



繪畫藝術



香氛藝術



表演藝術

第六屆【傳善獎】 視障者多元感官 藝術發展計畫



社團法人台北市
視障者家長協會
Taipei Parents' Association
for the Visually Impaired

01. 當時概況、計劃源起、3年願景

需求問題

中途失明者的生活重建缺乏創新作法，也無法達到心理重建的目標

庇護工場及小作所多是仰賴視覺操作的勞務工作，不適合視障者與視多障者

按摩與音樂表演之優勢職種，沒有創新特色，缺乏競爭力

介入服務與目標

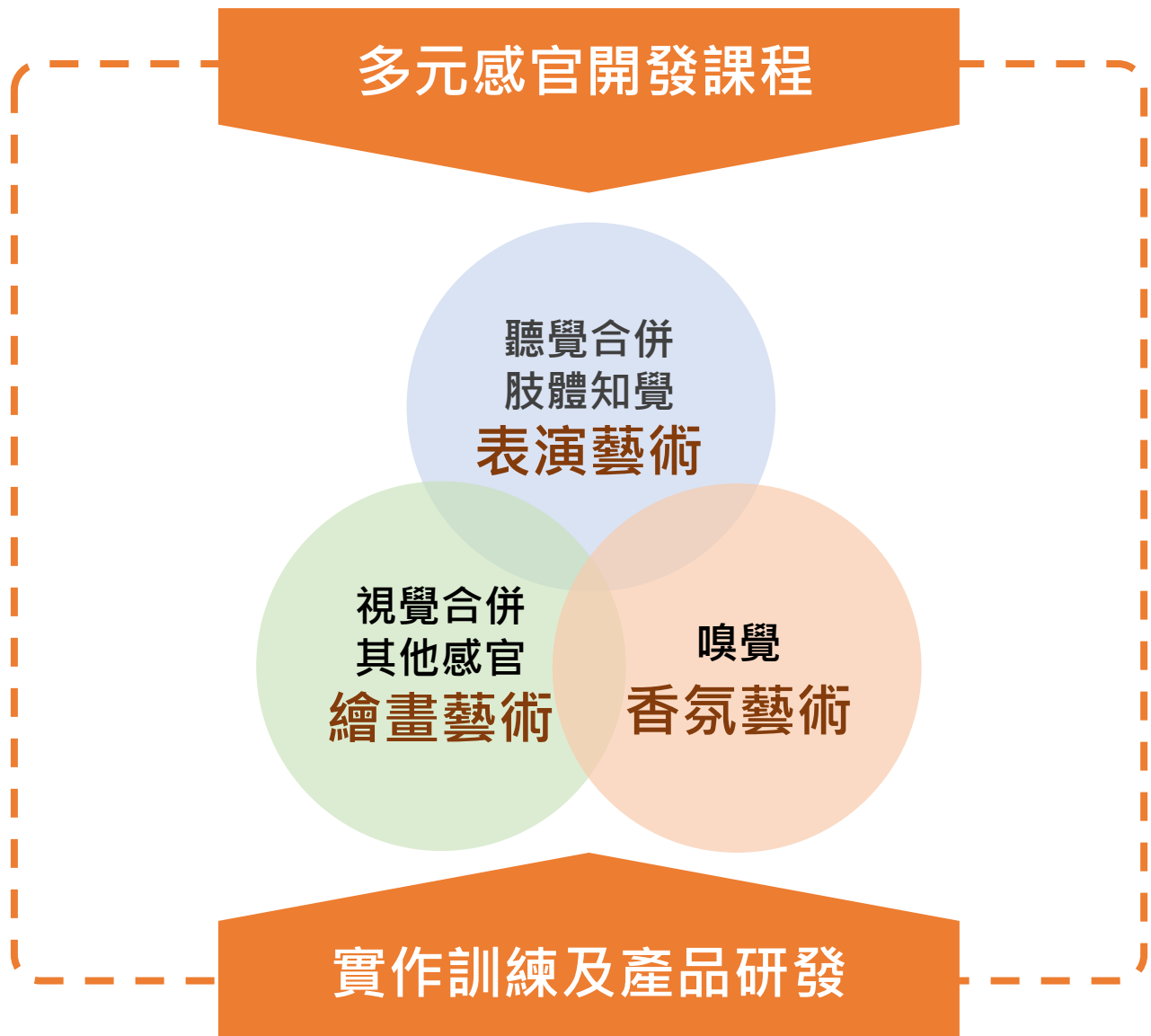
多元感官開發與培育課程，發展視覺以外之優勢感官能力，並達到心理安適

新創適合視障者之勞務工作及發揮其他感官知覺之工作型態

運用多元感官能力，延展按摩及音樂表演工作之深度、廣度，提高附加價值

02. 資源用到哪裡？

視障者多元感官
藝術發展計畫

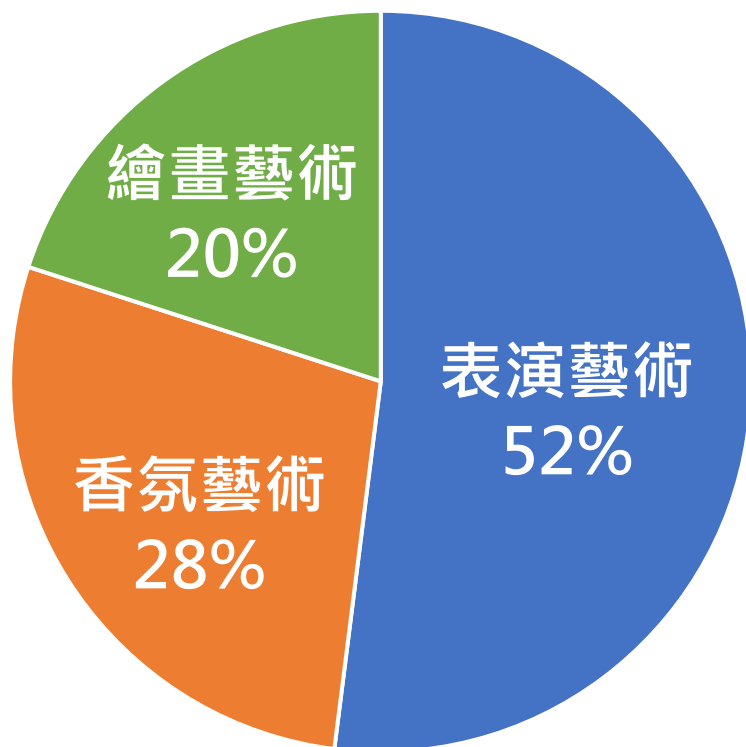


產品完成及證書取得

作品演出及產品銷售

02. 資源用到哪裡？

經費使用比例



1

人才培訓費

2

製作費

3

行銷推廣費

02. 資源用到哪裡？

1

人才培訓費



6位學員參訓



20位學員參訓



33位學員參訓，10位獲國際芳療證照、
7位獲國際調香證照

02. 資源用到哪裡？

2

製作費

表演藝術



原創音樂劇



原創曲MV

1齣上下部音樂劇

9首原創音樂、7首MV

繪畫藝術



應用商品



成果畫展

13款作品應用

3場線上線下成果畫展

香氛藝術



應用商品



成果發表

三大類共25款作品

2場成果發表會

02. 資源用到哪裡？

3

行銷推廣費

“

CLICKFORCE
域動行銷

行銷策略 & 資源配置

執行項目	策略	預計產量	預算	10/15	10/16	10/17
Facebook	配合特定宣傳檔期佈局，兼顧深	1,000	10,000			
聯播網廣告	作為社群溝通的補充，在各檔期中的	1,000	10,000			

- 整體策略，關鍵字作為全走期收網媒體，主要針
- Facebook廣告配合特定宣傳檔期佈局，兼顧深
- 聯播網廣告作為社群溝通的補充，在各檔期中的

建立
數位行銷根基

”



戶外廣告



KOL行銷



網路行銷



電視宣傳



廣播宣傳



未來相關創新提案
應專注集中項目
逐步進行

三年完成三項跨界創新計畫
過於複雜且籌備時間太短

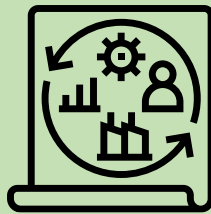
初期的培訓/研發及
製作成本太高
立即回收利潤比預期少

對未來創新事業的初期投資
與回收期程要有正確認知
方能期待未來的長尾效應





找到合適的
跨界合作團隊



完整而紮實的
服務模式



產製優質商品
明確市場區隔

累積20年的 社會企業營運經驗和根基

聽覺-表演藝術



資深流行音樂團隊跨界
合作視障原創音樂劇



想像力-繪畫藝術



亞洲最具影響力的
設計雜誌團隊領軍



嗅覺-芳香藝術



社企第一個進入連鎖
通路的香氛洗沐品牌



多元感官藝術發展

跨界合作。專業貢獻。商品聯名

04. 成功經驗-完整而紮實的服務模式

人才培訓

視障及視多障者
共創商品/服務

收入回饋

發展自有
品牌商品



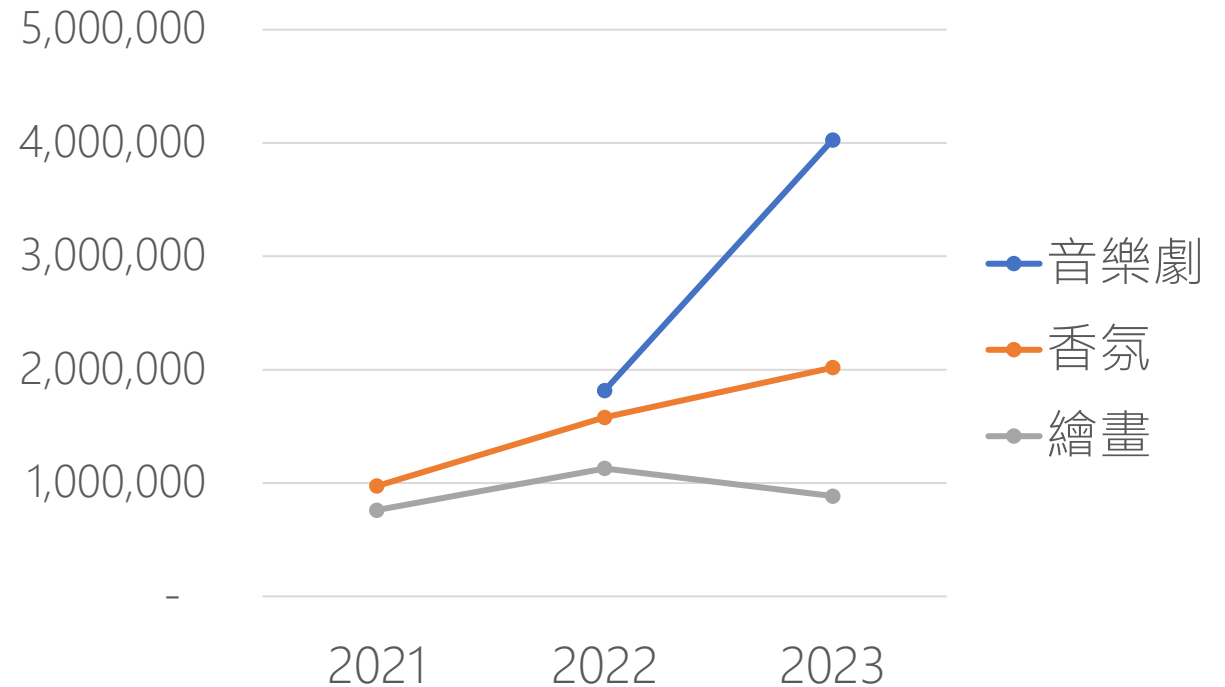
市場定位：企業ESG、禮品市場

音樂劇
平均票價
\$2,000

禮盒
平均售價
\$1,200

單品
平均售價
\$500

自有商品年收入



三年自有商品總收入\$13,189,943

2020 第六屆 傳善獎 頒 | 獎 | 典 | 禮



- ◆ 傳善獎的品質保證，助於提升協會知名度
- ◆ 提高捐助機會：知名度的提升，加上大眾的認可，增加提案機會，帶來異業合作機會並帶動捐款收入
- ◆ 藉由跨專業領域合作，開展多元視角與整合能力，提升組織內部專業能力

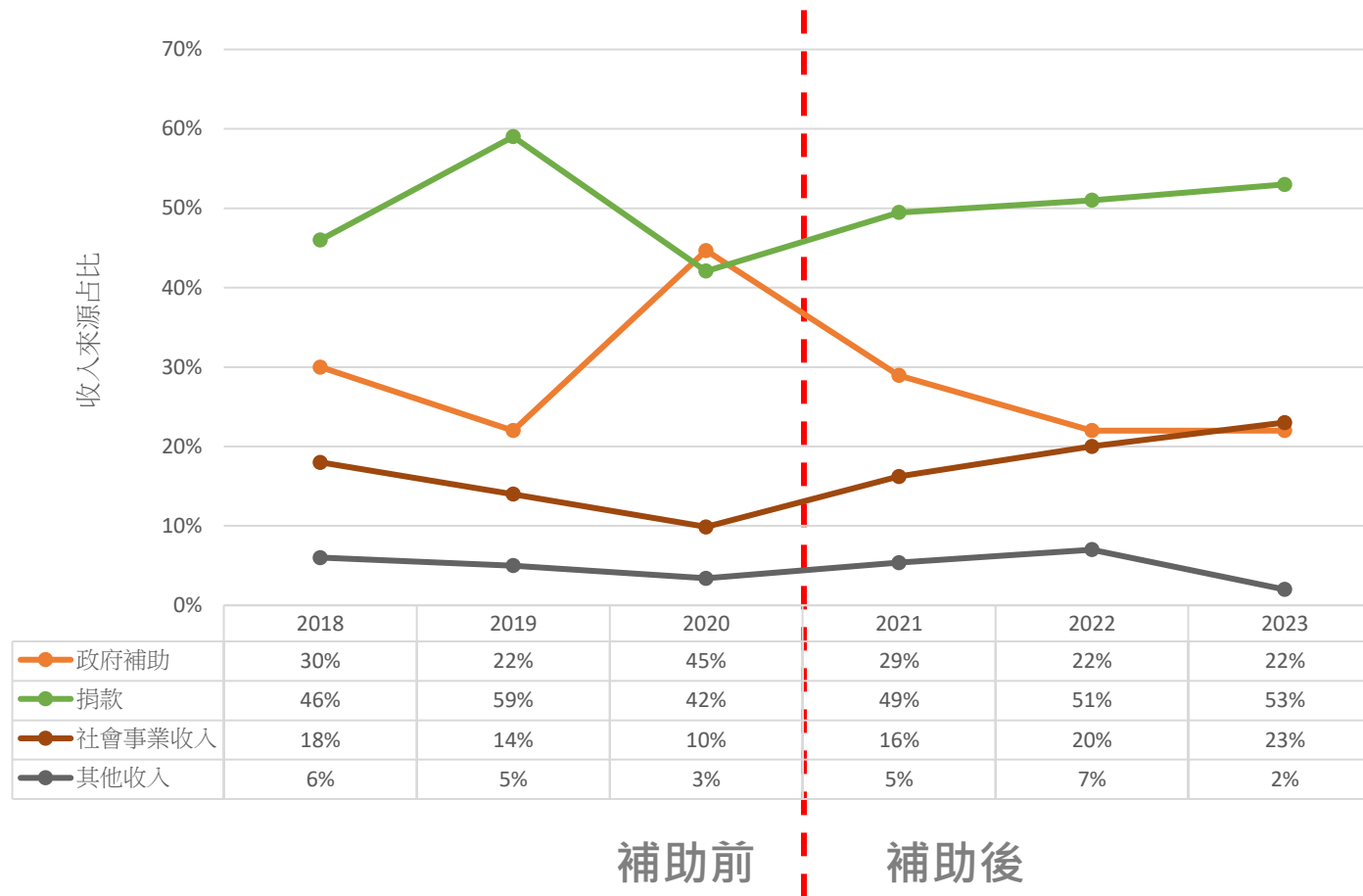


協會收入來源占比趨向平衡

捐款收入：政府補助：社企收入

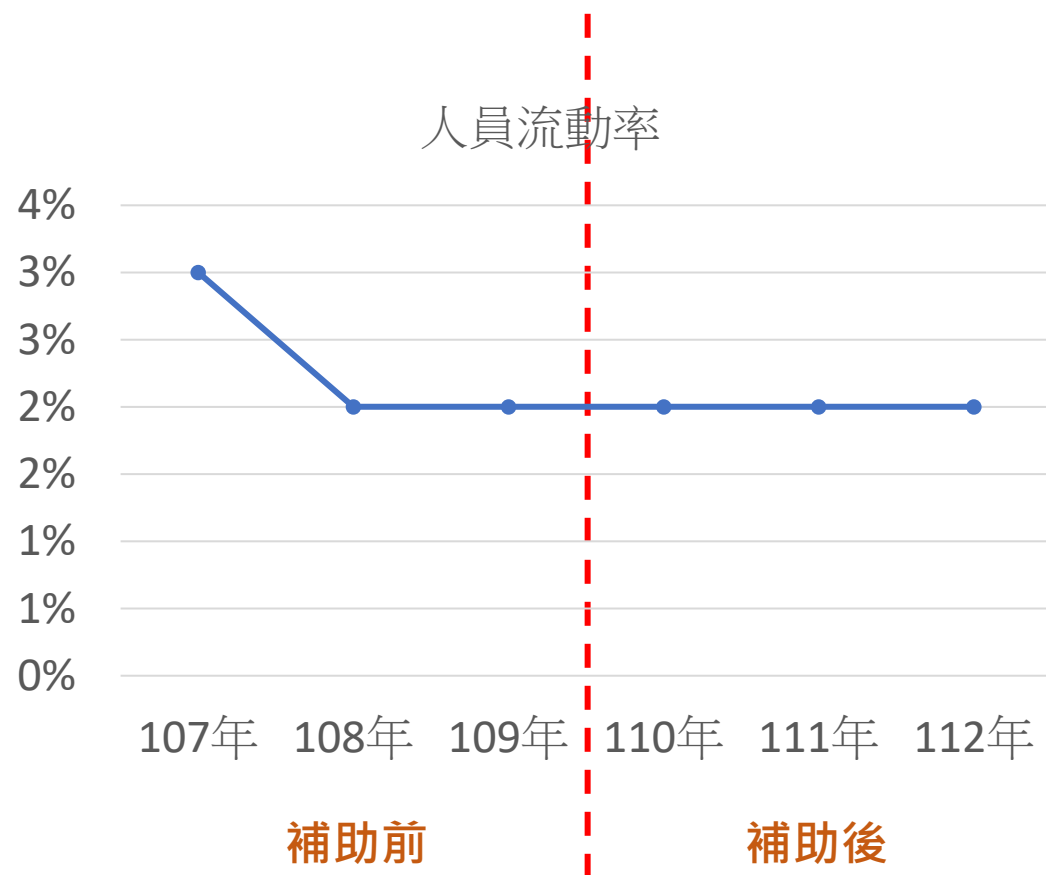
53%：22%：23%

歷年協會收入來源比例圖



※2019-2020年因應本會成立音樂中心及萬華中心之硬體設備需求及承接政府委託案，收入來源有較大變化。

07-1. 組織穩定及計劃持續性



服務永續實行，一旦做了，就不輕易放棄！

□ **回訓規畫**：針對既有學員進行一年2-3次回訓，使不間斷學習及創作。

□ **自有產品規畫**

- 音樂劇：此劇碼持續跨縣市甚至出國巡演出至少三年以上，並推出原聲帶及周邊商品。
- 香氛：持續推出多樣化產品，創造異業及聯名合作可能性。
- 繪畫：應用於自有商品的平面包裝設計，開辦畫展及展售個人畫作。





對視障者 提升就業競爭力

使有能力接受後續的
職場挑戰或進一步規畫
更寬廣的職涯



對社會大眾 促進明盲共融

透過多元優質商品，認
識視障者才能，促進明
盲共融。



對政府及企業民間 ESG最佳助攻手

無論是商品或是人才，
成為政府及企業民間之
合作首選



對視障者

提升就業競爭力

表演藝術

- 音樂創作能力
- 跨界演出能力



表演藝術

- 自辦畫展
- 畫展導覽員
- 創作藝術教學



香氛藝術

- 國際證照
- 企業進用
- 課程助教/活動講師



非典型收入

- 銷售分潤
- 講師費





對社會大眾
促進明盲共融



對政府及企業民間
ESG最佳助攻手



2023亞太永續博覽會



嘖嘖群募



Buying Power社創組織

自來水公司生態白化計畫

因為有愛 ❤️，讓我們不再害怕去探索，也無懼擁抱未知的一切可能。

當謝幕後，暖心悸動的熱度能持續多久？你的感受又是什麼？希望能有更多人認識 EyeMusic 樂團 🎵，同時理解當前視障者所遇到的不易。

視障服務的經費挹注，仍需要您的支持，NO 就是 YES 的開始，我們一起讓盲人有光 ✨、看見希望：

👉 <https://reurl.cc/97pvRd>

14:36



Insu-star Artist 保溫箱的藝術家



建立Line@持續溝通

09.補助前後差異

項目	補助前	補助後
視障就業型態	<ul style="list-style-type: none"> 「視障就業=按摩」的刻板印象 培訓完成，沒後續規劃 	<ul style="list-style-type: none"> 建構一條龍的視障就業服務模式 開展視障者的多元職場競爭力 協助規劃作品進行商品研發、行銷推廣，創造視障者非典型收入
自有商品	<ul style="list-style-type: none"> 沒有自有商品 EyeMusic僅有少數商演機會 	<ul style="list-style-type: none"> 開發三大自有商品系列-音樂、香氛、繪畫設計，各商品可相輔相成 自有商品為協會社會企業服務收入占比達到25%。自有商品收入年年成長，成長幅度高達300%！
協會知名度	<ul style="list-style-type: none"> 協會是地方性團體，且是家長團體，不容易被大眾認知 	<ul style="list-style-type: none"> 社會大眾透過優質商品，始認識優秀的視障者，進而認識PAVI品牌 透過邀請音樂劇觀眾加入LINE@，培養忠實支持者，期許未來成為PAVI潛在贊助者 透過聯名商品及體驗活動，成為政府及企業ESG最佳助攻

10.對其他機構的建議及自己機構的下一步

敢於做夢 · 看見需求，做該做的事

勇於創新 · 不斷嘗試，開創新局

跨界合作 · 找到對的團隊，借力使力





社團法人台北市
視障者家長協會
Taipei Parents' Association
for the Visually Impaired

