

文化部 115 年度單位預算評估報告

文化部 115 年度單位預算案編列歲入 1 億 4,087 萬 6 千元，較 114 年度預算數增加 5,059 萬 1 千元（增幅 56.03%）；歲出 189 億 9,870 萬 3 千元（另於一般性補助款編有 6 億 7,586 萬 9 千元），較 114 年度預算數增加 10 億 870 萬 4 千元（增幅 5.61%）。謹就文化部 115 年度預算案評估如下：

一三、文化黑潮計畫下相關子計畫之績效指標未盡妥適，允宜合理訂定，並研議增訂成果型指標之可行性

文化部辦理「文化黑潮計畫」（計畫期程 113 至 116 年度），計畫總經費 100 億元，115 年度預算案數 27 億 2,062 萬 4 千元（另於一般性補助款編有 2,302 萬 3 千元）。經查：

（一）文化黑潮計畫包括 15 項子計畫（詳表 1）：

該計畫之 15 項子計畫分別為：提升故事力關鍵人才培育與電影內容升級、國際臺劇內容升級計畫、流行音樂內容產業升級暨國際拓展計畫、投資未來兒少影音內容倍增計畫、臺灣流行音樂史料蒐集及主題推廣、以文化內容為外交軟實力推動計畫、傳統戲曲文化內容躍升計畫、視覺藝術能量提升暨品牌開展計畫、支持臺灣文化內容再開發、擴大電子書計次借閱及優化圖書採購、拓展臺流文本外譯 Books from Taiwan 2.0、補助財團法人中央通訊社推動國際傳播交流、文化部獎勵實體書店串聯辦理創新書市活動、建構產銷均衡的文創產業生態系、以科技的文化應用推波臺流擴散等。上述各項子計畫皆訂有個別指標，其代表性指標如補助影視開發專案、補助戲劇製作、補助流行音樂行銷、製作兒少節目時數、史料蒐集與音樂會、參與國際大型展覽、辦理歌仔戲特展、補助博物館策展、臺流文本外文翻譯、擴大電子書借閱、補助中央通訊社接觸國際媒

體、獎勵實體書店辦理多元藝文元素書展、增加自製動畫短片、VR 臺灣原生內容示範案例等量化指標。

表 1 113 至 114 年度文化黑潮計畫分年效益達成及執行情形概況表

子計畫	類別 /單位	工作內容	分年效益			113 年度執行成效說明
			113 年 度 預 期 效 益	113 年 度 實 際 效 益	114 年 度 預 期 效 益	
提升故事力關鍵人才培育、電影內容升級	補助、徵案/案	辦理「原創故事概念大賽」、「故事打造工作坊」、「劇本提升計畫」、「國際編劇人才合作支持計畫」、「TAICCA x AFIS 韓國產業課程暨長片開發工作坊」	50	86	50	113 年度補助辦理「原創故事概念大賽」、「故事打造工作坊」、「劇本提升計畫」、「國際編劇人才合作支持計畫」、「TAICCA x AFIS 韓國產業課程暨長片開發工作坊」，計協助 86 件影視開發專案；另辦理海外人才培訓，完成與美國、韓國五大視覺特效公司合作辦理攝影及特效工作坊。
國際臺劇內容升級計畫	徵案/案	補助作品	4	10	4	催生臺流戲劇目標 4 案，實際完成 10 案。113 年獲補助作品中，計有《戀愛四部曲（第一、二部曲）》、《我們與惡的距離 2》已陸續播畢，《零日攻擊》預計於 114 年 8 月 2 日播出。
流行音樂內容產業升級暨國際拓展計畫	徵案/案	補助節目製作與多元行銷，助力流行音樂產業拓展國際市場	4	5	4	113 年度計 5 案獲選，獲選案節目包含 IP「原子少年」第 2 季、男團偶像選秀節目「Scool」、《一起聽團吧》及虛擬偶像(V-tuber)選秀等。

子計畫	類別 /單位	工作內容	分年效益			113 年度執行成效說明
			113 年 度 預 期 效 益	113 年 度 實 際 效 益	114 年 度 預 期 效 益	
投資未來兒少影音內容倍增計畫	捐助/ 小時	營運兒少頻道，新製播節目時數，製播兒少多元內容時數	150	383	150	規劃製播兒少多元內容時數 150 小時以上，實際完成 383 小時。
臺灣流行音樂史料蒐集及主題推廣	補助/ 案	補助辦理臺灣流行音樂史料蒐集及主題推廣	5	6	5	113 年度完成《2024 真愛秀·藍寶石大歌廳》2 場次，觀眾人數共計 6,000 人次，辦理《NTSO 交響派對—聲映經典·潮湧的時代》講座 1 場次、走讀 2 場次及音樂會 1 場次，觀眾逾萬人。
以文化內容為外交軟實力推動計畫	補助/ 人次	補助參與國際大型展會活動	-	7 萬	2.5 萬	113 年 7 月 27 日至 8 月 10 日假巴黎拉維特園區設置臺灣館，辦理巴黎文化奧運專案，邀請計 24 團、122 名藝術家共 57 場演出，累積逾 7 萬人次。
傳統戲曲文化內容躍升計畫	補助、 委辦/ 人次	辦理歌仔戲特展及兒童歌仔戲推廣	5 萬	5.15 萬	5 萬	113 年度辦理兒童歌仔戲匯演，逾 2 萬 1,000 人次參與；辦理歌仔戲「歌仔上蟻」特展及相關推廣活動逾 1 萬 5,000 人次參與；校園推廣及校外文化體驗逾 1 萬 5,500 人次參與。
視覺藝術能量提升暨品牌開展	補助/ 場次	補助辦理國際型態視覺藝術相關展覽或博覽會	7	75	10	113 年度完成補助辦理 75 場國際型態視覺藝術相關展覽或博覽會，共推介 203 位臺灣藝術家於國際展覽曝光。
支持臺灣文化內容再開發	補助、 委辦/ 案	補助博物館辦理國際策展及交流活動，呈現國際文化議題的臺灣經驗或觀點	9	9	5	113 年共核定 24 案國際策展計畫，已開展或完成交流活動計 9 案，包含朱銘美術館舉辦「方物—亞洲當代雕塑展」、國立臺灣美術館 2024 年亞洲藝術雙年展等；並核定 13 案委託公立博物館辦理支持臺灣文化內容再開發計畫。
擴大電	補助/ 市縣	透過各縣市公	20	20	20	113 年度輔導 20 市縣優化圖書採

子計畫	類別 /單位	工作內容	分年效益			113 年度執行成效說明
			113 年 度 預 期 效 益	113 年 度 實 際 效 益	114 年 度 預 期 效 益	
子書計次借閱及優化圖書採購	縣市	共圖書館系統，擴大電子書計次借閱及優化圖書採購機制				購機制，保障出版社實得圖書定價 7 折以上，保障出版社合理利潤，並擴大公共圖書館電子書計次借閱，使用人次約 550 萬人次，為往年使用量 4 倍。
拓展臺流文本外譯 Books from Taiwan 2.0	採購/本	辦理版權推廣及書系建立、整合行銷，完成製作試譯本及全譯本	220	220	220	113 年度完成 220 本譯本製作並印製刊物，向國際市場推廣，參加國內外重要書展，包含韓國首爾書展等 5 個國內外書展。
補助中央通訊社推動國際傳播交流	補助/家	辦理國際交流互惠掌握臺灣民主話語權，接觸國外媒體、簽定合作意向書	接觸：4 簽定：1	接觸：7 簽定：4	接觸：4 簽定：1	113 年度接觸包括瑞士資訊等 7 家國外媒體，並與印度亞洲國際新聞社 ANI、印度新聞信託社 PTI、日本放送協會 NHK、立陶宛 ELTA 新聞社共 4 家媒體簽署 MOU；另國際暨兩岸中心外文編譯及海外特派員新增 40 人、採訪 229 個國際大型會展活動、露出 1,791 個國際媒體網站。
文化部獎勵實體書店串聯辦理創新書市活動	獎勵/人次	獎勵實體書店串聯辦理結合多元藝文元素書展，培養閱讀及藝文消費習慣，推動創新書市、提升獨立書店銷售	30 萬	38 萬	30 萬	113 年度共核定獎勵 31 案，辦理近百場（天）書市，以及數百場講座、走讀、展覽、演出、工作坊、電影放映等延伸活動。
建構產銷均衡的文創產業生態系	徵案/件、家	增加臺灣自製動畫短片開發量	12	12	—	113 年度辦理「文化黑潮之臺灣動畫獨立單元劇集聯合開發及行銷徵案計畫」，補助共 12 件作品。
		徵選業者進駐嘉義文創園區研發跨域文化科技產品	—	—	5	建置嘉義文創園區文化科技 OpenLab，並預計徵選 5 家業者進駐研發跨域文化科技產品。

子計畫	類別 /單位	工作內容	分年效益			113 年度執行成效說明
			113 年 度 預 期 效 益	113 年 度 實 際 效 益	114 年 度 預 期 效 益	
以科技的文化應用推波臺流擴散	徵案/組	加速具國際市場潛力案件商品化，建立臺灣原生文化內容經典示範案	3	3	3	113 年度建立多人走動式 VR 內容臺灣原生文化內容經典示範案例共 2 組，並建立圖像角色 IP 臺灣原生文化內容經典示範案例 1 組。

說明:115 及 116 年度之預期效益刻正辦理修正作業中。

資料來源:文化部提供，本中心彙整。

(二)量化指標多超標達成，允宜檢討目標訂定之合理性及挑戰性，且指標之選擇應以能達產業化之目的

113 年度該計畫 15 項子計畫，執行成果皆達成目標值，達成率介於 100%至 1,071%間。其中補助辦理國際型態視覺藝術相關展覽或博覽會一案，其年度目標為 7 場，實際完成達 75 場，達成率達 1,071%；另國際臺劇內容升級計畫達成率 250%、投資未來兒少影音內容倍增計畫達成率 255%、臺灣流行音樂史料蒐集及主題推廣目標達成率 120%、補助財團法人中央通訊社推動國際傳播交流接觸媒體達成率 175%、簽署 MOU 達成率 400%，皆倍數達標，允宜檢討所訂計畫目標值是否具挑戰性，或就成果認列標準再予精進，俾激勵積極達成計畫總體目標。

按績效指標可概分為投入型指標、產出型指標及成果型指標¹，其中成果型指標可具體衡量推動計畫效應或影響。經查本計畫績效指標之內容，多係徵案件數、舉辦座談、活動、或工

¹績效指標分為投入型指標、產出型指標及成果型指標：(1)投入型指標係投入資源以完成特定階段之工作，惟未能衡量產出或成果，例如辦理講習或會議、製作文宣或教材、審查件數、補助件數或金額、派員研習、進修或出國次數等；(2)產出型指標係衡量直接之產出或服務，例如輔導或提供諮詢次數、提出研究報告、完成統計資料筆數或資料庫建置、培育人才數等；(3)成果型指標係機關推動政策對外造成之效應或影響，係對成果之衡量，例如通過認證、促進投資件數與金額、培育人才獲得肯定、滿意度、瀏覽人次等指標。

作坊場次或展覽檔次等投入型指標，或產製戲劇數或影片、資訊及檔案建置數量等產出型指標，該等指標與計畫主要目標「壯大臺灣內容、建立文化自信」²間，其連結性相對有限。次查文化黑潮計畫之計畫架構係期能成就臺灣文化內容 IP，帶動影視音臺流黑潮，計畫書亦爰引韓流發展模式，俾有帶動創造產業經濟效益之構想，爰宜思考計畫整體目標，研議增加產值、創造就業人數、國外授權金收入等成果型指標之可行性。

綜上，文化黑潮計畫係文化部重要施政計畫，列有 15 項子計畫，允宜加強跨計畫之整合，且其子計畫績效指標之訂定未盡合理，或為倍數達成或未能納入增加產值、創造就業之成果型指標，允宜優化資源配置並整合相關計畫，訂定合理之量化或質性指標，俾提升綜效。

² 「匯聚臺流文化黑潮 1 plus 4—T-content plan 2023 暨 2024~2027 臺流文化內容躍升計畫」。