

「共讀・未來」2025 新北閱讀節活動效益分析報告

新北市立圖書館

一、品牌策略與視覺設計

(一)整體策略定位

2025 新北閱讀節以「共讀・未來」為主軸，核心定位聚焦於圖書館如何從「知識儲存空間」蛻變為貼近生活、引導城市文化脈動的「城市大客廳」。希冀藉由本展，充分傳達圖書館轉型的成果與未來願景，並透過策展形式邀請市民參與共構城市文化的可能。

為回應此一目標，展示將以「空間×生活×社群」及「現在—未來」為策展軸線。展區一〈共讀・我們的生活〉聚焦圖書館在市民日常生活中的角色與實踐成果，強調生活化、在地化、多元化與全齡共讀的面向；展區二共讀・新世代圖書館〉則以建築競圖模型與情境想像，呈現圖書館如何在城市更新中扮演文化節點的角色，並引導觀眾思考未來圖書館的空間型態與服務精神。

整體展示手法強調人本導向與情境再現，透過真實場域元素、象徵性展件、資訊視覺化與沉浸式互動，讓參觀者從「觀看者」轉變為「共創者」。展場不僅是一段圖書館的過去與未來之旅，更是一場關於城市文化如何被閱讀與想像的集體練習。

(二)展示概念設計

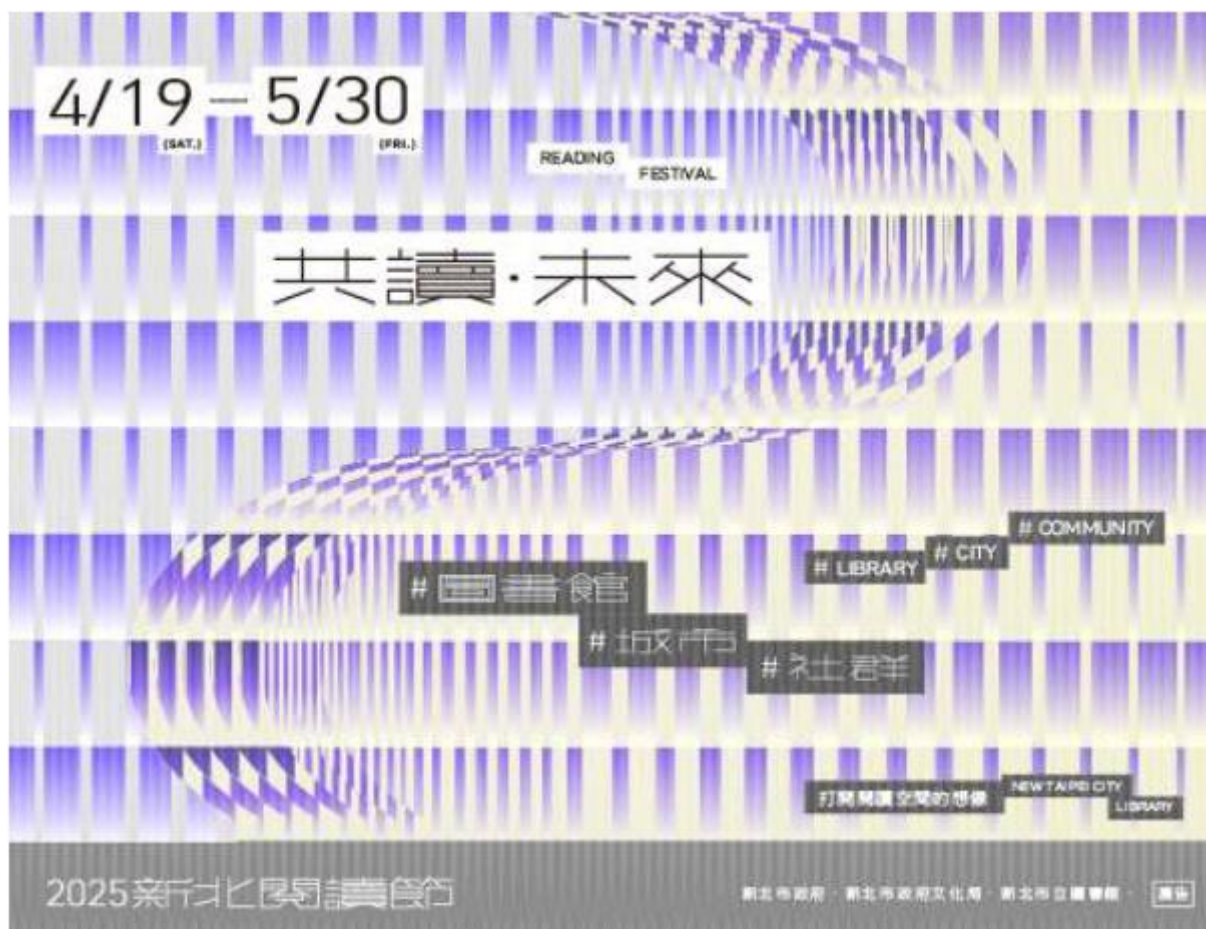
2025 新北閱讀節以「共讀・未來」為主題，透過策展思考一座圖書館如何反映一座城市的文化深度與生活溫度。新北市立圖書館十年來的轉型歷程，不僅是一連串技術升級與館藏擴展的過程，更是一場空間與公共性的再定義。這段期間，圖書館從封閉的藏書架走向開放的社區客廳，從靜態的借閱場域蛻變為多元交流、知識共享與社群對話的平台，實踐了「圖書館即城市的一部分」的現代圖書館精神。

本次策展規劃，即是建構在這樣的空間意識轉變之上。展覽自 4 月 19 日至 5 月 2 日（共 14 天），概念以「從以書為中心到以人為中心」為主軸，呈現圖書館如何回應不同年齡、背景與需求的市民，透過空間設計、服務創新與科技導入，打造真正屬於市民的知識場域。在國際圖書館設計趨勢影響下，新北市圖融合了歐洲圖書館強調開放與社區融合的精神（如丹麥奧胡斯 Dokk1），以及日本圖書館講求細緻沉浸的閱讀體驗（如武藏野市立圖書館），發展出屬於自己的多層次閱讀場景。

從新莊副都心智慧圖書館的開放式自助空間，到坪林茶文化書區、鶯歌陶藝主題分館的地方文化連結，或是林口李科永紀念圖書館為兒童量身打造的自然系共讀場域，新北市圖書館正逐步實現一座座「打開的知識空間」，讓閱讀走進城市生活、融入地方文化，並且跨越世代。

因此，策展將以雙展區架構貫穿「現在與未來」兩個時空：一方面紀錄圖書館與城市共生的真實樣貌，另一方面則邀請市民以開放想像共構未來圖書館的輪廓。這不只是一場空間的展示，而是一座城市文化自覺的提案。

(三)主視覺設計



圖一 主視覺

以「共讀·未來」為核心理念，視覺元素藉由蜿蜒流動的線條呼應淡水河流域的形象，象徵新北市立圖書館第二總館作為溪北地區文化知識廊帶的重要匯流點，串聯城市、社群與人文生活。透過具科技感的動態光影變化，強調圖書館以「人」為中心的設計理念，讓知識與生活交流在空間中自由流動。紫色與藍色的色彩交織，象徵未來科技與人文精神的融合，展現新世代圖書館作為市民日常生活中心的全新願景。

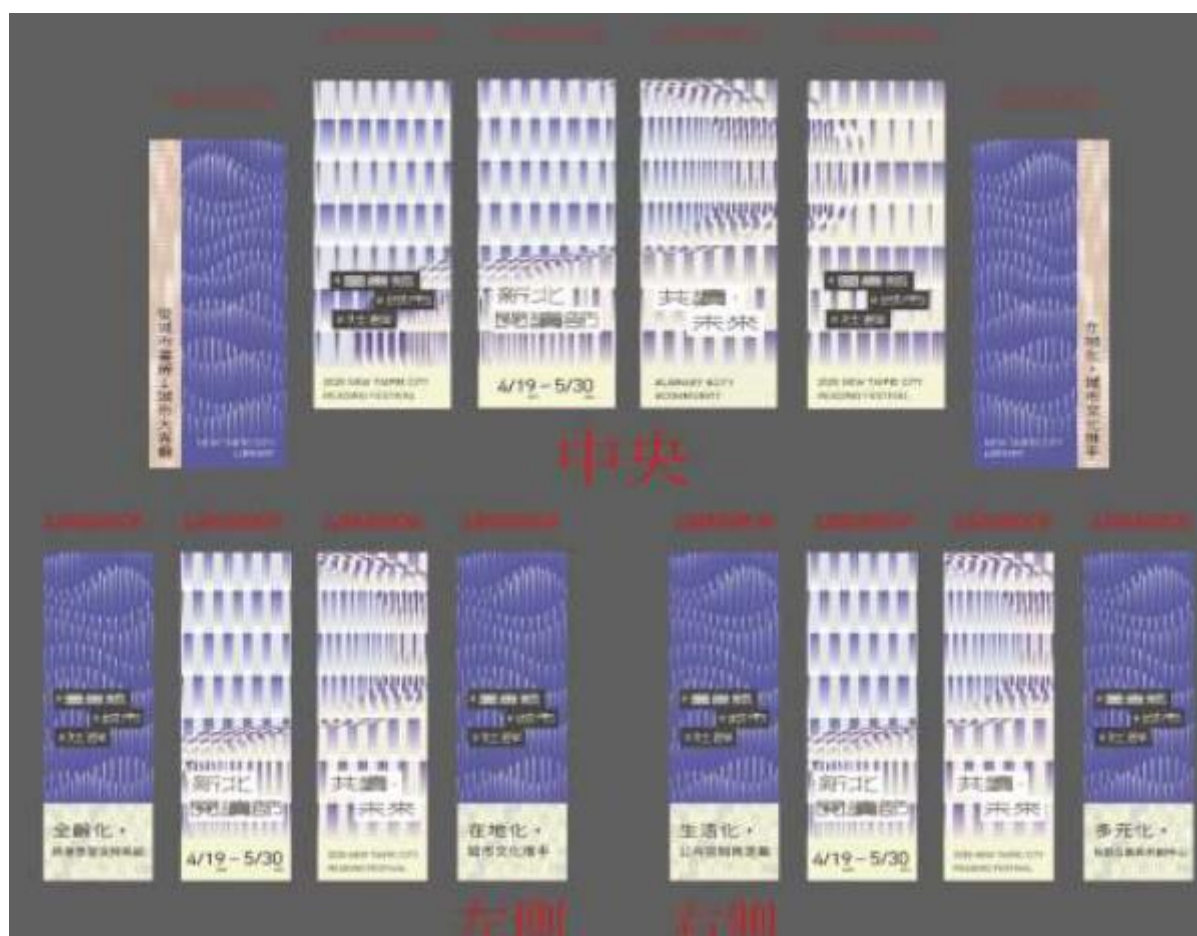
(四)延伸物設計



圖二 捷運燈箱設計



圖三 DM設計



圖四 掛旗設計



圖五 電子邀卡設計

二、主題展覽

本次閱讀節以圖書館不再只是書籍的存放場域，而是城市文化的核心空間，一座流動的知識場域，也是居民學習、交流、探索未來的場域。2025 新北閱讀節以「共讀・未來」為展覽主題，回應圖書館在城市發展中的角色變化，並從生活、社群與未來三個層面出發，描繪出閱讀如何深植於市民的日常生活。展覽以新北市立圖書館近十年的轉型為起點，透過真實案例與市民故事，呈現圖書館如何不再只是書籍的儲藏地，而是生活裡的公共場域、文化的推手，以及未來城市的創新節點。

本次展覽由兩大展區構成：「共讀・我們的生活」與「共讀・新世代圖書館」。展區一聚焦於圖書館與生活的連結，透過特色館舍的空間轉型、多元服務與社群互動，展現圖書館如何走入每個人的日常生活中；展區二則透過新北市第二總館的競圖成果與情境式未來想像，描繪新一代圖書館如何融入城市機能，成為共創、共學與共融的文化節點。

展覽在內容架構上，以「現在－未來」為時間軸線，鋪陳圖書館從在地實踐到未來想像的可能性；在空間設計上，則以「空間×生活×社群」為策展視角，串聯場景再現、建築模型、資訊圖表與互動裝置，強化觀者的參與感與沉浸體驗。透過這場展覽，我們期待讓市民重新認識圖書館、重新閱讀城市，也重新想像一種更有溫度、更具包容力的公共知識未來。

(一)空間與展示概念 | 時間 × 空間 × 社群

本次展覽以「時間 × 空間 × 社群」為策展架構，對應圖書館作為城市文化節點的三重面向：它承載記憶與未來想像（時間）、折射城市樣貌與生活風景（空間），也連結著市民的公共關係網絡（社群）。空間設計透過場景構成、展件配置與動線引導，營造出既具有故事性，又鼓勵參與的沉浸式體驗。

■ 時間 | 圖書館的現在進行式與未來想像

整體展場依循「現在－未來」的時間軸敘事，從新北市圖十年來的轉型歷程起步，延伸至第二總館的願景藍圖。展區一〈共讀・我們的生活〉回顧圖書館如何在生活中被重新定義：從書架到書桌、從親子共讀到多元社群，圖書館與城市議題同步演進。展區二〈共讀・新世代圖書館〉則以競圖成果為基礎，引導觀眾想像未來圖書館的空間角色與文化功能。

■ 空間 | 從城市書房到城市客廳

空間不再是書籍的容器，而是知識與人相遇的場域。過去十年間，新北市圖書館從封閉的知識倉儲，逐步轉型為生活共享場域，實踐「空間再定義」。參考歐洲圖書館開放場域的設計理念與日本圖書館強調沉浸閱讀的場景建構，新北融合開放性、在地性與人本性，打造如泰山分館、淡海小書房、蘆洲仁愛智慧圖書館等具特色的閱讀空間。本次展覽將透過實景模擬、燈光與視覺，體現這場從「城市書房」走向「城市客廳」的空間變革。

■ 社群 | 讓閱讀回到人的日常

圖書館從不只是借書還書的地方，而是一座社區的文化節點。本展將強調「共讀」如何成為連結市民的核心語彙，從多語繪本、樂齡共學，到新住民文化體驗，展示圖書

館如何回應多元共融的城市結構。社群互動設計將穿插於展區中，包含民眾回饋留言牆、與圖書館「記憶」的情感共書區，讓市民在展場中「看見彼此，也看見自己」。

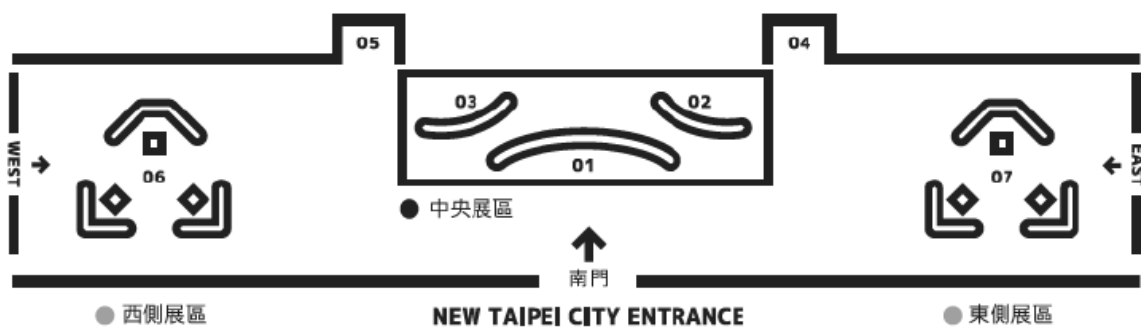
(二)展示架構

表一 展示架構

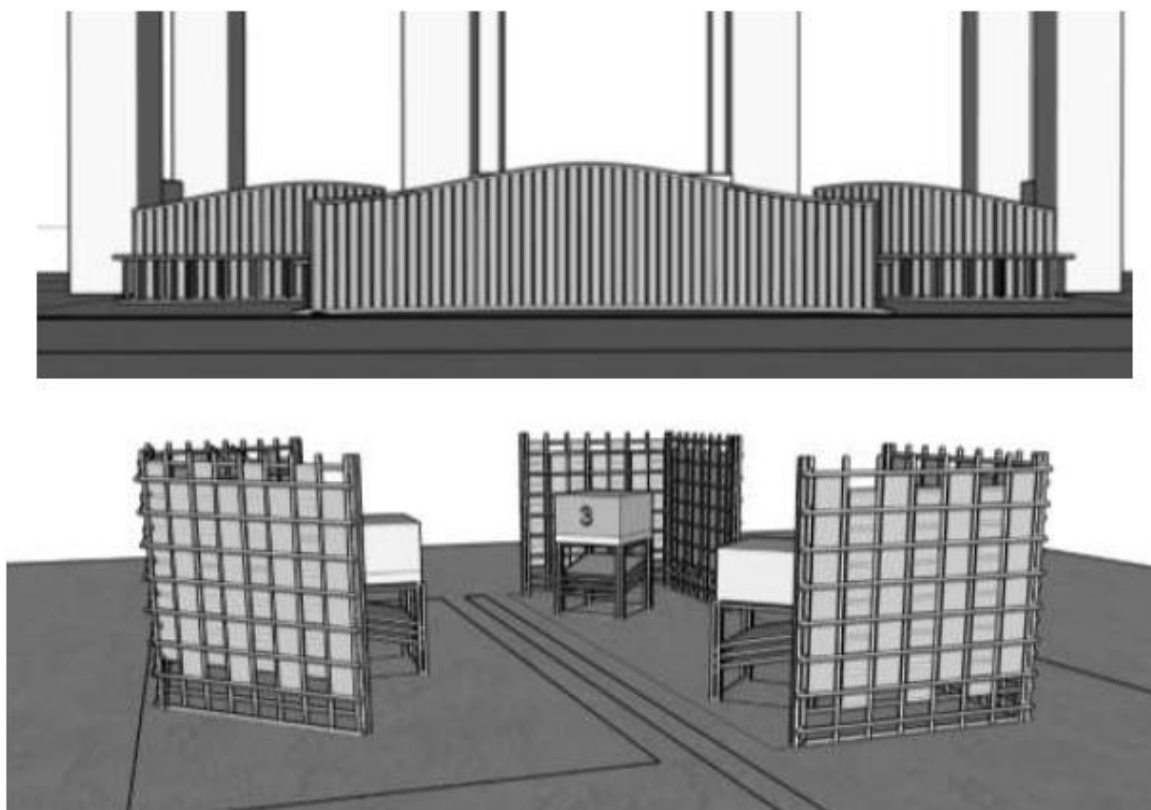
展示區位	中央展區		東西兩側
區域名稱	展覽總說區	第一展區 共讀・我們的生活	第二展區 共讀・新世代圖書館
主題定位	展覽導言 / 主題揭示	「現在」：圖書館的日常實踐	「未來」：圖書館的願景與想像
展示重點與 內容	- 展覽核心主題：「共讀・未來」	- 公共空間再定義（生活化）	城市 × 圖書館
	- 策展架構：「時間 × 空間 × 社群」	- 城市文化推手（在地化）	- 溪南溪北再平衡
	- 新北市圖十年轉型概述	- 社群互動與共創（多元化）	- 城市更新與文化節點
		- 全齡學習支持系統（含教育局亮點 校園圖書館）	建築 × 公共性
展示形式與 手法	- 主視覺牆	- 新北圖書館大事記	- 六件建築競圖方案
	- 展覽概念導語	- 情境式場景模擬（親子區、青少年 區、樂齡閱讀角）	- 空間如何成為共學 / 共創場所
		- 圖文版面 + 實物展示	- 建築模型 + 設計概念圖示
		- 年表牆 + 視覺化圖表	- 情境想像圖 + 多媒體牆
		- 民眾留言互動牆	- 設計語彙對照圖文版
			- 民眾互動提案留言牆「鷹架上的圖書館」

(三)空間配置

從中央進場，觀眾先進入展覽導言區，理解整體策展概念與主題視覺；接續進入第一展區，透過新北市圖書館的當代表現，建立觀眾與圖書館的現實連結；進入東西兩側的第二展區，由競圖成果引導觀眾進一步思考未來城市與圖書館的關係，並以互動裝置邀請民眾參與圖書館未來的想像與建構。



圖六 平面圖



圖七 空間模擬圖

(四)展示規劃

本次展覽以「共讀・未來」為核心主題，展區規劃對應「時間 × 空間 × 社群」三軸策展架構，透過分區敘事鋪陳圖書館的演變、當下實踐與未來想像，讓觀眾在空間中實際感受到圖書館如何走進生活、與城市共構。

整體空間以中央與左右兩側構成三大展示區塊：中央為展覽總說與第一展區「共讀・我們的生活」，聚焦圖書館在市民日常中的角色；左右兩側為第二展區「共讀・新世代圖書館」，展開未來閱讀空間的想像與建築競圖成果。

這樣的動線設計，讓觀者從「親近的現在」出發，循序邁入「開放的未來」，實現從熟悉走向創新的沉浸式體驗。

中央展區「共讀・我們的生活」以「現在進行式的圖書館」為核心概念，透過貼近日常的生活場景與真實案例，重新詮釋公共圖書館在城市中的角色。展覽不再僅聚焦於閱讀本身，而是呈現圖書館如何融入市民生活、串聯地方文化，並成為社群交流與知識共享的重要節點。五大主題子區分別從公共空間再定義、地方文化推動、多元族群共融、全齡終身學習，以及近十年服務創新等面向，具體展現新北市圖書館回應城市變遷與社會需求的行動軌跡。

表二 中央展區規劃

名稱	共讀・我們的生活
定位	「現在進行式」的圖書館
規劃目的	呈現圖書館如何嵌入城市日常、與社群共生
內容	本區以生活情境為出發，透過場景模擬與實例故事，展現圖書館從空間、服務到文化角色的多元轉型。五大主題子區對應新北市圖書館實際策略，包括： (1) 生活化 公共空間再定義：展現圖書館如何從封閉書庫變成城市共享空間，打造閱讀無所不在的日常。 (2) 在地化 城市文化推手：透過地方文史策展、館藏策略與文化展演，反映圖書館在文化記憶傳承中的角色。 (3) 多元化 社群共創與跨文化交流：展示圖書館如何回應新住民、多語社群與文化共融的需求。 (4) 全齡化 終身學習支持系統：從兒童閱讀到樂齡共學，呈現圖書館支持不同人生階段的學習旅程。本展區亦結合新北市教育局亮點校園圖書館之成果展現。 (5) 圖書館的現在進行式：透過視覺化年表與資訊展示，整理過去十年的改革亮點與服務創新軌跡。 設計手法上將融合實景重構、圖文展牆、互動裝置與民眾留言牆，讓參觀者不僅「看到」圖書館，更能「參與其中」，形成個人記憶與城市文化的交集。
風格設計	分館特色設計為端景，在展場中的每個轉角與民眾相遇，透過造景在書頁間呈現城市多變風景。



圖八 中央展區風格示意圖

東西兩側展區「共讀·新世代圖書館」以「未來想像的圖書館」為策展核心，透過第二總館競圖成果，引導市民重新思考圖書館在未來城市中的角色與可能性。展覽從城市治理與文化發展的視角切入，說明第二總館如何回應溪南溪北發展平衡、都市更新與公共文化資源再配置等議題，進一步彰顯圖書館已不只是知識典藏空間，更是驅動城市願景與公共生活的重要文化節點。透過三個層次的敘事架構，逐步帶領觀眾理解圖書館空間理念的轉變，以及未來共享、開放與跨域融合的發展方向。

表三 東西兩側展區規劃

名稱	共讀·新世代圖書館
定位	「未來想像」的圖書館
規劃目的	引導市民參與共構未來圖書館樣貌，拓展「共讀·未來」的視野
內容	本區以第二總館競圖成果為主軸，從城市規劃層級（溪南溪北平衡、都市更新）、空間設計概念（開放共享、無牆學習）到具體建築語彙（六件建築師方案）逐層展開。展區將分為三個子層次敘事： (1) 層次一 城市 × 圖書館的定位轉變：透過圖文板與影片，說明第二總館選址邏輯與城市發展目標，傳達圖書館作為城市文化節點的重要性。 (2) 層次二 圖書館空間理念的開放性與多元共融：探討圖書館如何打破格局，與校園、街區相融，成為「知識廊帶」與「社會對話空間」。 (3) 層次三 建築師競圖方案展示與未來生活想像：展出六件建築師作品模型與設計理念，搭配可視化圖表與體感互動，鼓勵觀眾從生活者視角，想像第二總館的使用方式與可能面貌。 展區末設有「鷹架上的圖書館」互動牆，邀請市民寫下對未來圖書館的想像與期待，象徵這座圖書館仍在建構中，真正落實「共讀·未來」是一場城市與市民共書的故事。
風格設計	1. 以「分層」為概念，透過燈光、中空導流板，將設計理念以資訊視覺化方式導讀，引導民眾認識新總館的設計理念，如何回應社會需求。 2. 以「建築藍圖」為概念，透過燈光、中空導流板營造未來感之氛圍，邀請民眾一同繪製未來圖書館的可能。



圖九 東西兩側展區風格示意圖

(五) 互動展區規劃

本次展覽強調讓「共讀」成為一場市民參與的文化行動，圖書館從靜態知識場域轉化為生活化、開放性的公共空間，互動展示設計即是實現這一轉型的關鍵手段。透過「參與式體驗 × 記憶共構 × 想像書寫」三種互動邏輯，讓觀眾從過去的旁觀者，成為知識、故事與城市未來的共創者。

表四 互動展區規劃

展示區位	留言互動區（一）	留言互動區（二）
區域名稱	我的圖書館記憶牆	鷹架上的未來圖書館留言牆
互動邏輯	從個人記憶出發，連結城市閱讀地景	從想像未來出發，共構圖書館藍圖
設置位置	規劃於「圖書館的現在進行式」旁	第二總館模型區展示牆外側
互動方式	觀眾可選擇一個問題（如「第一次走進圖書館是什麼時候？」、「有沒有一本陪你很久的書？」），以便利貼、畫畫或文字回應張貼在牆面。	觀眾可手寫或繪圖，回應問題如：「未來的圖書館應該有什麼？」張貼於牆上鷹架造型裝置。
互動意圖	透過觀眾書寫個人故事，讓展覽成為城市記憶的集體拼圖，也呼應圖書館與每位市民的深度連結。	讓市民透過書寫未來願景，從被服務者角色，轉變為「文化共構者」。

三、行銷活動

(一) 頒獎典禮

「2025 新北閱讀節暨第二總館建築師徵選成果發表頒獎典禮」以「共讀・未來」為核心主軸，結合閱讀推廣、城市文化與公共建築願景，展現新北市對未來圖書館的整體想像。活動除發表第二總館建築競圖成果外，也透過閱讀節策展內容，回顧新北市圖書館十年來在空間建設、文化服務與閱讀推廣上的發展成果，呈現圖書館如何從知識典藏

場域，轉型為融合生活、學習與城市文化的公共平台。

■ 活動地點：新北市政府一樓大廳

■ 活動時間：2025 年 4 月 23 日 (三)

表五 活動流程

時間	分	流程	備註
10:00- 10:02	2	主持開場	主持人介紹現場與會貴賓，請貴賓揮手致意
10:03- 10:07	5	市長致詞	1. 邀請市長上台 2. 市長致詞
10:08- 10:15	8	建築師得獎提案頒獎 暨合照	1. 建築師得獎提案頒獎 2. 得獎者與市長合照
10:16- 10:17	2	【市長參觀展區】 點位 1 圖書館的現在進行式	參觀重點：圖書館 10 年來的軟硬體建設。
10:18- 10:20	2	【市長參觀展區】 點位 2 多元化展區	參觀重點：圖書館的多元館藏與服務。
10:21- 10:22	2	【市長參觀展區】 點位 3 生活化展區	參觀重點：閱讀與生活的連結。
10:23- 10:24	2	【市長參觀展區】 點位 4 互動留言區	參觀重點：市長寫下對未來圖書館的期待
10:25- 10:30	5	【市長參觀展區】 點位 5 第 1 - 3 名競圖作品	參觀重點：建築師介紹首獎作品

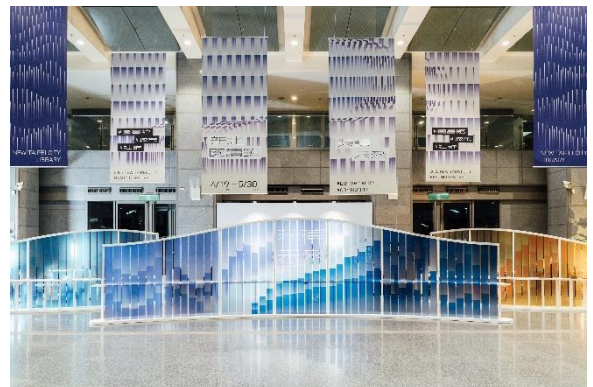


圖 十 頒獎典禮執行成果

(二)閱讀沙龍

「閱讀沙龍」以主題演講形式辦理，透過跨領域交流與公共對話，探討圖書館在「空間設計」、「閱讀推廣」、「在地文化連結」及「未來發展」等面向的多重可能。系列活動分別聚焦於「多元閱讀」、「空間設計」、「在地文化」及「兒童沙龍」等議題，從不同面向開展圖書館的當代角色討論。透過專題分享與現場交流，提供多元觀點，強化市民對圖書館未來發展的想像。

同時，沙龍以開放討論與公共參與為核心，促進社區參與，展現新北市圖書館作為「城市文化客廳」的定位，使圖書館成為連結閱讀、生活與地方文化的交流場域。並藉由跨領域專家參與對話，引入建築、教育與文化等不同觀點，透過思想碰撞拓展閱讀與圖書館服務的無限可能。

- 2 天，共舉辦 4 場講座，各場約 60 分鐘（含 Q&A）
- 採「主題演講 + 訪談」或「座談」並留 Q&A 時間
- 網路報名：透過活動報名系統或 Google 表單，每場收取 25 位。
- 現場報名：剩餘名額現場開放報名，先到先得。

表六 活動流程

上午場時間	活動	下午場時間
10:10-10:30	報到入場	13:40-14:00
10:30-10:40	活動開場、講者簡介	14:00-14:10
10:40-11:10	主題演講	14:10-14:40
11:10-11:20	訪談	14:40-14:50
11:20-11:30	Q&A、結語	14:50-15:00

(三)系列活動執行成果

1. 第一場 | 打開空間：圖書館設計與閱讀氛圍的塑造

本場閱讀沙龍特別邀請「九典建築師事務所」第二總館建築師們擔任講者，透過訪談與分享形式，深入介紹新北市立圖書館第二總館的設計理念與空間規劃思維。講座將從當代圖書館建築發展趨勢出發，探討國際與國內公共圖書館空間如何因應閱讀型態改變與城市生活需求，逐步從傳統典藏導向，轉型為兼具交流、學習與文化共享功能的公共場域。內容將聚焦於歐系圖書館強調的開放共享與社會連結，以及日系圖書館重視沉浸感、生活感與閱讀氛圍營造等不同設計脈絡，帶領民眾理解當代圖書館空間的多元發展方向。

同時，講座也將回到新北第二總館本身的規劃理念，說明建築團隊如何回應新北城市發展、人口結構與公共文化需求，思考未來圖書館空間「多元使用」的可能性。從共學交流、親子陪伴、講座活動到社區客廳等不同功能面向，重新定義圖書館不只是閱讀場所，更是市民日常生活中的公共交流平台。透過建築師與主持人的對談，引導民眾從使用者視角思考未來圖書館的樣貌，進一步理解公共建築如何回應城市文化與未來生活需求，並共同想像屬於新北市的未來閱讀風景。



圖十一 第一場活動紀錄

2. 第二場 | 紙本與電子：多元閱讀時代的選擇與體驗

本場閱讀沙龍邀請「逗點文創結社」負責人陳夏民擔任講者，透過訪談與分享形式，從出版產業與閱讀趨勢的角度，探討數位時代下閱讀型態的轉變，以及紙本書與電子書之間的關係與未來發展。講座將聚焦於紙本閱讀的沉浸感與收藏價值，以及電子閱讀在即時性、便利性與跨載體應用上的優勢，同時討論兩種閱讀形式在當代閱讀環境中所面臨的挑戰與共存可能。

此外，講座亦將結合新北市圖書館近年在電子資源的規劃策略，探討公共圖書館如何因應閱讀行為改變，提供更多元且具彈性的閱讀服務。從電子書平台、數位學習資源到實體館藏與閱讀空間配置，重新思考圖書館在數位與實體並行時代中的角色定位。活動也將進一步關注如何培養民眾在不同閱讀載體之間靈活轉換的能力，引導讀者依據情境、需求與閱讀目的，建立更開放且多元的閱讀習慣。透過出版實務與公共閱讀服務的對話，帶領民眾重新理解未來閱讀的樣貌，以及圖書館在閱讀文化轉型中的重要角色。



圖十二 第二場活動紀錄

3. 第三場 | 看見三重：生活不在他方

本場閱讀沙龍邀請三重在地獨立書店及逃逸線書室主理人王茜茜擔任講者，透過演講與訪談形式，分享在地方經營獨立書店的理念與實踐歷程。講座將從三重的城市紋理與生活樣貌出發，探討在快速變動的都市環境中，獨立書店如何成為連結閱讀、地方文化與人際交流的重要節點。透過主理人的親身經驗與在地觀察，帶領民眾重新看見城市日常中的文化風景，理解真正值得被關注與感受的生活，其實並不遙遠，而是存在於街區、人群與每一次地方互動之中。

活動亦將聚焦於書店與在地產業之間的跨域合作，探討閱讀空間如何與餐飲、選物、地方創生及文化活動等不同產業產生連結，進一步擴展書店作為公共交流平台的角色。同時，講座也將延伸討論未來書店的多元樣貌，思考在數位閱讀與生活型態改變的時代中，書店如何透過空間氛圍、社群經營與文化策展，持續創造閱讀的價值與吸引力。透過地方經驗與未來想像的交會，引導民眾重新思考閱讀空間與城市生活之間的關係，並看見書店作為地方文化場域的更多可能。



圖十三 第三場活動紀錄

4. 第四場 | 圖書館在你心中的顏色

本場閱讀沙龍邀請色彩學工作坊講師、視覺設計師暨國中小美感體驗講師嚴子歲擔任講者，透過引導式創作體驗，帶領孩童與家長以不同於傳統閱讀的方式探索圖書館空間。活動將結合色彩學與美感教育概念，引導參與者透過尋找相同色系書封、觀察圖書館中的色彩配置與閱讀環境，重新認識圖書館作為感知與探索空間的多元樣貌。孩子們將在親子共同參與的過程中，從閱讀延伸至觀察、辨識與互動，建立與圖書館更具感受性的連結。

此外，活動亦將透過繪畫創作，引導孩童自由描繪心中對未來圖書館的想像。從漂浮書架、祕密閱讀基地到充滿奇幻色彩的閱讀空間，鼓勵孩子以天馬行空的創意重新定義圖書館的可能性。透過藝術創作與親子互動，不僅讓閱讀體驗更貼近生活與感官探索，也讓圖書館成為培養美感教育、創造力與想像力的重要場域。整體活動期望以輕鬆且富有參與感的方式，讓孩童與家長共同感受閱讀與空間之間的連結，開啟對未來圖書館的多元想像。



圖十四 第四場活動紀錄

四、行銷宣傳

(一)新聞稿規劃

為有效推廣 2025 新北閱讀節「共讀・未來」展覽核心理念與各項活動內容，新聞稿將作為本次行銷策略的第一波外部溝通管道。透過主題式議題設計與節奏性發布節點，將展覽亮點轉譯為社會關注的文化話題，擴大媒體曝光與公共關注，並強化市民對圖書館新角色的認識與參與意願。

表七 新聞稿撰寫主題與議題設計

發稿主題	撰寫焦點
01 閱讀節正式登場	展覽開幕，介紹展覽主題「共讀・未來」、展示內容與主題 整體活動行銷；預告展期時間與相關系列活動
02 第二總館競圖與提案設計介紹	聚焦於介紹第二總館競圖成果的設計理念與願景介紹
03 圖書館不只是借書的地方，邀請市民 在城市中共讀	透過展覽活動，介紹新北市圖的共融、多元與全齡化服務，傳遞圖書館與生活的關係，凸顯「從書房到客廳」的空間再定義

(二)社群行銷規劃

數位廣編與社群推廣將作為展覽中期與後期的重要擴散渠道，目標為深化展覽主題「共讀・未來」的公共討論力道，並擴大年輕世代與閱讀生活圈的觸及範圍。整體策略以「議題轉譯 × 身份共鳴 × 情境參與」為核心，導入設計媒體合作、社群 KOC 經營與口碑行銷，建立城市閱讀品牌的網路聲量與參與黏著度。

1. 數位廣編 | 聚焦新北第二總館競圖成果 × 未來圖書館設計想像

為強化新北市圖書館第二總館的城市關注度與設計理念傳播力，數位廣編與 Shopping Design 媒體合作，聚焦於建築競圖成果介紹，鎖定設計、建築、生活風格類媒體，以深入的專題形式報導競圖概念與未來圖書館願景，建構第二總館作為「城市公共場域創新典範」的形象。

表八 數位廣編內容切角

面向	切角說明
閱讀的下一步：從建築想像未來圖書館	以建築競圖為切入點，介紹 6 組建築師對圖書館空間的不同詮釋，包含知識垂直性（高聳書牆）、生活融合性（無邊界客廳）、社區共融性（開放式街區）等，帶出公共建築的多元角色。
圖書館不只是圖書館：新北第二總館的建築提案	拆解新北市第二總館競圖中的核心精神，例如「溪南溪北再平衡」、「與生活共構的文化廊帶」、「讓市民成為空間主角」，探討圖書館如何從知識殿堂變為城市更新引擎。
當建築遇見城市記憶：圖書館如何成為市民的文化容器？	談第二總館不只是閱讀場域，更是城市記憶的再編平台，連結在地學校與社群活動，結合建築師語彙與市民需求，呈現一座為市民而生的圖書館。

2. 口碑行銷 × KOC 微網紅合作

2025 新北閱讀節以「共讀・未來」為主軸，展現圖書館如何轉變為城市公共生活的核心場域。社群行銷策略將搭配線下展覽時程，啟動口碑行銷與 KOC 微網紅合作雙軌並進的推廣計畫，透過真實語言、生活視角與貼近市民經驗的分享內容，擴大展覽的線

上聲量與參與熱度，讓閱讀不只是文化行動，更成為市民間的話題與共鳴。



推薦論壇版位清單：

1. 板橋人社團*2 (我是板橋人、板橋大小事)
2. PTT：板橋、閱讀
3. Dcard：書籍、親子
4. Mobile01：閱讀、親子、時事
5. Babyhome：親子旅遊

圖十五 口碑行銷論壇清單

與 5 位 KOC 發文合作，追蹤數 4,000-30,000 左右的微網紅，鎖定親子&閱讀生活類型，不同於大型網紅更偏向素人，但在同溫層領域中能發揮深度的影響力，與粉絲之間互動十分緊密，內容分享上較為生活化。

表九 合作名單

編號	KOC	追蹤數	波段	發文型式
1	安博是個文藝半熟少女	2.4 萬	Week 1 發文宣傳	圖文
2	Milk 然然一家生活日記	9,381		Reels 影音
3	Amy 顏以娜	1.1 萬		圖文
4	我的悅光星晨	5,591		Reels 影音
5	Belle 育兒美學 Hsuchi	4.8 萬	Week 2 發文宣傳	兒童沙龍圖文
6	扉媽咪	1 萬		圖文
7	滿地兒趴趴走	7,703		圖文

五、行銷效益分析

(一)媒體公關與議題擴散

本次活動透過媒體公關操作結合「新北市立圖書館第二總館」及「2025 新北閱讀節」兩大議題進行整合宣傳，成功吸引平面、電子、網路及專業領域媒體關注，累計獲得 15 則媒體報導。報導內容藉由第二總館建築外觀首度曝光之話題性，帶動閱讀節主題「共讀・未來」所傳達之閱讀願景，提升社會大眾對新北市閱讀政策與文化建設發展之關注度。相關訊息獲中央社、聯合新聞網、自由時報、中國時報、民視、華視及非凡新聞等主流媒體報導，有效擴大活動訊息傳播範圍與公共能見度。

此外，本次媒體露出亦延伸至建築設計、生活風格及地方資訊等不同領域媒體，包括室設圈、幸福空間及 Bella 等平台，使活動訊息突破傳統閱讀推廣框架，進一步連結城市發展、公共建設與文化生活等議題。本次媒體操作成功打破傳統閱讀推廣的同溫層，透過跨領域的議題擴散，將閱讀節提升至「城市公共建設與綜合治理」的討論層次。不

僅有效放大活動曝光效益，更深化了新北市「閱讀城市」的品牌形象。

表十 媒體露出彙整表

編號	發文日期	媒體	標題	網址
1	4/23	非凡	新北市圖第二總館座落三重 建築外觀曝光	https://news.ustv.com.tw/newsdetail/20250423A086?newsall=true&type=105&%E8%81%AF%E5%90%88https://news.ustv.com.tw/newsdetail/20250423A086?
2	4/23	民視	新北市第二總館建築外觀 市政會議首度曝光	https://tw.news.yahoo.com/新北市第二總館建築外觀-市政會議首度曝光-103215496.html
3	4/23	聯合新聞	新北市圖第二總館建築外觀首度曝光 明年開工、2031 年完工	https://udn.com/news/story/7323/8693895#
4	4/23	自由	新北市圖第二總館建築亮相 明年動工、2031 年完工	https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/5020814
5	4/23	中時	斥資 42 億預計 2031 年完工 三重第二總圖外觀曝光	https://www.chinatimes.com/realtimenews/20250423002729-260421
6	4/23	室設圈	新北市圖第二總館建築首度亮相，預計 2031 年完工	https://iecosyst.com/news/1464
7	4/23	中央社	新北市圖第二總館競圖亮相 耗資 40 億估 120 年完工	https://www.cna.com.tw/news/alloc/202504230264.aspx
8	4/23	華視	新北市圖第二總館競圖亮相 耗資 40 億估 120 年完工	https://news.cts.com.tw/cna/local/202504/202504232464253.html#google_vignette
9	4/23	教廣	2025 新北閱讀節「共讀・未來」創造城市的多重想像	https://www.ner.gov.tw/news/68087cfbfbcf6a30022d336a8
10	4/23	台灣好新聞	2025 新北閱讀節「共讀・未來」創造城市的多重想像	https://taiwanhot.net/news/1100376/2025%E6%96%B0%E5%8C%97%E9%96%B1%E8%AE%80%E7%AF%80+%E3%80%8C%E5%85%B1%E8%AE%80%EF%BC%8E%E6%9C%AA%E4%BE%86%E3%80%8D%E5%89%B5%E9%80%A0%E5%9F%8E%E5%B8%82%E5%A4%9A%E9%87%8D%E6%83%B3%E5%83%8F
11	4/23	青年日報	新北閱讀節「共讀・未來」創造城市多重想像	https://www.ydn.com.tw/tw/News/ugC_News_Detail.aspx?ID=561124
12	4/23	風傳媒	新北市圖第二總館建築外觀首度曝光！2025 新北閱讀節「共讀・未來」創造城市的多重想像	https://www.storm.mg/localarticle/5361715

續表十一 媒體露出彙整

13	4/23	自立	新北市圖第二總館 建築外觀首度亮相	https://www.idn.com.tw/news/news_content.aspx?catid=4&catsid=5&catdid=5&articleid=20250423zz0958007
14	4/24	幸福空間	預計 120 年完工！新北市圖第二總館建築外觀首度曝光	https://hhh.com.tw/columns/detail/8302
15	5/23	BELLA	新北六大建築新地標：大巨蛋地址即將公佈、圖書館第二總館在三重	https://www.bella.tw/articles/design&gadget/57944/new-taipei-top-six-new-landmark-building-you-must-visit

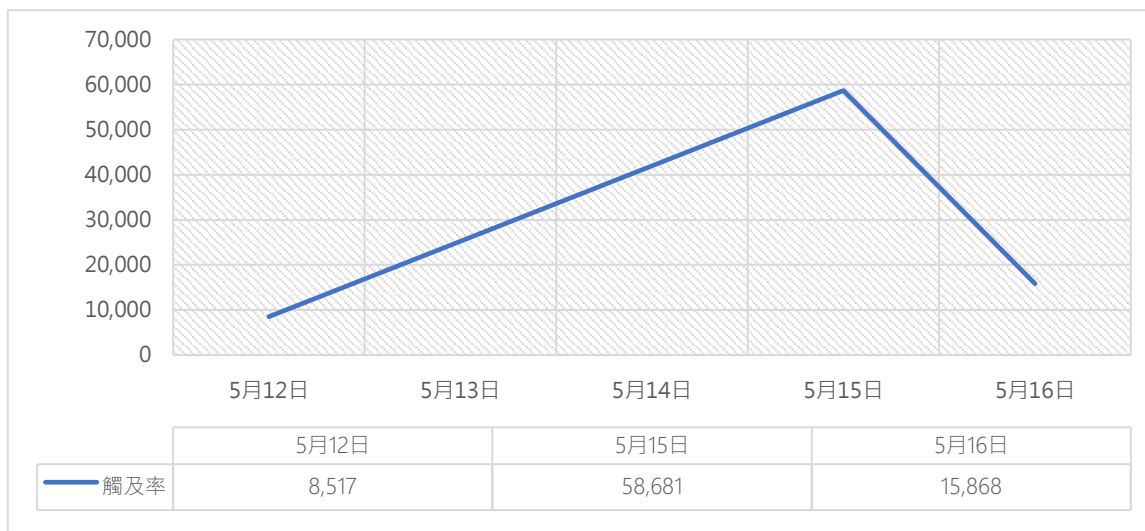
(二)社群傳播與口碑營造

本次活動透過 Shopping Design 官網、Facebook 粉絲專頁、電子報及 Instagram 限時動態等多元數位平台進行整合宣傳，累積觸及人數超過 8.3 萬人次。其中，以 5 月 15 日發布於 Facebook 粉絲專頁之廣編內容成效最佳，觸及 58,681 人次，占整體曝光量主要來源，顯示社群媒體具備高度擴散力與議題傳播效益，能有效提升活動能見度並快速觸及潛在參與族群。

此外，Shopping Design 美好生活週報電子報觸及 10,868 人次，官網專文觸及 8,517 人次，Instagram 限時動態亦觸及逾 5,000 人次，展現數位廣編內容在不同媒體載體上的傳播效益。相較於單一廣告投放，數位廣編能以故事化與內容行銷方式傳遞活動理念，使受眾在閱讀生活風格內容的過程中自然接觸活動資訊，進而提升訊息接受度與品牌好感度，不僅有效擴大活動觸及範圍，亦有助於提升活動形象與品牌價值，達成宣傳推廣目標。

表十二 數位廣編執行成效

編號	發文日期	平台	觸及數
1	5/12	Shopping Design 官網	8,517
2	5/15	Shopping Design FB 粉專	58,681
3	5/16	Shopping Design 美好生活週報	10,868
4	5/16	Shopping Design IG 限動	5,000+



圖十六 數位廣編執行成效

在口碑行銷推廣方面，本次活動透過在地社群、親子論壇及親子領域微網紅(KOC)進行多元內容分享，藉由真實體驗與生活化敘事方式傳遞活動資訊，以提升受眾信任感與參與意願。整體觀察，各類型內容皆獲得良好關注，其中以短影音形式表現最為亮眼。例如微網紅「Milk | 然然一家生活日記」發布之 Reels 影音獲得 366 次按讚及 62 則留言，互動表現最為熱絡；「我的悅光星晨」發布之 Reels 影音亦獲得 520 次按讚，顯示影音內容較能引發受眾共鳴與互動，足以擴大活動話題傳播效益。

此外，在長文口碑擴散方面，親子族群聚集之社群平台亦展現良好宣傳成果。其中，BabyHome 親子旅遊版文章累積 4,419 次瀏覽，Mobile01 親子消費版獲得 737 次瀏覽，顯示活動資訊已有效觸及目標親子族群。另多位親子及生活風格微網紅發布圖文分享，同樣也獲得穩定按讚及留言回饋，透過個人影響力提升活動能見度。

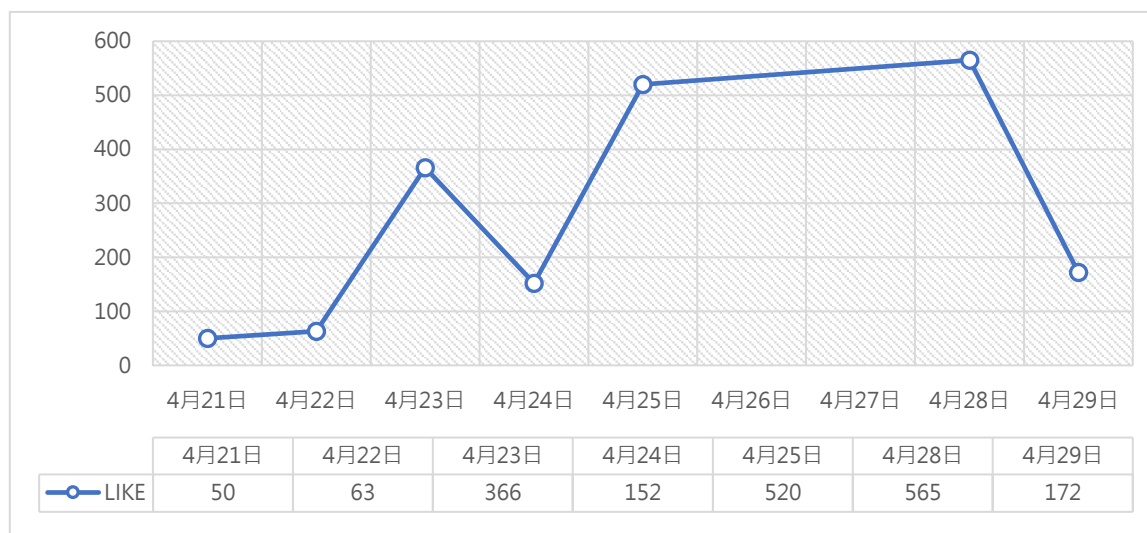
綜合社群互動數據觀察，口碑行銷推動期間，相關貼文按讚數由初期約 50 至 60 次逐步提升至 500 次以上，最高達 565 次，整體互動趨勢呈現中後期明顯高於前期之發展態勢。顯示透過社群推薦、意見領袖分享及論壇討論等多元推廣方式，已有效吸引目標族群關注，並藉由社群分享機制持續擴散活動聲量，不僅提升活動曝光與品牌能見度，亦增進受眾對活動內容之認同感與參與意願，達成深化宣傳效益之目標。

表十三 口碑行銷 × KOC 微網紅合作執行成效

編號	類型	發文日期	平台/ KOC	發文形式	互動數
1	短 QA	4/21	我是板橋人 FB 社團	圖文	50 LIKES,11 留言
2	微網紅	4/22	安博是個文藝半熟少女	圖文	63 LIKES,2 留言
3	微網紅	4/23	Milk 然然一家生活日記	Reels 影音	366 LIKES,62 留言
4	長文分享	4/24	Dcard 親子版 (47.7 萬追蹤)	圖文	23 LIKES,13 留言
5	微網紅	4/24	Amy 顏以娜	圖文	129 LIKES,4 留言
6	微網紅	4/25	我的悅光星晨	Reels 影音	520 LIKES,12 留言
7	長文分享	4/28	Mobile01 親子消費	圖文	737 瀏覽

續表十二 口碑行銷 × KOC 微網紅合作執行成效

8	微網紅	4/28	Belle 育兒美學 Hsuchi	圖文	106 LIKES,2 留言
9	微網紅	4/28	扉媽咪	圖文	459 LIKES,13 留言
10	微網紅	4/29	滿地兒叭叭走	圖文	172 LIKES,29 留言
11	長文分享	4/30	Babyhome 親子旅遊	圖文	4,419 瀏覽



圖十七 口碑行銷 × KOC 微網紅合作執行成效

六、整體效益分析

本報告之效益評估與數據統計，以 4 月 19 日至 5 月 2 日（共 14 天）之核心主題展覽與密集活動期間為主要分析範圍。以下分別就議題整合、行銷推廣、民眾參與及城市文化效益等面向進行分析。

（一）議題整合與公共討論

2025 新北閱讀節以「未來圖書館」為策展主軸，透過第二總館建築成果展示，引導民眾從閱讀空間、公共服務及城市發展等面向重新思考圖書館的功能與價值。活動期間結合展覽、頒獎典禮及閱讀沙龍等形式，促進建築、文化、教育與公共參與等議題交流，使閱讀不再侷限於個人學習行為，而成為連結城市願景與公共生活的重要媒介。透過跨域整合與議題串聯，閱讀節展現新北市推動閱讀城市與文化建設之成果，也增進市民對未來圖書館及公共文化空間的認識與期待。

（二）多元行銷與品牌擴散

透過媒體公關、數位廣編及口碑行銷等多元推廣策略，成功擴大活動訊息傳播範圍與受眾接觸面。媒體公關透過新聞稿發布及媒體露出，累計獲得 15 則媒體報導；數位廣編透過官網專文、社群平台及電子報等渠道推廣，累計觸及逾 8.3 萬人次；口碑行銷則透過親子社群、論壇及微網紅合作持續累積討論熱度，帶動活動聲量擴散。整體而言，各項推廣工具相互串聯，不僅擴大活動曝光與參與熱度，也使閱讀延伸至城市文化與公共空間討論，展現良好傳播效益。

(三)公眾參與與行動轉化

本次閱讀節成功將線上聲量轉化為實際參與行動，活動自 4 月 19 日至 5 月 2 日展出共 14 天，期間結合主題展覽、閱讀沙龍及頒獎典禮等系列活動，累計吸引 42,350 人次參與，平均每日參與高達 3,025 人次。活動內容涵蓋閱讀、建築、地方文化及兒童美感等多元主題，吸引不同年齡層與背景民眾參與，並促進公共文化議題之交流對話。透過展覽參觀、講座互動及願景分享等參與形式，民眾由活動訊息的接收者逐步轉化為公共文化議題的參與者。整體而言，本次活動有效將媒體曝光與網路聲量轉化為實際參與成果，擴大閱讀節之社會影響力，並提高市民對第二總館發展願景之關注。

(四)閱讀城市形塑與文化治理效益

以第二總館建築競圖成果為核心，結合閱讀、建築、地方文化等議題，從閱讀節開啟民眾重新思考圖書館於當代城市中的功能與價值。相較於傳統閱讀推廣活動著重閱讀習慣培養，本次活動進一步將閱讀議題延伸至文化建設與城市發展層面，展現圖書館作為知識交流與社會參與平臺的重要角色。不僅增進市民對閱讀文化及未來圖書館願景的認識，也提升對公共建設議題的關注。整體而言，本次閱讀節展現新北市推動閱讀城市與文化治理之成果，並鞏固圖書館作為城市文化核心節點之定位。