

國家表演藝術中心 109 年度預算案及文化內容策進院 108 年度、109 年度預算案審查報告（修正本）

中華民國 108 年 12 月 18 日
華總一經字第 10800135161 號

一、國家表演藝術中心 109 年度預算

(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：原列 31 億 1,635 萬 2 千元，增列「勞務收入—業務收入—臺中國家歌劇院」100 萬元，其餘均照列，改列為 31 億 1,735 萬 2 千元。

2. 業務總支出：30 億 8,809 萬 6 千元，照列。

3. 本期賸餘：原列 2,825 萬 6 千元，增列 100 萬元，改列為 2,925 萬 6 千元。

(三)固定資產建設改良擴充：4 億 0,315 萬 4 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 3 項：

1. 「國家表演藝術中心」下轄：(1)臺北國家兩廳院(2)臺中國家歌劇院(3)高雄衛武營國家藝術文化中心(4)國家交響樂團。但 105 至 108 年 7 月底止，「實際售票率」與「預估售票率」相差超過 10 個百分點之節目檔為：105 年度 29 檔、106 年度 22 檔、107 年度 31 檔、108 年 1 至 7 月底 24 檔。各廳院節目售票率未如預期大概原因為：製作群與演出內容不足、團隊知名度不高、演出缺乏特色、宣傳期短、相同類型節目過多、與前檔演出相隔太近，互相產生票房排擠效應、行銷不足等原因所致。爰此，要求文化部 2 個月內提出：有效提昇「國家表演藝術中心」營運方案，並送交立法院教育及文化委員會。

附表 105 年-108 年 7 月-「國家表演藝術中心」節目檔數售票統計表

館所別	項 目	105年度	106年度	107年度	108年 1-7月
國家兩廳院	主(合)辦節目檔數(1)	61	65	62	27
	票房達標之節目檔數(2)	47	46	43	19
	票房未如預期之節目檔數(3)	14	19	19	8
	未達標比率(3)/(1)	22.95%	29.23%	30.65%	29.63%
	實際售票率與預期差異達10個百分點以上之節目檔數	8	9	9	3
臺中國家歌劇院	主(合)辦節目檔數(1)	23	35	37	15
	票房達標之節目檔數(2)	17	31	28	10
	票房未如預期之節目檔數(3)	6	4	9	5
	未達標比率(3)/(1)	26.09%	11.43%	24.32%	33.33%
	實際售票率與預期差異達10個百分點以上之節目檔數	5	3	7	3
衛武營國家藝術文化中心	主(合)辦節目檔數(1)	-	13	42	45
	票房達標之節目檔數(2)	-	12	32	27
	票房未如預期之節目檔數(3)	-	1	10	19
	未達標比率(3)/(1)	-	7.69%	23.81%	42.22%
	實際售票率與預期差異達10個百分點以上之節目檔數	-	1	5	12
國家交響樂團	主(合)辦節目檔數(1)	44	46	28	28
	票房達標之節目檔數(2)	16	26	10	16
	票房未如預期之節目檔數(3)	28	20	18	12
	未達標比率(3)/(1)	63.64%	43.48%	64.29%	42.86%
	實際售票率與預期差異達10個百分點以上之節目檔數	16	9	10	6
國家表演藝術中心 總計	主(合)辦節目檔數	128	159	169	115
	票房未如預期之節目檔數	48	44	56	44
	實際售票率與預期差異達10個百分點以上之節目檔數	29	22	31	24

2. 兩廳院售票系統經營 15 年，目前為臺灣表演藝術領域最重要的售票系統服務。然目前數位電子商務崛起，除了過去幾家老牌大型售票系統之外，媒體公司、便利商店企業也紛紛加入售票系統市場。另近期也有多家手機行動支付售票服務出現，提供更便捷、對表演團隊更優惠的售票服務。在 15 年前，由國家藝文機構自營的售票系統對表演藝術市場發展有其必要性，但在電子商務崛起、市場競爭激烈的今日，請國家表演藝術中心思考兩廳院售票系統應如何因應與定位，並研議拓展售票網觸角到展覽、演唱會、講座等售票市場。

請於 6 個月內提出書面報告交立法院教育及文化委員會。

3. 國家表演藝術中心轄下國家兩廳院、臺中歌劇院、衛武營及國家交響樂團每年均編列預算印製出版品、自創商品及紀念品等商品，肩負行銷國家文化出版品及文化產品展銷之重責。埔里手工造紙史溯及日治時期，1970 年代更外銷至日、韓及東南亞，埔里成為日本及東南亞手工書畫紙最大供應地，迄今仍保留手工造紙的多元文化產品，可說是台灣文創之珠。爰要求國家表演藝術中心規劃印製出版品及週邊紀念商品，應優先採用台灣本地手工紙作為文化商品所需紙材，鼓勵文化商品設計優先採用台灣紙藝及紙材，以創共榮。

二、文化內容策進院 108 年度預算

- (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：2 億 1,204 萬 2 千元，照列。
 2. 業務總支出：2 億 1,204 萬 2 千元，照列。
 3. 本期餘絀：0 元，照列。
- (三)固定資產建設改良擴充：無列數。
- (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。

三、文化內容策進院 109 年度預算

- (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：11 億 7,228 萬 3 千元，照列。
 2. 業務總支出：11 億 7,228 萬 3 千元，照列。
 3. 本期餘絀：0 元，照列。
- (三)固定資產建設改良擴充：無列數。
- (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 2 項：
 1. 文化部「漫畫基地」於 109 年起將轉委託由文化內容策進院負責營運。漫畫基地 4 樓工作室空間提供漫畫家申請駐點創作，每梯次駐點 1 至 2 個月，除可自由使用漫畫基地的空間與專業設備外，並提供創作獎勵金。然而因基地空間限制，目前的駐點計劃尚未提供普遍藝術駐村最必要的住宿服務。故如居住在大台北以外的漫畫家想申請駐點，需要額外處理住宿事宜與成本，減少外地漫畫家申請誘因，且不利於

未來邀請國外漫畫家來台長期駐點創作交流。

建請文化內容策進院協助漫畫基地完善漫畫家駐點政策，例如與藝術村或臨近之青年旅舍合作，提供漫畫家免費或短租住宿優惠，以完備漫畫家駐點政策。

2. 有鑑於文化內容策進院未來之政策目標，為形塑台灣品牌、讓台灣文化以國家隊之姿進軍國際。然參照韓國文化體育觀光部之「國務會議報告」，其「韓流」之推動在 2005 年度，政府機關共計有 16 個部門共同推動總計 31 項課題，如財政經濟部要把海外合作作品降低關稅、教育人力資源部支援海外韓流研究、行政自治部必須整頓各縣市韓流觀光基礎建設、農林部邀請韓流明星擔任農業產品廣告大使等，幾近於中央各部會總動員。然而，文化體育觀光部下，則有影視振興委員會、內容振興院、遊戲產業開發院、廣播影視產業振興院各司其職，有其不同之支援任務。

反觀台灣，除文化內容策進院之設立，未來隸屬於經濟部之「台灣創意設計中心」即將升格為「設計研究院」，仿照「韓流」推動之「台流」業務將包山包海，政府單位若缺乏整合推動之認知、以及關鍵核心扶植內容的清楚定位，恐導致各部會各行其是，不利政策目標推動。

建請文化內容策進院應思考上述面向，以力求增進文化內容策進院效能，並於 3 個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。