



嚴長壽會客室 Stanley Yen and Friends

一、計畫緣起

嚴長壽董事長認為花東是台灣邁向永續最有潛力的示範點，成立公益平台以來，從發掘部落文化特色，到透過均一國際教育實驗學校培育花東未來人才，希望向國際展現花東的生活文明。過去嚴董事長每隔幾年會前往美國，與海外支持者分享公益平台在台灣的耕耘，疫情爆發後，2021年1月首次透過webinar舉辦線上演講《我所嚮往的生活文明》，獲得海內外廣大迴響。為了持續讓各地的支持者認識花東與公益平台，基金會因而著手籌備全新線上節目「嚴長壽會客室」，並透過嚴董事長與花東在地藝術家、文化工作者於花東永續所做的努力，讓海外華人有機會重新認識花東與永續生活新價值。

二、主辦單位

- (一)主辦單位：The Alliance Cultural Foundation International (ACFI)
- (二)執行單位：New York Life Insurance Rowland Heights & Irvine 分部團隊、公益平台文化基金會
- (三)特別感謝 ACFI 董事 Benson Liao 與其團隊一起協助報名作業、直播現場主持與技術支援

三、計畫目標

- (一)讓觀眾看到生活文明如何在花東被實踐，以及花東如何帶來啟發
- (二)維持與 ACFI 及其志工與支持者定期的連結

四、計畫對象

以對嚴董事長、公益平台、或花東永續議題有興趣者為對象，以全球華人為主（因是中文節目）

五、計畫時間

2021年10月-2024年1月，4月、10月各播出一集，共六集。

六、計畫內容

- (一)透過 webinar 播出的對談性節目：由嚴董事長擔任主持人，邀請在花東深耕的好朋友，從文化、藝術、生活等面向聊聊他們為花東永續所做的努力，以及嚮往的生活文明。
- (二)每集1小時：主持人與來賓對談40分鐘後，開放觀眾Q&A，約20分鐘

七、執行概況

(一) 第一集：胡德夫 x 嚴長壽

1. 播出日期：美西 10/22/2021 (五) 5:00PM

台灣 10/23/2021 (六) 8:00AM

2. 內容摘要

嚴董事長認識近半世紀的老朋友胡德夫 (Kimbo)，來自台東大武山，具有卑南族和排灣族血統。胡老師是歌手、創作者、社會運動家，更是生活家，無論在哪一個位子上，他總帶著一顆單純、對世界充滿愛和熱情的心，訴說他和族人的故事。嚴董事長這樣描述 Kimbo，「他的個性狂傲不羈，過於天真，有時候讓人愛又氣，但他是值得保存的人間國寶。」

兩人在節目裡或唱或談，歌聲伴隨著故事聊起過往，從《Those Were The Days》、《美麗的稻穗》、《I Left My Heart In San Francisco》憶起當年，再唱到《太平洋的風》。說起故鄉台東，他們說這是個生活的地方，不是商業包裝後的文化，而是從祖先流傳下來的文化底蘊，聊到永續，Kimbo 說：「祖先告訴我們：『做一扇窗或是一道門，用一塊小木頭就好，不需要動到一整棵大樹』，因為這個世界不夠你貪心，但絕對足夠你所需。」觀眾從訪談中，也了解了花東原住民朋友離開家鄉到都市生活的辛苦，在紛紛選擇返鄉後，更能不間斷地創作與歌唱，自在簡單的生活。

歡迎回顧精彩內容：



(二) 第二集：江賢二 x 嚴長壽

1. 播出日期：美西 4/15/2022 (五) 7:00PM

台灣 4/16/2022 (六) 10:00AM

2. 內容摘要

嚴董事長猶如至親的藝術家江賢二，15 歲時，就決定一輩子走藝術的路。40 歲時，頭一次覺得自己這輩子有資格當畫家。師範大學藝術系畢業後，飛往巴黎、紐約尋夢，旅居 30 年；2008 年移居台東，台東燦爛的光線和壯闊的大自然改變了他的創作風格，從幽暗抑鬱轉為明亮奔放。嚴董事長說：「低調的江賢二，一生不改其志，在創作裡追尋光和精神性。」

節目中嚴董事長笑稱他與江老師的年紀，一個七老、一個八十，但一起做大夢。他們正在金樽打造江老師一生最大的創作—江賢二藝術園區；2024 年建造完成後，相信將搭建起台灣東海岸藝術走向國際的平台。

歡迎回顧精彩內容：



八、宣傳計畫與成效回響

	第一集 胡德夫 x 嚴長壽	第二集 江賢二 x 嚴長壽	註
報名人數	517 人	1,374 人 (比第一集增加 1.6 倍)	各於開播前 20、22 天開放報名
Zoom 上線高峰	280 人	520 人 (增加 42%)	YouTube 另各有 119 人、134 人上線
映後 YouTube (views)	精華版 47 分鐘： 1,900 直播完整版*：1,500	精華版 42 分鐘： 3,100 直播完整版*：2,100	*Q&A 熱烈，直播全長各約 1 小時 50 分鐘，2 小時 15 分鐘(含開播前 30 分鐘影片：關於公益平台、該集來賓)
消息來源 (映後問卷/單選)	三大來源佔 60% + · email 23% · 朋友介紹 21% · 美國/公益平台 18%	三大來源佔 85% + · email/電子報 36% · 朋友介紹 31% · FB 粉專 19%	兩集的問卷選項不盡相同。共通的是 email 和朋友介紹為最重要的消息來源

YouTube 定義的 Views(觀看次數)：主動點擊且觀看至少 30 秒

(一) 第二集宣傳有別於第一集之處

1. 將台灣觀眾納入宣傳重點

由於節目源起於欲與海外(華人)支持者保持連結，加上 Zoom 同時上線人數至多 1 千位，因而第一集的宣傳主力優先針對北加、南加 ACFI 的網絡，尤其參加過總裁現場演講的聽眾。有了第一集參加人數的參考值，第二集廣邀台灣觀眾報名。

2. 活動訊息直達江賢二老師的支持者社群

公益平台做為江老師藝術推廣的團隊，得以直接將活動訊息傳送給江老師的關係人，如，藏家、江賢二藝術園區 FB/IG、江老師展覽的合作夥伴(如，2020 北美館回顧展、亞大展覽...)、跨界合作夥伴...

3. 台灣地區的社群推播預算，規劃在映後的 YouTube

為兼顧美國與台灣的時差，第二集比第一集延後 2 小時，台灣時間週六早上 10 點開播；儘管如此，這並非收看的黃金時段，即使事先知道訊息的粉絲，可能也無法即時收看。為讓更多人能於週末任何時段注意到此節目，將有限的廣告費投放於映後 YouTube(而非活動前預告)。

4. 節目知名度及報名人數累積的效應

第二集的 email 宣傳包括傳送給第一集的報名者。隨著播出集數增加，可望培養忠實觀眾，擴大口耳相傳影響力。

九、照片

嚴長壽會客室



1. 嚴長壽與胡德夫從多首歌曲彈唱間共同回憶近半世紀好友情誼。
2. 特別感謝周美君老師(右二)提供鋼琴與演奏空間，協助第一集順利演出。
3. 嚴長壽董事長與胡德夫老師接受美國觀眾提問。
4. 江賢二藝術家參加第二集的訪談。
5. 訪談前 ACFI 主持人與受訪者鏡頭的最後確認。
6. 公益平台基金會四位夥伴錄製訪談的工作現場。

1	2
3	4
5	6