

目錄

關於本報告書

總經理的話

2025 年度亮點

SDGs 行動

亮點專題

經營績效

永續發展管理

新光三越的利害關係人

重大主題鑑別

01 信賴安全把關

02 幸福共好營造

03 綠色環境推進

04 文化藝術普及

- 4.1 年度經典特展
- 4.2 多元主題展演

附錄



04

文化藝術普及

Arts and Culture



年度亮點

✓ 深耕藝文

推廣藝文逾 30 年，四大年度經典展覽累計近**千萬人次**參與。

✓ 培育藝文人才

三大年度藝文比賽累積募集近 **37 萬** 件創作作品，持續支持兒童繪畫、工藝設計及影像藝術創作者。

✓ 藝術走進偏鄉

2025 SKM 美感藝術計畫，前進 7 所偏鄉小學，超過 238 位孩童受惠。



永續議題

✓ 社會共好與藝文推廣



相關利害關係人

- ✓ 消費者
- ✓ 社區與 NGO/NPO
- ✓ 媒體
- ✓ 合作廠商
- ✓ 員工
- ✓ 政府單位

04 文化藝術普及

新光三越永續發展，連結地方、人們和生活，透過環境、社會、治理三個面向，實踐永續生活美學，創造人文感動體驗。為讓文化藝術更貼近民眾日常生活，於 1991 年首店開幕起，便在百貨商場保留空間做文化展場，成為新光三越長期深耕的重要文化特色之一。透過全年策劃多元藝文展覽與表演活動，邀請大眾走入商場、參與藝術文化體驗，迄今已持續投入藝術文化推廣逾 30 年。此外，新光三越於 1995 年贊助成立「財團法人新光三越文教基金會」，長期投入文化藝術推廣，舉辦常態性展演活動，促進跨界交流、培養文化人才，逐漸聚焦於工藝設計、兒童美育、影像藝術三大核心主軸。欲了解完整活動資訊，歡迎前往【[🔗 新光三越文教基金會官方網站](#)】閱覽。

至今，新光三越每年皆利用百貨商場作為展演場域，為三大領域舉辦常態性展覽或活動，除了邀請國內外企業品牌、專家和藝術家共襄盛舉，也提供競賽獎金，獎勵扶植台灣優秀的藝術創作者，以推展文化藝術與社會共好。未來，新光三越將堅持 ESG 理念，致力企業永續發展，結合商品、活動、場景及店型，延伸實體及虛擬，開放與更多的夥伴策略聯盟，打造全方位 Lifestyle 生態圈，提供消費者更多元的服務。

政策與承諾



- ✓ 實踐永續生活美學，創造人文感動體驗
- ✓ 透過商業空間與活動，讓藝術更貼近生活，推動文化藝術普及的願景
- ✓ 延伸實體及虛擬，打造全方位 Lifestyle 生態圈，提供消費者更多元的服務

評估與追蹤



- ✓ 統計活動參與人次、滿意度百分比、媒體曝光次數等量化指標，持續追蹤各專案成果與影響力
- ✓ 追蹤並檢討各項專案之量化成果，精進活動辦理流程與內容

行動方案	管理 / 因應措施	2025 年永續亮點	短中長期目標
 推廣本土藝文產業	✓ 長期推動文化藝術普及，聚焦三大主軸：工藝設計、兒童美育、影像藝術 ✓ 每年定期推動本土藝文產業相關專案	✓ 共計推動 7 項專案：工藝設計－工藝之夢特展、SKM 美感藝術計畫、新光三越夏日藝術季、「這夏 / 是誰系列」巡迴展…等 ✓ 舉辦 31 屆臺灣工藝獎及 1 屆回顧展，歷年參賽作品累積超過 1.4 萬件、超過 169 萬觀展人次	✓ 每年度合作舉辦台灣工藝獎，並每年募集 500 件作品與贊助 1 名工藝創作者特別獎金
 促進國際文藝交流	✓ 結合多元展覽、活動與競賽機制，扶植文化藝術人才，促進跨界與國際交流 ✓ 每年定期推動促進國際文藝交流相關專案	✓ 今年共計推動總計 2 項策展專案：SKM PHOTO 新光三越國際攝影系列活動、國際鼓舞節 ✓ 舉辦 19 屆新光三越國際攝影聯展，並舉辦攝影藝術博覽會，歷年參賽作品累積超過 10.7 萬件，超過 135 萬觀展人次	✓ 每年度辦理國際攝影展，邀請國內外影像界創作者參展進駐，每場吸引 2.5 萬人參訪
 擴大藝文活動參與族群	✓ 提供商場場域作為展演空間，讓文化藝術更貼近民眾日常生活 ✓ 每年定期推動擴大藝文活動參與族群相關專案	✓ 共計推動 9 類展覽與活動，包括工藝設計、兒童美育、影像藝術、文藝創作等 ✓ 「SKM 美感藝術計畫」前進偏鄉小學，2025 年共走訪 7 個縣市、7 所學校、超過 238 位孩童受惠 ✓ 舉辦 24 屆新光三越夏日藝術季，歷年參賽作品累積超過 24.8 萬件，超過 184 萬觀展人次	✓ 中期規劃設計無障礙展覽動線，推出銀髮、身心障礙族群專屬活動 ✓ 長期之銀髮與身心障礙族群觀展人次達每年 500 名

目錄
關於本報告書
總經理的話
2025 年度亮點
SDGs 行動
亮點專題
經營績效
永續發展管理
新光三越的利害關係人
重大主題鑑別
01 信賴安全把關
02 幸福共好營造
03 綠色環境推進

04 文化藝術普及

4.1 年度經典特展

4.2 多元主題展演

附錄

4.1 年度經典特展

4.1.1 工藝設計－臺灣工藝之夢特展

為了保存台灣原有的多元工藝文化，新光三越自 1994 年開始合作辦理由臺灣工藝研究發展中心創辦的「臺灣工藝競賽」，並贊助 1 名特別獎之獎金以獎掖台灣在地傳統與新銳工藝創作者，分設「工藝美術組」與「工藝設計組」，同時以「協作獎」作為環狀支持，主要在獎勵滋養、支持、協助創作者的人／團體或事件。

1994 年起截至 2025 年底，新光三越共辦理 31 屆競賽與 1 屆回顧展，募集超過 1.4 萬件參賽作品，平均每年約有 500 件作品參賽，至今已有 31 名新光三越特別獎得主，總贊助獎金達 1,140 萬元。2025 年共有 277 件作品報名參賽，最終選出創作獎 53 件與協作獎 2 件。

臺灣工藝獎 Taiwan Craft Award



參賽作品

1.4 萬件

新光三越特別獎得主

31 名

總贊助獎金

1,140 萬元



工藝美術組新光三越特別獎 - 凝視



工藝美術組一等獎 - 山岳疏韻



工藝設計組優選獎 - 轉味・轉位 | 赤土茶倉



臺灣工藝之夢特展 - 展區



臺灣工藝之夢特展 - 觀眾

目錄

關於本報告書

總經理的話

2025 年度亮點

SDGs 行動

亮點專題

經營績效

永續發展管理

新光三越的利害關係人

重大主題鑑別

01 信賴安全把關

02 幸福共好營造

03 綠色環境推進

04 文化藝術普及

4.1 年度經典特展

4.2 多元主題展演

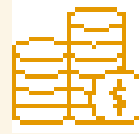
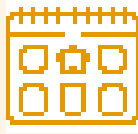
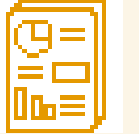
附錄



新光三越在每年 11 月到 1 月間，與臺灣工藝研究發展中心共同規劃舉辦「工藝之夢特展」，於全台北、中、南的新光三越百貨巡迴展出。除了展出「臺灣工藝獎」當年度優秀得獎作品外，亦邀請國內外工藝設計師共同參與。

2025 年展覽分為四大展區，臺灣工藝中心以「TCA 臺灣工藝獎」為策展主題，年度特別邀請展新光三越則搭配「工藝不只是藝術品，更是慢活與樂活的結合」，策畫「慢吞吞俱樂部」主題，邀請了藝術家—許匡匡 Zito Hsu 與安可 ANCO 各自帶來獨特的宇宙。透過不同視角，延伸對工藝、時間和生活的感知，找到自我節奏。新藝商號選物店更集結多個台灣在地品牌，帶大家在選物探索工藝從無到有的過程。更規劃「好玩藝設計講堂 & 假日好食玩」，每個週末擁有不同的好食、好玩、好設計。歷年總參觀人次累積超過 169 萬人次，新光三越期盼藉此活動傳遞台灣的職人精神與精湛技藝讓更多民眾認識，促成社會共融的良善循環。欲了解完整活動資訊，歡迎前往【[🔗 新光三越文教基金會官方網站](#)】閱覽。

2025 年度工藝設計專案

 分店	 專案名稱	 專案時間	 總現金投入 (元)	 總時間投入 (月份)	 總投入人力 (人)	 成果
台北信義新天地 A9 、 台南新天地	第 31 屆 2025 工藝之夢	12/05 - 2026/1/4	480 萬元	4-6 月	超過百人	廠商合作：協力單位 3 家 活動場次：14 場（含記者會） 觀展人次：4 萬 媒體報導：11 篇露出 總收件量：277



歷年總參觀人次累積超過

169 萬人次

4.1.2 兒童美育

■ 新光三越夏日藝術季

新光三越為培育更多美術創作人才，自 2002 年起每年與 Pentel 飛龍文具合作舉辦「新光三越兒童繪畫比賽」，每屆提供約 120 位得獎小朋友獎金獎品、實體展覽與參加國際競賽的機會，至今已舉辦過 24 屆比賽，累積募集超過 24.8 萬件參賽作品。得獎作品將隨每年暑假期間舉辦的「新光三越夏日藝術季」於全台新光三越百貨公開展演，還有機會參加「日本世界兒童畫巡迴展」比賽，讓全世界欣賞到台灣小朋友的優秀作品。

除展出國內外精彩得獎作品外，新光三越夏日藝術季每年均邀請眾多國內外繪畫藝術專家共同參展，同時也推動環境保護、弱勢偏鄉孩童教育等議題。2025 年以「COLOR YOU! 顏色實驗室」為主題，另規劃「Welcome to FUNKLAND・FUNKTOY 放克玩具展」、「Welcome to CHANNEL 5」、「哇嗚！長之市！」與「新藝商號親子選務店」等五大展區。共吸引 3.9 萬觀展人次，從 2002 年累積至今觀展人次已突破 184 萬。除了繼續提供親子豐富有趣的美感藝術活動外，未來也希望持續將社會共好議題帶入展覽內容，邀請所有消費者一起集思廣益、共創美好未來。欲了解完整活動資訊，歡迎前往【[🔗 新光三越文教基金會官方網站](#)】閱覽。

新光三越夏日藝術季



「哇嗚！長之市！」互動體驗展區

與兒福聯盟—我好，你好！社會共好服務團隊合作，透過模擬裝置、遊戲故事等，陪孩子一起練習同理長輩、共同想像未來的理想樣貌，揭開長幼永續的未來生活！



新藝商號

2025 年以 SHIN 四大核心— Sustainability、Health、Innovation、Nature，結合地球三要素—空氣、水、土壤，打造一座永續市集。透過故事、角色導覽與五感互動，引導大人與孩子從消費參與中認識生活與自然資源的連結。

SKM 美感藝術計畫

財團法人新光三越文教基金會長年致力推動兒童美術教育，自 2023 年底啟動「SKM 美感藝術計畫」，讓藝術從百貨展間走入鄉鎮校園，結合永續鄉鎮、減少不平等、優質教育等永續指標，帶孩子打開觀察世界的眼睛、認識生活中的美，一起描繪他們的理想家鄉藍圖。2025 年特別與兒福聯盟「我好，你好！社會共好服務團隊」合作，以「長者友善」為主題，規劃親子永續培力計畫與到前進地方鄉鎮的 SKM 美感藝術計畫。計畫成果也以「哇嗚！長之市！」為主題，於 2025 新光三越夏日藝術季中展出，陪孩子一起練習同理長輩、共同想像未來的理想樣貌，揭開長幼永續的未來生活！欲了解完整活動資訊，歡迎前往【[🔗 新光三越文教基金會官方網站](#)】閱覽。

2025 年兒童美育專案成果

分店	專案名稱	專案時間	總現金投入 (元)	總時間投入 (月份)	總投入人力 (人)	成果
台北信義新天地 A9/ 高雄左營店	第 24 屆 2025 新光三越 夏日藝術季	6/27 - 7/29	481 萬元	6-8 個月	超過百人	廠商合作：協力單位 16 家 活動場次：27 場（含開幕頒獎典禮） 觀展人次：3.9 萬 媒體報導：共 15 篇以上露出 總收件量 2,445 件，總得獎數 105 件 台北信義新天地 A9/ 高雄左營店

親子永續培力計畫—新人類時光機「未來百貨友善規劃局」

台灣已邁入超高齡化社會，長者議題是每個人都必須面對的未來。計畫課程邀請 10 至 12 組小學四到六年級的孩子們與家長一同參與活動，透過穿戴彭祖體驗裝備及實地探查等，觀察長者在購物環境中的挑戰，發想可能的解決方案，帶領孩子一同設計「未來百貨」，培養孩子的同理心，打造更友善的社會。



SKM 美感藝術計畫—從展間走入地方校園

新光三越自 2023 年起，主動將美感教育從百貨展間延伸至校園，帶領孩子發掘生活中的美，並建立對自身與家鄉的認同。2025 年以「長者關懷」為主題，透過遊戲化體驗，引導孩子從觀察出發，進一步培養思考與同理能力。讓孩子們不僅學習看見身邊的人與環境，也在過程中累積對家鄉的情感記憶。共走訪 7 個縣市、7 所偏鄉小學，累計超過 220 位孩童參與並受益。



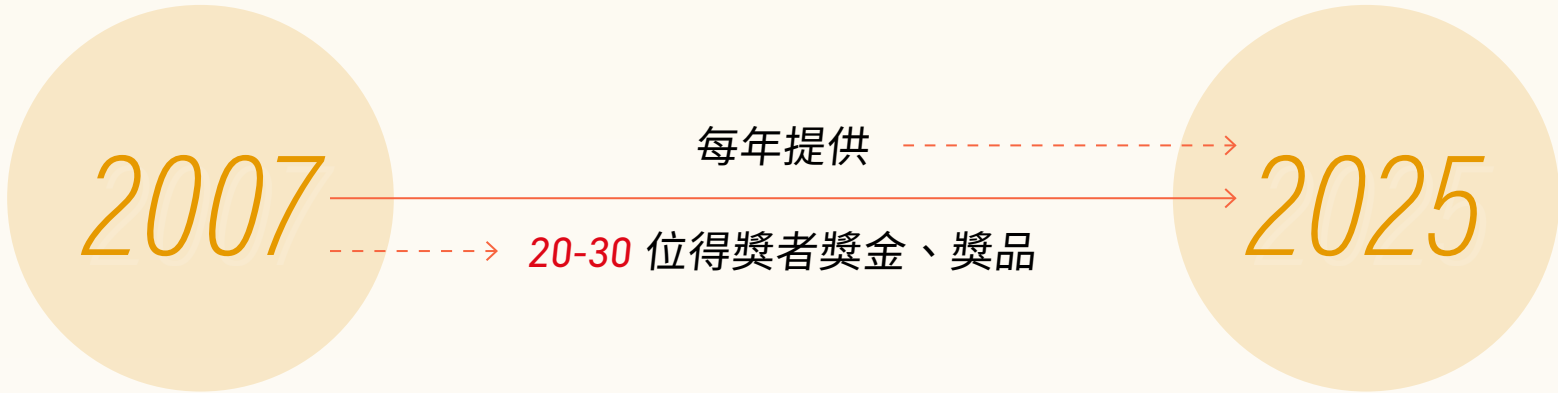
4.1.3 影像藝術

SKM PHOTO 新光三越國際攝影系列活動

新光三越期待培育更多不同風格的攝影專才，提升台灣影像藝術於國際間的能見度，故於 2007 年創辦 SKM PHOTO 新光三越國際攝影系列活動。每年 9 到 10 月透過新光三越國際攝影大賽獎勵攝影專才，提供 20 至 30 位得獎者獎金、獎品與實體展出機會，累積至今共舉辦 19 屆比賽，募集 10.7 萬件參賽作品、贊助超過 500 名獎項。此外，「吳東興攝影贊助計畫」每年更提供 2 名各 50 萬創作贊助金，與其新作發表與媒體宣傳計畫，讓台灣更多優秀攝影專才能擁有更實質的支持。

自 2024 年將展覽升格為 ART TAIWAN|SKM PHOTO 攝影藝術博覽會，以為期 5 天由藝術家參展進駐之形式展出。除展出得獎作品外，2025 年以「BOUNDARY 界線」為主題，聚集國際以及台灣 50 位攝影藝術家，包含小林伸幸、Photographic Art Asia (PAA)、全會華、劉振祥、黃俊團、張智銘、林予晞、國家攝影文化中心等，帶觀眾透過攝影師的鏡頭，探索人與人、自然與環境、現實與想像之間的界限，透過藝術語言啟發人們對生命和世界的全新思考。累積超過 135 萬觀展人次。

SKM PHOTO 新光三越國際攝影系列活動



累積募集作品

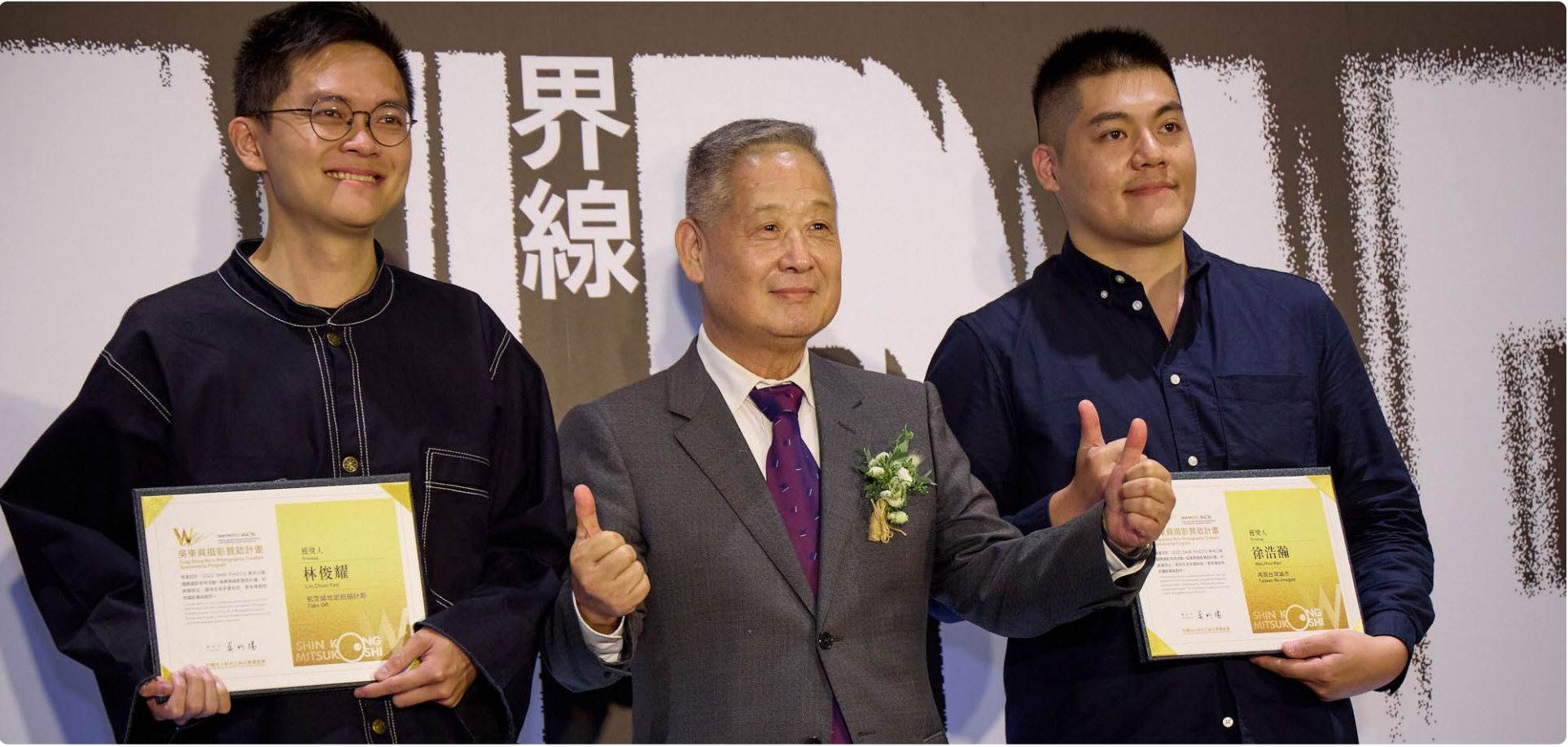
10.7 萬件

贊助超過

500 名獎項

總觀展人次超過

135 萬人次



目錄
關於本報告書
總經理的話
2025 年度亮點
SDGs 行動
亮點專題
經營績效
永續發展管理
新光三越的利害關係人
重大主題鑑別
01 信賴安全把關
02 幸福共好營造
03 綠色環境推進

04 文化藝術普及

4.1 年度經典特展

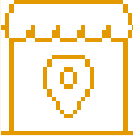
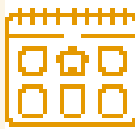
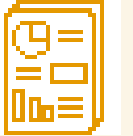
4.2 多元主題展演

附錄



同時，也持續以維護環境生態、動物保育等角度，特別邀請專注於為動物發聲的「Something Studio 三牲工作室」合作展出，使大眾看見並理解流浪動物的真實面貌。希望能藉由本次展覽，讓每一位觀者重新審視動物權利議題。未來博覽會也將持續加入飯店、餐飲品牌之異業合作擴大市場規模，目標涵蓋多元藝術媒材，進而推動台灣影像藝術購藏市場，達成推廣本土藝文產業之目標。欲了解完整活動資訊，歡迎前往【[🔗 新光三越文教基金會官方網站](#)】閱覽。

2025 年度影像藝術專案成果統計表

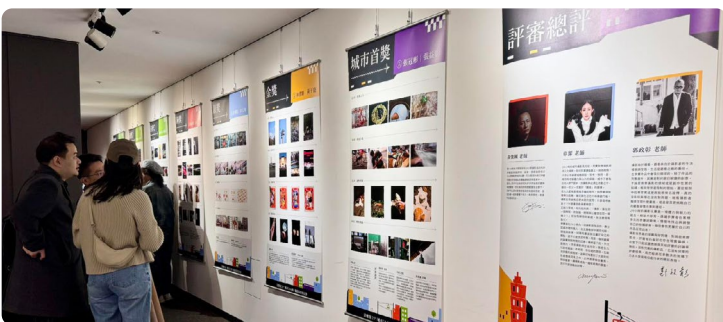
 分店	 專案名稱	 專案時間	 總現金投入（元）	 總時間投入（月份）	 總投入人力（人）	 成果
台北信義新天地 A11 6F	第 19 屆 2025 SKM PHOTO 新光三越 國際攝影聯展系列活動	3/6 - 3/10	512 萬元	將近 1 年	超過百人	廠商合作：協力單位 15 家 活動場次：17 場（含記者會） 觀展人次：2.1 萬 媒體報導：超過 50 篇以上露出



■ 法雅客城市 24 小時攝影馬拉松比賽

法雅客為延續品牌精神並推廣攝影藝術，持續舉辦「城市 24 小時攝影馬拉松」活動，至今已邁入第 21 屆。2025 年獎項共規劃 7 組，總獎值約 44 萬，鼓勵民眾以相機創作方式參與攝影藝術，深化對城市與生活的觀察與表達。本活動受新光三越文教基金會贊助，並邀請台北市政府觀傳局擔任指導單位，透過公私協力推動影像藝術發展，擴大文化參與影響力。

2025 年共計 602 人挑戰參賽（非本國籍人士參賽共計 11 名），賽後問卷調查顯示，超過 55.6% 的參賽者願意再次參賽，並針對活動流程設計、拍攝題目難易度等面向給予好評，其中 98% 參賽者回饋工作人員態度親切。法雅客亦針對 2024 年問卷調查結果調整本屆活動規劃，例如加強尋找室內空間或廊道做為備案的活動場地，並選定於天候涼爽的 11 月份舉辦以及增加補給物資，讓參賽者於賽程內有更佳體驗。



獎項總獎值約

44 萬

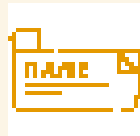
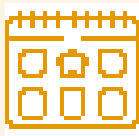
2025 年挑戰人數

602 名

參賽者再次參加意願

55.6%

2025 年法雅客城市 24 小時攝影馬拉松比賽成果

 子公司	 專案名稱	 專案時間	 總現金投入（元）	 總時間投入（月份）	 總投入人力（人）	 成果
法雅客	24 小時城市攝影馬拉松 （台北一場次）	11/8、11/9	144 萬	籌備約八個月	38 人	參賽人數：602 人 活動曝光：包含法雅客自身平台在內超過 18 個單位 接力宣傳帶動熱潮 宣傳影片：4 則 品牌合作：包含一卡通等在內共計 30 家廠商 政府合作：台北市政府觀傳局擔任指導單位

4.1.4 文藝創作

這夏 / 是誰系列巡迴展

新光三越秉持「藝術源於生活、關懷人文土地」的精神，自 2011 年起啟動全台巡迴展演計畫「這夏系列」巡迴展，邀請台灣各領域的跨界藝術創作者，透過視覺、表演與生活藝術形式，結合多元議題與觀點，分享台灣豐富的人文風景，使「共創、共享、共好」的理念融入日常生活之中。2021 年更延伸推出廣受好評的「是誰系列」，期望透過提供創作者與民眾分享藝術的平台，更加深入發掘台灣藝術家以及更多元的創作面向。【這夏 / 是誰系列巡迴展】每年均於全台新光三越百貨據點巡迴展出。至今，已經邀集超過 500 組台灣在地視覺藝術、表演藝術與生活藝術創作者參與，並累積超過 500 萬名民眾參與。

這夏系列	
2011 這夏很有戲	2016 這夏玩什麼
2012 這夏玩吉他	2017 這夏動物趴趴走
2013 這夏來玩偶	2018 這夏聽她說
2014 這夏瘋馬戲	2019 這夏有木憩
2015 這夏團團讚	

是誰系列	
2020-2022 是誰切洋蔥	2024 是誰躲貓貓
2023 是誰的紙娃娃	2025 是誰遊樂園



匯集超過

500 組

藝術創作者

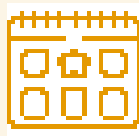
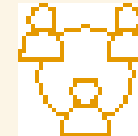
觀展超過

500 萬

人次

2025 年《是誰遊樂園》巡迴展，以畫家品牌「Maruco 小畫室」創作 10 週年獨家特展為話題，結合不分年齡層喜愛的「遊樂園」主題，透過創作者柔和的水彩筆觸與擬人化小動物，打造多拍攝點與高互動遊樂的 9 大主題展區。現場除展出百件原畫與創作收藏外，更規劃了週週大師藝術工作坊、手帳創作 & 集章體驗區，與會員好友限定多樣穿戴、手作體驗周邊，加深觀者的觀展體驗與對品牌系列巡迴展的正面印象，進而達成擴大藝文活動參與族群之目標。

2025 年是誰系列專案

 分店	 專案名稱	 專案時間	 總現金投入 (元)	 總時間投入 (月份)	 總投入人力 (人)	 成果
台南中山店 / 嘉義垂楊店 / 高雄三多店 / 台北站前店 / 高雄左營店 / 桃園站前店	2025 「是誰遊樂園」 巡迴展	3/28 - 12/21	500 萬	籌備超過 1 年	超過百人	廠商合作：協力單位 26 家 觀展人次：13 萬 活動場次：超過 40 場 (含記者會、定點導覽) 媒體報導：120 篇露出 社群分享：逾 2000 則分享 展出作品：超過 100 件

目錄
關於本報告書
總經理的話
2025 年度亮點
SDGs 行動
亮點專題
經營績效
永續發展管理
新光三越的利害關係人
重大主題鑑別

- 01 信賴安全把關
- 02 幸福共好營造
- 03 綠色環境推進

04 文化藝術普及

- 4.1 年度經典特展
- 4.2 多元主題展演

附錄

4.2 多元主題展演

4.2.1 文化策展

國際鼓舞節

新光三越積極推動文化傳承，自 2003 年起延續舉辦「鼓舞節」，將傳統鼓藝文化，並融入新潮爵士鼓等現代文化，至今已進入第二十三屆，從無聲至有聲，逐步奠定信義區最盛大藝文活動之地位。2025 年於 11/1 至 11/2 舉辦，邀請優人神鼓、十鼓等在地鼓團演出，分別有代表傳統中華文化與來自其他文化背景的團體，推廣藝文演出與多元文化，提升於臺灣在地影響力，成功吸引超過 4,500 人次。表演期間，表演團體與觀眾互動良好，顧客滿意度高。



吸引客人數突破

4,500 人次

獅皇競

新光三越為保留及發揚傳統舞獅文化，並結合台灣傳統過年習俗文化及獨特廟宇文化，讓觀眾感染中華文化氛圍。2013 年起於台北信義新天地香堤廣場舉辦新光三越盃「獅皇競」邀請賽，多組世界級舞獅最高規格的競賽，至 2025 年已邁入第十三屆，邀請多組優秀龍獅團體演出高樁舞獅、戰鼓與財神表演，打造兼具文化傳承與節慶氛圍的城市藝文盛事，並重現傳統春節舞獅的熱鬧記憶。

2025 年 1 月 29 日至 2 月 1 日活動期間，表演內容涵蓋舞獅表演、跳樁與財神爺等內容成功集客 10,000 人次，因正值年節期間，顧客對於表演內容抱有高度興趣，路過集會駐足圍觀，亦有約 4 成顧客為專程前來觀賞，其中不乏為外國友人，顯示此活動亦有益於促進國際文藝交流。約有 3 成顧客連續 3 天皆參與此活動，活動廣受好評。



活動期間成功集客

10,000 人次



蛇來蛇趣空間藝術展

新光三越響應 2025 金蛇年意象，結合蛇年祥瑞意象與童趣設計，邀請曾獲金鼎獎圖書插圖獎、以童趣可愛的怪獸創作風格深大眾喜愛的台灣知名藝術家—徐至宏，獨家打造「雙蛇獸」和「小蛋蛇」的蛇來蛇趣空間藝術展。

展覽以節慶裝置與公共空間藝術形式，在春節檔期間於台北信義新天地、台中中港店、台南新天地三店展出 9 大藝術裝置，包括長達 7.6 公尺、近 3 公尺高的雙蛇獸「雙蛇臨門」、高達 3 層樓的「蛇舞春風」等。透過當代藝術語彙轉譯傳統生肖文化，營造兼具祝福意涵與參與感的城市節慶體驗，全台各店設置 100 件《小蛋蛇》小型公仔，讓藝術走入日常生活場域，深化文化傳承並推廣公共美學。同步推出專屬「財蛇到」LINE 貼圖，下載量突破 100 萬次，讓節慶祝福從實體展覽延伸至數位社群，持續擴大話題聲量。

展出

9 大藝術裝置

全台各店設置公仔數量

100 件



目錄
關於本報告書
總經理的話
2025 年度亮點
SDGs 行動
亮點專題
經營績效
永續發展管理
新光三越的利害關係人
重大主題鑑別
01 信賴安全把關
02 幸福共好營造
03 綠色環境推進

04 文化藝術普及

4.1 年度經典特展

4.2 多元主題展演

附錄

4.2.2 藝術推廣

小北門大藝術家

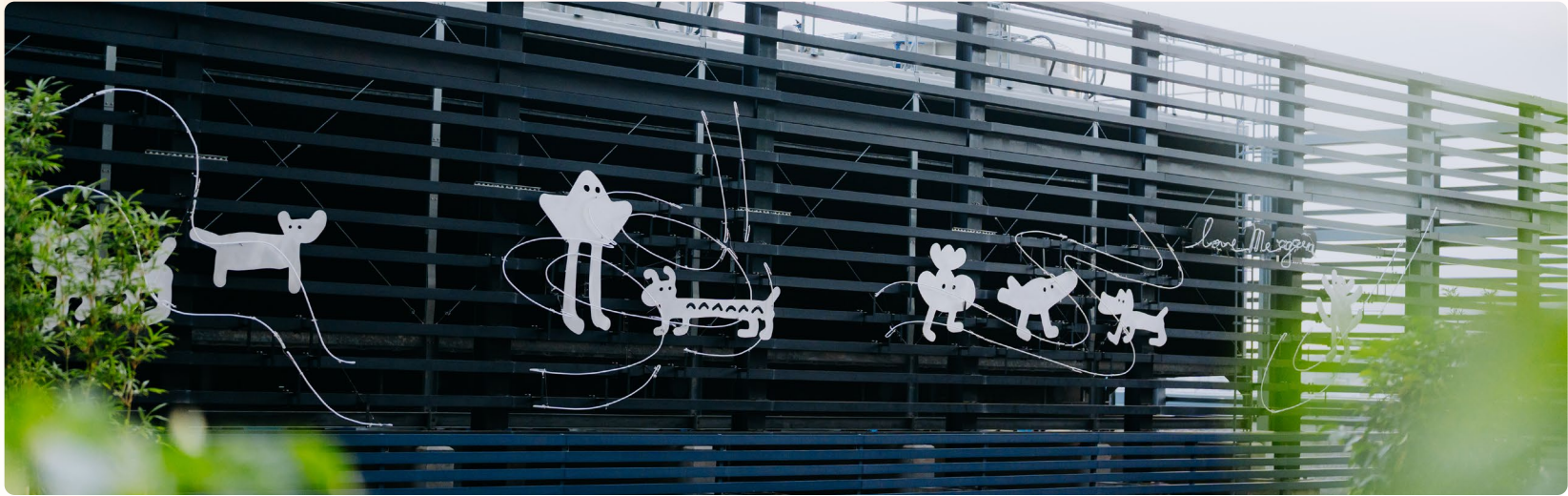
2025 年新光三越睽違 12 年再度插旗臺南，打造全台第 16 家分店——台南小北門，以「藝術潮流」為核心定位，形塑融合藝術、美學與日常生活的新型態文化聚落。開幕首展《THE NEXT FUTURE 超未來計畫》邀請吳耿禎、張騰遠、張育嘉、吳芊頤、蘇子涵、黃柏勳等六位台灣當代藝術家，透過繪畫、雕塑與裝置藝術等多元創作形式，展出共 8 件作品，回應城市發展脈絡與當代生活樣貌。

展覽內容不僅承載自 1980 年代以來臺南小北商圈的集體記憶，亦回應現代消費者對精神層次與文化感知的需求，將商業空間轉化為一座「可被感知的美術館」，使藝術成為日常生活的一部分。透過藝術與城市空間的交織，串聯在地歷史與未來想像，為在地居民創造兼具美學、人文關懷與永續精神的感官場域，並為台南小北門分店注入獨特的美學能量與創意動能，開幕期間累計吸引 165 萬人次到訪。此外，《THE NEXT FUTURE 超未來計畫》展覽中，新光三越與藝術家張騰遠之 IP- 鸚鵡人合作，相關文化推廣成果亦獲文化部肯定，並頒發感謝狀予我方。



開幕期間累計吸引參觀者

165 萬人次



目錄
關於本報告書
總經理的話
2025 年度亮點
SDGs 行動
亮點專題
經營績效
永續發展管理
新光三越的利害關係人
重大主題鑑別
01 信賴安全把關
02 幸福共好營造
03 綠色環境推進
04 文化藝術普及
4.1 年度經典特展
4.2 多元主題展演
附錄

4.2.3 在地培育

轉角藝術策展

新光三越為了提升藝術氛圍，增進顧客體驗，透過藝術作品吸引更多的客流、支援新興藝術家，以推廣藝術文化。自 2019 年起每年於台北信義新天地 A11 3F 打造轉角藝術展區，每年舉辦至少 3 至 4 檔策展，邀約多元藝術家設展。2025 年共舉辦 8 場展覽，除策劃美國普普藝術家 Charles Fazzino 3D 立體藝術全台首展外，亦邀請 7 位台灣插畫家包含唐葫蘆姑娘、起司貝爾、緩緩 WHON STUDIO、特福、啞吉 NAGI、波波冰狗室、haha sarah 舉辦個展，每次展覽平均吸引 3,000 位參觀者。未來亦將視品牌整體策略，拓展與更多跨界品牌之合作可能，推出限量周邊商品，並結合線上策展導購與多元數位曝光管道，深化藝術內容與商業機制之連結，進一步提升展覽多元性與永續發展性，打造兼具文化價值與品牌效益的藝術策展平台。



唐葫蘆姑娘 宮中女子日記



鯊克桑宇宙 特福藝術家個展



MUZI ART X Charles Fazzino 3D 立體藝術展

每次平均吸引

3,000 位

新光三越台北信義新天地 A11

CORNER ROOM

新光影城持續推動文化參與與內容共創，於國立臺灣科學教育館的商場規劃 CORNER ROOM 小型展演空間，透過免場租方式提供空間給藝術創作者使用，支持創作者持續產出與展示多元創作內容，深化藝術創作與大眾之間的連結。2025 年共合作 10 位台灣藝術創作者，打造具公共性與文化實驗性的展覽平台。



《恐龍蛋蛋》創作展

新光影城



鮭魚子個展 | 創作背後的各種魚子

2025 年策展藝術家包含鮭魚子「創作背後的各種魚子」、咚東「星期天，你要去哪玩？」、腦洞教育 - 徐兆康「文字總是看不懂」、藝術治療師 Fiona「灰兒飛高高以後」、NAOMI ZHI「《有綠生活》NAOMI ZHI 個展」、A hui「A hui《快樂亞軍》創作個展」、TROUBLELOOK「TROUBLE ALWAYS GETS IT WRONG?」、草棉谷 RONG「快樂小狗・快樂生活」、CA\$HME 現金女孩「恐龍蛋蛋」、humor 幽默「尋星之旅・the journey to the stars」

2025 年合作台灣藝術創作者

10 位



目錄
關於本報告書
總經理的話
2025 年度亮點
SDGs 行動
亮點專題
經營績效
永續發展管理
新光三越的利害關係人
重大主題鑑別
01 信賴安全把關
02 幸福共好營造
03 綠色環境推進

04 文化藝術普及

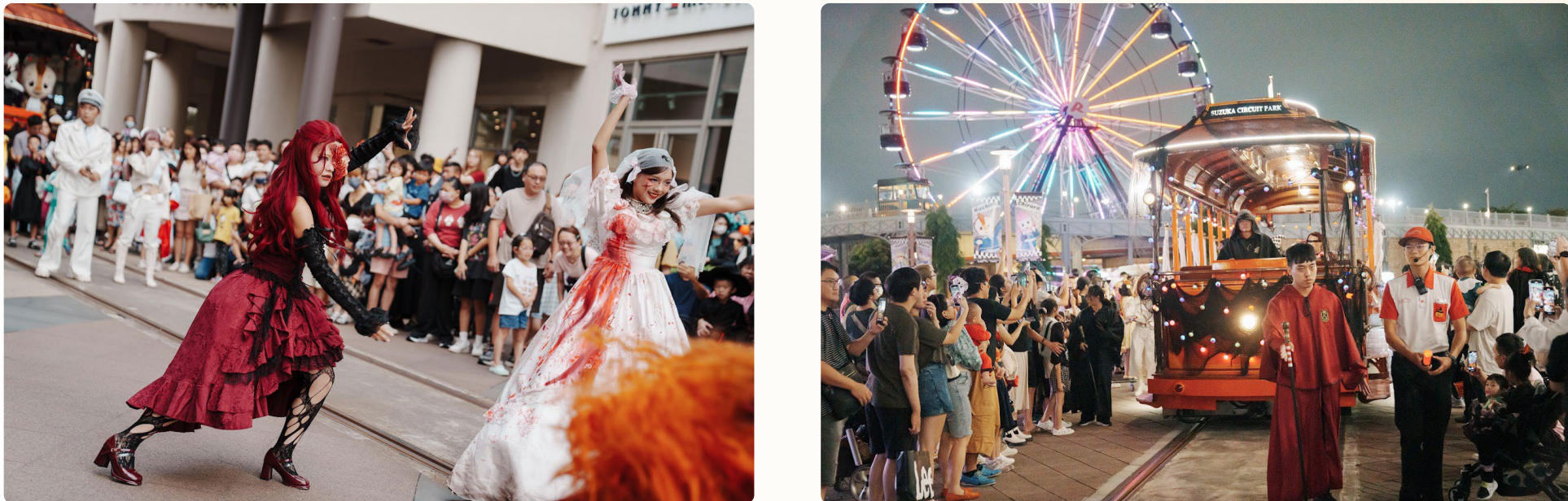
- 4.1 年度經典特展
- 4.2 多元主題展演

附錄

SKM Park Outlets 高雄草衙 萬聖節遊行

SKM Park Outlets 高雄草衙自 2022 年開幕以來，持續舉辦萬聖節變裝遊行，透過年度主題策劃、特色角色扮演、街區情境造景及沉浸式互動體驗，邀請親子家庭、學校社團及在地民眾共同參與，逐步發展成南台灣具代表性的萬聖節節慶活動。

2025 年萬聖節活動以沉浸式夜間演出《惡靈來襲 南瓜鎮封印戰》為主軸，結合原創角色故事、情境式街區造景及互動表演，打造獨具特色的節慶體驗場域；並於活動期間舉辦「鬼影之夜」千人萬聖節變裝遊行，吸引超過 1,000 人報名參與變裝遊行、逾萬人次到場同樂，邀請民眾化身故事角色共襄盛舉，讓參與者從觀賞者轉變為活動的一部分，進一步深化商場與地方社群的連結。透過持續創新內容與強化互動體驗，不僅提升民眾參與度，也成功塑造 SKM Park 獨具特色的節慶品牌形象。



活動亦連續 4 年攜手嘉南藥理大學化粧品應用與管理系師生合作，由學生團隊運用特效彩妝、角色造型設計及整體視覺規劃等專業技能，為活動工作人員打造專屬妝容與造型，並提供顧客萬聖節彩妝體驗服務，提升活動沉浸感與參與度。透過產學合作模式，協助學生將課程所學應用於大型活動實務，強化專業技能與職場實戰經驗，實踐人才培育與產業共創價值。



目錄
關於本報告書
總經理的話
2025 年度亮點
SDGs 行動
亮點專題
經營績效
永續發展管理
新光三越的利害關係人
重大主題鑑別
01 信賴安全把關
02 幸福共好營造
03 綠色環境推進
04 文化藝術普及
4.1 年度經典特展
4.2 多元主題展演
附錄

4.2.4 國際交流

翱翔愛之翼：小天使的夏日海風藝術展— 長尾智子空間藝術展

新光三越長年積極推動國際藝術交流，今年 DIAMOND TOWERS 邀請以超扁平風格為名的日本微普普藝術家—長尾智子，展出經典代表作以及全新小天使系列雕塑創作其創作風格融合日本文化、美學符號與流行藝術語言，以親切可愛的視覺表現，引導觀眾在日常生活場景中自然接觸藝術。新光三越持續深化作為國際藝術交流平台的角色，讓藝術成為可親近、可感受的生活體驗，促進國際文藝交流、擴大藝文活動參與族群。

活動集客

2,345 人次



4.2.5 永續倡議

「凝視與傾聽：多元族群影展」



族群平權

新光影城自 2024 年起兩年協力臺南市政府客家事務委員會推動多元族群電影文化活動，2025 年度影展於 3 月 21 日國際消除種族歧視日自新光影城台南西門店開跑，以「主人？客人？」為年度主題，引導大眾反思主流與少數族群的權力關係。影展期間共放映 11 部作品、舉辦 10 場活動，其中新光影城作為主要放映場地之一，內容涵蓋原住民、客家、新住民與跨國移民等多元議題，並結合學者座談深化議題理解。其中導演專題則聚焦新移民導演廖克發，探究臺灣複雜多元的族群認同議題。

影展全程免費，期望促進不同群體間的對話，打開族群平權視野，使更多民眾藉由影像理解臺灣多元文化樣貌，持續強化社會共融，實現推廣本土藝文產業與擴大藝文參與族群的永續策略願景。



共放映

11 部作品



舉辦

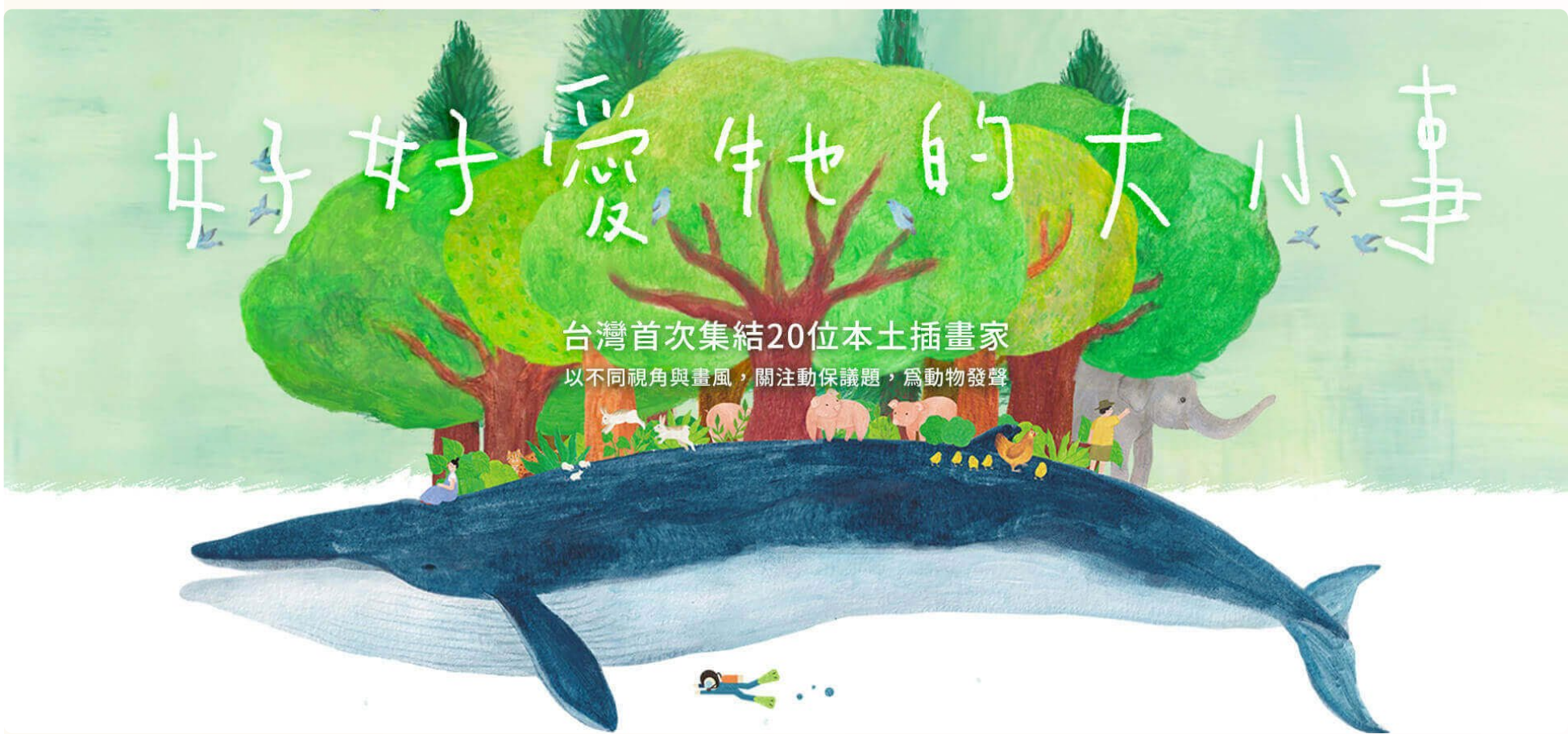
10 場活動

《好好愛牠的大小事》插畫展



動物保育

新光三越持續透過文化策展回應永續議題如運用百貨場域，讓藝術成為社會對話的媒介。2025 年高雄左營店提供展覽空間給「好好愛牠協會」展出《好好愛牠的大小事》插畫展，集結 20 位臺灣插畫創作者，透過插畫創作呈現「展演動物」、「經濟動物」、「實驗動物」及「商業捕鯨」等不同處境下的動物樣貌，引導民眾反思人與動物之間的關係，促進大眾對動物保護與生命尊重議題的認識，展現新光三越以空間場域促進公眾文化與社會關懷的永續實踐。



氣候變遷國中小繪畫創作比賽 作品展



海洋保育

新光三越高雄左營店提供展覽空間，支持財團法人台灣永續能源研究基金會主辦之氣候變遷國中小繪畫創作比賽，該基金會長期推廣台灣永續發展，並持續關注氣候變遷、永續能源、生物多樣性等核心議題，至 2025 年已舉辦 15 屆。

2025 年以「嗨海！一起創造藍色奇蹟」為主題，呼應聯合國永續發展目標 (SDGs) — 永續海洋與保育，提升師生對於海洋保育、生物多樣性與棲地守護等議題的關注。本次展覽展出全國賽各組前三名及優勝獎作品，共計 64 幅，促進環境教育向下扎根，提升大眾對氣候變遷與永續議題的認識。

