

國立臺北教育大學文化創意產業經營學系
114級畢業製作展覽企劃書
趕緊cuốn



趕緊cuốn

一、計畫緣起

近年來我國新住民人數不斷增加，出現了許多東南亞餐廳，寫滿了越南文的招牌與菜單，讓本土的台灣人對這陌生的文化卻步。而造訪餐廳的台人越發減少，來台開設餐廳的移民們便會更將心力放在同鄉，對於其他客人較不歡迎。這樣的惡性循環下，不斷加文化的隔閡，也無形中加劇了族群的對立。

我們團隊將原因歸咎於國人不熟悉其文化，若異文化的餐難以吸引人踏入，我們便以餐車的型式販售越南傳統食物。沒有門、沒有牆，減去這些拒人千里之外的阻隔，透過高機動特性的餐車，把異文化推送出去。

二、計畫目標

本計畫以「趕緊cuốn（滾）」為主題，目標為推廣越南文化、提升本地觀眾對越南飲食與習俗的理解與興趣。具體目標如下：

1. 觀展人次達標：目標達到展期內 1,000 人次 參觀，實際達成破千紀錄，含來自校內外觀眾。
2. 互動推廣：透過社群行銷與影音發布，吸引 300+ 次社群分享或轉發，成功引發話題討論。
3. 餐點販售數據：展覽期間販售 春捲與腸粉共計超過 50 份，並創下班上 100% 回購率，顯示高滿意度與受歡迎程度。
4. 文化導覽互動：超過 200 人次參與現場導覽與提問，顯示參觀者對越南文化表現出高度興趣與參與。

透過上述目標的執行與達成，我們嘗試以展覽為起點，讓文化交流更親切、更日常。

三、實施內容

本次展覽以「趕緊cuốn（滾）」為題，從越南飲食文化切入，探討在台越南新住民與本地社會之間的文化隔閡。展覽內容結合文獻研究、田野調查與料理實作，並設計創意餐車販售越南春捲，使觀眾透過味覺體驗認識越南文化。團隊成員分工合作，從展場規劃、料理研發、平面設計到導覽解說，皆由學生自主執行。展覽期間亦進行觀眾互動觀察與記錄，以評估文化交流的實質效果。本展期望透過飲食作為媒介，打破語言障礙，建立跨文化理解的起點。

四、行銷宣傳

本展以社群媒體作為主要宣傳管道，於Instagram建立主題帳號，發布短影音與展覽預告，搭配輕鬆易懂的圖文吸引年輕族群關注。影片結合越南流行音樂與街景實拍，提升辨識度與情感共鳴，成功吸引目標受眾轉發與討論。展期間更由組員結合抖音熱門越南語歌曲宣傳，增加本展能見度，展覽期間累積千人次參觀與近百份餐點販售紀錄，顯示宣傳策略有效。

趕緊cuốn

五、展場設計與規劃

展場以6×2公尺空間規劃設置餐車與文化展示區。餐車提供創意春捲與腸粉，展示區設有多格櫃呈現越南物件，並搭配牆面輸出說明魚露、米食文化與展覽理念，營造可親近且富教育性的體驗空間。

- 文化展示區：分為專題緣起、飲食文化介紹、目標三個區塊，專題緣起講述我們發現到即使越南人口愈來愈多，人們卻對此文化頗為陌生。飲食文化介紹分享了越南魚露的地位與在越南的重要意義，還有吃河粉前會有的小儀式。目標則是分享我們的名稱由來，並告訴觀者我們想透過飲食文化，來讓台越間的文化交融。
- 牆面與多格櫃：我們選出了不少物件作為越南特色的代表，展示了米線、魚露、米紙等日常食物，也有斗笠、奧黛、菸斗等生活用品，希望透過這些實際物件來讓觀者得以想像越南文化。
- 餐車：有販售春捲與越式檸檬綠茶，還有現場製作巨大春捲的活動，讓人們除了用觀看以外的模式，實際體驗越南文化。



越南傳統竹編器具



巨大春捲展示



越南傳統廚房器具

趕緊cuốn

六、經費運用情形

項目	支出
預展支出	427
食材成本(試做&販賣)	3753
餐具成本	432
展品&自行加工成本	6038
廠商輸出	9110

項目	收入
畢展收入	6170
學習社群補助	4989

預展花費小額輸出費，食材成本多為春捲與魚露的原料價格，展品則透由租借、購買，其中以餐車購入最為大宗，最終統計花費展覽總支出為19760元，收入與學習社群補助則總和11159元。

趕緊cuốn

七、成果效益與檢討

《趕緊cuốn（滾）》以餐車為展覽形式，成功吸引眾多觀展者參與。展期內參觀人數突破 1,000 人次，並透過現場導覽與影片介紹，實質提升大眾對越南文化的認識與好奇心。餐車販售的春捲與腸粉更因口味道地與價格親民，累積超過 50 份銷售量，創下班級內 100% 回購率的亮眼成績，觀眾回饋普遍認為「好吃又有趣」，有效降低原本對異國文化的距離感。

然而過程中也遇到一些挑戰，如展前餐車與展場運送的時程衝突、人力配置不足等，幸好透過即時協調與團隊分工，皆能順利解決。檢討方面，我們發現若能提前設計更多互動環節，或主動設計適合不同年齡層的說明與導覽語，將有機會讓更多非校內觀眾深入參與。整體而言，計畫不僅讓觀眾收穫豐富，也使團隊在實務執行、文化轉譯、設計表達等方面獲得寶貴經驗。

八、團隊分工

- 喜得（台灣籍） | 展場建模與平面設計

負責整體展場空間建模與動線安排，並設計四面展板內容，包含文化介紹、圖文排版與插畫製作。設計主視覺採用越南紅黃配色與木鱉果、蛋茄等圖像，強化文化意象的視覺辨識度。

- 柏瑄（台灣籍） | 販售與營運規劃

負責餐點售價、食材數量與補貨頻率規劃，統籌現場販售流程，制定每日出餐份數與備貨時程，並於現場協助收銀與招呼來客，確保運營順暢。

- 元泰（台灣籍） | 餐車設計與物流安排

設計餐車的結構與展場配置，並負責聯繫車輛將多格櫃、冰櫃與展品安全運送至展場，處理場佈當日的動線規劃與設備安裝。

- 致廷（台灣籍） | 服務台與觀眾接待

負責展覽期間服務台值勤與參觀者接待，協助發放問卷、解答問題，並與展務組協調展覽時間、人員安排與現場物資補給。

- 文維（越南籍） | 食材準備與現場料理

規劃春捲食材組合、負責備料與現場製作，根據預估人流準備每日份量，並與觀眾互動說明食材與食用方式，擔任文化與飲食的橋樑。

- 清和（越南籍） | 醬料調製與導覽解說

自行調製春捲搭配醬料，負責向觀眾導覽展區，解說魚露、腸粉等越南飲食文化的背景與特色，並曾與一位尋找越語翻譯的企業代表互動，延伸了文化展覽的影響力與未來發展可能。

趕緊cuốn

九、成員心得

- 喜得：參與「趕緊cuốn」讓我從文化研究者轉為視覺實踐者。以越南國旗色與食材為靈感設計展場，並將資料轉化為圖表與插畫。此次經驗讓我理解設計不僅是美化，更是資訊與文化的詮釋，深化了我的設計思維與文化敏感度。
- 柏瑄：透過文獻閱讀與田野踏查，我們逐步認識越南飲食文化，並將其轉化為展覽內容。從越南街觀察到展場設計，我體會到飲食是情感與記憶的連結，也在跨文化合作中提升了觀察與表達能力。
- 元泰：我第一次深刻體會到展覽「背後」的複雜與重要。我主要工作負責餐車與展品的運送與現場配置，看似只是搬運與組裝，但實際上牽涉到大量的前期聯絡、尺寸測量、現場試裝與動線規劃，透過展覽的洗禮後，也覺得更加成長了許多。
- 致廷：在這次「趕緊cuốn」專題中，我負責的是服務台接待與現場的展務協調工作。雖然不直接參與展品製作，但我的工作卻是整體觀展體驗是否順暢的關鍵一環。面對觀眾提問，我更有信心引導文化理解。這次專題讓我學會用行動促進觀展體驗，也讓我更珍惜展覽中看不見但不可或缺的幕後角色。
- 文維：作為來自越南的我，能參與「趕緊cuốn」的過程，對我來說不只是一場展覽，而是一場文化分享的機會。我負責的是春捲的食材準備與現場製作，從備料到出餐，所有流程都必須掌控精準時間與分量。雖語言有限，但食物成為最有力的文化橋樑。這次專題讓我更有自信介紹自己的文化，也感受到被理解與尊重的重要。
- 清和：在「趕緊cuốn」的專題中，從負責調製春捲的靈魂——魚露醬汁，並在展覽期間擔任導覽人員。讓我思考如何將熟悉的文化用簡單語言傳遞。導覽中我學會站上前線表達自我，甚至獲得與公司老闆的交流機會，這次專題讓我更堅定成為文化橋樑的目標。