

國家表演藝術中心、文化內容策進院、國家電影及視聽 文化中心 112 年度預算案審查報告（修正本）

中華民國 112 年 1 月 19 日
華總一經字第 11200004621 號

一、國家表演藝術中心

(一)業務計畫：應依據業務收支、固定資產建設改良擴充及資金運用等項之審查結果，隨同調整。

(二)業務收支：

1. 業務總收入：34 億 6,655 萬 4 千元，照列。
2. 業務總支出：35 億 3,360 萬 1 千元，照列。
3. 本期短絀：6,704 萬 7 千元，照列。

(三)固定資產建設改良擴充：1 億 9,906 萬 7 千元，照列。

(四)資金運用：應依據業務收支及固定資產建設改良擴充等項之審查結果，隨同調整。

(五)通過決議 10 項：

1. OPENTIX 兩廳院文化生活售票平台於 110 年 4 月 1 日正式上線後，以行動優先、使用體驗為目標，打造眾人的、永續經營的文化生活平台，除表演藝術票券銷售，還進一步延伸至展覽、影展、博物館、流行音樂及文創等更多元的產品內容，持續累積及創造國內重要的文化數據與分析，期許成為亞洲具指標性的售票平台。根據「OPENTIX 兩廳院文化生活 2021 年度數據報告」內文，110 年累計約 21 萬人次的會員、其中有消費之會員占比七成；和超過 800 家藝文團隊合作進行票券代售、藝文單位會員服務合作 12 家。文化部於立法院教育及文化委員會針對「推動文化禮金規劃辦理情形」進行專題報告內指出，預計會在 112 年 3 月對青年發放「文化成年禮」1,200 元，希望鼓勵青年接觸更多元的藝文活動，並由兩廳院 OPENTIX 平台負責執行。然而 OPENTIX 平台上的藝文活動多集中六都，不僅須注意城鄉差距；且經查目前 OPENTIX 平台上多為公營藝文單位（行政法人國家表演藝術中心國家兩廳院、臺

中國家歌劇院、衛武營國家藝術文化中心、行政法人國家電影及視聽文化中心、臺中市政府文化局、臺北表演藝術中心等），許多民間藝文團體、商業藝文活動票券系統並未在 OPENTIX 平台上架。爰請行政法人國家表演藝術中心國家兩廳院儘速研擬提升民間藝文活動上架 OPENTIX 平台比例、以及文化禮金應擴大至其他民間藝文售票系統相關作為，俾利國內各項藝文活動之推展。

2.111 年 7 月底 OPENTIX 系統註冊會員人數及活躍會員人數仍低於舊系統，年度活躍會員比率已由 65% 下降至 34%，行政法人國家表演藝術中心新售票系統 OPENTIX 於 110 年 4 月正式營運，取代舊「兩廳院售票系統」，迄 111 年 7 月底註冊會員人數 41 萬餘人，年度活躍會員比率 34%，應積極提升 OPENTIX 註冊會員人數之策，俾利其帶動藝文消費及建構。避免預算遭濫用虛擲，使其發揮應有之功能性。應規劃更具務實性。爰要求行政法人國家表演藝術中心國家兩廳院於 2 週內向立法院教育及文化委員會提出改善方案書面報告。

系統別	兩廳院售票系統	OPENTIX		
期間	93 年至 110 年 3 月底	109 年底（ 11 月起試營 運）	110 年底	111 年 7 月底
註冊會員帳號 累計總數 A	1,503,463	44,021	249,456	415,755
年度活躍會員 數 B	197,500	28,566	160,880	142,846
活躍會員比率 B/A×100%	13	65	64	34

3. 行政法人國家表演藝術中心國家兩廳院，部分線上節目售票率低於四成，應建立觀演回饋機制，研謀精進節目品質及提升售票率之策略。112 年行政法人國家表演藝術中心「業務收入」項下「勞務收入」中「演藝收入」預算編列 2 億 8,650 萬 4 千元，主要係該中心本部及下轄 3 館 1 團之票房及邀演收入。為維持表演藝術產業動能，提供觀眾欣賞表演藝術，推出線上節目，惟部分線上節目售票率僅介於 3% 至 40% 間，遠不

如預期，對一般民眾吸引力較低。現在疫情趨緩，國家表演藝術中心國家兩廳院應對表演節目品質及提升售票率。爰要求行政法人國家表演藝術中心國家兩廳院於 2 週內向立法院教育及文化委員會提出書面說明改善方案報告。

國家表演藝術中心近年演藝收入彙總表

單位：新臺幣千元

年度	107	108	109	110	111	112
演藝收入	226,334	265,415	134,390	117,333	293,090	286,504

4. 行政法人國家表演藝術中心國家兩廳院於 2019 年起推動臨時托育服務，由專業陪伴者陪同兒童，讓家長可以輕鬆看演出。此項托育服務推出後，廣受家長好評，然單一場次托育服務，需有 3 名以上兒童報名才開辦，有民眾反應，曾於 1 年間申請數次，卻都因人數不足而未能成功使用托育服務。且除兩廳院主辦節目與兩廳院場地夥伴節目外，純外租場地之節目也無法向兩廳院申請提供托育服務。兩廳院臨時托育服務推出後，廣受民眾好評。惟因並非所有於兩廳院內演出之團體皆能申請，且有 3 人以上才開辦之限制，導致民眾有意願申請卻無法托育。爰請行政法人國家表演藝術中心國家兩廳院，評估擴大開放托育服務之申請對象團體資格，以及報名托育服務未滿 3 人時，加收費用使服務仍然能夠開辦之選項，讓所有兩廳院的演出，皆能實現育兒友善，並於 112 年 1 月 31 日前向立法院教育及文化委員會提出評估結果之書面報告。
5. 文化部預定於 OPENTIX 發放文化禮金，針對 112 年滿 18 歲的青年發放 1,200 元，作為「文化成年禮」，且預計使用範圍和方式與藝 FUN 券相似，包括兩廳院、書店及電影院等，使用店家至少 1 萬 8 千多家。然現行 OPENTIX 程式功能多為查看店家訊息、電子地圖，並串聯文化部及藝文館所，提供各項活動及優惠訊息，可消費店家僅 1,400 多家，且大多為購買藝文活動票券，對於 112 年欲上路文化禮金政策得消費之場所大多未臻明確，多數店家仍在洽談中，與原藝 FUN 券可使用之店家數仍有落差，如何與多元藝文場所合作，並促使青年消費進而及早接觸藝文

活動，仍有待詳盡規劃。綜上，行政法人國家表演藝術中心應持續積極開發新店家加入 OPENTIX 平台，並於 1 個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。

6. 因疫情期間常有劇團因確診宣布停演，如今疫情威脅解除國境重新開放，國家兩廳院在 35 週年開賣舞台劇，在疫情後創下國家兩廳院 35 年來最快銷售速度，開賣瞬間 1 萬 3 千人同時上線搶票，不到 24 小時近萬張票券完售，票房亮眼的戲劇表演多帶給觀眾嶄新體驗的節目，足見觀眾回流，行政法人國家表演藝術中心應加強自籌收入來源及額度，持續加強提高預算收入使其發揮應有之功能性。
7. 112 年度行政法人國家表演藝術中心「業務成本與費用」項下「業務費用」預算編列 6 億 8,229 萬 9 千元。國家表演藝術中心售票系統 OPENTIX 於 110 年 4 月取代其前身「兩廳院售票系統」並正式營運，係由兩廳院自營，提供票券及商品代售、廣告、會員代管及專案分析服務，並預計 112 年度增加發放文化禮金之功能。舊兩廳院售票系統自 93 年啟用迄 110 年 3 月底終止營運，註冊會員帳號累計總數達 150 萬 3 千人，年度售票系統活躍會員（曾有訂單消費紀錄者）計 19 萬 7,500 人；然 OPENTIX 自 109 年 11 月起試營運，截至 111 年 7 月底，註冊會員人數為 41 萬 5,755 人，年度活躍會員人數為 14 萬 2,846 人，皆低於舊系統之人數，且自 110 年起活躍會員數呈下滑趨勢。文化部於 112 年度規劃由 OPENTIX 系統對滿 18 歲青年發放文化禮金，若系統知名度及使用人數過低，恐難以作為文化禮金之發放平台。綜上，爰請行政法人國家表演藝術中心探究上述會員人數低落原因及研謀改善，並於 1 個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。
8. 112 年度行政法人國家表演藝術中心「業務成本與費用」項下「業務費用」預算編列 6 億 8,229 萬 9 千元。近年疫情重創全球表演藝術產業，國家表演藝術中心實體表演票房及邀演收入受到重大影響，爰此各場館發展出線上觀演機制，以供民眾於疫情期間仍可觀賞藝文活動。然付費線上節目銷售不如預期，如：衛武營國家藝術文化中心 110 年 9 至 12 月推出 4 檔付費線上節目，預計售票數合計 5,800 張，實際售票數 613 張

，平均售票率 11%，又如：國家交響樂團於 110 年 8 月下旬至 9 月間推出 5 檔付費線上節目，預計售票數合計 1,700 張，實際售票數 1,200 張，平均售票率 71%。雖疫情已日漸趨緩，但民眾生活及消費習慣已逐漸改變，也趨於選擇多元方式進行娛樂消費，國表藝中心仍應針對線上付費節目研議行銷策略。綜上，爰請行政法人國家表演藝術中心研謀提升線上節目售票率，並於 1 個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。

9.112 年度行政法人國家表演藝術中心「國表藝兩廳院平台營運發整計畫」業務推廣及點數發行費用預算編列 1 億 6,512 萬元。文化部預計從 112 年度起，針對青年發放「文化成年禮」1,200 元，希望鼓勵其接觸更多元的藝文活動，且目前預計以兩廳院 OPENTIX 為主要消費與合作平台。而在 OPENTIX 平台上加入藝文活動募資項目，則更能達成培養青年藝文消費習慣、鼓勵藝文產業、鼓勵企業出資聯名發行等發行文化禮金 3 大目標。爰請行政法人國家表演藝術中心於 1 個月內向立法院教育及文化委員會提出 OPENTIX 平台納入藝文募資項目之書面報告。

10.112 年度行政法人國家表演藝術中心「業務成本與費用」項下「衛武營國家藝術文化中心」中「業務費用」之「行銷費用」之「服務費用」之「公共關係費」預算編列 45 萬元，公共關係費並無規劃計畫成果與效益，難以審認與推展業務具關聯性。且國家兩廳院僅編列公共關係費 42 萬元，避免公共關係費遭濫用，使其發揮應有之功能性。爰請行政法人國家表演藝術中心於 1 個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。

二、文化內容策進院

(一)業務計畫：應依據業務收支、固定資產建設改良擴充及資金運用等項之審查結果，隨同調整。

(二)業務收支：

- 1.業務總收入：10 億 7,941 萬 4 千元，照列。
- 2.業務總支出：10 億 7,941 萬 4 千元，照列。
- 3.本期賸餘：無列數。

(三)固定資產建設改良擴充：190 萬元，照列。

(四)資金運用：應依據業務收支及固定資產建設改良擴充等項之審查結果，隨同調整。

(五)通過決議 13 項：

1. 行政法人文化內容策進院之設立宗旨，是為整合政府與民間的資源與力量，形塑國家文化品牌，引領業者進軍國際市場，並能深遠布局，所支持的產業含括影視、出版、時尚、設計、漫畫、遊戲、動畫、藝術等產業，媒合資金、產製、技術、通路，以平台整合打造台流、創造產值；文策院於 108 年成立，依據「文化內容策進院設置條例」有關經費來源，包括政府核撥及捐助、國內外捐贈、委託研究提供服務收入、營運產品收入及其他收入等 5 項，但以 112 年度文策院預估自籌收入 157 萬 5 千元，僅占總收入 10 億 7,941 萬 4 千元的 0.15%。爰請行政法人文化內容策進院盤點各項計畫內容，對於各項開源之可行性提出分析，並於 2 個月內向立法院教育及文化委員會提出提升自主財源目標與期程之書面報告。
2. 有鑑於行政法人文化內容策進院受文化部委託營運臺灣漫畫基地，所設置專業繪圖工作站 110 及 111 年迄 7 月底平均使用率分別僅三成及一成九，考量近年疫情肆虐，影響創作者使用意願，惟發揮設施運用效益仍屬必要。爰要求行政法人文化內容策進院應持續強化防疫措施，並適時滾動檢討宣導及優化服務措施之有效性，以提升漫畫基地工作站使用率，相關檢討與具體作為於 1 個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。
3. 有鑑於 112 年度行政法人文化內容策進院新增文化部專案補助辦理「影音場域之 5G 創新應用領航計畫」，其中包括籌辦國際級未來內容產業商展，以進行商務媒合交易及趨勢交流，並建構國際品牌形象。考量國際展會型態轉變為實體與線上並行，疫情未來仍充滿不確定性，爰要求行政法人文化內容策進院應及早研謀因應方案，並增訂帶動產業交易金額之績效指標，俾激勵有效達成藉由國際級商展導入未來內容產業發展動能之目標，相關檢討與作為於 1 個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。
4. 有鑑於行政院國家發展基金匡列 100 億元投資於國內文化創意產業，以

期促進文化創意產業蓬勃發展，行政法人文化內容策進院受託執行該項投資，然迄 111 年 7 月底，有三成被投資事業營運績效不佳或困難，且文策院官網公開執行成果時間落後。爰要求行政法人文化內容策進院應持續積極掌握被投資事業之經營狀況，並精進諮詢輔導及投資評估審議工作，同時應依規定每半年即時公開相關資訊，俾利外界瞭解及監督。

5. 行政法人文化內容策進院營運之漫畫基地設置專業繪圖工作站供會員使用，110 年 10 個工作站可供使用時數合計 2 萬 3,760 小時，實際使用 7,150 小時，平均使用率 30.09%，111 年 1 至 7 月之平均使用率下降至 19.17%，各工作站使用率介於 11.68%至 35.87%間。設置專業繪圖工作站供會員使用，惟 110 年度平均使用率僅三成，111 年迄 7 月底使用率跌至二成以下，避免遭濫用虛擲，使其發揮應有之功能性。應規劃更具務實性。爰要求行政法人文化內容策進院於 1 個月內向立法院教育及文化委員會提出改善方案書面報告。

表 1 110 年度至 111 年 7 月底文策院漫畫基地繪圖工作站使用時數及使用率彙總表

單位：小時；%

工作站編號	110 年度			111 年 1-7 月		
	可供使用時數	實際使用時數	使用率	可供使用時數	實際使用時數	使用率
合計	23,760	7,150	30.09	18,150	3,480	19.17
1	2,376	1,510	63.55	1,815	651	35.87
2	2,376	176	7.41	1,815	229	12.62
3	2,376	855	35.98	1,815	327	18.02
4	2,376	583	24.54	1,815	278	15.32
5	2,376	1,106	46.55	1,815	393	21.65
6	2,376	660	27.78	1,815	212	11.68
7	2,376	798	33.59	1,815	262	14.44
8	2,376	626	26.35	1,815	344	18.95
9	2,376	404	17.00	1,815	328	18.07
10	2,376	432	18.18	1,815	456	25.12

- 6.112 年度行政法人文化內容策進院「業務成本與費用」項下「行銷及業務費用」預算編列 8 億 0,200 萬 5 千元，並以推動文化投融资、多元內

容開發助攻、國際市場拓展與臺流行銷、推動台灣文化科技力及強化基礎建設為工作重點。文策院運用國家發展基金投資文創產業，迄 111 年 7 月底三成被投資事業營運績效不佳或困難，其諮詢輔導及投資評估審議工作有待檢討；此外，該院官網公開執行成果時間落後且未定期，有違文化部所頒布的作業辦法。文策院應當就投資標的持續掌握經營狀況，籌謀精進諮詢輔導及投資評估工作。綜上所述，爰要求行政法人文化內容策進院於 1 個月內就前述內容向立法院教育及文化委員會提出精進及檢討書面報告。

- 7.112 年度行政法人文化內容策進院「業務成本與費用」項下「行銷及業務費用」預算編列 8 億 0,200 萬 5 千元。文策院業務包括推動文化融資及推動台灣文化科技力等相關業務。根據「文化部辦理加強投資文化創意產業實施方案作業要點」相關規範，文策院應每半年將投資相關重要資訊函送文化部備查後，公開於文策院官網。惟文策院針對 100 年 6 至 12 月投資執行成果，遲至 111 年 7 月 29 日始公開，逾應公開資料之半年時效。綜上所述，爰要求行政法人文化內容策進院於 1 個月內就前述內容向立法院教育及文化委員會提出檢討及精進書面報告。
- 8.112 年度行政法人文化內容策進院「業務成本與費用」項下「行銷及業務費用」預算編列 8 億 0,200 萬 5 千元，包含推動文化相關產業行銷及相關藝文活動宣傳之相關經費。惟文策院經營之社群粉絲專頁追蹤人數與貼文互動率皆偏低，難以在社群平台上吸引民眾點閱觀看，文策院允宜制定每年推廣社群平台之目標，以檢視行銷策略是否有達成相關績效。綜上所述，爰要求行政法人文化內容策進院於 1 個月內就前述內容向立法院教育及文化委員會提出檢討及精進書面報告。
- 9.112 年度行政法人文化內容策進院「業務成本與費用」項下「行銷及業務費用」中「業務費用」之「服務費用」之「一般服務費」預算編列 2 億 5,307 萬 1 千元。係完善其服務功能，並擴大藝文團體認識與使用，然預算亦未說明執行狀況計畫成果與效益，難以審認與推展成效。文策院以「完善文化內容產業資金生態系」、「全球業務拓展及產銷並重」和「推動關鍵基礎建設」為 3 大重點發展方向，並透過諮詢會議作為檢

討改進產業服務工作之參考。綜上所述，爰要求行政法人文化內容策進院於 3 個月內就前述內容向立法院教育及文化委員會提出書面報告。

10.112 年度行政法人文化內容策進院「業務成本與費用」項下「行銷及業務費用」中「業務費用」之「服務費用」之「一般服務費」預算編列 2 億 5,307 萬 1 千元。文策院自 109 年度營運臺灣漫畫基地，目的係為協助培養國內漫畫創作人才，以及進行產業對接及市場行銷，系統性推動臺灣漫畫產業發展等功能。然漫畫基地內所提供之專業繪圖工作站使用頻率偏低，110 年度 10 個工作站平均使用率 30.09%，111 年 1 至 7 月，平均使用率下降至 19.17%，雖疫情影響恐為工作站使用效率低落之原因，然疫情已逐步趨緩，文策院應當促進會員善加利用工作站，以避免資源閒置。綜上所述，爰要求行政法人文化內容策進院於 1 個月內就前述內容向立法院教育及文化委員會提出檢討及精進書面報告。

11.112 年度行政法人文化內容策進院「業務成本與費用」項下「行銷及業務費用」中「業務費用」之「服務費用」之「一般服務費」預算編列 2 億 5,307 萬 1 千元。文策院設立目的之一即為執行投資國內文化創意產業，期透過資金挹注有助文化創意產業蓬勃發展。然迄 111 年 7 月底止，文策院目前負責投後管理的被投資公司共計 31 家，追蹤戶 8 家、列管戶 1 家、沖銷戶 1 家，亦即營運績效不佳或困難者計 10 家，占已評定分類投資家數 31 家之 32.26%。文策院應當就投資標的持續掌握經營狀況，籌謀精進諮詢輔導及投資評估工作。綜上所述，爰要求行政法人文化內容策進院於 1 個月內就前述內容向立法院教育及文化委員會提出精進及檢討書面報告。

12.112 年度行政法人文化內容策進院「業務成本與費用」項下「行銷及業務費用」中「業務費用」之「服務費用」之「公共關係費」預算編列 209 萬 2 千元。公關費並無計畫成果與效益，難以審認與推展文化內容策進院業務具關聯性。為了解文策院公關費支出與社會溝通業務之相關性及成效，爰要求行政法人文化內容策進院於 1 個月內就前述內容向立法院教育及文化委員會提出檢討及精進書面報告。

13.112 年度行政法人文化內容策進院「業務成本與費用」項下「管理及總

務費用」預算編列 2 億 7,740 萬 9 千元，較 111 年度預算數 2 億 2,924 萬 2 千元增加 21%。經查文策院並未新增業務，但 112 年度支出完全吃掉 111 年度賸餘，並不妥適。而該院財源完全仰賴政府挹注，管理總務等辦公事務費用宜應量入為出。綜上所述，爰要求行政法人文化內容策進院於 1 個月內就前述內容向立法院教育及文化委員會提出書面報告。

三、國家電影及視聽文化中心

(一)業務計畫：應依據業務收支、固定資產建設改良擴充及資金運用等項之審查結果，隨同調整。

(二)業務收支：

- 1.業務總收入：3 億 5,757 萬 4 千元，照列。
- 2.業務總支出：3 億 6,519 萬 2 千元，照列。
- 3.本期短絀：761 萬 8 千元，照列。

(三)固定資產建設改良擴充：1,530 萬 1 千元，照列。

(四)資金運用：應依據業務收支及固定資產建設改良擴充等項之審查結果，隨同調整。

(五)通過決議 5 項：

- 1.有鑑於行政法人國家電影及視聽文化中心自 97 年起接受主管機關委託執行電影數位典藏、修復及加值利用相關計畫，迄今已近 15 年。然該中心典藏劇情片及非劇情片畫質嚴重受損占比分別為 33.93% 及 54.59%，為數不少，雖考量修復成本高昂而未納修所有影片。然迄 111 年 7 月底僅完成修復 66 部，且國影中心規劃影片全面數位化，然已完成數位化之典藏劇情片及非劇情片分別占其類別影片總數僅 5.49% 及 0.65%。以上顯示國影中心修復及數位化影片之進度緩慢。爰要求行政法人國家電影及視聽文化中心於 3 個月內向立法院教育及文化委員會提出加速相關修復及數位化作業計畫，俾完善保存國家珍貴電影文化資產。
- 2.有鑑於 112 年度行政法人國家電影及視聽文化中心賡續辦理「國家文化記憶庫及數位博物館應用計畫」，其執行前期計畫雖已達成預計目標，惟其典藏文物之權利盤點比率偏低。為利於後續開放及加值利用，爰要求行政法人國家電影及視聽文化中心於 3 個月內積極加速辦理權利盤點

，並研議取得授權國家文化記憶庫開放民眾使用之可行性，俾利促進國家文化記憶庫建置效益。

3. 行政法人國家電影及視聽文化中心自 97 年度起接受文化部委託電影數位典藏、修復及加值利用相關計畫，以保存我國珍貴之電影歷史與文化資產。國家電影及視聽文化中心典藏影片保存狀態畫質嚴重受損之劇情片及非劇情片分別占其類別影片總筆數高達 33% 及 54%，顯示該中心不少保存狀態欠佳之典藏影片。然迄 111 年 7 月底止典藏影片總數 1 萬 8,827 部，已修復劇情片 50 部占典藏劇情片總數 6,243 部之 0.80%，已修復之非劇情片 16 部占典藏非劇情片總數 1 萬 2,584 部之 0.13%，修復進度與保存狀態不佳之典藏影片數量相差甚遠。故請行政法人國家電影及視聽文化中心加速辦理修復及數位化影片，以保存我國珍貴之電影歷史與文化資產。
4. 112 年度行政法人國家電影及視聽文化中心「業務成本與費用」項下「業務費用」中「業務費用」之「服務費用」之「公共慰勞費」預算編列 31 萬 7 千元。然預算未說明執行狀況、計畫成果及效益，難以審認與推展成效。惟經瞭解公共慰勞費係為辦理影人交流所需，以利該中心與各界維繫公共關係之用。為避免公共慰勞費遭濫用，爰請行政法人國家電影及視聽文化中心擲節支出，使其發揮應有之功能性。
5. 112 年度行政法人國家電影及視聽文化中心「業務成本與費用」項下「業務費用」中「業務費用」之「服務費用」之「行銷推廣費」預算編列 766 萬 5 千元。然預算未說明執行狀況、計畫成果及效益，難以審認與推展成效。惟經瞭解行銷推廣費係為辦理場館節目策展、發行中心出版品及國內外活動推廣之所需。為避免行銷推廣費遭濫用，爰請行政法人國家電影及視聽文化中心務實依計畫辦理，使其發揮應有之功能性。