

臺中市政府研究發展考核委員會 107 年第 2 次委員會議紀錄

壹、時間：107 年 4 月 18 日(星期三)上午 9 時 30 分

貳、地點：本會 6-1 會議室

參、主席：柳主任委員嘉峰、曾副主任委員能汀接續主持

出席人員：(如附簽到表)

記錄：林怡秀

肆、主席致詞：(略)

伍、本府文化局專題報告「打造全球節慶活動城市」(略)

陸、各委員建議事項：

賴委員靜嫻：

- 一、臺中市天氣好、地緣置中，具有辦活動的先天優勢，目前大型演唱會、表演團體、元宵燈會、光影等活動同質性高，全臺都有辦理，不夠鮮明，需尋找臺中在地的特色及定位，以提升效益。
- 二、全球節慶活動城市之打造，建議連結市民生活、對全民行銷、提高參與感，並構思、規劃屬於臺中的故事，讓參加者能有所感動。
- 三、從「城市活動」到「全球活動」，是需要跨部門的合作及跨業界的整合，並將資源集中於中部代表性高的活動，會有較強的回饋。

王總經理啟彰：

- 一、臺中對於節慶的規劃、國際連結、在地表現，皆有很好的發展方向，為爭取 IFEA 獎項，需要將過往成果做更好的連結，並呈現與國際的關聯。
- 二、參賽影片的製作內容應詳盡，清楚呈現臺中的特色，與新北市所提報的內容有所區隔，才能讓人感受到臺中是臺灣特別的城市。
- 三、影片前半段呈現臺中在地特色，如空拍媽祖節慶活動、高美濕地人流和自然景觀，讓人眼睛為之一亮，但後半段集中表演

者的表演上，形同表演團體的簡介，無法突顯城市節慶活動的目的。

四、辦理大型活動應更貼近本地資源，強調故事性，展現在地特色，以感動人心。

李委員漢銘：

- 一、建議爭取或籌辦每年固定時間的國際性會議/活動，以吸引大量人潮到臺中，並增加臺中對外知名度，如臺北的世界三大電腦展、巴塞隆納的世界最大電信展、拉斯維加斯的資安活動、名古屋女子馬拉松等，都吸引十多萬國際訪客，並建立都市形象、知名度及長期活動的能量。
- 二、臺中活動建議考量結合臺中產業特色，建立都市形象 image，如國際自行車環島行銷自行車、爵士音樂節結合薩克斯風等，透過國際化的營運、行銷，來持續推動。

李顧問謁政：

- 一、臺中申請參加「全球節慶活動城市獎」，內容應強調城市品牌、特色及面貌，展現在地元素，提升城市自信心及光榮感。
- 二、城市光榮感來自於舉辦活動的態度，推動節慶的政策、活動，應從觀眾及參與者的角度出發，才能產生光榮感，進而呈現自信並感到滿意。
- 三、申請參獎相關工作的主軸應為述說城市故事，將曾經辦過的活動、發生的事情、在意的事件，透過觀眾、美學的角度來整合、思考、描述故事。另必須留意一個重要條件，凡新北市有的，臺中市就排除不用，以提高在地文化的自明性（Identify）。
- 四、建構盛會城市，應關注（一）自有文化，如大甲媽祖文化、原住民文化；（二）學習亞維儂國際藝術節，邀請相關國際人才或關心文化活動者，長期運作；（三）紅點設計競賽，是具全球影響力的 event。建議探討三種節慶活動的舉辦、籌備的方式，建立城市的面貌、品牌。

廖委員宜恩：

- 一、舉辦節慶活動不應只是放煙火式的活動，而應思考如何連結人民生活、在地文化、在地產業，與國際交流，並思考在活動後留下什麼。
- 二、臺中市以前被稱為文化城，從日據時代「臺灣文化協會」起，臺中一直都是人權、文學、文化的重鎮，市政府這幾年也都有舉辦「人權文化季」，建議能強化臺中市在這方面的活動與意象。
- 三、申請參加全球節慶活動城市獎之影片，缺乏突顯臺中從海邊到高山美麗的景緻及連結產業等，在地臺中特色。

翁委員瑞宏：

- 一、在全球化競爭之情況下，全力打造城市各項活動的品牌與聲譽，已成為城市發展的重點，而主題鮮明的城市節慶活動的確足以製造文化焦點以及城市行銷。節慶活動有許多正面功能，例如製造歡樂、提升觀光產值、發展周邊產業、帶動城市行銷、拉近城鄉差距、增進居民光榮感、培養文化生活等。應思考節慶的內涵是什麼？是有其故事的，還是只看演藝人員表演？舉辦這麼多節慶之後，城市就更有文化？
- 二、節慶活動是由文化衍生，文化則無法與日常生活脫勾。然而為何要有節慶？節慶的目的在於創造歡愉、快樂的環境，達到社會安定的理想，試圖藉由活動建立與觀眾互動的橋梁，提升居民認同感。在傳統社會中，節慶是日常生活的一部分，現代人對於節慶不會只滿足於傳統形式，因此新節慶也因應而生。近年來，運動風氣的盛行，成為臺灣節慶發展的新趨勢，尤其是路跑活動，更有許多外國客都會特地來臺灣騎自行車。需先理解新節慶是否已是現代生活的一部分，另多元又豐富的節慶活動是否可以塑造歡愉又熱鬧的氣氛，如此才能產生與節慶關聯的都市生活，也才能打造節慶活動城市。

- 三、節慶的成功仰賴於節慶本身的內容，必須把目標鎖定全民來推廣，才能讓效益外溢，群眾即使離開活動現場，仍受益於活動參與的選擇價值，即使未出席活動，全民仍受益於文化保留的價值。節慶的內容如果僅是為了觀光，或僅是為了製造熱鬧，如此人為刻意營造的活動並非植基於常民生活的真正節慶，而這些活動是會被資本市場機制所控制。民眾對於節慶的內容如在其日常生活即可經歷，則此節慶就不會具備期待性、獨特性、選擇價值。因此，創造出來的新節慶是否可以作為城市節慶的代表就值得再商榷。不過，如今眾多單位所「生產」的節慶，是在外部創造節慶化場域，讓人感受歡愉的場景。擔憂的是，如此的節慶透過一套類似的作業程序所生產，必然也會產生對應的消費模式，或許可以製造節慶般的效果，但不見得如傳統節慶般真實、內容多元、甚至讓人感受深刻。
- 四、對於節慶活動，經長期且積極的推廣，加上豐富的節目規劃，是能夠產生所謂的忠誠支持者。但是，內容若是不具備豐盛的特徵，甚至無法引人驚嘆，就很容易讓人感覺乏味，而不會讓參與者形成持續支持的理由。臺中的現今目標是「打造全球節慶活動城市」，即要透過多數的外國參與者來增加臺中居民的國際視野與文化交流，以豐富的舉辦經驗積極地培育專業人才，並關心全球文化趨向，如此才有利於持續經營，因此活動行銷必然是重點。我們要思索如何將城市景觀當作時間背景，運用具有歷史感的活動場域作為空間背景，配合高水準的活動，將臺中與自然、人文藝術結合在一起，吸引國際媒體報導。
- 五、臺中市要建構出具有地方產業特色的節慶文化政策，突破受限的預算制度，發展出一套可供累積經驗的作為。尤其應先行盤點各區特色，再行思考地方定位，使地方定位能與地方特色相互結合，俾使活動行銷更加順遂。而活動是針對節慶產出的創作，其表達理念則根據節慶的背景和資源而異。各

種活動可以針對不同群眾來規劃，但仍須與在地生活緊扣。建議公部門組織「節慶活動實行委員會」，負責統整文化設施與媒體宣傳，亦協助在地文化與他國產生交流。永續發展為節慶延續的要素，此涉公部門的文化政策，並且為節慶引入相關專家，累積資源，執行在地人才培育和廣域合併的計畫，同時招攬住民持續參與，皆為節慶留存文化永續和生態永續的基礎。

六、以 2003 年開始舉辦的臺中爵士音樂節為例，可說是已成為本地重要的節慶之一。雖然臺中爵士音樂節逐漸打響名號，每年亦設定不同主題、規劃不同內容以豐富其活動；然而，爵士樂並非臺中原生文化，也非如大甲媽祖國際觀光文化節是「原汁原味」的在地節慶，當越來越多的城市舉辦同性質的活動時，要如何將爵士樂發展成為臺中的城市特色，並且與在地資源作更緊密的串連，如爵士音樂節與后里的臺中樂器節就未能發揮整合力量；此外，目前臺中爵士音樂節已具知名度，但是外地者及國際觀光客的資訊獲取依舊不充足，如何突破現有的媒體覆蓋是另一項課題。爵士樂屬於西洋音樂，市民對其歷史發展與文化意義的瞭解都具有一定門檻，絕非僅靠舉辦音樂節就能深植人心，仍須推廣一系列有關爵士樂的活動，並且廣邀大眾參與，如此才能塑造城市的爵士樂文化。

七、公部門亦須思考如何維護節慶活動的自主性。以著名的法國亞維儂藝術節為例，自 1947 年起，政治力量向來僅止於從旁協助。1980 年代是亞維儂藝術節經營模式的轉捩點，該藝術節改由獨立之非營利組織接管，自此不再由政府撥款主辦，亞維儂藝術節必須轉變經營模式以獲得更多收入來維持節慶所需的支出，特別是以國際化為導向。許多享譽國際的表演團體紛紛受邀至亞維儂，除了鞏固亞維儂在國際間的地位之外，也讓更多觀眾有機會參加這場盛會，增加民眾的文化資本。

- 八、節慶活動所帶來的創新能量，無論是幫助催生新產業或增加就業機會，也可成為環境與社會問題的解套方案。以大甲媽祖遶境為例，居民認同此節慶帶來經濟效益，肯定文化傳承的功能，居民對地方的認同感也因此提高。節慶活動的成功必須仰賴公私部門的人事與資金，但也同時須要注重中央與地方政府的資源調和，考量可使用在地活動場域及服務設施的完備，並避免資源浪費、活動浮華不實。除了運用在地資源以節省預算，也可促進住民融入活動；另一方面，節慶活動藉由與在地產業的結合，使在地商品建立與節慶的關聯性，則有助活動的宣傳。
- 九、當節慶活動開始後，在地可能再也無法回歸初始狀態，因為一個地點一旦熱門後，則可能逐漸流失原有的味道，在地必須承受活動帶來的衝擊，無論好壞，包括硬體設施改變當地風貌，企業進駐改變資源流動，就業機會改變市場結構，遊客的增加亦改變生活形態等。現今的節慶受到整體社會環境變遷及外力介入，使得節慶趨向觀光化。必須對於整體節慶在「人與節慶活動」、「文化定位與主體性」、及「商品化」這三層面加以省思，期待將負面影響降至最低。

李委員長晏：(提供書面建議)

- 一、IFEA 全球節慶城市獎的評判標準強調所有參與「IFEA 全球節慶城市獎」的城市必須提供在地節慶活動相應的亮點所在，具體針對以下項目提出說明：
- (一)本城市一年四季的城市節慶活動內容是如何規劃與發展：如節慶活動名稱、節慶活動連絡人資訊、節慶活動舉辦屆數、節慶活動舉辦日期、節慶活動舉辦週期(例如，每年或每五年)、節慶活動花費情況、節慶活動收入情況、贊助商贊助、志願者人數及工作總時間、預計活動參與總人數、參加活動的散客(一次性進場)人數、首要市場目標、每年參與活動的人數占本地區總人口的比例、節慶活動所獲得獎項和榮譽、管

理者的資質和水準、專業人士的參與度。

- (二) 市政府是如何對節慶活動的支持：如政府已經制定扶植和支持本地區節慶活動的相關法規、政府部門或機構對節慶活動提供的資金支援、政府部門或機構對節慶活動提供的其他支持、政府部門或機構在節慶活動中的地位和作用、城市對節慶活動提供的協調與輔助系統、本地官員參與活動的情況、本地法律法規、檔案等對節慶活動的影響、城市對節慶活動提供的必要培訓項目、城市有關部門在節慶活動中的參與度。
 - (三) 非政府組織/社區對節慶活動如何協力：如志願者參與度（不領取報酬的志願者人數及服務詳情）、贊助支持（贊助商的資金或相關支持）、媒體支持、商務部門/會展部門的支持、商業團體的支持、對殘疾人士及需要幫助的人士提供的協助、對當地節慶活動的協調、體育部門對節慶活動的支持、教育部門對節慶活動的支持、當地場館提供的獎勵措施和優惠活動、當地的活動設施供應商、相關行業的參與度。
 - (四) 節慶活動對城市/社區帶來的作用為何：如社團的品牌推廣、促進旅遊業發展、促進會展業的發展、促進本地區公司業務的發展、促進資訊的交流與互換、當地語系化旅遊、媒體的覆蓋度的提升、藝術活動及其他人文活動的發展、創造高價值的城市設施或服務、增強社區活動的舉辦參與度、提高相關設施的使用度、創造節慶活動的形象及遺產。
- 二、國際節慶活動組織(IFEA)在推動全球節慶城市獎時，相當重視在地文化的節慶不只是煙火式的活動，而是與市民日常生活有所連結，有著深厚文化底蘊和在地發展脈絡，並有效地聚焦行銷，因而才能獲得國際的肯定。就此觀點而言，文化局和新聞局、觀旅局、歌劇院透過申辦國際盛事、密集活動節慶、民眾持續參與等途徑推展的節慶活動，建議應強化與市民生活、在地文化和城市發展之間的相互連結，以期能創造節慶成為城市裡文化全球化的一部份，亦是文化、空間、及經濟模式上的交流工具，讓文化節慶成為文化全球化及地方化過程中的中介傳

遞者。

三、要打造全球節慶活動城市，爭取 IFEA 全球節慶城市獎有幾個關鍵因素，建議參酌考量：

- (一)成功地利用文化節慶作為更廣泛發展策略的一個組成部分，將能產生更廣泛的文化、社會和經濟效益。節慶化不應該是目的本身，而是一種改善城市的手段，使之更具吸引力和適宜居住。
- (二)如何開發和管理節慶化城市的中心議題，不是節慶管理和地方行銷，而是城市需要發展的策略，以確保節慶能鞏固地方認同或地方文化，並對一個城市的經濟和社會繁榮產生最大之影響。
- (三)如何藉由舉辦節慶，在城市重新定義自己及其社群的同時，也建立新的身份認同，並且建立社會凝聚力。
- (四)文化活動的供給，由之前專注在文化設施，如音樂廳、歌劇院及博物館等，轉向文化計畫的概念，這包含廣泛的空間計畫及節目策劃。城市裡的文化節目已經拓展至廣泛的空間利用，超越了傳統所認為的文化範疇，包括河濱區、廣場、購物區、花園、運動場、火車站、及私人建築…等。不同於傳統的方式，現今有各個不同的機構、出資者、志工單位及商業公司都參與活動創辦，範圍擴展至室內或室外的城市空間。整座城市都是活動的展示，亦創造了城市節慶化。

柒、主席裁示：

- 一、打造全球節慶活動城市，不單只是文化局業務，而是市府團隊所需共同努力的。未來，更應強化民間的力量，由民間經常性的組織自發性、穩定性來推動，以逐漸淡化政府的角色，朝永續經營之文化社會邁進。
- 二、除優化活動辦理之外，行銷為重要議題，應思考連結國際各種管道，增加國際能見度。

捌、臨時動議：（無）

玖、散 會（上午 12 時 15 分）