

將海洋廢棄物與回收零件化為充滿想像力的鋼鐵巨蝦，展現藝術與社區共創的力量。（攝影／柑凱譯）



↑ 廖志強JJ老師以華麗繽紛羽飾造型亮相，展現街頭藝術的熱情魅力。



→ 來自法國、加拿大與波多黎各的藝術家，以跨國藝術交流與在地共創展現活力。

基隆國際海洋老鷹嘉年華品牌摘金

社區共創走向國際

2026年基隆國際海洋老鷹嘉年華以「多元共融」為主題踩街遊行，10月3日集結國內外50組團隊，參與人潮創下歷年新高；10月15日再傳捷報，榮獲2026年美國MUSE創意獎（MUSE Creative Awards）企業識別類「品牌識別」最高等級鉑金獎。從社區共同打造的節慶，到逐步建立國際辨識度的城市品牌，基隆正透過藝術與社區共創，讓港都故事被更多人看見。

今年現場最受矚目的，是一輛播放重金屬音樂的鋼鐵花車，吸引大批民眾拍照圍觀。為了響應環保，創作團隊蒐集零件與廢鐵，再搭配海邊撿拾的海洋廢棄物，組裝成造型誇張的巨蝦，有如哥吉拉般的怪獸形象，也讓人聯想到《風之谷》中的王蟲。

超寫實鋼鐵巨蝦 寓意珍惜海洋資源

花車後方以繩索牽引著裝滿海洋廢棄物的手拖車，以及一輛破舊的小三輪車，一名藝術家坐在三輪車上，隨著前方鋼鐵花車的動力沿街拖曳前行。這是藝術家們在基隆體驗迴轉壽司後發想的概念，後方一路跟隨的整組裝置，如同轉盤上的食物，看似垃圾，其實都是「壽司」。這樣的設計，讓諷刺環境污染的作品，多了幾分幽默。

負責籌組藝術團隊的廖志強JJ老師說，鋼鐵巨蝦的創作理念融合超寫實概念。牠在海中不斷吞下人類丟棄的垃圾，身形越來越龐大；最後牠把蒐集到的海中垃圾做成一盤盤的「垃圾壽司」，送回陸地請人類品嘗。JJ說：「這輛花車，希望人類珍惜海洋資源。」

超熱鬧海港人物 街頭藝術充滿想像

遊行當天，鋼鐵巨蝦伴隨重金屬音樂登場，緊接著，牛角箱魨、招財貓、海象、大齒鋸鰩與錢鰻化身5種海港人物，隨著遊行隊伍穿梭基隆市區，將港口的日常、產業記憶與不同國家的文化，轉化成充滿想像力的街頭藝術。

明星花車初登場


海港的糶手
日本招財貓


海港的廚師
印尼海象


海港守護者
台灣大齒鋸鰩


海港掌舵手
越南錢鰻


海港藝術家
法國牛角箱魨



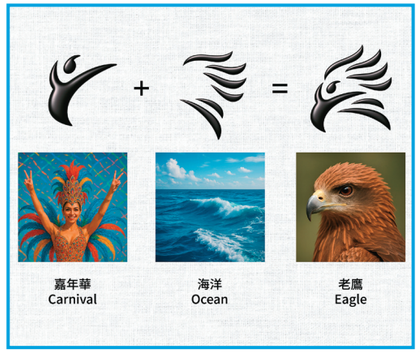
↑ 市長謝國樑（右）與大壯觀願景發展協會理事長蔡秋霖（左），帶領隊伍熱情參與踩街遊行。（攝影／柑凱譯）

除了藝術共創與文化敘事，2026年基隆國際海洋老鷹嘉年華也展現城市節慶持續擴大的影響力。10月3日活動當天，市長謝國樑與大壯觀願景發展協會理事長蔡秋霖領軍，帶領國內外共50組團隊，從國門廣場出發，繞行市區。大型空飄氣球與繽紛隊伍穿梭街頭，吸引民眾欣賞，參與人潮創下16年來新高。

品牌識別獲獎
地方節慶躍國際

今年延續登場的「鷹站長」與「鷹JOY」，新增鷹媽媽「鷹ONE」，新角色以台語「永遠」的諧音命名。活動同步在國門廣場舉辦「CHILL海海市集」，集結超過20個在地美食、文創品牌、永續商品與互動體驗攤位，並透過滿額抽獎、自備環保餐具優惠及周邊店家限定活動，鼓勵民眾參與減塑行動、帶動在地消費。晚間的「鷹浪派對」由基隆在地浪犬樂團與小男孩樂團等接力演出，讓嘉年華從白天的踩街遊行延續到夜晚。

今年另一項重要成果，是活動品牌識別獲得國際肯定。由基隆市文化觀光局推動、藍本設計操刀的品牌識別，榮獲2026年美國MUSE創意獎企業識別類「品牌識別」鉑金獎，為這項延續16年的地方節慶再添國際能見度。



↑ 基隆國際海洋老鷹嘉年華全新活動品牌識別，融合了老鷹、海洋、人群與嘉年華四大核心元素。



→ 設計榮獲美國MUSE創意獎，企業識別品牌識別類鉑金獎，最高級別的肯定。



活動主視覺邀請卡，展現基隆以海洋文化迎向世界的城市魅力。



（攝影／柑凱譯）

↑ 今年邁入第16年，踩街遊行超過3萬7,810人次共襄盛舉。

↓ 活動獲交通部觀光署肯定，列入國家級活動，持續累積影響力。



（攝影／柑凱譯）

展翅老鷹遊行
嘉年華熱情氛圍

品牌標誌融合老鷹、海洋、人群與嘉年華4大元素，以展翅的老鷹呼應基隆面向世界的港灣精神，結合海浪與歡慶的人形，傳達全民參與、共享歡樂的節慶特色。主視覺則延伸港灣、音樂、舞蹈與踩街遊行等意象，透過繽紛色彩與富有律動感的構圖，呈現嘉年華的熱情氛圍。

此外，嘉年華也獲選交通部觀光署2026至2027年台灣觀光雙年曆全國級活動，顯示這項地方節慶已獲得更廣泛的觀光關注。從社區扎根、國際藝術交流到品牌識別獲獎，活動的發展從只以單日遊行的熱鬧程度衡量，逐漸累積成為一項具有文化內涵與城市辨識度的觀光資產。