

# 《 TAIWAN'S CITY OF ART 》 台灣藝術之城

by Beat Baumann 貝亞 包曼



A Public Art Project (Mural) in Pier 2 Art Center, Kaohsiung

2023.10

# TABLE OF CONTENTS 目录

	Page
I. LOCATION & REACH 地點和覆蓋率	3
II. PROJECT 公共藝術	4
III. SCHEDULE 行程計劃	5
IV. ARTIST 藝術家	6
V. PURPOSE 目的	7
VI. POTENTIAL 項目的潛力	8
VII. SOCIAL MEDIA PLAN 社交媒體策略	9
<b>VIII. SPONSORS 贊助商</b>	<b>10</b>
IX. REALISATION PLAN 實施計劃	11
X. FINANCING PLAN 融資計劃	12
XI. BUDGET PLAN 預算計劃	13
XII. CONTACT 聯繫方式	14

# LOCATION & REACH 地點和覆蓋率

## 高雄市 鹽埕區 駁二藝術特區 PIER 2 ART CENTER

高雄是台灣的第二大城市，曾以其重工業、農業和台灣主要港口城市而聞名。在過去的十年裡，高雄已經發展成為台灣的文化樞紐。這座城市的文化轉變催生了高雄流行音樂中心、衛武營國家藝術文化中心以及駁二藝術特區的項目。

駁二曾經是一系列被遺棄的倉庫和鐵路場地，位於老高雄港旁邊，現在已經成為高雄最受歡迎的文化場所。駁二藝術特區定期舉辦藝術和音樂節，並展示公共藝術，為城市帶來了一股清新的活力。

**位置：**該壁畫位於藝術特區的主要幹道上的一面牆上，毗鄰熱門的誠品書店、廣場聚會場所、戶外音樂場地和翻新的倉庫劇院。必信街60號。

**覆蓋率：**2022年，超過620萬人次參觀了駁二藝術特區。參觀駁二最熱門的時間是在農曆新年假期期間。2023年的八天假期吸引了超過80萬名遊客。



# PROJECT 公共藝術

瑞士藝術家Beat Baumann【包曼貝亞】將啟動他的**第一個公共藝術項目**，也是迄今為止最大的一個：一個位於高雄駁二藝術特區核心的五層高藝術壁畫。

壁畫名稱為《**Taiwan's City of Art 台灣藝術之城**》，將由藝術家對高雄城市風景的詮釋組成。這將是對高雄文化轉變的見證，從工業強國轉變為擁有著名建築地標的現代文化城市。

除了城市的現代感之外，愛河蜿蜒穿過城市的中心，帶來大自然的柔和，並激發了藝術作品中的流動元素。城市與自然之間的對比將被展現出來，給觀眾帶來一種深刻的放鬆感，彷彿漫遊在河岸的小徑上，享受著微風和水上浮光的浪漫城市燈光。

在Baumann的藝術風格中，引人注目且對比鮮明的色彩，由充滿魅力的線條和諧地平衡，將表達出高雄年輕且充滿抱負的個性。

就像藝術館中的藝術品，每個人看到和體驗的都會因人而異。越是欣賞這幅壁畫的時間越長，他們就會發現並欣賞到藝術家筆觸中隱藏的個人靈性。



Project Studies, 2022

# SCHEDULE 行程計劃

**2023年12月：**

壁畫牆面的準備和清潔工作。

**2024年1月1日：**

開始創作壁畫。Beat Baumann的標誌性風格的作品將在農曆新年（2024年二月七日）之前完成。

**2024年2月12日-13日（初三初四）：**

**Public Live-painting 繪畫活動（總共二天）**。公眾被邀請跟藝術家現場繪製連著壁畫 154平方米的廣場地板。通過社區和藝術家的合作，這個項目從“我的高雄 My Kaohsiung”發展為“我們的高雄”。[#OurKaohsiung](#)

**2024年2月14日（初五，假期的最後一天和情人節）：**

**開幕活動**。邀請贊助商與媒體記者。



# ARTIST 藝術家

要全面理解任何藝術家的作品深度，必須考慮到藝術家所經歷的所有生活環境和文化的景象。

**背景：**Beat Baumann於1965年出生，在瑞士風景如畫的城市盧塞恩。他的藝術表現基礎源於**德國表現主義**。Baumann在80年代曾短暫居住在美國，並在那裡的經歷之後，他開始以新的決心繪畫。這些經歷留下了印象，讓他的藝術視野回顧起**波普藝術**。他的藝術作品也受到**超現實**和**抽象**構圖的影響。通過形狀和顏色的運用，以創建繪畫的“附加維度”。

從Baumann的西方文化出生地遷移到他現在居住的遠東文化，全球化時代促使我們尋求一種可以被所有人理解的共同語言。從**中國畫**中，Baumann汲取了靈活自由的筆觸，代表藝術家所見主題的自發表達。在中國和台灣生活了20多年後，他的藝術作品中出現了尋找生命力的“**氣**”元素。

Beat Baumann 曾經在瑞士，奧地利，意大利，中國大陸，與台灣辦過個展與參加國際藝術博覽會。

**職業：**Baumann在**半導體行業20年的職業生涯**和他的藝術身份在表面上似乎是矛盾的。高科技行業受到測量邏輯和結構化理性的限制。Baumann的作品似乎是那些系統性過程的反面。然而，理性和邏輯在他的藝術表達中得以體現。從遠處看，他的創作中的元素似乎是不合理、隨機，甚至混亂的，**但是他強烈的色彩與有自信、流暢的黑色輪廓相互平衡，創造出一個矛盾而浪漫的風景。**

**創作過程：**Beat Baumann獨特的藝術風格已成熟，然而，它並不是靜止的。他的風格不停的在進化。他在創作時在“**Flow**“的狀態，完全在當下並全神貫注於他的工作，外部的干擾淡化，他的心完全專注於創作行為。在這種心境下，他以令人難以置信的速度創作出了不斷進化的藝術品，永不重複。他確實是獨一無二的；Baumann在半年內所做的作品，其他藝術家可能需要一輩子才能完成。

*用Edward Hopper的話來說：“如果我可以言語言語表達，就不需要繪畫。”* 無需言語，Beat Baumann的作品以一種普遍的方式表達出來。



# PURPOSE 目的

作為一位在國際間生活了30年的瑞士藝術家，Beat Baumann在台灣找到了他的第二個家。在他自己和家人之間，以及在尊重瑞士和台灣身份之間，以及在工程師和藝術家這兩個職業之間，存在著一種二元性。他內心中的舊和熟悉，新和異國情調，邏輯和情感已經緊密交織在一起。

這種內在的不和諧將在這個“巨大”的藝術品中得以體現，而且更重要的是，在這件作品中，他非常幸運地能夠與觀眾分享他的瑞士和台灣背景，以及他對生命與藝術的終身熱情和愛。

- ❶ 這個壁畫將受到Beat Baumann在台灣的經歷的啟發，尤其是他所鍾愛的高雄。因此，他希望通過自己的藝術回饋並激勵社區，將自己對生活的活力和熱情傳達給人們。
- ❷ 通過創建新的藝術地標和新的觀光景點，為駁二藝術特區作出貢獻，推動高雄的藝術場景。
- ❸ 最終，喚起社區和年輕人的創造力。Baumann希望激勵人們去探索藝術對他們自己的含義。



# POTENTIAL 項目的潛力

**OFFLINE REACH 線下覆蓋率**：該壁畫位於高雄藝術特區的主要幹道上的一面牆上。他的位置在駁二區的主要入口，坐捷運參觀的游客一定會經過這副壁畫。**2022年，超過620萬人次參觀了駁二藝術特區。**

**LIVE-PAINTING 繪畫活動**：該壁畫的前身（壁畫的下部）無意中吸引了當地居民和遊客，Baumann鼓勵他們一起在壁畫前廣場上創作。現在，他的意圖是再次鼓勵和納入當地居民與游客的藝術貢獻。這個3天的活動計劃在新年假期期間舉行，也是駁二區最熱鬧的時段。**2023年的新年假期吸引了80萬人參觀駁二藝術特區。**

**SOCIAL MEDIA REACH 社群媒體參與度**：壁畫的前身激發了社區的興趣，導致他們在不同的社交媒體平台上創建了引人入勝的內容（**UGC，用戶生成內容**）。**旅游博主**也介紹了這個地點作為高雄駁二的必玩之地。除了成為“網紅點”，這個公共藝術吸引了許多其他**藝術家和Baumann合作拍MV**，舉辦舞蹈表演以及當拍攝場景。

從過去的經驗來看，該項目有潛力創建**自然流量**。這次，該項目將積極鼓勵UGC，以在作品創作過程中和完成后有結構的方式促進自然的社交媒體策略。

**PRESS & MEDIA 新聞和媒體**：該壁畫有潛力吸引到新聞與媒體的關注，例如Travel Luxe2022年5月發表有關Baumann在高雄駐留計劃的文章（**贏得媒體 Earned media**）。邀請將發送給當地媒體和駁二藝術特區，旨在展示和推廣台灣藝術文化的發展與跟國際接軌的文化交流。更重要的目標是激發社區參與文化交流，通過藝術分享對生活的愛。



twerk\_mimix  
駁二藝術特區 The Pier-2 Art Center



旅行探險遇畫家

受夠了台北20幾天的「雨水洗禮」，前些日子我投奔了陽光普照的南國。在駁二特區邊的小巷弄尋寶時，先是空氣中的淡雪茄香味悠悠飄來，轉個彎眼前的景象讓我傻眼。車庫改裝的大型畫室出現在我眼前，有位嘴含煙斗的很面熟大叔正眯著眼在他的作品前皺眉沉思。我的小腦袋轉了又轉~哪裡見過?。哇塞!我喜歡的住台瑞士畫家 Beat Baumann!曾經在非池中藝術展看過他的作品，當時也心動想收藏。當天我還留他畫室好幾個小時，聊藝術、聊人生，就像失散多年的老友。當天至今我多了位好友。所以說，旅行時不妨去探險周邊的巷弄，因為它有可能帶給你意外的驚喜及禮物。**text & photo Helen Lee**

★★★★★ a year ago

那天天氣很好，為了無人機去二副台灣燈會（雖然最後站錯位置都被高雄流行音樂中心擋住了），因為還很早，所以在駁二週邊四處逛逛，路過了這裡，好... More

See translation



鹽埕區藝術牆 Beat Baumann 貝亞包曼  
AGA DESIGN

cwyuuuuu\_0121



# SOCIAL MEDIA PLAN 社交媒體策略

從準備壁畫牆面到開幕活動最終展示，整個過程將被記錄下來：

**短格式內容（視頻和圖像）** 將定期在Beat Baumann的社交媒體帳戶與壁畫進展的特定網站上發布，分為3個類別：

- ❶ **THE ART 藝術分享**：準備工作；創作過程；縮時影片；無人機拍攝。純粹為觀眾提供娛樂。
- ❷ **FOSTERING COMMUNITY 建立團體感**：觀眾分享對藝術的觀念，高雄的經驗，文化交流。例如，與觀眾進行討論採訪；將UGC發布在 Baumann的社交媒體和網站上。
- ❸ **EDUCATIONAL 知識共享**：藝術家解釋過程；對其他藝術家的有用提示。

最終的**長格式內容**將是項目的**紀錄片**，包括創作過程，藝術家的訪談素材、公共活動和藝術家與觀眾之間的互動。

高雄市政府文化局、駁二藝術特區和旅遊KOL將被告知有關Live-Painting現場活動，以便進行推廣，以擴大受眾並鼓勵高雄旅遊。

此外，在繪畫活動與藝術家創作期間，鼓勵參與者在他們的社交媒體賬號上發文，使用標籤**#OurKaohsiung**，將提供繪畫活動的畫筆以及顏料。



攝人心魄！瑞士藝術家在【高雄駁二藝術特區】五層樓高壁畫 2024新春現場創作！EPIC Mural in Kaohsiung Pier 2 Art Center

Private

BB Beat Baumann 包曼貝亞

Analytics Edit Video

Like Comment Share Save

<https://www.youtube.com/watch?v=pS0QNmrVYM>

## #OurKaohsiung

# SPONSORS 贊助商

## 您的贊助幫助：

### ① 促進公共藝術，培育社區凝聚力：

您的贊助將有助於創作一幅由當地社區積極參與的公共藝術品，培育社區共同感。

### ② 支持台灣藝術與文化發展：

通過贊助此項目，您將在支持台灣的視覺藝術和文化場景方面扮演重要角色，幫助確立高雄為藝術表達和創意的樞紐。

### ③ 提升高雄旅遊業和客流量：

永久性壁畫將成為一個新的藝術地標，吸引遊客並增加駁二的人流量，最終使當地企業和社區受益。

### ④ 促進國際文化交流：

您的贊助將促進台灣與世界之間有意義的文化交流，向全球觀眾展示台灣豐富的藝術遺產。

## 成為贊助商的獲益：

① **創意合作：** 鼓勵贊助商與藝術家進行創意合作，實現與他們品牌價值相符的獨特而引人入勝的互動。

② **線上宣傳：** 贊助商將在各種社交媒體平台上受到提及，包括關於項目進展和他們參與的專題帖子。贊助商將在項目的官方網站上受到認可。

③ **品牌機會：** 贊助商的品牌可能會融入到現場繪畫活動、壁畫開幕活動中，包括橫幅、標牌和宣傳。

④ **宣傳視頻和紀錄片：** 贊助商的標誌和名稱可能會出現在宣傳視頻和最終紀錄片中。

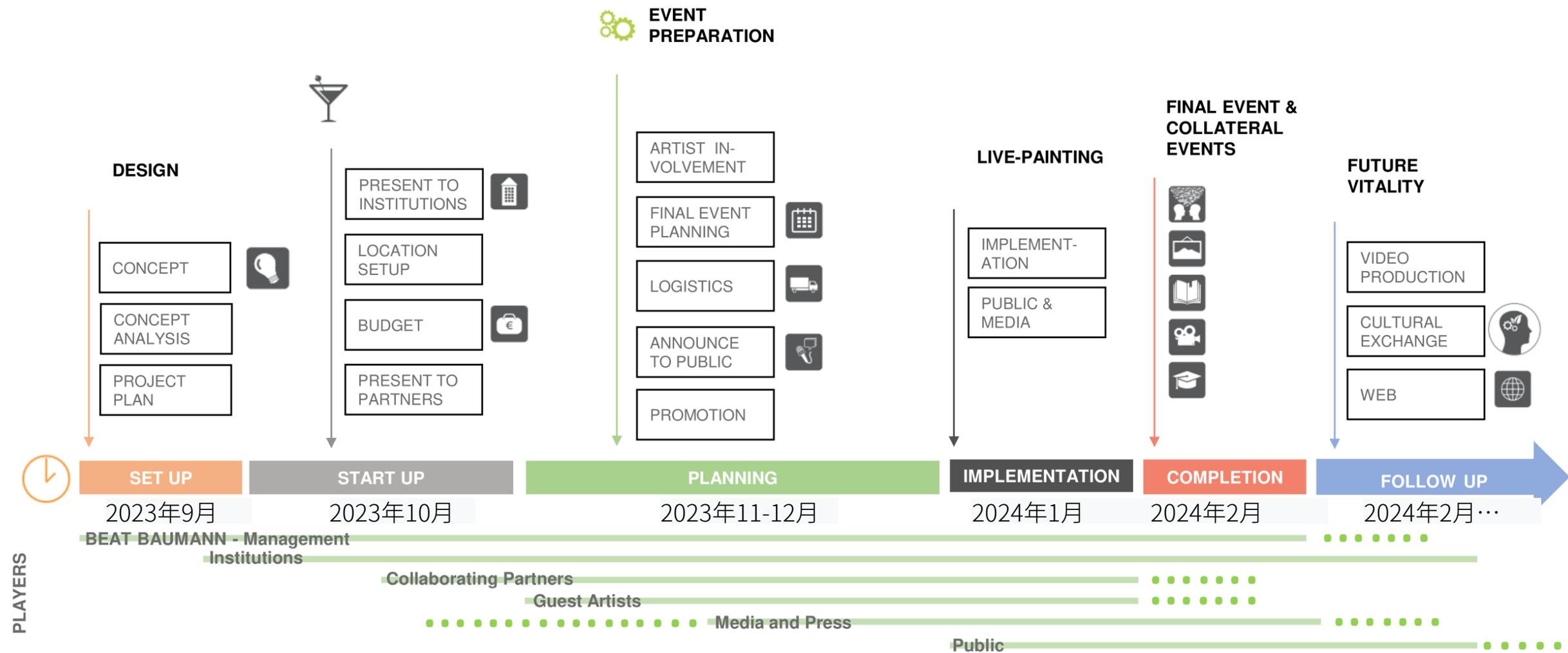
⑤ **開幕活動邀請：** 作為對贊助商支持的感謝，贊助商將被邀請參加最終壁畫開幕活動，提供交流機會，並慶祝項目的成功。

⑥ **藝術Workshop：** 兩位主要贊助商將有機會參加與藝術家舉辦的私人4小時品酒繪畫工作坊（最多10名參與者），深入了解項目，體驗創作過程。

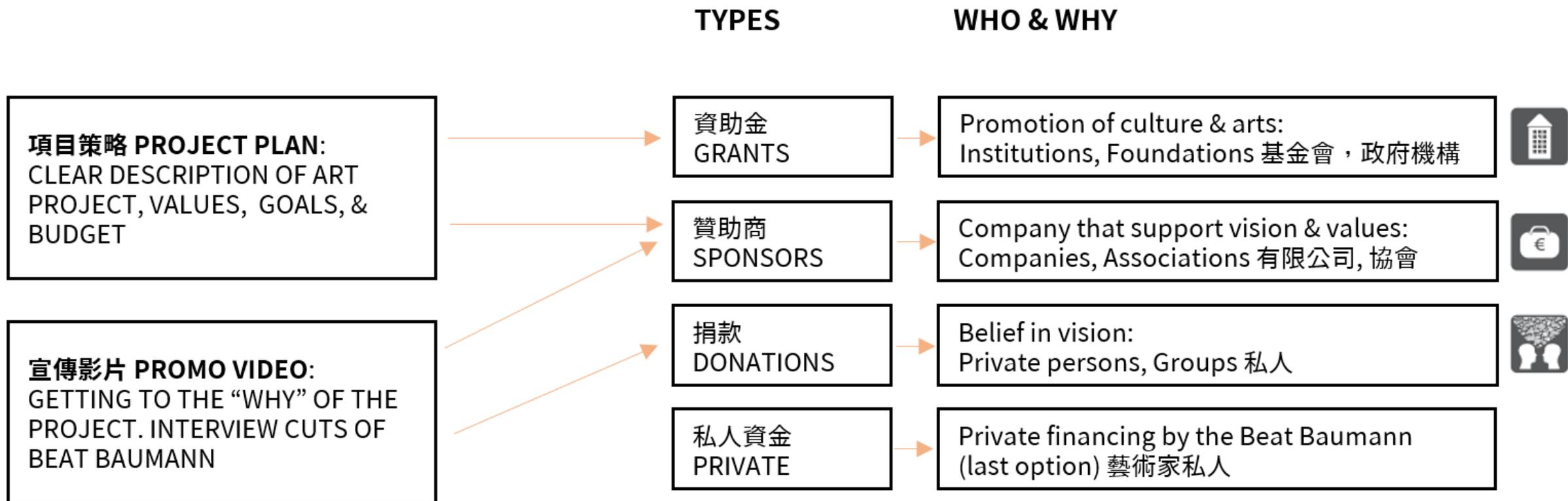
⑦ **影響力測量：** 項目完成後，將測量並報告在線參與和線下活動，展示對社區的影響和貢獻價值。

⑧ **獨家商品：** 捐贈30000新台幣或更多的贊助商將收到一幅由藝術家簽名的限量版藝術印刷品。所有贊助商將收到一幅限量版壁畫海報。

# REALISATION PLAN 實施計劃



# FINANCING PLAN 融資計劃



# BUDGET PLAN 預算計劃

STARTUP & PLANNING: PROJECT PREPARATION		NTD	CHF	Total	180,000 NTD	5054.76 CHF
PROJECT MANAGER (3 months)	Roles: start-up, project plan, contact sponsors, press contact & public relations, ads & promotion, procurement of project materials, coordination of social media & content, final event plan & execution, follow-up	50,000	1404.10	1 CHF	35.61 NTD	18.09.2023 Currency Rate
VIDEOGRAPHER (1 month)	Roles: pre-project promo video, 2-3 weekly short videos during live-painting, event, final documentary film	50,000	1404.10			
MARKETING MATERIALS	Posters, gifts (sponsorship banners excluded)	5,000	140.41			
SOCIAL MEDIA ADS	Ads on Facebook, Instagram, Youtube	30,000				
IMPLEMENTATION: LIVE-PAINTING				Total	139550 NTD	3918.84 CHF
LIGHTING SYSTEM	For mural, permanent installation	30,000	842.46			
INSURANCE (1.5 months) & SAFETY INSTALLATION	Accident insurance and safety harnessing	15,000	421.23			
CRANE RENTAL (1.5 month)	(Moveable crane 直臂式高空車18M, incl. transport)	82,550	2318.17			
MATERIALS: PREPPING	Cleaning and wall-primer (4 gallons)		0.00			
MATERIALS: PAINTING	Tools incl. brushes and rollers, paint, paint spray (Rainbow)	10,000	280.82			
MATERIALS: COATING	Acrylic Emulsion coating and UV Protection varnish		0.00			
MATERIALS: PUBLIC PAINTING	Simple tools and paint for public painting event on the plaza	2,000	56.16			
COMPLETION: FINAL EVENT & COLLATERAL EVENTS				Total	10000 NTD	280.82 CHF
F&B	Vendors (2 food & 1 beverage); vendor pay for stand	0	0.00			
DJ	Final event afternoon (2pm-6pm)	0	0.00			
SOUND SYSTEM	Final event Incl. stereo, microphone (Cijin Sunset Bar)	0	0.00			
FURNITURE RENTAL	Fold tables and chairs incl. transport (City Suites?)	5,000	140.41			
ARTIST WORKSHOPS	2x Wine & Paint workshop (3-4hrs) offered to main sponsor (10 people per session)	5,000	140.41			
<b>TOTAL COST</b>					<b>284550 NTD</b>	<b>7148.27 CHF</b>

\*Excluding Artist Fee

\* 不包含藝術家工資

# CONTACT 聯係方式

## 負責人

Sonya 包曼嘉琳

LINE / 電話 +886 (0) 900 616 429

Email [BeatBaumannArt@gmail.com](mailto:BeatBaumannArt@gmail.com)

## BEAT BAUMANN 社交媒體

Website [www.beatbaumann.com/zh/about](http://www.beatbaumann.com/zh/about)

Facebook [www.facebook.com/beatbaumannart](http://www.facebook.com/beatbaumannart)

Instagram [www.instagram.com/beatbaumannart](http://www.instagram.com/beatbaumannart)

Google地圖 <https://maps.app.goo.gl/uJdAPTJxBxChwte5A>

## REFERENCES

2022年，6,244,698人次參觀了駁二藝術特區 (2023.10.07 <https://stat.taiwan.net.tw/scenicSpot> )

2023年，高雄駁二初一到初八迎來80萬人潮 (2023.10.07 <https://udn.com/news/story/7327/6934728> )

雜誌 Travel Luxe (2022/05)：旅行探險遇畫家 (2023.10.07 <https://www.travelerluxe.com/> )