

華山文化創意產業園區年度期刊

2019



標注當下 · 提示未來

台灣文創觀察
+ 華山實踐報告
+ More...

國家產業創新獎專文轉載

華山，不曾稍停的創新路

NO.05

2020年5月印行

華山今論劍

創意起擂台

金庸 謹書



攝影／葉鴻焜

1914 年，前人跨出了第一步

1914

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

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

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

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

2007 ～ 2019 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。

2018

關於總體營運

營運投入金額 **1億6,364萬** 元

舉辦活動 **1,338** 檔／**2,514** 場，吸引 **3,968,193** 人次到訪。

自行經營及使用的園區場館空間占全園區的 **50.47%**，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 **7.67%**，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 **15.65%**，
超過契約所規定的 **12%**。
在表演藝術相關節目及活動上，
完成了 **1,264** 場展演活動及排練，共有 **2,013,813** 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 **12** 件。
全年共育成扶植超過 **61** 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 **1,056** 場次，約 **56萬** 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 **1,834** 萬元。
公部門舉辦文創活動提供優惠金額 **1,141** 萬元。
合計 **2,975** 萬元。

園區總營業額：

6億6,450萬

元

推估創造產值：

39億509萬

元

2019 年，我們完成了幾件事

關於滿意度與形象

獲獎／

經濟部第六屆「國家產業創新獎」績優創新企業。

網路聲量／

「網路溫度計」調查

2019 年全台打卡夯點排行榜第一名。

網路聲量與好評影響力綜合評比第一名。

遊客滿意度／

2019 年園區自行調查遊客滿意度，共 1,040 份問卷，其中——

對園區營造的文創意象表示「滿意以上」者共 **94%**，
顯見遊客對於華山做為一個「文創園區」有高度認同感。

有 **94.2%** 對整體滿意度表示「滿意以上」；
有再次參觀意願者達 **98.1%**；一年到訪三次以上者達 **40.8%**；
有 **95.3%** 表示願意推薦親友來華山。

對活動展演整體滿意度，有 **80.6%** 表示「滿意以上」；
對園區服務整體滿意度，有 **89.5%** 表示「滿意以上」。

全台30大打卡夯點你去過了沒		
排名	打卡夯點	網路聲量
1	台北華山文化創意園區	7,761
2	台中勤美術館	4,809
3	南投日月潭	4,413
4	桃園機場	4,173
5	淡水河岸老街	3,292
6	台北西門町	3,136
7	台北中正紀念堂	3,113
8	九份老街	2,919
9	台南奇美博物館	2,667
10	台中高美濕地	2,634

資料分析：DailyView網路溫度計 透過 KeyPOV 數據服務引擎 (Keynote)
以國際網路社群平台為基礎，透過社群媒體聲量分析，人工智慧輔助分析，
感知網路社群聲量與口碑，分析社群網路大數據。
分析時間：2019/06/17~2019/09/14



關於軟硬體改善

工程改善／

修復中五 B 館鍋爐室。

提升園區消防設備規格。

增設中一館、中 3 館 1F-4、東三烏梅劇院、西 7-3 館的活動專用電盤。
增設配電室東側木平台。

更新空調機組主機電磁開關暨低壓電盤。
更新空調二號、三號冷卻水泵。
更新園區戶外木作垃圾桶。

維修及更新園區空調冷卻水塔。
維修東二 C 館太子樓屋簷側板。
修補戶外地坪、室內 EPOXY。

中二館及紅磚區公共廁所污水管線工程竣工。
園區建物防漏水工程竣工。
園區鋼構養護工程竣工。

中 4B 館北側栽種吉野櫻。

園區新建案通過臺北市文化局文資審查。

優化導覽／

更新 2019 年版園區地圖。

新增英文版園區地圖，
並於寒暑假大展期間，提供英文版特展地圖。

於服務中心新設中、英、日文華山簡史解說板，
讓台灣民眾及外籍旅客都能透過有創意的簡介，
參與華山的過往及現在。

統一園區指標立牌規格，並於三處位置新設指標立牌，
使遊客在進入園區時就能迅速、簡明掌握所需資訊。

於官網增設團體特約導覽申請，
於自營的社交平台上宣傳園區定時導覽服務，
使團體導覽服務的資訊透明化。

首度舉辦「華山兒童導覽半日遊」，
用孩子的角度體驗、感受華山之美。

全年工程投入金額 **1,004** 萬元。





不論哪一年，我們都抱持著這些信念

攝影／葉鴻煌

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？

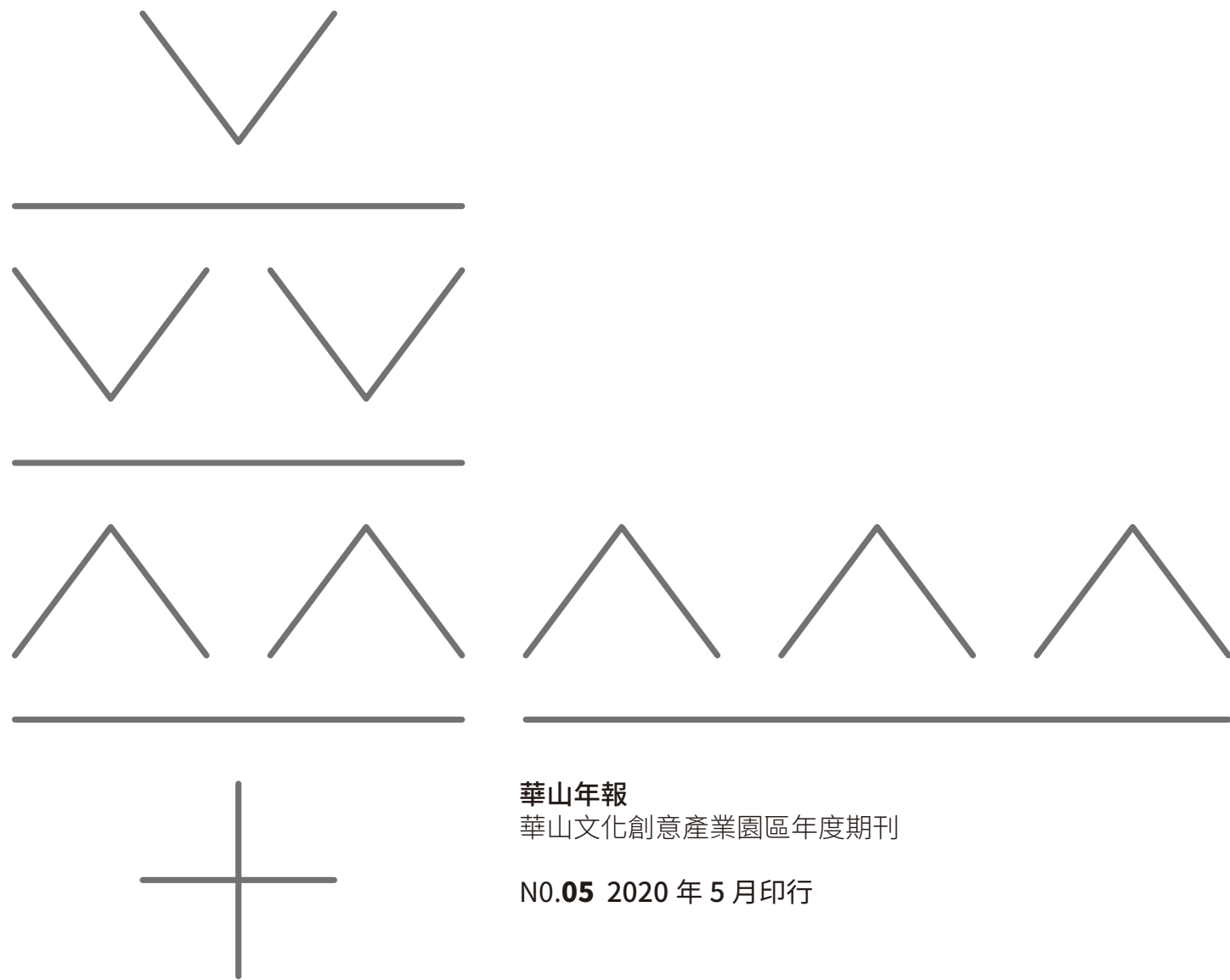
我們的努力方向

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」。

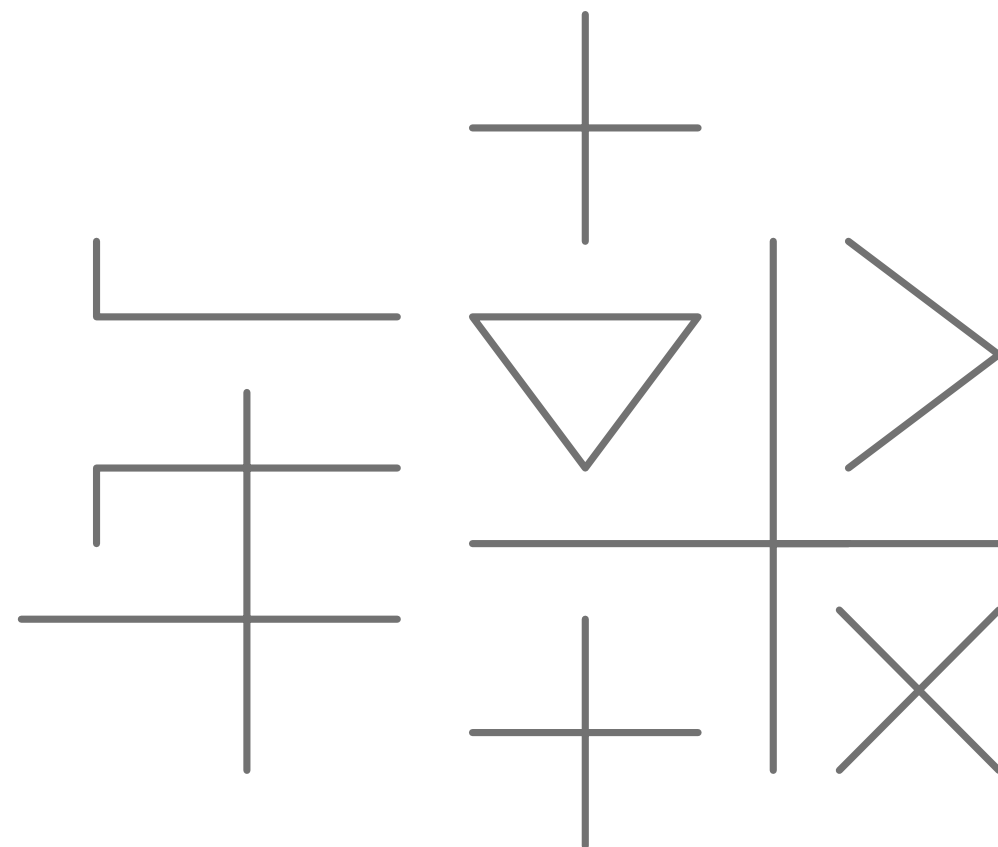


華山年報
華山文化創意產業園區年度期刊

N0.05 2020 年 5 月印行

2019

台灣文創觀察 + 華山實踐報告
& More...



標注當下 • 提示未來

002	序曲	020	專文與特企	044	台灣文創觀察	068	華山實踐報告
			尋訪擲地有聲的專文、 製作有深度廣度與溫度的特別企畫。		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…		在華山的場域裡，我們實踐； 在實踐的過程中，我們發現…
002 004 008 018	1914 年，前人跨出了第一步 2018 年，我們完成了幾件事 不論哪一年，我們都抱持著這些信念 發行人語——用創新迎接挑戰	022	國家產業創新獎專文轉載／ 從起步到拓殖，從荒蕪到耀目 華山，不曾稍停的創新路	046	綜合觀察 2019 台灣文創風雲 哪些事情，讓台灣的文化創意在 2019 年風起雲湧？	070	專題特寫
		028	華山年報特別企畫／ 不止續命傳承，更要創造新生 不按牌理出牌 傳產奇兵擦亮老字號新招牌	048	網路新變 “訂閱經濟”真是持續好內容的解藥？ “外送員滿街跑”是共享經濟還是窮忙？	071	老派朗讀其實是新潮閱讀
		034	華山年報特別企畫／ 在數位浪潮下，這些編輯人越挫越勇 巨變的時代 也是編輯人的新時代	050	設計發燒 地方觀光美學全面升級	074	華山學校踏出完整第一步
				052	樂舞流轉 金曲獎誕生首位嘻哈歌王 林懷民真的退休了	078	地方創生啟發華山文旅學
				054	世代浪潮 亡國感逼出時代創意 金馬獎遭中國抵制	082	創新，延續了傳統工藝
				056	出版風雲 年度暢銷書關鍵字：做自己、聚人氣 借出一本書，作者與出版社拿三塊錢	084	科技，翻轉了咖啡業態
				058	IP 效應 《返校》《與惡》…影視 IP 大爆發	086	青鳥，鼓舞了獨立書店
				060	年度人物 李永豐 粗魯與細膩，都是情意	088	市集，帶動了微型品牌
						090	當街區店移師園區…
						092	當藝術展轉戰文創…
						096	當小劇場跨出國境…
						098	當【讀衣】已經展到第四年…
						100	從香港週看點讀華山
						102	從中川政七看未來市



104	年度主旋律
105	三階模式，多方拓展 插畫開新路
108	乘著地方創生的翅膀往上飛 食力再升級
112	交流、展演、觀賞合而為一 舞台變平台
114	勤修苦練後，上山展身手 畢製選華山
116	從博覽會到實驗場 教育推多元學習
118	揮軍文創園，走出奢華圈 精品對大眾招手
120	躋身藝術殿堂，拍賣市場新寵 玩具向投資進軍

122	焦點場域
123	森高砂咖啡華山實驗室 台灣精品咖啡的結合與可能
126	用九柑仔店 台灣原創漫畫 IP 的大躍進
128	知音文創木育森林 遊戲、教育、環保、品牌深化一舉得兼
130	點讀華山 文創星火從小點連結成線與面

132	焦點策展
133	2019 台灣文化創意設計博覽會 文化全面啟動，對接新與舊，對接城與鄉
136	文化 987，在華山對話 當世代可以跨越，當議題由你決定，還有什麼不能實驗？
138	2019 台灣插畫設計週——靈感畫市 老鳥幫新秀開路，引爆插畫正能量
140	策展開外掛——給非課金玩家的超級攻略 我年輕，我策展，我行！
142	Camper Timelessness 台灣青年創作展 為本土青年設計師打開國際能見度
144	AKB48_TeamTP 什麼娛樂文化值得境外完整移入
146	解碼軒尼詩互動體驗特展 用法蘭西釀出台灣味
148	2019 相遇舞蹈節 為編舞者與賞舞者創造共感
150	2019 華山親子表藝節 當想像力的大幕揭開，我們一起大喊「孩沒玩夠！」
152	變變變！MOVE 生物體驗展 帶孩子用 cos 和大自然 play
154	4foodie 美食市集 看見「KOC 經濟」的力量
156	金庸武俠——華山論劍 降龍只要十八掌，小說如何辦展覽？

158	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…
160	用插畫彩繪夢想藍圖
164	2019 年華山會展演活動總覽
189	2019 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
190	當阿推與華山相遇，當科幻與華山相遇…

用創新迎接挑戰

為 2019 年華山年報落筆撰寫這篇序言時，新冠肺炎疫情在台灣逐漸進入穩定期，本土感染已經將近一個月沒有新增病例，但國際情勢依舊混沌，在解藥與疫苗尚未問世之前，沒人知道這場風暴究竟何時才是終點。

這段期間，全台灣的企業經營者幾乎都經歷了一場宛若自由落體急速下墜的驚嚇，也莫不殫精竭智要在疫情最黑暗的時期守下來，等待光明再臨後跳上去。其中讓我印象最深刻的，是閱讀旅遊業龍頭雄獅旅行董事長王文傑從一月底小年夜到四月初的歷程與告白。

小年夜，王文傑登上赴美的班機要和家人過年，那一刻的他躊躇滿志，漂亮的財報指出雄獅的業績在 2019 年創下多項歷史新高，2020 眼看就是一個豐收大好年。但是隔天飛機才落地，他就從雲端急速下墜，先是疫情在中國決堤氾濫，接著是宛如燎原野火般的全球蔓延，然後是觀光局正式宣布所有旅行社禁止出團，自此營收歸零、盈利歸零，但支出依舊；不想裁員減薪的雄獅，必須為 3000 多位員工的生存找出辦法。王文傑「即刻轉型，就地整編」，做了一連串的戰略性調整……

2003 年 SARS 的疫情帶來愁雲慘霧，但疫情過後隔年，雄獅卻迎來營收的倍數成長，這個經驗讓王文傑滿懷信心，相信看不到盡頭的危機，勢必會帶來超級轉機，關鍵就在如何及時靈活因應，漂亮贏下疫情當時的「救亡圖存」戰役。

2019 年 9 月初我接到通知，台文創公司已經取得華山文創產業園區 2022 ～ 2032 年優先定約的申請權。11 月 5 日，華山經營團隊以「傳續既成，開創未有」為基調，提出續約申請投資計畫書。近日，我得知文化部要將華山的定位升級，從「文創產業的旗艦基地」提到「國家級文創園區」的高度，也將繼續依促參法委託民間營運，這讓我們有機會持續為政策與民眾服務，將華山從 1.0

轉型到 3.0，未來的責任勢必更重，考驗也勢必更大。

未來，華山的公共責任，是擔負「國家級文化產業創意樞紐」；華山的目標，設定在「形塑國家文化品牌形象及提升國際知名度」；用功能區分來說，是要建立「文化內容產業創新支持生產網絡」，成為「國內外跨國合作通路及文化內容國際展示櫥窗」，提供「包含藝文專業空間及商業服務空間的公眾體驗」，這無疑是一個不小的挑戰。而目前整個華山包括策展公司、表演團隊、文創品牌商店、複合式餐飲……等等，也和雄獅以及全台灣所有企業一樣，正面臨疫情的無情摧殘；無一倖免，都要面對。

2019 年 4 月，我從副總統陳建仁先生手中，接下經濟部頒發的「國家產業創新獎」，我們在過去 12 年筆路藍縷的付出與努力，終於得到了國家級的肯定，對我和華山團隊都是莫大的鼓舞。12 月，經濟部將該屆獲獎者的成功案例結集出版專書《創新這條路 45 件成功個案 開拓產業視野》，姚淑儀以「化荒蕪為繁華 十二年砌出華山文創基地」為題，專文報導了華山的故事，看我們如何藉由創新，在每一個階段不斷向上提升、向上突破（歡迎參看本期年報 P.22 ～ 27 的專文轉載）。

過去，我們運用一棒接著一棒的創新思維和做法，在「政府有任務、產業有期待、企業要獲利」的挑戰下完成華山 1.0 的使命。未來的道路雖然嚴峻，但我們依舊充滿信心，因為「創新」已經成了台文創團隊的 DNA，而創新既然能夠在過去帶領我們在荒蕪中砌出繁華，那麼，它肯定也能帶領我們在未來接下更上層樓的挑戰。

王文傑說，雄獅比 SARS 發生的 17 年前強太多了，這讓他面對新冠肺炎風暴時依然充滿鬥志、充滿自信。而我也要說，華山比剛接手時的 13 年前強太多了，我們可以的！

台灣文創發展公司董事長／華山年報發行人

王文傑

專文與特企

用望遠鏡看大局、
憑顯微鏡找細節、
以過濾器篩出菁華，
不論是一篇專文還是一套特別企畫，
都讓你感到擲地有聲、大有所獲。

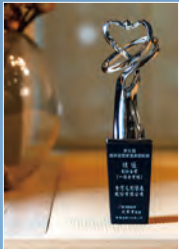


從起步到拓殖，從荒蕪到耀目

華山， 不曾稍停的創新路

撰文／姚淑儀

政府有任務、產業有期待、企業要獲利，而園區一片荒蕪。
華山在多方的關注下起步，前途看似艱險難行，
但憑藉創新思維在華山一棒接著一棒展開，
台文創成功打造出一套既符合政策任務且兼具商業效益的經營模式，
砌出一個文創旗艦基地，立起一個產業創新典範。



編按：
本文原為經濟部出版，第6屆經濟部國家產業創新獎
專書《創新這條路 45 件成功個案 開拓產業視野》
中的一篇，《2019 華山年報》經授權做為
專文轉載；唯標題係由年報編輯另行
撰寫；原文主標題：
化荒蕪為繁華 十二年砌出
華山文創基地



2019 年 4 月 10 日經濟部國家產業創新獎頒獎典禮現場，王榮文董事長與其他得主共同上台受領榮耀。



2019 年 11 月，創新獎工作小組特別規畫「當文化擦撞創新：設計底蘊再創造」主題講座，邀請王榮文董事長擔任其中一位分享者。

1914 年，日本酒廠在台北華山釀出第一罈清酒，相隔近一個世紀，2007 年，台灣文創發展股份有限公司與文建會（今文化部），依據《促進民間參與公共建設法（促參法）》，經過公開招標評選程序，簽定以 ROT（Rehabilitate 復建、Operation 營運、Transfer 移轉）方式受託經營「華山文化創意產業園區」，主要負責整修維護園區內的歷史建物，引入文創活動以活化產業遺址，並配合政策，扶植藝文活動及新創團隊。

2019 年的今天，台文創公司在華山釀出了一座由經濟部頒發的「國家產業創新獎」，12 年來的創新成果，有如以時間醞釀的一款好酒，散發迷人香氣。

「華山今論劍、創意起擂台」，金庸所題之字高懸於會議室牆上，象徵著華山的場所精神。華山是創意人的江湖，自恃創藝高強者皆可來此切磋較量，然而，江湖遠離廟堂，華山卻從廟堂而出，身負國家所賦予的任務；同時，身為一家民間企業，台文創又肩負了對股東和員工的責任。

政府有任務、產業有期待、企業要獲利，華山在各方關注與自我平衡中成長，前途看似艱險難行，台文創卻以各種創新思維，打造出一個既符合政策任務且兼具商業效益的經營模式，使華山成為國內外最具亮點的「台灣文創產業旗艦基地」。

起步

一切，從創造人潮做起

「台灣文創產業的旗艦基地」是政府對華山園區的定位，看似清楚明瞭，但因缺乏明確的政策要求，又讓人捉摸不定。政府出題，台文創如何解題？

「我們以三個指標來解題，達成了，就靠近旗艦基地這個定位。」12 年前投入華山經營時，台文創公司董事長王榮文就為團隊訂下了三階段指標任務——讓華山成為台灣的文化觀光熱點、文星匯聚之地以及創投家尋找文創人才的聚落，「這些年，我們總是用這三大指標自我檢驗。」



攝影／陳輝明

許多人好奇華山獲利的關鍵何在？王董事以「人潮」二字總結這份好奇。



《第三號》由羅漢提供，其餘岳國介攝影

吸引人潮的關鍵，在華山獨創的「會、展、演、店」空間運用模式。

前 5 年，華山慘淡經營，2015 年開始，華山終於轉虧為盈，許多人好奇華山獲利的關鍵，王榮文以兩個字總結這份好奇：「人潮」。

要獲利需有人潮，然而，華山位處台北市區兩條重要道路之間，車潮多，願意停下來走進園區的人少，一開始罕有店家願意進駐，「所以前 5 年賠錢是很自然的結果。」要解決人潮稀少的問題，首先，要為人們創造一個入園的理由。

「一個園區以會（會議）、展（展覽）、演（表演）、店（店鋪）為主要號召，吸引人潮，華山可說是先例。」華山的策略是，舉辦各種不同型態的會展演，甚至免費支持「TEDx 台北」在華山舉行，藉由多元活動累積不同類型的參與者，逐漸將人潮滾動出來，人來了，店就出現了，咖啡廳、餐廳、小店，都因為看到人潮匯集而願意來此設點。

華山團隊更透過新型態的策展模式，以「店展共策」為商店經營概念，店家進駐的同時，同步鼓勵進行活動的總體策畫，共同將華山打造成吸引人潮的文創活動消費體驗聚落，締造每年高達兩千多場大小不等的「會、展、演、店」在此發生。

華山因此成為一個提供年輕藝術家表演機會、創造未來文化的場所、年輕人最喜愛的文創平台，每年吸引超過 300 萬訪客入園，不但是全台熱門打卡地點，更是國際文青必訪的文化觀光熱點。

開路 文星帶動人氣，最終目的是要成就品牌

「許多決策都是在有意與無意之間發生的，不是一開始我們就決定好了可以怎麼做，而是順著路，慢慢走出來的。」吸引人潮，光靠活動還不夠，如果導演、作家等文化明星不時匯聚華山，就有機會吸引、帶動更多新秀，如同 60 年代的明星咖啡館，成為藝文人士聚集的指標性地點。

身為遠流出版的創辦人，王榮文的資深媒體人背景，使他運用名人行銷時，更顯得心應手，



攝影／陳輝明 士岳國介

名人上「山」，粉絲追隨，無意間使華山成了「讓該相遇的人相遇」的地方。



圖片提供／台灣文創發展公司

在華山品牌孵育模式中，「創意市集」適合剛起步的商家。

他特地邀請好友金庸、董陽孜為華山題字。「這個動作，表面上看不重要，但識別符號強烈的名人，可以對目標群眾產生一定的影響力。」

由於每天有各種會展演活動在華山發生，各方名人名家名師或明星，都有被活動「帶上山」的一天，他們的追隨者自然也就蜂擁而至，無意間使華山成了「讓該相遇的人相遇」的地方。華山更有意地創辦各種不同的文創沙龍，藉由不同的沙龍文化，吸引不同愛好、主張與信仰的人，形成不同的社群，他們也在此相遇。

匯聚人流的最終目的是要成就品牌。「讓該相遇的人相遇」這句話，後來演變成第三階段目標「成為創投家尋找標的之處」。

「我們把訪客帶進來，讓作品與群眾對話，讓人才不會被埋沒。」也就是華山努力「打造平台」，讓文創工作者可以在此充分實踐藝術創作；並且讓團隊從實務中不斷「發現趨勢」，藉由這兩股力量，從市場機制中篩選出極具潛力的文創團隊，然後結合創投資本，以加速文創品牌育成，脫離代工，進而「成就品牌」。

提升 市集→聚落→快閃店→長駐店，不斷加值與升級

在文創品牌化的過程中，長年觀察多元文創品牌發展歷程的台文創團隊，設計出一套文創品牌的經營模式，透過園區內四種型態的展現方式進行市場溝通：「創意市集」適合品牌剛起步的商家；「文創聚落」則是市集的接續型態；「文創快閃店」適合輕熟階段的文創品牌；而當品牌發展到一個程度，需要以固定場域、固定時間，與消費者產生穩定關係時，便建議「品牌長期進駐」。文創品牌在各階段健康成長，整體產業得以快速發展。

「其中，快閃店可說是華山的一項創新應用，」王榮文說，快閃店提供較長租店面成本相對為低的市場機會，店家可藉此進行新商品測試與調整品牌方向。事實上，快閃店並非華山新創，卻因為被華山運用得風生水起，從戶外貨櫃屋到市集，有各種不同的運用方式，而成



攝影／岳國介

「文創快閃店」適合輕熟階段的文創品牌。



攝影／岳國介

在華山，街頭藝人不只是表演，更著重藝術技能的不斷精進、不斷加值、不斷升級。



攝影／林辰鍵

透過「華山文旅學相遇地方」講座，台文創公司與地方工作團體攜手推動地方創生。



攝影／岳國介

除了講座，和地方特色品牌在華山合作辦理快閃店，讓園區遊客可以因為接觸品牌進而認識地方，甚至前往在地。



攝影／岳國介

「華山文旅學」把台北人拉出華山，直接到鄉間現場，體驗、感受地方的熱情與魅力。

了華山的創新。

非華山獨有，卻被華山發揚光大的還有街頭藝人。有人潮就有街頭藝人，但在華山，街頭藝人不只是表演，更著重藝術技能的不斷精進，甚至組成「街頭作品實驗室」協會，時常聘請老師授課、國外團體交流以強化表演能量，並且每年舉辦成果發表，不但豐富了華山的藝術水準，更帶動打賞文化，進而提高了街頭表演者的實質收益。

「提升打賞文化、精進表演技能，不斷加值、不斷升級，這就是文創的精神。」王榮文說，每一位街頭藝人都是一個品牌，每一個攤位、店家也是，他們在華山學習如何與觀眾、顧客互動，刺激他們不斷思考，如何更貼合市場需求，如何做到創新。

拓殖

雙管齊下，在台灣找標的，在華山找標的

「一碗來」是華山最新引進的台灣古早味特色麵館，由於首次創業，經營管理上仍有許多未逮之處。針對年輕品牌，台文創團隊時常主動關心並提出建議，甚至每月店家會議中，會特別依據店家需要，設計各種經營講座，如，品牌包裝、顧客服務等等，以助其一臂之力。「在華山，絕非櫃位與百貨公司，或房東與房客的關係，只要求提供服務成果；而是以夥伴關係，從根本上扶植一個年輕品牌。」「一碗來」的負責人郭倩玟說。

15 年特許權，眼下只剩下 3 年了，但王榮文著重的不是還剩下多少時間，而是時間為他們累積了多少能量。經過 12 年累積，台文創團隊地方創生的活化經驗，未來將轉化為「華山文旅學」，透過文創、旅遊和學習三大面向，與地方工作團體攜手共創，協助台灣各地進行地方創生。

「在台灣，每座城市都有閒置空間需要再利用，都有珍貴產業遺址和歷史古蹟需要活化，華山文旅學將是這 3 年的重點工作。」這是在台灣找標的。同時，台文創未來將結合矽谷專家成立創投基金，尋求有企圖、可量產且商業模式良好的標的，給予經營管理上的各種協助，

「若順利續約，可繼續貢獻 10 年，文創天使創投基金將是 10 年內的重點工作。」這是在華山找標的。

無論還剩下多少時間，華山這罈好酒已非開不可，因為這裡累積了太多創意能量、歡笑淚水，催化了太多人與事與品牌的成長故事，打開這罈酒，讓華山的創新擴散出去，成就台灣更多的創新吧！

王榮文的品牌秘笈

身為台灣文創產業旗艦基地的經營者，王榮文認為，一個文創產業聚落若因產業政策而生，就必須從產業政策去思考，如何與地方資源結合，並且找到地方的土地特色，再將經營者本身的資源，與土地定位結合，聚落經營的成功率就會提高。

從聚落的內容經營來看，「華山的精采在於，如果你有將創意展現出來的機會，第一個想到的一定是來華山展現，其他聚落比較缺少這一種指標性平台的經營與累積，以致所販售的東西、呈現的型態很類似。」王榮文說，其實園區經營就像博物館，有常設展也有特展，不妨保留部分空間，偶爾讓外地不同文創聚落的快閃店、表演或展覽等，以特展形式推出，不但能達到互相交流的目的，也可改變內容的單調性。

不止續命傳承，更要創造新生

不按牌理出牌 傳產奇兵 擦亮老字號新招牌

專題策畫／《點讀華山》編輯部

採訪／廖彥銘・楊芷茵・王韻鈴・涂心怡・陳亞辰

文字整理／楊凱婷

「創一代」寫下經濟奇蹟，「新二代」面臨轉型危機。
他們有強勁的根基，只欠缺突破格局的視野與創意。

2019 年的《點讀華山》

陸續披露了八個傳產奇兵運用文創思維揮別夕陽的故事，
《華山年報》現在一次薈華總結。



圖片提供／勤美璞真文化藝術基金會

勤美學「森大 The Forest BIG」將森林化作7個學院，改造接手前的樂園建物與空間，轉換為一個個與大自然共處互學的幽靜場域。

當傳統產業遇上嶄新的數位科技，能夠碰撞出哪些新火花？數位化浪潮的影響下，許多企業皆面臨「傳承交棒」「創新突圍」「數位轉型」等挑戰，如何出奇制勝，奪得先機？這不僅是創一代與二代接班人之間的世代交流，更是他們與新時代消費市場的溝通與傳承。

眼光要超前

把大街變藝廊，把時尚品味帶進大自然

「當更多年輕人投入產業、活絡組織的同時，勢必會帶進新想法與衝擊。」勤美璞真文化藝術基金會執行長何承育感同身受地說。

勤美集團以鑄鐵起家，近年在多角化經營下，跨足建築、飯店、商場等領域，在硬派的鑄造產業中，走出一條軟性的路。回想起初接任執行長時，有許多創新想法不被接納，但何承育卻不曾退縮，持續以突破框架的設計思維，催生出臺中藝文廊道的「勤美術館」。有別於傳統美術館的高牆，勤美術館以無疆界空間展示藝術品、策畫具互動性的展覽，促成民眾自發性駐足、欣賞。「沒了隔閡，藝術就能進入常民生活，長期下來，創意與美學便能累積為生活哲學與態度。」其後，勤美更乘著全球豪華露營風潮，將苗栗老牌遊樂園「香格里拉」改造為「山那村」，企圖塑造自給自足、人與自然共生的生活體驗，同時也喚醒人們體內對原始大自然的熱愛與想望。

何承育深信，「文化」因時間累積堆疊出厚度，「自然」因年歲構築出更完整的生態系，這是兩件價值正成長、值得投注心力經營的永續要素。



圖片提供／春池玻璃

吳庭安帶領擁有一身好技術的師傅們，透過傳統的玻璃技法、做出符合時代潮流的設計，以環保美學、循環不息，重新打造 W 春池計畫全新樣貌。



圖片提供／花田喜甞

36 歲那一年，張勝哲毅然決然卸下科技新貴的身分，返家接手養豬場，並將科技導入牧場，養出獨具風味的胡蘿蔔豬。



圖片提供／林務局

林務局受歡迎的不只有月曆，還與台鐵合作「里山動物列車」，彩繪車身吸引大批遊客拍照、打卡，也成了最搶眼的移動廣告列車。



攝影／林辰鍵

過去森永僅靠超強產品力、不斷推出新口味來延長品項壽命，近年與麥當勞、全聯玩起聯名，令消費者耳目一新。

想活就要變

廢玻璃照亮藝術，高科技養出米其林豬

春池玻璃接班人吳庭安面對數以萬計的廢玻璃以及傳產外移的斷層危機時，不斷逆向思考，「人們常說要把傳統工藝保留下來，當你不想失去這些精湛手藝的時候，就要想辦法創造它的價值。」於是以老師傅的技藝傳承為核心，結合時代潮流的設計，加入不同的 design thinking，用商業模式驅動玻璃回收的循環永續，成功打造環保美學，催生出「W 春池計畫」，並與林懷民、江振誠、聶永真名人等品牌跨界合作，吳庭安直言，「以前設計師因為成本考量，尋求價格低廉的代工廠，當他們了解循環經濟的意義，可能會傾向選擇春池的玻璃。」

春池用 100% 回收的玻璃進行創作，把循環概念、老師傅的玻璃技藝以及設計師新思維串聯，無形提升品牌號召力，更為社會注入正面影響。「設計如果要給人不一樣的感受，就必須先從文化醞釀出來。」吳庭安從國外求學經驗中，歸納出文化藝術與產業技術串連的重要性。

即便學經歷與家中的養豬業八竿子打不著邊，但由科技人轉身的永隆牧場第三代張勝哲，以科技養豬創造特色台灣豬，創立「花田喜甞」品牌，「胡蘿蔔豬雙拼」更獲得 2018 年台北米其林指南必比登推介。

眼看父母愈趨年邁，張勝哲在 36 歲那年做了畢生最大的抉擇，決定放棄科技新貴的高薪，回歸家庭，雖然科技業與養豬業看似相距甚遠，但腦筋動得快的他將科技導入牧場，從育種

資訊著手，進行大數據採集與分析，一步步帶領牧場轉型，更在因緣際會下將胡蘿蔔、地瓜、橄欖加入豬食中，成功打造出肉質獨具風味的「花田三兄弟」，除了進一步提供代切服務，縮短牧場到餐桌的距離，他更期許未來大家想到好吃的豬肉時，就會聯想到花田喜甞的風味豬，不會只有西班牙伊比利豬。

跳出舊格局

月曆拯救台灣森林，聯名紅了台灣森永

近兩年，林務局連續與兼具插畫和設計力的「種籽設計」攜手合作，推出《飲食之森》《里山動物園》主題月曆。局長林華慶看準年輕世代喜歡拍照發文上傳社群媒體的特性，因此投此所好進入民眾的生活，大刷「存在感」，同時逆轉大家對公部門文宣品的陳舊印象，讓台灣設計軟實力躍上國際，持續發酵。

「不只產品要變，做事的心態更要變。」成功逆轉林務局的老招牌，林華慶點出關鍵。2019 年各大品牌紛紛玩起跨界聯名，似乎有了品牌或名人的加持，就能帶來加乘效益；除了刺激消費，還可以互相圈粉，觸及更廣大客群，可以說是強強聯手的雙贏行銷。

過去靠著超強產品力，不斷推出新口味以延長品項壽命的森永牛奶糖，於 2019 年和麥當勞、全聯合作推出聯名商品，以活潑的嶄新姿態吸引消費者的目光。台灣森永副總經理特助黃瑞祥分析，糖果真正的對手是烘焙業，因此洞見更具潛力的新商品應是「原料」，「如果今天賣原料，最快的方式就是聯名。」除了通路合作外，森永也與 Beard Papa's 日式泡芙



圖片提供／Home Hotel

幽暗燈光下走進「微醺大飯店」，沉浸式體驗的真心話大冒險，在台北驚喜發生。



圖片提供／礁溪老爺酒店

礁溪老爺「任性 刺繡」住房專案，以行銷力結合創意思維，「繡」出新世代的任性觀點，輔以真實體驗更有共鳴。



圖片提供／LSY 林三益

林三益彩妝刷具除了以「微型場景」「莫蘭迪色」等流行元素吸引消費者目光，林昌隆認為懂得消費者的心更為重要。

工房品牌聯名，黃瑞祥坦言其策略目標是希望能取得百貨公司客群中的曝光度，進而塑造出牛奶糖超越糖果本身價值的高級質感。

離開舒適圈 飯店客房任性玩，毛筆大腕大轉彎

綜觀經濟發展的演變歷程，可以察覺「體驗經濟」風潮逐漸發酵，有形產品與優質服務不再能滿足顧客需求，新趨勢是從生活與情境出發，創造出獨特且難忘的經驗，消費僅是過程，重點在過程結束後，體驗的記憶將恆久存在。而創造並提供體驗的企業公司，必須準備一個舞台，彷如表演般地展示「體驗」。

Home Hotel 於近三年將飯店大門敞開，邀請設計師參與主題房的創作，與專業團隊合作策畫「十三個房間」，以共生共好的經營思維，匯聚工藝、氣味、音樂、文字等跨領域能量，將客房轉化為藝術節形式，開放民眾購票入內與創作者互動，並藉此傳遞台灣品牌價值。此外，他們還與驚喜製造共同推出「微醺大飯店」，將客房轉化為結合餐飲的沉浸式劇場，突破了既有飯店品牌的商業模式，帶給消費者源源不絕的活力與驚喜。

這一系列良善共榮的合作企畫發想，全是源自 Home Hotel 執行長王念秋父親的忠告：「做生意要互相提攜才能達到雙贏，怎麼幫助彼此有所獲利並且成長，這是我們突破框架的前提。」Home Hotel 不僅刺激創作者離開舒適圈，也透過品牌效應的發散，同步拉抬飯店、策展人與創作者的價值。

同為飯店業者的礁溪老爺酒店，則是推出「大人才懂的任性專案」。他們觀察到新世代對生活、對工作潛藏的心聲，以換位思考的方式，從「泡湯」「用餐」「小酌」「賴床」等入住體驗，延伸為紓解壓力的任性表態，並輔以文字、插畫、刺繡工藝的創意行銷，將「任性、善待自己」的心意傳遞到大人們的心坎裡，讓飯店不再只是提供休憩的所在，還多了一份慰藉人心的療癒力。

老企業面臨轉型的衝擊，新舊世代各有其創意與智慧的存在，學習與磨合是需要時間的，除了發揚品牌精神外，傾聽市場的聲音尤其重要。以百年毛料、製筆經驗作後盾，搖身成為跨足彩妝界刷具品牌的「LSY 林三益」，第四代傳人林昌隆除了積極拓展「毛」的版圖，接納彩妝師的專業意見，也在研發過程中發現聆聽消費者聲音的必要性，「這是很重要的碰撞過程，也是情感交流的管道。林三益在毛料方面的專業是品牌的基本功，也是支撐企業的力量，但我希望林三益是以人為核心的企業，重視消費者的聲音、滿足消費者的需求，這才是真正的價值。」

一味把最好東西端給消費者，他們不見得能感受到，但若能透過創新對話、跨界合作，用心感受與理解市場的需求與脈動，可以縮短和消費者的距離，更快速攬獲顧客芳心，在瞻望未來的同時，調整方向和步伐，再造產業下一個輝煌時刻。

在數位浪潮下，這些編輯人越挫越勇

巨變的時代 也是 編輯人的新時代

紙本日趨式微，出版業與雜誌業的前景不被看好，但是在每一本出色的刊物、每一冊精采書本的背後，依然有一群用心又熱血的編輯人伏案苦思，頂著幽微的光芒，在引領讀者深入淺出觀察世界脈動的同時，也引領自己進入一個新的時代。

專題策畫／《點讀華山》編輯部
採訪／王韻鈴 · 詹雅婷 · 王琬瑜 · 廖彥銘
文字整理／楊凱婷

攝影／岳國介



康泰納仕樺舍集團早年就開始經營名人與網紅的社群號召力，成為全方位的媒體整合團隊。

責任編輯、企畫編輯、採訪編輯、網路小編……，跟編輯有關的工作與頭銜多到數不清，究竟「編輯」工作的核心內容是什麼？在網路爆炸的數位時代下，「編輯人」又該如何掌握新趨勢才能避免被淹沒在資訊洪流中？對此，2019 年《點讀華山》製作了一系列與「編輯」相關的專題報導，每月份更力邀各大出版社與雜誌社的總編輯撰寫專欄，本期年報根據全系列內容一一爬梳菁華，希望能為每一位對出版、編輯有興趣的文創人帶來新的觀點與啟發。

不變 任世界再變，這些絕不能變！

編輯，就像「雜食性」動物般，必須廣泛大量地吸取四面八方的資訊，更需從中抽絲剝繭梳理出可能被忽略但卻重要的事件。「編輯的基本能力是『觀』，不僅要看完整、要看懂，還要知道作者想表達什麼，才有辦法整理，而這個能力的價值其實就是『溝通』。」樺舍全媒體溝通總監的莊幃舜（以下稱查理）簡明扼要地點出。

從未設想過自己會成為一名編輯的查理，回憶起初入樺舍的情形，謙虛表示 2002 年從法國完成學業回到台灣求職，當時的他只有 3 個興趣：閱讀、寫東西和玩，剛好發現專門介紹好吃好玩的《7-WATCH》雜誌，編輯人生就這麼誤打誤撞地無限展開。

他深深記得，工作第一個任務是編稿，除了最基本的改錯字、挑標點符號外，還要有邏輯性地透過標題、段落架構出全文的起承轉合。編稿、寫稿等基本功練扎實後，緊接著面對的挑戰是「如何做出好題目，以及如何把題目做好」，包括題材發想與執行、和攝影師溝通畫面、扮演稱職的篩選者、連結者，知道怎麼把整理好的內容清楚傳達給讀者。



圖片提供／親子天下

《親子天下》不僅推出繪本故事書、開發遊戲書，旗下的幼兒月刊《小行星》也打造出超萌角色 IP，結合 Maker Party 展覽活動，讓現場嗨翻。



攝影／林辰鍵

資深雜誌設計師馮宇和資深雜誌迷 Spencer 都為雜誌「翻頁閱讀」的設計與樂趣深深著迷。

「一個標題就應該是一個好的故事、一張圖片也要能馬上引人入勝」查理直接點出編輯的核心能力。

不過，除了在執行內容上做足功夫，《親子天下》執行長何琦瑜也進一步補充，好的內容還需更為進化，把目標讀者的需求兌現，運用編輯策展力，創造可以變現的商業機制，形成循環流動且相互加乘的「3C」模式——Content（媒體內容）或 Community（社群）支援的 Commerce（商務）。

「我以前是《天下》的財經記者，也沒有想過會『轉』那麼大？」何琦瑜笑道。15 年前，她發揮過往多年的記者專業功夫，花費近半年深入研究台灣的童書市場，自上游到下游的生態鏈都採訪一輪，找到市場缺口，同時以母親的身分，和其他家長站在同一視角，於 2005 年推出第一套系列童書【我的感覺】，作者並非名家繪者，而是最懂孩子心的兒童心理諮商師，以「非主流」的選書策略，帶來銷量破萬套的佳績，也證明了多數家長對此類資訊的渴求。

不敗 牢牢掌握紙本優勢

即便紙本日趨式微，許多傳統主流雜誌嘗試數位媒體化也都以失敗告終，但早在數位媒體方興未艾之際，就創辦「樂多新文創」網站的李取中，卻毅然轉身踏入實體雜誌，將《The Big Issue 大誌雜誌》引進台灣，更於 2017 年創立《The Affairs 週刊編集》。

李取中分析，人們接收資訊的來源一定是跟著時代與科技潮流走，閱讀的方式勢必產生轉



攝影／林辰鍵

在工作區域堆滿了各種報章雜誌的李取中，隨時隨地都在吸取新知，用不同的載體不斷地閱讀。



圖片提供／秋刀魚

《秋刀魚》將雜誌報導過的內容重新「編輯」「策畫」成實體的活動和展覽，再次動員雜誌的鐵粉以及潛在的讀者群。

換，雖然數位媒體速度快、觸及廣，卻僅適合單純的資訊傳遞，不像紙本印刷可以透過文字、影像、插畫、排版等營造出閱讀的「輕重感」。

資深雜誌迷、boven 雜誌圖書館創辦人周筵川（Spencer）也特別崇尚紙本閱讀，「翻頁時多了一個讓思考休息、消化的機會，這是數位閱讀難以仿造的經驗。」他強調，因為沒有任何預設立場，帶著單純的好奇心去接收雜誌帶來的各種刺激，能讓我們原本的線性生活多了更多選擇，甚至，透過閱讀滿足「想要擁有」的慾望。

「翻閱的過程」是紙本雜誌設計的重點，也是讀者閱讀的樂趣，這種細緻的感受卻難以移植到硬繃繃的數位閱讀上。與雜誌淵源極深的 IF OFFICE 創意總監馮宇，進一步細究紙本雜誌引人入勝的關鍵在於「起承轉合」。雜誌的編輯和藝術指導就像電影導演，必須思考該怎麼訴說這個故事，設計固然重要，但雜誌的主角是內容，如何把內容消化、整理呈現給讀者，「把話說清楚」是基本原則。

不換 做自己最想做

由 3 位資深媒體人黃威融、沈建宏、劉奕成共同創辦的《小日子》，以極簡的排版，搭配溫潤的文字，捲起一股「文青潮流」，更宣告著「雜誌風格化」的時代降臨。當時台灣市場上出現了许多以特色主題和特定讀者輪廓為取向的小眾雜誌，不斷自磚牆裂縫裡奮力竄出，開出一片繁華似錦的榮景。

以台灣角度介紹日本生活文化的雜誌《秋刀魚》，正是「小雜誌」潮流下催生的產物，主



圖片提供／窩抱報

《窩抱報》擅長以講堂和座談形式策展，並針對每期內容邀請相關專家進一步分享，產生多元的對話機會。

編陳頤華認為，小眾雜誌在題目設定上相對自由，商業考量和市場接受度並非唯一評判標準，「多數時候，我們能依循所認定的價值，任性地去做想做的事情，銷量好壞也得自行承擔；即便如此，這樣的幸福感仍是持續向前的動力之一。」

編輯是落實理想的人，即便不如作者的地位那般崇高，卻是可以任意催生各種文化的可能性，將之茁壯、引領風潮與遍及人心的幕後推手。和《秋刀魚》一樣透過集資方式出版的《窩抱報》觀察，市場上僅有寵物雜誌，卻沒有深入關注動物議題的刊物，總編輯蘇于寬便決心藉由「閱讀」深化，以雜誌推廣動物倡議，「相對於網路，紙媒傳播速度相對緩慢，但長遠來看，卻是最具力道的方式。」他深信，有朝一日小眾雜誌也能喚醒大眾的環境與動物意識。

不拘 找活路，試試策展實體活動

如果不拘泥於紙本、數位形式，還有什麼方法可以讓大家獲得情報？如同馮宇說「雜誌不只是印在紙上的內容，重點是它能夠為我們的生活帶來什麼樣的豐富多樣性，這才是雜誌的本意。」

即便「小眾」，但也千萬不要小看自己。《秋刀魚》對準分眾讀者的口味策畫熱門主題，把雜誌內容從紙上延伸到實體線下，舉辦展覽、活動或講座，讓話題於線上持續延燒。何琦瑜也霸氣坦言，「我們從一開始就不只想做『雜誌』而已！《親子天下》不只是出版，而是媒體、品牌和平台的角色。」以議題策展處理每期封面故事，把平面知識立體化，並透過「精選」與「集成」，將多元的策展、產品開發和電商平台服務整合，創造不可複製的存在。



攝影／林辰鍵

曾編輯出版多本暢銷書的葉美瑤，相當珍惜每個作者與題材，並不停學習新的行銷方式，只為讓好內容被更多人看見。



攝影／林辰鍵

「做別人不做的」是沈雲聰的經營準則，他堅守「為讀者把關內容」的守門人角色，始終相信「內容是有價值的」。

在傳統行銷方式開始失能的狀態下，一年只出十多本書的《新經典文化》總編輯葉美瑤分享，「我們將一本書的宣傳時間拉得很長，在這段時間裡，編輯也會提供行銷想法，讓當初打動內心的賣點更直截了當傳達給讀者。」近年的最大突破當屬「走進／近桑貝的《童年》世界」插畫展，這是他們第一次以展覽形式推廣書本，「儘管辦展覽的花費相當高，但也只有如此，才能把這本既非繪本也非童書的插畫傳記好好呈現，透過新的方式觸及更多讀者。」

不移 相信內容的價值！

出版編輯應該具備哪些能力，才能回應數位科技發展下的挑戰？「請堅守『為讀者精選內容』的守門人角色。」早安財經文化創辦人沈雲聰由衷喊道。過去當台灣財經書還是文字書的時期，他便成立「早安財經文化」，出版有大量資訊圖表等類型的理財書。「台灣已經不缺出版社，因此我給自己的要求，就是盡量做別人不做的。」

出版的使命不在於開闢新的選題，而在如何選擇目標讀者關心的議題，並進一步賦予閱讀上的新價值。沈雲聰指出，讀者買書可解讀成以金錢換時間，希望以更快的速度，有條理地獲得知識。他呼籲每位選擇出版媒介的編輯人「請持續相信內容是有價值的。」葉美瑤也深信「只要你對內容有愛，就會無怨無悔地學習新知，無所不用其極地，希望透過新方法向更多人分享你所愛的內容。」

總編輯大哉問



Q：雜誌對妳的意義？

有人習慣用音樂感受時代、用電影觀看社會，而我正是用一本本不同年代的雜誌閱讀時光，比起網路扁平且碎裂式的資訊，紙本的意義就是保存當下的模樣，作為時代片刻的紀錄者。

陳頤華 | 《秋刀魚》主編



Q：請用一個詞來形容編輯人的性格。

當編輯的，幾乎都有一種「半瓶醋性格」，不一樣的是「他們的瓶子很多」，什麼東西都要去碰一下。上自天文下至地理，無論政經、科技、藝文，還是時尚、旅遊、美食、運動，統統都在他的好奇射程之內。

鄭林鐘 | 資深編輯人，華山文創產業園區編輯顧問



Q：作為編輯，如何判斷好議題與好時機？

編輯抓議題，有時候得搶先、有時候也得等，讓議題在對台灣相關領域最有感的「時間點」出現，當然也希望能讓激起的漣漪廣一點、效應遠一點。

方敘潔 | 《La Vie》雜誌主編



Q：請說說每一本華麗雜誌的背後祕辛。

一本刊物的誕生，從寫文字、算成本數字、對版面、看印刷，編輯是猶如懷胎十月的母親。很多圈內人常笑說紙本已是夕陽產業，而編輯真的是像堅守崗位的手工職人，我聽在耳裡倒覺得這是一種敬意。

包叔平 | 前《Shopping Design》副總編輯



Q：文學雜誌的改革困境？

或許新型態的「雜誌」就該結合線上與線下的力量，才足以在這個時代被看見被閱讀，但現在還完全找不到文學網站的獲利模式，要撐下去很不容易。

王聰威 | 《聯合文學》總編輯



Q：日常飲食刊物為何而生？

「吃」這件事原本就是日常，人與食物間持續發生著緊密的風味故事，正是那些落實在每日餐食間的細微想法，透過從點到線到面的觀察，勾勒出每個當下，讓每一天都過得有滋有味。

許貝羚 | 《好吃》總編輯



Q：小出版社的生存之道？

我相信小出版的力量在深在厚、在出手的力度。「新經典」的編輯一年只能照顧大概 4～5 本書，為了讓編輯能真正深入一本書，讓出版品有神采，這個量不是奢侈，是必須。

葉美瑤 | 《新經典文化》發行人暨總編輯



Q：如何改善現今童書出版的窘況？

成人們把繪本過度工具化，台灣繪本發展走向單調、無趣、弱智化。我們主張生命的意義來自生活，反其道的出版一些呈現普通日常生活樣貌的繪本，相信它們平實不造作、不喧嘩的真情感能引起孩子的共鳴。

高明美 | 《步步出版》編輯總監



Q：從編輯視角看，新聞的意義與價值是——

新聞不是待價而沽的商品，記者的任務不在服務點閱率，而是用一篇篇具深度和人性穿透力、建立在事實與專業上的公共議題報導，逐步贏回讀者的信任；這是我們至今以非營利模式活下來的初衷。

李雪莉 | 《報導者》總編輯



Q：數位時代對出版編輯帶來的衝擊？

數位內容改變了人們的閱讀習慣，也就連帶地改寫了出版世界的秩序。這一次與之前的變動最大的不同，可能是讀者的樣貌益加破碎模糊了，而他們的閱讀行蹤也更加飄忽不定。

康文炳 | 《財訊》雙週刊資深副總編輯



Q：未來編輯該具備何種能力？

除了編輯的基本功，還須熟悉行銷工具，並且不信任這一切工具（這樣你才會一直找新的模式啊）。從簽約一本書的起始，就應該在心裡規畫出書的文案主訴求與推動的方向，更要為書找出最佳的出版時機。

朱亞君 | 《寶瓶文化》社長兼總編輯



Q：你認為未來的媒體趨勢？

未來，媒體、品牌、自媒體的界線越來越模糊，但做為媒體，該做的，是把守住有價值的新聞，無論比例高低、內容輕重，傳遞的訊息必然有別於廣告與自媒體的做法，具有獨特觀點，餵養大眾有營養的媒體視角。

楊茵絮 | 《美麗佳人》總編輯

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。

2019台灣文創風雲

哪些事情，讓台灣的文化創意在二〇一九年風起雲湧？

醞釀了好久，終於看到台灣原創IP在影視舞台上大爆發；
「設計思維」續挑大梁，2018紅了台東，2019換屏東接手發光；
林懷民正式告別雲門，金曲獎迎來第一位嘻哈歌王；
「訂閱經濟」與「共享經濟」延燒，看新聞請付錢，吃好料靠外送；
網紅是最強效的賣書靈藥，他們要你幫自己，也幫書本聚人氣。
「亡國感」激出青年世代的熱血，也逼出他們的創意。
還有、還有、還有……
2019年的台灣文創天空，薪火傳承、熱血依舊、持續進化。

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**
首頁攝影／**葉滄焜**

訂閱正夯 共享當道



圖片擷取自蘋果日報網站

《蘋果日報》的網路版從 2019 年 4 月起改為訂閱制，開台灣大眾報紙數位內容訂閱先河。

“訂閱經濟” 真是持續好內容的解藥？

《蘋果日報》宣布，從 2019 年 4 月 10 日起必須註冊會員才能瀏覽網站新聞，又在 8 月 12 日公布新聞訂閱價：每月 120 元、年費 1152 元，成為四大報第一個走向數位內容訂閱制的案例。

新聞媒體被免費的網路衝擊已不是新鮮事，台灣吹響網路新聞訂閱制號角的是財經雜誌《天下》的數位內容在 2017 年轉為訂閱制，但就大眾報紙而言，《蘋果日報》還是第一個挑戰者。

也不只在媒體產業，從影音串流到手機 app，各種內容與服務近年紛紛從「單次購買」走向「持續訂閱」模式，甚至連鎖手搖飲料大苑子也在 2019 年 11 月推出「每月 499 元可喝 10 杯」的訂閱方案。訂閱經濟和傳統訂雜誌、訂牛奶有何不同，真是提供優質內容的解藥嗎？

訂閱經濟要素有二：現金流與數據流。過去貨到付款、只購買一次就離開的顧客，成為「先付款再供貨」的訂閱者，提供廠商穩定的現金流，也因為長期訂閱增加與顧客的接觸點，廠商獲取顧客的成本降低，而顧客也因此能得到更低的折扣。此外，網路科技讓每個訂閱者的行為都留下數據，廠商可以藉由分析大數據來優化內容與服務，提供個人化體驗，同時降低顧客轉換到其他服務的機會。這是新科技讓訂閱制流行的原因。



圖片擷取自天下雜誌網站

《天下》雜誌網路版在 2017 年就轉為訂閱制，吹響台灣媒體數位內容訂閱制的號角。



圖片擷取自商業周刊網站

不只媒體，手搖飲連鎖品牌大苑子也在 2019 年 11 月推出訂閱方案。



攝影／岳國介

「外送滿街跑」成為台灣常見街景。

但對於廣義的內容產業來說，訂閱制是新解藥嗎？過去必須衝高流量吸引廣告收入，導致內容往廣告主傾斜，改為訂閱制後，現金流能否彌補廣告收入，抵消讀者減少、流量下滑、影響力降低的負面影響？此外，內容提供者是否有能力長期、持續提供夠獨特的內容，掌握足夠的閱聽族群？能否有效運用訂閱者的行為數據，創造出更優異的策展，讓好內容創造出足以生存的報酬？這些面向都值得繼續觀察。

“外送員滿街跑” 是共享經濟還是創造窮忙？

兩年前台灣街景的最大的改變是夾娃娃機暴增，2019 年則是滿街跑的機車外送員。Uber Eats 與 foodpanda 展開補貼大戰，如果懶得出外覓食，叫外送不用運費，大家是不是都想試試看？

與前一年相比，2019 年 foodpanda 合作外送的店家成長了一倍，訂單成長 25 倍，使用者則成長 20 倍；市調機構東方線上統計，在 3 月到 10 月之間使用過外送服務的台灣人，大約增加了近 300 萬；勞動部統計台灣

約有 5 萬名註冊外送員（實際工作者可能不是全部）。與 Airbnb、Uber 一樣打出「共享經濟」名號的外送員，以不用被老闆指揮、彈性自主的工作時間、肯努力就有機會創造高收入等條件，在低薪高工時還未必有加班費的台灣職場，吸引許多人成為外送員，他們可能兼職補貼薪水，或乾脆全職投入以擺脫不友善的職場環境。

然而隨著外送員人數不斷上升，每送一單的單價不斷下滑，平台補貼政策也走向尾聲，加上雙十連假四天內發生兩起外送員的死亡車禍，引起「假承攬真僱傭」的爭議，焦點在共享平台把外送員當成自負盈虧的外包業主，不負擔勞健保、不遵守《勞基法》。

所謂共享經濟，到底是自主工時、全新工作型態的美夢，還是窮忙一場，剝削底層的惡夢？科技平台與政府法規的拉鋸，經濟效率與消費道德的掙扎，是零售街景改變的背後，令人思考的主題。

網路 新變

攝影／岳國介

設計發燒

浪漫帶路 藝術創生



屏東燈會是設計力與地方政府籌備執行的完美結合。

攝影／李淑瑩



攝影／岳國介

「漂鳥 197 縱谷大地藝術季」也是脫胎自日本越後妻有大地藝術祭的成功案例。



圖片提供／陳君與

「浪漫台三線藝術季」現場橫跨 5 個縣市，甚至拉到總統府前高調造勢。

「浪漫台三線藝術季」動員廣闊，台灣啤酒也聯名合作。



攝影／林辰鏗



圖片提供／未來市

2019 年屏東的文創盛事光芒耀目，除了燈會，「超級南設計展」也吸引了設計界無數大腕共襄盛舉，圖為未來市的展區。

屏東燈會、浪漫台三線藝術季…… 地方觀光美學全面升級

2019 年台灣最盛大的年度活動非「屏東燈會」莫屬。屏東縣已超過 20 年沒有舉辦過全國性活動，年度台灣燈會卻創下開放 16 天、總入場人次 1339 萬的紀錄，由於不可能全國過半數的人都去了屏東燈會，數字代表大部分的人不只去了一天一場，而是意猶未盡、隔天再去，帶來「我屏東我驕傲」的光榮感，好評不斷。

台灣燈會 30 周年能辦得如此成功，背後是設計力與地方政府籌備執行的完美結合。縣府大膽決定將燈會辦在交通不便，但能將藝術結合地景、海景與夕陽的大鵬灣，此外也改變過去燈會的籌辦方式，不再將主燈、燈籠比賽等項目分別發包，而是讓各個燈區的策展人統合設計，讓美學全盤發揮。

海底世界燈區的主燈「珊瑚之心」獲得義大利國際設計大獎賽（A' Design Award）提名，而「恆春風巢」「屏安時光」及「竹田紀事」三座藝術燈品也將移動到丹麥哥本哈根海事博

物館展出，新住民姊妹用 35 萬個蚵殼串起裙擺的「海之女神」、結合南島原民文化的「生命樹」、使用海洋廢棄物素材製作花燈，首次結合科技的無人機排字秀……燈會美學全面升級之外，設計力還滲透到舉辦活動 know-how 裡。

2019 年屏東燈會最高單日入場 182 萬人，是東京迪士尼樂園的 20 倍以上，得統合縣政府、觀光局、大鵬灣風景管理處和 BOT 的鵬灣公司等多個單位，籌辦時期有 908 個工作項目。在大鵬灣周邊找了 11 個停車場、2 萬個車位，光是為了將遊客從會場接駁到停車場，就動用 900 位司機、1000 位公務員團隊和 6000 位志工。原本估計單日 80 萬人的運量遠遠不足，然而縣民卻自發協助，有公司和地主免費開放場地提供停車空間，甚至民眾發起自家機車載送等待接駁的遊客到停車場。縣府團隊也每天檢討解決方案，砍掉沒效率的接駁路線、改變現場動線、增加疏導與安撫遊客、甚至把男女廁的比例由 1 比 4 調整到 1 比 6 等。

「設計」的力量不只用在結合藝術與地景，還深入到活動理念、現場執行、友善年長與肢體不便的遊客，以及後續改進等層面，才是屏東燈會成功的主因。

「設計與藝術結合地方、帶動觀光」的形式，日本越後妻有大地藝術祭、瀨戶內國際藝術祭是先行的成功案例，近年來引進台灣、多點開花。不只屏東燈會，台南月津港燈節也請來策展人籌畫，2019 年屏東還有「南國慢讀節」「超級南設計展」，客委會也結合 5 個縣市政府，邀請藝術家策畫首屆「浪漫台三線藝術季」，此外還包括桃園「地景藝術節」、台東「東海岸大地藝術節」與「漂鳥 197 縱谷大地藝術季」等活動，都是類似的成功案例。

雖然也有操作失誤如集集線石虎彩繪列車的例子，但結合藝術與地方觀光、用設計改變公部門執行方式的活動在 2019 年全面綻放，成為不可忽視的趨勢。

設計 發燒

攝影／岳國介

嘻哈竄起 雲門交替



嘻哈歌手摘下金曲獎桂冠，Leo 王讓新潮音樂人振奮，金曲獎讓大家對它的視野與襟懷刮目相看。



圖片提供／顏社

Leo 王 2019 年最受注目的專輯《無病呻吟有情抒情》。

金曲獎誕生首位嘻哈歌王

2019 年第 30 屆金曲獎最大亮點是當時 25 歲的「Leo 王」以專輯《無病呻吟有情抒情》獲得最佳國語男歌手獎，成為台灣第一位嘻哈歌王。

Leo 王本名王之佑，來自高雄，從小受不了學校也受不了老媽碎念，高中開始玩音樂，考上台大社會系只是為了脫離管教，到台北可以自由練團聽表演。大學生活就是拎著啤酒騎單車到處晃、在 live house 打工，想遊盪到更遠，於是跑到雲南待了一個月「在藏人、彝族人之間走來走去」，後來休學在獨立音樂圈打滾。

Leo 王的創作養分來自與母親衝突又緊密的關係，爭取自由、離家，以及貧窮線以下的北漂生活。金曲評審團表示，Leo 王過去就是很好的樂團主唱，轉型饒舌後也有優異表現，考量整體音樂市場的未來發展，因此選出這位非典型歌王。

Leo 王的確非典型！一般人獲獎總是感謝父母與評審，但 Leo 王得獎感言卻是：「媽，不要情緒勒索了，我也愛你，但是我不一定聽你的話。我想說，能生在台灣是一件非常幸運跟幸福的事，身為一個創作者，我一直是想寫什麼就寫什麼。對



張麗洲攝影／雲門舞集提供

2019 年在中正紀念堂的演出，成了林懷民退休前在台灣的最後一場戶外公演，謝幕時林懷民與舞者們依依向民眾致意告別。



劉振祥攝影／雲門舞集提供

2019 雲門舞集戶外公演，在國家兩廳院藝文廣場前和四萬觀眾大合照。

一個創作者來說，這是一件最重要最重要最重要最重要的事。」

這段致詞隨後被蔡英文總統引用在臉書，說明台灣音樂人想表達任何意見都有充分自由，30 年前有黑名單工作室的專輯《抓狂歌》，如今則有蔡依林的〈玫瑰少年〉能「獻給所有曾經認為自己完全沒有機會、沒有選擇的你」。這或許就是第一位嘻哈歌王的意義。

林懷民真的退休了

每年 7 月，雲門舞集固定舉辦一場免費大型戶外公演，24 年來走過台灣 21 個縣市，累積 62 場演出、觀眾超過 200 萬人次，2019 年不同的是，創辦人林懷民要退休了。

7 月 27 日，中正紀念堂廣場前，超過 4 萬名觀眾欣賞了林懷民退休前最後一場戶外公演。

1973 年創辦的雲門舞集，是台灣第一個職業舞團，至今在全球 214 個城市演出，並在紐約、倫敦、巴黎、

莫斯科等城市持續公演，每年在國外 100 天，長期巡演結束後，都會回到戶外廣場和台灣人見面。「文化平權」是林懷民創辦雲門時的夢想，因此舞團持續深入鄉鎮、社區和學校，試著把舞蹈帶進大眾生活中。

雖然說過多次退休，但 72 歲的林懷民，這次真的要將藝術總監交棒給 44 歲的鄭宗龍了。林懷民被認為是當代全球最重要的編舞家之一，但他認為「舞者讓舞作有了血肉、有了靈魂，」因此退休前的公演，特別安排年底前即將退休的資深舞者們擅演的作品，例如久未重演的《家族合唱》《行草》《松煙》《竹夢》……等經典片段，並且在謝幕時向觀眾鄭重道謝，深情告別。

英國《衛報》描述林懷民的退休「象徵一個時代的結束」。林懷民也說自己將不會再到雲門劇場、也不在公眾面前出現：「這樣雲門才能長出新的肌肉、新的做法、新的生存能力」。

林懷民退休了，但我們會繼續期待每年 7 月的雲門大型戶外公演。

樂舞
流轉

攝影／丘國介

出版風雲

買書幫自己 借書做公益



《蔡康永的情商課——為你自己活一次》橫掃三大通路 2019 年的暢銷書排行榜。

年度暢銷書關鍵字：做自己、聚人氣

2019 年橫掃三大通路的暢銷書冠軍是《蔡康永的情商課——為你自己活一次》，這股「做自己、愛自己」的心理勵志風潮，從 2014 年《被討厭的勇氣》以來延續不停，2019 年這類型的書還有《成為這樣的我：蜜雪兒歐巴馬》和百萬網紅鍾明軒描述從被霸凌到認同自我的《我決定我是誰》站上暢銷榜單。

年度暢銷書單還有一個現象是：先引起社群話題才能帶動書籍銷售；話題可能來自新聞事件、影視 IP 及網紅效益，分眾時代的社群力量甚至改變了傳統出版的行銷順序。

因為新聞事件受注目的話題書，例如選舉期間的《為什麼愛說謊》、因應人工智慧崛起的知識普及書、斜槓風潮下的《沒人雇用的一代》等；影視 IP 改編的《我們與惡的距離》《俗女養成記》《天氣之子》也隨劇熱賣。至於網紅效益的影響更大，書籍得到網紅青睞就可能掀起一股熱賣，例如蔡依林與理科太太推薦《脆弱的力量》，以及 Youtuber 阿滴英文推薦的語言學習書，全年都持續在暢銷榜上；博客來年度報告還分析了臉書料理社團如何在書出版前就創造一小時預購千本的驚人實例。



蔡依林與理科太太合力推薦《脆弱的力量》，讓書籍掀起一股熱賣。

除了書籍行銷的板塊位移，年度暢銷書還出現另一個位移：「人文社科」類銷售漸漸超越一直以來受眾最廣的「文學小說」，似乎反映在假新聞充斥、資訊零碎化的時代，藉由閱讀，更系統化地吸收知識的需求更強了。畢竟在眾聲喧嘩的時代，選擇不從眾做自己並不簡單。

借出一本書，作者與出版社拿三塊錢

文化部與教育部在 2019 年 12 月 31 日舉行試辦「公共出借權」記者會，共同宣布試辦圖書「公共出借權」制度，2020 年元旦起、為期 3 年，範圍包含國立台灣圖書館、國立公共資訊圖書館兩館，只要符合本國創作者、在台灣出版、具有 ISBN 的紙本書，不論原書價，讀者每借出一本，政府就補償新台幣 3 元，其中 7 成給創作者、3 成給出版者。預計 2020 年底統計兩館借閱冊數，2021 年 2 月開放創作者及出版社進行系統登記，5 月發放補償酬金。

目前台灣共有 544 個公共圖書館，在 2018 年創下 9200 萬人次、借閱 7700 萬冊的新高（2019 年統計尚未完成），而出版業總營業額卻自 2010 年的高峰 360

億元，下滑到 2016 年的 185 億，近乎腰斬，近年來則多半維持在 180 ～ 190 億之間，創作者與出版社的艱辛可想而知，也因此推動了圖書公共出借權的政策討論。

這個制度最早出現於 1946 年的丹麥，目前全球有 35 個國家實施，大多是歐洲國家，台灣是第一個試辦的亞洲國家。

不過目前圖書館借閱次數高的多半是旅遊、投資理財、健康養生類書籍，銷售相對冷門的知識類書籍，在借閱上的表現也不優，對創作端的回饋恐怕有限。會不會最後造福的仍然是原本就很暢銷的書籍？如何設計幫助好書散播的機制？以及部分作者借閱量太高是否該設訂上限？還有版權由出版社買斷的作品，作者是否仍可分潤？對於新政策的相關意見都還在統整中，值得後續觀察。



位於台中的國立公共資訊圖書館，是試辦「公共出借權」的兩大圖書館之一。



公共圖書館借書冊數每年多達數千萬，這個數量如果都能回饋給創作者和出版者，對振興書市應該頗有助益。

出版 風雲



攝影／丘國介

IP 效應

大家愛返校 創新零距離



擷取自《我們與惡的距離》臉書

台劇《我們與惡的距離》完結篇的收視率創下公視史上第三高的 3.4%，在金鐘獎盛會上還拿下 6 項大獎。

《返校》《我們與惡的距離》…影視 IP 大爆發

電影《返校》與電視劇《我們與惡的距離》是 2019 年影響力最大的兩部本土影視作品。

以白色恐怖時代為故事背景的驚悚遊戲《返校》2017 年上市後，曾登上遊戲平台 Steam 的全球單周熱銷第一，以六人編制的獨立遊戲工作室，原創 IP 卻能引起香港、中國以及同樣經歷過威權時代的南韓玩家的共鳴。

遊戲熱賣醞釀下，《返校》改編電影 2019 年上映，全台票房衝上 2 億 6000 萬，是年度唯一票房破億的國片（年度第二的《第九分局》約 5700 萬、第三的《五月天人生無限公司》約 5400 萬），許多沒經歷過白色恐怖的年輕觀眾因此開始回顧歷史，並且與南韓電影《我只是個計程車司機》《1987：黎明到來的那一天》互為對照；貼近社會的歷史事件所改編的 IP，在意料之外產生龐大的力量。

而台劇《我們與惡的距離》也不例外，以無差別殺人事件為主軸，從不同角度切入道德、法律、精神疾病與人權議題，引起觀眾熱烈討論，完結篇的收視率創下公視史上第三高的 3.4%，在金鐘獎盛會上還拿下 6 項大獎。更值得注意的是製作過程，創下許多 IP 操作的先例。

首先是公視改變發包方式，由過去的編劇與製作統包，改為分開發包，讓編劇能夠好好耕耘劇本，更完善之後再進入製作階段。其次，這也是第一次在編劇源頭就與資策會大數據技術合作，先在社群平台上以「無差別殺人事件」為關鍵字，搜尋



圖片提供／三立電視股份有限公司

由漫畫改編的《用九柑仔店》，也是 2019 年 IP 大爆發現象中的注目作品。

一整年、1 萬 8000 筆資料，費時 5 個月進行事件、議題、人物分類，反映了議題的網路輿論、對立角色的觀點、意見領袖的發言等等，彙整後交由編劇啟動田野調查，一個人訪問了律師、法官、精神科醫師、記者、社工、思覺失調症病友及家屬等相關人士約 40 人，又經過一年的編寫，才生成最後的劇本。

IP 改編的爆發不只《返校》《我們與惡的距離》，2019 年度還有改編自散文、探討女性面臨社會困境的《俗女養成記》，原著是漫畫的《用九柑仔店》，以記者為主題的職人劇《鏡子森林》《最佳利益》，恐怖類型的《魂囚西門》《靈異街 11 號》，甚至 BL 類型的《圈套》《那一天》等等。

本土 IP 力量爆發，或許可以歸納為產業、社會、科技三個面向。

在產業面，過去不少作品概念精采，但往往在製作與行銷上因為資源不足而難以發揮，未來如何以《我們與惡的距離》為基礎，更優化 IP 產製過程，讓編劇、製作、行銷每個環節都能充分獲得支援，讓優秀的創作者發揮？在社會面，台灣經歷過複雜的政治歷程、文化衝擊，也因此培養出一群對議題敏感、能接受多元價值的創作者，未來是否有機會持續發掘出觸動社會的作品？

而在科技面，有了串流平台以及其他科技演進的基礎後，如何讓更多優質的戲劇作品被看見？都值得繼續觀察。

紀念 2019 年離開我們的文化人——以及他們的名言

林清玄（作家），01 月 22 日
「世人很少對今生有懇切的了解，卻妄圖去了解前世，世人也多不肯依賴眼前的真我，卻花許多時間寄託於來世，想來令人遺憾。」

吳樂天（廣播主持人），03 月 16 日
「廣播聽眾從小學、中學到大學都有，所以立論必須公平合理。」

貝聿銘（建築大師），05 月 16 日
「我一生設計了七十多件作品，在建築界小有建樹、獲得榮耀，那是因為我解自己以及自己的思想和能力範圍。」

平鑫濤（皇冠文化集團創辦人），05 月 23 日
「我的生命一直活得多采多姿，喜怒哀樂也比別人強烈，沒有白走這一趟。活到老年，我的死亡是件喜事，切勿悲傷，讓我瀟灑瀟灑的離去。」

史明（革命家），09 月 20 日
「台灣人追求獨立，只是希望跟世界上其他國家的人平起平坐，這是天經地義、理所當然的事情。」

幸佳慧（兒童文學作家），10 月 16 日
「每個人都有受傷的經驗，如何為孩子帶來希望，如何為他們找到光亮，是身為創作者的責任。」

林良（作家），12 月 23 日
「愛那受苦的人，無論那受苦的是一個孩子，還是你自己。」



攝影／林辰鏗

《用九柑仔店》的 IP 應用，不但從漫畫出版延伸到電視劇製播，甚至還延伸到在華山文創園區開設快閃店。

不論他們的產業
在不在文創法所列舉的名單之中，
他們都展現了可觀的創新能量
與可敬的文創精神。
在典型與非典型的人物中，
我們尋訪
發揚文創精神的典範。

李永豐

採訪・撰文／黃銘彰
肖像攝影／林辰鍵
事件照片／紙風車文教基金會提供

粗魯與細膩，都是情意

李永豐很粗魯，三字經五字經是他說話的語助詞，為了朋友義氣可以不顧自身的毀譽，還說他自己「絕不中立」，因為他「一生努力都倒向孩子」。
李永豐很細膩，看勞勃威爾森聽菲利普格拉斯會一直哭一直哭。
在粗魯與細膩交織下，李永豐一點一滴地成為台灣兒童劇場發展史上極為重要的播種者，三十多年走來，每一個腳印、每一段故事，都流淌著他的情意……



About 李永豐
1962 年 3 月 3 日出生於嘉義縣布袋鎮，人稱「李美國」。資深劇場演員、編劇、導演、製作人。畢業於國立藝術學院戲劇系、國立臺北藝術大學傳統藝術研究所文化資產與文化政策組。1981 年參與「蘭陵劇坊」接受劇場訓練，1986 年與鄧志浩、朱曙明成立魔奇兒童劇團；1992 年成立紙風車劇團，製作原創精緻的兒童舞臺劇。現任紙風車文教基金會執行長、紙風車劇團創意總監及藝術監督。
主要文創事蹟：台灣兒童劇場的重要播種者。1986 年成立魔奇兒童劇團，1992 年成立紙風車劇團，為台灣的兒童舞台劇開啟新紀元。2006 年推動「319 鄉村兒童藝術工程」，2012 年啟動「368 鄉鎮市區兒童藝術工程」，持續讓偏鄉的孩子有機會感受藝術的創意與美好。2017 年推出「紙風車藝術待用券」，為「文化平權」的理念奮鬥不懈。

[序幕]

一見李永豐，他便唸著，「像我們這種年紀的人，有什麼好採訪的？一輩子沒什麼成就，說的話也沒什麼參考價值……」或許是在新冠肺炎疫情蔓延時期，劇團生計受到劇烈影響，忙著處理突如其來財務困境的他，在深邃的五官底下，看起來意志有些消沉。
現年 58 歲的李永豐，是現任紙風車文教基金會執行

長、紙風車劇團的創辦人之一，推動兒童舞臺劇走入全台各個鄉鎮；同時也是名演員，在舞台劇、電影、廣告都可以看見他的身影。他在劇團內是個雷厲風行的執行長，對外則為人海派，重情重義，交友圈橫跨政商文化等各界大老。2012 年，他被邀請去指導當時正在競選總統的蔡英文肢體表達及應對進退，而後成了許多政治人物欽點的儀態老師。他言行草根，能夠瞬間拉近人心，

李永豐說自己不是演戲的咖，所以專心當個製作人，但是在台下、在幕後，他為台灣兒童劇場所做的貢獻顯然比在台上來得更多。

青年帥哥李永豐。



阿兵哥李永豐。



李永豐與妹妹，兩個都笑得很開朗。



紙風車在中和。



舉止細節又細膩柔軟，處處帶著不必為他設防的誠意，無怪乎那麼多重量級人物都稱他為師。

2019 年，紙風車文教基金會下綠光劇團的本土原創音樂劇《再會吧北投》才締造卓越票房，屢次加演仍一票難求；未料 2020 年疫情延燒，多檔舞台劇接連取消演出，營收轉瞬歸零。面臨史無前例的危機，他先是趁這段期間積極安排內訓課程供團員進修，同時推出《綠光返笑日》線上劇場，廣徵創意短片，並提供津貼。他說，會做這些並不代表他對未來樂觀看待，更像是最後的掙扎，在每個月仍須負擔龐大的基本開銷下，倘若年底疫情未有好轉能讓演出繼續，也只能含淚收掉經營多年的劇團。

[Act 1]

茫茫渺渺

要怎麼做出讓台灣人感動的戲呢？

「我說台語你聽得懂嗎？」訪談開始不到兩分鐘，李永豐忍不住劈頭一問。轉換為台語模式，三字經接二連三夾雜其中，他整個人頓時放鬆多了，「很多人問我為什麼那麼愛操訕誰？我說，那不是訕誰，是我們鄉下小孩的日常用語。」

出生於嘉義布袋，家裡開柑仔店，他從小就識人無數，見怪不怪。平時在外頭浪流連、四處串門子、嬉鬧玩耍，是他主要的兒時記憶；至於讀書，他罵了聲幹，那是都

市人在意的事，對年輕的他來說一點也不重要。說起大學考了快十次才上榜的往事，他不以為忤，反倒突然唱起歌來，「你知道〈童年〉嗎？池塘邊的榕樹上，知了在聲聲叫著夏天……」無論過去還是現在，不管時局好或壞，表演的欲望好似始終在他身上，沒有改變。或許，表演真是人生的某種救贖。

「要怎麼做出讓台灣人感動的戲，最重要的是，你要真的了解台灣的生活。平常吃吐司的人，跟吃稀飯的人，表現出來的樣子絕對是不一樣嘛。」他一人分飾兩角，演起西方電影打招呼的戲碼，問候 How are you，臉頰碰臉頰，「台灣人會這樣給你親親抱抱嗎？從來就不會嘛，跟你握手已經很好了！我問你，以前你的老爸有這樣抱過你嗎？」他說，人跟人之間的溝通深受環境影響，就算仿擬百老匯仿擬得再唯妙唯肖，台灣人依然很難被真正打動。

「全世界的藝術創作都在尋找新的語彙，可是新的語彙它必須要實現某一種在地精神。那種精神茫茫渺渺，要自己從生活裡找。」他以《再會吧北投》為例，陳明章的音樂加上吳念真的編劇，描繪起五〇、六〇年代的北投，「那種專屬於台灣人保守迂迴卻濃烈到不行的情感，看了你不淚流滿面才奇怪。」

做過演員、編劇、導演、製作人，歷練多年的製作人李永豐對團隊很有自信，把人放到各自擅長的位置上，創造匯集所有打動人心的元素，這他再擅長不過了。

不過，製作人這工作聽來容易，做起來一點也不簡單。

要成就一場好戲，每個細節都不能放過，他自言「很機車」，從導演、副導演、編舞、演員、舞者他都嚴格以待。哪怕綠光劇團已有資歷豐富的團長羅北安坐鎮指導演員表演，他還是頻繁盯場、當場指導，「光說走路好了，每次被我刁一刁，他們才發現他媽的自己竟然不會走路……」。

[Act 2]

勇闖無人地帶

做兒童劇！而且不准用「白癡式的對話」

除了綠光，李永豐和好友柯一正、羅北安、徐立功等人 1992 年創立的紙風車劇團，致力於兒童劇近三十載，至今仍然演出不輟。當時兒童劇並不盛行，為什麼一頭栽入兒童劇這個非主流類別？「我蘭陵劇坊出來的，那時看到那些做小劇場的，挖咧哭夭，都在講哲學、政治，說洩說屁，幹你娘有夠歹看。」1986 年，他和鄧志浩成立專做兒童劇的魔奇劇團，「也不是我比較偉大啦，只是我不想跟他們他媽的同流合汙啦，做那些戲，幹！不知道在做什麼！」

紙風車成立後，可說為台灣的兒童舞台劇開啟新紀元，透過多元肢體、圖像、節奏、色彩組合出來的「紙風車式創意」，足跡遍布台灣各地劇場、戶外空間與中小學校，乃至於紐約、巴黎、香港、澳門等國際級劇院，確實一如童年記憶中不停轉動的紙風車，帶給無數孩子

歡樂。

「兒童劇比大人的劇難導一百倍，要讓兒童會笑很簡單，但要在他們心裡留下東西，那很困難。」他娓娓道來能輕易讓孩子哈哈大笑的方法，像只要說出「大便」「滑倒」「打噴嚏」……等等；並且舉例起他所謂「白癡式的對話」，如：「各位小朋友今天高不高興？」「高興！」，「今天大家乖不乖？」「乖！」，「我們的戲好不好看？」「好看！」，「媽媽對你好不好？」「好！」。他說，「那種互動模式是最廉價的，的確，小朋友會因為這樣而有參與感，家長看到小朋友熱情地回答也會跟著開心，但孩子並沒有真正感受到你想傳達的事物。」領略到這件事後，李永豐花上好幾年不斷精進戲劇，發展出【巫婆】【台灣新童話】【12 生肖】等系列作品，其中的角色多與孩子的生活經驗貼合、且能代入情境之中，儼然為兒童舞台劇創造全新視野，令無數大小戲迷津津樂道。

[Act 3]

走遍庄腳

滿足偏鄉兒童對藝術需求的渴望

出身鄉村的李永豐，在表演現場常被偏遠鄉鎮的孩子問到：「你們什麼時候再回來？」有感於城鄉資源落差大，且面對面看見偏鄉兒童對藝術需求的渴望，他自 2006 年開始推動「319 鄉村兒童藝術工程」，藉由民間

人高馬大、愛嚼檳榔、習慣許謔，李永豐「看起來」很粗魯，實際上卻有他極為細膩的一面。



自發募款的力量，走遍台灣 319 個鄉鎮，演出精緻的原創兒童劇。

2012 年底，紙風車再度啟動「368 鄉鎮市區兒童藝術工程」，持續讓偏遠地區與鮮少接觸表演藝術活動的孩子有機會感受藝術的創意與美好，至本次疫情爆發前仍在巡演當中。他說，這件事對他還有無數的孩子來說都意義非凡，「而且我們針對每個地方演的戲都不一樣，到了嘉義，我們就演嘉義的故事；來到台南，就演跟台南有關的，創造一種在地的互動感。也因為這樣，在這個很難得的演出裡頭，孩子可以看到跟土地有關的故事，大人也會有感覺，有時候連阿嬤都是第一次看到這樣子的戲，其實某種程度上還有藝術教育的意義。」

延續「文化平權」的理念，紙風車在 2017 年更进一步推出「紙風車藝術待用券」，鼓勵有能力的觀眾多買一張票留在劇團，透過分享待用券，讓有需求的人得到溫暖且有尊嚴的照顧。同時，劇團亦透過媒合社福團體，不定期保留名額給藝術資源相對弱勢的族群。「我是庄腳囡子，會做這些，當然就是希望表演藝術可以在每個角落生根發芽；我也不需要去邀功，因為這本來就是自己想做的事情嘛。」

樹大招風，這些年來，隨著紙風車規模持續擴大，承受的議論從來沒有少過。2019 年 8 月，紙



紙風車在恆春。



混在紙風車觀眾席裡的李永豐，看就是個孩子王。

風車巡演至台中，與當地政府因場租問題發生紛爭，李永豐怒而拒絕再到台中演出，並強調紙風車的公益演出不曾拿政府一毛錢，稱自己「絕不中立，一生努力都倒向孩子」，更狀告指涉紙風車 13 年來拿政府 3.68 億元的律師葉慶元，捍衛劇團名譽。「我們劇團的演出當然還是要賣票賺錢，還是會去標政府的案子來維持生存；但是公益演出的部分，真的不拿政府任何錢。」對於向大眾募來的錢，李永豐有其原則，即便現今財務狀況面臨挑戰，他仍堅持絕對不可拿來週轉。這些攻擊會不會是出自政治動機？「我只能說，我不認為這是個良善的行為，」他面露無奈，「但是算了吧，原諒、放下這些。」

[Act 4]

只為義氣二字 不是藍綠問題，呷人一口，愛還人一斗嘛！

「我不後悔啦！」遊走江湖數十載，李永豐交友廣闊，與各陣營政壇人士皆有交情，卻時不時被貼上「綠營」標籤。2018 年市長選舉，當時的台北市長參選人丁守中批評文化人小野為「綠營文化門神」，與小野交好的紙風車劇團也因此受到波及；在風頭上，李永豐不但沒有閃躲，還直接挺身而出，為好友說話。「以前做過的事，我都不後悔。當年市長選舉幫陳其邁，不是因為他是民進黨還是國民黨，是因為他是紙風車的志工。他當



紙風車的演出不僅限於台灣，在紐約、巴黎、澳門、香港也都有他們的足跡。這是李永豐 2013 年 11 月到香港文化中心露天廣場演出時的留影。

初在 368 鄉鎮的時候那麼支持我，今天他選舉我去幫他，這樣難道有錯嗎？做一個人一定要那麼絕情嗎？」

談及屢次遭受政治人物無來由的攻訐或口水波及，他愈說愈大聲，「世間總是有一個情義在嘛！我寧可忠於情義而受害，也不願意因為算計而得利。如果你覺得這不對的話，那我覺得你到底是不是人啊！」譙個一兩句，他神情嚴肅起來，「我這不是抱怨，我是在控訴！政治人物你得要清楚你講話的影響力。」

李永豐為好友兩肋插刀的事蹟當然不只這樁，早在 2002 年，他就不顧好友吳念真苦勸有損形象，決定出演知名壯陽藥廣告「烏頭牌愛福好：查甫人千萬毋通賭一支嘴」。「為什麼我要拍？很簡單啊！烏頭牌他每年固定捐錢給紙風車，需要拍個廣告，我為什麼不去呢？呷人一口，愛還人一斗嘛！」連說話最具說服力的吳念真都擋不住的，在這世上恐怕就是李永豐的義氣了。他接著打趣分享，有時在募款餐會上，商業人士壓根沒聽過紙風車，「我每次都介紹自己是烏頭牌那個兩棲部隊、只剩一張嘴的查甫人，這一說，每個人都瞭！」

正是因為重情義勝過自身毀譽，在乎社會理想超越自我利益，紙風車一路走來受到多方人士的大力支持，才能深入台灣鄉間走過一輪後，仍信守承諾再次展開 368 鄉鎮巡迴，並陸續推動如藝術待用券等計畫，為不分地域、出身的孩子帶來同等精采的演出。



專心當製作人的李永豐，偶爾也會和老友吳念真粉墨登台一下。

[Act 5]

提攜後進 要嘛去死，要嘛專心投入製作，拉拔下一代

在李永豐不修邊幅的外表及霸氣的作風下，熟識他的朋友都知道，他其實有顆柔軟的心，特別在遇上藝術時，在外叱吒風雲的獅子彷彿瞬間溫馴如兔；他說自己聽古典樂常聽到熱淚盈眶，看芭蕾舞表演可以看得涕泗縱橫。三十歲後半，他帶著劇團走訪紐約、亞維儂、巴黎等地，看了無數表演後，意識到什麼叫做「不一樣的藝術層次，真正可以觸動心靈的東西」。「我在大都會歌劇院看到美國芭蕾舞團的表演，作曲是簡約音樂家菲利普格拉斯（Philip Glass），那音樂、舞蹈一出來，我莫名其妙就一直哭、一直哭。」他難得語帶感性，「那種人與人之間深層意識的相互感動，是無法用言語形容的，這個才叫藝術。」

「至於台灣那些年輕藝術家，整天說自己的戲沒人看，覺得自己做藝術就很了不起的，根本你他媽的搞不清楚狀況！到底在講什麼，你他媽算啥沒！算什麼咖啊！我操你媽的 B ！」才婉約沒幾句，李永豐三字經、五字經

又脫口而出，心頭彷彿有壓抑不住的怒氣，「吳 sir（吳念真）一句話說得很好，『知識是用來分享的，不是用來掠奪的。』如果你今天有藝術上的專業，那專業就是要來服務大眾呀！怎麼做藝術的人，反而拿藝術來囂擺？身為一個藝術工作者，連基本的謙卑都沒有，到底能做什麼？」

看過勞勃威爾森（Robert Wilson）的劇，聽過菲利普格拉斯的音樂，李永豐感動之餘，實則深受打擊，意識到自己才華極其有限。「我根本不是個咖嘛！那時我想說，要嘛去死，要嘛好好生活，我這個人沒膽啦，不敢死啦。那要怎樣？而且那時候小孩子也出生了，我想說，到底怎麼辦？」自承不快樂長達七、八年，李永豐才逐漸轉念，離開導演崗位，專注做起製作人，並且下定決心培養更多年輕人。

「現在的台灣，沒有真正的大師，即使是吳念真，也只能說是一流的編劇家，還稱不上大師。」這不是在虧好友，而是他幾年思考後的感悟，「我們這一代是這樣，希望下一代不要再犯同樣的問題。如果還可以的話，我想繼續告訴年輕一代的創作者，必須擁有更寬闊的文化視野和靈活度。我們這代是金字塔的底基，慢慢堆疊起

來，希望有天讓台灣的下一代有機會成為真正的藝術家，能夠引領全世界。所以說，老人家真的不要固執己見，為了下一代，我們應該互相包容、忍耐才對。」愛之深責之切，李永豐罵年輕人罵得兇，源自於面對自身生命有涯的感慨，還有對於下一代無涯的期待。

[Act 6]

一切攏是情意 所有的粗魯和細膩，代表的其實都是情意

同樣出身嘉義的遠流出版公司董事長王榮文，與李永豐結識多年，每年生日都會收到好友送來的花，他每年都故意不回應，希望李永豐就此停止，但每年生日一到，李永豐的禮物如期送達、從未間斷；他形容李永豐有種「細膩的反差」。聽到這個形容，李永豐面露羞赧，乾脆歸咎給星座，「我是雙魚座的，所以有雙面性格，只能這樣解釋了。」

兩人的緣分，來自於蘭陵劇坊創辦人吳靜吉，是他們共同的老師。王榮文說，李永豐替吳博士做壽已經十幾年，每年都邀集眾多好友齊聚，包含吳念真、羅北安、

柯一正，彼此「答喙鼓」，總是逗得全場哄堂大笑，創造許多難忘的回憶。

說起這個帶他踏入劇場界的「父親」，李永豐再三表現出他深深的敬意，「我很少在台灣藝文界看到這麼無私的人，一直鼓勵年輕一輩，對我來說永遠像個巨人。我那時就想，這麼國寶級的人怎麼可以生日沒人處理啊！所以我一搞就十幾年，而且每次大家都很高興。」

「我為什麼會做戲？就是想跟別人共享，想把自己的心情讓更多人知道，知道我有多辛苦、我有多麼愛你們……那種期盼他人可以理解的心是不會變的，那是身為創作者的本質。而不管是情緒還是感受，我身上所有的粗魯和細膩，代表的其實都是情意。」

年近花甲，他早不耽溺，對人生已無比豁達，「但你如果看我不爽，跟我在一起我都不快樂，那真的不用勉強；如果覺得跟我在一起滿愉快，那就繼續相處下去吧。會爽就爽，不爽就隨便啊，沒什麼大不了！」

一路走來，李永豐曾受過無數攻擊，又在今年遭遇新冠肺炎疫情，劇團面臨生存危機，「有時候都覺得自己是個罪人。但至少今年生日，我的兩個孩子寫信跟我說：『爸爸！你是我尊敬的人。』」他說，「所以，我該說這些年來，我到底得到什麼，又失去什麼了呢？」語畢，他嚼起檳榔，在好友王榮文的陪伴下，向遠方邁去。



長期在吳靜吉門下薰陶，李永豐和王榮文的交情累積得夠深夠厚。大眼瞪小眼是做戲，搭肩熊抱卻不是演出來的。



李永豐替他深深尊敬的老師吳靜吉做壽已經十幾年，每年都邀集眾多好友齊聚搞笑。

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…



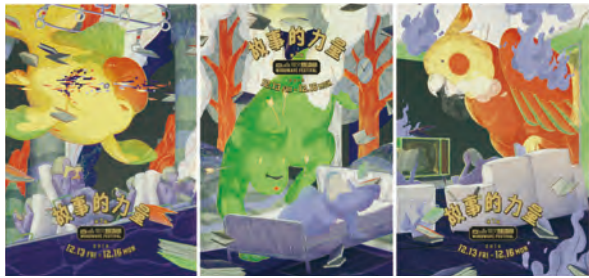
觀察現象、
比對紋理、
爬梳邏輯…

我們擴大視野、深度挖掘，
找出 2019 年值得探索的議題。

老派朗讀其實是新潮閱讀

七年之前，朗讀很老派，
走過七年，華文朗讀節成了魅力難擋的文青時尚。
放眼未來，耳朵經濟竄紅，液態心流當道，
而朗讀，還將繼續幫產業闖出藍海，給生活帶動新潮。

撰文／陳靜瑤 攝影／林辰鍵



1. 主視覺：
「亂碼金魚的城市流動」「標靶黑豹的床邊故事」「著火鸚鵡的客廳對話」。



2.
戶外：華文朗讀節是愛書人深秋初冬生活行事曆上的盛事。

2019年華文朗讀節集結了108位作家名人、71場活動，約有 4.6 萬人次走進華山會場，創下歷年最多的紀錄。

想到「朗讀」二字，相信有些人腦海裡會浮現小時候國語文競賽裡或古裝戲私塾中搖頭晃腦、字正腔圓、口若懸河的畫面。坦白說，這是一場不容易、現今也不普及的回憶。那為何是朗讀、又為何會有人（還不少人）來朝聖一個名之為「華文朗讀節」的活動呢？

昔年

以「華文朗讀」為名，打造朗讀聚落

台灣文創發展基金會在 2013 年發起了一項屬於它、也屬於華山文創園區、更屬於華文世界愛書人的節慶——華文朗讀節。

1865 年古巴雪茄菸廠開始出現「朗讀員」這個角色，透過朗讀員每日的讀報讀雜誌讀書，不只把世界趣聞、文學經典帶給廠房工人，也為工人沉悶的廠房生活帶來樂趣。同樣的，朗讀在德國不只成就了偉大的萊比錫書展，更形成一種城市文化印記。一年一度的萊比錫朗讀節，作家們的翻書聲、讀書聲在萊比錫書展會場、在城市小酒館、在任何可能的角落流動。文字創作者透過朗

讀自己的作品與讀者交心，用科技世界欠缺的「人際磨擦感」打造城市文化風景。無聲的文字透過「朗讀」傾訴所產生的張力、魅力與影響力，讓這兩項活動得以延續百餘年。

「華文朗讀節」發起人也是台灣文創發展基金會董事長王榮文先生不改出版人情懷，因而取得「春書展，秋朗讀」的靈感，深信華文值得「大聲說」、華文需要一個朗讀聚落，讓人民擁有朗讀華文的驚豔體驗，也藉此為「書」的關係創作者與關係產業添加共榮薪火，因此從 2013 年「驚豔！華文的聲音如此美好」、2014 年「看見，華文最美麗的聲音」、2015 年「夢想正在發生」、2016 年「我在____朗讀」、2017 年「聽說好味道」、2018 年「讓想像力自由」，華文朗讀節把向來低調、習慣默讀、屬於個人的閱讀活動，以「華文朗讀」為名，透過不同藝術形式與產業品牌加乘，每年串流出數萬人次的「朗讀力」（Wordwave）。

這年

精銳齊出，發揚「故事的力量」

故事是餌，故事往往具備最不意圖影響的影響力。

3. 年度選書：結合策展人與講者朗讀推薦，與 52 家出版社共同選出百大年度選書 200 本。



4. 青春故事館：與學校接軌一同為青春朗讀。



5. 朗讀劇場：一定要聽永遠的朗讀者馮翊綱為我們朗讀金庸武俠。



6. 攝像故事：看《報導者》用照片說廢墟少年、移工、同志的時代故事。



7. 插畫故事：看插畫家「讀畫」，用繪畫圖像訴說文本與創作的故事。



8. 親子共讀：繪本永遠是最好的親子對話素材，繪本作家王春子和兒子一起朗讀自己的創作《討厭的颱風》。



2019 年華文朗讀節邁入第七年，若以古代年齡命之，尚處「髫齡」（幼童年）階段。換成人類定義，我們可以說七歲的華文朗讀節即將進入小學階段了。這一年華文朗讀節選了「故事的力量」作為年度主題，透過故事找出出版、教育與文化的力量。

三款主視覺「標靶黑豹的床邊故事」「著火鸚鵡的客廳對話」「亂碼金魚的城市流動」用極其童趣與奇幻的態度，率先勾引大家對閱讀世界的極大想像，也帶出本年現場的三個策展線索——故事啟蒙、熱情夢想、流動現代。

三大舞台邀請百餘位作家名人登場，他們有人透過「朗讀劇場」用戲劇影像音樂等多藝術形式演繹精選的文本片段，有人藉由「朗讀沙龍」與讀者深度暢談閱讀觀點，也有人打開新作在「新書座談」中與讀者進行最交心的生命對話。

走進五大主題區，裡頭的「攝像故事」帶你凝視移工、廢墟少年等社會破口，角落策展則運用「影音」手法濃縮數十個小故事裡的大道理。

要如何讓故事想像力自孩提時期就走入生命呢？「親子故事屋」與父母交流了最真切的繪本作家親子共讀經驗。插畫家在一本書的誕生過程中負責為書中人物立體

化、書中知識形象化，這是非常不容易的轉譯環節，20 位插畫家用「畫」展出他們的「插畫視角」。

然而究竟是怎樣的文字迷戀，讓一群人從書寫青春、到堅持編自己的雜誌、說自己的故事？44 組高中大學校刊社、獨立出版小誌和自費刊物，在「青春故事館」展示他們文字長征的成果，說他們為青春朗讀的故事。

來年
用朗讀迎接變化莫測的時代

我們說華文朗讀節已走進愛書人每年生活行事曆中，一點也不為過。

七年的華文朗讀節累積有近千種書籍、近千名作家名人、超過 500 場活動、數百個合作品牌、將近 20 萬人次被吸引來到華山，在朗讀劇場、朗讀沙龍、新書座談、百大選書、主題舞台、城市朗讀等不同會場，進入文學與詩歌、文學與音樂、文學與戲劇、文學與舞蹈、文學與城市……的新跨界組合脈絡中，感受「書 / 文本」的新魔力。

然而與朗讀最直接關係的產業是出版。2020 年全球被一隻新病毒（新冠肺炎 Covid-19）打亂了腳步，也

預告常疫時代來臨。文化出版與藝術產業一向是「興於百業之後，衰於百業之前」，在面對方興未艾的全球性衝擊當下，「朗讀」除了勾引閱讀的社會心理建設外，又能為經濟市場開展怎樣的意義創新？

1. 用聲音勾引、用耳朵閱讀的
「聽覺產業」正盛

朗讀是最原始的教育學習活動，但不管是已具百年歷史的古巴雪茄菸廠朗讀員文化、德國萊比錫朗讀節，或是近十年興起的英國《Letters Live》、台灣華文朗讀節的「朗讀劇場」，還是對岸的《朗讀者》節目，都成功的利用朗讀拉近作者與讀者的距離。一段段生命故事透過劇場形式以及朗讀者的聲音魅力，賦予「朗讀」這項老派讀書印象成為新潮的閱讀風貌，吸引龐大追隨者。風聲雨聲讀書聲，網路時代耳朵經濟當道，今日「朗讀」從線下到線上，適足以拉出一條最具復古未來價值的文化產業鏈。

2. 固態書本是液態社群上的珍珠

網路世界 Google、YouTube、Netflix、FB、IG 和遊戲占據了現代人生活、改變了普遍閱讀習慣；現實世界實體書店一家一家熄燈，書市慘淡，然而每年的華文朗讀節仍然吸引數萬愛書人到現場。進 IG 社群媒體搜

尋 #Bookstagram，發現到超過四千萬則讓人驚豔的貼文，沒想到全世界有一群我們稱之為「愛書」的視覺敘事社群唯書不二，用照片述說著書與自己的故事，展現自己定義下的高水準文化品味，帶動流行。因此我們仍然深信人們對於閱讀的需求始終不變，對書的喜愛始終不減，只是書對人的意義多了份娛樂美學。在液態化的現代性下，我們需要讓故事成為各個領域的文本、讓固態的書本有更強的敘事美學魅力。

3. 新文本形態浮現新藍海策略

新的喜劇哲學正在台灣天空蔓延著，為悶世代心情尋找出口。Stand up 或 Talk show 正在勾引著年輕娛樂市場。而隨著科技發展，更顯智慧的耳機穿戴則開啟了新的雲端路徑。在內容產業眾聲喧嘩的時代裡，想像一下「當新喜劇遇上硬出版又穿上高科技」會是怎樣的新文本型態與新藍海策略？

華山學校踏出完整第一步

華山營運十多年，「一所學校」是它的四大定位之一。
2019 年，這定位化為一個具體的行動，「華山學校」開學了！
從遴選學員，到學習、實習、實作，
25 位學員度過一個最文創的暑假，
而華山的明日學習，也寫下完整的第一篇章。

撰文／陳靜瑤 圖片提供／台灣文創發展基金會



1. 結業式大合照，2019 年暑假我們曾在華山學校。



2/3. 教育小旅行，走入新北三峽成福國小，體會不一樣的教育想像。



4. 動感與感動，讓肢體帶出創造力（吳碧容老師）。



5. 夢遊華山，沉浸式劇場帶你穿越時空，了解華山的前世今生（學生導覽實作）。

這是一個學習的年代，全球教育學習活動從來沒有像此刻這麼眾聲喧嘩。IT 科技正在翻轉我們對於教育的概念，蓬勃的實驗教育、多樣的學習媒介與內容，豐富了我們對於未來教育的無限想像與可能。

這也是成熟的年代，一股重回地方、望向明天的力量正匯聚著。地方創生不只是風土經濟活動，更是一場學習運動，以創造明日好生活以及擁有「過好生活的能力」為目標。

「文明國家未來走得多快，決定在它對過去歷史文化的珍藏、研究有多深。」做未來的事時，必須適時回望過去。華山是一本大書，走在華山，翻閱的是這本大書的過去、注視的是現在、尋找的是建構未來的文化線索。

2019 年暑假，華山學校開始運作。

華山學校一方面透過「華山學」課程籌備，為 25 位學員提供文化創意實務的學習、實習與實作立體學習。二方面運用建構中的「華山學」，提供學員在處理文化

理想與社會設計課題時必要的視野與關懷，協助培養具備生態系思維的文創人才，三方面藉由華山學校，成為新文創人才尋找夥伴相互增能的基地。在這裡，學員既是學習者、實作者，更是研究者。

遴選

透過陌生合作，發現 25 雙獨特的眼神

2019 年華山學校預計招收 25 位學員，在 5 月中旬報名截止前，105 份申請書雪片般湧入，其中的 48 名進入第二階段面試。

全球化時代，因共同目標或任務進行跨國或跨界合作已是無可迴避的常態，因此「陌生合作」成了此次面試的風險繩索。48 名入圍者像是 48 顆星星，在面試前一週被分配了隊伍，連成不同的星座。

星起星滅，當陌生的彼此成了競合夥伴，尊重、包

容、共創才能讓自己所屬星座綻放光芒。經過嚴酷的汰選，最終 25 位獲選名單出爐，滿滿的兩個月暑假沉浸於華山。

為何是她/他？因為我們刻意尋找差異，期待創造力。

學習

課堂，也是一個人文創新的生態場域

生態平衡，才能實現可持續性發展。從人文創新生態系觀點來看，華山無疑是極具代表性的學習案例。2019 年暑假，華山學 16 堂課程架構於吳思華教授所主張的人文創新 HEHA 四大概念之下（人文精神 Humanity、在地關懷 Eco-system、樞紐平台 Hub、星群共創 Asterism），從華山經驗出發，運用生態系思維，探討台文創與同屬華山大小生態圈裡的會展演店、創意人、社區鄰里與政府部門，還有不同目的的訪

客，彼此之間如何達成長期共存的終極目標，他們需要的並不是傳統固態的組織關係，而是液態的心流共鳴、共襄盛舉，也需要良性共生共創、共同演化，來提昇彼此的開創力與適應能力。

華山學校存在於這生態系中，課堂無疑是另一關係事件，25 位學員、20 多位講師、強調參與式學習同儕關係的課程設計，在這多層次的網絡脈絡裡，凸顯出另一種樣態的人文創新治理。華山的明日學習，是整個生態系關係人的共同課題，它轉動的不只是一種新形式學習環境與學習思維的再建構，更是文化思想。

實習

有「問題意識」，才能體現知識的真實生命

教育培養的是「問題意識」，曾有學者說：「如果不清楚一手文本，任何二手著作你都會覺得有道理」。華



6. 有「問題意識」才是真學習。



7. 華山是一個人文創新的典範案例（吳思華教授，華山學校創意暨學術總監）。



8. 實習任務之一就是看過所有的特展。



9. 即便是嚴肅的作業報告，也可以來場劇場表演。



10. 開學後的第一堂課——我在出版江湖創意所見（王榮文校長）。



11. 文明國家未來走得有多快，決定在它對過去歷史文物之珍藏研究有多深（邱文傑建築師）。

山文創園區開園至今已超過十年，已經發展出一套屬於自己的經營理念與營運邏輯。要理解台文創如何在經營空間、經營時間、經營創意、經營感動上走自己的路，又為何如此的創意江湖能在華山成立，就得進入工作脈絡中找尋一手答案，體會唯有在華山才能體會的智慧，讓課堂知識與資訊數據不淪為荒蕪死寂的象形文字。

25 位學員分別進入台文創營業、活動、藝文甚至新芳春茶行等部門，進行為期三周的部門實習，了解華山從無到有、從 0 到 1 的經驗，以及一路走來從失敗中學到的智慧。

實作

來華山修「感動經營學」，從「帶看華山」開始

「帶看」是房仲業的用語，目的在讓購屋者與房源間產生意義，創造更積極的購屋行動。同樣的，換個場景

到華山，導覽是另一種帶看，25 位學員帶著對華山的理解，針對不同的對象，提出親近華山的不同體驗想法並執行它。不管是針對國際友人的微醺漫步、或是運用社群媒體互動深入親子客群、抑或是深入店家體會店中有展的經營解說，還是結合華山文史的夜晚沉浸式導覽劇場，學生轉化課程學習，練習植入「感動」要素後帶給遊客有「哇」感的華山經驗。

2019 夏天

青春的使命，從尋找自己的名字出發

2019 年夏天，25 位學生在華山渡過一個最文創的暑假。他們雀躍地走進華山，經歷高密度的聽說讀寫望聞問切；兩個月後，華山深深地走入他們的意識之中。

他們用 HEHA 16 堂課架構學習華山，也用他們的「酷語言」導覽華山。他們既是華山的內人、也是華山的外

人，他們更是華山家人。

兩個月的時間，不夠他們搞懂文創產業，但是讓他們搞懂了自己一點。「我是 XXX」不再只是符號，而是對未來更清楚的輪廓。

地方創生啟發華山文旅學

響應「地方創生」的號召，
華山以「文創」「旅遊」「學習」三路進發，
開講座、辦市集、設立快閃店、建構連結城市與地方的平台，
讓更多人因為認識地方進而走入地方。

撰文／涂宇辰 圖片提供／台灣文創發展基金會

講座一覽表			
日期	主題	類別	講者與主持人
01/27	華山文旅學 × 相遇池上	歷史建物活化與藝術創作	李應平、梁正賢、林懷民
03/02	華山文旅學 × 從社企到地方創生	新創產業與社會企業	鍾俊彥、龔建嘉、鄭志凱
04/14	華山文旅學 × 人進來了，然後呢？	地方組織與青年工作者	高耀威、張敬業、游智維
05/19	華山文旅學 × 相遇新港	地方組織與青年工作者	葉玲玲、徐家瑋
06/07	華山文旅學 × 相遇大稻埕	歷史建物活化與藝術創作	呂大吉、周奕成
07/20	華山文旅學 × 青山裡的黑金	在地食農、食藝	于國華、華偉傑、羅永昌
08/25	華山文旅學 × 農食三袋論	在地食農、食藝	于國華、王志輝、彭衍芳
09/28	華山文旅學 × 傳統基因，現代瀾因	歷史建物活化與藝術創作	于國華、張庭庭、陳明輝
10/19	華山文旅學 × 光復河山—— 環境資本主義的實踐行動	在地食農、食藝	于國華、簡添旭、黃柏鈞
11/23	華山文旅學 × 熱情的青年啊，你的家鄉在哪裡？	地方組織與青年工作者	張希慈、楊馥慈
12/21	華山文旅學 × 地方創生的風土設計課	地方組織與青年工作者	洪震宇、曾旭正

2019 年是台灣地方創生元年，也是「華山文旅學相遇地方講座」的開始，台灣文創發展基金會以旅行為軸心，在地文化為半徑，找出地方「文創」「旅遊」和「學習」三大價值，透過與遍布台灣各地實際耕耘的夥伴合作，讓經營地方的經驗可以分享、讓資源可以得到交換、讓苦思後的解決方案可以給更多有著相同困境的夥伴產生靈感、讓城市與鄉村合作，把台灣各地的文化創意與地方經驗帶到華山文創產業園區，讓更多人因為認識地方進而走入地方。

拱廳講座
以不同的主題，倡議地方文旅學的軟實力

每月一場、在華山拱廳舉辦的文旅學講座，皆以不同的主題倡議地方文旅學的軟實力，主要可分為「歷史建物活化與藝術創作」「地方組織與青年工作者」「新創產業與社會企業」與「在地食農、食藝」這四大類別。

在 2019 年總計辦理 11 場講座與 4 場地方市集，邀請來自台灣 10 個縣市的 27 名講者與主持人，吸引近 2 萬人參與活動，各場次講座名稱與市集活動列表如上。

華山相遇
延續文旅學的發展，讓地方品牌活動在華山發生

除了邀請各單位擔任分享講師之外，華山文旅學亦透過台文創公司提供實體空間場域延續講座效益，讓地方單位得以短期進駐華山，透過合作辦理市集與快閃店，讓園區遊客可以接觸品牌進而認識地方甚至前往在地，提升園區推廣地方文創之深度與廣度，實際合作案例舉例如下：

甘樂文創：透過辦理「看三峽工藝品牌市集」，盤整三峽地區特色產業的工藝職人，思考如何用統合好的現有文創資源，導入創新設計、形象影片與開創地域文化旅遊等方式，讓傳統工藝復興再設計，用嶄新的面貌再

市集活動	
辦理日期	活動主題
01/25-01/27	華山文旅學 × 看三峽市集
02/27-03/03	華山文旅學 × 鮮乳坊市集
04/13-04/14	華山文旅學 × 正興聯盟市集
05/17-05/19	華山文旅學 × 今秋移住計畫市集



1. 當彰化在地品牌出現在台北華山，可以在遊客心中激盪出什麼樣的火花呢？

次呈現，也成為本次活動中能傳遞三峽文化地域再生理念的素材與展演亮點。

此外台文創公司亦提供貨櫃屋之場地，邀請甘樂文創成立的「禾乃川國產豆製所」於園區以快閃店型態推廣提供品質優良的台灣豆漿與相關產品，創造三峽社區家長與青少年技術訓練、學習銷售與工作的機會，並擴大品牌知名度擴展其他市場通路，持續以營收支持社區弱勢孩童並和社區共榮共享。

鮮乳坊：透過同時在園區內舉辦「靜態展」「市集活動」「講座分享」與「手搖飲聯名快閃店」四種活動型態，傳遞鮮乳坊的品牌價值，讓遊客從市集到體驗、從展覽到演講、從消費到改變，用所有的感官感受台灣在地酪農產業的價值。

市集透過將園區廣場草皮區以裝置藝術的方式，介紹產品、產地以及牧場的故事，快閃店則挑選搭配可溯源的店家商品，讓消費者了解每瓶鮮乳源自何處，認識地方並發現這個產業的各種可能。

鹿港囝仔：團隊以「移住今秋」為主題進行策展，傳達鹿港及彰化其他鄉鎮移居及返鄉的地方故事，活動包含「今秋友好市集」以及「今秋好友故事牆」兩部分。市集邀請彰化縣內超過 20 家努力創業經營、用心生活的店家與組織，包括物產、工藝、藝文、在地嚮導等。故事牆則介紹歷年以地方社群、在地生活為主的策展內容，希望將今秋的蹤影從鹿港延伸至整個彰化，讓所有參與的地方品牌都能在華山訴說屬於彰化人的故事。

而後續 9 月份在彰化辦理的今秋藝術季，也因為在華山先行宣傳而增加了許多參與者，確實傳達了在華山策展吸引民眾「好想去彰化」的理念與實際行動。

在地耕耘
連結社會企業與地方工作組織，打造青年工作者支持體系

早在地方創生引入台灣之前，早就有許多默默在地方耕耘的團體與組織，他們選擇用最樸實的方式在地方經



2. 當鮮乳坊來到園區，華山不只有大草原，也可以變成牧場。



3. 新港文教基金會前後兩任執行長共同參與分享，代表的不僅是新與舊的融合，更是一種對於家鄉信念的傳承展現。



4. 因為有所期待，所以青年願意返鄉，而如何讓這樣的同溫層逐漸擴大，除了青年本身的努力之外，更需要社會給予更多的肯定與鼓勵。



5. 華山文旅學講座除了邀請地方單位分享之外，也會運用相關的道具進行簡單的布置，讓聽者可以沉浸在講師創造的氛圍之中。

營，不論從事的領域是教育、農業、環境還是藝術，他們的初衷除了讓自己生活的故鄉持續變得更好之外，更希望可以把家鄉裡好的事物傳承給下一代，而現在更有許多年輕人願意直接回到家鄉貢獻自己的所學與經驗。

嘉義新港文教基金會：以「希望下一代不變壞」為理念，在地鄉親、學生積極投入義工行列，對於社區環境綠化、自然農場、環境教育等不遺餘力，並以志工培訓持續種下傳承的種子。

2021 社會企業：協助莫拉克災區重建，以行銷高雄小林村山中的青梅帶動經濟發展。除了維護山林生態、重建梅業之外，並採用輔導山地部落梅農，依照梅子的不同加工階段給予不同幫助，讓種植有機梅子的範圍不斷擴大，成為青梅廊道經濟圈。

台灣藍鵲茶：在坪林推動「流域收復」，透過社會培力，邀請茶農們以契作的方式加入無農藥耕作的行列，讓坪林可以成為真正的零農藥生態村。而當流域收復面積日益增長之後，現在更將目標轉為集水區契作，希望

可以一步步的增加範圍達到保護集水區、確保水源純淨的目的。

離島出走工作室：致力於澎湖石滬修復工程、青年匠師培訓、建立石滬資料庫、設計海洋教育、規畫生態旅程等環節，希望從各面向解決石滬問題。離島出走工作室透過多元方式，帶領在地澎湖青年、傳統匠師、觀光旅人親身感受台灣水下文化資產之美，不但修復石滬，也修復人與海洋之間的關係。

連結平台
協助地方食農，創造產官學連結平台

俗話說民以食為天，生活裡總是有許多話題以食物開頭，加上近年食安成了全民關注的顯學，因此從產地到餐桌、從泥巴到嘴巴，消費者們越來越注重吃進身體裡的食物歷程。

秉持著「讓該相遇的人相遇」的宗旨，也希望能透過

振興農業，帶動地方創生，台文創基金會邀請屏東卡佛魯岸咖啡華偉傑、台東源天然農業有限公司羅永昌、行政院農業委員會水土保持局台東分局長王志輝以及關山農會「米國學校」校長彭衍芳這四位講者，透過分享自身的經驗，讓聽眾了解他們是如何從零開始建立產銷體系、打造精品農產品牌，一步一腳印擴大市場，讓關心農業這件事情自然而然的落實到生活之中。

未來華山文旅學將持續發揮華山平台影響力，讓更多人認識地方進而願意走入地方。

創新，延續了傳統工藝

攻擊是最佳的防禦！
他們顛覆市場想像、翻轉產品用途、徹底打穿製造鏈，
用奇兵突圍，守住傳統工藝的美。

撰文／楊宜靈



攝影／楊宜靈

1. 好玻以「玻璃的異想世界」在華山快閃迎客。將傳統玻璃的製作與玻璃工藝的轉變過程，融入我們的日常生活。



攝影／楊宜靈

2. 好玻以「造型雙層玻璃杯」風靡市場。雙層杯隔熱不燙手、裝冷飲不冒汗滴水的實用結構，加上呆萌可愛的系列造型，讓飲用既貼心又會心。



圖片提供／Eye Candle 造型蠟燭工作室

3. 對 Eye Candle 創辦人鄧凱元、鄧凱文兄弟而言，蠟燭不僅只有照明的功能，它也是一個家飾、一種生活品味的呈現。



圖片提供／Eye Candle 造型蠟燭工作室

4. 在華山快閃期間，Eye Candle 也舉辦手作工作坊，提供香氛產品的製作體驗，藉簡單易懂的步驟，將詮釋氣味形象的權力，交回到每一位使用者手中。



攝影／楊宜靈

5. 卓也藍染以大地一草一木，製成天然無毒的染料，用心染製每一塊布並創造一個綜合生活美學體驗氛圍，透過天然染色傳統工藝，推廣在地文化特色。



攝影／楊宜靈

6. 卓也藍染在期間限定中所販售的服飾、鞋子、配件、家飾品等，有許多都是出自於年輕團隊之手，讓原本單調的藍染布料轉變成華麗的作品。

面對文創世紀、現代生活與都會品味的衝擊，傳統工藝要如何振興、如何活化？

注入新創元素，讓漸趨沒落的傳統工藝走向創新、走向大眾，應該是一條光明之路，但是這中間有存舊與立新的衝突、有菁英藝術與大眾品味的拔河、有高價精品與平價普及的難全其美，無論技藝、觀念、行銷、管理、CIS、品牌經營乃至新一代人才的投入等……每一個環節都是挑戰。

透過華山的場域，三個突圍者以創新思維重新定義工藝，在文創產業的脈絡下，將傳統工藝演繹出不一樣的火花。

好玻 Goodglas

放下曲高和寡，顛覆市場想像

王獻德有感於台灣玻璃產業的興衰，憑藉一甲子歲月積累的傳產製作實力與外銷服務經驗，於 2012 年創立自有品牌「紅琉璃」，以玻璃材質玩味現代生活美學，

並於 2016 年成立副品牌「好玻 Goodglas」，用新型態的雙層玻璃器皿，顛覆市場對杯器的想像。

從紅琉璃到好玻，象徵傳統工藝的轉型，承襲母牌的技術實力為發展助力，結合扎實的傳統工藝技術與新生代創新思維，一改傳統工藝曲高和寡的冰冷印象，以更平易近人的姿態貼近生活。

Eye Candle

前人用蠟燭照明，他們用蠟燭造型

2012 年，鄧凱元和鄧凱文兄弟檔創立 Eye Candle 香氛蠟燭品牌，以造型感強烈的香氛蠟燭為賣點，接連推出以動物和大衛像等造型蠟燭創作，後來的星際大戰、刺青師聯名款，也成功吸引到年輕族群及觀光客的目光。

相較於同性質產品，Eye candle 顯得獨樹一格。近年來更與 Microsoft Surface 筆電共同合作「未來企畫」，透過對科技發展與氣味間的無限聯想，企圖將未

來的 Surface 與香氛蠟塊結合，期待未來的筆電除了滿足視、聽覺的需求外，也能為使用者帶來嗅覺享受。

跳脫傳統工藝的框架，跨界聯名、與國外品牌合作發展，Eye candle 也走出和其他同類型品牌的分野。

卓也藍染

從藍草到藍染，徹底打穿製造鏈

創辦人鄭美淑從教育現場退休後開始投入藍草復育及藍染工藝，目前於苗栗三義經營「卓也小屋」民宿與藍染工坊，致力推廣藍染工藝。

從農業的「生產」開始，與「生活」連結，和「生態」達成一種平衡狀態，這是「卓也小屋」信仰的「三生農業」。

自 2005 年開始嘗試復育藍草，幾經挫折後終於在 2008 年種植成功，鄭美淑自此以一條龍的產業模式經營藍染工坊，從原料的種植、染布的加工、圖案樣式的設計、後端的產品行銷，都是由卓也藍染一手包辦，以

品牌帶動行銷，大力推廣自家的藍染作品，使原本這個普通的傳統工藝品昇華成文創商品。也為傳統工藝注入新的思維。

科技，翻轉了咖啡業態

在飄香之外，FabCafe 大打科技牌。
玩 3D、玩 VR、玩 AI，
玩全球創意平台、玩國際前衛徵件，
完成社交革新，創造新的價值。

撰文／何沛珊 圖片提供／ FabCafe Taipei



1. 透過 FabCafe 的電動數位刺繡機 Tajima，讓餐桌上美味的甜點成為可以隨身攜帶的可愛繡片。



2. 「NEWVIEW AWARDS」是從日本發起，向全世界募集能夠帶來跨界創新體驗的 VR 作品徵件比賽。活動邀請到 NEWVIEW Awards 2019 的創作者，到華山與大家分享如何將自己的專長，結合現場創作平台 STYLY 的特色來打造個人的超體驗 VR 作品。



3. 在充滿歷史古建韻味的華山園區優哉畫寫生，再將自己獨一無二的插圖利用 Fabcafe 的雷射切割機和 3D 列印機轉換成拼貼花紋，雕刻在晶瑩剔透的玻璃杯上，成為最有意義的紀念品。



4. 將自己設計或喜愛的圖案由雷射雕刻機鐫刻在墨鏡的鏡片上，再藉由網點狀的設計，選擇喜歡的顏色，將顏色填入雕刻的紋路中，讓花紋活過來，就像是公車廣告原理，不影響你的視線喔。



5. Fabcafe 舉辦的不定時聚會，希望能聚集對「參數式設計」「生成式藝術」(generative arts) 等領域有所涉獵、或對其如何應用於音樂上感興趣的創作者與混合 AI 開發人員，一起討論、研究、共同創作。

FabCafe Taipei 自 2013 年在華山開幕以來，已舉辦了 350 多場創意活動。藉由這些活動，創造了不同領域間的相遇。活動主題範圍從生成音樂中的 AI、環境中的公民科學、數據、城市移動 × 共享經濟、由設計師創造 VR 內容、智能農業、日常生活的數位製造應用……等等，都和科技有關，都和文化連結。

到咖啡館 co-design

有場地、有工具、有創意，還有很多同好

FabCafe 是個能讓你在享受一杯美味咖啡的同時，加速創意成型、遇見各種合作可能的聚會地，同時也相信個人數位自造的發展不僅是工業成就，更是一種社交創新。目前在全球擁有 10 個聚點的 FabCafe，咖啡廳內設有數位製造機具，讓人們更容易把想法付諸實行，將自

己的靈感具體化與他人分享，體現出 co-design 的力量。

在個人製造、用戶創造內容的時代，FabCafe 營運了全球創意平台 (Global Creative Platform)，賦權給每個人，鼓勵大家都可以發揮創意自發創作，透過工具進行革新。

FabCafe 也致力於提供具啟發性的空間及多元網絡，藉由「Local×Global」「傳統 × 數位技術」「數位資料 × 實體物件」「科學 × 藝術」等，促成跨越固有領域的創作者們共同合作，達成社交革新，來創造新的價值。

和咖啡館玩 VR

PARCO × Loftwork × STYLE × AWRD 國際串連

此外，FabCafe 還參與國際性前衛科技設計，與日本知名百貨 PARCO、Loftwork Inc. 等機構合作舉辦

NEWVIEW AWARDS 國際徵件競賽，以「設計你的超體驗」(Design Your Ultra Experience) 為主題，結合時下潮流與 VR 技術，在 VR 線上創意平台 STYLY 與 AWRD 攜手下，透過全世界的 Fabcafe 進行一連串的相關活動，以新的型式表達「時尚 / 文化 / 藝術」的想像力在 VR 技術和 3D 空間中的前衛體驗。PARCO 還將 FabCafe 在澀谷的旗艦店重新定義為「文化與時尚聖地」。

FabCafe 與華山都有著共同的願景，亦即創造一個更全面完整的創意生態系統。因此在東京、京都、香港和飛驒，FabCafe 與 Loftwork 兼容於同一地點，持續測試新想法，並與潛在用戶和創作者一起進行快速原型設計，以培養創新文化。華山對 FabCafe 而言，不僅僅是一個展示或展覽創作者作品的好地方，同時也是能夠與不同的合作單位、職人、企業一起進行共創的地方。

青鳥，鼓舞了獨立書店

誰說贏了風格就得丟了生意？
誰說獨立書店只能苦撐待變？
青鳥以靈活的創新手法，
演示了魚與熊掌可以得兼。

撰文／吳佳紋



1. 藏身於喧鬧的千層野台大階梯上方，陽光以溫和的姿勢由三角天窗暖暖流瀉，讓身處於青鳥書店的人們，沉浸在忙碌生活中難得的寧靜裡。



攝影／吳佳紋

在這個實體書店經營困難，熄燈消息不斷的年代，以華山文創產業園區為發跡根本的青鳥書店，短短 3 年，從一個占地不到 20 坪的場域陸續擴展據點，到 2019 年底為止，已經拓展出「華山青鳥」「南國青鳥」「藝所青鳥」「和平青鳥」「青鳥居所」一共 5 家青鳥書店。創辦人蔡瑞珊致力推廣台灣閱讀文化，持續舉辦各種文化活動及跨領域講座，成功地打造青鳥書店定位，活絡書店人流，讓青鳥在百花齊放的獨立書店市場中，邁開腳步，向外展現旺盛的生命力。

青鳥飛飛飛

三年開五店，創新從未斷電

「華山青鳥」營造出生活中的閱讀體驗，主張透過閱讀與思考所創造的自由，規畫各式圍繞以文本書籍為核心的策展，透過動態的展演，讓書店富含生命力。在華山青鳥，透過與各界翹楚合作的選書人制度，從藝術（音樂、電影、繪畫、建築、表演、攝影）、文學、思想、

設計到生活風格，吸引各領域愛好者透過不同眼光，帶領讀者探索更多從未觸及的世界。青鳥書店自華山創立起，逐漸建立系統化工具，透過各項數據分析來掌控各書店營運狀況，也確立向外複製的可能性，讓青鳥書店扎下良好的根基，能自由的展翅向各地飛翔。

台北內湖的「藝所青鳥」和臥龍街的「和平青鳥」與建設公司跨界合作，以城市建築美學為主軸，讓讀者不但在極具美感的空間內享受閱讀樂趣，也與街區連結，導入新書發表會、微型讀書會及分享講座……等，曾一日連辦多場活動，一場講座參與的讀者更達 200 人之多，帶動地區閱讀風氣，進一步提升社區生活質感及人文素養。在經營一年左右之後，「藝所青鳥」與「和平青鳥」華麗落幕，但帶給人們的回憶與感動成為永恆。

屏東「南國青鳥」、大稻埕「青鳥居所」則是繼華山青鳥後，再次落定於富含意義的歷史街區和建物中，在老屋內創造與舊時空的對話，成為具有歷史人文定位的書店。



2. 跳脫文本書籍分享，華山青鳥舉辦多元主題講座，《紙本印刷復活！印刷術的再創作》系列邀請視覺設計師分享經驗，座無虛席。



圖片提供／青鳥書店 Blue&Book



3. 「一間會消失的書店」引爆話題，和平青鳥存在近 9 個月的時間，成為台北城裡最奇幻的書店，為街區帶來許多美好的文化效應。

書店變變變

風格很多元，各顯身手與理念

獨立書店的經營模式隨著時代變遷不斷創新，尋求屬於自己的獨特生存之道。小規模的書店透過選書、建築裝潢以及生活分享，呈現出經營者的品味以及性格；新興的獨立書店多以書店場域做為推動社會議題的基地，經營者樂於分享自己信仰的價值，選書以主題性、專業與深度的書籍為主，多與當今世代關注的議題有關，如女權、同婚、食安、農業生態……等，根據不同理念，打造出各具特色的小型書店，這樣的書店吸引關注特定議題的讀者前往，發揮書店對社群的影響力，形成新聚落。

除了選書與主題設定，營造「風格」更是獨立書店重要的經營之道之一，在一個擁有獨特光線、氣味、聲音、溫度、人情味……處處怡人的空間裡享受著閱讀，正是現代都會人療癒忙碌生活的最佳良方。多數獨立書店體悟賣書的利潤無法支撐書店營運而改採複合經營，並且

積極開發在地化商品，努力舉辦各種講座活動，促發多元文化交流的可能性，也因為這些獨立書店，城市增添了不少人文氣息。

面對網路時代，台灣實體書店持續沒落，在 2019 年由台灣獨立書店文化協會完成的《全國實體書店營運調查案》中顯示，40 年以上的老書店僅剩一成五，七成三的書店面積小於 50 坪，有三成書店每月營業額低於 5 萬元，書店經營環境如此嚴峻，多數知名老牌獨立書店僅能專注地鞏固單店營運，但青鳥書店卻能頻頻拓展據點，優雅地進出獨立與連鎖之間，既有規模，又很獨立，像青鳥一樣，乘著書籍的翅膀自由飛。

市集，帶動了微型品牌

剛開始，他們把市場放兩旁，將創作擺中間，
而當市場為他們躁動起來時，
他們的精神要如何被實踐、理想要如何被看見？

撰文／凌毓潔



攝影／林辰鍵

1. 透過華文朗讀節，媒合出版產業與藝術文創跨界合作，為好創作說故事，藉此培養創作者說故事的力量。



攝影／凌毓潔

2. 華山萬獸派對市集以主題概念聚集風格理念相近的創作者，目的是讓優秀的創作者在市場中累積實戰經驗。



圖片提供／台灣文創發展公司

3. 製造夢想的華山平台，提供創作者將自身的生活與價值分享給消費者，也為自己增添人氣打出知名度。



圖片提供／Humming

4. 從市集中嶄露頭角的 Humming，作品如其名（蜂鳥，Humming bird），傳達了刺繡時針線自由自在穿梭、細膩且精緻的表現。

「微型品牌」不是指品牌規模小，而是具有獨特的色彩與滿懷希望的信仰，背後的創作動機也通常都有觸動人心的故事。微型品牌的出現，讓我們可以藉此反思傳統品牌與微型品牌之間差異性的存在關係。

微型品牌初期以創作為出發點而成立，較少以市場為考量重點，在理解消費者的需求面、通過市場的考驗後，它們是否還能結合「創意」與「商業」兩種思維，在發展過程中有沒有適應變動、解決問題的能力，有沒有足夠的曝光機會……諸多問題，值得思索。

華山自辦市集 為創作者當保母

華山自辦市集是一個締造夢想的場所，滿載著實驗性質，且提供創作者們更具彈性也較易負擔的選擇，讓創作者能專注於創作本質，在相互交流的過程中，華山成了觀察家的角色，全方位觀察創作者的作品在市場上的接受度，或是價值的主張，檢視它們與創作者間的生活理念是否相通。

華文朗讀節故事市集 幫潛力股扮伯樂

以新一代創作家 Humming 為例，經由多次參與各項展覽活動的經驗，在築夢過程中漸漸嶄露鋒芒，獨特的魅力讓華山看見價值的創造與努力不懈的精神，邀請之下進入華文朗讀節的故事市集，接受戰帖，將台灣保育類蝴蝶及特有花草運用針線維妙維肖的刺繡在作品上，步入新領域。

下一步… 迎向成熟品牌之路

除了商品多元，設定陳列風格也是一項挑戰。要與場域產生連結，讓商品加強展演的效果；然後不斷交流學習與蛻變求新，快速排除障礙，繼續堅持價值並保持一致性，擴展未來的事業版圖。

創作者從市集提案到參與、觀察、實驗及檢視修正的過程中成長，逐漸成熟後，透過華山場域讓更多經理人看見，進而轉入風格選物店寄售、實體通路設櫃或是成立自營門市，不斷累積經驗值，也能透過相互交流，讓商品導向跨界或跨地域溝通，透過雙向媒合，讓品牌廣泛接觸到不同領域的消費者，藉以精進品牌的高度，蛻變為成熟品牌。

當街區店移師園區…

店家是點，街道是線，園區是面。
當發亮的點把戰果從線擴大到面，
他們如何創造另一波輝煌、如何迎接下一波挑戰、
要怎麼屹立不搖？

撰文／林彥均



圖片提供／好樣思維

1. 曾獲選全世界最美 20 家書店之一的好樣思維。



圖片提供／小器生活道具

2. 集結日本工藝設計的小器生活道具。



圖片提供／富錦樹

3. 創造美好生活提案的富錦樹。



圖片提供／小器生活

4. 小器引進的日本年度文創盛事布博及紙博，吸引民眾朝聖。

近年來文化創意產業成為新興風尚，文創風潮促使藝術與設計更貼近日常生活，一個個創意街區應運而生。在台北，每個創意街區的背後都有一個代表性的品牌，它們除了在各自的專業領域擁有一定的高度，還善於資源整合，透過策展及多元化的經營，型塑出獨有的生活風格。

華山園區從 2012 年起陸續邀約忠孝東路街區的好樣、赤峰街區的小器、富錦街區的富錦樹等創意街區代表品牌進駐，以提升園區品牌的獨特性，增加市場差異化；這些街區代表店進駐後所發揮的效益主要有兩點：

引領風騷 樹立了兩個典範

1. 建立園區店家「店中有展，展中有店」的新經營模式：「好樣思維」原本是台北忠孝東路文創街區的代表店，2012 年進駐華山紅磚區之後成為園區第一個融合展場、書店、風格選物、餐飲等傳遞生活美學的複合空

間，透過店鋪意象、多元主題策展活動，將美學藝術的因子潛移默化融入消費者生活之中。2015 年赤峰街區代表店「小器生活」則為華山帶入日本職人工藝，空間結合器皿、紙、織品、食堂，並透過策展及工作坊，提供消費者全方位的生活提案。這些街區代表店開啟了結合展覽、銷售、體驗的經營樣貌，打造全新的零售模式，樹立後續園區店家經營的指標，也成為新創品牌的仿效對象。

2. 導入資源創造市場高度與產業媒合價值：街區代表店的品牌負責人都是文創領域的代表性人物，具有市場高度，華山透過他們導入外部資源，串聯了國內外資源跨界合作，帶動產業活動在園區發生，也促進在地文創品牌與國際的交流。如小器結合日本手紙社，將日本大型博覽會「布博」及「紙博」帶入園區，集結日本職人，展現多元設計能量。富錦街區代表店「富錦樹」的「Culture & Coffee Festival」，2016 年進駐華山，集結台日咖啡館，分享咖啡知識、空間經營，開啟咖啡之於生活的美好想像。這些活動都是跨界資源整合的價值

表現，也讓消費者獲得更多不同的生活體驗。

迎接衝擊 面對著兩個挑戰

而隨著這幾年文創產業日益蓬勃發展，越來越多各式的創意設計空間、複合式選品店相應而生，整體市場的變化，也使得既有街區代表店的經營面臨挑戰。

1. 複合經營型態的普及化：「店中有展，展中有店」的經營模式，在經過幾年市場的仿效後，當初的經營亮點，現在已成為選品店、文創品牌空間經營的一般型態。市場眾多品牌起而仿效，都著重在空間美學、氛圍等內容的建構，隨處可見的複合展售空間，使得過去經營模式的創新特色不再獨占鰲頭。

2. 內容同質性過高：街區代表店以多元活動內容呈現品牌價值，從設計商品、地產地物到展覽、藝術文化交流等，除了在地品牌的推廣，其他的活動鏈結幾乎都與日本有關。但近幾年隨著台日文化交流的日益頻繁，園

區內各類型的日本文化推廣活動相對增多，導致活動內容同質性過高，降低民眾新鮮感及參與意願，連帶影響活動效益及營收表現。

屹立之道 一個字：心占率

2012 年起街區代表店好樣、小器、富錦樹陸續進駐園區，因各自鮮明的品牌特色及創新經營內容，曾是文創產業發展中的指標性品牌。然而現今的好樣在經營團隊易主後，經營面臨市場考驗；富錦樹因經營績效未如預期，擬重新調整品牌定位及市場策略，已於 2019 年 5 月撤離園區；唯獨小器目前仍舊持續穩定發展。

從這些品牌的起落歷程可以看出，從街區崛起的品牌勢力，在文創產業發展前期擁有先進品牌優勢，但在競爭激烈的消費市場，唯有不斷創新的經營思維、洞悉市場變化、持續創造品牌聲量、維持消費者心占率，才能在瞬息萬變的市場中屹立不搖。

當藝術展轉戰文創…

文創園區的出現，大幅改變了策展產業的生態。短短十年，各種特展從貼近菁英藝術到貼近大眾生活，從靜態展示到沉浸互動，快速與時推移，不斷求新求變。

撰文／楊子昕



攝影／岳國介

1. 《幾米星空特展》以實體藝術裝置及空間設計，帶領民眾走入幾米的繪本中。



攝影／岳國介

2. 《吉卜力的動畫世界》以場景重現，喚起民眾對於動畫的回憶。



圖片提供／時藝多媒體

3. 《teamLab：舞動！藝術展 & 學習！未來の遊園地》是近年藝術科技指標展覽，透過科技，讓民眾共同參與現場藝術創作，成為展覽的一部分。

台灣文創特展的發展，主要從 1990 年代崛起。經濟起飛、民眾自由意識提高，加上對於知識及生活品質的渴求，「看展覽」逐漸成為一種休閒之餘提升個人素養的途徑。

過去 五個階段逐步演化

前傳——國際藝術展：早期展覽開始進入民眾的生活，多來自於公立博物館與傳媒集團的合作，由於傳媒集團較能接觸國外文化產業最新資訊，並擁有宣傳資源，因此早期的策展團隊由聯合報系的金傳媒（今聯合數位文創公司）及中時報系的時藝多媒體引領風騷，向國際知名博物館如羅浮宮、奧賽美術館等洽談借展或策展。引進台灣之後，兩家公司大力投入相關媒體資源，並由台灣的藝術博物館如故宮、史博等提供場地等配套支援活動，以商業模式辦理展覽。由於周邊效益多，便掀起了

消費型展覽，或又稱特展的風潮，2000 年由聯合報系、國立歷史博物館合作的《兵馬俑——秦文化特展》，展出 65 天創下 165 萬人次觀展紀錄。

第一回——文化創意展：早期的策展主要以藝術展覽為主，而後則因展覽市場擴大，許多企業更踴躍投入消費型展覽產業，如以日韓娛樂經紀為主的「愛貝克思」及近一兩年投入的 KKBOX 集團旗下的「JUSTLIVE 就是現場」，皆為跨足展覽領域的民間資本代表。而展覽場域也不限於博物館及美術館，經由百貨商場的開發、文創園區的設立，特展多元化時代澎湃來臨。

台文創自 2007 年底以民間促參的模式接手華山文創園區的營運，早期以 2009 年辦理的《幾米星空特展》較為人所知，自 2009 年至 2019，十年的特展經驗，也大約可以窺探出台灣特展市場的沿革。

進入此一階段，策展內容從早期以博物館為主、藝術成分仍高的展覽，轉型為以發展文化創意產業為主，如幾米等台灣在地著名繪本畫家的特展，藉由空間敘事

的手法，打造一個同時具備故事想像與生活態度的展覽。期望從單一設計作品的點、到數條文創產業的線、到多元風格生活的面，將美學涵養的孕育化於無形之中，透過層層的共鳴，自然深植於內在心理的形構，在文創園區萌芽階段，將文化創意融入日常生活的實踐。

第二回——主題娛樂化：文創園區風氣開啟後，民眾開始追求時代共鳴感，期待文創園區能有較為貼近生活的體驗，也由於台灣的流行喜好多與日本流行文化走向相近，因此策展主流轉向動漫等相關展覽，代表作為《吉卜力的動畫世界》，3 個月創下近 70 萬人觀展的紀錄，至今仍雄踞華山票房的最頂峰。

吉卜力工作室出品的動畫電影，每部都是經典，更是許多人從小到大的回憶，此次展覽是全亞洲首度九部動畫場景一次完整呈現，現場展出的作品從真跡擴展到多媒體設備、造景、模型等，不只是作為展覽體驗，更滿足了社交需求，讓展覽成為社群話題。

第三回——藝術科技化：由於資訊科技的進步，近年

來也逐漸拉近藝術與觀展人的距離，越來越多展覽透過全區投影或是科技手法，創造出全新型態的數位藝術，讓觀展人透過網路，將創作與身體接觸，產生與展覽的連結及製造集體藝術的展現，成為近年許多展覽選擇增設的互動體驗，最為人津津樂道的，當屬 2017 年的《teamLab：舞動！藝術展 & 學習！未來の遊園地》。

被知名設計網站「designboom」評選為全球十大必看藝術展的日本頂尖數位藝術團隊「teamLab」，透過巧妙的設計，讓觀眾彼此互相影響並一同體驗創作的樂趣。至此，藝術不再只是用眼睛觀看，而是用自己的創作加入其中，成為互動藝術的一部分。

第四回——親子共享展：展覽不再只是青年的特權，過去幾年習慣看展覽的民眾年紀增長，開始有了下一代，加上近年教育大力推廣親子共讀與培養親子關係，民眾願意為孩子投注較多的資源，以兒童和親子為目標客群的展覽便應運而生，如 2018 年的《歡迎光臨可愛巧虎島特展》及 2019 年的《變變變 MOVE 生物體驗展》



圖片提供／聯合數位文創

4. 《變變變 MOVE 生物體驗展》讓小朋友從體驗化為經驗，在遊樂中學習生物知識。

和《侏羅紀 × 恐龍樂園》，觀展人次平均約為 12 ～ 14 萬，可見親子展覽寓教於樂，非常具有票房實力。

現在
兩個特點打下一片江山

綜觀以上近幾年展覽屬性及人次的轉變，我們可以歸納出以下論述。

1. 用白話文說藝術：文創展覽比起博物館系的展覽，雖然相較之下會有較高額的觀展費用，但由於主題具有共鳴感，或知識門檻較為淺白，沒有藝術或歷史展覽感覺需有相關背景或一定知識深度所產生的距離感，看一場文創展覽不僅可以欣賞展場上的展品，也會有較多的周邊商品可以選購，讓藝術或文創品味慢慢影響於生活。
2. 社交的需求提高：社群網絡的推波助瀾，讓拍照打卡成為展覽的必須，展覽不僅是知識或生活經驗的獲

得，社交需求也逐漸提高，成為展覽吸引民眾觀展的特質之一。過往的展覽較以視覺為導向，看一個展就像看一幅畫閱讀一本書，如今的展覽為了滿足民眾在「拍照打卡」和「分享親友」上的需求，必定會在展場視覺上多做這方面的考慮，並且設置好拍、好玩的互動區域，提高藝術參與度，以期創造口碑效應，提升更多人的觀展意願。

未來
四個趨勢積極求變突圍

- 華山十年來的觀展高峰落在 2016 年，當年度共 11 檔特展，觀展票房合計超過 140 萬人次，其中吉卜力展占了將近一半，而近幾年則約落在 20 ～ 40 萬人次左右，有明顯下降趨勢。
- 觀展人次的減少可反映出幾個問題：
1. 市場擁擠度越來越高：由於前幾年特展票房高，許



攝影／岳國介

5. 社交性逐漸成為展覽吸引民眾觀展的特質之一，設置拍照打卡區與互動區，成為策展的必須。



攝影／岳國介

6. 由時藝多媒體所策展的《幻·彩·影 萬花筒特展》，印證了自行策展取代洽談授權展覽的可能性。

- 多單位看見特展市場及民眾的消費潛質，紛紛投入文創展覽產業，展覽總類與數量逐年增長，在主題及場地選擇更加多元的環境下，我們有沒有更深入培養不同族群民眾觀展的習慣？
2. 授權金影響主辦單位引展的選擇：由於展覽選擇多，瓜分了展覽票房，主辦單位在未能完全把握票房的狀態下，面臨「教育性及藝術性較高，但授權金高昂的展覽」及「民眾接受度高，授權金較為親民」的選擇時，多半會選擇後者較為保險，但對於民眾來說則可能較無獨特性，較無吸引觀展的可能。
 3. 自行策展取代洽談授權展覽：如前文提到，由於展覽授權金提高，近一兩年許多策展單位開始發展自行策展的可能，除了更能掌握台灣展覽市場的民眾屬性，對於展覽開發也較有自主權，免受授權方的規範，如 2019 年的《萬花筒特展》，由台灣新銳藝術團隊聯袂帶來最新作品，讓觀眾自由參與作品中，憑藉作品實踐生活藝術，預料這個模式未來將會成為展覽發展的趨勢。

4. 數位科技影響實體觀展：近幾年由於穿戴特殊顯示裝置的虛擬實境（Virtual Reality, VR）技術逐漸成熟，未來展覽可能不需出門，僅需在家藉由穿戴裝置即可線上觀展；而線上展覽還有另一優勢，就是擁有效期更長的保存及較實體展覽靈活的調整性，未來是否會影響實體的發展，也值得關注。

當小劇場跨出國境…

原本只是淡季試試水溫，
沒想到卻開啟了華山與下北澤的劇場交流計畫。
你來，我往，還結為姊妹，
繼續演、繼續唱……

撰文／陳姿君



攝影／林辰鏗

1. 日本 52PRO! 劇團為了《第三弦》的演出，演員特別向輕津三味線小山流第三代傳人小山豐（左四）學習正統三味線演奏方式，右五為導演山野海女士。



攝影／陳穎領

2. 東京下北澤街區是日本小劇場聖地，以本多劇場為首共有 8 個大小不同的劇場，已是觀光及劇場工作者朝聖之地。

華山文創產業園區在 2015 年起，逐步修整果酒練舞場、烏梅劇院等表演藝術空間，除了以優惠價格承租給各表演團隊使用之外，也陸續籌畫主題專案，極積推動國內表演藝術產業劇場人才培育，幾年下來，代表華山藝文場域的烏梅劇院也成為台北重要的小劇場空間。因劇場坐落在園區內隸屬台文創公司自營的場館空間，故有別於其他公部門轄下各劇場的既定限制，反較能因地制宜，以多重樣貌呈現藝術文化展演活動，充分展現城市劇場活絡的能量。

你來

2018 年 2 月，52PRO! 在華山撥動了《第三弦》

在陸續定調用舞蹈及親子類節目做為園區表演藝術年度重要主題專案之後，一段因緣際會開啟了表演藝術海外交流的機會。台灣劇團「躍演」引薦了近年在東京小劇場聖地下北澤本多劇場頗受好評的 52PRO!（ゴップロ!）劇團的演出提案，烏梅劇院利用台灣劇場生態淡季時期，在 2018 年 2 月首次和來自東京的劇團與台灣的劇團攜手完成《第三弦》演出製作，並延伸出小劇場生態座談以及三味線音樂交流會。

台灣的製作團隊躍演，在藝術總監曾慧誠的支持下，帶領團員藉此計畫了解台日文化差異下面臨的工作挑

戰，同時給予表演藝術工作者相互交流與接觸的機會，讓長期接收西方戲劇教育體制環境下的台灣藝術工作者，獲得截然不同的日式衝擊與養分。對華山烏梅劇院而言，能與表演團隊共同踏出國際化交流的第一步，無疑獲得相當的寶貴經驗。

52PRO! 是一個以七位中年男性為核心的劇團，創團以來皆以山野海女士為編導，每年推出一檔新作。成軍以來已陸續將代表日本的符號如「酒吧」「三味線」「阿波舞」等元素，注入於現代劇場中，2020 年 2 月的新作《夾縫轍痕》則是把時空背景拉到昭和前期，以「民謠」來牽動大和魂的故事。就製作面來說，獨樹一格的張力與節奏感又兼具古典浪漫的情懷，成為該團的特色系統；以營運端而言，因社會資歷的關係，全員在溝通上更加快速取得共識，故兩地的合作因此順勢展開。

結盟

2018 年 7 月，烏梅劇院對上了本多劇場

52PRO! 首次到台灣公演的迴響連帶引起東京「本多劇場」的關注，第二代經營者本多慎一郎也特別跑到台北一探究竟。

本多劇場創立於 1982 年，是完全私人經營的劇場，到 2009 年止於下北澤街區輪廓陸續創建了最大容納近



攝影／林辰鏗

3. 2019 年《阿波之音》在劇中大跳阿波舞，觀眾與演員於謝幕時跳成一片和樂融融。

400、最小約 80 人的 8 個劇場，幾乎每天都有劇團在活動，下北澤因此成為民眾耳熟能詳的小劇場聖地。又因街區特色發展的關係，本多劇場與商店街及世田谷區共同籌辦舉行年度的「下北澤演劇祭」，已是日本小劇場界的盛事。

日本所謂的小劇場和台灣的小劇場生態完全不同，我們熟悉的日劇日影演藝人員，出沒在各小劇場進行演出是很自然的常態，觀眾進劇場觀劇也是稀鬆平常的事，這裡是內需即足夠的劇場營運。2018 年 7 月，本著共同推動台日節目表演交流及劇場技術與行政端交流的相互學習，華山烏梅劇院與東京本多劇場兩個劇場正式締結為姊妹劇院，52PRO! 和躍演兩個表演團隊則相互支援。在兩個城市劇場和兩個表演團隊共同串聯下，從華山出發的「國際小劇場交流計畫」至此具體成形，最終的目標就是期許在最短的時間內將台灣的節目推進東京小劇場演出。

2018 年底華山遴選見習生前往本多劇場進行短期實習，參與本多劇場台前幕後各項事務的執行細節體驗，並在 52PRO!2019 年新作《阿波之音》的製作中，擔任東京、大阪、台北巡迴演出的工作人員，現地學習日本小劇場的運作模式，且成為該劇巡演來台時的溝通協調橋樑，年底正式獲聘成為本多劇場正式的職員；也借將給 52PRO! 在 2020 年的新劇《夾縫轍痕》，做為製作



圖片提供／躍演

4. 2019 年 7 月台灣躍演團隊拜訪日本，團長暨藝術總監曾慧誠（左三），《麗晶卡拉 OK 的最後一夜》主角澎恰恰（左四），本多劇場經營者本多慎一郎（右四），52PRO! 團長塚原大助（右二）。

團隊的夥伴一員。

我往

如果不是疫情，澎恰恰就唱進了東京

國際交流計畫有此成績，更加深了兩地的合作牽絆關係。從來不曾提供海外劇團租用的本多劇場，也願意推動台灣作品讓日本小劇場有機會打開一扇新窗。首檔推出 2019 年初於烏梅劇院連演 13 場的《麗晶卡拉 OK 的最後一夜》，因該劇時空背景及地點等條件，認為對於日本觀眾是比較好入門的戲劇形式，並兼具商業娛樂價值，適合打造成為城市交流劇目。籌備一年多，原訂於 2020 年 3 月下旬在本多劇場上演，卻因席捲全球的 COVID-19 疫情影響，不得不先取消演出。所幸《夾縫轍痕》在台公演期間舉辦了一場工作坊，有機會讓本多慎一郎先生接觸更多台灣的劇團與作品；透過本多先生的視角，提出台灣劇團到日本演出的注意事項及對作品選擇的參考資訊，讓有興趣的劇團受益良多。

華山做為嫁接劇團與劇團的交流經營平台，執行三年後算是交出一張相當亮眼的階段性成績單，未來台北華山烏梅劇院與日本東京本多劇場，將以場館的力量繼續開拓台日劇場交流的另一個階段。



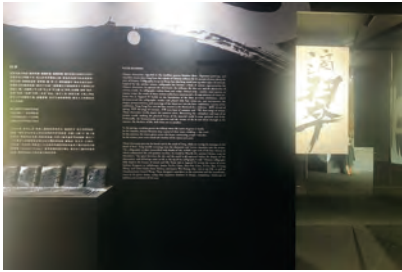
圖片提供／躍演

4. 原訂 2020 年 3 月假日日本東京本多劇場演出的《麗晶卡拉 OK 的最後一夜》日文版海報。

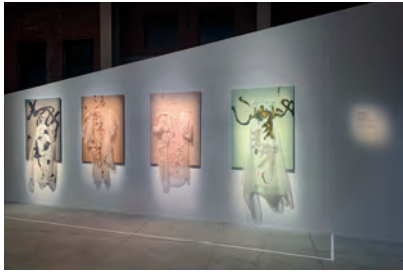
當【讀衣】已經展到了第四年…

說穿了，董陽孜的【讀衣】系列展，就是讀書法、玩時尚、跨藝術。連續三年，都是在讀書法、玩時尚、跨藝術。但是，她就是有辦法讀出新意、玩出新招、跨出新境界。

撰文 · 攝影／周予晴



1. 進入《讀衣 IV》展區，細細品味董陽孜的墨寶，此次分別以春倚「滴翠」、夏映「荷淨」、秋仰「月華」、冬見「寒松」做為主軸。



2. 《讀衣 IV》展區之一：服裝設計師蔡宜芬的作品。



3. 《讀衣 IV》展區之一：服裝設計師高勝忠（沙布喇安德烈）的作品。



4. 第二展區，天花掛著的印花花布，為與實踐大學服裝設計系聯合策畫的「東方文字藝術印花布開發計畫」展示。



5. 《讀衣 IV》展覽的習字區，提供觀者現場體會書寫的藝術。

步入《讀衣 IV》的展場，先是進到猶如黑墨般的隧道，黑底夾雜的反白毛筆線條，宛如將自己置身到書法的世界中，感受揮毫的魅力。進入隧道，先細細品味董陽孜的墨寶，此次的書寫藝術，用四季做為命題題材，分別以春倚「滴翠」、夏映「荷淨」、秋仰「月華」、冬見「寒松」做為這次的主軸，藉由文人靈韻生動的文字，傳達天地景色的物象。

走出隧道後，映入眼簾的，則為 7 組設計師展現個人獨特服裝時尚的區塊。設計師陣容除了原班底的周裕穎、陳劭彥、蔡宜芬外，更加入了正在國際間嶄露光芒的高勝忠（沙布喇安德烈）、汪俐伶、旅居英國的黃薇，以及加拿大籍華裔設計師黃偉豪（Daniel Wong）。七位設計師各自發揮解讀書法命題的能力，並在語彙發想的過程中，加入了本身的學經歷和體悟，轉化成東方時尚服裝美，呈現出迥然不同的《讀衣 IV》給各位觀者。

有了方向性

順著四季的脈絡導引、解讀

【讀衣】過往的挑戰，多為單字字體的線條變化，第

四屆則是多了另種轉變。

2016 年開始發起的【讀衣】計畫，董陽孜取「無聲的樂章」中的 20 幅墨寶發想，2017 年增加一抹紅的落款元素，到 2018 年《讀衣 III》首次使用具體的「無」字做為命題，都是從字體上揉合了草、行、楷、隸、篆等書體變化的字型為出發。

而此次第四屆，則是融貫字的形、音、義，呈現出四季之景。相比之下，第四屆提供給服裝設計師和觀者的，除了同樣具有抽象解讀的趣味基礎，還增加了名詞的延伸感受，因為一般人對於四季已有自身的生活體驗與印象，在觀賞上較有方向性的導引，可以做為形容的依附，而非毫無界限的延展與解讀。

多了豐富性

除了書法、除了服裝，還有……

《讀衣 IV》與《讀衣 III》，同樣選用紅磚區西 1 館與西 2 館做為展覽展示區。

《讀衣 III》在「無」的命題下，先是用環狀的場域，讓觀者在各種「無」字的環抱下，感受董陽孜的書法美。

展場則是用白色半透明的帷幕做為隔間，讓觀者以之字形的方

式，遊走於各服裝設計師的展區。運用簾幕和燈光明暗的穿透搭配，建構出黑白光影的離合氛圍，感受書法文字「無」的境界。

《讀衣 IV》則是先讓觀者依四季的順序，緩緩品味、步入其中。服裝區中間還有小影音視聽區，讓我們觀看紀錄過程，了解設計師在讀完董陽孜的筆墨後，如何用服裝勾勒、回應對春夏秋冬的字書意義，並藉由服裝結構傳達給觀者。

整合了虛與實

可以動手自己寫，可以享受購物樂

同樣地，在第二展區間中，讀衣《IV》和《III》均有書法的習字區、商品陳列區。

習字區鼓勵觀者拿起毛筆探索書寫，並拓展大眾對於

文字藝術的參與。在生活化的商品區，則有將書法的「虛」帶進「實」的概念，讓觀者從貼近生活的商品中，感受書法文字的藝術之美，當中也讓人看見藝術轉換成為商業的文創成長，看見文化、藝術和商業，三者如何相輔相成。

開發了生命力

可以這樣看，也可以那樣讀

不同於過往的是，在《讀衣 IV》的第二展區一隅，可以看到此次讀衣與實踐大學服裝設計系的學生們聯合策畫的「東方文字藝術印花布開發計畫」。那是高掛在天花上的印花布幕，印花布面上有投入文字線條的創意創作，作品正下方的地面放有一塊大片鏡子，反射從鏡面擴充出來的空間景象，除了可以用不同角度做花布的欣賞，也仿如在呼應著這股文字傳承的新生命力，將綿綿不斷的延伸下去。

期待讀衣接下來的發展，能持續為東方時尚美學提供不同刺激與突破挑戰，帶給觀者更多書法文字之美的不同感受。

從《香港週》看《點讀華山》

一個是展覽，一個是紙媒，都是文創工作者嶄露才情的舞台。
一個從香港來，一個在華山主場，卻不約而同都把舞台給了插畫家，
為什麼會不約而同？有哪些可資對照？

撰文 · 攝影／周予晴



1. 《香港插畫 × 創意設計品牌展》以插畫、設計、新形式與藝術的四種形式做相互配合。



2. 《香港插畫 × 創意設計品牌展》之展示區一隅。



3. 《香港插畫 × 創意設計品牌展》之展示區另一隅。



4. 《香港插畫 × 創意設計品牌展》與數位科技結合，提供觀者互動填塗插畫區。



5. 《香港插畫 × 創意設計品牌展》呼應香港週文本的「創作舞臺」，以知名的香港經典歌曲《獅子山下》為文本，提供給各插畫家做創作發想的展示區。

在港台文化合作委員會所主辦的 2019 年「香港週」系列活動中，由香港創意創業會所策畫的《香港插畫 × 創意設計品牌展》，於華山文創園區的紅磚西 1 館展出。此次的主題以「IDNA」為主軸，分別為「I-Illustration（插畫）」「D-Design（設計）」「N-New Form（新形式）」與「A-Art（藝術）」的四種形式相互配合，現場除了展示平面、動畫與立體作品，展期間的周末還邀請了香港創作者們來到台灣，在展覽館中進行小型講座，透過這樣的盛會，帶動並促進臺灣和香港兩地插畫藝術與品牌設計的交流。

百花齊放香港週

39 幅作品在《獅子山下》大 PK

在展覽會場中，每個插畫家、設計師，都有自己的小展區擺放個人獨特的創作，不論是平面圖、動畫、桌遊、公仔或是大小模型，這些創作者都會從自己的特殊風格中找出適當的轉化，將自己的思想傳遞出去。從這些參展作品中，可以看到他們從初步的構思到將自己落實為一種品牌的經營過程，具有相當大的潛力和無限的商機。

在展覽中，除了創作者的動畫和數位輸出作品外，也設立了小小的互動數位塗鴉區，讓觀者可以體驗插畫與設計的數位化創作。

這區塊不禁讓人想起一些塗鴉本，都會有空白、僅有黑白的線條，讓人著手去做填色插畫。利用類似手法，轉化成為數位模式，觀者可以用數位版的色彩塊控制明暗、彩度等，為展覽會場中的一些插畫小角色上色，並投影在展覽的電子看板中，希望可以激起更多人對插畫設計創作的興趣。

在展覽的末端，則是有呼應香港週文本的「創作舞臺」，以知名的香港經典歌曲《獅子山下》為文本，提供給各插畫家做創作發想，透過不同繪畫風格與技巧，描繪出全新 39 幅作品在現場做展示，除了讓創作者互相切磋藝術，也讓觀者感受到不同創作者的描繪手法和情感投入。

百家爭鳴點讀華山

12 個封面就是論劍大擂台

這種鼓勵創作的精神、提供創作者們小舞台的方式，華山園區也有異曲同工之妙的手法——《點讀華山》出

刊版物封面的徵選。

《點讀華山》是華山文創園區的官方月刊，為了鼓勵原創精神，在封面處留下一大片徵稿區，對外公開募集精采的插畫作品，提供台灣優秀插畫家們一個讓作品嶄露頭角的機會。有趣的是，插畫家們會盡情的利用這一小區塊，做一幅可以讀、可以看的故事，有些更注入了台灣在地的插畫能量，故事的內容多為台灣在地化的風情，希望引起更多人的共鳴與關注。

投稿身分以台灣本土插畫創作者優先，也接納社群品牌經營有一定程度的插畫者，希望可以把插畫評選的水平提高在同一層次，並且讓全新、未公開發表過的作品率先在《點讀華山》的刊物封面上登場。2019 年末，企畫團隊還策展了一場台灣插畫設計週《靈感市集》，不同於香港週的插畫展，現場以市集、插畫家小攤位做為出發。

兩地插畫對照記

比視野、比數位、比風格、比品牌經營

香港插畫與台灣插畫有什麼異同呢？若從以上這兩個形式的角度切入觀察，此次《香港插畫 × 創意設計品

牌展》的插畫，多是以個人的主觀去做設計產物的呈現。平面部分則大多跟數位科技的內容做結合。雖然香港的創作者和台灣觀者有文化背景和內容方面的認知隔閡（如年齡、地域等差異），然而畫筆開拓出的視野，並沒有太大的隔閡問題（如語言），因此多少都會引起觀者的迴響，也許這正是插畫藝術不分國界的魅力之一。

《點讀華山》的插畫家，也有數位的創作形式，但帶出來的色彩和元素，有種手感溫度的愜意，仍舊具有手繪感。大部分給人有種舒適的大自然元素，或用色柔和、療癒的風格。可能這就是華山文創園區一直以來帶給遊客的印象，而多數的插畫家以此為出發點，透過溫馨的畫面與色彩，為《點讀華山》做畫吧。

總體來看，這些插畫藝術者都將自己做為一個品牌經營者，讓自己沉浸在插畫的過程中，透過各種媒材交織結合的創作、異業合作的可能性，希望可以用自己的風格，讓更多人感動體驗，看見插畫藝術的美。

如果政府、業界能持續為這些創作者給予鼓勵，提供一如《香港插畫 × 創意設計品牌展》展覽和《點讀華山》刊物等支持的舞台，相信插畫創作的語彙、意義，將持續發酵，後續轉而成為各樣品牌的文創力量。

從中川政七看未來市

一個是轉型成功的老牌商號，一個是奇兵出擊的創新品牌聚落。
一個把單一品牌做成了平台，一個要用單一平台的力量成就眾多品牌，
究竟是平台成就了品牌？還是眾品牌造就了平台這個品牌？

撰文／葉頌源



1. 未來市外觀：老建築搭配植栽及現代感元素，創造另一種視覺反差。



2. 中川政七奈良三条店外觀：現代簡約的外觀搭配日式生活風格陳列。



3. 未來市不定期安排各式主題，以類策展方式進行展售。



4. 來自台灣及亞洲各地的創新品牌，在未來市內部展售。



5. 台灣文創新創品牌，在未來市發表商品。

中川政七商店來自日本奈良，來自 18 世紀。未來市在華山橫空出世，但並非來自未來。兩個都主打生活美學、都含納眾多品牌、都成為響噹噹的品牌與平台。

2019 年，他們在華山相遇。

老字號 vs. 新聚落

中川政七藉轉型變身，未來市靠創新竄出

中川政七商店，一個過去的工藝製造旅者到現今的工藝品牌推手，1716 年創立於奈良，發展至今有超過 300 年的歷史。進入商店，就走進一個傳統與現代融合的空間，有日常用品的細緻美好、有傳統工藝的純粹自然，在這裡可以看見日式生活美學的詮釋。

從歷史製造者轉變為品牌推手的通路，中川政七商店轉型的關鍵在 2010 年第十三代經營者，將中川政七商店重新定位，以日常的生活用品為導向，販售內容著眼於將傳統工藝延伸至生活雜貨，且不時提出新的元素，打造、集合、扶持適合個人、家庭與生活、功能與美觀

兼備的物品及品牌，不再僅是只有販售「奈良曬」的中川政七。

未來市，一個以台灣及亞洲創新品牌為核心主體，從土地滋養開始，從日常生活周遭延伸，從食衣住行發芽，群聚各地優質華人設計師品牌，以孵育設計的新概念，用新創意識形態，從生活美學出發，創造獨一無二的設計聚落。

未來市集結設計、時尚、文創、農產，工藝、藝術、文化、音樂等相關領域創新設計品牌，以類策展的模式，讓每個品牌各自表現商品的概念，垂直整合展覽、選品展售的新型態，讓每個品牌都能清晰呈現出自己的品牌意象，並明確表達產品的訴求。

點到面 vs. 面到面

中川政七讓人記住他，未來市讓人記得他選進來的品牌

未來市和中川正七商店都含納眾多品牌，但中川政七主打工藝及生活雜貨，未來市主打各面向的創新品牌，

可看出兩者點到面與面到面的策略差異。

未來市給大眾的是一個創新設計美學平台的概念，剛開始就從「面」下手，相較之下主訴求的記憶點較淺，因為各月各季未來市的展銷主題內容都會更替，因此民眾會記得這個展、這個空間內的品牌，但是對「未來市」的印象可能就不那麼深刻，他以空間內的各品牌為主角、以類策展的方式溝通，因而民眾可能記住了這個品牌及商品、記住了這個展，但卻可能記不得所謂的「未來市」。

中川政七主打日本工藝品及工藝品牌，訴求讓日本工藝進入下一個百年，而其商店所展售的內容物，從日本傳統工藝結合現代創新，讓新一代年輕人能接受這個傳統與創新並存的店家，也容易讓一般人對其定位產生深刻的記憶，「要找有質感、有內容的工藝品、生活雜貨，就到中川政七」，這是他不斷強調的「點」。由此可看到中川政七讓民眾深刻記憶他是日本近代工藝的無形推手。雖然中川政七本身也進化為工藝的平台，但它不停主打深化日本工藝、生活為主題的策略，不斷深化一般

人對於中川政七這個品牌的識別度與記憶點。

因此未來市在協助眾多創新品牌推廣的同時，也要思考「未來市」的這個概念、這個集結創新美學的平台，如何運用各展銷及「品牌加品牌」的雙雙加乘，讓一般大眾在記憶中植入「若要找新意、找生活美學、找好的設計，就來未來市」這個深刻的點，讓品牌在未來能夠複製更多的未來市，讓更多的未來市做為更多創新品牌的跳板，讓更多地方都有未來市的概念。

從「點到面」與「面到面」，我們可以說中川政七從單一品牌發展成一個平台，又因後來結合更多的工藝、生活雜貨品牌，成就現在中川政七商店這個平台，而這個平台讓傳統與現代創新無縫融合得恰如其分，這些是中川政七給未來市的另一面啟發。

一方個別場域、一場個別活動，構成一個音符，
好幾個可以串起來的、有意思的音符，就成旋律。
它們也許是引領未來的新定義，
也許只是 2019 的年度熱潮現象，
無論何者，
它們都是這一年的「主旋律」。

插畫開新路

2019 年圖像浪潮高峰又起，前所未見的，台灣有 9 位插畫家入選 2019 義大利波隆那插畫展，同年又有台灣創作者獲得法國安古蘭漫畫節的數位漫畫第三名。臺灣市場在插畫應用上也益顯廣泛，像是傳統或獨立出版都可見插畫繪本在榜上熱銷；公部門更願意透過插畫去軟化溝通語彙，拉近與民眾的距離……等。

華山文創產業園區官方月刊《點讀華山》透過封面搭建與插畫家合作的機緣後，我們也因此看到了插畫內容的「原創性」與「高應用性」，在「故事元素」豐沛的情況下，筆下的角色發展成為「原創 IP」的可能性更高。為此華山透過「人才群聚」「新秀挖掘」「國際鏈結」三階模式，來挖掘臺灣插畫創作人才。期望將創作者聚集，透過不斷的磨合，結網後撒向國際舞台，替臺灣創作者與消費市場帶來更多活力與靈感。

第一階段：人才群聚 新鮮人的對話場域

從每月的封面，到每季的創作者聚會，《點讀華山》期望以人為核心，牽起區域性的創作者群聚，讓插畫家建立起自己的小圈圈，將他們從創作桌前拉開，鼓勵他們用更多時間去討論與交流，我們相信合作機會與創作時的疑問，都可以在互動中找到答案。

「話畫合作社」是全台最大插畫創作者社群，發言露臉者以年輕人居多，但是在華山的創作者聚會裡卻一反常態，將活動的麥克風遞交給資深創作者，讓插畫前輩來分享各自的經驗。首場「話畫合作社」邀請到插畫 YouTube 頻道「插畫觀測室」的兩位資深創作者 Barry 與 feeling 蒞臨分享，從如何進行小量商品開發，到插畫路途上有時迷惘該怎麼辦？第二場則是邀請前往韓國，參加首爾設計節的兩位插畫家 YUANCHi 與 BaNAAnaLin 阿蕉分享「第一手首爾設計節參展經驗」。



1. YUANCHi 與阿蕉分享遠赴韓國參加展覽的過程與心得撇步。
2. 插畫觀測室製作活動花絮影片，向大家傳播「話畫合作社」活動的精采片段。

社群活動僅限插畫創作者參與，期望大家可以透過活動的牽引，持續創造相遇並活絡插畫圈子。

第二階段：新秀挖掘
創藝人的比武較勁

累積至 2019 年底，《點讀華山》一共引介了 29 名台灣本土插畫創作者。華山透過網路廣下武林帖，邀請各方創藝人士前來接受挑戰，更設置了判官評審來把關，陣容包括資深插畫創作者鄒駿昇、遠流出版公司出版二部總編輯黃靜宜，如果兒童劇團藝術總監徐琬瑩、人田十口總監林家煥等，期望透過跨域的眼光，選拔出未來新秀。刊物內除了刊登作品、推薦創作者外，更安排創作者專訪，於華山網絡建立起插畫人才資料庫，透過華山平台，吸引更多合作機會。

除了紙本傳播外，為了讓更多來華山的遊客看見插畫

家的創作，2019 年春天，3 位插畫創作者 HOM、夏仙、Michun，與「小路映画」合作發揮想像力，彩繪「主題故事牆」，除了吸引粉絲朝聖外，更吸引往來遊客的關注，也因透過曝光報導，吸引更多合作對象拜訪插畫創作者，開拓未來市場可能性。

有鑑於市場上各類活動豐富，究竟台灣插畫環境需要的是什麼樣的內容、還缺少什麼樣的機制可以讓消費者更容易親近創作者，而創作者又能更了解市場需求。因此，我們回到初衷，以人為核心，並且處處埋入「體驗」的關鍵元素。透過對話與交流的過程，讓消費者對於新認識的創作者有更深印象，也對於活動有更多的記憶點。

於是「2019 台灣插畫設計週」誕生了，透過活動裡外安排，邀來許多高人氣資深插畫品牌，並安插新萌芽的插畫品牌穿插，以強帶弱的方式增加品牌曝光。戶外也規畫了周末限定的「似顏繪大進擊」，讓插畫家有更多

機會，面對面與民眾對話、交流，促使插畫家走入人群、快速測試市場反應。此外又針對遊客推出鼓勵消費、不限金額便可進行活版絹印體驗，活動入口處更設立了手繪牆，讓消費者輕鬆拿起筆來創作。3 天的活動，總共吸引超過 2000 人次參與，創造高度話題討論量。

第三階段：國際鏈結
插畫人的未來市場

在插畫創作者不斷散發能量的情況下，華山所搭建的平台也吸引了許多不同的詢問機會。2019 年我們成功媒合了公部門單位與插畫家的合作，例如透過插畫家的趣味圖文，成功替國稅局的稅務宣導進行軟性溝通。進一步更推向國際市場，陪伴兩位台灣插畫家前往韓國參與「首爾設計節」。

首爾設計節（Seoul Design Festival）是韓國專門以

設計師為主的專業展覽，也是韓國設計產業發展脈絡的重要曝光平台之一，每屆吸引超過 9 萬人次造訪，2019 年首爾設計節特別設立插畫專區，也因此與華山搭起合作契機，進行台韓創作者交流計畫。我們邀請插畫家 YUANCHi 及 BaNAAnaLin 一同參加 12 月 3 日至 12 月 8 日的首爾設計節，華山以陪伴的角色，安排了宣傳文宣與翻譯，與創作者共同動腦如何在展覽現場盡力的推薦自己。也透過這次展覽經驗，幫助創作者了解自己產品在不同國家市場的競爭力，該如何快速找出市場定位，拉出消費者區隔與喜好等，都是一大學問。

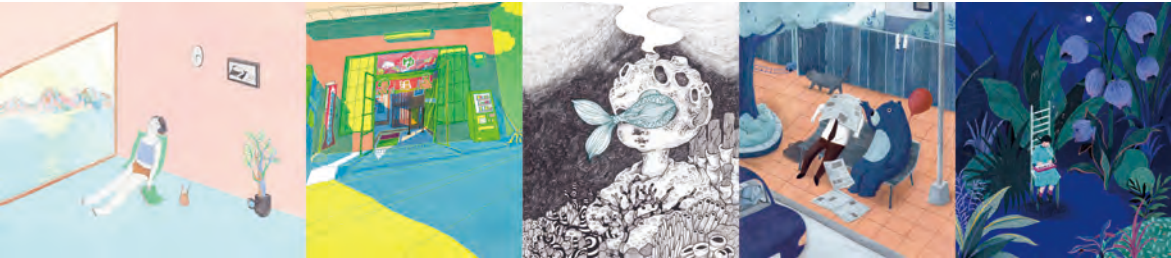
據網路溫度計調查，華山在 2019 年全台打卡夯點排名第一，身為國內文創園區領頭羊，有效運用國際旅客與大量人流造訪的優勢，搭建插畫創作者專屬舞台，並且鼓勵他們向外拓展新市場。而創作者透過不同階段的洗禮，也逐漸找出方法，從自己的特色中，說出一個又一個動人的故事。

（撰文／張博鈞 · 黃昱禎）

2. 《點讀華山》封面插畫評審團（由左至右）：插畫家鄒駿昇、遠流出版公司出版二部總編輯黃靜宜、如果兒童劇團總監徐琬瑩、人田十口總監林家煥。



3. 《點讀華山》2019 下半年封面入選作品（由左至右）：王貽宣《午睡》、黃奕穎《夕陽澡堂》、曹恩慈《闖入》、沈芳因《這樣的日子裡》、李侑勳《夢》。



4. 小路映画黃米露與「故事牆」三位創作者。



5. 夏仙及其外牆畫作《友善的陪伴》。



6. Michun 及其外牆畫作《斑馬的眼淚》。

7. 「台灣插畫設計週」把插畫藝術家從《點讀華山》的平面帶出活動現場，創造高度話題討論量。



8. HOM 及其外牆畫作《遠方的所在》。

9. (左三圖) 體育局與點讀封面插畫家 BaNAAnaLin、兒童島合作 2019 端午立蛋創作活動。
(右三圖) 國稅局稅務小精靈宣導插圖。



10. 首爾設計節 YUANCHi 的攤位。



11. 首爾設計節 BaNAAnaLin 的攤位。

本文攝影／林辰鏗

食力再升級

總人口減少、生育率降低、社會高齡化、人口過度集中於主要都市、城鄉發展失衡等問題，對於社會結構、經濟發展等各方面都會產生影響，因此政府鼓勵各鄉鎮市發展地方產業，讓人口回流，而引發了近年大家很熱議的話題——地方創生，以「產」「地」「人」為一體，各地方結合當地特色與人文風情，培養年輕人夢想的能力，吸引人流回鄉，創造偏鄉再生機會。

2019 年，陸續有無思農莊、鮮乳坊、貓茶町及禾乃川等 4 個地方飲品與甜點品牌進駐園區，他們藉由地方創生的助力來發展品牌，透過返鄉青年的投入，以強調地方特色、借重創新設計包裝等方式，來實現資源整合並打造出品牌的核心價值，升級了在地的「食力」。

小農文創 × 無思農莊 釀出在地最優選的風味

因為嚮往友善土地和人的生態村，創辦人「無為」在 2015 年創立了無思農莊，堅持以友善種植、友善釀造、友善開發及友善消費的方式展開了品牌的探索之旅，品牌也集結了台灣在地小農莊園釀造的極緻菁華，採用友善人與土地的真食材，全力支持台灣農業。

販售主力「桃酒喝」系列，選用桃園復興鄉泰雅族三光部落的五月桃，透過收購優質小桃，用最美味的老品種水蜜桃為基礎，創造水果酒前所未見的水蜜桃香甜風味。「梅酒喝」系列則是選用最知名的南投信義鄉小農的梅子，透過長時間的發酵熟成，創造出無比豐富的酸甜風味。「麥酒」用的是台中大雅全力復育的本土小麥，



1. 無思農莊「甘酒釀」系列選用溪州尚水友善農產、我愛你學田、小農小事、豆芳華、水賊林友善土地組合、洲南鹽場等小農的優質農產。

以發芽、糖化、發酵到熟成的工藝來呈現本土小麥的香甜風味。「酒釀」系列選用十餘家小農的優質農產，透過三次低溫發酵，將澱粉大量轉化成葡萄糖，被稱作「喝的點滴」，可以迅速補充體力，含人體必需的胺基酸所需酵素，以及維他命 B 群和寡糖……等等。

禾乃川國產豆製所

熬出台灣最有誠意的豆漿

2015 年，禾乃川國產豆製所的創辦人林峻丞在返鄉的過程中發現，他的家鄉三峽和台灣許多城鄉因為都市快速發展，導致人文、教育、環境……等這片土地上的珍貴精神都逐漸消失。讓他不禁開始思考究竟能用什麼方式為家鄉和台灣這片土地盡一份心力？

其中，青少年的職能發展問題是林峻丞亟思改善的部分，也正好認識身邊幾位返鄉打拚的年輕豆農，發現台灣豆製品因為國產豆的產量少、人力成本高，店家大多選用進口大豆製作，國產種植的非基改新鮮大豆只占了市場的 0.01%。為了解決社區生存挑戰和台灣青農發展，他們決定從台灣人飲食文化中最重要「豆」製品出發，創造社區裡的良食店鋪——禾乃川國產豆製所，使用台灣土地最新鮮的非基改大豆，打造土地和生命共好的豆漿。

禾乃川以社會企業商業共好回饋機制，藉由社區店鋪經營、工藝體驗與設計策畫，融入弱勢教育及就業機會，發展地方產業，並投入設計人力與財務資源解決地方的各種挑戰，不但提供好口味，也散發正能量。



2. 喝一口讓土地和生命共好的豆漿吧！禾乃川使用台灣土地最新鮮的非基改大豆，並透過職能發展改變家長和孩子的生命。

貓茶町
打造台灣專屬的茶香甜點

貓茶町的創辦人高憲鴻主廚，茶山遍野的木柵是他的家鄉，小時候的記憶就是鐵觀音茶。多年來，他在台灣各地精進糕點技藝，將茶葉入點心做烘培，把台灣茶做出了新風味。後來更以綠色梯田的房屋為意象，呼應他對家庭與木柵在地的濃厚情感，創立了一間漫溢茶香的特色甜點店——TDH 貓茶町（TDH=Tea Dessert House），透過每一份在地茶點，讓更多人有機會體驗到「新茗茶時尚」與幸福的滋味。

自2008年創業至今，高師傅秉持著初心，以台灣茶作為主角，打造專屬台灣風味的甜點，每一份用的都是台灣特色茶農自產自銷的茶葉，而且都是原葉或條狀的

葉子，不含茶枝成分，讓香味的表現更加提升。此外，他也投入研發THD 貓茶町全系列食品，首度開創東方茶點與西方甜點新的結合；客製化的寶島手工喜餅，更凸顯各地食材的獨一無二。曾經有農夫帶著自種的南瓜，請高師傅把它做成喜餅，讓高師傅感動莫名，直說這些價值絕對不是金錢所能衡量。

鮮乳坊
開啟台灣酪農業的白色革命

2019年是台灣地方創生元年，鮮乳坊為了要讓民眾看見、感受「用一瓶鮮乳改變一個產業」的理念及行動，特別遠征台北，將牧場搬到華山來。

有別於以往台灣酪農業的傳統操作，活動期間除了用

文字、講座的方式和都會民眾溝通，還加上專人導覽與互動體驗，由鮮乳坊專業生產團隊帶民眾實際體驗一日酪農的感受。

鮮乳坊的創辦人龔建嘉曾說：「我不想要看到台灣酪農業變成夕陽產業，因為台灣的鮮乳真的很棒！」。由於這樣的起心動念，他希望能以合理的收購價格，鼓勵台灣酪農提高生產品質，進而促進台灣酪農產業升級，同時保障消費者飲用鮮乳的品質，提供民眾「獸醫現場把關」「嚴選單一牧場」「無成份調整」「公平交易」的高優質鮮乳。

2015年，龔建嘉從一間間酪農的拜訪開始，不斷與小農溝通、對談，邀請他們加入。獲得亞洲第一家無添加認證的鮮乳品牌後，鮮乳坊結合產學所用，媒合30位大學獸醫系所實習生、培育2位乳牛獸醫協助牧場、

逐一拜訪各家通路……漸漸由小型合作社發展到今天在全台部分超商通路、合作社等地都可以買到鮮乳坊的優質乳品，讓民眾只要輕鬆地透過購買行為，就能支持台灣酪農轉型。

這幾年，鮮乳坊展開破百場的演講與破百場的擺攤，傳遞正確食農教育。透過一場場的活動，讓聽眾了解買一瓶鮮乳、喝一瓶鮮乳就是改善食安問題、幫助台灣乳業與酪農業獲得公平交易與公平通路遊戲規則的方式。

鮮乳坊秉持公平交易的方式，用合理的利潤，向願意多投入優化牧場飼養管理的優質酪農收購生乳，且堅持單一乳源，堅持鮮乳無添加無調整的過程，讓購買的民眾都可以知道自己喝了什麼。透過品牌與酪農、通路的溝通，最終再與民眾對話，一步步讓台灣民眾理解，打開另一條台灣酪農產業轉型道路。

（撰文／葉頌源 · 何沛珊 · 董宜嫻）



圖片提供／貓茶町

3. 高憲鴻以綠色梯田的房屋為意象，呼應他對家庭與木柵在地的濃厚情感，創立了漫溢茶香的特色甜點店「貓茶町」。



攝影／林芳廷

4. 鮮乳坊用行動裝置藝術推廣台灣在地酪農單一牧場。

交流、展演、觀賞合而為一

舞台變平台

自華山藝文空間逐步完成「院、廳、場、野」（烏梅酒廠、拱廳、果酒練舞場、戶外演出空間）的整備後，華山藝文空間從提供演出的舞台漸漸成為藝文團體展演及交流的平台，在藝文空間的高使用率下，在華山能看到的節目益發多元，觸及到的觀眾或藝文族群也更加廣泛，形成一個良好的正向循環。

東京成人演劇部來了 更多優質國際節目相繼登台

以 2018 國際小劇場交流的成功案例為先鋒，華山在 2019 年發生了更多的國際交流機會，顯示出華山這個平台漸漸被國際節目所看重，儼然成為一個國際節目「登台」的新地標。

除了從 2018 年以《第三弦》打響名號的日本 52PRO! 劇團，來自日本的「東京成人演劇部」，其作品《人生、媽的太長。》在日本各大城市巡演後，也選擇了台灣的華山烏梅劇院舉辦首次海外巡演，導演松尾スズキ也在演後舉辦座談，與觀眾分享其創作的歷程與理念。劇中

可以看到橫跨劇場、影、視的日本國民演員安藤玉惠與導演松尾スズキ兩人扮演四個角色，交互上下場變換，巧妙地演繹老人痴呆症的母親與酒精中毒的兒子，加上以這對母子為紀錄片拍攝對象的女大學生，以及與女大學生發生不倫關係的指導教授。松尾導演試圖擷取「年老」「癡呆」「貧困」「慾望」等片段組合為「現在」，並且在極簡的舞台上呈現。烏梅劇院的小劇場空間，正適合這種小巧精緻的巡迴演出，得以讓台灣的觀眾在華山看到優質的外國節目，也拓展了國內外藝文工作者交流的機會。

台北藝術節來了 架起臺灣與國際藝術交流的橋梁

除了國際巡演節目，華山在國際性藝術節中也占有一席之地，像是臺北表演藝術中心所舉辦的臺北藝術節及 Camping Asia，都曾在華山進行工作坊及演出，不僅帶來國際藝術創作交流，也讓華山在台北藝文環境成長茁壯的過程中，扮演著重要一角。

臺北藝術節自 2018 年起由新加坡籍策展人鄧富權擔當策展，並由臺北表演藝術中心統籌計畫與執行，國際策展人加上以藝術共享、人才培育與國際交流為宗旨的臺北表演藝術中心，共同建立起臺灣與國際間藝術交流的橋梁。

今年在烏梅劇院舉辦的臺北藝術節節目《束縛》，以繩索束縛的身體所呈現出的不穩定性，揭開藝術家與觀眾之間有關信任、慾望、同意與交流的界限。為了將共同的聯繫線解開，暫停緊張局勢並釋放集體慾望，藝術家期待以各式繩結，與觀眾共同編織一個集體的互動共享體驗。類似這種要求互動性的表演，烏梅劇院的實驗劇場空間和三面式觀眾席，便相當適合為表演者拉近與觀眾之間的距離，達到良好的互動效果。

Camping Asia 來了 促進在地與國際舞蹈界的專業交流

Camping Asia 起源於 2014 年法國國家舞蹈中心總監——法國編舞家瑪蒂德·莫尼葉（Mathilde

Monnier）所催生的 Camping 計畫，以舞蹈夏令營的形式，一方面進行人才培育，同時促進在地與國際間的舞蹈專業人士交流。Camping 為期兩周，活動架構分為工作坊、表演節目、舞蹈職業諮詢站、藝術學校交流、研討會、展覽、放映等單元。2019 年臺北表演藝術中心與法國國家舞蹈中心首度攜手舉辦首屆 Camping Asia，以臺北作為亞太創作人才孵育基地，聚集來自亞歐的藝術學校與藝術家，透過一系列涵蓋表演及視覺藝術的工作坊、展覽、論壇與表演節目等，為下一代打造更具想像力的跨領域交流空間。

Camping Asia 分別在華山的果酒練舞場與烏梅劇院進行兩場工作坊與兩檔節目；其中值得一提的是，日本編舞家川口隆夫的作品《關於大野一雄》。這場演出開始於華山園區的藝術大街（森林劇場），隨著表演的進行，進入烏梅劇院中繼續演出，這種類似環境劇場的形式，將華山的古蹟建築做為其表演的背景，使其在華山的演出擁有其他場域不可替代的「華山特色」，也讓觀眾能夠重新體會華山這個空間的歷史價值與力道。

（撰文／蔡耀庭）



圖片提供／莎妹工作室

1. 《人生、媽的太長。》形象圖：橫跨劇場、影、視的日本國民演員安藤玉惠與松尾スズキ的兩人劇場。



圖片提供／莎妹工作室

2. 《人生、媽的太長。》彩排花絮照：劇中可以看到兩位演員如何在極簡舞台上巧妙演繹不同場景。



圖片提供／臺北表演藝術中心

3. 臺北藝術節《束縛》演出照：觀眾的進場就是演出的開始。



圖片提供／臺北表演藝術中心

4. Camping Asia 於果酒練舞場舉辦的布拉瑞揚工作坊，其中的課堂小呈現。



圖片提供／臺北表演藝術中心

5. 《關於大野一雄》戶外演出照：演出前在烏梅劇院外面設有開演前 30 分鐘的行為藝術表演，吸引觀眾以及路人圍觀。

勤修苦練後，上山展身手

畢製選華山

培育國內藝文人才一直是華山做為藝文平台的目標之一，對於表演藝術相關系所的學子來說，華山烏梅劇院的高實驗性、高曝光度以及適中的劇場規模，便是他們實務練習及嶄露頭角的良好場所。2019 年便有 4 所表演藝術相關系所的公演或畢業製作於烏梅劇院舉辦，分別是國立台灣戲曲學院劇場藝術學系高職部的畢業公演《親愛的死者》、崇右影藝科技大學演藝事業系的秋季展演《北·回歸·線》與《面具—你要快樂》、國立臺灣師範大學表演藝術學士學位學程的畢業製作《換你許願》，以及國立臺灣大學戲劇學系的畢業製作《皮爾·金特》。

《親愛的死者》

台灣戲曲學院從進場到撤場完整洗禮

《親愛的死者》改編自劇作家 Stanley Houghton 的《The Dear Departed》，劇中描寫 19 世紀英國某個小鎮中，一位中產階級的老父親因酒醉昏睡被誤以為死亡，兩名女兒為了爭奪家產進而引發了一連串事件。本劇以寫實的手法、白話易懂的對白和看似荒謬的情節，

探討關於人性道德的議題。

在華山烏梅劇院裡，戲曲學院劇場藝術系高職部的同學們實際經歷了一齣舞台劇在進劇場工作期間所要面對的各種問題。在老師們的指導下，按部就班地呈現出專業的演出，而烏梅劇院的技術專員也不吝從旁協助、傳授專業知識，藉此學生們得以累積實作經驗，為將來的劇場職涯打下良好基礎。

《北·回歸·線》+《面具—你要快樂》

崇右影藝科大驗收音樂歌舞劇的才華

《北·回歸·線》一劇描述在一堂大學課堂中，老師與學生們討論著關於「傳承」的定義及自身經驗，進而帶出其中一位原住民學生因自我身分認同問題，在離鄉火車上與其他原住民發生的事件。劇中藉著新一代原住民對本族文化的認同及重視與否，討論「傳承」在現代社會的意義。

《面具—你要快樂》劇中描述一位在現實生活中經常受到邊緣化的平凡男大生，在網路的世界卻是戴著面具的人氣直播主，藉由兩者身分的衝突，探討科技、社群

媒體發達之後帶來的科技冷漠問題，以及在這個大環境下人與人之間的交流與認同議題。

《北·回歸·線》與《面具—你要快樂》兩劇皆以音樂歌舞劇的形式呈現，展現出崇右影藝科大演藝事業系學生們戲劇、舞蹈、音樂等各項才華。

《換你許願》

臺師大探討青少年的情感與教育

《換你許願》是臺師大表演藝術學士學位學程應屆畢業生創作的原創音樂劇，劇中描述一對個性迥異、總是吵架的雙胞胎姊妹，陰錯陽差因為一個生日願望而交換了彼此的身體，被迫暫時扮演對方的角色、過著對方的生活，經過一連串的事件後，漸漸了解對方遇到的困難與想法。另一方面，兩人就讀的高中，也正發生著「升學至上」與「學生自由」之間的衝突與對抗。

本劇從高三生的角度，探討青少年的親情、愛情、友情以及對教育和夢想的想法，最後以一句台詞「換你許願」結束溫馨的結局，試圖為觀眾帶來一股追求理想的勇氣。

《皮爾·金特》

臺大用小空間實驗大文本的演出

《皮爾·金特》為挪威知名劇作家、現代寫實主義之父亨里克·約翰·易卜生（Henrik Johan Ibsen）的代表作之一。本劇取材自中世紀挪威民間故事，劇中描寫皮爾金特的一生，從遊手好閒、成天吹牛扯謊的青年，到成為巨商、學者卻依舊浪蕩不羈的中年，以至窮困潦倒而幡然悔悟的老年。藉由皮爾金特不同階段的處世態度與經歷，探討關於人生的哲學思辨。

本劇為臺大戲劇系的畢業製作，人員和技術規模相較烏梅劇院的其他演出都大得許多，如何將如此豐富的文本、場景等內容放入烏梅劇院這個小型空間，對於該系的學生們來說是一大考驗，所幸在老師們的帶領以及場館技術專員的協助下，圓滿達成了這項任務。

華山烏梅劇院就像是個基地，讓學生們能夠在此「練功」，順利做出自己想做的創作，從中學習到的知識、獲取的經驗以及最後成果發表的成就感，都將成為學生們成長的養分，最終達成華山藝文人才培育的目的。

（撰文／蔡耀庭）



1. 《親愛的死者》劇照。



2. 《北·回歸·線》劇照。



3. 《面具—你要快樂》劇照。



4. 《換你許願》劇照。



5. 《皮爾·金特》劇照。



6. 《皮爾·金特》裝台工作照：技術人員們正堆砌著規模浩大的舞台布景。

教育推多元學習

近幾年不斷於新聞媒體及社會輿論引發爭論的 108 學年課綱，已於 2019 年 8 月正式實施。在創新教育改革下，學校及師長各有不同的教學理念，教育專家各有不同的建議，面對多元學習的選擇，要如何達成課綱願景「成就每一個孩子：適性揚才、終身學習」，不僅是孩子的能力養成，更是父母或是各年齡層的共同課題。

華山也成為此次教育改革很好的學習場域，當遊客來到園區，不論年齡大小，都可從華山的環境中獲得相關生活及知識的增長：從台灣在地品牌培育的店面學習說故事及發展創意的能力，從多元的藝文展演與街頭藝人活動學習藝術欣賞及感官的刺激發展，從展覽活動參與學習不同領域知識的累積與創新生活體驗……讓華山不僅是文化創意產業平台及展演活動舞台，更是很好的生活學習平台，處處皆為風景，由活動引發學習動機，從氛圍陶冶藝術美感，更落實我們給予自己的角色定位「一種風景、一座舞台、一本大書」以及「一所學校」。就在這個以核心素養取代能力的變化環境中，2019

年在華山的幾場展覽活動，就在這樣的變遷中順應而生，成為多元學習的助力，落實華山「既是文創平台，也是教育平台」的展現。

人生像一場實境變裝秀
2019 雜學校 ZA SHARE | 亞洲最大教育創新博覽會

從 2015 年的「不太乖教育展」開始，耕耘了 4 年的「雜學校」儼然臺灣最具國際知名度的教育博覽會品牌。2019 年，策展團隊將主題聚焦於人生像是一場實境變裝秀，每個人都在人生中重複或專注地扮演不同的角色，可能是子女、家長、舞者或是作家，而雜學校就像多元的伸展台，容納每個角色、每種性格，無論是新式教育、美感教育、設計思考，或是親子關係、永續學習、文化實踐、社會倡議等內容，都是組成雜學的元素。



1.
2019 雜學校 ZA SHARE ——亞洲最大教育創新博覽會。



2.
ZA SHARE Youth 雜學青——多元學習博覽。

把學習帶進整個社會與生活裡
ZA SHARE Youth 雜學青 _ 多元學習博覽會

雜學青是一個專為 17 ～ 35 歲青年集結各種「學習提升」「自我實現」與「想像探索」的博覽會，容納理念倡議、自主學習力、相關社會議題、未來職涯探索、地方創生、人文探索等多樣創新內容。將學習帶進整個社會環境與生活日常裡，成為思索問題、探討解決並付諸實踐的能量。

用策畫展覽學習影視音製作
2019 TMS 影視音實驗教育展《周登的立場 Come to class》

臺北市影視音實驗教育機構（TMS）是一所高中階段非學校型態實驗教育機構，招收對影像及音樂製作幕後各環節有興趣的學生。《周登的立場》以展覽形式期望讓參展及觀展者回歸到「對影視音產業有興趣的年輕

人」身上。讓 TMS 自由的教學形象，透過策展設計，為影視音產業串聯起更多的教育可能，讓影視音人才能夠在未來帶著專業能力落實於華山的場館內。

除了 STEM，還要再加上一個 A
2019 科學少年 STEAM 實驗場

科技爆發的時代，傳統教育所追求的是 STEM 教育（Science, Technology, Engineering, Math），用科學實證精神創造了經濟奇蹟。STEM 教育迅速發展的同時，各領域專家學者將能力培育的方向再加上「藝術」（Art），更強化了科學教育的跨界和整合能力，透過跨科學學習，讓學生也具有創新和創意的深度。STEAM 科學實驗場讓參與同學透過實驗設計，從理解、思考、創新到實踐，創造有別一般科學展覽之完整體驗。
（撰文／楊子昕）



3/4.
2019 TMS 影視音實驗教育展《周登的立場 Come to class》。



5.
科學少年 STEAM 實驗場。

揮軍文創園，走出奢華圈

精品對大眾招手

要展示精品的魅惑，櫥窗不是唯一的空間；要散發服裝的精采，也不一定非上伸展台不可，到文創園區策展，善用創意、善用空間、善用科技、善用跨界，有時再加上限量商品，大有機會創造出可觀的傳播聲量。更非凡的意義則在於，當精品走出奢華圈，到園區和大眾相遇後，這一遇，會散發多少溫度、擦出什麼火花？

2019 年，許多知名精品品牌不約而同在華山藉由策展、藉由跨界聯手，引導消費者從觀展過程中體驗到品牌的魅力、文化，以及他們背後各種技藝與設計的價值，讓精品超脫表面的光鮮，走進更深層的體會。

夏姿・陳 Shiatzy Chen／針間絮語特展
貼心對話，聽見服裝工藝的靈魂

當歐美吹起東風潮流之前，夏姿・陳便以中西元素的合璧為設計主軸，企圖開展新式東方的風貌。走過 41 年，夏姿・陳首次離開品牌場域，到文創園區舉辦展覽，結合服裝展演、視覺投影、裝置藝術及充滿手感溫度的設計原稿等元素，帶領民眾走進一個以絲線綿延交

織、堆疊交錯的空間，迎向工藝之間的串聯，體驗意念與情感的對談。把設計師、工坊及曾參與、接觸，為這些服裝注入心血的人們的靈魂絮語，嘗試著向外延展，與大眾產生共鳴，分享品牌對服裝的熱情與視野。

夏姿・陳每一季的獨家開版圖騰都有故事包藏其中，透過工藝與服裝設計，傳遞社會文化意義，承載信仰意涵。此次更希望透過展覽，讓不同領域、不同年齡層的觀眾可以近距離領略東方情致的服裝之美、感受設計總監王陳彩霞對服裝的熱情。

Tiffany & Co. 美鑽傳奇主題展
知性帶路，要美鑽迷人更迷人

鑽石迷人，探索過它的知識旅程後，鑽石會更迷人！Tiffany 早已是珠寶界的傳奇，甚至以它為背景、由奧黛麗赫本主演的電影《第凡內早餐》（Breakfast at Tiffany's）也都成為傳奇，Tiffany 是女主角和城市裡的每個人心目中奢華與貴氣的投射。但品牌不想 Tiffany 只是一個「心目中」的、「感

的形象，透過「知」的傳遞，珠寶與 Tiffany 的魅力有機會散播得更廣、而且植入得更穩固。

於是以知識為核心、以鑽石作主題、以策展為接觸的介面，「Tiffany & Co. 美鑽傳奇主題展」取道華山、瞄準大眾，用四大主題、六間展廳和活潑的策展創意，讓觀者彷彿置身紐約第五大道旗艦店，感受「匠心工藝」；在毫無負擔下輕鬆學到挑選美鑽的撇步，搞懂「鑽石 4Cs」，同時也探索藏身於 Tiffany 美鑽背後的故事。

從 Le Rouge Chanel 紅色工廠快閃店到 Coco Crush 戒不掉體驗展
遊戲打卡，向品牌文化自動繳械

香奈兒一直都是女人的夢幻逸品，只要是品牌開放公眾參觀的活動，一向都是話題十足，2018 年「Coco Crush 戒不掉體驗展」一鳴驚人，2019 年乘勝追擊，「Le Rouge Chanel 紅色工廠」聲量暴衝。「戒不掉體驗展」打破時尚精品既定的展銷窠臼，將華山紅磚區打造成大型時尚診療室，有時尚醫生幫你測

視力、量心跳，看看你是否患有時尚成癮症、要用哪一款 Coco Crush 系列戒指來解毒。結合真人互動體驗與珠寶鑑賞，創新活潑的方式讓人像是走入奇幻時尚世界般，既療癒又有點瘋狂。

「紅色工廠」是另一檔為發表新品而製作的重量級策展，登場華山之前，已經在日本、香港、新加坡、韓國、中國與澳洲巡迴。

有如萬花筒般的巨型容器模擬著唇膏的攪拌過程，輸送帶傳送的不是壽司，而是令人臉紅心跳、躍躍欲試的香奈兒唇膏，處處都是打卡點。穿越 N°5 紅廊彷彿漫步在紅色香水瓶中，盡頭處就是頂級奢華的「紅色酒吧」，平日只有 VIP 才能得親芳澤，今天你大可免費登堂。現場還可以預約香奈兒的 VIP 服務，由專業化妝師現場打造專屬自己的紅色妝容……走下奢華聖堂的香奈兒，讓你在驚叫、歡喜之中，無抵抗沉浸到香奈兒的品牌與文化裡。

（撰文／陳蔚欣・鄭林鐘）



1. 夏姿服裝秀展場。



2. 夏姿服裝秀手稿展出。



攝影／詹皓竹

3. Tiffany & Co. 美鑽傳奇主題展透過顯微鏡，鑑定鑽石純度淨度。



4. Le Rouge Chanel 紅色工廠用別出心裁的策展方式發表唇膏新品。



攝影／陳蔚欣

4. Coco Crush 戒不掉體驗展打造既療癒又有點瘋狂的時尚診療室。

躋身藝術殿堂，拍賣市場新寵

玩具向投資進軍

潮流玩具，又稱藝術品玩具，概念來自 1999 年香港設計師 Michael Lau（劉建文）於個展中將畫作的人物形象製作成橡膠玩具，掀起一股熱潮，從此被封為「香港 Figure 教父」，也因為 Michael Lau，衍生出「藝術品玩具」一詞；其後又逐漸發展出公仔、畫作、雕刻品等，也常見將之與街頭、塗鴉等結合而成的新藝術。

而潮流玩具究竟畫分於時尚、玩具還是藝術？一直並無明顯的界線，作品的價值也和傳統藝術作品一樣，依照作品獨特性、原創性等面向，由收藏家的市場來決定藝術家或創作者的價值。

近幾年潮流玩具與潮流文化也成為拍賣會的新寵，相關作品於拍賣會拍出高價者不在少數，漸漸從青少年次文化躍升為主流文化，甚至成為當代藝術的代表之一，透露出新時代的藝術品味轉換，創造的市場價值在未來不容小覷。華山連續舉辦多年的玩具創作大展，每年都湧進熱情的粉絲排隊搶購限量品，更能看見潮流玩具的熱度。

華山園區鼓勵各式各樣的文化創意都能在此發酵展演、

共創共好，秉持著開放熱情的經營模式，加上緊鄰新生高架橋下極限運動滑板場及籃球場，儼然也成為街頭潮流藝術非常適合的展演場域。2019 年，我們看見由「玩具」這個潮流藝術衍伸的展覽達於巔峰，大放異彩，未來或許會逐漸以當代藝術之姿擷取民眾的注意。

Taipei Toy Festival 台北國際玩具創作大展

玩具創作者的孵育平台、收藏家的朝聖盛典

自 2004 年迄今，「台北國際玩具創作大展」已邁入第十六周年。從亞洲最具規模的玩具創作大展蛻變為國際性的設計產業交流平台。每年匯集來自各國頂尖的創作者和品牌，多元的展出內容，除了是玩具創作者的孵育平台，還成功於展覽中培育出許多優秀的藝術家（如出道僅僅 6 年就從台北紅回東京的藝術創作者中村萌）。台北國際玩具創作大展也是各玩具收藏家朝聖級的盛典，幾乎每一屆都是未開展即有數千人在場館外排隊，等著見證創新潮流

玩具的誕生。

NEXT Toy Market 玩具市集

玩具賣家與藏家的交易市與交流場

NEXT Toy Market 2015 年創立於台北，是一個串連「玩具賣家」和「玩具收藏迷」的實體市集場域。玩具創作大展扮演創新潮流玩具的發光舞台，收藏家則透過 NEXT Toy 玩具市集進行交流與交易，讓作品能透過分享，一同測試市場價值，讓民眾更加貼近玩具收藏。

富士山雷龍與動物達磨改造展

島內與海外創作者熱血 PK

「玩具獵人」是台灣在地玩具品牌，為了希望能讓更多台灣優秀創作者被大家看見，2019 年邀請了將近 200 位台灣創作者與一些國外藝術家，一同來改造品牌過去出產

的富士山雷龍與動物達磨，希望能讓許多不同的創作者發揮自己的個人風格，並於展覽結束後將作品線上拍賣，讓市場決定玩具價值。

玩具解剖展 Jason Freeny Asia

玩具界的怪醫黑傑克做大秀

來自紐約的藝術家 Jason Freeny 被稱為玩具界的怪醫黑傑克，近幾年各大經典卡通動漫角色都希望能跟他合作，只要經過他的拆解與解剖之後，總能創造出高度話題與搶購風潮。此次展覽是 Jason Freeny 在全球首次舉辦的最大型展覽。現場展出一米到三米不等的大型公仔，以及創作的原形模型、手稿海報等超過 200 件的展品。

（撰文／楊子昕）



圖片提供／台北怪獸國際

1. 台北玩具創作大展每年吸引眾多來自海外及台灣的民眾朝聖。



圖片提供／台北怪獸國際

2. 中村萌為 2019 年台北玩具創作大展所創作的作品，童趣可愛，旨在影射人的內心世界以及對生命的反思。



圖片提供／運增科技

3. 收藏家將自身收藏透過 NEXT 玩具市集展出、交流、買賣。



圖片提供／獵人玩具

4. 原版的富士山雷龍（左）與由創作藝術家自行設計發想的改造雷龍（右）。



圖片提供／啟藝文化創意

4. Jason Freeny 玩具解剖展透過傳統鷹架及浪板讓民眾更能感受街頭藝術的魅力。



森高砂咖啡華山實驗室

台灣精品咖啡的結合與可能

< 了解現場

坐落位置：紅磚六合院西七 -1

營運期間：2019.10.10 起

營運內容：

品牌名叫「森高砂」，「森」是種植咖啡的高山上那片雲霧繚繞的森林；也提醒品牌在拓展經營規模時，保護森林的重要性。「高砂」（タカサゴ）是日治時代日本人對台灣的稱呼，亦有源自日治時代關於台灣的咖啡故事。以此為名，正好能代表台灣咖啡與日本間的歷史淵源，也展現了森高砂專注於經營台灣咖啡的精神。

森高砂咖啡創辦人董鼎禾，因為熱愛手沖咖啡，無意間串連台灣各地的咖啡小農，共同闖出台灣精品咖啡的新局面。

董鼎禾聚集一群來自文創產業、熱愛咖啡、熱愛台灣的年

輕人。因偶然的機遇，接觸到隱藏於深山的台灣咖啡產地，為了推廣台灣咖啡，他放下原有工作，捲起袖子走進咖啡田，協助農民改善技術，推出品質優異、具世界水準並有客製化的「精品咖啡」，森高砂咖啡就這樣誕生了。

森高砂咖啡於 2015 年以「一方醇」快閃概念店進駐華山。2019 年再以「實驗室」的概念，重新回到華山文創園區，並將它在華山的發展賦予新的定位，取名為「森高砂咖啡華山實驗室」，每月挑選十款咖啡豆輪流介紹，創造「台灣精品咖啡」的獨特風味，鑽研更多咖啡味道的潛力與可能性。

< 提示未來

一、挑戰——台灣 only，精品 only

森高砂咖啡是台灣第一家、也是唯一專門經營台灣本土產區的精品咖啡豆商。森高砂咖啡力推將各縣市的咖啡豆以生豆保存，維持鮮度，同時強調品牌與農戶的合作，證明咖啡有很多變化，讓消費者可以更直接了解及貼近產地，進而直接向農戶選購新鮮的咖啡產品。

二、發現——檳榔 × 咖啡=共生絕配

除了台灣在地咖啡的活化、包裝與銷售外，在尋訪台灣各個品種咖啡豆的過程中，董鼎禾發現咖啡樹的適切生長環境與檳榔樹相似，而檳榔樹的大片枝葉又有利咖啡果實遮蔭，再加上因為咖啡樹根根部延伸相當長且會緊緊抓牢檳榔樹根，不但有利水土保持且還不容易產生土石流，因此積極鼓吹檳榔與咖啡的共生，同時也推動品牌與農戶的共生，一起進行「水土保持契作」，讓日漸萎縮、不利於水土保持，亦對環境、人體有害的檳榔作物，轉型成為臺灣未來咖啡產業新希望。

三、實驗——擴大研發環保系列產品

為了結合更多地方特色所產出的咖啡、協助農戶打開通路，讓不同作物轉換更多的效用，森咖啡未來還將進行研發製造，將不被需要的天然物質（如檳榔莖葉、咖啡果實內的種子外殼）再生利用，推出環保系列產品。而在華山文創園區開設的「森高砂咖啡華山實驗室」，堅持只賣 100% 台灣咖啡，持續以實驗的精神，研發產製代表台灣風味的咖啡，立志要讓「森高砂咖啡」成為台灣精品咖啡的代名詞。

（撰文／董宜嫻）



攝影／岳國介

1. 品牌店招的主視覺，Formosan 是「台灣人的」，結合「森」字，意思就是「台灣人的咖啡——森高砂」。



攝影／林辰鍵

2. 華山園區的森高砂咖啡主打實驗室精神。



攝影／林辰鍵

4. 重返華山，森高砂採用符合紅磚六合院氛圍的裝潢風格，以大量木質調打造舒適的咖啡空間。



攝影／林辰鍵

3. 不願愧對咖啡農提供的高品質咖啡豆，森高砂以嚴謹的步驟、精心規畫的品嘗方式，讓消費者擁有不一樣的體驗，也打造出森高砂獨有的品牌特色。



圖片提供／森高砂咖啡

5. 現場還有許多來自台灣各地產區的精選咖啡商品，以精品的質感，呈現給消費者。



攝影／林辰鍵

用九柑仔店

台灣原創漫畫 IP 的大躍進

< 了解現場

坐落位置：配電室

營運期間：2019.09.06 ～ 2019.11.05

營運內容：

榮獲 2017 金漫獎、史上最強台灣漫畫《用九柑仔店》在 2019 年 8 月躍上螢幕，原作由金漫獎「青年漫畫獎」「年度漫畫大獎」雙料得主阮光民所繪製，以他童年在雲林生長的回憶為故事素材，描述離鄉到城市工作的男主角俊龍在祖父病倒住院後，決定回鄉繼承雜貨店的經過。三立電視取得該漫畫版權並將其翻拍為電視劇，獲得文化部影視及流行音樂產業局補助，以台劇的型態與觀眾見面，播映後除了在台灣掀起熱度外，海外版權也創下佳績。

搭上播映熱潮，三立電視再於華山文創園區開設劇中復刻場景的期間限定店，將配電室改造成劇中雜貨店，讓更多民眾能走進用九柑仔店的懷舊時空。場館內除了重現電視拍攝場景，販售復古食玩及限定周邊商品，也特別規畫阮光民的繪畫手稿及系列漫畫作品展售區，藉由平面到實體，讓 IP 從漫畫跨進戲劇，再從戲劇走入觀眾的生活。活動期間吸引不少劇迷前來朝聖，除了透過拍照打卡持續增加網路聲量外，也帶動原著漫畫作品及周邊商品的銷售。



1. 用九柑仔店場景經典復刻。

< 提示未來

一、台灣漫畫 IP 崛起

原著漫畫家阮光民向來就擅長描繪屬於台灣社會的獨特溫馨故事，富含濃厚的人文關懷。此次以承載人們美好回憶、社區交流中心的柑仔店為主場景，訴說台灣鄉下的人情味，但故事內容融入北漂青年、都市更新、人口老化等台灣現況的社會問題，因此引起讀者廣大共鳴，除了獲得金漫獎肯定，也翻拍成電視劇，再展設期間限定店；從漫畫到戲劇，從紙本到實體，將在地記憶透過視覺與空間轉化，創造出不同於日韓漫畫翻拍的觀看魅力，成功行銷至國際。這是台灣漫畫 IP 首次延伸到電視劇與快閃店，代表漫畫產業邁向新的里程碑，也證明了只要原創 IP 夠強，就有機會在全球競爭的產業環境中脫穎而出。

二、台劇復興原創爆發

這幾年堪稱是台劇復興年，有越來越多的原創戲劇引起全民熱議，從《花甲少年轉大人》《我們與惡的距離》《俗女養成記》到《用九柑仔店》，內容從家庭鄉土情懷、台灣女性成長百態到針對社會案件探討罪惡、媒體、司法公正等內容，突破性的類型與題材在在顯示台灣文化內容的豐富多樣，獨特的原創故事透過 OTT，將優質的作品成功行銷至海外，台灣原創 IP 引爆的文化商機已是現在進行式，期待從原創 IP 孵育、製作到播放平台串聯，整體資源的整合，持續展現台灣文化內容產業化的實力。

(撰文／林彥均)



2. 漫畫作者的手稿及畫作展出。



4. 店內空間的陳列裝置。



3. 用九柑仔店開幕記者會。



5. 阮光民的創作角落。

本頁攝影／吳佳紋



攝影／林辰鍵

知音文創木育森林

遊戲、教育、環保、品牌深化一舉得兼

< 了解現場

坐落位置：藝術西街貨櫃屋 2
營運期間：2018.10.13 ～ 12.03
營運內容：

自 2016 年開幕至今，Wooderful life 華山門市已成為遊客造訪的熱門景點，近年來不斷的改裝升級，為的是提供顧客更多元的消費體驗與親子互動空間，並持續設計、開發商品，滿足國內外遊客的喜好與需求。

Wooderful life 為台灣近年來文創品牌木藝類的發展先驅，創立前期以製作卡片禮品為大宗，經過幾十年蓬勃發展，成為揚名國際的禮品品牌，但知音文創沒停下腳步，後續推出許多旗下子品牌，如 Wooderful life、Funtape、Jeantopia 等，讓消費者能有更多樣化的手作體驗。

秉持推廣「與木共享的美好生活」之理念，Wooderful life 在 2019 年推出具有啟發性、教育及體驗意義的木育森林，以

木頭材料來打造動靜皆宜的遊戲區，親子可以透過場內互動設施與文字、影音等方式來了解隨處可見的木製品來源及保護森林環境的重要性。用寓教於樂的方式傳達對自然的感謝，並透過豐富多樣的木製設施，讓大小朋友在體驗過程中愛上大自然。

每間木育森林也都隱藏著不同驚喜，讓民眾能感受不一樣的森活體驗。如華山木育森林設置「歡樂五人鞦韆」及各種刺激有趣的全新設施。

Wooderful life 為少數能提供親子多元化消費體驗之空間，透過結合環境及教育意義的室內設計，將森林與木材的知識、維護自然及攜手環保的品牌理念，深植於大家心中。

< 提示未來

一、孩子與自然的距離可以這麼接近

知音文創讓木頭以不同方式呈現在有限空間中，將生態環保理念結合觸覺、視覺等感官體驗，打造出擁有玩樂與教育意義的木育森林，讓親子透過互動過程，有了生態環保的意識，學習之餘也能留下深刻的回憶，完成「拉近人與自然的距離」的品牌初衷。

二、品牌的深化可以如此切合社會期待

以森林永續發展的理念出發，知音文創使用永續森林木材，並力求提升木材最大使用率，不浪費木料。妥善處理木餘料，交由專業廠商再生利用。在加工過程使用環保塗料，減少對自然環境的傷害，且對人體健康沒有危害。而多使用木製品可以間接促進森林種植，減緩地球的溫室效應，讓民眾能在體驗中了解使用木製品，都是在為減少溫室氣體做一份貢獻。

（撰文／林岑龍）



攝影／岳國介

1. 木育森林是知音文創轉型成功的範例。



圖片提供／知音文創

2. 結合木育知識及遊戲，廣受親子歡迎。



圖片提供／知音文創

3. 在玩樂中也能學到大自然的知識。



圖片提供／知音文創

4. 喚起未泯的童心、體驗遊戲啟發的無限創意，增進親子互動與情感交流，感受共同在遊戲中學習成長的樂趣。



圖片提供／知音文創

5. 透過遊戲過程，讓孩子從小接觸及了解樹木、森林、木材等知識，使他們喜愛木製品，並培養其環保意識。



圖片提供／知音文創

6. 使用永續森林木材、安全環保水性塗料，符合安全生產標準，對環境及兒童健康無危害。



攝影／林辰鍵

點讀華山

文創星火從小點連結成線與面

< 了解現場

坐落位置：全台各大獨立書店藝文場域、文創園區皆可免費索取

營運期間：每月五日

營運內容：

做為一份聚焦文創的質報，《點讀華山》希望延續華山鼓勵原創的精神，從實體空間到平面紙本都創造出一個能夠讓創意工作者發揮的舞台，透過它挖掘並探索創意的故事、品牌創業過程、文創未來趨勢，從中汲取每個最動人、最具深度的內容，為每位關注文創領域的你，為生活多帶進一點不同的體驗與感動。

《點讀華山》定期每月五日發行，全台約有 120 個合作地點，以獨立書店、獨立咖啡店、部分誠品書店、雲門舞集教室及藝文聚落、文創園區等為主，提供各地讀者免費索取。2019 年 8 月全新改版，12 頁全彩的內容規畫有：園區活動「看點」、專欄「觀點」、藝文專訪的「藝點點」，職人與品牌的報導「逗點」，趨勢議題的「專題焦點」，與文創大人物深談的「華山會客室」，探討企業創新思維的「創益點」與園區活動「亮點」的報導。

從人到品牌，再到企業創新思維，點讀華山將分布四處的星火小點連結成線，再進一步勾勒成面，形成文創產業的點線面深度討論。



點讀華山 2019 年 8 月發行屆滿兩年，為提供更舒適的閱讀體驗，刊物設計進行全面調整。



< 提示未來

一、為文創舞台搭建紙本發信所

每年集結成千上百精采活動與創意人士的華山江湖，透過《點讀華山》，跳脫出實體空間的框架，聚焦且全面性地匯集市場資訊與活動菁華。報導內容除了品牌經營、企業轉型外，也搭建文創領域的「產」「官」對話平台。如果說華山文創園區是創意成果的展示櫥窗，《點讀華山》便是將故事說得更完整、不斷提供前輩經驗與趨勢方向的文創發信所，同時也是國內文創園區唯一打造自有品牌報的先鋒；透過不斷地咀嚼消化，陪伴國人一同邁向更好的文創未來。

二、滿足民眾在體驗與好奇中學到知識

這個活動怎麼策畫的？過程中遇到什麼困難？當遊客盡情享受展覽活動的精采後，不為人知的背後故事更讓人好奇。點讀華山從每月的重點活動中安排深度報導，讓民眾可以從展覽中體驗新奇，從報導中學到知識，先體驗後學習，打造全民共學的文創場域。

三、是一份報紙，也是一座舞台

當華山實體空間的競武擂台延伸到了紙本，那會是什麼模樣？《點讀華山》自創刊號起，就將封面保留給插畫藝術家，透過徵件的方式，廣開大門讓藝術家站上舞台，向市場推薦自己的作品。翻開《點讀華山》，讀者也能從專訪報導中，了解更多創作者的心路歷程與故事。讓一份平面的報紙，接續空間的精采，創造屬於插畫家的新舞台。

（撰文／黃昱禎）



2019 台灣文化創意設計博覽會

文化全面啟動，對接新與舊，對接城與鄉

< 了解現場

展場位置：東 2、中 4A、中 4B、西 1、西 2、西 5、華山劇場、忠孝三角、中 3 廣場

展演期間：2019.04.24 ～ 05.05

展演內容：

2019 臺灣文博會主題設定為「Culture On the Move —— 文化動動動」，企圖讓文化的動能穿透時間與空間的厚度，沿著臺北舊鐵道線，串起華山、松菸、花博爭艷館、文化實驗場、臺北機廠等產業歷史空間，打造出「文化創新廊帶」，串連人們對城市發展的想像與時代記憶的重現。

自 2017 年文博會加入策展概念，年年讓人驚豔與期待，2019 年主要分為「演變舞台」及「地方編輯」兩大主題，緊扣在地文化動能，發現地方美好並產生自我認同，讓文化深刻影響、烙印心中並接續傳承。

2019 文博會華山展區內容包括：

演變舞台：透過表演與記錄雙主軸，引領觀眾看見臺灣表演藝術的精采樣貌，讓跨界演出碰撞的能量對接傳統與當代。

地方編輯：從 2018 年跨至 2019，文博會進化出【地方編輯】系列，展現台灣地域文化道地精神，包含由策展團隊蒐集桃園、台南、屏東、台東的生活風貌，設計各具特色的地方展覽館，同時採集編輯成為風格地方刊物。「茶 3.1415」以茶為圓心，並沿著七個篇章畫出臺灣的時代樣貌；「山海廟集」則集結在地特色，用最在地的方式體現台灣文化……

< 提示未來

一、歷史脈絡餵養文化廊帶

承繼百年前鐵道機械動能所帶來的商貿地帶，歷史的軌跡與能量孕育出現今的文化廊帶，包括華山文創產業園區、松山文創園區、花博公園爭艷館、空總當代文化實驗場及台北機廠，每年有數千場活動輪番上陣，各種創意如漣漪般擴散影響，成為當代民眾獲取藝文資訊並打開國際視野與體驗生活的重要文化搖籃地。

二、策展翹楚遍地開花

繼 2018 年文博會由格式設計主責策展，與東海醫院、方序中、米力一同聯手打造規畫各主題場館；2019 年有更多策展人共襄盛舉加入文博會，包括主導整體策展的衍序設計，以及游智維、游適任、舒米恩、方序中、王耀邦、徐景亭、米力及李取中等，打造此次深具在地風味的文化盛會，用各自擅長的敘事方式說著各地特色，也讓國際看見台灣策展人的巨大軟實力。

三、越在地，越國際

2019 年文博會特別著重於在地文化，透過展覽讓民眾認同自身文化，當認同感產生的同時，文化獲得能量，傳承得以不斷，成為未來發展的養分。2019 年的「編輯地方」展區包括桃園館、台南館、屏東館、台東館、工藝館以及山海廟集，用在地語言描繪文化的形狀，並用地方刊物娓娓道來各地文化與風土民情，透過文博會說著地方故事，讓台灣文化傳聲國際，不只在地認同，也獲得國際矚目。

(撰文／詹皓序)



1. 演變舞台的展場設計。



2. 演變舞台上演多場傳統 × 現代的精采表演。



3. 最人情、最台灣味的山海廟市集。



4. 台南館「文文仔火」，透過沉浸式體驗，感受台南文化的溫火熬煮。



5. 台東館現場演出。



攝影／林辰鍵

文化 987，在華山對話

當世代可以超越，當議題由你決定，還有什麼不能實驗？

< 了解現場

展場位置：中 3 館二樓拱廳
展演期間：2019.05.16、06.26、07.17、08.21、09.25、10.30、11.27、12.27
展演內容：

透過交流方式，每月定期邀請 9 年級、8 年級、7 年級的市民進行藝術文化跨世代、跨領域的對話與分享。就藝術創新趨勢、文化政策等多元議題（如表演、視覺、文資、文創、市場、企業、科技），邀請相關藝文朋友、中介組織、團體、企業、機構部門進行主題式分享，藉由自發性的民間力量，在經驗與創意發想激盪的過程中尋求理念的務實連結，發展藝文創新跨域實驗室，並拉近、擴大文化事務的同溫層。

文化 987 依主題／子題進行，每場規畫一個固定主題，子題則提前於線上公開投票，選出最相關的重要議題（可暱名票選、文化公共論壇公告票選、公民票選、社群票選等），由台灣文化政策研究學會及華山雙方彙整多條議題，開放線上留言討論及決議，然後在活動前於線上公開此場子題項目；現場也供參與者討論及面對面交流。

< 提示未來

一、圓桌會議，讓交流更緊密

與會對象在一開始即被分組，活動中除了有講者分享自身的專業以及經驗，主題結束進入討論時，還設計各桌桌長引領與會者加入議題，當天的來賓也實際加入並且以輪流換桌的模式，消弭講台上與講台下的距離，互相以不同角度的思考刺激現場交流，針對命題有效且直接的對話，各種可能都被允許發生，獲得的不只是知識，更是各種人與人之間的連結。

二、下次想聊什麼，由你來決定

文化 987 在設定初期即企圖用開放的討論與對話的模式，創造具有延展性的公共領域，因此無論是在命題或講者的邀請上，都公開在網路上向網軍募集意見，不但讓對話主題與一般大眾更加親近，也能夠有意識的選擇想要溝通的對象，讓文化 987 每次的主題都能產生熱烈的回應。

（撰文／陳亭穎）



1. 每桌皆有桌長負責引導並持續拋出問題，邀請組員交流想法、加入對話。



2. 當天講者也會以不斷換桌的模式與各組討論，直接且有效的切入議題。



3. 話題沒有局限，時下 9 年級、8 年級、7 年級關注的議題都可以聊。圖中央是過去為網紅現在是台北市市議員的呱吉邱威傑。



4. 討論完動手實踐，具體描述你的提案或方式。



5. 年度最後一場主題聚焦在 2020 總統大選的文化主軸，引發非常熱烈的討論，並提出 38 項文化訴求，用民間的力量突破台灣文化政策困境。



攝影／林辰鍵

2019 台灣插畫設計週——靈感畫市

老鳥幫新秀開路，引爆插畫正能量

< 了解現場

展場位置：中 4A

展演期間：2019.12.20 ~ 22

展演內容：

2019 年為「臺灣插畫設計週元年」，為了將《點讀華山》一年一度的插畫市集能量再提升，特別在溫馨熱鬧的 12 月推出「2019 台灣插畫設計週——靈感畫市」，邀來許多知名的插畫家共襄盛舉，包括時尚插畫家 GaryTu、繪本創作者良根，深受消費者喜愛的欣蒂小姐、許匡匡與 BaNAnalin，YUANCHi 等。

活動以「展覽」「市集交流」與「工作坊」等三大元素串連，周末日更有神秘的一日店長進駐等精采活動。期望透過創作者的群聚，串連各式跨域合作的可能，打造一場以插畫人為核心的耶誕派對。

為透過「體驗」強化大家對於活動的記憶度，活動特別規畫了入口處的「共創牆」與周末日限定的「似顏繪大進擊」，還鼓勵民眾以實際消費行動支持創作者，「只要消費、金額不限」邀請消費者體驗活版網印。「在年末的耶誕期間，留下你的創作，帶回別人的創作，為今年留下精采的回憶。」

< 提示未來

一、母雞帶小雞，引領體驗，無痕交流

活動內容透過「體驗」去強化消費者與創作者對於這一場活動的回憶。因此在入口處設立了手繪共創牆，讓消費者輕鬆拿起筆來揮灑；場外的周末限定「似顏繪大進擊」，讓新萌芽的創作者透過輕鬆的似顏繪與消費者產生破冰互動；步入場內，則是經營已有成就的插畫品牌攤位，並且為了鼓勵遊客以實際消費行動來支持創作者，更推出「只要消費、金額不限」體驗活版網印等。透過「對話」「動手作」去突破彼此的藩籬，更添加認識對方的動機，整個體驗過程促使消費者打卡分享形成話題擴散，也加深他們對於活動的整體回憶。

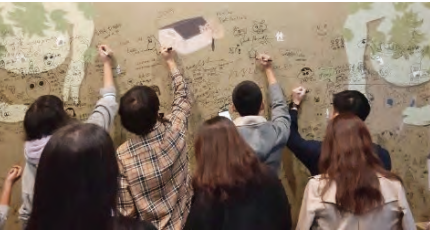
二、「人」是串連與合作的核心

活動邀請 25 個台韓品牌攤位、25 位似顏繪插畫家，與 29 位點讀華山封面創作成果聯展。讓創作者找到與消費者交流的勇氣，搭建起消費者認識創作者的橋樑，拉起創作者間的小圈圈，以人為核心，凝聚大家的共識，透過人的群聚，串連各式跨域合作的可能，從「你好」「我好」到「我們共好」。

三、打造台灣最大的插畫協作平台

插畫因為有「原創性高」「易生成角色 IP」「故事內容豐沛」「應用程度廣」等特點，因此在華山擁有小小一片揮灑的天地。透過每月《點讀華山》的紙本，匯聚能量到年度的實體活動綻放，活動更規畫「插畫人限定」的工作坊進行專業分享。多元的互動內容，創造各種吸引插畫人群聚的原因，打造台灣最大的插畫協作平台。

（撰文／張博鈞 · 黃昱禎）



1. 台灣插畫設計週以人為核心，打造裡裡外外的繪畫氛圍，就連遊客也能輕鬆畫上幾筆。



2. 以點讀華山封面合作為出發，台灣插畫設計週的活動現場規畫了「插畫翻翻牌」，看到喜歡的作品，翻到背面就有插畫家介紹，將 29 期的點讀華山精采封面一次完整呈現。



3. 為了鼓勵民眾消費並支持創作者，場內消費不限金額就可以免費體驗活版網印。



4. 場內粉絲熱情追星，場外新手插畫家生澀地跟熱情的消費者介紹自己的繪畫特色。



5. 在活動現場，知名時尚插畫家 GaryTu 準備了近期討論度最高的三幅作品到現場展示。



攝影／林辰鍵

策展開外掛——給非課金玩家的超級攻略

我年輕、我策展、我行！

< 了解現場

展場位置：中 3 館二樓拱廳

展演期間：2019.11.20、11.29、12.6

展演內容：

一場電子遊戲，過程裡免不了需要破關打怪，如果經驗值不夠該怎麼辦？當個「課金玩家」，花錢添購虛擬道具以獲得更優越的經驗值是一條捷徑。這回，《點讀華山》大開外掛，請來超能量講者擔任關主，卻不需要你花錢課金，只要跟著遊戲由淺入深，就能逐一拿取成功背後的祕密攻略。

而策展就像是破關打怪，永遠有開不完的外掛……

2019 年末，《點讀華山》編製團隊從熱烈對話一整年的「策展」議題出發，將平面的內容轉化為實體活動「策展開

外掛」講座，透過「分享」及「提問」的來回交流，揭開大眾對於策展內容的好奇面紗。

講座內容的設計由淺入深，期望帶領所有對策展議題與產業好奇的民眾一探究竟。講座一共舉辦三場，邀請三位主持人透過自身專業與經驗穿針引線，帶領觀眾快速領略策展世界。

第一場「場域與展覽間的重要關聯」，分享探討當展覽走出室內，場域對於展覽會產生什麼樣關鍵影響。分享者為 2018、2019 年白晝之夜藝術總監胡朝聖、北美館資深策展人蕭淑文。主持人

由 LaVie 雜誌主編方敘潔擔任。

第二場「展覽採購的步驟與行銷溝通」以講師自身經驗，分享成功展覽背後極其重要的步驟與細節。分享者為聯合數位文創總監鐘逸民、均勻製作企劃有限公司總監胡忻儀。主持人由台灣設計師周執行總監邱乾珉擔任。

第三場邀請兩屆文博會總策展人，探討策展國家級高規格的展覽活動時，其背後心境的轉變及學習。分享者為格式設計展策總監王耀邦、衍序規劃設計主持人劉真蓉。主持人由 Shopping Design 副總編輯包叔平擔任。

< 提示未來

一、發掘年輕世代的策展能量

活動特別邀請臺藝大視傳系二年級團隊合作，從活動企畫，主視覺設計到執行，透過台藝大李尉郎老師擔任顧問角色，讓年輕人的創意得以被實現，600 個名額甫推出即迅速額滿，報名參加者超過 60% 皆為剛畢業或是入職場三年內的年輕人居多。

對於策展好奇的人很多，年輕人更是對策展領域充滿嚮往，讓年輕人掌握年輕觀眾的胃口，究竟甚麼是策展、又有什麼該注意的眉角？都在一場活動得以收穫。

二、填補策展教育的實務空缺

隨著展覽形式越來越多元、普及化，面對這股新興浪潮，越來越多人想踏入「策展」這扇門，但當今台灣對於「策畫展覽人才」的訓練及教育

尚無完整學習管道。華山匯聚每年活動策畫菁華，透過各種方式將展覽策畫過程、技術、技巧等，以各種活動進行分享。不論你是在學、工作、創業或是單純自我提升等，熟練各種展覽策畫的關卡技能，能讓你面對各種挑戰時都能輕鬆開外掛，完收各種關卡怪物。

三、創造編者讀者的深度對話

《點讀華山》過去透過月刊、數位平台上進行議題的探討、交流，2019 年初次嘗試將對話的場域從平面轉移為立體的活動，讓讀者在經過文字的初步吸收後，進一步面對面的交流實體催化，產生更多精采的對話，也加深更多創意迸發的可能性。三場講座活動釋出的 600 個名額銷售一空，讓我們看見大眾對於這類型的沙龍活動是相當熱絡的。

（撰文／張博鈞 · 黃昱禎）



1. 講座的设计物經過台藝大學生的巧思，將策展比擬成打電玩開外掛，更規畫有直播場景的方式進行。



2. 臺藝大專案團隊，五位大二的學生投入參與製作。



3. 第三場以脫口秀的方式進行講座，開放式的問答＋觀眾即時的對話交流，讓觀眾感到十分新鮮。



4. 活動報名踴躍，其中以青年學子與入職場未滿三年的年輕人占大多數，由此可見大家對策展領域的熱烈嚮往。



5. 活動透過設計及規畫，吸引年輕族群前來參加，個個把握活動尾聲 Q&A 時間的機會用力詢問。



攝影／林辰鍵

Camper Timelessness 台灣青年創作展

為本土青年設計師打開國際能見度

< 了解現場

展場位置：中 5B

展演期間：2019.04.25 ～ 05.09

展演內容：

許多國外品牌明明在原創國家看起來很美，放到台灣環境後卻常常顯得格格不入，搭不起來。由團團文創與西班牙品牌 Camper 發起的「Camper Timelessness 台灣青年創作展」，媒合來自熱情陽光的西班牙 Camper 城市休閒鞋與台灣藝術家合作，力圖反轉這種形象。

整合國際流行趨勢與在地市場的口味，是策展承辦團隊喜事國際最大的優勢。這次邀請 12 組不同領域的創作者，凝聚並整合由各種領域的創作者，以自己的方式展現出個人的風格，傳達台灣在地文化藝術精神，讓品牌活出更多面向。



1. 12 組創作人合照。

< 提示未來

一、反轉創作新視野

一雙鞋，你能想到的創作，除了塗鴉與鞋體造型，還能有什麼特別？

這是一場關於台灣年輕人，用自己的天馬行空，反轉了藝術的新視野。創作者們在鞋子裡放入生活的啟發，動員植物裝置、動員氣味、動員許多生活裡不經意的視野，這些台灣藝術家以特有的生活視角，融合創造出斑斕又有朝氣的新藝術，打造出人們對創作無窮的想像空間。

二、打開本土設計師的國際能見度

「那些埋藏在腦海裡的五顏六色，已漸漸發芽茁壯」，無論是台灣每年舉辦的藝術創作比賽抑或是國際大賽，都不難見到令人驚豔的年輕本土設計師作品，台灣新銳創作者已成為亞洲一股巨大浪潮。本次由 12 組不同領域的原創者，不再局限於商品創作與設計，而是以「人」的思想為主體，創作出代表各世代的藝術詞彙，讓國際知名品牌競相走入台灣，也讓台灣本土藝術走上世界舞台。

(撰文／施秀婷)

3. 蔡依珊對於未來的想像，是一條在「旅程」中曾經走過的道路，一條兩旁長滿樹的路。



4. 合作氣味設計師張藏作品《漫走在時間之外裡的山》，以漫遊足跡堆積出的創作，試圖探索山間生活所感受到的無時性。



5. 合作平面設計師盧奕樺，希望在保有鞋子本身功能性、外觀完美的狀態下，將它更加的個人化。



6. 合作服裝設計師邱婷勻，以「魚菜共生」為主要視覺概念，將服裝語彙結合 Camper 的精髓進行光合作用。



攝影／林辰鍵

AKB48_TeamTP

什麼樣的娛樂文化值得境外完整移入？

< 了解現場

展場位置：東 3B 烏梅劇院
展演期間：2019 年 9 月起
展演內容：

要說 AKB48_TeamTP，必須從日本 AKB48 說起。
成立於 2005 年的 AKB48 是日本大型女子偶像團體，其團名取自東京的秋葉原（Akihabara，縮寫 AKB），至今累積有百人以上規模，並有小隊、研究生等組織做為輪流進行劇場演出的分組。
AKB48 由作詞家秋元康（註）擔任總製作人，並擁有專屬表演劇場，幾乎每天在劇場進行公演。由於音樂風格具有勵志向上鼓舞人心的作用，2007 年起知名度大增，2010 年成為主流偶像團體。2011 年秋元康正式宣告 AKB48 進軍海外，以相近的營運模式陸續在亞洲各地成立姊妹團體，形成人數龐大的「AKB48 集團」偶像團體，朝著不同市場發展。而主要活動據點在台北的姊妹團「AKB48_TeamTP」前身為 TPE48，籌備期始於 2017 年，後因故導致計畫暫停並取消經

營公司的授權，2018 年「好言娛樂有限公司」接手經營，並將團體更改為現名，成員年齡普遍在 12 歲到 23 歲之間。
重新出發的 AKB48_TeamTP 成團一周年後，找到和東京公演劇場相似的華山烏梅劇院，希望能成為 AKB48_TeamTP 的固定活動據點，展開每季至少 1-2 場的公演活動。
秉持日團精神，承襲一貫的經營型態，AKB48_TeamTP 已累積一批喜愛日本偶像文化的忠實粉絲，他們不僅從歌曲中獲得飽滿的生活力量，也在演唱會中用最直接的呼喊來應援所支持的偶像；而透過偶像團體發散出的影響力，讓粉絲有效的自我管理，成為有禮貌、守秩序，不帶給其他人困擾的舉止，則又是另一門學問了。
註：根據維基百科記載，秋元康為日本演藝幕後工作者，身兼節目企畫，作詞、編劇、作家、導演、漫畫原作者等身分，本人則以「作詞家」自稱。

< 提示未來

一、建立多樣多元的文化體驗

AKB48 的成就，是日本偶像文化影響宅經濟形成的重要指標之一，完全移植到臺灣後對於本地人的接受度是否也有經濟面向的影響力？目前無法得知，但以多元文化的平台角度來說，建立特殊的文化體驗展演項目是必要且需要持續的，AKB48_TeamTP 進駐華山烏梅劇院，讓國人體驗不用出國就能感染日本秋葉原文化的精采。

二、打造偶像明星養成班基地

在日本，加入 AKB48 是許多有志演藝之路的年輕女孩懷抱的夢想，要成為 AKB48 的團員自有一套篩選機制，對於日後偶像明星養成也有一定程度的訓練與安排。
定期公演讓表演者有被看見的舞台，也可藉由近距離的表演，不斷磨練舞台魅力的成長。烏梅劇院除了安排一般熟知的藝文團隊演出之外，亦可成為 AKB48_TeamTP 的代表基地，雖有別於秋葉原的專屬劇場，但對於忠誠粉絲的朝聖之心、對於星探挖掘表演者的演藝之路，都是讓該相遇的人相遇的好地方。

三、海外文化移植之後

做為日本娛樂文化產業主流之一的 AKB48，以全移植的角度到了台灣，是以擴展集團版圖來進行獲利的行為，對本地娛樂產業除了是某程度的衝擊之外，經營公司是否有創新的挑戰與構想，結合本地的娛樂產業而更上一層樓，才是令人更加期盼的重點。
(撰文／陳姿君)

1. 清新甜美帶著陽光的氣質，擄獲不少以男性為主的忠實粉絲。
2. 勵志向上的歌曲搭配華麗的制服，無論感官視覺或是心靈層面皆獲得滿足。
3. 演出結束與現場觀眾合照是一定要的。



4. 為增加與觀眾的零距離感，有時也在場外兜售小物增加人氣。
5. 團員出場前，團陣給彼此打氣加油。



攝影／林辰鍵

Hennessy Declassified 解碼軒尼詩互動體驗特展

用法蘭西釀出台灣味

< 了解現場

展場位置：中 4A
展演期間：2019.07.18 ~ 07.28
展演內容：

干邑白蘭地領導品牌 Hennessy 軒尼詩巡迴全球的「Hennessy Declassified 互動體驗特展」，於 2019 年 7 月來到台灣。結合數位及品酒知識，融入台灣文化特色，跨界激發出全新感受。

「解碼軒尼詩」以法國干邑區葡萄園為起點，結合味覺、視覺、聽覺、嗅覺及觸覺的五感體驗，解構白玉霓葡萄從生產到製成為「生命之水」的過程，帶你一同探索干邑。

漫步法國邑園，270 度環繞在白玉霓葡萄的香氣中、感受季節變化的田園風光、5 位繼承者介紹著 252 年的軒尼詩歷史、戴上 3D 眼鏡看影片解說……讓人彷彿親身處於酒窖之中。品酒室復刻法國 Richonne 大街，擺上品評委員品鑑生命之水時所用器具，最終來到無邊界酒吧裡，在濃郁的台灣辦桌風格中品嘗特調台灣味。

1. Master Class 大師品鑑課程就是在軒尼詩正宗的專業品酒室裡進行。



< 提示未來

一、品酒，有那麼點文青

在緩緩流動的時間裡，醞釀出透著年代感的金黃透琥珀色干邑白蘭地。「酒」在中西文化裡都是一種對於生命與生活的傳承，軒尼詩以「解碼」為主題，帶領消費者走過軒尼詩百年風華與堅持的釀酒工藝。

品酒藝術在於品嘗出時代裡精粹出的風味，這股風潮儼然成為當今藝文界裡的一條主流，也漸漸走入消費者的日常，成為品嘗美食、人際交流、享受生活的最佳搭配。

二、釀出獨特台灣潮味

從一場法國酒莊盛宴中轉身跳入台灣傳統辦桌風格，在復古的年代裡找尋令人懷念的滋味，將法國干邑白蘭地端上台式熱炒桌，跨越國界，混出濃濃人情味，巧妙地在舌尖裡畫出一副中西混搭美食新藝術。現場一首首跨世代經典歌曲演奏，搭上台灣味十足的下酒小菜以及記憶裡的五香乖乖與孔雀香酥脆，配上一杯香醇的白蘭地，向台灣這些過往年代裡的美好致敬。

(撰文／施秀婷)

2. 取自百年老樹的橡木桶彷彿置身於酒窖內，增加味覺，感受真實氣味。



3. 270 度白玉霓葡萄干邑葡萄園展區。



4. 特別來賓李英宏與馬念先展現辦桌台菜混搭的新風格。



5. 屬於自己的軒尼詩品酒風格分享。



攝影／林辰鍵

2019 相遇舞蹈節

為編舞者與賞舞者創造共感

< 了解現場

展場位置：果酒練舞場、烏梅劇院
展演期間：2019.3.11 ~ 3.24
展演內容：

2018 年首屆相遇舞蹈節《共舞》，在演出結束後被自由舞評人 David Mead 評為「短小精采，就是個令人振臂歡迎的機會！」相遇舞蹈節以循序漸進的策略培養觀眾、創造舊作再發表的平台、邀請專業看舞顧問針對作品提供建議、支持創作新秀能夠連續三年於相遇舞蹈節發表作品，這些堅持，讓相遇舞蹈節有了自己的節目色彩。

2019 年主題《共感》，著重在啟發觀眾的創造力與感受力。在內容設定上，肢體工作坊以分齡分眾的概念，邀請不

同年齡層的民眾體驗跳舞的樂趣，包含引領青年學子與編舞家近距離的「青春暢舞課程」、資深舞蹈教師舒活身心的「成人悅舞課程」，還有成人版的親子共舞「親愛對舞課程」，實踐跳舞不分年齡的核心理念。

演出方面，聚集了 3 個世代的 8 位編舞家，將 8 項風格迥異的作品延續過往，以系列作區分，其中【系列 A—跨界交朋友】聚焦於跨界合作，展現年輕世代與生俱來跨域交流的基因；【系列 B—生存潛規則】著眼在現代人自屬處境與

環境的關係，反應現代人面對社會環境的心態與心聲；【系列 C- 到達了沒有】以彈性用具改變身體與地面的關係，以顛覆視覺感官、身體與心理的不對等方式引發哲思。

有觀眾回饋寫道：「在這裡看演出，比在其他表演廳更有感，在這樣的帶領下，我相信沒有人會看不懂現代舞。」可見相遇舞蹈節將重點放在「觀眾經營」的用心，真的是被賞舞者感受到了。

< 提示未來

一、雖是小眾，卻更能聚眾

舞蹈節在工作坊上首次以分齡分眾的模式，將溝通對象的輪廓勾勒得更加明確，在尋找目標對象與合作單位的同時，彼此理念相近，提高了雙方的互動機會。「親愛對舞課程」以樂齡、銀髮族為設定，既能伸展肢體，也讓他們體會有舞蹈的美好生活。

二、創造對話與教學機會，消弭對舞蹈的距離感

創作者也許有表演的舞台，但並不一定有與觀眾面對面交流的舞台，導致作品無法引起受眾的共鳴、無法理解動作的意涵與背後的故事，「看舞蹈演出」在一般民眾的生活中因此缺席。為此，相遇舞蹈節在周間舉辦推廣演出場次，以相對售票便宜的價格，吸引民眾體驗。推廣場的內容不只是單純的演出片段，而是編舞家在現場解說之後，搭配舞者現場示範段落，再來演示完整的演出片段，最後打開彼此互動交流的開關，提供創作端溝通、接收端回應的契機。

三、策展凝聚力量，看見編舞能量

相遇舞蹈節透過短作品的設計，單場演出即能同時接觸到三位風格迥然不同的創作，也讓長年旅居國外或類型不為大眾熟悉的編舞家，藉由策展的操作提升曝光。編舞家林廷緒作品《八八》首次在台灣發表後，同年便入選日本橫濱舞蹈藝術節舞蹈大賽決賽作品，並於年底入圍第 18 屆台新藝術獎。相遇舞蹈節的系列規畫，讓內容真正落實到人才養成，提高編舞家被看見的機會。

(撰文／陳亭穎)



攝影／陳亭穎

1. 「親愛對舞」課程設計成年版的親子共舞，首次嘗試用舞蹈與自己的爸媽對話。
2. 藉由在周間舉辦的「推廣演出」，建立觀眾與編舞家對話的平台，交換最寶貴的演後回饋。



攝影／二十舞蹈劇場提供



林守晟攝影／二十舞蹈劇場提供



林守晟攝影／二十舞蹈劇場提供

3. 編舞家林廷緒的《八八》，靈感源自八八風災高雄小林村滅村，生者與逝者之間的情感連結。

4. 張秀萍的《白眼翻翻》，讓幽默且荒謬的白眼訴說內心潛台詞。

5. 羅文瑾的《深淵 Abyss》，用綁縛、拉扯、掉落傳達人性的矛盾糾葛。



攝影／林辰鍵

2019 華山親子表藝節

當想像力的大幕揭開，我們一同大喊「孩沒玩夠！」

< 了解現場

展場位置：烏梅劇院、果酒練舞場、拱廳
展演期間：2019.06.23 ~ 08.18
展演內容：

- 每一年的華山親子表藝節不事先預設當年的主題類型，於網路徵件公告後蒐羅大家的創意故事，選出六組團隊共同在暑假以馬拉松形式、為期長達接近兩個月的時間，規畫 34 檔演出、22 場工作坊，讓周周有活動，暑假不冷場。
- 參與親子表藝節的每組團隊，藉由各自在不同領域下的接觸與體會，設計適合大小朋友在劇場同樂的故事。
 - 擅長利用無語言肢體喜劇說故事的魔梯形體劇場，帶來一窺家庭喜怒哀樂日常的《親愛的丑寶貝》。
 - 謎思星球劇團以拿手歌劇，加入現場互動，用歌聲唱出經典西方童話的《HI！皮諾丘！》。
 - 嚙劇場結合多元表現媒材「肢體劇場」「偶戲光影」「音樂敘事」，從孫子角度找尋爺爺，《爺爺的飛行車》讓孩子體驗沉浸式劇場。
 - 兩兩製造聚團專為學齡前孩子設計五感開發，以「水」孕育生命為主題的《水》，強調 0-2 歲寶寶也能進劇場體驗；演出中親子觀眾們能自由觀看，創造充滿驚喜的觀賞經驗。
 - 無獨有偶工作室劇團利用靈動戲偶機關，與人偶同台演出，以蜈蚣視角做成科普偶戲《沒有人愛我》，導入環境科學提倡生態保育。
 - 全西園掌中劇團將傳統武松打虎故事轉型，《武松，打哪隻虎？》融合創新元素，為傳統布袋戲賦予新風貌、新價值。

< 提示未來

一、為表演藝術團隊打造聚焦舞台

華山的豐沛人流與親子表藝節漸漸累積的口碑聲量，為表演藝術團隊打造出一個聚焦的舞台。華山親子表藝節不以引進國外團隊為目標，而是將目光放在台灣自有、年輕、創意的團隊上，提供演出場地、製作經費補助、行銷宣傳協助等，期望因為華山的扶持，能使不論是劇團營運、作品呈現或是經驗累積等方面，都能有好的影響及作用。期待華山親子表藝節只是演出團隊的起點，日後還能再被其他縣市，甚至是其他國家看見，發揚光大。

二、為孩子們種下美感種子

以表演藝術做為橋梁，學習再也不是枯燥乏味的課程，而是感官的開發、想像力的擴充。走進劇場觀賞演出，除了是從小培養藝術欣賞的習慣，同時也是訓練孩子美感、創造力、觀察力、思考力、解決生活問題能力的方式。讓孩子具備敏銳眼光來觀察這個世界，以自己獨特的方式向外溝通，傳遞情感，而這些能力會跟著孩子一起長大、茁壯。

（撰文／陳彥融）

1. 《水》從色彩、物件、音樂與肢體啟發 0-2 歲寶寶與 2-6 歲幼兒的五感神經。



周彥儒攝影／兩兩製造聚團提供

2. 《沒有人愛我》以小蜈蚣視角探索地底下的生態及環境，靈動戲偶引發觀眾對土壤下生物的好奇心。



林筱倩攝影／無獨有偶工作室劇團提供



歐嘎瓦攝影／魔梯形體劇場提供

3. 《親愛的丑寶貝》以大眾最有共鳴的家庭生活為題材，加上近距離互動，即使沒有對白，也讓觀眾笑到瘋狂。



攝影／林辰鍵

4. 傳統布袋戲團「全西園」創新演繹武松打虎的故事，演後還能夠親身體驗操作的樂趣。



攝影／林辰鍵

變變變！MOVE 生物體驗展

帶孩子用 cos 和大自然 play

< 了解現場

展場位置：東 2AB
展演期間：2018.12.28 ~ 2019.04.07
展演內容：

由日本市占率第一的學習圖鑑《動態圖鑑 MOVE》所策畫，一個全新活的圖鑑、活的展覽。透過日本科學圖鑑，本次策展準備了逼真的四大自然場景、多樣的體驗遊戲和動物素描圖像，為大小朋友打造出「教育」與「娛樂」兼具的「變身教育樂園」，使圖鑑不再止於平面，而是立體化地真實呈現在眾人眼前，讓大小朋友透過親自「變身」成為企鵝、獅子、團子蟲、雙冠蜥……體驗牠們的習性與生活型態。讓小朋友們在遊戲中學習，同時滿足你的玩心與求知慾。



1. 生存海洋展區：海洋中的生物鏈環環相扣，這位小朋友化身成游泳健將企鵝，享受冰上滑行的快感，並奮力逃出鯊魚的血盆大口。

< 提示未來

一、100% 沉浸式科技互動展覽

沉浸式展覽在近一年蔚為風潮，從原本的 2D 到 3D 甚至 4D；從原本風靡的打卡拍美照至沉浸式體驗。充分運用場地的空間並結合科技，讓觀眾進入作者的情境，五感也沉浸其中。

二、美學 × 教育從小培養起

結合教育（Education）與娛樂（Entertainment）的最新寓教於樂型展覽（Edu-tainment），讓大、小朋友都可以在趣味的生物樂園中一起變身、一起學習，更能透過遊戲過程增進家庭親子關係，滿足玩心和求知欲。讓學習可以透過不同的形式進行，不再只是書本上的文字，而是透過展覽的空間運用與呈現，讓教育從小開始，而美學也從小薰陶起。

（撰文／陳蔚欣）

2. 神奇叢林展區：體驗雙冠蜥能用輕功般的水上步伐橫越水面，活用自身平衡感，享受橫越水面的快感。



3. 小小花園展區：團子蟲安穩的在地面上蠕動爬行，但一遇到危險就會挺起盔甲，蜷縮成球體以自保；在遊戲中學習如何活用你的反射神經以抵擋天敵的襲擊。



4. 奇蹟草原展區：獅子即使身為萬獸之王，在一望無際的草原中，也必須依賴團隊合作並耐心等待獵捕時機。



5. 與各大小學或幼稚園合作，邀請小朋友於寒假期間到場體驗學習。



攝影／林辰鍵

4foodie 美食市集

看見「KOC 經濟」的力量

< 了解現場

展場位置：忠孝三角、中三前廣場
展演期間：2019.11.23 ~ 11.24
展演內容：
4foodie 品牌帳號於 2015 年創立於 Instagram，至 2019 年已經匯聚了約 32 萬名追蹤者（Fans），介紹與分享將近 1000 多家台灣、日本和美國的餐廳與美食。
4foodie 結合手繪和圖文影音，讓更多人可以用「眼睛」吃美食並且得到最新美食資訊。此次活動為 4foodie 第一次辦理線下活動，邀請計 24 家在台灣社群媒體有著極高討論度的美食品牌共同參與，內容涵括各類型創意冰品、飲品、甜品及正餐等。4foodie 也與各品牌共同策畫許多此次活動限定的優惠或餐點，於周末兩日內吸引超過三萬人共同參與，粗估現場的經濟效益超過百萬，除了帶給原有的粉絲真實的美食體驗、媒合各美食品牌有交流粉絲的機會，也透過此次活動鼓勵粉絲上傳社群媒體，歡迎大家經營自媒體，成就主辦單位 4foodie 增加粉絲數、美食品牌推廣行銷、消費者生活體驗三贏。



1. 4foodie 高人氣社群品牌背後年輕的經營團隊。



2. 活動人潮盛況。



3. 線上網路空間高人氣的粉絲群，為線下實體活動帶來了熱鬧的人潮。
4. 活動共同參與品牌合影。

< 提示未來

一、KOC 興起，改變商業經濟型態

自網路發跡以來，新媒體改變民眾資訊來源，削弱了過去傳統媒體權威性，民眾擁有更多獨立思考及選擇的可能，觀者不再只是受眾，只要有追隨者，人人都可成為自我品牌的經營者，在某一領域內以不同的經營策略及內容方向吸引感興趣的追隨者（Fans 粉絲）。這些在特定領域有一定追隨者、取得話語權的個人品牌，普遍稱之為網紅（網路紅人）或 KOL（Key Opinion Leader，關鍵意見領袖），成為網路時代各商業品牌極為重要行銷推廣資源。
另一類自媒體，他們存在於我們身邊，參與者樂於分享各類好物，因此也匯聚了一群粉絲，也形成引領消費行為的能力，成為 KOC（Key Opinion Consumer，關鍵意見消費者）。不同於 KOL 經營特定領域，KOC 所分享的好東西不局限在某一產品或領域，而且由於更加貼近生活、商業行銷色彩更軟，消費忠誠度反而更高，更願意去選擇使用他們所推薦的產品，更容易影響同類群體的消費決策。4foodie 線上線下整合成功，彰顯了 KOC 已經占領了一席網路行銷的地位，創造了一個全新的生活體驗及經濟型態。

二、文字溝通退位，影像圖片當道

自社群媒體開始大發活躍以來，從最初以圖文形式發表的 Blog（部落格），逐漸導向 Vlog（Video blog），以影像代替文字和相片，近一兩年則流行 Plog（Photo blog）以圖片配上短文字記錄生活，也成了大家熟悉的拍照打卡模式。在日新月異快速變動的時代，未來的社群媒體還會以怎麼樣的型態呈現，並創造更新的價值及生活型態？令人好奇。

（撰文／楊子昕）



攝影／林辰鍵

金庸武俠——華山論劍

降龍只需十八掌，小說如何變展覽？

< 了解現場

展場位置：中 7A 及中 7B 館

展演期間：2019.06.26 ～ 2019.09.15

展演內容：

- 金庸珍貴展件＋百件珍藏，結合互動解謎體驗，首次以實物展出金庸小說的傳世軌跡，有從香港跨海來台的首刊連載報紙、絕版書珍本，金庸書信、墨寶，電視劇道具倚天劍及屠龍刀等近百件珍貴展件；並結合互動解謎，除了參觀更可動動腦，透過不同角度進入金庸的武俠世界。
- 從未出版的珍貴稿件首次揭祕：金庸三次修訂《神雕俠侶》，攸關「九陽真經」的來源及關鍵人物最終卻未列入書中。這次特展是「九陽真經」來歷珍貴手稿的首次展出，揭祕大師創作心路。
- 武林絕學重現：結合科技運用，不用拜師學藝，即可施展西毒歐陽鋒的「蛤蟆功」及北丐洪七公的「降龍十八掌」，也能和老頑童周伯通來一場「左右互博」。
- 重現武林中造就各路英雄的秘境：東海桃花島、終南山活死人墓、試劍亭寒玉床……帶領大家進入金庸筆下的武林仙境。
- 名家導覽，怪傑獻聲：新生代武俠小說家鄭丰為展區撰述文字、品評；相聲怪傑馮翊綱現身講訴一段被隱藏的故事……
- 「天下第一毒茶館」展覽限定開張：全球首創「天下第一毒茶館」，把金庸武林經典毒藥幻化為茶飲，邀約觀者一同品茗「玉峰針毒」「情花之毒」，一同感受甜蜜又苦澀的滋味。

< 提示未來

一、要源遠流長，就必須與時俱進

查良鏞先生在 1950 年起以金庸之名從事武俠小說寫作，1959 年創辦《明報》後，接續在報上連載他的作品，成為華人圈最知名的武俠小說作家；到 2018 年逝世為止，畢生共出版 15 部武俠小說。

隨著時代飄移，這 15 部作品原著不斷被改編成電影、電視劇、舞台劇、動畫、漫畫等不同的形式，有些則被改編為電視劇（如《花千骨》）；電玩世代興起後，又轉化為年輕世代鍾愛熱衷的網路遊戲《仙俠類傳奇》，讓網路世界多了柔美飄逸的境界。不論時代如何變遷，金庸的創作始終與時俱進，結合當代精神及傳播技術，源遠流傳再創高峰。

二、「躍然紙上」的小說，如何「躍上展場」？

金庸展開創小說文本轉化策展之先鋒，對書迷而言，不僅可以倘佯在文字的悸動中，也多了一個身歷其境、武（五）感全開的選擇。對文字創作者來說，作品除了「躍然紙上」或改編電影電視，有朝一日也可開展，無疑又開闢了另一種舞台，又多了一種期待，讓心裡層面細膩的感受、思維、意境等，可以用展出的方式與讀者面對面做更多層面的交流。

（撰文／盧淑敏）



攝影／盧淑敏

1. 在金庸多部武俠小說中都有著墨的「降龍十八掌」與「打狗棒法」，並列為丐幫鎮幫神功。在此展中實際呈現於讀者眼前，讓武迷實際操練，武功大進。



攝影／盧淑敏

2. 新北市新莊區昌平國小於開幕記者中會重現【射雕三部曲】中的打狗棒法、蛤蟆功、一陽指等武林絕頂武功。



鄧哲生攝影／聯合數位文創提供

3. 金庸珍貴手稿首次展出，大師創作心路躍然紙上。



攝影／盧淑敏

4. 查良鏞先生自 1955 年起以「金庸」為筆名，創作首部武俠小說《書劍恩仇錄》，連載引起轟動後，成為華人圈最知名的武俠小說作家，畢生共出版 15 部武俠小說。



鄧哲生攝影／聯合數位文創提供

5. 金庸生平記事。在有華人的地方就有金庸，作品多次運用在影視、廣播劇、舞台劇、漫畫、動畫……等。

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...



用插畫彩繪夢想藍圖

策畫／點讀華山 撰文／張博鈞
圖／點讀華山各期封面插畫家

2019 年《點讀華山》的封面刊登了 12 位台灣本土插畫創作者作品，每一幅插畫背後訴說著他們各自的生命故事，也展現了台灣豐沛的插畫創意能量。在年報尾聲，讓我們以「用插畫彩繪夢想藍圖」為起點，透過追逐夢想的三個階段主題，從「擁抱自己，探索世界」「跌倒不哭，你還有我」，到最後「築夢的路，難免孤單」，一起經歷用插畫訴說你我的築夢故事吧。

擁抱自己，探索世界

當生活了無新意時，就來華山探險一番吧！在這裡沒有倚老賣老，創意就是唯一勝出的關鍵。你也迫不及待想挖掘華山的金礦了嗎？只要你用心感受，一定能有所尋獲。



Miya | 《春日野餐》

喜歡旅行的三腳貓星人，這次路過了華山文創園區。貓咪艦長：「這裡是一個適合野餐的好地方！」於是他們建立了基地，在春日裡優閒地野餐。

發刊期數：2019 年 5 月號 No.99



吉文考古 | 《discover》

discover 是「發現」的意思，表示「偶然」或「經過努力」發現客觀存在的事物。這次以「發現」作為創作的靈感，想傳達其實許多小祝福就在我們身旁等著我們一起去發現喔。

發刊期數：2019 年 7 月號 No.101



江宜珊 | 《Hi, 華山》

華山文創園區有著各種不同的面貌。歷史的沃土孕育著種多文化新芽，人文藝術、文學、新科技交織出一個讓想像徜徉的舞台，點亮生活。

發刊期數：2019 年 3 月號 No.97



王孟婷 | 《Another Life》

在生命之中找到另一個自己，在大自然之中找到安身之所。

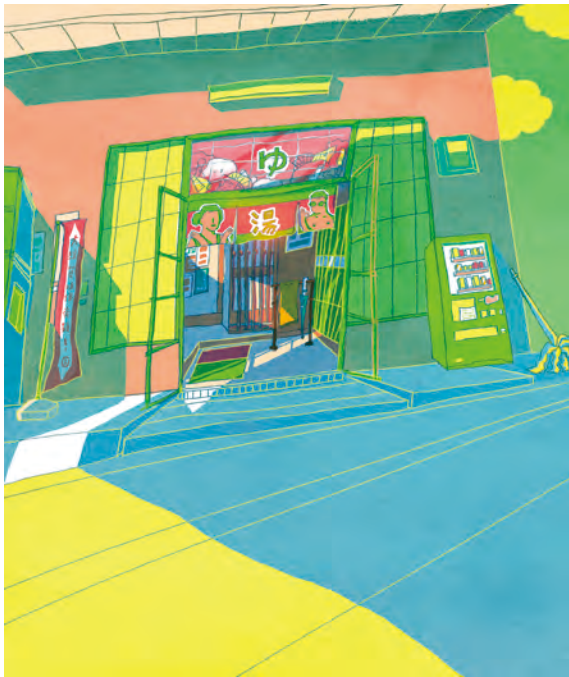
發刊期數：2019 年 4 月號 No.98

跌倒不哭，你還有我

每個平凡無奇的日子裡，有時開心、有時難過、有時害怕，不過因為有你在身邊，我知道我並不孤單，謝謝你的愛，讓我可以勇往直前。



夏仙 | 《陪伴》
儘管這個世界多麼的光怪陸離，只要還有你陪伴在左右，就可以擁有勇氣繼續走下去。
發刊期數：2019 年 1 月號 No.95



黃奕穎 | 《夕陽澡堂》
旅途中，與媽媽和弟弟經過澡堂，夕陽下門簾發光，我們說好下次進去泡澡喝冰牛奶，像日劇一樣。
發刊期數：2019 年 9 月號 No.103



低級失誤 | 《天使也為之哭泣》
如果要用一種形容來告訴你，我有多麼喜歡你，那就是連天使也為之哭泣的那種。
發刊期數：2019 年 6 月號 No.100



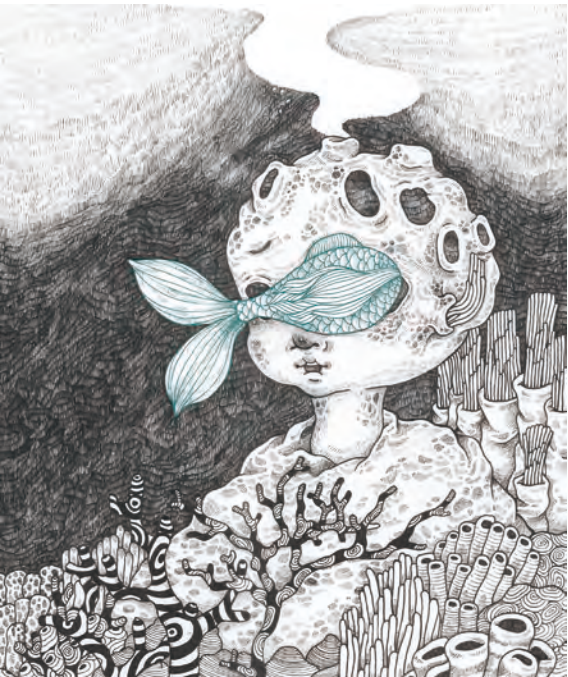
Dofa Li | 《夢》
那天來到一個大花園，種滿各式各樣的植物。小女孩拿起她最喜歡的口風琴，演奏一首曲子給陪伴她的植物、星星和月亮。
發刊期數：2019 年 12 月號 No.106

築夢的路，難免孤單

走在前往夢想的道路上，有些寂寞、孤單，於是你開始懷疑自己：「我真的可以嗎？」深吸一口氣，讓自己重新開機吧！跟別人不一樣又如何？下定決心了就繼續走下去吧！



李若昕 | 《冬日溫室》
喜歡和討厭冬天的原因是一樣的，都是因為冷冷的天。特別喜歡冬天獨有的清晰。冷天中遠方天景、身旁路樹、頭頂藍天都更加透明清楚，感受和記憶也是。冬日的太陽，常給予我許多最舒適、最印象深刻的溫暖。
發刊期數：2019 年 2 月號 No.96



曹恩慈 | 《闖入》
在幽黯的海底，一隻魚闖入我的世界，但或許，其實是我擋住了一隻優遊自在的魚……
發刊期數：2019 年 10 月號 No.104



芳因 | 《這樣的日子裡》
在這讓人感到無力、了無新意的日子裡，再等一等，歡樂的氣息就在不遠處。
發刊期數：2019 年 11 月號 No.105



王貽宣 | 《午睡》
夏日的午睡，昏昏沉沉在窗邊，窗外的一片海，是風景還是夢境呢？
發刊期數：2019 年 8 月號 No.102

2019 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。2019 年全年一共有 1105 檔活動、合計 2514 場，參與者將近 397 萬人次。華山的活力，依舊高檔！

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
2018/12/17-4/7	三麗鷗 Pinkholic 粉紅閨蜜期間限定店	愛貝克斯公司	展覽	自由入場	97	4	177,136
2018/12/18-4/9	卡娜赫拉的扭扭世界、Miravivi 公主的夢幻世界	義皇寶生物科技有限公司	體驗活動	自由入場	99	4	97,443
2018/12/23-3/3	微型展 2.0 田中達也的奇幻世界	寬宏藝術經紀公司	展覽	售票	62	3	83,616
2018/12/25-4/7	LINE FRIENDS WORLD TOUR: 世界巡迴之旅	悍草創意有限公司	展覽	售票	97	4	50,213
2018/12/26-3/31	侏羅紀 X 恐龍樂園	寬宏藝術經紀公司	展覽	售票	65	3	123,540
2018/12/28-4/7	變變變 !MOVE 生物體驗展	聯合數位文創	展覽	售票	97	4	114,345
2018/12/29-4/4	中華職棒大聯盟 30 週年「無人出局」特展	中華職業棒球大聯盟	展覽	售票	90	4	32,476
1/1	果實 30 創作演出計畫《你好嗎？》	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	100
1/1	ASUS VivoBook 耶誕祈願活動	華碩聯合科技公司	體驗活動	自由入場	1	1	500
1/1	果實三十創作演出計畫《你好嗎》排練	果實基金會	藝文活動	不對外開放	1	1	23
1/1-1/2	沐冉 Muran 展	好樣思維	展覽	自由入場	2	1	30
1/1-1/11	Ptasan 間織紋字 – 太魯閣族的編織	太平洋的風 Kamaro'an	展覽	自由入場	11	1	300
1/1-1/17	haveAnce x KKday 旅人物誌展	富錦樹概念店	展覽	自由入場	17	5	700
1/1-1/31	【手紙舍台灣店】admi 展 - 「Hanataba 花束」	小器生活空間	展覽	自由入場	31	1	19,523
1/1-1/31	白爛貓 87 超商期間限定店	華山 laugh&peace factory	展覽	自由入場	31	1	16,000
1/1、1/11-13	愛手創市集	欣宸國際	市集	自由入場	4	2	12,500
1/1、1/5-6、1/12-13、1/19-20、1/26-27	假日街頭表演 (1 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	9	52	187,200
1/1-2/28	藝術展覽：少年楊允城 - 未來進行式	未來市	展覽	自由入場	59	2	4,000
1/1-4/7	巴黎龐畢度中心兒童藝術工作坊小小建築師	聯合數位文創	展覽	售票	97	4	9,340
	- 創藝沙龍 & 安藤忠雄工作坊						
1/2	必修募資簡報術！讓你說服力、表達力一次到位	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	8
1/2-3、1/7-10、1/28-30	《時光的手箱：我的阿爸和卡桑》排練	同黨劇團	藝文活動	不對外開放	9	9	112
1/3	台灣人工智慧學校成果展	遠流出版公司	演講座談	其他	1	1	280
1/3	狗年月——周雲蓬台灣行 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	137
1/3	《成功，就是要快速砍掉重練》導讀會	AeSA 亞太品牌加速器	演講座談	索票	1	1	438
1/3、1/4、1/10	紙醉金迷能藝版 (feat、安琪拉的禪繞天堂)	日常惜字所 – 能藝文具概念店	手作工坊	售票	3	3	18
1/3-6、1/8-13、1/15-17	《麗晶卡拉 ok 的最後一夜》	躍演	表演	售票	13	13	2,814
1/3-3/20	SEW Coporation 跨界合作系列 - 「都會山水」印花創作聯展	好樣思維	展覽	自由入場	77	3	4,750
1/4	在故事裡投影的光	釀電影	演講座談	索票	1	1	24
1/4	許鈞 - " 事實上我沒有名字 " 臺北演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	139
1/4、1/10、1/17	淘寶大學課程說明會：大陸開公司，金流物流解析	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	3	3	87
1/4-5、1/11-12、	〈greendays 2019 一月 白色花藝課程〉	富錦樹概念店	手作工坊	索票	8	6	28
1/18-19、1/25、1/27							
1/4-5、1/11-12、	北藝大華山學堂 - 戲舞書院 (1 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	不對外開放	7	7	240
1/18、1/25-26							
1/5	《跌倒沒關係，沒人看見就好》互相扶持大會 aka 新書分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	60
1/5	草東沒有派對《如常》巡迴—台北最終加場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,100
1/5	花蓮工藝匠合作社 - 推廣編織包及原住民商品	塗畫圖話文教事業	展覽	自由入場	1	1	6
1/5、1/12	禪繞～青花，錦鯉 (feat、光頭老師禪繞又繼續)	日常惜字所 – 能藝文具概念店	手作工坊	售票	2	2	10
1/5、1/18、1/19	Fab Class - 3D 手勢收藏館	FAB Café	手作工坊	售票	3	3	19

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
1/5、1/26	Fab Class - 紙皮革小物吃到飽	FAB Café	手作工坊	售票	2	2	25
1/6	Libresse 廣告拍攝	聲吶影像	商業拍攝	不對外開放	1	1	60
1/6	” 幻 “ 蘇運瑩 Live Concert In Legacy Taipei	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	288
1/6	里山動物曆，趕緊衝最後一波	塗畫圖話文教事業	展覽	自由入場	1	1	50
1/8	用數據分析思維打造電商品牌	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	14
1/9	「2019 林俊逸 幸福的故事」- 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	411
1/9	PSK 美妝品牌跨境經驗分享—美麗的虛實整合	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	11
1/10-1/16	Luxottica 2019 春季新品經銷商展售會	香港商陸遜梯卡台灣分公司	記者會	邀請函	7	1	200
1/11	B WALKMAN TOUR 2019- 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	109
1/11	數位影音拍攝與行銷	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	5
1/11-1/20	亞伯樂慢藝哲學品銘體驗	豐澤創意設計公司	體驗活動	邀請函	10	1	450
1/12	太陽家族日初感恩年會	磊山保險經理人	頒獎典禮	不對外開放	1	1	150
1/12	寫生雕花玻璃杯 (上午班 / 下午班)	FAB Café	手作工坊	售票	1	1	8
1/12	吸睛文案下標術 (上)	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	5
1/12	范毅舜作品經典再現	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	42
	《公東的教堂》×《山丘上的修道院》新書分享會						
1/12-3/10	《噲噲米的雪球大戰》冬季主題期間限定店	又喜實業公司	體驗活動	自由入場	58	3	256,755
1/13	徐佩芬 X 法蘭 - 夜行性動物 新書發表會	啟明出版	演講座談	索票	1	1	180
1/13	“台北早上好” 2019 李志港台小巡演 - 台北站	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	743
1/13	電商新手實戰工作坊：別人的賺錢秘密，手把手教給你！ (上)	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	5
1/13	社區生態雲訪談	塗畫圖話文教事業	會議	自由入場	1	1	5
1/13、1/22、1/24、1/27、	凜小花的輕水彩速寫體驗課	日常惜字所 – 能藝文具概念店	手作工坊	售票	5	5	34
1/29							
1/15	用照片寫日記的系統化做法—網紅之路的起始點	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	5
1/16	網站優化入門	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	7
1/16	網路創業一點也不難，如何找到對的網路開店方式	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	8
1/17	花與花器 - 家居佈置美學	未來市	展覽	自由入場	1	1	5
1/17、1/23、1/24、1/31	街頭作品實驗室 2.0 排練	臺灣街頭藝術文化發展協會	藝文活動	其他	4	4	24
1/18	艾怡良「不想忘記的名字們」新歌演唱會— 垂直台北站	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,100
1/18、1/20	美麗水彩插畫課 at 華山 (1 月)	日常惜字所 – 能藝文具概念店	手作工坊	售票	2	2	6
1/18-1/20	初生 - 2018 大同大學 107 學年度媒體設計學系 期末展	大同大學媒體設計學系	展覽	自由入場	3	3	400
1/18-1/20	2019，小幡公春老師，臺北演講！	青鳥書店	演講座談	索票	3	1	55
1/19	第四屆「桃太郎的故鄉日本岡山」旅行計劃暨攝影比賽頒獎典禮	魔力貝蒂	頒獎典禮	邀請函	1	1	105
1/19	The Next Big Thing 大團十年 未來承諾場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	80
1/19	HaveAnice 鐵道之旅—東北篇	富錦樹概念店	展覽	自由入場	1	1	30
1/19	吸睛文案下標術 (下)	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	5
1/19、1/24、1/26-29、	2019 相遇舞蹈節排練	三十舞蹈劇場	表演	不對外開放	11	11	74
1/31、2/25-26、2/28、3/1							
1/19-1/20	啤酒頭限定口味試飲活動	未來市	行銷活動	自由入場	2	1	150
1/19-1/20	admi 工作坊—木版印刷體驗「Hanataba 手帕自己做！」	小器生活空間	手作工坊	售票	2	1	17
1/19-1/20	石梯坪水梯田活水計畫成果展	塗畫圖話文教事業	展覽	自由入場	2	1	200
1/19-1/27	耐吉斯：毛起來拍嘉年華	創異公關顧問公司	行銷活動	自由入場	8	2	3,450
1/20	無双樂團十周年慶	無双樂團	表演	售票	1	1	93
1/20	東京偶像計畫 體驗活動	傳揚行銷廣告公司	體驗活動	自由入場	1	1	450
1/20	蔡依林 UGLY BEAUTY 專輯簽名握手沒有擁抱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	950
1/20	【聊印花。縫山水。寫好運】跨界印花合作分享 + 印花紅包袋書寫製作	好樣思維	手作工坊	自由入場	1	1	7
1/20	電商新手實戰工作坊：別人的賺錢秘密，手把手教給你！ (下)	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	5
1/20-3/10	Rilakkuma POP UP SHOP 拉拉熊快閃店	飛躍文創	展覽	自由入場	50	3	130,624

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
1/21	郝可唯 MV 拍攝	想象影象	商業拍攝	不對外開放	1	1	50
1/22	顧客需求訪談與問卷提問技巧	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	2
1/23	【艾莉塔：戰鬥天使】城市快閃投影光雕揭幕記者會	邁思娛樂公司	記者會	邀請函	1	1	60
1/23	ØZI 首場演唱會《Lost In Paradise /天堂中迷航》	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,200
1/23	跨境入門指南 (SHOPLINE)	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	6
1/24	2019 李千那『查某囡仔』新歌演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	700
1/24	《流量池》導讀會	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	10
1/25	2019 IM 冬令營成果發表演	活泉國際音樂教育公司	表演	售票	1	1	60
1/25	CreativeMornings Taipei 創意早晨講座／一月	Impact Hub Taipei 社會影響力製造所	演講座談	索票	1	1	51
1/25	洪蘭教授《有理最美》新書分享會	遠流出版公司	演講座談	索票	1	1	110
1/25	Legacy Presents【2018 都市女聲 隱藏版】：還好有 HUSH	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	410
1/25	淘寶大學：跨境電商班	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	90
1/25	紙膠帶拼貼 _ 美好風景撕貼畫	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	5
1/25	品牌與利物的匯聚 Vol、1 風格篇：線上孵育實體的進程	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	50
1/25-1/27	華山文旅學 X 看三峽市集	台灣文創發展基金會	市集	自由入場	3	1	5,000
1/26	黃 俐 雅《—花—天堂—我與我的重障兒》—新書座談會（台北場）	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	13
1/26、1/27	淘寶大學：跨境營運班	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	2	2	40
1/26	木樓合唱團歲末感恩募款音樂會	木樓合唱團	表演	不對外開放	1	1	90
1/26	週末女主角 桃色幸運草 Z ASIA TOUR Vol、1「MOMOIRO CLOVER Z」	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,000
1/27	華山文旅學 - 地方系列講座	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	163
1/27	薑黃之力試飲推廣	天廚國際公司	體驗活動	自由入場	1	1	1,000
1/27	福斯影片 _ 艾莉塔戰鬥天使快閃燈光秀	演鏡互動創意	體驗活動	自由入場	1	1	500
1/27	【2019 覺醒大暖祭 #Legacy】：新褲子	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	200
1/28	紙膠帶素材拼貼 _ 花與色塊萬用卡練習	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	5
1/29	《雨港基隆》音樂劇—門票先行販售活動	四喜坊劇集	行銷活動	售票	1	1	25
1/29	Moschino SS19 發表會	香港商藍鐘商業公司	發表會	邀請函	1	1	150
1/29	全方位投放策略	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	35
1/30	《後。文化政策白皮書：實踐力。行動力。》	台灣文化政策學會	演講座談	自由入場	1	1	180
1/30	週 3 聚樂部—羅大佑與音樂瘋子的傳奇派對 (演出主題：心事誰人知台語之夜)	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	200
1/31	禪繞紙醉金迷 (feat、安琪拉的禪繞天堂)	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	3
2/1	幸福粉彩書籤新春過好年	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	6
2/1-2/3	上立名茶評鑑杯活動	嵐光 – 青春農藝駐所	行銷活動	自由入場	3	3	75
2/1-2/10	水水藝術節	水水文創	表演	自由入場	10	1	65,000
2/2	Fab Class - 寫生雕花玻璃杯	FAB Café	手作工坊	售票	1	1	10
2/2	greendays 2019 己亥年 新春花藝課程	富錦樹概念店	手作工坊	索票	1	1	5
2/2-3、2/5-10、2/16-17、2/23-24、2/28	假日街頭表演 (2 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	13	66	39,600
2/6、2/7、2/16	凜小花的輕水彩速寫體驗課 - 大吉大利	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手作工坊	售票	3	3	20
2/6-2/10	豬年加碼福氣抽抽樂	小器生活空間	行銷活動	自由入場	5	1	16
2/8-2/17	gallery sAn、nood POP UP SHOP in Taiwan	富錦樹概念店	展覽	自由入場	10	1	2,000
2/13	講座 - 日本劇場演員的生存之道	躍演	表演	售票	1	1	50
2/13	EDM ≠ EDM	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	3
2/14	《黑道商學院》導讀會 - 線上課程	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	7
2/14、2/26	超級飛俠《多多幫幫忙》排練	一元布偶劇團	藝文活動	不對外開放	2	2	30
2/14-2/17	春風似友 珍本古籍拍賣會	掃葉工房、茉莉二手書店	拍賣	自由入場	4	1	350
2/15	張鐵志《想像力的革命》新書派對	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	30
2/15	東山彰良快閃簽書會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	15
2/15-2/17	原子能科技科普展	行政院原子能委員會	展覽	自由入場	3	1	1,200
2/15-2/17	戲元宵 迺市集	欣宸國際	市集	自由入場	2	1	9,000

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
2/15-17、2/21-24	《阿波之音》	躍演	表演	售票	7	9	1,019
2/16	Fab Class - 紙皮革小物吃到飽	FAB Café	手作工坊	售票	1	1	5
2/16	Zero Waste Fashion Panel	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	40
2/17	中華職棒大聯盟 30 週年「無人出局」特展 _ 開季記者會	中華職業棒球大聯盟	展覽	售票	1	1	1,000
2/17	後科幻時代——董啟章 x 曾繁裕	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	20
2/19	雙 11 設計攻略	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	16
2/20	講座 - 東京次文化重地，演劇之街下北澤的興起	躍演	表演	售票	1	1	80
2/20	第十一屆草草戲劇節《跑》記者會	阮劇團	記者會	自由入場	1	1	50
2/20	策略談判與溝通技巧	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	16
2/21	《定位》導讀會	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	12
2/22	CreativeMornings Taipei 創意早晨講座／二月	Impact Hub Taipei 社會影響力製造所	演講座談	索票	1	1	72
2/22	NYX PROFESSIONAL MAKE UP 玩色變裝派對	台灣萊雅公司	記者會	邀請函	1	1	150
2/22	張鐵志《想像力的革命》新書座談	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	80
2/23	東方廣告 60 週年慶	東方廣告	聯誼活動	邀請函	1	1	200
2/23	Fab Class - 我的自拍印章	FAB Café	手作工坊	售票	1	1	5
2/23-2/28	沖繩全島祭 OKINAWA ART with『島ぜんぶでお～きな祭 11thOKINAWA INTERNATIONAL MOVIE FESTIVAL』	華山 laugh&peace factory	展覽	自由入場	6	1	19,438
2/25	《搭錯車》排練	躍演	藝文活動	不對外開放	1	1	21
2/25	三麗鷗音樂劇《酷企鵝瘋狂實驗室》排練	AU 劇團	藝文活動	不對外開放	1	1	20
2/25-2/26	Honne 2019 Live in Taipei	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	2	2	2,400
2/26	MOX #6 Demo Day	莫克斯行動加速	演講座談	邀請函	1	1	100
2/26	受眾策略再進化	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	10
2/27	週 3 聚樂部 – 羅大佑與音樂瘋子的傳奇派對	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	180
2/27	AI in Generative music 創作者聚會	FAB Café	會議	索票	1	1	15
2/27	妳好南搞的旅遊內容行銷分享	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	10
2/27-2/28	【華山文旅學 X 鮮乳坊市集】親愛的，我把牧場搬過來了	慕渴公司	市集	自由入場	2	1	4,000
2/27-3/3	【華山文旅學 X 鮮乳坊市集】親愛的，我把牧場搬過來了	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	5	2	7,000
2/28	小球 - 莊鵬瑛 一期一會 生日派對	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,000
2/28-3/1	嵐光野餐日	嵐光 – 青春農藝駐所	行銷活動	自由入場	2	2	80
2/28-3/3	Anasma 實驗作品排練計畫	AbunDance 融舞風	藝文活動	不對外開放	4	4	80
2/28-3/3	樂事大波浪體驗活動	邁思娛樂	體驗活動	自由入場	4	2	11,948
3/1	Leo 王無病呻吟演唱會台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,100
3/1-2、3/16-17、3/23-24、3/30-31	假日街頭表演 (3 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	8	40	12,000
3/1-3/31	Hütte paper works 企劃 at 手紙舍台灣店	小器生活空間	展覽	自由入場	31	1	5,000
3/2	【華山文旅學 X 相遇地方】從社企到地方創生	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	162
3/2	李友廷 找到我 台北最終巡迴場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,100
3/2	Fab Class - 寫生雕花玻璃杯	FAB Café	手作工坊	售票	1	2	5
3/2、3/9	沖繩全島祭 _ 漫才少爺沖繩主題脫口秀	華山 laugh&peace factory	表演	自由入場	2	2	310
3/3	神一樣的存在 神棍 X 老王樂隊	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	310
3/3	【紙本印刷復活！印刷術的再創作】——Vol.1 大人的自宅活版印刷術	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	20
3/5	YEARS & YEARS THE PALO SANTO TOUR 2019 LIVE IN TAIPEI	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	700
3/7	The Next Big Thing 大團誕生〈開發場 1〉	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	580
3/7-3/8	「RIGHTS In the right way」網迷世代 女路向前	婦女權益促進發展基金會	記者會	自由入場	2	1	200
3/7-4/30	『每天每天，那些了不起的宇宙，其實都在身邊』+10・加拾攝影展	未來市	展覽	自由入場	55	2	7,000
3/8	2019 SKECHERS LADY’S RUN EXPO	思克威爾公司	記者會	其他	1	1	800

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
3/8	KODALINE POLITICS OF LIVING TOUR 2019	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,200
	LIVE IN TAIPEI 柯達線 2019 台北演唱會						
3/8	不只是嬉皮與狄倫：六零年代如何點起了火	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	40
3/8	打造新一代 SOE 成長引擎（上）	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	6
3/8	紙膠帶拼貼 _ 美好風景撕貼畫	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	5
3/8	紙膠帶拼貼 + 版面練習 _ 框框手帳小卡拼貼練習	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	5
3/8	臺灣野鳥攝影精進班 - 野鳥攝影器材介紹與應用	ECO HUB	演講座談	自由入場	1	1	16
3/8-9、3/15、3/29-30	〈greendays 2019 三月 佈置系列課程	富錦樹概念店	手作工坊	索票	5	5	30
	跟著花朵迎接暖陽〉						
3/8-3/10	眼球先生的美術劇場「260 號房」	眼球愛地球劇團	表演	售票	3	4	584
3/8-3/10	時令肢體劇場《牽出合走》	牧夫肢間舞團	表演	售票	3	4	185
3/9	2019【突破論壇】政府失能？新時代的政府角色	長風基金會	演講座談	索票	1	1	90
3/9	「開路天使 與愛同行」導盲犬公益宣導園遊會	臺灣銀行	體驗活動	自由入場	1	1	3,000
3/9	張立昂「感應 張立昂」音樂會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	600
3/9	啤酒頭啤酒限定口味試飲活動	未來市	行銷活動	自由入場	1	1	30
3/9	Fab Class - 我的自拍印章	FAB Café	手作工坊	售票	1	2	8
3/9	【聊印花。縫山水。袋好運】印花帆布袋	好樣思維	手作工坊	自由入場	1	1	6
3/9	凜小花的輕水彩速寫體驗課	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	6
3/10	日本留學工作展	JPTIP 日鐸國際企劃公司	體驗活動	自由入場	1	1	1,500
3/10	YURI 1st Fanmeeting Tour "INTO YURI" in TAIPEI	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	650
3/10	Google Tag Manager 實作班	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	10
3/10	手繪專屬有機棉 T-shirt	I.A.N Design	手作工坊	自由入場	1	1	5
3/11	紙膠帶拼貼 _ 一束花給你 (草莓花束)	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	5
3/11-3/17	2019 相遇舞蹈節《共感》工作坊	三十舞蹈劇場	表演	不對外開放	7	14	272
3/12	SHURE # 聲歷其境 2019 新品發表會	鍵寧企業	記者會	邀請函	1	1	80
3/12	國藝會 ARTWAVE Talk：國際展會參與的實驗	身體氣象館	演講座談	索票	1	1	93
	- 從 TPAM 談起						
3/12、3/26	《鉅兒》排練	躍演	藝文活動	不對外開放	2	2	50
3/12-3/14	台灣雅詩蘭黛集團 聯合品牌首展	正好公司	記者會	自由入場	3	1	1,500
	「花現經典 美力世界」						
3/13	春茶時光－飾品手作體驗課程	JEANTOPIA	手作工坊	售票	1	1	5
3/13	認識綠保標章 & 茶樹精油體驗課	ECO HUB	演講座談	自由入場	1	1	5
3/13、3/16	Fab Class - 紙皮革小物吃到飽	FAB Café	手作工坊	售票	2	3	43
3/14	修羅戀人	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	200
3/15	青春、自由與詩歌：重返六零年代的浪漫與理想	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	125
3/15	不 / 歸路—2019 中島美雪介紹會台北場	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	59
3/15	打造新一代 SOE 成長引擎（下）	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	5
3/15	美麗水彩插畫課	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	5
3/15	臺灣野鳥攝影精進班 - 觀鳥、知鳥、拍鳥	ECO HUB	演講座談	自由入場	1	1	16
3/16	願景工程「大風吹～吹翻書的人」閱讀嘉年華	聯合報	展覽	售票	1	1	2,000
3/16	Garena x MyMusic 極速領域 - 飆樂派對	樺霖有限公司	體驗活動	自由入場	1	1	3,000
3/16	RITA ORA PHOENIX 2019 LIVE IN TAIPEI	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,000
	芮塔歐拉 2019						
3/16-3/17	可口可樂纖維加新品派發活動	璉達有限公司	體驗活動	自由入場	2	1	1,000
3/17	2019 政大金旋獎音樂節	政大金旋獎籌備委員會	表演	自由入場	1	1	3,500
3/17	107 年度原住民族產業創新價值計劃	中國生產力中心	展覽	自由入場	1	1	200
	- 輔導精實創業成果發表會						
3/18、3/24、3/27	街頭作品實驗室 2.0 排練	臺灣街頭藝術文化發展協會	藝文活動	其他	3	3	30
3/18-3/24	2019 相遇舞蹈節《共感》	三十舞蹈劇場	表演	不對外開放	7	12	1,095
3/19	《2019 屋頂動物園 - 音樂消失的秘密》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	17
3/20-21、3/28、4/3、	《飲食男女》排練	天作之合劇場	藝文活動	不對外開放	11	11	370
4/5-8、4/14、4/22、4/24							
3/21	Legacy Presents【2019 大嘻地】：FRaNKIE	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	80
	阿法、Heng Jones 大亨、pony5ibe						
3/21-3/31	細節 / Detailing	好樣思維	展覽	自由入場	11	1	1,500

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
3/21-5/30	畫說臺灣建築文化遺產特展	好樣思維	展覽	自由入場	71	3	5,280
	Back to 1919 x 好樣思維						
3/22	CreativeMornings Taipei 創意早晨講座／四月	Impact Hub Taipei 社會影響力	演講座談	索票	1	1	45
	製造所						
3/22	臺日地方創生高峰會	中衛發展中心	演講座談	不對外開放	1	1	250
3/22	爵士之夜	Piccola Botega	音樂展演	自由入場	1	1	25
3/22	電商必知的 O2O 熟客經營（上）	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	13
3/22	臺灣野鳥攝影精進班 - 野鳥攝影的技巧與應用	ECO HUB	演講座談	自由入場	1	1	16
3/22-23、3/29-30	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	4	12	192
3/23	2019 春季思沙龍「面對未來 - 你準備好了？」	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	360
3/23	寶島眼鏡 LINE FRIENDS 巡迴車活動	傳揚行銷廣告公司	體驗活動	自由入場	1	1	1,000
3/23	Legacy Presents【2019 鐵漢柔情】：	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	380
	陳昇 穗花高校 - 台北場						
3/23	從新聞現場到寫作出書：新聞書寫的追光者	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	40
3/23	玩轉 IG、FB 限時動態影片 / 由淺入深，IG 視覺	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	10
	行銷內容班						
3/23	凜小花的輕水彩速寫體驗課－草莓派	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	6
3/23-3/24	可樂果 2019 環台加油車	歐普司國際娛樂行銷公司	體驗活動	自由入場	2	1	2,000
3/23-3/24	梅酒 TO GO	小器生活空間	體驗活動	自由入場	2	1	900
3/24	瀨戶內國際藝術祭小蝦隊說明會	台灣歷史資源經理學會	演講座談	索票	1	1	94
3/24	東十五表演學校演員甄選	噉劇場	藝文活動	不對外開放	1	1	11
3/24	IG 廣告	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	12
3/26	2019 Vocal Asia Festival 記者會	Vocal Asia 人聲樂集	記者會	自由入場	1	1	30
3/26	超級飛俠《多多幫幫忙》排練	一元布偶劇團	藝文活動	不對外開放	1	1	15
3/26-3/27	PVM Leadership Summit 2019	Perfetti Van Melle Asia Pacific	會議	不對外開放	2	1	75
	PTE. LTD						
3/27	週 3 聚樂部－羅大佑與音樂瘋子的傳奇派對	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	310
3/27	李知彌畫作分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	6
3/28	A Mon Soul Desir	金唐閣國際有限公司	記者會	邀請函	1	1	250
3/28	Legacy Presents【2019 大嘻地】：	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	80
	DJ KU da Yeast - 就已 joey、湯捷						
3/28	從峇里到北韓：看台灣兩地文化旅遊發展	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	29
3/28-3/31	The Future Is……時尚異想	國際亞洲出版公司	展覽	自由入場	4	1	5,000
3/29	連俞涵新書《一邊夢遊，一邊簍倉》記者會	凱特文化	記者會	自由入場	1	1	20
3/29	Legacy Presents【2019 鐵漢柔情】：	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,211
	茄子蛋《想妳的彼暗》巡迴最終加場 - 台北場						
3/29	《死了一個娛樂女記者之後》新書分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	55
3/29	電商必知的 O2O 熟客經營（下）	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	5
3/29	青創講座諮詢輔導會	AeSA 亞太品牌加速器	會議	自由入場	1	1	12
3/29	臺灣野鳥攝影精進班 - 野鳥攝影的意境營造、	ECO HUB	演講座談	自由入場	1	1	16
	拍攝及攝影倫理						
3/30	台灣人・棒球夢——那些三振不死的棒球魂講座	報導者	演講座談	索票	1	1	120
3/30	變變變 !MOVE 生物體驗展 _ 貴賓之夜	聯合數位文創	展覽	售票	1	1	150
3/30	「如你所願」二手玫瑰 2019 台北演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	180
3/30	《厭世講堂》座談會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	55
3/30-3/31	2019 台灣原民園～華山傳唱～全國原住民	台灣原住民生存發展協會	體驗活動	自由入場	2	1	5,000
	農特產推廣活動						
3/30-4/1	「雲林時刻」地方創生特展	雲林縣青埔教育基金會	展覽	自由入場	3	2	4,000
3/31	科創講堂 Tech-Talk FORUM 2019 - 生物科技	遠流出版公司	演講座談	索票	1	1	340
3/31	新竹縣嘉興國小感恩音樂會暨義賣活動	新竹縣嘉興國小	表演	售票	1	2	400
3/31	2019 貴人暖身趴 LUCfest Warmup Party	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	220
3/31	孔版印刷的日常趣味 Risograph-----Vol.2	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	60
4/1	獅子王記者會	寬宏藝術經紀公司	記者會	邀請函	1	2	230
4/1-4/2	《城南藝術節 - 老師的秘密基地》排練	安徒生和莫札特的創意劇場	藝文活動	不對外開放	2	2	30
4/1-5/30	細節 / Detailing	好樣思維	展覽	自由入場	60	2	3,350

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
4/1-5/31	來一場鼻子的世界旅行－氣味展	華山 laugh&peace factory	展覽	自由入場	62	2	29,600
4/2	2019 看見·太陽原住民產業品牌日	悅暉行銷顧問有限公司	記者會	邀請函	1	1	55
		(原住民族委員會)					
4/2	2019 瀨戶內國際藝術祭－跟著凱洛跳島之旅	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	43
4/2-4/14	AHC Playzone 旗艦快閃店	聯合利華公司	體驗活動	自由入場	13	1	3,000
4/4	Finding Jordan Picasso 尋找小小畢卡索	今日傳媒公司	體驗活動	自由入場	1	1	1,500
	第二屆著色比賽						
4/4、4/6	凜小花的輕水彩速寫體驗課－草莓派	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	2	2	13
4/4-4/5	「來山坡上扮家家」果醬試吃活動	嵐光－青春農藝駐所	行銷活動	自由入場	2	1	150
4/4-4/7	安琪兒華山婦幼展－2019 孕媽咪時尚秀	安琪兒百貨有限公司	市集	自由入場	4	1	2,000
4/4-4/7	第四屆海峽工藝精品獎臺灣巡展	廈門文廣會展有限公司	展覽	自由入場	4	1	5,500
4/4-7、4/13-14、4/20-21、4/27-28	假日街頭表演 (4 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	10	54	21,600
4/5、4/28-5/9	《城市之臉》排練	狠劇場	藝文活動	不對外開放	13	13	195
4/6	晨曦光廊 Sun Of Morning《十週年》專場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	480
	【誠實面對】						
4/6	Fab Class - 寫生雕花玻璃杯	FAB Café	手工坊	售票	1	2	10
4/6-4/7	2019 GoKids 春季桌遊展、金殼盃	兒童動力國際有限公司	體驗活動	邀請函	2	1	1,500
4/6-4/7	「菇早味菇菇姐來了」太空包教學活動	嵐光－青春農藝駐所	體驗活動	自由入場	2	1	80
4/9-4/11	超級飛俠《多多幫幫忙》排練	一元布偶劇團	藝文活動	不對外開放	3	3	45
4/10	2019 GOOD DESIGN AWARD 2019 台灣區說明會	禾本應用設計	會議	不對外開放	1	1	67
4/11	Adidas 新品貴賓夜	人田十口品牌有限公司	體驗活動	邀請函	1	1	400
4/11	The Next Big Thing 大團誕生（開發場 2）	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	270
4/11-4/13	2019 台北女子馬拉松 EXPO	臻鴻國際行銷公司	展覽	邀請函	3	1	8,900
4/12	林隆璇「三分之一的時間」30 週年音樂全紀錄	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	460
	演唱會 - 台北場						
4/12	臺灣野鳥攝影精進班 - 何處拍野鳥	ECO HUB	演講座談	自由入場	1	1	16
4/12	茶染－環保袋課程	I.A.N Design	手工坊	自由入場	1	1	5
4/12-13、4/19-20、4/26-27	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	6	6	283
4/12-4/14	水水聚場節 - 劇場很有市	水水文創	市集	自由入場	3	1	3,000
4/13	爵士之夜 - 大巴息格 Live show 初試啼聲	Piccola Botega	音樂展演	自由入場	1	1	30
4/13	Fab Class - 我的自拍印章	FAB Café	手工坊	售票	1	1	7
4/13、4/27	Fab Class - 紙皮革小物吃到飽	FAB Café	手工坊	售票	2	3	22
4/13-4/14	華山文旅學 X 正興聯盟市集	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	2	1	2,000
4/13-4/14	2019 沐春堂春季拍賣會	沐春堂拍賣公司	拍賣	自由入場	2	1	1,200
4/13-4/14	泰山 feat. Cama café 聯名試飲會	歐凸歐活動公司	體驗活動	自由入場	2	1	2,000
4/13-4/14	日本刺繡品牌 annas 的川畑杏奈小姐刺繡工作坊及簽名會	小器生活空間	手工坊	售票	2	2	24
4/14	【華山文旅學 X 相遇地方】人進來了 然後呢？－正港聯盟告訴你媽祖與小吃背後的事	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	150
4/15-4/18、4/21	《平庸的禁愛》排練	楊景翔演劇團	藝文活動	不對外開放	5	5	170
4/17	〈少年可期〉實境節目拍攝	王秋明	商業拍攝	不對外開放	1	1	100
4/17	2019 瀨戶內國際藝術祭完全解析	未來市	演講座談	自由入場	1	1	60
4/18-4/22	2019 Kipling	歐普司國際娛樂行銷公司	體驗活動	自由入場	5	1	2,000
4/18-4/30	2019 品木宣言愛地球公益快閃店	正好公司	體驗活動	自由入場	13	1	10,000
4/19	蘇碩斌 X 盛浩偉 X 張鐵志：非虛構歷史寫作如何可能？	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	23
4/19	(拱廊) 李清志 X 謝宗哲：從建築開始認識東京	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	86
	《東京未來派》新書座談 1						
4/19	美麗花水彩插畫課 - 期待。綻放。玫瑰	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	1	1	5
4/19	臺灣野鳥攝影精進班 - 野鳥攝影的影像後製、數位編修與作品管理	ECO HUB	演講座談	自由入場	1	1	16
4/19	新品公關活動	et seq.	行銷活動	自由入場	1	1	80
4/20	Legacy Presents【2019 鐵漢柔情】	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,250
	國蛋 My Kinda Night- 台北場						

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
4/20	(拱廊) 李清志×李明璁：說不盡的東京故事，就從村上春樹談起 - 《東京未來派》新書座談 2	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	106
4/20-4/21	AVEDA 地球月 - 純淨水市場	絕不有限公司	記者會	自由入場	2	1	2,000
4/21	科創講堂 Tech-Talk FORUM 2019－資通訊科技	遠流出版公司	演講座談	索票	1	1	310
4/21	暫別愛是唯一 - /love_ wait for _1t	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	500
4/24	週 3 聚樂部－羅大佑與音樂瘋子的傳奇派對	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	450
4/24-5/5	2019 台灣文化創意設計博覽會	台灣創意設計中心	展覽	自由入場	12	2	85,000
4/25	2019 Dulux 得利塗料	庫瑞整合行銷	發表會	邀請函	1	1	100
4/25	Legacy Presents【2019 大嘻地】：Pass Da Mic	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	90
4/25-4/28	2019 動見体《野良犬之家》	動見体劇團	表演	售票	4	5	563
4/25-4/30	「CAMPER TIMELESSNESS 台灣青年創作展」	團團文創	展覽	自由入場	6	1	37,000
4/26	黃子佼第一場售票演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	560
4/26	(拱廊) 李清志×杜祖業：東京城市美感 vs. 生活美學《東京未來派》新書座談 3	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	80
4/26	自製素材拼貼小卡手帳練習	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	1	1	5
4/26	紙膠帶素材拼貼 _ 花與色塊萬用卡練習	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	1	1	5
4/26	臺灣野鳥攝影精進班 - 作品檢討和結業授證	ECO HUB	進修研習	自由入場	1	1	16
4/26-4/28	新機上市記者會	利眾公關	記者會	邀請函	3	1	2,500
4/26-5/5	愛馬仕 Silk Mix 男士絲巾唱片快閃店	香港商愛馬仕台灣分公司	展覽	自由入場	10	2	28,000
4/27	2019 春季思沙龍「面對未來 - 你準備好了？」	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	230
4/27	2019 Voice Up Concert 讚聲演唱會 - [動力火車]	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,100
4/27	就是義式冰淇淋 The nineS gelato 夏日試吃活動	未來市	行銷活動	自由入場	1	1	124
4/28	《東京高圓寺阿呆共舞海外見學體驗》工作坊	台灣文化政策研究學會	演講座談	自由入場	1	1	117
4/28	2019 Voice Up Concert 讚聲演唱會 - [炎亞綸]	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	880
4/28	啤酒頭 - 生啤酒試飲活動	未來市	行銷活動	自由入場	1	1	131
4/29	紙膠帶拼貼 _ 一束花給你 (草莓花束)	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	1	1	5
4/30	大誌雜誌月會	大誌雜誌	公益活動	不對外開放	1	1	50
4/30	Timberland F19 Women Campaign	Growthring & Company Limited	商業拍攝	不對外開放	1	1	10
4/30-5/2	《吳越春秋之美人心計》	臺師大表藝所賴冠穎	表演	售票	3	4	331
5/1-5/31	tsurugi 堂、knoten、kyupodo 活版印刷特展	小器生活空間	展覽	自由入場	31	1	53,049
5/1-5/31	小器七週年生日快樂，週年慶限定活動開跑	小器生活空間	行銷活動	自由入場	31	1	61
5/3、5/9	母親節特輯 - 希臘神話入花：狄米特主神花盆	FAB Café	手工坊	售票	2	2	9
5/4	Tik Tok 家有毛網紅公益園遊會	展逸國際	市集	自由入場	1	1	800
5/4	2019 Voice Up Concert 讚聲演唱會 - [郝可唯]	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	400
5/4	母親節書法手作課程	好樣思維	手工坊	自由入場	1	1	7
5/4、5/10	Fab Class - 寫生雕花玻璃杯	FAB Café	手工坊	售票	2	3	28
5/4-5/5	樂淇蘋果試吃活動	知禾觀點	體驗活動	自由入場	2	1	500
5/4-5、5/11-12、5/18-19、5/25-26	假日街頭表演 (5 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	8	48	9,600
5/5	科學史沙龍	台大科教中心	演講座談	索票	1	1	22
5/5	2019 Voice Up Concert 讚聲演唱會 - [Luji(黃莉)]	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	300
5/5	2019 Voice Up Concert 讚聲演唱會 - [Anly]	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	100
5/6	傳說對決 SG 城市賽	意思國際	競賽	不對外開放	1	1	1,500
5/7	Rado 媒體經銷商大會	人方策略整合行銷公司	會議	邀請函	1	1	120
5/7-7/4	家的記憶 - 筑子創作展 Memory of Home	未來市	展覽	自由入場	59	3	21,700
5/8-5/19	夏姿 · 陳 _ 針間絮語	夏姿服飾公司	展覽	自由入場	12	1	13,386
5/9	第 38 屆行政院文化獎頒獎典禮	創藝傳媒	頒獎典禮	邀請函	1	1	130
5/9	The Next Big Thing 大團誕生（開發場 3）	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	150
5/9-5/11	「搞什麼東西！？」聲音劇場展演	世新大學廣播電視電影學系	表演	售票	3	3	373
5/10	新書分享會 - 曬冰島	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	60
5/10-11、5/17-18、5/24-25、5/31	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	7	7	323
5/10、5/22	木吉他之夜	Piccola Botega	音樂展演	自由入場	2	2	112

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
5/10-5/13	第五屆 愛。分享親子市集	台灣卡多摩嬰童館	體驗活動	自由入場	4	1	20,000
5/10-6/9	光年之外—窺探宇宙秘密	台灣文創發展公司	展覽	自由入場	31	2	18,452
5/11	城市與華山有約	臺北城市科技大學學生會	聯誼活動	自由入場	1	1	1,000
5/11	Nulbarich ONE MAN TOUR 2019	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	650
	-Blank Envelope-						
5/11	《華府聲音：排灣族與國務院、林獻堂與櫻花考、大使館與黨外圈，你所不知道的 60 個台美故事》新書分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	30
5/11、5/23	Fab Class - 我的自拍印章 (5 月)	FAB Café	手工坊	售票	2	3	14
5/11-5/12	天滿天神梅酒祭	小器梅酒屋	體驗活動	自由入場	2	1	1,200
5/11-5/12	MIKU EXPO 2019 臺灣企劃展	旭本國際實業公司	展覽	自由入場	2	1	2,000
5/11-12、5/18-19、6/22-23	美樂思在台五周年 期間限定快閃店	亞星通公司	體驗活動	自由入場	6	2	2,800
5/12-5/13	iDrip 咖啡冠軍體驗會	AeSA 亞太品牌加速器	會議	自由入場	2	1	120
5/12-16、5/19-23、5/26-30、6/2-6	2019 《潮》莫斯科巡演排練	無垢舞蹈劇場	藝文活動	不對外開放	20	20	500
5/15	2019 富士搖滾音樂祭 FujiRock 時尚攻略	未來市	展覽	自由入場	1	1	20
5/16	日出茶太茶吧手競賽	六角國際	競賽	邀請函	1	1	80
5/16	本事現場 20 老派約會遇見 Lover Boy：Phum Viphurit Live in Taipei	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,250
5/16	文化 987—在華山對話	台灣文化政策研究學會	演講座談	售票	1	1	75
5/16-5/19	ZA SHARE Youth 雜學青 _ 多元學習博覽會	奧茲品牌策展公司	展覽	售票	4	1	15,000
5/17	「美學，其實我們都有關係」 not just talk 系列 2 < 當導演走進電影院 >	樹梅文化藝術基金會	演講座談	索票	1	1	60
5/17	Mary See the Future 《梅雨季》2019	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,000
5/17	新書分享會 《貓狗說的人類文明史》故事主編 胡川安 x 寵物溝通師 Leslie 說故事給你聽	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	32
5/17-5/19	華山文旅客 X 今秋移住計畫	台灣文創發展基金會、鹿港团仔文化事業	演講座談	索票	3	1	5,000
5/18	【思沙龍】當每個人都老了——全球醫療體系的大變革	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	269
5/18	站出來 音樂挑戰賽 8	亞凸席行銷有限公司	表演	自由入場	1	1	800
5/18	Tizzy Bac『知人．怒唱一波』台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,050
5/18	Fab Class - 紙皮革小物吃到飽	FAB Café	手工坊	售票	1	1	9
5/18	活動青鳥 X 獨步推理課：幫文豪檢查身體，以及他們如何敘說文明	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	20
5/18-19、5/25-26	週末療癒多肉植物手作教室 (5 月)	美樂思在台五周年快閃店	手工坊	索票	4	4	24
5/18、5/20、5/25	凜小花的輕水彩速寫體驗課—草莓派	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	3	3	17
5/18-5/19	tsurugi 堂、knoten、kyupodo 活版印刷工作坊	小器生活空間	手工坊	售票	2	1	14
5/18-19、5/25-26	就是義式冰淇淋 The nineS gelato 夏日試吃活動	未來市	行銷活動	自由入場	4	2	275
5/19	【華山文旅客 X 嘉義新港】兩代對談，地方非營利組織的世代傳承	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	89
5/19	2019 蘭裏子公平貿易服裝秀	蘭裏公平貿易公司	發表會	綜合 (售票+自由入場)	1	1	300
5/19	Tizzy Bac『知人．怒唱一波』台北場 加場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,050
5/19	《喫茶萬歲》全台首場新書分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	40
5/21	凜小花的輕水彩速寫體驗課—草莓聖代	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	1	1	5
5/22	家的記憶 筑子創作展 竹編工作坊㊶ 配色竹編小籃	未來市	展覽	自由入場	1	1	10
5/24	CreativeMornings Taipei 創意早晨講座／五月	Impact Hub Taipei 社會影響力製造所	演講座談	索票	1	1	47
5/24	沛納海貴賓晚宴	叁象廣告有限公司	聯誼活動	邀請函	1	1	150
5/24	Legacy Presents【2019 鐵漢柔情】：柯有倫「從心出發」演唱會 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	200
5/24	複合媒材＋紙膠帶拼貼 _ 清新小卡手帳拼貼練習	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	1	1	6
5/24	紙膠帶拼貼 _ 美好風景撕貼畫	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	1	1	6

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
5/24-5/26	2019 美麗生活節	台北市電腦商業同業公會	體驗活動	售票	3	1	10,000
5/25	2019【突破論壇】新時代政府 - 高教鬆綁	長風基金會	演講座談	索票	1	1	141
5/25	這是一個搖擺爵士趴 What The PA! Vol.8	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	153
5/25	來想想 - 跟小孩一樣 草地哲學討論會	鮮乳坊	演講座談	自由入場	1	4	60
5/25-5/26	爽啖體驗車試飲暨媒體發佈會	品酷廣告公司	體驗活動	自由入場	2	1	3,000
5/25-5/26	打 GAME 吃品客	雉羽整合行銷	體驗活動	自由入場	2	1	1,000
5/25-6/2	閃亮五月桃嫁到！水蜜桃試吃活動	嵐光－青春農藝駐所	行銷活動	自由入場	4	4	130
5/25-6/23	中川政七商店 POP UP SHOP	小器生活創意	市集	自由入場	33	2	48,127
5/26	科創講堂 Tech-Talk FORUM 2019－智慧城市	遠流出版公司	演講座談	索票	1	2	280
5/26	Free Fire 2019 春季爭霸戰	意思國際有限公司	競賽	自由入場	1	1	400
5/26	梁文音《#2019 還在聽》期間限定演唱會 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	680
5/26	來想想 - 跟小孩一樣 草地哲學討論會	鮮乳坊	演講座談	自由入場	1	4	60
5/28	CLARINS 新品上市記者會	正好公司	發表會	邀請函	1	1	200
5/28	The North Face 2019Team Building Program	龐德上創意公司	演講座談	不對外開放	1	1	65
5/28	盧靜子 TRIBUTE TO MY TRIBE 2019 懷舊演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	630
5/29	2019 東方紋繡藝術祭	偽妝公司	發表會	邀請函	1	1	120
5/29	K2 記者會	衍序規劃設計顧問公司	記者會	邀請函	1	1	60
5/29	Grace 美學講座	未來市	演講座談	自由入場	1	1	30
5/29、5/30	Fab Class - 我的第一幅雷雕墨鏡	FAB Café	手工坊	售票	2	2	36
5/30	獨角獸自由講堂	李惠貞	演講座談	索票	1	1	40
5/30	Legacy x 人人有功練【2019 大嘻地】：南拳北腿	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	95
5/30-6/1	日本特選品展 MIJ Special Select Shop Fair Summer 2019	亞洲大志國際顧問公司	市集	售票	3	2	5,500
5/31	《親愛的死者》畢業公演	臺灣戲曲學院劇場藝術系高職部	表演	售票	1	2	189
5/31	TSULAI 台式生活美。生活植人	未來市	展覽	自由入場	1	1	30
5/31	愛情不用翻譯 The Jesus And Mary Chain 台北演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,200
5/31-6/1	KANEJU 品牌主理人親臨未來市手沖試飲	未來市	行銷活動	自由入場	2	2	100
5/31-6/2	TAMASHII Feature’ s 2019 in TAIWAN	傳揚行銷	展覽	自由入場	3	2	9,300
5/31-6/2	日本手作職人創意市集 第三回 Connect Asia in Taipei 3rd	欣宸國際	市集	售票	3	2	17,000
5/31-6/30	也山：古窗花玻璃鑲嵌展	好樣思維	展覽	自由入場	31	2	8,015
6/1	MASKING 奔跑吧！膜王	海欣國際	體驗活動	自由入場	1	1	400
6/1	108 年節能月聰明用電現在式－阿光節電市集	威立顧問公司	市集	自由入場	1	1	1,500
6/1	台北市民打擊重奏團《擊樂傳晴》	市民管樂團	表演	售票	1	1	120
6/1	GARNiDELiA stellacage Asia Tour 2019 " 響喜乱舞 " in Taipei	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,050
6/1	性別是什麼？從女性主義的重新思索	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	16
6/1	木下真子 聽不到的風景 開幕茶會	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	50
6/1-6/2	雅漾防曬專車巡迴活動	群策整合行銷	體驗活動	自由入場	2	1	800
6/1、6/13、6/20	Fab Class - 寫生雕花玻璃杯	FAB Café	手工坊	售票	3	4	32
6/1-2、6/8-9、6/15-16、6/22-23	週末療癒多肉植物手作教室 (6 月)	美樂思在台五周年快閃店	手工坊	索票	8	8	44
6/1、6/21、6/22、6/28、6/29	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	5	8	80
6/1、6/3	凜小花的輕水彩速寫體驗課－粽子	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	2	2	12
6/1-6/2、6/7-6/8	就是義式冰淇淋 The nineS gelato 夏日試吃活動	未來市	行銷活動	自由入場	4	2	215
6/1-2、6/7-9、6/15-16、6/22、6/29-30	假日街頭表演 (6 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	10	58	11,600
6/1-6/30	KAYO AOYAMA 展	小器生活空間	展覽	自由入場	30	1	46,000
6/2	2019 智慧活力趴	愛創意有限公司	市集	自由入場	1	1	800
6/2	2019 IM 春季班成果發表	紐約音樂藝術聯盟	表演	售票	1	4	290
6/2	Acapellago 人聲樂團 Live in Taiwan- 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	194
6/2	木下真子 聽不到的風景 座談會	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	15
6/3-6/21	建築學人 德國實驗社區 展示裝置	建築學人地產發展公司	行銷活動	自由入場	19	1	1,000
6/5	Dream Big 元大公益圓夢計畫期末發表會暨教育成果展	元大教育基金會	演講座談	索票	1	1	300

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
6/5	洪安妮【世界這麼有趣 哪能一直傷心】演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	500
6/5-6/10	百齡譚威士忌玩味體驗展	正好公司	體驗活動	綜合(售票+自由入場)	6	1	6,246
6/6	The Next Big Thing 大團誕生 (開發場 4)	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	520
6/6-6/16	20 珂學肌膚知識特展	貝立德公司	體驗活動	自由入場	11	1	11,124
6/7	【華山文旅學 X 相遇大稻埕】從老屋活化到街區振興	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	90
6/7-6/8	一秒農田到餐桌	嵐光－青春農藝駐所	體驗活動	售票	2	2	50
6/7-6/9	2019 鄧予立攝影展	亨強國際旅行社	展覽	自由入場	3	1	2,600
6/7-6/9	水水夏季職人展	水水文創	市集	自由入場	3	1	3,000
6/8	馬祖莒光方塊海推廣行銷市集	緯諺國際整合行銷	記者會	自由入場	1	1	500
6/8	人類世的文化與科技－臺灣社會如何實驗藝術？	國立臺灣大學	演講座談	自由入場	1	1	102
6/8	2019 Voice Up Concert 讚聲演唱會 -[邵雨薇]	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,000
6/8	2019 Voice Up Concert 讚聲演唱會 -[朱俐靜]	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	600
6/8-6/14	嬉戲百老匯 6s《我是導演我要唱歌》-聲音演唱技巧大師班	躍演	表演	售票	7	1	117
6/8-6/30	片桐仁 無厘頭雕塑藝術 — 「技力展」	華山 laugh&peace factory	展覽	自由入場	23	1	20,800
6/8-6/9	Taipei Major	Eliphant Pte Ltd	競賽	售票	2	1	1,500
6/9	科技大擂台「AI 資安攻防戰」決賽	國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心	記者會	自由入場	1	1	500
6/9	2019 Voice Up Concert 讚聲演唱會 -[藍又時]	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	650
6/11	華山紅館書院開講 平路禪坐觀心 - 深觀與覺知	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	20
6/13	家的記憶 筑子創作展 竹編工作坊㊟ 菊花紋隔熱墊	未來市	展覽	自由入場	1	1	5
6/13	Legacy Presents【2019 大噓地】：海底隊、戰犯、絕情少年 ZENBØ	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	91
6/13	XS Project Exchange Tokyo Taiwan Bottom-up thinking about city's ecosystem	FAB Café	手作工坊	售票	1	1	22
6/14	微軟駭客松	傳揚行銷廣告公司	會議	邀請函	1	1	100
6/14	Legacy Presents【2019 鐵漢柔情】：任賢齊「男子漢」演唱會 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	650
6/14	歷史教育可以拯救民主制度嗎？正義的追尋：台灣民主地圖第四卷	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	34
6/14-6/16	2019《禮物之靈》首演	世紀當代舞團	表演	不對外開放	3	4	394
6/15	WATCH OUT 2019	時間標記	發表會	自由入場	1	1	600
6/15	Fab Class - 我的自拍印章	FAB Café	手作工坊	售票	1	2	10
6/15	設計的美好關係講座	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	80
6/15-6/16	Flavor Bazaar 飲食美學市集	質人文化創意事業	市集	售票	2	1	6,000
6/15-6/16	臺北市創新智慧教育展 WISE+	人嶼科技藝術	演講座談	自由入場	2	1	7,100
6/15-6/16	GreenDay · 綠日子 無塑野餐綠能音樂會	綠色和平基金會	公益活動	自由入場	2	1	4,500
6/15-6/16	2019 STRONGBOW 詩莊堡蘋果酒派樣推廣活動	經緯行動策略行銷公司	體驗活動	自由入場	2	1	6,000
6/15-6/16	Chocola BB 夏日祭典粉絲會	三聖國際整合設計公司	記者會	自由入場	2	1	1,300
6/15-6/16	就是義式冰淇淋 The nineS gelato 夏日試吃活動	未來市	行銷活動	自由入場	2	1	300
6/15-7/14	Swatch BigBokd 藝術塗鴉牆	庫瑞整合行銷	行銷活動	自由入場	30	2	2,300
6/16	2019 台灣國際黯黑舞蹈節	滅劇場	表演	售票	1	1	120
6/16	紅鼻子鵲寶公益劇團 X 金枝演社公益陪伴童樂會計劃	俠客行文創顧問公司	表演	邀請函	1	1	250
6/16	萬芳 2019 小巡演 我們在 / 這裡 / 相遇—台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	690
6/16、6/23	美麗水彩插畫入門課 / 四季 (6 月)	日常惜字所－能藝文具概念店	手作工坊	售票	2	2	11
6/17	年度製作《鳧遊》形象拍攝	創造焦點	商業拍攝	不對外開放	1	1	17
6/17、6/20、6/27、7/8、7/11-12、7/15、8/5、8/7、8/12、8/19、8/26-27	《西哈遊記》排練	耳東劇團	藝文活動	不對外開放	13	13	520
6/18	MB 2019 1H Townhall Meeting (臺灣賓士員工大會)	元創活動行銷公司	會議	不對外開放	1	1	400
6/18	華山紅館書院開講 平路禪坐觀心 - 追尋者的奧祕	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	12
6/19	茶沙龍：喝茶聊設計－馮宇的日常觀察	未來市	演講座談	自由入場	1	1	17

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
6/19	推敲樂器的適應性	FAB Café	手作工坊	售票	1	1	29
6/20	焦點中國	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	370
6/20	家的記憶 筑子創作展 竹編工作坊㊟ 六角孔編花器	未來市	展覽	自由入場	1	1	6
6/20	Legacy Presents【2019 大噓地】：DATS DA SHIT & FRIENDS	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	105
6/20	《反造城市》《反造再起》新書發表會台北場	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	50
6/20-6/21	第十四屆金門書展：台澎金馬巡迴展台北場	萬卷樓圖書公司	展覽	自由入場	2	1	300
6/20-6/22	此時此刻。元寶 40 年展	元寶實業	體驗活動	自由入場	2	1	1,910
6/21	CreativeMornings Taipei 創意早晨講座／六月	Impact Hub Taipei 社會影響	演講座談	索票	1	1	51
6/21	2019 Voice Up Concert 讚聲演唱會 -[韋禮安]	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,208
6/21	框框手帳小卡拼貼練習	日常惜字所－能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	5
6/21	紙膠帶拼貼 _ 花園圈練習	日常惜字所－能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	5
6/21-6/23	2019 森林市集	風潮音樂	市集	自由入場	3	1	32,000
6/22	F.I.R. 造夢者公益音樂園遊會	華研國際	市集	自由入場	1	1	2,000
6/22	2019 Voice Up Concert 讚聲演唱會 -[韋禮安]	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,248
6/22	Fab Class - 紙皮革小物吃到飽	FAB Café	手作工坊	售票	1	2	7
6/22	阿飛《別在走遠後才想起說再見》新書分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	34
6/22-6/23	《新秩序藍色星期一》	曼丁身體劇場	表演	售票	2	2	116
6/22-6/23	媒雨季—2019 大同大學媒體設計學系期末成果展	大同大學媒體設計學系	展覽	自由入場	2	2	300
6/22-9/8	巴黎龐畢度中心 哇！馬戲團 工作坊	聯合數位文創	展覽	索票	79	4	5,539
6/23	天堂 M - 戰出硬派魂	瓊達有限公司	體驗活動	自由入場	1	1	2,000
6/23	MC HotDog 熱狗 2019 廢慾清演唱會 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,255
6/23、7/7	2019 華山親子表藝節《小丑寶貝遊樂園》工作坊	魔梯形體劇場	表演	售票	2	4	156
6/24	圓圓圈練習	日常惜字所－能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	5
6/24	《釧兒》排練	躍演	藝文活動	不對外開放	1	1	25
6/25	金庸武俠華山論劍特展開幕記者會	遠流出版公司	記者會	自由入場	1	1	120
6/25	華山紅館書院開講 平路禪坐觀心 - 怨憎會與愛別離	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	15
6/26	文化 987，在華山對話！	臺灣文化政策研究學會	演講座談	售票	1	1	60
6/26	2019 華山親子表藝節《Hi！皮諾丘》排練	謎思星球劇團	表演	售票	1	1	10
6/26-27、7/3-4、7/11、7/18	《行為指南》排練	小事製作	藝文活動	不對外開放	6	6	90
6/26-9/15	【金庸武俠－華山論劍】特展	聯合數位文創	展覽	售票	82	4	17,513
6/27-6/29	YAMAHA 新車上市記者會	絕不公司	記者會	其他	3	1	800
6/27-7/14	自由之翼展	香港世紀奧美公關台灣分公司	記者會	自由入場	18	2	7,500
6/28-9/15	動物也瘋狂 朝隈俊男的 Animal Life	寬宏藝術	展覽	售票	80	4	23,154
6/28	真情真意：華語影壇第一代玉女巨星甄珍的千言萬語新書發表會	時報出版公司	演講座談	索票	1	1	350
6/28	華山學校開幕式暨講座	台灣文創發展公司	演講座談	索票	1	1	40
6/28	Legacy Presents【2019 鐵漢柔情】：柯智棠《陽光燦爛》Live Concert- 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	681
6/29	科創講堂 Tech-Talk FORUM 2019－智慧醫療	遠流出版公司	演講座談	索票	1	2	350
6/29	May'n ASIA TOUR 2019「KICK IT UP!!」in TAIPEI	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	670
6/29	Fab Class - 我的第一幅雷墨墨鏡	FAB Café	手作工坊	售票	1	2	10
6/29	凜小花的輕水彩速寫體驗課－草莓聖代	日常惜字所－能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	5
6/29-6/30	YAMAHA CUXI 進化藝術牆巡迴展	天閣創意行銷	體驗活動	自由入場	2	1	2,000
6/29-6/30	裸奔 NAKED ESCAPE	藏邑國際	體驗活動	自由入場	2	1	2,000
6/29-6/30	emoji Pop-up Store 表情符號放暑假	又喜實業	展覽	自由入場	2	1	445
6/29-6/30	《噢？是誰住在土壤裡？》科學家＋操偶師的	無獨有偶工作室劇團	表演	售票	2	3	72
6/29-6/30	科普偶戲工作坊						
6/29-6/30	茶師青農分享會	貓茶町	演講座談	自由入場	2	2	10
6/29-7/7	幸福與感恩的饗宴—手做家具師生畢業聯展	花蓮縣立玉東國民中學	展覽	自由入場	9	2	19,176
6/29-9/22	泡泡先生粉愛變繽紛特展	飛躍文創公司	展覽	售票	86	4	19,809

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
6/29-9/22	玩具解剖展 JASON FREENY ASIA	啟藝文化創意有限公司	展覽	售票	86	4	60,616
6/29-9/22	幻・影・彩 萬花筒特展	時藝多媒體	展覽	售票	86	4	55,711
6/30	PUBG Mobile 俱樂部公開賽	台灣電競	競賽	不對外開放	1	1	150
6/30	2019 華山親子表藝節《音樂律動》工作坊	謎思星球劇團	表演	售票	1	2	48
6/30	距離下一次金曲獎只剩大概 364 天	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	425
7/1-7/28	2019 Coffee Journey 星巴克咖啡旅程	悠旅生活事業	體驗活動	售票	28	1	8,400
7/1-7/29	獅子王	金都美術廣告公司	體驗活動	自由入場	29	1	18,300
7/2	2019 臺北藝穗節 - 亮相記者會	台北市文化基金會	記者會	自由入場	1	1	72
7/2	【紅館】華山紅館書院開講 平路禪坐觀心	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	15
	- 美與無常						
7/3	街頭作品實驗室第四季工作坊	臺灣街頭藝術文化發展協會	進修研習	不對外開放	1	1	14
7/3	2019 瀨戶內國際藝術祭完全解析（第二彈）	未來市	演講座談	自由入場	1	1	18
7/3	Mary See the Future X 廩先生：「夢行動物」	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,000
	夏夜限定演唱會						
7/4	The Next Big Thing 大團誕生（開發場 5）	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	110
7/4	開幕儀式 - 岩手縣限代表吉祥物 碗子兄弟到場	日本東北快閃店	行銷活動	自由入場	1	1	30
7/4、7/8	《女人心》Her Story 音樂劇排練	楊景翔演劇團	藝文活動	不對外開放	2	2	20
7/4-7/12	DIY 體驗～各城市傳統小玩具手作體驗	日本東北快閃店	手工作坊	自由入場	9	1	42
7/4-7/15	OPPO 新機戶外體驗活動	薩摩亞商新茂環球台灣分公司	體驗活動	自由入場	12	1	6,500
7/4-7/5	2019 世新大學話劇社夏季期末對外公演《再約》	世新話劇社	表演	索票	2	3	300
7/5	高爾宣「洗爾恭聽 Osn All Ears」- 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,050
7/5	《跟紐約時尚插畫教授學頂尖創意》分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	55
7/5-6、7/12-13、7/19-20、7/26-27	華山學校實習 2.0 (7 月)	台灣文創發展公司	進修研習	索票	8	16	560
7/5-/6、7/7、7/12-14、7/19-21、7/26-28	茶師青農分享會	貓茶町	演講座談	自由入場	12	12	58
7/5、8/3	2019 華山親子表藝節《大家來玩偶》工作坊	全西園掌中劇團	表演	售票	2	2	45
7/5-6、7/12-13、7/19-20、7/26-27	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	8	8	236
7/5-7/7	理膚寶水	九井廣告公司	體驗活動	自由入場	3	1	4,000
7/5-7/7	楓之谷一周年嘉年華會	歐米爾網路科技公司	展覽	自由入場	3	1	800
7/5-7/7	愛手創 職人涼夏祭	欣宸國際公司	市集	自由入場	3	1	2,000
7/5-7/8	原子能科技科普展	行政院原子能委員會	展覽	自由入場	4	1	10,333
7/5-8/31	紙・植物標本	未來市	展覽	自由入場	58	2	22,000
7/6	2019 華山親子表藝節《玩具再生》工作坊	噹劇場	表演	售票	1	1	15
7/6	覺醒音樂祭 十周年：土屋安娜 LIVE IN TAIPEI	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	350
7/6	2019 Fab Class - 寫生雕花玻璃杯	FAB Café	手工作坊	售票	1	2	10
7/6	台灣虎航當家人氣吉祥物～” 虎將” 一日店長	日本東北快閃店	行銷活動	自由入場	1	1	50
7/6	思沙龍 / 焦點中國	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	350
7/6、7/20	凜小花的輕水彩速寫體驗課－哈密瓜聖代	日常惜字所－能藝文具概念店	手工作坊	售票	2	2	12
7/6-7、7/13-14、7/20-21、7/27-28	假日街頭表演 (7 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	8	39	7,800
7/7	科學史沙龍	台大科教中心	演講座談	索票	1	1	38
7/7	[ALEXANDROS] Sleepless in Taipei	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	800
7/7-10/6	金田一少年之事件簿探偵大展	華山 laugh&peace factory	展覽	自由入場	92	4	18,750
7/8-7/11	臺灣吧第三屆新媒體教育營 (7 月)	臺灣各種吧	進修研習	索票	4	1	69
7/9	2019 BMW 越山向海人車接力台灣賽 HOOD	聯網國際資訊公司	記者會	邀請函	1	1	100
	TO COAST						
7/9	【紅館】華山紅館書院開講 平路禪坐觀心	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	14
	- 低谷是禮物						
7/9、7/16-17、7/29	《綠島小夜曲》排練	果陀劇場	藝文活動	不對外開放	4	4	65
7/9-8/6	東京鐵塔搬家了！ DV TOKYO 童齡快閃店	翔宇生醫科技公司	體驗活動	自由入場	29	2	5,400
7/10	2019 華山親子表藝節《角色活起來了》工作坊	噹劇場	表演	售票	1	1	13
7/10	再會吧北投 原聲帶 發表會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	400

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
7/10	EEF 講堂 氣候變遷下的流域水文學	ECO HUB	演講座談	自由入場	1	1	30
7/11	東喜鋪線下聊天室：東京的日常與非日常	未來市	演講座談	自由入場	1	1	30
7/12	美學，其實我們都有關係 not just talk 系列 2	樹梅文化藝術基金會	演講座談	索票	1	1	65
7/12	《UA Train X Run 新品上市暨訓練課程發表記者會》	孟橙策略行銷	記者會	邀請函	1	1	96
7/12	北歐療癒琴人 José González 2019 Taipei Concert	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	500
7/12	Fab Class - 雷切木戒指工作坊	FAB Café	手工作坊	售票	1	1	5
7/12-10/6	玩具 FUN 派對期間限定店	愛貝克思	行銷活動	自由入場	87	4	126,062
7/12-7/14	2019 華山親子表藝節《親愛的丑寶貝》演出	魔梯形體劇場	表演	售票	3	5	729
7/13	2019 華山親子表藝節《集體彩繪》工作坊	謎思星球劇團	表演	售票	1	1	30
7/13	2019 華山親子表藝節《怪獸聲音公司》工作坊	噹劇場	表演	售票	1	1	19
7/13	華納音樂 pop-up 一日限定快閃店	華納國際	體驗活動	自由入場	1	1	500
7/13	好人的搖滾樂 Yo La Tengo Live in Taipei 2019	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,000
7/13	Fab Class - 紙皮革小物吃到飽	FAB Café	手工作坊	售票	1	2	13
7/13、7/27	凜小花的輕水彩速寫體驗課－草莓聖代	日常惜字所－能藝文具概念店	手工作坊	售票	2	2	12
7/13-7/14	明治「塊」樂育兒親子園遊會	台灣電通	體驗活動	自由入場	2	1	4,800
7/14	2019 華山親子表藝節《摸一摸、瞧一瞧》工作坊	兩兩製造聚團	表演	售票	1	2	60
7/14	2019 華山親子表藝節《驚奇馬戲團》親子科學實驗室工作坊	謎思星球劇團	表演	售票	1	1	42
7/14	That's My Shhhh 4	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,050
7/14	《偏執曼谷 The rice/potato guide to Bangkok》讀者見面會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	70
7/16-7/17	2019 華山親子表藝節《話畫在華山》導覽繪畫工作坊	利百代國際	表演	售票	2	4	161
7/17	文化 987，在華山對話！	臺灣文化政策研究學會	演講座談	售票	1	1	60
7/17-7/18	唐寧茶調飲大賽 TWININGS Grand Prix2019	全人類有限公司	記者會	不對外開放	2	1	200
7/18	紙植物標本剪紙工作坊	未來市	手工作坊	自由入場	1	1	12
7/18	馬可李羅七月新書《故事派》讓故事的派對不歡不散	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	12
7/18-7/28	《HENNESSY DECLASSIFIED 解碼軒尼詩 互動體驗特展》	展逸國際	體驗活動	售票	11	1	5,000
7/19	CreativeMornings Taipei 創意早晨講座／七月	Impact Hub Taipei 社會影響力製造所	演講座談	索票	1	1	55
7/19	宇宙人【再陪我玩十年】巡迴演唱會 台北站	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,238
7/19、7/20	美麗花水彩插畫課	日常惜字所－能藝文具概念店	手工作坊	售票	2	2	11
7/19-7/21	2019 華山親子表藝節《Hi ！皮諾丘》演出	謎思星球劇團	表演	售票	3	7	959
7/20	【華山文旅學 X 相遇地方】青山裡的黑金 (于國華、華偉傑、羅永昌)	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	79
7/20	永豐銀行夏日綠活動	展逸國際企業有限公司	記者會	自由入場	1	1	1,000
7/20	啤酒頭釀造 24 節氣啤酒推廣	未來市	行銷活動	自由入場	1	1	52
7/20	山淵	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,009
7/20	Fab Class - 我的自拍印章	FAB Café	手工作坊	售票	1	2	10
7/20-7/21	微醉療癒角落	精實企業管理顧問公司	體驗活動	自由入場	2	1	1,200
7/20-7/21	LA NEW 適足車 VS 迪士尼獅子王電影版形象活動	老牛皮國際公司	體驗活動	自由入場	2	1	800
7/21	手繪神遊，發現台灣經典古建築中的匠心與創意－《直探匠心》新書講座暨分享會	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	137
7/21	《阿里動物園》排練	躍演	藝文活動	不對外開放	1	1	14
7/21	2019 好客民宿嘉年匯	興展創意數位	體驗活動	自由入場	1	1	400
7/21	就是義式冰淇淋 The nineS gelato 夏日試吃活動	未來市	行銷活動	自由入場	1	1	48
7/21	SHARE YOUR LOVE 分享愛 6 週年 LIVE AT LEGACY	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	478
7/22	BAZZI LIVE IN TAIPEI 2019 巴茲 2019 台北演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	480
7/23	【紅館】華山紅館書院開講 平路禪坐觀心	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	15
	- 轉念與和解						

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
7/23-7/25	2019 Studio Q 表演教室亞洲傳統戲曲工作坊	拙八郎創意	手工工坊	售票	3	3	45
	－日本舞蹈						
7/24	ANNE-MARIE SPEAK YOUR MIND TOUR LIVE	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,080
	IN TAIPEI 安瑪莉 2019 台北演唱會						
7/25	清新小卡手帳拼貼練習	日常惜字所－能藝文具概念店	手工工坊	售票	1	1	4
7/25	紙膠帶拼貼_美好風景撕貼畫	日常惜字所－能藝文具概念店	手工工坊	售票	1	1	5
7/26	守護愛相伴公益慈善演唱會	岱瑪金誠國際	市集	自由入場	1	1	800
7/26	2019 守護愛相伴公益演唱會 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	500
7/26	螢幕作品跳槽中 Hello VR！	FAB Café	手工工坊	售票	1	1	5
7/26-7/28	2019 華山親子表藝節《爺爺的飛行車》演出	嗜劇場	表演	售票	3	8	473
7/26-7/28	BANPRESTO EXPO 2019	傳揚行銷廣告公司	展覽	自由入場	3	1	20,000
7/26-7/28	Nijiyura WORKSHOP 手拭巾涼扇・束口袋工作坊	小器生活空間	手工工坊	售票	3	11	86
7/26-8/12	注染手拭巾 Nijiyura 展	小器生活空間	展覽	自由入場	18	2	27,955
7/27	JONY J WORLD TOUR 2019 台北現場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,200
7/27	Fab Class - 我的第一副雷雕墨鏡	FAB Café	手工工坊	售票	1	2	10
7/27-10/14	愛生活＋職感館 KAKAO 快閃店	欣宸國際公司	體驗活動	自由入場	80	4	19,161
7/27-7/28	乾杯 20 週年大感謝！乾杯夏祭	乾杯公司	體驗活動	自由入場	2	1	3,000
7/27-7/28	第一銀行歡慶 120 週年 打卡上傳 3 重送	先擎公關顧問公司	體驗活動	自由入場	2	1	1,300
7/31	科技產品發表會	伊瑪格科技	記者會	不對外開放	1	1	300
8/1-8/4	2019 秋冬新品發表＋公益前哨站 POP-UP	友銓電子	發表會	自由入場	4	1	10,000
	STORE						
8/1-8/31	Fresh Taiwand 快閃計畫	未來市	行銷活動	自由入場	31	1	11,000
8/1-9/2	結城琴乃 個展『白與黑與銀色』	小器生活空間	展覽	自由入場	33	2	17,333
8/2	2019 華山親子表藝節《寶實劇場創作與實踐》	兩兩製造聚團	表演	售票	1	1	12
	工作坊						
8/2	2019 第十一屆正宗華語金曲之夜 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,100
8/2	螢幕作品跳槽中 Hello VR！	FAB Café	手工工坊	售票	1	1	18
8/2-3、8/4、8/9-11、8/16-18、8/23-25、8/30-31	茶師青農分享會	貓茶町	演講座談	自由入場	14	14	63
8/2、8/3、8/9、8/10、8/16、8/17、8/23、8/24	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	8	16	263
8/2、8/3、8/9、8/12、8/14、8/15、8/16、8/17、8/18、8/23、8/30、8/31	華山學校實習 2.0 (8 月)	台灣文創發展公司	進修研習	索票	12	17	700
8/2-8/4	《嬉戲百老匯 6S—今天不導戲，全部給我來上課！》	躍演	表演	售票	3	3	178
8/3-10/3	拾荒：鄧曉華個人拼貼展	好樣思維	展覽	自由入場	62	3	950
8/3	PChome 狂禮 88 嘉年華 狂歡同樂會	網路家庭國際資訊公司	體驗活動	自由入場	1	1	2,000
8/3	厝內－人生梳理窗之寫字傳心	未來市	展覽	自由入場	1	1	35
8/3	2019 PUNKERS THREE	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	680
8/3	寫生雕花玻璃杯	FAB Café	手工工坊	售票	1	2	10
8/3-8/4	2019 華山親子表藝節 寶實劇場特定空間展演	兩兩製造聚團	表演	售票	2	6	352
	《水》演出						
8/3-4、8/10-11、8/17-18、8/24-25、8/31	假日街頭表演 (8 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	9	37	9,250
8/4	從《通靈少女》到《嫁妝一牛車》：跨界編劇的心內話	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	21
8/5、8/12	美麗水彩插畫課／四季 (8 月)	日常惜字所－能藝文具概念店	手工工坊	售票	2	2	10
8/5-8/8	臺灣吧第三屆新媒體教育營 (8 月)	臺灣各種吧	進修研習	索票	4	1	64
8/7	治情智愛 演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	217
8/7-8/31	帝亞吉歐／蘇格登慢吧 Wait Bar	凱絡媒體服務	體驗活動	邀請函	25	3	3,503
8/7-9/5	18 天台灣生啤酒快閃店活動	六十六整合行銷公司	體驗活動	自由入場	30	2	7,400
8/8	The Next Big Thing 大團誕生（開發場 6）	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	116
8/8、8/21、8/28	街頭作品實驗室第四季工作坊	臺灣街頭藝術文化發展協會	進修研習	不對外開放	3	3	42
8/9-8/11	2019 華山親子表藝節《沒有人愛我》演出	無獨有偶工作室劇團	表演	售票	3	5	612
8/10	思沙龍／焦點中國／怎麼理解這個「中國」？從近世歷史看中國的內與外	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	350

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
8/10	FreeFire 我要活下去 -2019 夏季世界盃選拔賽	響音事業音響	競賽	自由入場	1	1	1,000
8/10	必勝客 X 可口可樂派樣	雉羽整合行銷	體驗活動	自由入場	1	1	2,000
8/10	Haor 許書豪 Legacy【真心話冒險王】新專輯演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	162
8/10	我的自拍印章	FAB Café	手工工坊	售票	1	2	11
8/10-8/11	美・衝擊 未來超市	台灣赫斯特	體驗活動	自由入場	2	1	2,000
8/11	科創講堂 Tech-Talk FORUM 2019－AI 人工智慧	遠流出版公司	演講座談	索票	1	1	200
8/11	【周湯豪 WHAT A LIFE 簽名見面會】	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	350
8/12	政大 EMBA「數位製造與呈現」課程參訪	FAB Café	手工工坊	售票	1	1	38
8/16	夏日 Chill All Night 求偶夜 2.0	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	122
	- 曖昧讓人受盡委屈						
8/16	NEWVIEW 徵件比賽 創作者工作坊	FAB Café	手工工坊	售票	1	1	13
8/16-8/17	《人生、媽的太長。命、ギガ長ス》演出	莎妹工作室劇團	表演	售票	2	3	416
8/16-8/18	2019 華山親子表藝節《武松，打哪隻虎？》演出	全西園掌中劇團	表演	售票	3	4	204
8/16-8/18	利百代－斑馬文具 DelGuard 快閃活動	利百代國際實業	體驗活動	自由入場	3	1	1,500
8/17	EDIFIER Club For FUN	力孚國際	音樂展演	自由入場	1	1	2,500
8/17	廖文強《背光的人》演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	750
8/17	【主流出版 新書發表會】走著瞧（作者：寇延丁）	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	33
8/17	美麗花水彩插畫課／煙花	日常惜字所－能藝文具概念店	手工工坊	售票	1	1	5
8/17	鹿兒島縣產燒酒試飲體驗	日本東北快閃店	行銷活動	自由入場	1	1	200
8/17、8/23	紙皮革小物吃到飽	FAB Café	手工工坊	售票	2	3	26
8/17-8/18	2019 沐春堂夏季拍賣會	沐春堂拍賣公司	展覽	自由入場	2	1	1,200
8/17-8/18	手作皮革杯套	SOBDEALL	手工工坊	售票	2	6	5
8/18	K-HOW 高浩哲《日頭赤炎炎 SCORCH》TOUR	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	244
	- 台北站						
8/20	McLaren	永三汽車	記者會	不對外開放	1	1	200
8/20-8/21	蘇格登 43 年上市活動	仲誼公關顧問公司	體驗活動	邀請函	2	1	160
8/21	文化 987，在華山對話！	臺灣文化政策研究學會	演講座談	售票	1	1	60
8/22	Slp 課程	Startup Leadership Program	進修研習	索票	1	1	60
8/22、8/23	紙膠帶手綁小花束課程	日常惜字所－能藝文具概念店	手工工坊	售票	2	2	8
8/22、9/5、9/12、9/19、10/3、10/10、10/17、10/24	《白眼翻翻 2.0》排練	三十舞蹈劇場	藝文活動	不對外開放	8	8	80
8/23	CreativeMornings Taipei 創意早晨講座／八月	Impact Hub Taipei 社會影響力製造所	演講座談	索票	1	1	46
8/23	紙膠帶拼貼＋版面練習_框框手帳小卡拼貼練習	日常惜字所－能藝文具概念店	手工工坊	售票	1	1	4
8/23-8/25	2019LOOKs！鞋靴生活節	鞋類暨運動休閒科技研發中心	展覽	自由入場	3	1	4,500
8/23-9/1	HOBBY EXHIBITION 組裝模型特展	傳揚行銷廣告公司	展覽	自由入場	10	2	42,500
8/24	茄子蛋《我們以後要結婚》巡迴 - 佇這款自作多情的時代 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,183
8/24	大人的療癒手捏餅乾	FAB Café	手工工坊	售票	1	1	9
8/24-8/25	結城琴乃烙畫胸針工作坊	小器生活空間	手工工坊	售票	2	2	12
8/25	【華山文旅學 X 相遇地方】農食行銷三袋論：腦袋、口袋、胃袋	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	58
8/25	茄子蛋《我們以後要結婚》巡迴 - 佇這款自作多情的時代 台北加場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,189
8/27	MOX Demo Day 7	莫克斯行動加速	演講座談	不對外開放	1	1	150
8/27	Jo Malone 新品上市記者會	禾睿整合行銷	記者會	邀請函	1	1	50
8/28	2019《雙城紀事：臺北 X 檳城》作品排練	張婷婷獨立製作	藝文活動	不對外開放	1	1	10
8/28	《2019 喘口氣・給力 家庭照顧者戲劇工作坊 成果發表》	果陀劇場	表演	索票	1	1	130
8/28	9m88< 平庸之上 Beyond Mediocrity> 發片演唱會 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,289
8/29	Christian Louboutin 全新上市 PR EVENT	泰樂整合行銷	會議	邀請函	1	1	100
8/29	2019 第一屆 Condé Nast 社群風格名人獎	康泰納仕時尚網	頒獎典禮	不對外開放	1	1	500
8/29-8/31	《青春日記簿 II 草原》演出	逆風劇團	表演	售票	3	6	734

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
8/29-9/2	《2019 年詩意的身體》工作坊	沙丁龐客劇團	手作工坊	售票	5	4	70
8/30	告五人《島嶼・雛形》巡迴——城市篇	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,240
8/31	2019 臺北藝穗節 音樂劇《滿滿》	東吳大學音樂劇表演社	表演	售票	1	3	263
8/31	【Brain Zapp：EMOTIONAL CONTROL】	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	470
8/31	雷切木戒指工作坊	FAB Café	手作工坊	售票	1	1	5
8/31	凜小花的輕水彩速寫體驗課－西瓜霜淇淋	日常惜字所－能藝文具概念店	手作工坊	售票	1	1	5
8/31-9/1	Tiktok X Shiro& Maro Golden Weekend 展示拍照活動	臺灣珂奧利公司	體驗活動	自由入場	2	2	1,100
8/31-9/1	Farcent 香水品牌夏日推廣活動	沐木品牌整合行銷	體驗活動	自由入場	2	2	1,500
8/31-9/30	笙美術 Chu,an Design 系列展覽	未來市	展覽	自由入場	31	2	10,400
9/1	9m88< 平庸之上 Beyond Mediocrity> 發片演唱會－台北加場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,272
9/1	茶師青農分享會	貓茶町	演講座談	自由入場	1	1	5
9/1、9/7-8、9/13-15、 9/21-22、9/28-29	假日街頭表演 (9 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	10	40	8,000
9/3	Bentton2019 秋冬服裝展	台灣班尼頓貿易公司	記者會	邀請函	1	1	120
9/3、9/8-9/11	《飲食男女》排練	天作之合劇場	藝文活動	不對外開放	5	5	175
9/3-9/30	襪子展 French Bull	小器生活空間	展覽	自由入場	28	1	11,764
9/5	The Next Big Thing 大團誕生（開發場 7）	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	172
9/5、9/18	《Musical TARU！恐龍復活了！》音樂劇排練	安徒生和莫札特的創意劇場	藝文活動	不對外開放	2	2	40
9/5-9/9	Tiffany& Co. 美鑽傳奇主題展	美商蒂芙尼台灣分公司	體驗活動	邀請函	5	1	15,000
9/6	藥師寺寬邦「和－hé」亞洲巡演 2019 台北站	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	246
9/6-9/7	2019 臺北藝術節《束縛》	臺北表演藝術中心	表演	售票	2	2	255
9/6-7、9/20-21	北藝大華山學堂 (9 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	售票	4	12	183
9/6-9/8	太會玩了 Bar.B,Q 天菜市集	奧美行銷顧問公司	體驗活動	自由入場	3	1	4,000
9/7	Kamasi Washington Live in Taipei 2019	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,000
9/7、9/13	凜小花的輕水彩速寫體驗課－西瓜霜淇淋	日常惜字所－能藝文具概念店	手作工坊	售票	2	2	11
9/7-9/8	味王 60 週年慶暨小王子愛塗鴉頒獎典禮 & 展覽	五號廣告所	展覽	自由入場	2	1	1,000
9/7-9/8	樂事自然滋味	邁思娛樂公司	體驗活動	自由入場	2	1	2,600
9/9	亮新聞包場活動	華山 laugh&peace factory	會議	自由入場	1	1	15
9/10	數位多媒體小活動	聲浪科技公司	演講座談	索票	1	1	200
9/11	《閱讀，看見希望》新書發表會	遠流出版公司	演講座談	索票	1	1	60
9/11	帝亞吉歐備餐區	巴拿馬商帝亞吉歐台灣分公司	體驗活動	邀請函	1	1	41
9/11	名家讀《克雷的橋》系列講座 羅佩嘉	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	17
9/11-9/22	pandora	精實企業管理顧問公司	體驗活動	自由入場	12	1	12,000
9/12	June Pan X 河仁傑【我陪你，接不接受？】	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	235
9/12-9/15	水水市集	水水文創	市集	自由入場	4	1	1,000
9/14	我的自拍印章	FAB Café	手作工坊	售票	1	1	5
9/14-15、9/21-22	AKB48 Team TP 一周年紀念 Mini Concert	好言娛樂	音樂展演	售票	4	4	825
9/15	東山奈央 Nao Toyama 1st TOUR	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	997
	“LIVE Infinity”						
9/17	“Portraits” Greyson Chance 2019 World Tour in Taipei	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	200
9/18-9/29	《香港插畫 X 創意設計品牌展覽》	創意創業會有限公司	展覽	自由入場	12	1	7,000
9/20	CreativeMornings Taipei 創意早晨講座／九月	Impact Hub Taipei 社會影響力製造所	演講座談	索票	1	1	48
9/20	美學，其實我們都有關係 not just talk 系列 2 < 聰明與外國人往來的禮儀 >	樹梅文化藝術基金會	演講座談	索票	1	1	30
9/20-9/22	Timberland F19 VVIP PARTY	瀚瀚公司	記者會	自由入場	3	1	10,500
9/20-9/29	Pocky 快閃小屋	精實企業管理顧問公司	體驗活動	自由入場	10	1	5,000
9/21	2019【突破論壇】新時代政府－醫療鬆綁	長風文教基金會	演講座談	索票	1	1	90
9/21	謝哲青包場活動	華山 laugh&peace factory	會議	自由入場	1	1	31
9/21	黃奕儒 Ezu【我怎能留下你】台北 Legacy 演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	926
9/21	台北步登公寓：台北最普遍的住宅類型從何而來	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	16
9/21-9/22	瑞典 X 臺灣 爸比的育兒日常攝影展	婦女權益促進發展基金會	展覽	自由入場	2	1	800

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
9/21-9/23	阿里山 Let's 購	鉅拓科技有限公司	展覽	自由入場	3	1	7,200
9/22	科創講堂 Tech-Talk FORUM 2019－腦科學	遠流出版公司	演講座談	索票	1	1	360
9/22	孃 Vo.2- 皇之侵襲	廖哲毅	藝文活動	不對外開放	1	1	100
9/22	吳青峰新專輯簽唱會	三啪娛樂行銷	音樂展演	自由入場	1	1	3,000
9/22	PiA 吳蓓雅 2019 生日演唱會－台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	277
9/22-9/29	Mira 隨藝起舞排練計畫（含工作坊）	AbunDance 融舞風	藝文活動	不對外開放	8	8	240
9/23-24、9/30、10/1、 10/3	台南藝術節開幕演出《府城流水席》	臺北劇場實驗室	藝文活動	不對外開放	5	5	99
9/24	一道光 同聚	台灣文化產業發展協會	聯誼活動	不對外開放	1	1	110
9/24	2019 福建文化寶島行_福石傳緣”兩岸壽山石交流	大步整合行銷	展覽	自由入場	1	1	150
9/24	" 幾個審美的現場－羅智成的美感經驗之旅： 在羅騰堡的古老旅店－我的旅行心得 "	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	40
9/25	文化 987，在華山對話！	臺灣文化政策研究學會	演講座談	售票	1	1	60
9/25	Bloomberg client appreciation dinner	藝鳴國際視聽	體驗活動	邀請函	1	1	60
9/26	一切從笨豬跳開始 張世橋新書分享講座	未來市	演講座談	自由入場	1	1	33
9/26	團隊共讀的引導	AeSA 亞太品牌加速器	進修研習	索票	1	1	30
9/26-9/27	猜猜哪張照片是手機所拍的照片	Bitplay pop up store	體驗活動	自由入場	2	1	20
9/27	Andrew 林哲安《宇宙不同》	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	200
9/27	講座 YouFab 自由獨立的創造與回應時代	FAB Café	演講座談	售票	1	1	27
9/27	城市行走的新型態 ch1：絕對挑剔的台北起點	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	21
9/27	水墨現代化之父 劉國松傳《一個東西南北人》 新書分享會	遠流出版公司	演講座談	索票	1	1	21
9/27-9/29	「心好有你」1925(依舊愛我) 一起來做生命守門人 安心專線特展	士達公關顧問公司	演講座談	自由入場	3	1	4,320
9/27-9/29	呂頭皮研究站	布爾喬亞公關顧問公司	體驗活動	自由入場	3	1	800
9/27-9/29	全新 MINI CLUBMAN 賞車活動	汎德公司	展覽	自由入場	3	1	5,750
9/28	蔡爾平 大師講座暨慈善全義賣	蔡爾平	演講座談	索票	1	1	56
9/28	2019 憶起教師節 憶起返航一日展 / 頒獎典禮	台灣家長教育聯盟	頒獎典禮	自由入場	1	1	200
9/28	蔡旻佑《變心記》Legacy 演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	550
9/28	從未存在過的八年級寫作群 ——陳柏煜 x 鍾旻瑞新書座談	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	32
9/28	【華山文旅學 X 相遇地方】 傳統基因，現代瀰因：老店 X 工藝	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	38
9/28-9/29	2019 國際失智症月	台灣失智症協會	展覽	自由入場	2	1	2,500
9/28-9/29	《2019 Gourmet Taipei 異國風情美食節》	北軒育樂顧問有限公司	體驗活動	售票	2	1	1,700
9/28-9/29	教育部青年學生國際連結成果展 遨遊學海 FUN 飛夢想	中衛發展中心	展覽	自由入場	2	1	2,599
9/28-9/29	毓見香氣・香氛特展快閃登場	毓秀堂貿易公司	體驗活動	自由入場	2	1	200
9/28-9/30	談戲風生－毛俊輝說文本、舞台、表演	香港華意堂藝術策劃公司	演講座談	自由入場	3	1	400
9/28-10/13	Hey! Say! JUMP POP! UP! STORE	大鴻藝術公司	展覽	自由入場	16	2	16,336
9/29	【思沙龍】家園 2030：地球已經走到了什麼地步？	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	300
9/30	街頭作品實驗室第四季工作坊	臺灣街頭藝術文化發展協會	進修研習	不對外開放	1	1	14
10/1	熱青年 Action ！	慈濟傳播人文志業基金會	演講座談	索票	1	1	46
10/1	" 幾個審美的現場－羅智成的美感經驗之旅： 曾經有一家安靜的書店－我的閱讀之旅 "	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	23
10/1、10/8、10/21、 10/28-29	街頭作品實驗室第四季展演計畫	臺灣街頭藝術文化發展協會	表演	不對外開放	5	5	14
10/1-10/31	ANTOU On the desk	未來市	展覽	自由入場	31	1	11,000
10/1-10/31	kissmi wakisaka 展「hana emi - 花咲 -」 at 手紙舍台灣店	小器生活空間	展覽	自由入場	31	1	65,000
10/1-10/6	Windows 10 X Daniel Wong 「美不設限，想像實現」展覽	凱思品牌溝通公司	演講座談	自由入場	6	1	2,000
10/1-12/5	你可以是你原來的樣子 Far away from myself	未來市	展覽	自由入場	66	3	24,520
10/3	The Next Big Thing 大團誕生（開發場 8）	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	224
10/3	打造故鄉執行長	今周文化	演講座談	自由入場	1	1	120

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
10/3-10/5	2019 文化科技論壇 Culture Tech X Next	亞太文化創意產業協會	演講座談	自由入場	3	1	6,000
10/3-10/5	享時光樂體驗～	峻盟國際公司	展覽	自由入場	3	1	500
	微中小企業智慧銷售服務體驗活動						
10/4、10/18-19、10/25-26	北藝大華山學堂 (10 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	售票	5	5	224
10/4-10/5	2019 雲林台灣咖啡節 快閃市集	雲林縣台灣悅讀人教育發展協會	體驗活動	自由入場	2	1	800
10/4-10/5	卡米地站立幫 Q 毛 個人脫口秀	卡米地劇團	表演	售票	2	2	210
	「Stop And Go- 不要停一直去」						
10/5	UNIQLO 閱讀美好生活座談會	先勢公關顧問公司	演講座談	邀請函	1	1	150
10/5-10/6	kissmi wakisaka 花束耳環工作坊	小器生活空間	手工坊	售票	2	4	31
10/5-10/6	美拍 DIY，打造你專屬的美麗餐桌攝影	Bitplay pop up store	體驗活動	自由入場	2	1	120
10/5-6、10/10-13、10/19-20、10/26-27	假日街頭表演 (10 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	10	57	17,100
10/6	科創講堂 Tech-Talk FORUM 2019 – 科技農業	遠流出版公司	演講座談	索票	1	1	240
10/6	TEDXTaipei 2019：Come Unity 我・我們	台灣共創點協會	演講座談	售票	1	1	525
10/6	傳說對決 S7 城市賽	意思國際	競賽	不對外開放	1	1	1,500
10/6	傻子與白痴【Waiting on the Day】演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,200
10/6	「逛菜市 煨好菜 - 彩田新米上市推廣活動」	ECO HUB	行銷活動	自由入場	1	1	16
10/6	【田田講座】自然美的彩妝保養	田田日和	演講座談	自由入場	1	1	25
10/6、10/9、10/13-15、10/17、10/21-23、10/27	《炎性事例》排練	四把椅子劇團	藝文活動	不對外開放	10	10	70
10/8	" 幾個審美的現場－羅智成的美感經驗之旅：在陰暗的聽覺裡療癒－音樂是一條秘徑 "	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	25
10/8	「藝文採購革新策略計畫」公聽會	蔚龍藝術	會議	索票	1	1	119
10/9	Crispy 脆樂團《有多少光就有多少黑》巡迴演唱會 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	490
10/9	【田田工作坊】日本傳統工藝品「江戸切子」製作實演	田田日和	表演	自由入場	1	1	60
10/9	【田田工作坊】江戸文字寫繪表演	田田日和	表演	自由入場	1	1	60
10/10-10/12	可口可樂纖維加新品派發活動	健達公司	體驗活動	自由入場	3	1	2,500
10/10-10/13	安琪兒華山婦幼展－2019 孕媽咪時尚秀	安琪兒百貨公司	展覽	其他	4	1	3,139
10/10-10/13	2019 台北國際玩具創作大展	台北怪獸國際	體驗活動	售票	4	1	12,000
10/10-10/13	富士山雷龍與動物達摩改造展	獵人玩具公司	展覽	自由入場	4	1	4,000
10/10-10/13	開幕活動	Marimekko pop up store	行銷活動	自由入場	4	1	150
10/11	【田田講座】富山工藝 台灣設計	田田日和	展覽	自由入場	1	1	30
10/11-10/12	第 16 屆 NEXT Toy Market 玩具市集	運增科技公司	市集	售票	2	1	800
10/11-12/31	Fxiii About Time 關於時間 刺繡插畫展	好樣思維	展覽	自由入場	82	3	1,080
10/12	2019 安怡 Anlene Movement	元創活動行銷	體驗活動	自由入場	1	1	1,800
10/12	陳珊妮 2019 巡迴演唱會：404 (not found)	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,084
10/12	Fab Class - 寫生雕花玻璃杯	FAB Café	手工坊	售票	1	1	5
10/12	【田田工作坊】能作錫器鑄造體驗	田田日和	手工坊	自由入場	1	2	20
10/13	【田田工作坊】濱松浴衣試穿體驗	田田日和	手工坊	自由入場	1	2	8
10/13	【田田工作坊】濱松傳統渲染體驗	田田日和	手工坊	自由入場	1	1	80
10/14、10/17、10/21、10/24	陽明 - 交通大學數位製作工作坊系列課程	FAB Café	手工坊	售票	4	4	48
10/15	" 幾個審美的現場－羅智成的美感經驗之旅：好像午夜歡聚的精靈－我的文學人生 "	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	25
10/15-16、10/28、10/30、11/3-5	《太空備忘記》演出排練	小事製作	藝文活動	不對外開放	7	7	155
10/16-10/20	教育部藝術與設計菁英海外培訓計畫 返國學員成果展	雲林科技大學	記者會	自由入場	5	1	3,000
10/16-10/20	ZenBook Pro Duo 【映照美力・互動藝術展】	電通國華公司	發表會	自由入場	5	1	5,166
10/17	名家讀《克雷的橋》系列講座	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	12
10/17-10/20	2019 TMS 影視音實驗教育展	台北市文化基金會	展覽	售票	4	1	1,112
	【周登的立場 Come to class】						
10/18	Marimekko Kioski 快閃店預覽會	Marimekko pop up store	行銷活動	自由入場	1	1	106

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
10/18	最終回露天電影院	用九柑仔店	展覽	自由入場	1	1	82
10/18-10/20	TB 20 X 臺虎聯名啤酒快閃計畫	相知國際	體驗活動	自由入場	3	1	2,400
10/18-10/20	《Zero》	體相舞蹈劇場	表演	售票	3	4	386
10/19	【華山文旅學 X 相遇地方】光復河山	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	20
	- 環境資本主義的實踐行動						
10/19	2019 救國團全國學友才藝觀摩嘉年華	中國青年救國團【總團部】	記者會	自由入場	1	1	1,500
10/19	Legacy Presents【2019 都市女聲】：蔡健雅《若你碰到我》Live 音樂會 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,200
10/19、10/26	美麗花 _ 四季入門班 (10 月)	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	2	2	11
10/19、10/26、11/2、11/9	消費者活動	Marimekko pop up store	行銷活動	自由入場	4	3	2,107
10/19-10/20	HiDeWey 教育展	杜威海外教育公司	體驗活動	自由入場	2	1	250
10/19-10/20	沖繩渡假婚禮展	香港商維酷公關台灣分公司	展覽	自由入場	2	1	1,500
10/20	嬪 Vo.2- 皇之侵襲	廖哲毅	藝文活動	不對外開放	1	1	100
10/20	好樣 x Fxiii 《關於時間》刺繡聯合創作日	好樣思維	手工坊	自由入場	1	1	30
10/20	美麗花 _ MAKE A WISH	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	1	1	6
10/21-2020/1/19	麥卡倫攝影展活動	台灣愛丁頓寰盛洋酒公司	展覽	自由入場	72	3	50,273
10/20、11/6、11/10、11/12-14、11/24、12/1、12/8、12/29	2019 芭蕾藝術下鄉 - 點亮後花園 排練	台灣芭蕾舞團	藝文活動	不對外開放	10	10	80
10/22	" 幾個審美的現場－羅智成的美感經驗之旅：被時間焚燬的秘密基地－我的美術之夢 "	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	25
10/22	Art View 國際新視野	臺北表演藝術中心	演講座談	索票	1	1	36
10/23	Uniqlo Outer space 記者會	先勢公關顧問公司	記者會	邀請函	1	1	180
10/23	淘寶台灣上市記者會	野火娛樂	記者會	不對外開放	1	1	150
10/24	陳昇 [七天] 演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	450
10/24-10/27	幸福 同在一起 2019 大同心生活特展	大同綜合訊電公司	展覽	自由入場	4	1	11,175
10/25	路嘉欣《蝕日 Eclipse》演唱會（台北站）	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	662
10/25	《全面滲透：中國正在遙控臺灣》	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	10
	主流出版新書發表						
10/25	南國的孩子 Susan_ 媒材運用&紙膠帶拼貼 _ 自製素材拼貼小卡手帳練習	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	1	1	6
10/25	南國的孩子 Susan_ 紙膠帶拼貼 _ 花園圈練習	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	1	1	6
10/26	【思沙龍】花早開、蟲不來－土地變了，農畜怎麼辦？	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	200
10/26	臺北市運動中心聯合成果展	中國青年救國團	展覽	自由入場	1	1	1,200
10/26	Legacy Presents【2019 都市女聲】：Hello,Julia. 草頭菜小姐－彭佳慧演唱會台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	633
10/26-10/27	Maker Faire Taipei 2019 臺北創客嘉年華 2019	泰電電業公司	展覽	售票	2	1	4,000
10/26-10/27	布博 in 台北 2019	小器生活創意公司	市集	自由入場	2	1	4,700
10/26-10/27	2019【長弓舞蹈劇場】年度製作《BOUT》	長弓舞蹈劇場	表演	售票	2	3	249
10/27	臺北市公用頻道影片徵選頒獎典禮與成果展	長德有線電視公司	記者會	自由入場	1	1	500
10/27	Ford Ranger 微型創業行動快閃店	頤德國際公司	體驗活動	自由入場	1	1	500
10/27	旺福 2019 旺聖節の美少女哈細妖	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	917
10/27	美麗花 _ 不給糖就搗蛋 / 萬聖節花園	日常惜字所－能藝文具概念店	手工坊	售票	1	1	5
10/27	七校英研英會萬聖 phantom	北一女中英語研究社	進修研習	不對外開放	1	1	300
10/28	TD TALK 技術交流論壇	臺灣戲曲學院劇場藝術學系	演講座談	自由入場	1	1	35
10/28-11/30	PORTFOLIO 展覽	好樣思維	展覽	自由入場	34	2	300
10/29	PartyTalk- 藝術工作者交流活動	臺北表演藝術中心	演講座談	索票	1	1	50
10/29	" 幾個審美的現場－羅智成的美感經驗之旅：在旺角奮力游的半截魚－我的味蕾記憶 "	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	25
10/30	文化 987「國際文化交流行不行」	臺灣文化政策研究學會	演講座談	售票	1	1	60
10/30	Legacy Presents【大嘻地 2.0】：O 天哪 G 然是他們！	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	196
10/31	《Hello, 初次見面》swja 鮮于貞娥 × So!YoON! 台北演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	650

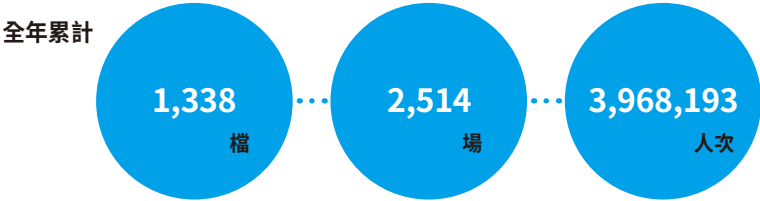
活動日期	活動名稱	策展單位	活動屬性	入場方式	天數	場次	人次
11/1	靈魂 Diva 家家-『我想要的』新專輯巡迴演唱會 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	365
11/1-11/11	讀衣 IV	自在工作室有限公司	展覽	自由入場	11	1	16,640
11/1-2、11/8-9、11/15-16、11/23、11/30	北藝大華山學堂 (11 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	售票	8	34	448
11/1-11/3	崇右影藝科技大學演藝事業系秋季展演	崇右影藝科技大學演藝事業系	表演	售票	3	4	710
11/1-11/3	2019 國際手作設計節 2019 International Craft Design Festival	欣宸國際公司	展覽	索票	3	1	16,500
11/1-12/12	年末大祭快閃店	新想公司	行銷活動	自由入場	42	2	24,000
11/1-12/2	POLAR DAYS 新作展示會 at 手紙舍台灣店	小器生活空間	展覽	自由入場	32	2	22,000
11/1-12/5	溫事 Warmgrey Tail 生活設計展	未來市	展覽	自由入場	35	2	12,020
11/2	農純鄉手牽手親子動	捷思整合行銷公司	市集	自由入場	1	1	3,000
11/2	amazarashi Live Tour 2019 in Shanghai & Taipei 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,100
11/2	我們的赫茲—當角鯨男子遇到行路女子	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	20
11/2	Fab Class - 寫生雕花玻璃杯	FAB Café	手工作坊	售票	1	2	4
11/2-11/3	夢想需要不怕失敗的堅持 - 海碩網球系列賽特展	中華民國網球協會	展覽	自由入場	2	1	16,601
11/2-3、11/9-10、11/16-17、11/23-24、11/30	假日街頭表演 (11 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	9	48	14,400
11/3	鏈上生活節講座	桑幣區塊鏈工作室	市集	自由入場	1	1	120
11/3	鏈上生活節 2019	分布文化公司	市集	自由入場	1	1	1,200
11/3	顯然樂隊《宇宙無敵》專輯發射巡迴 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	326
11/4、11/25	街頭作品實驗室第四季展演計畫 - 排練	臺灣街頭藝術文化發展協會	表演	不對外開放	2	2	16
11/5	" 幾個審美的現場—羅智成的美感經驗之旅：沙漠寶庫的通關秘語— 我所體會的文化創意 "	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	25
11/5-11/10	Light Bus - 2019 金赫獎年度設計展	赫綵電腦有限公司	展覽	自由入場	6	1	8,856
11/5-11/7	Benz 2019 售後體驗會	十二點原生概念	體驗活動	不對外開放	3	1	800
11/6	星辰錶發表記者會	京點創作	記者會	不對外開放	1	1	80
11/6	Loftwork :YAO's project 成員內部聚會	FAB Café	會議	索票	1	1	34
11/6-11/10	海洋拉娜 Roadshow	正好公司	體驗活動	自由入場	5	1	7,645
11/7	The Next Big Thing 大團誕生（開發場 9）	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	190
11/8	老王樂隊《吾日三省吾身》發片巡演：反省的開端—台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,260
11/8-11/10	歐肯特軒全新包裝暨台灣限定版上市發表會	台灣三得利	體驗活動	自由入場	3	1	2,000
11/9	【思沙龍】海洋變成戰場— 從「扇貝之戰」到「鯢魚之爭」談起	龍應台文化基金會	演講座談	索票	1	1	160
11/9	ETtoday 好朋友放閃音樂節	東森新媒體控股公司	音樂展演	自由入場	1	1	10,000
11/9	「遜到簡直是個藝術品」傷心欲絕首場 Legacy 演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,000
11/9	Fab Class - 我的自拍印章	FAB Café	手工作坊	售票	1	2	3
11/9	遠傳客戶 x iDrip 智能手沖咖啡體驗品飲會	AeSA 亞太品牌加速器	會議	自由入場	1	1	50
11/9-11/10	Pulima 表演新藝站 - 奔放	俠客行文創顧問有限公司	表演	售票	2	2	312
11/9-11/10	Taipei Barshow 第五屆國際調酒展	華揚國際展覽公司	體驗活動	售票	2	1	800
11/10	科學史沙龍	台大科教中心	演講座談	索票	1	1	30
11/10	Legacy Presents【2019 都市女聲】：孫盛希 希遊記 巡迴 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	625
11/12	" 幾個審美的現場—羅智成的美感經驗之旅：似曾相識的布拉格— 關於城市的星座 "	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	25
11/13	第 6 屆經濟部國家產業創新獎產業創新論壇	中華民國產業科技發展協進會	演講座談	自由入場	1	1	70
11/13	Asia Rocks	鼎騏國際	演講座談	售票	1	1	450
11/13	Legacy Presents【大嘻地 2.0】：女子有德更有才	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	129
11/14	deca joins「山與山之間」專場巡迴 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,268
11/15	美學，其實我們都有關係 not just talk 系列 3	樹梅文化藝術基金會	演講座談	索票	1	1	45
11/15	能率昂科發表會	地心引力公司	記者會	不對外開放	1	1	350

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
11/15	Legacy Presents【2019 都市女聲】：艾怡良 自私與無私 - 台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,185
11/15-11/17	2019 不銹鋼舞團年度製作	不銹鋼舞團	表演	售票	3	3	559
11/15-11/17	金門酒廠 It's Me 我的生活派對	鴻揚廣告公司	體驗活動	自由入場	3	1	2,000
11/15-11/24	樂事風味光影展	帖科藝	體驗活動	自由入場	10	1	9,854
11/15-11/24	樂事自然滋味	邁思娛樂	體驗活動	自由入場	10	1	2,400
11/16	g0v 公民科技創新獎勵金發表會	開放文化基金會	發表會	自由入場	1	1	90
11/16	【接下來要去哪 - 法蘭黛十年了】演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,202
11/16	楊柏林展覽 - 開幕茶會	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	30
11/16	Fab Class - 紙皮革小物吃到飽	FAB Café	手工作坊	售票	1	1	6
11/16-11/17	紙博 in 台北 2019	小器生活	市集	自由入場	2	1	5,000
11/16-11/17	2019 微客國際志工生活節	台灣微客公益行動協會	展覽	自由入場	2	1	3,000
11/16-11/17	108 年中小企業「創新世代 X 共好生活」聯合成果展	中國生產力中心	展覽	自由入場	2	1	10,100
11/16-11/17	臺東有機農產品展售會	中衛發展中心	行銷活動	自由入場	2	1	2,400
11/16-12/22	楊柏林展覽	華山紅館	展覽	自由入場	37	2	475
11/17	MUMFORD & SONS 2019 LIVE IN TAIPEI 蒙福之子 2019 台北演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,100
11/17	楊柏林展覽 - 楊柏林的光切面	華山紅館	展覽	自由入場	1	1	25
11/18	《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	1	1	13
11/18	點店文具工作室 _ 寫字課	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手工作坊	售票	1	2	11
11/19	長野高等学校 修学旅行講演会	世帝喜旅行社公司	演講座談	不對外開放	1	1	65
11/19	" 幾個審美的現場—羅智成的美感經驗之旅：尋找部落的第六官能— 我的媒體時代 "	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	25
11/19-11/22	2019 Camping Asia - 布拉瑞楊 工作坊	臺北表演藝術中心	進修研習	售票	4	1	16
11/20	2019 Camping Asia 《沙漠妖姬的綺想》	臺北表演藝術中心	進修研習	售票	1	1	96
11/20	Oppo 5G 形象廣告影片	喜陽影片製作公司	商業拍攝	不對外開放	1	1	30
11/20	阿洛 X 南島朋友們《Sasela'an 氣息》新專輯演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	193
11/20、11/29	策展開外掛	台灣文創發展公司	演講座談	自由入場	2	2	201
11/21	Juniper 新品上市活動	宜業數位行銷有限公司	記者會	邀請函	1	1	180
11/21	經濟部 TRIPLE 成果發表	歐也空間室內裝修設計公司	發表會	邀請函	1	1	200
11/21	Sam Tsui [Gold Jacket] 亞洲巡迴台北演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	86
11/21	為移動的家寫一個故事 ---- 讀《克雷的橋》、也回看台灣的移動故事	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	10
11/21~11/22	出版經紀及版權人才研習營	光磊國際版權經紀公司	演講座談	索票	2	1	80
11/21-11/22	W-Expo 女性創新國際人才交流展覽會	邁視國際有限公司	演講座談	自由入場	2	1	500
11/22	CreativeMornings Taipei 創意早晨講座／十一月	Impact Hub Taipei 社會影響力製造所	演講座談	索票	1	1	35
11/22	紙膠帶拼貼 & 複合媒材 _ 圓圓圖練習	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手工作坊	售票	1	1	3
11/22	紙膠帶拼貼 _ 花園圖練習	日常惜字所 - 能藝文具概念店	手工作坊	售票	1	1	1
11/22-11/24	2019 Pinkoi Market 品品市集・台北聖誕站	果翼國際文創	體驗活動	售票	3	1	15,000
11/22-11/24	2019 科學少年 STEAM 實驗場	台灣文創發展基金會	展覽	自由入場	3	1	10,000
11/23	【華山文旅學 X 相遇地方】熱情的青年啊，你的家鄉在哪裡？	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	40
11/23	Young 飛全球行動計劃 - 我的行動 Style 星光大道競賽暨成果展	中華民國全國創新創業總會	展覽	自由入場	1	1	2,000
11/23	第五屆我是導播 datavideo 盃總決賽	中國藝術家協會	競賽	其他	1	1	220
11/23	粵台通微才博覽會	新世紀公共事務公司	展覽	自由入場	1	1	200
11/23	2019 Uncle Encore 演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	750
11/23	楊柏林展覽 - 旱地起風雷	華山紅館	展覽	自由入場	1	1	25
11/23	Fab Class - 我的第一幅雷雕墨鏡	FAB Café	手工作坊	售票	1	2	2
11/23-11/24	《呷飽了沒》活化歷史生命劇場	果陀劇場	表演	售票	2	3	599
11/23-11/24	4foodie 美食市集	富爾帝工作室	市集	自由入場	2	1	14,000
11/23-11/24	日本作家刺繡花布髮帶課程	小器生活空間	手工作坊	售票	2	1	16

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
11/24	孃 Vo.2- 皇之侵襲	廖哲毅	藝文活動	不對外開放	1	1	100
11/24	夢王國四周年慶	廣研室廣告公司	展覽	邀請函	1	1	350
11/24	NIKE SPIRIT SHARING	展逸國際	體驗活動	不對外開放	1	1	80
11/24	Sik-K World Tour Asia in Taipei	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	400
11/24	楊柏林展覽 - 藝術家導覽 (11 月)	華山紅館	體驗活動	自由入場	1	1	25
11/26	Moët Hennessy BARTENDER 蜂鳥計劃	歐硬整合行銷	體驗活動	邀請函	1	1	87
11/26	- 煙燻之王						
	" 幾個審美的現場－羅智成的美感經驗之旅：	華山紅館	演講座談	自由入場	1	1	25
11/26-11/27	在巫師與女巫的國度－文化最終產品是人 "						
	2019 Camping Asia 《關於大野一雄》	臺北表演藝術中心	進修研習	售票	2	2	239
11/26-11/29	2019 Camping Asia-Michikazu 工作坊	臺北表演藝術中心	進修研習	售票	4	1	21
11/27	Good Design Award 獲獎作品講評會	禾本應用設計公司	會議	不對外開放	1	1	40
11/27	文化 987 「一窺藝文場館的視界」	臺灣文化政策研究學會	演講座談	售票	1	1	45
11/27	Legacy Presents【大嘻地 2.0】：	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	83
11/28	千 CHILL 萬 CHILL 我的 CHILL						
	toe"OUR LATEST NUMBER" ASIA TOUR	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,200
11/28-12/1	2019－SECOND LEG						
	2019 雜學校 ZA SHARE 亞洲最大教育創新博覽會	奧茲品牌策展公司	展覽	售票	4	2	32,000
11/28-12/5	NIKE JDI " 猶豫是對自己太客氣 " 華山數位投影秀	萬瑞廣告公司	體驗活動	自由入場	8	2	6,000
11/29	Cicada《走入有霧的森林》專輯巡迴台北場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	590
11/29-12/25	MIDORI POP UP SHOP	小器生活空間	行銷活動	自由入場	27	2	20,550
11/30	[瀨戶內海 游・藝・遊] 青年培力與國際實踐講座	臺灣歷史資源經理學會	演講座談	自由入場	1	1	45
11/30	《戰車世界》Roadshow	弗維整合行銷工作室	體驗活動	自由入場	1	1	300
11/30	2019 2nd LEAP Workshop	婦女權益促進發展基金會	演講座談	不對外開放	1	1	50
11/30	Michelle Chu《心靈靜瑜伽》新書座談會 台北場	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	21
11/30-12/1	AKB48 TTP ～Are you ready for TP again～	好言娛樂	音樂展演	售票	2	2	420
11/30-12/1	菜鳥市集	國立台灣藝術大學	市集	自由入場	2	2	2,250
11/30-12/1	第二屆愛之日常音樂節	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	2	2	1,400
12/1	《克羅埃西亞槍聲》新書發表會	時報出版公司	演講座談	索票	1	1	180
12/1	地方創生觀光創新的第一堂課	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	40
12/1	孃 Vo.2- 皇之侵襲	廖哲毅	藝文活動	不對外開放	1	1	120
12/1、12/7-8、12/14-15、	假日街頭表演 (12 月)	台灣文創發展公司	表演	自由入場	9	45	13,500
12/21-22、12/28-29							
12/1、12/8、12/11	楊柏林展覽 - 藝術家導覽 (12 月)	華山紅館	體驗活動	自由入場	3	3	75
12/1-12/25	聖誕節消費者活動	marimekko pop up store	行銷活動	自由入場	25	1	400
12/1-12/31	PORTFOLIO 展覽	好樣思維	展覽	自由入場	31	1	300
12/2-3、12/9-10、	街頭作品實驗室第四季展演計畫 - 排練	臺灣街頭藝術文化發展協會	表演	不對外開放	7	7	56
12/16-17、12/19							
12/3	格蘭父子私藏酒窖 VIP 晚宴	歐硬整合行銷公司	體驗活動	邀請函	1	1	60
12/4	Limi 首演〈二分之一〉專輯發片場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	761
12/5	2019 通訊大賽 - 頒獎典禮暨新創成果展	工業技術研究院	記者會	自由入場	1	1	300
12/5	Arla Pro South-East-Asia Distributor Conference 2019	邁思會展公司	會議	邀請函	1	1	42
12/6	TUNE UP STAGE in Taipei: Car, the garden, and more	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	500
12/6	策展開外掛 非課金玩家的超級攻略	台灣文創發展公司	演講座談	自由入場	1	1	87
12/6-12/15	NEWVIEW AWARDS 2019 國際新銳VR 作品體驗展	Loftwork	展覽	自由入場	10	1	986
12/6-12/31	窩在印花裡	未來市	手工作坊	自由入場	26	1	10,000
12/6-12/7	相遇舞蹈節排練	三十舞蹈劇場	表演	不對外開放	2	2	14
12/6-12/7	瑞典日 (Sweden Day)	台北市瑞典商務協會	展覽	其他	2	1	2,000
12/6-7、12/13-14、	北藝大華山學堂 (12 月)	北藝大藝術推廣資源中心	進修研習	售票	8	29	443
12/20-21、12/27-28							

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
12/6-12/8	Creema Craft Party 2019 in 台灣	聯合數位文創	市集	自由入場	3	1	13,500
12/6-12/8	Helinox 10th Anniversary Pop-up Store	石柒有限公司	體驗活動	自由入場	3	1	1,200
12/6-12/8	Taipei						
	LION POP-UP STUDIO	華納國際	體驗活動	自由入場	3	1	1,000
12/7	108 年青年海外和平工作團表揚暨博覽會	萬寶華企業管理顧問公司	演講座談	自由入場	1	1	660
12/7	情歌嶽 - 遠走高飛 Live	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,236
12/7	Fab Class - 我的自拍印章	FAB Café	手工作坊	售票	1	2	10
12/7、12/14	MIDORI 紙磚試寫活動	小器生活空間	手工作坊	自由入場	2	2	400
12/7、12/14	{Fxiii 刺繡插畫 x 好樣 } 致．我愛的 For my love only" 活動工作坊	好樣思維	手工作坊	自由入場	2	2	11
12/7-12/8	108 年青年行動啟程轉動 Changemaker 計畫	中華民國全國創新創業總會	展覽	自由入場	2	1	2,000
12/7-12/8	成果展						
	家樂福小農市集	家福公司	體驗活動	自由入場	2	1	6,000
12/8	嚙哮秀之笑友會	卡米地劇團	表演	售票	1	2	330
12/8	PC 聖誕趴 — 2019 台北 XF 網聚	丞研公司	體驗活動	自由入場	1	1	250
12/8	新女子創業節 Startup Festival	摩登星球影業	記者會	自由入場	1	1	600
12/8	脫拉庫 TOLAKU【你今天的藥吃了沒】演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	633
12/8、12/15、12/22、12/29	山產店 x 彩田 聯名鹽麴推廣	ECO HUB	行銷活動	自由入場	4	4	210
12/10	《如醉一回 如夢一齣 HANKO 60 調酒劇場》	麥浩斯出版公司	演講座談	索票	1	1	70
12/10	新書分享						
	肯夢悅日人英雄活動	絕不有限公司	會議	邀請函	1	1	70
12/11	《給比我年輕的女朋友》薇薇夫人新書發表會	遠流出版公司	演講座談	索票	1	1	80
12/11	小米家電記者會	先勢公關顧問公司	記者會	邀請函	1	1	80
12/11	Legacy Presents【大嘻地 2.0】：百憂不解少年	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	151
12/11	探索新數位溝通時代——沈浸式交流創意共桌！	FAB Café	演講座談	索票	1	1	19
12/13	奇幻書店音樂歌舞微電影	木和子影像音樂工作室	商業拍攝	不對外開放	1	1	30
12/13	The Next Big Thing 大團誕生（年終回顧場）	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	606
12/13-12/15	熱青年 Action ！第二屆互動展	慈濟傳播人文志業基金會	演講座談	索票	3	1	1,200
12/13-12/15	表演藝術學士學位學程第一屆畢業製作	臺師大表演藝術學士學位	表演	售票	3	5	650
12/13-12/15	《換你許願》	學程學會					
	Aveeno 華山活動	精奇創意行銷	體驗活動	自由入場	3	1	1,500
12/13-12/16	2019 第七屆 華文朗讀節 - 故事的力量	台灣文創發展公司	展覽	自由入場	4	71	45,496
12/13-12/22	「絕景・只見線——魅惑吳心緹の日本最美鐵道風景」攝影展	華山 laugh&peace factory	展覽	自由入場	10	1	14,000
12/14	神腦原鄉踏查紀錄片競賽頒獎暨特映會	神腦科技文教基金會	記者會	其他	1	1	140
	Legacy Presents【2019 都市女聲】：	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,239
12/14	徐佳瑩 2019 歲末聯歡晚會						
	Fab Class - 寫生雕花玻璃杯	FAB Café	手工作坊	售票	1	2	10
12/14-12/15	美業文青潮市集	程室設計公司	市集	自由入場	2	1	22,000
12/14-12/15	第三屆青年公益實踐計畫成果發表會	台灣好室公司	記者會	自由入場	2	1	450
12/14-12/15	東京中央沐春堂 2019 年十二月拍賣會	沐春堂拍賣公司	拍賣	自由入場	2	1	1,500
12/15	「MUCC 2019 Lock on snipe Tour #9 ~Style Of ASIA Broken Piano And Imprisonment of livingdead 3days~」臺北站	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	300
12/18	2019「知更與他的朋友」年底壓軸 Live	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	230
	誰是聖誕老公公 排練	如果兒童劇團	藝文活動	不對外開放	2	2	80
12/20	CreativeMornings Taipei 創意早晨講座	Impact Hub Taipei 社會影響	演講座談	索票	1	1	50
12/20	/ 十二月	力製造所					
	Round 3-Matzka 熱派對 演唱會 台北站	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	300
12/20	Zuny 手作皮件工作坊	未來市	手工作坊	自由入場	1	1	6
12/20	《衣櫥醫生，帶你走入對的人生》台北新書分享會	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	45
12/20	話畫合作社_首爾設計節第一現場分享	台灣文創發展公司	演講座談	不對外開放	1	1	35
12/20-12/22	國立臺灣大學戲劇學系第 18 屆學生畢業製作	臺灣大學戲劇學系	表演	售票	3	4	500
12/20-12/22	《皮爾・金特》						
	2019 台灣插畫設計週 《靈感画市》	台灣文創發展公司	展覽	自由入場	3	1	3,500

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
12/20-12/22	Garmin「vivomove 系列獨一有二快閃店」	光洋波斯特	體驗活動	自由入場	3	1	8,826
12/20-2020/2/9	LINE FRIENDS 潮玩限定店	時藝多媒體	體驗活動	自由入場	12	1	21,662
12/20-2020/1/5	亞細亞雕刻家協會年展《境外》	台灣亞細亞現代雕刻家協會	展覽	自由入場	12	1	1,600
12/21	【華山文文學 X 相遇地方】地方創生的風土設計課 - 青年如何參與地方創生，創造自己的志業與事業	台灣文創發展基金會	演講座談	索票	1	1	60
12/21	街頭作品實驗室第四季《遊戲》	臺灣街頭藝術文化發展協會	表演	不對外開放	1	1	1,200
12/21	情歌嶽 遠走高飛 LIVE 加場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,100
12/21	設計師絮語 之 印刷實務學：陳泳勝 海流設計、泳勝采墨工作室	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	82
12/21	Fab Class - 紙皮革小物吃到飽	FAB Café	手作工坊	售票	1	2	10
12/21-12/22	歐式時尚繪畫花園禮盒活動工作坊	好樣思維	手作工坊	自由入場	2	2	10
12/21-12/30	「花現綠色奇蹟 展現花卉魅力」花卉展	中華盆花發展協會	體驗活動	自由入場	10	1	6,000
12/22	科學史沙龍	台大科教中心	演講座談	索票	1	1	35
12/22	扯！己亥冬至紅藍大對抗	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	200
12/22	街頭作品實驗室第四季展演計畫 - 工作坊	臺灣街頭藝術文化發展協會	進修研習	不對外開放	1	1	27
12/22、12/29	數位刺繡甜點套餐	FAB Café	手作工坊	售票	2	2	10
12/22-2020/3/1	黃阿瑪的後宮生活 相遇小店鋪十周年限定店	聯合數位文創	展覽	自由入場	10	1	13,864
12/24-12/25	顏社聖誕鉅獻－蓬萊仙車報佳音	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	2	2	1,800
12/25-12/31	Yellow Objects 展	FAB Café	展覽	自由入場	7	1	5
12/25-2020/3/22	玩具電 All You Need is Toy	金儀創意	體驗活動	自由入場	7	1	10,000
12/25-2020/4/5	巴黎龐畢度中心 兒童藝術工作坊 我的眼睛！視覺探索大冒險	聯合數位文創	展覽	售票	7	1	354
12/26	《新創英雄會》座談	新未來連線智庫協會	演講座談	索票	1	1	200
12/27	" 文化 987、456，在華山對話！ 2020 總統大選：臺灣文化政策的終結？或重生？話說 987 的 2020 總統大選文化主軸呢？ "	臺灣文化政策研究學會	演講座談	售票	1	1	70
12/27	老王樂隊《吾日三省吾身》發片巡演：不知反省－台北加場	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,134
12/27	告別 2019：50 年後人們會怎麼記住這一年	青鳥書店	演講座談	索票	1	1	52
12/27-12/29	《未知的旅行》	背包客劇團	表演	售票	3	4	263
12/27-12/29	魔獸世界 15 週年紀念活動	鈞勢國際公關	體驗活動	自由入場	3	1	2,000
12/27-2020/3/19	超・大恐龍展	聯合數位文創	展覽	售票	5	1	5,025
12/28	霍夫曼展中國信託貴賓之夜	時藝多媒體	展覽	售票	1	1	200
12/28	柯泯薰 misi Ke【我們一起走 Go Together】演唱會	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	387
12/28	Fab Class - 我的第一幅雷雕墨鏡	FAB Café	手作工坊	售票	1	2	10
12/28-12/29	《地球人遇見小王子》聖誕新年場	躍演	表演	售票	2	4	350
12/28-2020/3/19	我把動物 FUN 大了！霍夫曼的療癒動物園	時藝多媒體	展覽	售票	4	1	1,917
12/29	LearnFitAPP 瘦身革命親子野餐園遊會	特懿學公司	體驗活動	自由入場	1	1	300
12/29	2019 聲林之王 - 漿果派對	傳 音樂展演空間	音樂展演	售票	1	1	1,400



2019 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	華山藝文特區及周邊野鴿族群動態
單位—作者	國立屏東科技大學野生動物保育研究所碩士班—簡子庭
主題	產業文化資產再利用商業模式的經營探討—以台北華山 1914 文化创意園區為例
單位—作者	中原大學建築研究所碩士班—王立德
主題	文創園區文化治理範式研究：臺北和南京案例之比較
單位—作者	元智大學文化產業與文化政策博士學位學程—房芳
主題	文創園區營運評價指標之建構
單位—作者	國立政治大學傳播學院傳播碩士學位學程—譚夢傑
主題	發展的文化轉向：中央與地方政府在臺灣經濟轉型中的角色
單位—作者	國立清華大學社會學研究所博士班—許雅淑
主題	空间体验视角下文创园区型工业遗产更新研究——以南京和台北文创园区为例
單位—作者	南京大学 台湾云林科技大学—任惠民、李依倪
主題	台湾华山 1914 文化创意产业园区的再生
單位—作者	上海交通大学媒体与传播学院—姜薇
主題	社区营造行动下的台湾工业遗产再利用实践及启示
單位—作者	昆明理工大学建筑与城市建筑学院—石梦婷、华峰
主題	文化创意产业发展导向的工业用地更新治理案例比较研究
單位—作者	华南理工大学碩士—涂紫琼

當阿推與華山相遇，當科幻與華山相遇…



這景象在華山可能永遠都不會是真實的存在，
但是我們需要不設限的想像力與未來感，
幫我們打開腦洞，跨出2019，迎向2020之後浩瀚的宇宙光年…

阿推大大的小小檔案

在台灣，提起科幻漫畫，除了阿推，你想不到第二個名字；他的《九命人》系列絕對是足以傳世的經典。

他的科幻漫畫不但在台灣是最高等級，法國人也為他出版了《超人巴力入》，那是有史以來第一本登陸歐洲的台灣漫畫。義大利人則選上了《承諾島 1.2.3》出版，也是台灣漫畫第一個打進義大利市場的好傢伙。

阿推更是文創「跨界精神」的完全燃燒者。他和 Nike 合作創意潮鞋聯展、和 agnes b. 合作玩具公仔、幫五月天做演唱會舞台主視覺……

阿推的期望是：這個社會能夠以一個更開闊的胸襟，讓創作者去做各式各樣的發揮。除了拉拔新秀，也別忘了名家；除了引進國際，更應注重在地的風格及本土作者，讓更多人發現台灣的漫畫寶藏。

華山年報

華山文化創意產業園區年度期刊

05

2020 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／**黃昱禎**・林彥均・詹皓仔・陳亭穎・陳立佳・楊凱婷

專文撰述／**姚淑儀**
特約編採製作／**劉揚銘**
特約採訪撰述／**廖彥銘**・楊芷茵・王韻鈴・涂心怡・陳亞辰・詹雅婷・王琬瑜・黃銘彰
執筆群／**劉揚銘**・陳靜瑤・涂宇辰・楊宜靈・何沛珊・吳佳紋・凌毓潔・林彥均・楊子昕・
陳姿君・周予晴・葉頌源・張博鈞・黃昱禎・董宜嫻・蔡耀庭・陳蔚欣・林岑龍・詹皓仔・陳亭穎・
施秀婷・陳彥融・**盧淑敏**（按刊出先後序）

封面暨內頁美術設計／**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／2020 年 5 月 15 日
限量印行／500 冊

