

國立故宮博物院
107 年度施政績效報告

公告日期：108 年 03 月 29 日

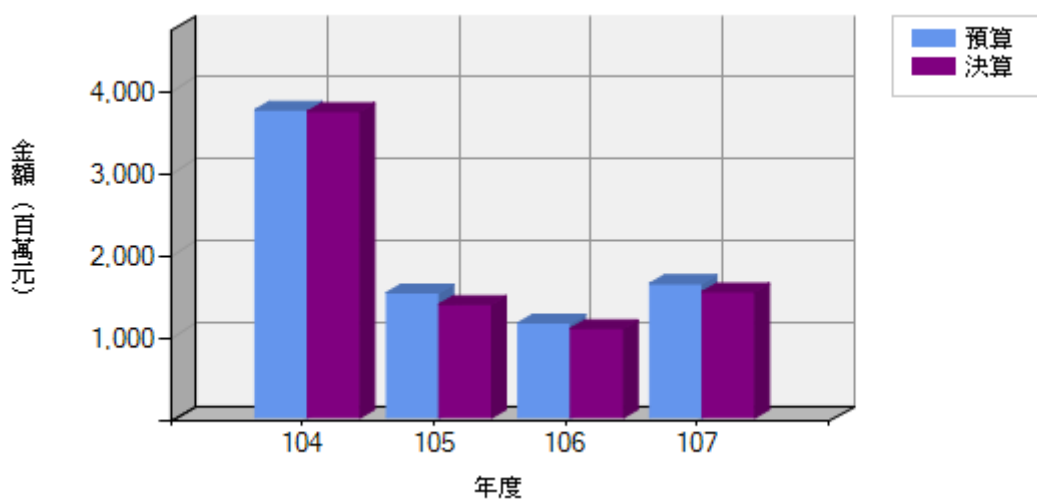
壹、前言

依行政院核定之年度施政計畫，國立故宮博物院（以下簡稱本院）107 年度之施政目標與重點包括：「推動故宮公共化，營造全民博物館」、「提升專業研究水準，強化文物安全維護」、「深耕在地文化，創新美學教育」、「塑造故宮品牌新形象，強化國際連結」、「推動新故宮計畫，帶動觀光產業升級與創新」、「妥適配置預算資源，提升預算執行效率」等 6 大項。本院為執行前揭施政目標，全體同仁經過一年來的努力，逐步推動及落實各項創新服務及營運措施，以提升國人美學教育與藝術素養，帶動我國文化實力及相關產業發展為使命。

本院 107 年共訂定 6 大關鍵策略目標、15 項績效衡量指標。依「行政院所屬各機關 107 年度施政績效評估作業注意事項」規定，由本院院長召集內部各單位主管，檢討 107 年度關鍵策略目標及績效衡量指標達成情形，並於 108 年 3 月 11 日辦理評估作業會議。本報告呈現出 107 年各項施政成果供各界檢視。

貳、機關 104 至 107 年度預算及人力

一、近 4 年預、決算趨勢（單位:百萬元）



預決算單位：百萬元

項目	預決算	104	105	106	107
合計	預算	3,742	1,519	1,153	1,631
	決算	3,724	1,380	1,085	1,531
	執行率 (%)		99.52%	90.85%	94.10%
普通基金(總預算)	預算	3,742	1,519	1,128	1,517
	決算	3,724	1,380	1,082	1,405
	執行率 (%)		99.52%	90.85%	95.92%
普通基金(特別預算)	預算	0	0	25	114

	決算	0	0	3	126
	執行率 (%)	0%	0%	12.00%	110.53%
特種基金	預算	0	0	0	0
	決算	0	0	0	0
	執行率 (%)	0%	0%	0%	0%

*本施政績效係就普通基金部分評估，特種基金不納入評估。

二、預、決算趨勢說明

(一) 預算編列增減原因分析：

- 1、總預算：107 年度預算數 15.17 億元，較 106 年度預算數 11.28 億元增加 3.89 億元，主要係新增新故宮計畫經費所致。
- 2、特別預算：本院前瞻基礎建設計畫特別預算，期程為 106 至 110 年度，第 1 期（106-107 年度）編列 1.39 億元，106 年度預算數為 0.25 億元，107 年度預算數為 1.14 億元。

(二) 預、決算落差原因分析：

- 1、總預算：107 年度決算總支出 14.05 億元，較 107 年度預算數 15.17 億元減少 1.12 億元，主要係新故宮計畫經立法院凍結，因尚未解凍，未予支用所致。
- 2、特別預算：
 - (1) 前瞻基礎建設計畫第 1 期特別預算係 106 至 107 年度，本院 106 年度預算編列 0.25 億元，至 106 年年底執行 0.03 億元，執行率 12%；107 年度預算編列 1.14 億元，如加計 106 年度賸餘 0.22 億元，至 107 年年底共計執行 1.26 億元，執行率 110.53%。
 - (2) 前瞻基礎建設計畫第 1 期特別預算決算總支出 1.29 億元，較第 1 期預算數 1.39 億元減少 0.10 億元，主要係因公開招標之節餘款，爰未予支用所致。

三、機關實際員額

年度	104	105	106	107
人事費占決算比例(%)	12.79%	40.54%	46.92%	34.41%
人事費(單位：千元)	476,430	559,490	509,108	526,787
合計	467	491	487	473
職員	300	327	335	325
約聘僱人員	26	26	25	26
警員	58	58	58	59
技工工友	83	80	69	63

*警員包括警察、法警及駐警；技工工友包括駕駛；約聘僱人員包括駐外僱員。

參、關鍵策略目標達成情形（「★」表示綠燈；「▲」表示黃燈；「●」表示紅燈；「□」表示白燈）。「初核」表示部會自行評估結果；「複核」表示行政院評估結果。

一、關鍵策略目標

(一) 關鍵策略目標：推動故宮公共化，營造全民博物館。

1、關鍵績效指標：資料開放運用

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
----	--------	--------	--------	--------

衡量標準	--	--	釋出文字或數字型 dataset (文物型與管理型資料集各半)	釋出文字或數字型 dataset(文物型與管理型資料集各半)資料品質檢測指標：連結有效性保持 90% 以上；資料資源保持著 80% 以上能直接下載；詮釋資料編碼描述與資料相符保持 90% 以上；資料更新保持無預期更新；7 天內民間回應錯誤之回復率保持在 90% 以上。
原訂目標值	--	--	12 資料集	15 資料集
實際值	--	--	12 資料集	19 資料集
達成度	--	--	100%	100%
初核結果	--	--	★	★
複核結果	--	--	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

釋出文字或數字型 dataset (文物型與管理型資料集各半) 資料品質檢測指標：連結有效性保持 90% 以上；資料資源保持著 80% 以上能直接下載；詮釋資料編碼描述與資料相符保持 90% 以上；資料更新保持無預期更新；7 天內民間回應錯誤之回復率保持在 90% 以上。

績效衡量暨達成情形分析：

- (1) 關於資料開放運用衡量標準，釋出文字或數字型 dataset (文物型與管理型資料集各半) 資料品質檢測指標，屬性包括連結有效性保持 90% 以上、資料資源保持 80% 以上能直接下載、詮釋資料編碼描述與資料相符保持 90% 以上、資料更新保持無預期更新、7 天內民間回應錯誤之回復率保持在 90% 以上，以上指標本院均已達成。
- (2) 107 年度釋出文字或數字型 dataset 計 19 個資料集，目標達成。本院推動公共化、文化平權、文化資料開放，除開放文物圖像外，更參照國發會對政府機關推動 Open Data 之政策指導，依據國際標準，推動故宮文數字資料之開放資料集。本院所釋出之文數字資料集，係精心整理故宮在文物研究、教育推廣、行政管理等各層面之資料庫中所產生的內部數據資料，進一步進行資料匯整、劃一格式、並轉檔為易於傳播之格式分批釋出，可進一步達成本院治理透明、數位文化平權的效果，在數位領域創造公共化政策的落實。
- (3) 文物類資料集中即包含本院典藏文物法書、絲繡、雕刻、繪畫、法帖等珍貴文物豐富文字描述資料，釋出文物諸如宋徽宗《詩帖》、宋沈子蕃《緙絲花鳥》、《鏤雕象牙雲龍紋套球》、清乾隆《三希堂法帖》、《宋代后半身像》等重要作品資料；此外，相關管理類資料集釋出故宮單位預算、法定預算與辦理人民申請提供政府案件統計。

以上資料經過本院進行篩選、整理後，製作出符合國發會規定開放格式之資料集，其中資料皆律定有固定的欄位、格式、順序等，將這些資料結構訂定並加以說明；本院同時不定期檢視以確保內部之完整性、正確性及時效性。此項服務可達成跨機關與民間協同合作，使得服務創新，締造民眾、政府、業界三者互惠，同時也促進了文物資料的快速傳播、加深各界對本院施政的了解。

2、關鍵績效指標：博物館學習資源公共推廣活動

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	--	--	促進博物館公共性教育推廣參與人次	促進博物館公共性教育推廣參與人次
原訂目標值	--	--	85,000 人次	170,000 人次
實際值	--	--	146,348 人次	215,052 人次
達成度	--	--	100%	100%
初核結果	--	--	★	★
複核結果	--	--	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

促進博物館公共性教育推廣參與人次

績效衡量暨達成情形分析：

107 年全年共計 215,052 人次參與公共性教育推廣活動，目標達成。依類別屬性分別統計如下：

- A.親子教育活動：315 人次
- B.兒童教育活動：1,650 人次
- C.青少年教育活動：974 人次
- D.成人教育活動：11,135 人次
- E.樂齡教育活動：902 人次
- F.志工培訓活動：5,600 人次
- G.教師研習活動：205 人次
- H.館校合作活動：1,817 人次
- I.導遊培訓活動：2,929 人次
- J.弱勢教育活動：644 人次
- K.身心障礙教育活動：4,995 人次
- L.表演藝術與特別活動：6,636 人次
- M.數位教育推廣活動：2,633 人次
- N.北部院區學校團體導覽參觀活動：47,034 人次
- O.北部院區兒童學藝中心團體導覽參觀活動：9,198 人次
- P.教育巡迴展：118,385 人次

3、關鍵績效指標：促進文物影像及展覽資訊之學術利用

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	--	--	釋出展覽資料包，內含文物影像及基本資料，供全國教	釋出展覽資料包，內含文物影像及基本資料，供全國教

			育、學習研究用途 免費使用	育、學習研究用途 免費使用
原訂目標值	--	--	40 資料包	50 資料包
實際值	--	--	45 資料包	52 資料包
達成度	--	--	100%	100%
初核結果	--	--	★	★
複核結果	--	--	---	---

--表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

釋出展覽資料包，內含文物影像及基本資料，供全國教育、學習研究用途免費使用

績效衡量暨達成情形分析：

- (1) 107 年度已整理並上傳 52 個資料包，原定目標值 50 個資料包，目標達成。由於故宮的展覽廣受歡迎，但是一般的網頁、資料庫卻只能以文物為基礎單位進行搜尋，無法便捷地得知特定展覽與文物之間的細節訊息對照。有鑑於此，為了幫助民眾免除大海撈針的困擾，因而促成更周全化的展覽資料包建置。
- (2) 107 年度統整內容涵蓋 106 年度歷次展覽，並藉由其快速彙整展覽重點的懶人包特性，詳細附上展覽時間、地點、文物圖片等訊息。例如「名品聚焦—清人鳥譜」展覽中《鳥譜 鳳》、《鳥譜 山喜鵲》等；「勤修無逸—嘉慶皇帝文物特展」特展中有關治國政績之《明亮攻克平隴圖》、與宮廷藝術相關之《御製詩碧玉三鑲如意》、與文化出版相關之《欽定天祿琳琅書目後編》等文物；「國寶的形成-書畫菁華特展」展出國寶級書畫 34 件、重要古物 11 件等書畫典藏，包括東晉 王羲之《快雪時晴帖》，唐 韓幹《牧馬圖》、宋 文同《墨竹》、宋徽宗《詩帖》等代表作品，件件俱為美術史中聲名赫赫的一時之選；以上眾多展覽的精選文物圖像欣賞。
- (3) 此舉不僅強化大眾對於故宮展覽的印象，資料包更可於下載後在自家離線狀態中，持續靈活運用，相對延展學習時空，擴增本院教育推廣的效益。未來繼續推出展覽資料包，配合政府達成雙語國家、提升國人英語力之政策目標，擬精進「故宮 Open Data 專區」英文介面，以提升政府資料開放品質，促進故宮資料在教學、個人賞析及營利使用之傳播。

4、關鍵績效指標：免費提供下載次數

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	--	--	年度免費授權件數	年度免費下載次數
原訂目標值	--	--	2,000 件	50,000 次
實際值	--	--	2,149 件	55,000 次
達成度	--	--	100%	100%
初核結果	--	--	★	★
複核結果	--	--	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

年度免費下載次數

績效衡量暨達成情形分析：

- (1) 關於免費提供下載次數，107 年度已達 55,000 次，目標達成。

- (2) 本院開放低階文物圖像供大眾免費申請使用，並持續規劃資料開放及內容公共化措施，迄 107 年 12 月 31 日止，本院 Open Data 專區已開放 10 萬餘張低階文物圖像及 5,790 張中高階文物圖像提供民眾免費下載，且不限用途免費使用。106 年 1 月 1 日至 107 年 12 月底，故宮 Open Data 專區全區瀏覽量共計 3,470,769 頁，使用者計 239,423 人。
- (3) 本院 Open Data 專區提供的服務越來越趨完整，根據 Open Data 統計報表，107 年度免費提供下載次數目標值為 50,000 次，實際達成值為 55,000 次，達成度 110%。
- (4) 近年積極進行功能改版，包括分類調整、資料擴增、精進平台服務與搜尋功能，精選圖像、展覽包下載等顯示資訊更豐富，增益視覺化呈現效果，預計 108 年 2 月推出上線。

(二) 關鍵策略目標：提升專業研究水準，強化文物安全維護。

1、關鍵績效指標：跨域/跨界專題研究展覽

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	--	--	辦理國內外專題展覽	年度與國內外博物館共同研究策展
原訂目標值	--	--	5 項	5 檔次
實際值	--	--	6 項	7 檔次
達成度	--	--	100%	100%
初核結果	--	--	★	★
複核結果	--	--	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

年度與國內外博物館共同研究策展

績效衡量暨達成情形分析：

(1) 「紫砂風潮－傳世器及其他」(107/4/7~108/5/20)

配合新北市立鶯歌陶瓷博物館「紫砂漫遊·聚焦臺灣」特展，於本院推出紫砂陶瓷器主題展覽，提供觀眾更豐富的欣賞經驗。

(2) 「品牌的故事－乾隆皇帝的收藏與包裝藝術」(107/7/24~107/10/28)

以清高宗的文物收藏和與之相關的包裝藝術作為展覽主軸，透過十八世紀的文物包裝與設計巧思，一方面回應時下流行的品牌創新議題，從中激發出無限的創意能量。另一方面也想從帝王建構專屬品牌的操作手法與完成的模式，反思文物收藏之於帝王形象的意義。

本展於北院展出結束後移展嘉義南部院區。面對十八世紀的包裝方式與設計巧思，除了反思品牌再造的可能性外，回想當年皇帝命名之時給予「嘉其忠義」的期許，彷彿喚醒一段沉寂已久的歷史，再度擦亮「嘉義」—這塊老字號招牌，並且從展覽最後「嘉義限定」中，回應相關的品牌故事。

(3) 「實幻之間－院藏戰國至漢代玉器特展」(107/9/20~109/2/23)

本展覽試圖透過視覺的變化，探討玉器創作的技巧，以及觀看者為何會產生錯覺的視覺原因。為從科學的角度探討「眼見」和「真實」之間的落差，陳列了日本東京大學名譽教授和明治大學特任教授的杉原厚吉先生的研究結晶，這些研究並非以公式呈現，而是轉化為饒富趣味的模型和圖像，以此和二千年前的錯覺藝術相互呼應。

- (4) 「花之禮讚—四大美術館聯合大展」(107/10/6~108/2/10)
為本院配合「2018 年臺中世界花卉博覽會」，特別規劃與東京富士美術館、奇美博物館與國立臺灣美術館共同合作主辦之展覽，於臺中國立臺灣美術館展出。展覽精選臺灣北、中、南三地重要博物館／美術館，以及日本東京富士美術館典藏精品，透過跨國交流與館際之間的合作，企圖展現臺灣、華夏、日本與西洋四種不同文化脈絡的世界觀與價值觀。
- (5) 「典藏新紀元—清末民初的上海畫壇」(107/7/1~107/9/25)
使用定向語音、QRCODE 深度導覽、畫意投影等跨界展覽。本展透過「八方雲聚」、「金石花鳥」、「山水士氣」、「書畫營生」等四個單元，探索這段時期上海畫壇多元風格的生成、金石畫派的興起、山水畫風的發展、以及書畫贊助形式的轉變。本展結合定向語音說明、隨身攜帶大字版作品解說、QR CODE 深度導覽、畫意投影軸與 4K 高畫質細部影片剖析畫作，帶給觀眾斬新的展演體驗，為本院書畫展覽結合新興數位科技之專題展覽。
- (6) 「大英博物館藏埃及木乃伊：探索古代生活特展」(106/11/14~107/2/18)
本展由時藝多媒體傳播股份有限公司向本院提案申請，經本院審查同意辦理，以大英博物館藏 6 具距今 1800-3000 年的木乃伊為主軸，分為六個展區。本展覽採用先進的 CT 斷層掃描技術，準確地偵測木乃伊的性別、年齡和健康狀況等重要資訊，揭開木乃伊亞麻繃帶下的秘密。
- (7) 「花事·閒情-品味花器與生活」特展」(107/11/3~108/5/1)
配合花博期間，本展覽運用書畫、花器及民間花藝美學並呈的展出方式，讓觀眾從中欣賞 16 至 20 世紀花藝陳設的美學，認識古代士人如何選擇古雅的骨董、新奇的時尚與帶吉祥寓意的花器來詮釋其對生活品味的追求及營造。

2、關鍵績效指標：加強國內外重要博物館的學術交流與研究

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	與國際知名博物館及北京故宮共同舉辦之展覽、學術研討會場次、人員互訪人次等	與國際知名博物館及北京故宮共同舉辦之展覽、學術研討會場次、人員互訪人次等	與國際知名博物館共同舉辦之展覽、學術研討會場次、人員互訪人次等	與國內外博物館共同舉辦之展覽、學術研討會、工作坊及講座等
原訂目標值	40 次	60 次	65 次	7 場
實際值	395 次	369 次	470 次	10 場
達成度	100%	100%	100%	100%
初核結果	★	▲	★	★
複核結果	▲	▲	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

與國內外博物館共同舉辦之展覽、學術研討會、工作坊及講座等

績效衡量暨達成情形分析：

- (1) 「亞洲探險記—十七世紀東西交流傳奇」(107/12/20~108/3/10)

本展覽以荷使出行成功觀見大清皇帝的旅程，作為敘事切入的視角，並且精選本院和荷蘭阿姆斯特丹國家博物館、日本海杜美術館、大阪市立東洋陶磁美術館、臺南

市政府文化局、國立臺灣大學圖書館、藝術史研究所等合作單位的館藏，共同呈現一段迴盪於東西之間的交流故事。

(2) 辦理「迎接 4.0 時代－博物館館長論壇」(107/7/26~107/7/27)

為跨越單一博物館的界線與限制，共同迎向博物館 4.0 時代，邀請國際知名博物館館長蒞臨與會，包含九州國立博物館、東京國立博物館、佛羅倫斯烏菲茲美術館、舊金山亞洲藝術博物館、芝加哥藝術博物館、丹佛藝術博物館、首爾國立中央博物館、巴黎布朗利碼頭博物館、大阪市立東洋陶磁美術館。會議透過學術交流與經驗對談，拓展博物館視野及文化影響力。

(3) 辦理「皇室文物的鑑賞變遷國際學術研討會」(107/10/18~107/10/19)

為增進大家對院藏傳世文物之認識，會中含 2 場專題演講，並有國內外計 18 位學者發表論文，就皇室文物提出近年來的研究成果並共同討論，促進國際交流。

(4) 「偽好物－十八世紀蘇州片及其影響」(107/4/1~107/9/25)

本展與中央研究院近代史研究所、國立臺灣師範大學藝術史研究所學者共同合作策展。以十八世紀「蘇州片」為主題，探討古代商業作坊如何再現文化創作與文化消費，透過商業文化作坊的消費，使得書畫作品得以再複製與再創作，同時影響清代宮廷書畫創作及中國古代繪畫史發展。本展同時開創專屬互動 APP，民眾可同步體驗買賣古代書畫作品之樂趣。展出期間亦受國內外好評，曾登上日本讀賣新聞日本東京大學板倉聖哲教授專題介紹與報導，為本院本年度重點展覽之一。

(5) 「揚帆萬里－日本伊萬里瓷器特展」(104/12/28~108/12/28)

本展覽與大阪市立東洋陶磁美術館共同合作策展，以日本 17、18 世紀外銷歐洲的伊萬里瓷器共 161 組件作品為主，並以「伊萬里瓷」、「炫富道具」、「筵席食具」、「宮殿裝飾」等四單元，介紹伊萬里瓷器的特色，以及其在歐洲的用途。第五單元「國使贈禮」則展示清宮舊藏 13 組件伊萬里瓷，以不同的收藏脈絡，呈現伊萬里瓷器在航海時代的貨利爭逐中，百餘年的歷史風華。

(6) 「HAND in hand 博物館友善親子跨界論壇」(107/5/25~5/26)

為響應國際博物館協會 (ICOM) 518 國際博物館日年度主題「超連結的博物館：新方法，新公眾」，本院與國內設有兒童教育空間的十五所公部門博物館，共同發起「博物館友善親子串聯行動」，除了自主檢視館內親子友善服務設施，也以行動倡議辦理 5 月 25 日、5 月 26 日「博物館友善親子跨界論壇」。邀請教育、科技與空間等領域專家，與國內博物館社群齊聚一堂，以「新世代兒童教育」為主題，展開跨界對話，一同勾勒出兒童博物館的全新願景。兩天的活動包含 3 場前瞻講座，3 場主題對談，以及 16 場精采的博物館兒童展示教育實務案例分享。

(7) 「跨遇－博物館的社會共融實踐工作坊」(107/12/21~107/12/22)

以本院近年文化平權專案進行案例分享與實務工作坊，邀請藝術、博物館、藝術治療、社工、教育等不同領域工作者及專家與會，期能深化博物館跨域合作模式，並與各館交流，以擴散文化平權及文化近用之服務效益。

(8) 「考古與歷史所建之玻璃-文化、經濟與藝術交流」(107/03/27~107/03/28)

由本院與中研院歷史語言研究所聯合舉辦，邀請國內外共 17 位專家學者就考古與歷史玻璃相關的研究成果發表論文，內容涵蓋各個面相的主題，提供台灣與國際學者一個多元討論的平台，整合近幾年玻璃研究的重要議題，透過不同面相的研究分享，增加未來各領域合作互動的空間，藉由邀請國際上玻璃研究的學者與台灣的學者進

行互動，激發出更多面相的討論空間，帶領聽眾進入考古學與歷史學的玻璃研究，讓這個領域未來有更寬廣的發展。

(9) 「物華再現－第五屆博物館保存修護工作坊」(107/09/28)

由本院與中華民國博物館學會、國立科學工藝博物館共同舉辦。內容主要以博物館文物保存修護專業為主軸，依照書畫與書籍檔案類、器物類、織品類與繪畫類等不同媒材文物為子題，徵求以「修復維護文物的實例探討」為主題的稿件，了解國內修護人員分享所面對的藏品問題、處理方法與研究成果，提供國內修護師分享平台，分享修護人員於各類材質文物典藏管理、修護及科學分析的案例與心得，以增進台灣博物館典藏文物與藝術品專業修護之交流和教育推廣。

(10) 「2018 展示綠化調查——第四屆博物館藏品管理與應用工作坊」(107/06/25～107/06/27、107/06/29)

於北中南東召開 4 場「2018 展示綠化調查」說明會，邀請國內各館所共襄盛舉，為國內博物館界首次針對博物館永續性的基礎調查，(第 1 場次：國立故宮博物院、第 2 場次：國立臺灣美術館、第 3 場次：國立臺灣文學館、第 4 場次：國立臺灣史前文化博物館)。

3、關鍵績效指標：年度零意外事故

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	無意外事故對文物造成危害	無意外事故對文物造成危害	無意外事故對文物造成危害	建置及維護安全系統，並積極辦理防災應變及教育訓練，以達成年度零意外事故
原訂目標值	0 件	0 件	0 次	0 次
實際值	0 件	0 件	0 次	0 次
達成度	100%	100%	100%	100%
初核結果	★	★	★	★
複核結果	★	★	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

建置及維護安全系統，並積極辦理防災應變及教育訓練，以達成年度零意外事故
績效衡量暨達成情形分析：

(1) 北部院區

A.院區安全維護：

- a.為確保院區門禁、盜警、監視、消防等設備正常運作，辦理安全設施中央電腦控制系統及火警防災系統設施保養維護案。
- b.安全監控整合系統更新改善：安全設施中央電腦控制系統升級汰換採購案並汰換陳列室及庫房等重點區域之安全設施不斷電系統。
- c.辦理數位無線電通訊設備採購，以強化通信品質。
- d.為強化院區消防安全，完成文物庫房消防安全委託專業機構總體檢，並辦理圖書文獻大樓庫房暨附屬電氣機房氣體消防設施汰換、電機房自動消防滅火設施採購案及展覽空間避難逃生標示設備改善等案。

B.辦理院區安全維護（含文物運送）：

實施文物院內移動戒護勤務計 242 趟次；與警察機關合作，共同實施文物院外移動道路段警衛勤務計 33 趟次。

C.防災應變及加強安管智能教育訓練：

a.1 月 23 日辦理本院 107 年度上半年自衛消防編組訓練。計 81 人參訓。

b.2 月 12 日辦理 107 年度重要節日安全維護工作。

c.7 月 10 日至 11 日成立「瑪莉亞颱風」防颱指揮中心，處理本院各項災害防救應變事宜。

d.7 月及 9 月辦理駐警隊手槍實彈射擊訓練，並汰換點三八左輪手槍，改為 90 手槍。參加臺北市政府警察局 8 月辦理之駐衛警察常訓，計 7 梯次 58 人參訓。

e.8 月 21 日辦理 107 年度防護團暨下半年自衛消防編組訓練。計 91 人參訓。

f.9 月 6 日辦理 107 年度「強化文物安全防災實兵演練」。計 270 人演練。

g.9 月 21 日辦理 107 年度防護團暨自衛消防編組及防震演練。計 172 人參訓。

h.為增進展場管理員及志工執勤專業知能並提升服務品質，計辦理展場文物介紹、遊客應對技巧等 9 場次教育訓練。

D.執行展場文物安全及展場秩序維護勤務：

a.為提升展場勤務效率，並融入本院意向及藝術文化元素，完成管理員制服重新設計及製作，並於 5 月 18 日全面換裝。

b.正館展廳入口安全檢查：驗收票口及排隊入口處隨時注意是否有可疑人士，除安檢門或金屬探測器警示外，必要時得視情形要求遊客打開皮包或背包受檢。

c.為維護展場秩序，提升遊客參觀品質，採行人流入場管控及分流機制，針對熱門參觀展間實施動線管制，減少擁擠情形，並搭配走動式積極服務，適時舉牌勸導或疏導管理，以有效維持展場秩序。

d.正館驗收票口設置「流量辨識系統」，當進入展場遊客人數達 2,800 人次時，展場會啟動人流控管措施，分流個人票及團體票依序進入展場，而大門驗票同仁會機動視出館人數控管進入展場遊客人數，俾以維持展場安全。

(2) 南部院區

A.南部院區增設門禁系統指靜脈辨識設備，以增進南部院區庫房安全防護能量、強化文物保存安全。

B.南部院區執行文物運送戒護勤務：計 24 趟次。

C.防災應變及教育訓練：

a.為強化「2018 台灣燈會在嘉義」活動期間本院南部院區之安全維護，107 年 1 月 29 日辦理危機辨識與應變能力教育訓練、2 月 7 日辦理消防避難疏散演練、2 月 13 日辦理防搶演練。

b.南部院區 107 年 5 月 21 日辦理防護團、自衛消防編組及安全狀況偵測訓練，以強化本院同仁及展場管理員對於突發狀況之應變能力。

c.為因應日前巴西博物館大火，於 107 年 11 月 22 日協同嘉義縣消防局擴大辦理下半年度自衛消防編組演練，計 84 人參訓。

4、關鍵績效指標：加速文物分級

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	本院同仁出版文章	本院同仁出版文章	本院同仁出版文章	每年完成國寶、重

	各項論文研究報告、期刊、研討會報告等	各項論文研究報告、期刊、研討會報告等	各項論文研究報告、期刊、研討會報告(含文物研究，觀眾研究等博物館學範疇)等	要古物分級指定送審作業
原訂目標值	160 篇	170 篇	200 篇	100 件
實際值	290 篇	334 篇	240 篇	165 件
達成度	100%	100%	100%	100%
初核結果	★	★	★	★
複核結果	★	★	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
衡量標準：

每年完成國寶、重要古物分級指定送審作業

績效衡量暨達成情形分析：

本院於 94 年已完成典藏文物暫行分級提報文建會備查，其中國寶 49,003 件、重要古物 35,858 件，計 84,861 件。自 97 年起配合文化部陸續進行暫行分級文物之指定送審作業。截至 108 年 2 月底，已完成國寶 47,987 件、重要古物 16,352 件，計 64,339 件文物之指定送審作業。國寶級送審完成率達 97.9%、重要古物級送審完成率為 45.6%，平均完成率約 75.8%。每年並持續配合文化部，依自訂目標至少完成 100 件國寶及重要古物的分級指定送審作業。

107 年度完成文物分級指定審查並公告：器物類完成國寶 2 件、重要古物 70 件，書畫類完成國寶 2 件、重要古物 91 件，總計完成文物分級指定審查公告 165 件，與原訂目標值 100 件相較，達成目標。

(三) 關鍵策略目標：深耕在地文化，創新美學教育。

1、關鍵績效指標：南部院區教育推廣成果

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	參加南部院區相關展覽、演講、教育訓練及文化觀光推廣等活動人次	參加南部院區相關展覽、演講、教育訓練及文化觀光推廣等活動人次	參加南部院區相關展覽、演講、教育訓練及文化觀光推廣等活動人次	參加南部院區相關展覽、演講、教育訓練及文化觀光推廣等活動人次
原訂目標值	8 萬人次	1000,000 人次	1,200,000 人次	1,250,000 人次
實際值	10 萬人次	1,477,186 人次	1,138,952 人次	1,001,456 人次
達成度	100%	100%	94.91%	80.12%
初核結果	★	★	▲	▲
複核結果	★	★	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
衡量標準：

參加南部院區相關展覽、演講、教育訓練及文化觀光推廣等活動人次

績效衡量暨達成情形分析：

107 年參加南部院區相關展覽、演講、教育訓練及文化觀光推廣等活動人次計 1,001,456 人次，未達成預定目標值 1,250,000 人次，目標達成度 80.12%，謹就本指標相關辦理成果說明如下：

- A.參觀展覽人次：763,053 人次。
- B.維也納直播音樂會約：1,000 人次
- C.陳瑞斌音樂會：1,000 人次
- D.故宮亞洲藝術節-新加坡月：32,813 人次
- E.107 光雕活動：65,548 人次
- F.故宮下午茶：40,594 人次
- G.亞洲文化藝術資訊中心：21,400 人次
- H.教師研習、專題講座、親子活動、影展、志工培訓、大專培訓、偏鄉教推等：76,048 人次

2、關鍵績效指標：辦理地方教育推廣活動

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	--	--	促進博物館公共性教育推廣參與人次	年度與地方政府單位、學校及民間機構之合作總場次
原訂目標值	--	--	85,000 人次	30 場
實際值	--	--	146,348 人次	82 場
達成度	--	--	100%	100%
初核結果	--	--	★	★
複核結果	--	--	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
衡量標準：

年度與地方政府單位、學校及民間機構之合作總場次

績效衡量暨達成情形分析：

(1) 北院辦理與地方政府單位、學校及民間機構之重要合作場次計 47 場次：

- A.親子教育活動：2 場次
- B.兒童教育活動：3 場次
- C.成人教育活動：5 場次
- D.樂齡教育活動：6 場次
- E.教師研習活動：4 場次
- F.館校合作活動：7 場次
- G.弱勢教育活動：5 場次
- H.身心障礙教育活動：6 場次
- I.數位教育推廣活動：7 場次
- J.教育巡迴展：2 場次

(2) 南院辦理與地方政府單位、學校及民間機構之合作總場次 35 場次：

- A.茶文化前瞻巡迴案：2 場次
- B.綜合地方教育推廣：12 場次
- C.芳心未礙-嘉義特教學校：21 場次

(四) 關鍵策略目標：塑造故宮品牌新形象，強化國際連結。

1、關鍵績效指標：扶植文創產業家數

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
----	--------	--------	--------	--------

衡量標準	--	--	年度合作開發、品牌授權、出版授權、圖像授權及委託承銷之總計廠家數(不含個人)	年度合作開發、品牌授權、出版授權、圖像授權及委託承銷之總計廠家數(不含個人)
原訂目標值	--	--	150 家	180 家
實際值	--	--	185 家	229 家
達成度	--	--	100%	100%
初核結果	--	--	★	★
複核結果	--	--	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

年度合作開發、品牌授權、出版授權、圖像授權及委託承銷之總計廠家數（不含個人）

績效衡量暨達成情形分析：

107 年扶植文創產業家數計 229 家（不含個人），達成預定目標值 180 家，目標值達成。

謹就本指標相關辦理成果說明如下：

（1）法規修正，增加各界與本院合作意願

在博物館公共化浪潮下，博物館典藏不應僅在增加文化創意商品或授權的收入，尤其應將所藏文物元素透過多元化利用予以開發及推廣，並提升民眾藝術文化涵養，本院於 107 年 5 月 1 日訂定「國立故宮博物院文化創意資產公共化利用辦法」，有助於推廣文化創意資產利用及提升國內文化創意產業，增加各界與本院合作意願。

（2）檢討法規，完善廠商與本院之合作機制

107 年 7 月 4 日修正公布「國立故宮博物院合作開發故宮文物藝術發展基金各類衍生性商品公開徵求須知」，將辦理多年之合作開發機制重行檢討全文修改，並據以重新訂定契約，有助於國內各廠商與本院申請開發商品。

（3）透過各項合作或授權機制，以及上述法規修正檢討，107 年度與本院合作之文創產業家數為 229 家，包括：

A.合作開發：截至 107 年 12 月底與本院合作開發各類文創商品之廠商共計 113 家。

B.品牌授權：累計至 107 年 12 月底，履約中之品牌授權廠商共計 19 家。

C.出版授權：累計至 107 年 12 月底仍在契約中之廠商共計 17 家。

D.圖像授權：107 年度受理國內外圖像授權件數計 175 件，其中屬民間廠商申請者（非個人）為 59 家。

E.委託承銷：107 年 12 月底申請成為本院委託承銷之廠商共 21 家。

（五）關鍵策略目標：推動新故宮計畫，帶動觀光產業升級與創新。

1、關鍵績效指標：故宮門票收入

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	--	--	完成辦理事項(含計畫送院核定、至少 6 項示範性子計畫完成、聯盟成立等)	年度門票收入(含南、北院)
原訂目標值	--	--	1 件	8.5 億元
實際值	--	--	1 件	8.3 億元

達成度	--	--	100%	98%
初核結果	--	--	★	★
複核結果	--	--	---	---

--表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
衡量標準：

年度門票收入（含南、北院）

績效衡量暨達成情形分析：

107 年度門票收入（含南、北院）收入共計 836,461,178 元，達成度 98%，未達原訂目標值，其挑戰性說明如下：

（1）南部院區票價優惠措施：

A.南部院區非本國籍遊客參觀票價由 250 及 230 元調降為單一化票價 150 元。

B.提供旅遊業者得以參觀票價之 8 折大量先行購票。

C.加入博物館聯盟 8 折價優惠行列。

D.推出「南北聯券」，持本院北部院區各類參觀券者，可憑該券存根，於三個月內，免費參觀南部院區。

E.嘉義縣市居民憑身分證下午 3 時起免費入館。

F.南部院區參訪總人數中，屬免費參觀者佔多數（65%）。

（2）本院正積極開拓其他國家觀光客，107 年度為積極提振購票人數，積極參加國外旅展，推出南北聯券優惠措施，積極辦理各項票務合作案，藉以提振購票人數，如與美麗華城市發展股份有限公司、順益原住民博物館、台北金融股份有限公司（台北 101 觀景台）合作發行聯券及與台灣高速鐵路股份有限公司合作南、北院套裝行程，並與臺北市政府觀光傳播局合作推行「北北基好玩卡」並邀請新加坡、菲律賓、泰國、日本、韓國等國網紅辦理踩線團及與全球最大旅遊網站 TripAdvisor 合作。

2、關鍵績效指標：故宮文創收入

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	--	--	年度基金業務收入及其營運績效所帶動之產值等加總計算	故宮禮品部營收(含南、北院)
原訂目標值	--	--	12 億元	8 億元
實際值	--	--	14.9 億元	6.39 億元
達成度	--	--	100%	80%
初核結果	--	--	★	▲
複核結果	--	--	---	---

--表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
衡量標準：

故宮禮品部營收（含南、北院）

績效衡量暨達成情形分析：

107 年故宮文創收入共約 6.39 億元，未達成預定目標值 8 億元，目標達成度 80%，謹就本指標相關辦理成果說明如下：

- (1) 本院商店經營直接產生之文創產值部分，查 107 年度博物館商店營運收入計新台幣 5.77 億元。(年度決算製成品銷貨收入總計)
- (2) 107 年度本院接受各界申請利用文化創意資產所收取之文創收入權利金共 0.61 億元，包括：
- A. 品牌授權總收入合計為 2,889 萬 2,233 元，其中授權簽約金為 400 萬元，商標授權金(即銷售回饋金)為 2,489 萬 2,223 元。
- B. 出版授權權利金收入計 2,368 萬 2,923 元。
- C. 圖像授權權利金收入計 806 萬 8,120 元。
- (3) 另辦理故宮 90 周年院慶紀念酒，107 年度權利金收入約 0.01 億元。

(六) 關鍵策略目標：妥適配置預算資源，提升預算執行效率。

1、關鍵績效指標：機關年度資本門預算執行率

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	(本年度資本門實支數+資本門應付未付數+資本門賸餘數)÷(資本門預算數)×100%(以上各數均含本年度原預算、追加預算及以前年度保留數)	(本年度資本門實支數+資本門應付未付數+資本門賸餘數)÷(資本門預算數)×100%(以上各數均含本年度原預算、追加預算及以前年度保留數)	(本年度資本門實支數+資本門應付未付數+資本門賸餘數)÷(資本門預算數)×100%(以上各數均含本年度原預算、追加預算及以前年度保留數)	(本年度資本門實支數+資本門應付未付數+資本門賸餘數)÷(資本門預算數)×100%(以上各數均含本年度原預算、追加預算及以前年度保留數)
原訂目標值	90%	90%	90%	90%
實際值	91.44%	84.9%	55.11%	84.36%
達成度	100%	94.33%	61.23%	93.73%
初核結果	★	▲	□	▲
複核結果	★	▲	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列
衡量標準：

(本年度資本門實支數+資本門應付未付數+資本門賸餘數)÷(資本門預算數)×100%
(以上各數均含本年度原預算、追加預算及以前年度保留數)

績效衡量暨達成情形分析：

本(107)年度資本門預算執行率，經計算結果如下：

(202,106 千元+275,978 千元+145,247 千元) / (442,084 千元+296,839 千元) *100%=84.36%
%，原訂目標值 90%，達成度 93.73%。

2、關鍵績效指標：機關於中程歲出概算額度內編報情形

項目	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
衡量標準	【(本年度歲出概算編報數-本年度中程歲出概算額度核列數)÷本年度中程歲出概算額度核列數】×100%	【(本年度歲出概算編報數-本年度中程歲出概算額度核列數)÷本年度中程歲出概算額度核列數】×100%	【(本年度歲出概算編報數-本年度中程歲出概算額度核列數)÷本年度中程歲出概算額度核列數】×100%	【(本年度歲出概算編報數-本年度中程歲出概算額度核列數)÷本年度中程歲出概算額度核列數】×100%
原訂目標值	5%	5%	5%	5%

實際值	-31.02%	-48.85%	13.57%	30.31%
達成度	100%	100%	0%	0%
初核結果	★	★	□	□
複核結果	★	▲	---	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

衡量標準：

【(本年度歲出概算編報數－本年度中程歲出概算額度核列數)÷本年度中程歲出概算額度核列數】×100%

績效衡量暨達成情形分析：

行政院核定本院 108 年度中程歲出概算額度 986,570 千元，本院實際編列概算為 1,285,635 千元，經計算結果如下：

$(1,285,635 - 986,570) / 986,570 * 100 = 30.31\%$

初核結果(白燈)說明：本院為人事費、「新故宮計畫」、「院區維運及提升遊客參觀品質經費」、「文物研究及展覽相關經費」等業務推動實際需要而增列編報歲出概算數，但未能悉數核列，故於核定額度內擲節辦理。(評估體制或評估方式不客觀)

二、關鍵績效指標相關計畫活動之成本

單位：千元

關鍵策略目標	計畫名稱	106 年度		107 年度		與 KPI 關聯
		預算數	預算執行進度(%)	預算數	預算執行進度(%)	
合計		9,000		27,538		
	小計	9,000	96.11	27,538	89.44	
(一) 推動故宮公共化，營造全民博物館	博物館館校合作教育資料鏈結服務計畫	0	0.00	7,538	91.50	資料開放運用
	故宮數位巡展推廣示範計畫	9,000	96.11	20,000	88.67	博物館學習資源公共推廣活動

三、未達目標項目檢討

(一) 關鍵策略目標：深耕在地文化，創新美學教育。

關鍵績效指標：南部院區教育推廣成果

衡量標準：

參加南部院區相關展覽、演講、教育訓練及文化觀光推廣等活動人次

原訂目標值：1,250,000

實際值：1001456

達成度差異值：19.88

未達成原因分析暨因應策略：

1、未達成原因分析

故宮南院開館至今三年，前三個月全面免費入場，4 至 8 月雲嘉南地區民眾免費參觀，105 年參觀人數約 148 萬人次，前年 99 萬人次，去年參觀人數衰退至約 77 萬人次，對比

世界各大博物館新設分館，開館第一年人潮較多，第二、三年減少、回穩，維持固定參觀人數，尚屬正常。又南院座落於嘉義縣太保市，在人口組成上，老化指數高居全國之冠，在地民眾文化參與之習慣不高，參觀人數尚無法與北院相提並論。

2、因應策略

為促進南院參觀人次，鼓勵民眾多與博物館接觸，南院積極辦理相關展覽與活動，並與在地文化串連，重啟地方創生活力，將規劃辦理季節性或主題性活動，包括園區花卉展或藝術節慶活動等，以促進南院未來的發展及營運，落實亞洲藝術文化園區理想，以落實故宮南院在地化、多元化及專業化，吸引更多民眾前往參觀。

(二) 關鍵策略目標：推動新故宮計畫，帶動觀光產業升級與創新。

關鍵績效指標：故宮門票收入

衡量標準：

年度門票收入（含南、北院）

原訂目標值：8.5

實際值：8.3

達成度差異值：2

未達成原因分析暨因應策略：

1、未達成原因分析

南部院區票價優惠措施：

(1) 南部院區非本國籍遊客參觀票價由 250 及 230 元調降為單一化票價 150 元。

(2) 提供旅遊業者得以參觀票價之 8 折大量先行購票。

(3) 加入博物館聯盟 8 折價優惠行列。

(4) 推出「南北聯券」，持本院北部院區各類參觀券者，可憑該券存根，於三個月內，免費參觀南部院區。

(5) 嘉義縣市居民憑身分證下午 3 時起免費入館。

(6) 南部院區參訪總人數中，屬免費參觀者佔多數（65%）。

2、因應策略

本院正積極開拓其他國家觀光客，107 年度為積極提振購票人數，積極參加國外旅展，推出南北聯券優惠措施，積極辦理各項票務合作案，藉以提振購票人數，如與美麗華城市發展股份有限公司、順益原住民博物館、台北金融股份有限公司（台北 101 觀景台）合作發行聯券及與台灣高速鐵路股份有限公司合作南、北院套裝行程，並與臺北市政府觀光傳播局合作推行「北北基好玩卡」並邀請新加坡、菲律賓、泰國、日本、韓國等國網紅辦理踩線團及與全球最大旅遊網站 TripAdvisor 合作。

關鍵績效指標：故宮文創收入

衡量標準：

故宮禮品部營收（含南、北院）

原訂目標值：8

實際值：6.39

達成度差異值：20

未達成原因分析暨因應策略：

1、未達成原因分析

博物館商店經營以來院參觀之遊客為主要客群，依統計數據，本院 107 年度參觀人數北部院區為 386 萬，南部院區 76 萬，前者較 106 年度 542 萬減少 14.76%，後者較 106 年度 99 萬減少 23.23%，差異頗大，致 107 年度之商店經營減少；此外，本院正館地下一樓多寶閣博物館商店於 107 年 3 月 13 日至 6 月 14 日閉門整修 3 個月，亦影響故宮文創收入。惟總結全年度實際營收 5.77 億元與 106 年度 6.2 億元相僅減少 7%，應尚屬合理範圍。

2、因應策略

積極透過商店經營廠商於網路商城及實體店面多方行銷，並辦理大型促銷活動，多管道行銷本院出版品及文創商品，以提升博物館商店及基金經營績效，包括：

- (1) 持續參與各種國內外展會，例如台北國際書展、台灣文博會、馬來西亞海外書展等。
- (2) 為擴大在地化客群，在院內外增加設置銷售場所，例如 106 年 7 月-12 月參與台南正興街貨櫃屋市集，106 年 8-9 月參與臺北市府舉辦世大運花博門市互設展售櫃位，107 年 6 月在故宮正館廣場辦理故宮出版品暨畫心促銷計畫—重返「清明上河圖」復古市集活動，107 年 2 月 1 日至 108 年 1 月 31 日於誠品生活松菸店、107 年 11 月 3 日至 108 年 4 月 24 日於台中世界花卉博覽會均設置專區行銷故宮文創商品。
- (3) 本院故宮精品 Facebook 在 107 年底已累積約 8 萬 8 千名粉絲人數，將積極將吸引眾多目光按讚之社群網路能量，轉換成具體的銷售成績。另 107 年 6 月 28 日故宮精品 IG 英文版上線，有效提升國際行銷效益。
- (4) 與國內重要通路異業合作，例如 7-11、麥當勞、威秀影城等合作，推廣文創商品。
- (5) 另為拓展國際客群，網路商城持續多方洽談評估國內外知名電商平台之合作機會，並已於 106 年 10 月起分別在 Udesign 有設計及美國 AMAZON 上架，另 Udesign 海外商城於 107 年 7 月 30 日在 Amazon 重新上架行銷海外市場，該平台聯合台灣品牌，階段性拓展 9 個國家電商業務，並可觸及新加坡、印尼、菲律賓等新南向政策之國家。

(三) 關鍵策略目標：妥適配置預算資源，提升預算執行效率。

關鍵績效指標：機關年度資本門預算執行率

衡量標準：

$(\text{本年度資本門實支數} + \text{資本門應付未付數} + \text{資本門賸餘數}) \div (\text{資本門預算數}) \times 100\%$ (以上各數均含本年度原預算、追加預算及以前年度保留數)

原訂目標值：90

實際值：84.36

達成度差異值：6.27

未達成原因分析暨因應策略：

未達成原因分析：南部院區博物館建築為營建署代辦工程，刻與施工廠商及監造單位履約爭議調解及訴訟程序中，爰辦理保留所致。

關鍵績效指標：機關於中程歲出概算額度內編報情形

衡量標準：

$[(\text{本年度歲出概算編報數} - \text{本年度中程歲出概算額度核列數}) \div \text{本年度中程歲出概算額度核列數}] \times 100\%$

原訂目標值：5

實際值：30.31

達成度差異值：100

未達成原因分析暨因應策略：

未達成原因分析：本院為人事費、「新故宮計畫」、「院區維運及提升遊客參觀品質經費」、「文物研究及展覽相關經費」等業務推動實際需要而增列編報歲出概算數，但未能悉數核列，故於核定額度內撙節辦理。（評估體制或評估方式不客觀）

肆、推動成果具體事蹟

一、展覽獲獎：

- (一)「品牌的故事－乾隆皇帝的收藏與包裝藝術」（106/12/08～107/03/07）獲得《博物館評論》推薦為2018年1月份重點展覽之一。
- (二)「品牌的故事－乾隆皇帝的收藏與包裝藝術」（106/12/08～107/03/07）設計採買誌（Shopping Design）通知該展入選2018 SDA 設計大賞一年度最佳概念展覽活動。
- (三)「花之禮讚－四大美術館聯合大展」（107/10/6～108/2/10）獲《藝術家》雜誌「十大公辦好展覽」第九名。
- (四)「千年一問－鄭問故宮大展」（107/06/16～107/09/17）和「悠遊風景繪畫－俄羅斯普希金博物館特展」（107/11/17～108/02/17）皆獲《藝術家》雜誌票選為2018年「十大公辦好展覽」第5名。

二、數位影片、新媒體展屢獲國際大獎：

- (一)「坤輿全圖」互動裝置，獲得美國休士頓影展互動-兒童類白金獎。
- (二)「國寶星遊記」動畫片，獲得美國博物館協會第29屆繆思獎影片電影與電腦動畫類榮譽獎；亦獲得美國休士頓影展家庭/兒童類金獎。
- (三)「清水雅集－故宮書畫新媒體藝術展」（106/11/5～107/3/4）獲得美國休士頓影展高清新科技類金獎；亦獲得美國博物館協會第29屆繆思獎教育推廣類銀獎。
- (四)「印象水沙連」紀錄片，獲得美國休士頓影展紀錄片類金獎。
- (五)「海錯奇珍－沉浸式互動劇場」，獲得美國休士頓影展互動－教育－兒童類銀獎。
- (六)「古畫動漫－花氣薰人帖」，獲頒美國休士頓影展電腦動畫－混媒體類銅獎。

三、本院榮獲臺北市107年觀光景點督導考核特優獎：

107年臺北市政府觀光景點督導共考核北市25個熱門觀光景點，考核指標總計91項，內容涵蓋旅遊安全管理、設施維護管理、環境整潔美化、旅客服務、營業場所管理、設施維護管理、外語服務等項目，本院勇奪整體服務品質特優殊榮。

伍、績效總評

一、績效燈號表（「★」表示綠燈；「▲」表示黃燈；「●」表示紅燈；「□」表示白燈）。「初核」表示部會自行評估結果；「複核」表示行政院評估結果。）

(一) 各關鍵績效指標燈號

關鍵策略目標		項次	關鍵績效指標	初核	複核
1	推動故宮公共化，營造全民博物館	(1)	資料開放運用	★	---
		(2)	博物館學習資源公共推廣活動	★	---
		(3)	促進文物影像及展覽資訊之學術利用	★	---
		(4)	免費提供下載次數	★	---

2	提升專業研究水準，強化文物安全維護	(1)	跨域/跨界專題研究展覽	★	---
		(2)	加強國內外重要博物館的學術交流與研究	★	---
		(3)	年度零意外事故	★	---
		(4)	加速文物分級	★	---
3	深耕在地文化，創新美學教育	(1)	南部院區教育推廣成果	▲	---
		(2)	辦理地方教育推廣活動	★	---
4	塑造故宮品牌新形象，強化國際連結	(1)	扶植文創產業家數	★	---
5	推動新故宮計畫，帶動觀光產業升級與創新	(1)	故宮門票收入	★	---
		(2)	故宮文創收入	▲	---
6	妥適配置預算資源，提升預算執行效率	(1)	機關年度資本門預算執行率	▲	---
		(2)	機關於中程歲出概算額度內編報情形	□	---

---表示本指標係部會評估指標，依部會評核結果核列

(二) 績效燈號統計(106 年度以後僅統計院核評估部分)

構面	年度		104		105		106		107	
	燈號		項數	比例(%)	項數	比例(%)	項數	比例(%)	項數	比例(%)
關鍵策略目標	小計	初核	14	100.00	16	100.00	0	0.00	0	0.00
		複核	14	100.00	16	100.00	0	0.00	0	0.00
	綠燈	初核	14	100.00	13	81.25	0	0.00	0	0.00
		複核	9	64.29	13	81.25	0	0.00	0	0.00
	黃燈	初核	0	0.00	2	12.50	0	0.00	0	0.00
		複核	5	35.71	2	12.50	0	0.00	0	0.00
	紅燈	初核	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
		複核	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	白燈	初核	0	0.00	1	6.25	0	0.00	0	0.00
		複核	0	0.00	1	6.25	0	0.00	0	0.00

二、綜合評估分析

107 年度總計 15 項衡量指標，經 108 年 3 月 11 日召開機關評估作業會議，計有 11 項綠燈，3 項黃燈，1 項白燈。

陸、前年度「行政院評估綜合意見」及前年度施政績效評估總報告「後續推動建議」辦理情形

行政院對本院 106 年度績效報告之綜合意見及後續推動建議，本院均遵照辦理，各項意見之辦理情形如下：

一、前年度「行政院評估綜合意見」：

- (一) 加強國際及兩岸重要博物館的學術交流與互訪方面：與國際知名博物館及各大博物館共同舉辦展覽、學術研討會及人員互訪，超過原訂目標，積極促進與海峽對岸、美國、日本、澳洲、法國、荷蘭及俄羅斯之學術文化合作與交流，有效提升專業研究水準。

本院 107 年辦理情形：

博物館全球化文化輸出趨勢，造就了國際博物館交流與合作的蓬勃發展，各博物館為永續發展，也紛紛擴建或改變營運策略或推出更具影響力的策展。在激烈競爭與合作關係中，本院 107 年與來自美國、荷蘭、英國、法國、德國、加拿大、俄羅斯、澳洲、新加坡、以色列、日本、泰國、馬來西亞、印尼、印度、蒙古、斯洛伐克等國際重要博物館、國際媒體、國際學術單位、各國駐台單位進行密集交流，進行未來之交流事項或策展規劃。

1、加強國際館際交流，推動文化外交

本院歷多年努力已與國際重要博物館間建立良好穩定關係，互訪借展頻繁，107 年除積極推動與國際重要友館簽訂 MOU，締結姐妹館，擴大學術研究、人員互訪、相互借展等納入長期合作項目外，亦配合政府政策與南院定位，拓展國際及亞洲其他國家文化、研究單位及博物館之接觸與互動。

107 年執行成果豐碩，繼 106 年締結 2 姊妹館後，今年續與 3 國際重要博物館締結姊妹館、3 機構簽署 MOU，分別如下：

(1) 締結姊妹館

A.107.07.03 蒙古博格達汗冬宮博物館

B.107.07.27 韓國中央國立博物館

C.107.09.03 美國丹佛美術館

(2) 簽署合作協議

A.107.02.28 法國凱布朗利博物館簽署展覽交流協議

B.107.07.03 蒙古科學院簽署出版合作協議

C.107.07.13 德國海德堡大學跨文化研究中心簽署學術交流協議

(3) 擴大學術研究、人員互訪、相互借展、出版合作

透過互訪、研究、展覽、文創、出版等不同交流面向，主動與亞洲友邦進行雙向互惠、深厚連結關係。

A.107 年器物處學術人員互訪、論文發表情形：

107 年器物處研究人員與國際學術單位互訪、發表論文或參加研討會等交流共計 67 次，其中含日本東京三得利美術館（Suntory Museum of Art）、出光美術館、九州陶磁文化館、日本東洋陶磁學會、大阪市立東洋陶瓷美術館、東京藝術大學、日本學術振興會、美國華盛頓大學、法國巴黎賽佛爾國立陶瓷博物館、羅浮宮、巴黎高等工程學院、荷蘭格羅寧根博物館、荷蘭阿姆斯特丹國家博物館、英國維多利亞亞伯特博物館、大英圖書館、大英博物館、倫敦大學亞非學院、德國德勒斯登國家瓷器博物館、德國 Meissen 陶瓷博物館、德國茨溫格宮、北京首都博物館、北京國家博物館、北京故宮博物院、頤和園、清東陵、北京大學、北京科技大學科技史與文化遺產研究院、中國國家博物館、恭王府、西安陝西歷史博物館、西安博物院、山東省曲阜師範大學、南京中央博物院、上海復旦大學、香港恆生大學等。

B.107 年書畫處學術人員互訪、論文發表情形：

107 年書畫處研究人員與國際學術單位互訪、發表論文或參加研討會等交流共計 47 次，其中含美國 Minneapolis 美術館、德國海德堡大學、英國大英博物館、大英圖書館、俄羅斯 St.Petersburg State 大學、義大利 Kunsthistorisches Institut 藝術史研究所、美國辛辛那提美術館、美國賓夕法尼亞大學、美國哥倫比亞大學、美國紐約大學、美國洛杉磯郡立美術館、美國華盛頓大學、美國加州大學洛杉磯分校、美國亞洲研究學會、日本九州國立博物館、九州大學、東京大學、日本跡見學園女子大學、大阪

市立美術館、英國倫敦大學亞非學院、中國北京中央財經大學、山東省博物館、山東省文物局、天津博物館、中國美術學院、中國人民大學、遼寧省博物館、北京故宮、江蘇省國畫院研究部、中國國家博物館、杭州中國美術學院、江蘇崑崙美術館、中國社會科學院考古研究所、中國西安文理學院、中國西北大學、蒙古國藝術文化局、蒙古博格達汗冬宮博物館等。

C.107 年圖書文獻處學術人員互訪、論文發表情形：

107 年圖書文獻處研究人員與國際學術單位互訪、發表論文或參加研討會等交流共計 64 次，其中含梵蒂岡宗座圖書館及教廷機密檔案室館際交流、蒙古博格達汗冬宮博物館館際交流、大英博物館（佛經）館際交流、第 84 屆 IFLA 國際圖書館協會計圖書管機構聯合會、捷克科學院東方研究所學術演講、俄羅斯科學院東方文獻研究院學術研討會、北京中國國家圖書館學術研究、北京青海中國藏學研究中心學術交流、陝西師範大學西部邊疆研究院學術演講、四川大學中國少數民族文學與文獻國際學術論壇、敦煌研究院絲綢之路民族古文字文獻與文化學術研討會、海峽兩岸學術研討會；法國巴黎第四大學（Sorbonne University）清代文獻檔案研究、日本追手門學院大學清代文獻檔案研究、中國廣州暨南大學文學院清代文獻檔案研究、日本大阪府立大學善本古籍研究、日本京都大學善本古籍研究、北京首都圖書館學術交流、法國遠東學院（École française d'Extrême-Orient, EFEO）善本古籍研究、中國廣州暨南大學文學院善本古籍研究、日本鶴見大學善本古籍研究、香港科技大學善本古籍研究、日本東北大學善本古籍研究、美國加州大學柏克萊分校（University of California, Berkeley）清代文獻檔案研究、中國社會科學院善本古籍研究、美國愛丁堡大學（University of Edinburgh）清代文獻檔案研究、中國復旦大學清代文獻檔案研究、中國浙江大學善本古籍研究、福建省地方志學會參訪交流、日本早稻田大學善本古籍研究、中國北京大學善本古籍研究、中國陝西師範大學清代文獻檔案研究、韓國大邱韓醫大學善本古籍研究、香港中文大學善本古籍研究、美國耶魯大學（Yale University）善本古籍研究、日本愛知大學善本古籍研究、日本名古屋大學善本古籍研究、中國浙江工商大學善本古籍研究、中國湖南師範大學善本古籍研究、德國蒂賓根大學（University of Tübingen）清代文獻檔案研究、澳門大學清代文獻檔案研究、海南師範大學圖書館學術交流、英國倫敦大學（University of London）善本古籍研究、日本山口大學善本古籍研究、中國南京大學善本古籍研究、日本立命館大學善本古籍研究、日本學習院大學清代文獻檔案研究等。

- (4) 以文化共享為核心，於亞洲國家規劃展覽新想像，策劃嶄新的主題展、形象展等：
- A.完成「書聖之後—顏真卿及其時代書法」特展規劃，於 108 年 1 月 16 日至 2 月 24 日於日本國立東京博物館展出。
 - B.完成「天地人-國立故宮博物院珍寶展」規劃，於 108 年 2 月 2 日至 5 月 5 日於澳洲雪梨新南威爾斯藝術館展出。
 - C.與韓國國立中央博物館、國立海洋博物館、古宮博物館進行安全管理、文物保存維護、防災防震、志工培訓等業務交流。
 - D.舉辦國際學術研討會
 - a.107 年 7 月 26 至 27 日舉辦「迎接 4.0 時代—博物館館長論壇」，邀請包括日本東京國立博物館、九州國立博物館、韓國國立中央博物館、美國舊金山亞洲藝術博物

館、荷蘭國立博物館、法國吉美國立亞洲藝術博物館等等國際重要博物館館長與會座談。

b.10月18至20日舉辦「皇室文物的鑑賞變遷國際學術研討會」，邀請共20位相關領域重要學者發表論文。其中11位來自歐洲、美國、日本、中國，通過會議與國內學者交換研究心得及成果，促進本院之國際學術地位。

E.推動國際研究並參與國際合作計畫

a.與胡盈瑩—范季融基金會簽訂「清宮舊藏青銅器研究合作計畫」，集結美、日、歐及大陸重要典藏單位及學者共同合作出版研究成果。

b.與法國遠東學院簽訂例行性國際交流計畫，並將試辦館員交流計畫，邀請各界專家學者到院交流共同工作。

c.參與德國德勒斯登國立博物館研究奧古斯都二世收藏東亞陶瓷研究計畫。

d.持續推動和日本大阪市立東洋陶磁美術館未來學術研究與展覽合作計畫。

e.與蒙古洽商在2020年共同於故宮舉辦「蒙藏四大活佛特展」，已獲同意並達初步共識。

2、整合行銷台灣並擴大效益

主動爭取國際重要活動參與機會並積極推動跨界展覽，以本院優質展覽為基礎，結合台灣特色文化與文創實力，整合行銷台灣軟實力與巧實力。

(1)本院與台灣文創設計師周裕穎團隊「故宮xJust In Case」攜手推出雙品牌聯名「SuperlinXX 超脫」系列服裝，挺進國際四大服裝週之首的紐約官方時裝週，全系列服裝作品於107年2月9日晚間10點在紐約隆重發表，〈翠玉白菜〉、〈快雪時晴帖〉、〈玉人與熊〉、〈谿山行旅圖〉等數套服裝皆引起現場觀眾注目驚呼，其中以清代陳祖章〈雕檜攬核舟〉為靈感並結合臺灣藺草編織工藝的霹靂腰包更是會場上一大吸睛亮點，成功將故宮文物國寶連結台灣傳統工藝、時尚設計的軟實力登上國際伸展台。

(2)107年9月泰國曼谷藝術雙年展期間，於國際觀光客聚集之昭披耶河畔曼谷河城古董藝術中心舉辦「清明上河圖-國立故宮博物院新媒體藝術展」，佐以優質博物館文創商品吸引來自世界各地之國際觀光客造訪參觀。

3、積極參與國際活動或賽事，以臺灣多元文化躍升國際

立法院第九屆第4會期起，教育暨文化委員會委員即期許本院應配合國家或國際重要活動與賽事，推出相關展覽及優惠措施，爰本院於106年，配合台北市主辦，層級僅次於奧運的台北世界大學運動會，特推出「看畫·讀畫—歷代名蹟選粹」與「故宮·熊讚」特展，藉由此特展與賽事相呼應，表達為運動場上的所有競技選手加油鼓勵之意，並贊助世大運門票摸彩抽獎獎品等，藉由此項高曝光度的國際級賽事行銷故宮、宣傳臺北城市觀光，讓世界能看見臺灣無論在運動或文化上的底蘊，而展覽一如預期創下數十萬人觀展效益，成功營造友善臺灣、文化臺灣形象。

(1)參與臺中國際花卉博覽會

107年配合臺中國際花卉博覽會，本院北部院區於107年10月1日至12月25日舉辦「百卉清供-瓶花與盆景畫特展」、南部院區107年11月3日至108年4月24日在南部院區舉辦「花事·閑情-品味花器與生活特展」、107年10月6日至108年2月10日參與台中國立美術館「花之禮讚-四大美術館聯合大展」，與臺中國立美術館、日本富士美術館、臺南奇美博物館四館共同展出包括華夏、臺灣、東洋、西洋

與花卉相關之各類展件、並於花博后里森林會場及馬場會場分別規劃故宮館及花蝶館展示故宮文物翠玉白菜、數位藝術及文創商品；另以臺灣旅遊地圖形式製作與花博及本院相關各展日文版宣傳摺頁，於 107 年 9 月 20 日至 22 日的日本東京國際旅展及同月 22、23 兩日在東京舉辦之「臺灣 PLUS-文化臺灣」雙會場發送，冀盼能將故宮文物及臺灣重要國際活動之推廣效益最大化，刺激更多國際旅客來臺進行文化觀光之旅。其中臺中花博花蝶館自 107 年 11 月 3 日至 12 月 31 日，不到 2 個月時間，參觀人數已突破 35 萬 3 千人次，成效斐然。

(2) 前進 2020 東京奧林匹克運動會

本院「新故宮-故宮公共化帶動觀光產業發展中程計畫」於 106 年 12 月 6 日奉行政院核定，其中分項計畫三「博物館群國際觀光網絡系統建置計畫」之子計畫 15『國際焦點躍升展』，即為繼臺北世大運、臺中國際花卉博覽會後，運用國際體壇最重要賽事 2020 東京奧運行銷臺灣的另一項重要展覽。由於日本東京及週邊城市均傾力配合東奧籌辦各項活動，包含日本東京國立博物館等博物館亦早於數年前即配合東奧完成各項展覽規劃，為達於東京展出之積極目標，評估東京澀谷東急文化村做為前進奧運的場館，除交通便利，聚客能量足外，尚包含該館同意本院展出期間跨越東奧舉辦之 7 月 24 日至 8 月 9 日，真正符合前進東奧的策略目標，也因為該場館係複合式文化場館，展出期間並可運用該館多元場域同步舉辦臺灣優質藝文表演、電影放映、文化講座、文創市集、特色美食等，可發揮臺灣整體文化行銷最大效益。另，為發揮赴日展更大效益，本院期於東京展結束後，在文物展出安全與環境符合本院規範的條件下，轉赴日本其他地區展出，原擬以赴日巡展 3 站為原則，目前靜岡市美術館及福島縣立美術館等均表達高度意願，並已聯合各當地政府、議會、媒體、台灣之友會等單位，強烈爭取本院文物展出。惟本院目前規劃仍以東奧期間之展覽為重，靜岡市美術館或福島縣立美術館是否會成為繼東京奧運之後之展出場地，仍待本院內部討論與評估。

本院各典藏、維護專辦處室已於 107 年 12 月赴東急文化村美術館實際場勘並做出評估，該場地展場環境、安全等各項條件皆符合本院需求。後續本院將成立本案專案小組，並與日方持續連繫，進入策展條件協商及契約簽署等實質程序。

(二) 持續連結在地需求及帶動觀光量能方面：為創新故宮價值，確實連結在地需求，帶動觀光產業量能，行政院業於 106 年 12 月 6 日核定「新故宮-故宮公共化帶動觀光產業發展中程計畫（107-112 年）」，為掌控計畫進度，南北院區後續工程所涉環境影響評估、都市計畫、非都市土地使用管制、建築管理及促參招商等法規、程序或合約適用部分，請速洽各該主管機關及地方政府釐清，避免期程延宕。另為強化博物館群國際觀光網絡系統，辦理展覽創新、活動整合、交通串連及行銷國際等跨部會業務，請儘速盤點綜整既有資源，爭取計畫合作機關相關經費挹注，以強化外溢效果。

本院 107 年辦理情形：

1、本院 107 年度南北院區後續工程所涉環境影響評估、都市計畫、非都市土地使用管制、建築管理及促參招商等法規、程序或合約適用部分，洽各該主管機關及地方政府釐清等事項辦理情形如下：

(1) 環境影響評估部分：

A.「故宮北部院區整(擴)建計畫」依據行政院環境保護署「開發行為應實施環境影響評估細目及範圍認定標準」第 23 條、第 31 條第 1 項第 2 款、第 37 條及第 39 條規定檢討結果，無需辦理環境影響評估。

B.「故宮國寶文物修復展示館建設計畫」主要開發行為依據行政院環境保護署「環境影響評估法施行細則」第 36 條、第 37 條、第 37-1 條須辦理環評變更程序，並應於環評變更核准後始能進行現地施工行為，本院已研擬環境影響評估變更之招標資料，預定 108 年辦理招標作業。

(2) 都市計畫及非都市土地使用管制部分：

A.「故宮北部院區整(擴)建計畫」因本院非工程專責單位，依 107 年 1 月 11 日第 3584 次行政院院會決定洽內政部營建署協助，本院即於 1 月 19 日、2 月 14 日函請營建署代辦，並經工程會召開營建署代辦故宮工程協調會，5 月 14 日始確定營建署無法代辦北部院區整(擴)建工程，由本院自行辦理採購作業，北部院區整擴建計畫專案管理案經 2 次上網公告均無廠商投標，預定 108 年進行第 3 次公告並於決標後陸續進行後續工程發包作業。

B.「故宮北部院區整(擴)建計畫」南側藝文園區基地既有建築物於 107 年 3 月依「文化資產保存法」第 20 條進入臺北市文化局審議程序，目前該區視為暫定古蹟，致本院雖多項工程採購案均已完成發包作業，仍暫時無法施工，後續將積極與文化局溝通，儘速完成歷史建築審查。

(3) 建築管理及促參招商部分：「故宮國寶文物修復展示館建設計畫」南部院區因南院 BOT 案中止契約，考量園區 70 公頃整體規劃，重新調整國寶館興建位置、建築空間面積、庫房動線規劃、停車空間配置等需求，目前已積極協調營建署辦理協議書之簽訂作業。

2、辦理博物館群國際觀光網絡系統各面向之跨部會業務，盤點綜整既有資源，爭取合作機關共同挹注經費，強化外溢效果，辦理情形如下：

(1) 展覽創新：

A.「亞洲探險記—十七世紀東西文化交流傳奇」特展於 107 年 12 月 20 日開幕，精選本院與荷蘭國家博物館、日本海杜美術館、大阪市立東洋陶瓷美術館、台南市政府文化局、國立臺灣大學圖書館及藝術史研究所等合作單位的館藏，共同呈現一段迴盪於東西之間的交流故事。

B.「花之禮讚—四大美術館聯合大展」於 107 年 10 月 6 日至 108 年 2 月 10 日展出，由本院、東京富士美術館、奇美博物館及國立臺灣美術館聯合展出，呼應臺中世界花卉博覽會，呈現花卉在不同文化底蘊下萬般富饒的意涵。

(2) 活動整合：

A.本院已加入文化部與教育部「博物館聯盟館際票務優惠合作案」與「國立社教機構及文化機構聯合行銷」。

B.107 年 5 月與國內設有兒童教育空間的 15 所公部門博物館包括台北市立美術館、新北市立鶯歌陶瓷博物館、國立海洋科技博物館、國立臺灣科學教育館、國立臺灣博物館、新北市立十三行博物館、國立臺灣美術館、國立自然科學博物館、高雄市立美術館、國立臺灣歷史博物館、國立臺灣文學館、高雄市立歷史博物館、國立科學工藝博物館和宜蘭縣立蘭陽博物館，共同發起「博物館友善親子串連行動」，除了自主檢視館內親子友善服務設施，也以行動倡議辦理「博物館友善親子跨界論

壇」，展開跨界對話。107 年 7 月 19 日至 20 日為深化合作館舍之人員實務交流，延續舉辦兒童親子友善博物館群館際交流參訪培訓。

(3) 交通串連：以博物館參觀為核心，結合悠遊卡、一卡通，提供多國語言服務，將與本院票務系統電子化整合為一共通平台，107 年已參訪國立科學工藝博物館、國立海洋科技博物館、屏東演藝廳、嘉義花磚博物館等，洽談博物館卡發行模式及票務合作模式，另瞭解臺北市政府觀光傳播局辦理「北北基好玩卡」之成效及旅遊景點、交通串接情形及形式。

(4) 行銷國際：

A.107 年 1 月 27 日與印度臺北協會合作舉辦聯合國教科文組織（UNESCO）非物質文化遺產的「動感查烏·印度面具樂舞」表演活動。

B.107 年 10 月 18 日至 108 年 2 月 12 日於泰國曼谷河城藝術中心舉辦「清明上河圖－故宮新媒體藝術展」。

C.107 年 6 月 8 日至 10 日與成功大學文學院合辦東南亞多元文化與宗教國際研討會。

D.107 年 9 月 22 日至 23 日配合交通部觀光局委託財團法人台灣觀光協會辦理 107 年度國際觀光行銷推廣活動暨中華文化總會舉辦「Taiwan Plus 東京展專案」，出席在日本舉行之國際觀光行銷推廣展會活動。

E.107 年 10 月 15 至 21 日參加文化部 2018 Fresh Taiwan 活動所參與之曼谷國際禮品及家飾展，為目前東南亞最大、最重要的禮品及生活用品博覽會。

(三) 國立故宮博物院南部院區附屬文教設施民間參與興建營運移轉案（第二期開發），有關預定工程進度、經費支用期程、增資計畫、因辦理環評作業而順延後續作業時程部分，建議速請廠商依核定版投資執行計畫書履約。另本案環境影響評估作業，請依「國立故宮博物院南部分院籌建計畫」環境影響說明書、第二次變更環境影響差異分析報告、本案甄審作業須知、核定版投資執行計畫書等規定加速辦理。

本院 107 年辦理情形：

有關「國立故宮博物院南部院區附屬文教設施民間參與興建營運移轉案」於 107 年 7 月 10 日終止本案契約，由故宮收回用地另行規劃利用。

二、前年度施政績效評估總報告「後續推動建議」辦理情形：

加速軟硬體發展，擴大文化觀光產業效益：106 年度民眾參與故宮南院文化觀光及教育推廣活動為 114 萬人，較 105 年度減少 33 萬人。請定期與相關部會及地方政府溝通協調，讓南院國寶館於 4 年內完工開館；亦請經由南院提升藝術修復技術，培訓相關領域人才，並安排北院之國寶文物在南院展覽，增強策展之主題性及與遊客互動之體驗，以確實連結在地需求，型塑地方自明性，擴大文化觀光產業效益。（主辦：故宮）

本院 107 年辦理情形：

(一) 為增強北院文物與地方聯結，本院於 107 年度積極至中南部地區辦理相關教育活動如下：

1、新媒體藝術展與數位教育推廣活動

(1) 新媒體藝術展

A.「清水雅集－故宮書畫新媒體藝術展」（106.11.4－107.3.4，臺中市港區藝術中心）：將本院文物結合新科技，使藝術深入民眾生活，消弭城鄉的藝術落差。本展計有 93,548 人次參觀。

B.「2018 臺灣燈會－故宮新媒體藝術展」(107.2.16－107.3.11，嘉義台灣燈會太子大道第四島區)：展出本院古畫動漫系列作品等展件，以科技向傳統致敬，讓賞燈民眾看見傳統的新生命，共計 129,174 人次參觀。

C.「2018 臺中世界花卉博覽會－故宮花蝶館－新媒體藝術展」(107.11.3－108.4.24，臺中世界花卉博覽會后里展區)：融合以故宮文物之花、馬的意象及臺中在地花卉(百合、山櫻花)，以創新媒體科技詮釋經典文物之美，呈現故宮在地化、專業化之目標。於 107 年共計 353,007 人次參觀。

(2) 數位教育推廣活動

A.「故宮國寶創意加減學」(107.9.1，本院南部院區兒童創意教室)：針對數位系統融入教學之應用，辦理數位教學應用工作坊，課程結合文物 3D 列印等內容，參加教師共計 46 人。

B.「故宮創客魔幻列車」(107.9.25－11.15，國內各中、小學)：由本院的創客魔幻列車搭載著故宮創客教案、3D 建模列印技術等創客設備，實際走訪國內各中、小學進行城鄉巡迴教學活動，其中中南部參與學校計約 14 校、參與活動師生人數合計約 361 人。

C.偏鄉教育推廣活動(107.10.27－12.12，中南部中小學)：前往臺中市、臺南市、雲林縣等各中、小學，辦理文物美感藝術暨創客教育工作坊，辦理約計 4 場次，參與教師人數合計約 172 人。

D.「數位策展－社群標籤(social tagging)策展未來學」南院場沙龍講座(107.10.13，本院南部院區亞洲藝術文化資料中心 4103 閱讀室)：本院自 2017 年起在「故宮 OPEN DATA 專區」開放院內收藏珍貴展件的照片，供全世界的民眾收藏、下載作文創設計使用等用途。基於此資料庫的開放，107 年起亦開放新功能「社群標籤 social tagging」上線，歡迎群眾為院藏文物進行個人詮釋，探討透過群眾匯智的交流，如何以多面向的藏品詮釋，轉譯故宮院內的典藏文物，為古代中國文物帶來全新面向，促使觀眾有效度地欣賞中國古文物及書畫作品。故課程設計自本院當期新展覽至資料庫的使用展開，一步一步帶領民眾去實作 OPEN DATA 的社群標籤。參與人數為 31 人。

2、無障礙到校服務推廣

為提升博物館身心障礙服務之能量，並促進博物館文物知識與在地參與之整合與應用，107 年起文化部委託故宮辦理三年期「友善故宮·學習無礙—到校服務推廣活動計畫」，以故宮典藏及展覽為基礎，結合國內各級特殊教育學校、在地文化團體或單位，共同走進特殊教育學校的場域，依照各身心障礙類別之特殊需求設計，並結合在地參與之主題教育活動，藉此開發身心障礙學生的知覺能力、活絡其理解能力，增進身心障礙學生對於故宮典藏文物之認識，提高對於博物館的興趣，並進一步深化對於自身文化、歷史及生活環境的理解。107 年度共辦理兩個場次：

(1) 場次一(107.4.24－4.26，國立嘉義特殊教育學校)：辦理「芳心未礙—小探索家的故宮奇幻旅程」活動，主場地活動共辦理 19 場次，服務 442 人次，VR 體驗活動共辦理 18 場次，服務 332 人次。

(2) 場次二(107.10.26、10.30，嘉義縣立新港國民中學)：活動內容包含以全校師生為對象之無障礙推廣講座，服務 783 人次；以身心障礙學生為對象之教育活動，服務 172 人次。

3、遊戲式教育推廣活動與表演藝術活動

- (1) 「迎貓祭實境解謎遊戲」(107.8.16-8.19, 本院南部院區兒童創意教室)：為營造故宮年輕化之品牌形象，吸引年輕族群參與故宮，結合院藏經典文物，融合青年族群風靡的「實境解謎」遊戲，首度於本院南部院區舉辦理活動，共計 452 參加人次。
- (2) 「異境漫遊－親子互動環境劇」(107.8.12, 本院南部院區一樓大廳)：為推展院藏文物與當代跨領域創意激盪共融，結合「千年一問－鄭問故宮大展」漫畫美學、本院典藏文物與故宮公共空間，特與國內知名表演劇團合作，以客製化節目帶領觀眾進行多元的戲劇互動體驗，計有 363 人次參與。

(二) 為豐富展覽內容、加強在地連結，致力於實踐美學教育向下紮根，文化推廣寓教於樂。本院南部院區於 107 年度積極辦理相關展覽及教育藝文活動：

1、規劃主題特展

- (1) 「品牌的故事－乾隆皇帝的文物收藏與包裝藝術」通過乾隆皇帝文物收藏及包裝藝術，連結現代人開創品牌的概念，呈現皇家專有的包裝藝術和蘊含其中的美感。於嘉義展出期間，推出「與策展人有約」活動，提供展覽的深度導覽。更特別推出「嘉義限定」內容，一方面通過院藏呈現乾隆皇帝以「嘉其忠義」的期許為嘉義命名的故事，另一方面，也於當地進行採風，通過規劃嘉義品牌之旅，介紹代表當地的信仰、建築、傳統工藝、藝術家及文化脈絡。
- (2) 「戊戌狗年·喜迎上元－節慶主題特展」、「旭日初昇-嘉義史前文化展」「織路繡徑穿重山－臺灣原住民族服飾精品聯展」等，深化專業研究，強化南部院區推廣亞洲藝術之功能，落實藝術教育在地扎根，培養藝文欣賞人口。結合各項展覽辦理教推活動、專題演講，文物研習及親子互動體驗活動，以厚植藝術文化。

2、在地民眾免費參觀

本院南部院區針對嘉義在地鄉親陸續推出嘉義民眾參觀故宮南院免預約，以及嘉義縣市居民憑身分證，於每日下午 3 點過後免費參觀之措施。

3、「邂逅南院－故宮下午茶」表演藝術活動

定期每週六下午 3 時舉辦「邂逅南院-故宮下午茶」表演藝術活動，與雲嘉南地方政府及在地文教單位合作，共同推行教育推廣及文化交流活動，以營造優質藝文環境，並加強與在地的合作與連結。107 年至今已辦理 50 場，觀賞人數總計 40,594 人次。表演活動涵蓋中西音樂、舞蹈、戲曲、民俗技藝、魔術等多元藝文內容。

4、辦理故宮亞洲藝術節

第二屆「故宮亞洲藝術節－新加坡月」活動，推出為期 1 個月的特展、系列講座、電影、導覽及多元文化體驗、表演藝術、主題書展、美食文創市集等 50 場次以上活動，超過 2 萬 8 千人次參與，當月份入館入園人數超過 11 萬人。本屆活動除提升跨國合作外，亦結合在地萬能工商餐飲科學子辦理市集文化體驗，並邀請鄰近縣市視障團體參與伊斯蘭香水體驗活動，致力推動在地連結與弱勢團體之文化參與。

5、百萬學子遊故宮教案開發

為發揮博物館的教育功能，豐富中南部地區文化資源較缺乏的學子藝文體驗活動，特以本院豐富的典藏文物或展覽為中心開發文化體驗課程，並邀請附近學校來院參觀導覽及進行手作體驗課程，107 年度共計開發 6 款文化體驗課程，分別為「拓印我認識的亞洲」、「手作紀念胸章」、「南院實境解謎」、「尋寶南不南」、「原來如此：原住民

圖騰紙雕花式盒」、「絕妙好瓷-青花三繫茶壺手創萬用卡」，共計 8,380 人參與體驗課程。

6、學生實習計畫

為建立長期館校實習合作關係，本院 107 年與國立高雄第一科技大學、文藻外語大學、國立嘉義大學、國立勤益科技大學及台南應用科技大學等中南部地區大專院校簽訂實習合作計畫，結合南院文物意象及地方人文特色，培育博物館專業人才及拓展博物館展覽內涵。107 年南部院區已開設 72 小時課程，合計共有 254 位學生參與培訓，110 位參與實習。

7、為提升博物館參觀效能及聚客能量，未來將持續豐富策展及教推之主題性，並增加園區臨水步道、親子樂園等友善設施、景觀園區植栽優化，及擴展人工湖區的美化和親水功能，營造遊客駐足休憩空間，打造園區新亮點。此外，加強南院周邊在地連結，重啟地方創生活力，規劃與地方合辦季節性或主題性活動，包括園區花卉展或藝術節慶活動等，以促進南院未來的發展及營運，落實亞洲藝術文化園區理想，並活絡南院周邊產經發展。

柒、評估綜合意見

本章節共分 107 年具體施政績效、應改進事項及未來策進作為，分述如下：

一、依 107 年度施政計畫之年度施政目標及策略，本院具體施政績效：

(一) 推動故宮公共化，營造全民博物館

- 1、本院為提升政府資料開放品質、促進故宮資料在教學、個人賞析及營利使用之傳播，特別設立「故宮 OpenData 專區」，每季擴充 1,000 張 20 M 之中高階文物圖像，提供民眾不限用途、免費使用。107 年資料開放運用共計 19 資料集、釋出展覽資料包共計 52 資料包，內含文物影像及基本資料，供全國教育、學習研究用途免費使用，下載次數 55,000 次。
- 2、為發揮博物館之教育推廣功能，提升社會大眾認識故宮文物之美，本院針對不同年齡、特性及地區之對象，積極運用博物館學習，規劃辦理多元豐富的資源教育推廣活動，107 年促進博物館公共性之教育推廣參與人次共計 215,052 人次。

(二) 提升專業研究展覽水準，強化文物安全維護

- 1、本院典藏華夏文物菁華，陳列書畫、銅器、瓷器、玉器、漆器、雕刻、善本圖書、文獻檔案等，浩瀚豐富，守護人類文化史、藝術史的瑰寶。展覽分常設展及特展 2 種方式，並搭配出版圖錄或導覽手冊，讓觀眾一覽豐饒的華夏文化。107 年度辦理跨域/跨界專題研究展覽共計 7 檔次，另為加強國內外重要博物館的學術交流與研究，與國內外博物館共同舉辦之展覽、學術研討會、工作坊及講座等共計 10 場次，並與國際重要博物館共 3 館締結姐妹館、1 館簽署展覽交流協議與 3 處博物館/機構簽署合作協議，成果豐碩。
- 2、為提升研究人員素質，鼓勵同仁研究發表，帶動本院研究風氣。107 年本院同仁共計發表 160 篇研究論文，參與國際學術研討會並發表論文 53 次，出版展覽圖錄或專書 11 本，執行科技部計畫 9 項，參與教育推廣講座與演講等 304 次。
- 3、107 年完成國寶、重要古物分級指定送審作業共 165 件；持續建置及維護全院安全系統，積極辦理防災應變及教育訓練，達成年度零意外事故之目標。

(三) 深耕在地文化，創新美學教育

為推動「平衡南北·文化均富」，107 年南部院區舉辦相關展覽、演講、教育訓練及文化觀光推廣等活動共計 1,001,456 人次參與。

107 年與地方政府、學校及民間機構之合作總計 82 場次，包括臺中市政府、臺東縣政府、國立政治大學、國立交通大學、臺灣電力公司等單位，進行跨域合作，以饗廣大民眾。

(四) 塑造故宮品牌新形象，強化國際連結

本院文創行銷業務除為故宮文物產生更高的附加價值外，透過不同授權機制，運用民間業者無限的創意，產製樣態豐富多元的文創產品與出版品，更成功將故宮品牌形象行銷至國際。107 年合作開發、品牌授權、出版授權、圖像授權及委託承銷之總計廠家數共計 229 家，文創收入（含南、北院）共計 6.39 億元。

(五) 推動新故宮計畫，帶動觀光產業升級與創新

107 年為「新故宮－故宮公共化帶動觀光產業發展中程計畫」六年計畫之啟動第一年，以提升故宮公共性為核心，從景觀優化、展覽創新、活動整合、交通串聯、行銷國際五大面向全面強化故宮北院及南院軟硬體設施之服務品質，並串連臺灣博物館群，共同發展臺灣博物館事業，帶動臺灣觀光產業發展。107 年以辦理前置作業為主，各分項計畫執行情形如次：

- 1、故宮北部院區整（擴）建計畫：北側整（擴）建專案管理案公告中，南側藝文服務中心統包工程（含專案管理及施工）、既有 5 棟建築物耐震補強修繕工程（含設計監造及施工）、空調工程專案管理案均已完成標案發包，並完成先期規劃。
- 2、故宮國寶文物修復展示館建設計畫：刻正進行國寶館營建署專案管理代辦程序，景觀藝術化工程設計監造案完成細部設計，景觀藝術化可食地景已完工，建置人文觀光交通設施計畫案於南院鄰近六鄉鎮建置兼具南院意象、地方意識及流行文化元素之人文意象空間，以串連觀光旅遊鏈。
- 3、博物館群國際觀光網絡系統建置：已執行「國際策展合作」（1 案）、「故宮國寶出遊去」（4 案）、「博物館群國際觀光聯盟服務設施友善化」（3 案）和「臺灣博物館群聯合大展」（1 案）等 4 項子計畫之相關作業。

二、應改進事項及未來策進作為：

(一) 提升參觀人數方面

- 1、近年來臺觀光人次下降，連帶影響本院參觀人數，分析 3 年（105 至 107 年）來院參觀人數，北部院區由 466 萬人降至 386 萬人（降幅 17%），南部院區由 148 萬人降為 76 萬人（降幅 48%），其主因為來臺陸客大幅減少，但因兩岸因素，短期內顯見無法有大幅改善可能；又其他國家來台旅遊卻未至故宮參觀之遊客，如何跳脫固有行銷思維，透過內部提升創新，以及外部協力合作，超越「陸客來臺人數下降」此不可抗力因素，以吸引更多原本無法觸及的國內外旅客前來參觀，為本院目前應審視檢討之課題。
- 2、本院已擘劃故宮未來六年發展藍圖，以「新故宮－故宮公共化帶動觀光產業發展中程計畫（107-112 年）」提報國家公共建設發展計畫，全案總計投入 101 億經費，期使打造具公共性的「新故宮」並成為世界級觀光亮點，帶動臺灣觀光產業發展。預期於 113 年建設完成後，將創造南北院參觀人數達到 800 萬人次、門票與文創收入分別成長 3.8 億及 5.6 億元、本院國際及國內參觀者消費產值增至 1,347 億元。綜上，新故宮計畫之推動實為本院提升參觀人數最主要方法。
- 3、本院於 107 年 4 月 12 日、6 月 15 日召開第一、二次「研商提升本院參觀人數會議」，會中各單位復提出有關提升本院參觀人數之可行方案。惟考量博物館衡量指標應質量並重，雖因外在環境因素無法短時間提升參觀人數，應思考跳脫外界對本院重視量化參觀人數績效，由質化之觀眾滿意度著手，以積極方法維持服務品質高滿意度。

(二) 加速推動「新故宮計畫」方面

新故宮計畫包含「故宮北部院區整（擴）建計畫」、「國寶文物修復展示館建設計畫」及「博物館群國際觀光網絡系統建置計畫」3 項分項計畫。其中，「故宮北部院區整（擴）建計畫」及「國寶文物修復展示館建設計畫」2 項分項計畫係為公共工程，六年計編列 80.16 億元，佔計畫總預算 101 億元之 79%，可知其足以影響整體新故宮計畫之執行績效。為提升整體計畫執行績效，本院將針對南北院區工程執行困難問題及早採取因應措施或提報協助解決，以利工程後續順利推動。另「博物館群國際觀光網絡系統建置計畫」辦理展覽創新、活動整合、交通串連及行銷國際業務，本院將儘速盤點綜整既有資源，加強內外部介面整合，定期召開檢討會議，適時調整執行策略，以強化計畫效益。