

分析 2021 高雄設計節策展規劃以噪勢交流殿國際設計論壇  
為例  
Analysis of the curatorial planning of the 2021 Kaohsiung Design  
Festival, taking the International Design Forum as an example

周姿利

樹德科技大學藝術管理與藝術經紀系 講師

摘要

順應後疫時代的來臨，2021 高雄設計節採取的防疫對策是線上展出，以 Youtube 頻道「高雄設計中」為主展場，收集上百位設計師的觀點，找出城市的創生術並探索未來的模樣，用設計美學或優雅或巧妙地面對改變中的世界，其中國際設計大師交流論壇「噪勢交流殿」是唯一一場實體活動，以後疫時代對策為主軸，用「高雄設計中」面對改變中的世界。

本篇論文目的在於分析與梳理論壇議題策劃的核心意義，並紀錄疫情下的城市如何面對不停變動挑戰的策展實務作法，利用經驗總結法做為研究方法，使實踐過程中零散、片面的經驗，透過理性加以整理，擬定總結計劃，提煉經驗主題，對未來的策展實踐發揮指導作用。

展望未來，各種生活體驗將轉為線上形式，想以設計翻轉、啟動地方創生，在都市規劃的藍圖裡，城鄉的疫後共生是牽起共榮的關鍵；遠端工作逐漸成為日常，產業在轉型中力爭上游，發掘疫下生存之道。國際設計大師交流論壇「噪勢交流殿」以多元觀點的交流激盪，梳理臺灣在世界中的設計脈絡，以具體的經驗總結來說，揉合議題從國際人才、品牌視野出發，探討疫後產業協作的生存之道、與都市規劃、地方創生主題之下城鄉的疫後共生，成為本次論壇縝密交織的策展架構，分別開展出兩個單元的討論篇章，紀錄高雄在疫情緊縮後初開放期間、線上線下並存的新對談形式樣貌。

**關鍵字:**高雄設計節、設計、國際交流、論壇議題、策展

**Abstract**

In line with the advent of the post-epidemic era, the 2021 Kaohsiung Design Festival took the anti-epidemic measures to exhibit online, with the Youtube channel "Kaohsiung Designing" as the main exhibition venue, collecting opinions from hundreds of designers, finding out the city's creation techniques and Explore what the future will look like, and use design aesthetics to face the changing world elegantly or subtly. Among them, the International Design Masters Exchange Forum is the only physical event. "Confronting a changing world.

The purpose of this paper is to analyze and sort out the core significance of forum topic planning, and to record how cities face the ever-changing challenges in curatorial practice under the epidemic. The experience, rationally organizes, draws up a summary plan, refines the theme of experience, and plays a guiding role in future curatorial practice.

Looking forward to the future, all kinds of life experiences will be transformed into online forms. We want to flip the design and start the creation of places. In the blueprint of urban planning, the post-epidemic symbiosis of urban and rural areas is the key to co-prosperity; remote work has gradually become daily, industrial Strive to be upstream in the transformation and discover the way to survive under the epidemic. The International Design Masters Exchange Forum is agitated by the exchange of diverse viewpoints, sorting out the context of Taiwan's design in the world, summarizing specific experiences, and discussing the post-epidemic industry from the perspective of international talents and brands. The way of survival through collaboration, the post-epidemic symbiosis of urban and rural areas under the theme of urban planning and local creation, have become the carefully intertwined curatorial framework of this forum. During the opening period, online and offline coexistence of new forms of dialogue.

**Keywords:** Kaohsiung Design Festival, Design, International exchange, Forum topics, Curation

## 一、緒論

高雄設計節是台灣首個以城市為名的國際設計節，為每年由高雄市政府與中華民國設計師協會發起策辦的大型國際設計交流活動，2019年起由高雄市政府文化局獨自主辦，但以城市為主體做為策展角度的策展方針仍不變，已然成為城市表現設計想法的重要舞台，孕育了場域、人才、創意想法實踐、以設計方法改善城市行政管理工作，包括交通、公安、衛生、環保、文化教育、基本建設等。

受新冠疫情影響，2021 高雄設計節也面臨了嚴峻的挑戰，原本規劃為全實體展出，主題為「設計造市」，但在 2021 年五月臺灣新冠疫情進入第三級警戒之後，如同以往一般在公開場域、密閉或半開放空間展覽的策展模式已不可行，不得不全部修改為線上展出，重新調整主題為「後疫時代」，以 Youtube 頻道「高雄設計中」為主展場，在疫情不可預期的情況之下，藉此機會，測試新的策展模式，為文化策展開創新局，本次展覽延續的期程也拉長到三個月。

其中「噪勢交流殿國際設計論壇」為最後一個壓軸活動，也是唯一一個實體活動，後續雖延伸兩個實體展出，為「插畫力場」(延伸自超前導線上插畫串連行動)、「設計開箱」(延伸自「設計選品」，實體展出一系列所採訪之設計良品)，但如原計劃中維持一開始就規劃的實體活動者，僅「噪勢交流殿國際設計論壇」，其策展策略之細節將在本研究中呈現。

筆者參與了 2021 高雄設計節策劃與執行，而本研究的目的，為紀錄此一策展之策略與執行過程，做為未來策展模式的參考。

## 二、文獻回顧

### 2-1 後疫情時代

後疫情時代簡稱「後疫時代」，是 2021 高雄設計節的主題，主要是因為相對於疫情發展的態度，認為「後疫情時代」並不是相對於「疫情流行期間」，所謂的「疫情過後」並非病毒消失，而是人類的心理層次上已適應此病毒的存在，並做出適度的調整與因應的對策，有些習

慣有望在疫情得到控制後隨即恢復常態，但是部分改變將是永久性的，即使不必長期保持社交距離，有些行為也會繼續存在，例如線上銷售、展覽以及居家辦公增加。為了減少接觸的傳染，也加速了電子化的日常使用模式，線上社群與媒體的使用成為常態，網路資訊的取得與人工智能的應用，甚至連技術創新與藝術創作也難以倖免，「後疫情時代」中的人文省思與社會關懷將是個不可或缺的重要議題。

可以說在本次策展當中，在針對後疫情時代我國相關數位轉型政策的調適上，提出了相關可能性的演示，並在內容中提示了可能的做法，除了硬體建設的持續升級加強外，培育培養能迅速因應未來轉型的人才，串接未來產業的人力需求，特別是國際人才在世界中各產業，隨著疫情爆發的狀態而移動，也是此次的討論議題。

## 2-2 線上論壇

這裡指的是以數位工具如會議軟體、網路等取代實體活動而進行的講座、演講、研討會等，而非指線上討論區。在新冠疫情的衝擊之下，改變了全球生產及消費行為模式，使臺灣公私部門面臨前所未有的挑戰，也突顯產業創新轉型之必要性。為協助其快速應變並加速數位轉型的推展，以數位治理應變部署。線上論壇即是其中一個在後疫時代被廣泛應用的數位工具，此技術早已開發良久，受疫情推波助瀾而廣為使用，如今線上會議、線上課程、線上銷售等「零接觸」數位工具已深入大眾的工作、娛樂、消費、活動、生活之中，當然數位工具也令策展模式有了新的調整與前置準備，與會人員與幕後工作人員的合作如同演出般，其製作過程也較過去實體講座、論壇，

WebEx 系統是基於 Web 平臺而建的通訊系統，WebEx 網路會議系統導入能簡化開會流程，線上會議所需設備，僅需一個瀏覽器與一部電話即可，為會議之溝通交流提供便利的方式，本次論壇即使用 WebEx 系統進行會議。



圖 1：「噪勢交流殿國際設計論壇」線上論壇控制室現場(圖片來源：本研究拍攝)

## 三、研究方法

本研究採取個案研究法，針對 2021 高雄設計節策展論述、「噪勢交流殿國際設計論壇」議題與來賓進行質性分析說明。

### 3-1 策展論述

2021 高雄設計節「後疫時代」原先想要以 1931 年（昭和 6 年）舉辦的高雄港勢展覽會做為策展論述的背景，我們認為當初展出項目，如高雄州、高雄港各項建設與社會經濟活動、高雄鐵道建設與營運、書畫古董、花卉和藝術寫真的展覽會、臺灣、日本、朝鮮等地土產、各類水產等活動，甚至為壯聲勢同時搭配運動會、迎北港媽祖活動、在哈瑪星街區辦理商店櫥窗設計比賽等等，其項宣揚治臺與高雄各項經建成果與高雄設計節舉辦的精神類似，非常有趣。

因而依此規劃本屆高雄設計節八大議題，其中如設計品牌、人才回流、型農農業包裝都仍在後續的線上展中出現，另外因應 2022 臺灣燈會、台灣設計展、國慶煙火、TAKAO ROCK 在高雄，原先也期待與燈會相關的主題、期初成果在高雄設計節中能有曝光以做為預告。後來因改為線上展出，實際無燈會相關主題在本屆高雄設計節中展出，而 TAKAO ROCK 因疫情取消辦理，在 2022 年的高雄重大設計展演活動上，所盡到的廣告效益不足。

### 3-2 噪勢議題

「噪勢交流殿國際設計論壇」主題為「Design can Help!」，原訂議題為 4 個，分別為 1. 品牌：生活型態大風吹，邀請各行各業的品牌掌門人，分享因應疫情衝擊的品牌生存之道，2. 教育：疫情之下，學習形式變成不只一種樣貌。非典型教育新創團隊跳脫體制，突破教育的想像，賦予學習的無限可能。探討後疫情時代的教育轉變，學習還能怎麼更多元和創新？，3. 文化：地方沒有了人潮，是否還能創生？文化推動者們該如何用設計的思維突破困境？4. 台日交流：藉由台日交流，探討在疫情之下的教育、品牌、產業等不同國家的設計思維及觀察。設計是一門技術、一項方法，更是一種解決問題的思考方式，期待從這幾個受疫情影響最為嚴重的議題，透過設計思考找到未來生活的對策及最佳解方。形式為攝影棚錄影與線上會議並行的方式製播，天數為兩天。

後續縮減為 3 個議題，分別為：1. 都市規劃、2. 國際人才、3. 品牌視野，除 3. 品牌視野議題方向不變，1. 都市規劃談國際間疫後市政規劃的變化、2. 國際人才談國際創意產業人才的移動力，眾所皆知，世界在疫情剛爆發的初期，旅外臺灣人都紛紛回到臺灣躲避疫情，隨著臺灣後續在防疫出現破口，國外疫苗也問世，這批在國際企業工作的人才，才又回到原來的工作崗位，我們想要了解他們在這個過程中看到了什麼，有什麼見解。也因為如此，加上臺灣針對外國人士入境的嚴格，線上論壇舉行的必要是為了身在國外的來賓，其組成考量將於下一節說明。形式為實體論壇加線上會議的方式，天數為兩天。

最後實際將 3 個議題縮為 2 個議題，其中都市規劃與文化：地方創生議題；國際人才與品牌視野：品牌生存術合併進行綜合討論，形式為實體論壇加線上會議的方式，天數為一天。

### 3-3 來賓研究

在最初的策展架構中，決議先擬出議題主持人專長背景再思考 2~3 位來賓，在邀請策展人進行規劃時，原訂 4 個議題時，4 個議題主持人分別為遊戲橘子品牌總監陳秉良，同時也是策展人兼總召集人、雜學校校長蘇仰志、Verse 雜誌總編輯張鐵志、選選研設計總監林唯哲，並預計就主持人先行召開一場前導交流講座，後續各議題預計邀請的來賓有：(品牌)提提研設計總監李昆霖、神農生活執行長范姜群季、貓下去負責人陳陸寬；(教育)幫你優執行長葉丙成、

美感細胞教科書發起人陳慕天/張柏韋、為台灣而教創辦人劉安婷；(文化)叁捌旅居創辦人 邱承漢、林事務所執行長 林承毅、前行政院國發會主委陳美伶等人，都是基於疫後品牌生存方法、疫後教育現場翻轉、疫後地方文化創生等主題，邀請有經營管理經驗的專長們共同研討。

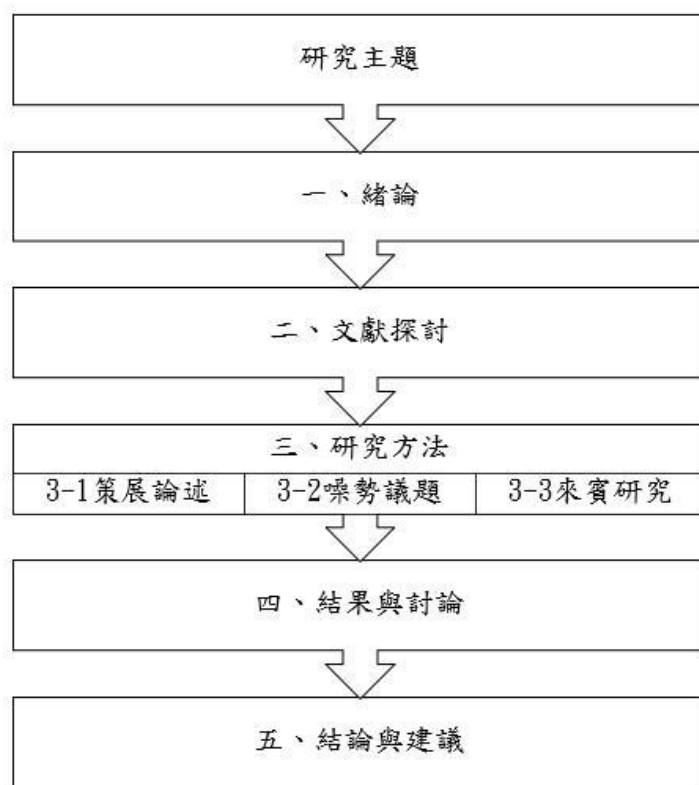


圖 2：研究流程圖

#### 四、結果與討論

做為 2021 高雄設計節的壓軸活動，在上午場次「國際人才、品牌視野：疫後產業協作的生存之道」當中邀請台灣設計研究院張基義院長擔任主持人，講者為選選研設計總監林唯哲(講題：設計綜合力-拓展國際設計力的關鍵)、馬玉山食品公司執行總監蔡文智(講題：觀光工廠讓人感動的品牌包裝術-穀勵未來領袖的兒時記趣)、美國工業設計協會波士頓分部副主席李盛弘(講題：從設計師教育到設計領袖養成-系統層面探討設計平台與環境轉變)，針對如何建構國際人才的移動、學習能力、如何應用科技工具、線上協作，不再受限地理位置，疫後也促進了新創企業商業形式的開拓，跨域國界與全球市場連結的生活選擇，發揮品牌之力再造風華。

下午場次「都市規劃、地方創生：城鄉的疫後共生」邀請到社計事務所總監吳漢中擔任主持人、林事務所執行長林承毅(講題：屬於後度時代的創生未來式)、水越設計/都市酵母總管周育如(講題：疫情下的環球創新觀察&水越的遠距設計作業)、日本社區設計師/studio-L 執行長山崎亮(講題：社區設計如何因應疫情時代)就疫下都市規劃、國家發展、環境永續、氣候變遷、都市更新、國土空間、城鄉振興等等議題，如何導入設計方法，盤點並培育各地風土、空間、產業、產物、人才，以創意、創新、創業思維創造多元經濟模式，也許是可能的解方。

受疫情影響，目前在美國波士頓的李盛弘與在日本的山崎亮採取線上會議的方式共同與會，國際虛實整合的會議形式在技術層面，需要依場地方的設備而進行規劃，本次活動也特別選擇在 TESL 高雄電競館，一方面在室內容納規模上較符合預期目標(大約 150 人)，二方面是場地方配備有充足的技師團隊分別就直播畫面、燈光音響進行完整專業的場控，讓主辦單位專心規劃節目內容，減少執行過程的混亂。

一場好的國際線上論壇活動，另一個需要特別注意的就是即時口譯人員、講師時差的考量，本次規劃時已經為了減少外國人士的翻譯與時差而選擇來自亞洲的講者，能做妥善的即時口譯且能理解主持現場進行方式的口譯並不多，且因為加了翻譯，講師講演的內容勢必減少，因此為了活動進行的順利，曾經做了 2 次的事先線上彩排。甚至以中文為母語的李盛弘，當時也曾配合時差與筆者進行 2 次的線上會議，討論議題與事前彩排。

## 五、結論與建議

本次論壇會後設置回饋量表，收集到 13 位觀眾建議。由林唯哲「設計綜合力-拓展國際設計力的關鍵」、國際講者李弘盛「從設計師教育到設計領袖養成-系統層面探討設計平台與環境」兩題獲得觀眾的喜歡。值得關注的是在地產業馬玉山執行總監蔡文智發表的「觀光工廠讓人感動的品牌包裝術-穀勵未來領袖的兒時記趣」獲得次之的票數，總體來說第一場次獲得的票數也較第二場佳，觀眾可能對於上午的議題較有興趣，關注於疫後產業、人才的流動與發展。針對論壇整體滿意度、流程掌控滿意度、工作人員優質的服務普遍給予較高的評價，另外針對場地，高雄電競館提供相當優質的服務與場地空間，對於一般觀眾來說，這裡是相當難得進來的活動場地，相信絕大部分的人都沒有進來過。關於如何知道本次活動大部分透過親朋好友推薦，社群行銷已經是常態，未來在活動上可能要及早透過口碑的方式進行推廣，從 2021 互動科技藝術展 DigiWave 的成功例子我們可以很明顯的看到其影響力的廣大。

13 位觀眾中有 6 位表示了建議，回覆率 46%，意見都很寶貴，其中在講題的難易度來說，這次講座內容的難易程度是針對一般大眾，對於業內人士可能會覺得時間不足，沒時間仔細解釋細節，當中拿捏對於辦理公眾活動公部門來說的確不太容易。

蒐集聯絡名單對於未來的訊息傳達上也有所助益，不過相信大部分的人仍然較為習慣社群行銷的方式勝過被提供訊息，畢竟每天的訊息量已經太多了。未來能如何有效的利用訊息，可以研究社群工具所提供的功能，更直效的推波訊息到觀眾的耳目。(例如:以 LINE 社群的方式主動出擊)，相信策展的過程除了規劃主題、邀請適當的主持人、適合的講師、設計適合的執行形式之外，在論壇本身進行的方式，從前期行銷開始就以觀眾熟悉的工具進行訊息的傳播，也切合本次論壇的議題，以遠端工作的日常，如同產業在轉型中力爭上游般，發掘疫下生存之道。

## 參考文獻

「疫情期間對「後疫情時代」的哲學省思：「人文的 AI」或「AI 的人文」」，《人文與社會科學簡訊》(22 卷 4 期，110 年 9 月)

「後 COVID-19 疫情時代臺灣經濟課題與因應」《國家發展委員會 108 年度-「加強國際連結一

深化與智庫合作」》(109年12月)