

109 年度文化部主管政府捐助之財團法人績效評估報告

108 年 4 月 16 日核定

壹、財團法人自評：

一、財團法人名稱：財團法人文化臺灣基金會

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
民國 87 年 2 月 25 日	35,000,000	251,033,712	100	100	50,574,065	0	4.65	53,045,914	50,795,302	2,250,612

三、財團法人整體運作情形：

(一) 年度重要成果說明：國際文化交流活動計畫

- 執行期間：109 年度
- 經費支出：50,574,065 元
- 內容與成效：

1. 2020 臺日文化交流專案

配合文化部積極推廣國際文化交流事務政策，以「文化奧運」之參與運作模式，自 108 年起提出跨年度計畫《2020 臺日文化交流專案》，擬在奧運會期前以高規格系列活動展現臺灣文化軟實力。然 109 年受 COVID-19 疫情影響，東京奧運決議延期至隔年辦理，甚至一度傳出停辦聲浪，致使專案活動檔期延滯。爰依 109 年 12 月 22 日第六次顧問諮詢會議決議，保留視覺藝

術展、取消部分需國際移動之表演藝術節目，歌仔戲《臺灣阿婆蘭》則移師回臺展演；全案擬以「虛實整合展演」概念重新架構，各項活動延期至 110 年下半年，先後於日本東京與臺灣高雄執行。

本案於 109 年 12 月向文化部提報計畫變更，申請展延至 110 年 3 月結案。下列就 109 年期間執行之工作項目摘要重點說明。

- 108 年-109 年度履約執行公告金額以上共計 7 案
 - (1) 「2020 臺日文化交流專案主視覺設計」委託專業服務案
 - (2) 「李明維藝術創作」委託專業服務案
 - (3) 「戶外表演藝術規劃執行」委託專業服務案
 - (4) 「日本駐地製作人」委託專業服務案
 - (5) 「舞台車歌仔戲匯演-舞台裝置機器人開發製作」委託專業服務案
 - (6) 「東京展演場地協調暨藝文活動規劃諮詢」委託專業服務案
 - (7) 「中庭音樂會」委託專業服務案
- 108 年-109 年度履約執行公告金額以下共計 2 案
 - (1) 臺灣表演藝術文件展（109 年 8 月 26 日合約終止）
 - (2) 犬吠工作室設計監造簽約（109 年 9 月 7 日契約變更展延至 110 年）
- 109 年度履約執行公告金額以上共計 5 案
 - (1) 「TURN in Taiwan 20'-Japan」委託專業服務案（因疫情終止）
 - (2) 「柳美和委託創作」委託專業服務案
 - (3) 「臺灣浩斯」委託專業服務案
 - (4) 「109-110 年度臺灣文化國際交流活動網站建置、營運及維護」委託專業服務案
 - (5) 「舞台車歌仔戲匯演－製作統籌」委託專業服務案
- 109 年度履約執行公告金額以下共計 6 案
 - (1) 2020 臺日文化交流專案-仲通相關活動整體設計與諮詢服務案
 - (2) 「TURN in Taiwan 」研究調查案
 - (3) 《臺灣阿婆蘭》歌仔戲劇本編撰及唱詞創作案

- (4) 《臺灣阿婆蘭》委託創作案：音樂設計
- (5) 林明弘委託創作案
- (6) 《臺灣阿婆蘭》編曲創作案

2. 東南亞文化創意平台專案

109 年度原定以「合作共生」作為研發基礎和執行起點，以創造「友善環境」作為年度目標，期許延續 108 年開始累積的動能，積極地以架構出專業交流平台作為落實目標的重要腳步。然而 COVID-19 的全球蔓延超乎預料，當西方世界重要強國紛紛因疫情受到前所未見的考驗時，在東南亞的國家更因政經狀態的脆弱，而受到不同強度的嚴峻考驗；連號稱東南亞強權國家的新加坡也因為病毒的國際傳播力而深受其害時，109 年度在東南亞的跨國境交流，終將需要停止。然而，本會仍然充分運用了交流的各種可能形式，來讓藝術文化的多元互動不停滯。

當臺灣串連「國際東南亞」備受挑戰時，本會邀請藝術協創單位一起構思如何運用數位溝通工具或網路文獻資訊，讓跨國對話持續進行，也運用許多資源創造臺灣「在地東南亞」社群的連結，試圖從雙向的視角，於後疫情封關年代，以充滿機動性的方法創造互動，同時耕耘對於臺灣東南亞社群的認識與合作。

本案包括藝術社會參與、創新設計開發、影像創作探勘、文學語言交流、南島文化交流、實驗藝術協作、館際交流拓展、藝術展會調研、展演主題開發、交流人才培力、策劃人才培力以及資訊交流平台等 12 方向，各項活動深獲一般觀眾與專業人士的支持與參與，子計畫說明如下。

● 藝術社會參與

- (1) 2020 寮國 Bombie Protocol 藝術交流計畫
- (2) 2020 東南亞藝術勞動與社會參與交流計畫

● 創新設計開發

- (1) 創藝換域：2020 臺泰城市社區／群交流計畫
- (2) 「我怎麼過去？+你要過來嗎？」共感與摩擦的搭橋計畫
- (3) 《新創有點南》－創客工作坊初探（109-110 跨年度計畫）

- 影像創作探勘
 - (1) 馬共第六突擊隊成員－馬共士兵口述歷史採集
 - (2) 《擴音計畫》－從影像紀錄探索創作賦權的傳聲介質
- 文學語言交流
 - (1) 文字發聲計畫－從移民工文學獎探討「跨國勞動與人權」
 - (2) 速寫新加坡－文學交流與書寫計畫
 - (3) 移動羅曼史調查研究計畫－
 - A. 東南亞移工文學與語言表現研究撰述分析
 - B. 東南亞、亞太及臺灣移工移民社群之當代文化表現與議題資料蒐集分析
- 南島文化交流
 - (1) Kofaw 阿美傳統烹煮計畫
 - (2) 魚刺客：「龜蘭巴火」與東南亞藝術文化之交流
- 實驗藝術協作
 - (1) 《靜海武士的極盡旅程》創作前期發展計畫
 - (2) 一隻蒼蠅飛入海洋的無垠吐納
 - (3) 《掃描誰的邊緣記憶》－東協廣場實驗篇（109-110 跨年度計畫）
- 館際交流拓展
 - (1) 2019 亞洲藝術雙年展 X 2019 新加坡雙年展放映暨座談會合作計畫【2020 新加坡場】
- 藝術展會調研/參訪
 - (1) 國際連結研究計畫－當代藝文連線緬甸篇
 - (2) 日本橫濱國際表演藝術會議
- 展演主題開發
 - (1) 未來群島工作坊－臺星共同製作
 - (2) 亞洲偶戲創發平台－東南亞偶戲發展現況初探
 - (3) 讓故事繼續訴說－《南國悲歌：柬埔寨安魂曲》教育推廣計畫
 - (4) 空間認知感：從飲食文化解讀看得見和看不見的社會研究調查計畫（109-110 跨年度計畫）
- 交流人才培力
 - (1) 當代攝影社群拓展計畫－馬來西亞攝影月

- (2) 在臺印、菲社群生活文化交流計畫
- (3) 「參與向量交流計畫」－印尼篇
- 策劃人才培力
 - (1) 甜戒指 RING OF SUGAR：南太平洋人文地理到精神拓樸當代藝術訪調計畫－蔗糖篇
 - (2) 家政課—亞洲家庭主婦社會身分的策展研究計畫
 - (3) 新加坡 Dance Lab 交流實驗室－2020 年後疫情策劃版
- 資訊交流平台
 - (1) 從共好到共創－東南亞社群與藝術工作者的合作思維初探
 - (2) 東南亞文化創意平台網站架設、營運及維護

3. 國家文化品牌專案－文化品牌之國際行銷策略研發計畫

關於國家文化品牌的調研，以行銷戰略鐘模型為策略研擬之基礎，針對臺灣文化品牌經營現況與本會形塑之品牌活動的執行作為研發業務重心。綜觀而言，本專案 109 年度規劃了國際交流機構組織調研分析、藝文交流活動紀錄文獻製作、臺灣文化品牌策略研擬、主題發展性計畫-文化平權創發、主題發展性計畫-文化民主動能、類型發展性計畫-藝文多元閱讀推廣，以及類型發展性計畫-臺灣當代民族誌等 7 種計畫發展方向。各項活動深獲一般觀眾與專業人士的支持與參與，子計畫說明如下。

- 國際交流機構組織調研分析
 - (1) 國際文化交流政策調查研究計畫－荷蘭國際文化政策研究暨臺亞非文化生態觀察與雙向交流建議
 - (2) 比利時文化中介機構觀察計畫－以法語區為例
 - (3) 歐洲暨亞洲地區獨立紀錄片產業生態觀察及國際交流建議計畫
 - (4) 歐亞地區獨立動畫生態系觀察及國際交流建議計畫－以法國動畫創投及駐村平台為例
 - (5) 紐西蘭文化政策於多元文化推廣及國際交流建議計畫
- 藝文交流活動紀錄文獻製作
 - (1) 2020 臺日文化交流專案－舞台車歌仔戲匯演－六月份成果整排動靜態影像紀錄

(2) 「109-110 年度臺灣文化國際交流活動網站建置、營運及維護」委託專業服務案

(3) 平臺文獻紀錄/2019-2020 東南亞文化交流專刊手冊編輯

(4) 東南亞文化創意平台計畫影像紀錄

● 臺灣文化品牌策略研擬

(1) 後疫情時代的差異化行銷策略思考

(2) 工藝領域發展近況調研

● 主題發展性計畫-文化平權創發

(1) 「從藝術起飛—高風險少年工作坊」調研與實作計畫

(2) 國與榮—來自印尼男性移民的田野檔案

● 主題發展性計畫-文化民主動能

(1) 創意城市的藝術參與：宜蘭、新竹、雲林、屏東

● 類型發展性計畫-藝文多元閱讀推廣

(1) 閱讀文化島嶼系列講座

A. 藝術吃什麼？與「食」俱進的6種生活創作

B. 藝術裝什麼？以天地為衣的6堂講座

● 類型發展性計畫-臺灣當代民族誌

(1) 呼息練習曲—藝文交流推廣計畫

(2) 影像創作計畫—紅茶時光

(3) 影像創作計畫—虛舟記

(二) 是否符合原捐助章程及設立目的：是。

(三) 原捐助目的是否已透過年度目標之達成而實現：是。

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

1. 收入：計 5,304 萬 5,914 元，分下列二項。

(1) 勞務收入 5,057 萬 4,065 元。

(2) 財務收入 247 萬 1,849 元。

2. 支出：計 5,079 萬 5,302 元，分下列二項。

(1) 勞務成本 5,057 萬 4,065 元。

(2) 管理費用 22 萬 1,237 元。

3. 餘絀：以上總收支相抵後，計賸餘 225 萬 612 元。

4. 迄 109 年度截止，本會現金及銀行存款共計新臺幣

2 億 7,582 萬 6,853 元(含基金 2 億 5,103 萬 3,712 元及現金 2,479 萬 3,141 元)。

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 (%) 1	辦理(執行)情形
1	2020 臺日文化交流專案	<p>本專案相關計畫，原訂於 109 年 5 月於東京奧運開幕之前於東京車站周邊能見度高之精華區域辦理。因應新型冠狀病毒肺炎疫情、東京奧運延期等影響，整體計畫順延至 110 年進行；109 年度計畫亦隨之展延至 110 年 3 月底結案。109 年度為專案之重整工作期，已完成工作項目如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 因應專案期程順延與日方重新協商活動空間與檔期。 2. 因應專案期程順延與藝術家等參與單位重新協商檔期與展演內容。 3. 因應專案期程順延重新規劃展演內容。例如：配合東京都防疫政策，取消規劃提供臺灣飲食之文創市集。 4. 因應疫情影響評估直播等其他防疫對策與替代方案。 5. 108 年-109 年度履約 	100%	各案皆已召開工作會議並辦理完竣。

		執行公告金額以上共計 7 案；公告金額以下共計 2 案。109 年度履約執行公告金額以上共計 5 案。		
2	東南亞文化創意平台專案	調查研究、工作坊、講座、論壇與展覽等共 12 大方向 31 案。細節請參閱前揭年度重要成果說明：國際文化交流活動計畫。	100%	31 案皆辦理完竣。
3	國家文化品牌專案	調研、文獻紀錄及講座等共 7 大方向 19 案。細節請參閱前揭年度重要成果說明：國際文化交流活動計畫。	100%	19 案皆辦理完竣。

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）：

項次	待改進項目	策進作為
1		
2		

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：

（一）**2020 臺日文化交流專案**

1、本計畫原為 108 至 109 年度之跨年度計畫，原訂 109 年 5 至 6 月東京奧運期間於東京車站周邊精華地段呈現臺灣當代藝術成熟與多樣性之展演計畫，嗣因應疫情致東京奧運展延之影響，相關計畫順延至 110 年，並經計畫變更展延執行期

程至 110 年 3 月 31 日結案。

2、經 2 度計畫變更，該會預計 110 年 10 月至 12 月期間於東京、臺灣衛武營 2 地辦理之各項展演節目，109 年度完成工作內容要以：

(1) 「花布圖樣地板裝置」(林明弘等)完成圖樣創作與家具細部設計並委託 Michinoku Graphic 菅井賢治後續執行，並完成場勘、前置準備與模型試作工作；

(2) 「參與式藝術裝置」(李明維等)完成文宣及確認作品完成製作；

(3) 「舞台車跨國共製戶外演出：阿婆蘭歌仔戲」(柳美和工作室等)完成劇本創作、舞台與燈光設計草圖、歌仔戲劇本與唱詞編撰、所有音樂及編曲工作、舞台裝置機器人裝置開發與製作、現地測試與調整、場勘及技術測試、前後台及觀眾席規畫、團隊交流會議、各演出團隊檔期重新確認、契約簽訂及訂金支付等行政事宜；

(4) 「虛實展演數位計畫前期籌備」完成 KITTE 實體空間數位轉譯、雲端表演廳、雲端開幕活動等前期籌備。

3、為推動各節目於 110 年順利執行，109 年度該會亦完成計畫重整之行政工作：與臺日 2 地藝術家及參與單位重新協商活動空間並完成採購案之契約變更。

(二) 東南亞文化創意平台專案

1、因 COVID-19 疫情嚴峻，實體跨國境交流、串連均備受挑戰，爰該會邀請藝術協創單位共商以數位溝通工具、網路文獻資訊延續跨國對話之模式，並運用既有資源與網絡，機動創造與在臺東南亞社群之互動與連結，耕耘對在臺東南亞社群的認識與合作。

2、109 年度執行「藝術社會參與」、「創新設計開發」、「影像創作探勘」、「文學語言交流」、「南島文化交流」、「實驗藝術協作」、「館際交流拓展」、「藝術展會調研」、「展演主題開發」、「交流人才培力」、「策劃人才培力」及「資訊交流平台」等 12 大方向，共完成 31 項子計畫。

(三) 國家文化品牌專案—文化品牌之國際行銷策略研發計畫

1、延續 108 年度「臺灣多元文化的近未來現象研究」概念，109 年度為推動國家文化品牌之發展，該會以行銷戰略鐘模型為策略研擬基礎，針對臺灣文化品牌經營現況與該會形塑品牌活動之執行為研發重心。

2、109 年度執行「國際交流機構組織調研分析」、「交流活動紀錄文獻製作」、「臺灣文化品牌策略研擬」、「主題發展性計畫—文化平權」、「主題發展性計畫—文化民主力」、「類型發展性計畫—藝文多元閱讀推廣」及「類型發展性計畫—臺灣當代民族誌」等 7 大方向，共完成 19 項子計畫。

二、評估結果 (1.良好、2.尚可、3.待改進): 1. 良好。

三、其他建議：109 年度該會因應疫情影響，各計畫均有妥善得宜之相應調整，惟建議臺日專案移回臺灣展演之節目經費宜避免超過原規劃赴日展演之數額，並建議未來若於計畫書階段提出方向性計畫，應於期中提報計畫變更以具體載明各子計畫名稱、內容及經費規畫，俾成果審查有所依據。