

2008 第二屆國際創造力教育博覽會
計畫書

<活力台灣・創意教育>

提案單位：高雄市政府教育局

國立中山大學創意與創新研發中心

中華民國 96 年 7 月

目 錄

第一部份 計畫摘要表	2
基本資料表	2
第二部份 計畫內容	5
緣起	5
目的	5
博覽會內容之基本概念	6
計畫工作內容	7
預期效益	12
經費概算表	13

第一部份 計畫摘要表

一、基本資料表

計畫名稱	2008 第二屆國際創造力教育博覽會計畫書				
計畫執行單位	高雄市政府教育局、國立中山大學創意與創新研發中心				
計畫主持人	鄭英耀 教授	電話		傳真	
	Email			手機	
計畫期程	自 96 年 9 月 1 日至 97 年 5 月 31 日止				
計畫經費	壹				
計畫網址					
計畫聯絡人	葉筱微	電話		傳真	
	Email			手機	
地址					
<p>內容摘要</p> <p>1.博覽會基本概念</p> <p>(1)展現以教育為本的創意城市。</p> <p>(2)成為全民參與具教育學習的活動。</p> <p>(3)以互動式成果博覽會的方式展現，輔以虛擬網站帶動創意氛圍。</p> <p>(4)國內各教育團體互動交流及成果展現，透過跨領域之經驗交流，催生產業創意，呈現創造力教育在產業的實踐。</p> <p>(5)具創意氛圍的動態節目演出。</p> <p>(6)國際經驗交流，激發出更具創意與創新的教育思考。</p> <p>2.計畫工作項目</p> <p>(1)攤位部分：分為國際創造力教育區、產業創意區、創造力教育示範區、創造力教育成果區、創造力教育學習區。</p> <p>(2)招商部分：延攬具有正面意義、形象之贊助廠商及邀請創意相關產業、外商觀摩。</p> <p>(3)活動部分</p> <p style="margin-left: 20px;">A.邀請國內、外知名創意團隊之表演</p> <p style="margin-left: 20px;">B.創造力教育成果之發表</p> <p style="margin-left: 20px;">C.創造力教育攤位之競賽</p> <p style="margin-left: 20px;">D.創意活動表演秀</p> <p style="margin-left: 20px;">E.主舞台每日之活動設計：包含創意有獎徵答、創意DIY、抽獎及各項創意遊戲</p> <p>(4)創造力教育交流工作坊部分</p> <p style="margin-left: 20px;">A.邀請國內、外知名創意團隊之講演。</p>					

B.邀請全球五大海洋城市之代表性創造力教育大師交流分享。

C.舉辦創意人講堂。

(5)國際邀請部分：邀請 10 個國家，各具創造力教育代表性之學術團隊。

(6)博覽會網站部分：架設博覽會之專屬網站，[活動網站瀏覽人次](#)預計達 10 萬人次以上。

(7)博覽會問卷部分：設計創造力教育博覽會滿意度問卷，對參與民眾進行問卷調查作為活動成果評估之重要指標。

(8)宣導推廣規劃：

A.媒體部分：包括記者會之舉辦，及平面媒體、電子媒體、網路、雜誌等廣告刊登、文宣品印製以及影像紀錄。

B.創造力教育宣傳造勢活動

C.於博覽會期間每日出版活動快訊

D.製作博覽會紀錄片，將博覽會的過程作系列性的影像紀錄與製作呈現。

E.各項文宣品之規劃印製，配合國際化主題，[所有文宣品](#)、大會資料、會場標示、博覽會週邊產品皆以[中英文](#)標示、[設計](#)。

3.預期效益

(1)預估吸引約 10 萬以上參觀人次，親身體驗創造力教育成果，成為潛在的創意種子。

(2)預估吸引 10 萬以上人次瀏覽創造力教育博覽會官方網站，傳播創意成果。

(3)經由國際團隊的參展，與國人相互交流創造力教育之經驗，並藉此分享台灣創造力教育之特色。

(4)提供對創造力與創新相關課題感興趣者，直接獲得資源和資訊的便捷管道，啟發內外創意動機。

(5)藉由博覽會事件、不同主題活動和廣告運作，營造媒體話題，喚起社會大眾對本博覽會之好奇與持續關注，拓展群眾參與創造力教育之基礎。

(6)透過媒體合作系列深度報導，激盪各界對推展創造力教育的延伸討論。

(7)強化各政策單位所屬之創意團隊成員間的橫向聯繫，有助於創意社群之建立與凝聚。

(8)提供強調創造力教育與創新人才養成的不同政策單位之間，整合與政策執行檢視的機會。

第二部份 計畫內容

壹、緣起

為培養創意人才，具體落實「創造力教育白皮書」，教育部各司處持續推動與執行創造力之相關計畫和活動；自 91 年起推動 2 期「創造力教育中程發展計畫」，為展現教育成果、傳播創意理念、鼓勵全民發揮創意潛能，已於 2004 年 2 月 13 至 15 日舉辦第 1 屆創造力教育博覽會，短短 3 天吸引 6 萬 2 千餘人次參加，活動獲得各界廣大迴響。目前「創造力教育中程發展計畫」即將完成階段性任務，為因應各界要求展現成果，擬舉辦第 2 屆創造力教育博覽會，以展現「活力台灣・創意教育」之精神，本計畫規劃於 96 年 3 月，舉辦「2008 第二屆國際創造力教育博覽會」，並首度邀請國際團隊一同分享創造力教育之魅力。

貳、目的

廿一世紀是劇變的的時代，資訊科技迅速發展與流通，社會多元化的腳步也越來越快，人類正面臨「第三次產業革命」——一個以「腦力」決勝負的「知識經濟時代」。此時，不論是創新思考、批判思考或解決問題之能力，皆是未來世界公民的重要基礎能力。創新可視為一系列知識生產、知識利用以及知識擴散的歷程，而創造力就是創新的火苗。因此創造力與創新能力之培育，不僅是提昇國民素質之關鍵，亦為發展知識經濟之前提，所以創造力教育也就成為未來教育工作之推動重點。

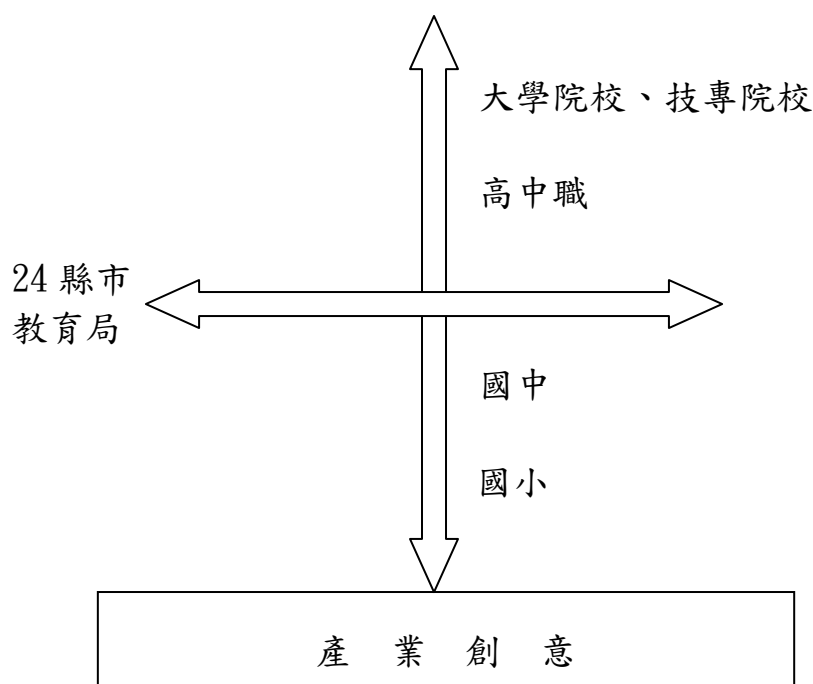
歷經七年創造力教育先導型計畫之播土、深耕，創造力教育在台灣各地方以及各級院校逐漸開花結果；為重新詮釋「德、智、體、群、美」五育的均衡發展，從過去的單向學生學習，到如今注入許多創新、雙向互動學習教學，並融合各地方教育特色，台灣的創造力教育不僅是在態度上轉變了新的思維，更將新思維化成實際之行動，展現出具體實行成果。於是，為了展現創造力教育七年來階段性之具體執行成效，以及持續宣導推動創造力教育的全方位連結，「2008 第二屆國際創造力教育博覽會」將呈現各單位的執行成果，並藉由博覽會的啟發與營造，積極鼓勵創意與創新成全民運動。

此外，今年特別邀請 10 支代表不同國家創造力教育特色的團隊來參與博覽會的展出，期望透過互動式的經驗交流，激發出更具有創意與創新的教育思考，並將台灣創造力教育的範例，推向國際舞台。

參、博覽會內容之基本概念

本屆博覽會主題為「以教育為本的創意城市」，以國際舞台的城市創意作為主軸，展現創造力跨領域整合的成果，不但強調創造力的發想歷程、創造力的實踐成果、更展現出知識資本的有效運用和價值。因此，藉由博覽會的展出，可充分表現出互動的、學習的、以及經驗的創造力成就。

博覽會基本概念圖：



為了完整呈現出本計畫之基本概念，縱向以現行學制之各級學校為主軸，包含國小、國中、高中職、大學院校及技專院校，橫向由各縣市教育局組成，形成地方創造力教育推動團隊，以縱向與橫向之跨領域連結，共同推動產業創意，並輔以國際間之相互經驗交流來促進創造力教育發展，以雙向互動式活動設計方式，提供民眾實際體驗創造之歷程；以靜態展覽方式，呈現創造力教育實踐之成果；透過主題性之創意節目演出、創造力工作坊及國際創造力團體互動交流活動，提供全民參與之學習機會，深化創造力教育於民眾生活之中。

本屆博覽會基本概念如下：

- 一、 展現以教育為本的創意城市。
- 二、 成為全民參與具教育學習的活動。
- 三、 以互動式教育成果博覽會的方式展現，輔以虛擬網站帶動創意氛圍。

- 四、國內各教育團體互動交流及成果展現，透過跨領域之經驗交流，催生產業創意，呈現創造力教育在產業的實踐。
- 五、具創意氛圍的動態節目演出。
- 六、國際經驗交流，激發出更具創意與創新的教育思考。

肆、計畫工作內容

一、活動特色

1. 「城市創意·國際領航」為本活動之主要特色，以城市創意教育出發，結合高雄市在地特色，以河、海、水活力為主題，展現城市創意。
2. 邀請全球五大海洋城市之代表性創意教育大師，例如，舊金山、赫爾辛基、雪梨、新加坡、上海等，分享該城市創造力教育現況為工作坊主題，以國際間之相互經驗交流來促進創造力教育發展。
3. 創造力教育成果之發表，展現出創造力教育這些年來在台灣推動之成效，並引發民眾對於創造力教育的持續關注。
4. 運用主舞台活動營造創意教育氛圍，邀請國外創意團隊表演，例如：日本超級變變變節目，引起民眾的好奇和持續性關注。
5. 特闢產業創意專區，具體展現知識資本之有效運用與價值。
6. 國際攤位部分，則邀請 10 個國家的創意教育團體參展，與台灣一同交流創造力教育之經驗。

二、活動時間及地點

1. 日期：民國 97 年 3 月 14~16 日(星期五~日)，上午十一時至下午九時，其後四天為靜態展出，共為期七天。
2. 地點：夢時代購物中心
 - (1)博覽會展覽區：8 樓時代會館
 - (2)博覽會舞台區：3 樓蛋型廣場
 - (3)創造力交流工作坊：8 樓演藝廳

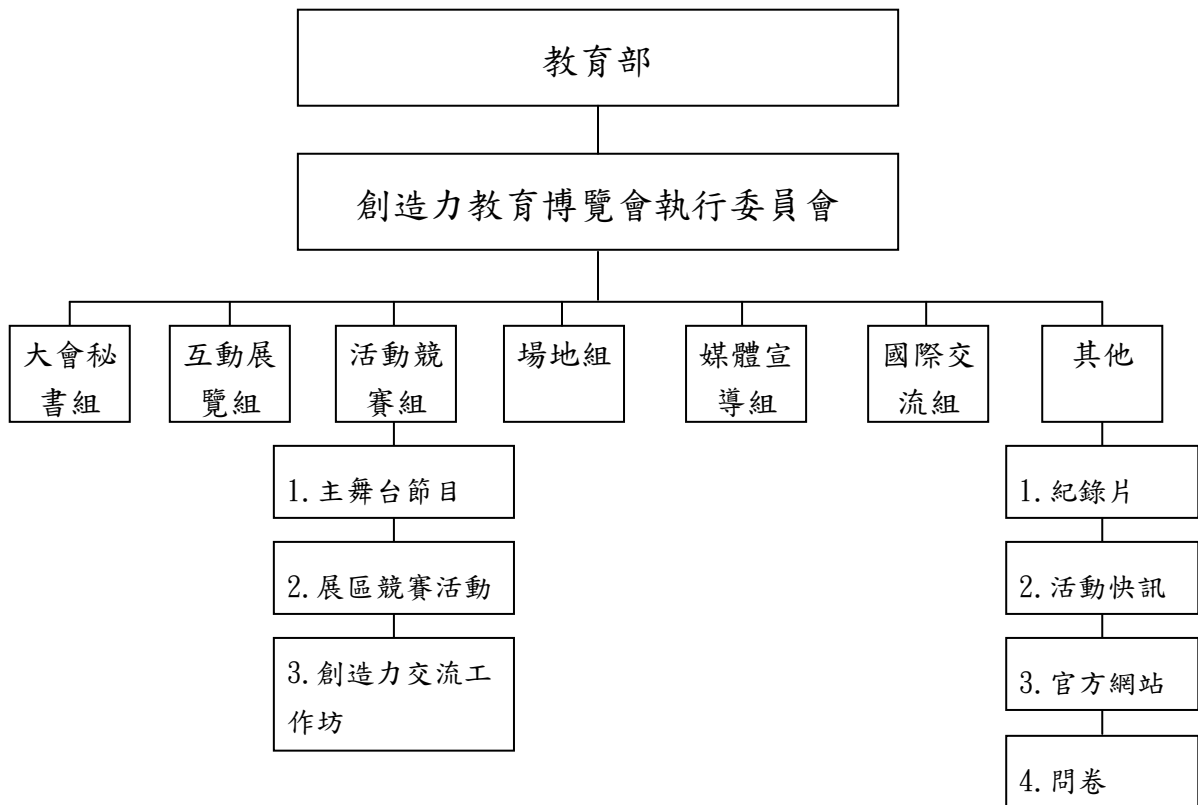
三、參觀對象

1. 各級大中小學幼稚園教師、學子、一般市民及專業人士。
2. 地方創造力、創意高中職、高中職智慧鐵人競賽、創意學院、創意的發想與實踐、成人創造力計畫、教育部各司處參展團隊等隊伍總動員，為基本群眾。

四、推動之組織

1. 指導單位：教育部
2. 補助單位：教育部顧問室
3. 執委會召集人：鄭顧問英耀
4. 統籌單位：高雄市政府教育局、國立中山大學創意與創新研發中心
5. 執行秘書長：陳教授以亨

◎計畫組織架構：



五、博覽會內容

1. 攤位部分

所有參與展出的攤位，每個攤位為 3×3 公尺隔間，由教育部各司處偕同參與，以具備創意、創新相關之各項計畫或符合博覽會主題作為參展素材，並進行宣導推廣，總計 200 個攤位。

- (1) 國際創造力教育區：20 攤位(10 個國家)，具各國創造力教育代表性之創意中心或學術機構。
- (2) 產業創意區：20 攤位，以創意融入產業之協力媒體、廠商、基金會等。

- (3) 創造力教育示範區：100 攤位，各級學校、實驗創新學校。含「高級中等學校創意學校建構計畫」之各學校、「全國高中職智慧鐵人創意競賽計畫」之相關辦理單位及團隊、「創意學院計畫」之各大學院校、「創意發想與實踐巡迴課程計畫」之各大專院校。
- (4) 創造力教育成果區：40 攤位，含「地方創造力教育計畫」之 24 縣市教育局（含所屬學校參與計畫者）、「成人創造力計畫」之各社區大學及其他創造力教育相關子計畫之參與者。
- (5) 創造力教育學習區：20 攤位，展覽內容具有互動學習功能之攤位，例如創意餐飲、創意動畫等，提供全民參與學習。

2. 活動部分

- (1) 邀請國內、外知名創意團隊之表演，例如：澄果設計、迪士尼夢工場、華義國際、遊戲橘子、麥兜等。
- (2) 創造力教育成果之發表：安排多元創意成果、研究成果、紮根成果、各縣市教育局成果等之發表。
- (3) 創造力教育攤位之競賽：藉由競賽的方式激發參展單位飆創意的潛在因子。以博覽會參展攤位為對象，並以每攤位整體為評分單位，分為現場觀眾票選以及評審團評分二部分來做遴選，國內及國外攤位共同競爭。
 - A. 凡參與活動之民眾均可參加攤位投票競賽，預計票選出「最有創意的攤位獎」、「最佳人氣獎」、「最佳宣傳獎」。
 - B. 邀請五人小組的評審團，評選出「評審團金創意大獎」、「攤位設計金手指獎」、「創意傳播金旋風獎」。
- (4) 創意活動表演秀，例如：打擊樂團表演、活力演唱會。
 - A. 主舞台每日之活動設計
 - a. 創意有獎徵答：每 3 小時前公布題目，答案就在和攤位中，3 小時之後回主舞台，搶答拿獎品。一天預計做 2-4 場。
 - b. 創意 D I Y：題目取自參賽攤位中的遊戲部分，限時完成，優先即可獲獎。
 - c. 創意參觀抽獎：每天下午 4:30 舉行參加獎之抽獎活動，但得獎人以現場在場為主，若不在場，則視同放棄獎項。
 - B. 參觀民眾參與創意遊戲得獎品
 - a. 創意攤位接龍：參賽者需自所有攤位名稱中，串連

出題目的首、尾字；至少要 8 個攤位名稱以上，且每一區至少要一個攤位名稱，串連成功即可得獎。

b. 創意蓋章玩賓果：只要集滿同色系的攤位章，每區一個攤位，連成一線即可得獎品。

3. 創造力教育交流工作坊部分

- (1) 邀請國內、外知名創意團隊之講演：例如：澄果設計之創意歷程、宮崎駿工作團隊、迪士尼台灣代工之創作團隊。
- (2) 邀請全球五大海洋城市之代表性創造力教育大師，例如，舊金山、芬蘭、雪梨、新加坡、上海等，分享該城市創造力教育現況為工作坊主題，以國際間之相互經驗交流來促進創造力教育發展。
- (3) 邀請國內創意人講演，分享各產業之創意經驗。
- (4) 國內外產、官、學界之經驗交流：舉辦相關工作坊以促進相互了解。

4. 國際邀請部分

原則上，國外參展的團隊，由本計畫則負責落地接待，包括台灣當地之住宿、交通及餐飲部分。

各國家派出之團隊需具有創造力教育代表性之學術團隊。預計邀請團隊如下所列：日本、韓國、馬來西亞、越南、香港、泰國、德國、芬蘭、美國、英國…等。

5. 博覽會網站部分

- (1) 為擴大博覽會參觀效益，本計劃將架設博覽會之專屬網站，結合虛擬與實體概念，營造創意氛圍，預計[活動網站瀏覽人次達 10 萬人次以上](#)。
- (2) 網站內容以互動式網路[博覽會](#)為原則，網站內容為中英文設計，包含各展覽攤位簡介、主舞台節目表、各項活動獲獎名單及活動最新消息等，除配合活動期間宣傳外，博覽會後仍持續維運 3 個月為期，以利外界了解。

6. 博覽會問卷部分

委由國立中山大學設計創造力教育博覽會滿意度問卷，對參與民眾進行問卷調查，包含，參與動機、參觀滿意度、參觀後對於增進創造力的實質助益調查等，預計取樣 1500 人，進行資料分析與統計後，作為活動成果評估之重要指標。

六、宣導推廣規劃

為使創造力教育的概念及多年來先導型計畫之成果更廣為台灣民眾所知，藉由此次博覽會之跨領域之公開展示，民眾能夠有一次全

面性的總觀認識及了解。

1. 媒體部分：包括記者會之舉辦，及平面媒體、電子媒體、網路、雜誌等廣告刊登、文宣品印製以及影像紀錄。
 - (1) 記者會：配合活動時程舉辦記者會數場，如起跑記者會、活動行前記者會等。
 - (2) 電子媒體：與一家主要電子媒體合作，博覽會系列專題報導至少 10 則、10 秒預告片製播一週強打、追蹤三天博覽會新聞區段連線轉播、相關新聞節目置入。
 - (3) 平面媒體：與平面報紙合作，六天全國版全十廣告刊登、十五天活動預告方塊、展前三個月博覽會團隊新聞系列報導、七天開展新聞報導。
 - (4) 其他媒體：雜誌專題深度報導、廣播 15~20 秒預告、國內主要報紙報頭下廣告刊登、廣告版面規劃設計費。
2. 創造力教育宣傳造勢活動部分，將由三方面進行，以求創造力的創新與創意概念推廣至各層面。
 - (1) 公司行號：公司的教育訓練課程。
 - (2) 全國各級教育體系：包括幼稚園、國小、國中、高中、大專院校、社會大眾發布活動宣導公文及宣傳海報，教育界各級師生都可說是基礎參與群眾。
 - (3) 大學社團：例如創意社。
3. 活動快訊：於博覽會期間每日出版，報導每日重點活動，以每日即時的方式出版，並送交參展各單位及大會現場免費索取，快訊內容亦將全文即時上網。

內容規劃分兩部分：

 - (1) 精采活動回顧：報導每日精采活動，競賽成績結果，讓沒能參與的民眾也能藉此了解博覽會，讓參與過的民眾重新回味當時的參與歷程。
 - (2) 重點活動預告：預告隔日之重點活動，吸引民眾持續參與博覽會的各項活動。

出版數量：每日一萬份，連續三天出版，共三萬份。
4. 影像紀錄：本次博覽會將以紀錄片方式，將博覽會施行之軌跡，從計畫籌備開始，期間的各項重要活動，至展覽會結束的過程作系列性的影像紀錄與製作呈現。
5. 文宣品之規劃印製：配合國際化主題，所有文宣品、大會資料、會場標示、博覽會週邊產品皆以 中英文 標示、設計。
 - (1) 大會活動手冊：約 8 萬份，於博覽會三天於會場發送給

- 參加者人手一本。
- (2) 大會活動節目表 DM：大會重點活動節目介紹 8~10 萬份。
 - (3) 大會活動海報：約 1 萬份，張貼於現場、發函各校張貼、高雄市重要人潮出入點。
 - (4) 工作坊手冊及提袋：約 600 份，提供參與工作坊之學員使用。
 - (5) 其他平面文宣品：配合大會活動衍生之平面宣傳物品設計印製（如大會信封、cool card、書籤式傳單、記者會背版輸出等文宣品）。

伍、預期效益

1. 預估吸引約 10 萬以上參觀人次，親身體驗創造力教育成果，成為潛在的創意種子。
2. 預估吸引 10 萬以上人次瀏覽創造力教育博覽會官方網站，傳播創意成果。
3. 經由國際團隊的參展，與國人相互交流創造力教育之經驗，並藉此分享台灣創造力教育之特色。
4. 提供對創造力與創新相關課題感興趣者，直接獲得資源和資訊的便捷管道，啟發內外創意動機。
5. 藉由教育博覽會事件、不同主題活動和廣告運作，營造媒體話題，喚起社會大眾對本博覽會之好奇與持續關注，拓展群眾參與創造力教育之基礎。
6. 透過媒體合作系列深度報導，激盪各界對推展創造力教育的延伸討論。
7. 強化各政策單位所屬之創意團隊成員間的橫向聯繫，有助於創意社群之建立與凝聚。
8. 提供強調創造力教育與創新人才養成的不同政策單位之間，整合與政策執行檢視的機會。
9. 透過創造力教育的實踐與成果展現，促成創意教育在產業的實踐。