

財團法人陽明海運文化基金會111年度工作計畫

序	計畫依據	計畫名稱	計畫種類	計畫目標	計畫實施內容	預定時程	實施方式	預估活動場次	預估參加人數	地點	是否為「新」活動	是否為「新」場次	是否為「新」場次	經費預算	預期效益
1	捐贈第二條	電腦系統應用計畫-虛擬與真實的結合	年度專案	結合數位典藏與展覽服務，並於線上推廣	1.負責數位化及虛擬設計 2.實境虛擬展覽與人才培訓 3.數位宣傳推廣	12月-7月	活動	1	/	線上	否	否	955,000	透過實境虛擬展覽與實體參觀的參與，促進展覽推廣	
2	同上	Moving! 海運人X運輸上的不思議 On Board探險展	常態性	認識海運工作發展與工具的不同面貌，認識海運，從生活中理解海運運輸功能	1.透過海運展覽、海運線上活動、現場參觀、售票平台 2.全數電子海運通訊157冊-全數電子海運通訊資料庫 3.2招海運海運與文化推廣	1-12月	展覽	1	20000	陽明海運文化館	否	否	0	擴充海運上巨額實境推廣的場次	
3	同上	招商局口這歷史資料	年度專案	透過從前人員傳述記憶的保留，勾勒海運人與實境船舶	1.港口產業現存的實境調查研究 2.訪談、田野調查、3.數位典藏與推廣資料數位	1-11月	活動、展覽	1	/	同上	否	否	500,000	此項專題研究數位典藏，可因應未來開放展覽應用，數位典藏與本館保存、維護和在地風土感、海運文化推廣、推廣、達到知識、海運文化成為海運學習和推廣的平臺	
4	同上	基隆港百工職人展	年度專案	探究港口的工作文化、紀錄與港口而生的職業、了解基隆港社會的經濟發展與文化推展	1.招商局口這歷史調查成果展 2.百工職人展內容展 3.數位典藏與推廣資料數位	11-12月	展覽	1	2000	同上	否	否	1,200,000		
5	同上	招商局、百工職人成果展	年度專案	透過展覽呈現資料調查成果	1.布展、開幕表演、活動、媒體 2.Color Keelung 基隆港計劃	10月	活動	1	5000	同上	否	否	1,500,000	透過文化展覽與港口職人的印象，透過活動與海運知識	
6	同上	好港節	單次活動	透過文化創新與公共藝術活動，生活質感的演出，包裝基隆港的船舶運輸、碼頭文化、生活風格	1.實質手作、二手物件、在地物品及職人交流 2.搭配常設展覽活動、周邊活動	4、6、8、10-12月	市集	5	5000	同上	否	否	100,000	週六日在世人的遊覽場活動	
7	同上	好港市集	兩個月一次	在地市集	文化節內辦理thinker project 活動	4月	活動	1	5000	同上	否	否	500,000	增加觀光並同步推廣實境推廣活動	
8	同上	基隆城市設計博覽會	單次活動	參與基隆年度盛事增加曝光度	針對主題展覽在館0-5歲幼童閱讀之繪本創作，均可報名參加徵選，得獎公布一繪本創作一出版一所有發表會一推廣	4月	展覽	1	10	同上	否	否	500,000	以科學館帶動航運知識普及及優質親子活動	
9	同上	4月份兒童節	系列性	基隆年度大型活動與市府合作執行	初選書畫一決選面試	3-9月	藝術家	1	500	同上	否	否	525,000	推廣基隆建築物品與利用之專業學理、推廣、推廣與自然共生的理念	
10	同上	Re-Thinking - 碧船零件再生計畫	系列性	實踐友善環境，社會與消費者共好的目標	預計與國家檔案局合作，將寶貴移轉動而往展出	7月	展覽	1	1000	同上	否	否	500,000	發揮國際影響力，持續推廣	
11	同上	寶運展發展	系列性	特展巡迴	1.7月-8月編織工作坊、手作工作坊 2.展覽	2-8月	展覽、工作坊	1	1000	同上	否	否	275,000	從自身手作帶入環境議題，結合生活與風俗設計，創造消費價值	
12	同上	Bubu大地的自然手作	系列性	了解原住民與自然共存的永續文化	以國小生為目標，規劃與海運、港口、職人風格之活動	7-8月	活動	1	50	同上	否	否	50,000	建立親子活動品牌	
13	同上	夏今夏	單次活動	從海洋的運動到陸地生活，推出重要兒童課程	以國小高年級為目標，將手工藝、繪畫、手工藝、手工藝、手工藝	9-10月	活動	1	50	同上	否	否	220,000	發揮陽明公司影響力，建立優質形象	
14	同上	台北市環境教育-巡迴活動	系列性	透過巡迴推廣環境知識、海洋環境生態保育，從教學現場建立企業形象	製作地圖實現巡迴遊戲	1-10月	活動	1	200	同上	否	否	600,000	整合基隆港西岸資源，轉型觀光新形象，切人文教育與市場	
15	同上	寶運展	單次活動	整合基隆港西岸資源，轉型觀光新形象，切人文教育與市場											

總計 8,525,000

