、6/23-6/25	北藝大華山學堂 (6月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	12	26	443
298	6/3	孤鷹 - 暴君專場演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	120
299	6/3	雷切我的最愛	FabCafe	手工坊	售票	1	1	5
300	6/3-6/4	ZenFone 夜間派對	品酷廣告	展覽	自由入場	2	1	1,800
301	6/3-6/4	2017 Taipei Future Education Expo	台北市電腦商業同業公會	展覽	自由入場	2	1	7,400
302	6/4	2.Red Bull Soapbox Race 記者會	大漢整合行銷	記者會	自由入場	1	1	150
303	6/5	《屋頂動物園 - 太陽卡住了》排練	安徒生和莫札特的創意劇場	藝文活動	不對外開放	1	1	21
304	6/6	SONY α9 上市記者發表會	樺群國際	記者會	邀請函	1	1	4,800
305	6/6	第 13 屆 Keep Walking 夢想資助計畫徵件說明會	聯太國際公關	演講座談	邀請函	1	1	120
306	6/6	台德文學交流分享會	台灣文創發展基金會	演講座談	自由入場	1	1	50

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
307	6/7	范安婷 with 門田英司《我的國語你聽不聽得懂》	Legacy	音樂展演	售票	1	1	271
		巡演						
308	6/7	周三朗讀夜 - 台灣寺廟裝飾藝術的故事	晨星出版	演講座談	自由入場	1	1	14
309	6/8	大團誕生（開發場 4）	Legacy	音樂展演	售票	1	1	116
310	6/8	《看見台灣 II》開拍記者會	經湛公關	記者會	邀請函	1	1	150
311	6/9	藝術環島分享會 - 紀錄片放映	離線咖啡	電影欣賞	自由入場	1	1	50
312	6/9	VANS 品牌演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	800
313	6/9-6/11	卡米地 - 歐耶 One Man Show 笑 . 道	卡米地劇團	表演	售票	3	1	595
314	6/9-6/11	2017 年度公演《不氣味之谷：人形機器人》	働故事劇團	表演	售票	3	5	805
315	6/10	《談話時代》人文社會沙龍系列講座	臺灣大學	演講座談	自由入場	1	1	220
316	6/10	POC 系列講座 - 蔡希鈞	POC 華山快閃店	演講座談	自由入場	1	1	30
317	6/10	多喝水酷林匹克極限挑戰賽	展逸國際行銷	競賽	自由入場	1	1	300
318	6/10	UA 校際鐵人八項爭霸賽	騰風國際整合行銷	競賽	自由入場	1	1	200
319	6/11	Tokyo Music Liner	Legacy	音樂展演	售票	1	1	400
320	6/12-6/15	《我和我的午茶時光》排練升級計劃	狠劇場	藝文活動	不對外開放	4	1	18
321	6/13	資生堂 WASO 系列新品上市記者會	泰樂整合行銷	記者會	邀請函	1	1	130
322	6/15	《八月》，重回那段「有雲的日子」	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	20
323	6/15	科學不簡單：照亮思覺失調之路	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	150
324	6/16	視覺之色 - 電影的色調、符號與情感交融	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	14
325	6/16	宜蘭童玩節記者會	宜蘭縣政府文化局	記者會	邀請函	1	1	100
326	6/16	Creative Mornings 六月主題：生存	Impact Hub Taipei	演講座談	索票	1	1	70
327	6/16-6/18	華為 P10 Plus 人像攝影大師巡迴體驗屋	戰國策	藝文活動	自由入場	3	1	1,500
328	6/16-6/18	舞蹈劇場《失。去》	張惠妮	表演	售票	3	4	379
329	6/16-6/25	Bosch / Gaggenau 2017 年度產品發表會	博西家用電器	發表會	自由入場	10	1	5,748
330	6/16-6/26	UccU，你看看你！南投永康國小影像創作展	立賢基金會	展覽	自由入場	11	1	12,200
331	6/16-9/10	潮！積木 The Art of The Brick	新世博國際	展覽	售票	86	4	81,704
332	6/16-9/3	Paul Smith 特展	聯合數位文創	展覽	售票	79	4	86,700
333	6/17	Swing Taiwan 五週年 high five 晚會	台爵工作室	聯誼活動	售票	1	1	200
334	6/17	POC 系列講座 - 張鵬遠	POC 華山快閃店	演講座談	自由入場	1	1	18
335	6/17	Twist & Twist 計劃 Vol.1- 體熊的粉紅潛規則	Legacy	音樂展演	售票	1	1	110
336	6/17	3D 掃描不求人	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	6
337	6/17-6/18	Taipei Indesign 玩樂文創節	鴻宣時尚娛樂整合行銷	市集	自由入場	2	1	5,000
338	6/17-6/18	三得利歐肯特軒 pop up bar	譜桔	展覽	自由入場	2	1	1,500
339	6/17-7/16	沙伯迪澳 25 週年紀念展	沙伯迪澳國際精品	展覽	自由入場	30	2	5,507
340	6/18	陰陽座 2017 台灣公演（頻伽旋舞美麗島）	Legacy	音樂展演	售票	1	1	500
341	6/19-6/21	2017 鈕扣計畫 - 工作坊	何曉玫 Meimage 舞團	表演	售票	3	1	90
342	6/21	獨角獸計劃 uni.9	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	8
343	6/21	周三朗讀夜 - 愛旅行的人－「同學會」	潘纓花	演講座談	自由入場	1	1	70
344	6/21-6/23	聯馥 2017 食品展	聯馥食品	展覽	邀請函	3	1	1,500
345	6/22-6/23	2017 秋季新品預覽	思琳	記者會	邀請函	2	1	200
346	6/22	良食脈動 1- 課堂外的食材學	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	180
347	6/23	知覺之色「台灣百景的五光與十色」	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	9
348	6/23	字戀講座 4- 給新手的排版入門課	就是字	演講座談	索票	1	1	100
349	6/23-6/24	Anisong World Matsuri-Lantis Party 2017	Legacy	音樂展演	售票	2	2	900
350	6/23-6/25	2017 鈕扣計畫	何曉玫 Meimage 舞團	表演	售票	3	3	605
351	6/24	《當我們同在一起》新書同樂會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	50
352	6/24	雷雕玻璃杯工作坊	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	4
353	6/24	思沙龍 - 電商旋風、物流大河、社會衝擊	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	190
354	6/25	女生而已 分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	33
355	6/25	歸途 - 銀巴士 × 晨曦光廊	Legacy	音樂展演	售票	1	1	200
356	6/25、6/27	打「皂」好時光	小芬姐魔皂甜屋	手作工坊	自由入場	2	2	16
357	6/25-6/27	大同大學媒體設計系期末展	大同大學媒體設計系	展覽	自由入場	3	1	150
358	6/27	100 種東京新書分享暨聊天會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	8
359	6/28	色之力「美好生活的色彩提案」	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	21
360	6/28	周三朗讀夜 - 海明威〈印地安人的營地〉	逗點文創社	演講座談	自由入場	1	1	30

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
361	6/29	表演課呈現 _ 一個人	臺北市影視音實驗教育機構	表演	自由入場	1	1	76
362	6/30	臺大外文系畢業公演《六個尋找作者的劇中人》	臺大外文系系學會	表演	售票	1	4	700
363	6/30	聽覺之色：李明聰從聲音談共感聯覺	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	18
364	6/30	Pleasures 商品發表會	黑可米 -DPT	發表會	自由入場	1	1	150
365	6/30	最後大浪 × 盪在空中	Legacy	音樂展演	售票	1	1	258
366	6/27、6/30	江蘇衛視拍攝《我們相愛吧 3》	鑫茂旅行社	商業拍攝	不對外開放	2	1	50
367	6/30-7/2	中華航空帶爸媽去旅行	璉達	展覽	自由入場	3	2	8,300
368	6/30-7/21	Dulu× 得利塗樂工作室 & 小小小班體驗營	庫瑞整合行銷	體驗活動	自由入場	22	22	1,226
369	7/1-7/10	幸福與感恩的饗宴	花蓮縣立玉東國民中學	展覽	自由入場	10	1	6,000
370	7/1-7/2	2017 Jim Beam Tasting - Event	傳揚行銷廣告	行銷活動	自由入場	2	1	3,700
371	7/1-7/2	第 12 屆金門書展巡迴展 - 第八屆台北書展	萬卷樓圖書	展覽	售票	2	1	1,000
372	7/1-7/2、7/7-7/9、 7/15-7/16、7/22-7/23	北藝大華山學堂 (7 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	9	24	272
373	7/1-7/30	美少女戰士快閃店	光洋波斯特	行銷活動	自由入場	30	1	300,000
374	7/1	Hyukoh 新專輯《23》2017 台灣演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,100
375	7/1	雷切我的最愛	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	1
376	7/1	老諾 × 樂團 首張專輯《清水》講唱會	青鳥書店	音樂展演	索票	1	1	4
377	7/2	落日飛車 Bad Trip 系列最終巡迴台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,160
378	7/2	親子音效製造師	頑書趣工作室	表演	售票	1	1	22
379	7/2	經典新意－如何成就國際品牌？	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	29
380	7/3-7/6	《奇幻旅程》排練	舞鈴劇場	藝文活動	不對外開放	4	1	15
381	7/4-7/31	「走自己的路點滴自在」林磐聳六十藝術展	高士畫廊	展覽	自由入場	28	1	15,000
382	7/4	106 年度演藝團隊分級獎助評鑑計畫團隊說明會	國家文化藝術基金會	演講座談	邀請函	1	1	83
383	7/5	Epson BT-300 新品發表會	世紀奧美公關台灣分公司	記者會	邀請函	1	1	60
384	7/5	Design Table vol.1	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	25
385	7/5	光與影的故事	頑書趣工作室	表演	售票	1	1	11
386	7/5	周三朗讀夜 - 走路。在山野在部落。一個人	晨星出版	演講座談	自由入場	1	1	50
387	7/5	蚵寮精神：蚵子寮漁村紀事－導演座談會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	27
388	7/6	大團誕生（開發場 5）	Legacy	音樂展演	售票	1	1	86
389	7/7	Dinoplatz 恐龍唇彩發佈派對	鑫誥國際	記者會	邀請函	1	1	350
390	7/7	一起喝咖啡的好朋友 #3 - Coffee Workshop	FabCafe	體驗活動	自由入場	1	1	5
391	7/7	膝關節 - 當好萊塢動作英雄遇上爛出口碑的國片	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	27
392	7/7-7/9	《Who's Lab》實驗狂想曲	虎劇團	表演	售票	3	4	371
393	7/7-7/9	格蘭利威 初衷再獻	映珮整合行銷	發表會	自由入場	3	1	1,139
394	7/7-7/9	向最初的自己致敬 -2017 舒米恩個人演唱會	Legacy	音樂展演	售票	3	3	1,600
395	7/8	七七抗戰嘉年華	松濤社	藝文活動	自由入場	1	1	800
396	7/8	思沙龍 - 對中國四十年政治轉型的反思	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	250
397	7/9	科學史沙龍 - 尋找太平洋裡的女人島與金銀島	臺大科學教育發展中心	演講座談	索票	1	1	80
398	7/11	AM 創意記者會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	15
399	7/12	得利塗料 十載精彩之經銷商研討會	台灣阿克蘇諾貝爾塗料	演講座談	不對外開放	1	1	45
400	7/12	周照棠《Here, Hear》沒有巡迴只有這一場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	274
401	7/12	周三朗讀夜 - 走唱台北城	拾樂文化	演講座談	自由入場	1	1	40
402	7/13	薪傳	松山高中松霖康輔社	聯誼活動	不對外開放	1	1	20
403	7/14	陳昇 2017 國語專輯《歸鄉》演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	658
404	7/14	動態視覺設計坊 Vol.2	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	17
405	7/14	字戀講座 5- 古騰堡的修羅場	就是字	演講座談	索票	1	1	160
406	7/14	讀書共和國《斯里蘭卡》新書分享會	青鳥書店	記者會	索票	1	1	40
407	7/14-7/15	華山親子表藝節－爺爺的皮箱	頑書趣工作室	表演	售票	2	3	312
408	7/15-7/16	KIRIN 午後紅茶巡迴試飲活動	品牌配方	市集	自由入場	2	1	6,500
409	7/15	衝啊！想像力！	PHi 表演工作室	表演	售票	1	1	23
410	7/15	3D 掃描不求人	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	1
411	7/15	簡報小聚－喚醒你的職場影響力	遠流出版	演講座談	售票	1	1	200
412	7/15	漫畫界的紀錄片：從《工廠》看紀錄漫畫	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	6
413	7/16	樂來樂好玩！	PHi 表演工作室	表演	售票	1	1	50
414	7/16	兒童「閱」給孩子講本英文繪本吧！	東華大學藝文中心	表演	售票	1	1	36

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
415	7/16	最狂傳說 _ 電競辦桌	純粹設計	聯誼活動	售票	1	1	100
416	7/16	That's My Shhh 2	Legacy	音樂展演	售票	1	1	878
417	7/17	星巴克咖啡旅程特展展前記者會	統一星巴克	記者會	自由入場	1	1	80
418	7/18	OPEN ！家族演出排練	精靈劇團	藝文活動	售票	1	1	15
419	7/18-8/27	星巴克咖啡旅程特展	統一星巴克	展覽	自由入場	41	2	130,000
420	7/19-7/21	台灣吧新媒體教育營 七月場次	台灣各種吧	演講座談	售票	3	1	100
421	7/19	VOLVO 新車發表會	品元創意	發表會	自由入場	1	1	200
422	7/19	拼貼我的狗寶貝	Monbonbon	手工作坊	自由入場	1	1	3
423	7/19	募耕活喝茶體驗活動	嵐光	體驗活動	自由入場	1	1	50
424	7/19	周三朗讀夜 - 錯譯半世紀的經典—嘯風山莊	遠流出版	演講座談	自由入場	1	1	40
425	7/20	While she sleeps 2017 亞洲巡迴台灣演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	800
426	7/20-7/22	Georg Jensen 朵蘭 50 經典回顧	樺舍公關	記者會	邀請函	3	1	2,700
427	7/21	阿飛西雅《知覺的礁岩》發片場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	547
428	7/21	Creative Mornings 七月主題：平等	Impact Hub Taipei	演講座談	索票	1	1	70
429	7/21	手機連載漫畫當道！《北投女巫》創作分享	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	11
430	7/21-7/23	華山親子表藝節—衝吧！迪佛瑞	PHi 表演工作室	表演	售票	3	5	372
431	7/21-7/25	第一屆「Design For Taiwan」設計展	飛捷文教基金會	展覽	自由入場	5	1	3,200
432	7/22	海爾兄弟新專輯 Black Cab Tour 台北站	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,152
433	7/22	雷雕玻璃杯工作坊	FabCafe	手工作坊	售票	1	1	6
434	7/22	思沙龍 - 藏在文化變遷後面的金融邏輯	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	210
435	7/22-7/23	三得利 微醉試飲活動	雪瓦設計	發表會	自由入場	2	1	6,000
436	7/23	兒童「樂」給孩子聽爵士樂吧！	東華大學藝文中心	表演	售票	1	1	61
437	7/23	Faye 新專輯《小太空》2017 世界巡演台北站	Legacy	音樂展演	售票	1	1	566
438	7/23	夏日單車圖像小說慶典—環法終點賽之夜	大辣出版	演講座談	自由入場	1	1	60
439	7/24	文化科技論壇	工業技術研究院	演講座談	索票	1	1	200
440	7/24	「十八歲的末日狂歡」講座	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	39
441	7/25	良食脈動 2：透視食品加工智慧	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	190
442	7/25-9/17	上帝的建築師：高第誕生 165 年大展	時藝多媒體	展覽	售票	55	3	46,865
443	7/26	全球新創 Home 趴日	工業技術研究院	記者會	不對外開放	1	1	80
444	7/26	愛在刻骨銘心時 -Rhye 台北演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,000
445	7/26	Design Table vol.3	FabCafe	手工作坊	售票	1	1	30
446	7/26	周三朗讀夜 - 夜讀海明威〈在異鄉〉	逗點文創社	演講座談	自由入場	1	1	20
447	7/27	眼鏡講座	黑可米 -DPT	演講座談	索票	1	1	43
448	7/27	科學不簡單：是誰偷走了蜥蜴的尾巴？	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	140
449	7/28	夏日嘉年華 - 親子音樂饗宴	Monbonbon	音樂展演	自由入場	1	1	9
450	7/28	馬頰 2017「孤陋寡聞」臺灣巡迴演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,100
451	7/28	獨角獸自由講堂 / 唯企劃、編輯得以存活	獨角獸工作室	演講座談	售票	1	1	180
452	7/28	如何測量一本書？多元共創合理書市記者會	青鳥書店	記者會	索票	1	1	20
453	7/29	2017 104 Hackathon	一零四資訊科技	競賽	邀請函	1	1	150
454	7/29	動態視覺設計坊 Vol.3	FabCafe	手工作坊	售票	1	1	10
455	7/29	親子表藝節—《乖乖，聽故事》	東華大學藝文中心	表演	售票	1	2	364
456	7/29-7/30	Culture & Coffee Festival in Taipei	富錦樹文創科技	市集	售票	2	1	2,160
457	7/29-8/5	《一家之魂》技術排練	台南人劇團	藝文活動	不對外開放	8	2	100
458	7/31	Swarovski FW17 新品發表記者會	施華洛世奇台灣分公司	展覽	邀請函	1	1	200
459	7/31	CK 珠寶與錶 2017 產品發表會	正好	記者會	不對外開放	1	1	200
460	8/1	Legacy presents【來客喜冰菓室】	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,300
461	8/1-8/2	文化部出版與影視跨產業媒合會	中視	演講座談	邀請函	2	1	100
462	8/1-8/31	boost 期間快閃店	亞緻餐飲	行銷活動	自由入場	31	1	2,640
463	8/1-8/31	卡莉怪妞作品展	吉本興業	展覽	售票	31	1	6,213
464	8/2	GU 2017 秋冬媒體記者會	台灣極優	發表會	不對外開放	1	1	250
465	8/2	Legacy presents【來客喜冰菓室】	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,230
466	8/2	主題分享會 / Design Table vol.3	FabCafe	演講座談	售票	1	1	30
467	8/3	開啟好書的第二人生：來跟阿苗換書吧！	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	16
468	8/3	五五身《再一次雄性浪漫》專輯首發場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,200
469	8/3、8/25	晨思俱樂部 Founders Corner	台灣文創發展公司	演講座談	不對外開放	2	2	25

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
470	8/4	華山親子表藝節工作坊 - 寶寶與劇場的最初相遇	兩兩製造聚團	表演	售票	1	1	8
471	8/4	勇闖安古蘭 -Taiwan ComiX 與他的快樂夥伴	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	10
472	8/4	Workshop / 一起喝咖啡的好朋友 #4	FabCafe	體驗活動	自由入場	1	1	20
473	8/4-8/13	可口可樂暢玩 VR 瘋狂一夏	暹羅娛樂	發表會	自由入場	10	2	2,000
474	8/4-8/6	華山親子表藝節—《我們需要一朵花》	兩兩製造聚團	表演	售票	3	8	270
475	8/4-8/7	2017 萬代玩具展	傳揚行銷廣告	展覽	售票	4	1	20,000
476	8/5	手工拖鞋製作	愛花製作所	手作坊	自由入場	1	1	2
477	8/5	品牌與街區營造的實踐	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	23
478	8/5	小男孩樂園 向歌迷致敬演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,000
479	8/5	FabClass / 雷切我的最愛	FabCafe	手作坊	售票	1	1	12
480	8/5	主題分享會 / 未來學 vol.1	FabCafe	演講座談	售票	1	1	3
481	8/6	106 年度電視節目劇本創作獎促推技巧交流會	太乙廣告	演講座談	邀請函	1	1	37
482	8/6	106 年第二次 Retina_Club 學術演講活動	中華民國視網膜醫學會	演講座談	邀請函	1	1	100
483	8/6	島嶼通信——〈生產到消費的刊物連結〉	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	47
484	8/6	山海屯音樂節 2017	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,500
485	8/7	Happy Father's Day- 親手種植給爸爸的器皿	Mon bon bon	手作坊	自由入場	1	1	25
486	8/8	「學華語，遊臺灣」啟動記者會	中衛發展中心	記者會	邀請函	1	1	120
487	8/9	獨角獸自由講堂「提案力的時代」加贈場	獨角獸工作室	演講座談	售票	1	1	50
488	8/10	第七屆 BenQc 華文世界電影小說獎頒獎典禮	明基友達文教基金會	頒獎典禮	邀請函	1	1	50
489	8/10	大團誕生（開發場 6）	Legacy	音樂展演	售票	1	1	300
490	8/11	歐洲漫畫進軍台灣 雙總對談 - 夏日車魂 vs 無知者	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	3
491	8/11	孔雀眼《迷戀 Addict》專輯發佈演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	324
492	8/11-8/13	沐春堂 2017 年 8 月拍賣會	沐春堂拍賣	拍賣	邀請函	3	1	400
493	8/11-8/13	《卡米地好事派 - 不停止的戰鬥》	卡米地劇團	表演	售票	3	3	221
494	8/12-8/13、8/19-8/20、8/26-8/27	北藝大華山學堂 (8 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	6	10	111
495	8/12	1930 德國時光旅行 - 《我戴著黃星星》	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	5
496	8/12	譯者分享會						
496	8/12	Voyager 3. 邊境漂流台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	600
497	8/12	Workshop / 動態視覺設計坊 Vol.4	FabCafe	手作坊	售票	1	1	4
498	8/12	Workshop / 舊電器造聲運動工作坊	FabCafe	手作坊	售票	1	1	5
499	8/13	端傳媒講座	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	25
500	8/13	2017 都市女聲 - 小球（莊鵬瑛）	Legacy	音樂展演	售票	1	1	480
501	8/14	科學不簡單講座 - 老化的簡單與不簡單	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	140
502	8/15	求是論壇：從居住正義到世代正義的思辨	政治大學社會實踐辦公室	演講座談	自由入場	1	1	50
503	8/15	DR.WU 杏仁酸煥膚系列新品記者會	泰勒整合行銷	記者會	邀請函	1	1	169
504	8/15	Lany 2017 Live in Taipei	Legacy	音樂展演	售票	1	1	500
505	8/16	周三朗讀夜 - 《飛航解密》新書分享會	遠流出版	演講座談	自由入場	1	1	100
506	8/16	FabClass / 我的表情印章	FabCafe	手作坊	售票	1	1	1
507	8/16	主題分享會 / Design Table vol.4	FabCafe	演講座談	售票	1	1	10
508	8/18	Creative Mornings 八月主題：天才	Impact Hub Taipei	演講座談	索票	1	1	30
509	8/18	字戀講座 6- 字型決斷力從認識內建字型開始	就是字	演講座談	索票	1	1	150
510	8/18	親子音樂饗宴：Music Together in summer	Mon bon bon	音樂展演	自由入場	1	1	21
511	8/18	公益講座美感教育場	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	39
512	8/18	2017 八三天生日趴趴巡迴演唱會台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	2,100
513	8/18-8/20	SONY 電玩嘉年華	光洋波斯特	展覽	售票	3	1	6,100
514	8/19	PChome24h 購物 2017 夏日零食同樂會	網路家庭國際資訊	市集	自由入場	1	1	2,000
515	8/19	讀書的魅力 - 詹宏志 × 詹偉雄 × 李明璁 第一場	新經典文化	演講座談	索票	1	1	280
516	8/19	突破論壇 - 重啟偏鄉活力的新世代	長風文教基金會	演講座談	索票	1	1	130
517	8/19	手工拖鞋製作	愛花製作所	手作坊	自由入場	1	1	1
518	8/19	皮件 DIY 互動講座與課程	阿瘦皮鞋	手作坊	自由入場	1	1	8
519	8/19	2017 八三天生日趴趴巡迴演唱會台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	2,100
520	8/19	FabClass / 3D 掃描不求人	FabCafe	手作坊	售票	1	1	2
521	8/19	FabClass / 雷雕玻璃杯工作坊	FabCafe	手作坊	售票	1	1	3
522	8/20	舊電器造聲運動	FabCafe Taipei	演講座談	售票	1	1	7

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
523	8/20	皮件 DIY 互動講座與課程	阿瘦皮鞋	手工坊	自由入場	1	1	4
524	8/20	《結痂》— 追奇新書分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	37
525	8/20	2017 八天生日趴趴巡迴演唱會台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	2,000
526	8/20、8/21、8/23-8/24、8/27、8/29-8/30	《我的媽媽是 Eny》排練	安徒生和莫札特的創意劇場	藝文活動	不對外開放	7	1	108
527	8/20、8/27、9/10	YAHOO TV 夢想超展開	肯果行銷	音樂展演	自由入場	3	3	4,000
528	8/21-8/23	台灣吧新媒體教育營 八月場次	台灣各種吧	演講座談	售票	3	3	100
529	8/22	2017 四區料理競賽記者會	安益國際	記者會	不對外開放	1	1	60
530	8/24-8/26	2017 台北藝穗節榮耀再現《七種靜默：忿怒》、《冥王星》	台北市文化基金會	表演	售票	3	4	374
531	8/24-8/27	Mercci22-Love is everything+17AW 發表會	早澄國際	記者會	自由入場	4	1	2,000
532	8/24-9/3	IKEA「不只是客廳」生活展	宜家家居	展覽	自由入場	11	2	10,697
533	8/25	潘美辰 2017 鼓動風潮傳奇再現	Legacy	音樂展演	售票	1	1	338
534	8/26	光泉冷泡茶戶外派樣活動	傳揚行銷廣告	發表會	自由入場	1	1	1,150
535	8/26	亞熱戰士 - 國際特技派對	高子昕	表演	售票	1	1	450
536	8/26	玩弦四度台灣老宅采風作曲發表會	玩弦四度	表演	售票	1	1	22
537	8/26	手工拖鞋製作	愛花製作所	手工坊	自由入場	1	1	1
538	8/26	皮件 DIY 互動講座與課程	阿瘦皮鞋	手工坊	自由入場	1	1	12
539	8/26	CNEX 影展選片指南	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	13
540	8/26	Miu× 鐵三角 Bla Bla Concert	Legacy	音樂展演	售票	1	1	650
541	8/26	FabClass / 雷雕玻璃杯工作坊	FabCafe	手工坊	售票	1	1	10
542	8/27	皮件 DIY 互動講座與課程	阿瘦皮鞋	手工坊	自由入場	1	1	1
543	8/27	柯泱薰 2017 Don't Make A Sound 台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	334
544	8/28	《徵婚啟事》排練	果陀劇場	藝文活動	不對外開放	1	1	20
545	8/29	良食脈動 3- 食品加工給美味更多空間	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	170
546	8/29	Like a Pro 玩強 扯鈴電音派對	Legacy	音樂展演	售票	1	1	308
547	8/29	FabClass / YouFab Kick off	FabCafe	手工坊	售票	1	1	26
548	8/30	周三朗讀夜 - 夜讀《便利店人間》	逗點文創社	演講座談	自由入場	1	1	20
549	9/1	沃草講座 - 倫理學與哲學普及	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	18
550	9/1	脫拉庫 Tolaku 兼差 live	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,100
551	9/1	一起喝咖啡的好朋友 #5	FabCafe	體驗活動	自由入場	1	1	10
552	9/1	GPS 城市地圖冒險	FabCafe	手工坊	售票	1	1	6
553	9/1-9/30	卡莉怪妞作品展	吉本興業	展覽	售票	30	1	3,373
554	9/1-9/30	愛花手工製作	愛花製作所	手工坊	自由入場	30	1	14
555	9/2	《武田 Takeda》2017 糖尿病醫學研討會	愛普整合行銷	演講座談	不對外開放	1	1	65
556	9/2	風格小店講座 - 打造一家風格小店的裝潢術	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	20
557	9/2	李雨《魚里言吾》咖啡廳快閃巡迴	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	20
558	9/2	nano 5th Anniversary Tour	Legacy	音樂展演	售票	1	1	400
559	9/2	雷切我的最愛	FabCafe	手工坊	售票	1	1	4
560	9/2、3、10、16、17、23、24、30	打卡送氣球活動	小日子	行銷活動	自由入場	8	8	1,600
561	9/2-3、9-10、15-17、22-24、9/29	北藝大華山學堂 (9 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	11	23	318
562	9/2-9/3	第四屆小王子愛塗鴉 - 王子的奇幻旅程	味王	展覽	自由入場	2	1	6,000
563	9/3	《Bean 豆》	咻樂風	表演	售票	1	2	172
564	9/3	我的心。遺留在瀨戶內 - 講座	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	11
565	9/4	周三朗讀夜 - 活用《論語》寫出發光的人生	遠流出版	演講座談	自由入場	1	1	13
566	9/4-9/8	Neutral Mask & Greek Tragedy 工作坊	好風光創意執行	進修研習	不對外開放	5	1	145
567	9/5	蘇格登 41 年原酒晚宴	仲誼公關	聯誼活動	邀請函	1	1	80
568	9/6	周三朗讀夜 - 《老雜時代》新書分享會	遠流出版	演講座談	自由入場	1	1	30
569	9/6	怪房子俱樂部 - 對談分享講座 第一場	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	36
570	9/6	黎可辰《遊》專輯首唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	120
571	9/6	Design Table vol.4- 思辨設計與架空世界觀建立	FabCafe	手工坊	售票	1	1	23
572	9/7	Jordan Workshop	旺合企業	發表會	邀請函	1	1	70
573	9/7	大團誕生 (開發場 7)	Legacy	音樂展演	售票	1	1	250

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
574	9/8	馮翊綱《影劇六村有鬼》新書分享會	青鳥文化制作	記者會	索票	1	1	230
575	9/8	沃草講座 - 我如何靠哲學過活？	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	27
576	9/8	Standing Egg 1st Live In Taiwan 2017	Legacy	音樂展演	售票	1	1	800
577	9/9	2017 Pixnet Hackathon	優像數位媒體科技	競賽	不對外開放	1	1	155
578	9/9	夏恩英語嘉年華	亞世廣告	市集	自由入場	1	1	5,000
579	9/9	版印明信片體驗	岩筆模	手工坊	自由入場	1	1	25
580	9/9	馮翊綱《影劇六村有鬼》新書分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	363
581	9/9	Bolbbalgan4 1st Concert in Taipei	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,800
582	9/9-9/10	美力高校	台灣碩思集	記者會	自由入場	2	1	2,400
583	9/10	「從版印到繪本」- 藝術家講座 周見信	岩筆模	演講座談	自由入場	1	1	17
584	9/10	怪房子俱樂部 - 對談分享講座 第二場	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	20
585	9/10	Kiramune Joint Concert " VERSUS " 午場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	450
586	9/10	Kiramune Joint Concert " VERSUS " 晚場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	450
587	9/11-9/14、9/18-9/21、9/25-9/28、10/2-10/5、10/9-10/12、10/16-10/19、10/23-10/26	2018 《潮》加拿大巡演排練	無垢舞蹈劇場	藝文活動	不對外開放	28	2	480
588	9/11-9/30	茶裏王裝置物展示	萬瑞廣告	展覽	自由入場	20	1	12,000
589	9/13	周三朗讀夜 - 《老子》的智慧秘笈	遠流出版	演講座談	自由入場	1	1	15
590	9/13	教育之後：談後世代未來學習的可能性	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	45
591	9/14	Lululemon 服飾商品	黑可米 -DPT	發表會	自由入場	1	1	50
592	9/14	周保松—小王子的領悟	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	36
593	9/14-9/17	雀巢多趣酷思膠囊咖啡 - 創意體驗館	自然思考創意設計	展覽	自由入場	4	1	2,000
594	9/14-9/17	原創中文音樂劇《你的側臉》	臺師大表演藝術研究所所學會	表演	售票	4	6	747
595	9/15	Swatch × You 新品上市記者會	泰樂整合行銷	記者會	不對外開放	1	1	111
596	9/15	Creative Mornings 九月主題：同理心	Impact Hub Taipei	演講座談	索票	1	1	50
597	9/15	字戀講座 7- 沒有排版基礎要怎麼 Freestyle	就是字	演講座談	索票	1	1	160
598	9/15	東南亞文化講座 - 東南亞生活的記憶拼圖	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	9
599	9/15	Twist & Twist 計劃 Vol.2- 難聽改編大賞	Legacy	音樂展演	售票	1	1	50
600	9/15-9/17	2017 台啤酒研所	十二點原生概念	展覽	自由入場	3	1	4,000
601	9/16-9/17	2017 Taipei Bar Show	舍計傢創意空間	展覽	售票	2	1	2,000
602	9/16-9/17	adidas Originals 三片葉潮流樂園	伊萊創意	展覽	自由入場	2	1	10,000
603	9/16-9/30	Film House touring						
603	9/16-9/30	銀黏土金工創作	GIFTIE 甜心禮物	手工坊	自由入場	15	1	8
604	9/16	可樂果返笑運動	歐普斯國際娛樂	體驗活動	自由入場	1	1	700
605	9/16	MBmore 限量版畫鋪講座 - 歐洲雕金應用	岩筆模	演講座談	自由入場	1	1	17
606	9/16	動態視覺設計坊 - Zoetrope 旋轉動畫之夜	FabCafe	手工坊	售票	1	1	5
607	9/16	3D 掃描不求人	FabCafe	手工坊	售票	1	1	2
608	9/17	算你好姻緣 愛分享園遊會	魁鉞運星文創	記者會	自由入場	1	1	150
609	9/17	MBmore 限量版畫鋪 - 報紙轉印平版工作坊	岩筆模	手工坊	自由入場	1	1	3
610	9/17	尋找・天外天紀錄片 - 放映暨座談會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	45
611	9/17	沃草 2017 哲哲學第一屆年會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	150
612	9/17	BC 聯合音樂大會師	Legacy	音樂展演	售票	1	1	250
613	9/18	Corum Bubble Event	人方策略整合行銷	記者會	邀請函	1	1	200
614	9/18	良食脈動 4- 透明解析 食品標示密碼	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	200
615	9/19	SONY 1000× 發表會	樺群國際	記者會	邀請函	1	1	100
616	9/19	願景工程 - 公民沙龍 - 謝楨青年	聯合報	演講座談	售票	1	1	250
617	9/19-12/31	Sony Store 華山廳 & Sony Audio Shop	台灣索尼	展覽	自由入場	104	4	24,764
618	9/20	香奈兒貴賓活動	仲誼公關	聯誼活動	不對外開放	1	1	200
619	9/20	106 年臺東縣有機農業產銷通路媒合會	中衛發展中心	發表會	邀請函	1	1	250
620	9/20	周三朗讀夜 - 談《六祖壇經》的圓融智慧	遠流出版	演講座談	自由入場	1	1	20
621	9/20	香奈兒快閃店開幕活動	Legacy	音樂展演	售票	1	1	400
622	9/21	PUREi9 Taiwan Launch Event	雙向明思力公關	記者會	邀請函	1	1	100
623	9/21	獨角獸自由講堂 vol.2- 城市設計 更好的明天	獨角獸工作室	演講座談	售票	1	1	80
624	9/22	妮維雅包場活動	富錦樹	行銷活動	不對外開放	1	1	100

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
625	9/22	東南亞文化講座 - 城市裡的從我到我們	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	3
626	9/22-9/23	卡米地喜劇俱樂部 - 《外星人卡好》	卡米地劇團	表演	售票	2	2	207
627	9/23	Dcard 草地野餐日	狄卡科技	市集	自由入場	1	1	1,500
628	9/23	雪碧透心涼城市貨櫃爭霸賽	展逸國際行銷	競賽	自由入場	1	1	3,000
629	9/23	MBmore 畫舖講座：利樂包凹版工作坊	岩筆模	演講座談	自由入場	1	1	3
630	9/23	一個人的京都秋季遊 演講會 - 柏井壽、李清志	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	260
631	9/23	第九屆「正宗」華語金曲之夜 台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	600
632	9/24	閨蜜下午茶市集	儂儂雜誌社	市集	自由入場	1	1	3,000
633	9/24	愛播講堂 - 瘋。狂講座 - 王偉忠 vs 張大春	中華音樂人交流協會	演講座談	售票	1	1	195
634	9/24	科學不簡單 - 太空的承諾	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	150
635	9/24	MBmore 限量版畫舖 - 型紙孔版布袋工作坊	岩筆模	手工作坊	自由入場	1	1	2
636	9/24	慕尼黑啤酒節	TRIO	行銷活動	自由入場	1	1	80
637	9/24、9/29、10/1	《破 月》彩排	世紀當代舞團	藝文活動	不對外開放	3	3	60
638	9/25	Steve Aoki Dim Mark Party	黑可米 -DPT	演講座談	索票	1	1	300
639	9/26	呂 Ryo 朴信惠來台全產品發表會	布爾喬雅公關	記者會	邀請函	1	1	150
640	9/26	第八屆金音創作獎入圍公布記者會	新視紀整合行銷傳播	記者會	邀請函	1	1	60
641	9/26-9/28	Momo 電視台「鑽石會員感恩見面會」	FabCafe	會議	不對外開放	1	1	70
642	9/28	版印藏書票體驗	岩筆模	手工作坊	自由入場	1	1	1
643	9/28	GQ Style × DPT "Taipei Uomo"	黑可米 -DPT	演講座談	索票	1	1	50
644	9/28-10/10	20 週年慶活動 _ 卻除弱冠	富邦藝術基金會	展覽	自由入場	13	2	11,000
645	9/28-9/30	第五屆華文朗讀節	台灣文創發展基金會	展覽	售票	3	1	10,000
646	9/29	日妍 MINON 新品上市記者會	泰樂整合行銷	記者會	邀請函	1	1	100
647	9/29	版印明信片體驗	岩筆模	手工作坊	自由入場	1	1	7
648	9/29	朗讀宴 × 高翊峰	好樣思維	演講座談	自由入場	1	1	27
649	9/29	「音樂紀錄、書寫與雜誌」講座	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	31
650	9/29	2017 都市女聲 - 許茹芸	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,100
651	9/30	復刻台菜辦桌喜宴	美食家的自學之路	聯誼活動	不對外開放	1	1	300
652	9/30	版印藏書票體驗	岩筆模	手工作坊	自由入場	1	1	8
653	9/30	2017 都市女聲 - 江美琪	Legacy	音樂展演	售票	1	1	550
654	9/30、10/1	沖繩度假婚禮展	沖繩觀光會議局台北事務所	展覽	自由入場	2	2	3,600
655	10/1	Panasonic 料理烘焙大賽	華得廣告	競賽	自由入場	1	1	2,200
656	10/1	朗讀宴 × 吳東龍	好樣思維	演講座談	自由入場	1	1	29
657	10/1	朗讀宴 × 高翊峰	好樣思維	演講座談	自由入場	1	1	23
658	10/1	2017 華文朗讀節：聽說好味道	台灣文創發展基金會	演講座談	售票	1	1	4,000
659	10/1	劉碧旭 - 版畫的價值與趣味	岩筆模	演講座談	自由入場	1	1	15
660	10/1	版印藏書票體驗 - 圓盤機	岩筆模	手工作坊	自由入場	1	1	8
661	10/1	想想當初吧 - 怕胖團 10 年紀錄	Legacy	音樂展演	售票	1	1	800
662	10/1、10/6、10/13-10/15、10/20-10/22、10/27-10/29	北藝大華山學堂 (10 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	11	26	390
663	10/2	Xperia XA1 Plus 上市記者會	利眾公關	記者會	邀請函	1	1	60
664	10/2	《我在故宮修文物》見面會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	12
665	10/2-10/11	Honda Fit 快閃店	光洋波斯特	展覽	自由入場	10	1	1,600
666	10/3	朱惠良 × 《我在故宮修文物》導演 蕭寒	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	48
667	10/4	中秋佳節花甲繁星鄉鄰民大會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	250
668	10/5	《成材的木，成器的人》新書分享會	行人	演講座談	自由入場	1	1	90
669	10/6	星夢想象園工程計畫十周年紀念畫展	頤德國際	展覽	自由入場	1	1	60
670	10/6	陳零九 2017【敢不敢】演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	520
671	10/6	一起喝咖啡的好朋友	FabCafe	體驗活動	售票	1	1	8
672	10/6-10/10	星夢想象園工程計畫十周年紀念畫展	頤德國際	展覽	自由入場	5	1	1,400
673	10/7	《微婚啟事》排練	果陀劇場	藝文活動	不對外開放	1	1	20
674	10/7	日本岡山旅遊計畫暨攝影比賽頒獎典禮	魔力貝蒂	記者會	自由入場	1	1	100
675	10/7	版印明信片體驗	岩筆模	手工作坊	自由入場	1	1	17
676	10/7	2017 都市女聲 - 陳珊妮	Legacy	音樂展演	售票	1	1	860
677	10/7	Fab Class 雷切我的最愛	FabCafe	手工作坊	售票	1	1	4
678	10/7	任明信《澤下之雷》閱讀分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	61

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
679	10/7-10/10	天滿天神梅酒祭	小器生活創意	市集	自由入場	4	1	4,000
680	10/7-10/10	2017 台北國際玩具創作大展	台北怪獸	展覽	售票	4	1	20,000
681	10/8	《光天化日》演出	木樓合唱團	表演	售票	1	1	186
682	10/8	版印明信片體驗	岩筆模	手作坊工	自由入場	1	1	43
683	10/8-10/9	玩具展	吉本興業	展覽	售票	2	2	2,000
684	10/9	施柏聖醫師 BPR 課程	台灣牙易通	演講座談	不對外開放	1	1	80
685	10/9	版印明信片體驗	岩筆模	手作坊工	自由入場	1	1	19
686	10/11	周三朗讀夜 - 其實是看女神之夜	一人出版社	演講座談	自由入場	1	1	85
687	10/11	大叔學	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	200
688	10/12	願景工程 - 公民沙龍 - 水汙染	聯合報	演講座談	售票	1	1	107
689	10/12	設計發浪 品牌分享講座	Kamaroan	演講座談	自由入場	1	1	25
690	10/12	大團誕生 (開發場 8)	Legacy	音樂展演	售票	1	1	180
691	10/12-10/15	INAX- 裝置藝術展示活動	安可整合行銷	展覽	自由入場	4	1	200
692	10/12-10/17	水水市集 快閃店	水水市集	市集	自由入場	6	1	1,800
693	10/13	Tan May 新品發表會	昱晨貿易	發表會	邀請函	1	1	200
694	10/13	字戀講座 8- 歡迎參觀金萱的內文農場	就是字	演講座談	索票	1	1	80
695	10/13	2017 都市女聲 -Wednesday Campanella	Legacy	音樂展演	售票	1	1	330
696	10/13-10/15	《黑夜之後》演出	狂想劇場	表演	售票	3	4	166
697	10/13-10/15	沖繩祭 遇見沖繩	沖繩觀光會議局	展覽	自由入場	3	1	12,029
698	10/14	2017 世界安寧日 安寧影 / 書展	中華民國 (台灣) 安寧照顧基	展覽	自由入場	1	1	2,000
699	10/14	高原騎士維京女武神派對	奇邑活動行銷	記者會	邀請函	1	1	300
700	10/14	思沙龍 - 資源耗盡，終極抉擇是什麼？	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	180
701	10/14	PiA「喂，你在幹嘛？」生日演唱會 - 台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	330
702	10/14	Fab Class 我的表情印章	FabCafe	手工作坊	售票	1	1	1
703	10/14	方巾印花工作坊	FabCafe	手工作坊	售票	1	1	4
704	10/14-10/15	秋藝濃文創市集	台藝大藝文產業創新育成中心	市集	自由入場	2	1	1,000
705	10/14-15	Legend Agape 2018 SS 聯合品牌新品發表會	錡沛銀飾精品	發表會	自由入場	2	1	600
706	10/15	TEDxTaipei 2017: Reality, Augmented	台灣共創點協會	展覽	售票	1	1	800
707	10/15	台北驕傲日	Legacy	音樂展演	售票	1	1	300
708	10/15-10/30	我有我的罷免權 - 反霸凌聲援計畫	兒福聯盟	公益活動	自由入場	16	1	2,000
709	10/17	我有我的罷免權 - 反霸凌聲援計畫記者會	兒福聯盟	公益活動	自由入場	1	1	80
710	10/17	Facebook Made by 座談會	品酷廣告	演講座談	邀請函	1	1	192
711	10/17	讀書的魅力系列講座 #2- 身體與讀書 (上)	新經典文化	演講座談	索票	1	1	140
712	10/18	「本事現場 13」幸運女孩 Fazerdaze	Legacy	音樂展演	售票	1	1	300
713	10/18-12/10	勇利 !!! on Museum 展	吉本興業	展覽	售票	54	3	17,600
714	10/19	雜學校 - 有敢擇學記者會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	50
715	10/19	PLEN2 機器人工作坊	FabCafe	手工作坊	售票	1	1	6
716	10/19-10/22	2017 雜學校 - 亞洲最大教育博覽會	奧茲藝術	展覽	索票	4	1	10,000
717	10/20	Creative Mornings 十月主題：先驅	Impact Hub Taipei	演講座談	索票	1	1	60
718	10/20	周三朗讀夜 - 我和我的 T 媽媽	遠流出版	演講座談	自由入場	1	1	30
719	10/20	Kamaroan 對談講座 - 徐歷權 × 李惠貞	Kamaroan	演講座談	自由入場	1	1	25
720	10/20	2017 邱振哲《不見，不散》台北演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	310
721	10/20-10/29	KIRIN 人生的一番榨	奧美行銷	展覽	自由入場	10	1	12,000
722	10/21	Evolving Design 設計的現在進行式	FabCafe	手作坊工	售票	1	1	50
723	10/21	Open Design Day 論壇演講 (拱廳)	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	450
724	10/21-10/22	劇本農場 4 讀劇演出	阮劇團	表演	售票	2	3	205
725	10/21-10/22	未來學 vol.2 - 想法速寫與原型實作	FabCafe	手工作坊	售票	2	2	12
726	10/22	科學史沙龍 - 從認知神經科學談數學學習	臺大科學教育發展中心	演講座談	索票	1	1	80
727	10/24	讀書的魅力系列講座 #3- 身體與讀書 (下)	新經典文化	演講座談	索票	1	1	180
728	10/24-10/25	創造價值未來無限 Future IC 哲師大會	臺北科技大學	演講座談	邀請函	2	1	300
729	10/24-10/26	Suzuki All New Swift 上市發表會	Legacy	音樂展演	售票	1	2	200
730	10/25	周三朗讀夜 - 新創產業如何讀懂 & 運用彼得杜拉克	新經典文化	演講座談	索票	1	1	50
731	10/26	2017 香港週記者會	達豐公關	記者會	邀請函	1	1	100

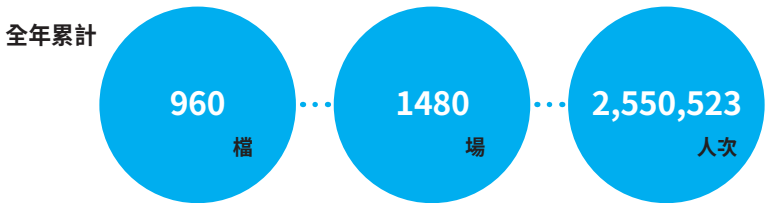
編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
732	10/26	對談講座 - 花東菜市集	Kamaroan	演講座談	自由入場	1	1	25
733	10/26-10/28	《卡米地站立幫之搗蛋鬼有糖吃》	卡米地劇團	表演	售票	3	3	266
734	10/27	台灣普利司通新品發表記者會	雪梵設計	記者會	自由入場	1	1	80
735	10/27	小凱老師彩妝攝影展暨新品上市記者會	金河媒體科技	展覽	自由入場	1	1	120
736	10/27-10/29	台灣普利司通新品發表會	雪梵設計	記者會	自由入場	3	1	1,000
737	10/27-10/30	2017 台北藝術攝影博覽會	台藝連結	展覽	售票	4	1	3,000
738	10/27-10/30	小凱老師彩妝攝影展暨新品上市	金河媒體科技	展覽	自由入場	4	1	5,000
739	10/28	科技大擂台 - 與 AI 對話	科技部	競賽	不對外開放	1	1	160
740	10/28	遠傳 × 兒盟第十一屆棄兒不捨募款活動	遠傳電信	公益活動	自由入場	1	1	1,200
741	10/28	台北市產業發展獎勵補助計畫成果發表會	工業技術研究院	發表會	自由入場	1	1	1,200
742	10/28	七校英研英會萬聖節活動	師大附中英語會話社	聯誼活動	不對外開放	1	1	250
743	10/28	夢 100 兩週年活動	和信超媒體戲谷分公司	聯誼活動	自由入場	1	1	1,000
744	10/28	VIP 風格酒會	吳日云	聯誼活動	自由入場	1	1	25
745	10/28	10 月美好生活講座 - 談文化創意的品牌經營	小日子	演講座談	自由入場	1	1	60
746	10/28	flumpool 2017 第八次巡迴台灣特別場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	700
747	10/28	美之為美，斯惡矣－所謂美、醜，與惡之美學	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	85
748	10/28-10/29	現場廣播劇《早安主婦》演出	臺北海鵬劇場	表演	售票	2	4	677
749	10/28-10/29	一起吃更好吃 五木同學會	漂亮數位	市集	自由入場	2	1	4,000
750	10/29	新好話運動	雅文兒童聽語文教基金會	展覽	自由入場	1	1	1,200
751	10/29	魅麗雜誌 10 週年慶	紫金文化	市集	邀請函	1	1	1,000
752	10/29	2017 麥香超友力擂台賽	十分之一促動行銷	進修研習	邀請函	1	1	620
753	10/29	flumpool 2017 第八次巡迴台灣特別場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	600
754	10/29	仍是異鄉人 - 劍清彈唱會	離線咖啡	音樂展演	自由入場	1	1	100
755	10/29	華語流行音樂育成專案 - 畢書盡簽唱會	五大國際唱片	音樂展演	自由入場	1	1	1,000
756	10/30	良食脈動 5- 青少兒最愛的百變食品	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	110
757	10/30	輪傘草工作坊	Kamaroan	手工作坊	自由入場	1	1	10
758	10/31	大海的相遇——《海。人。魚》導演座談	印花樂藝術設計	演講座談	自由入場	1	1	70
759	11/1	讀書的魅力系列講座 #4- 自由與讀書（上）	新經典文化	演講座談	索票	1	1	170
760	11/1	第五屆雲豹育成決賽	豪覓管理顧問	發表會	邀請函	1	1	180
761	11/1-11/30	2017 星巴克 Christmas Party	統一星巴克	展覽	自由入場	30	2	12,000
762	11/2	華山論健－健康互聯網	癌症關懷基金會	演講座談	邀請函	1	1	400
763	11/2	「漂流遇見你」電影記者會＋攝影開幕酒會	一顆星工作室	演講座談	自由入場	1	1	60
764	11/2	2HRs《永生獸》專輯巡迴 - 台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	200
765	11/2-11/5	RapaQ 一站式創意生活圈 記者會	愛魅客國際	記者會	自由入場	3	1	1,000
766	11/3	亞太兒少網路安全高峰會	iWIN 網路內容防護機構	演講座談	邀請函	1	1	200
767	11/3	小雅的纏繞與手作時光 - 系統式整理	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
768	11/3	小雅的纏繞與手作時光 - 單堂體驗	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
769	11/3	江松霖 - 日日好光景	Legacy	音樂展演	售票	1	1	572
770	11/3	勞工影展 - 漂在台北人	離線咖啡	展覽	自由入場	1	1	40
771	11/3-11/5	《Bon 4 Bon》	長弓舞蹈劇場	表演	售票	3	3	415
772	11/3 - 11/5、11/10 - 11/12、11/17-11/19、11/25-11/26	北藝大華山學堂 (11 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	11	36	441
773	11/4	思沙龍 - 夾在霸權之間，小國怎麼走？	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	190
774	11/4	小雅的纏繞與手作時光 - 系統式整理	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
775	11/4	小雅的纏繞與手作時光 - 單堂體驗	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
776	11/4	2017 都市女聲 - 何欣穗	Legacy	音樂展演	售票	1	1	913
777	11/4-11/5	Maker faire Taipei 2017	太電電業	展覽	自由入場	2	1	54,000
778	11/5	美麗花：煙花單堂體驗	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	5
779	11/5	李明璁 Hello&Goodbye 講座	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	30
780	11/5	大橋三重唱〈Ohashi Trio〉2017 亞洲巡迴	Legacy	音樂展演	售票	1	1	650
781	11/8	Louis Vuitton Gala Dinner	台灣路威	記者會	不對外開放	1	1	350
782	11/8	周三朗讀夜 - 法式輕喜劇之夜	PHi 表演工作室	演講座談	自由入場	1	1	40
783	11/9	NIN- 認識顏色與手繪植物的特色 (蕨類)	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
784	11/9	大團誕生 (開發場 9)	Legacy	音樂展演	售票	1	1	123

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
785	11/9-11/11	「表演藝術華文地區推廣平台」國際論壇	桃園市廣藝基金會	演講座談	邀請函	3	1	50
786	11/9-11/12	【臺灣菸酒。風華百年】精品特展	臺灣菸酒	展覽	售票	4	1	15,000
787	11/10	美妝新品發表會	王牌顧問	發表會	邀請函	1	1	500
788	11/10	美麗花：四季 _ 一期四堂	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
789	11/10	美麗花：四季 _ 一期四堂	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
790	11/10	《亂世傷痕 - 末代總督的秘密》系列講座三	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	9
791	11/10-11/12	邂逅成真計畫 - 耦合世代	人嶼科技藝術	表演	售票	3	5	482
792	11/10-11/12	《卡米地不羈夜之不可能的任性》	卡米地劇團	表演	售票	3	3	507
793	11/10-11/12	金礦咖啡快閃店	布爾喬亞公關	體驗活動	自由入場	3	1	1,500
794	11/10-11/26	亞伯樂品藏絕攝	映珮公關	展覽	自由入場	17	1	8,500
795	11/11	衛生福利部第四屆紫絲帶獎	天啟行銷	公益活動	邀請函	1	1	180
796	11/11	陳繁齊《那些最靠近你的》新書分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	95
797	11/11	Mili 五周年紀念演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	550
798	11/11	the opposite project	FabCafe	手工作坊	售票	1	1	16
799	11/11-11/12	仕高利達快閃酒吧	凱絡媒體	體驗活動	自由入場	2	1	5,000
800	11/12	服務加值再造生活服務業競爭力計畫成果發表會	資訊工業策進會	記者會	自由入場	1	1	700
801	11/12	Dance Your Way 高校街舞嘉年華	Legacy	音樂展演	售票	1	1	600
802	11/12	我的表情印章	FabCafe	手工作坊	售票	1	1	3
803	11/14	2017 Triple 成果發表會	青石創意行銷	記者會	不對外開放	1	1	120
804	11/15	讀書的魅力系列講座 #5- 自由與讀書（下）	新經典文化	演講座談	索票	1	1	180
805	11/15-11/16	第三屆海峽兩岸廣電影視文化展	中華民國廣電製作同業公會	展覽	自由入場	2	1	900
806	11/16	釀電影開幕派對	新銳數位	演講座談	不對外開放	1	1	70
807	11/16	NIN- 認識顏色與手繪植物的特色 (火鶴花)	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
808	11/17	香奈兒貴賓酒會	仲誼公關	展覽	不對外開放	1	1	600
809	11/17	字戀講座 9-2017 值得回顧的字型設計提案	就是字	演講座談	索票	1	1	150
810	11/17	Creative Mornings 十一月主題 - 死亡	Impact Hub Taipei	演講座談	索票	1	1	60
811	11/17	Susan- 彩繪毛筆 & 紙膠帶拼貼	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
812	11/17	Susan- 紙膠帶拼貼 & 筆類運用	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
813	11/17	Right Now!! 宇宙人右腦演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,050
814	11/18	突破論壇 - 第四場	長風文教基金會	演講座談	索票	1	1	120
815	11/18	華南金幸福尚麻吉音樂會	喜思媒體整合行銷	音樂展演	自由入場	1	1	4,000
816	11/18	Susan- 彩繪毛筆 & 紙膠帶拼貼	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
817	11/18	美麗花 - 煙花單堂體驗	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
818	11/18	Right Now!! 宇宙人右腦演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	990
819	11/18-11/19	Pinko 市集	果翼公司台灣分公司	市集	自由入場	2	1	15,000
820	11/19-11/21	生活的藝術 Living the Art	好日子	演講座談	不對外開放	1	3	50
821	11/19	《少了一個螺絲釘的下午》雜耍物件劇場	方式馬戲	表演	售票	1	4	403
822	11/19	台灣攝影師 Charlie Huang 對談品牌 VIP	吳日云	演講座談	自由入場	1	1	20
823	11/21	Ford Escort 新車上市記者會	印鼎公關	記者會	不對外開放	1	1	300
824	11/21	Zenith 錶商記者會	博樂工作室	記者會	邀請函	1	1	60
825	11/22	百鐵摺學——從一片鐵開始發想	FabCafe	演講座談	售票	1	1	23
826	11/23	抽屜 3-Boundaries of Reality 技術排練	張婷婷獨立製作	藝文活動	邀請函	1	1	20
827	11/24	Good Design Award 2017 獲獎作品講評會	禾本應用設計	演講座談	索票	1	1	100
828	11/24	台灣國際黯黑舞蹈藝術節	滅劇場	表演	售票	1	1	8
829	11/24	獨角獸自由講堂 vol.3- 書店之必要，靈感的場所	獨角獸工作室	演講座談	售票	1	1	80
830	11/24	美麗花 - 四季 _ 一期四堂	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	1	1	6
831	11/24	美麗花 - 四季 _ 一期四堂	能藝文具寫字書房	手工作坊	自由入場	4	1	4
832	11/24-11/30	福島，元？日本福島影像紀錄展	Impact Hub Taipei	展覽	自由入場	7	1	6,000
833	11/24-12/3	20 香港遊戲 × 音樂巡禮	香港數碼娛樂協力會	音樂展演	自由入場	10	2	15,500
834	11/25	鍍膜王 _ 勁車展演音樂會	久週	發表會	售票	1	1	300
835	11/25	Panasonic 55 週年廠慶親子烘焙大賽	台灣松下電器公關中心	市集	邀請函	1	1	1,500
836	11/25	台灣國際黯黑舞蹈藝術節	滅劇場	表演	售票	1	1	140
837	11/25	周三朗讀夜 - 繪本作家伊勢英子訪台講座	遠流出版	演講座談	索票	1	1	120
838	11/25	2017 都市女聲 - 戴愛玲	Legacy	音樂展演	售票	1	1	1,000

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
839	11/25-11/26	華山水手手作職人展	水水市集	市集	自由入場	2	1	10,000
840	11/25-11/26	106 年北二區區域教學資源分享整合計畫成果展	臺大北二區教學資源中心	發表會	自由入場	2	1	900
841	11/25-11/26	2017 香港週 - 「音、越、薈」戶外逍遙音樂會	華意堂藝術策劃	音樂展演	自由入場	2	1	20,000
842	11/25-12/3	UP 男人圖書館	康泰納仕綜合媒體	展覽	自由入場	9	2	10,453
843	11/25-26	日本手創職人創藝市集	欣宸國際	市集	自由入場	2	1	10,000
844	11/26	愛播講堂 - 文化與生活 (夏 & 秋●知識饗宴)	中華民國音樂人交流協會	演講座談	售票	1	2	290
845	11/26	6 五 3- 手繪杯墊實作	能藝文具寫字書房	手作工坊	自由入場	1	1	5
846	11/26	6 五 3- 善變的墨筆	能藝文具寫字書房	手作工坊	自由入場	1	1	3
847	11/26	這是一個搖擺爵士趴 What The PA! Vol.6	Legacy	音樂展演	售票	1	1	155
848	11/27	舞者薛喻鮮讀舞記者會	離線咖啡	記者會	不對外開放	1	1	10
849	11/27-11/29	親子劇《小愛的奇幻旅程》排練	一元布偶劇團	藝文活動	不對外開放	3	1	42
850	11/28-12/11	green peace 華山調查展	綠色和平基金會	公益活動	自由入場	14	1	5,000
851	11/28	台日生活產業交流講座	富錦樹文創科技	演講座談	邀請函	1	1	90
852	11/28	106 年客家產業博覽會展前宣傳記者會	安益國際	記者會	邀請函	1	1	160
853	11/28	雜誌公會會員大會	台北市雜誌商業同業公會	演講座談	不對外開放	1	1	100
854	11/29	藝企合作與青年培力	台灣文創發展基金會	演講座談	自由入場	1	1	120
855	11/29-12/3	妙而舒最狂媽咪出道記者會暨活動展示體驗會	品酷廣告	體驗活動	自由入場	5	1	200
856	11/30	Wood Wood Pop Up	黑可米 -DPT	發表會	自由入場	1	1	50
857	12/1	華山論茶	中華民國農民團體幹部聯合訓練協會	頒獎典禮	自由入場	1	1	1,500
858	12/2	Fittest in Taipei	巴克斯	競賽	自由入場	1	1	700
859	12/2	2017「愛・微笑＝雙倍幸福」公益行動	戰國策	公益活動	自由入場	1	1	300
860	12/2	多益英語測驗更新題型體驗活動	忠欣	體驗活動	自由入場	1	1	80
861	12/2	喔熊跳島行 戶外生日趴	傑森全球整合行銷	記者會	自由入場	1	1	2,000
862	12/2	2017 Openbook 好書獎贈獎典禮	獨立出版聯盟	演講座談	自由入場	1	1	280
863	12/3	106 年全國服務學習成果展示暨頒獎典禮	力騁堂整合行銷	頒獎典禮	自由入場	2	1	1,300
864	12/3	青年創業家見習計畫成果發表會	中山管理教育基金會	記者會	自由入場	1	1	350
865	12/4	讀書的魅力系列講座 #6- 命運與讀書（上）	新經典文化	演講座談	索票	1	1	200
866	12/5	第 13 屆文馨獎頒獎典禮	太乙廣告行銷	頒獎典禮	邀請函	1	1	180
867	12/6	《熱帶季風》— 吹動漫畫新浪潮	慢工文化事業	演講座談	自由入場	1	1	50
868	12/9	2017 神腦原鄉踏查記錄片競賽頒獎典禮	神腦科技文教基金會	頒獎典禮	自由入場	1	1	130
869	12/10	106 年青年的海外時代	中華民國全國青年創業總會	聯誼活動	邀請函	1	1	203
870	12/11	讀書的魅力系列講座 #6- 命運與讀書（下）	新經典文化	演講座談	索票	1	1	200
871	12/12	Lift 海外人才歸國橋接方案 乘浪啟航大會師	智策慧行銷顧問	演講座談	不對外開放	1	1	150
872	12/14	洲際酒店集團旗下金普頓飯店正式登台活動	星予國際	記者會	邀請函	1	1	300
873	12/14	2017 發現臺北 - 社區合作實驗基地	臺北市政府社會局	記者會	自由入場	1	1	210
874	12/15	Hoi! 時尚機能布 2018 春夏新品發表會	茂晴	發表會	邀請函	1	1	350
875	12/15	Creative Mornings 十二月主題：脈絡	Impact Hub Taipei	演講座談	索票	1	1	70
876	12/15	字戀講座 10- 如同字型被下載了（不只）兩次	就是字	演講座談	索票	1	1	120
877	12/16	蜷川實花記者會	台北吉本娛樂事業	記者會	邀請函	1	1	50
878	12/16	Scotch 體驗活動	欣凱揚企業	體驗活動	自由入場	1	1	200
879	12/16	人口與未來 - 當街上沒有孩子	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	180
880	12/17	青年海外和平工作團績優團隊表揚大會暨分享會	中華民國全國青年創業總會	展覽	邀請函	1	1	450
881	12/17	ROG × Faker 見面會	肯果行銷	發表會	自由入場	1	1	1,500
882	12/17	科學史沙龍 - 糖尿病藥物的演化與社會	臺大科學教育發展中心	演講座談	索票	1	1	40
883	12/18	富士腳踏車發表會	無象限	記者會	不對外開放	1	1	70
884	12/19	國泰智能投資 _ Demo Day	奧美公關	記者會	邀請函	1	1	80
885	12/20	良食脈動 6- 透視色香味的食品添加物	科學人雜誌	演講座談	索票	1	1	130
886	12/21	Roger Dubuis 新錶上市發表晚宴	湛能文化傳媒	聯誼活動	不對外開放	1	1	64
887	12/22	甲上星星野餐日	奇邑活動行銷	進修研習	不對外開放	1	1	120
888	12/28	許博允新書《境會元勻》發表貴賓記者會	遠流出版	演講座談	自由入場	1	1	200
889	5/8	第二屆 Unilele 烏克麗麗音樂節	臺大烏克麗麗社	音樂展演	自由入場	1	1	1,000
890	9/19	第 14 屆 Keep Walking 夢想資助計畫起跑記者會	聯太國際公關	記者會	邀請函	1	1	80
891	12/1	Susan- 生活素材 & 紙膠帶拼貼	能藝文具寫字書房	手作工坊	自由入場	1	1	6
892	12/1	Susan- 紙膠帶拼貼 & 彩繪筆暈染	能藝文具寫字書房	手作工坊	自由入場	1	1	6

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
893	12/1	惘聞樂隊雙專輯台灣巡演 - 台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	430
894	12/1-12/3	《生而為粉 我很抱歉》	黑眼睛跨劇團	表演	售票	3	4	510
895	12/2	吉 - 自製植物標本收集冊	能藝文具寫字書房	手作工坊	自由入場	1	2	6
896	12/2	Salyu × 小林武史 2017 Live in Taipei	Legacy	音樂展演	售票	1	1	350
897	12/2	Fab Class 雷切我的最愛	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	2
898	12/2-12/3	Creema Craft Party 2017 in 台灣	小器生活創意	展覽	自由入場	2	1	17,000
899	12/2-12/3	【飛航解密 暢遊天際】講座	科學人雜誌	演講座談	不對外開放	2	1	400
900	12/2-12/3	2017《久酒之香》台北場	TAI 身體劇場	表演	售票	2	2	220
901	12/3	合唱藝術經典跨界沙龍《詩人與愛》	木樓合唱團	表演	售票	1	2	169
902	12/3	Random 隨性《噴射時代》發片專場演出	Legacy	音樂展演	售票	1	1	520
903	12/4	Susan- 紙膠帶拼貼 & 彩繪筆暈染	能藝文具寫字書房	手作工坊	自由入場		1	5
904	12/5	願景工程 - 公民沙龍 - 搶救未來	聯合報	演講座談	售票	1	1	136
905	12/6-12/7	鄧予立「夢迴長白俏伴大東北」攝影巡展	亨強國際旅行社	展覽	自由入場	2	1	500
906	12/7	不再嘻哈的歐吉桑大戰正在嘻哈的少年雞	Legacy	音樂展演	售票	1	1	280
907	12/7-12/10	YouTube pop-up Space	摩奇創意	商業拍攝	邀請函	4	1	500
908	12/7-12/10	台灣之心。手中之寶 - 南投工藝之都 故事展	雅比斯國際	展覽	自由入場	4	1	2,800
909	12/7-12/10	個人創作計畫 -《釀》故事派對	黃思堯	表演	售票	4	6	1,044
910	12/8	美麗花 - 四季水彩體驗 (3)	能藝文具寫字書房	手作工坊	自由入場	1	2	6
911	12/8	梁文音「如歌」音樂會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	680
912	12/8-12/09	瑞典日	台北市瑞典商務協會	展覽	自由入場	2	1	6,000
913	12/8-12/10	2017 日本東北遊樂日	雲彩之虹	展覽	自由入場	3	1	120,000
914	12/8-12/31	Gear 360 UGC	十二點原生概念	體驗活動	自由入場	24	1	9,858
915	12/8-12/10、12/15-12/17、12/22-12/24、12/29	北藝大華山學堂 (12 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	10	28	389
916	12/8、12/11	《遙遠的東方有一群鬼》排練	四把椅子劇團	藝文活動	不對外開放	2	1	10
917	12/9	書畫金箔效果文字與嵌字禪繞	能藝文具寫字書房	手作工坊	自由入場	1	1	6
918	12/9	2017 猴子飛行員 Evolution 進化演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	200
919	12/9-12/10	世新大學資訊傳播學系 103 級畢業成果展	世新大學資訊傳播學系	展覽	自由入場	2	1	800
920	12/9-12/10	Culture & Art Book Fair in Taipei	富錦樹文創科技	展覽	售票	2	1	2,000
921	12/10	藤森照信的建築觀與茶室	台灣文創發展公司	演講座談	索票	1	1	180
922	12/10	Being On Our Groove	Legacy	音樂展演	售票	1	1	550
923	12/11	讀書的魅力系列談會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	60
924	12/12-12/13、12/18-12/20、12/24-12/27、12/31	《馬克白》排練	台北歌劇劇場	藝文活動	不對外開放	10	1	250
925	12/13	2017 Jojo Mayer / Nerve 亞洲巡迴 台灣站	Legacy	音樂展演	售票	1	1	330
926	12/14	朱苔麗與國臺交聖誕音樂會記者會	國立臺灣交響樂團	記者會	自由入場	1	1	30
927	12/14-12/17、12/21-12/24	《Daylight》	躍演	表演	售票	8	12	1,831
928	12/15	美麗花 - 四季水彩體驗 (4)	能藝文具寫字書房	手作工坊	自由入場	1	2	6
929	12/15	聽見，繪本的不一樣 - 大人味朗讀會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	10
930	12/15	大團誕生（年終回顧場）	Legacy	音樂展演	售票	1	1	260
931	12/15-12/17	Action Fest 青年迴響行動節	暢橘文化	記者會	邀請函	3	1	4,000
932	12/16	華語流行音樂育成專案 - 鄭興音樂創作發表	五大國際唱片	音樂展演	自由入場	1	1	550
933	12/16	華語流行音樂育成專案 - 原浪潮音樂節 - 野火樂集	五大國際唱片	音樂展演	自由入場	1	1	550
934	12/16	身分證設計的群眾參與 -2300 萬人的腦力激盪	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	70
935	12/16	Fab Class 3D 掃描不求人	FabCafe	手作工坊	售票	1	1	8
936	12/17	Suga Shikao Asia Circuit 2017 台北場	Legacy	音樂展演	售票	1	1	230
937	12/17-12/31	蜷川實花 In My Room 潮男群像展	吉本興業	展覽	售票	15	1	4,500
938	12/20-12/31	po-to-bo 展 at 手紙 台灣店	小器生活	展覽	自由入場	12	1	7,949
939	12/21	《台北男女》宣傳記者會	表演工作坊	記者會	不對外開放	1	1	30
940	12/21	Kirtan- 讓一切美好成真	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	55
941	12/22	NIN- 彩繪毛筆體驗營（松鼠與松果）	能藝文具寫字書房	手作工坊	自由入場	1	1	7
942	12/22	蘇珮卿「請不要給我你的假笑」三部曲之三	Legacy	音樂展演	售票	1	1	120

編號	活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
943	12/22-12/24	華山聖誕水水市集	水水市集	市集	自由入場	3	1	20,000
944	12/22-12/24	壯壯毒舌脫口秀 3: 聖誕惱人	卡米地劇團	表演	售票	1	4	474
945	12/23	Fab Class 雷雕玻璃杯工作坊	FabCafe	手工坊	售票	1	1	1
946	12/23-12/26	客家產業群聚創新推動計畫成果特展	創意有方設計	展覽	自由入場	4	1	550
947	12/24	Dec. {交換日記} 張瑀 × 徐靖玟	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	42
948	12/24	董事長樂團 20 週年演唱會	Legacy	音樂展演	售票	1	1	550
949	12/28	《歲時中的工藝》新書發表會	青鳥書店	發表會	索票	1	1	10
950	12/29	NIN- 彩繪毛筆體驗營 (狐狸與菌菇)	能藝文具寫字書房	手工坊	自由入場	1	1	6
951	12/30	《細雨灑落群山》音樂會	泰武古謠傳唱	音樂展演	售票	1	2	300
952	12/30	Oreo 證件伸縮夾	能藝文具寫字書房	手工坊	自由入場	1	1	6
953	12/30	雙喜相逢	能藝文具寫字書房	手工坊	自由入場	1	1	6
954	12/30	小球的星空冒險日記巡迴演唱會 - 第二章	Legacy	音樂展演	售票	1	1	900
955	2017/12/21-2018/3/21	新海誠展 從《星之聲》到《你的名字》	雅慕斯娛樂	展覽	售票	11	1	3,944
956	2017/12/21-2018/3/31	法國龐畢度中心兒童藝術教育工作坊	聯合數位文創	展覽	售票	11	1	772
957	2017/12/22-2018/3/24	做你的白日夢！圖文特展	愛貝克斯	展覽	售票	10	1	1,658
958	2017/12/22-2018/3/31	「你好，我是查布」大耳查布 50 週年特展	福福好	展覽	自由入場	10	1	22,311
959	2017/12/22-2018/4/13	歡迎光臨可愛巧虎島特展	時藝多媒體	展覽	售票	10	1	12,377
960	2017/12/29-2018/3/29	卡娜赫拉的愜意小鎮特展	飛躍文創	展覽	售票	3	1	4,548
合計						1480	2,550,523	



2017 年以華山文創產業園區為主題之相關研究論文、期刊專題彙整索引

從日治到民國，從酒場、樟腦場到閒置空間，從閒置空間到藝文特區與文創產業園區，華山累積的豐厚內容，無疑是個案研究與專題報導的好題材，年年都有新作問世。

	連結
主題 單位—作者	華山 1914 文化創意產業園區經營現況調查研究 An Exploratory Investigation of the Business and Management Status of Huashan 1914 Creative Park 開南大學觀光與餐飲旅館學系—鄭文駿 https://goo.gl/pfY79Y 
主題 單位—作者	華山文創園區《伊藤潤二恐怖美學體驗大展》之研究 A study of “Ito Junji’s Horror Manga Exhibit” at Huashan 1914 Creative Park 輔仁大學博物館學研究所碩士班—王譽霏 https://goo.gl/hSGszj 
主題 單位—作者	文創園區商業模式、服務品質與經營績效之研究：以臺北華山 1914 文化創意產業園區與臺中文化創意產業園區為例 國立臺中教育大學文化創意產業設計與營運學系事業經營管理碩士班—謝睿栢 https://goo.gl/cymEUf 
主題 單位—作者	文化創意產業園區經營策略之研究－以華山 1914 文化創意產業園區為例 The Research on Cultural and Creative Industry Management Strategies: A Case Study of Huashan 1914 Creative Park 國立臺北教育大學文化創意產業經營學系—潘佳琪 https://goo.gl/dQbuco 
主題 單位—作者	應用修正 IPA 探討文創園區關鍵遊憩服務品質－以華山 1914 文創園區為例 Using a revised importance–performance analysis approach to explore cultural park’s critical recreation service quality – The case of Huashan1914 creative park 國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所—魏禎儀 https://goo.gl/SwTQE7 
主題 單位—作者	伴手禮之體驗行銷、品牌形象、顧客滿意度與再購意願之相關研究 - 以華山文創園區為例 A Study of the Relationships among Experiential Marketing, Brand Image, Satisfaction and Repurchase Intention towards Souvenir 國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所—詹雅婷 https://goo.gl/GywnKL 
主題 單位—作者	臺灣商業性特展消費者行為研究－以「吉卜力的動畫世界特展」為例 The Study in Taiwan’s Blockbusters’ Consumer Behavior — A Case of “The World of Studio Ghibli’s Animation Exhibition” Gift Shop 國立臺北教育大學文化創意產業經營學系—張家寧 https://goo.gl/urBgDa 
主題 單位—作者	华山 1914 文化创意园：色彩斑斓背后的光影交错 《中国建筑装饰装修》2017 年 第 3 期 —中国建筑装饰装修編輯部 https://goo.gl/BQZpPz 

編號	主題	日期／媒體	連結
1	〈台北都會〉《台北過好年 - 遊藝篇》5 館所鬧春節 照常開放	2017/1/24 自由時報電子報	https://goo.gl/RwY3Ee
2	三眼兔塗鴉 點綴華山文創園區	2017/1/25 台灣英文新聞	https://goo.gl/hbhYy1
3	松菸才第二！十大文青必訪景點出爐	2017/2/6 自由時報電子報	https://goo.gl/o6A2ns
4	北部十大文青必朝聖景點 石碇千島湖竟然上榜排第 4 名	2017/2/6 ET today 旅遊雲	https://goo.gl/psF1pN
5	文青們的心靈充電站！十大文青最愛北部景點	2017/2/6 udn 聯合新聞網	https://goo.gl/am5EEs
6	奧美公關與華山 1914 攜手合作「創新創業品牌力論壇」 為台灣新創圈注入創新活力 創業早餐會 2/25(六) 揭開序幕	2017/2/17 CNA 中央通訊社	https://goo.gl/hrw86g
7	【百大口碑】到底是去看展還是打卡？20 大熱門打卡點近半都是展演場地！	2017/3/12 網路溫度計	https://goo.gl/et9P3T
8	「文青」好去處華山文創園區	2017/5/24 香港文匯報	https://goo.gl/JW9TbU
9	今年夏天，陪孩子一起看表演吧 華山文創園區首屆親子表藝節暑假開跑	2017/6/15 中國都會網路報	https://goo.gl/3M1TU9
10	華山文創首屆親子暑期活動 童心之言故事音樂律動	2017/6/15 蕃新聞	https://goo.gl/cFYLzA
11	華山文創園區首屆親子表藝節 暑假開跑	2017/6/17 聯合新聞網	https://goo.gl/CR8vRE
12	2017 全台暑假好康優惠活動 好玩又省錢！	2017/6/19 babyhome	https://goo.gl/dZJRj1
13	今夏，一起找回童心！華山首屆親子表藝節暑假開跑	2017/6/20 大人物	https://goo.gl/JQUxAr
14	今年夏天，陪孩子一起看表演吧	2017/6/20 時尚家居	https://goo.gl/CVoirj
15	華山文創園區首屆親子表藝節，暑假開跑	2017/6/23 親子天下	https://goo.gl/jm11wA
16	【網路溫度計】盛夏不能錯過的野餐露營陽光好去處	2017/7/31 蘋果即時	https://goo.gl/sPsYG8
17	天氣差！冒雨撐傘排隊 民眾躲「室內」看展	2017/10/21 TVBS NEWS	https://goo.gl/kqPwq1

1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17





2018，
我們還要
更高、
更美、
繼續向上…

攝影／呂國介

華山年報

華山文化創意產業園區年度期刊

03

2018 年 5 月印行

發行人／王榮文
編輯製作／台灣文創發展股份有限公司・財團法人台灣文創發展基金會

總編輯／鄭林鐘
製作協力／涂宇辰・陳立佳・黃昱禎

特約編採製作／劉揚銘
特約撰述／陶曉嫻
執筆群／鄭林鐘・劉揚銘・陶曉嫻・陳姿君・林璞・涂宇辰・黃昱禎・楊子昕・詹牧恩・張言・
林育如・何沛珊・蕭至威・曾昱勻・謝宜珊・林彥均・何芸微・林芳廷・詹皓仔・
周予晴・陳蔚欣・盧淑敏・陳亭穎（按刊出先後序）

平面設計／葉滄焜
印務整合／陳註復

發行所／台灣文創發展股份有限公司／華山文化創意產業園區
地址／臺北市 100 中正區八德路一段 1 號

網址／www.huashan1914.com
臉書／<https://www.facebook.com/1914CP/>
e-mail／1914@huashan1914.com

園區服務／
時間：周一至周日 10:00 ～ 21:00
電話：(02)2358-1914
傳真：(02)2358-1262

洽公聯繫／
時間：周一至周五 09:00 ～ 18:00
電話：(02)2358-1166
傳真：(02)2358-1165

每年發行一期
有著作權・侵害必究
Printed in Taiwan. All rights reserved.
著作權顧問／蕭雄淋律師

出版日期／2018 年 5 月 15 日
限量印行／500 冊
工本費絕對不止／新台幣 500 元