

類別：其他(業務推展、會議交流)

地區：馬來西亞

「吉隆坡插畫展

(Kuala Lumpur Illustration Fair)」

出國報告



主辦機關：新北市政府青年局

目錄

第一章、目的	2
第二章、過程	3
第三章、心得	32
第四章、建議	33

表次

表 1 新北文創品牌介紹	11
表 2 「吉隆坡插畫展」新北文創團隊業績表	12

圖次

圖 1 馬來西亞吉隆坡位處東南亞核心區域，具備串聯亞洲市場與國際交流之地理優勢。.....	6
圖 2 吉隆坡插畫展 2026 主視覺與活動資訊。.....	6
圖 3 吉隆坡插畫展 (KLIF) 展場實況，現場吸引大量民眾參觀交流。.....	7
圖 4 吉隆坡插畫展 (KLIF) 展場實況，現場吸引大量民眾參觀交流。.....	7
圖 5 吉隆坡插畫展新北攤位位置示意圖(紅框處)。.....	13
圖 6 吉隆坡插畫展攤位規格示意圖。.....	13
圖 7 吉隆坡插畫展團隊佈展。.....	13
圖 8 吉隆坡插畫展新北團隊合影。.....	13
圖 9 新北團隊「腋毛人 Yemao」展位。.....	14
圖 10 新北團隊「Miki Li Art」展位。.....	14
圖 11 新北團隊「ririkoko 梨夕子夕」展位。.....	14
圖 12 新北團隊「fangtzu」展位。.....	14
圖 13 新北團隊「三貓俱樂部」展位。.....	14
圖 14 新北團隊展位參觀人潮踴躍。.....	14
圖 15 青年局與大馬文藝創客協會進行交流，交流台馬地方創生、青年培力經驗。.....	17
圖 16 青年局職涯發展科周彥瑜科長與大馬文藝創客協會會長吳保強進行合影。.....	17
圖 17 參訪 Api House 手創館，了解大馬文藝創客協會推動青年文創展售模式。.....	18
圖 18 參訪 Api House 手創館，了解老屋活化與青年文化交流空間發展模式。.....	18
圖 19 參訪巴生地區結合餐飲與青年聚集之複合式空間，了解地方創生場域營運情形。.....	18
圖 20 實地走訪巴生老街街區與公共藝術空間，觀察地方文化保存與街區活化成果。.....	18
圖 21 巴生老街地方創生改造情形。.....	18
圖 22 巴生老街地方創生改造情形。.....	18
圖 23 在地青年於巴生故事館進行地方文化導覽，介紹巴生地區地方創生情形。.....	19
圖 24 巴生故事館作為文化導覽與市集空間，吸引民眾參與老街文化活動。.....	19

圖 25	GMBB 團隊進行場域簡報與交流座談，分享文創聚落與空間營運模式。	21
圖 26	青年局職涯發展科周彥瑜科長與 GMBB 團隊進行紀念品交流及合影。	21
圖 27	GMBB 團隊介紹場域內青年創作者工作空間與品牌進駐情形。	21
圖 28	GMBB 由舊商場改建而成，現已轉型為吉隆坡具代表性之複合式文創聚落。	21
圖 29	參訪 GMBB 展覽與公共展示空間。	21
圖 30	參訪 GMBB 展覽與公共展示空間。	21
圖 31	參訪 GMBB 沉浸式藝術展覽空間，了解場域結合數位藝術與文化展演之規劃。	22
圖 32	參訪 GMBB 內大將文化空間與文創通路空間。	22
圖 33	GMBB 場域展示馬來西亞傳統文化與藝術創作內容，呈現多元文化特色。	22
圖 34	GMBB 內圓夢工場創意基地空間現況，結合青年交流與共享空間等功能。	22
圖 35	青年局與吉隆坡插畫展 (KLIF) 主辦團隊成員 Lai Theng Seng(圖左)進行交流，了解展會經營模式、東南亞插畫市場發展及青年創作者培力方向。	23
圖 36	REXKL 保留原戲院空間結構，吸引青年族群與旅客交流休憩。	25
圖 37	REXKL 場域結合公共藝術與展覽空間，呈現青年文化與跨域創作特色。	25
圖 38	由原戲院改建之 BookXcess 獨立書店空間現況，為 REXKL 代表性文化場域。	25
圖 39	REXKL 保留原有戲院階梯與建築結構，展現舊建築活化再利用之空間特色。	25
圖 40	REXKL 場域結合展覽、閱讀及交流空間，形成具青年文化特色之文創聚落。	25
圖 41	REXKL 入口周邊設有文創品牌與手作市集空間，提供創作者展示與銷售平台。	25
圖 42	APW 戶外公共空間結合餐飲與休憩功能，吸引民眾停留交流。	27
圖 43	APW 保留原有工業空間結構，透過空間改造重新賦予舊工廠新機能。	27
圖 44	APW 將原有工業空間轉型為展覽、市集及藝文活動場域。	27
圖 45	APW 導入品牌進駐與共享空間，串聯商業與青年交流等功能。	27
圖 46	中山同鄉會外觀現況，保留老建築立面與歷史空間特色。	29
圖 47	中山同鄉會透過三棟建築串聯與垂直樓層規劃，形成具探索性之藝文聚落。	29
圖 48	中山同鄉會內部保留原有樓梯與老建築空間，展現青年文化與獨立創作氛圍。	29
圖 49	中山同鄉會內獨立書店空間現況，形塑藝文與知識交流氛圍。	29

圖 50 中山同鄉會場域現況。	29
圖 51 中山同鄉會中庭公共空間現況。	29
圖 52 中央市場外觀現況，場域保留 1937 年裝飾藝術 (Art Deco) 風格建築特色。	31
圖 53 中央市場內部公共廊道與市集空間現況。	31
圖 54 中央市場內部文創市集與商店街。	31
圖 55 中央市場內部文創市集與商店街。	31

內容摘要：

一、目的：

本局辦理「2026 新北青年文化創意產業團隊海外參展計畫」，率領新北市 5 組優秀青年文創品牌赴馬來西亞參加「2026 吉隆坡插畫展 (Kuala Lumpur Illustration Fair, KLIF)」，透過實際參與國際展售與文化交流活動，協助青年創作者拓展海外市場視野、累積國際參展經驗及提升品牌國際能見度，並藉由參訪當地文化聚落與文創場域，了解東南亞青年創作生態、文創空間經營及市場發展趨勢，作為後續推動青年文創國際交流及「IP 出海」政策之參考。

二、過程

本次由本局率領 5 組新北青年文創團隊參與「2026 吉隆坡插畫展 (Kuala Lumpur Illustration Fair, KLIF)」，展出角色插畫、原創周邊、手作配件及獨立出版等多元創作內容，並透過實際展售與交流，觀察東南亞市場消費偏好及青年創作發展趨勢。展會期間亦與來自馬來西亞、泰國及新加坡等地之創作者與文創品牌進行交流，另參訪 GMBB、REXKL、APW、中山同鄉會及中央市場等文化場域，了解當地文創聚落經營及青年品牌發展情形。

三、心得

本次參訪觀察到馬來西亞文創產業相當重視民間自主經營、社群連結及多元文化融合，並透過舊空間活化、市集活動及複合式文化場域經營，逐步形成具地方特色之青年文化聚落。此外，東南亞市場對臺灣原創角色插畫與個人風格創作具高度接受度，多數團隊透過實際展售與海外觀眾交流，更能掌握市場偏好與消費趨勢，並累積國際展售及品牌經營經驗，對後續創作方向與商品開發具實質幫助。

四、建議

建議後續可持續推動青年文創海外參展與國際交流計畫，並強化展前品牌培力、市場分析及國際行銷等輔導機制，協助青年創作者提升海外市場應變與品牌經營能力。同時可持續拓展與東南亞文創場域、展會單位及在地文化組織之交流合作，逐步建立新北青年文創品牌國際鏈結網絡，提升臺灣原創 IP 及青年文創品牌於國際市場之曝光與發展機會。

第一章、目的

新北市政府青年局持續推動青年文化創意產業發展，透過青年培力、創業支持及國際交流等方式，協助青年拓展市場視野與累積實務經驗。自 2024 年起推動「新北青年文創團隊海外參展計畫」，至 2026 年已邁入第三年，藉由海外參展、國際交流及市場鏈結，協助青年創作者及文創品牌提升國際能見度。近年隨亞洲文創產業與插畫市場蓬勃發展，海外展會及國際交流活動亦逐漸成為青年創作者觀察市場趨勢及拓展跨國合作的重要管道。

馬來西亞吉隆坡近年於東南亞文創產業發展上具高度成長性，除擁有多元文化背景與活躍之青年創作社群外，亦逐步形成結合設計、出版、選物、展覽及餐飲等複合式經營之文創聚落。尤其吉隆坡插畫展（Kuala Lumpur Illustration Fair, KLIF）近年已成為東南亞具代表性之國際插畫展會之一，匯聚亞洲各地插畫創作者、設計品牌及獨立出版團隊，展示內容涵蓋插畫創作、角色設計、獨立出版及文創商品等多元領域，兼具展售、市場交流及產業觀察功能。

此外，GMBB、REXKL、APW、中山同鄉會及中央市場（Central Market）等場域，皆為當地具代表性之文化與文創聚集空間，兼具文化展演、市集活動、品牌展示及公共交流等功能，展現吉隆坡於城市文化創意發展上的多元樣貌。

本次出訪以參與吉隆坡插畫展及相關交流活動為主要目的，透過實地觀察國際插畫展之展場規劃、品牌進駐、文創商品銷售及觀展人流情形，了解東南亞插畫產業及青年創作市場發展趨勢。同時，亦安排拜會大馬文藝創客協會及參訪當地文創聚落與通路，針對地方創生、公私協力、青年文創培力、空間活化等議題進行交流。

透過本次參訪，期望了解馬來西亞文創產業與青年創作生態發展模式，觀察吉隆坡插畫展及文創聚落之場域經營與市場趨勢，同時建立臺馬青年文創交流與合作基礎，作為後續推動青年海外參展、國際交流及青年文創政策規劃之參考依據。

第二章、過程

吉隆坡插畫展（KLIF）係以推動視覺敘事與插畫創作交流為核心之國際插畫展會，匯聚策展人、藝術家、插畫創作者及產業專業人士，共同打造開放且具包容性的交流平台，促進插畫產業發展與國際連結。2026 年吉隆坡插畫展於 115 年 5 月 1 日至 5 月 3 日假 GMBB 商場（Ground Floor、5 樓及 6 樓展區）舉行，展出內容涵蓋插畫、平面設計、角色創作、視覺敘事、獨立出版及文創商品等多元創作領域，吸引來自各地之創作者、產業人士及藝術愛好者到場參與交流。

新北市政府青年局透過「2026 新北青年文化創意產業團隊海外參展計畫」，遴選 5 組歷年入選的優秀新北市青年文創團隊前往參展，包含三貓俱樂部、腋毛人 Yemao、ririkoko 梨々子々、Miki Li Art、fangtzu，各團隊展出作品涵蓋角色插畫、原創周邊、獨立出版、手作配件及圖像設計等多元創作形式，展現新北市青年創作者豐富且具辨識度之創作風格，於展會期間吸引眾多觀展民眾駐足交流。

本次參展期間，新北青年文創團隊於展售及市場交流方面均具良好成果，展會期間總銷售金額達新臺幣 274,168 元（約 34,271 馬幣），其中以角色插畫、原創周邊及手作配件類商品銷售表現最為亮眼，顯示新北青年文創作品於東南亞市場具一定市場接受度與發展潛力。參展團隊於展會現場亦與來自馬來西亞、泰國、新加坡等地之創作者、通路及相關產業人員進行交流互動，有助拓展未來市場合作與國際鏈結機會。

青年局於本次國際參展活動中，協助參展團隊辦理行政作業及展前準備，提供必要參展協助。透過實際參與海外展售及現場交流，團隊除了解國際展會運作方式與市場趨勢外，亦藉由與當地民眾及國際創作者互動，累積海外參展經驗，並增加新北青年文創品牌於海外市場之曝光與交流機會。

第一節、2026 新北青年文創團隊海外參展計畫

青年局自 113 年度起推動「新北青年文化創意產業團隊海外參展計畫」，透過帶領青年文創團隊參與國際展會，協助青年創作者拓展海外市場視野、累積國際展售經驗，並強化品牌國際交流與市場鏈結能力。113 年至 114 年間，已陸續帶領多組新北青年文創團隊參與韓國釜山插畫展、首爾手創展等國際展會，透過展售交流、品牌展示及市場觀察，累積青年團隊海外參展實務經驗，並逐步建立新北青年文創品牌之國際能見度。

延續前期執行成果與國際交流經驗，青年局於 115 年度持續推動海外參展計畫，考量馬來西亞近年於東南亞文創與插畫產業交流日益活絡，且吉隆坡具備多元文化背景與新興創意市場潛力，本年度擇定參與 2026 年吉隆坡插畫展（KLIF），作為青年插畫與圖像創作者進行國際交流、作品展示及市場觀摩之平台。

本次參展團隊遴選方式，係以歷年參與本市青年文創相關計畫之優秀創作者及具國際展售潛力之品牌為主要對象，綜合考量其創作風格成熟度、品牌識別性、商品化能力及過往參展經驗等面向，遴選具代表性之青年文創團隊代表新北市參與國際展會，期透過實際海外展售與交流機會，協助青年創作者拓展東南亞市場視野及國際鏈結能量。

本次參與吉隆坡插畫展（KLIF）之團隊，包括三貓俱樂部、腋毛人 Yemao、riri-koko 梨夕子夕、Miki Li Art 及 fangtzu 等歷年具代表性之青年創作者。各團隊創作內容涵蓋插畫、角色創作、圖像設計及原創商品等領域，除具備鮮明個人風格外，亦展現臺灣青年創作者於視覺敘事、商品開發及品牌經營等面向之多元創作能量。

透過參與國際展會，青年團隊除可直接與海外觀眾、市場通路及國際創作者進行交流外，亦可藉由觀察當地展售模式、消費趨勢及品牌呈現方式，累積國際市場經驗，

作為後續品牌發展與拓展海外市場之重要參考，進一步提升新北青年文創品牌之國際能見度與市場競爭力。

第二節、吉隆坡插畫展 Kuala Lumpur Illustration Fair

一、展會介紹

吉隆坡插畫展（Kuala Lumpur Illustration Fair, KLIF）為馬來西亞近年具代表性之國際商業插畫與視覺創作展會，長期吸引來自馬來西亞及亞洲各地之插畫創作者、設計品牌、獨立出版團隊與文創單位參與，於東南亞插畫與文創領域逐步建立區域性影響力。KLIF 以「國際商業插畫交流平台」為核心定位，除提供創作者進行作品展示與商品銷售外，亦強調透過插畫、動畫、數位創作及視覺敘事等多元媒材形式，促進創作者與市場、大眾及產業間之交流與連結。

本屆展會於 115 年 5 月 1 日至 5 月 3 日，假馬來西亞吉隆坡文創場域 GMBB 舉行，展區設於 Ground Floor (Grey Box)、5 樓及 6 樓空間。2026 年展會規模持續擴大，集結超過 200 組插畫創作者、藝術團體及商業合作夥伴共同參與，三日展期吸引大量民眾入場參觀交流，展出內容涵蓋插畫創作、角色設計、繪本、獨立出版、平面設計、動畫、數位創作、圖像商品及各類視覺創作等多元領域，展現吉隆坡插畫展於東南亞文創市場之發展潛力與市場關注度。

本次展場空間結合商場既有開放式動線與文創聚落氛圍，與一般大型會展中心形式有所不同，整體展會更貼近青年創作者、市集文化及在地創意社群交流模式。GMBB 本身為結合藝文展演、設計品牌、創作者工作空間及商業店鋪之創意社群商場，全年持續辦理各類藝文展覽、市集與文化交流活動，具備穩定藝文人流與青年創作者聚集效益。

在展覽空間規劃方面，KLIF 除一般 Basic Booth 及 Double Booth 外，亦規劃 Art Room 等較具彈性之獨立展示空間，提供創作者進行個人化佈展與作品展示。展會除提

供品牌展示與商品銷售外，現場亦規劃講座、工作坊、互動交流及創作分享等活動，增進觀眾與創作者間之互動，營造具參與感與青年創意特色之展會氛圍。

在國際交流方面，除馬來西亞本地創作者外，本屆展會亦邀集來自臺灣、韓國、新加坡、泰國及其他亞洲地區之創作者與品牌共同參展，顯示吉隆坡插畫展於跨國創作交流及區域市場連結上的平台功能。展會亦導入統一 POS 銷售管理系統與 QR Code 電子支付機制，由參展者自行透過大會指定應用程式進行商品建檔與銷售紀錄回報，再由主辦單位進行後端帳務核對與款項結付，有助提升現場交易效率及國際參展者之金流便利性。

GMBB 位於吉隆坡 Bukit Bintang 周邊文化創意聚落，鄰近 Bukit Bintang 及 Merdeka 等大眾運輸站點，交通便利，並結合商場、藝文展演與創意商業機能。受惠於吉隆坡作為馬來西亞首都及東南亞重要城市之區域優勢，KLIF 於國際觀光、媒體曝光、市場交流及與文化機構接觸等層面皆具良好發展條件，有助提升參展團隊海外市場曝光機會及拓展東南亞市場連結。展覽時間亦延伸至晚間，配合商場人流與都會夜間活動型態，有助提升一般民眾參與度及現場消費流動，展現東南亞文創展會結合城市生活空間之特色。



圖 1 馬來西亞吉隆坡位處東南亞核心區域，具串聯亞洲市場與國際交流之地理優勢。
(資料來源：<https://www.promotemalaysia.com.tw>)



圖 2 吉隆坡插畫展 2026 主視覺與活動資訊。
(資料來源：吉隆坡插畫展官網 <https://klil-illustrationfair.my/>)



圖 3 吉隆坡插畫展 (KLIF) 展場實況，現場吸大量民眾參觀交流。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 1 日)



圖 4 吉隆坡插畫展 (KLIF) 展場實況，現場吸大量民眾參觀交流。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 1 日)

二、新北文創團隊參展情形

(一) 參展實績及邀約

本次透過海外參展計畫參與吉隆坡插畫展 (KLIF) 之新北市青年文創團隊共計 5 組，分別為三貓俱樂部、腋毛人 Yemao、ririkoko 梨々子々、Miki Li Art 及 fangtzu (表 1)。本次新北市展位設置於 GMBB 5 樓展區，攤位編號為 GM-5-13，屬 KLIF 基礎展位 (Basic Booth) 規格，並位於 Level 5 主要參展動線區域，有利提升參觀民眾停留與交流機會。

配合展會時程安排，各參展團隊均於開幕前一日進場進行場地布置作業，並依據各自品牌特色與展售規劃，完成作品展示、商品陳列及整體視覺設計配置，以強化展位識別度與整體展售呈現效果。

在參展籌備與執行過程中，青年局透過輔導機制提供多項實務支援，包括免攤位費及展會期間專業口譯人員隨行協助，以降低青年團隊海外參展門檻與語言溝通障礙。此外，亦安排展前一對一品牌培力與顧問輔導，協助優化展售策略與品牌呈現。

新北團隊展出商品內容涵蓋原創插畫、角色周邊、明信片、貼紙、ZINE 小誌、手作配件、布類商品及獨立出版作品等多元類型。展會為期 3 日，各團隊皆有穩定銷售表現，整體展期總銷售額達新臺幣 274,168 元（約 34,271 馬幣）（表 2）。

其中以 Miki Li Art 銷售表現最為亮眼，展期總銷售額達新臺幣 111,576 元，顯示其療癒系角色插畫與鮮明視覺風格具高度市場辨識度與粉絲黏著度。ririkoko 梨夕子夕則以溫暖色調及角色設定吸引收藏型消費者，整體銷售表現位居第二；腋毛人 Yemao 則透過手作捏陶及角色配件商品，展現良好互動性與市場吸引力。

另由現場銷售情形觀察，消費者對明信片、貼紙、吊飾及角色周邊等單價較低且易於收藏之商品接受度較高；大型海報、布旗及具角色延伸性的周邊商品，則較容易吸引具粉絲基礎之消費者進行較高金額消費，顯示東南亞市場對原創角色 IP 與個人風格創作具一定市場潛力。

（二）青年參展回饋

多數參展團隊表示，透過本次由青年局帶領參與馬來西亞「吉隆坡插畫展（KLIF）」，得以實際接觸東南亞市場，並觀察不同文化背景下之消費偏好與市場反應。團隊普遍認為，相較於臺灣市場，吉隆坡觀眾對作品風格與角色設定具有高度興趣，且與創作者互動意願高，使團隊能更直接感受海外觀眾對作品之接受度與回饋。此類實際交流經驗，亦促使創作者重新思考品牌定位、商品設計及未來海外市場發展方向。

在實際展售與交流過程中，多數團隊指出，本次展覽觀展族群對插畫創作本身具有高度關注，整體展會氛圍亦較聚焦於作品內容與創作者交流。三貓俱樂部表示，吉隆坡市場的消費者反應相當直接，只要喜歡作品便會立即購買，回饋明確且熱烈，使團隊能更快速掌握市場偏好與作品接受度。Miki Li Art 則分享，本次展出期間銷售表現亮眼，多數作品於第二日即銷售一空，後續更透過現場似顏繪活動增加與觀眾之互動，進一步建立品牌與粉絲間之連結。fangtzu 則指出，展場觀眾對作品理念與創

作內容展現高度興趣，即使語言不同，仍能透過創作建立交流與共鳴，為近期參展成效相當良好之一場海外展出。

部分團隊亦提及，本次海外參展讓其更深刻感受到實體交流的重要性。Yemao 腋毛人表示，過去多透過網路與粉絲互動，較難實際感受觀眾回饋，而此次於吉隆坡現場與支持者面對面交流，讓其更具創作信心，也更加確認品牌未來持續發展之可能性。ririkoko 梨々子々則指出，海外參展有助創作者跳脫既有市場框架，重新觀察不同文化背景下之審美與市場喜好，並從觀眾互動中獲得新的創作靈感與方向。

此外，多數團隊皆表示，透過青年局整體規劃與現場支援，得以在相對穩定之環境下專注於作品展示、市場觀察及國際交流，降低首次進入海外展會之不確定性與壓力。團隊普遍認為，本次參展除帶來實際銷售成果外，更重要的是累積國際展售、品牌經營及市場觀察之實務經驗，對未來持續參與海外展會及拓展東南亞市場具有高度參考價值。另青年局亦透過本次參展與當地插畫展策展團隊、文創從業人員及相關顧問進行交流，針對東南亞市場特性、消費者偏好及文創產業發展趨勢交換意見，進一步了解當地市場運作模式，作為後續協助新北青年品牌推動「IP 出海」及拓展海外市場之參考方向。

三、吉隆坡插畫展參展效益分析

(一)提升新北青年文創品牌國際能見度

本次透過參與吉隆坡插畫展（KLIF），有效提升新北青年文創品牌於東南亞市場之曝光度與國際能見度，本屆展會集結 190 組創作者及品牌參展，三日展期吸引約 19,800 人次入場參觀，其中新北青年文創團隊於展期間獲得穩定銷售成果，並透過現場互動進一步累積海外粉絲與市場回饋，顯示臺灣原創角色與插畫品牌於東南亞市場具跨文化吸引力。展會期間，新北青年創作者作品成功吸引來自馬來西亞、泰國、新

加坡等地民眾駐足參觀與消費，顯示臺灣原創圖像與文創內容具一定跨文化市場吸引力。

此外，本次參展作品涵蓋療癒系角色創作、生活敘事、圖像設計及個人風格鮮明之視覺內容，能吸引不同文化背景觀眾產生共鳴。透過實際參與海外展售與互動，亦有助青年創作者重新思考品牌定位、商品設計及未來海外市場發展方向。

(二) 累積青年創作者國際展售與市場交流經驗

本次參展除帶來實際展售成果外，更重要之效益在於協助青年創作者累積國際展售及市場觀察經驗。透過實際參與展場布置、商品銷售及觀眾互動過程，團隊得以更深入了解海外展會運作模式、東南亞市場偏好及國際展售環境。

多數團隊表示，相較於線上社群互動，實體展售能更直接感受觀眾對作品之反應與回饋，並有助掌握市場接受度與消費趨勢。此外，本次展會亦導入 POS 系統及 QR Code 電子支付等數位金流機制，使團隊同步累積國際展會現場營運與銷售管理實務經驗。


(三) 建立新北青年文創與東南亞市場交流基礎

本次參展除進一步提升新北青年文創品牌國際曝光度外，亦增加與馬來西亞、泰國、新加坡等地創作者、文創品牌及相關產業人員交流機會，進一步拓展未來跨國合作與市場鏈結可能性。

此外，青年局此次亦與吉隆坡插畫展 (KLIF) 主辦團隊交流，了解東南亞插畫市場發展趨勢、展會經營模式及青年創作生態，作為後續推動青年文創國際交流及「IP 出海」政策規劃之參考。

表 1 新北文創品牌介紹

品牌	介紹	品牌 LOGO
Miki Li Art	Miki 的作品將故事敘述與插畫完美融合，希望透過視覺敘事激發情感共鳴或啟發思考。她的創作主題深植於個人視角，將圖像作為表達思想、情緒與生活經驗的媒介，透過將生活點滴轉化為視覺形式，每一件作品都超越了單純的美感，直達內心。她希望透過作品與觀者的經驗連結，提供慰藉、療癒與陪伴，為感到心靈疲憊的人們打造一個溫柔的避風港。	
腋毛人 Yemao	Yemao 熱衷於透過充滿童趣且活力的插畫來編織故事，由於對聖誕節情有獨鍾，她的作品常融入濃厚的節慶氛圍，旨在帶給觀者溫暖。如果你也熱愛節日，那跟她一定是志同道合的靈魂。	
三貓俱樂部	三貓俱樂部創作源自自傳式的貓咪漫畫，圍繞著三隻個性鮮明的貓咪，並擴展至色彩豐富的插畫、版畫與織品。透過玩味十足的敘事風格與不斷擴張的虛擬世界，該品牌成功捕捉了靈感源自日常生活的想像場景。	
fangtzu	Fangtzu 房子是一位插畫家與視覺設計師，其作品捕捉轉瞬即逝、如夢境般的碎片，將平凡的事物重新詮釋為熟悉卻又柔軟朦朧的影像。靈感取材於日常生活，將平庸的片段轉化為既親近又帶著溫潤模糊美感的藝術，那些在日常空間中探索靜謐的療癒時刻。	

ririkoko 梨々子々	「ririkoko」（哩哩扣扣）取自台灣閩南語發音，意指「許多細碎、可愛的小東西」，象徵著日常生活中細碎卻美好的時刻。插畫風格溫暖療癒，以豐富的色彩與層次感筆觸疊加深度，創作核心圍繞著食物與動物，並經常融入獨特的台灣元素，結合玩心與想像力，描繪出這世界可愛的一面。	
---------------	--	---

資料來源：青年局資料

表 2 「吉隆坡插畫展」新北文創團隊業績表

	5/1 銷售額 (新臺幣/元)	5/2 銷售額 (新臺幣/元)	5/3 銷售額 (新臺幣/元)	展期總銷售額 (新臺幣/元)
Miki Li Art	63,096	27,760	20,720	111,576
腋毛人 Yemao	18,520	16,800	10,640	45,960
三貓俱樂部	23,640	8,720	1,200	33,560
fangtzu	15,776	10,072	7,704	33,552
ririkoko 梨々子々	24,960	15,600	8,960	49,520
合計總銷售額(新臺幣/元)	145,992	78,952	49,224	274,168

資料來源：青年局資料

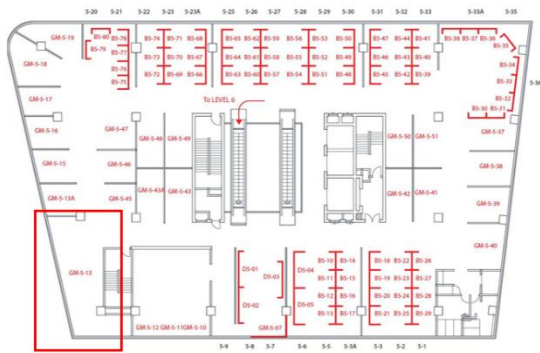


圖 5 吉隆坡插畫展新北攤位位置示意圖(紅框處)。

(資料來源：「海外參展計畫」行前規劃資料)

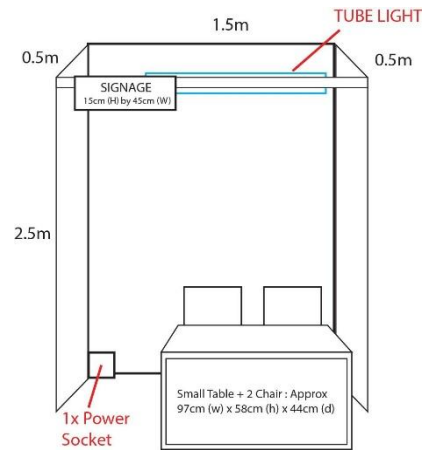


圖 6 吉隆坡插畫展攤位規格示意圖。

(資料來源：「海外參展計畫」行前規劃資料)



圖 7 吉隆坡插畫展團隊佈展。

(資料來源：青年局資料)



圖 8 吉隆坡插畫展新北團隊合影。

(資料來源：青年局資料)



圖 9 新北團隊「腋毛人 Yemao」展位。
(資料來源：青年局資料)



圖 10 新北團隊「Miki Li Art」展位。
(資料來源：青年局資料)



圖 11 新北團隊「ririkoko 梨々子々」展位。
(資料來源：青年局資料)



圖 12 新北團隊「fangtzu」展位。
(資料來源：青年局資料)



圖 13 新北團隊「三貓俱樂部」展位。
(資料來源：青年局資料)



圖 14 新北團隊展位參觀人潮踴躍。
(資料來源：青年局資料)

第三節、單位拜會與考察

本次青年局除帶領青年團隊參與吉隆坡插畫展（KLIF）及拜訪插畫展主辦單位外，亦於行程期間參訪吉隆坡文創相關單位及場域，針對文創聚落經營、青年創作空間營運、文化交流及青年培力等面向進行交流與觀察，作為後續推動青年文創國際交流及相關政策規劃之參考，拜訪重點摘述如下：

一、台馬青年事務與文創交流拜會

（一）大馬文藝創客協會

本次新北市政府青年局代表赴馬來西亞雪蘭莪州巴生（Klang）地區，與「大馬文藝創客協會」及當地青年、文創與地方代表進行交流，針對地方創生、青年培力、文創產業發展及跨國青年交流等議題交換意見，藉由實地交流了解當地青年創作生態與地方文化發展模式，作為後續推動青年國際交流與文創政策之參考。

本次交流由大馬文藝創客協會會長吳保強接待，駐馬來西亞台北經濟文化代表處文化組溫玉珍組長亦全程陪同。參與交流對象包含協會代表、地方青年工作者及地方民意代表等，交流內容涵蓋地方創生、青年文創培力、青年創業、產學合作及台馬青年交流等面向。整體交流過程中，可觀察到大馬文藝創客協會長期投入地方文化發展、青年培力及創作者扶植等工作，其推動方向與新北市青年局現行青年職涯支持、青年創業培力及文創產業輔導等業務高度契合，於當地亦發揮類似青年發展平台與資源整合窗口之功能。

交流過程中，本局首先分享目前以「接軌市場、接軌職場、接軌社會」為核心方向，透過課程、創業輔導、青年基地及國際交流等方式，協助青年逐步累積職涯與創業實務能力。本次前往馬來西亞，除參與吉隆坡插畫展及文創交流活動外，亦希望透

過實地交流，了解當地青年創作與地方文創發展模式，作為後續推動國際交流與青年文創政策之參考。

大馬文藝創客協會則分享，近年持續透過民間力量整合地方創作者、商團、學校及地方組織等資源，推動地方文化創生與青年參與，並長期投入巴生地區老街活化與文化創作推廣工作。協會指出，巴生地區具有超過百年歷史之老街與店屋空間，過去因產業轉移及人口外流而逐漸沒落，因此協會初期透過辦理街道市集及手作活動，提供青年創作者與地方手創品牌展示平台，逐步吸引民眾重新回到老街空間。隨著活動規模與關注度逐漸提升，目前已進一步吸引青年返鄉創業，包含特色咖啡廳、地方故事館及文創品牌等陸續進駐，發展為兼具文化、觀光與商業功能之地方創生聚落。

協會亦表示，相較臺灣文創初期獲得較多政府支持，馬來西亞早期文創發展較多仰賴民間組織與地方社群自主投入，因此在場域經營與文化推動上，更強調社群連結與地方參與。許多計畫皆由 NGO、在地商家及青年團隊共同投入執行，透過長時間累積，逐步建立地方文化認同與青年參與基礎。交流過程中，協會亦提及，目前推動之地方創生模式，不僅結合華人文化元素，同時亦融合馬來、印度及在地原住民族文化等多元內容，希望透過文化共融方式，形成具地方辨識度之文創發展模式，未來亦規劃逐步將相關經驗推展至麻六甲與檳城等其他城市。

在青年創業支持方面，協會目前亦規劃成立「青年創業基金」，希望協助青年降低創業初期面臨之資金與資源不足問題。協會說明，未來基金將針對具潛力之青年創業提案提供創業資源，並由業界專業人士擔任評審進行審查，通過後再進一步安排面試與提案討論。整體資源提供方式採分階段執行與撥款機制，要求創業者訂定階段性執行目標，以提高計畫可行性與執行穩定度。此外，基金亦強調共享與回饋概念，希望未來成功創業之青年能重新投入資源回饋基金與社群，逐步形成青年創業支持循環與在地青年互助網絡。

在產學合作與青年培力方面，協會分享，目前正規劃結合當地學校及青年社團辦理業界交流講座與創業分享活動，希望讓學生於求學階段提早接觸產業環境與創業歷程。協會特別提及，對臺灣產學合作模式印象深刻，認為臺灣在協助將理論與實務結合、提升畢業後職場銜接能力等方面，具備相當成熟經驗，因此希望未來能進一步參考臺灣模式，作為當地青年職涯與創業培力推動方向。

此外，雙方亦就台馬青年交流、青年實習合作及文創產業鏈結等方向進行討論。當地代表指出，雪蘭莪州產業類型相當多元，除傳統工業外，亦包含電子、半導體、AI 及多家臺商投資產業，具備良好之青年就業與產業發展基礎。未來除希望協助自臺灣返馬之青年對接相關產業外，亦歡迎臺灣青年與企業前往交流與合作。交流過程中，雙方皆認為，未來若能建立更穩定之台馬青年交流與互訪平台，除有助青年了解不同文化與產業環境外，亦能促進青年創業、文創交流及國際人才鏈結，作為未來推動國際青年交流及職涯發展合作之重要方向。



圖 15 青年局與大馬文藝創客協會進行交流，交流台馬地方創生、青年培力經驗。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 16 青年局職涯發展科周彥瑜科長與大馬文藝創客協會會長吳保強進行合影。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 17 參訪 Api House 手創館，了解大馬文藝創客協會推動青年文創展售模式。
(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 18 參訪 Api House 手創館，了解老屋活化與青年文化交流空間發展模式。
(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 19 參訪巴生地區結合餐飲與青年聚集之複合式空間，了解地方創生場域營運情形。
(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 20 實地走訪巴生老街街區與公共藝術空間，觀察地方文化保存與街區活化成果。
(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 21 巴生老街地方創生改造情形。
(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 22 巴生老街地方創生改造情形。
(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 23 在地青年於巴生故事館進行地方文化導覽，介紹巴生地區地方創生情形。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 24 巴生故事館作為文化導覽與市集空間，吸引民眾參與老街文化活動。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)

(二) GMBB 文創場域

本次拜會由 GMBB 招商經理 Ryan 及專案經理 YingXian 接待，並安排場域簡報及空間導覽。交流過程中，GMBB 團隊分享場域發展歷程、空間經營理念、品牌進駐模式及青年文創培力等內容，並介紹目前場域於馬來西亞文創產業與青年創作生態中所扮演之角色。

GMBB 位於吉隆坡遊客聚集之武吉免登 (Bukit Bintang) 地區，為一棟由舊建築大樓改建而成之複合式文創空間，為近年吉隆坡具代表性之文創聚落與青年創作場域，空間結合獨立書店、設計品牌、藝術展覽及文創市集等多元內容，呈現複合式文創空間經營模式。參訪期間，實地了解場域規劃與品牌進駐模式，並參觀大將文化及 Mano Plus 等文創通路。GMBB 除作為商業展售空間外，亦透過展覽、工作坊及市集活動等方式，持續吸引青年創作者與消費族群參與，形成兼具交流、展示與創作功能之文化聚落。

GMBB 團隊於簡報中分享，該建築最初於 2018 年試營運時，原定位為高端服裝批發商場，後續因市場競爭與經營方向調整，團隊重新思考場域定位，並在考察國際案例後，發現馬來西亞缺乏集中推廣在地藝術、工藝與文化創作之平台，因此逐步將整棟建築轉型為結合藝術、文化與創意經濟之文創聚落。團隊亦提及，場域曾歷經疫情期

間長時間低度營運與零收入挑戰，但仍持續投入空間經營與品牌培育，後續逐步發展為吉隆坡具代表性之青年文創聚集空間。

GMBB 整體經營概念強調建立如同「森林生態系」般之文化創意聚落，希望透過多元創作者、品牌與活動共存，形成具有交流與支持功能之文化生態圈。場域內除有獨立書店、底片攝影工作室、傳統工藝品牌及設計選物店等進駐外，亦結合蠟染工藝、玩具收藏及跨域藝術創作等多元內容，展現馬來西亞多元文化背景與創作特色。此外，場域亦經常舉辦工作坊、藝術展覽、電影節及跨國文化交流活動，逐步形成具有青年參與及國際交流特色之文創聚落。

在空間規劃與營運模式方面，GMBB 依不同創作者需求進行分層規劃，一至四樓以零售與展示空間為主，高樓層則規劃為私人工作室，提供藝術家較具彈性之創作空間。團隊表示，GMBB 目前由民間企業自主營運，並透過較具彈性之租賃與空間使用模式支持青年創作者發展，包括提供低於市場行情之租金及可依需求調整之工作空間，以降低青年創作者進駐門檻。

GMBB 在品牌進駐篩選上，重視創作者之創作熱忱、社群參與及持續經營能力，希望透過長期陪伴與社群累積方式，建立穩定之創作者生態圈。團隊亦提及，相較於部分商業場域於發展成熟後逐步排除原有創作者，GMBB 更重視與創作者長期共存關係，並將早期共同投入場域經營之創作者視為重要文化資產。近年 GMBB 亦為吉隆坡插畫展（KLIF）等大型文創活動主要場地之一，逐步發展為馬來西亞重要之青年文創聚集空間，展現當地文創場域以民間自主經營為核心，並透過多元活動持續累積青年創作能量與文化聚落特色。



圖 25 GMBB 團隊進行場域簡報與交流座談，
分享文創聚落與空間營運模式。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 26 青年局職涯發展科周彥瑜科長與 GMBB
團隊進行紀念品交流及合影。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 27 GMBB 團隊介紹場域內青年創作者工作
空間與品牌進駐情形。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)

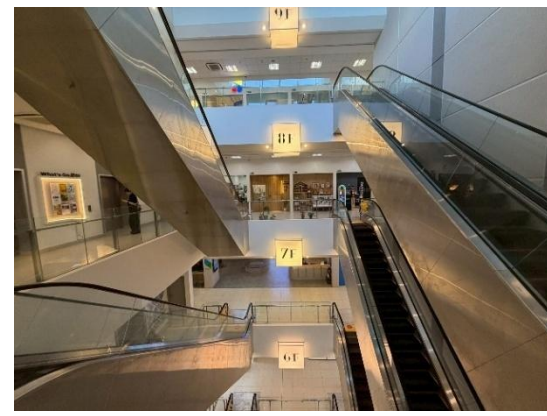


圖 28 GMBB 由舊商場改建而成，現已轉型為
吉隆坡具代表性之複合式文創聚落。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 29 參訪 GMBB 展覽與公共展示空間。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 30 參訪 GMBB 展覽與公共展示空間。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)

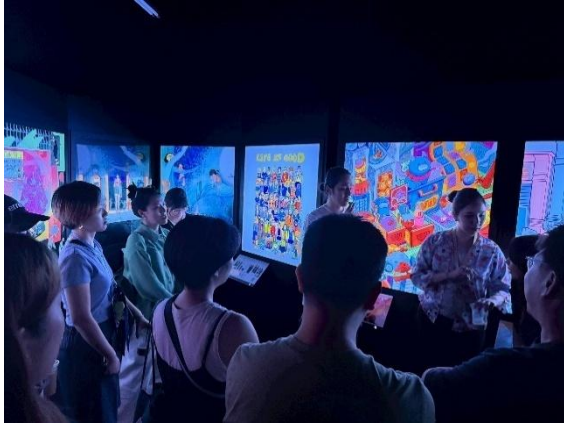


圖 31 參訪 GMBB 沉浸式藝術展覽空間，了解場域結合數位藝術與文化展演之規劃。
(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 32 參訪 GMBB 內大將文化空間與文創通路空間。
(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 33 GMBB 場域展示馬來西亞傳統文化與藝術創作內容，呈現多元文化特色。
(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)



圖 34 GMBB 內圓夢工場創意基地空間現況，結合青年交流與共享空間等功能。
(資料來源：本團拍攝於 115 年 4 月 30 日)

(三)吉隆坡插畫展主辦單位

本次行程期間，青年局亦與吉隆坡插畫展 (KLIF) 主辦團隊成員 Lai Theng Seng 進行交流，了解展會規劃、場域經營模式及馬來西亞插畫市場發展情形。交流過程中，主辦團隊分享 KLIF 近年發展歷程與展會定位，並介紹目前展會辦理情形及參展內容。

主辦團隊表示，KLIF 以推動視覺敘事與插畫創作交流為核心，希望透過展覽、市集、講座及創作者交流等形式，建立開放且具包容性之插畫交流平台。KLIF 近年參展規模亦持續增加，除馬來西亞本地創作者外，亦有來自臺灣、泰國、新加坡及印尼等

地之創作者參與，展出內容涵蓋插畫創作、角色設計、獨立出版及圖像商品等多元形式，展現東南亞插畫創作之多樣性與文化特色。

此外，主辦團隊表示，KLIF 參展團隊大致以「20%國際團隊、80%馬來西亞在地團隊」為主要方向，希望在維持國際交流之同時，持續扶植馬來西亞本地創作者與青年品牌。交流過程中，雙方亦就臺馬文創交流及青年創作者合作等方向交換意見，作為後續推動青年國際交流及文創合作之參考。



圖 35 青年局與吉隆坡插畫展（KLIF）主辦團隊成員 Lai Theng Seng(圖左)進行交流，了解展會經營模式、東南亞插畫市場發展及青年創作者培力方向。

（資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 2 日）

二、文創場域與聚落考察

（一）REXKL 文創空間

REXKL 位於馬來西亞吉隆坡市中心茨廠街（Petaling Street）一帶，前身為建於 1947 年的「柏屏戲院（Rex Cinema）」，歷經兩次火災後停業廢棄，後續於 2019 年由民間團隊接手活化再利用，轉型為結合書店、餐飲、選物及藝術展演之複合式文創場域，為近年吉隆坡具代表性之城市再生與青年文化聚落之一。

本次行程期間，青年局實地參訪 REXKL 整體空間，現場可見場域保留原有戲院建築結構、老舊牆面及部分歷史空間元素，包含原戲院紅磚牆面、鋼筋混凝土構造及火災留下之燒灼痕跡，展現具粗獷主義（Brutalism）風格之空間特色。在維持舊建築歷史感之同時，場域亦透過現代化空間設計與策展規劃，重新賦予文化與商業機能，形成兼具歷史記憶與青年創意氛圍之文創空間。

場域中最具代表性之空間為由原戲院放映廳改建而成之「BookXcess」獨立書店，透過垂直交錯的巨大書牆與迷宮般的走道設計，將舊建築特色轉化為具沈浸感之閱讀與文化場域，成功吸引大量青年族群駐足，使其轉變為社群媒體上的文化地標。

在營運模式方面，REXKL 一樓空間採類似「文化食堂」與「創意市集」概念，引進多家由青年創業之在地餐飲與手創品牌。場域內除設有獨立書店、插畫創作、手作設計、選物商品及設計品牌等空間進駐外，亦規劃展覽空間、共享工作區及公共活動場域，提供青年創作者展示、交流及市場接觸機會，整體空間氛圍具高度青年文化與創意產業特色。

此外，REXKL 所在之茨廠街周邊區域，近年亦逐步形成結合咖啡店、獨立品牌、藝文空間及歷史街區之青年文化聚落，透過文創品牌進駐與文化活動帶動，促進舊城區再生與人流回流。整體發展模式顯示，透過歷史空間活化、創意品牌聚集及青年文化參與，除有助提升城市文化特色外，亦可進一步帶動地方商業及觀光發展，作為青年文創空間經營與城市再生推動之案例，具一定參考價值。



圖 36 REXKL 保留原戲院空間結構，吸引青年族群與旅客交流休憩。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 1 日)



圖 37 REXKL 場域結合公共藝術與展覽空間，呈現青年文化與跨域創作特色。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 1 日)



圖 38 由原戲院改建之 BookXcess 獨立書店空間現況，為 REXKL 代表性文化場域。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 1 日)

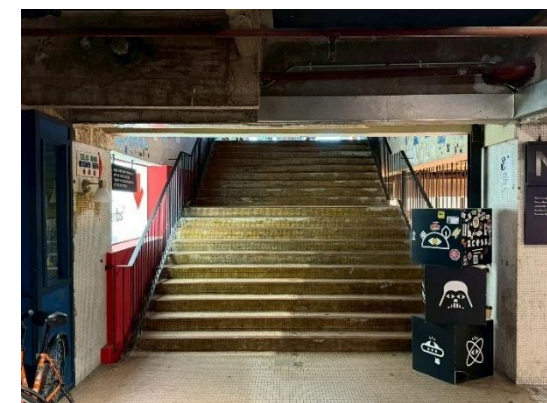


圖 39 REXKL 保留原有戲院階梯與建築結構，展現舊建築活化再利用之空間特色。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 1 日)



圖 40 REXKL 場域結合展覽、閱讀及交流空間，形成具青年文化特色之文創聚落。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 1 日)



圖 41 REXKL 入口周邊設有文創品牌與手作市集空間，提供創作者展示與銷售平台。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 1 日)

(二)APW 文創聚落

APW (A Place Where by APW) 位於馬來西亞吉隆坡 Bangsar 地區，前身為成立於 1952 年的 Art Printing Works 商業印刷工廠。隨著傳統印刷產業逐漸式微，後續透過空間活化再利用，逐步轉型為結合餐飲、零售、藝文活動、共同工作空間及品牌進駐之複合式文創聚落。場域保留原有工業空間特色，並透過空間改造與品牌策劃，逐步發展為吉隆坡具代表性之青年創意產業與生活風格聚集場域。

在空間規劃與修復策略方面，APW 採取「保留與再生」並重之設計理念，園區內仍可見原有工廠建築結構及開放式空間配置，將工業歷史與當代設計美學融合，並導入咖啡店、餐飲品牌、選物店、設計品牌、共同工作空間及活動場域等多元機能，使原本單一產業使用之工業空間，轉化為兼具文化體驗、商業消費及社群交流功能之文創聚落。

場域內部分空間後續轉型為共同工作空間 (Uppercase) 及活動場域，戶外區域「Pocket Park」則作為市集、展演及公共交流空間使用；部分舊工業空間亦改建為特色餐飲據點與品牌空間。此類將舊工廠空間轉化為創意聚落之作法，使老建築重新獲得商業與文化動能。

整體而言，APW 透過舊工業空間活化、品牌進駐及活動策展，成功將傳統印刷工廠轉型為結合青年創業、文化交流與生活風格之文創聚落。其發展模式顯示，文創場域經營除硬體空間改造外，亦需透過品牌經營、社群累積及活動串聯，方能形成穩定人流與創意產業聚集效益。



圖 42 APW 戶外公共空間結合餐飲與休憩功能，吸引民眾停留交流。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 2 日)



圖 43 APW 保留原有工業空間結構，透過空間改造重新賦予舊工廠新機能。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 2 日)



圖 44 APW 將原有工業空間轉型為展覽、市集及藝文活動場域。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 2 日)



圖 45 APW 導入品牌進駐與共享空間，串聯商業與青年交流等功能。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 2 日)

(三)中山同鄉會

中山同鄉會 (The Zhongshan Building) 位於馬來西亞吉隆坡 Kampung Attap 地區，為近年吉隆坡具代表性之青年藝文與獨立文化聚落之一。該場域原為與雪隆中山同鄉會相關之老式建築群，早期作為華人移民交流、聚會及住宿空間使用，後續透過空間活化再利用，逐步轉型為結合藝文展覽、獨立書店、咖啡餐飲、黑膠唱片、設計品牌及創意工作室等功能之複合式文創聚落。

在地理脈絡上，場域鄰近具百年歷史的吉隆坡舊火車站 (Kuala Lumpur Railway Station)，座落於老城區邊緣。隨著周邊全球第二高樓「默迪卡 118」(Merdeka 118) 落成，中山同鄉會仍保留中低層南洋傳統建築尺度，成為串聯新舊市街之藝文據點。

實地考察中山同鄉會整體空間。該場域主要由三棟相連老式建築構成，透過垂直樓層與串聯空間規劃，形成具探索性與生活感之藝文聚落。場域內現有多家獨立書店、插畫與設計工作室、黑膠唱片店、咖啡店及選物品牌進駐，部分空間亦作為展覽、講座、工作坊及音樂活動場域使用，整體空間氛圍具青年文化與創作者交流特色。

現場可見場域保留原有老建築結構與歷史空間元素，包含老式樓梯、木製窗框、水磨石地板及傳統公寓式空間配置等，整體呈現濃厚南洋老城區風格。場域並未大幅拆除原有建築，而係透過低度裝修與品牌進駐方式，保留老建築原有生活感與歷史記憶，同時導入青年文化與創意產業元素，形成兼具文化保存與生活風格特色之藝文聚落。

此外，中山同鄉會周邊區域近年亦逐步形成結合老社區、公寓空間、咖啡文化及藝文活動之生活型文化聚落，透過文創品牌與青年創作者進駐，帶動老城區空間再利用與地方文化活化。整體而言，中山同鄉會透過老建築活化、獨立品牌進駐及藝文活動串聯，發展具青年文化與生活風格特色之藝文聚落，並帶動周邊區域人流與文化交流。



圖 46 中山同鄉會外觀現況，保留老建築立面與歷史空間特色。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 3 日)



圖 47 中山同鄉會透過三棟建築串聯與垂直樓層規劃，形成具探索性之藝文聚落。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 3 日)



圖 48 中山同鄉會內部保留原有樓梯與老建築空間，展現青年文化與獨立創作氛圍。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 3 日)



圖 49 中山同鄉會內獨立書店空間現況，形塑藝文與知識交流氛圍。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 3 日)



圖 50 中山同鄉會場域現況。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 3 日)



圖 51 中山同鄉會中庭公共空間現況。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 3 日)

(四)中央市場

中央市場（Central Market）位於馬來西亞吉隆坡市中心，鄰近茨廠街及獨立廣場一帶，為馬來西亞具代表性之歷史文化與文創商業場域之一。該建築最初於 1888 年作為傳統濕貨市場使用，後續於 1937 年改建為現今之裝飾藝術（Art Deco）風格建築，並於 1980 年代透過文化保存與空間活化政策，逐步轉型為結合傳統工藝、文創商品、藝術展演及觀光功能之文化創意聚落，現已成為吉隆坡重要之文化觀光與文創交流場域。

實地考察中央市場整體空間規劃，現場可見場域保留原有歷史建築外觀與空間結構，並結合馬來西亞多元文化特色，導入手工藝、傳統藝術、插畫創作、文創商品、特色餐飲及觀光服務等多元內容。場域內部依不同文化與商品屬性劃分區域，包含馬來、華人及印度文化相關商品與工藝展示，呈現馬來西亞多元族群文化融合特色。

在場域經營方面，中央市場除作為觀光景點外，亦兼具在地文化展示與青年創作者商品銷售功能。場域內除有傳統工藝品牌與觀光型商店外，亦可見部分青年創作者與設計品牌進駐，透過插畫、手作設計及文創商品等形式，結合在地文化元素進行創作與商品開發。現場亦設有藝文展覽空間及不定期文化活動，透過展演、市集及節慶活動等方式，持續吸引觀光客及在地民眾參與。

此外，中央市場周邊串聯茨廠街、鬼仔巷（Kwai Chai Hong）及河岸公共空間等歷史街區，形成兼具觀光與文化特色之舊城區聚落。透過歷史建築保存、文化觀光推動及文創品牌導入，帶動地方文化、商業與觀光發展，展現吉隆坡舊城區活化與文化再生之成果。綜合觀察，中央市場發展模式顯示，透過歷史場域保存與文化創意產業結合，可有效活化老舊空間並創造文化觀光效益。



圖 52 中央市場外觀現況，場域保留 1937 年裝飾藝術 (Art Deco) 風格建築特色。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 4 日)



圖 53 中央市場內部公共廊道與市集空間現況。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 4 日)



圖 54 中央市場內部文創市集與商店街。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 4 日)



圖 55 中央市場內部文創市集與商店街。

(資料來源：本團拍攝於 115 年 5 月 4 日)

第三章、心得

本次參與馬來西亞吉隆坡插畫展（KLIF）及相關文創場域交流行程，以協助新北青年文創團隊拓展國際市場視野及累積海外參展經驗為主要目標。透過帶領 5 組新北青年文創團隊實際參與展售及交流活動，除提供展前輔導、行政協助及現場支援外，亦協助團隊與來自馬來西亞、新加坡、泰國等地創作者及民眾進行互動交流，增加新北青年文創品牌於東南亞市場之曝光機會。

從本次參展成果觀察，東南亞市場對臺灣原創角色 IP、插畫創作及文創商品具有一定接受度，多數團隊於展會期間獲得良好銷售成果，並透過實際展售過程了解當地消費偏好與市場需求。此類直接面對海外市場的經驗，不僅有助青年創作者掌握國際市場趨勢，更能重新思考品牌定位、商品開發及未來海外市場發展方向，累積品牌經營與國際展售之實務經驗。

除參與插畫展外，本次亦透過拜會大馬文藝創客協會、GMBB 及實地走訪當地文創據點，觀察馬來西亞於青年培力、文創場域經營及地方創生推動等發展模式。交流過程中發現，當地相當重視民間自主經營與社群連結，透過建築物活化、文化活動及創作者進駐機制，逐步形成具有地方特色之青年文化聚落。相關經驗可作為本局青創基地營運及青年培力工作之參考。

綜觀本次出差成果，不僅協助新北青年文創團隊拓展國際市場及累積海外參展經驗，同時也透過與當地文創組織及場域經營者交流，進一步掌握東南亞文創產業發展趨勢及青年支持模式。未來可持續透過海外參展及國際交流機會，協助青年創作者建立國際鏈結，提升新北青年文創品牌之國際能見度與市場競爭力。

第四章、建議

壹、持續深化青年文創國際交流與海外市場鏈結

本次參與吉隆坡插畫展可觀察到，東南亞市場對臺灣原創插畫與文創內容具一定接受度，且青年創作者透過實際展售與交流，能更直接掌握海外市場偏好與消費趨勢。建議未來可持續透過海外參展、國際交流及場域合作等方式，逐步建立與東南亞文創市場之長期交流關係，並協助青年團隊拓展海外曝光與跨國合作機會，提升新北青年文創品牌國際能見度。

貳、強化青年文創品牌國際展售與實務培力機制

本次參展除展現青年創作者創作能量外，亦觀察到海外展會相當重視品牌識別、商品展示、現場互動及數位金流等整體營運能力。建議後續可持續透過品牌輔導、展售實務課程及顧問培力等方式，協助青年創作者提升品牌經營、商品規劃及市場溝通能力，並累積國際展售與市場交流經驗，以提升青年團隊未來參與海外展會及拓展國際市場之能力

參、活化青年基地並強化產業鏈結功能

馬來西亞部分文創場域透過老屋活化及複合式經營模式，結合文創品牌、藝文展演、餐飲服務及青年交流空間，成功帶動青年參與及地方發展。本局轄下設有多處青創基地及青職基地，建議可參考相關經驗，於基地營運上持續結合在地特色與青年培力資源，並鏈結產業資源，進一步提升青年基地整體效益與影響力。