

文化部115年度單位預算評估報告目錄

頁次

一、成年禮金之發放對象正式向下延伸至13歲，且限定實體消費，與民眾文化消費習慣朝線上發展有所差異，允宜妥為研謀精進措施，俾達振興藝文產業之效	1
二、文化內容投資計畫有集中投資於少數對象之情形，且有未完成設立登記事項者，允宜妥為研謀改善	4
三、文化黑潮計畫範疇跨文化部諸多司、局，計畫預算差異大，且與既有計畫有所相關，允宜優化資源配置並整合相關計畫，俾提升綜效	7
四、近年藝文活動網路購票，屢發生黃牛票情事，允宜妥為籌謀與精進，以遏止類此事件再度發生	12
五、「空總臺灣當代文化實驗場第三期整體發展計畫」(115至117年度)，尚未獲行政院核定，且容有閒置空間使用待提升之問題，允宜積極研謀改進，俾計畫獲最大效益	15
六、為充實公共電視臺語台之內容並擴散臺語製播人才，允宜強化成效追蹤及媒合工作，俾利成果擴散	19
七、「岸內影視基地發展計畫」自償率偏低，為永續運營及發揮計畫效益，允宜妥慎規劃營運策略，提升計畫整體效益	22
八、近年媒體政策及業務宣導費預算概呈增加趨勢，允宜本節約原則審慎編列與使用，並整合相關資源，以獲致最大廣宣效益	24
九、115年度預算案部分新興跨年期計畫，未於預算書內妥適揭露計畫內容，不利預算審議，允宜檢討改進	27
一〇、兩廳院推廣廊道暨地面景觀計畫因營建物價調漲或期程延長而增加經費，允宜加強監督	30
一一、115年度旅運費增編逾七成，其中國外旅費成長近三倍，允宜依業務需要核實編列	32
一二、文化部主管之財團法人多仰賴政府挹注，允宜提升自籌能力及改善營運	

績效	34
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	37
一四、「發展國際數位傳播計畫」辦理國際影音平臺 TaiwanPlus，允宜研謀提 升其擴散成效，俾擴大向世界發聲	42
一五、「國家電影及視聽文化典藏專業設施改善及博物館建置計畫」因營建成本 上漲，刻正辦理計畫修正，允宜加強控管進度，俾完善文物保存環境 ...	44
一六、藝術銀行計畫旨在推廣國內藝術家作品，惟出租藝術品比率近年維持在 35%至 38%區間，允宜妥謀提升流通性，增進計畫成效	46

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、成年禮金之發放對象正式向下延伸至 13 歲，且限定實體消費，與民眾文化消費習慣朝線上發展有所差異，允宜妥為研謀精進措施，俾達振興藝文產業之效

文化部 115 年度預算案「文化創意產業發展業務-藝文消費促進推展」續編 26 億 9,372 萬 2 千元，用以辦理推動文化幣之藝文消費及體驗點數機制，辦理包含發放常態化文化禮金、產業消費點推廣加碼及媒合民間資源挹注等相關工作。茲說明如下：

（一）成年禮金未領取人數逐年攀升，迄 114 年 8 月底未領取比率為 24.79%，有待檢討未領取原因並研謀改進

1. 文化部原於 112 年規劃僅針對 18 歲青年，每人發放成年禮金 1,200 點，作為藝文消費折抵，嗣爭取「疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算」，將發放年齡擴大至 21 歲青年成年禮金，並於 113 年推動將成年禮金常態化，發放年齡亦再擴大至 16 至 22 歲青年，每人 1,200 點文化幣。復於 114 年度除對原有發放對象每人 1,200 點文化幣外，另試辦對 13 至 15 歲青少年發放文化幣 600 點，115 年度預算案則常態化發放 13 至 22 歲青年（民國 93 年至 102 年出生者），每人 1,200 點文化幣，總計受益人次計 204 萬人，預計自 115 年 1 月 1 日開放領用，使用期間至 115 年 12 月 31 日止。
2. 該部自 112 年推動以來，文化成年禮金發放年齡層逐步擴大，

惟未領取人數逐年增加，由 112 年¹之 11.1 萬人未領取(詳表 1)，至 113 年有 21.6 萬人未領取，114 年迄 8 月 20 日止，尚有 51.2 萬人未領取，未領取人數占比亦由 112 年之 11.28%，升高至 114 年 8 月 20 日之 24.79%。顯示隨著發放對象持續擴大，實際領取人數未同步增加，致未領取人數占比逐年增加。

表 1 112 至 115 年度文化成年禮金編列與執行概況表

項目		112 年度 文化部 單位預算	疫後強化經濟與社會韌性及 全民共享經濟成果特別預算			文化部單位預算		
			112 年度	113 年度	114 年度	113 年度	114 年度	115 年度
預計	預估發放 人數	20.6 萬人	77.8 萬人		-	151 萬人	207 萬人	204 萬人
	每份金額 (元)		1,200		-	1,200	16-22 歲： 1200 13-15 歲： 600	1,200
	文化成年 禮金總金 額(千元)	199,800	447,600	302,600	-	1,998,550	1,931,722	2,693,722
	年齡與資 格	民國 94 年 1 月 1 日至 12 月 31 日出生，我國國民、取得永久居留許可的外國人，以及大陸地區、港澳、外國人為我國國民的配偶並取得我國居留許可者。	民國 90 年 9 月 1 日至 93 年 12 月 31 日出生，資格同左。		-	民國 91 年 1 月 1 日至 97 年 12 月 31 日出生，資格同左。	民國 92 年 1 月 1 日至 101 年 12 月 31 日出生，資格同左。	民國 93 年 1 月 1 日至 102 年 12 月 31 日出生，資格同左。
執行	開放領取 日期	112 年 6 月 6 日			-	113 年 1 月 20 日	114 年 1 月 1 日	115 年 1 月 1 日
	領取期限	113 年 6 月 30 日			-	113 年 12 月 31 日	114 年 12 月 31 日	115 年 12 月 31 日

¹ 含疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算之 113 年度數據。

項目	112 年度 文化部 單位預算	疫後強化經濟與社會韌性及 全民共享經濟成果特別預算			文化部單位預算		
		112 年度	113 年度	114 年度	113 年度	114 年度	115 年度
實際符合 資格可領 取人數 (A)		98.4 萬人		-	150.5 萬人	206.5 萬人	204 萬人
實際領取 人數		87.4 萬人		-	128.9 萬人	155.3 萬人	-
實際已消 費金額		10 億 640 萬 9 千元		-	15 億 875 萬 5 千元	10 億 9,274 萬 3 千元	-
未領取人 數(B)		11.1 萬人		-	21.6 萬人	51.2 萬人	-
未領取人 數占比 (B/A)		11.28%		-	14.35%	24.79%	-

說明：112、113 年度文化禮金之執行情形，均統計至當年年底。114 年度為迄 8 月 20 日止。

資料來源：文化部提供。

(二)文化成年禮金鼓勵至國內藝文產業之實體場域消費，原則排除線上消費，與民眾文化消費習性有所差異，允宜妥謀精進措施

1. 文化部推動文化成年禮金可消費類別包含實體書店及出版業、電影院(僅限國片)、表演藝術及文化體驗(不含線上展演)、博物館、文資保存與社區營造場域、流行音樂、文創工藝等七大類別，且為鼓勵青年進行實體消費及體驗，排除線上設計平臺之品牌及線上展演。惟據文策院「2024 年臺灣文化內容消費趨勢調查報告」，2024 年國內民眾手機觀看影視 OTT 的比例隨年齡增長而遞減，15 至 49 歲觀眾使用率突破五成，為主要族群。整體臺灣 15 至 69 歲民眾有七成透過手機觀看影視內容，OTT 觀眾中更超過五成會以手機觀賞，且 15 至 19 歲青少年更為顯著，凸顯「隨時隨地、隨選收視」的消費趨勢。在音樂方面，15 至 69 歲民眾近四成只使用免費音樂串流平台，15 至 19 歲付費率較低，超級粉絲占比卻與主力年

齡層相當，顯示年輕族群之高值潛力。至於出版品方面，實體紙本雖仍為主流，但電子數位閱讀滲透率亦已過半，凸顯國人文化消費有朝線上發展之趨勢。

2. 然據文化部陳復，因文化禮金係以鼓勵至國內藝文產業之實體場域消費為限，故排除線上設計平臺之品牌及線上展演，另以支持本國原生文化內容為主，故於電影院消費限定「國片專屬」，演唱會以「本國籍藝人於國內的演出」消費折抵為主。顯示該等規劃與上開民眾消費習慣有所差距，允宜妥慎研擬精進措施。

綜上，文化部 115 年度預算案編列擴大發放對象為 13 至 22 歲青年之文化成年禮金經費，然未領取率漸有升高之現象，且民眾文化消費習慣逐漸朝線上發展，允宜妥為研謀適性之多元類型藝文消費，俾達振興藝文產業之效。

二、文化內容投資計畫有集中投資於少數對象之情形，且有未完成設立登記事項者，允宜妥為研謀改善

文化部 115 年度預算案「文化創意產業發展業務-行政法人文化內容策進院營運與發展」編列 7 億 5,320 萬 2 千元，補助行政法人文化內容策進院(以下簡稱文策院)營運經費。經查：

(一)文化內容投資計畫係由文化部委託文策院代為執行投資管理業務

國家發展基金(下稱國發基金)依文化創意產業發展法第 9 條第 1 項²規定匡列 100 億元，交由文化部代為執行投資國內文化創意產業，期透過資金挹注發展文化創意產業；而文化部於文策院設立後，自 108 年 6 月 17 日起委由該院代為執行投資管

²文化創意產業發展法第 9 條第 1 項規定：「國家發展基金應提撥一定比例投資文化創意產業。」

理業務。前開投資分為「加強投資文化創意產業實施方案」第 1、2 期計畫(下稱文創產業投資第 1、2 期計畫)及文化內容投資計畫。其中文化內容投資計畫係投資具專業經營能力與市場潛力之文化內容業者，俾促進產業生態系發展，計畫投資期間為 107 年 4 月 30 日至 114 年 4 月 29 日。依「文化部辦理文化內容投資計畫作業要點」(下稱文化內容投資計畫作業要點)第 3 點³規定略以，該計畫之投資範疇為有助於促進我國文化創意產業生態系發展之文化創意產業事業、文化創意產業專案，並以文化內容為主；且前開文化創意業者應為在我國登記設立之公司或有限合夥，或為非依我國法律登記設立，但主要營業活動於我國之境外事業。

(二)文化內容投資計畫有集中投資於少數對象之情形，且有單一廠商獲投資金額占比逾一成六

根據文化部所提供文化內容投資計畫投資資料顯示，截至 114 年 8 月底止，國發基金計核准投資 165 件，總核准金額約 55.67 億元，實際動撥金額約 33.92 億元。從投資類型分布觀之，以文化創意產業專案為主要投資對象，計 136 件，核准金額 28.12 億元，占比 50.51%，另文化創意產業業者共 28 件，核准金額 18.54 億元，占比 33.30%，另有文化創意產業創投事業 1 件獲核准投資(詳表 1)。

另由獲核准投資金額觀之，逾 1 億元者計有 6 家，核准投資金額計 18.74 億元，占國發基金總核准投資金額 33.66%，顯

³ 文化內容投資計畫作業要點第 3 點規定略以，本計畫之投資範疇限於有助於促進我國文化創意產業生態系發展之文化創意業者及文化創意產業專案(以下簡稱被投資事業)，並以文化內容為主。所稱文化創意業者應符合下列資格條件之一：(一)在我國登記設立之公司或有限合夥。(二)非依我國法律登記設立，但主要營業活動於我國之境外事業。文化創意業者如為創業投資事業，有關創業投資事業之申請、審議核決、議約簽約及投資後管理等事宜，悉依「文化部辦理文化創意產業創業投資事業作業要點」規定辦理，不受本要點限制。

示資金分配有集中少數公司現象；其中某單一有限合夥⁴申請案件所獲核准投資金額即高達 9 億元，占總投資金額之比率達 16.17%，為所有投資對象中比重最高者，顯示其投資配置具有高度集中性，未來需注意資金分配是否過度集中於單一大型投資案，以適度分散投資風險。

表 1 文化內容投資計畫投資情形表

單位:件；新臺幣千元；%

投資類型	核准件數	國發基金核准投資金額	國發基金核准動撥金額	核准投資金額占國發基金總投資金額比率
文化創意產業業者	28	1,854,393	1,301,293	33.31
文化創意產業專案	136	2,812,424	2,090,711	50.52
文化創意產業創投事業	1	900,000	0	16.17
合計	165	5,566,817	3,392,004	100

資料來源:文化部提供，本中心整理。

(三)所投資文化創意產業創投事業尚未完成有限合夥登記，允宜妥為研謀改善

另查該獲准投資案件之廠商係為有限合夥組織⁵，依有限合夥法第 3 條規定，有限合夥須經中央主管機關登記後始得成立；同法第 10 條第 1 項亦明定，未經設立登記，不得以有限合夥名義經營業務或進行法律行為，違反者處 1 年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣 50 萬元以下罰金，並自負民事責任⁶。另

⁴ 雅虎新聞網，文化部長讚這公司是今年金鐘獎最大贏家 文創基金明年上路，網址 <https://tw.news.yahoo.com/%E6%96%87%E5%8C%96%E9%83%A8%E9%95%B7%E8%A%E9%A%E9%80%99%E5%85%AC%E5%8F%B8%E6%98%AF%E4%BB%8A%E5%B9%B4%E9%87%91%E9%90%98%E7%8D%8E%E6%9C%80%E5%A4%A7%E8%B4%8F%E5%AE%B6-%E6%96%87%E5%89%B5%E5%9F%BA%E9%87%91%E6%98%8E%E5%B9%B4%E4%B8%8A%E8%B7%AF-070550608.html>(最後瀏覽日:114 年 9 月 29 日)

⁵ 經詢據文化部表示，該獲准投資案件之廠商非屬境外事業。

⁶ 有限合夥法第 39 條規定：「違反第 10 條第 1 項規定，未經登記而以有限合夥名義經營業務，或為其他法律行為者，行為人處 1 年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣 50 萬元以下罰金，並自負民事責任；行為人有 2 人以上者，連帶負民事責任。主管機關並應禁止其使用有限合夥之名義。」

查「文化部辦理投資文化創意產業創業投資事業作業要點」(下稱創投作業要點)第3點亦規定，本計畫之投資範疇應為在我國登記設立之公司或有限合夥事業。

惟有關該獲准投資之文化創意產業創投事業經查經濟部商工登記公示資料，尚無登記紀錄，其是否得申請並為國發基金之投資對象尚有疑義。經詢據文化部復以，創業投資事業之申請、審議核決、議約簽約及投資後管理等事宜，係依創投作業要點規定受理申請，並辦理審議核決等事宜，至該有限合夥之設立仍待有限合夥契約議定完成後，始向中央主管機關辦理登記。有關該有限合夥架構係由某文創管理顧問股份有限公司擔任普通合夥人⁷，至「有限合夥人」則包含國發基金(加強投資文化創意產業信託專戶)、金融控股公司、中華電信股份有限公司及其他潛在投資人。由上所述，基於所投資文化創意產業創投事業尚未完成有限合夥登記，亟待儘速依法辦理。

綜上，文化內容投資計畫所投資對象中有投資金額集中少數核准投資對象之情形，且有未完成設立登記事項者，文化部允宜督促文策院儘速依法辦理；又未來該有限合夥組織正式營運後，文策院允宜加強監督，避免其有逸脫政府或該院投資審議會監督之情事發生。

三、文化黑潮計畫範疇跨文化部諸多司、局，計畫預算差異大，且與既有計畫有所相關，允宜優化資源配置並整合相關計畫，俾提升綜效

文化部 115 年度預算案「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」

⁷ 有限合夥法第4條規定，普通合夥人指直接或間接負責有限合夥之實際經營業務，並對有限合夥之債務於有限合夥資產不足清償時，負連帶清償責任之合夥人。

(以下簡稱「文化黑潮計畫」)編列 27 億 2,062 萬 4 千元(另於一般性補助款編有支持臺灣文化內容再開發 375 萬 7 千元及保護出版文化內容原創力分支計畫 1,926 萬 6 千元，合計 2,302 萬 3 千元)。計畫期程 113 至 116 年度，計畫總經費 100 億元，旨在推動臺灣文化內容振興及發展，促進國家軟實力蛻變轉型。經查：

(一)文化黑潮計畫屬文化部重要計畫，列有 6 項政策主軸，編列經費跨諸多司、局及所屬業務，各政策主軸預算差距甚大，允宜優化資源配置

文化部 115 年度辦理文化黑潮計畫，分列影視音文化內容形成國際臺流、以文化內容為外交軟實力推動計畫、藝術文化內容主流化、保護出版文化內容原創力、創意文化內容產業生態鏈，以及科技文化內容應用突破等 6 項政策主軸，預算案數 27 億 2,062 萬 4 千元(詳表 1)，另於一般性補助款編有 2,302 萬 3 千元，主辦機關包含文化部相關司、影視及流行音樂產業局與國立傳統藝術中心等。若以各政策主軸預算配置情形觀之，115 年度影視音文化內容形成國際臺流預算案數 16 億 1,263 萬 7 千元，占年度預算案數 59.27%，其餘政策主軸占比分別為以文化內容為外交軟實力之 5.36%、藝術文化內容主流化之 9.83%、保護出版文化內容原創力之 10.10%、創意文化內容產業生態鏈之 8.15%、科技文化內容應用突破之 7.29%，顯示各政策主軸預算資源配置落差頗大，且仍以影視音文化內容形成國際臺流為主。

此外，若以分支計畫別觀之，115 年度預算案數超過 2 億元者，計有投資未來兒少影音內容倍增計畫 6 億元、國際臺劇內容升級計畫 4 億 6,300 萬元、提升故事力關鍵人才培育與電影內容升級 3 億 2,782 萬元、建構產銷均衡的文創產業生態系 2

億 2,167 萬元等 4 項計畫，介於 1 至 2 億元之計畫有 5 項，其餘計畫皆介於 4,800 至 8,000 萬元間者有 7 項，單項計畫金額高低差距近 10 倍，爰在執行推動時，除強化計畫執行進度與品質之控管外，允宜檢視計畫整體目標，檢討非核心、必要性之分支計畫，優化資源配置。

表 1 113 至 115 年度文化黑潮計畫預算編列及執行情形表 單位：新臺幣千元

政策主軸	工作項目(分支計畫)	文化部及所屬主辦機關	113 年度決算	114 年度預算	115 年度預算案
1. 影視音文化內容形成國際臺流	提升故事力關鍵人才培育、電影內容升級	文化部影視及流行音樂產業局	274,770	327,820	327,820
	國際臺劇內容升級計畫	文化部影視及流行音樂產業局	478,225	430,000	463,000
	流行音樂內容產業升級暨國際拓展計畫	文化部影視及流行音樂產業局	165,627	174,817	141,817
	投資未來兒少影音內容倍增計畫	影視及流行音樂發展司	600,000	588,500	600,000
	臺灣流行音樂史料蒐集及主題推廣	影視及流行音樂發展司	99,241	98,000	80,000
	小計	-	1,617,863	1,619,137	1,612,637
2. 以文化內容為外交軟實力推動計畫	以文化內容為外交軟實力推動計畫	文化交流司	173,349	157,610	145,737
3. 藝術文化內容主流化	傳統戲曲文化內容躍升計畫	國立傳統藝術中心	50,000	49,574	49,574
	視覺藝術能量提升暨品牌開展計畫	藝術發展司	148,586	129,259	104,200
	支持臺灣文化內容再開發	文化資源司	170,417	166,986	113,760
	小計	-	369,003	345,819	267,534
4. 保護出版文化內容原創力	擴大電子書計次借閱及優化圖書採購	人文及出版司	45,328	50,000	48,000
	拓展臺流文本外譯 Books from Taiwan 2.0	人文及出版司	47,433	50,500	50,500
	補助財團法人中央通訊社推動國際傳播交流	人文及出版司	50,000	50,000	50,000
	文化部獎勵實體書店串聯辦理創新書市活動	人文及出版司	70,000	67,000	67,000
	T-Comics 臺灣中長	人文及出版司	-	-	59,235

政策主軸	工作項目(分支計畫)	文化部及所屬 主辦機關	113 年度決 算	114 年度預 算	115 年度預 算案
	篇漫畫				
	小計	-	212,761	217,500	274,735
5. 創意文化 內容產業 生態鏈	建構產銷均衡的文創 產業生態系	文創發展司	234,012	266,140	221,670
6. 科技文化 內容應用 突破	以科技的文化應用推 波臺流擴散	文創發展司	210,343	163,841	198,311
合計		-	2,817,331	2,770,047	2,720,624

資料來源：文化部提供。

(二)辦理文化黑潮計畫與部分現有計畫相關，允宜加強整合，俾促提升計畫綜效

文化黑潮計畫之政策主軸中，有關影視音文化內容形成國際臺流部分，旨在突破國際平臺主導現狀，提升製作規格，提高產量產能，壯大臺流；保護出版文化內容原創力部分，則擬藉由保護出版文化內容，以加大文本創作資源，鞏固文化內容 IP 源頭，俾延伸跨域應用，創造多元臺流之目標。惟查部分計畫內容仍與其他現有計畫相關，如文化部及所屬於 113 年度辦理之「出版產業振興方案」及「影視音產業發展中程計畫」之「電影產業發展旗艦計畫」、「廣播電視內容產業發展旗艦計畫」、「流行音樂產業發展旗艦計畫」，及 114 至 118 年度辦理「影視音產業續航發展計畫」之「電影產業發展計畫」、「廣播電視內容產業發展計畫」、「流行音樂產業發展計畫」，及「出版產業振興方案」等計畫皆有所相關，其主要實施內容詳表 2。該等現有計畫主要實施內容包含辦理產製優質多元國片；辦理健全電影產業資金、創意、人才、映演環境；辦理電影產業國內外人才交流及培育、獎勵等業務；擴大文本來源、故事內容倍增；紮實產製內容、全面提升製作規格；強化「獎補助、投融資」雙軌制，以「投補合作」策略促進跨國合資合製；全方位人才

養成布局，蓄積產業動能；製作符合國際規格之臺流戲劇、大河劇、時代劇及綜藝影視內容，帶動影視人才及製作規格之提升等。鑑於辦理文化黑潮計畫與部分現有計畫相關，允宜加強整合，俾促提升計畫綜效

綜上，鑒於前開既有計畫與文化黑潮計畫工作內容多有相關，後續經費及資源配置，允宜聚焦文化黑潮計畫之核心目標，強化各計畫間橫向整合，妥慎檢討各分支計畫之必要性，並合理分配經費，俾發揮綜效。

表 2 文化黑潮計畫與相關計畫主要實施內容彙總表

文化黑潮計畫	相關計畫內容
「影視音文化內容形成國際臺流」面向之內容：突破國際平臺主導現狀，提升製作規格，提高產量產能，壯大臺流。	1. 電影產業發展計畫 (1)文化部影視及流行音樂產業局辦理。 (2)計畫主要實施內容包括：辦理擴大電影故事素材來源、產製優質多元國片，強化新導演輔導等業務；辦理健全電影產業資金、創意、人才、映演環境；辦理電影產業國內外人才交流及培育、獎勵等業務；電影事業管理與輔導；運用數位擬真技術，激發電影創意，實現多元類型電影之產製與內容品質提升；辦理製作具國際規格國片，鼓勵技術與國際接軌等業務。 2. 廣播電視內容產業發展計畫 (1)文化部影視及流行音樂產業局辦理。 (2)計畫主要實施內容包括：擴大文本來源、故事內容倍增；紮實產製內容、全面提升製作規格；強化「獎補助、投融資」雙軌制，以「投補合作」策略促進跨國合資合製；全方位人才養成布局，蓄積產業動能；鼓勵法人及民間內容製作業者開發具國際市場性之臺灣故事內容，製作符合國際規格之臺流戲劇、大河劇、時代劇及綜藝影視內容，帶動影視人才及製作規格之提升、提供產製國際級作品之實作機會及舞台；電視內容整合行銷、國際交流、海外通路之拓展。 3. 流行音樂產業發展計畫 (1)文化部影視及流行音樂產業局辦理。 (2)計畫主要實施內容包括辦理流行音樂內容開發、人才培育、產業經紀、行銷推廣等業務；拓展海內外市場，及鼓勵流行音樂業者及專業人士赴國際參展、交流等業務；促進跨界與跨業合作，邀請國際專業人才來台交流，強化國際產業合作；辦理金曲獎、金音創作獎及臺灣原創流行

	音樂大獎等獎勵業務；鼓勵以國際市場為目標打造流行音樂節目內容，帶動流行音樂產業升級。
「保護出版文化內容原創力」面向之內容：加大文本創作資源，鞏固文化內容 IP 源頭，以延伸跨域應用，創造多元臺流。	出版產業振興方案 1. 文化部辦理。 2. 計畫主要實施內容包括辦理或補助多元閱讀活動、閱讀推廣平臺；健全出版生態系，輔導獎勵多元形式優質出版之發展，包含出版品海內外行銷推廣、出版創新等；辦理或獎補助出版產業人才培育及交流、圖文原創作品創作及出版等。

資料來源：文化部提供。

四、近年藝文活動網路購票，屢發生黃牛票情事，允宜妥為籌謀與精進，以遏止類此事件再度發生

為推動流行音樂現場演出實施票券實名制及藝文表演票券黃牛防制相關業務，文化部 115 年度預算案於「影視及流行音樂策劃與發展-影視音政策規劃補助與跨域整合-獎補助費」項下編列 2,200 萬元，用於辦理藝文表演票券黃牛防制業務，含專業人力與法律諮詢協助、補助推動藝文表演票券正常流通及維護市場秩序，與維護檢舉黃牛專區網站等。經查：

(一)為防制黃牛票，政府已修法，並建置黃牛票檢舉及實名制補助機制，期落實表演現場票券實名制

文化部為防制黃牛票問題所修正之文化創意產業發展法(下稱文創法)第 10 條之 1⁸，業於 112 年 5 月 31 日開始施行，除加重對黃牛票罰則及賦予地方政府更大裁罰權限外，並強化檢舉與調查機制。倘民眾發現有疑似演唱會、展覽等藝文活動之黃牛票券，可逕向文化部或活動所在地文化局提出檢舉。目前市縣文化局網站亦多設有「線上檢舉表單」或聯絡電話提供

⁸ 文創法第 10 條之 1 規定略以，凡將藝文表演票券以超過票面金額或定價販售者，按票券張數，由主管機關處票面金額或定價之 10 倍至 50 倍罰鍰，且以虛偽資料或其他不正方式，利用電腦或其他相關設備購買藝文表演票券，取得訂票或取票憑證者，處 3 年以下有期徒刑，或科或併科新臺幣 300 萬元以下罰金，期有效遏阻黃牛票之情形。

民眾檢舉，文化部並成立黃牛檢舉專區，以因應民眾及地方政府諮詢需求，俾地方政府於規劃檢舉、調查流程及裁罰標準等法令遵循流程需有專業法律諮詢服務及人力協助時，提供相關協助。

據該部所陳，持續與內政部警政署刑事警察局及地方政府、售票平台等保持資訊合作交換，藉由售票平台過濾異常帳號及訂單，主動送請具調查權之內政部警政署刑事警察局偵查第九大隊偵辦，藉由隨時蒐集相關檢舉資料並適時提供警察單位調查，強化查察效力。

114 年 1 至 7 月底止，各級政府接獲檢舉案件數即達 2,093 件，已超越 112 年之 1,593 件，另 113 年亦達 7,236 件(詳表 1)，據文化部陳稱，係因當年度周杰倫演唱會等大型活動，帶動民眾檢舉數量激增，導致案件數暴增。另據該部查處數據觀之，接獲檢舉案件數逐年增加，地方政府實際裁處案件數亦隨之增加，已由 112 年之 13 件，逐步增加至 114 年 1 至 7 月底止之裁處 201 件。此外，該部陳復警方亦破獲 AI 黃牛、Max 搶票機器人、全臺最大黃牛夫妻檔等，顯示執法技術與能量已逐漸提升。

表 1 112 至 114 年 7 月底止黃牛票查處情形表 單位:件

項目	112 年	113 年	114 年 7 月底	備註
接獲檢舉案件數	1,593	7,236	2,093	113 年 10 月因周杰倫演唱會開賣湧入大量檢舉案件
調查案件數 ¹	411	1,817	698	
地方政府裁處案件數	13	134	201	

說明:1. 含地方政府提供之自行調查案件數。

2. 不正方式係由警方調查，並非地方政府裁處，目前文化部送請警方調查之不正方式案件共 3 件，2 件緩起訴、1 件不起訴。

資料來源:文化部提供。

(二)補助演唱會實施票券實名制對遏止黃牛歪風雖有短期之效，惟黃牛票集團持續變換手法，為提升修法成效，仍宜研謀

長期精進作法

為鼓勵業者辦理現場演唱會採用實名制，文化部分別於 113 至 115 年度各編列 2,925 萬元、2,127 萬元及 2,200 萬元預算⁹(詳表 2)推動流行音樂現場演出實施票券實名制之補助及辦理藝文表演票券黃牛防制相關業務，主要係輔導國內場館結合流行音樂演唱會主辦單位實施票券實名制。據文化部統計，112 及 113 年度各補助 4 案、314 萬 7 千元及 53 案、2,295 萬元，114 年截至 7 月底止已有 134 場演唱會公布實施實名制，包含張學友、陳奕迅、蘇打綠、米津玄師、戴佩妮、YOASOBI、G-DRAGON 等熱門演唱會，目前亦正陸續收案審查中。

表 2 文化部補助演唱會實名制概況表 單位：場、件、新臺幣千元

項目	112 年度	113 年度	114 年度*	115 年度
公布實施實名制之演唱會場次數	13	77	134	-
補助件數	4	53	35	-
補助預算數	-	29,250	21,270	22,000
補助決算數	3,147	22,950	5,640	-

說明：1. 114 年度除預算數外，均為截至 7 月底資料，且決算數為核定補助金額。

2. 係該部以人工至國內各大購票平台統計規模 1 萬人以上實施實名制之場次。

資料來源：文化部提供，本中心整理。

演唱會票券實名制之落實，需有大量人力配合查驗，惟鑒於黃牛票集團持續變化手法¹⁰，實名制之導入除額外增加之人力成本，且增加民眾入場等待時間，故實名制僅為推動初期為鼓勵業者導入，並減少民眾不便，由政府補助建置或擴充相關查

⁹ 112 年度由提升影視音智慧發展分支計畫之獎補助費支應，113 年度起由影視音政策規劃補助與跨域整合分支計畫之獎補助費支應。

¹⁰ 刑事警察局破案快訊，黃牛集團認栽！刑事局查扣大量 GD 演唱會序號及偽造身分證工具，網址：<https://www.cib.npa.gov.tw/ch/app/news/view?module=news&id=1885&serno=e0a7d7fa-69c5-4d4e-a86a-87bdcd53c6f1>(最後瀏覽日：114 年 9 月 29 日)

驗系統及增加相關現場查驗人力。惟後續允宜檢討補助制度，鼓勵業者強化系統及長期之能量建置，同時提升地方政府調查與裁罰之執法能力與技術，以遏止黃牛歪風。

綜上，近年藝文活動網路購票，屢發生黃牛票情事，為防制黃牛票，中央政府已修法並建置黃牛票檢舉及實名制補助機制，期落實表演現場票券實名制；然補助演唱會實施實名制雖有短期之效，為政府經費之合理運用，允宜強化地方政府調查與裁罰之執法能力，以提升修法成效並杜絕黃牛歪風。

五、「空總臺灣當代文化實驗場第三期整體發展計畫」(115 至 117 年度)，尚未獲行政院核定，且容有閒置空間使用待提升之問題，允宜積極研謀改進，俾計畫獲最大效益

文化部 115 年度預算案於「文化創意產業發展業務」新增編列 1 億 1,800 萬元，辦理「空總臺灣當代文化實驗場第三期整體發展計畫」（以下簡稱空總第三期計畫）。經查：

(一)整體計畫概要及預算執行情形

- 1.「空總文化實驗室第一期發展整體計畫」(計畫期程 107 至 108 年)其目的係推動辦理空總臺灣當代文化實驗場，該實驗場係於 107 年 8 月 18 日正式啟動，並由財團法人臺灣生活美學基金會進駐營運管理。嗣文化部於 108 年提擬「空總臺灣當代文化實驗場第二期整體發展綱要計畫」(以下簡稱空總第二期計畫)，並於 108 年 11 月獲行政院原則同意續辦¹¹，109 年度編列預算 3 億 6,025 萬 1 千元，110 年度因計畫遲未完成審議程序而暫緩編列預算，111 年度再依行政院函¹²同意之經費額

¹¹109 年度因計畫尚未完成審議程序，係依行政院 108 年 6 月 6 日院臺文字第 1080012289 號函同意之經費額度編列預算。

¹²行政院函 110 年 7 月 28 日院臺文長字第 1100020630 號函。

度，編列預算 2 億 2,156 萬 3 千元。

2. 嗣該計畫經修正於 110 年 11 月 12 日獲行政院核定，核定計畫較原擬計畫差異為：因文化資產審議公告新增古蹟定著範圍及多棟古蹟及附屬建物，使可開發面積大幅下降，致科技部(現為國家科學及技術委員會)及經濟部退出原計畫之新建工程項目；辦理期程由 109 至 116 年度修正為 111 至 113 年度；總經費由原規劃 153.44 億元(經濟部 44.63 億元、科技部 20.22 億元及文化部 88.59 億元)，縮減為僅編列文化部之 7 億 5,583 萬 8 千元。惟空總第二期修正計畫再於 112 年 6 月經行政院核定，總經費調增為 10 億 2,407 萬 9 千元，增加 2 億 6,824 萬 1 千元，主要係新增古蹟修復工程經費及鄰近古蹟未具文資身分之「新辦公大樓」拆除工程，並因應營建物價上漲而調整經費，計畫期程並延長至 114 年度。
3. 「空總臺灣當代文化實驗場第二期整體發展計畫」114 年度可支用預算數 3 億 2,122 萬 6 千元(含本年度 2 億 5,678 萬元及以前年度保留數 6,444 萬 6 千元)，截至 114 年 8 月底，累計分配數為 2 億 663 萬 4 千元、累計執行數為 1 億 6,109 萬 3 千元(含 114 年度實現數 1 億 299 萬 9 千元；以前年度實現數 4,165 萬 1 千元、預付數 1,644 萬 3 千元)，占累計分配數之 78%，目前主要支用於空總執行之舊辦公大樓古蹟修復工程，係按進度辦理估驗計價，工程預計於 114 年底完工。
4. 文化部透過第一期及第二期公共建設計畫，進行場域空間優化，針對基地內 20 棟建物及 11 處碉堡、防空洞及值班室等附屬設施，進行修復、修繕或拆除(目前僅剩中正堂等 3 處古蹟附屬設施待修復)；計畫同時建置包含聲響實驗室、IP 內容實驗室及虛擬攝影棚、動畫創作者基地等專業創作、實驗及

培育設施，並以實驗基地、產業培力中心、文化平臺及國際機構結盟等四大主軸，策略推動科技媒體跨域藝術的發展，提供跨域藝術工作者實驗創作支持場域，並開放公眾參與。

(二)中山堂等 4 處空間使用率介於 19.10%至 81.90%間，仍有待提升

空總原有 26 處建築，其中 5 處因屬高氣離子建物或為利古蹟養護而拆除，3 處刻正修復，另 3 處做為開放空間及經濟部社會創新實驗中心進駐辦公室，其餘 15 處作為展演、租借空間、圖書閱覽、輕食、培訓及軍樂隊辦公室(詳表 1)，其中 11 處使用率 100%，惟中山堂、通信分隊宿舍、聯合餐廳、美援大樓等 4 處 113 年度至 114 年 8 月底使用率介於 19.10%至 81.90%間(詳表 2)，據文化部說明略以，主要係因 113 年度中山堂、通信分隊宿舍、聯合餐廳等配合園區內舊辦公大樓修復工程，造成區段性使用率降低，俟舊辦公大樓修復工程於 114 年底完工後應可大幅改善使用情形。美援大樓則屬古蹟附屬設施，尚未進行修復，目前暫未對外開放租借，僅為園區自辦展覽使用，致影響其使用率。

表 1 空總空間使用概況表

單位：處

項目	數量	用途
已拆除	5	4 棟高氣離子建物，無使用(福利大樓、政戰大樓、D 棟及 B 棟宿舍；1 棟為利古蹟養護而拆除(新辦公大樓)
修復中	3	2 處古蹟建物(通信處辦公室、戰情大樓)、1 處古蹟附屬建物(舊辦公大樓)；112 年 3 月開始修復，通信辦公室預計 113 年 11 月修復完成、其餘預計 114 年 6 月修復完成
使用率 100%	11	士官大樓、憲兵連、診療所、軍樂隊辦公室、機電房、中正堂、E 棟宿舍、C 棟宿舍、A 棟宿舍、加油站、羽球館
使用率待提升	4	中山堂、通信分隊宿舍、聯合餐廳、美援大樓
其他用途	3	停車棚(工廠)為開放空間；軍務處及文電中心為經濟部中小企業處社會創新實驗中心進駐
合計	26	

資料來源：文化部提供。

表 2 空總使用率待提升空間概況表

單位：平方公尺；%

建物名稱	樓地板面積	使用現況	啟用年月	各年度使用率	
				年度	使用率
中山堂	1,675.12	命名為圖書館展演空間，為短期活動租借空間	107/8	107	35.29
				108	51.67
				109	47.54
				110	67.31
				111	67.00
				112	73.88
				113	62.00
				114/8	61.30
通信分隊宿舍	731.09	命名為通信分隊展演空間，為短期活動租借空間	107/11	107	0
				108	40.86
				109	66.93
				110	76.77
				111	48.00
				112	60.79
				113	53.60
				114/8	81.90
聯合餐廳	1,974.27	命名為聯合餐廳展演空間，為短期活動租借空間，另有響實驗室及工作室進駐空間	107/8	107	4.58
				108	30.93
				109	43.30
				110	61.27
				111	50.00
				112	67.16
				113	65.20
				114/8	53.90
美援大樓	987.76	命名為美援大樓展演空間，110年起指定為古蹟附屬設施，尚未進行整修，暫時僅供園區自辦展覽使用	109/5	107	-
				108	-
				109	69.44
				110	55.08
				111	28.00
				112	45.41
				113	19.10
				114/8	35.80

資料來源：文化部提供。

(三)空總第三期計畫尚未獲行政院核定，俟核定後允宜積極推動，俾利計畫後續推展

文化部於 114 年 4 月 14 日將空總三期計畫函報行政院審核，行政院刻辦理審核程序中，內容主要係辦理基地古蹟定著範圍內尚未進行修復之中正堂、美援大樓及碉堡等 3 處古蹟附

屬設施進行修復工程之前置規劃設計及招標作業，並於中正堂（目前為空總劇場）整修期間，為持續提供基地內展演空間，故同時規劃設置臨時性展演場地；至於營運方面，仍持續委託財團法人臺灣生活美學基金會於空總執行公眾藝文活動活化場域、進行產業培力，辦理實驗支持與國際交流共製等相關工作，該部目前規劃執行期程為 115 至 117 年，總經費 8 億 412 萬 3 千元，俟計畫獲核定後，允宜積極推動辦理。

綜上，文化部 115 年度新辦「空總臺灣當代文化實驗場第三期整體發展綱要計畫」，其計畫尚未獲行政院核定，俟核定後允宜積極推動，俾利計畫後續推展；另中山堂、聯合餐廳及美援大樓等 4 處自 113 年度以來使用率僅 19.10%至 65.20%，允宜積極提升空間使用率，俾利計畫獲致最大效益。

六、為充實公共電視臺語台之內容並擴散臺語製播人才，允宜強化成效追蹤及媒合工作，俾利成果擴散

文化部 115 年度預算案「影視及流行音樂策劃與發展-發展國際數位傳播」及「影視及流行音樂推動與輔導-對財團法人公視基金會捐助」各編列 80 萬元及 6 億 2,265 萬元，合計共 6 億 2,345 萬元。經查：

(一)計畫概要

「公共電視內容產製與應用計畫」總經費 26 億 8,000 萬元，執行期間為 114 至 117 年度，主要係補助公視製播各類優質節目、培育臺語專業人才及營運公視臺語台等。其前期計畫係「公共電視內容產製與應用計畫」(110 至 113 年)，主要工作項目包含「公視臺語台營運及節目規劃」及「製播主頻節目內容」，嗣公共電視法修正條文於 112 年 6 月 21 日施行，解除公

視捐贈經費上限，得以保障族群專款專用及獨立性，本計畫爰以協助公廣集團製播多元優質臺語電視節目，及營運臺語頻道，俾充實臺語頻道節目內容，培育臺語節目製播人才，以豐富我國文化內涵。

(二)臺語台首播時段收視率略有改善，惟仍宜持續精進

據公視基金會提供資料顯示，臺語台於 108 年 7 月正式開播後，其首播時段收視率由 109 年度之 0.12% 增至 113 年之 0.18% (詳表 1)，概呈上升趨勢。依據 114 年 1 至 7 月之最新調查，其首播時段收視率達 0.20%，允宜持續精進改善。

查文化部補助公視臺語台之中長程計畫¹³所訂績效指標包括製播臺語節目時數、規劃發展臺灣 IP 輸出國際件數、戲劇合資合製件數、戲劇原創內容開發件數、影音社群平台觸達數、YouTube 訂閱數、臺語專業人才培訓時數及參訓人次，惟未將臺語台收視率納為績效指標評估標準。概收視率之提升尚涉及收視人口分布、節目類型及其他商業台競爭等因素，惟仍為瞭解其經營成效之重要觀察指標。為利瞭解計畫執行成效，宜將臺語台收視率納為績效指標之一，作為研訂節目規劃或內容強化方案之參據。

表 1 109 至 114 年度公視及臺語頻道首播時段收視統計表 單位：%

頻道別	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度	113 年度	114 年度
公視主頻道	0.33	0.31	0.23	0.23	0.21	0.17
公視臺語台	0.12	0.15	0.17	0.15	0.18	0.20

說明：1. 上表數據為公視主頻道及公視臺語台 18:00:00 - 23:59:59 收視資料。

2. 114 年度係 114 年 7 月底資料。

資料來源：公視基金會提供。

(三)公視陸續辦理臺語影視人才培育課程，惟部分課程未追蹤學員後續就業，且未有相關媒合機制，允宜研謀改善

¹³ 「公共電視內容產製與應用計畫(114-117 年)」中長程計畫。

鑒於目前臺語專業之影視人才較少，長期恐影響臺語影視內容品質及量能，爰公視臺語台自 113 年開始辦理「臺語聲音學院」以培育臺語影視人才。詢據文化部提供資料顯示，公視為培育臺語節目製播人才，108 年度至 114 年 7 月底陸續辦理臺語說演、配音、主持人、主播與節目媒體製播等課程(詳表 2)，所追蹤之部分學員已擔任臺語主持人、參與臺語戲劇演出或擔任臺語翻譯、指導工作，惟開辦課程仍有多數課程未追蹤學員後續就業情形或僅描述開班之學員狀態，無從瞭解其就業情況或擴散效益，允宜完善該類影視人才培育學員就業追蹤機制，並擴大媒合及引介機制，俾利未來課程內容精進，及擴散培育成效。

表 2 108 年度至 114 年 7 月底公視培育臺語節目製播人才概況表

單位：人

年度	培育課程名稱	時數或天數	學員數	學員後續就業追蹤
108	臺語說演工作坊	24 小時	30	3 人曾擔任臺語主持人或參與臺語戲劇演出
108	2019 公視臺語台新聞配音培訓	20 小時	10	無追蹤
108	2019 臺語紀實戲劇編導培訓	33 小時	30	無追蹤
109	中教大臺語系產學合作-臺語媒體製作與傳播課程	22 小時	30	課堂學員後續有個別與臺語台合作，包含臺語翻譯工作等等項目
109	臺語口說表演工作坊	30 小時	30	1 人曾擔任臺語主持人及臺語指導
110	臺語實境節目主持人培訓	4 天	20	9 人曾擔任臺語主持人或臺語指導
110	中教大臺語系產學合作-臺語媒體製作與傳播課程	22 小時	30	無追蹤
112	成大臺語系產學合作-臺語媒體製作與傳播	28 小時	30	無追蹤
113	學生主播招募培訓計畫	15 小時	24	10 人成為〈公民，咱的新聞〉的學生主播
113	臺語聲音學院-配	60 小時	30	臺語新詞辭庫—妝予嬌嬌美容院活動

年度	培育課程名稱	時數或天數	學員數	學員後續就業追蹤
	音班			遊戲配音，媒合「臺灣動畫特效協會-動畫新秀培訓成果作品」、「臺灣博物館 IP 動畫」角色配音
113	臺羅拼音讀看覓-臺文班	16 小時	20	部分為臺語台員工，部分為臺語配音班之學員。
113	2024 臺語新聞過音初階班	24 小時 (3 梯次)	45	南部中心部分學員未來規劃成為南部中心新聞組的臺語新聞過音員
114	臺語表演班臺北班	100 小時	12	其中 9 位學員另選修 10 節臺文課。8/2 結業公演。
114	臺羅拼音讀看覓-臺文班	16-20 小時	20	部分為臺語台新進員工，部分為臺語表演班之學員
114	臺語台表演班-高雄班	100 小時	12	將媒合臺語台戲劇作品試鏡機會

資料來源：整理自文化部提供資料。

綜上，文化部 115 年度賡續辦理「公共電視內容產製與應用計畫」，允宜掌握臺語台節目收視狀況，俾瞭解其辦理成效；另公共電視辦理臺語影視人才培育，惟未完整追蹤學員後續就業情形，以及配套之媒合與引介機制，允宜妥為研擬完整之配套機制，俾利課程內容精進及成果擴散。

七、「岸內影視基地發展計畫」自償率偏低，為永續運營及發揮計畫效益，允宜妥慎規劃營運策略，提升計畫整體效益

文化部 115 年度預算案「影視及流行音樂策劃與發展」編列 2 億 9,390 萬元賡續辦理「岸內影視基地發展計畫」，經查：

(一)計畫概要及辦理進度

1. 「岸內影視基地發展計畫」期程為 114 年至 117 年，總經費 16.08 億元，其中中央補助 11.25 億元、臺南市政府配合款 4.83 億元。計畫主要工作內容係為支持各影視劇組於基地搭景拍攝、推動日治至戰後初期時代場景建置、倉庫及紅樓等歷史建物修復，及影視人才培育、國際行銷推廣等。
2. 該計畫基地位於臺南市鹽水區，開發面積約 10 公頃，累計 107

至 114 年間已投入 8.45 億元（含臺南市政府配合款 2.64 億元），完成清代漢人市街、日治榮町街景等場景規劃及修建、戶外拍攝區與外搭景用地整備、公共環境改善、7 棟既有建物與倉庫工程（另現尚有 6 棟執行中），並辦理場景區景觀縫合工程及搭景補助作業等。該部續於 115 年度預算案編列 2 億 9,390 萬元推動日治至戰後初期時代場景建置、倉庫及紅樓等歷史建物修復，及影視人才培育、國際行銷推廣等。另據報載該基地受 114 年 7 月份丹娜絲颱風影響受創嚴重一事，經詢文化部陳復，颱風確導致部分場景與景觀工程受損，並造成部分工程及劇組拍攝期程延遲，惟臺南市政府已動用災害準備金辦理拆除、清運及復建，預計年底完成，同時劇組拍攝及工程皆於協調後續行，應不影響整體期程推動。

(二)該計畫基地不具自償能力，為永續經營並發揮經濟及社會效益，允宜妥慎規劃營運策略，提升計畫整體效益

據文化部提供資料，本計畫基地預計於 118 年正式營運，以完工營運之 30 年評估年期，自償率僅 26.25%，淨現值為負 17.8 億元，內部投資報酬率亦為負數，亦即該計畫不具自償能力及投資財務效益。經據文化部回復資料，岸內影視基地為我國少數具完整時代場景之片場，屬文化公共建設，目的在於提升影視產業量能、培育人才及帶動觀光經濟，尚難僅以財務報酬衡量，並指陳臺南市政府已思考及規劃未來透過導入民間資源，包括招商、委託專業營運、跨域合作等模式，並配合影視觀光推廣，以逐步降低對政府財源依賴。鑒於本基地不具自償能力，為該基地永續經營，並發揮該影視基地之經濟及社會效益，允宜妥慎規劃影視基地營運策略，以提升計畫整體效益及降低對政府財源之依賴。

綜上，文化部 115 年度預算案賡續辦理「岸內影視基地發展計畫」，用以補助臺南市政府發展建設岸內影視基地，因計畫財務評估不具自償能力及投資效益，為該基地永續經營，並發揮經濟及社會效益，允宜妥慎規劃營運策略，提升計畫整體效益。

八、近年媒體政策及業務宣導費預算概呈增加趨勢，允宜本節約原則審慎編列與使用，並整合相關資源，以獲致最大廣宣效益

文化部 115 年度預算案於「綜合規劃業務」、「文化資源業務推動與輔導」、「國家鐵道博物館籌備業務」、「國家兒童未來館籌備業務」、「文化創意產業發展業務」、「影視及流行音樂策劃與發展」、「人文文學及出版業務推展與輔導」、「國家漫畫博物館籌備業務」、「視覺及表演藝術之策劃與發展」、「交響樂團業務」、「臺南國家美術館籌備處業務」、「文化交流業務」及「蒙藏文化中心業務」編列「媒體政策及業務宣導費」（下稱媒宣費）合計 4,738 萬元（詳表 2）。經查：

（一）近 5 年度媒宣費預算概呈增加趨勢，115 年度預算案編列媒宣費較 113 年度增加 12.22%

文化部 115 年度預算案編列媒體政策及業務宣導費合計 4,378 萬元（詳表 1），較 114 年度預算 0 元¹⁴，增加 4,378 萬元，亦較 113 年度公務預算 4,222 萬元，增加 156 萬元，增幅 12.22%（詳表 1）。此外，該部媒宣費近 5 年呈現逐年增加趨勢，由 111 年度公務預算媒宣費 3,603 萬 9 千元，增加至 115 年度 4,378 萬元，增幅 31.47%。

¹⁴ 文化部 114 年媒體政策及業務宣導費預算案，經本院審查決議全數刪除。

表 1 文化部 111 至 115 年度「媒體政策及業務宣導費」預算概況表

單位：新臺幣千元；%

項目	111 年度	112 年度	113 年度 (A)	114 年度	115 年 度(B)	C=B-A	C/Ax100%
公務預算(1)	36,039	40,970	42,220	0	47,380	5,160	12.22
特別預算合計(2)	-	13,150	12,650	5,700			
--前瞻基礎建設計畫 第 4 期特別預算	-	-	1,000	-			
--前瞻基礎建設計畫 第 5 期特別預算	-	-	-	0			
--疫後強化經濟與社 會韌性及全民共享 經濟成果特別預算	-	13,150	11,650	5,700			

說明：111 至 114 年度為法定預算；115 年度為預算案數。

資料來源：文化部提供。

(二) 115 年度預算案媒宣費以辦理文化交流為主要用途，惟有重疊之處，允宜釐清差異，俾有效整合資源

文化部 115 年度預算案編列「媒體政策及業務宣導費」科目計有 13 項(詳表 2)，其中以文化交流業務編列 1,595 萬元為最，主要係辦理全球布局策略推展計畫、國際及兩岸區域布局計畫、畫、文化內容外交軟實力推動計畫之相關媒體宣導、託播及刊登。經詢據該部表示，有關全球布局策略推展計畫係辦理促成國際藝文機構、組織來臺設點或進行合作，促進臺灣文化輸出之相關媒體宣導經費；國際及兩岸區域布局計畫則為辦理海外據點文化交流活動、補助辦理國際文化交流計畫及辦理「We TAIWAN 大阪世博回臺灣」計畫之相關媒體宣導經費。惟查文化交流業務之目的或為全球布局，或為國際及兩岸區域布局，實則皆為全球布局之一環，且主要內容亦皆在推動交流合作，為免工作內容重疊致影響資源之有效配置，允宜釐清差異並協調整合，俾獲致最大廣宣效益。

表 2 115 年度預算案文化部媒宣費編列概況表

單位：新臺幣千元

業務別	工作內容	合計
綜合規劃業務	辦理文化發展之評估與推動，相關文化傳播推廣、行政院文化獎與文馨獎等宣導	3,000
文化資源業務推動與輔導	1. 社區營造及村落文化發展 2. 支持臺灣文化內容再開發	3,000
國家鐵道博物館籌備業務	臺北機廠活化轉型國家鐵道博物館園區實施計畫（展覽與活動宣導）	1,200
國家兒童未來館籌備業務	國家兒童未來館興建計畫（展覽與活動宣導）	200
文化創意產業發展業務	1. 臺灣文博會宣導 2. 臺北時裝週宣導 3. 空總臺灣當代文化實驗場宣導 4. 藝文消費促進推展	10,850
影視及流行音樂策劃與發展	影視音政策規劃與跨域整合；藝文表演票券黃牛防制宣導	2,500
人文文學及出版業務推展與輔導	1. 國家語言發展宣導 2. 文學發展及閱讀推廣（金繪獎、兒童文化館、中小學讀物） 3. 出版事業輔導（金鼎獎、金漫獎、青漫獎、國際書展） 4. 出版產業振興方案 5. 出版文化內容原創保護	6,000
國家漫畫博物館籌備業務	國家漫畫營運推展（主題展覽、創作徵集、推廣活動宣導）	1,000
視覺及表演藝術之策劃與發展	視覺藝術輔導與推動（公共藝術獎、藝術銀行、攝影文化中心、展覽及宣導）	1,000
交響樂團業務	交響樂團演出、音樂創作、徵曲活動宣導	1,680
臺南國家美術館籌備處業務	臺南國家美術館籌備營運推展宣導	200
文化交流業務	1. 全球布局策略推展 2. 國際及兩岸區域布局（含大阪世博計畫） 3. 文化內容外交軟實力推動	15,950
蒙藏文化中心業務	1. 蒙古、西藏文化推廣與交流 2. 蒙藏文化社教典藏推展	800
總計		47,380

資料來源：文化部提供。

(三)媒宣費應本零基預算精神覈實編列，力求節約並撙節辦理

文化部媒宣費近年概呈增加趨勢，115 年預算案增加至 4,738 萬元，依「落實零基預算精神強化預算編製作業精進措

施」揭示，各主管機關應就本機關及所屬機關(構)之計畫及預算，從成本效益觀點全盤思考，檢討其辦理之必要性及經費之合理性，減少不經濟支出，並參酌媒體政策及業務宣導以前年度執行情形，本摺節原則覈實編列。

綜上，文化部 111 至 115 年度媒宣費預算概呈遞增趨勢，115 年度預算案較 113 年度增幅 12.22%，且部分工作內容或有重疊之處，允宜依節約原則，詳實評估各宣導計畫必要性，有效整合資源，以獲致最大廣宣效益。

九、115 年度預算案部分新興跨年期計畫，未於預算書內妥適揭露計畫內容，不利預算審議，允宜檢討改進

文化部 115 年度預算案分別於「綜合規劃業務」工作計畫項下新增辦理「文化與 AI 融合創新計畫」；「影視及流行音樂策劃與發展」工作計畫項下新增辦理「AI 創新應用服務計畫」；「文化創意產業發展業務」工作計畫項下新增辦理「空總臺灣當代文化實驗場第三期整體發展計畫」；以及新增辦理之跨單位「人文驅動之未來社會關鍵課題研究與發展計畫」等 4 項新興計畫(詳表 1)，均屬跨年期執行計畫，惟未於預算書中妥適揭露。謹說明如下：

(一)相關規定

1. 預算法第 39 條規定：「繼續經費預算之編製，應列明全部計畫之內容、經費總額、執行期間及各年度之分配額，依各年度之分配額，編列各該年度預算。」
2. 中央各主管機關編製 115 年度概算應行注意辦理事項第 13 點規定：「各機關跨年期計畫應儘早研擬及完成核定程序，並應比照預算法第 39 條有關繼續經費之規定，依事實情形除於總預算案歲出機關別預算表與單位概(預)算書列明計畫名稱、

經費總額、執行期間、本年度編列數及以前年度法定預算數總數（含動支預備金）外，並於單位概（預）算書之跨年期計畫概況表表達。」

(二)115 年度預算案部分新興跨年期計畫未妥適揭露，允宜檢討改善，以利審議

依文化部提供之資料，115 年度「綜合規劃業務」工作計畫項下新增辦理「文化與 AI 融合創新計畫」；「影視及流行音樂策劃與發展」工作計畫項下新增辦理「AI 創新應用服務計畫」；「文化創意產業發展業務」工作計畫項下新增辦理「空總臺灣當代文化實驗場第三期整體發展計畫」；以及新增辦理之跨單位「人文驅動之未來社會關鍵課題研究與發展計畫」等 4 項新興計畫，於預算案送本院審議前¹⁵尚未核定，惟前揭 4 項新興計畫預估經費合計逾 19 億元，其中除「空總臺灣當代文化實驗場第三期整體發展計畫」為 3 年期、「文化與 AI 融合計畫」為 5 年期跨年期計畫外，其餘 2 項為 4 年期跨年期計畫。查該部 115 年度預算案均編列第 1 年所需經費（詳表 1），卻未於預算書中「跨年期計畫概況表」表達揭露該等計畫執行期間及經費總額等資訊，外界難窺整體計畫全貌及檢視所需經費之合理性，允宜檢討改進，俾利預算審議。另為避免預算審議通過而計畫尚未核定致影響預算資源之有效運用，嗣後於研提相關跨年期計畫時，允宜核實依前揭編製概算應行注意事項規定，提前作業以降低年度預算已編列而計畫未核定之情事。

¹⁵預算法第 46 條規定：「中央政府總預算案與附屬單位預算及其綜計表，經行政院會議決定後，交由中央主計機關彙編，由行政院於會計年度開始 4 個月前提出立法院審議，並附送施政計畫。」

表 1 115 年度預算案編列跨年期新興計畫一覽表

單位：新臺幣千元

工作計畫	分支計畫	計畫內容	計畫 期程	計畫 總經費	115 年度 預算數
綜合規劃業務	文化與 AI 融合計畫	1. 文化資料匯流平台建置完成。 2. 公務行政助理功能上線服務。	115 至 119 年度	183,917	23,917
影視及流行音樂策劃與發展	AI 創新應用服務計畫	1. 建置及持續優化臺灣手語語料庫及內容(如與緊急災害相關詞彙影片)。 2. 開發口語文字自動轉換為手語 AI 模型。	115 至 118 年度	400,000	21,366
文化創意產業發展業務	空總臺灣當代文化實驗場第三期整體發展計畫	1. 古蹟及附屬設施修復。 2. 臨時劇場演出空間 1 座。 3. 計畫補助與實驗支持計畫 6 項。 4. 主題實驗展演映活動計畫 3 場(至少 2 萬 5,000 人次/年)。 5. 文化實驗講座-大型論壇 6 場(至少 250 人次/年)。 6. 市民及兒童創意學習講座及課程 18 場(210 人次/年)。	115 至 117 年度	804,123	118,000
文化部之「綜合規劃業務」等	人文驅動之未來社會關鍵課題研究與發展計畫	1. 透過輔導，於文化基地場域辦理與科技人主題相關交流活動至少 2 場次。 2. 整合物聯網技術於文資防災應用，示範優化古蹟歷史建築等文化資產災害防護效能。 3. 研究國內 AI 技術應用於文化產業供需現況並蒐研國際文化產業應用 AI 之標竿案例。	115 至 118 年度	525,933	118,233 (文化部 8,047 萬 5 千元；文化資產局 3,775 萬 8 千元)
文化資產局之「文化資產業務」					

資料來源：文化部提供。

綜上，文化部 115 年度預算案編列「文化與 AI 融合創新計畫」、「人文驅動之未來社會關鍵課題研究與發展計畫」、「AI 創新應用服務計畫」、「空總臺灣當代文化實驗場第三期整體發展計畫」等 4 項跨年期執行之新興計畫，因計畫尚未核定，且未於預算案中「跨年期計畫概況表」列明全部計畫內容及所需經費，重大施政計畫之規劃及預算編製作業，未盡周延詳實，允宜檢討改善，

俾利審議及外界監督。

一〇、兩廳院推廣廊道暨地面景觀計畫因營建物價調漲或期程延長而增加經費，允宜加強監督

文化部 115 年度預算案「藝術業務推展與輔導-行政法人國家表演藝術中心營運與發展-獎補助費」編列 1 億 9,040 萬元，用以續辦「兩廳院藝術力厚植計畫—藝文推廣廊道暨地面景觀設施整體規劃」。茲說明如下：

(一)計畫因多次流標及更換分包商導致工程延誤，且需辦理建造變更及結構外審，工程進度有待強化控管

1. 「兩廳院藝術力厚植計畫—藝文推廣廊道暨地面景觀設施整體規劃」(下簡稱兩廳院推廣廊道暨地面景觀計畫)係為興建多功能捷運藝文推廣廊道及重整地面景觀設施，藉由連結中正紀念堂站捷運出口與兩廳院地下室之藝文推廣廊道空間，提供節目觀賞者前往兩廳院並創造藝文生活推廣空間、服務區、多功能排練與附屬空間等。該計畫期程為 109 至 116 年，總經費 9 億 7,767 萬 7 千元，包含文化部補助 6 億 1,737 萬 7 千元、國家表演藝術中心自籌 3 億 6,030 萬元，計畫由該中心轄下國家兩廳院(下稱兩廳院)執行。
2. 據文化部提供資料略以，該計畫原規劃於 112 年辦理開工及結構體工程施作，惟因工程發包流標 2 次，第 3 次公告始決標，致執行未如預期。後雖已於 113 年 8 月申報開工，惟開工後，復因施工廠商分項計畫書送審過程費時，且後續推動困難致使更換分包廠商，爰整體進度稍有延宕。復 114 年 4 月 2 日進行施工前地質改良及試掘作業過程中，經確認基地總長度之容許尺寸與契約圖說不符，廠商召開會議檢討擬定方

案後辦理變更設計。因本案涉及主體結構變更，依規定需辦理建照變更及結構外審，兩廳院已協調施工廠商調整施工順序，目前第一階段施工已於 114 年 9 月底完成，第二階段將俟建照變更完成後開始施作。

(二)本計畫歷經 2 度修正，總經費由 4 億餘元增至 9 億餘元，並延長執行期程

兩廳院推廣廊道暨地面景觀計畫前於 110 年 8 月因增加排練空間與設施而第 1 次修正計畫，總經費由 4 億 678 萬 7 千元，增為 6 億 2,897 萬 5 千元。嗣因營建物價巨幅波動之影響，以及古蹟修護必要與安全結構強化等特殊條件需求，致使基礎工程與連續壁費用增加等因素，於 113 年 3 月第 2 次修正計畫，總經費調增為 9 億 7,767 萬 7 千元，執行期間由 109 至 114 年度展延為 116 年度。經詢文化部復以，本計畫各項關鍵工項已於 114 年起陸續施作，為使計畫能夠按期達成預定目標，該部已請兩廳院加強管理，並要求承攬廠商提出趕工計畫，期能落實計畫內容，以利如期如質完成。衡酌該計畫修正 2 次均增加經費，且尚有工程圖說不符須辦理變更設計因素致影響時程，為免後續再因營建物價調漲或其他因素造成期程延長與經費增加，允宜加強管控計畫之執行進度。

綜上，文化部 115 年度預算案續編經費辦理「兩廳院藝術力厚植計畫—藝文推廣廊道暨地面景觀設施整體規劃」，因營建物價上漲與安全結構強化等因素，多次修正計畫及調增經費，允宜加強管控計畫之執行進度，避免經費再度增加或期程延長。

一一、115 年度旅運費增編逾七成，其中國外旅費成長近三倍，允宜依業務需要核實編列

文化部 115 年度預算案「業務費」項下編列「國外旅費」1,503 萬 3 千元(詳表 1)、「國內旅費」1,980 萬元、「大陸旅費」20 萬 9 千元、「運費」1,177 萬 6 千元，合計編列 4,681 萬 8 千元，較 114 年度 2,734 萬 7 千元增加 1,947 萬 1 千元(增幅 71.20%)。經查：
(一)旅運費應力求節約，國外及大陸地區旅費以不超過前 1 年度預算數為原則

中央各主管機關編製 115 年度概算應行注意辦理事項第 5(三)7 點規定，各機關國內、外旅費與派員出國教育訓練費，應嚴格控管；本年度編列國外旅費及派員出國教育訓練費之合計數，以不超過該二科目 114 年度預算案合計數為原則。另行政院及所屬各級機關因公派員出國案件編審要點第 3 點規定：「本院、各機關及基金應依下列原則，編製年度派員出國計畫：(一)確屬業務需要，且有助提升施政品質。…(四)考察項目應先透過國內(外)機構或網際網路取得觀摩或學習資訊。除非必要，3 年內無相同考察計畫。(五)出國人數、天數應力求精簡。」

(二)文化部 115 年度預算旅運費編列增幅逾七成，國外旅費成長近 2 倍，允宜依規定核實編列

文化部 115 年度預算案國外旅費編列 1,503 萬 3 千元，較 114 年度之 519 萬 8 千元，增加 983 萬 5 千元，增幅 189.21%；另國內旅費、運費各編列 1,980 萬元、1,177 萬 6 千元，分較 114 年增加 39.21%、52.26%，皆較 114 年度明顯增加(詳表 1)。若以近 5 年觀之，文化部各年度旅運費預算(案)數亦概呈增加趨勢，由 111 年度 2,405 萬 4 千元(詳表 2)增加至 115 年之 4,681

萬 8 千元，增幅達 94.64%。惟若以決算數觀之，該部 111 至 113 年度旅運費決算數各為 1,718 萬 5 千元、1,886 萬 1 千元及 2,702 萬元，預算執行率各為 71.44%、86.23%及 69.26%，依往年執行情形，115 年度預算案似有檢討調整空間。鑒於文化部 115 年度預算案旅運費較 114 年度預算數增加逾七成，其中國外旅費增加近 2 倍，允宜依規定審酌 115 年度旅運費及國外旅費編列數之必要性及合理性。

綜上，依中央各主管機關編製 115 年度概算應行注意辦理事項有關國內、外旅費應嚴格控管之規定，允宜審酌 115 年度旅運費及國外旅費編列數之必要性及合理性，落實出國人數及天數應力求精簡之原則，視實際需要審慎編列國外旅費，以杜浪費。

表 1 113 至 115 年度文化部旅運費預算數編列一覽表

單位：新臺幣千元；%

項目	113 年度預算數	114 年度預算數(A)	115 年度預算案數(B)	115 年度較 114 年度增編比率〔(B-A)/A〕
國外旅費	17,328	5,198	15,033	189.21
國內旅費	14,599	14,223	19,800	39.21
大陸旅費	932	192	209	8.85
運費等	6,151	7,734	11,776	52.26
合計	39,010	27,347	46,818	71.20

資料來源：文化部提供。

表 2 111 至 115 年度文化部旅運費預、決算一覽表

單位：新臺幣千元；%

年 度	預算(案)數(A)	決算數(B)	預算執行率(B/A)
111	24,054	17,185	71.44
112	21,872	18,861	86.23
113	39,010	27,020	69.26
114	27,347	—	—
115	46,818	—	—

說明：114 年度預算案原編列 39,532 千元，經本院審議決議通刪國外旅費 60%、國內旅費 20%、大陸地旅費 80%。

資料來源：文化部提供。

一二、文化部主管之財團法人多仰賴政府挹注，允宜提升自籌能力及改善營運績效

文化部 115 年度預算案分別於「文化資源業務推動與輔導」、「文化創意產業發展業務」、「影視及流行音樂推動與輔導」、「影視及流行音樂策劃與發展」、「人文文學及出版業務推展與輔導」、「視覺及表演藝術之策劃與發展」、「藝術業務推展與輔導」、「文化交流業務」等 8 項工作計畫編列捐助 9 家財團法人經費 43 億 4,802 萬 9 千元(詳表 1)。

115 年度預算案文化部主管政府捐助之 12 家財團法人¹⁶政府委辦及補捐助占總收入比率超逾五成計 10 家(詳表 2)，其中臺灣美術基金會、臺灣生活美學基金會、臺灣博物館文教基金會、公共電視文化事業基金會及臺灣歌仔戲推廣基金會等 5 家超逾九成；文化臺灣基金會及中央廣播電台亦分別高達八成九及八成七。

此外，在經營績效方面，文化部主管政府捐助財團法人 113 年度決算短絀者，計有中央通訊社及中央廣播電臺 2 家(同表 2)。114、115 年度預算連 2 年短絀者計有 6 家，其中以公共電視文化事業基金會 115 預計短絀 2 億 4,079 萬元為最。經詢該基金會復以，連 2 年短絀原因主要係採權益法認列華視投資損失 1 億 4,086 萬 8 千元、1 億 6,726 萬 4 千元，以及就前行政院新聞局捐助建構數位無線廣播電視共同傳輸平台計畫、公共廣電數位化發展及高畫質電視頻道建置計畫等購置之設備，認列折舊費用 7,435

¹⁶ 12 家財團法人各為財團法人國家文化藝術基金會、財團法人公共電視文化事業基金會、財團法人中央廣播電臺、財團法人文化臺灣基金會、財團法人臺灣生活美學基金會、財團法人臺法文化教育基金會、財團法人臺灣美術基金會、財團法人臺灣博物館文教基金會、財團法人中央通訊社、財團法人中華民國電影事業發展基金會、財團法人蒙藏基金會、財團法人臺灣歌仔戲推廣基金會。

萬 5 千元、7,352 萬 6 千元所致。

綜上，文化部主管 12 家政府捐助財團法人 115 年度預算案收入來自政府比重超逾八成者計 7 家，因該等財團法人高度仰賴政府委辦及補捐助收入，且部分財團法人連年短絀，文化部允宜督促主管財團法人擴大自籌財源，提升財務自主能力，以改善營運績效。

表 1 文化部 115 年度預算案補捐助財團法人經費概要表

單位：新臺幣千元

工作計畫	分支計畫	補捐助財團法人名稱	預定用途摘述	金額
文化資源業務推動與輔導	博物館事業推展	臺灣博物館文教基金會	補助臺灣博物館文教基金會營運、推動博物館專業研發及應用等能力	17,063
文化創意產業發展業務	產業集聚效應推展	臺灣生活美學基金會	辦理花蓮與嘉義文化創意產業園區物業管理推廣行銷、園區建物修繕	47,000
	空總臺灣當代文化實驗場計畫	臺灣生活美學基金會	辦理空總臺灣當代文化實驗場維運管理、實驗支持、推廣行銷	88,000
影視及流行音樂推動與輔導	對財團法人公視基金會捐助	公共電視文化事業基金會	公共電視電臺營運	900,000
			協助公廣集團製播多元優質節目，引導國內影視產業升級，及營運臺語頻道，充實臺語頻道節目內容，培育臺語節目製播人才	621,850
			辦理兒少原生內容及節目製播產製，營運兒少頻道，並培養兒少節目製播人才	600,000
	對財團法人中央廣播電臺捐助	中央廣播電臺	辦理對國外與大陸地區新聞及資訊傳播	450,420
影視及流行音樂策劃與發展	發展國際數位傳播	公共電視文化事業基金會	辦理國際影音平臺之營運、節目內容製播與推廣，及有關平臺通訊、資安管理	805,000
	影視音政策規劃補助與跨域整合	中華民國電影事業發展基金會	辦理金馬獎頒獎典禮、金馬獎國際影展與創投會等活動	56,666
人文文學及出版業務推展與	保護出版文化內容原創力	中央通訊社	推動國際傳播文化交流	50,000

工作計畫	分支計畫	補捐助財團法人名稱	預定用途摘述	金額
輔導	對財團法人中央通訊社捐助	中央通訊社	辦理國內外新聞報導業務等支出	340,046
視覺及表演藝術之策劃與發展	視覺藝術之輔導與推動	臺灣美術基金會	辦理藝術銀行計畫	50,127
藝術業務推展與輔導	對財團法人國家文化藝術基金會捐助	國家文化藝術基金會	辦理文化藝術事業之獎助及法律服務	267,157
文化交流業務	國際及兩岸區域布局計畫	文化臺灣基金會	辦理東南亞文化創意平臺等國際交流活動	34,900
	國際及兩岸區域布局計畫	臺灣生活美學基金會	辦理國際創意平臺計畫，以跨域實驗平臺及科技媒體實驗平台，與國際科技文化機構交流及共製展演	19,800
合計				4,348,029

資料來源：文化部提供。

表 2 文化部主管財團法人 113 至 115 年度接受政府委辦、捐助及其收支情形一覽表

單位：新臺幣千元；%

財團法人名稱	政府出資捐助比率	113 年度決算數		114 年度預算數		115 年度預算數	
		政府委辦補助占總收入比率	收支餘絀	政府委辦補助占總收入比率	收支餘絀	政府委辦補助占總收入比率	收支餘絀
國家文化藝術基金會	99.93	26.10	355,552	45.93	-2,476	47.28	-19,357
文化臺灣基金會	100.00	97.14	3,699	89.74	1,984	89.26	2,138
臺法文化教育基金會	100.00	0	151	0	0	0	0
臺灣美術基金會	88.45	81.02	2,614	94.64	7,159	92.27	4,450
中央通訊社	100.00	68.55	-31,956	65.03	-19,609	63.42	-32,961
臺灣生活美學基金會	99.35	90.14	108	90.39	47	90.20	50
臺灣博物館文教基金會	100.00	97.80	328	98.29	258	98.23	310
蒙藏基金會	89.03	55.33	123	49.65	0	53.25	0
公共電視文化事業基金會	100.00	91.70	558,766	92.88	-215,223	91.39	-240,790
中央廣播電臺	100.00	86.24	-65,621	86.93	-134,758	87.53	-144,191
中華民國電影事業發展基金會	80.00	58.08	1,491	50.74	-5,553	52.61	-6,911
財團法人臺灣歌仔戲推廣基金會	100.00	99.42	17,141	100.00	-172	99.85	-172

資料來源：文化部提供。

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。
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

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	
						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「歌仔上蟄」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 子書計 次借閱 及優化 圖書採 購	補助/ 縣市	透過各縣市公 共圖書館系 統，擴大電子 書計次借閱及 優化圖書採購 機制	20	20	20	113 年度輔導 20 市縣優化圖書採購機制，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	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。

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	
Taiwan 2.0						
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。
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¹⁷，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」¹⁸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

¹⁷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。

¹⁸「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」。

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。

一四、「發展國際數位傳播計畫」辦理國際影音平臺TaiwanPlus，允宜研謀提升其擴散成效，俾擴大向世界發聲

文化部 115 年度預算案「影視及流行音樂策劃與發展」編列 10 億元，辦理「發展國際數位傳播計畫」(114 至 117 年)，用以支應國際影音平臺之營運、節目內容製播與推廣，及有關平臺通訊、資安管理等，並藉以提升新聞品質，充實平臺內容，同時培育國際性影視傳播人才。茲說明如下：

(一)辦理 TaiwanPlus 之營運、節目內容製播與推廣

1. 為建置以全英語內容向國際發聲之影音平台，110 年文化部先委由中央通訊社成立及營運 TaiwanPlus，嗣參酌國外多由公共電視營運之作法，自 111 年 6 月 9 日起改委託公視基金會辦理網站、APP、Facebook、Twitter、Instagram、YouTube 等跨平台社群媒體之營運。嗣 112 年 6 月修正公布之公共電視法第 10 條第 1 項規定：「公視基金會之業務如下：…四、國際傳播服務及交流。…。」同條第 2 項規定：「公視基金會設立專屬頻道辦理前項…及第 4 款業務，應保障經費及專款專用。」據此，國際傳播服務為公視基金會之法定業務，且以專屬頻道辦理該項業務之經費應受保障。
2. 該計畫總經費 40 億元，執行期間為 114 至 117 年度，主要係補助公視辦理國際影音平臺 TaiwanPlus 之營運、節目內容製播與推廣，及有關平臺通訊、資安管理與人才培育等。

(二) TaiwanPlus 網站瀏覽人數及 APP 下載量未曾達標，允宜積

極改善，並考量績效指標之合理性，宜研議將 APP 下載數再列為績效指標，以有效掌握 APP 使用者之使用行為

查 111 年 6 月至 113 年底止，TaiwanPlus 全平台影音實際觀看次數、時數與觀眾滿意度均達標，惟網站瀏覽人數方面，112 年 7 月至 113 年 6 月底，其實績為 107 萬 5,723 人次，為目標值之 95.20%(詳表 1)；在 APP 實際下載方面，111 年 6 月至 112 年 6 月、112 年 7 月至 113 年 6 月，其達成率分別為 63.15% 及 73.66%，皆未達標，且自 113 年 7 月起績效指標改以社群總追蹤數代替，未再將 APP 下載數列為績效指標。另 114 年 7 月底止，全平台影音實際觀看次數、時數執行率各為 61.16%、91.07%，社群總追蹤數執行率則為 105.60%。鑒於社群追蹤數尚難即時反應追蹤粉絲之收視或觀看行為，為有效追蹤 TaiwanPlus 營運成效，允宜續列 APP 下載數為績效指標，俾有效掌握 APP 使用者之行為數據，作為後續製作節目之參考。

表 1 TaiwanPlus 營運績效概況表

項目		111/06/10- 112/06/30	112/07/01- 113/06/30	113/7/1- 113/12/31	114/1/1- 114/7/31
全平台影音 觀看數(次)	目標	2,400 萬	4,600 萬	6,000 萬	1 億 2,400 萬
	實績	達成率 183.84% (44,120,432)	達成率 278.76% (128,231,231)	達成率 137.68% (82,365,577)	執行率 61.16% (75,832,829)
全平台影音 觀看時數 (小時)	目標	33.6 萬	127 萬	108 萬	222 萬
	實績	達成率 345.94% (1,162,355)	達成率 185.87% (2,360,633)	達成率 168.30% (1,817,591)	執行率 91.07% (2,021,674)
網站瀏覽 (人次) ^{說明 2}	目標	-	113 萬	-	-
	實績	-	達成率 95.20% (1,075,723)	-	-
觀眾滿意度 調查(分)	目標	80	80	80	80
	實績	82.3	80.5	83.0	辦理中
APP 下載(次 數) ^{說明 2}	目標	24 萬	227,330	-	-
	實績	達成率 63.15% (151,553)	達成率 73.66% (167,440)	-	-
社群總追蹤 數(累積人 次)	目標	-	-	107 萬	130 萬
	實績	-	-	達成率 107.22% (1,147,267)	執行率 105.60% (1,372,798)

說明：1. 表列 114 年度實績數據統計係截至 114 年 7 月 31 日止。

2. 網站瀏覽、APP 下載等 2 項指標自 113 年 7 月 1 日起改以社群總追蹤數取代。

資料來源：公視基金會提供。

綜上，文化部 115 年度預算案有關「發展國際數位傳播計畫」，賡續辦理國際影音平臺 TaiwanPlus 之營運、節目內容製播與推廣，衡酌 TaiwanPlus 迄已成立 4 年，惟 TaiwanPlus 網站瀏覽人數及 APP 下載量均未曾達標，允宜積極改善，並考量績效指標之合理性，宜研議將 APP 下載數再列為績效指標，以有效掌握 APP 使用者之使用行為，俾達擴大向國際發聲，達成帶臺灣走向世界之目標。

一五、「國家電影及視聽文化典藏專業設施改善及博物館建置計畫」因營建成本上漲，刻正辦理計畫修正，允宜加強控管進度，俾完善文物保存環境

文化部 115 年度預算案「影視及流行音樂策劃與發展-籌建影視廳中心二期場館」編列 300 萬元，用以續辦「國家電影及視聽文化典藏專業設施改善及博物館建置計畫」，主要工作內容為協助行政法人國家電影及視聽文化中心(下稱影視聽中心)配合建置計畫辦理相關配套工作與藏品檔案設備搬遷前置作業，以及辦理典藏專業設施改善與博物館籌建工作等。茲說明如下：

(一)114 年度迄 8 月底分配預算執行率 84.62%，主要係為加速我國珍貴影視文物資產清點整理，持續執行相關文物資產保存工作

1. 國家電影文物目前係存放於影視聽中心位於樹林工業區片庫，因未符合典藏片庫應有之要求，有建置專業典藏庫房之必要，復為使影視聽中心具備完整功能及空間，而有建置博物館設施之需求，爰於第 1 期場館鄰近土地建置第 2 期場館，並預計興建完竣後，由影視聽中心負責後續營運。
2. 該計畫總經費 45 億 1,000 萬元，辦理期程 112 至 118 年度，

115 年度預算案續編 300 萬元。截至 114 年度該部已編列 1 億 6,292 萬元，114 年度可支用預算數 1 億 3,647 萬 3 千元，其中 114 年編列 5,700 萬元，截至 8 月底，累計分配數為 2,600 萬元、累計執行數為 2,200 萬元，執行率 84.62%。有關 115 年度預算案編列 300 萬元預算之用途，詢據文化部表示影視聽中心刻正配合本計畫持續清點整理、釐清視聽文物數量，相關作業項目與硬體建置無涉，且本次修正計畫無修正經常門經費及執行事項，為加速我國珍貴影視文物資產保存進度，仍持續執行，以推動計畫進度。

(二)本案因營建成本上漲刻正辦理計畫修正，允宜加速辦理，俾利改善影視文物保存環境

1. 電影膠卷有其保存年限，依國際典藏標準，電影片及其相關文物之保存環境，可分為室溫、冷藏及冷凍，不同文物之保存，均需依其材質給予不同溫溼度之保存環境，黑白膠捲在冷藏下環境下最長 100 年(詳表 1)，彩色膠卷保存年限則較短，在冷藏環境下最高為 50 年，考量早期保存環境相對不利，該中心典藏膠卷之數位化有其急迫性。目前影視聽中心典藏之影視及廣播文物保存空間位於樹林工業區廠房，未符合前揭國際典藏標準，且周邊各式工廠林立，現行存放環境溫溼度及安全性皆不盡理想。

表 1 電影膠卷保存年限表

保存環境	黑白膠卷年限	彩色膠卷年限
冷凍庫-18°C 以下	100 年以上	50 至 70 年
冷藏 0-10°C	50 至 100 年	30 至 50 年
室溫 20-25°C	30 至 50 年	20 至 30 年

資料來源：Kodak 官方技術資訊。

2. 另據文化部說明略以，本案進度目前未如預期，主要係因近年營建物價與人力成本持續上揚，且依都市計畫須納入公共停車位及空橋成本等因素，詢據該部陳復資料顯示，該部經參考 113 年營建成本，以每平方公尺平均 8.74 萬元重新核算整體造價，資本門經費將由 41 億 7,000 萬元修正為 79 億 7,047 萬元(增幅 91.14%)，致原核定經費已難支應實際工程所需，該部經檢討後，爰依「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」規定¹⁹，於 114 年 1 月 9 日陳報修正計畫至行政院，並與委託專案管理單位 (PCM) 暫停履約，刻依行政院審查意見修正計畫中，將依規定於修正計畫核定後續行辦理。

綜上，文化部 115 年度預算案編列經費續辦「國家電影及視聽文化典藏專業設施改善及博物館建置計畫」，迄 114 年 8 月底分配預算執行率 84.62%，且刻正進行修正計畫相關盤點及評估，鑒於該館所保存膠捲年限已長，為避免膠卷隨年代久遠而劣化，允宜控管進度，俾如期如質完成專業庫房之興建，完善珍貴影視文化資產之保存環境。

一六、藝術銀行計畫旨在推廣國內藝術家作品，惟出租藝術品比率近年維持在 35%至 38%區間，允宜妥謀提升流通性，增進計畫成效

文化部 115 年度歲入預算案於「租金收入」項下編列藝術銀行藝術品出租收入 260 萬元，歲出於「視覺及表演藝術之策劃與發展」項下「視覺藝術之輔導與推動」項下「補助財團法人臺灣美術基金會辦理藝術銀行計畫」編列 5,012 萬 7 千元。經查：

(一)文化部藝術銀行計畫持續性購入國內藝術家作品並出租，以

¹⁹ 「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」第 9 點規定，中長程個案計畫如有主要工作項目變更或總經費增加之情形，各機關應即修正原計畫，且應於修正後始得續行辦理。

鼓勵藝術品能見度

藝術銀行計畫係文化部為鼓勵藝術創作，提升臺灣藝術能見度，並增加臺灣藝術家曝光度及知名度，自 102 年度起推動藝術銀行計畫，由政府常態性購入通過審查之我國藝術家作品，並以出租方式租賃作品予政府部門、公私立法人團體或民間企業。該計畫自推動以來，持續透過公開徵件購入作品，其類別包含水彩、水墨、版畫、空間裝置、書法、素描、動態影像、膠彩畫、雕塑、繪畫、攝影及其他等計 12 類。截至 114 年 8 月底止(114 年持續辦理徵件作業，尚未完成購置)，累計購入臺灣藝術創作者作品 3,225 件(詳表 1)，總購入金額 3 億 4,112 萬 3 千元。

表 1 截至 114 年底止藝術銀行購藏作品統計表

單位：件

年度 類別	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	總計
水彩	2	11	4	2	0	0	0	0	2	1	2	2	尚未 完成 購置	22
水墨	38	71	43	37	23	26	28	24	34	15	7	5		351
版畫	20	77	25	68	26	41	31	23	18	16	18	13		376
空間裝置	2	3	3	7	3	1	2	3	2	4	2	1		30
書法	1	0	1	1	2	0	1	1	1	0	0	0		8
素描	6	9	2	3	2	4	1	3	3	1	9	4		34
動態影像	11	5	8	13	15	13	18	17	11	4	14	2		115
膠彩畫	14	36	12	8	15	15	13	7	10	15	9	8		145
雕塑	21	11	6	41	30	23	25	14	18	21	17	24		210
繪畫	171	256	165	109	67	98	90	47	108	65	78	48		1,176
攝影	51	89	76	25	31	26	13	47	20	11	10	13		389
其他	9	18	11	19	11	6	7	8	10	9	5	13		108
各年度 購入數 小計	346	586	356	333	225	253	229	194	237	162	171	133		3,225
各年度 累計購 入數	346	932	1,288	1,621	1,846	2,099	2,328	2,522	2,759	2,921	3,092	3,225		

說明：114 年度購藏藝術作品截至 114 年 8 月底尚未完成購置。

資料來源：文化部提供。

(二)藝術銀行計畫旨在推廣藝術作品，惟近年藝術作品出租率持平，作品出租件數未明顯增加

1. 本計畫作品出租之件數自 107 年以來雖持續增加，由 839 件增加至 113 年之 1,150 件(詳表 2)，惟由於出租件數增加幅度低於藝術作品購入速度，致其出租件數占前 1 年度累計購入件數之比率(下稱出租比率)為由 45.45%逐漸下滑至 113 年之 37.19%。
2. 據詢文化部復以，藝術銀行計畫洽租賃客戶評估展陳時，需考量該公共空間是否符合作品保存及展出條件需求，例如作品展出環境須符合適切投影、燈光設備、電力需求及日常維護人力等；或因作品本身創作媒材較為脆弱、易受環境溫溼度影響等，故租賃流通展出空間仍有其限制。該部目前已積極透過特展、外館合作等方式，持續提高各類型作品流通率。至有關未曾出租作品件數方面，詢據文化部表示，截至 114 年 8 月底止，未曾流通件數為 441 件，已較 112 年 519 件下降 15.02%。鑒於藝術銀行計畫係透過購置藝術品實質支持臺灣具潛力藝術家，並藉租賃流通作品，推廣國內外對臺灣藝術創作支持與欣賞，培養潛力藝術消費者，為擴大該計畫之效益，允宜妥為籌謀相關配套推廣措施，俾有效有效曝光國內藝術家作品，並培養更多藝術消費者。

表 2 107 年至 114 年藝術銀行作品出租情形統計表

單位：件；%

項 目	107 年度	108 年度	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度	113 年度	114 年 8 月底止
公部門	345	344	273	360	226	324	315	218
民間企業	494	620	627	568	779	849	835	634
出租數合計(A)	839	964	900	928	1,005	1,173	1,150	852
各年度累計購入數	2,099	2,328	2,522	2,759	2,921	3,092	3,225	3,225
(A)占前1年度累計購入數比率	45.45	45.93	38.66	36.80	36.43	40.16	37.19	26.42

資料來源：文化部提供。

綜上，文化部自推動藝術銀行計畫以來，累計購藏臺灣藝術創作者作品持續增加，惟藝術作品出租比率近年趨於持平，允宜研謀增加藝術作品流通機會之配套推廣措施，俾利達成計畫目標。

(分機:1913 許福添)