

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 115 年度預算案審查報告（修正本）

中 華 民 國 115 年 9 月 30 日
華總一經字第 11500094681 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：32 億 2,924 萬 4 千元，照列。

2.業務總支出：34 億 4,730 萬 1 千元，照列。

3.本期短絀：2 億 1,805 萬 7 千元，照列。

(三)解繳公庫淨額：無列數。

(四)轉投資計畫：無列數。

(五)固定資產建設改良擴充：8,047 萬元，照列。

(六)國庫增撥基金額：無列數。

(七)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。

(八)通過決議 3 項：

1.臺中國家歌劇院為中部重要國家級表演藝術場館，115 年度預算案收入 6 億 7,104 萬 8 千元，支出 6 億 9,934 萬 2 千元，預估短絀 2,829 萬 4 千元；其中政府公務預算補助 4 億 3,309 萬 2 千元、政府專案補助 7,655 萬 6 千元，顯示其營運仍高度仰賴政府資源，應強化自籌能力、成本控制及營運績效。預算書另列臺中國家歌劇院媒體政策及業務宣導費合計 705 萬元，包含主合辦節目推廣、藝術教育推廣、10 週年館慶、場館品牌形象、形象影片投放、記者會訪談及媒體廣告等事項；另國際會議、觀摩差旅及資訊安全諮詢、健診與驗證等經費亦有編列。前開支出如屬必要，仍應以可衡量

之觀眾開發、文化近用、票房轉換、資安韌性及場館服務改善作為績效基準。爰此，請文化部就上述事由，於 3 個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告，內容應包括近 3 年度收支及短絀改善、自籌收入比率、政府補助依賴情形、媒宣費及 10 週年品牌行銷效益、國際會議及觀摩差旅成果、藝文場館科藝創新計畫執行、資安健診與驗證、場館修護保養及固定資產更新之執行進度與績效。

2.115 年度國家表演藝術中心預算案列明，國家兩廳院公務預算補助 5 億 2,270 萬 7 千元，另有資本門補助國家兩廳院「藝文推廣廊道暨地面景觀設施整體規劃」1 億 9,040 萬元，帳列代管資產。該案屬重要文化場館公共空間、景觀設施及觀眾服務環境改善工程，金額較高，工程期程、設計變更、履約進度及公共安全均應接受嚴格監督。依預算書說明，該案主體工程已於 114 年 1 月完成簽約、7 月辦理開工典禮、9 月進行圍籬工程架設、12 月進行弧形車道暫時拆除工程；計畫書修正計畫於 3 月報奉行政院同意，6 月完成五大管線審查，8 月通過綠建築申請評定。由於工程跨越公共動線、景觀、綠建築及場館營運需求，文化部及國表藝中心應具體揭露工期、經費、風險及公共近用影響。爰此，請文化部就上述事由，於 3 個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告，內容應包括契約金額及履約進度、工程期程及里程碑、設計變更與追加減經費、五大管線及綠建築審查辦理情形、施工期間交通及觀眾動線安排、無障礙與公共安全措施、截至最新月份支用及契約承諾情形。

3. 國家表演藝術中心 115 年度預算案收入共計 32 億 2,924 萬 4 千元，支出共計 34 億 4,730 萬 1 千元，預估短絀 2 億 1,805 萬 7 千元；且 114 年度預算及 115 年度預算均呈短絀，顯示整體營運結構、自籌收入能力及成本控制仍有檢討必要。國家表演藝術中心轄下三館一團肩負表演藝術推廣、場館營運、國際交流及人才培育任務，相關預算具政策必要性；惟 115 年度仍編列媒體政策及業務宣導費、公共關係費等項目，且政府公務預算補助及

政府專案補助為主要收入來源，文化部對行政法人應強化績效監督、媒宣效益、公共關係費擷節及自籌能力改善。爰此，請文化部就上述事由，於 3 個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告，內容應包括近 3 年度收支賸餘或短絀、自籌收入比率及改善目標、三館一團營運績效差異、媒體政策及業務宣導費分項用途與效益指標、公共關係費執行基準與擷節措施、政府補助與自籌收入之配置合理性，以及後續改善期程。

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：9 億 2,671 萬 4 千元，照列。

2.業務總支出：9 億 2,671 萬 4 千元，照列。

3.本期餘絀：0 元，照列。

(三)解繳公庫淨額：無列數。

(四)轉投資計畫：無列數。

(五)固定資產建設改良擴充：150 萬元，照列。

(六)國庫增撥基金額：無列數。

(七)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。

(八)通過決議 2 項：

1.有鑑於文化內容策進院推動「IP Meetup 創意內容媒合交流平台」，提供文創業者免費上架作品並促進跨域媒合，對於擴大文化內容產業交流與商機具有一定功能。惟近年平台新增會員人數呈現明顯下降趨勢，各年度新增上架作品數亦有大幅波動，顯示平台使用動能及內容穩定度尚有精進空間，整體媒合效益仍待持續提升。考量 IP 媒合平台之價值在於持續累積內容量體與活絡使用者參與，為強化平台功能並提升實際媒合成效，相關推廣

策略、會員經營及內容誘因機制，仍有進一步優化之必要；另在平台數據蒐集與成效追蹤方面，亦宜持續精進，以利掌握平台實際運作情形並作為政策調整依據。爰此，請文化部督導文化內容策進院通盤檢視 IP Meetup 平台之營運策略，研議提升會員成長及內容上架之具體作法，並強化平台媒合效益之追蹤與評估機制，於 3 個月內向立法院教育及文化委員會提出精進方案及書面報告，以發揮平台整體功能並促進文化內容產業發展。

- 2.有鑑於文化內容策進院推動「臺灣數位模型庫（TDAL）」平台，串聯數位內容創作者與產業需求，並支援影視、動畫及虛擬攝影棚等應用場域，對完善文化內容產製鏈結具有一定助益。近年平台會員人數、瀏覽量及下載數均呈成長趨勢，顯示整體推動已具初步成果。惟觀察平台使用情形，截至 114 年 8 月底止，仍有部分模型類別（如情境物品、室內擺設、戶外景點及家電用品等）未曾下載使用之占比逾五成，顯示部分內容之實際利用率與市場需求之連結仍有精進空間，平台內容配置、搜尋機制及推廣策略尚待持續優化。考量數位模型平台之核心在於促進內容流通與實際應用，為提升整體平台效益，相關分類內容之供需媒合、使用者體驗及國際能見度等面向，均有進一步強化之必要。爰此，請文化部督導文化內容策進院通盤檢視「臺灣數位模型庫」平台之營運與推廣策略，強化內容分類優化、精進搜尋與上架機制，並研議提升特定低使用率模型類別之應用誘因及推廣作法，同時持續精進數據分析與成效評估機制，於 3 個月內向立法院教育及文化委員會提出具體精進方案及書面報告，以提升平台整體運作效益並促進文化內容產業發展。

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 6,230 萬 8 千元，照列。

2.業務總支出：4 億 1,245 萬 3 千元，照列。

3.本期短絀：5,014 萬 5 千元，照列。

(三)解繳公庫淨額：無列數。

(四)轉投資計畫：無列數。

(五)固定資產建設改良擴充：1,691 萬元，照列。

(六)國庫增撥基金額：無列數。

(七)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。

(八)通過決議 2 項：

1.115 年度國家電影及視聽文化中心辦理「臺灣經典電影數位修復及增值利用計畫」，編列 3,510 萬元，期運用數位化技術修復及保存年代久遠之電影膠片，維護我國珍貴影視文化資產。惟查，截至 114 年 8 月底止，影視聽中心典藏之劇情片及非劇情片膠卷中，保存狀態屬劣、極劣及毀壞者占比已逾三成，另尚有相當數量膠卷未完成檢查；而完成數位掃描之劇情片僅 638 部，占館藏比率 8.32%，非劇情片數位化占比亦僅 5.22%，整體數位化進度仍有加速空間。鑑於電影膠卷具有保存年限，且早期保存環境條件有限，若未及時進行數位掃描與保存，恐導致影視文化資產不可逆之流失，影響國家文化記憶之保存與傳承。綜上，為確保國家珍貴電影文化資產得以長期保存與有效運用，文化部應督導影視聽中心妥為盤點館藏狀況，訂定具體且可行之數位掃描及保存策略，並加速推動館藏影片之數位化進程。爰此，請國家電影及視聽文化中心加速進行影視聽文化資產典藏、保存及數位化作業，以利國內文化資產保存效益。

2.115 年度國家電影及視聽文化中心預算於「行銷及業務費用」編列預算 2 億 2,676 萬 4 千元。國家電影及視聽文化中心肩負國家影視聽文化資產保存、修復、研究及推廣任務，除典藏與研究外，亦應積極擴大公眾近用，將社群觸及、活動參與及觀影人次，轉化為長期支持影視聽文化保存之穩

定社群與會員基礎。依國家電影及視聽文化中心 114 年度績效評鑑報告，社群經營指標表現亮眼，官方臉書原訂達 450 萬觸及人次，實際至 114 年 12 月 16 日觸及（瀏覽次數）達 2,200 萬人次；IG 原訂達 150 萬觸及人次，實際超過 190 萬人次，且 2025 年上半年較 2024 年下半年成長 36%。惟會員有效人數目標為 3,000 人以上，實際雖達 3,206 人，然僅較目標增加 206 人。相較於臉書觸及達 2,200 萬人次、IG 觸及超過 190 萬人次、YouTube 上傳影片數大幅超標，會員人數成長幅度明顯有限，社群流量未有效轉化為穩定會員支持。社群觸及與會員數雖非完全相同指標，惟影視聽中心既已累積可觀線上觸及，應進一步建立「社群觸及→活動參與→觀影消費→會員加入→會員續留」之完整轉換機制，並追蹤會員新增數、續會率、活躍率等指標，針對社群轉會員策略、會員分眾經營、會員續留機制等研議經營改善計畫。爰此，請國家電影及視聽文化中心持續著重於會員經營與品牌效益推廣，以極大化營運效益。