

## 103 年度推展交響樂團業務 計畫自評報告

### 壹、基本資料

計畫名稱	推展交響樂團業務
計畫期程	103/1/1~103/12/31
計畫總經費	89,359(千元)
全年度可支用預算數	89,359(千元)
年度目標	<p>本年度預定進度目標：100%；本年度可支用預算數：89,359 千元</p> <p>一、倡導文化平權，優質音樂深耕，讓世界聽見台灣的聲音，台灣聽見世界的聲音。</p> <p>(一)NTSO 樂季主題系列、特選經典、國際音樂節系列、親子系列、深根推廣系列等計 39 場音樂會。</p> <p>二、形塑 NTSO 優質品牌，提升樂團文創競爭力</p> <p>(一)音樂會宣傳：完成記者會，系列音樂會平面宣傳品製作，及音樂會廣播媒體宣傳。</p> <p>(二)完成《委託 103 年「其他（非樂季）演出活動」文宣品設計、印製及其主視覺延伸設計》標案。</p> <p>(三)完成《委託 2014/15 樂季演出活動文宣品設計、印製及其主視覺延伸設計》標案。</p> <p>(四)完成 2014/15 樂季手冊製作</p> <p>(五)執行完畢《國臺交 2014 青年音樂創作競賽》。</p> <p>(六)「CIS 形象視別系統設計案」執行完成</p> <p>三、落實樂教推廣，培育音樂人才</p> <p>(一)完成夏令營兩營隊舉辦</p> <p>(二)志工培訓</p> <p>(三)完成附管音樂會演出</p> <p>(四)完成偏遠學校戶外藝文 2400 人次參訪</p> <p>四、典藏音樂文化資產、強化音樂加值服務</p> <p>(一)發行雜誌《紙本樂覽》、《電子樂覽》共 6 期</p> <p>(二)訂購期刊</p> <p>(三)汰換電腦設備</p> <p>(四)發行出版品</p> <p>(五)採購音樂視聽圖書等館藏資料</p> <p>五、充實「音樂文化園區」藝文空間，活化藝文、樂教、觀光發展</p> <p>(一)工程委託規劃設計、施工、完工、驗收、核銷等事宜。</p> <p>(二)演奏廳管理等事宜。</p> <p>(三)園區水電及通訊等費用。</p>

	(四)各項業務活動及行政庶務人力委外
年度工作摘要	一、倡導文化平權，優質音樂深耕，讓世界聽見臺灣的聲音，臺灣聽見世界的聲音。 二、形塑 NTSO 優質品牌，提升樂團競爭力。 三、落實樂教推廣，培育音樂人才。 四、典藏音樂文化資產、強化音樂加值服務。 五、改造「音樂文化園區」藝文空間，活化藝文、樂教、觀光發展。
計畫類別	社會發展
管制級別	自行管制
主管機關	文化部
主辦機關(單位)	臺灣交響樂團(行政室)
共同主辦機關	臺灣交響樂團

## 貳、預算執行情形(千元)

項目	可支用數 (C)	實支數 (D)	已執行應付未付 數(E)	節餘數 (F)	工程預付款 (G)	合計 (H)=(D)+(E)+(F)+(G)	執行率 %(H)/(C)
全年度預算	89,359	84,482	00	994	00	85,476	95.65
資本門	6,540	5,463	00	524	00	5,987	91.54

## 參、計畫管理情形

### 一、行政作業 (10%)

指標項目	權數(%)	自評分數
一、行政作業	10.00	9.28
	權數(%)	自評分數
1、表報提報作業	2.00	98
績效說明	103 年度自行列管作業計畫提報為 103/1/29 前完成送審公告作業，103 年度第四季執行情形因決算時程為 104/1/15，於 104/1/18 前同時完成送審公告作業。	
	權數(%)	自評分數
2、進度控制情形與結果	4.00	85
績效說明	均依管考週期，年度進度均符合預定進度，如期完成。	
	權數(%)	自評分數
3、年度目標之挑戰性與明確性	2.00	98
績效說明	推動下列活動，對於全面普及音樂欣賞人口及拓建國際視野有相當正面的提昇作用，年度目標具挑戰性與明確性： 一、落實表演藝術精緻化，提昇全民文化內涵及音樂養成教育：在本年度樂季活動中，已完成計畫之執行，同時對聽眾音樂養成教育，達到具體成效，辦理 NTSO 樂季主題「聲情交響」系列、週末音樂之旅系列、室內樂之夜系列、特別企劃系列及 NTSO 推廣音樂會活動共計 68 場次音	

樂會。

二、形塑 NTSO 優質品牌，提升樂團文創競爭力

(一)完成文宣品製作共 36 系列 81 項。

(二)廣告宣傳執行 61 次。

(三)媒體報導(含平面及電子媒體)344 則以上，形塑樂團形象。

(四)辦理行銷記者會計 22 場次。

(五)辦理音樂講堂 20 場次，音樂會導聆 29 場次，共計活動共 49 場，強化樂友服務。

(六)辦理【2014 青年音樂創作競賽】，徵得原創管弦樂作品共 4 部，世界首演 5 部作品，有聲出版 4 部作品。

三、辦理藝文音樂研習培育音樂人才，推廣音樂教育知能

(一)國臺交附設管樂團暨室內樂團巡迴演出共 7 場次，參與活動累計人數 8,600 人次。

(二)青少年管弦樂營、管樂營共 2 營隊；總計報名人數 481 人，錄取參加人數為 164 人次。

(三)偏遠學校戶外教學參訪計 30 所學校 2,400 人次參與。

(四)辦理音樂推廣活動【師生樂同行】6 場次、【OPEN HOUSE 音樂園遊會】3 場次，約計 2,750 人次參與。

(五)協辦南投親愛國小弦樂冬令營活動。

四、保存典藏文化資產、提高強化音樂產值

(一)發行雜誌《紙本樂覽》《電子樂覽》各 6 期，除訂閱戶之外，亦贈閱全國各音樂科班系所，以推廣古典音樂。

(二)訂購購置中西期刊 30 種，有聲資料 644 種（CD：534 種、DVD：110 種），圖書 177 種，並增加親子音樂繪本類別，除豐富音樂典藏之外，亦提供親子共享音樂讀物。

(三)發行出版品 1 項「郭芝苑《天人師 釋迦傳》」，保存國人珍貴作品。

(四)錄製親子音樂會《無限狂想》、歌劇音樂會無畏的愛-布瑞頓《碧廬冤孽》。

(五)進行歷史資料數位轉檔節目單、海報（1,704 筆）、歷史照片（1,920 筆），陸續典藏保存本團歷史重要資料。

(六)將本團數位典藏資料導入文物典藏管理系統，並朝向政府 Open Data 政策方向進行。

五、充實園區相關設施，活化藝文、樂教、觀光發展

(一)辦理完成辦公廳舍改善工程委託規劃設計、施工、完工、驗收、核銷等事宜。

(二)演奏廳舞台改善工程及演奏廳地板整修工程，完成演奏廳管理等業務。

(三)辦理水電及空調改善工程等，及完成園區水電及通訊等費用。

(四)完成各項業務活動及行政庶務人力委外。

	權數(%)	自評分數
4、計畫管制作為	2.00	98

績效說明	計畫管制作業機制完備，且均積極落實執行。		
二、經費運用 (25%)			
指標項目	權數(%)	自評分數	
二、經費運用	25.00	22.00	
	權數(%)	自評分數	
1、預算控制情形	5.00	72	
績效說明	<p>一、年累計支用比達 94.93%，達成率 95.65%，實際進度達 97.46%。</p> <p>二、全年度可支用預算數 89,359 千元。</p> <p>1、實支數 84,830 千元。</p> <p>2、應付未付數 0 千元。</p> <p>3、工程預付款 0 千元。</p> <p>4、節餘數 993 千元。</p>		
	權數(%)	自評分數	
2、資本支出預算控制結果	20.00	92	
績效說明	<p>一、全年度可支用預算</p> <p>1、全年可支用預算數 89,359 千元。</p> <p>2、實支數 84,482 千元。</p> <p>3、應付未付數 0 千元。</p> <p>4、工程預付款 0 千元。</p> <p>5、節餘數 994 千元。</p> <p>103 年度共計 7 案資本門標餘款，計新臺幣 52 萬 4,096 元整；7 案經常門標餘款，計新臺幣 46 萬 9,595 元整，總計新臺幣 99 萬 3,691 元整，佐證資料如附件 1-2。</p> <p>二、資本門預算</p> <p>1、全年可支用預算數 6,540 千元。</p> <p>2、實支數 5,463 千元。</p> <p>3、應付未付數 0 千元。</p> <p>4、工程預付款 0 千元。</p> <p>5、節餘數 524 千元。</p> <p>103 年度共計 7 案資本門標餘款，計新臺幣 52 萬 4,096 元整，佐證資料如附件 1。</p> <p>6、不可抗拒特殊因素 0 千元。</p>		

#### 肆、執行績效

##### 一、年度目標達成情形 (45%)

指標項目	權數(%)	自評分數		
一、年度目標達成情形	45.00	44.10		
	權數(%)	預定達成值	實際達成值	自評分數
1、音樂會場次	25.00	39.00	68.00	98
績效說明	103 年度共辦理 68 場音樂會，包括 42 場售票音樂會及 26 場推廣音樂會，累計約 8 萬 2,731 人次欣賞音樂會，成功落實藝術扎根，強化臺灣藝			

	術文化環境，辦理場次如下說明： 第一季 103 年 1-3 月實際辦理 12 場售票音樂會，4 場假日音樂會及 1 場推廣音樂會，共計辦理 17 場音樂會。 第二季 103 年 4-6 月實際辦理 15 場售票音樂會，3 場假日音樂會及 2 場推廣音樂會，共計辦理 20 場音樂會。 第三季 103 年 7-9 月實際辦理 3 場售票音樂會，2 場假日音樂會，5 場教育推廣音樂會，1 場創作競賽音樂會，共計辦理 11 場。 第四季 103 年 10-12 月實際辦理 12 場售票音樂會，2 場親子音樂會、4 場教育推廣音樂會、2 場戶外推廣音樂會，共計辦理 20 場。			
	權數(%)	預定達成值	實際達成值	自評分數
2、廣告宣傳執行	20.00	28.00	61.00	98
績效說明	103 年度共完成 61 檔次音樂會廣告媒體宣傳，22 場記者會宣傳、36 系列音樂會活動平面宣傳品共 81 項，成功形塑樂團形象，辦理細項如下說明： 第一季 103 年 1-3 月完成 5 場記者會，9 系列音樂會平面宣傳品製作，11 場音樂會廣告媒體宣傳。 第二季 103 年 4-6 月完成 8 場記者會，8 系列音樂會平面宣傳品製作，及 10 場音樂會廣告媒體宣傳。 第三季 103 年 7-9 月完成 4 場記者會、9 系列音樂會平面宣傳品製作、12 檔音樂會廣告媒體宣傳。 第四季 103 年 10-12 月完成 5 場記者會，10 系列音樂會平面宣傳品製作及 28 檔次音樂會廣告媒體宣傳。			

二、指定指標達成情形 (10%)

指標項目	權數(%)	自評分數		
二、指定指標達成情形	10.00	9.75		
	權數(%)	預定達成值	實際達成值	自評分數
1、受益或服務對象滿意程度	5.00	90.00	97.12	97
績效說明	一、103 年度音樂會進行 42 場次演出(含巡迴)觀眾意見調查，有效問卷計 5,998 份，對於音樂會整體滿意度達 96%(其中非常滿意約 57.64%，滿意 35.93%，尚可 2.23%)。 二、演奏廳滿意度調查，103 年度於所屬霧峰演奏廳演出音樂會中，共辦理 25 場次觀眾問卷滿意度調查，有效問卷計 396 份，人員服務 92.68%滿意，環境衛生 98.23%滿意，動線指標 92.68%滿意，空間設計佈置 95.96%滿意，整體滿意度達 98.24%滿意。			
	權數(%)	預定達成值	實際達成值	自評分數
2、辦理文宣記者會	5.00	16.00	22.00	98
績效說明	103 年度共完成 22 場次記者會： 第一季 103 年 1-3 月完成 5 場記者會。 第二季 103 年 4-6 月完成 8 場記者會。 第三季 103 年 7-9 月完成 4 場記者會。			

第四季 103 年 10-12 月完成 5 場記者會。

### 三、特殊績效 (10%)

指標項目	權數(%)	自評分數
三、特殊績效	10.00	9.80
	權數(%)	自評分數
	10.00	98
績效說明	<p>一、辦理 3 場「天空、草地、榕樹下推廣音樂會」成功吸引了 2 萬 2 千多人參加。該活動分別安排於高雄衛武營、桃園龍潭及南投埔里等地演出，將交響樂團優質音樂普及推廣至非都會地區，除此之外，另結合當地龍潭社區愛樂管弦團與埔里 Butterfly 交響樂團共同演出，因職業交響樂團與社區管弦樂團演練程度差異性大，難度較高，但對於提攜與傳承面具有非常重要之意義，因此可列為本年度之重要成效活動之一。</p> <p>二、異業合作—國臺交與高鐵活動套票：103 年度與台灣高速鐵路有限公司合作辦理年度系列活動套票，由國臺交提供合作場次之音樂會購票優惠，台灣高鐵提供合作場次期間之高鐵乘車購票優惠，台灣高鐵提供車上雜誌 T-Life(每月發行量 20 萬冊)、高鐵官網、ibon 售票網站等版面露出國臺交音樂會訊息。103 年度於 9 期之高鐵車上雜誌 T-Life 露出活動訊息(含相關報導)共 19 則，共合作 17 系列 24 場次音樂會。此為國內唯一交響樂團與高鐵辦理年度系列合作，大幅拓展民眾接觸國臺交之管道，提昇形塑樂團形象。</p> <p>三、NTSO 經典重現：於 103 年 9 月起與台中古典電台合作製播「NTSO 照亮古典」節目，每週六晚上 10-11 點由楊照先生主持，節目中播出國臺交歷年音樂會演出之精彩實況錄音，並邀請專家於節目中對談介紹樂團及音樂，推廣古典音樂欣賞；播出頻道為臺中古典音樂台 97.7 及臺北 Bravo 電台 91.3，亦可透過網路收聽，超越時空遇見國臺交精彩樂音。本節目之音樂提供，須克服與各合作之國內外音樂家相關授權事宜，且挑戰音樂會現場收錄原音之各項技術，然本節目之播出，展現國臺交之演奏實力，並大幅提昇民眾直接認識國臺交。</p> <p>四、音樂園遊會寓教於樂的音樂遊戲與民眾互動，需趣味並符各年齡層，具規劃上挑戰性。</p> <p>五、深化社會網路(Web 2.0)應用服務：為建立本團數位行銷策略，將 Web 2.0 概念和工具應用於網站服務上，透過 Facebook 粉絲頁的維運，強化並深化本團與民眾的交流與互動，進而發揮政府網站的最大效能，經由網路散播力量進行數位社群行銷，吸引網路居民進入古典音樂殿堂，並於 2014 年向國家發展委員會提出專業輔導申請。</p>	

## 伍、計畫執行成效與檢討

### 一、執行成效

(一)邀請藝術顧問規劃樂季經典曲目演出活動，提供臺灣音樂家、作曲家演出平台，行銷臺灣作品，另外讓國外音樂家藉由合作機會了解台灣音樂家演出魅力，延伸國外邀約；除此之外執行「天空、草地、榕樹下推廣音樂會」將交響音樂通俗化，倡導文化平權，並結合社區樂團共同合作，具提攜傳承之執行成效，計畫內容具體及量化，各項執行率及目標達成率都依原計畫目標圓滿達成。

(二)邀請國際知名音樂家，擔任本團藝術顧問、駐團藝術家、指揮及演出，藉由互動經驗，分享文化成就、傳播文化經驗，有助提昇樂團及團員演奏水準，提昇民眾欣賞音樂去養，落實藝術扎根與推展，縮短城鄉音樂差距。

(三)本團至全國各地巡迴演出，主題性多元化呈現樂團不同風貌之表演內容，並落實藝術扎根與推展，發揮音樂服務社會之功能，強化臺灣藝術文化環境：

1、為強化臺灣音樂文化環境，落實全民文化參與，103年共辦理68場音樂會，累計約8萬2,731人次親臨現場觀賞。

2、成立附設管樂團並分赴全國各地鄉鎮或校園巡迴演出，103年度共演出7場次，參與活動約計8,600人次。

(四)辦理人才培育暨鼓勵創作

1、辦理2014 NTSO 青少年管樂營：音樂夏令營活動於7、8月份辦理集訓；國際音樂營7月份於臺北、臺中、員林、嘉義辦理大師班8場暨3場成果表演；管樂營8月份於霧峰、苗栗辦理大師班7場暨2場成果表演。

2、偏遠學校培訓：協助偏鄉親愛國小辦理冬夏令營，103年1月20日至1月26日，本團協辦南投親愛國小弦樂冬令營活動，提供4位老師擔任授課，計有35位學生參加。

3、「國臺交2014青年音樂創作競賽」：經過初審、複審及決賽音樂會，共選出優勝之原創管弦樂作品共計4部，世界首演5部管弦樂作品，有聲出版4部作品。

(五)厚植音樂欣賞人口：

1、NTSO 師生樂同行活動：103年度於本團霧峰音樂文化園區辦理6場次，總計約2,100人次參與。

2、辦理音樂推廣講座及音樂導聆：古典音樂是西方文明的經典極致，更是全人類文化的重要遺產，為讓台灣的民眾以更淺顯的方式進入古典音樂的世界，積極巡迴全國各地辦理音樂推廣講座。103年共辦理【音樂活力講座】5場次250人參與、【國臺交X法雅客】、【國臺交X誠品】等音樂講座共15場次約750人次參與，【音樂家面對面】4場次250人次參與；辦理音樂會導聆活動29場次約4,050人次參加。

3、為推廣古典樂於台中古典電台製播「NTSO 照亮古典」塊狀節目，自9月起每週六於台中古典電台97.7及台北Bravo電台91.3播出1小時，由楊照主持，節目中介紹播放國臺交珍貴歷史音樂會現場演出錄音，展現國臺交演奏實力。

4、發行雜誌《紙本樂覽》《電子樂覽》各6期，除訂閱戶之外，亦贈閱全國各音樂科班系所，以推廣古典音樂。

(六)活化「台灣音樂文化園區」：

1、充實古典音樂專業圖書館館藏，訂購購置中西期刊30種，有聲資料644種（CD：534種、DVD：110種），圖書177種，豐富音樂典藏。

2、「OPEN HOUSE」音樂園遊會：於103年8月應用樂團排演，開放彩排場，結合音樂影音館，辦理「OPEN HOUSE 音樂園遊會」

3、偏遠學校校外教學活動：為落實偏遠學校學生亦能有機會接觸藝文活動，達成藝術教育永續發展的目標，具體展現關懷偏遠地區之行動力，103年辦理補助30所國中小偏遠地區學校參訪，計2,400名師生參訪。

4、規劃台灣唯一古典音樂文化園區，包括演奏廳、樂器展示區、音樂典藏館及影音文化廣場。自99年開放以來已累計22萬5,444人次參觀。

(七)保存典藏文化資產、提高強化音樂產值：

1、發行出版品1項「郭芝苑《天人師 釋迦傳》」，保存國人珍貴作品。

2、將本團數位典藏資料導入文物典藏管理系統，並朝向政府Open Data政策方向進行。

## 二、執行檢討

### (一)自評優點

- 1.計畫內容具體及量化，各項執行率及目標達成率都依原計畫所訂目標圓滿達成。
- 2.樂季活動主題明確且多元，呈現交響樂團不同風貌之表演內容，對於觀眾養成有具體成效。
- 3.國際名家合作演出，提升樂團演奏能力，讓 NTSO 同步國際音樂平台，並藉由互動經驗，分享文化成就、傳播文化經驗，提昇樂團及團員演奏水準。
- 4.培育人才暨鼓勵創作，辦理 2014NTSO 青少年音樂夏令營、南投親愛國小弦樂冬令營、2014 青年音樂創作競賽等活動，落實藝術扎根與推展。
- 5.厚植交響樂欣賞人口，辦理「NTSO 師生樂同行」、「OPEN HOUSE 音樂園遊會」，以培植音樂欣賞民眾；並與台中古典電台合作製播「NTSO 照亮古典」節目，介紹播放國臺交珍貴歷史音樂會現場演出錄音，克服與各合作之國內外音樂家相關授權事宜，且挑戰音樂會現場收錄原音之各項技術，展現國臺交之演奏實力，大幅提昇民眾直接認識國臺交。
- 6.針對忠誠樂友辦理活動，增加音樂講座【國臺交 X 法雅客】、【國臺交 X 誠品】、【音樂家面對面】講座及音樂欣賞導聆活動地點與場次，從質與量強化樂友服務及提升音樂欣賞素養。
- 7.強化異業合作，與台灣高鐵合作高鐵套票方案，增加民眾接觸國臺交之音樂會訊息，拓展購票服務管道，擴大聽眾層面。
- 8.充實本團古典音樂專業圖書館館藏及演奏廳設備，並辦理「假日音樂會」、「藝術推廣校外教學」等活動，以活化本團音樂文化園區。

### (二)自評缺點：

- 1.演出場地取得不易，對於國際音樂家之邀請無法完全落實，期待未來中部新建相關場地得以解決。
- 2.音樂會宣傳預算逐年遞減，與一般演奏會宣傳之商業模式相比，相關宣傳費用相對偏低，行銷規模較為局限。
- 3.由於網站納入共構系統之建置，對於本團樂友經營及行銷宣傳等之相關需求相對受限，與樂友之互動則需另由家強本團活動現場取代，較受限於時間及空間。
- 4.交響樂團之團員進用、評鑑等相關法規，受限及規範，部分影響樂團長期發展。
- 5.因兩岸法令及國家政策問題，致兩岸執行面常無法依既有計畫進行，有礙兩岸藝文業務交流發展。

## 三、改善措施與策進作為

- (一)藉由樂季主題音樂會、週末音樂之旅、特別企劃等音樂會型式，提供多元活潑不同型式之音樂會，加強擴展交響樂之欣賞人口。
- (二)經由音樂創作及音樂會演出平台，推展台灣音樂家、作曲家、作品等、讓台灣音樂在國際間發聲。
- (三)強化宣傳效力，兼顧宣傳經費預算逐年遞減之現實，著重電子與網路媒體之宣傳管道。
- (四)繼續透過各種行銷策略及樂友服務，追求音樂會票房與聽眾出席率之提升。
- (五)增加與各級學校及各類民間社團之接觸及互動，開拓不同族群之欣賞人口，以期提高音樂會參與人口，落實樂教推廣，提升民眾之人文素養。
- (六)持續蒐集彙整各類型音樂資料，典藏本團演出音樂活動之宣傳海報、節目單、音樂活動實況有聲資料、活動照片、自製出版品以及坊間出版之古典音樂光碟，並輔以數位化科技技術，使歷史暨典藏資料得以加值應用並永久保存。
- (七)續辦理演奏廳及辦公廳舍改善工程，完備音樂文化園區設施，提升服務水準，同時可吸引國內音樂專業團體與國際知名演奏家合作的場域，成為國內外音樂互動之平台。
- (八)依「促進民間參與公共建設法」成功引進民間資源部份，持續有效履約管理，提升暨活化整個音樂文化園區效益。



## 陸、評核等第

分數	自評結果
94.93	優等

## 柒、上年度評核意見研處情形

103 年度均依複核意見積極辦理。