



TAIPEI
PERFORMING ARTS CENTER

臺北
表演
藝術
中心



臺北表演藝術中心

113 年度營運績效評鑑暨分析報告

監督機關：臺北市政府
核定日期：114 年 9 月 5 日

目錄

壹、前言	1
貳、績效評鑑作業說明	1
一、法令依據	1
二、評鑑委員會名單	2
三、評鑑內容	2
四、評鑑作業辦理過程	4
五、評分計算方式與等第標準	4
參、評鑑結果	5
一、年度重要績效	5
二、各評鑑項目得分及總評分	18
三、評鑑等第	18
肆、綜合分析與總評	19
伍、附件	23
附件 1、臺北市臺北表演藝術中心年度業務績效評鑑辦法	
附件 2、臺北表演藝術中心 113 年度營運績效自評表	
附件 3、臺北表演藝術中心 113 年度評鑑審查意見與建議事項辦理情形	

壹、前言

臺北市政府(以下簡稱本府)為經營管理本府所屬藝文展演場館設施，執行表演藝術政策發展，提供藝術團體更多具完善機制設施之場館，進而創造更豐沛的藝術能量與市民文化生活美學等公共事務，自民國 101 年起，自籌經費開始興建「臺北表演藝術中心」(以下簡稱北藝中心)，坐落於士林區與士林夜市為鄰，期引領未來展演潮流趨勢，積極扶植培育展演創意能量及跨領域藝術整合。本府考量北藝中心場館規模及專業複雜性，負有公共任務的藝文館所需具有市場競爭性與財務獨立性，適宜由具有劇場專業、強化成本效益之經營專才進行管理。爰依行政院 104 年 5 月 1 日院授人綜字第 1040033025 號函申請設置行政法人臺北表演藝術中心，採用行政法人制度作為營運組織。

該中心設置自治條例於 109 年 6 月 5 日本府(109)府法綜字第 1093026332 號令制定公布，本府以發展表演藝術產業、培育表藝人才及厚植臺灣表演藝術文化實力為該中心設立宗旨，目標為推動國際連結，打造成為亞洲表演藝術共製中心為核心之營運主軸。該中心自 110 年 5 月 1 日正式運作，業務範圍包含北藝場館營運、自製表演藝術相關展演活動、培育表演藝術相關人才，扶植表演藝術產業、推動表演藝術國際交流及合作等。

本府為該中心監督機關，該中心年度業務績效評鑑為本府監督權限，爰另於 110 年 5 月 28 日本府(110)府法綜字第 1103021628 號令訂定發布該中心年度業務績效評鑑辦法(以下簡稱評鑑辦法)，據以辦理該中心績效評鑑作業。

貳、績效評鑑作業說明

一、法令依據

(一) 設置績效評鑑委員會

依據該中心設置自治條例第 21 條及評鑑辦法第 2 條規定，本府應設績效評鑑委員會(以下稱評鑑委員會)辦理該中心年度業務績效之評鑑，評鑑委員會置委員 5 至 7 名，均由本府聘(派)之並指定其

中 1 名為召集人；評鑑委員任期 3 年，含本府機關代表及外聘委員（表演藝術、經營及管理相關專家、學者等）。

（二）績效評鑑辦理程序

依據評鑑辦法第 8 條規定，績效評鑑進行方式依序為自評及複評。自評由該中心辦理，配合年度決算於會計年度終了時，該中心擬具年度自評報告並提經董事會通過後，於次年 3 月底前報送本府；複評由本府辦理，本府於收受該中心自評報告後，交由評鑑委員會進行複評作業並作成績效評鑑報告，並就績效評鑑報告提交分析報告送本市議會備查。

二、評鑑委員會名單

本年度績效評鑑由第 2 屆評鑑委員會辦理複評作業，評鑑委員會共聘（派）委員 7 名，委員名單如下（委員順序依姓氏筆劃排序）：

于國華委員（國立臺北藝術大學文化資產與藝術創新博士班副教授兼藝術行政與管理研究所所長）

沈敏惠委員（中國文化大學戲劇學系兼任講師）

張英慧委員（本府主計處專門委員，114 年 7 月 15 日卸任）

彭俊亨委員（元智大學文化產業與文化政策博士學位學程副教授）

趙正義委員（誠品生活董事/本府促參委員會委員）

劉得堅委員（本府文化局副局長/召集人）

劉麗婷委員（國立臺灣藝術大學舞蹈系助理教授級專業技術人員）

三、評鑑內容

依據評鑑辦法第 5 條規定，績效評鑑內容為該中心年度執行成果之考核、年度業務績效及目標達成率之評量、年度自籌款比率達成率、經費核撥之建議、所屬人員年度業務績效獎勵具體額度之建議、以往各年度績效評鑑報告所提尚待改善事項之辦理情形及其他本府認為應予納入之有關事項等，前述業務績效及目標達成率之評量指標由本府訂定之。本府前經績效評鑑委員會議討論，訂定臺北表演藝術中

心年度業務績效評鑑項目及評量指標，如下表 1；另經委員會議討論確認 113 年度業務績效評鑑項目及評量指標之目標值。

表 1：臺北表演藝術中心 113 年度業務績效評鑑項目及評量指標

評鑑項目	評量指標	
1. 專業力— 藝術家的創 意基地(40%)	1-1 培植劇場人才	1-1-1 創作人才養成
		1-1-2 專業人才養成
		1-1-3 國際交流與連結
	1-2 作品發展支持	1-2-1 徵件與作品孵育
		1-2-2 委製、共製與自製
		1-2-3 巡迴演出
		1-2-4 建立長銷合作模式
	1-3 藝術家宣傳推廣服務	1-3-1 觀眾與會員人數
		1-3-2 自媒體平台訂閱人數
		1-3-3 媒體宣傳效益
2. 共融力— 生活與藝術 的串連(30%)	2-1 擴大民眾參與	2-1-1 拓展不同社群之參與
		2-1-2 文化進入社區
	2-2 場館服務	2-2-1 導覽服務
		2-2-2 場館設施改善
	2-3 永續共融	2-3-1 永續行動落實
3. 組織力— 營運績效及 管理(30%)	3-1 場館營運及服務	3-1-1 自籌款達成率與成長率
		3-1-2 主辦節目售票率
		3-1-3 觀眾滿意度
		3-1-4 團隊使用滿意度
		3-1-5 場地使用率
	3-2 組織管理	3-2-1 行政組織建構與營運管理
		3-2-2 場館維護與優化
		3-2-3 人員職能教育
		3-2-4 追蹤改善查核缺失

四、評鑑作業辦理過程

- (一) 該中心於 114 年 3 月 31 日提送 113 年度業務績效自評報告至本府。
- (二) 本府於收受該中心 113 年度業務績效自評報告後，交付評鑑委員審閱，並提供 113 年度決算書、本府文化局委託會計師事務所查核補助款之報告、本府文化局查核 113 年補助款執行情形案件紀錄，並另提供「113 年度補助經費查核情形彙整表」、「112 年度績效評鑑暨 113 活動實地考核委員意見回復表」、「113 年度審計處查核意見及辦理情形回復說明表」供委員卓參。
- (三) 本府於 114 年 6 月 10 日召開績效評鑑委員會辦理複評作業，議程說明如下：
 1. 委員進行現場實地考核。
 2. 委員聽取該中心報告營運現況及 113 年度業務績效。
 3. 委員提問及該中心回復說明。
 4. 委員會綜合討論及評分。

五、評分計算方式與等第標準

本績效評鑑採百分法評分（以一百分為滿分），各評鑑項目依權重配分，分數採計至小數點第 2 位；總分計算方式為將各評鑑項目之各委員給分合計後計算出平均分數，再將各評鑑項目所得平均分數予以加總後即為總分，並參考 111 年 8 月 24 日行政院人事行政總處總處組字第 1112001181 號函示等第原則，依下列標準轉換等第：

- (一) 優良：總分達 85 分以上。
- (二) 良好：總分達 70 分以上未滿 85 分。
- (三) 待加強：總分未滿 70 分。

參、評鑑結果

一、年度重要績效

北藝中心經過 112 年首個完整營運年度，113 年進入第 2 個常態營運年，可望持續站穩腳步並探索更多營運成長可能性。於 113 年度間，臺北表演藝術中心營運工作計畫包含培植劇場人才、作品發展支持、產業跨域合作模式、藝術推廣擴大民眾參與、在地連結創造區域共榮、藝術永續綠劇場、營運績效管理等多元面向，持續厚植臺灣表演藝術文化實力。

節目演出部分，以「亞洲共製中心」為目標，邀約國內外優秀藝術家及團隊，於藝術三節及各計畫平台，為藝術家及節目量身打造更具合宜性的發展路徑，活絡臺灣表演藝術生態。國際合作部分，113 年度特別攜手韓國藝術經營支援中心（KAMS），首次於臺灣舉辦「K-Musical Roadshow」，帶來《棒球王，海洋隊！》、《咖啡因》、《有真與有真》、《長壽湯仙女》與《The Last Man》5 檔韓國原創音樂劇精選匯演，促進臺灣與國際音樂劇產業合作發展。

專業人才培育部分，除持續辦理「第八屆亞洲當代表演網絡集會年會」支持由台灣出發的跨國創作，並主辦睽違 12 年後重返台灣之「2024 亞太表演藝術中心協會(AAPPAC)年會，辦理「臺灣表演藝術櫥窗演出（Showcase）」，向超過 200 位國際場館代表及策展人推介台灣優秀作品，推動交流與媒合。該中心亦持續辦理「第三屆 Camping Asia」跨國表演藝術營隊，推介臺灣與國際藝術工作者交流，以及辦理臺德表演藝術國際論壇專業講座分享國際劇場經驗。

劇場技術方面辦理「劇場音響技術人員」、「劇場燈光技術人員」課程，提升劇場專業技術人員職能及專業知識養成。舉辦「AI 之後」劇場技術設備展，展示最新設備強調科技服務人文的劇場技術發展，並規劃 8 場專業工作坊，邀請專業技師現場進行操作及教學，深入探討舞台控制的現況與未來。

除節目規劃與執行、專業人才培育、劇場技術等多面向之相關活

動外，北藝中心亦積極辦理包括國際交流、藝術推廣，以及場館啟用後的空間營運與管理，如場地外租、商店進駐、場館軟硬體維護等。

該中心 113 年度業務成果及績效表現如下：

（一）專業力—藝術家的創意基地

1. 培植劇場專業人才

（1）創作人才養成

i. 音樂劇人才培訓計畫：

音樂劇已成為近年臺灣表演藝術市場中最具成長潛力的演出類型之一，產業規模持續擴展，市場接受度逐步提升。為扶植國內音樂劇人才、厚植臺灣音樂劇發展，北藝中心 105 年啟動「TPAC 音樂劇人才培訓計畫」，106 年增辦「音樂劇創作工作坊」，將音樂劇表演及創作的培育全方位串接，為全臺首個最具系統及規模的音樂劇培訓計畫。北藝中心 113 年持續辦理表演工作坊，由躍演 VM Theatre 藝術總監曾慧誠擔任課程統籌，邀集國內外一流專業導師，共同培育並串連國內表演人才。於 8 月 5 日至 9 月 29 日進行八週的聲音、肢體以及戲劇專業訓練課程，於 9 月 29 日於該中心藍盒子執行成果呈現演出，並以「玩家限定」形式邀請北藝中心會員索票欣賞，提升會員與中心活動互動。

ii. 馬戲棚計畫：

臺灣馬戲創作發展處於起步階段，學校教育聚焦於表演技術培育，為了提升臺灣馬戲的創作力，北藝中心自 109 年起啟動「馬戲棚計畫」，致力於累積並培養臺灣馬戲的多元能量，是國內計畫性推動馬戲創作人才培育的工作坊。113 年邁入第五屆，本屆規劃內容包括「創作發展培育」及「馬戲節」兩部分。

「創作發展培育」邀請策展人周伶芝擔任創作陪伴，並由台新藝術獎得主陳武康執導，結合多位馬戲棚計畫優秀學員，以集體共創方式發展新作《身為問題兒童的我，從一出生就成為這個美好世界的慢性病》，該作品並於 113 年 12 月「馬戲節」於藍盒子演出呈現。

「馬戲節」則推出三檔臺灣製作與兩檔國際節目。除學員共創作品外，另有 FOCA 與德國「支離疏製作」共同創作《虛缺號》，以及洪唯堯創作的《落地前六釐米》。國際節目方面，則邀請法國 Galactik Ensemble 演出《超展開》、義大利藝術家 Andrea Salustri 演出《保麗龍》，展現多元馬戲語彙與國際交流成果。

iii. 青少年夏日瘋劇場：

北藝中心自 109 年起辦理「青少年夏日瘋劇場」，持續提供青少年接觸表演藝術之專業管道，113 年 7 月 14 至 28 日與專業團隊僻室共同策畫執行，共招收 24 位青少年參與及 10 位年輕藝術家擔任講師，透過節目欣賞、創作交流等課程鼓勵青少年親近劇場，並於 7 月 28 日進行成果呈現。透過參與過程中講師、學員教學相長，使系列課程成為青少年未來作品創作之參考經驗。

iv. 臺北藝穗節：

臺北藝穗節以自由開放的精神，提供藝術家一個多元、不設限、具實驗性，且能盡情迸發想像力的展演平台，鼓勵創作者勇於冒險，面對挑戰，透過日常生活場域來展演作品，充分展現藝術創作的可能與活力。113 年於 8 月 24 日至 9 月 8 日舉辦，期間由 145 個團隊於 35 個不同的場地呈現共計 617 場演出。另外亦持續舉辦「藝穗前夜祭——心心回 FUN」，從前一年度的「藝穗亮心心」得獎團隊中，挖掘出 3 件作品再次原地重演，給予作品階段性發展的支持與資源。

(2) 專業人才養成

i. 三級職能課程培訓：

113 年舉辦多場次職能訓練，2 月 19 至 22 日辦理劇場音響技術人員三級職能課程、4 月 23 至 26 日辦理劇場燈光技術人員三級單元課程，並於學員完成訓練課程後頒發完訓證明。課程設計以職能發展概念為主軸，以學能致用為目標，邀請資深優秀業師擔任授課講師，課程內容多元，幫助學員在訓後提升劇場工作專業知能或提升學員未來持續學習深造意願。

ii. 劇場技術設備展工作坊：

於 113 年 3 月 1 日至 3 日於該中心大劇院及藍盒子與民間單位合作辦理劇場技術設備展，以「AI 之後」為主題，強調科技服務人文的劇場技術發展。活動共辦理 1 場開幕秀、9 場定時燈光秀、8 場專業工作坊。主展區計 25 家設備廠商參展、5 間劇場協會、工會及學校參展，展出 80 個品牌商品，展期 3 日總計吸引超過 6,000 人次參與。

iii. 實習基地計畫：

為使學生有機會參與場館營運團隊實務工作，幫助學生結合產學，在步出校園前實際了解表演藝術產業的運作，北藝中心自 106 年起即辦理實習基地計畫招募在學生參與，使學生有機會參與場館營運團隊實務工作，幫助學生在步出校園前實際了解表演藝術產業運作。113 年實習基地計畫共錄取 13 名學員參與，完成教育訓練後開始實習，並於 6 月 30 日辦理成果發表會。113 年 10 月份亦辦理「實習生回娘家」分享活動，邀請曾經的實習基地學員經驗分享過去實習的點滴，與未來潛在實習生交流互動。

(3) 國際交流與連結

i. 藝術家國際交流：

亞洲當代表演網絡集會 (Asia Discovers Asia Meeting for Contemporary Performance, 簡稱：亞當計畫／ADAM)：自 106 年起推出的國際性計畫，是以「藝術家為核心」的網絡集會，每年夏天以年會方式在臺北舉行，計畫內含國際論壇、藝術家實驗室、創作呈現以及策展節目等，匯聚國內外藝術家、策展人與場館代表參與。113 年「亞當計畫」於 8 月 23 日以全新單元「Curatoké：表演策展人學院」揭幕，並於 8 月 28 日至 9 月 1 日舉行為期五天的年會，以「舞動時態」(Choreographing Theirstories)為策劃概念，探討多元歷史如何重塑當代理解，以及藝術家如何透過身體、場域與歷史的互動進行創作。北藝中心與國藝會合作，邀請比利時Kunstenfestivaldesarts藝術節、英國 Factory International、澳洲 Asia TOPA、南非藝術節及

新加坡濱海藝術中心等國際機構策展人來臺擔任導師，培育新世代表演藝術策展人才。活動包含 2 場公開講座、5 場「藝術家實驗室」分享會、5 場新作探索及 2 場論壇，共吸引 1,478 人次參與。焦點活動「藝術家實驗室」首度跨出臺灣，與曼谷國際表演藝術集會合作，匯集亞、澳、歐多國藝術家交流創作；以呈現新計畫的發展過程為核心的「新作探索」則與日、澳、巴西、港等多國藝術家夥伴攜手呈現計畫發展；「交流與論壇」則以劇場史與身體政治展開跨文化對話。

ii. 創造國際能見度：

亞太表演藝術中心協會（AAPPAC）臺北年會睽違 12 年再度於 113 年回到臺灣由北藝中心主辦臺北年會，以「Mind The Gap, Lead The Path / 小心間隙，挺進前行」為主題，聚焦創新、在地連結、永續與 AI 等全球表演藝術場館面臨的挑戰。年會邀請原住民歌者桑布伊與布拉瑞揚舞團共演開幕節目，並由舞蹈空間舞團呈現《碎月》。北藝中心並於年會首創「臺灣表演藝術櫥窗（showcase）」，向國際策展人推介 22 組臺灣團隊，促進國際交流與節目媒合。活動亦搭配「潮臺北」系列活動，開放購票邀請民眾入場參與，提供大眾多元參與方式親近劇場。年會共舉辦 1 場專題演講、4 場主題論壇、3 場演出及新作探索，吸引來自 19 國超過 320 位表演藝術與文化機構代表參與，提升臺灣表演藝術的國際能見度、創造未來國際合作可行性。

iii. 國際專業講座：

該中心辦理臺德表演藝術國際論壇，首度規劃以「兒少觀眾」為主題的國際論壇，與台北歌德學院於共同舉辦「臺德 2024 表演藝術國際論壇—兒童及青少年劇場發展的創新與研究」，探討如何為兒童與青少年打造更豐富多元的劇場體驗。論壇邀集 13 位國際專家及 16 位國內專業人士，分享創作與實務經驗，促進臺德之間兒少劇場領域的交流與合作。

2. 作品發展支持

(1) 徵件與作品孵育

i. 臺北兒童藝術節劇本徵選：

本徵選計畫以開發兒童劇場多元創作人才為目的，北藝中心以把劇本落實為實體演出為目標，媒合劇作家及專業創作團隊進行製作，相關作品推出後獲得兒童藝術界觀眾好評不斷；也受邀至臺灣各場館演出。113 年臺北兒童藝術節兒童戲劇劇本創作徵選計畫共有 21 件作品投件，經委員討論後，獲選作品分別為：李承騫《快樂國王》、陳家寶《妮妮就要變成小大人啦！》、楊喻斐《阿力有個酷朋友》。

ii. 臺北兒童藝術節前期展演徵選：

為鼓勵更多樣化的兒童劇場創作，北藝中心除於作品研發階段注入資源外，亦邀請專業委員提供階段性發展建議，歷年推出多檔精彩節目，也受邀至各個場館及藝術節演出。113 年臺北兒童藝術節兒童劇場演出前期展演徵選計畫，共計 28 個團隊投件，經委員評選，5 件入選作品分別為：晃晃跨幅町《小魚散步》、嚕劇場《小東與時間 Running Out of Time》、壞鞋子舞蹈劇場《塗塗 thoo thoo》、複象公場《魷神》肢體劇場創作計畫以及右邊有兔子劇團《月光派對》。

iii. 臺北兒童藝術節-童創基地：

北藝中心於 108 年首創「童創基地」，為臺灣首創以親子節目為目標，透過階段性展現打磨親子節目的培育機制，讓節目在正式演出前可以透過階段性演出面對觀眾意見，創造出更符合市場取向的作品。「童創基地」不僅讓「劇本徵選」、「前期展演徵選」入選作品獲得階段性發展資金，也讓具潛力的作品得到更適切的資源挹注，藉此完善作品。113 年推出 2 檔演出，分別是：孫唯真《哈囉》於 7 月 12 至 14 日演出 3 場；好人好事製作《從此過著幸福快樂的日子》於 7 月 19 至 21 日演出 3 場。

iv. 創意熟成平台：

為北藝中心於 109 年發起之場館自製及委製節目交流平台，自 110 年起與臺中歌劇院及高雄衛武營輪流主辦。113 年由衛武

營辦理，共 37 部作品參與，而北藝中心推薦 4 檔自製及委製節目共同參與，分別為：四把椅子劇團《太陽》、晃晃跨幅町《小魚散步》、僻室 House Peace《等一下下再回家》、黑眼睛跨劇團《末日前的冬之旅》。

(2) 委製、共製與自製

113 年透過平台計畫或藝術三節所達成之委製、共製與自製節目共計 24 檔，包含國內外節目：臺北藝術節 9 檔、臺北兒童藝術節 9 檔、場館年度節目 6 檔。

(3) 巡迴演出

113 年達成國內節目巡迴演出共計 2 檔：分別為兒藝節委製作品《誰偷走了我的字》3 月至新竹縣演藝廳演出，9 月於高雄大東文化藝術中心及本中心演出。共製作品《藏畫》8 月於臺南文化中心演藝廳演出。

(4) 建立長銷合作模式

隨著長銷節目的蓬勃發展，為讓具備市場能量的團隊有充分的檔期可發展其長銷節目，北藝中心嘗試建立各種合作模式，113 年帶來 9 齣國內外的長銷劇碼。11 樓排練室有於 3 月 15 日至 24 日（共 12 場）四把椅子劇團演出的《好事清單》不插電版；藍盒子劇場，有於 3 月 19 日至 31 日（共 14 場）瘋戲樂工作室演出的《搖滾芭比》、於 5 月 9 日至 19 日（共 12 場）C Musical 演出的《小王子》、於 5 月 24 日至 6 月 16 日（共 20 場）台南人劇團演出的莎士比亞音樂劇二部曲《仲夏夜汁夢》、於 10 月 11 日至 27 日（共 20 場）幹麻醬紙創意工作室演出的音樂劇《鬼歸代言人：正邪不兩立》；球劇場，有 7 月 20 日至 28 日（共 8 場）刺點創作工坊演出的《誰偷走了我的字？》；大劇院，有 5 月 24 日至 6 月 2 日（共 6 場）HUA MUSICAL 華文音樂劇演出的《囍宴》、6 月 15 日至 30 日（共 12 場）躍演演出的《勸世三姊妹》、12 月 31 日至 114 年 1 月 5 日（共 6 場）表演工作坊演出的《如夢之夢》。

3. 藝術家宣傳推廣服務

(1) 觀眾與會員人數

i. 主辦節目觀眾人數：主辦節目可售張數 46,013 張，售票率 74.1%，觀眾人數 34,074 人。

ii. 入館人數：1,803,975 人次。

iii. 會員人數：113 年會員人數累計達 33,709 人，包含付費會員 1,761 人（成癮玩家 1,446 人、團隊玩家 315 人）及免費會員（新手玩家）31,948 人；會員成長數近 10,500 人。付費會員主要由臺北藝術節《親愛的帕索里尼》帶來近 500 名新血，相較於 112 年 982 人明顯成長。新手玩家的成長除來自主辦節目折扣外，也受熱門外租節目提供新手玩家購票折扣吸引，如躍演《勸世三姊妹》、音樂劇《搖滾芭比》全新中文版、《Once 愛是唯一》等節目。

(2) 自媒體平台訂閱人數

訂閱人數達 320,408 人，包含臉書粉絲專頁追蹤 108,127 人、IG 粉絲專頁追蹤 15,043 人、YT 訂閱 1,800 人、會員 33,709 人、Line OA 有效會員 62,212 人、EDM 名單人數 99,517 筆。

(3) 媒體宣傳效益

113 年度媒體宣傳效益表現不俗，四項指標包括「大眾媒體報導效益」全年共曝光 905 篇，「全年新聞稿發布」47 篇；「社群媒體發文」1,054 則，「社群媒體觸及人數」達 1,594 萬人次，顯示本年度在媒體曝光與受眾觸及方面努力均有成效。

(二) 共融力—生活與藝術的串連

1. 擴大民眾參與

(1) 拓展不同社群之參與

i. 拓展藝術教育課程、VR 劇場體驗、參觀回路、場館導覽等活動參與：

113 年度透過藝術教育課程、VR 劇場體驗、參觀回路、場館導覽、主題導覽及各類推廣活動，共吸引 37,864 人次參與。

其中，參觀回路帶領觀眾沿著中心建築環狀參觀動線通道，使國內外旅客自由穿梭於回路內，發現中心劇場內、外的神秘空間，從不同角度認識北藝中心風格獨具的建築，參與人次達 33,286 人；專人定時及團體導覽服務吸引 3,537 人次；特別活動《漂浮北藝，微糖少冰》以 VR 虛擬實境打破現實空間的界限，讓觀眾得以進入以北藝中心為主題打造的虛擬世界，從全新視角體驗藝術之美，吸引 1,041 人次參與，顯示多元形式活動有效拓展不同社群之參與。

ii. 拓展多元社群參與工作坊、講座等活動：

包括《藝起漂浮社區傳送門》於士林區 3 地舉行 9 場；親子主題導覽《漂浮探險隊球劇場篇》8 場；《TPAC 排練現場直擊 2.0》3 場；《藝術家聊天室》4 場；兒童創造力工作坊《蓋一棟劇院，變！變！變！》4 場；55 歲以上族群參與的《齡/時差—青銀好時光工作坊》4 場；《北藝筆記：好食光》4 場講座及 2 場走讀活動；另舉辦敦親睦鄰工作坊 4 場，邀請大同及士林居民免費參與，並參與後港里中秋晚會，推廣馬戲體驗與表演，深化在地連結。

iii. 北藝小戲臺推廣性演出：

為推廣表演藝術文化，於小戲臺定期舉辦小型戶外演出，吸引士林區居民與遊客接觸藝文展演，每週六晚上將小戲臺打造成具野台氛圍的交流空間，落實 Open For All 精神。113 年共計有 36 場演出，第一期於 5 月至 6 月演出 12 場，由阿卡貝拉揭開序幕，呈現多元打擊樂與聲音表演，共邀 6 組音樂團體於 5 月 18 日至 6 月 29 日演出 12 場。第二期於 10 月至 12 月推出 24 場，以中、西古典音樂為主題，帶來多元樂器演奏，讓觀眾每週六晚間共享藝文時光。

iv. 輕鬆自在音樂會：

輕鬆自在音樂會致力於展現藝術共融，邀請有著各種不同身體需求的觀眾一起進場聆聽。113 年度《莫札特的盛夏》由長榮交響樂團於 7 月 6 日至 7 日（共 3 場）於球劇場帶來《莫札特 g

小調第 40 號交響曲》，向民眾推廣以最舒適狀態欣賞演出。

(2) 文化進入社區

i. 親子戶外免費演出、校園推廣、敦親睦鄰活動等社區活動推廣：

為推動社區參與，該中心透過親子戶外免費演出、校園推廣與敦親睦鄰活動擴大民眾接觸藝文的機會。如兒童藝術節共辦理 141 場免費節目，其中「前進社區」與「前進校園」深入各行政區辦理 66 場活動，亦於大安森林公園辦理 2 場戶外大型演出。北藝中心亦分別於士林區樂齡學習中心、天母國中、雙溪國小等三地合作，辦理《藝起漂浮—社區傳送門》活動，推出 13 場活動，針對樂齡、弱勢與人文藝術校園課程學生族群推廣；於士林區、大同區推出敦親睦鄰工作坊活動，如北藝小戲臺、親子律動與兒童戲劇哲思工作坊、結合青少年戲劇節辦理主題工作坊，涵蓋母語、手語等議題，深化在地文化連結。

全年度社區活動推廣共計 75,836 人次參與。

ii. 臺北藝穗節產業合作計畫：共計與 35 個店家或場域產業合作進駐演出。

2. 場館服務

(1) 導覽服務：

i. 中、英、日語導覽建置：為提供更完善優質且國際化導覽服務，113 年 4 月除華語外同步推出英語及日語兩種語言版本，導覽內容約 90 分鐘，介紹包括一、二樓之公共空間，以確不同語言的使用者都有機會探索北藝中心。

ii. 語音導覽租用提供電子支付服務：提供 Line Pay、Apple Pay、Google Pay 等支付服務，提升交易便利性與效率，以滿足不同金流使用習慣的租用者需求，有助於提升場館營運專業度與使用者滿意度。

(2) 場館設施改善

i. 太陽廳回音改善完成：新增太陽廳吸音板，改善後太陽廳整體回音殘響值 2.2 秒，東南角 1.7 秒（500Hz）。

ii. 增設及優化廁所：於停車場、大劇院、球劇場等樓層各增設 1 處

廁所，10 樓空間優化 1 處友善廁所。

iii. 優化大劇院觀眾席空調：增設 2 台預冷機，改善 300 個出風口。

3. 永續共融

(1) 永續行動落實：該中心持續透過低碳營運及藝術倡議兩大方向推動劇場永續共融，113 年度由「啟動碳盤查、辦理永續課程」、「建立問題意識、同仁建議執行」、「永續議題節目」三面向，落實劇場永續共融發展行動：

i. 啟動碳盤查並辦理永續課程：組織碳盤查於 10 月正式啟動，預計 114 年第四季完成盤查後，進行第三方查驗。辦理「ESG 永續藍圖工作坊」、「SGDs 特工隊工作坊」2 場工作坊課程。

ii. 建立問題意識及執行同仁建議：建立中心內永續意識，成立跨部門永續小組強化問題意識，並落實 2 項同仁建議「週末關閉辦公空間的電子螢幕」及「下班電腦關機」。發送 6 期北藝綠起來雙月號電子報，每月辦理蔬食日，內化永續精神；於官網新增「綠色北藝」(Embrace the Green) 永續專區，說明中心永續論述及綠行動。

iii. 永續議題節目：113 年度辦理 4 場聚焦永續議題的節目與活動，包括兒童藝術節推出的「輕鬆自在共融音樂會」、藝術節瑪蒂德·莫尼葉《黑暗之光》、顧廣毅 X 羅伯特·強森《蝙蝠祭》，以及與夥伴單位合辦的 Vegan 草獸派對推廣活動，透過表演與體驗推廣永續理念。

(三) 組織力—營運績效及管理

1. 場館營運及服務：

(1) 自籌款達成率與成長率：

113 年自籌收入目標值為 1 億 1,655 萬 4,000 元，實際達成自籌收入 1 億 1,600 萬 4,121 元(含票房、場租、會員、衍生商品、企業贊助等)，達預計目標 99.53%。113 年自籌款占全年度實際支出 17.33%。

(2) 主辦節目售票率：

113 年度主辦節目 39 檔，年度平均售票率達 74%，較 112 年度微幅成長 2%，可認為票房表現穩健但仍有上升空間。其中，

藝術節檔數由 112 年的 18 檔精簡為 10 檔，透過資源整合與行銷聚焦，使節目宣傳效益提升，帶動售票率較前一年成長 11.5%。該中心提高單檔節目的市場能見度與觀眾參與度，也展現集中資源策略在票房成效上的成效。

(3) 觀眾滿意度：

滿意度調查方法為五點量表，回收 39 檔節目、計 4,675 份問卷。調查內容結果：主辦節目滿意度達 93.8%、場館服務滿意度達 95.2%。

(4) 團隊使用滿意度

分別調查「場館使用滿意度」及「場館服務滿意度」，主辦節目之場地使用團隊對於場館使用（硬體）滿意度 95%、場館服務（軟體）滿意度 100%。其他節目之場地使用團隊對於場館使用（硬體）滿意度 90%、場館服務（軟體）滿意度 100%。

(5) 場地使用率：

依三劇場及排練場 1 至 5 使用天數及使用率 2 項指標評估，大劇場使用天數達 357 天、使用率 97.8%，球劇場使用天數達 358 天、使用率 98.08%，藍盒子使用天數達 325 天、使用率 89.04%。綜合平均後，三劇場年度使用率平均 94.98%。排練場 1 使用天數 250 天、使用率 69.8%，排練場 2 使用天數 246 天、使用率 68.7%，排練場 3 使用天數 240 天、使用率 67%，排練場 4 使用天數 252 天、使用率 70.4%，排練場 5 使用天數 264 天、使用率 73.7%，綜合平均後，排練場 1 至 5 年度使用率平均 69.72%。（三劇場 113 年農曆年假期間辦理改善工程，故可使用天數仍以 365 天計，無扣除農曆年假；排練場於農曆 7 天年假配合休館，無對外租借亦未進行改善工程，可使用天數以 358 天計。）

2. 組織管理

(1) 行政組織建構與營運管理

- i. 實際支出率：實際支出 6 億 6,948 萬 5,081 元，預算支出 6 億 9,634 萬 1,000 元，執行率為 96.14%。
- ii. 招聘專職稽核人員：如期達成目標，稽核人員已於 113 年 10

月到職。

- iii. 採購案履約進度執行率：「各採購案之履約進度」指已履約完畢或仍在履約中之採購案，執行率為 100%。

(2) 場館維護與優化

- i. 資訊安全防護：已於 3 月 5 日完成中心 PC 主機弱點掃描，另中心官網安全性檢測為二年辦理 1 次，已於前年度 8 月完成。
- ii. 辦理年度檢查及申報：已完成能源管理申報、室內空氣品質申報、建物公安檢查申報、消防檢修申報、建築物昇降設備檢查簽證及申報、高壓電力申報。
- iii. 劇場設備定期保養：已完成劇院設備定期保養。
- iv. 中心重大設備定期保養：完成電梯，手扶梯，空調每月各進行 1 次。

(3) 人員職能教育

- i. 安排專業技能訓練課程：已完成職安衛、防火管理人、高空作業、採購管理、檔案管理、人資法令、預決算管理等課程。
- ii. 全員訓練課程：已辦理法遵、資安、CPR+AED 急救等全員訓練課程。
- iii. 主管訓練課程：已針對主管辦理績效管理、溝通技巧等課程。

(4) 追蹤改善查核缺失：

112 年績效評鑑報告之待改善事項為「內部稽核」及「規劃行政管理檢核機制」，皆已改善；113 年度文化局查核尚有部分缺失未即時完成，中心應持續改善；審計及主計查核之各項缺失，除「人事管理規章」及「薪資級距表」修正未完成外，其餘已改善並於期限內函覆監督機關。前述之規章修正提交 113 年 12 月 24 日第二屆第五次董事會審議決議擱置，統整相關意見後，送 114 年 3 月 25 日第二屆第六次、6 月 24 日第二屆第七次董事會會議審議，後續並經臺北市政府 114 年 7 月 28 日同意核定。

二、各評鑑項目得分及總評分

評鑑項目	評量指標		評分
1. 專業力— 藝術家的創意基地(40%)	1-1 培植劇場人才	1-1-1 創作人才養成	35.4
		1-1-2 專業人才養成	
		1-1-3 國際交流與連結	
	1-2 作品發展支持	1-2-1 徵件與作品孵育	
		1-2-2 委製、共製與自製	
		1-2-3 巡迴演出	
		1-2-4 建立長銷合作模式	
	1-3 藝術家宣傳推廣服務	1-3-1 觀眾與會員人數	
		1-3-2 自媒體平台訂閱人數	
		1-3-3 媒體宣傳效益	
2. 共融力— 生活與藝術的串連(30%)	2-1 擴大民眾參與	2-1-1 拓展不同社群之參與	26.72
		2-1-2 文化進入社區	
	2-2 場館服務	2-2-1 導覽服務	
		2-2-2 場館設施改善	
	2-3 永續共融	2-3-1 永續行動落實	
3. 組織力— 營運績效及管理(30%)	3-1 場館營運及服務	3-1-1 自籌款達成率與成長率	25.88
		3-1-2 主辦節目售票率	
		3-1-3 觀眾滿意度	
		3-1-4 團隊使用滿意度	
		3-1-5 場地使用率	
	3-2 行政組織管理	3-2-1 行政組織建構與營運管理	
		3-2-2 場館維護與優化	
		3-2-3 人員職能教育	
3-2-4 追蹤改善查核缺失			
總評分			88

三、評鑑等第

評鑑等第：優良

肆、綜合分析與總評

北藝中心為本府繼臺北流行音樂中心成立後第二座行政法人機構，自110年5月正式運作以來，旨以導入專業治理模式兼顧政策責任及產業需求，行政法人為介於政府機關與民間法人之間的組織型態，有別於傳統公務機關，被賦予特定公共任務，且人事、財務、採購等方面皆更有彈性，以使其行政運作更具效率、財務得以靈活運用，且得以朝向專業化運作，致力於發展所交付之公共任務。

北藝中心111年啟用、112年度過首個完整營運年度，於113年度除穩定發展外亦持續探索未來節目演出、行銷、教育推廣、營運發展及財源自籌等發展性。除了繼續發展口碑品牌活動如「臺北藝術節」、「臺北兒童藝術節」、「臺北藝穗節」、創製國內優質演出作品，更引進優秀國際藝術家及特色節目、辦理AAPPAC年會及亞當計畫等國際交流活動及專業講座創造國際能見度，促進臺灣創作者與海外產業合作發展機會，以打造「亞洲共製中心」為發展目標，持續扶植專業人才。

本年度也能感受北藝中心更加著眼於擴大民眾參與，除推出小戲臺、輕鬆自在音樂會等活動試圖拓展不同群體客群外，也透過免費演出、校園、社區敦睦等活動使藝術走入社區，有望帶領民眾更加了解北藝中心，為未來帶來潛在觀眾。除此之外北藝中心本年度在硬體設備方面持續改善場館設施外也優化導覽服務，推出外語導覽、引入電子支付等，創造對於國際旅客更為友善的場館環境，值得嘉許。組織營運管理方面，該中心持續維護及優化場館硬體，蒐羅觀眾、使用團隊針對節目及場館服務意見，並強化工作人員教育訓練，且逐步落實稽核管理、改善查核缺失，相關意見回饋及營運資料都將成為未來持續完善制度及管理經驗的資料數據庫，整體作為積極，值得期待北藝未來發展。

本府綜合評鑑委員會、公眾期待及本府交付公共任務之執行成效，就該中心營運方向與業務執行面提出整體性之建議，以供參酌：

一、內部落實稽核作業、強化行政知能及法治精神

113年度是北藝中心第2個完整營運年，已建立初步制度化稽核流程並聘任專職稽核人員，顯示該中心行政效能與合規性穩定發展。

內部人員培訓方面涵蓋專業技能、法遵、資安、急救、溝通與績效管理等，並針對主管階層加強領導與管理課程，逐步形成具備專業與管理能力兼備的團隊結構。場館維護面向，亦持續進行館舍改善及優化、資訊安全檢測、遵循能源管理、空氣品質、消防及建築安全等法定申報，確保營運安全與合規。

除上述內部行政管理穩定發展，113 年北藝中心聘任專任稽核人員後，應以改善過去內控制度不完善部分為要務。中心應依循內部控制規章及稽核作業規章完成年度稽核計畫之稽核項目，建立適當完善的檢核、追蹤、因應機制，定期追蹤改善進度，後續並滾動式修正相關規定以持續深化內控稽核制度。此外，該中心 112 年經查核發現部分採購案缺失，顯示北藝中心各部門人員對採購案辦理程序未臻熟稔。未來應按季更新年度完整採購清冊(包含一般採購、節目採購等各類型採購)，以適時因應採購資料調閱、檢核稽查等需求，且各部門經辦採購人員皆應加強採購課程相關教育訓練，強化內部員工行政知能，提升採購法、利益衝突迴避法等知識及法治精神，由源頭降低行政與營運風險，以建構完善法人治理功能，提升公共服務效能。

二、持續培植專業人才及提升節目品質

113 年度，北藝中心在專業人才培育、節目製作及國際合作等面向展現穩健成長及創新，有望確立其在臺灣表演藝術生態的領頭羊地位。北藝中心肩負推展本市表演藝術發展的公共任務，以培養專才、國際連結及藝術在地推廣為目標，近年來北藝中心透過技術人員職能訓練、實習基地計畫等措施，持續培養表演藝術人才，並提升其專業能力。同時推動音樂劇人才培訓、馬戲棚計畫及青少年夏日瘋劇場等專案，讓不同年齡層都有機會以專業管道接觸表演藝術，並促進跨領域交流。此外，藉由臺北藝穗節等平台提供作品發展資源，及舉辦各類國際藝術家交流活動，展現其在國際拓展與教育扎根上的努力。展望未來，北藝中心在節目策劃上應持續保持多元性與國際化，提供民眾更豐富選擇，並可持續關注數位媒材與沉浸式科技設備發展，未來提供創作者更多舞臺可能性並拓展觀眾觀演體驗。國際發展方面應繼續發展海外長期合作基礎資源，除提供創作者更多海外機會外，也提升臺灣表演藝術的區域領導力。

三、建立核心觀眾群、拓展不同社群參與

113 年度會員總數達 33,709 人，較前一年顯著成長，其中付費會員成長率尤為突出，顯示節目吸引力與行銷策略已產生正面效果。付費會員成長主要歸因於重點節目如《親愛的帕索里尼》、熱門外租節目《勸世三姊妹》與《搖滾芭比》等的帶動。

行銷策略上，北藝中心本年度加強運用自媒體平台（粉絲專頁、IG、YouTube、LINE OA 等）提升行銷觸及，並靈活運用社群優惠、會員折扣與活動預熱提升轉換率。媒體宣傳效益全年曝光達 905 篇、社群貼文 1,054 則、觸及人數 1,594 萬，顯示宣傳管道整合效益良好，宣傳策略頗有成效。

會員經營上可配合觀眾問卷調查建立數據分析機制，強化分眾推播專屬活動與優惠，增加回購率，逐步將初次觀眾轉化為核心觀眾群，並可嘗試建立例如「家庭會員」、「青年會員」等分層方案，精準對應不同族群需求。

同時，配合「拓展不同社群參與」策略，在校園推廣、社區參與與節慶活動中設置會員入會誘因，如透過周邊社區敦睦活動制定策略，吸引鄰里民眾走入劇場，加強非網絡使用群體推廣率。

四、教育推廣及落實永續行動

北藝中心在教育推廣及永續倡議上已形成系統化布局，並結合內部管理與外部活動雙軌推進。113 年度共吸引 3 萬餘人次參與藝術教育、VR 體驗、場館導覽及推廣活動，並以《漂浮北藝，微糖少冰》等創新形式，讓觀眾以科技介面進入藝術場域。社區活動推廣則達到約 75,000 參與人次，涵蓋兒童藝術節「前進社區／校園」、敦親睦鄰工作坊、小戲臺週六音樂夜等，有效擴大藝文觸及面。

永續行動方面，中心內部啟動碳盤查計畫，並成立跨部門永續小組，推動內部節能措施等。節目策劃亦納入永續議題，包括共融音樂會、《黑暗之光》、《蝙蝠祭》及 Vegan 草獸派對，以表演與互動體驗深化觀眾的永續意識。

未來可將「永續行動」進一步與節目品牌以及社區推廣活動結合，設計永續教育活動模組，擴展至校園與社區。另可考慮是否有機會藉此結合

企業資源，共同推動永續劇場專案，兼顧達成公共任務、社會效益與財務資源拓展。

五、創造多元及穩定財源，設立合理自籌目標

行政法人為完成公共任務常仰賴公共預算支持，惟仍須提升財源籌措能力以拓展業務發展可能性，朝永續經營發展。113 年度北藝中心自籌收入來源包含票房、場租、會員、衍生商品及企業贊助，收入達 1 億 1,600 萬餘元，完成率 99.53%，占年度支出比率 17.33%，與 112 年度接近，顯示已建立穩定的財務基礎，但仍有成長空間，並期能逐年減少政府補助金額。

未來建議在維持核心收入穩定的同時，探索新的收益模式，增加非現場收入來源，使自籌來源結構更多元且風險分散。同時設定合宜年度自籌率目標及收益策略，逐步朝提升自籌及精進整體營運效益之目標前進。

伍、附件

附件 1、臺北市臺北表演藝術中心年度業務績效評鑑辦法

臺北市政府 110.5.28 府法綜字第 1103021628 號令訂定

第一條 本辦法依臺北市臺北表演藝術中心設置自治條例（以下簡稱本自治條例）第二十一條第二項規定訂定之。

第二條 臺北市政府（以下簡稱本府）為辦理臺北表演藝術中心（以下簡稱本中心）之年度業務績效評鑑（以下簡稱績效評鑑）作業，應設績效評鑑委員會（以下簡稱評鑑委員會）。評鑑委員會置委員五人至七人，由本府聘（派）下列人員組成，並指定其中一人為召集人；改聘（派）及補聘（派）時，亦同：

一、政府相關機關代表。

二、表演藝術、經營及管理相關專家、學者。

前項第二款之委員人數，不得少於總人數三分之二；且全體委員任一性別之委員人數，不得少於總人數三分之一。

第三條 評鑑委員任期三年，期滿得續聘（派）之。但前條第二項第二款之委員，每次續聘人數以不少於三分之一為原則，得連任一次。

前條第二項第一款之委員，應依職務異動改聘（派）。

評鑑委員因故出缺時，由本府補聘（派）之，其任期至原任期屆滿為止。

第四條 評鑑委員會會議由召集人召集之，並擔任主席。召集人請假或因故未能行使職權時，得指定委員一人代理；未指定或不能指定時，由委員互推一人代理。

評鑑委員會會議應有過半數委員之出席；其決議應有出席委員三分之二以上之同意。

評鑑委員應遵守利益迴避原則，不得利用職務上之權力、機會或方法，圖謀本人或關係人之利益；其利益迴避準用臺北市臺北表演藝術中心董事監事利益迴避範圍及違反處置準則之規定。

第二項應出席或已出席委員人數之計算，不包括應迴避或已迴避之委員。委員應親自出席評鑑委員會會議，不得委託他人代理出席。

第五條 績效評鑑之內容如下：

- 一、本中心年度執行成果之考核。
- 二、本中心年度業務績效及目標達成率之評量。
- 三、本中心年度自籌款比率達成率。
- 四、本中心經費核撥之建議。
- 五、本中心所屬人員年度業務績效獎勵具體額度之建議。
- 六、以往各年度績效評鑑報告所提尚待改善事項之辦理情形。
- 七、其他本府認為應予納入之有關事項。

第六條 本府應依本中心所訂定之發展目標、相關發展計畫、年度業務計畫及績效目標，訂定前條第二款年度業務績效及目標達成率之評量指標。

年度業務績效及目標達成率之評量指標，應涵蓋本自治條例第三條所定本中心之業務範圍，並依不同性質設定質化之衡量標準及量化之目標值。

本府得邀集本中心、表演藝術、經營及管理相關領域專家學者召開會議，訂定年度業務績效及目標達成率之評量指標。

第七條 績效評鑑以書面審查為原則，必要時，得為實地訪視。

本中心應配合辦理績效評鑑作業，並提供所需相關資料。

第八條 績效評鑑辦理程序如下：

一、自評：本中心應配合年度決算於會計年度終了時，就本中心年度執行成果、年度業務績效及目標達成率、年度自籌款比率達成率及經費核撥等事項，擬具自評報告，提經董事會通過後，併同年度決算書，於每年三月底前報送本府。

二、複評：本府收受前款自評報告後，應交由評鑑委員會進行複評作業並作成績效評鑑報告。

本府應就前項績效評鑑報告提交分析報告，送臺北市議會備查。

績效評鑑報告作成後二週內，本中心應依政府資訊公開法相關規定主動公開之。

第九條 本府應參考績效評鑑報告，作為核撥本中心次年度經費及核定其所屬人員年度業務績效獎勵具體額度之依據，並得訂定適當期間，要求本中心就績效評鑑報告所提尚待改善事項加強辦理，或為其他必要之處理。

本中心應就績效評鑑報告所提尚待改善事項，研提具體改進措施及期限，並納入次年度業務計畫。

第十條 本辦法自發布日施行。

附件 2、臺北表演藝術中心 113 年度營運績效自評表

行政法人臺北表演藝術中心 113 年績效指標自評表									
行政法人臺北表演藝術中心 113 年業務績效評量指標									
各項指標計分方式包括：1.量化目標全數達成者，該項評值內容以 90 分計。2.未達目標者，依 90 分之完成比例計算。3.未達成目標但執行可行替代方案者，以 75 分計。 4.目標達成逾 1.5 倍以上者，以 95 分計。5.同一指標之各項評分加總後取平均分為計分欄分數，同一績效構面之各項計分評分再加總取平均分，最後依比重給分；三大構面比重分數合計為總分，並轉換評等。									
目標	績效構面	比重	衡量指標		113 年評值內容與目標	113 年評值內容與成果	評分 (四捨五入 取整數)	計分	比重計分
Open for all 打開無限的可能	1.專業 力— 藝術家的創意 基地	40%	1-1 培植劇場人才	1-1-1 創作人才養成	1.人才培育計畫：創造國內學員與專業講師互動，總計人數 至少 76 人 (含學員、講師、助教)，過程增進專業訓練與新生代學習效益，效益分析自問卷內容，應 達 85 分 。 2.臺北藝穗節人才養成及延伸：透過臺北藝穗節所達成之創作人才養成與計畫之延伸，至少 130 團 ；團隊滿意度調查， 滿意度達 80% ；專業課程師資與學員互動人次至少 75 人 ；效益評析自問卷內容，應達 85 分 ；並從中挖掘出具有創作潛力之藝術家，給予作品再度呈現的支持與資源， 2 團 。 (績效自評將檢附問卷)	1.人才培育計畫：創造國內學員與專業講師互動，總計人數 87 人 (含學員、講師、指導、助教及核心製作成員)，過程增進專業訓練與新生代學習效益，效益分析自問卷內容， 達 86.96 分 。 2.臺北藝穗節人才養成及延伸：透過臺北藝穗節所達成之創作人才養成與計畫之延伸，共計 145 團 ；團隊滿意度調查， 滿意度達 96% ；專業課程師資與學員互動人次 92 人 ；效益評析自問卷內容， 達 95.38 分 ；並從中挖掘出具有創作潛力之藝術家，給予作品再度呈現的支持與資源， 3 團 。	90	90	35.6
				1-1-2 專業人才養成	1.技術人員職能提升與專業知識養成：音響及燈光三級職能課程培訓，專業課程師資與學員互動人次 至少 34 人 (含學員、講師)，學員滿意度調查，滿意度 達 80% ，其中持續劇場專業工作或學習深造者計 1/3 。 2.劇場技術設備展策展，辦理教育推廣及技術前瞻工作坊 6 場 ，學員至少 90 人。參觀人數達 6,000 人次 、專業人員 200 人 。 3.實習基地計畫:學員滿意度調查，滿意度 達 80% 。	1-1.劇場音響技術人員三級職能，專業課程師資與學員互動人次 35 人 (含學員、講師)，學員滿意度達 95% ，其中持續劇場專業工作或學習深造者計 2/3 。 1-2.劇場燈光技術人員三級職能，專業課程師資與學員互動人次 35 人 (含學員、講師)，學員滿意度達 90% ，其中持續劇場專業工作或學習深造者計 4/5 。 2.劇場技術設備展策展，共辦理 1 場開幕秀、9 場定時燈光秀、 8 場 專業工作坊。主展區計 25 家設備廠商參展、5 間劇場協會、工會及學校參展，展出 80 個品牌商品，展期 3 日總計 6,412 參與人次 。實體工作坊參與 249 人次 。 3.113 年實習基地計畫：學員滿意度為 91.6% 。	90		

行政法人臺北表演藝術中心 113 年績效指標自評表									
行政法人臺北表演藝術中心 113 年業務績效評量指標									
各項指標計分方式包括：1.量化目標全數達成者，該項評值內容以 90 分計。2.未達目標者，依 90 分之完成比例計算。3.未達成目標但執行可行替代方案者，以 75 分計。 4.目標達成逾 1.5 倍以上者，以 95 分計。5.同一指標之各項評分加總後取平均分為計分欄分數，同一績效構面之各項計分評分再加總取平均分，最後依比重給分；三大構面比重分數合計為總分，並轉換評等。									
目標	績效構面	比重	衡量指標		113 年評值內容與目標	113 年評值內容與成果	評分 (四捨五入 取整數)	計分	比重計分
			1-1-3 國際交流與連結		1.藝術家國際交流：透過亞當計畫深化藝術家國際交流，國內外參與藝術家及策展人至少 30 人。活動觀察文章 6 篇、參與人次至少 1,000 人次。 2.創造國際能見度： (1) 主辦 2024 年 AAPPAC 臺北年會，國內外講座與會議參與專業人員人數至少 300 人，培訓接待至少 20 人。 (2) 在 AAPPAC 年會及亞當計畫期間規劃「臺灣表演藝術櫥窗計畫>Showcase)」，邀請 20 組以上臺灣團隊匯演，協助團隊呈現專業資料、創造國際交流。 3.辦理國際專業講座：邀請國際專家 15 位、國內專家 10 位，參與人數至少 300 人次。	1.藝術家國際交流：透過亞當計畫深化藝術家國際交流，國內外參與藝術家及策展人計 42 人，活動觀察文章 7 篇、參與人次 1,478 人次。 2.創造國際能見度-2024 AAPPAC 臺北年會 (1)於 9 月 4-6 日舉辦，共有來自 19 個國家地區，66 個藝文組織，逾 320 人國內外專業人員參與講座及會議，活動總出席人次為 4,043 人，培訓接待人員共 69 人。 (2) 在 AAPPAC 年會及亞當計畫期間規劃「臺灣表演藝術櫥窗計畫>Showcase)」，邀請 22 組臺灣團隊匯演，協助團隊呈現專業資料、創造國際交流。 3.辦理「臺德 2024 表演藝術國際論壇—兒童及青少年劇場發展的創新與研究」論壇活動，共邀請國際專家 13 位、國內專家 16 位，參與人數共計 720 人次。	90		91.3
					透過兒藝節劇本徵選、兒藝節前期展演徵選等徵件活動，及創意熟成平台、兒藝節童創基地等孵育計畫，陪伴支持藝術家的作品發展，共計 13 件。	透過兒藝節劇本徵選、兒藝節前期展演徵選等徵件活動，及創意熟成平台、兒藝節童創基地等孵育計畫，陪伴支持藝術家的作品發展，共計 14 件。	90		
			1-2 作品發展支持	1-2-2 委製、共製與自製	透過北藝中心平台計畫或藝術三節所達成委製、共製與自製的節目，包括國際節目，共計 20 檔。	透過北藝中心平台計畫或藝術三節所達成委製、共製與自製的節目，包括國際節目，共計 24 檔。	90		
				1-2-3 巡迴演出	透過北藝中心的主動推薦，或是其他國內外場館或藝術節的邀請，洽談及媒合北藝中心場館節目、平台計畫或藝術三節的節目巡迴演出，2 檔。	透過北藝中心的主動推薦，或是其他國內外場館或藝術節的邀請，洽談及媒合北藝中心場館節目、平台計畫或藝術三節的節目巡迴演出，2 檔。	90		
				1-2-4 建立長銷合作模式	建立長銷式演出合作模式，以提供場地檔期、票房分潤、共同製作等多元機制，觸發團隊於北藝中心演出長銷型節目的意願及增加演出場次的可能，形塑優質產業機制，5 檔。	建立長銷式演出合作模式，以提供場地檔期、票房分潤、共同製作等多元機制，觸發團隊於北藝中心演出長銷型節目的意願及增加演出場次的可能，形塑優質產業機制，9 檔。	95		

行政法人臺北表演藝術中心 113 年績效指標自評表									
行政法人臺北表演藝術中心 113 年業務績效評量指標									
各項指標計分方式包括：1.量化目標全數達成者，該項評值內容以 90 分計。2.未達目標者，依 90 分之完成比例計算。3.未達成目標但執行可行替代方案者，以 75 分計。 4.目標達成逾 1.5 倍以上者，以 95 分計。5.同一指標之各項評分加總後取平均分為計分欄分數，同一績效構面之各項計分評分再加總取平均分，最後依比重給分；三大構面比重分數合計為總分，並轉換評等。									
目標	績效構面	比重	衡量指標		113 年評值內容與目標	113 年評值內容與成果	評分 (四捨五入 取整數)	計分	比重計分
			1-3 藝術家宣傳推廣服務	1-3-1 觀眾與會員人數	1.主辦節目觀眾人數： 48,000 人次 。2.入館人數：達 187 萬人次 。3.會員人數：成長至 35,000 人 。（1）付費會員人數達 1,200 人。（2）免費會員人數達 33,800 人。	1.主辦節目觀眾人數： 34,074 人次 （可售張數 46,013 張）2.入館人數： 1,803,975 人次 3.會員人數：成長至 33,709 人 （1）付費會員共計 1,761 人（2）免費會員共計 31,948 人	79	86	
				1-3-2 自媒體平台訂閱人數	自媒體平台訂閱人數： 330,000 人 。	自媒體平台訂閱人數： 320,408 人	87		
				1-3-3 媒體宣傳效益	1.大眾媒體報導效益：年度新聞曝光至少 400 篇 。 2.全年新聞稿發文主題，至少 50 則 。 3.社群媒體發文，至少 400 則 。 4.社群媒體觸及人數，達 1,000 萬人次 。	1.大眾媒體報導效益：年度新聞曝光 905 篇 2.全年新聞稿發文主題， 發稿 47 篇 。 3.社群媒體發文 1,054 則 4.社群媒體觸及人數，達 1594 萬人次	92		
	2.共融力—生活與藝術的串連	30%	2-1 擴大民眾參與	2-1-1 拓展不同社群之參與	1.藝術教育課程、VR 劇場體驗、參觀回路、場館導覽及各類推廣活動，參與人次 20,000 人次以上 。 2.辦理不同社群參與之推廣活動、工作坊、講座等，共 10 場 。 3.辦理小戲台音樂會等推廣性演出，共 30 場 。 4.辦理劇場內輕鬆自在音樂會， 3 場 。	1.藝術教育課程、VR 劇場體驗、參觀回路、場館導覽及各類推廣活動，參與人次 37,864 人次 。 2.辦理不同社群參與之推廣活動、工作坊、講座等，總共 43 場 ，包含《漂浮探險隊球劇場篇》8 場、《藝起漂浮社區傳送門》3 地 13 場、《蓋一棟劇院，變！變！變！》兒童創造力工作坊 4 場、《齡/時差》青銀好時光工作坊 4 場、敦親睦鄰工作坊 4 場、《北藝筆記：好食光》講座及走讀 6 場、《TPAC 排練現場直擊 2.0》3 場、敦親睦鄰推廣活動 1 場等。 3.《北藝小戲台 週六音樂夜》演出，共 36 場 。 4.辦理劇場內輕鬆自在音樂會， 3 場 。	93	94	27.4
				2-1-2 文化進入社區	1.親子戶外免費演出、校園推廣、敦親睦鄰活動等，讓藝術走入社區，貼進生活，參與人次 30,000 人次以上 。 2.臺北藝穗節產業合作計畫，與在地 10-15 家 店家或場域合作進駐演出。	1.親子戶外免費演出、校園推廣，讓藝術走入社區，貼近生活，參與人次 75,836 人次；各項敦親睦鄰活動、展覽，參與人次 61,971 人次 。 2.臺北藝穗節產業合作計畫，與 35 個 店家或場域合作進駐演出。	95		
			2-2 場館服務	2-2-1 導覽服務	1.中、英、日語音導覽建置。 2.語音導覽租用提供電子支付服務。	1.中、英、日語音導覽建置： 於 113 年 4 月正式服務 。 2.語音導覽租用 已提供電子支付服務 ：含 Line pay、Apple Pay、Google Pay 等支付服務。	90	90	

行政法人臺北表演藝術中心 113 年績效指標自評表

行政法人臺北表演藝術中心 113 年業務績效評量指標

各項指標計分方式包括：1.量化目標全數達成者，該項評值內容以 90 分計。2.未達目標者，依 90 分之完成比例計算。3.未達成目標但執行可行替代方案者，以 75 分計。
4.目標達成逾 1.5 倍以上者，以 95 分計。5.同一指標之各項評分加總後取平均分為計分欄分數，同一績效構面之各項計分評分再加總取平均分，最後依比重給分；三大構面比重分數合計為總分，並轉換評等。

目標	績效構面	比重	衡量指標		113 年評值內容與目標	113 年評值內容與成果	評分 (四捨五入 取整數)	計分	比重計分
				2-2-2 場館設施改善	提供觀眾觀劇之舒適友善環境： 1.太陽廳回音改善：回音值達到 小於 2.0 秒 (500Hz) 。 2.館內空間廁所增設及優化：於停車場、大劇院、球劇場之樓層，各增設廁所 至少 1 處 。館內空間優化友善廁所 至少 1 處 。 3.大劇院觀眾席空調設備優化：增設 至少 2 台 預冷機，改善調整 300 個出風口 。	1.太陽廳回音改善完成：回音值整體達到 2.2 秒 (500Hz) ， 東南角空間達到 1.7 秒 (500Hz) 。 2.館內空間廁所增設及優化：已於停車場、大劇院、球劇場之樓層各增設 1 處 ，館內空間優化友善廁所 1 處 。 3.大劇院觀眾席空調設備優化：已增設 2 台 預冷機及改善調整 300 個出風口 。	90		
			2-3 永續共融	2-3-1 永續行動落實	1. 啟動組織碳盤查，辦理永續課程 至少 2 場 。 2. 問題意識建立，同仁提出的建議，經評估後落實執行 至少 2 項 。 3. 藝術倡議，舉辦與永續議題有關節目 至少 2 場 。	1. 低碳營運： (1)3 月成立跨部門永續小組；建置綠色資訊機房；電扶梯裝設變頻器，提升節能成效；建立同仁的問題意識，如同仁提議週末關閉辦公空間的電子螢幕及下班電腦關機，均依建議進行調整。 (2)發送 6 期北藝綠起來雙月號電子報，並自 10 月起每月辦理蔬食日，邀請同仁參與，將永續的精神內化為同仁的 DNA。 (3) 4/8 舉辦「ESG 永續藍圖工作坊」，5/13 辦理「SGDs 特工隊工作坊」， 2 場 共計 29 人參與課程。 (4)場館響應「2024 世界關燈日 Earth」關燈一小時活動 (5)邀請同仁響應「舊鞋救命募集」活動 (6)113 年組織 碳盤查於 10 月正式啟動 ，預計 114 年第四季完成盤查後，進行第三方查驗。 (7)官網新增「綠色北藝」(Embrace the Green)永續專區，說明本中心的永續論述及綠行動。 2. 永續共融，舉辦 4 場 與永續議題有關展演活動如下： (1)兒藝節：舉辦輕鬆自在共融音樂會 (2)藝術節：瑪蒂德·莫尼葉《黑暗之光》以全女性表演者的反思與詮釋，探討女性如何面對傷害；顧廣毅 X 羅伯特·強森《蝙蝠祭》探討人類飲食文化和野生動物生態保育如何因疫情加速一觸即發的危機 (3)體驗推廣活動：舉辦 Vegan 草獸派對，鼓勵民眾多食用蔬食，減少碳排放。	90	90	

行政法人臺北表演藝術中心 113 年績效指標自評表									
行政法人臺北表演藝術中心 113 年業務績效評量指標									
各項指標計分方式包括：1.量化目標全數達成者，該項評值內容以 90 分計。2.未達目標者，依 90 分之完成比例計算。3.未達成目標但執行可行替代方案者，以 75 分計。 4.目標達成逾 1.5 倍以上者，以 95 分計。5.同一指標之各項評分加總後取平均分為計分欄分數，同一績效構面之各項計分評分再加總取平均分，最後依比重給分；三大構面比重分數合計為總分，並轉換評等。									
目標	績效構面	比重	衡量指標		113 年評值內容與目標	113 年評值內容與成果	評分 (四捨五入 取整數)	計分	比重計分
	3.組織力—營運績效及管理	30%	3-1 場館營運及服務	3-1-1 自籌款達成率與成長率	1.預算編列自籌收入為 1 億 1,655 萬 4,000 元 (含票房、場租、會員、衍生商品、企業贊助等)，達成至少 1 億 400 萬元 。2.自籌款占全年度實際支出 18% 。	1.自籌收入為 1 億 1,600 萬 4,121 元 ，已達預計目標 99.53% 。 2.自籌收入占 113 年支出約為 17.33%	88	86.2	25.9
				3-1-2 主辦節目售票率	主辦節目售票率為 80%	主辦節目售票率為 74%	83		
				3-1-3 觀眾滿意度	1. 主辦節目滿意度達 90% 2. 場館服務滿意度達 90%	1. 主辦節目滿意度為 93.8% 2. 場館服務滿意度為 95.2%	90		
				3-1-4 團隊使用滿意度	1.主辦節目之場地使用團隊對於場館使用(硬體)滿意度達 90% 、場館服務(軟體)滿意度達 90% 。 2.其他節目之場地使用團隊對於場館使用(硬體)滿意度達 90% 、場館服務(軟體)滿意度達 90% 。	1.主辦節目之場地使用團隊對於場館使用(硬體)滿意度達 95% 、場館服務(軟體)滿意度達 100% 。 2.其他節目之場地使用團隊對於場館使用(硬體)滿意度達 90% 、場館服務(軟體)滿意度達 100% 。	90		
				3-1-5 場地使用率	1.三劇場年度使用率平均達 90% 。 2.排練場年度使用率平均達 90% 。 ※「場地年度使用率」計算方式：已使用天數/可使用天數(全年天數-休館天數)*100%	1.三劇場平均使用率 94.98% (大劇院 97.8% / 球劇場 98.08% / 藍盒子 89.04%) 2.排練場平均使用率 69.72% (排練場 1-69.8% / 排練場 2- 68.7% / 排練場 3- 67.0% / 排練場 4-70.4% / 排練場 5-73.7%)	80		
		3-2 行政組織管理	3-2-1 行政組織建構與營運管理	1. 實際支出達預算支出 85% 。 2. 招聘專職稽核人員 ，以健全內部控制制度，並實施稽核作業制度管理。 3. 各採購案之履約進度執行率達 100% 。	1.實際支出達全年預算支出 96.14% 2.本年度 已聘專職稽核人員 一名 3.各採購案之履約進度執行率達 100%	90	86.5		
			3-2-2 場館維護與優化	1. 資訊安全防護：中心 PC 主機弱點掃描、中心官網安全性檢測-弱點掃描等，各辦理 至少 1 次 。 2. 辦理年度檢查及申報：能源管理申報(1 月)、室內空氣品質申報(2 月/每兩年申報 1 次)、建物公安檢查申報(3 月)、消防檢修申報(3 月、9 月)、建築物昇降設備檢查簽證及申報(8 月)、高壓電力申報(12 月)。 3. 劇場設備定期保養：燈光，音響，舞台 全年各 2 次 。	1. 資訊安全防護：3 月 5 日 已完成 中心 PC 主機弱點掃描、二年一次的中心官網安全性檢測-弱點掃描已於 112 年 8 月完成。 2. 辦理年度檢查及申報： 已完成 能源管理申報、室內空氣品質申報、建物公安檢查申報、消防檢修申報、建築物昇降設備檢查簽證及申報、高壓電力申報。 3.劇院設備定期保養 已完成 4.中心重大設備定期保養：電梯，手扶梯，空調 每月各進行 1 次 。	90			

行政法人臺北表演藝術中心 113 年績效指標自評表								
行政法人臺北表演藝術中心 113 年業務績效評量指標								
各項指標計分方式包括：1.量化目標全數達成者，該項評值內容以 90 分計。2.未達目標者，依 90 分之完成比例計算。3.未達成目標但執行可行替代方案者，以 75 分計。 4.目標達成逾 1.5 倍以上者，以 95 分計。5.同一指標之各項評分加總後取平均分為計分欄分數，同一績效構面之各項計分評分再加總取平均分，最後依比重給分；三大構面比重分數合計為總分，並轉換評等。								
目標	績效構面	比重	衡量指標	113 年評值內容與目標	113 年評值內容與成果	評分 (四捨五入 取整數)	計分	比重計分
				4. 中心重大設備定期保養：電梯，手扶梯，空調 每月各 1 次 。				
			3-2-3 人員職能教育	1. 安排專業技能訓練課程，包括職安衛、防火管理、堆高機操作、高空作業、採購管理、檔案管理、人資法令、預決算管理等， 至少各一次 。 2.辦理全員訓練課程，包括法遵、資安、CPR+AED 急救、內控相關規定， 至少各 1 次 。 3.辦理主管訓練課程，包括績效管理、溝通技巧、專案進度管理， 至少各 1 次 。	1. 安排專業技能訓練課程， 已完成 職安衛、防火管理人、高空作業、採購管理、檔案管理、人資法令、預決算管理等課程。 2. 全員訓練課程， 已辦理 法遵、資安、CPR+AED 急救等課程。 3.主管訓練課程， 已辦理 績效管理、溝通技巧等課程。	90		
			3-2-4 追蹤改善查核缺失	針對 112 年度績效評鑑報告所提尚待改善事項，及文化局、審計、主計等查核缺失項目，均已改善完成並遵期函覆監督機關，後續並針對各項缺失及建議事項持續追蹤。	112 年績效評鑑報告之待改善事項為「內部稽核」及「規劃行政管理檢核機制」，皆已改善； 本年度文化局查核尚有部分缺失未即時完成，持續改善中 ；審計及主計查核之各項缺失，除「人事管理規章」及「薪資級距表」修正未完成外，其餘已改善並於期限內函覆監督機關。 前述之規章修正提交 113 年 12 月 24 日第二屆第五次董事會審議決議擱置，統整相關意見後，續送 114 年 3 月 25 日第二屆第六次董事會會議審議。	76		
合計						88.9		

附件 3、臺北表演藝術中心 113 年度評鑑審查意見與建議事項辦理情形

績效評鑑委員會就該中心 113 年營運績效提出審查意見與建議，該中心分別回復辦理情形及改善措施如下：

編號	審查意見與建議	北藝中心回覆說明及改善措施/期程
1	北藝中心之主業、副業皆應思考如何提升收入，有關場館空間運用，建議可再評估增加更多賣店空間等，以提供更完善服務，增加收益、減少負擔，同時提升空間使用效率，與周邊共同推展觀光發展。	本中心以城市人文劇院為定位，以完成三項使命為目標：一為促進表演藝術產業發展、二為培育人才、三為建築場地維護與管理。空間使用以服務劇場觀眾為優先，使用分區為機關用地，使用執照與水電設施，以7樓及B1為完整商業用途。1、2樓依使用執照規範之商業空間有限，並且需同時服務民眾及持票入場觀眾。本中心在符合規範下已積極展開招商。另開發「智能市集」，以創意販賣機突破使用執照限制。 本中心每年入館人次逾180萬，實踐與周邊共榮理念。將發揚城市人文劇院定位，持續以文化聚眾方式，藉由藝術擴散機制，增加入館人次，帶動商圈發展。
2	(1) 在財務方面，北藝中心的整體自籌率未來規劃將如何提升？ (2) 審計處針對113年度北藝營運的財務狀況查核意見，其中有提及自籌款未達標此節，未來仍請北藝中心朝向研議增加擴大營運效益目標努力。	本中心自籌收入主要為捐贈、票房及租金三大部分。將針對此三大部分訂定策略，以提升自籌收入。 捐贈： ✓ 開拓多元贊助來源 ✓ 維繫並擴展企業友好關係 ✓ 強化場館影響力與品牌形象 票房： ✓ 節目兼具藝術與市場價值 ✓ 提升行銷溝通的深度與精準度 ✓ 會員經營深化，驅動核心銷售 場租： ✓ 以多元租金方案促進業務 ✓ 持續拓展表演藝術與非表演藝術類租用客源 ✓ 與商家以夥伴關係共同拓展業務

編號	審查意見與建議	北藝中心回覆說明及改善措施/期程
3	(1) 「3-1-5 場地使用率」排練場年度使用率未達標，場地的使用率可如何提升？請北藝中心協助說明。 (2) 有關排練場的使用，目前北藝中心主要還是以進駐使用團隊為主，為提升使用，建議補充說明是否有對外的推廣行銷、吸引租借的手段。 (3) 排練場與廣場的使用率提升方式，在空餘時段，是否有考量開放給非劇團等團體練習使用，如瑜珈、廣場舞等類型，可將此空間推廣給更多大眾與一般民眾。	(1) 本中心排練場收費分為「排練使用」與「非排練使用」兩種。為有效提升排練場使用率，加強措施為： 1.宣傳與推廣：透過官網、社群、EDM，持續對外溝通排練場租用資訊。 2.考量針對冷門時段提供優惠方案，提升時段使用率。 3.優化檔期管理：減少因自用時段臨時釋出導致空檔。 (2) 本中心排練場受理「非排練」活動申請使用，如課程、成果發表、新書發表、工作坊、記者會等。惟因場地位於本中心11樓，該樓層為內部辦公及管制空間混合區域，考量管理與民眾進出機制，遂有條件開放申請活動類型。 (3) 本中心戶外三面廣場自營運初始，於未外租時段均開放民眾自由進出與使用。近年來，於平日晚間、假日、寒暑假期間，民眾利用廣場練習舞蹈情形十分熱烈，周末常出現學生舞蹈團體一位難求之盛況，儼然已繼捷運中山站「爵士廣場」後，成為台北市新興練舞熱門場地。
4	相較之前年度，113 年度決算資料開始納入土地跟場館建設費用，請北藝中心檢視是否有造成實質之負債，此部分再請確認；累積剩餘資金共達數億，現皆放為定存，應可規劃更有效率之運用，也應重新檢視為何會有這些累積賸餘。	(1). 土地跟場館建設費用，對本中心財務未造成實質之負債。 (2). 本中心累積賸餘規劃運用於臨時性天災意外或設施設備無預警故障；以及配合當年活動或演出以強化效益，或整體形象提升之新增計劃，或因無法配合預算編列時程立案所導致之新增支出。 (3). 累積賸餘原因通常係撙節開支、原定計畫調整、計畫執行後之結餘款或標餘款。
5	以行銷宣傳來看，「1-3-1 觀眾與會員人數」子項目如入館人數、會員人數成長等，需透過較大量的努力才會推展，故數據雖未達標，仍可接受現行執行情形，反觀「1-3-3 媒體宣傳效益」子項目如新聞稿發稿數等，這些可透過	將注意目標值要求，以達成績效目標。此項係因行銷工作以促進票券銷售為目的，如遇票房成果良好即轉移資源，常不因績效數值而強加執行。

編號	審查意見與建議	北藝中心回覆說明及改善措施/期程
	實際操作就能實質提升執行率的情況，較無法理解為何最終結果為未達標。	
6	以「2-1 擴大民眾參與」指標內容來看，資料呈現完成各活動辦理場次，但較可惜的是未能看見其背後代表之特殊價值及意義。	定時導覽活動包含華語、英語，語音導覽 113 年建立中英日語，(114 年新增韓客台語)。「主題導覽」包含親子導覽、以上班族為主要客層的夜間導覽、以及對藝文有興趣的幕後導覽等，持續提供多樣化選擇，讓民眾體驗、感受本中心是一個充滿創造力及生命力的生活空間及當代劇場。 另針對兒童、樂齡等族群，打造不同主題課程、工作坊及推廣活動，讓藝術融入生活，生活即劇場，生生不息。 此項指標的參與者滿意度均為「滿意」及「非常滿意」。
7	「1-2-4 建立長銷合作模式」此指標，似乎非僅靠北藝中心努力即可達成，需有團隊提供節目、彼此合作。惟現行資料未顯示各長銷合作節目之實際售票率等資訊，無法觀看+得知，北藝中心節目擇選之策略是否適合、對於劇團做的協助或努力等層面，此部分應可再補充。	補充各節目演出場次、售票率、觀眾人數如下： 113年長銷節目： 1.台南人劇團《仲夏夜汁夢》/藍盒子/4週20場次。售票率69%、觀眾7,265人次。 2.瘋戲樂工作室《搖滾芭比》/藍盒子/3週14場次。售票率60%、觀眾4,978人次。 3.幹麻醬紙創意工作室《鬼歸代言人：正邪不兩立》音樂劇/藍盒子/3週12場次。售票率60%、觀眾4,350人次。 4.C MUSICAL 製作《小王子》音樂劇/藍盒子/2週12場次。售票率57%、觀眾3,006人次。 5.躍演《勸世三姊妹》中文音樂劇/大劇院/2週12場次。售票率99%、觀眾14,931人次。 6.刺點創作工坊《誰偷走了我的字》/球劇場/2週8場次。售票率53%、觀眾2,876人次。 依市場取向，觀眾回響反映在實際票房數據及口碑，《囍宴》與《如夢之夢》雖未全數符合如項次11所述之指標，但皆為長銷式的潛力節目。本中心在定義長銷式節目的過程，亦評估近年的節目表現與市場表現來相互平衡，陪伴潛力團隊朝向叫好叫座的大眾期待。

編號	審查意見與建議	北藝中心回覆說明及改善措施/期程
		1.華文音樂劇《囍宴》/大劇院2週6場次。售票率85%，觀眾6,921人次。 2.表演工作坊《如夢之夢》/大劇院1週5場次。為表演藝術之指標節目，可售張數近8千席次。售票率50%、觀眾3,787人次。 其他有關長銷節目之說明，詳見項目11。
8	「3-2-4 追蹤改善查核缺失」之執行率較低，惟檢視審計或局查核意見，有些改善項目並非短期即可完成、偏向長期營運的檢討層面，因此如直接將「改善」列為各年度評核執行成效，是否妥適，或許於未來訂定指標時可再重新思考。	將依據委員意見，明年度監督機關、審計及會計師之查核意見，以「短期檢討改善」及「中長期追蹤改善」分別管考。 預計研擬 114 年度績效指標自評表時，將「3-2-4 追蹤改善查核缺失」指標之「評值內容與目標」，以「短期檢討改善」及「中長期追蹤改善」之辦理情形分別計分，以忠實反映場館之管理能力。
9	檢視預決算書等資料，發現勞務支出及行銷費用支出皆減低很多，但有些相關聯之績效指標卻未達成。節約成本雖是好事，但建議仍須盤整檢視，成本節約之原因是否合理妥適，且在未達標的各指標執行上，是否可透過增加預算即可推展任務。	1. 因場地簡介影片及超級大劇院節目延後至114年執行，原訂113年度用於推廣場館節目及活動之各項行銷宣傳經費隨之遞延，致113年行銷費用執行率偏低，非因預算不足所致。 2. 本中心行銷業務由行銷部主責辦理，以整合行銷預算方式，明確執行單位，使資源運用及執行上更具效率，整體行銷費用並未因此而降低。
10	整年度北藝中心的執行成果跟努力，僅轉變成指標之數值，較難以反映出中間的執行過程。建議量化的內容可用數字呈現，但也可增加北藝中心的自評說明，如團隊的決策過程、對自行工作狀態是否滿意等，以供委員檢視判斷。自評報告中，建議針對數據不如預期或未達標的情形，做更多的說明及分析。	將依據委員意見，增加自評說明。
11	請北藝中心補充說明長銷節目的定義為何，如何才能被計算為長銷節目。	參照臺北市政府文化局轄下水源劇場對長銷式節目之定義，即「每次申請檔期至少3週，演出至少12場次，每場次至少45分鐘。若獲得檔期包含2個以上製作，單一製作均需連續演出12場以上之售票演出節目，方適用於場租優惠。」

編號	審查意見與建議	北藝中心回覆說明及改善措施/期程
		以113年本中心之合作節目為例，長銷式節目之定義為：檔期需連續2週達8-12場次以上；團隊為主辦單位，票房收入歸團隊；本中心以協辦身分提供場租優惠及協力行銷宣傳；總票數達5,000張以上之節目。
12	北藝中心在主辦或合辦等節目上的選擇與開拓，未來將採行何種策略更能異軍突起，而長銷節目合作對象是如何尋找，建議補充說明。另也觀察到戲曲節目偏少，考量原因為何？	承編號7與11之說明，本中心持續與過往合作團隊保持密切聯繫之外，亦透過觀察「兩廳院文化生活」數據報告掌握消費者習慣，及多方了解各場館的營運方針與計畫，方能取得與潛力團隊工作的絕佳時機。 本中心現將主力聚焦於臺北藝術三節、北藝嚴選、Camping Asia等系列節目，其中，兒藝節以藝術推廣的角色與觀眾接觸，邀請學齡的孩童觀賞演出，踏出第一步與表演藝術相遇，是正在努力實行的目標。 臺灣戲曲中心與本中心位據士林兩端，亦是相互觀摩的友好場館，在節目取向上，也相互學習創新跨界的合作可能。近年本中心的主辦節目中，諸多主創藝術家橫跨現代戲劇與戲曲類別，創作多元跨域演出，例如：陳武康 X 唐美雲《問美．雲知道》、魏海敏《在梅邊之緣》、國光劇團《魔幻雙齣》、捌號會所《夢迴春閨》、栢優座《鬼島學苑進修部》。此外，也積極與傳統表演藝術團隊合作，包含國立臺灣戲曲學院、集藝戲坊、風神寶寶兒童劇團、栢優座、雷音劇坊、巧宛然掌中戲團、西田社傳統劇場、長義閣掌中劇團、臺北木偶劇團、錦飛鳳傀儡戲劇團，以及國光劇團新生代要角李家德與凌嘉臨，持續拓展戲曲藝術在當代劇場的更多可能。
13	在社群上，未來後續是否有做更多的拓展、不同的推廣策略，可讓更多一般大眾更靠近這個地方？	一、明確區分「臺北藝術節」、「臺北兒童藝術節」、「臺北藝穗節」、「北藝嚴選」四大品牌的目標觀眾，以清晰定位進行節目及宣傳規劃，包括： (一)「臺北藝術節」定位：臺北市文化名片，用藝術與全球連結。 (二)「臺北兒童藝術節」定位：家人共享共樂、共同結交的藝術好夥伴。

編號	審查意見與建議	北藝中心回覆說明及改善措施/期程
		(三)「臺北藝穗節」定位：實現藝術大夢的初登場舞台。 (四)「北藝嚴選」定位：國際必看節目與在地人、在地作品的集結推出與推廣。 二、北藝學院專業培育：針對產業人士與重度劇場愛好者制定的經營策略。透過社群媒體推廣「北藝學院」專業課程與活動，內容涵蓋音樂劇培訓、舞蹈開發、大師講座與技術工作坊等。社群的角色是建立本中心在產業內的專業權威形象，吸引核心圈層的深度參與，強化本中心作為藝術培力基地的社會功能。 三、打造「北藝生活」品牌：以藝術、建築、飲食及在地文化為主題，推出一系列常態性的免費或付費主辦活動。例如：建築光影導覽、週末主題市集、親子藝術工作坊、在地文史講座等。透過多元內容與友善服務，營造民眾樂於親近的文化場域。同時，運用社群平台向更廣泛的受眾推廣這些低門檻活動，有效降低大眾的心理距離，驅動人流實際到訪場館，親身體驗北藝的友善與開放。113年入館人次逾180萬，114年預計190萬人次。