

文化幣

CULTURE POINTS



113年文化禮金 重點使用報告



文化部
MINISTRY OF CULTURE





關於文化禮金

為提供青年藝文體驗機會，培植藝文消費人口，支持藝文產業發展，文化部自112年推出文化禮金政策，發給符合資格青年文化幣（1點價值新臺幣1元），可用於實體的藝文消費及體驗，包含看表演、看國片、買書、參觀博物館、國內藝人演唱會、逛市集/展會、以及參加手作DIY、藝文體驗、文化小旅行等活動皆可使用。

繼112年文化禮金發給18-21歲青年，113年的文化禮金擴大發放並朝向常態化，發給16-22歲青年(出生於91年1月1日至97年12月31日止，具中華民國國籍或符合資格的外國人士)，每人1,200點文化幣，使用期間自113年1月20日至113年12月31日止。

除發放文化禮金外，為拓展青年體驗多元的類型，也促進各類型、區域的藝文發展，本部也推出多種加碼優惠，包含



- 「獨立書店消費 2 點贈 1 點」的點數放大優惠，最多可將文化禮金放大為1,800點。

- 響應第32屆台北國際書展，青年憑文化幣進場「書展門票政府出」，且全面適用「點數2點送1點」優惠。

- 「表演藝術青年席位」以青年易於入手的價格，提供劃定視線優良區域的青年席位，以及可自由選位的五折自由座。

- 國片青春優惠，包括「國片結伴青春優惠」結伴看國片送100點，回饋無上限，以及「暑期國片馬拉松」看2次以上即獲回饋，最高可獲得1,000點；配合金馬熱潮的「金馬套餐」，看首輪上映國片，單片回饋100點，還能再抽金馬福袋。

- 花蓮振興文化幣，配合行政院「0403震災復原重建方案」，青年至花蓮再加碼1,200點，專屬花蓮藝文使用，協助花蓮藝文產業振興。

- 其他還有「消費滿200元抽文化幣」，以及如「購買表演票券加碼贈點」更多期間限定活動，鼓勵快快領、好好用。

整體使用概況

註

- 1.以當年度出生人口數計算
- 2.領取金額=領取人數*1200
- 3.領取使用率=使用金額/領取金額

符合領取資格人數

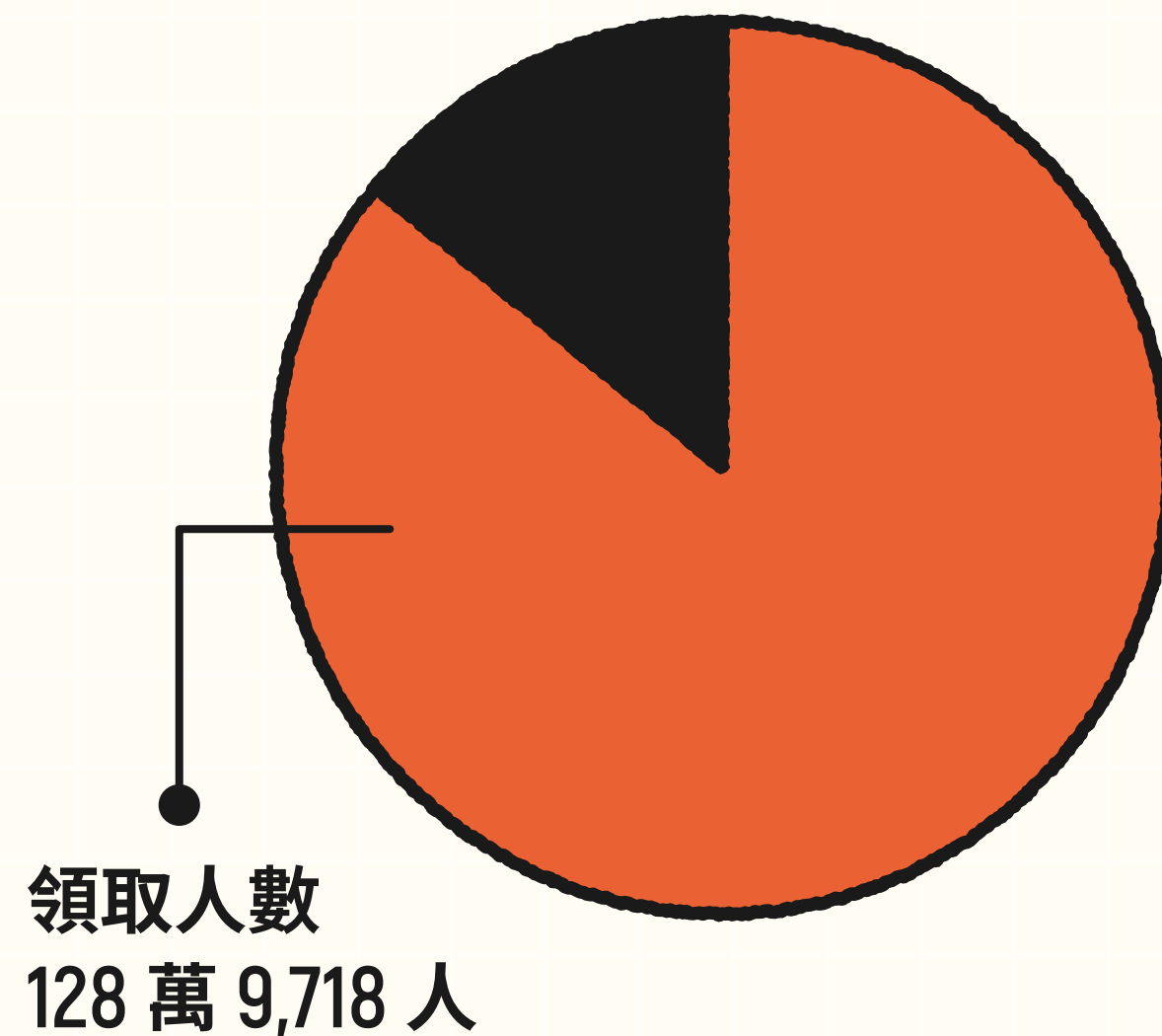
150 萬 5,625 人

領取金額

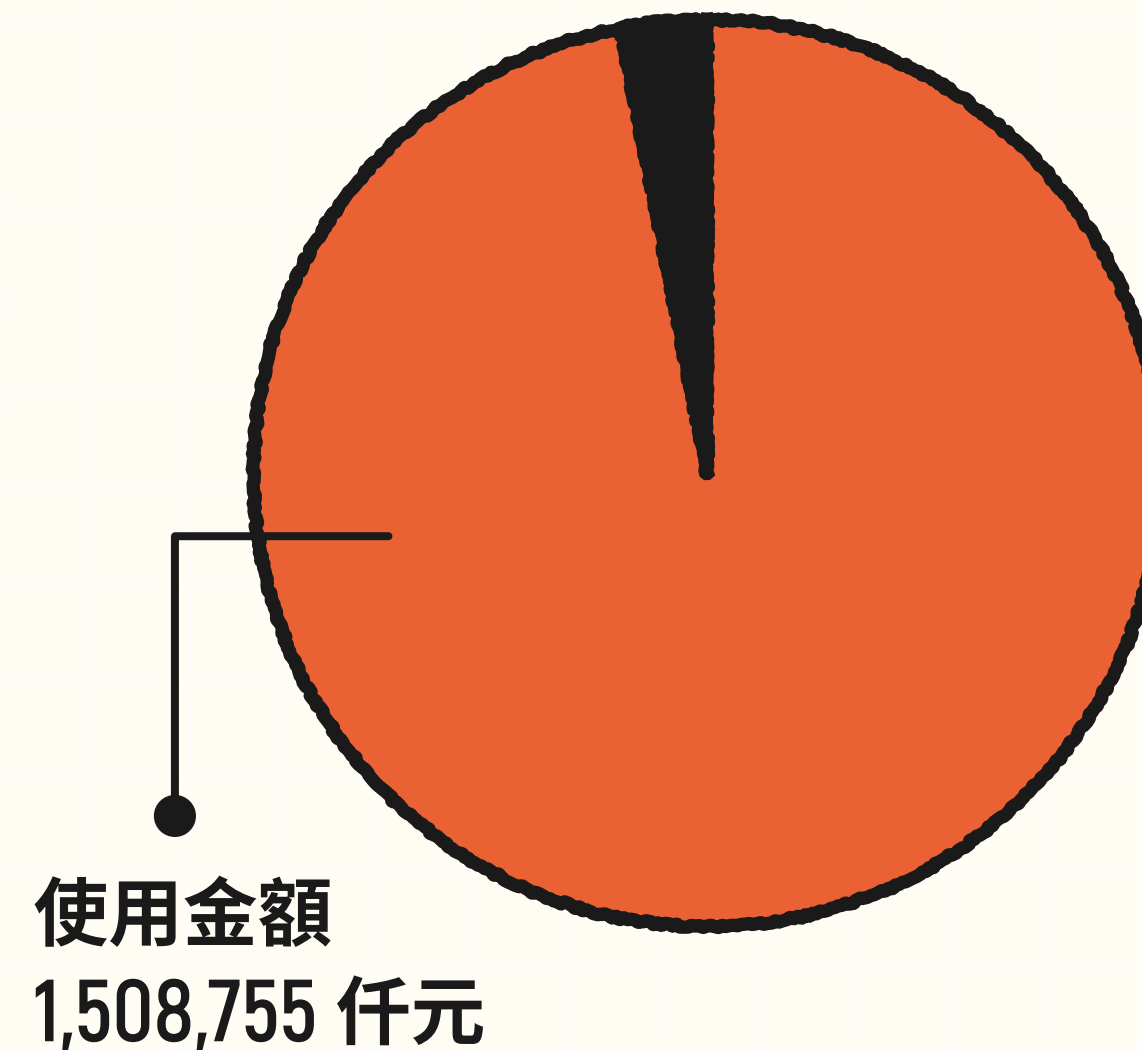
1,547,661 仟元

藝文消費點數量

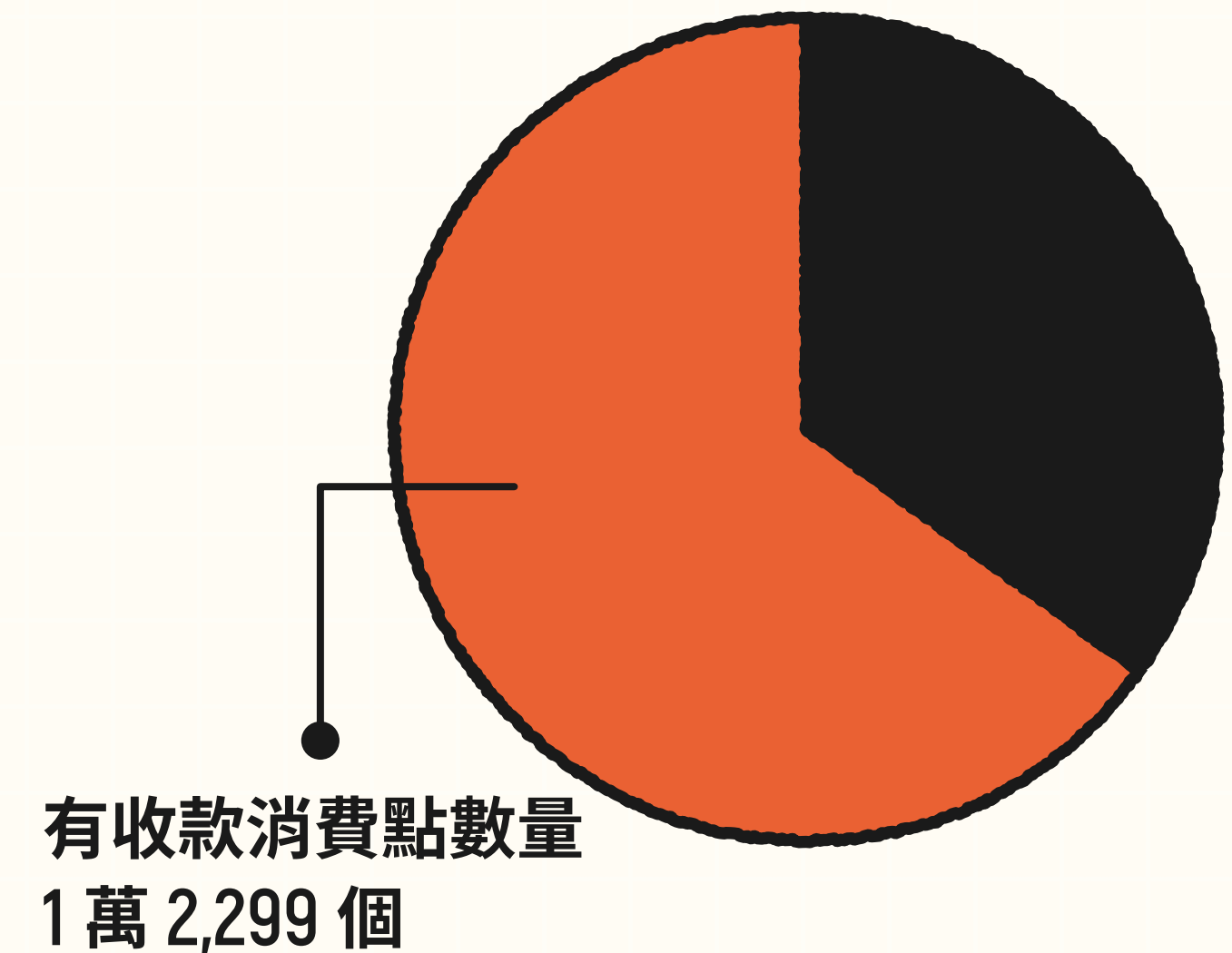
1 萬 8,863 個



領取率近 **86%**



領取使用率約 **97%**



受惠比例約 **65%**

使用金額
逾15.08億元
書店及出版業
為使用大宗

文化幣七大類別使用情形

文化幣使用類型	使用金額(仟元)	占比
書店及出版業類	751,538	49.81%
電影院類	68,178	4.52%
表演藝術及文化體驗類	250,968	16.63%
博物館類	19,250	1.28%
文資保存與社區營造場域類	11,627	0.77%
流行音樂類	144,057	9.55%
文創工藝類	263,137	17.44%
總計	1,508,755	100.00%

- 文化幣使用類型分為「書店及出版業類」、「電影院類」、「表演藝術及文化體驗類」、「博物館類」、「文資保存與社造場域類」、「流行音樂類」、「文創工藝類」等7大類。
- 使用類型前3名：「書店及出版類」（約7.5億元，占比49.8%）、「文創工藝類」（約2.6億元，占比17.4%）、「表演藝術及文化體驗類」（約2.5億元，占比16.6%）。
- 若進一步再細分，前5名為「連鎖書店」（約5.2億元，占比34.9%）、「非連鎖書店及偏遠地區非連鎖圖書銷售據點」（約1.4億元，占比9.8%）、「實際從事文創產品創作、展示及銷售並有實體營業門市者」（約1.2億元，占比8.2%）、「唱片行」（約1.1億元，占比7.4%）「實際從事工藝產品創作、展示及銷售並有實體營業門市者」、（約7,856萬元，占比5.2%）。

消費2點送1點助益 獨立書店 使用佔比1成

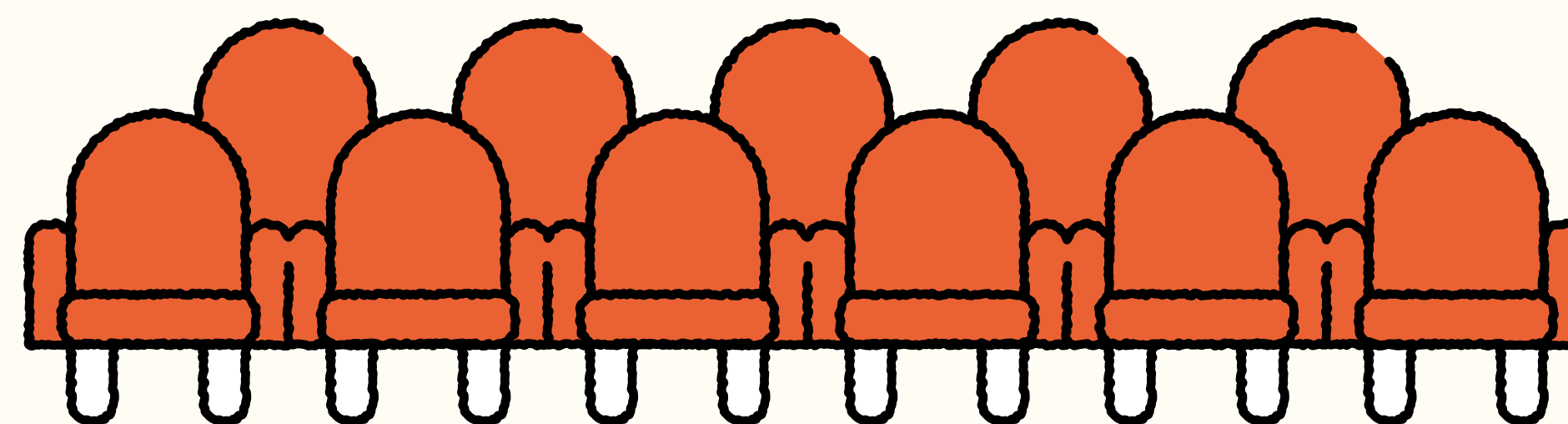
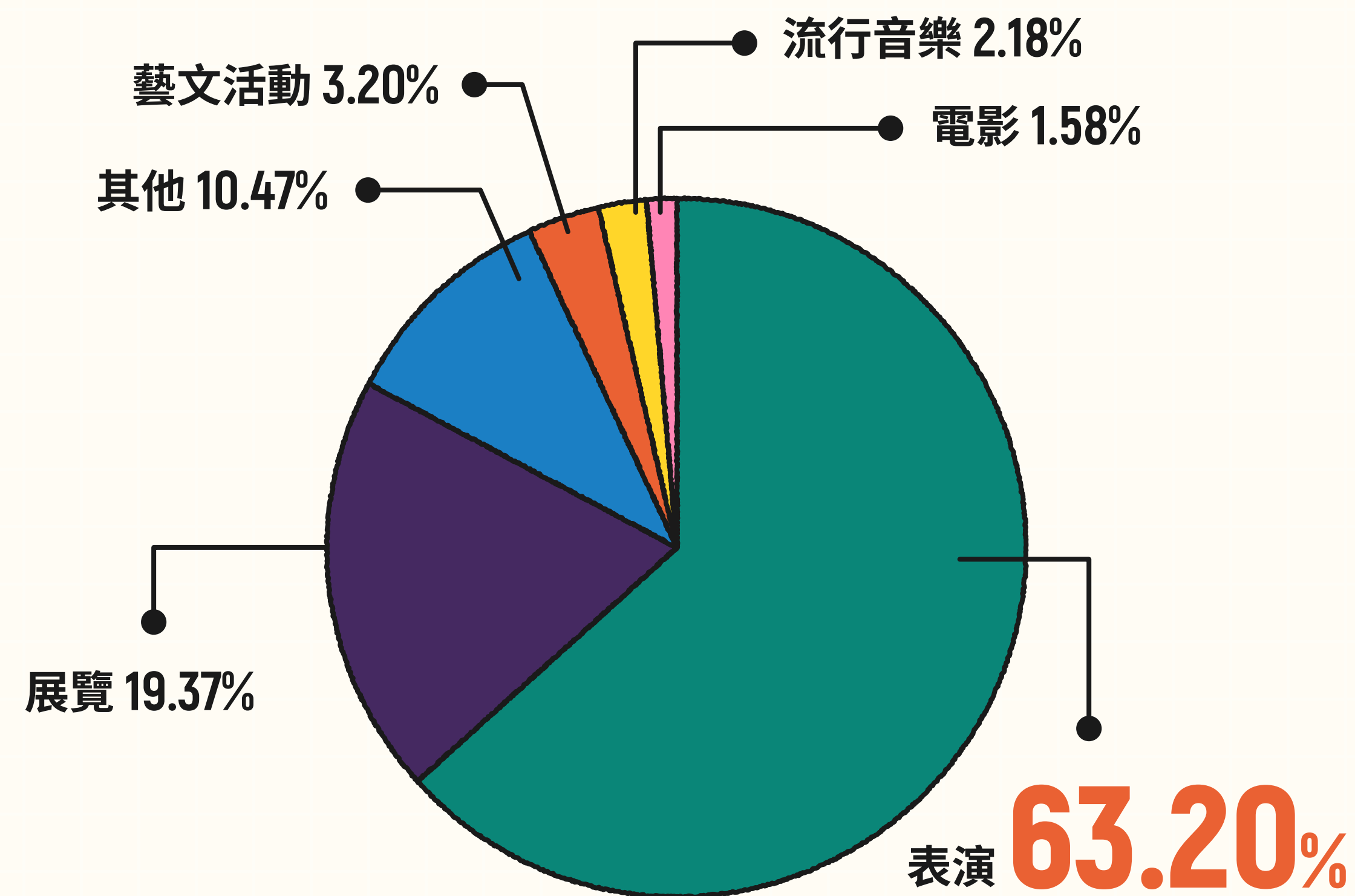


- 全臺獨立書店（非連鎖書店及偏遠地區非連鎖圖書銷售據點）共有423家，其中共405家有收到文化幣，受惠比例達95.7%；獨立書店總計收到逾超過1.4億元，占整體文化幣使用金額的9.8%。
- 位於偏鄉地區的獨立書店共有78家，偏鄉的78家獨立書店中有74家收到文化幣（使用金額約2,067萬元），受惠比例達94.8%，顯示文化幣對偏鄉文化消費之助益。
- 為擴大鼓勵閱讀習慣之培養，文化幣響應「2024第32屆台北國際書展」，青年持文化幣免費入場。另，青年於場內使用文化幣消費再加碼「消費2點贈1點」，展期間青年使用文化幣消費金額超過千萬元。

青年席位5折優惠 吸引逾5.6萬 青年看表演

- 文化幣與國內售票平臺合作，線上購買表演、音樂、展覽、藝文體驗等活動票券皆可使用文化幣，共售出16.2萬張票券，文化幣使用金額約6,603萬元。售出活動以表演類節目為主，占比63.2%；展覽居次，占比19.3%，其他類型(包括博物館門票及手作體驗相關課程等票券)居第三，占比10.4%。
- 超過2,000檔表演節目提供青年席位，共售出約5.67萬張。觀察青年席位銷售排行前10名節目，以戲劇類節目為主，其次為以電影配樂為主題的音樂類型節目，總共售出約8,542張。

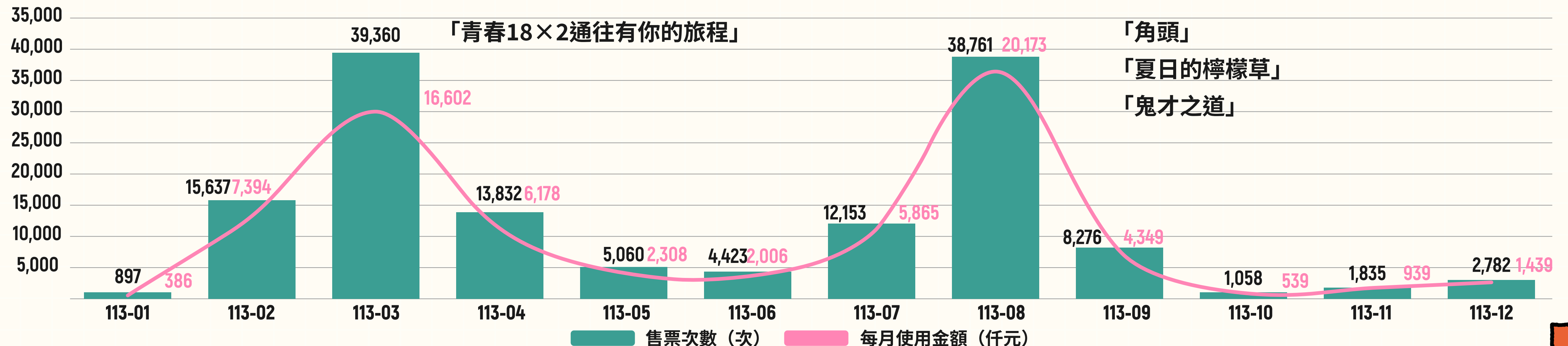
票券平台各類別使用情形



文化幣貢獻國片票房 愛情、浪漫題材受歡迎

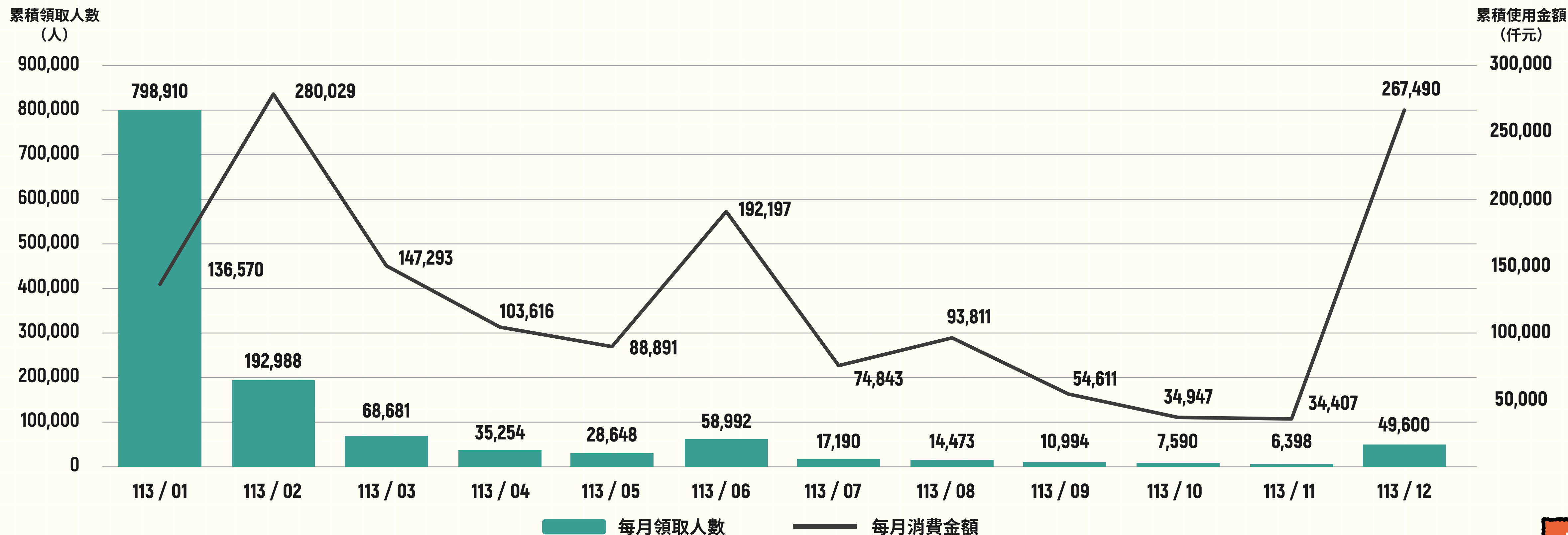
- 總計93部國片可使用文化幣，其中共76部有收到文化幣，受惠比例達81.7%。
- 超過11.4萬人看國片，購票次數超過14.4萬次，文化幣使用金額超過6,817萬元，占整體使用金額的4.5%。
- 以文化幣使用金額對票房的貢獻率來看，7部國片貢獻率超過2成，以「青春18×2通往有你的旅程」（39.9%）為最高，其他貢獻率超過2成的有「鬼天廈」（31.8%）、「鳳姐」（28.8%）、「還錢」（26%）、「我想和你在一起」（26%）、「嘎啦GALA」（25.5%）、「破浪男女」（23.9%）。
- 以購票次數排行前20名的國片來看，愛情/浪漫題材最受歡迎，售出約6.9萬張，占比49.2%；其次為動作題材，售出約4.5萬張，占比32.4%；第三為恐怖驚悚類題材，售出約2萬張，占比14.3%。

售票次數（次）



首月領取率超過5成 最後一個月 使用金額最多

- 開放領取首月累積超過79.8萬人領取，領取率超過53%，之後領取人數隨時間遞減；6月隨著112年領用屆期宣傳，創造另一波領取小高峰，並在最後一個月略為提升，當月約4.9萬人領取。
- 使用金額隨寒假及農曆春節假期、112年及113年領用屆期增加，分別於2月、6月與12月呈現高峰。



17-21歲青年 領取踴躍 年齡越大使用率越高

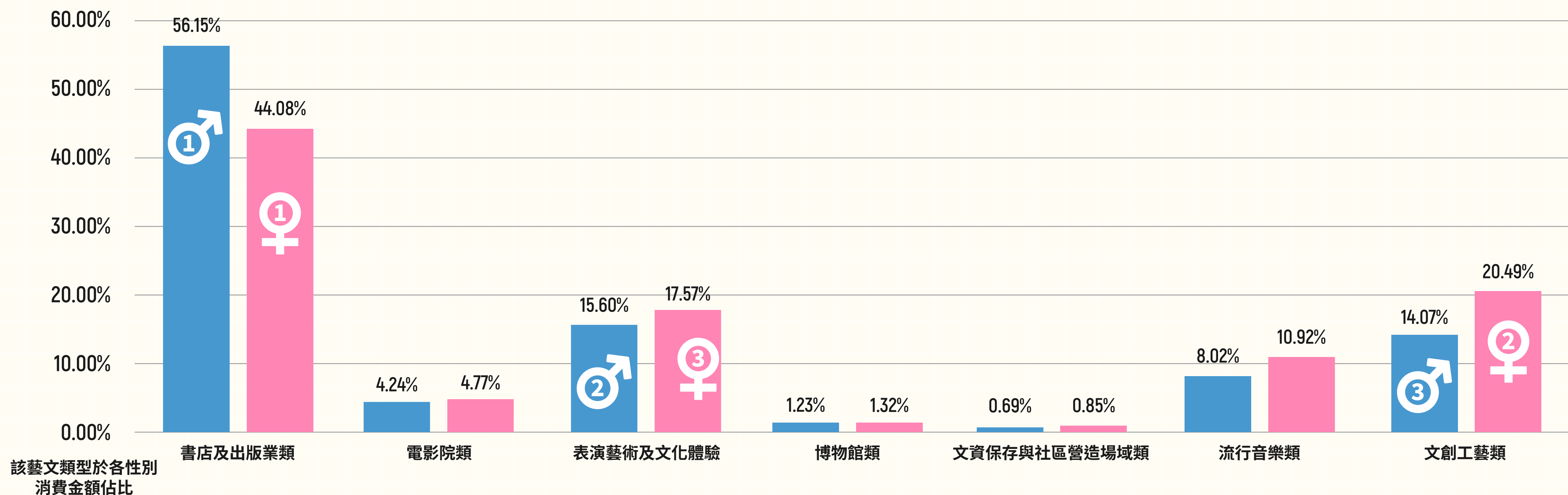
- 領取率方面，17-21歲高於平均值，16歲及22歲則低於平均值，其中又以16歲領取率最低(79.6%)、18歲領取率最高，達88.9%。至於性別在各年齡中無明顯領取行為差異。
- 領取使用率方面，19-22歲高於平均值，16-18歲低於平均值，其中19-22歲區間，隨年齡增長，領取使用率越高，至於性別並不會造成青年領取行為的差異。

年齡	符合資格人數 (A)	領取人數 (B)	領取金額 (C)	領取率 (B) / (A)	女性占比	男性占比	使用金額 (D)	領取使用率 (D/C)
16歲	198,830	158,289	189,947	79.61%	52.31%	47.69%	179,866	94.69%
17歲	204,517	177,739	213,287	86.91%	50.72%	49.28%	204,585	95.92%
18歲	204,598	181,902	218,282	88.91%	50.44%	49.56%	210,924	96.62%
19歲	205,996	183,311	219,973	88.99%	50.52%	49.48%	216,935	98.61%
20歲	216,595	190,430	228,516	87.92%	50.29%	49.71%	225,037	98.47%
21歲	227,303	194,915	233,898	85.75%	50.70%	49.30%	230,793	98.67%
22歲	247,786	203,132	243,758	81.98%	51.54%	48.46%	240,615	98.71%
總計	1,505,625	1,289,718	1,547,661	85.65%	50.91%	49.09%	1,508,755	97.48%

單位：仟元

不同性別的 藝文偏好 存有差異

- 各性別皆以使用在「書店及出版業類」最多，其中男性在該類別的使用金額占比（56.1%），較女性的44%多出12%，顯示男性比起女性更偏好在「書店及出版業類」消費。
- 男性消費第二、三名類型分別為「表演藝術及文化體驗類」、「文創工藝類」；女性消費第二、三名類型則分別為「文創工藝類」、「表演藝術及文化體驗類」，其中女性在「文創工藝類」、「表演藝術及文化體驗類」的使用比例合計約38%，明顯高於男性的29.6%，顯示女性對此二類消費則有較高興趣。



各性別使用的產業類別分佈

單位：仟元

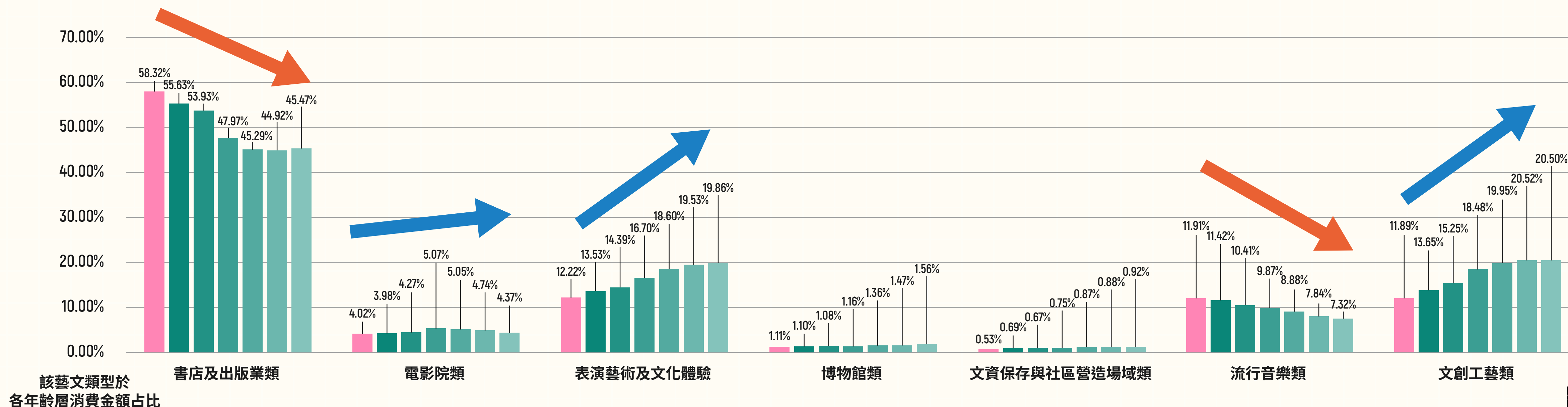
藝文分類	♂ 男性		♀ 女性	
	使用金額	該類相較男性 總使用占比	使用金額	該類相較男性 總使用占比
書店及出版業類	402,142	56.15%	349,396	44.08%
電影院類	30,358	4.24%	37,820	4.77%
表演藝術及文化體驗類	111,701	15.60%	139,267	17.57%
博物館類	8,796	1.23%	10,454	1.32%
文資保存與社區營造場域類	4,909	0.69%	6,718	0.85%
流行音樂類	57,468	8.02%	86,589	10.92%
文創工藝類	100,758	14.07%	162,379	20.49%
總計	716,132	100%	792,623	100%

隨年齡成長 青年藝文消費 偏好愈趨多元

- 各年齡皆以使用在「書店及出版業類」最多，但以16歲最高（58.33%），並會隨著年齡增長而減少在該類別的消費，19歲以上的占比皆低於5成。
- 16歲的使用第二名以「表演藝術及文化體驗」，第三名為「流行音樂類」；17至22歲的使用，第二名為「文創工藝類」，第三名為「表演藝術及文化體驗」，顯示16歲和17至22歲的消費偏好不同。
- 綜觀來看，隨著年齡增長，青年在「表演藝術及文化體驗」、「文創工藝類」兩類的使用有增加之趨勢，從16歲占比1成，提升至22歲占比2成；相反地，青年在「流行音樂類」類的使用，則隨著年齡增長而遞減，從16歲的占比約12%，逐漸降至22歲僅占7.32%。

文化幣年齡與藝文消費分布

16歲 17歲 18歲 19歲 20歲 21歲 22歲

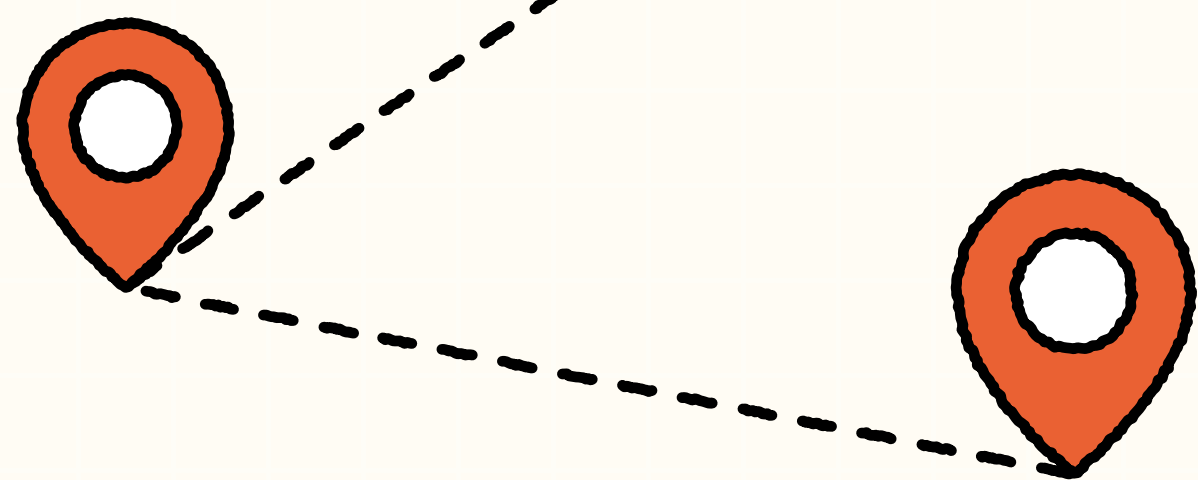


各年齡使用的產業類別分佈

單位：仟元

藝文分類	16歲		17歲		18歲		19歲		20歲		21歲		22歲	
	金額	該類於該年齡總額占比	金額	該類於該年齡總額占比	金額	該類於該年齡總額占比	金額	該類於該年齡總額占比	金額	該類於該年齡總額占比	金額	該類於該年齡總額占比	金額	該類於該年齡總額占比
書店及出版業類	104,911	58.32%	113,808	55.63%	113,746	53.93%	104,070	47.97%	101,916	45.29%	103,668	44.92%	109,419	45.47%
電影院類	7,226	4.02%	8,138	3.98%	8,997	4.27%	11,003	5.07%	11,374	5.05%	10,934	4.74%	10,506	4.37%
表演藝術及文化體驗類	21,981	12.22%	27,675	13.53%	30,353	14.39%	36,222	16.70%	41,858	18.60%	45,084	19.53%	47,795	19.86%
博物館類	1,991	1.11%	2,242	1.10%	2,288	1.08%	2,521	1.16%	3,055	1.36%	3,397	1.47%	3,756	1.56%
文資保存與社區營造場域類	954	0.53%	1,417	0.69%	1,418	0.67%	1,630	0.75%	1,961	0.87%	2,035	0.88%	2,212	0.92%
流行音樂類	21,414	11.91%	23,373	11.42%	21,962	10.41%	21,406	9.87%	19,978	8.88%	18,317	7.94%	17,607	7.32%
文創工藝類	21,389	11.89%	27,932	13.65%	32,160	15.25%	40,083	18.48%	44,895	19.95%	47,358	20.52%	49,320	20.50%
總計	179,866	100%	204,585	100%	210,924	100%	216,935	100%	225,037	100%	230,793	100%	240,615	100%

全臺均有 文化幣的 藝文消費點



註

偏鄉地區定義依113.12.16文化部修正公告「文化禮金藝文消費點申請資格及應備文件」附件:文化禮金非連鎖書店及偏遠地區非連鎖圖書銷售據點偏遠地區認定範圍表，綜合數位發展部「112 年電信事業普及服務管理辦法規定之偏遠地區定義及範圍」及教育部「偏遠地區學校分級及認定標準」核定之偏遠地區學校所在地區進行認定。

- 全臺22個縣市均有文化幣的藝文消費點，包含實體店家、市集、展會及節目，共計1.8萬家。
- 從產業類型來看，前3名分別為「表演藝術及文化體驗類」1.5萬家（占比82.9%）、「文創工藝類」1,308家（占比6.9%）、「書店及出版業類」963家（占比5.1%）。
- 從區域分布來看，六都共1.4萬家（占比78.2%），非六都共4,094家（佔比21.7%）。另位於偏鄉地區為588個（占比3.1%）。

藝文類別	消費點數量（個）	占比
書店及出版業類	963	5.11%
電影院類	117	0.62%
表演藝術及文化體驗	15,640	82.92%
博物館類	287	1.52%
文資保存與社區營造場域類	224	1.18%
流行音樂類	324	1.72%
文創工藝類	1,308	6.93%
總計	18,863	100%

各縣市消費點數量及收款金額

	消費點數量(個)	佔比	使用金額(仟元)	佔比
臺北市	4,180	22.16%	423,569	28.07%
新北市	692	3.67%	121,177	8.03%
桃園市	304	1.61%	92,371	6.12%
臺中市	6,796	36.03%	256,893	17.03%
臺南市	1,135	6.02%	125,647	8.33%
高雄市	1,661	8.81%	186,478	12.36%
基隆市	49	0.26%	4,604	0.31%
新竹市	125	0.66%	48,104	3.19%
新竹縣	102	0.54%	7,128	0.47%
苗栗縣	113	0.60%	11,366	0.75%
彰化縣	160	0.85%	33,316	2.21%
南投縣	89	0.47%	14,033	0.93%
雲林縣	90	0.48%	24,981	1.66%
嘉義市	187	0.99%	33,084	2.19%
嘉義縣	61	0.32%	7,818	0.52%
屏東縣	143	0.76%	28,190	1.87%
宜蘭縣	324	1.72%	21,932	1.45%
花蓮縣	499	2.65%	54,898	3.64%
臺東縣	2,090	11.08%	6,151	0.41%
金門縣	29	0.15%	2,839	0.19%
連江縣	3	0.01%	33	0.00%
澎湖縣	31	0.16%	4,143	0.27%
總計	18,863	100%	1,508,755	100%

- 觀察消費點分布，臺中市擁有最多藝文消費點，第二名為臺東縣，第三名則為臺北市；進一步分析，臺中市、臺東縣的「文創展會、市集類」，占該縣市消費點總數的8成以上；另外，臺北市的「表演藝術及相關藝文體驗類」，占該縣市消費點總數約4成。
- 觀察文化幣消費分布，臺南市在「文資保存與社區營造場域類」使用金額占全國該藝文類別總使用金額逾4成，顯示該市眾多古蹟吸引青年到訪的特性。此外，宜蘭縣於「博物館類」使用金額，位居全國第1，為相較其他縣市突出之特色。



促動青年體驗藝文 全臺消費動能 超過9成3

- 藝文消費點及使用民眾雖涵蓋全國，然實際上藝文事業及人口分布特性，仍有集中於六都消費之現象。
- 若從居住於各縣市青年的消費動能，皆為9成以上。都會區與非都會區並無明顯差異，顯示各地青年尚有足夠之消費點來接觸更多元藝文活動。

註

- 1.符合資格人數係以91~97年各縣市當時申報出生人口統計數作為推估基礎。
- 2.領取人數係以113年文化幣領取時，由領取人所填的居住地為準。
- 3.消費人數係指有一筆以上消費紀錄的人數。
- 4.消費動能係指以該縣市總體文化幣使用青年（至少擁有一筆交易資料帳戶數）為分子，該縣市領取文化禮金青年人數為分母，兩者相比之比率，藉此觀察該縣市消費者進行藝文消費動力程度。

	符合資格人數	領取人數(A)	使用人數(B)	消費動能(B)/(A)
臺北市	155,536	109,624	104,128	94.99%
新北市	233,046	231,444	217,539	93.99%
桃園市	139,768	138,941	128,912	92.78%
臺中市	175,989	175,455	165,555	94.36%
臺南市	112,029	99,759	93,813	94.04%
高雄市	168,581	147,353	138,729	94.15%
基隆市	22,034	19,112	17,578	91.97%
新竹市	33,880	28,295	26,684	94.31%
新竹縣	42,512	36,751	34,151	92.93%
苗栗縣	40,094	30,205	28,041	92.84%
彰化縣	96,198	72,371	67,844	93.74%
南投縣	35,897	24,250	22,524	92.88%
雲林縣	53,030	36,318	33,835	93.16%
嘉義市	15,647	15,682	14,895	94.98%
嘉義縣	40,319	25,541	23,740	92.95%
屏東縣	57,510	40,018	36,540	91.31%
宜蘭縣	29,750	23,773	22,220	93.47%
花蓮縣	22,844	15,988	14,644	91.59%
臺東縣	17,191	9,670	8,382	86.68%
金門縣	5,652	4,311	4,044	93.81%
連江縣	709	424	385	90.80%
澎湖縣	6,263	4,433	4,158	93.80%
總計	1,504,479	1,289,718	1,208,341	93.69%

花蓮振興 文化幣



註

- 1.領取金額=領取人數*1200
- 2.領取使用率 = 使用金額 / 領取金額

符合113年領取文化幣資格的16-22歲青年，只要到花蓮藝文消費點出示會員條碼及身分證件，即加碼1,200點花蓮振興文化幣，專屬花蓮地區使用，使用期間自113年6月8日至113年12月31日止。

首波匡列2,000萬元，從113年6月8日開放領用至8月下旬止，領取率已接近100%，爰再加碼2,000萬元，合計投入4,000萬元，支持花蓮藝文產業復振。

領取人數

3 萬 2,828 人

領取金額 ^{註1}

39,393 仟元

使用金額

36,265 仟元



領取使用率 ^{註2}
約92%

吸引外縣市大學生 造訪花蓮藝文體驗

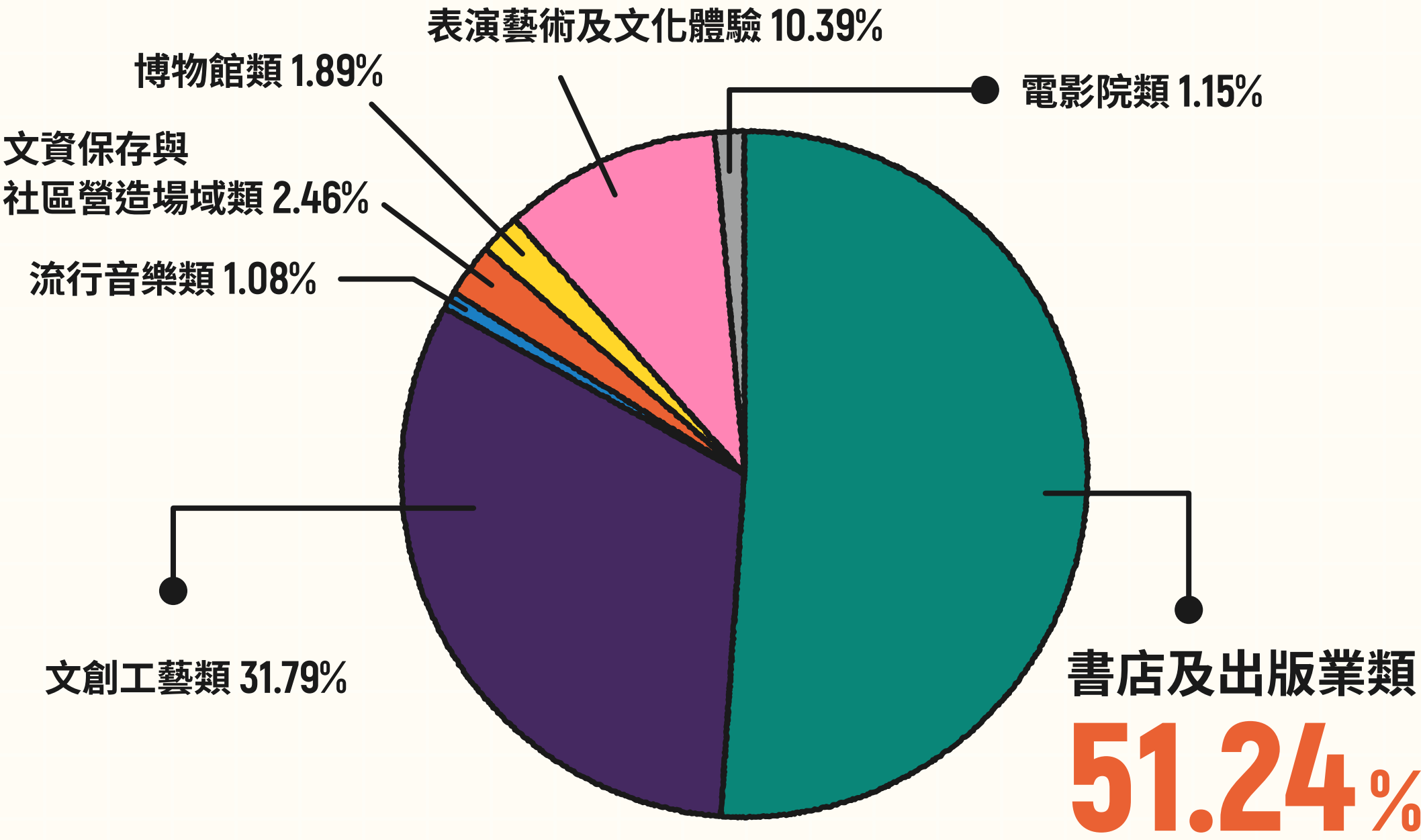
- 以年齡觀察，19-22歲大學生為領取大宗，佔領取總人數7成1，其中以21歲領取人數最多（19%），其次為20歲（18.8%），第3名為22歲青年（18%）。
- 若以領取人戶籍地觀察，除花蓮本地青年占比25%之外，超過7成來自外縣市，並以新北市（15.6%）最多。

年齡	人數	比例
16歲	2,507	7.65%
17歲	2,920	8.89%
18歲	3,845	11.71%
19歲	5,207	15.86%
20歲	6,196	18.87%
21歲	6,245	19.02%
22歲	5,908	18.00%
總計	32,828	100%

戶籍地	領取人數	比例
花蓮縣	8,220	25.03%
新北市	5,146	15.68%
高雄市	3,000	9.14%
臺北市	2,985	9.09%
桃園市	2,614	7.96%
臺中市	2,182	6.65%
臺南市	1,634	4.98%
宜蘭縣	1,351	4.12%
彰化縣	901	2.74%
屏東縣	710	2.16%
臺東縣	619	1.89%
新竹縣	586	1.79%
基隆市	484	1.47%
新竹市	462	1.41%
雲林縣	459	1.40%
苗栗縣	405	1.23%
南投縣	331	1.01%
嘉義縣	314	0.96%
嘉義市	220	0.67%
金門縣	129	0.39%
澎湖縣	66	0.20%
連江縣	10	0.03%
總計	32,828	100.00%

花蓮文化幣使用 逾3600萬 提振在地藝文產業

花蓮振興文化幣七大類別使用情形



- 使用金額集中於「書店及出版業類」（51.2%）、「文創工藝類」（31.7%）、「表演藝術及文化體驗」（10.3%），與文化幣整體使用趨勢相符。
- 花蓮振興文化幣在「文創工藝類」類別使用占31.7%，相較該類於整體文化幣使用僅占約17.4%，顯示有更為集中於此類使用的現象。該類消費點除有一般工藝店家，亦包含許多以金工玉石、原民文化等富花蓮特色之工藝工作室。

文化幣使用類型	使用金額(仟元)	占比
書店及出版業類	18,580	51.24%
電影院類	416	1.15%
表演藝術及文化體驗類	3,769	10.39%
博物館類	684	1.89%
文資保存與社區營造場域類	893	2.46%
流行音樂類	393	1.08%
文創工藝類	11,530	31.79%
總計	36,265	100.00%



文化幣

CULTURE POINTS



文化部
MINISTRY OF CULTURE