

2023 臺灣文博會 10 大亮點

1. 史上最大規模：展館數歷屆最多，首次跨出單一縣市全台響應

2023 文博會重返臺北，從舊空總出發，延伸至國家鐵道博物館、松山文創園區、華山文創園區，與花博爭艷館等 5 大文化場域，拉出首都文化軸線為主展館。並首次邀集國立臺灣博物館、國立臺灣歷史博物館、國立臺灣史前文化博物館、國立臺灣工藝研究發展中心、熱蘭遮博物館等各博物場館為副展館，讓 2023 文博會成為首度跨出單一縣市的文化博覽會。

2. 打開首都文化新場域——空總，共創文化投資新想像

空總以《打開空總 X 多重未來》展開主題策展，以空間規劃、AI 科技及群眾參凸顯空總跨域創作的混種實驗精神，新舊共榮、世代跨界，發展臺灣特有混種文化面貌，共創新世代首都文化投資新想像。

3. 首次以施工中工地鷹架為文化科技展演舞台，驗證文化的無限可能

將空總進行古蹟修復中的舊辦公大樓施工鷹架，轉換成為「Working in PROGRESS X 鷹架 GPU」的文化科技裝置藝術，是國內首次以大型施工中的鷹架圍籬為舞台，呈現影音聲光策展作品。

4. FOCASA 雙馬戲篷首次現身臺北，世界級表演團隊跨場域演出

首創 FOCASA 巨型 Villiage-13 馬戲篷加上全新純白夢幻 Village-7 馬戲篷首度「雙篷同台」，現身首都核心區。馬戲演出以外，更集結優人神鼓、布拉瑞揚舞團、蒂摩爾古薪舞集、沙丁龐客劇團、阮劇團……等臺灣各領域的頂尖表演團隊在馬戲篷演出，讓馬戲篷不只是游牧移動式劇場，更是有機、不設限的實驗場域，打破觀眾對傳統馬戲表演的認知，讓這為期十天、超過百場的演出成為首都新品種表演能量與精神的朝聖地。

5. 鐵道博物館首發藍皮文博號，鐵博新生動態復駛「微開箱」

鐵博以藍皮文博號響應文博活動，展期間開啟西側入口，串連松菸展場觀展軸線。民眾不僅可以搭乘典藏藍皮柴油客車 DR2303 號進出鐵博觀展，同時也以藍皮文博號自 9 月 9 日至 9 月 17 日在宜蘭線上限量復駛。這條路線正是《看海的日子》中，陸小芬回到家鄉宜蘭時搭乘的列車，也是「丟丟銅仔」歌謠中柴油列車穿越山洞時的國民共同回憶。

國家鐵道博物館籌備處以「鐵博·新生」為概念，規劃四大展區「鍛冶工場」、「客車工場」、「總辦公室」、「澡堂」，帶領大家認識臺灣在地的鐵道文化，以「微開箱」的方式讓大眾「聞香」古蹟空間結合鐵道元素的魅力，藉著主題展覽的詮釋，吸引更多民眾成為鐵道迷。

6. 首度集結臺灣 IP 明星代表隊策展，以文博媒合臺灣 IP 商業授權

22 個臺灣具代表性的 IP 明星隊組成華山文創園區 IP 主題館「臺灣特有種」。其中不乏在國際舞台上屢獲大獎的創作，也有年年代表臺灣到日韓參展的團隊，以三大主軸「有種自然」、

「有種文化」，及「有種當代」展現對臺灣自然環境、文化內容，以及當代創新議題的關注。

擔任文化產業化推手的文策院今年首度加入文博會，不僅將具代表性的台派 IP 透過不同形式呈現，更邀請國際買家以及國內外 IP 產業專家進行國際論壇等方式，協助 IP 創作走向市場化及國際化。

7. 結合竹編工藝與建築的跨域創作，在市中心打造漂浮的停機坪

工藝中心以傳統竹工藝挑戰建築的跨領域實驗創作，複合都市鋼筋的建築語彙及竹編工藝的溫暖，打造大型的戶外空間藝術裝置《鷓/飄浮的停機坪》及內部展示空間，讓觀眾如同置身於廣闊的停機坪上觀展。

8. 橫跨最大歷史軸距，貫串史前到當代的臺灣

邀集國立臺灣博物館、國立臺灣歷史博物館、國立臺灣史前文化博物館、熱蘭遮博物館博物館為文博副展館，以「臺灣與世界的相遇」為主軸，由各博物館提出具代表性的文物典藏敘事，從史前、大航海時代、博物學年代到當代，透過各館的文化物種切入，橫跨數千年歷史軸距，以多元史觀訴說臺灣與世界相遇的種種。更推出文化走讀活動開放民眾報名參與，透過體驗考古、夜宿博物館、走訪古代學者田野路線、窺探博物館庫房、踏查歷史遺跡，以及各式工作坊的形式，帶領民眾走進歷史現場。

9. 文博史上最多場次活動，打造更專業化、客製化取向的文化博覽會

2023 年文博會首次引入大型表演藝術匯演，在空總展區打造專屬表演藝術的大平台，連續十天超過百場的戲劇、舞蹈、跨域展演，齊聚臺灣三十多個表演藝術團隊的創作高能量，創造近 20,000 觀賞席次的表藝大拚場。

文化策展除精彩展覽內容呈現，更在專題項下發展出多元的藝文活動，如工作坊、體驗、講座、對談等不同深度的交流，總計超過百場分布不同展區的活動，讓策展議題與觀眾產生共鳴，擴散策展專業化內容的傳達。

文創品牌商展與 IP 授權商展，依文創品項特點細緻規劃類型，展現商展的專業化提升，打造專業買家的商機交流，締造消費觀眾群的展示銷售平台，創造客製化取向的文化博覽會。

10. 後疫情最大商展規模

揮別疫情，2023 年國際旅遊及商機交流回歸，今年文博會明顯感受景氣回升，文創品牌商展與 IP 授權商展共計超過 540 家的參展業者，是疫情後文博商展規模最大，並擴大規劃在三個展區：花博展區、華山展區及松菸展區同步呈現，更擴大鼓勵新創業者積極參與，超過 130 家新創業者投入，展現文博會商展規模的氣勢。