

113 年度文化部主管政府捐助之財團法人績效評估報告

壹、財團法人自評：

一、財團法人名稱：

財團法人臺灣歌仔戲推廣基金會

二、財團法人概況：

單位：新臺幣/元；%

創立日期 (以法院登記日為準)	創立基金總額	期末基金總額	原始捐助金額比率	累計捐助金額比率	年度補助金額	年度委辦金額	年度自籌金額比率	年度總收入	年度總支出	年度餘絀
113/02/23	400,000	400,000	100	100	0	47,415,000	0.58	47,692,192	30,550,697	17,141,495

三、財團法人整體運作情形

(一) 年度重要成果說明

本會 113 年重要成果包括承辦國立傳統藝術中心委託之「兒童歌仔戲計畫」與「傳統戲曲競賽委託規畫執行」，以及推動本會各項會務工作。以下說明各項成果內容。

1. 兒童歌仔戲計畫

本案活動名稱為：兒童歌仔戲—親子劇場匯演，主要業務內容為推動兒童藝術扎根，擴展新興觀眾參與能量，由國立傳統藝術中心 113 年 5 月 21 日委託本會辦理。

(1) 邀演及甄選團隊

本會邀集專家學者評選出優良團隊及劇目至全國巡迴展演。甄選團隊提案收件總計 14 件，包含新製作品 7 件、舊作重製 7 件，共計 7 團參演。

(2) 兒童歌仔戲展演及藝術體驗推廣

活動於 8 月 31 日起由台東出發至彰化、雲林、臺南、屏東、桃園六縣市辦理大型戶外演出七場次，邀請地方縣市文化局協助提供場地及活動宣傳，本委託案除為兒童打造的演出外，本會並精心規畫戲曲體驗及民俗工藝相關推廣活動，邀請 15 個藝術工作室及劇團共同參與推廣，增添親子藝術教育趣味性，深受參與民眾好評。

(3) 行銷宣傳

記者會媒體報導及地方活動新聞媒體露出共 46 則，DM 寄送 124,000 張、海報寄發各學校 機關社團 800 張、活動宣傳(扇) 發送 5,600 支，網路貼文共 32 則觀看數為 94,911 人次，在地及藝文、親子教育社群 52 則，各文化藝文月刊 5 則，活動宣傳影片 10 支瀏覽數 185,563 次，演出場地舞台及周邊活動整體視覺設計及推廣活動紀念商品。

本案已於 11 月 23 日演出結束共吸引 19,260 人次參與，兒童參與比例高達 52.5%，依契約於 113 年 12 月 15 日前完成結案。

2. 傳統戲曲競賽委託規畫執行

本案活動名稱為：第二屆「歌仔上青」全國歌仔曲調大賽，主要業務內容為推動國家語言發展，改善臺灣本土語言斷層危機，透過深入校園的曲調教唱及協力團隊的現場推廣，以競賽為推力，鼓勵民眾參與。由國立傳統藝術中心委託本會辦理，執行期間為 113 年 5 月 31 日至 114 年 5 月 30 日止。

(1) 賽事執行共 15 場次

本案於 113 年 8 月 1 日起至 10 月 7 日受理報名，大賽分為：少年組、團體組、成人組及專業組。共吸引 2,385 名選手報名參賽。

海選初賽評選，由 7 位專家學者進行 3 階段線上評選，於 11 月 7 日公布初賽入圍名單，各組選出 30 名參賽者進入複賽。

複賽採分區辦理，北區於 12 月 7 日至 12 月 8 日在臺北戲曲中心、南區 12 月 14 日至 12 月 15 日於高雄左營中山堂劇場共計辦理 8 場次，由 10 位專家學者做實體評選，各組選出 10 名參賽者進入決賽。

全國總決賽共計 4 場次，由 9 位專家學者進行實體評選，於 114 年 3 月 22 日於高雄左營中山堂劇場辦理。

(2) 推廣活動總計辦理 83 場次

本會結合臺灣各地深耕歌仔戲團隊於全國各地區校園、社區及各戶外大型演出現場進行活動報名推廣，參與人次達萬人。

(3)行銷宣傳

記者會 1 場媒體報導共計 12 則、DM 發送 25,000 張、海報寄發各學校機關社團 300 張、網路貼文共 329 則觀看人數約 240 萬次、全台各藝文活動及在地人氣社群臉書活動發布訊息 62 則、宣傳影片 24 支觀看人數 14 萬，youtube 影片 17 支觸及人數 8 萬次、電台廣告 80 檔次、電視電台專訪 4 則。

3. 會務工作

本會原名「財團法人國劇之家」，第二屆董事於 112 年 6 月 26 日就任，由陳悅宜董事擔任臨時董事長。112 年 12 月 26 日董事會通過更名為「財團法人臺灣歌仔戲推廣基金會」，遷址高雄市，並選任林茂賢先生為董事長，完成章程修訂等法人變更作業。113 年 2 月 23 日正式創立，並於 3 月 6 日、5 月 2 日及 12 月 31 日，依序完成更名與負責人變更、設立目的變更、董事改選與章程修正等登記事項，奠定營運發展基礎。

113 年度共召開 3 次董事會，完成執行長聘任、董事改選及內部治理制度建置，通過「人事管理辦法」、「會計制度」、「採購辦法」、「分層管理辦法」、「財產管理辦法」等制度，並經文化部核定備查，強化法人治理基礎。本會執行長由曹頤和女士出任，將與林茂賢董事長攜手帶領團隊，推動年度預算及事業計畫之執行，並逐步建立人事制度與內控機制，落實法人治理，強化歌仔戲推廣與文化傳承之核心目標。

(二) 是否符合原捐助章程及設立目的

是。年度各項推動內容皆符合本會章程所定之「推廣、研究、創作、展演」等目的，落實設立宗旨。

(三) 原捐助目的是否已透過年度目標之達成而實現

是。執行計畫均具體實踐捐助目的，推廣戲曲、培育觀眾與人才，充分展現公益性文化成果。

(四) 財務收支情形（如有財務短絀情形應說明原因，並應填列於「伍、策進作為」）

113 年度計賸餘 1,714 萬 1,495 元，較預算賸餘數 45 萬元，增加 1,669 萬 1,495 元，約 3,709.22%。主要係辦理 113 年傳統戲曲競賽委託製作案屬跨年度計畫，並擲節各項成本支出，及依計畫期程留用至下年度執行所致。

四、財團法人績效評估

項次	年度 工作項目	目標值 (衡量指標)	達成 度% (註 1)	辦理(執行)情形
1	113 年兒童歌仔戲計畫委託製作案	(1)兒童歌仔戲七場 展演及 15 組藝術體驗團隊推廣。 (2)活動行銷宣傳:網路貼文觀看數達 80,000 人次,活動宣傳影片瀏覽數達 150,000 人次。 (3)兒童歌仔戲展演參與觀看數達 15,000 人次及兒童比例達 45%。	100%	(1)七場大型戶外演出及 15 組藝術工作室及劇團參與推廣。 (2)網路貼文共 32 則觀看數為 94,911 人次;活動宣傳影片 10 支瀏覽數 185,563 人次。 (3)演出結束共吸引 19,260 人次參與,兒童參與比例高達 52.5%
2	113 年傳統戲曲競賽委託製作案	(1)賽事報名人數達 1,500 人。 (2)初賽評選各組 30 名進入複賽。 (3)複賽評選各組 10 名進入決賽。 (4)決賽評選各組別獲獎。 (5)報名推廣活動總計辦理 83 場次達 10,000 人次。 (6)活動行銷宣傳:網路貼文觀看數達 80,000 人次,活動宣傳影片瀏覽數達 150,000 人次。	80%	(1) 賽事報名 2,385 名選手報名參賽。 (2)初賽評選各組 30 名參賽者進入複賽。 (3)複賽評選各組 10 名進入決賽。 (4)決賽評選為跨年度執行,尚未結案。 (5) 報名推廣活動總計辦理 83 場次達 10,000 人次。 (6) 網路貼文共 329 則觀看數 2,400,000 人次,宣傳影片 24 支觀看數 140,000 人次,youtube 影片 17 式觸及數 80,000 人次。
3	本會業務營運方向與未來展望研討	辦理 2 次以上董監事會議。	100%	113 年度共召開 3 次董事會,主要為制度之建立、年度預算之審查、董事之改選與章程之修訂。

註 1：年度目標達成度：計算公式為實際值／目標值，最高以 100%計；可視實際執行情形，適度修正本表。

五、策進作為（針對年度目標達成度未達 80%及財務短絀者，應臚列待改進項目及策進作為）
本會本年度各項年度目標均達標，將持續精進深化各項工作推動執行。

貳、業務督導單位綜合評估

一、年度工作項目或目標達成情形、重要成果及策進作為之綜合評估說明：

臺灣歌仔戲推廣基金會 113 年業務主要辦理「第二屆歌仔上青-全國歌仔曲調大賽」及「2024 兒童歌仔戲」均已達成其年度目標，且符合章程宗旨，對於推廣整體歌仔戲產業文化確有助益，評估可持續辦理後續推廣業務相關事宜。

二、評估結果（1.良好、2.尚可、3.待改進）：良好。

三、其他建議：

建議臺灣歌仔戲推廣基金會賡續有效運用預算，積極結合各界資源並開發合作單位以增加收入來源，規劃歌仔戲推廣相關課程，以期有效推動基金會業務，持續辦理開源節流措施，以達到永續長遠發展。