

伍、文化參與

- 一、文化參與及文化消費
- 二、我國家庭休閒、文化及教育平均消費支出
- 三、藝文展演與節慶
- 四、影視觀影人次與訂戶數
- 五、觀光



伍、文化參與

本部分將依文化參與及消費調查、家庭收支狀況調查、藝文展演與節慶概況、觀影人數及影視觀影及訂戶數等項說明民眾文化參與概況。

一、文化參與及文化消費

本部分將以2023/2024年文化參與率、頻率說明民眾文化參與概況。

(一) 過去一年文化參與率與參與頻率

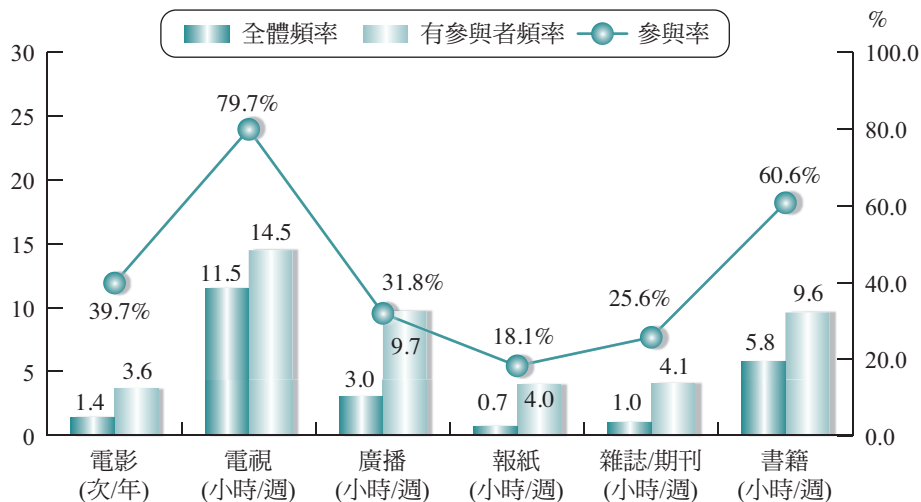
本年在調查動態期間為以調查過去一年的參與狀況為動態期間，並非特定某一年份之狀況，因此，反映的資訊為2023/2024年之平均狀況。

1. 大眾傳播類

(1) 各類參與率與參與頻率

在7,100位15歲以上民眾中，有高達96.1%的民眾於過去一年（2023/2024年）有接觸（收看/收聽/閱讀/使用）大眾傳播媒體活動，僅有3.9%的民眾於過去一年內從未接觸過。就接觸媒體種類來看，以電視的接觸率79.7%為最高，其次為書籍（60.6%），再其次分別為電影（39.7%）、廣播（31.8%）、雜誌/期刊（25.6%）及報紙（18.1%）。另外，在書籍的閱讀率上，若扣除學生，非學生民眾之書籍參與率為58.0%（學生為93.2%）。

圖3-5-1 2023/2024年民眾接觸（收看/收聽/閱讀/使用）大眾傳播媒體概況
Figure 3-5-1 Overview of Mass Media Audience (Watching/Listening/Reading/Using), 2023/2024



資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二專案調查問卷第5、6、7、8、9、10題）

調查時間：2024年9月至12月

註：1. 書籍參與率包含紙本書、電子書、有聲書，包含上課用書、教科書、休閒書籍，不含研究報告、調查報告、政府白皮書/統計書/宣傳出版品、論文。

2. 樣本數為7,100人，全體參與頻率為參與次數或時間加總/全體樣本數，有參與者參與頻率分母為有參與者樣本數。



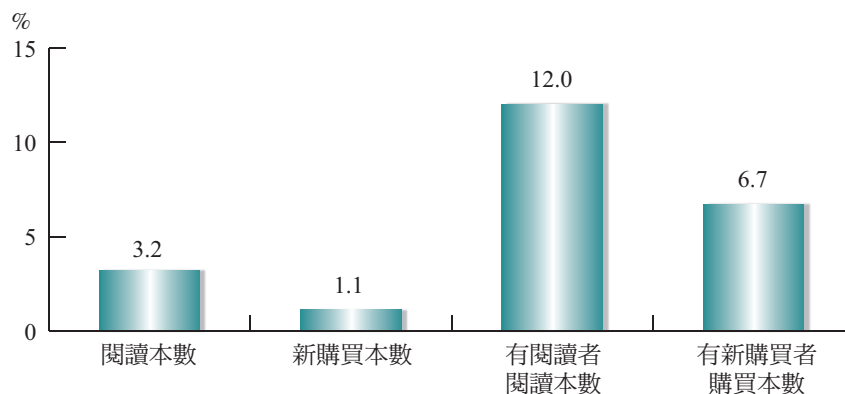
就全體15歲以上民眾於過去一年內接觸大眾傳播類活動之頻率觀察，在電影方面，平均每年到電影院／戲院觀看電影的次數為1.4次，有參與者的次數為3.6次。在電視、廣播、報紙、雜誌／期刊及書籍方面，以觀看電視的時間最高，平均每週11.5小時（有參與者為14.5小時），其次為書籍5.8小時／週（有參與者為9.6小時），再其次為廣播3.0小時／週（有參與者為9.7小時）。報紙及雜誌／期刊的接觸時間相對較低，且以報紙的接觸時間最低，平均每週閱讀時間為0.7小時（有參與者為4.0小時），雜誌／期刊則為1.0小時／週（有參與者為4.1小時）。有關大眾傳播類之參與率及參與頻率請參考圖3-5-1及統計表E-1-1至E-1-4。

(2) 書籍閱讀本數及購買本數

在2,785位受訪之民眾中，過去一年平均紙本書籍閱讀本數（不含漫畫、研究報告、調查報告、政府白皮書／統計書／宣傳出版品、論文）為3.2本，有閱讀者閱讀本數為12.0本。新購買本數則為1.1本書，有購買者平均每人購買本數為6.7本。請參考圖3-5-2及統計表E-1-5。

圖3-5-2 2023／2024年民眾紙本書籍閱讀本數及購買本數

Figure 3-5-2 Number of paper books read and purchased in 2023/2024



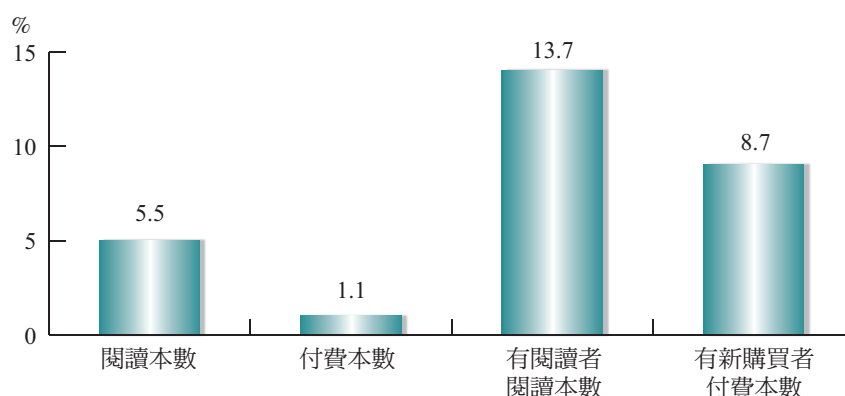
註：1.本題訪問對象樣本數為2,785人。

2.有閱讀者閱讀本數樣本數為1,329人，有新購買者購買本數樣本數為1,134人。

在2,785位民眾中，過去一年平均閱讀電子書籍（不含漫畫、研究報告、調查報告、政府白皮書／統計書／宣傳出版品、論文）本數為5.5本，有閱讀者閱讀本數為13.7本。電子書籍附費本數則為1.1本書，有購買者平均每人付費本數為8.7本。請參考圖3-5-3及統計表E-1-6。

圖3-5-3 2023／2024年民眾電子書籍閱讀本數及付費本數

Figure 3-5-3 Number of electronic books read and paid in 2023/2024



註：1.本題訪問對象樣本數為2,785人。

2.有閱讀者閱讀本數樣本數為1,291人，有新購買者購買本數樣本數為313人。

(3) 圖書借閱概況

在受訪的2,785位民眾中，23.8%民眾過去一年曾在圖書館借閱過紙本書籍，平均每人借閱本數為5.4本，有借閱者借閱本數為23.7本。在圖書館的電子借閱上，僅有5.0%的民眾過去一年曾於圖書館借閱過電子書，平均每人借閱本數為1.9本，有借閱者平均每人借閱本數為33.7本。請參考表3-5-1及統計表E-1-7。

表3-5-1 2023／2024年民眾圖書館借閱概況

Table 3-5-1 Overview of Book Borrowing of Public Library, 2023/2024

項目	借閱比率(%)	借閱本數(本)	有借閱者借閱本數(本)
紙本借閱	23.8	5.4	23.7
電子借閱	5.0	1.9	33.7

註：有紙本借閱之樣本數為636人，有電子借閱之樣本數為131人。

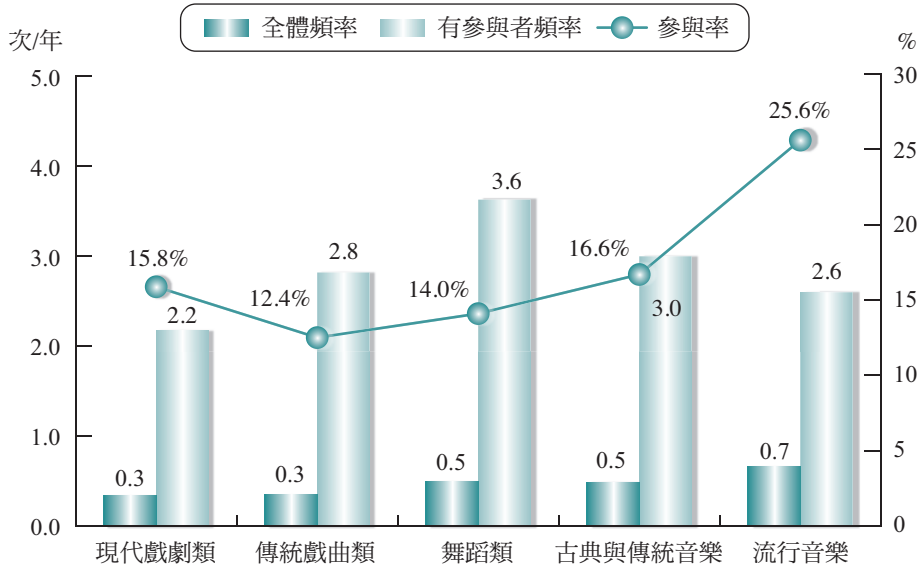
2. 表演藝術類

本調查表演藝術的範疇包含戲劇、舞蹈及音樂三大部分，在7,100位15歲以上民眾中，有45.4%的民眾於過去一年內曾參與或欣賞現場表演藝術類活動，54.6%的民眾則從未參與或欣賞過。就民眾參與或欣賞表演藝術類活動來看，以流行音樂類的參與率最高，為25.6%，其次為古典與傳統音樂類（16.6%）及現代戲劇類（15.8%），其次為舞蹈類（14.0%），以傳統戲曲類的參與率12.4%為最低。



圖3-5-4 2023/2024年民眾參與表演藝術類活動概況

Figure 3-5-4 Overview of Attendance at Performing Arts Events, 2023/2024



資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二專案調查問卷第11、13、14、15、16題）

調查時間：2024年9月至12月

註：1.本題為複選題，百分比加總不等於100%。

2.樣本數為7,100人，全體參與頻率為參與次數或時間加總/全體樣本數，有參與者參與頻率分母為有參與者樣本數。

觀察全體15歲以上民眾於過去一年內參與或欣賞表演藝術類活動之頻率，流行音樂之參與頻率最高，為0.7次，古典與傳統音樂類及舞蹈類皆為0.5次，現代戲劇類及傳統戲曲類皆為0.3次。有參與者之參與頻率以欣賞舞蹈類的次數最高，平均每年為3.6次，其次為古典與傳統音樂類之3.0次、傳統戲曲類之2.8次及流行音樂類2.6次，現代戲劇類的頻率則較低，為2.2次。有關表演藝術類之參與率及參與頻率請參考圖3-5-4及統計表E-1-8至E-1-11。

3.視覺藝術類

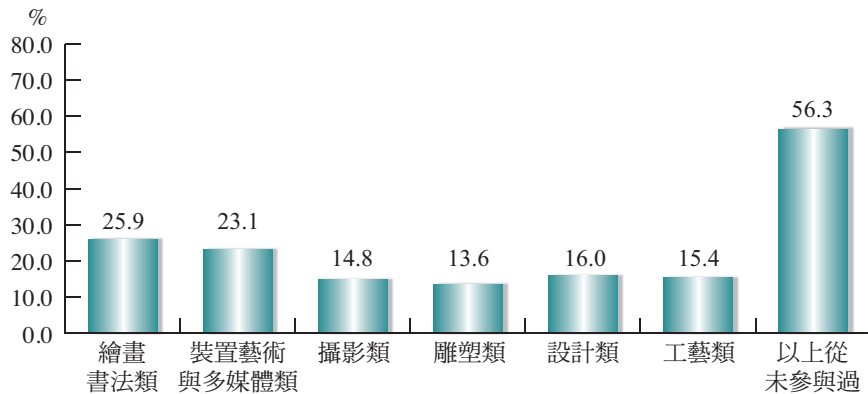
本調查視覺藝術的範疇包含繪畫書法類（如水墨、書法與篆刻、水彩、版畫、插畫及素描等）、裝置藝術與多媒體類（如公共藝術、錄像、電腦多媒體及互動藝術等）、攝影類（如一般攝影類、藝術攝影類等）、雕塑類（如石雕、木雕、金屬、泥塑或其他材質的立體呈現等）、工藝類（如陶瓷、玻（琉）璃、金工（如金屬、玉石）及珠寶、織染繡、紙藝等）及設計類（如平面設計、流行時尚設計及時裝設計、家具設計、建築設計、珠寶設計、室內設計、工業設計、產品設計等）。

在7,100位15歲以上民眾中，43.7%的民眾過去一年內曾觀賞過現場視覺藝術類之展覽或展示活動，56.3%的民眾未觀賞現場視覺藝術類的展覽或展示活動。就過去一年內民眾觀賞過的視覺藝術類展示活動來看，以繪畫書法類的參與率25.9%為最高，其次為裝置藝術與多媒體類（23.1%）、設計類（16.0%）、工藝類（15.4%）及攝影類（14.8%），雕塑類則相對較低，為13.6%。就全體15歲以上民眾於過去一年內有參觀視覺藝術類現場展示活動之參與次數觀察，每人平均的參觀次數為1.4次，有參與者的次數則為3.3次。有關視覺藝術類之參與率及參與頻率請參考圖3-5-5及統計表E-1-12至E-1-13。



圖3-5-5 2023／2024年民眾參與視覺藝術類活動比率

Figure 3-5-5 Attendance Rate at Visual Arts Activities, 2023/2024



資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二專案調查問卷第17題）

調查時間：2024年9月至12月

註：1.本題為複選題，百分比加總不等於100%。

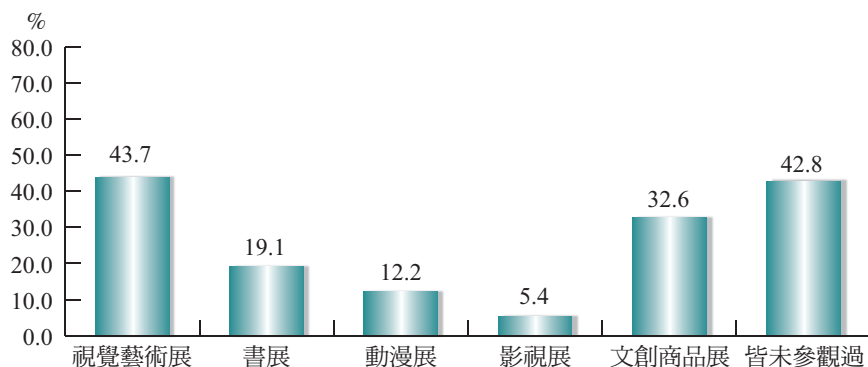
2.樣本數為7,100人。

4.展覽參與概況

除視覺藝術展覽外，本年調查亦詢問民眾在書展、動漫展、影視展及文創商品展之參與概況。在7,100位15歲以上民眾中，43.7%的民眾於過去一年內曾觀賞過視覺藝術類展覽，32.6%的民眾表示參觀過文創商品展，19.1%的民眾參觀過書展，12.2%的民眾參觀過動漫展，至於參觀過影視展的比率占5.4%。整體而言，過去一年有參觀文化相關展覽的比率占57.2%，42.8%的民眾表示未參觀過視覺藝術展、書展、動漫展、影視展、文創商品展等文化相關展覽。請參考圖3-5-6及統計表E-1-14。

圖3-5-6 2023／2024年民眾參與文化相關展覽活動比率

Figure 3-5-6 Attendance Rate at Cultural Exhibitions, 2023/2024



資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二專案調查問卷第18、19題）

調查時間：2024年9月至12月

註：1.本題為複選題，百分比加總不等於100%。

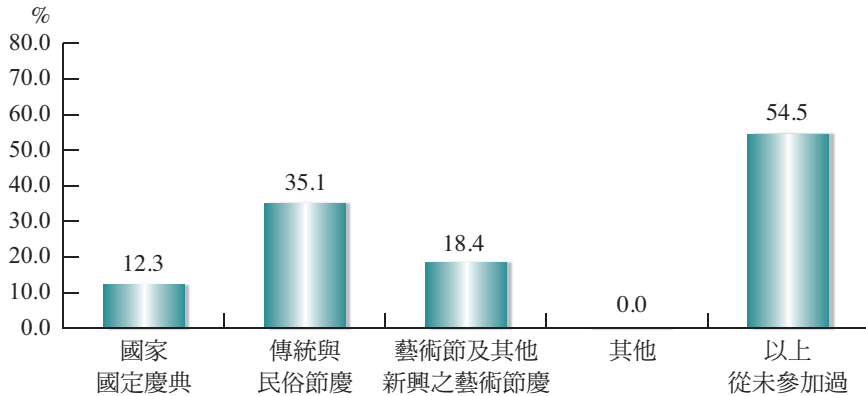
2.樣本數為7,100人。

5. 文藝民俗節慶活動

在7,100位15歲以上民眾中，有45.5%的民眾於過去一年曾參觀或參與過文藝民俗節慶活動，54.5%的民眾於過去一年內未在國內參觀或參與過文藝民俗節慶活動。就過去一年內民眾在國內參觀或參與過的文藝民俗節慶活動來看，以傳統與民俗節慶的比率最高，為35.1%，其次為藝術節占18.4%，國家國定慶典占12.3%。而在過去一年參觀或參與文藝民俗節慶活動的頻率上，平均每人的參觀次數為1.2次，有參與者的次數為2.6次。有關文化藝術機構之參與率與參與頻率請參考圖3-5-7及統計表E-1-15、E-1-16。

圖3-5-7 2023／2024年民眾在國內參觀或參與過的文藝民俗節慶活動類型

Figure 3-5-7 Categorical Statistics of Culture and Arts Activities and Folk Festivals People Participated in or Visited in Taiwan, 2023/2024



資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二專案調查問卷第20題）

調查時間：2024年9月至12月

註：1.本題為複選題，百分比加總不等於100%。

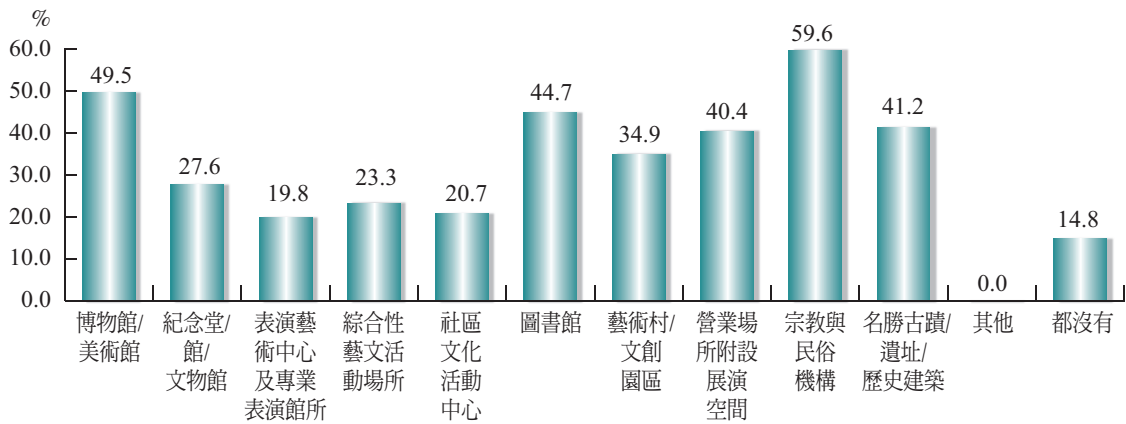
2.樣本數為7,100人。

6. 國內文化藝術機構與設施

在7,100位15歲以上民眾中，有14.8%的民眾於過去一年內未去過國內文化機構或未使用過文化藝術場所，高達85.2%的民眾在過去一年間曾去過國內文化機構或文化藝術場所。就過去一年內民眾去過國內文化機構或使用過文化藝術場所來看，以宗教與民俗機構的比率最高，為59.6%，其次分別為博物館／美術館（49.5%）、圖書館（44.7%）、名勝古蹟／遺址／歷史建築（41.2%）、百貨公司／賣場／書店／餐廳等營業場所附設之展演空間（40.4%）、藝術村／文創園區（34.9%）及紀念堂／紀念館／文物館／文化館（27.6%）。而以表演藝術中心及專業表演館所、社區文化活動中心及綜合性藝文活動場所的比率較低，分別為19.8%、20.7%及23.3%。有關文化藝術機構之參與率參考圖3-5-8及統計表E-1-17。



圖3-5-8 2023/2024年民眾去過國內文化機構或使用過文化藝術場所概況
Figure 3-5-8 Attendance Rate at Cultural Institutions or Venues, 2023/2024



資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二專案調查問卷第25題）

調查時間：2024年9月至12月

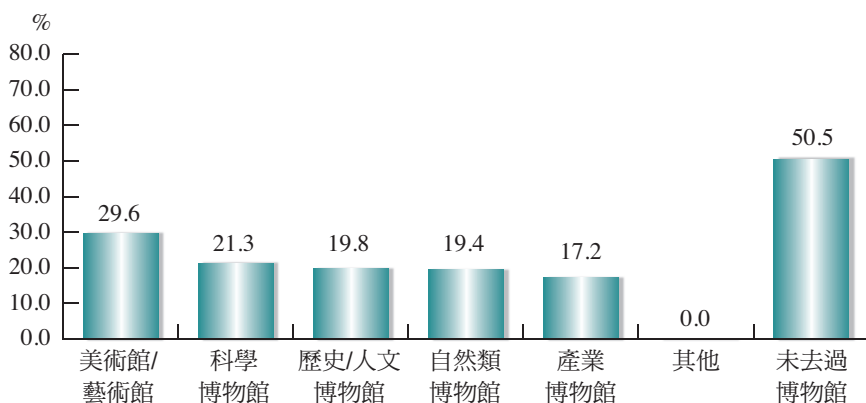
註：1.本題為複選題，百分比加總不等於100%。

2.樣本數為7,100人。

3.本題博物館包括美術館／藝術館、科學博物館、歷史／人文類博物館、自然類博物館、產業博物館及其他，不含自然與文化景觀。

過去一年的15歲以上民眾有參與或欣賞國內博物館的比率為49.5%，50.5%的民眾過去一年未參觀過國內博物館，以參觀美術館／藝術館的比率最高，為29.6%，其次分別為科學博物館（21.3%）及歷史／人文類博物館（19.8%）。就全體15歲以上民眾於過去一年內有參觀博物館之參與次數觀察，每人平均的參觀次數為1.4次，有參與者的次數則為2.9次，有關博物館之參與率與參與頻率請參考圖3-5-9及統計表E-1-18、E-1-19。

圖3-5-9 2023/2024年民眾博物館參觀類型
Figure 3-5-9 Attendance Rate at Museums, 2023/2024



資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二專案調查問卷第22題）

調查時間：2024年9月至12月

註：1.本題為複選題，百分比加總不等於100%。

2.樣本數為7,100人。

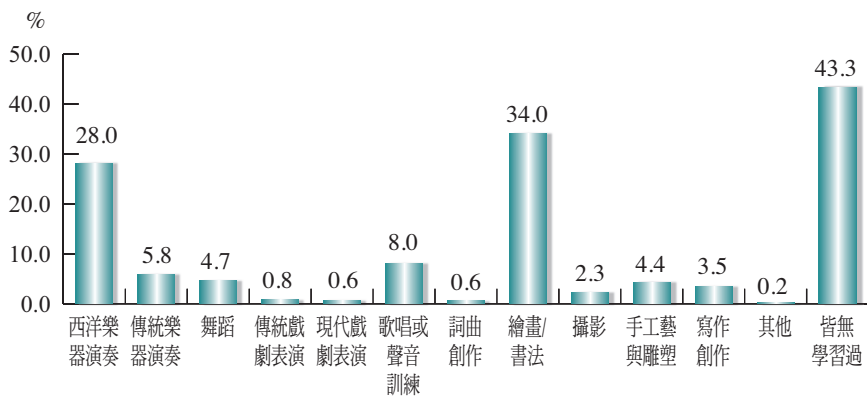
3.本題博物館包括美術館／藝術館、科學博物館、歷史／人文類博物館、自然類博物館、產業博物館及其他，不含自然與文化景觀。

7. 文化技藝的學習

為瞭解民眾文化技藝的學習狀況及發表情況，本次調查針對民眾曾經學習過文化藝術類（如樂器、歌唱、繪畫、書法、寫作、作曲）技藝概況進行瞭解。在文化技藝的學習上，高達56.7%的民眾從小至目前曾經學習過文化相關技藝，其中以學習過繪畫書法類的比率最高，達34.0%，其次為西洋樂器演奏的技藝，占28.0%，再其次為歌唱或聲音訓練（8.0%）、傳統樂器演奏（5.8%）、舞蹈（4.7%）及手工藝與雕塑（4.4%），至於其他技藝曾學習過的比率皆未超過4%。請參考圖3-5-10及統計表E-1-20。

圖3-5-10 2023／2024年從小至目前民眾曾經學習過的文化技藝

Figure 3-5-10 Types of Cultural Skills People Learned from Childhood, 2023/2024



資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二專案調查問卷第30題）

調查時間：2024年9月至12月

註：1.本題為複選題，百分比加總不等於100%。

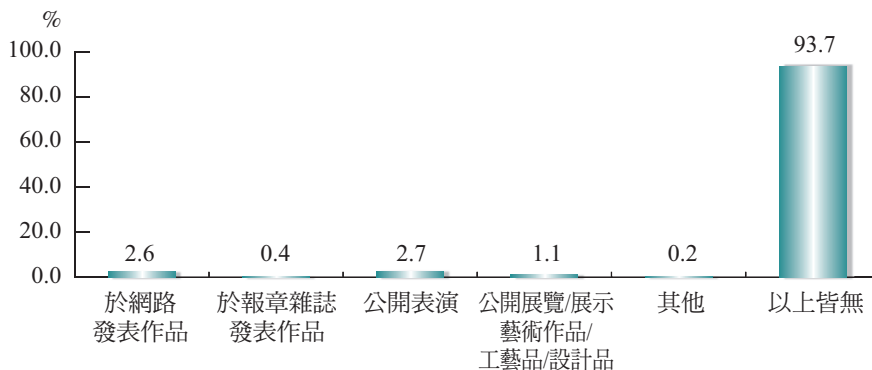
2.樣本數為7,100人。

8. 藝文作品發表

在藝文作品的發表上，受訪的7,100位民眾中，僅有6.3%的民眾在過去一年曾於報章雜誌、媒體發表或公開場合表演展示文化及藝術作品，高達93.7%的受訪者未曾發表或展示過。請參考圖3-5-11及統計表E-1-21。

圖3-5-11 2023／2024年民眾於報章雜誌、媒體發表或公開場合表演展示文化作品

Figure 3-5-11 Types of Culture or Art Works People Presented in Media or Public Place, 2023/2024



資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二專案調查問卷第31題）

調查時間：2024年9月至12月

註：1.本題為複選題，百分比加總不等於100%。

2.樣本數為7,100人。

9.文化數位參與

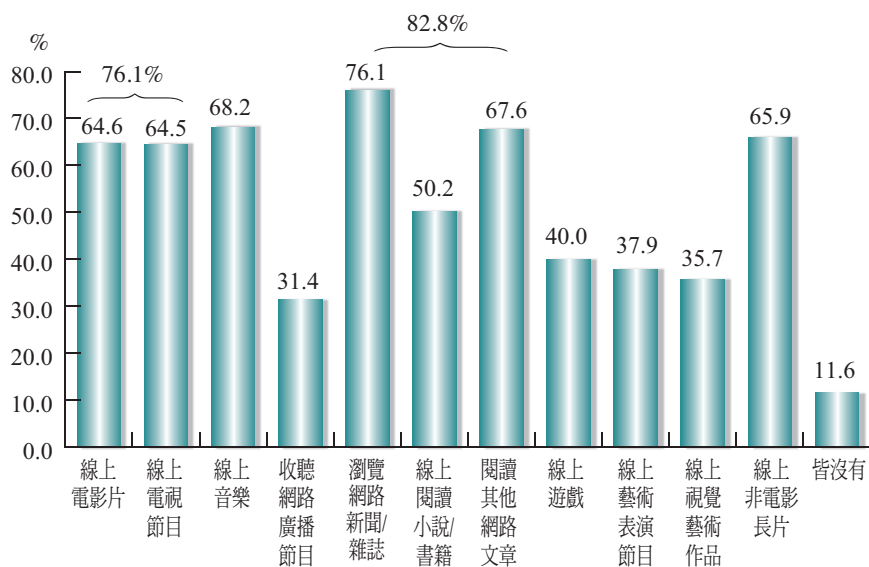
為瞭解民眾在文化技藝的數位參與狀況，本次調查特針對網路影視音欣賞及數位閱讀概況進行調查。

(1) 各類文化活動線上參與比率

在本次受訪的7,100位民眾中，有64.6%的民眾會線上觀看或下載電影片，64.5%會線上觀看或下載電視節目，線上觀看影視節目者共計76.1%。除影視節目外，線上觀看非電影長片之影片占比亦占65.9%。在線上音樂欣賞上，68.2%透過網路欣賞音樂。在數位閱讀上，82.8%的民眾過去一年曾進行數位閱讀（76.1%瀏覽網路新聞／雜誌，67.6%閱讀其他網路文章，50.2%線上閱讀小說／書籍），下載遊戲或進行線上遊戲的比率則占40.0%。至於在線上藝術欣賞上，觀看線上藝術表演節目占37.9%，線上觀看視覺藝術作品者占35.7%。請參考圖3-5-12及統計表E-1-22。

圖3-5-12 2023／2024年民眾文化數位參與概況

Figure 3-5-12 The Rate of digital access for cultural content, 2023/2024



資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二專案調查問卷第26題）

調查時間：2024年9月至12月

註：1.本題為複選題，百分比加總不等於100%。

2.樣本數為7,100人。

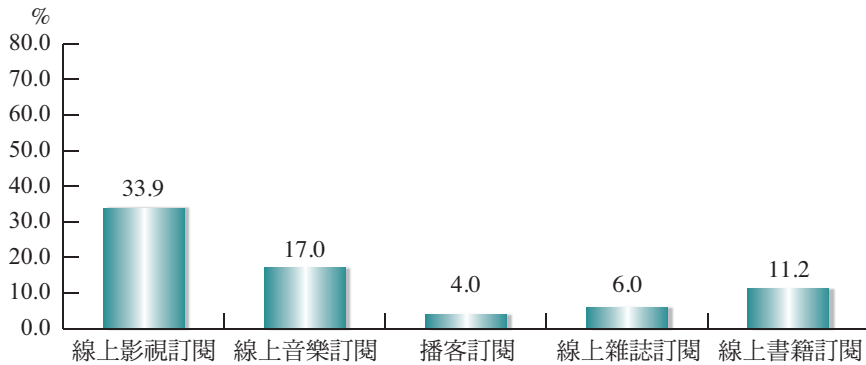
(2) 文化內容訂閱比率

隨著民眾閱聽行為的改變及OTT服務（over-the-top）的發展，文化內容亦漸漸朝付費訂閱制發展。在各類文化內容付費訂閱的比率上，以線上影視訂閱比率最高，達33.9%，其次為線上音樂，訂閱率為17.0%，再其次為線上書籍訂閱率為11.2%，線上雜誌的訂閱率較低，僅占6.0%，至於播客（Podcast）的訂閱制才剛形成，訂閱率亦僅為4.0%。請參考圖3-5-13及統計表E-1-23。



圖3-5-13 2023/2024年民眾文化內容訂閱率

Figure 3-5-13 The Rate of digital access for cultural content, 2023/2024



資料來源：本專案電話調查（調查內容詳見附錄二專案調查問卷第26題）

調查時間：2024年9月至12月

註：1.本題為複選題，百分比加總不等於100%。

2.線上影視音及播客訂閱率訪問樣本數為2,785人，線上雜誌及線上書籍訂閱率訪問樣本數為2,711人。

（二）歷年文化參與概況

1.文化參與率

各項目中，電影的參與率2018/2019年約在45.9%，2019/2020年受新冠肺炎疫情影響，降至39.3%，2020/2021年持續下降至28.2%，2021/2022年回升至35.3%，2023/2024進一步回升至39.7%。而電視參與率上雖不屬於現場參與，但受線上影視發展影響，其參與率逐年下降，廣播2019/2020年參與率為上升，高於疫情前之參與率，惟其後亦逐年下降。至於報紙及雜誌參與率亦為逐年下降。書籍參與率近年來約在56%至60%間，2021/2022年則降至56.1%，2023/2024年則提升至60.6%。

表3-5-2 2018/2019年至2023/2024年民眾參與文化藝術相關活動之比率
Table 3-5-2 Attendance Rate at art and Cultural Activities, 2018/2019-2023/2024

單位：%

項目	年別				
	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2023/2024
大眾傳播類活動	98.2	97.8	97.2	96.1	96.1
電影	45.9	39.3	28.2	35.3	39.7
電視	88.1	87.2	86.0	82.8	79.7
廣播	36.3	39.2	37.0	36.5	31.8
報紙	34.1	31.7	25.2	23.2	18.1
雜誌/期刊	33.2	31.9	29.3	27.1	25.6
書籍	57.4	59.2	58.0	56.1	60.6
數位閱讀	76.1	78.0	80.8	78.8	82.8
表演藝術類活動	41.1	35.6	23.1	32.4	45.4
戲劇舞蹈類	29.1	24.7	16.0	22.1	30.1
現代戲劇類	14.3	11.9	7.5	10.9	15.8
傳統戲曲類	11.8	10.9	7.3	9.8	12.4
舞蹈類	14.8	11.6	6.7	10.0	14.0
音樂類	27.7	23.6	14.0	21.6	33.8
古典及傳統音樂類	15.4	12.7	8.0	10.9	16.6
流行音樂	19.3	16.5	8.9	16.1	25.6
視覺藝術類活動	43.1	40.7	29.1	38.6	43.7
繪畫書法類	26.1	23.4	16.2	20.9	30.0
裝置藝術與多媒體類	23.4	20.6	14.6	19.3	23.1
攝影類	16.3	15.0	9.4	12.2	14.8
雕塑類	15.0	12.2	8.0	10.1	13.6
設計類	16.1	14.7	9.3	13.4	16.0
工藝類	15.8	13.8	9.8	11.7	15.4
文化藝術機構與設施	85.9	82.1	72.9	78.1	85.2
博物館	49.0	46.5	32.2	41.0	49.5
文藝民俗節慶活動	44.6	39.8	28.6	37.6	45.5
樣本數	10,146	10,121	10,003	10,231	7,100

資料來源：2019年至2021年文化統計、本專案電話調查

註：本表數字為實體媒介/現場活動參與率。

至於其他現場活動的2023/2024年參與率，已脫離疫情的影響，各類參與率皆呈現大幅回升的現象。表演藝術類活動疫情前約在40%~41%，2019/2020年後則受疫情影響開始下滑，2021/2022年則隨著逐漸解封回升，2023/2024年參與率更達45.4%，已超越疫情前41.1%。視覺藝術類活動2020/2021年受場館封閉或人流管制之影響，參與率降至29.1%，之後逐步回升，2023/2024年達43.7%，略高於疫情前之43.1%。而文藝民俗節慶活動2019/2020年、2020/2021年受疫情影響大幅下滑，2023/2024年亦已超過疫情前之44.6%，回升至45.5%。文化藝術機構與設施及博物館參與率2020/2021年皆受疫情影響分別降至72.9%、32.2%，之後漸漸回升，2023/2024年博物館參與率更高達49.5%，超越疫情前之49.0%，文化藝術機構與設施參與率亦回升至85.2%，略低於疫情前之85.9%。2023/2024年民眾參與文化藝術活動比率概況請參考表3-5-2。



2. 文化參與頻率

在參與頻率上，2023／2024年之參與頻率除電視、廣播、報紙、雜誌為減少外，其餘參與頻率則皆為上升或持平。在電影參與頻率上疫情前民眾一年觀賞電影的次數皆約在2次以上，2019／2020、2020／2021受新冠肺炎疫情影響，分別降至1.5次及0.9次，2021／2022年回升至1.2次，2023／2024年回升至1.4次，但仍低於疫情前的2.4次。而報紙、雜誌參與頻率為逐年下滑，並未因疫情緩解而上升，廣播參與頻率僅在2019／2020年疫情甫發生時之參與頻率上升，之後參與頻率逐年下降，電視參與頻率除在2020／2021年略微增加外，皆是逐年降低，2023／2024年下降至每週11.5小時。

表3-5-3 2018／2019年至2023／2024年民眾參與文化藝術相關活動之頻率

Table 3-5-3 Frequency of Attendance at Art and Cultural Activities, 2018/2019-2023/2024

單位：次／年；小時／週

項目		年別	2018/ 2019	2019/ 2020	2020/ 2021	2021/ 2022	2023/ 2024
大眾傳播類活動	電影(次/年)		2.4	1.5	0.9	1.2	1.4
	電視(小時/週)		14.3	13.4	13.7	12.8	11.5
	廣播(小時/週)		3.6	4.1	3.6	3.6	3.0
	報紙(小時/週)		1.4	1.3	1.0	0.9	0.7
	雜誌/期刊(小時/週)		1.3	1.2	1.1	1.0	1.0
	書籍(小時/週)		4.9	5.2	4.8	4.8	5.8
表演藝術類活動	現代戲劇類(次/年)		0.3	0.2	0.2	0.2	0.3
	傳統戲曲類(次/年)		0.3	0.3	0.2	0.3	0.4
	舞蹈類(次/年)		0.5	0.3	0.2	0.3	0.5
	古典及傳統音樂類(次/年)		0.4	0.4	0.2	0.3	0.5
	流行音樂(次/年)		0.5	0.4	0.2	0.4	0.7
視覺藝術類活動(次/年)		1.6	1.4	0.9	1.2	1.4	
文化藝術機構與設施	博物館(次/年)		1.4	1.3	0.8	1.1	1.4
文藝民俗節慶活動(次/年)		1.1	1.0	0.6	0.9	1.2	
樣本數		10,146	10,121	10,003	10,231	7,100	

資料來源：2019年至2021年文化統計、本專案電話調查
 註：本表數字為實體媒介及現場活動展演參與頻率。

戲劇戲曲舞蹈類、古典及傳統音樂類、流行音樂參與頻率變化不大，大致在2020／2021年之參與頻率降至最低，2023／2024年則略微高於疫情前之參與頻率，但相差不大。視覺藝術類、博物館及文藝民俗節慶活動疫情前及2019／2020年參與頻率皆在1次以上，但2020／2021年則下降至1次以下，2023／2024年視覺藝術類活動、博物館回升至1次以上，文藝民俗節慶活動則由0.6次回升至0.9次。請參考表3-5-3。

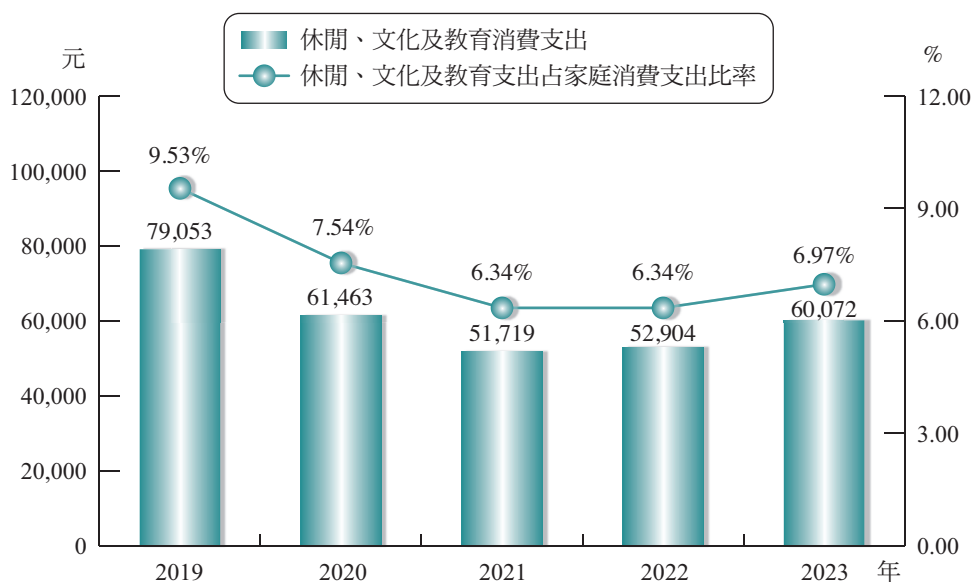
二、我國家庭休閒、文化及教育平均消費支出

民眾在參與文化活動的過程中，亦將影響文化之消費，根據《112年家庭收支調查報告》，2023年我國平均每戶家庭消費支出為861,305元，其中休閒、文化及教育消費支出為60,072元，占

消費支出之6.97%。在各項消費中，2023年主要消費支出為教育（25,162元），其次為娛樂消遣及文化服務（12,567元），而以書報雜誌文具（3,313元）的消費支出最少。

歷年來休閒、文化及教育消費支出占家庭消費支出有逐年降低的趨勢，2021、2022年受嚴重特殊傳染性肺炎影響，整體平均每戶家庭休閒、文化及教育消費支出更降低至5萬元，占家庭消費支出降低至6.34%，2023年隨著疫情趨緩，平均每戶家庭休閒、文化及教育消費支出提升至6萬元，其中以「套裝旅遊」之消費支出為增加184.25%最高，以「書報雜誌文具」減少2.64%最多，其次為「教育」減少2.52%，而「教育消遣康樂器材及其附屬品」則是略減1.84%。請參考圖3-5-14及統計表E-1-24。

圖3-5-14 2019年至2023年臺灣地區平均每戶家庭休閒、文化及教育消費支出
Figure 3-5-14 Average Household Expenditures of Family Recreation, Culture, and Education in Taiwan, 2019-2023



資料來源：行政院主計處網站，政府統計，主計總處統計專區，家庭收支調查，電子書
 網址：<https://www.stat.gov.tw/ct.asp?xItem=19882&CtNode=3087&mp=4>
 蒐集時間：2024年9月至12月



三、藝文展演與節慶

本部分主要說明我國藝文展演活動與節慶概況，先以文化部所建置之「全國藝文活動資訊系統」對於民眾參與文化藝術活動進行描繪，再說明各文化相關機關參觀人次及活動辦理概況、第三部門辦理藝文活動概況，以及各縣市藝文活動辦理概況。透過藝文展演活動的統計數據，讓民眾能夠更理解國內文化活動的概況。

(一) 全國藝文活動概況

根據文化部所建置之「全國藝文活動資訊系統」資料，2023年全國藝文活動共計舉辦56,123個，較2022年增加3.86%。在出席人次方面，2023年為288,741千人次，較2022年大幅增加

18.06%。若以人口規模進行衡量，2023年平均每萬人享有之藝文活動個數為24個，平均每人出席藝文活動次數為12.33個。請參考表3-5-4及圖3-5-15。

表3-5-4 2019年至2023年全國藝文活動辦理概況

Table 3-5-4 Summary of Arts Activities in Taiwan, 2019-2023

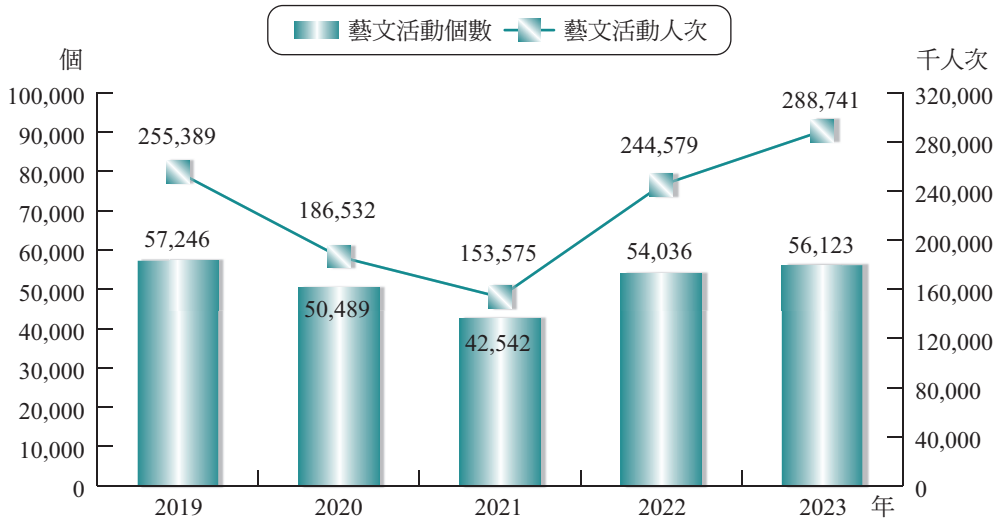
單位：個；千人次；次

年別	活動個數 (個)	出席人次 (千人次)	平均每萬人享有之藝文活動個數 (個/萬人)	平均每人出席藝文活動次數 (次/人)
2019	57,246	255,389	24	10.82
2020	50,489	186,532	21	7.92
2021	42,542	153,575	18	6.57
2022	54,036	244,579	23	10.51
2023	56,123	288,741	24	12.33

資料來源：文化部網站，業務統計，全國各縣市藝文展演活動統計
 網址：https://www.moc.gov.tw/informationlist_286.html
 蒐集時間：2024年9月至12月

圖3-5-15 2019年至2023年全國藝文活動概況

Figure 3-5-15 Overview of Arts Activities in Taiwan, 2019-2023



資料來源：文化部網站，業務統計，全國各縣市藝文展演活動統計
 網址：https://www.moc.gov.tw/informationlist_286.html
 蒐集時間：2024年9月至12月

就藝文活動的辦理區域狀況觀察，2023年藝文活動舉辦個數最多為臺北市，共計舉辦6,757個活動，其次為高雄市6,704個活動。就藝文活動的出席人次觀察，臺北市藝文活動出席人次最多，為53,351千人次，其次是新北市的44,577千人次。整體觀之，六都為藝文活動舉辦個數與出席人次最多之縣市，六都活動個數與出席人次占比達全國總數之69.10%及74.47%。就各類別展演活動觀察，語文與圖書類的活動個數最多，計15,221個，占全國活動個數27.12%；其次是影視／廣播類活動，共計6,649個，占11.85%。有關各縣市藝文活動之辦理概況及活動類型請參考統計表E-2-1。



（二）文化相關機關藝文活動概況

1. 國立文化相關機關參觀人次

2023年國立文化相關機關共計34家，總入館人次為3,848.80萬人次，較2022年大幅增加41.09%，平均每館入館人次為113.20萬人次，其中收費入館人次為1,063.2萬人次，占總入館人次之27.62%，雖國內對於文化機關之參觀仍以免費參觀為主，在疫後復甦及文化幣推動下，2023年收費入館人次占比高於2022年。在各文化相關機關參觀人次中，以國立國父紀念館之參觀人次最多，計有859.88萬人次，其次為國立中正紀念堂之320.24萬人次，再其次為國立自然科學博物館之273.83萬人次，請參考表3-5-5及統計表E-2-2。至於2023年各文化相關機構舉辦的活動，其出席人次請參考統計表E-2-3。

表3-5-5 2019年至2023年國立文化相關機關參觀人次

Table 3-5-4 Summary of Visitors of Culture-Related Institutions, 2019-2023

單位：人次；%

年別	機關數	入館人次 總計	免費入館/園 人次	收費入館/園 人次	平均每館入館 人次	收費入館 人次占比(%)
2019	32	42,685,907	31,314,214	11,371,693	1,333,935	26.64
2020	32	25,297,146	17,842,287	7,454,859	790,536	29.47
2021	33	16,775,392	12,838,636	3,936,756	508,345	23.47
2022	33	27,279,665	20,597,822	6,681,843	826,657	24.49
2023	34	38,487,972	27,856,263	10,631,709	1,131,999	27.62

資料來源：本專案公務機關與機構調查
調查對象：文化部及所屬機關（構）、各中央政府機關
調查時間：2024年9月至12月

2. 第三部門藝文活動辦理概況

本次回覆問卷的153家文化事務財團法人中，有110家提供相關藝文活動概況，其中以「財團法人保生文教基金會」辦理藝文活動場次最多（530場次），其次為「財團法人擊樂文教基金會」（353場次），再其次為「財團法人雲門文化藝術基金會」（346場次）。

在活動出席人次方面，以「財團法人洪建全教育文化基金會」最高（73.2萬人次），其次為「財團法人辜公亮文教基金會」（62.5萬人次），再其次為「財團法人日月光文教基金會」（56.3萬人次）、「財團法人鴻禧藝術文教基金會」（51.0萬人次）、「財團法人國巨基金會」（40萬人次），其餘單位之活動出席人次皆在40萬以下。請參考統計表E-2-4。

（三）藝術節與節慶

1. 文化部及行政法人辦理藝術節慶活動

2023年文化部及所屬單位與行政法人辦理之藝術節慶活動包含臺灣戲曲藝術節、美術節系列活動、臺灣國際光影藝術節、豐收嘉年華系列活動、臺灣竹藝日、臺灣陶藝日、臺灣漆藝日、鹿港魯班公宴、蠟染藝術節、NTSO霧峰音樂節、國立臺灣歷史博物館慶派對系列活動、人權藝術

生活節、綠島人權藝術季、國際人權影展、中臺灣社區母語藝術節、島嶼音樂季、花東原創生活節、TIFA台灣國際藝術節、新點子實驗場、兩廳院夏日爵士、秋天藝術節、NTT藝想春天、NTT夏日放、NTT遇見巨人系列、花露露的童樂節、衛武營管風琴音樂節、衛武營國際音樂節、衛武營馬戲平台、西藏文化藝術節、世界民族電影節，其辦理時間、參觀人次請參考表3-5-6、統計表E-2-5。

表3-5-6 2023年文化部及行政法人辦理之重要藝術節慶活動

Table 3-5-6 Art Festivals of Ministry of Culture, 2023

單位：屆；天；人次

活動名稱	屆數	活動天數	參觀人次
2023臺灣戲曲藝術節*	6	22	14,520
數據光景-2023臺灣國際光影藝術節*	4	36	153,479
「土水的大情小調—2023年美術節系列活動」	15	2	4,403
國美慶35 豐收嘉年華系列活動	-	30	59,795
臺灣竹藝日	1	1	500
臺灣陶藝日	3	1	10,000
臺灣漆藝日	2	3	2,800
112年鹿港魯班公宴	28	4	12,000
蠟染藝術節*	8	2	564
2023 NTSO霧峰音樂節	2	7	2,967
國立臺灣歷史博物館館慶派對系列活動	12	4	102,288
2023年人權藝術生活節	4	43	5,000
2023綠島人權藝術季*	17	120	28,000
2023國際人權影展	7	68	5,141
112中臺灣社區母語藝術節	1	61	44,064
2023島嶼音樂季*	10	5	682
花東原創生活節	8	6	9,737
2023TIFA台灣國際藝術節*	15	85	64,374
2023新點子實驗場	5	37	3,305
2023兩廳院夏日爵士*	15	14	6,708
2023秋天藝術節*	3	50	14,830
NTT藝想春天（NTT Arts NOVA）系列*	1	87	18,551
NTT夏日放／FUN時光系列*	4	54	16,538
NTT遇見巨人系列*	7	73	20,352
花露露的童樂節*	3	11	7,372
2023衛武營管風琴音樂節*	3	5	2,975
2023衛武營國際音樂節*	2	10	3,221
2023衛武營馬戲平台*	8	8	12,215
第九屆西藏文化藝術節*	9	2	1,210
2023世界民族電影節*	2	10	5,350

資料來源：本專案公務機關與機構調查
 調查對象：文化部、附屬機關（構）及行政法人
 調查時間：2024年9月至12月
 註：*表有邀請國際藝術團隊參與。

另外，為培養藝文欣賞人口及藝術專業人才，推動「地方文化特色及藝文人口培育計畫」，其中「臺灣文化節慶升級」為其重點之一，主要為協助縣市政府辦理具在地特色或在地知名特色之文化節慶，並導入節慶專業經理（策展人、藝術總監）及專業規劃執行理念，強化在地文化藝術創作者及藝術工作者之深度參與，並增加在地社區參與、建立民眾共識與建立周邊產業串聯模式。2023年共計補助9個文化藝術節慶，補助核准經費共計17,850千元。文化部補助臺灣文化節慶升級概況請參考統計表E-2-6。

2.各縣市政府主辦之重要藝術節慶活動

為培養地方文化藝術之基盤，各縣市政府規劃辦理各項主題藝術節，藉以提升地方藝文活動能量，進而帶動地方文化藝術發展。2023年由各縣市文化局（處）共計舉辦173個文化藝術節慶活動，超過1,520.8萬人次參觀，其中有54個節慶活動有國外藝術團隊／個人參與演出或展覽。2023年各縣市政府文化局（處）辦理之重要藝術節慶活動請參考表3-5-7及統計表E-2-7。

表3-5-7 2023年各縣市政府文化局（處）辦理之重要藝術節慶活動

Table 3-5-7 Art Festivals of Local Cultural Affairs Bureau, 2023

單位：個；天；人次

縣市文化局(處)	藝術節與節慶個數	有國際團隊參與展演個數	活動天數	參觀人次
新北市政府文化局	14	3	308	2,866,252
臺北市文化局	13	6	410	419,845
桃園市政府文化局	14	8	305	1,592,180
臺中市政府文化局	17	3	219	1,841,173
臺南市政府文化局	21	4	1,132	2,271,676
高雄市政府文化局	16	9	346	2,623,728
宜蘭縣政府文化局	7	3	140	606,315
新竹縣政府文化局	7	1	165	427,500
苗栗縣政府文化觀光局	3	1	23	57,953
彰化縣文化局	10	3	188	327,116
南投縣政府文化局	3	-	24	11,845
雲林縣政府文化觀光處	4	1	109	320,005
嘉義縣文化觀光局	5	1	63	248,030
屏東縣政府文化處	4	3	305	109,459
臺東縣政府文化處	7	1	143	72,638
花蓮縣文化局	4	1	109	145,730
澎湖縣政府文化局	2	-	35	8,539
基隆市文化局	4	3	60	541,309
新竹市文化局	8	-	156	340,511
嘉義市政府文化局	5	3	36	361,000
金門縣文化局	1	-	10	12,197
連江縣政府文化處	4	-	10	3,400
總計	173	54	4,296	15,208,401

資料來源：本專案公務機關與機構調查

調查對象：各地方政府文化局（處）

調查時間：2024年9月至12月



除文化局（處）所舉辦之文化藝術節慶活動外，新北市、臺北市、桃園市、臺南市、高雄市、新竹縣、苗栗縣、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、臺東縣、澎湖縣、基隆市、新竹市、嘉義市及金門縣所提供之2023年縣市政府其他單位所舉辦的活動請參考統計表E-2-7。

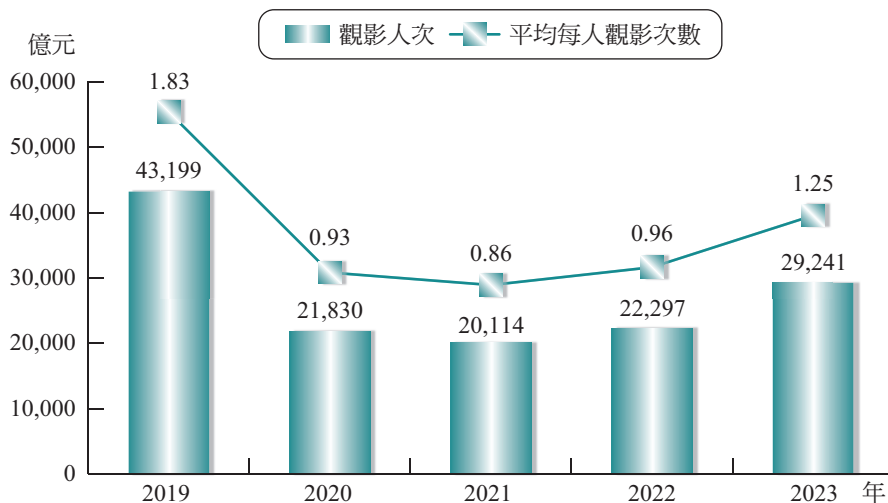
四、影視觀影人次與訂戶數

本部分以電影院觀影人次及有線電視訂戶數描述民眾對影視之參與狀況。

（一）電影觀影人次

在電影觀影人次上，2023年全國電影院觀影人次為29,241,343人次，平均每人口之觀影次數為1.25次。就歷年觀影人次觀察，疫情前電影院觀影人次達4,320萬人次，疫情期間觀影人次維持在2,000萬人次，2023疫後則回升至2,900萬人次，但僅回升至疫情前之七成左右。以地區觀察，以北北基宜地區觀影人次最高，占全國觀影人次之44.27%，其次為中彰投地區，占17.02%。有關歷年觀影人次請參考圖3-5-16及統計表E-3-1。

圖3-5-16 2019年至2023年電影院觀影人次
Figure 3-5-16 Total Cinema Admissions, 2019-2023



資料來源：中華民國電影戲劇商業同業公會全國聯合會，電影片映演業依電影法第13條規定，提供予文化部影視及流行音樂產業局之電影片票房資訊

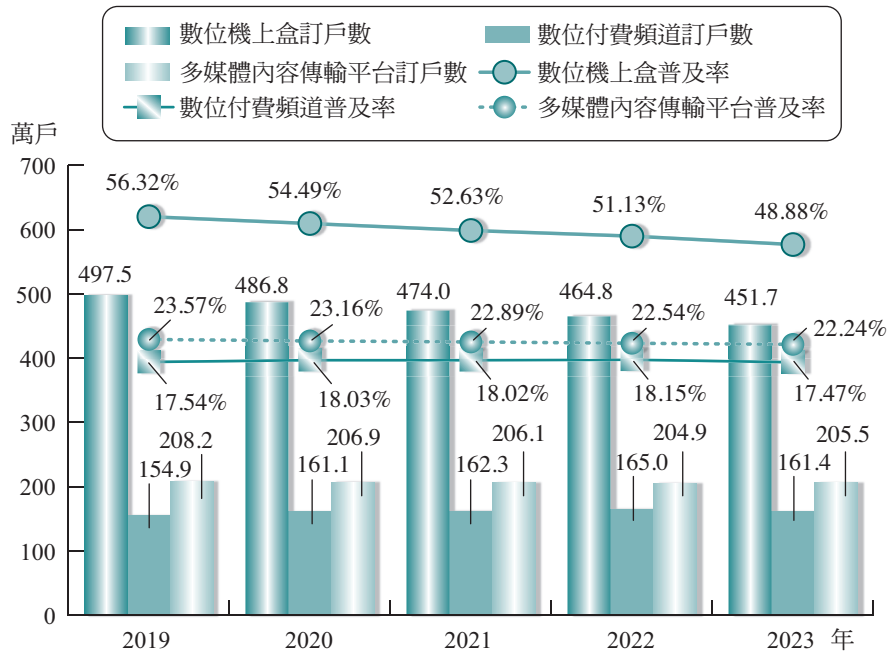
蒐集時間：2024年9月至12月

（二）有線廣播電視事業訂戶數及普及率

有線電視已全面數位化，自2020年起，數位機上盒訂戶數已與有線電視訂戶數相同，2023年我國有線電視數位機上盒訂戶數為451.7萬戶，家戶普及率為48.88%，普及率逐年降低。數位付費頻道訂戶數則為161.4萬戶，僅占全國總戶數之17.47%，近3年來，占比逐年降低。另外，多媒體內容傳輸平台之訂戶數為205.5萬戶，普及率略降至22.24%，訂戶數雖較2022年增高，但占比較2022年低。有關歷年有線廣播電視事業訂戶數請參考圖3-5-17及統計表E-3-2，各縣市區域有線廣播電視事業普及率請參考統計表E-3-3。

圖3-5-17 2019年至2023年有線電視、機上盒、付費頻道、MOD訂戶數及普及率

Figure 3-5-17 Number of Household Subscriptions and Penetration Rate of Cable TV, Set Top Box, Digital TV Broadcasting, and Multimedia On Demand, 2019-2023



資料來源：國家通訊傳播委員會，政府資訊公開，業務統計，通訊傳播綜合類，通訊傳播產業概況總覽
 網址：https://www.ncc.gov.tw/chinese/news.aspx?site_content_sn=1966&is_history=0
 蒐集時間：2024年9月至12月

註：1. 數位機上盒訂戶數包含於有線電視（播送）系統訂戶數內，自2020年起有線電視（播送）系統訂戶數位化比率已達100%。
 2. 有線電視（播送）系統訂戶數或數位機上盒訂戶數、數位付費頻道訂戶數及多媒體內容傳輸平台訂戶數皆有可能重複訂閱，故不適合進行加總。

五、觀光

根據聯合國教科文組織（UNESCO）對文化領域的定義，觀光領域為文化相關領域之一。故本部分主要以來臺旅客人數、國人國內旅遊旅次及國人出國旅客人數，以及國內主要觀光遊憩據點遊客人數等資料說明觀光概況。

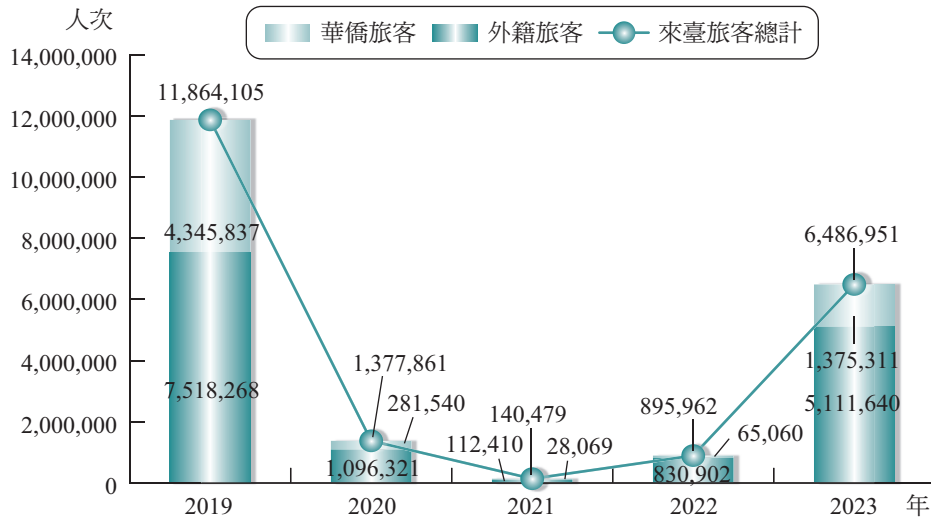
（一）來臺旅客

2023年來臺旅客總人數為6,486,951人次，較2022年大幅增加624.02%，其中外籍旅客增加515.19%，華僑旅客增加2,013.91%。就近年來臺旅客之總人數與成長率觀察，人數從2011年突破600萬人次後，人次逐年成長，2015年則突破1,000萬人次，2019年高達1,186萬人次，而2020年遭逢嚴重特殊傳染性肺炎疫情，邊境管制及隔離檢疫政策影響下，出入境人數大幅減少，2021年持續下跌，僅有14萬人次，2022年雖略微回升，但仍受疫情影響，2023年邊境已解封，觀光人次回升至600萬人次。各年度總人數與成長率，請參考圖3-5-18及統計表E-4-1。



圖3-5-18 2019年至2023年來臺旅客總人數

Figure 3-5-18 Total Number of Tourists Visiting Taiwan, 2019-2023



資料來源：交通部觀光署行政資訊網，業務資訊，觀光統計，觀光業務統計，觀光統計年報（全），中華民國112年觀光統計年報

網址：<https://admin.taiwan.net.tw/businessinfo/FilePage?a=14034>

蒐集時間：2024年9月至12月

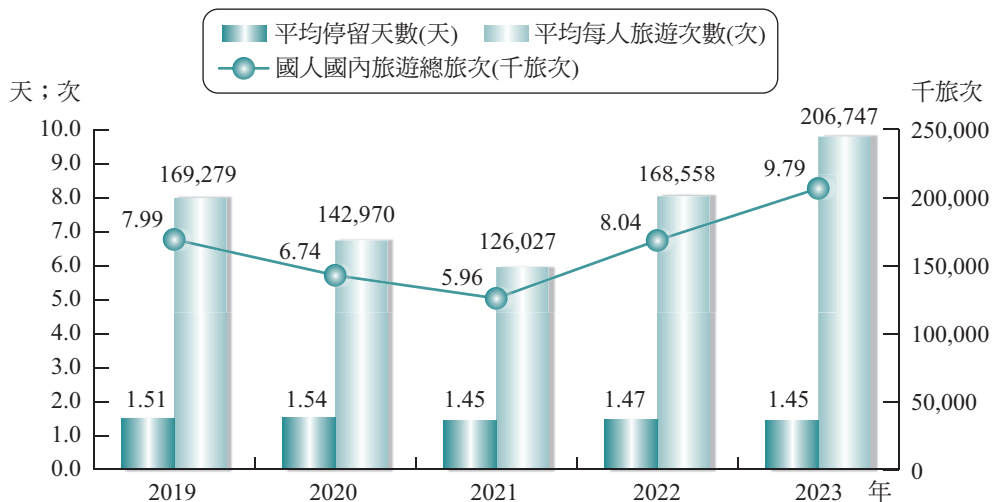
（二）國人國內旅遊與出國旅客概況

1. 國內旅遊概況

依交通部觀光局調查資料顯示，2023年國人國內旅遊比率為90.0%，平均每人國內旅遊次數為9.79次，2023年國人國內旅遊次數總計2億674.7萬旅次，較2022年增加22.66%。請參考圖3-5-19及統計表E-4-2。

圖3-5-19 2019年至2023年國人國內旅遊概況

Figure 3-5-19 R.O.C. Citizens' Domestic Tourist Travel Index, 2019-2023



資料來源：交通部觀光署行政資訊網，業務資訊，觀光統計，觀光市場調查摘要，臺灣旅遊狀況調查

網址：<https://admin.taiwan.net.tw/businessinfo/FilePage?a=14644>

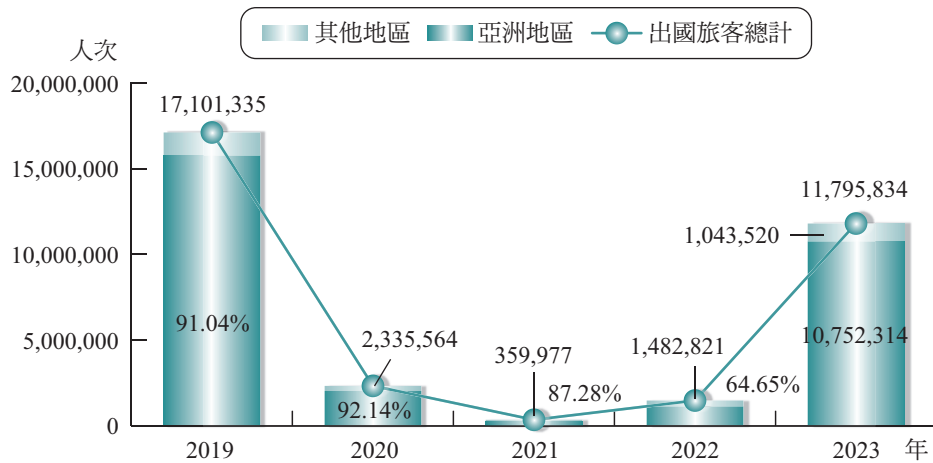
蒐集時間：2024年9月至12月

2.出國旅客概況

在國人出國人次方面，2023年國人出國人數為11,795,834人次，相較於2022年，出國人數大幅增加695.50%。2023年國人出國至亞洲地區最多，以至日本的人次最多。就出國目的地占比觀察，歷年來皆以亞洲地區所占比率最高，2023年占整體出國人數之91.15%，其次為美洲，占4.61%。請參考圖3-5-20及統計表E-4-3。

圖3-5-20 2019年至2023年國人出國目的地人數

Figure 3-5-20 Outbound Departures of R.O.C. Citizens by Destination, 2019-2023



資料來源：交通部觀光署行政資訊網，業務資訊，觀光統計，觀光業務統計，觀光統計年報，2023年近6年中華民國國民出國目的地人數統計

網址：<https://admin.taiwan.net.tw/businessinfo/FilePage?a=14643>

蒐集時間：2024年9月至12月

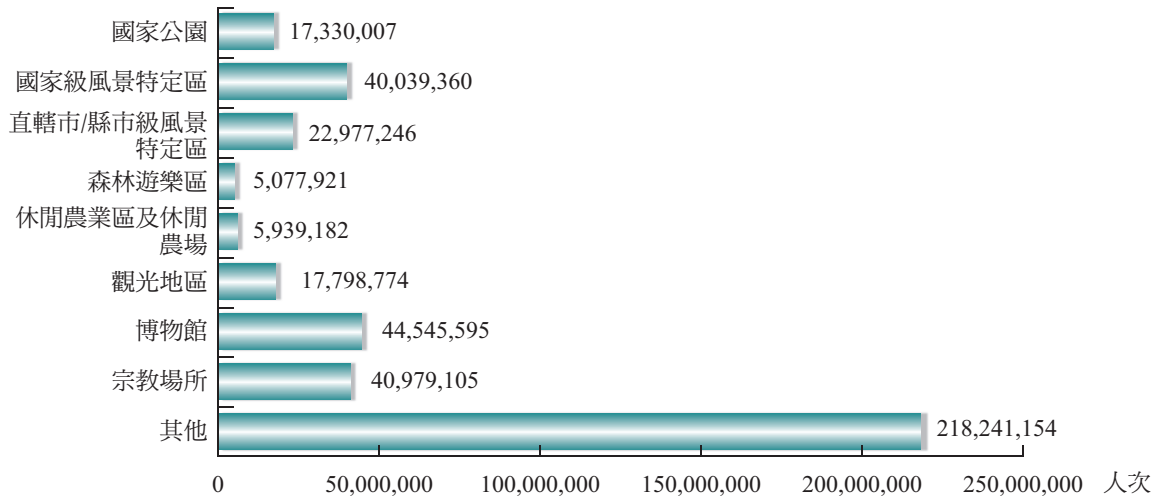
(三) 國內主要觀光遊憩據點遊客人數

交通部觀光局統計，將國內主要觀光遊憩據點分為國家公園、國家級風景特定區、直轄市及縣（市）級風景特定區、森林遊樂區、休閒農業區及休閒農場、觀光地區、博物館、宗教場所及其他9大類地區。根據其統計數據，2023年國內主要觀光遊憩據點遊客人數中，以其他之遊客人數最多，達2億1,824.12萬人次，其次為博物館，為4,454.56萬人次，再其次為宗教場所，遊客人數為4,097.91萬人次。請參考圖3-5-21及統計表E-4-4。



圖3-5-21 2023年國內主要觀光遊憩據點遊客人數

Figure 3-5-21 Visitors to the Principal Scenic Spots in Taiwan, 2023



資料來源：交通部觀光署行政資訊網，業務資訊，觀光統計，觀光業務統計庫

網址：<https://stat.taiwan.net.tw/scenicSpot>

蒐集時間：2024年9月至12月

註：主要觀光遊憩據點為交通部依據「主要觀光遊憩據點統計作業要點」規定，由各部會、本署所屬各國家風景區管理處及各地方政府等提供，各機關及縣市政府所提報據點數不同，統計方式及範圍大小不一，建議不宜逕為類型比較或縣市加總比較。