



兩廳院售票系統

2013-2019年消費行為報告

作為國內代表性的藝文票券銷售平台，「兩廳院售票系統」期許成為藝文觀眾與場館、團隊的橋梁，本次委託「國立交通大學統計學研究所」再度呈現2013-2019年表演藝術大數據，展現國內藝文消費的樣貌及產業發展趨勢，回饋表演藝術產業多元的行銷應用參考。



- 資料來源：兩廳院售票系統購票會員與銷售節目為主，未含非會員帳號購票者與非售票之藝文活動。
- 研究限制：消費者個人資料依申請會員帳號填寫資料進行統計，消費者是否為實際參與藝文活動觀眾及期間可能變動個人資料，此部份存潛在落差。本報告針對大量節目、團隊與消費者之統計分析，其結果能呈現總體平均行為，不能代表各別團隊或消費者及特定節目情形，故分析結論對整體產業代表性僅供參考。

目錄

01 表演大數據	03
02 全台地區一探究竟	08
03 大中小型演出加場解密	14
04 購票行為大解密	20
05 2019年人氣大排行	29
06 開幕前後藝文人口流動影響	36
07 疫情影響 2020	40



01

表演大數據

2013-2019年

觀察兩廳院售票系統近7年節目銷售趨勢動態，可略呈現表演藝術產業的
總體脈絡，輔助藝文推廣及行銷有更進一步瞭解。

節目票房 **\$12億/年**

戲劇節目佔5成；近7年音樂、親子節目平均每場票房有明顯成長趨勢

演出場次 **6,639場/年**

近7年演出場次漸增，2019年達高峰

售票張數 **179萬張/年**

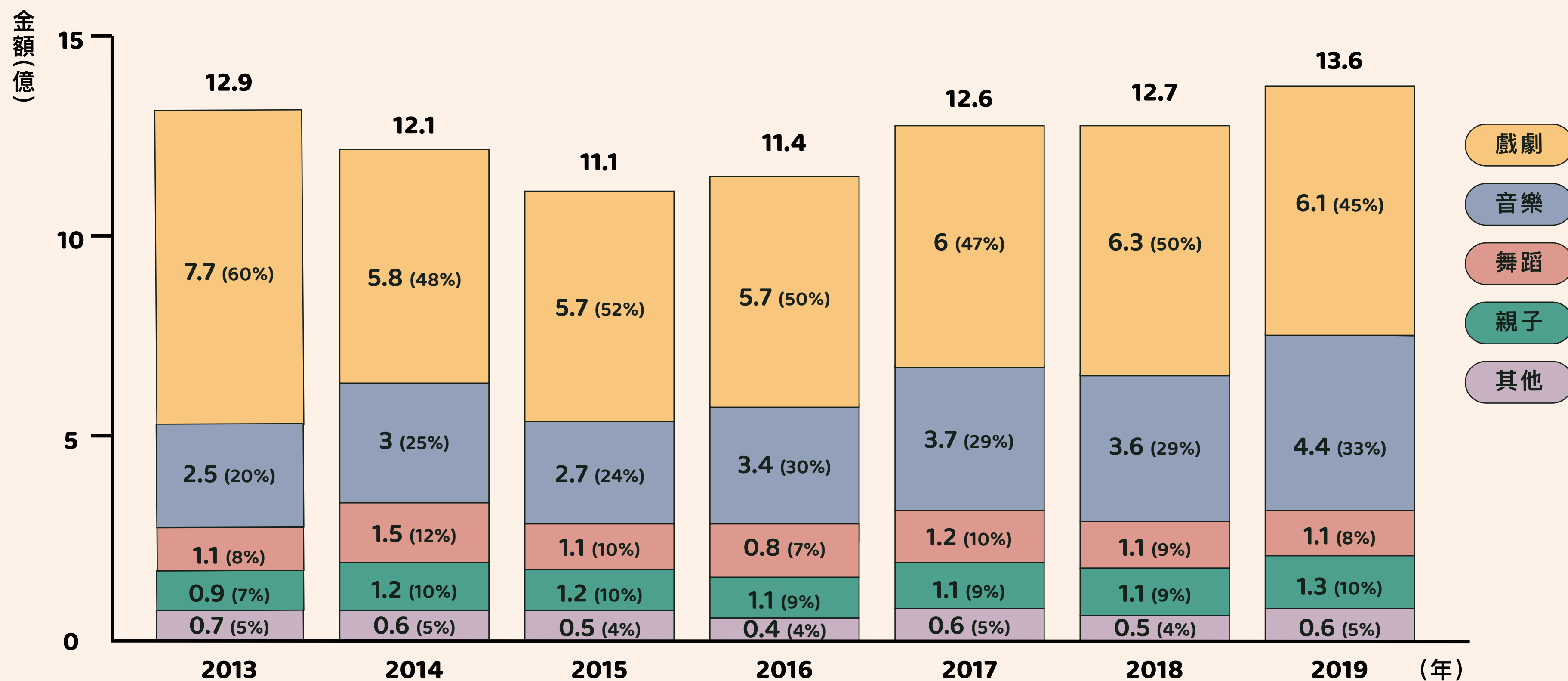
戲劇及音樂節目自2016年起售票數逐年提升

年均票房12億

2019年音樂節目佔3成 創近7年新高

戲劇及音樂節目近7年票房呈現明顯成長趨勢 (1%顯著水準)

2013-2019年 節目票房



註1：2013-2014年戲劇節目因太陽劇團大幅提升票房，視為單一年度特殊現象，後續相關統計分析將予以排除。

註2：其他節目類別為非戲劇、音樂、舞蹈或親子節目，包含講座、工作坊等活動。

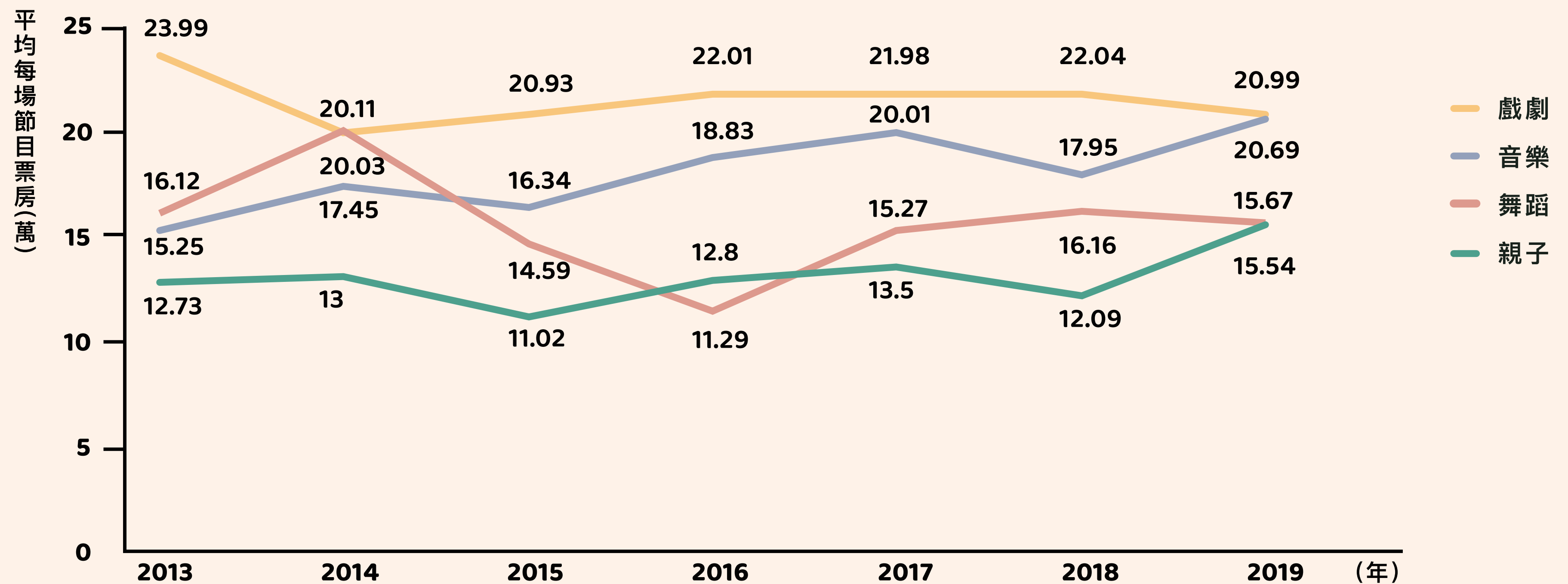
註3：顯著水準的數值越低，表示對該推論越具信心，常見的顯著水準為10%、5%、1%。

註4：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。

平均每場票房

音樂、親子節目近7年平均每場票房有明顯成長趨勢

2013-2019年 平均每場票房

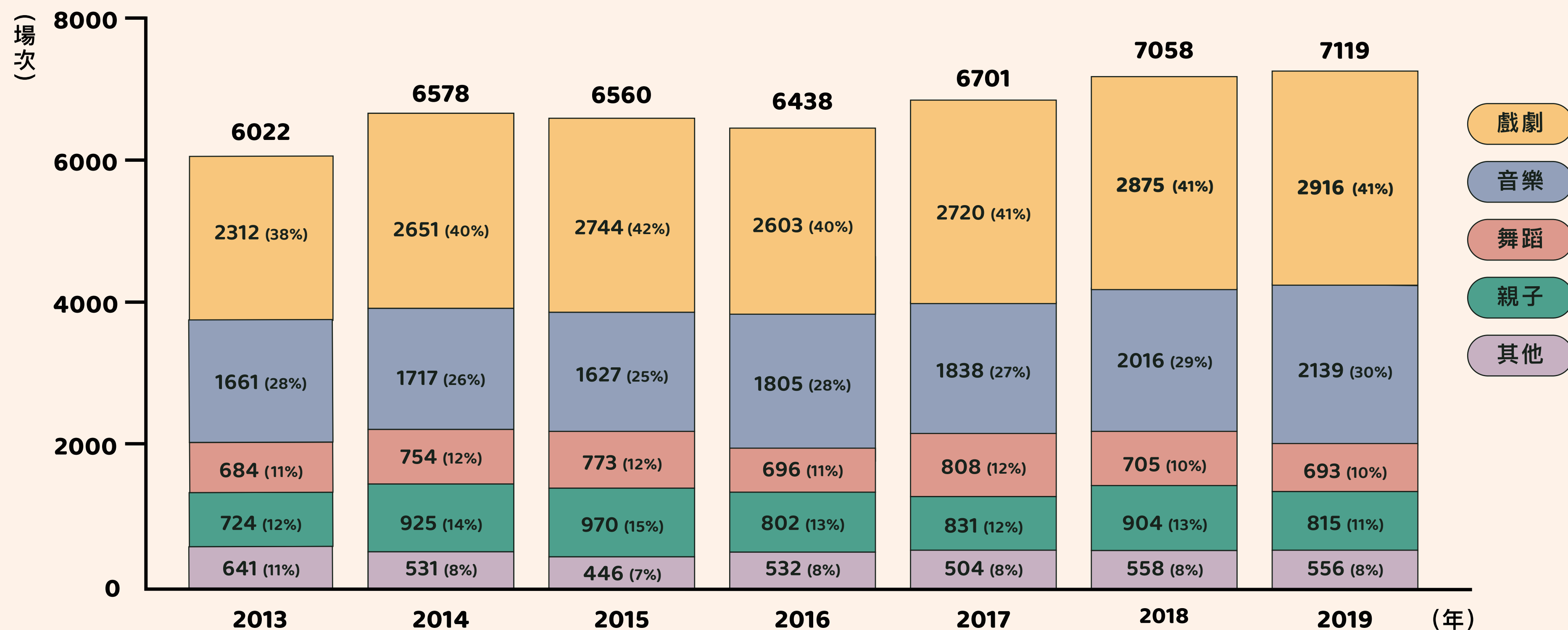


註：其他類節目之資料量與其他比較項目落差較大，故未納入比較分析。

年均場次6,639場

2019年總場次達7,119場，音樂類演出場次自2018年起大幅成長。

2013-2019年 演出場次



註1：同一檔節目，每個售票場次皆計為一場。

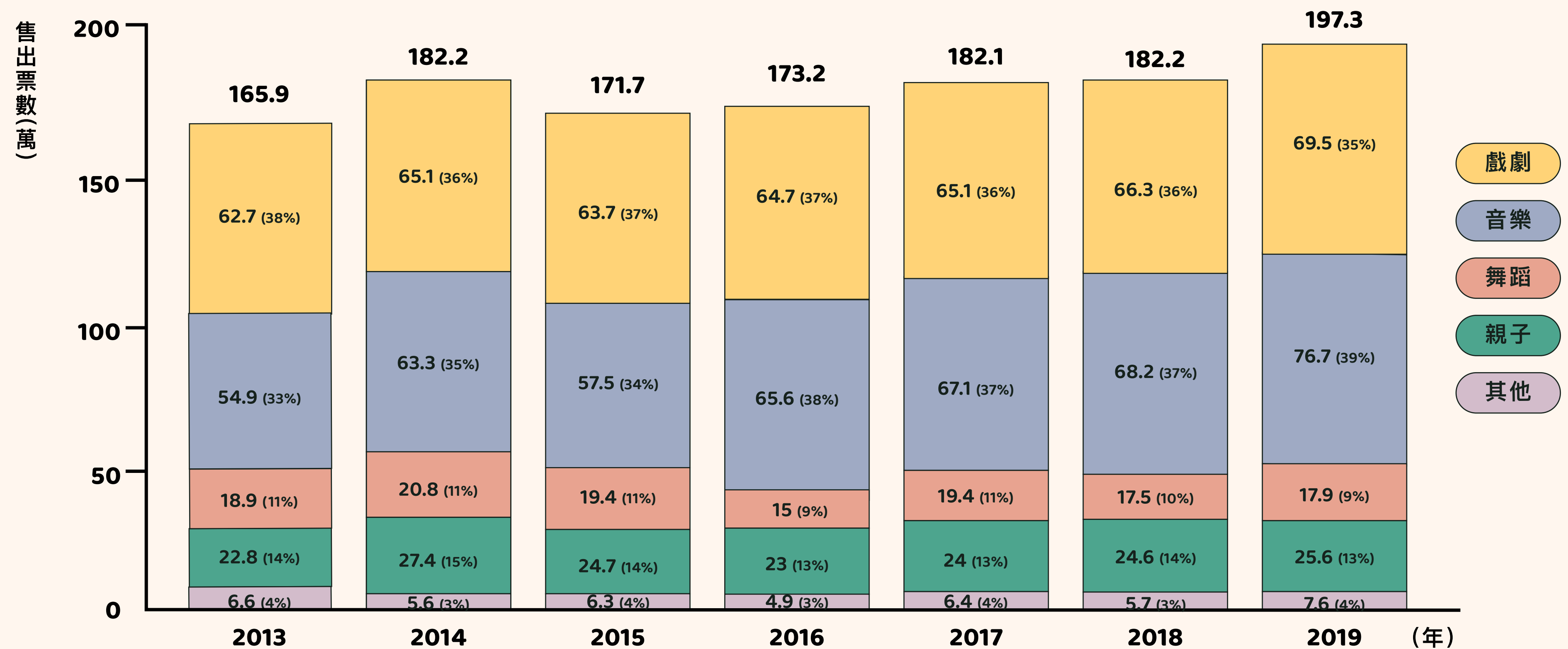
註2：其他節目類別為非戲劇、音樂、舞蹈或親子節目，包含講座、工作坊等活動。

註3：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。

年均售票數179萬張

戲劇及音樂節目近7年售票數有明顯成長趨勢，音樂節目自2016年起售票數明顯高於戲劇節目。

2013-2019年 售出票數



註1：其他節目類別為非戲劇、音樂、舞蹈或親子節目，包含講座、工作坊等活動。

註2：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。

02

全台地區 一探究竟

近年各地新興藝文場館興起，為深究總體數據趨勢變因，我們從「全台地區」及「大中小型演出」面向分析提煉，透過差異化數據解讀，看見更多可能。

統計2013~2019年全台各地區演出數據(票房、場次、票數、平均每場票房)，各節目演出地點以該場館演出地點地址判定(地址標示不清者，在此未呈現)，台灣各地區之認定依據國家發展委員會標準參考，分區如下：

雙北地區 北市、新北

南部地區 高雄、台南、嘉義、屏東及澎湖

北部地區(非雙北) 基隆、新竹、桃園及宜蘭




東部地區 花蓮、台東

中部地區 台中、苗栗、彰化、南投及雲林

全台地區

2013~2019年各地區數據走勢

音樂節目普遍呈現正成長。北部地區戲劇節目場次明顯成長，平均每場票房則下滑。雙北地區舞蹈節目售票數與平均每場票房呈現下滑趨勢。

地區別	項目	 戲劇	 音樂	 舞蹈	 親子	經「簡單線性迴歸」 分析呈顯著
 雙北	票房	—	▲	—	—	
	場次	▲	▲	—	—	▲ 趨勢上升 ▼ 趨勢下降 — 無明顯趨勢
	售票數	—	—	▼	—	
	平均每場票房	▼	▲	▼	▲	
 北部 非雙北	票房	—	▲	—	—	經「簡單線性迴歸」 分析呈顯著
	場次	▲	▲	—	▲	
	售票數	—	—	—	—	
	平均每場票房	▼	▲	—	▼	
 中部	票房	▲	▲	▲	—	經「簡單線性迴歸」 分析呈顯著
	場次	▲	▲	▲	▲	
	售票數	▲	▲	▲	—	
	平均每場票房	▲	▲	—	▼	
 南部	票房	—	▲	—	—	經「簡單線性迴歸」 分析呈顯著
	場次	—	—	—	▼	
	售票數	—	▲	—	—	
	平均每場票房	—	▲	—	▲	

註：東部地區與其他地區數值相較落差較大，故不放入比較圖表，惟仍有顯示票房、場次、購票數數值。

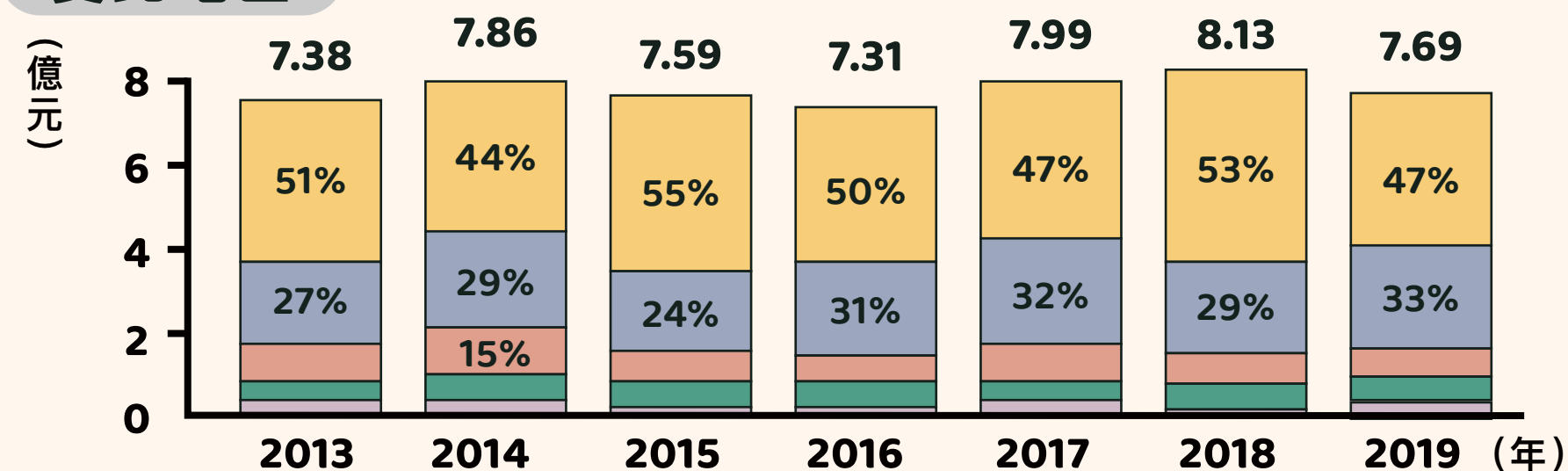
演出票房

2019年南部地區票房攀升

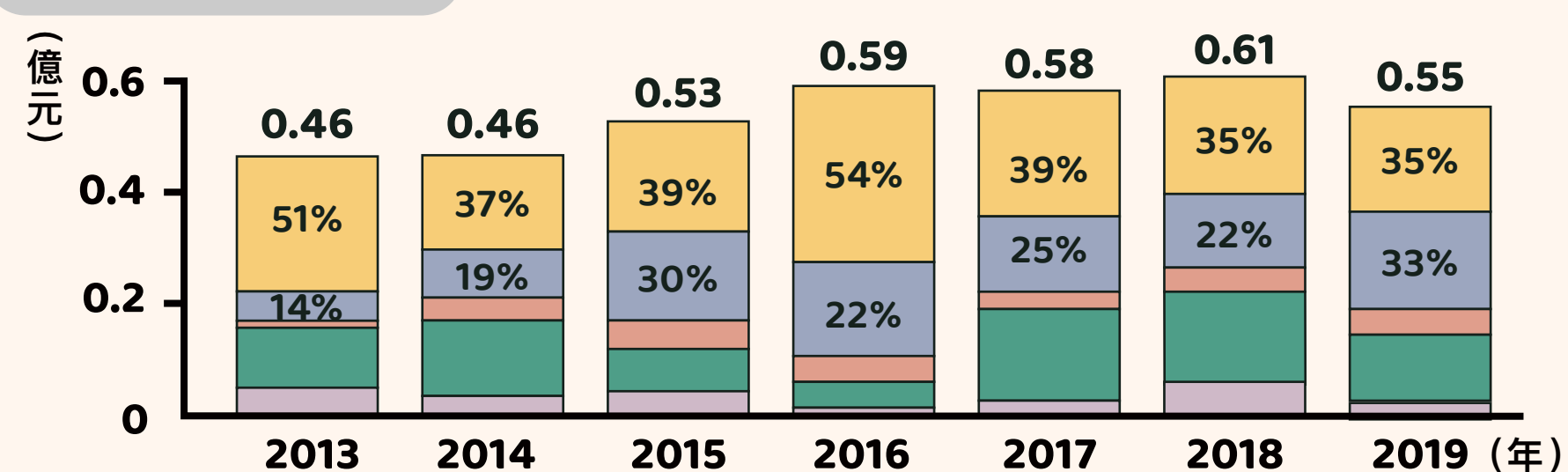
中部地區票房自2017年起大幅增加、南部地區2019年票房達2.8億，創近7年新高。
各地區音樂節目票房有明顯成長趨勢（10%顯著水準）。

2013-2019年 各地區票房

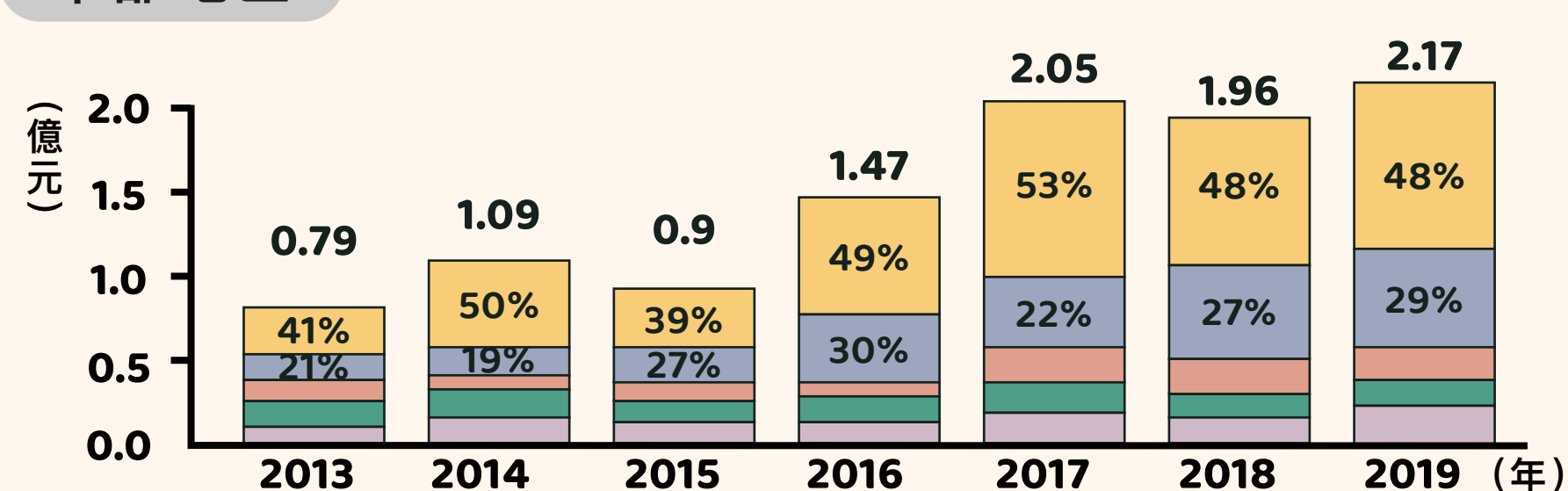
雙北地區



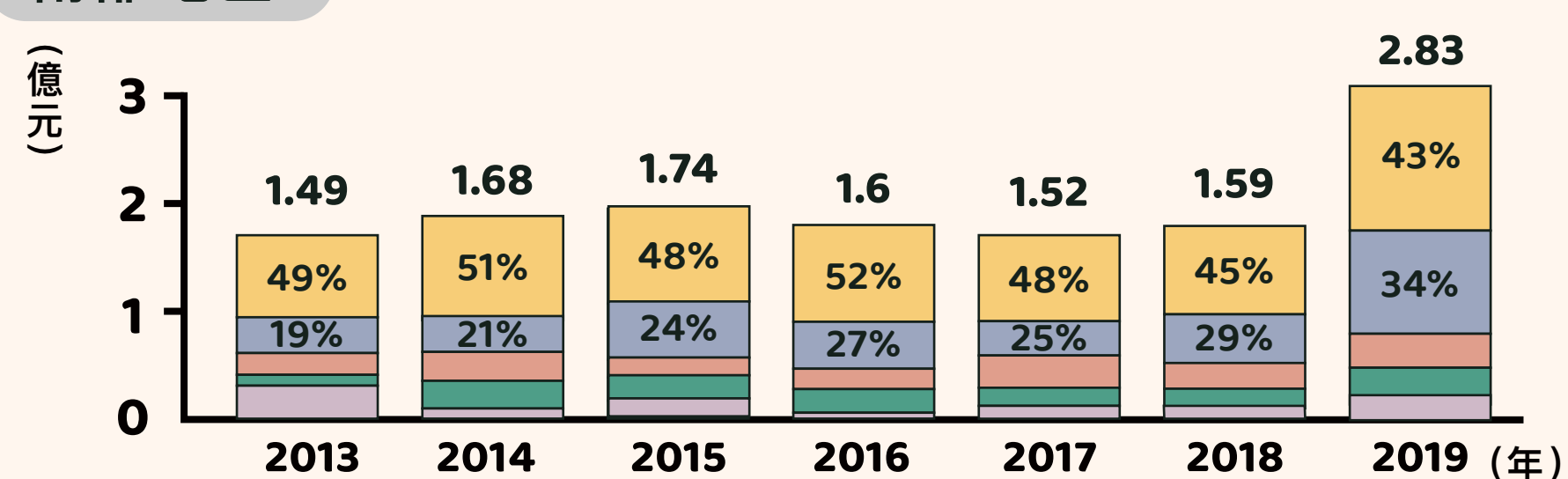
北部(非雙北地區)



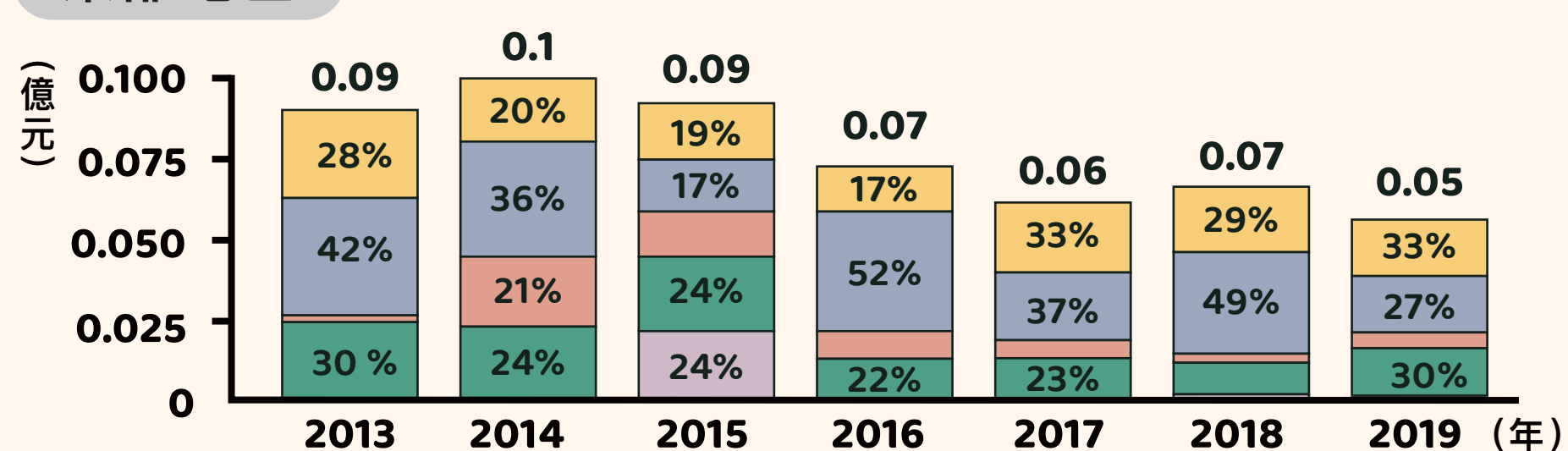
中部地區



南部地區



東部地區



戲劇 音樂 舞蹈 親子 其他

註1：顯著水準的數值越低，表示對該推論越具信心，常見的顯著水準為10%、5%、1%。
註2：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。
註3：場館演出地址標示不清者，在此未呈現。

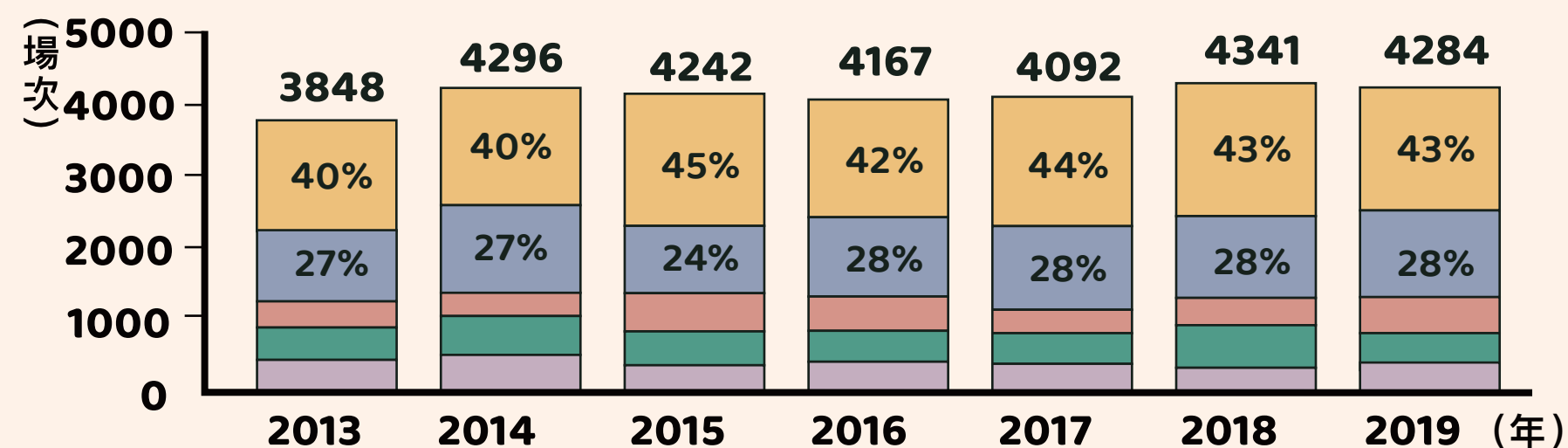
演出場次

近7年雙北地區演出場次約佔6成

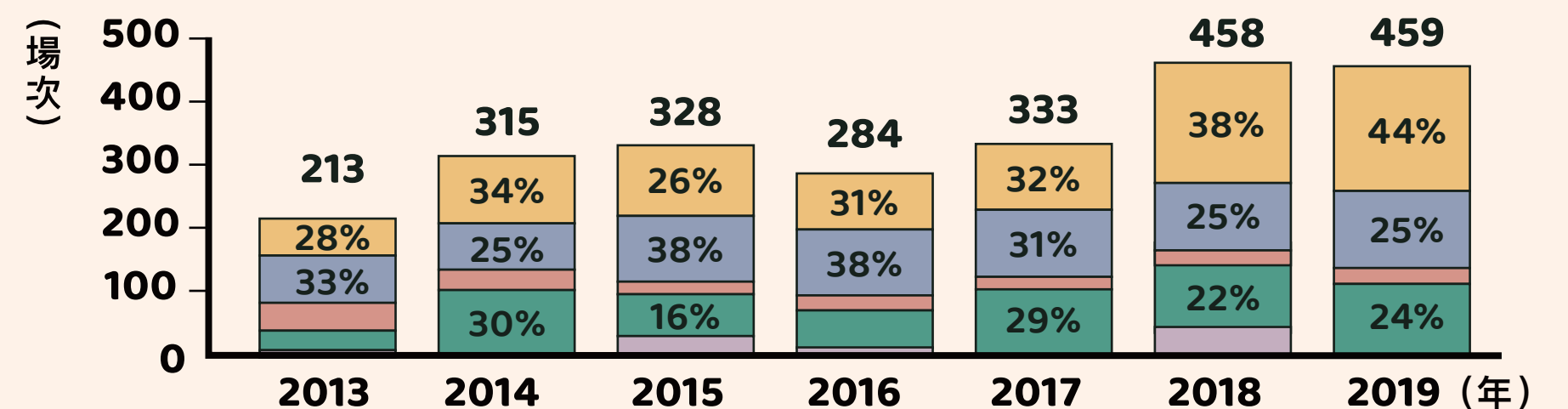
北部非雙北地區之演出場次自2018年起明顯增加，售票金額未同步增加。
各地區演出場次普遍呈現逐年成長，南部地區親子節目則有下滑走勢 (10%顯著水準)。

2013-2019年 各地區演出場次

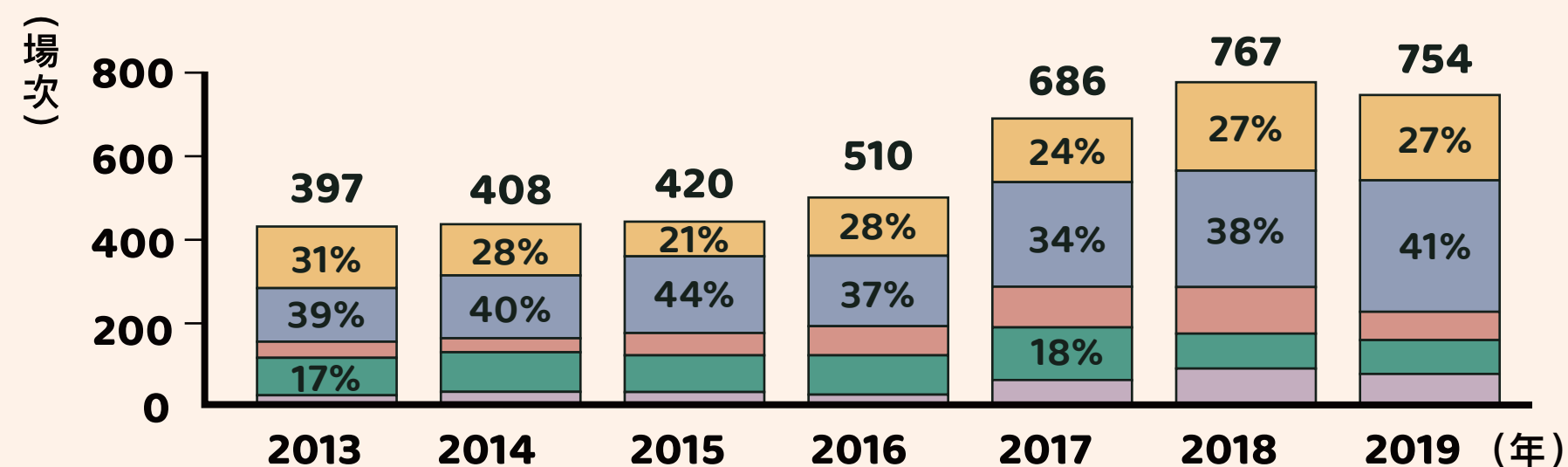
雙北地區



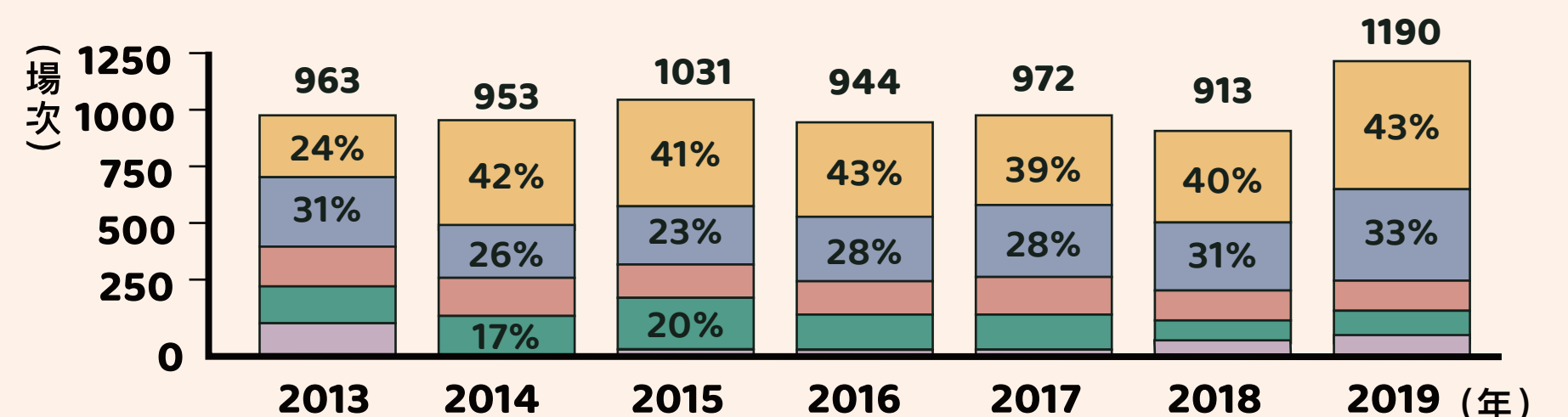
北部(非雙北地區)



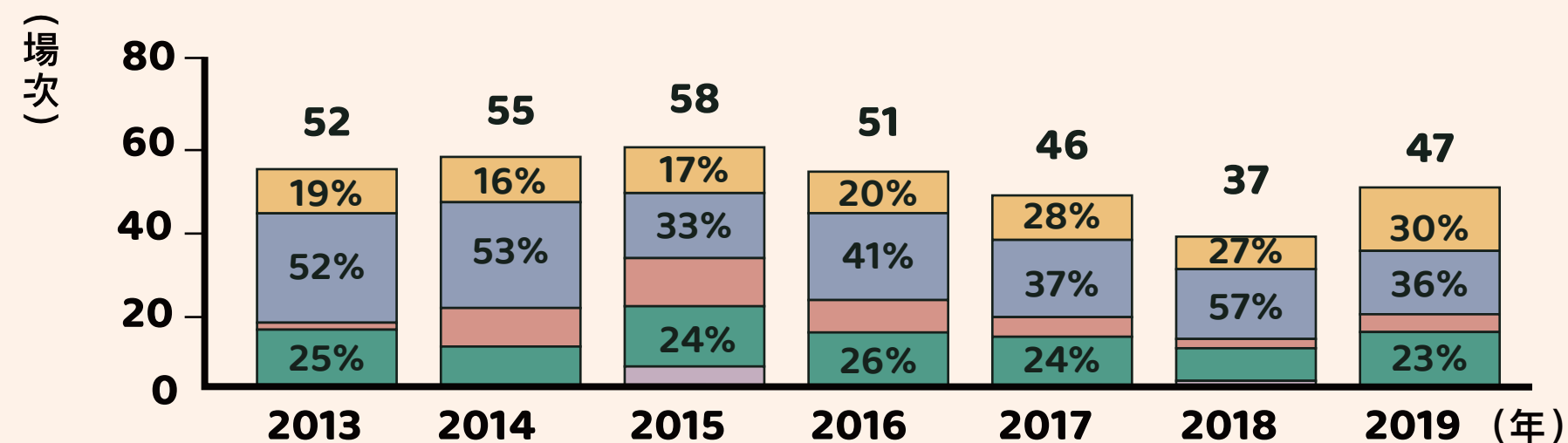
中部地區



南部地區



東部地區



戲劇 音樂 舞蹈 親子 其他

註1：顯著水準的數值越低，表示對該推論越具信心，常見的顯著水準為10%、5%、1%。
註2：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。
註3：場館演出地址標示不清者，在此未呈現。

售票張數

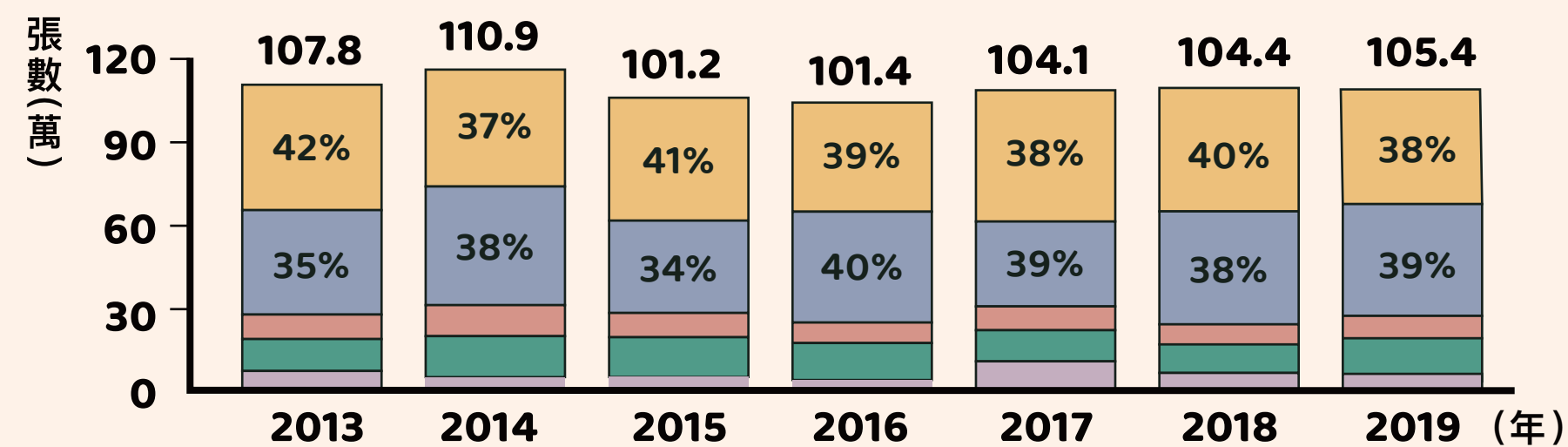
2019年中南部地區售票數佔近4成

北部非雙北地區之演出場次自2018年起明顯增加，售票張數未同步增加。

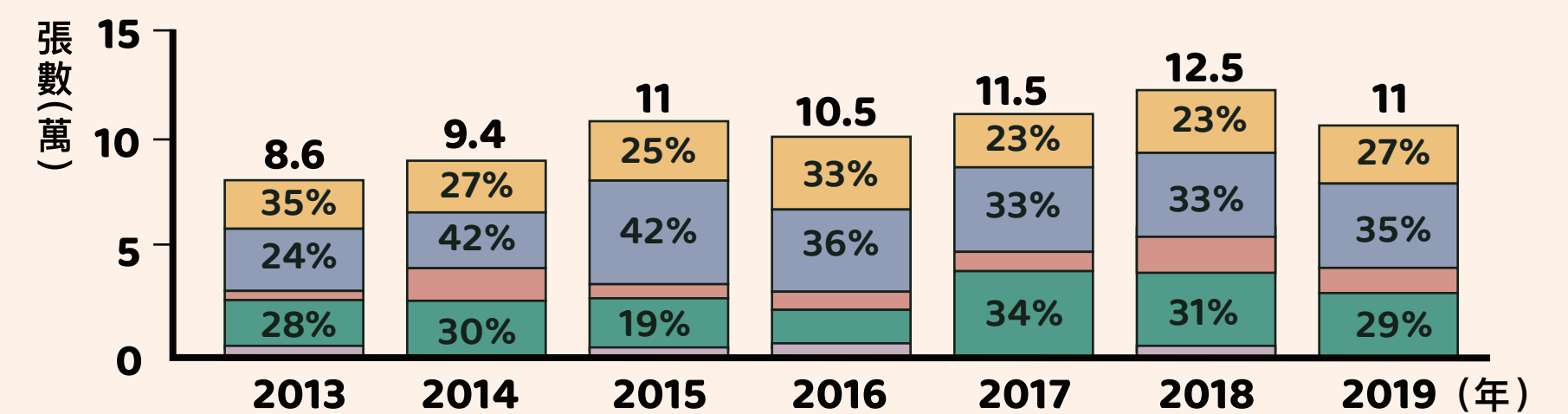
中部地區各類節目之售出票數有明顯成長趨勢、雙北地區舞蹈節目則下滑 (10%顯著水準)。

2013-2019年 各地區售票數

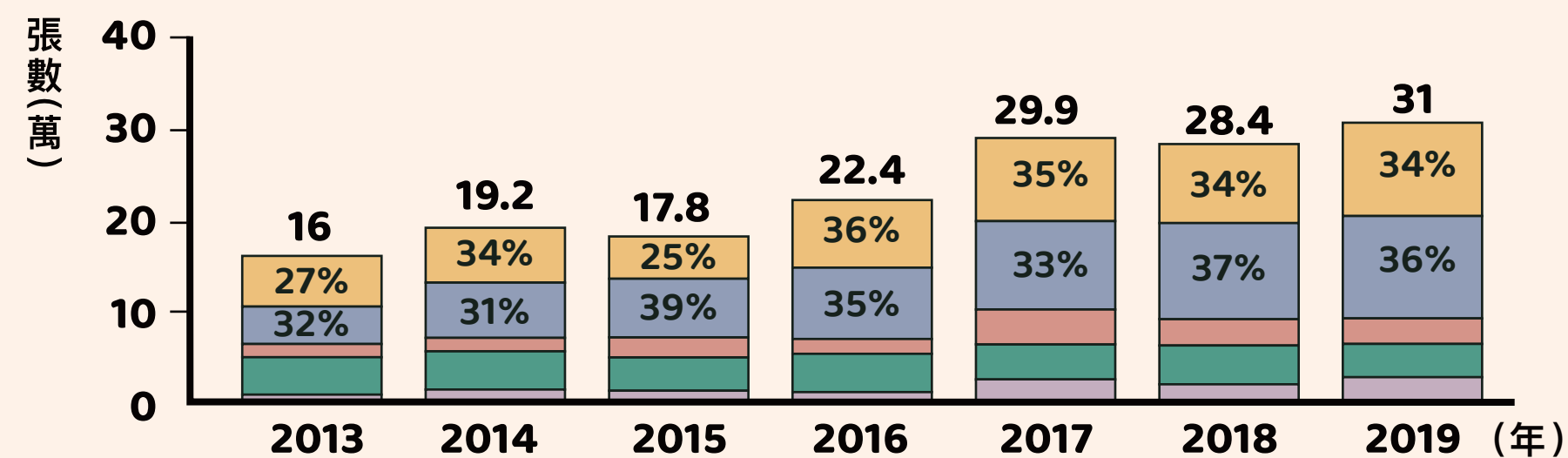
雙北地區



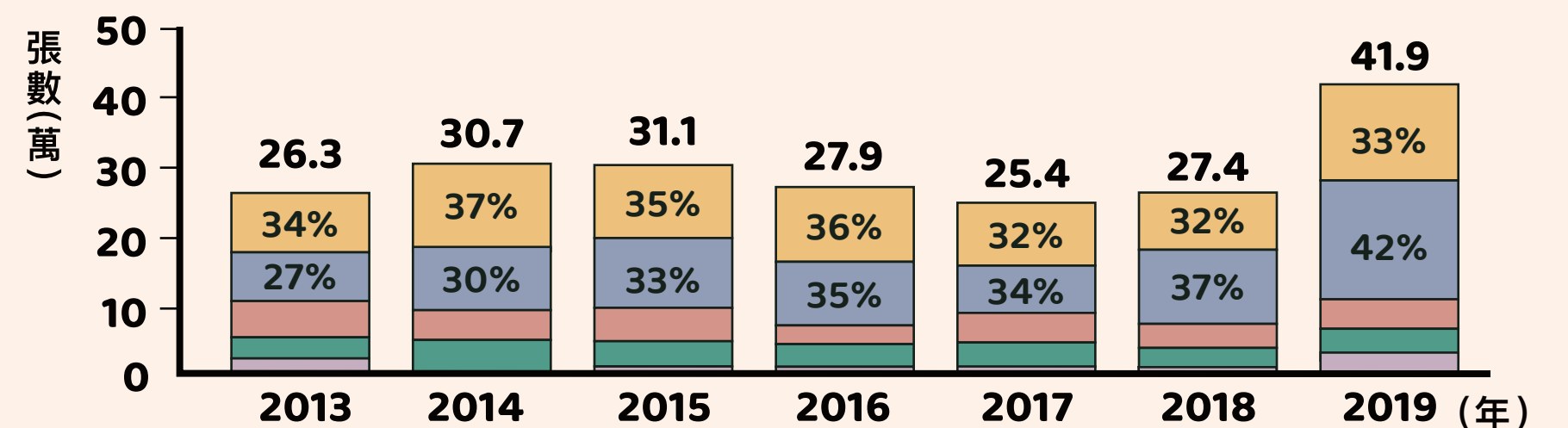
北部(非雙北地區)



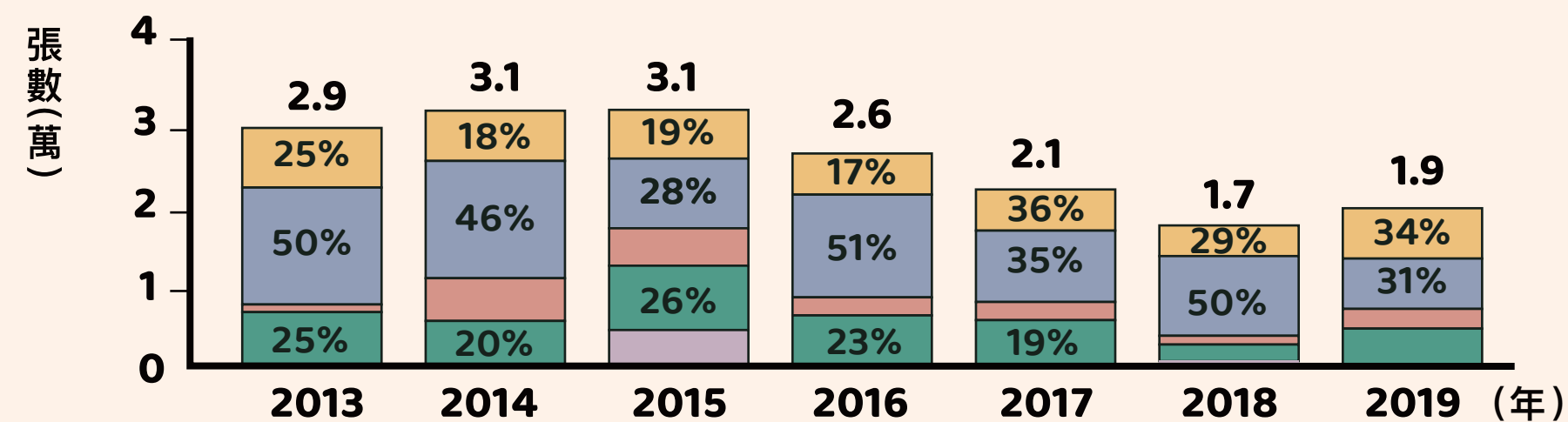
中部地區



南部地區



東部地區



戲劇 音樂 舞蹈 親子 其他

註1：顯著水準的數值越低，表示對該推論越具信心，常見的顯著水準為10%、5%、1%。

註2：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。

註3：場館演出地址標示不清者，在此未呈現。

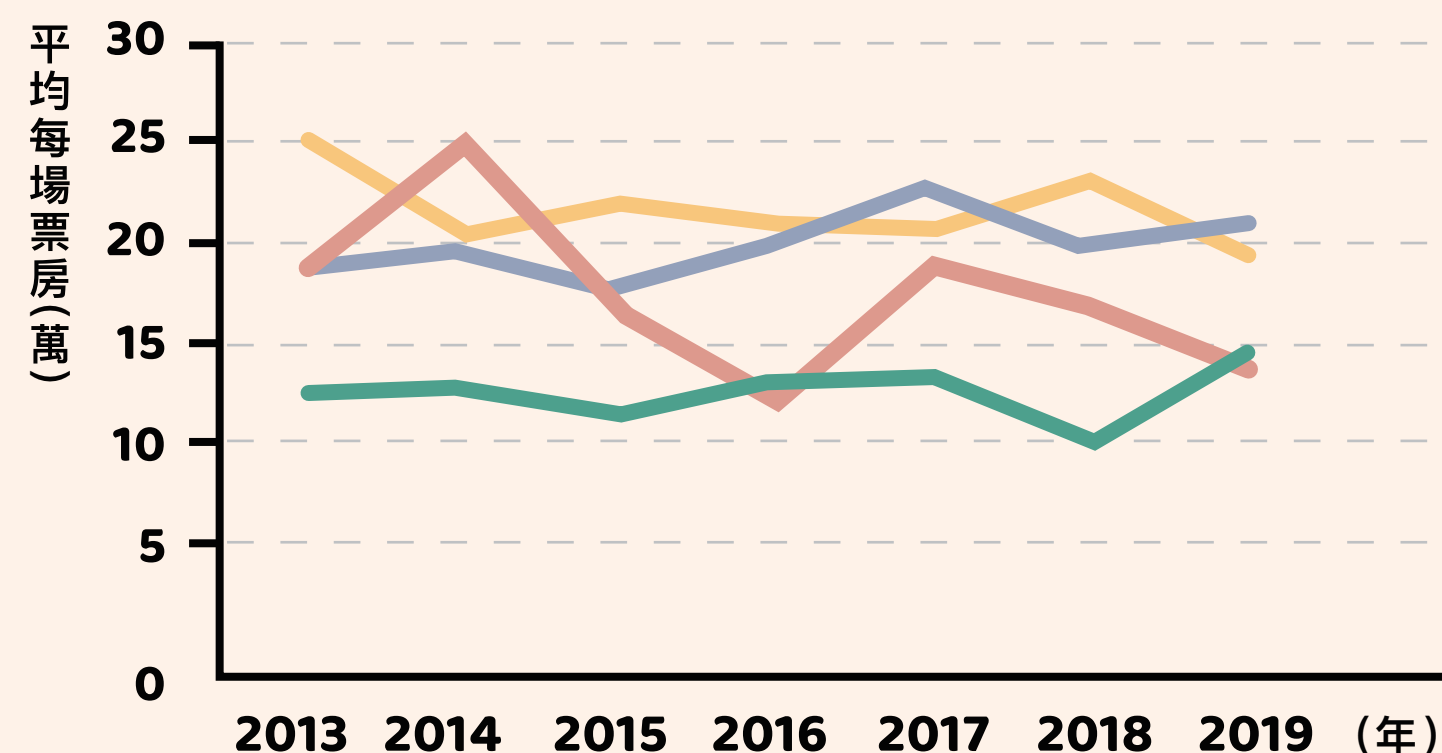
平均每場票房

2019年北部地區音樂節目平均票房高於戲劇節目

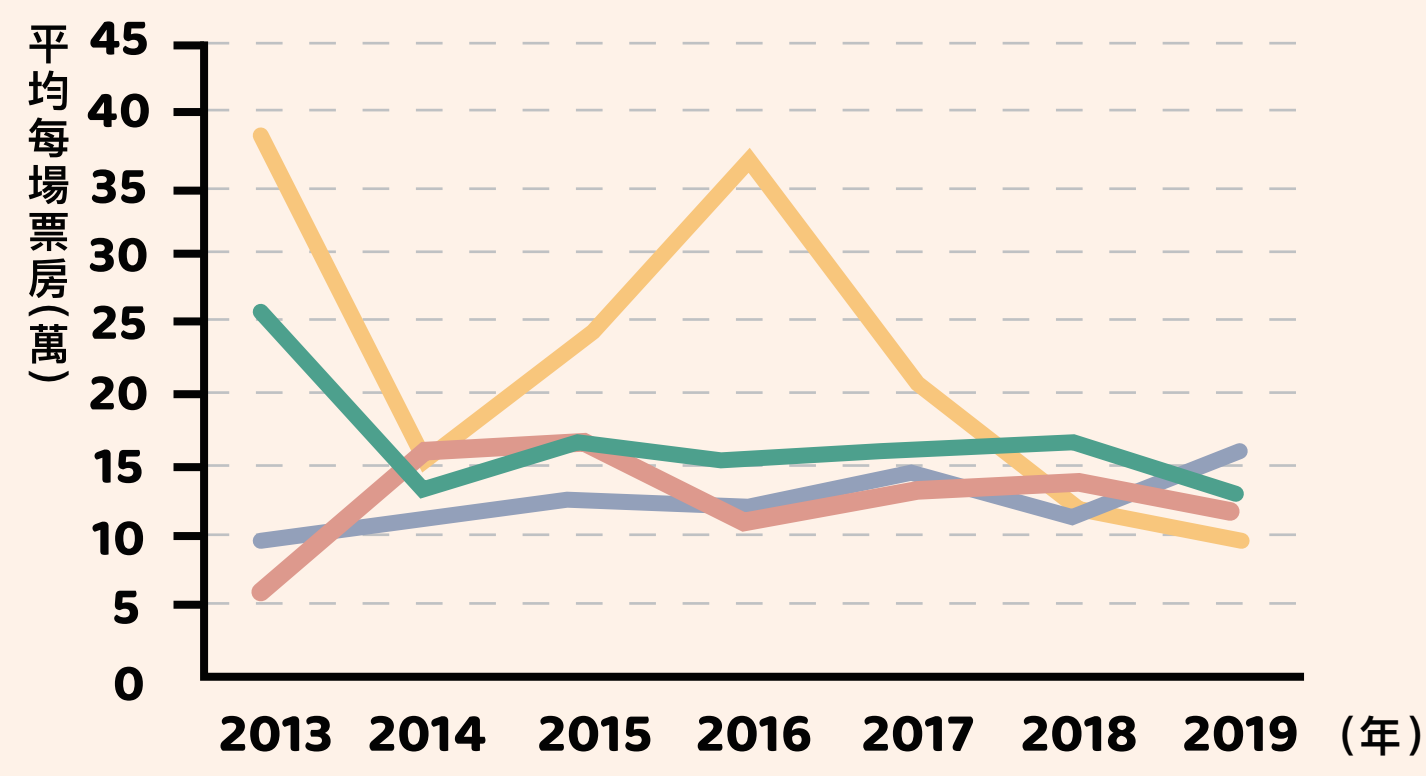
近7年北部地區戲劇節目平均每場票房呈現下滑趨勢 (10%顯著水準)。

2013-2019年 各地區平均每場票房

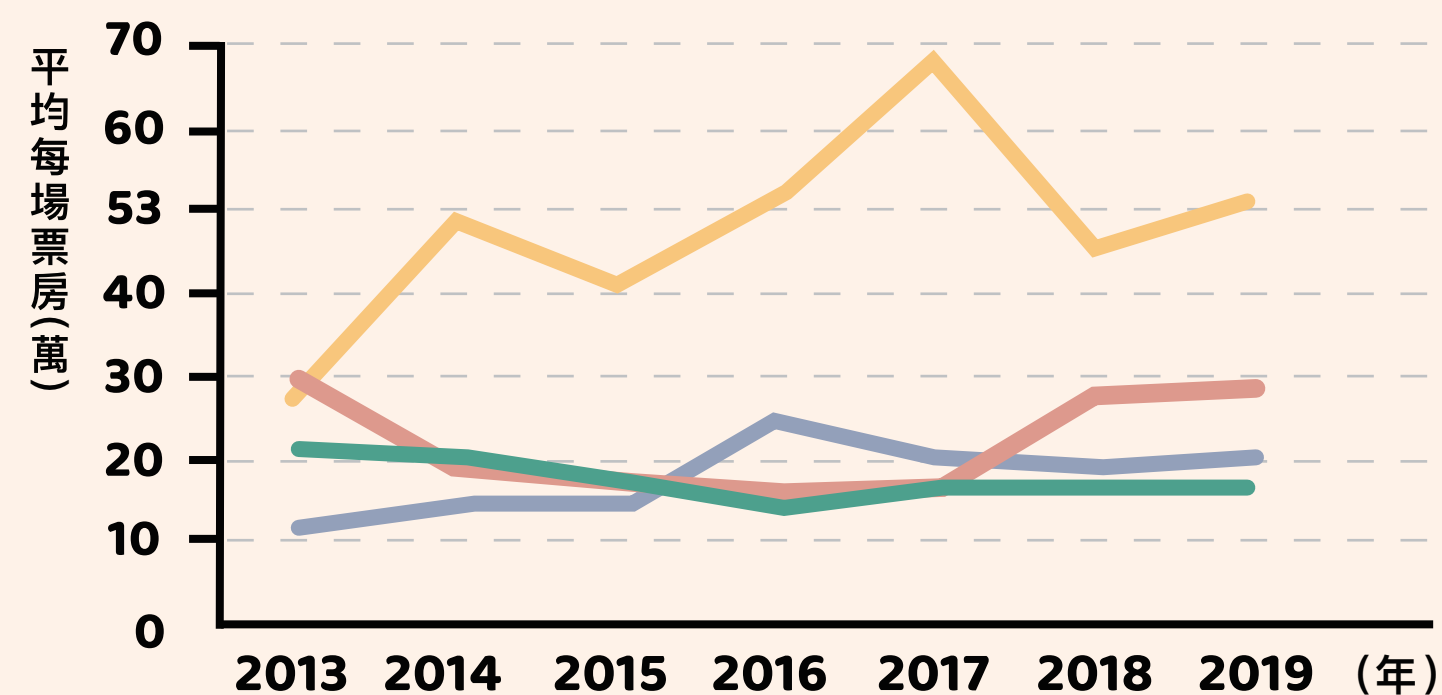
雙北地區



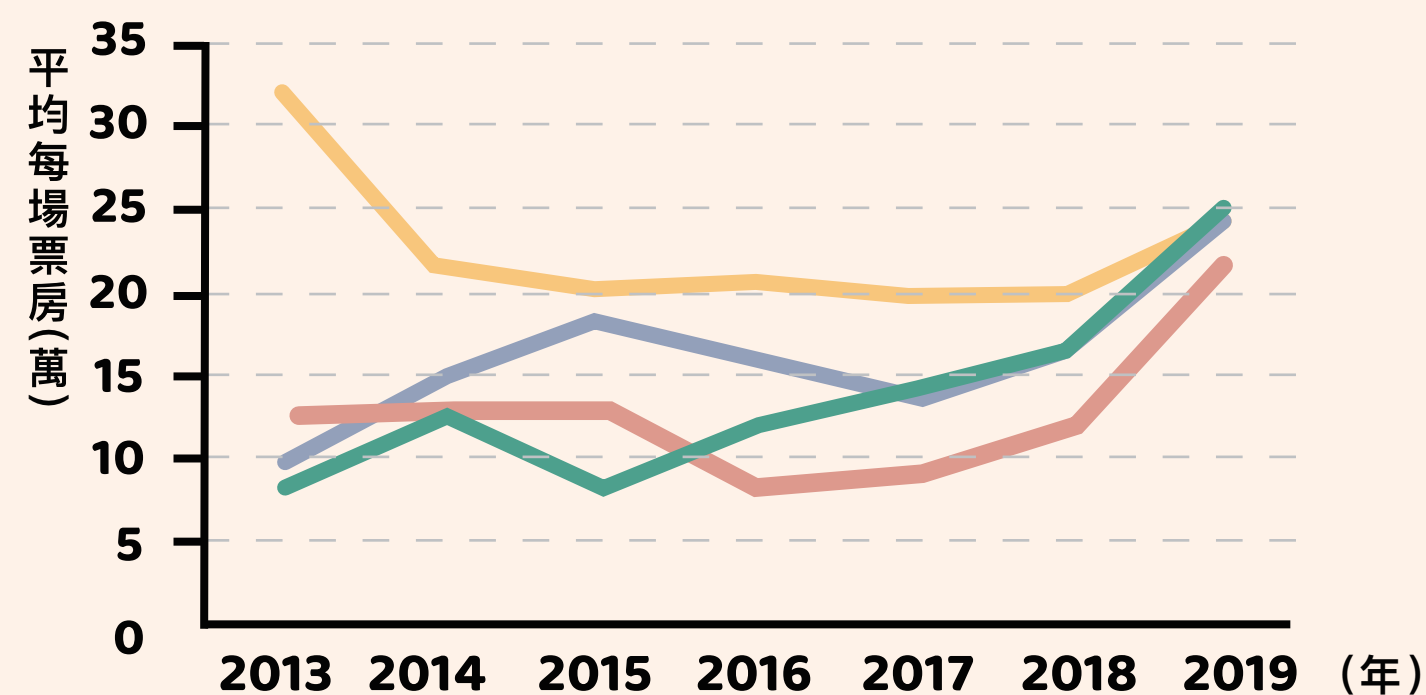
北部(非雙北地區)



中部地區



南部地區



註1：東部地區及其他類節目之資料量與其他比較項目落差較大，故未納入比較分析。
註2：顯著水準的數值越低，表示對該推論越具信心，常見的顯著水準為10%、5%、1%
註3：場館演出地址標示不清者，在此未呈現。

03

大中小型演出 加場解密

近年各地新興藝文場館興起，為深究總體數據趨勢變因，除了洞察「全台地區」，另加場「大中小型演出」解密場，勾勒更多可能的數據輪廓。

大中小型演出定義依節目「每場可售票數規模」預設觀察(非以場館座位數規模為定義)，可售票數規模參考全台場館觀眾席數預設平均值。

大型 可售票數800張以上



中型 可售票數200~799張

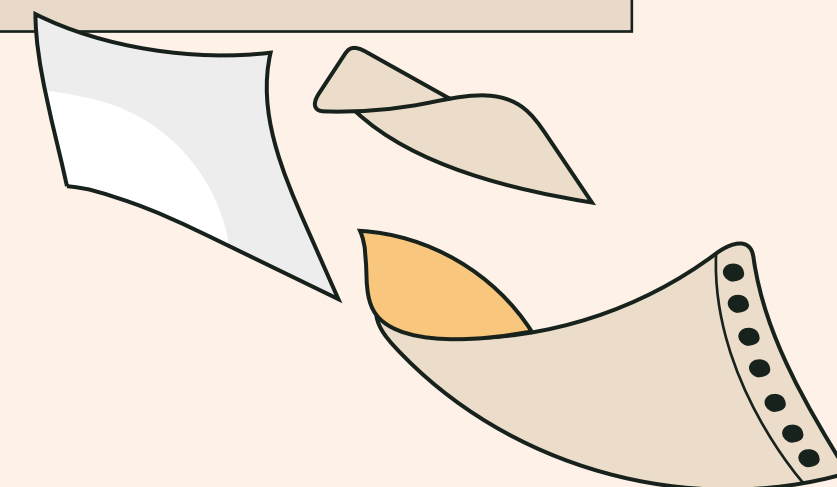
小型 可售票數199張以下

大中小型演出

2013~2019年各類演出規模數據走勢

音樂節目普遍來看皆呈現正成長。近7年大型演出之戲劇節目票房、售票數有明顯成長趨勢，平均每場票房則下滑。

演出規模	項目	 戲劇	 音樂	 舞蹈	 親子	 ▲ 趨勢上升 ▼ 趨勢下降 — 無明顯趨勢 經「簡單線性迴歸」 分析呈顯著
大型演出 (總票數>799)	票房	▲	▲	—	—	
	場次	—	▲	—	—	
	售票數	▲	▲	—	—	
	平均每場票房	▼	▲	—	▲	
中型演出 (總票數200~799)	票房	—	▲	—	—	
	場次	—	▲	—	—	
	售票數	—	▲	—	—	
	平均每場票房	—	▲	▲	▲	
小型演出 (總票數<200)	票房	▲	▲	▲	—	
	場次	▲	—	—	—	
	售票數	▲	—	—	—	
	平均每場票房	▲	▲	▲	—	



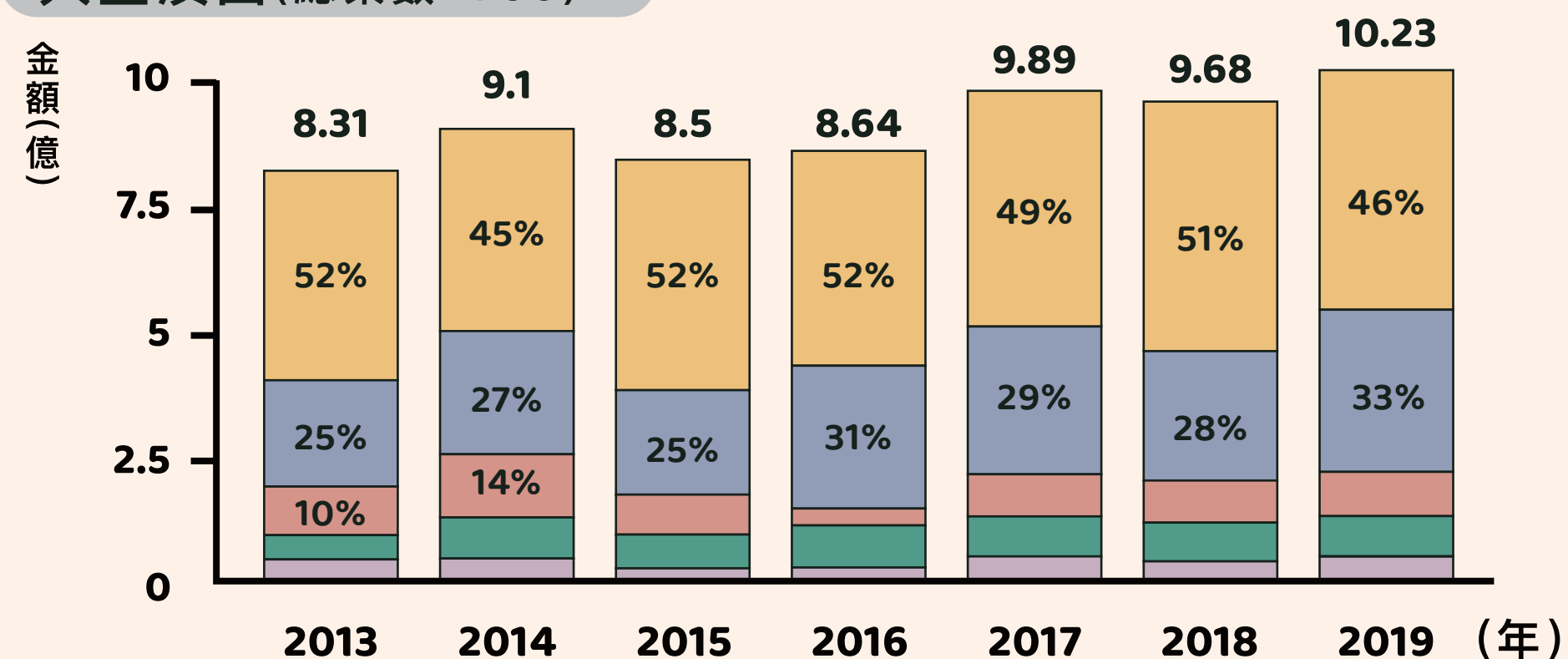
演出票房

大型演出票房自2017年起漸增

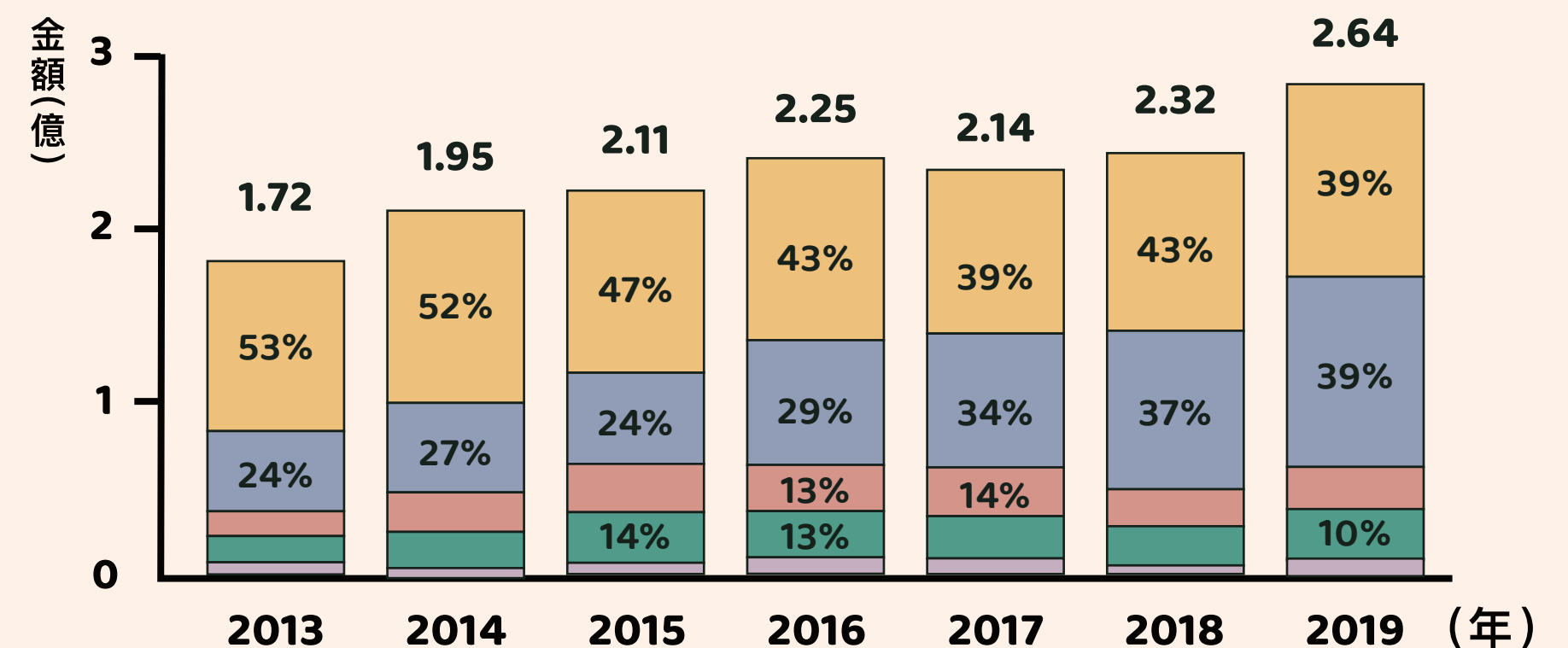
音樂節目票房呈現成長趨勢，小型演出之各類型節目皆有明顯成長趨勢（10%顯著水準）。

2013-2019年 大中小型演出票房

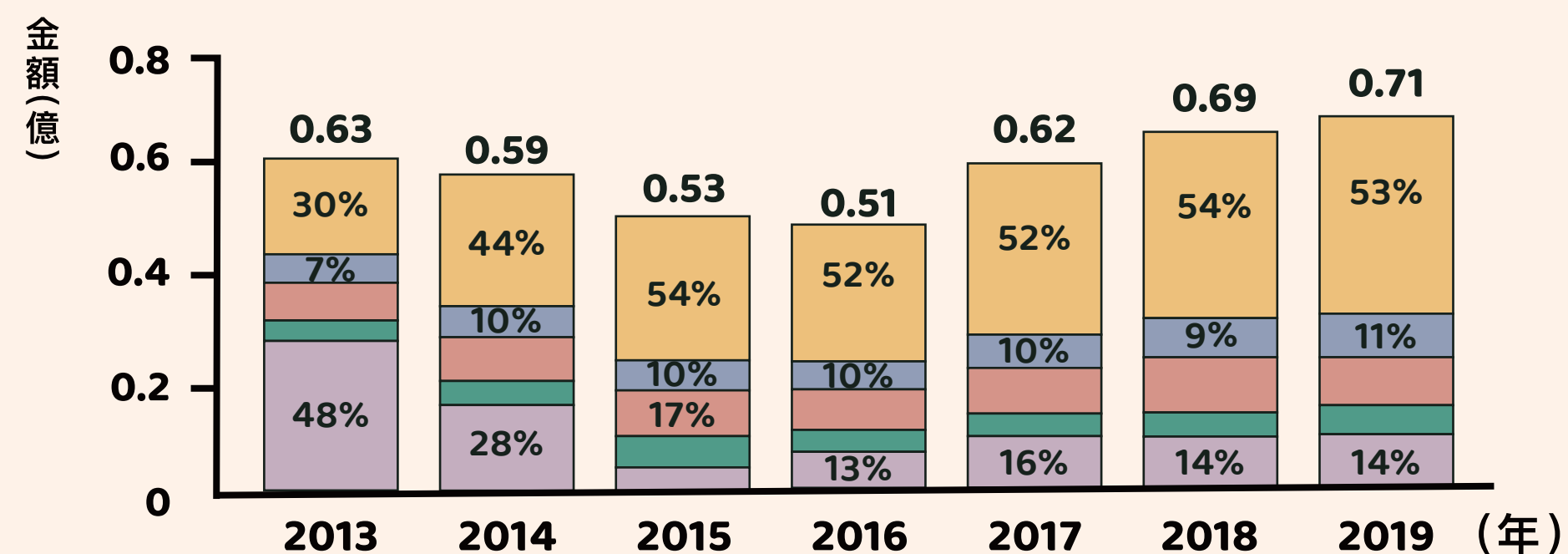
大型演出(總票數>799)



中型演出(總票數200~799)



小型演出(總票數<200)



戲劇 音樂 舞蹈 親子 其他

註1：顯著水準的數值越低，表示對該推論越具信心，常見的顯著水準為10%、5%、1%。

註2：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。

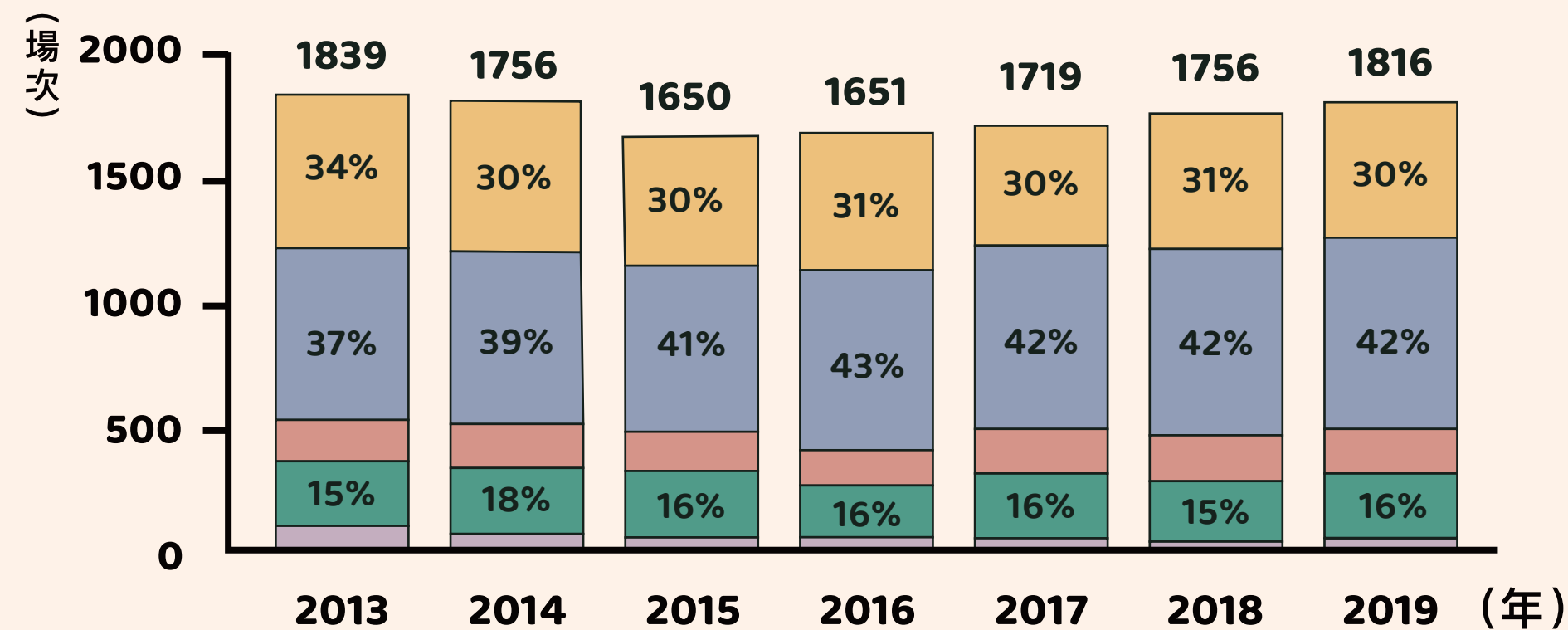
演出場次

中型演出場次漸增

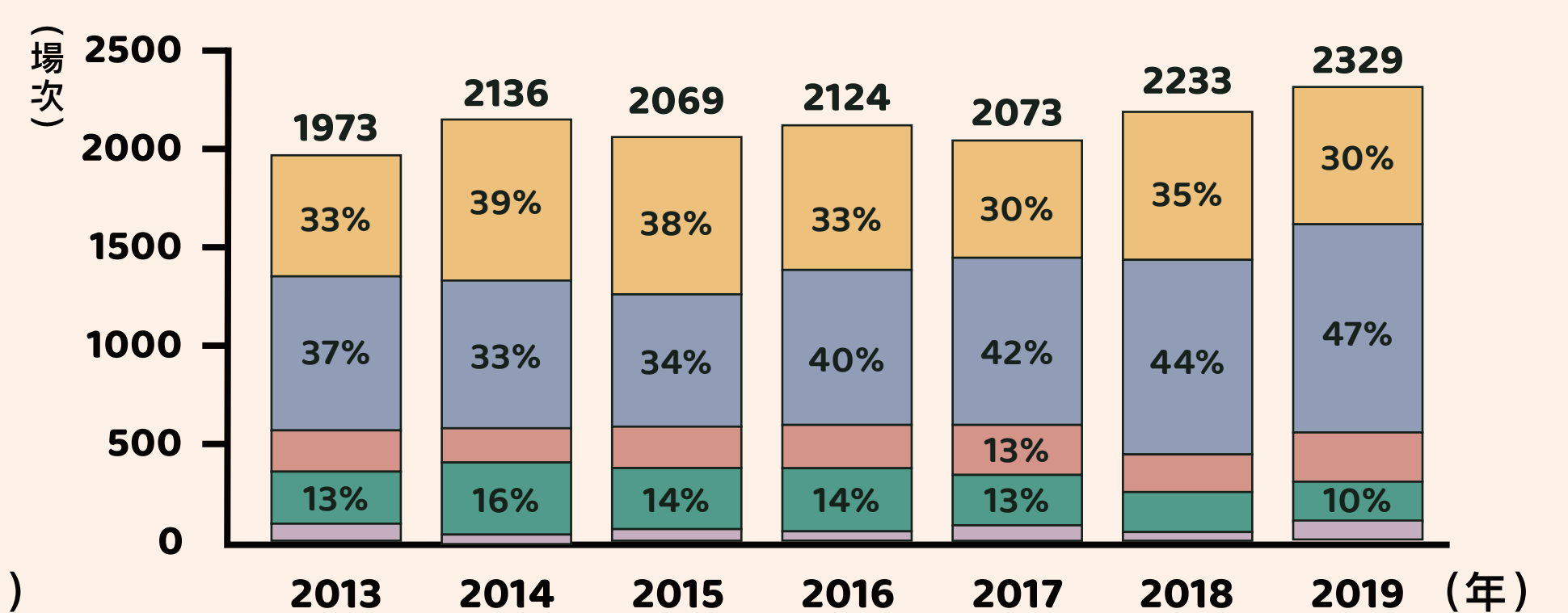
大、中型演出之音樂節目、小型演出之戲劇節目演出場次有明顯成長趨勢 (1%顯著水準)。

2013-2019年 大中小型演出場次

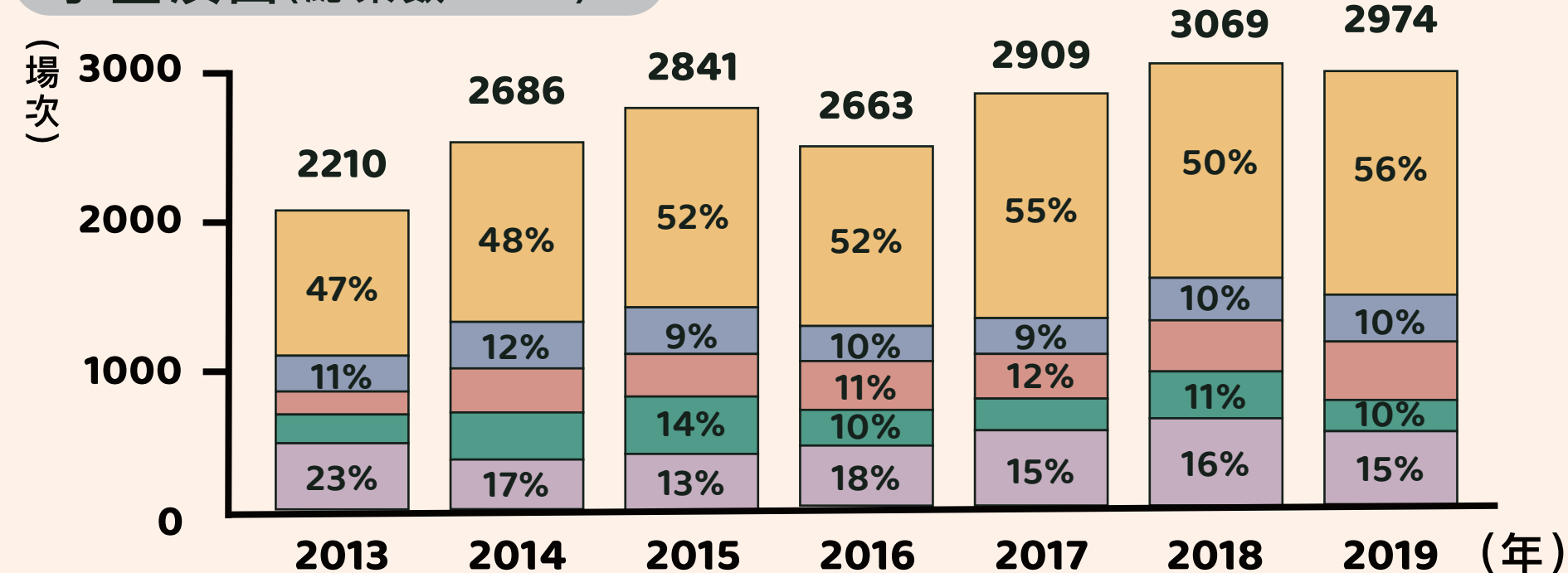
大型演出(總票數>799)



中型演出(總票數200~799)



小型演出(總票數<200)



戲劇 音樂 舞蹈 親子 其他

註1：顯著水準的數值越低，表示對該推論越具信心，常見的顯著水準為10%、5%、1%。

註2：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。

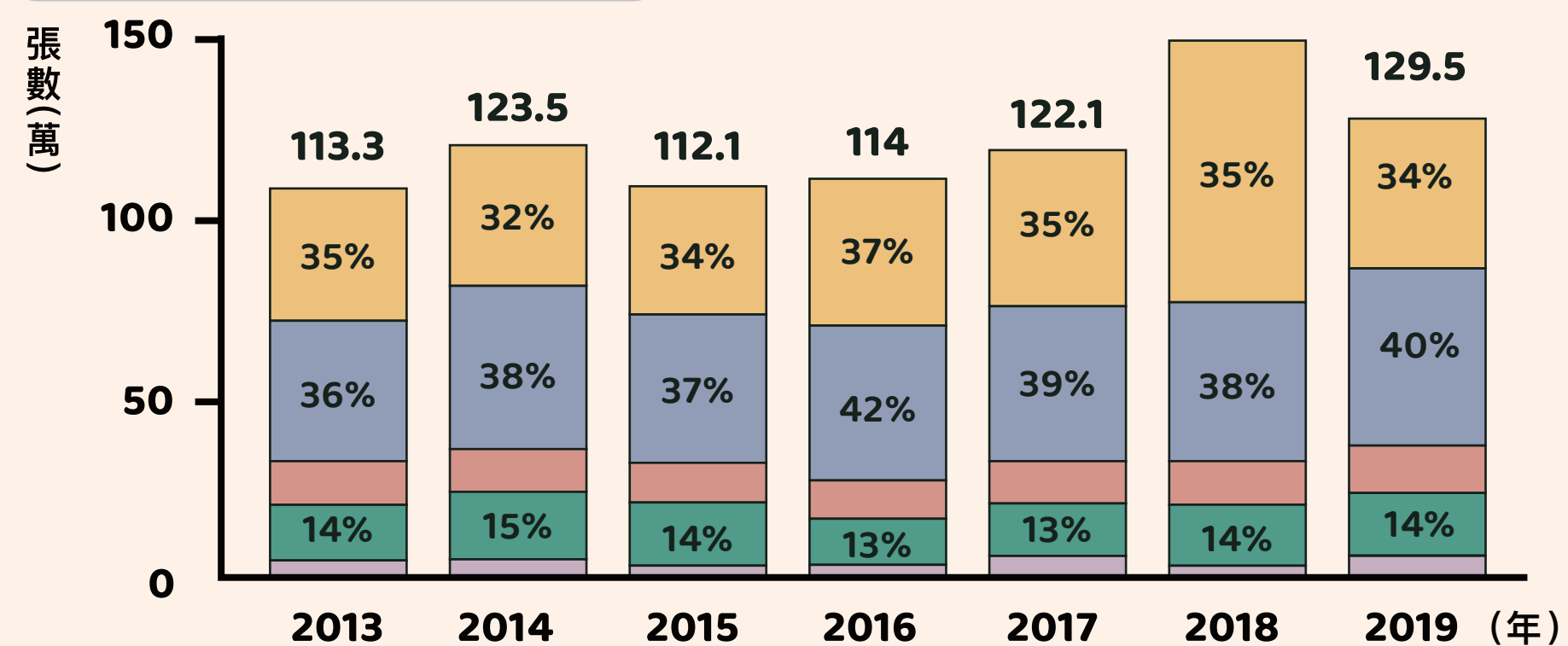
售票張數

2019年大型及中型演出售票數達新高

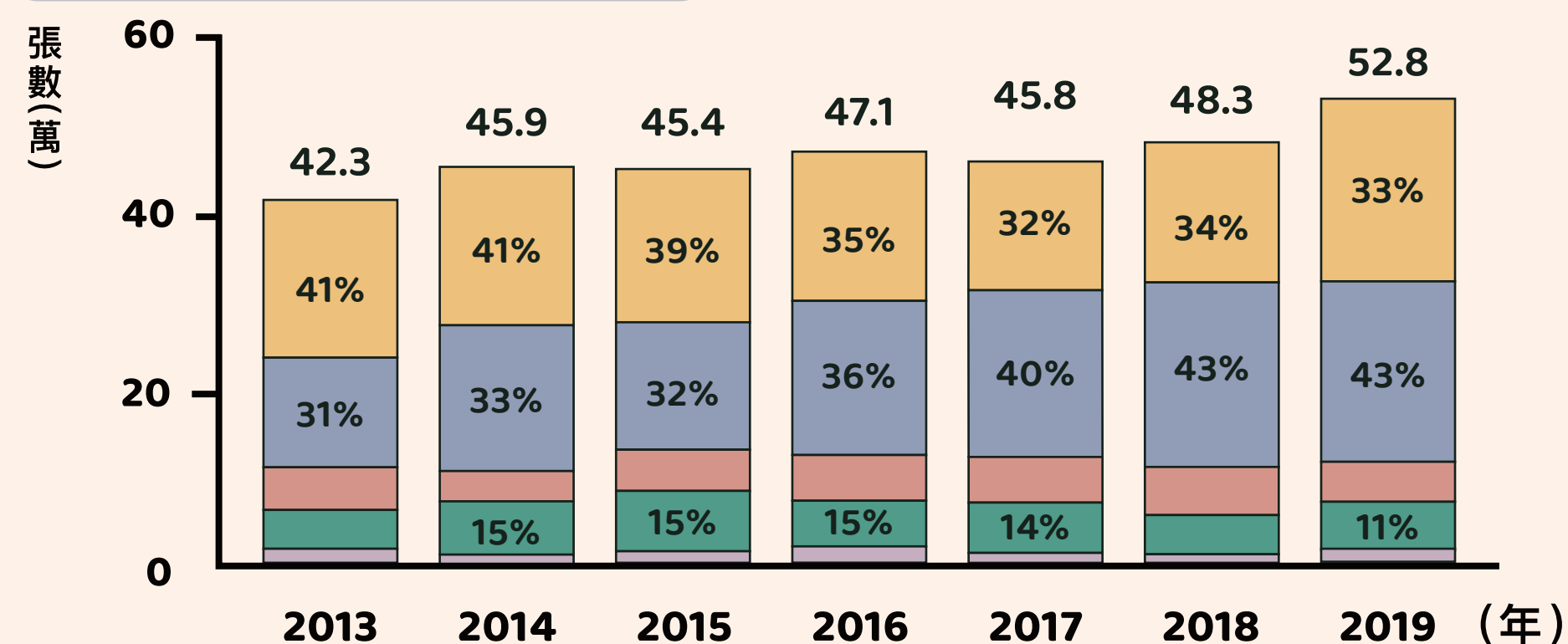
大型及小型演出之戲劇節目售票數、大型及中型音樂節目售票數有明顯成長趨勢 (5%顯著水準)。

2013-2019年 大中小型演出售票數

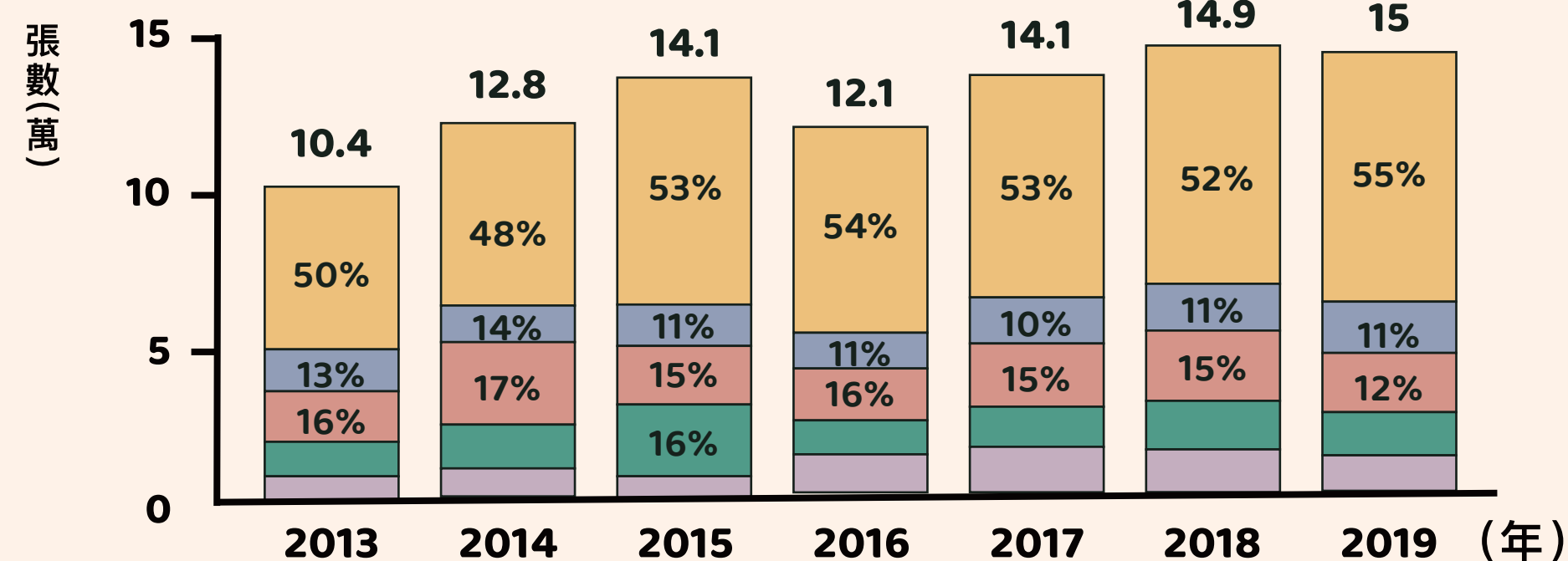
大型演出(總票數>799)



中型演出(總票數200~799)



小型演出(總票數<200)



戲劇 音樂 舞蹈 親子 其他

註1：顯著水準的數值越低，表示對該推論越具信心，常見的顯著水準為10%、5%、1%。

註2：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。

平均每場票房

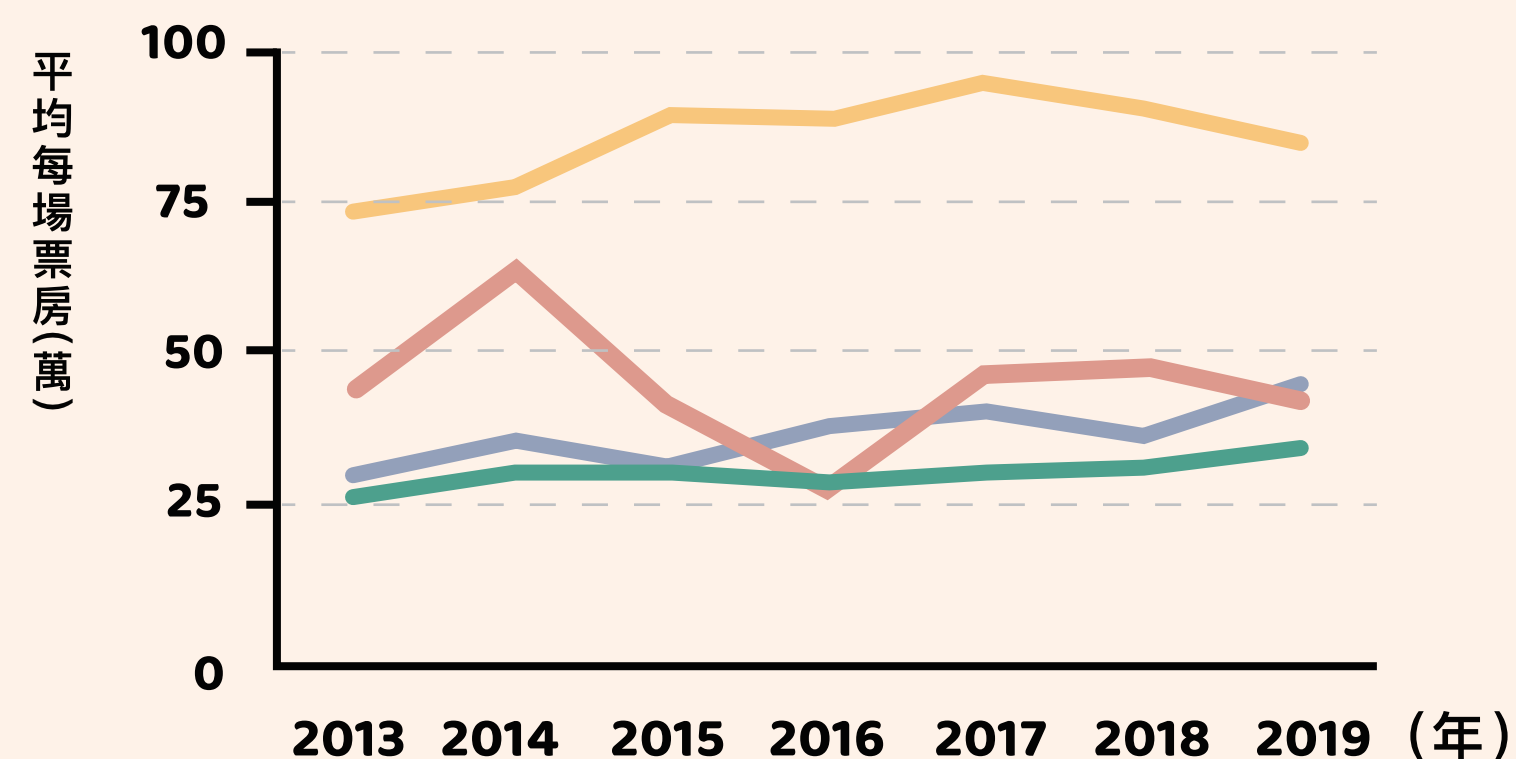
大型演出之戲劇節目 呈降幅走勢

各類節目平均每場票房有明顯增加趨勢 (5%顯著水準)。

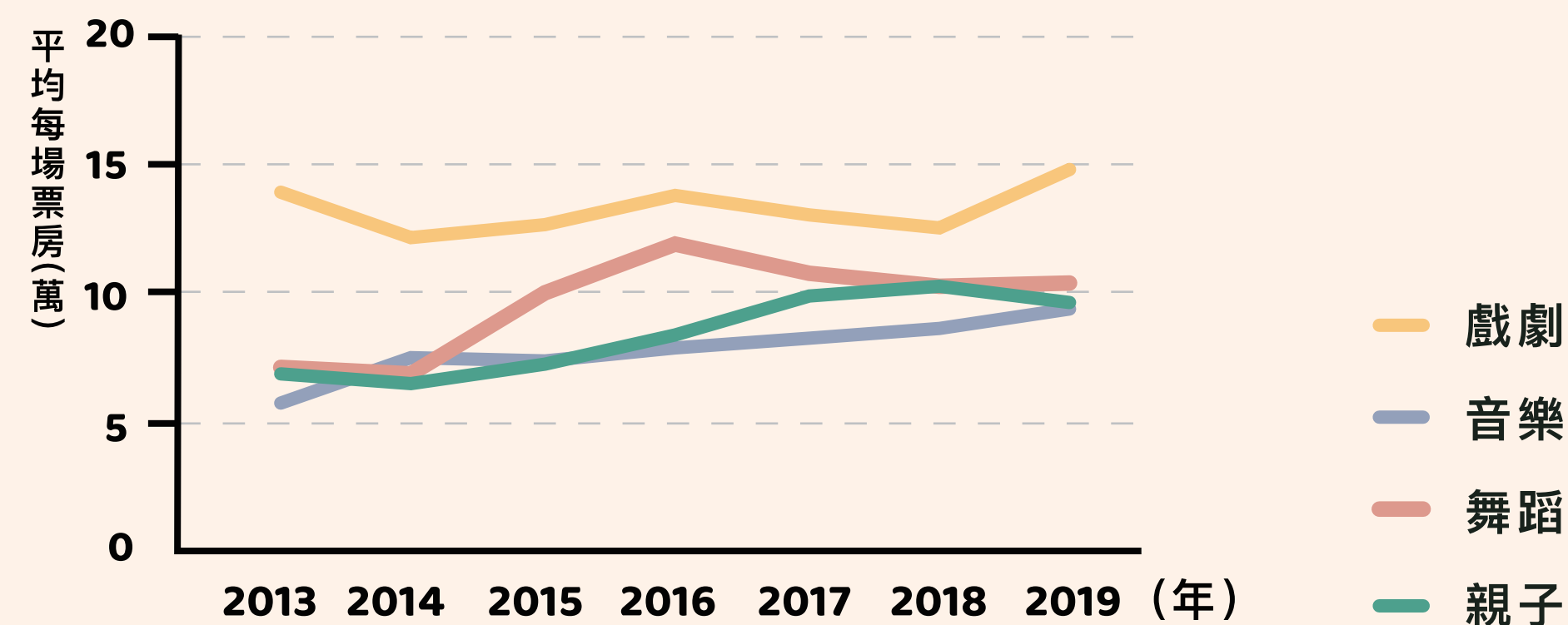
大型演出之戲劇節目票房與售票數皆明顯成長，平均每場票房則呈現降幅，顯示觀眾購買票價有下降趨勢。

2013-2019年 大中小型演出平均每場票房

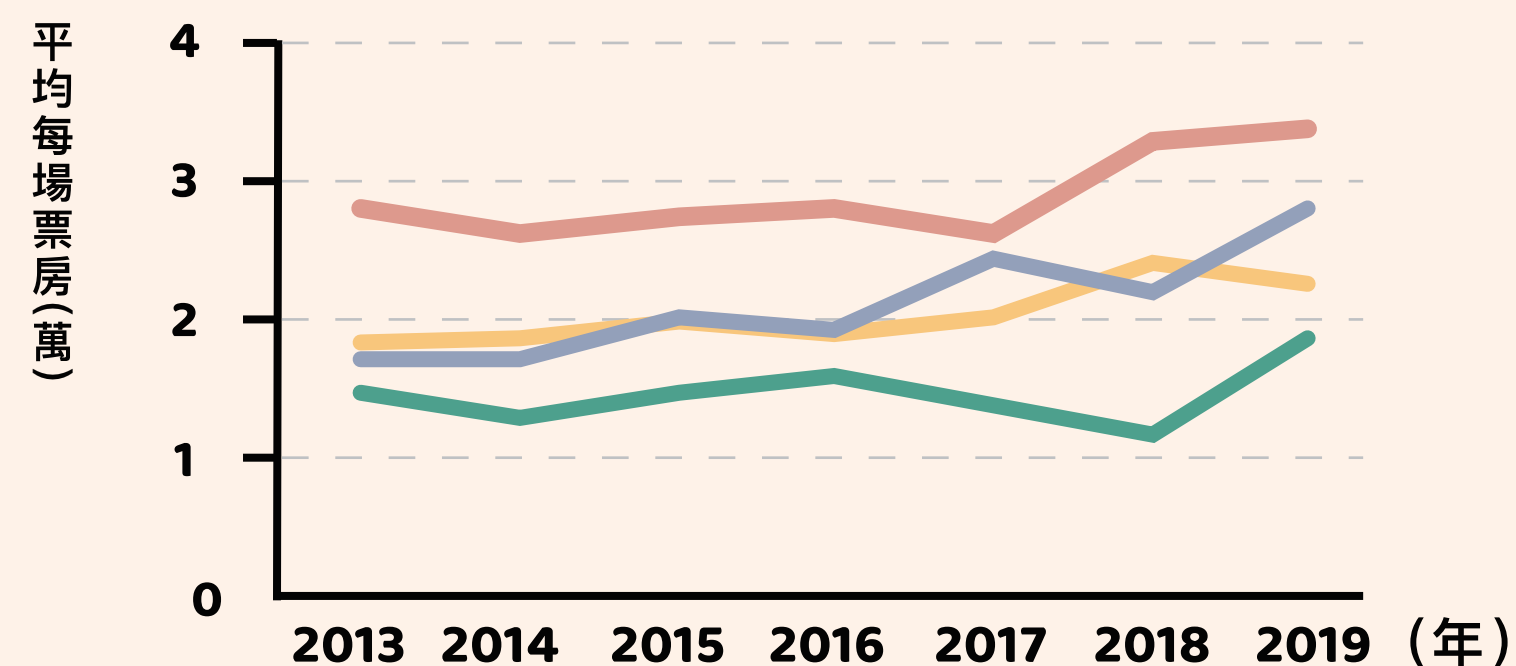
大型演出(總票數>799)



中型演出(總票數200~799)

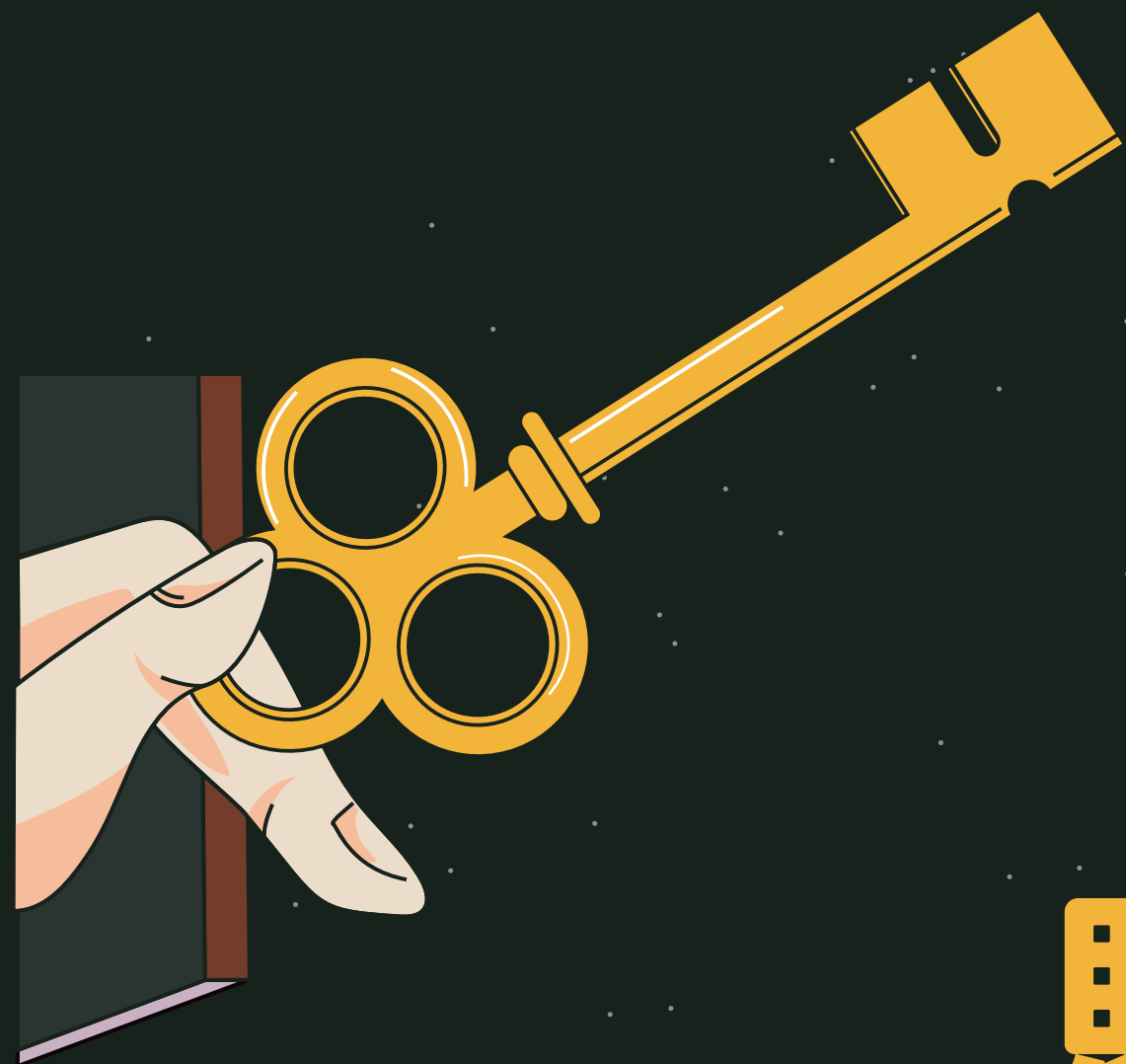


小型演出(總票數<200)



註1：其他類節目之資料量與其他比較項目落差較大，故未納入比較分析。

註2：顯著水準的數值越低，表示對該推論越具信心，常見的顯著水準為10%、5%、1%



04

購票行為大解密

每場表演節目都是獨一無二，如何開發觀眾走向劇場，更是行銷人的永久課題，剖析近7年兩廳院售票系統會員樣貌與消費行為，輔助團隊及場館在行銷與觀眾對話的各種可能面向。

統計資料以2013-2019年兩廳院售票系統會員登入且實際購票會員數106萬人、售票張數659萬張進行分析

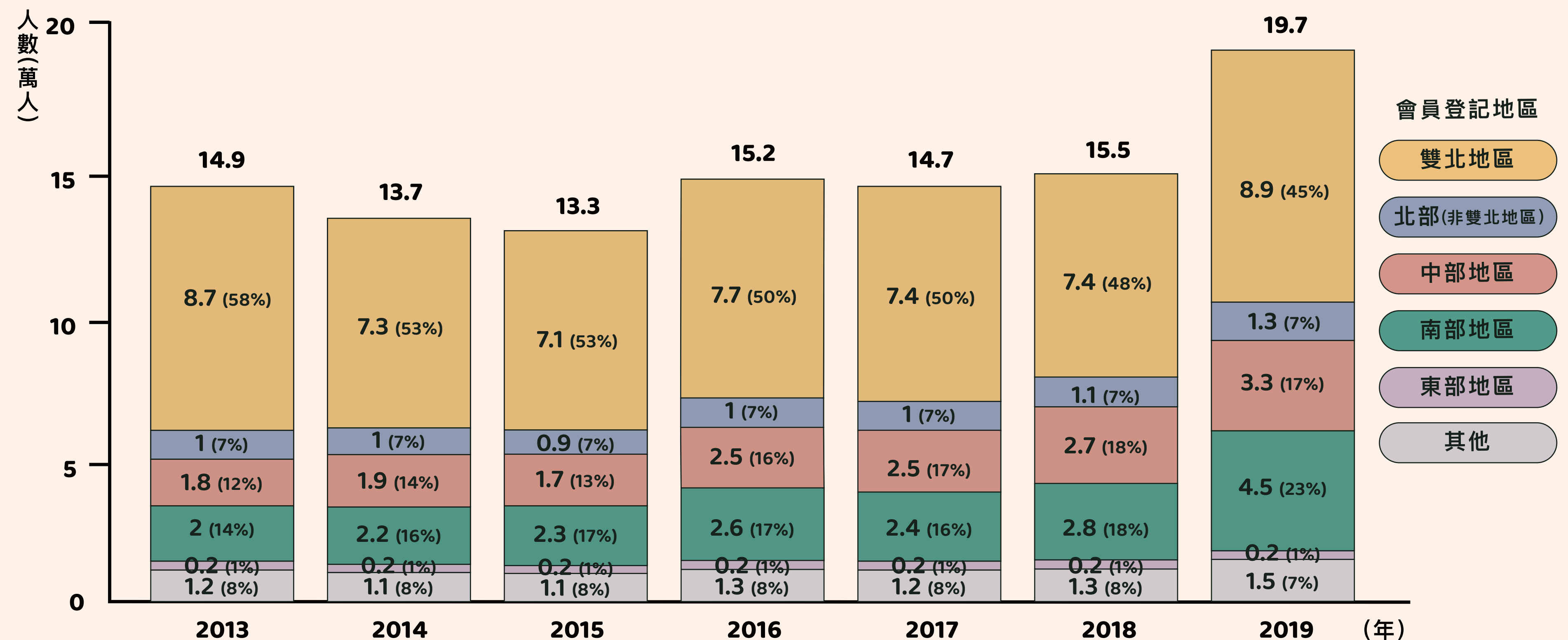


年均購票會員15萬人

2019年當年度於兩廳院售票系統購票之會員數達19.7萬人，較2018年增長28%，創下近7年新高。

2019年各地區購票會員數皆較2018年成長，其中南部地區4.5萬人，較2018年成長64%，為各地區購票人數漲幅之冠。

2013-2019年 購票會員數



註1：會員其在該年度曾購票1張以上，即視為在該年度曾購票。

註2：會員登記地區-其他：會員填寫居住地址為無法辨識者。

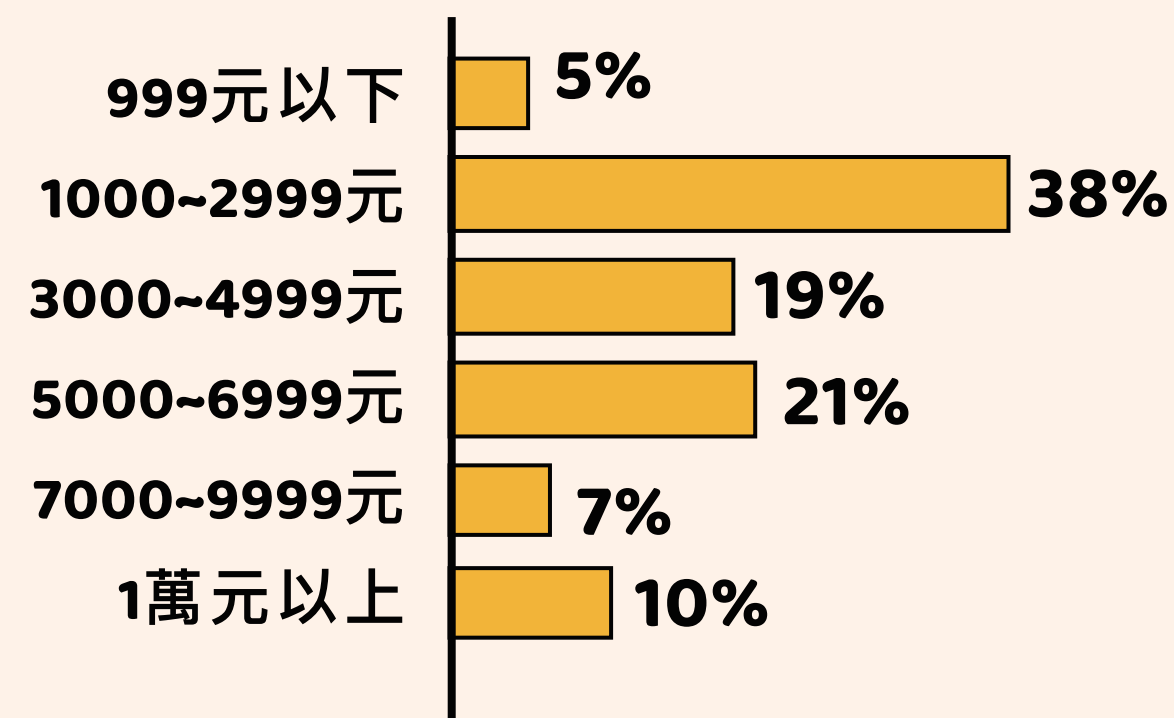
註3：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。

一年買多少？

會員年度消費能量

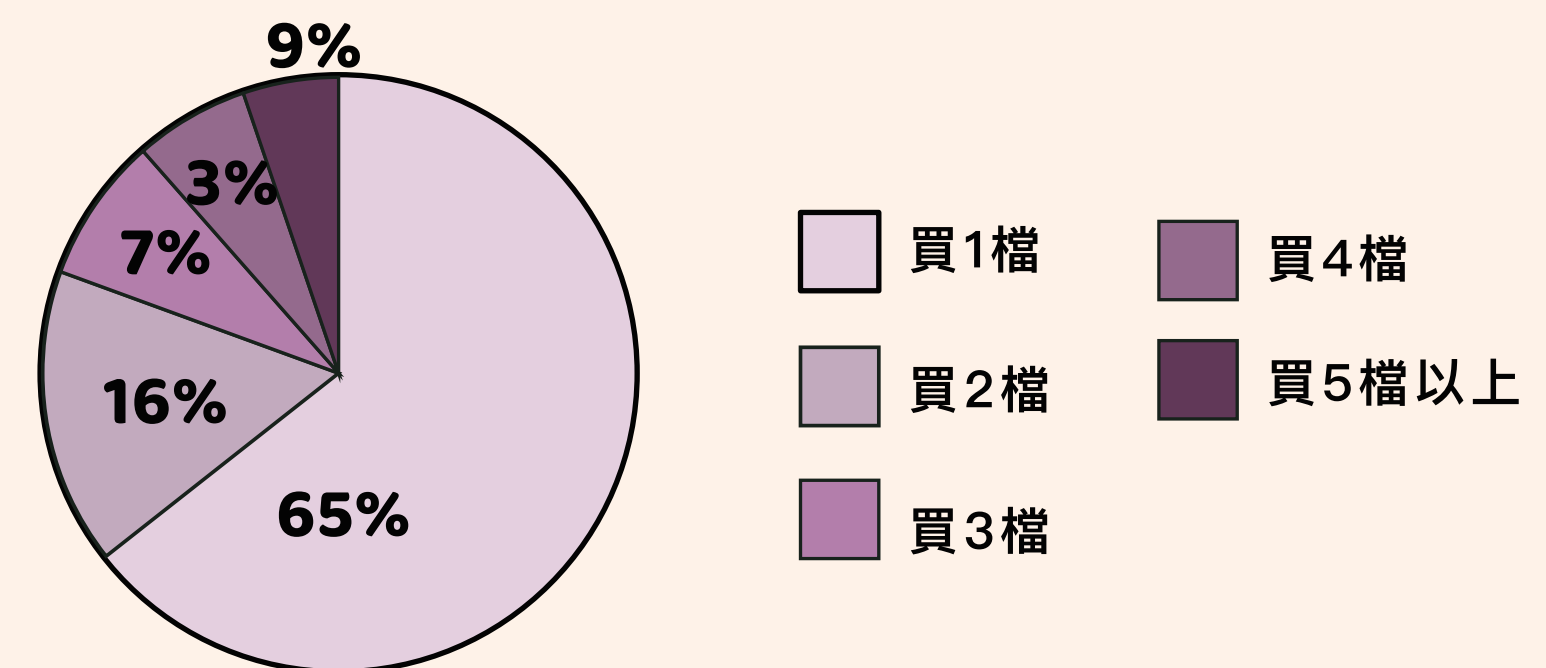
年度消費金額分佈

\$ 43% 年度消費<\$2,999元



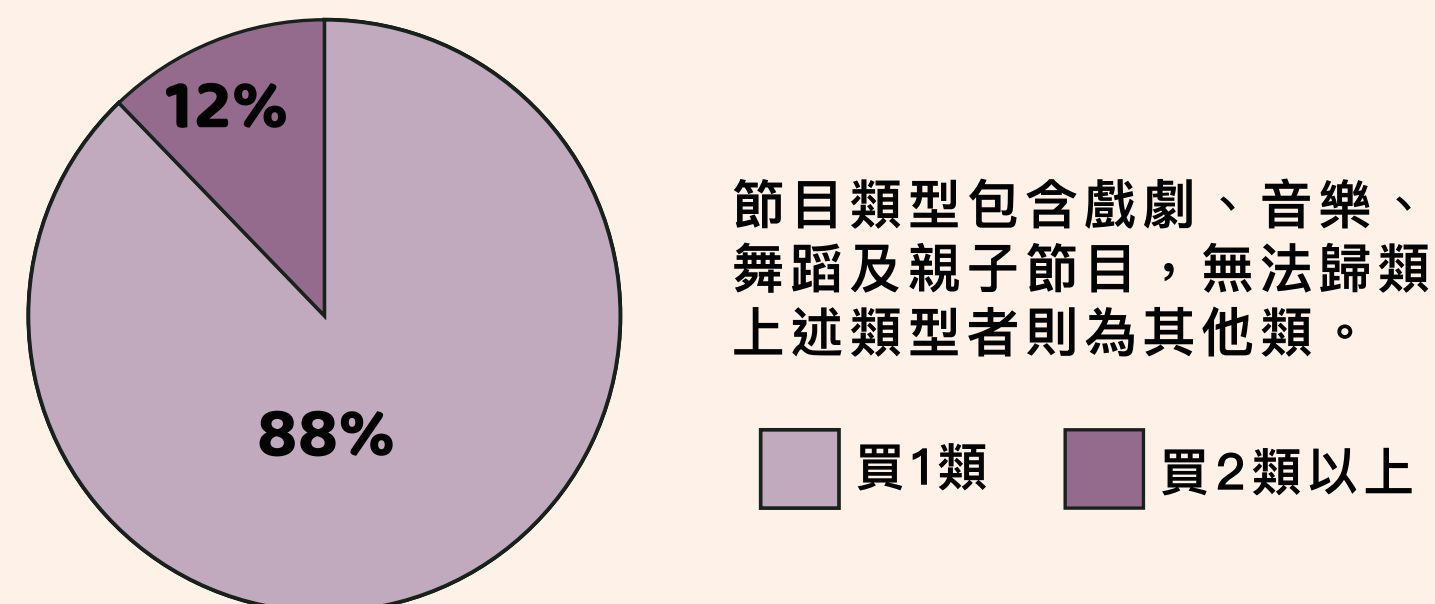
年度購票次數

\$ 65% 年度購票1次(1檔節目)



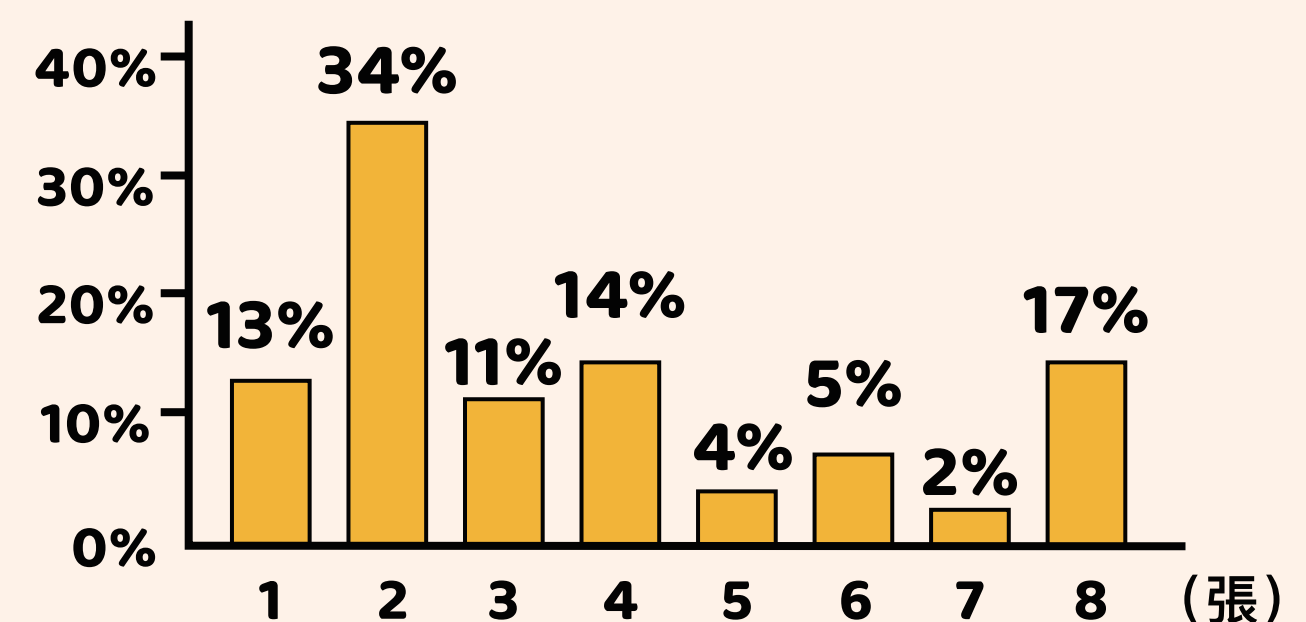
年度購票節目類別

\$ 88% 只買單一類別節目
(例：只買戲劇或音樂)



年度購票張數分佈

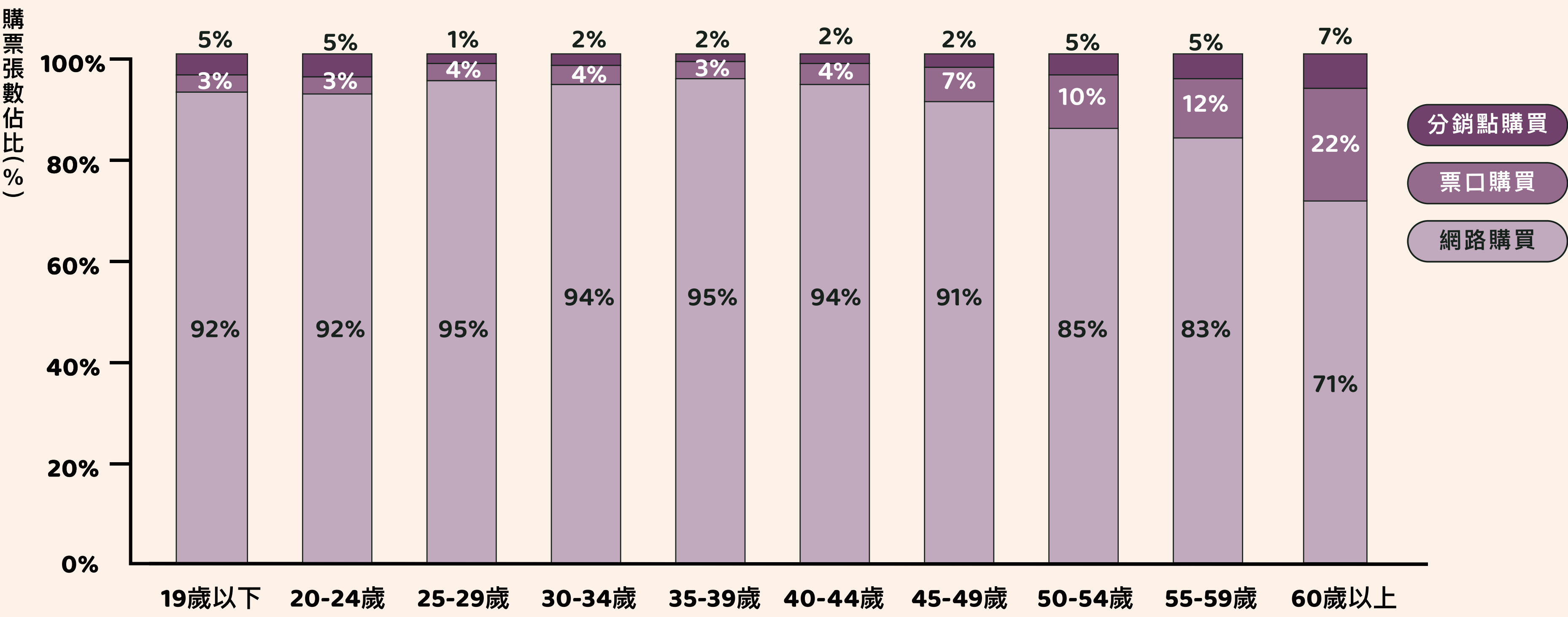
\$ 53% 年度購票張數>2張



網路購票趨勢當道

網路購票佔7成以上、50歲以下會員網路購票佔9成。

2013-2019年 各年齡購票張數佔比



註1：購票張數佔比：各購票方式之購票數佔該年齡全體購票張數比例。

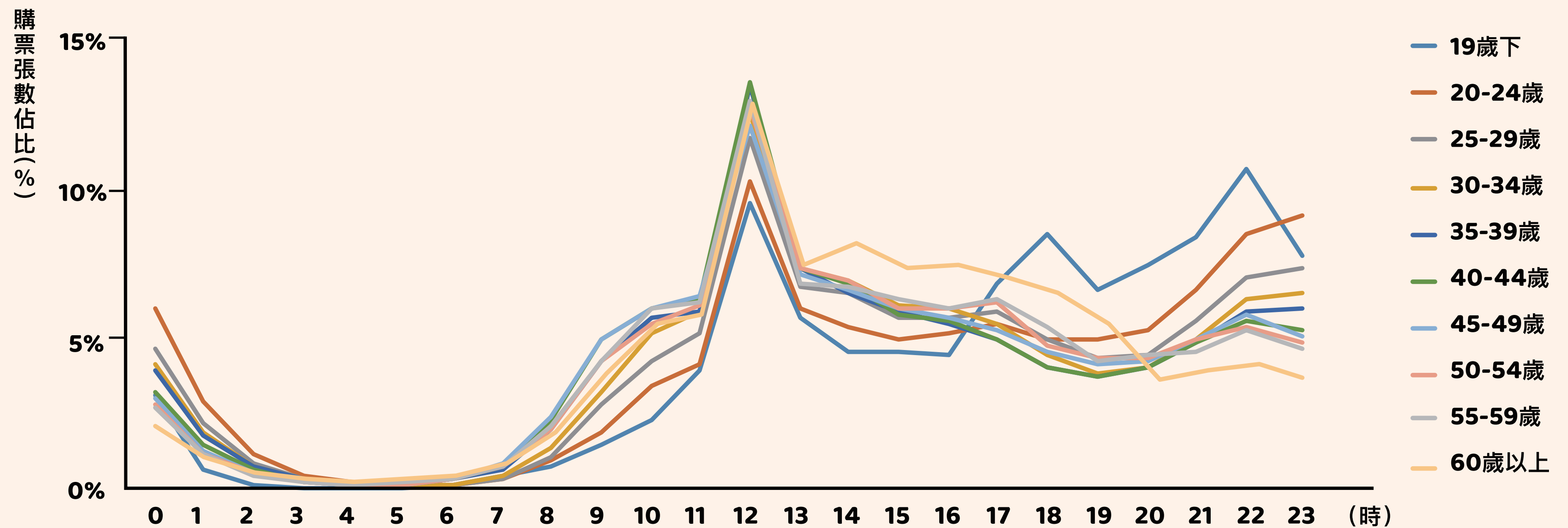
註2：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。

午休購票高峰

年輕世代越夜買越多

晚間20-24點，隨年齡越低，購票佔比越高。

2013-2019年 各年齡購票張數佔比

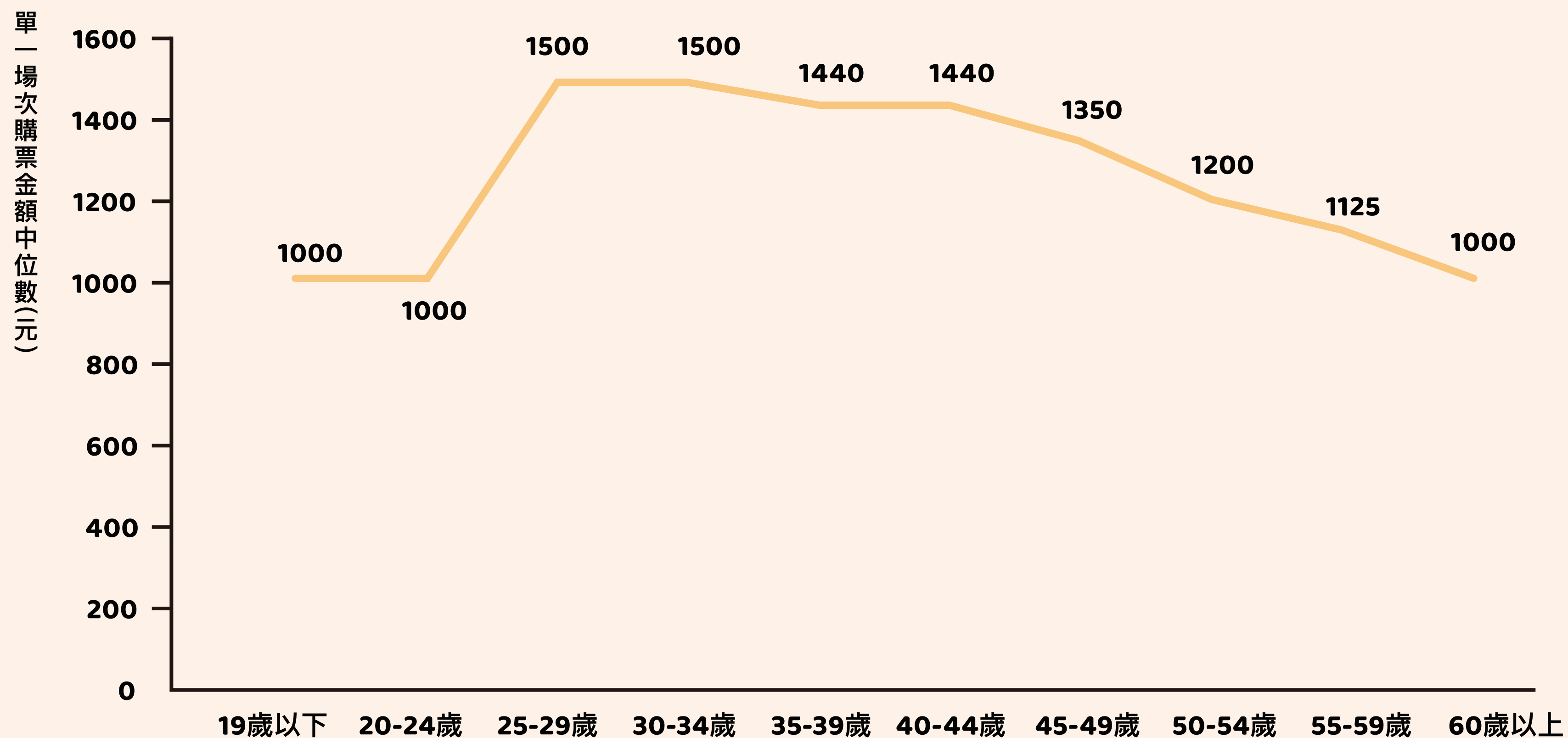


註：購票張數佔比：各年齡或地區會員於各時間之購票張數，佔該年齡或地區會員之總購票張數比例。

25~44歲 單次購票金額高

全體會員單次購票金額中位數落於\$1000~1500區間。

2013-2019年 各年齡單次購票金額



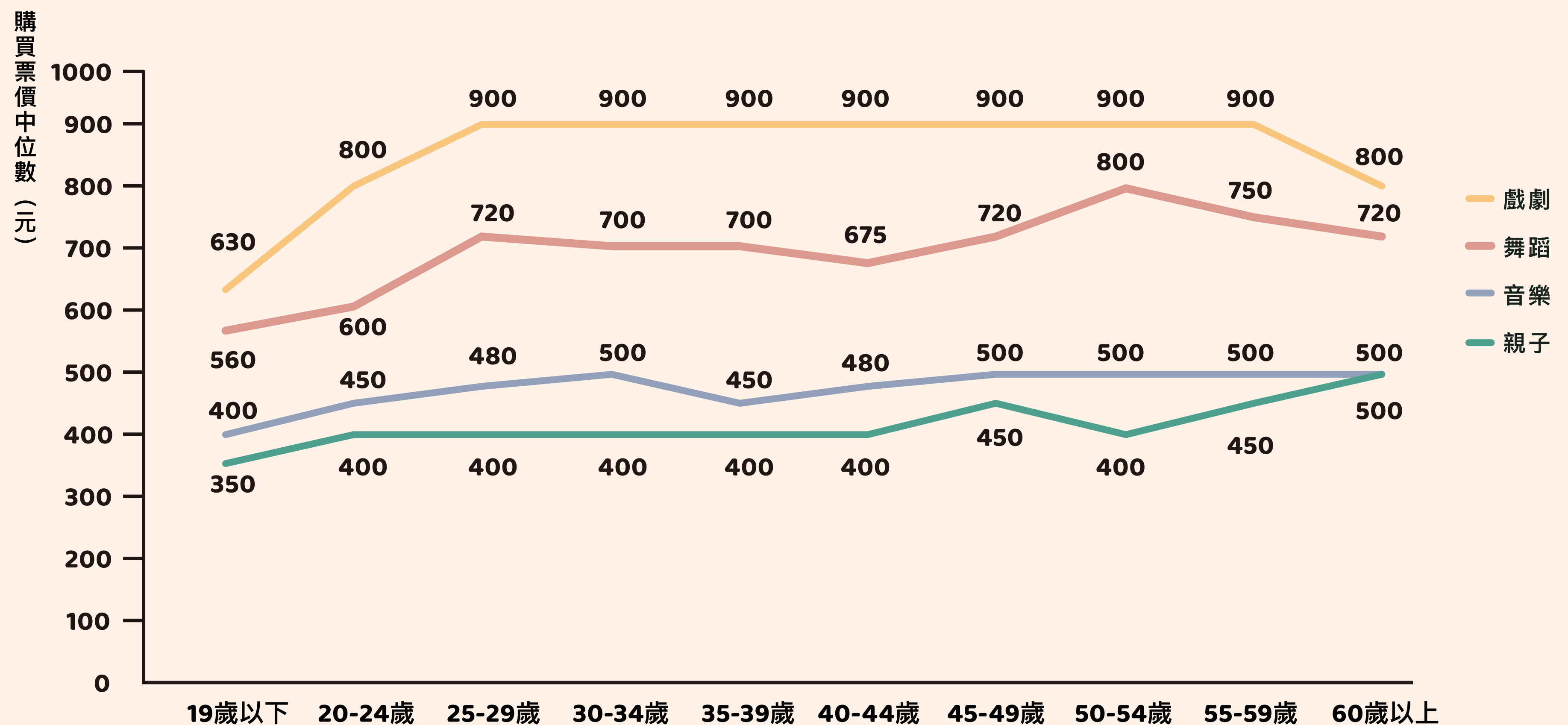
註1：同一會員帳號在同一年份購買同一場次的所有訂單，視為單一次購買。

註2：中位數係指將所有數值排序後，位於50%處的數值，相較於平均數，中位數較不受極端值影響。

全體會員購買票價約\$600

戲劇節目購買票價相對集中於\$900左右區間，其次為舞蹈、音樂節目。
音樂及舞蹈節目50~59歲購買票價相較其他年齡段高。

2013-2019年 各年齡購買票價中位數

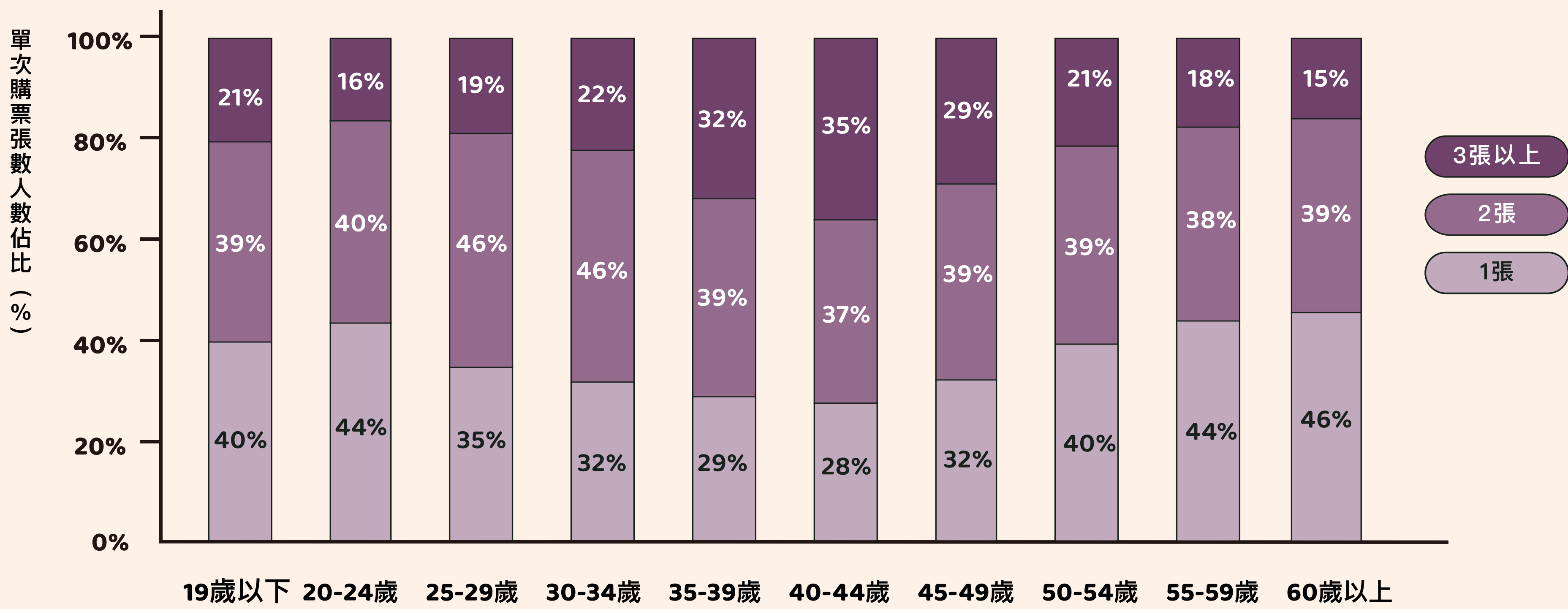


註1：全體會員係指其在該年度曾購票1張以上，即視為在該年度曾購票。

註2：中位數係指將所有數值排序後，位於50%處的數值，相較於平均數，中位數較不受極端值影響。

35~49歲 單次購票多於2張微升

2013-2019年 各年齡單次購票張數人數佔比

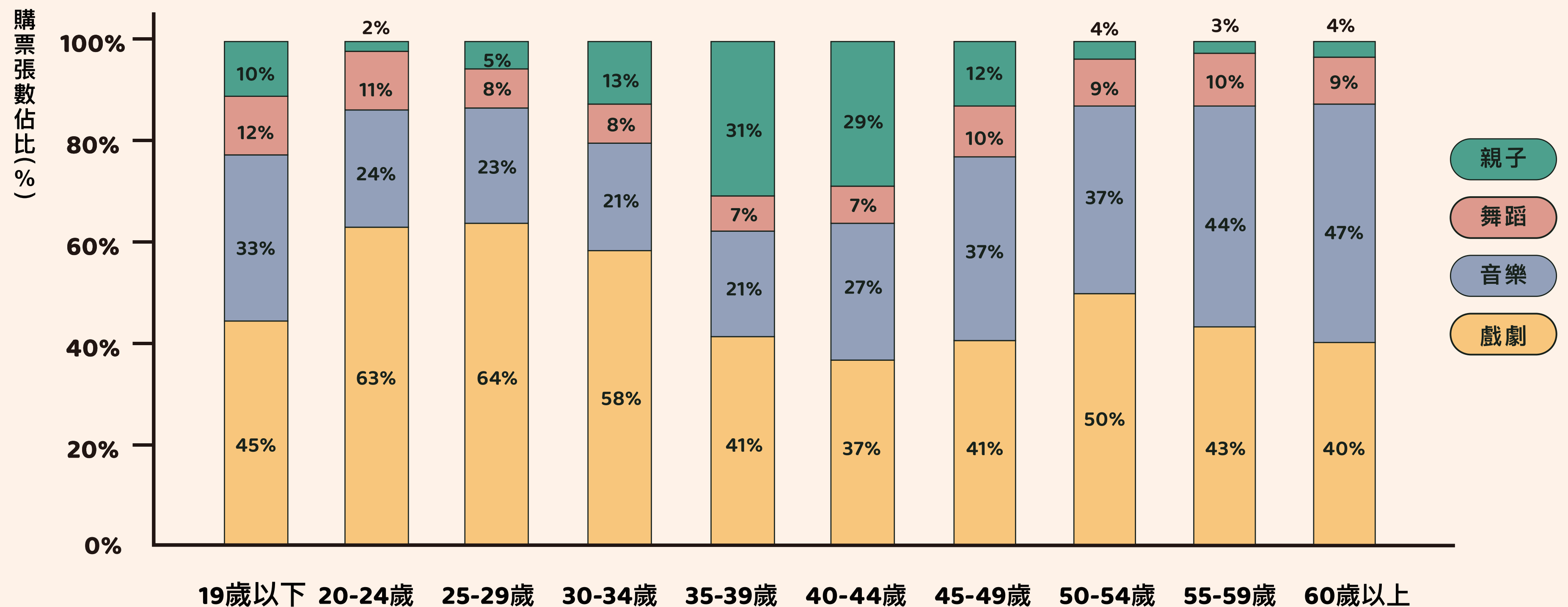


註1：同一會員帳號在同一年份購買同一場次的所有訂單，視為單一次購買。
註2：橫坐標為購票當下年齡、縱座標為各購票張數佔該年齡全體購票人數之比例。
註3：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。

不同年齡節目偏好

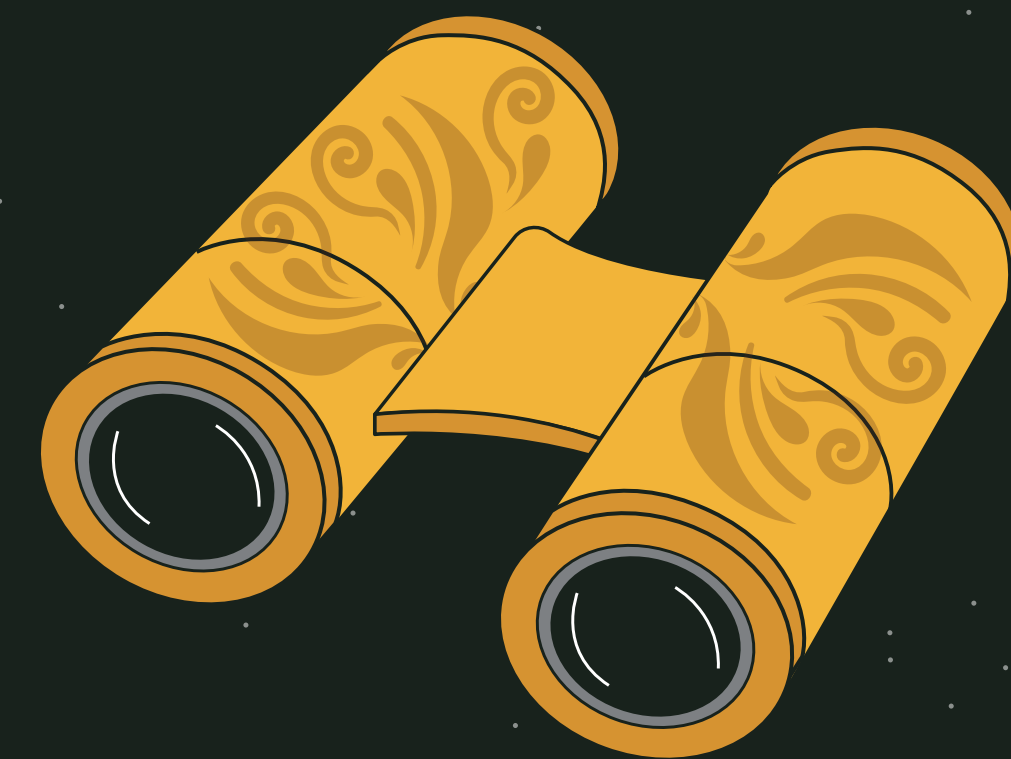
20–34歲偏好欣賞戲劇節目、35–44歲為親子節目的主要客群、40歲後欣賞音樂演出佔比逐漸上升。

2013–2019年 各年齡購票張數佔比



註1：橫坐標為購票當下年齡、縱座標為各類節目購票張數佔該年齡全體購票張數之比例。

註2：百分位數為該年各類別佔比的整數數值。



05

2019年人氣大排行

想知道2019年觀眾參與熱度最高節目有哪些？以節目分類「現代戲劇」、「傳統戲曲」、「音樂」及「舞蹈」前10名節目；除了節目類別，特別從不同面向統計中小型演出節目排行(依據每場節目可售票數規模定義中小型演出，未包含場館是否開設原有最大觀眾席數之考量)，一探2019年觀眾參與偏好趨勢。

中型

可售票數200~799張

小型

可售票數199張以下

現代戲劇TOP 10



《再會吧 北投》PLUS

綠光劇團



《人間條件二-她與她生命中的男人們》

綠光劇團



音樂劇《一個美國人在巴黎》

國家表演藝術中心臺中國家歌劇院



《明晚，空中見》

故事工廠



搖滾音樂劇《吻我吧娜娜》 張雨生獨一無二代表作

果陀劇場



《最後14堂星期二的課》 2019年限定加演場

果陀劇場



《花吃花》

表演工作坊文化創意股份有限公司



《莊子兵法》

故事工廠



《西哈遊記-魔二代再起》

為所欲為音樂文化事業有限公司



《瘋狂偶像劇》浪漫加演

全民大劇團

傳統戲曲TOP 10



唐美雲歌仔戲團《月夜情愁》

國家表演藝術中心三館共製



明華園戲劇總團《龍城爭霸》

國家表演藝術中心
衛武營國家藝術文化中心



2019青春搖滾京劇 《水滸108III—蕩寇誌》

當代傳奇劇場



明華園戲劇總團《大河彈劍》

明華園戲劇總團
國家表演藝術中心國家兩廳院



《紅塵觀音—夜琴郎》

尚和歌仔戲劇團



清宮大戲《夢紅樓～乾隆與和珅》

國家表演藝術中心國家兩廳院
國立傳統藝術中心



唐美雲歌仔戲團2019年度新戲 《千年渡·白蛇》

唐美雲歌仔戲團



國光劇團 新編京劇《十八羅漢圖》

國立傳統藝術中心
國家表演藝術中心國家兩廳院



2019臺灣戲曲藝術節： 一心戲劇團《當迷霧漸散》

國立傳統藝術中心



NTT遇見巨人X國光X簡文彬ESO 《快雪時晴》菁英版

國家表演藝術中心臺中國家歌劇院
國立傳統藝術中心

音樂TOP 10



普契尼歌劇《杜蘭朵》

國家表演藝術中心衛武營國家藝術文化中心
德國萊茵歌劇院共同製作



莫札特歌劇《魔笛》

國家表演藝術中心
衛武營國家藝術文化中心



朱宗慶打擊樂團 擊樂劇場《泥巴》

財團法人擊樂文教基金會



音契敘事樂篇《生命與愛的河流》

音契文化藝術基金會



尤洛夫斯基與倫敦愛樂管絃樂團

國家表演藝術中心國家兩廳院
衛武營國家藝術文化中心



帕佛賈維與阿姆斯特丹皇家大會館管弦樂團

國家表演藝術中心國家兩廳院
臺中國家歌劇院



《E.T.外星人》草地音樂會

高雄市政府文化局
高雄市愛樂基金會



2019臺灣國際打擊樂節 《無懈可擊》

財團法人擊樂文教基金會



《新天堂樂園》草地音樂會

高雄市文化局
財團法人高雄愛樂文化藝術基金會



華格納歌劇《諸神黃昏》

國家表演藝術中心臺中國家歌劇院

舞蹈TOP 10



1

雲門舞集陶身体劇場—
林懷民、陶冶、鄭宗龍
國家表演藝術中心三館共製
財團法人雲門文化藝術基金會



2

鄭宗龍 X 雲門2《毛月亮》
國家表演藝術中心三館共製



3

荷蘭舞蹈劇場NDT 四舞作
國家表演藝術中心臺中國家歌劇院



4

德國萊茵芭蕾舞團《馬勒第七號》
國家表演藝術中心臺中國家歌劇院
衛武營國家藝術文化中心
臺北市立交響樂團



5

阿喀郎·汗舞團《陌生人》
國家表演藝術中心國家兩廳院
臺中國家歌劇院
財團法人辜公亮文教基金會



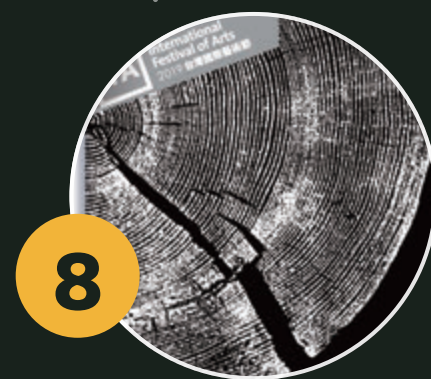
6

2019焦點舞團《朵》
焦點舞團



7

2019年度製作《關於柴可夫斯基》
福爾摩沙芭蕾舞團



8

黃翊工作室+《長路》
國家表演藝術中心三館共製



9

林美虹x奧地利林茲國家劇院舞團
《新娘妝》
國家表演藝術中心衛武營國家藝術文化中心



10

高雄市左營高中舞蹈班 108年舞展
高雄市立左營高級中學

中型演出TOP 10

(可售票數200~799張)



1

楊景翔演劇團《單身租隊友》

楊景翔演劇團、齊立有限公司



2

阮劇團X流山兒★事務所
《嫁妝一牛車》

阮劇團



3

【朱宗慶打擊樂團 2】
豆莢寶寶兒童音樂會《淘氣旅行箱》

財團法人擊樂文教基金會



4

《三人行不行》狂熱加演場

亮棠文創有限公司



5

明池水劇場：優人神鼓《聽海之心》

力麗觀光連鎖飯店集團



6

華文原創音樂劇《妳的側臉》

五口創意工作室、刺點創作工坊



7

《莊子兵法》人性遊戲 4度玩命

故事工廠 X 夢田文創



8

澎恰恰x躍演原創音樂劇
《麗晶卡拉OK的最後一夜》

躍演VMTheatre Company



9

重現劇團《在遺忘之後》

國家表演藝術中心臺中國家歌劇院



10

2019春天戲水《K24》青春正鬧版

台南人劇團

註1：依據可售票數規模分類，並以2019年節目實際銷售總票數排名，包含同一節目巡演場次票數，不含節目售票金額。

註2：故事工廠《莊子兵法》節目除了於人氣大排行上榜，因部分場次之可售票數列為中型演出規模，故同步於中型演出進榜。

小型演出TOP 10

(可售票數199張以下)



1

《職男人生之全面起笑》

面白大丈夫劇團
威秀影城



2

臺北兒童藝術節《拇指小英雄》

臺北市政府



3

小乳牛劇團《披頭四－寶寶音樂會》

國家表演藝術中心衛武營國家藝術文化中心



4

獨角音樂劇《煙肉遇見你》

C MUSICAL

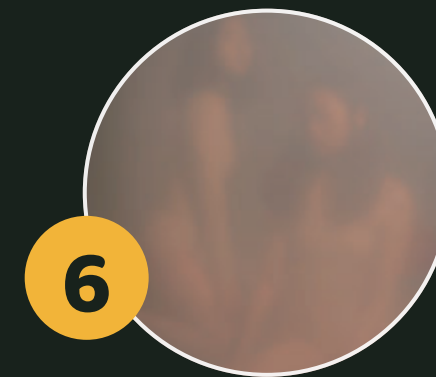


5

國立臺北藝術大學戲劇學院2019 春季公演《西藏度亡經》

《Trade Trade Love愛－換－換》

國立臺北藝術大學



6

《無眠夜的微光》

河床劇團



7

《地球人遇見小王子》

躍演



8

《拿破崙的奇幻冒險》

玉米雞劇團



9

臺北兒童藝術節《大腳小小鳥》

臺北市政府



10

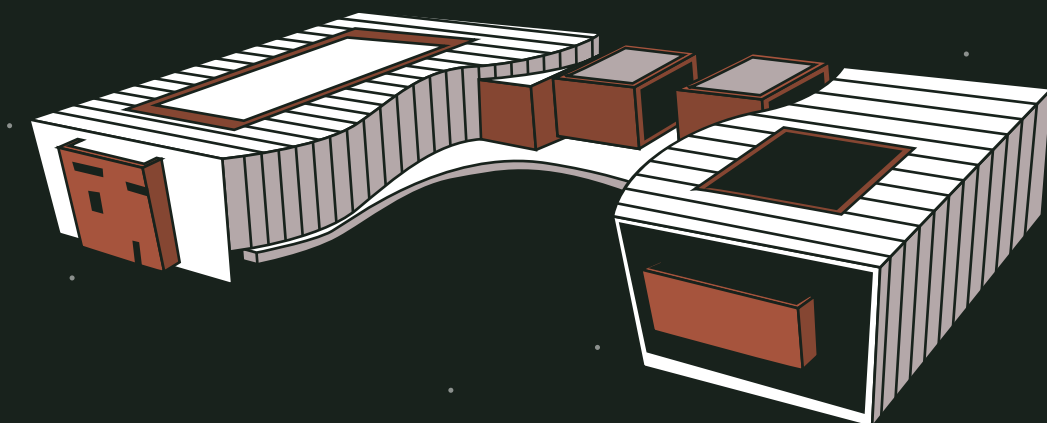
國立臺北藝術大學戲劇學院2019 夏季公演《物種起源》

國立臺北藝術大學



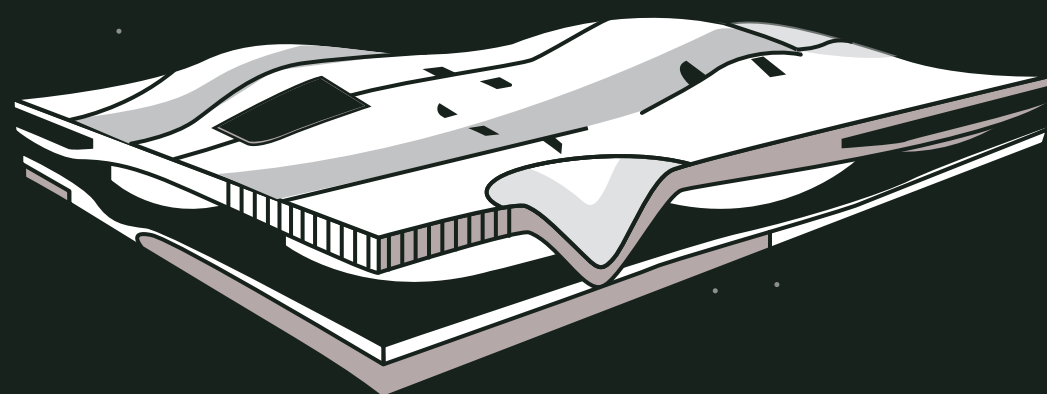
06

場館新勢力



開幕前後藝文人口流動影響

2016年3月屏東演藝廳開幕、同年10月臺中國家歌劇院開幕、2018年10月衛武營開幕，持續關注各地新場館開幕爆發的能量，是否帶動當地及跨區的藝文人口流動？連結「從全台地區一探究竟」篇章，當表演走向各地區觀眾，呼應數據帶來的線索，答案是否已呼之欲出？



臺中國家歌劇院開幕後

平均每場購票人數變化

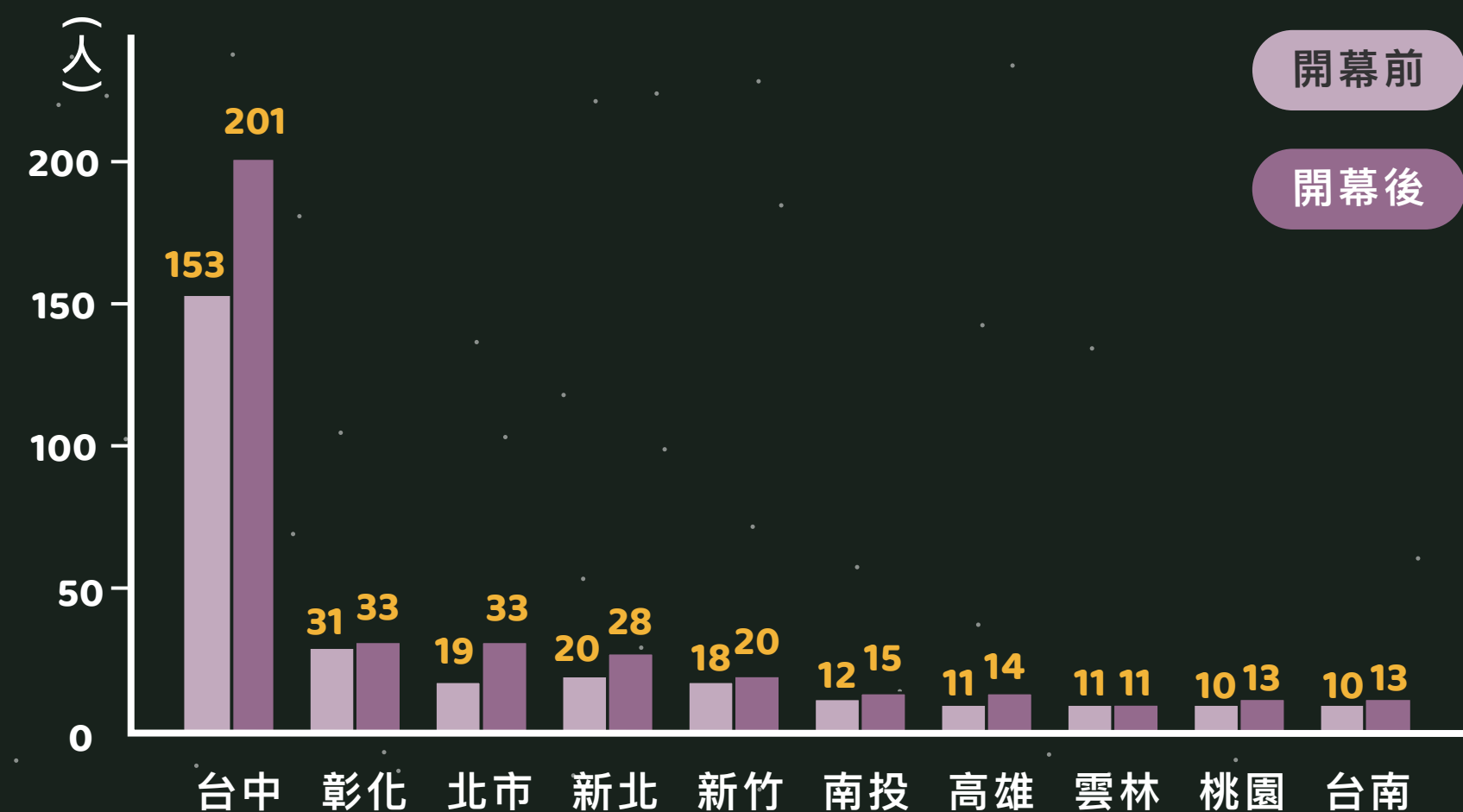


臺中國家歌劇院 /2016.10 開幕

來自台中與其他地區觀眾欣賞台中地區場館演出之人數皆增加，其他地區增加人數較多來自北市、新北。

- 來自台中地區的觀眾
開幕後，購票會員增為 **1.3 倍** / **201人** 每場次
- 來自其他地區的觀眾
開幕後，購票會員增為 **1.2 倍** / **230人** 每場次

會員居住地人數排名僅顯示前10名地區

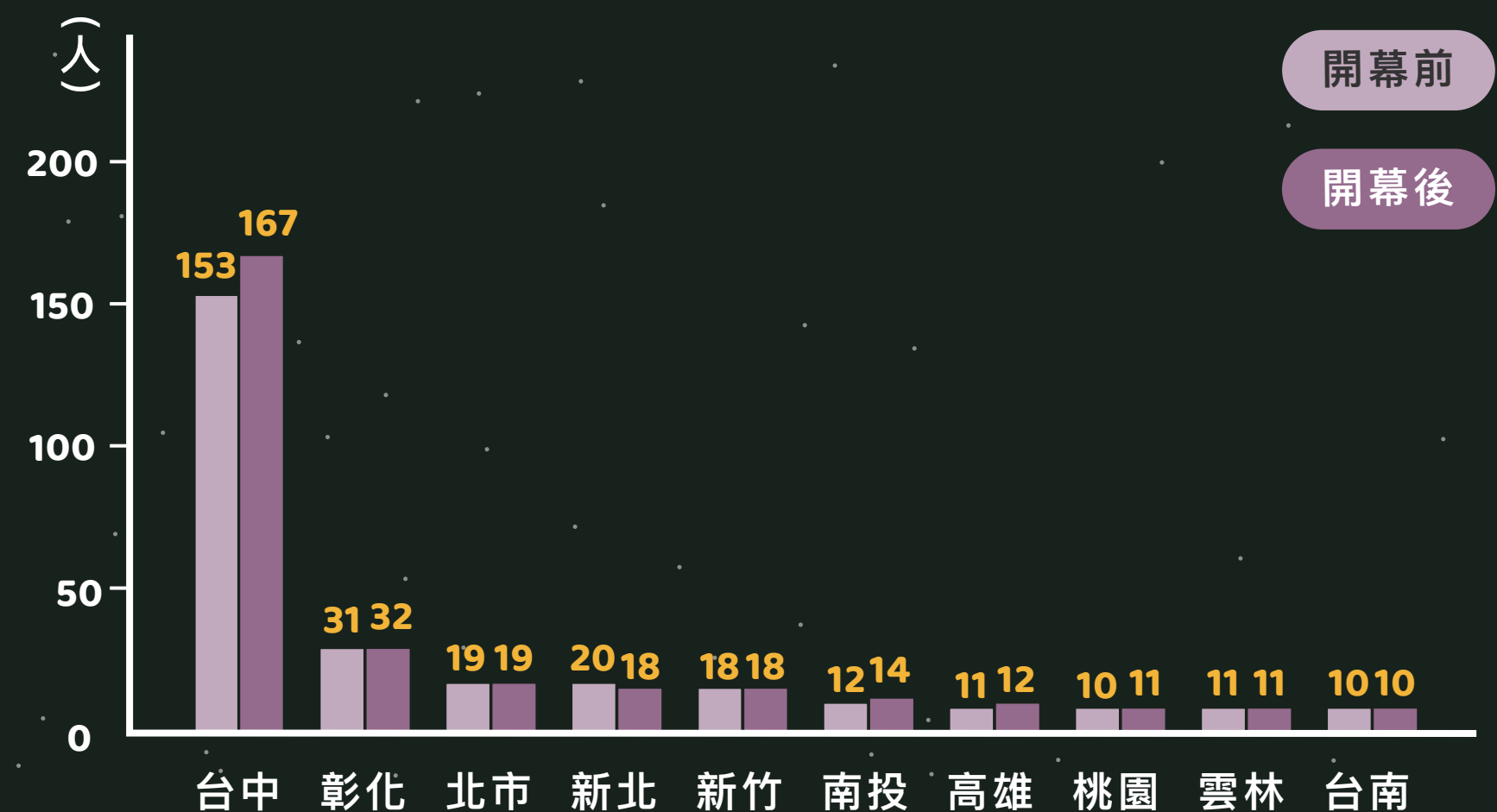


台中地區其他藝文館

來自台中當地、其他地區觀眾人數略增，顯示臺中國家歌劇院為台中當地引入新觀眾，且帶動台中其他地區館所藝文人口提升。

- 來自台中地區的觀眾
開幕後，購票會員增為 **1.09 倍** / **167人** 每場次
- 來自其他地區的觀眾
開幕後，購票會員增為 **1.02 倍** / **192人** 每場次

會員居住地人數排名僅顯示前10名地區

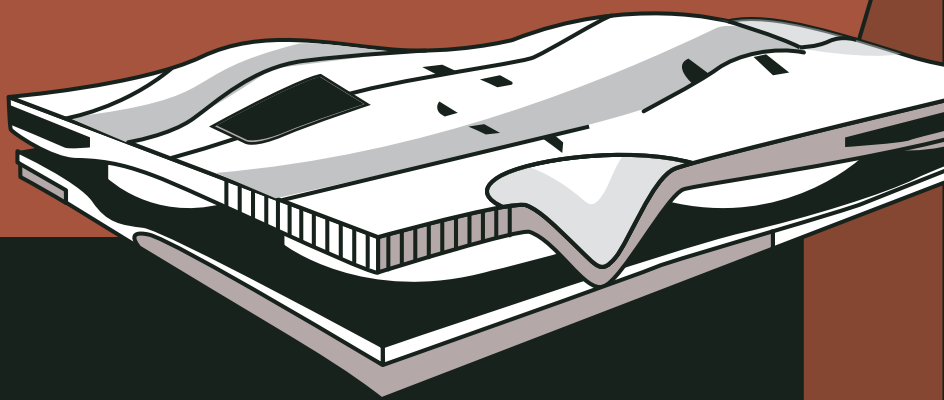


註1：圖示為臺中國家歌劇院開幕前後，由全臺各地至台中地區場館欣賞演出之每場平均購票會員數變化圖。

註2：其他地區係指非台中地區之購票會員。

衛武營國家藝術文化中心開幕後

平均每場購票人數變化

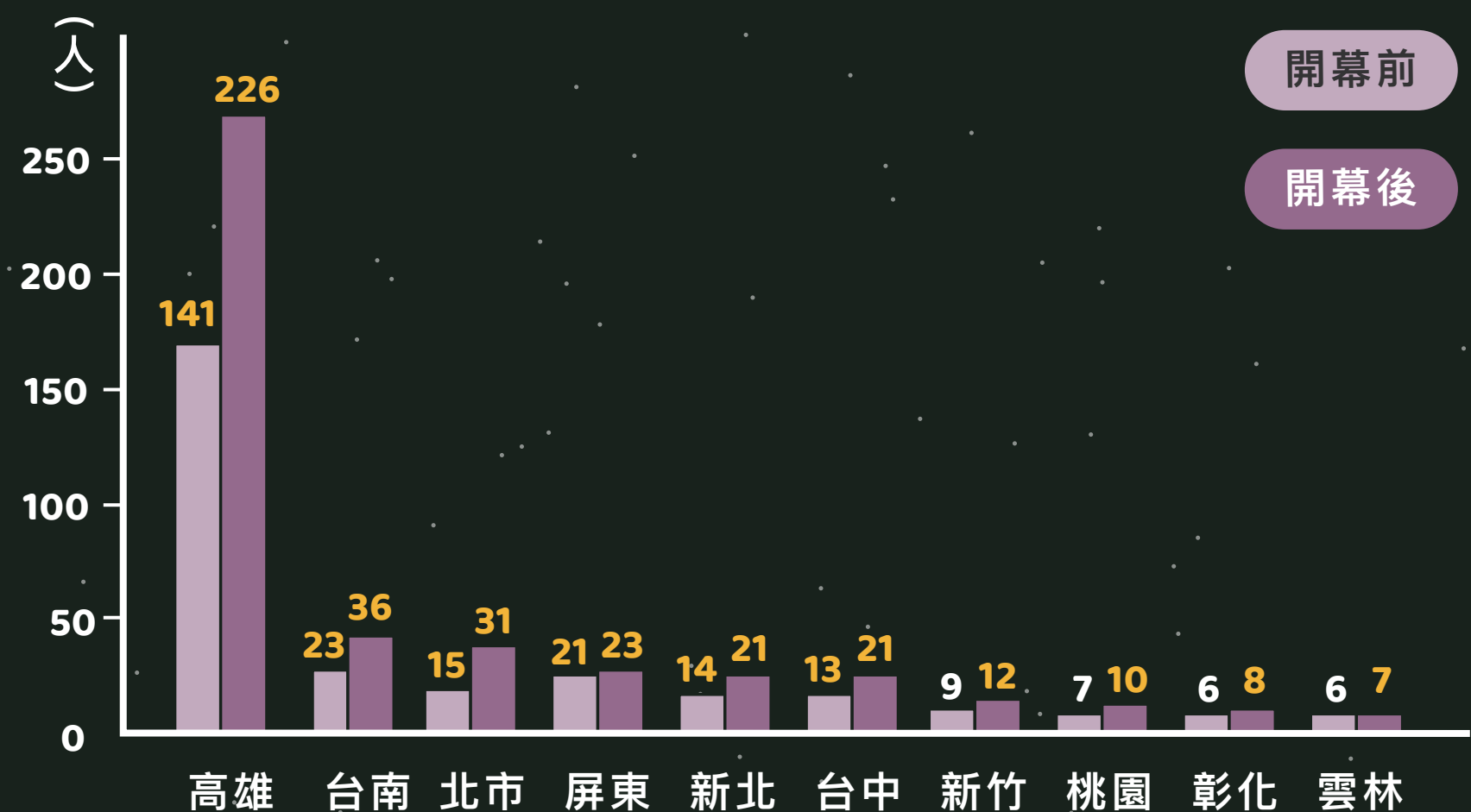


衛武營國家藝術文化中心 /2018.10開幕

來自高雄與其他地區觀眾欣賞高雄地區場館演出之人數皆增加，其他地區增加人數較多來自北市、台南。

- 來自高雄地區的觀眾
開幕後，購票會員增為 **1.6 倍** / **226人** 每場次
- 來自其他地區的觀眾
開幕後，購票會員增為 **1.3 倍** / **211人** 每場次

會員居住地人數排名僅顯示前10名地區

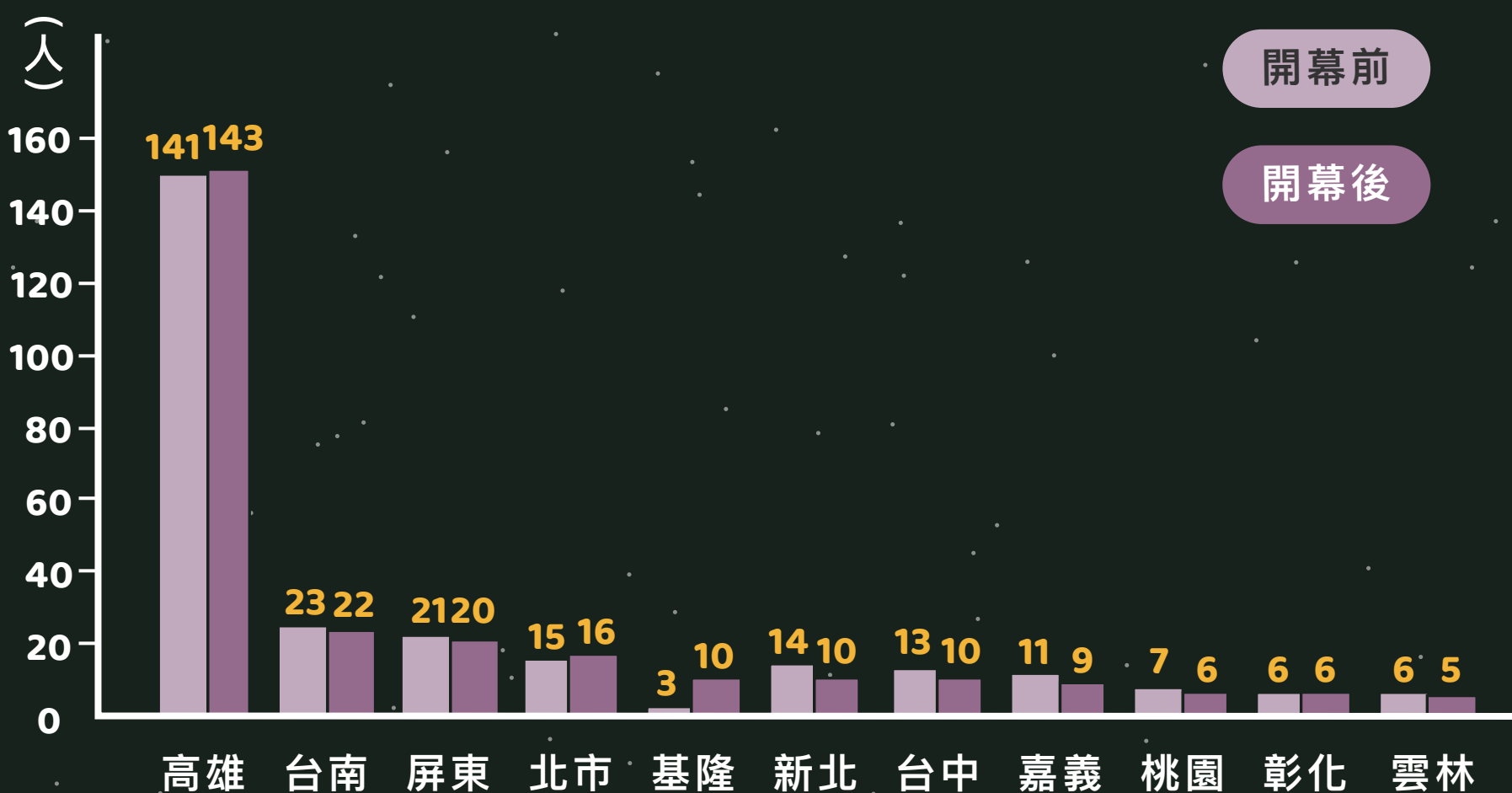


高雄地區其他藝文館所

來自高雄當地人數略增，其他地區觀眾欣賞高雄地區場館演出之人數則下滑，顯示開幕後影響較集中於衛武營館所主辦節目。

- 來自高雄地區的觀眾
開幕後，購票會員維持 **1 倍** / **143人** 每場次
- 來自其他地區的觀眾
開幕後，購票會員降為 **0.9 倍** / **142人** 每場次

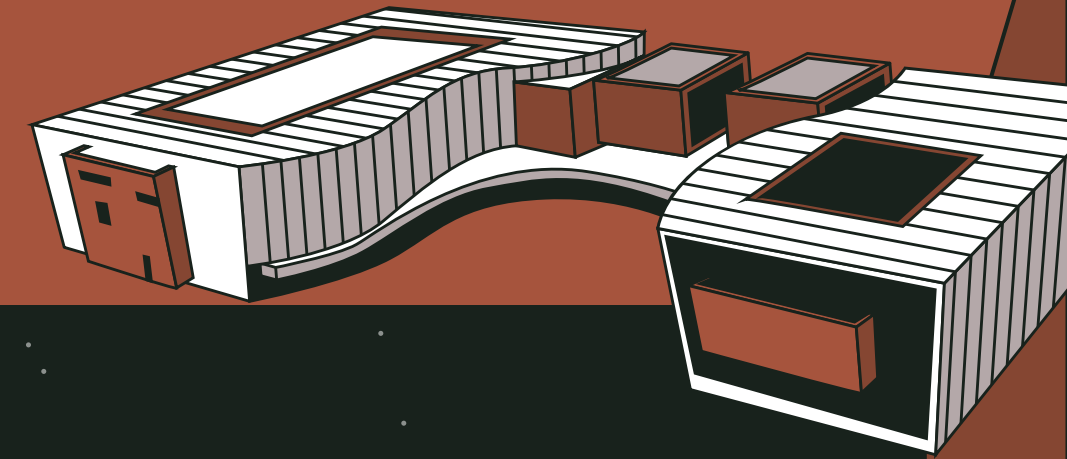
會員居住地人數排名僅顯示前10名地區



註1：圖示為衛武營國家藝術中心開幕前後，由全台各地至高雄地區場館欣賞演出之每場平均購票會員數變化圖。

註2：其他地區係指非高雄地區之購票會員。

屏東演藝廳開幕後 平均每場購票人數變化



屏東演藝廳 /2016.3 開幕

來自屏東當地與其他地區觀眾欣賞屏東場館演出之人數皆增加，其他地區人數增加較為高雄、花蓮，南投則減少。

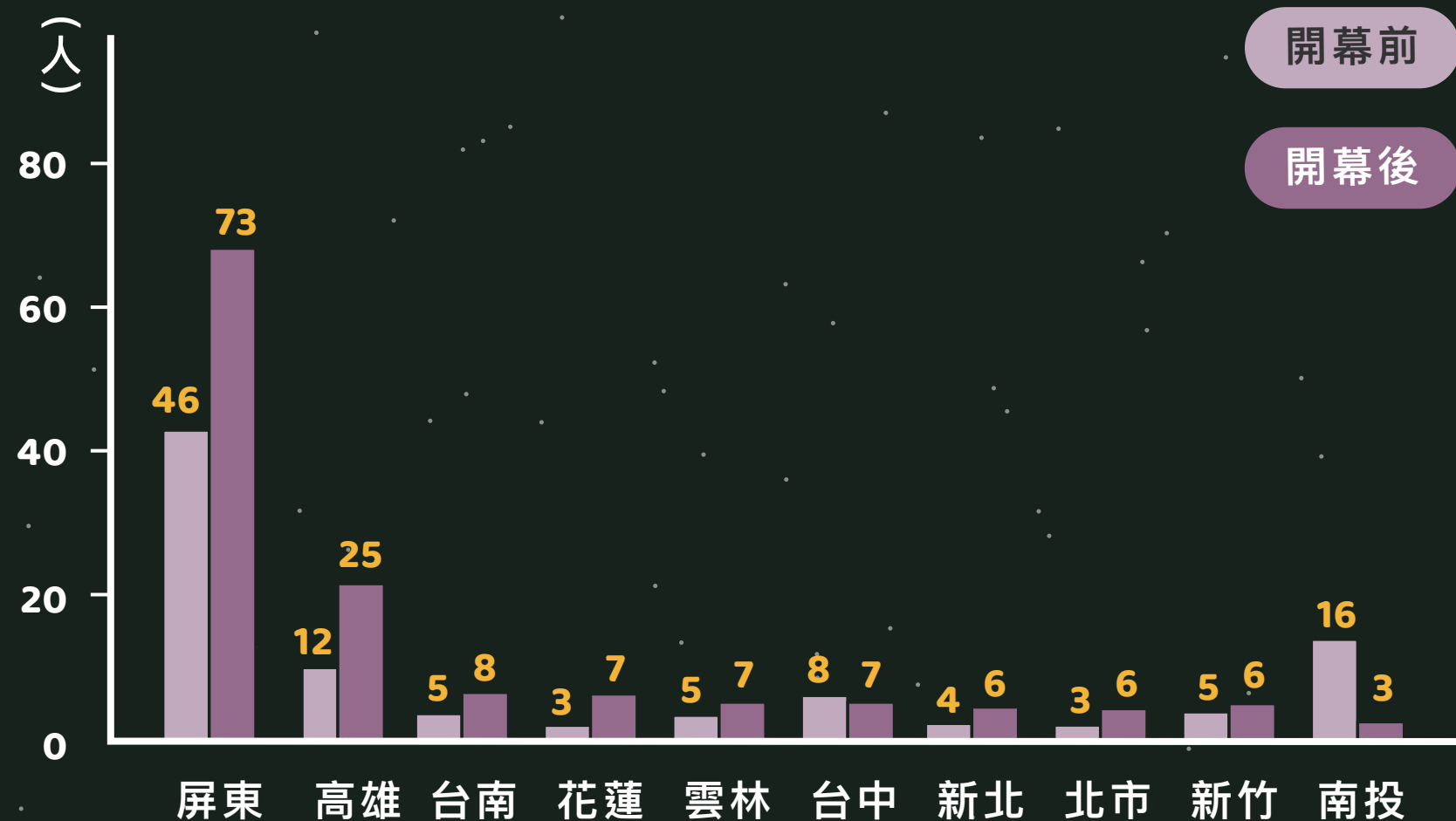
- 來自屏東地區的觀眾
開幕後，購票會員增為

1.6 倍 / **73人**
每場次

- 來自其他地區的觀眾
開幕後，購票會員增為

1.2 倍 / **100人**
每場次

會員居住地人數排名僅顯示前10名地區



屏東地區其他藝文館所

來自屏東當地、其他地區觀眾人數皆增，顯示屏東演藝廳為屏東當地引入新觀眾，且帶動屏東其他館所藝文人口提升。

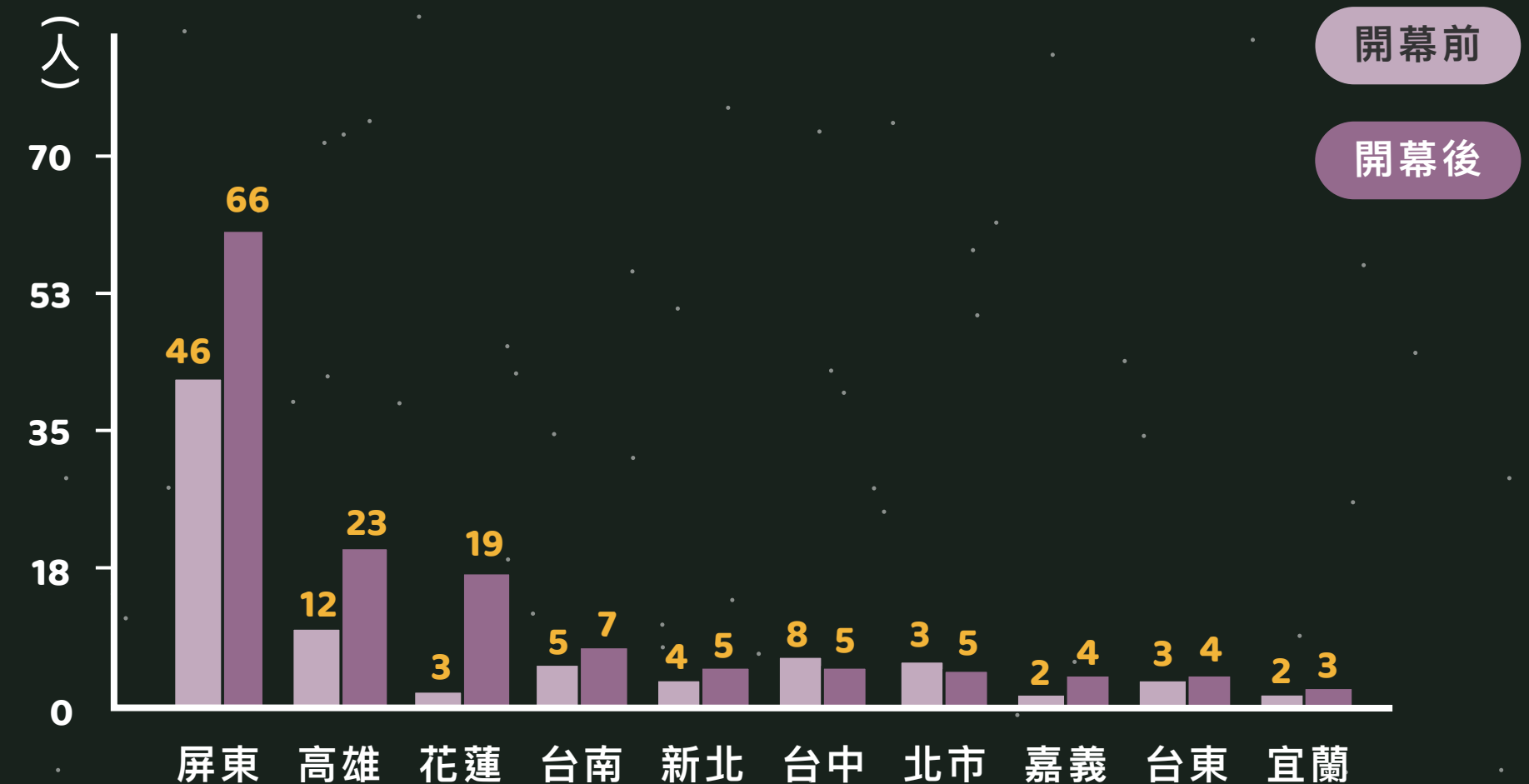
- 來自屏東地區的觀眾
開幕後，購票會員增為

1.4 倍 / **66人**
每場次

- 來自其他地區的觀眾
開幕後，購票會員增為

1.3 倍 / **105人**
每場次

會員居住地人數排名僅顯示前10名地區



註1：圖示為屏東演藝廳開幕前後，由全台各地至屏東地區場館欣賞演出之每場平均購票會員數變化圖。

註2：其他地區係指非屏東地區之購票會員。

07

疫情影響・2020

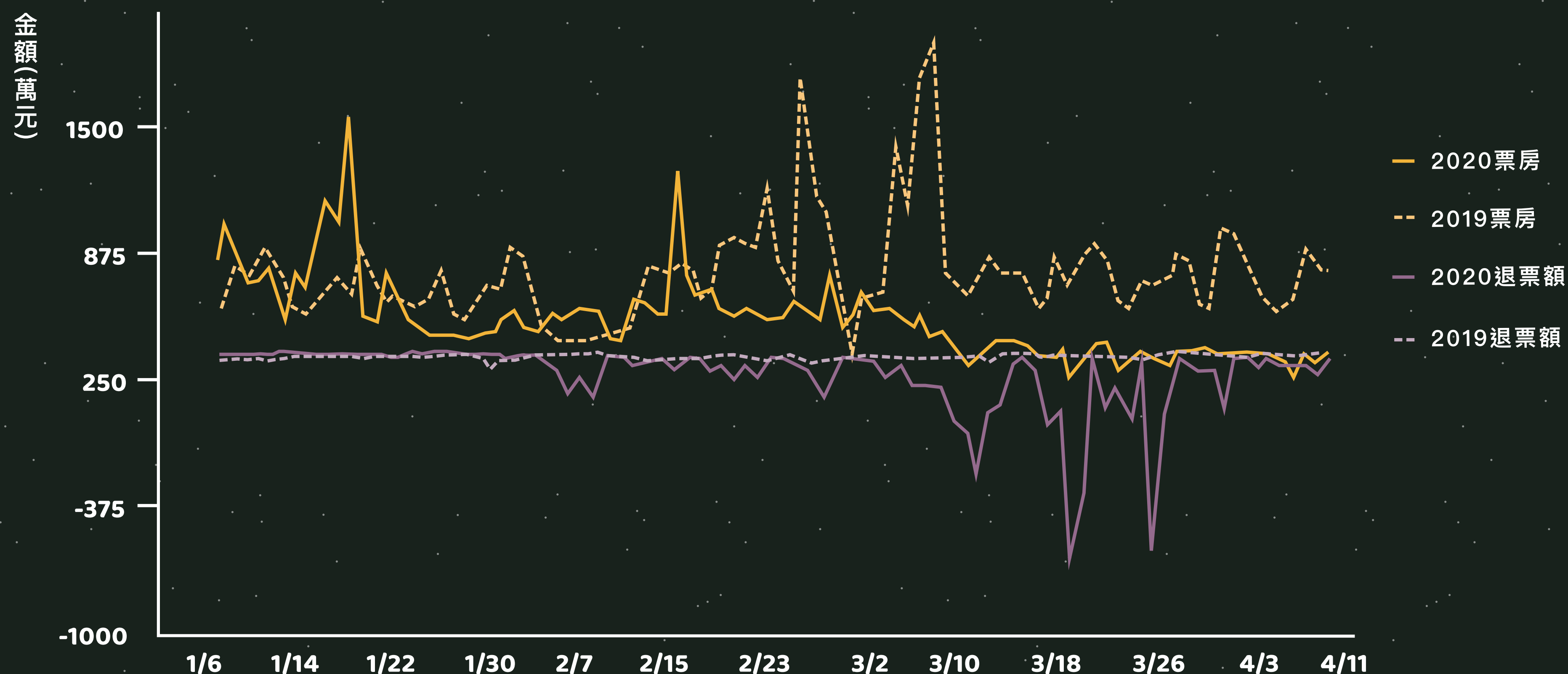
因疫情影響，衝擊表演藝術產業甚鉅，2月份起，兩廳院售票系統取消及延期節目接踵而至，面對不確定的影響，我們進一步統計相關資訊，觀照截至2020/04/10的停演、改期與退票情況，惟無法反應以下部分：

-
- ❶ 資料期間內發生之取消、改期與退票，是否確為因疫情所致。鑒於期間之特殊性，本研究假設所有取消、改期與退票皆因疫情所致，此必然會忽略其他可能的肇因。
 - ❷ 因疫情影響，原本預計在售票系統上售票，但最後選擇不售票之演出，此類情事在資料上將完全無法呈現。
 - ❸ 因疫情影響而取消的演出，若未取消演出，則其觀眾退票的比例，我們無法觀測到『若無取消』時可能的購票狀況。
 - ❹ 疫情對於不在兩廳院售票系統上之節目活動所造成之影響。
-

每日票房與退票金額為何？ (2019年 VS 2020年)

截至2020/4/10，退票金額累計達0.9億元，為2019年同期退票金額的8倍，影響波及291家團隊、403檔節目、876場演出。(2020/1/1~4/10累計票房1.6億元，2019年同期票房3.6億元，減少2億元)

2020/1/1~4/10 兩廳院售票系統販售節目之每日票房、退票金額



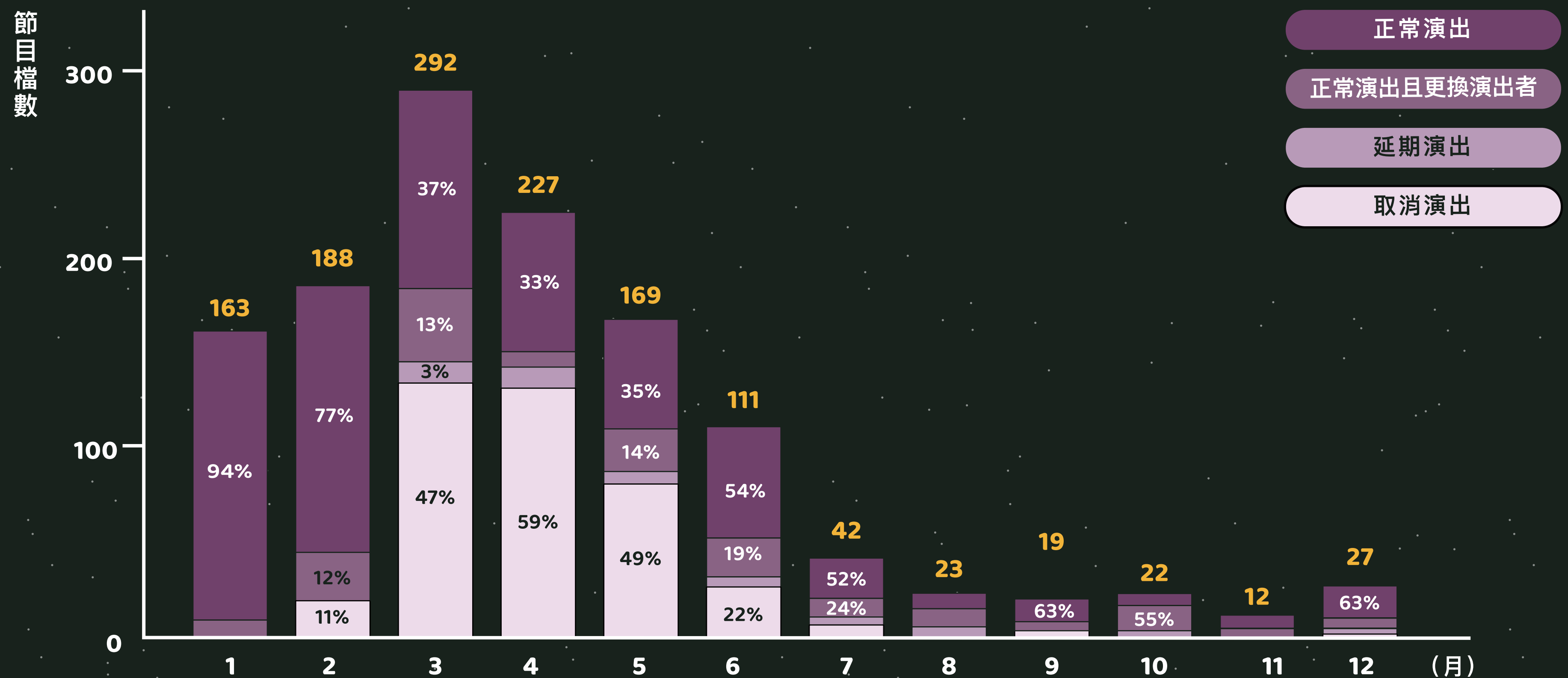
註1：2020/1/1~4/10之節目異動資訊來源為兩廳院售票系統販售節目之每日成交或取消之訂單金額，包含提前購買或退票(例：3月購買6月演出節目)，
未含節目尚未啟售即取消之節目訂單。

註2：每日票房若為負數值表示為主辦單位調廢票產生金額影響。退票金額包含現金及刷卡之退換補廢票金額。

節目異動觀察

截至2020/4/10，取消演出節目數量於3月份達高峰，並延續至7月份演出，惟並不表示疫情對節目之影響會止於7月份。

2020年 每月演出節目檔數比例



註1：資料來源為2020/1/1~4/10之節目異動資訊，包含提前確定取消或延期節目(例：6月演出節目提前通知取消)。

註2：圖表之每月顯示檔數為該當月份演出節目檔數。



THANK YOU

藝文數據加值 · 創造更多可能

兩廳院
售票 ARTS TICKET

×

open arts
和表演在一起