

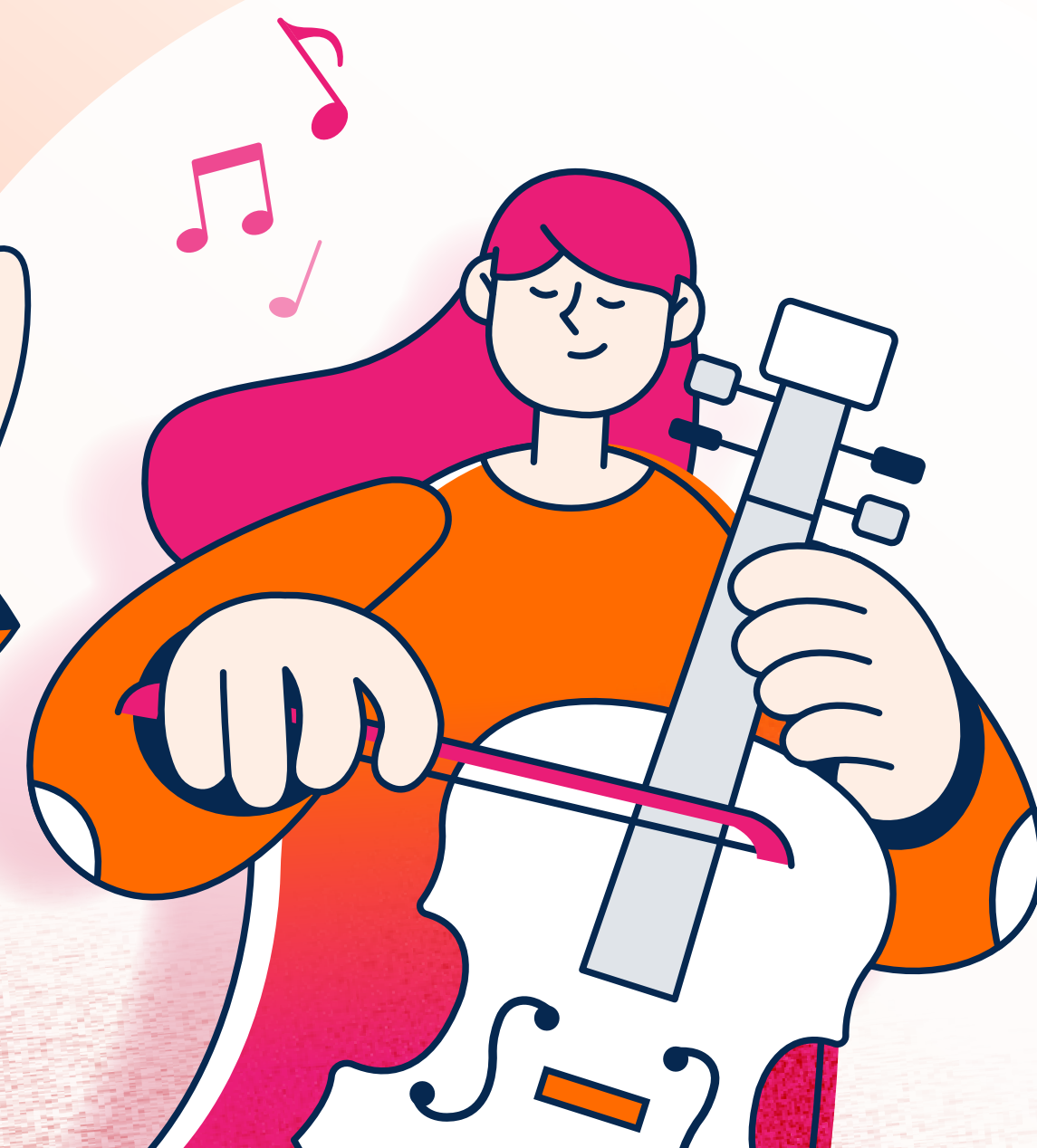
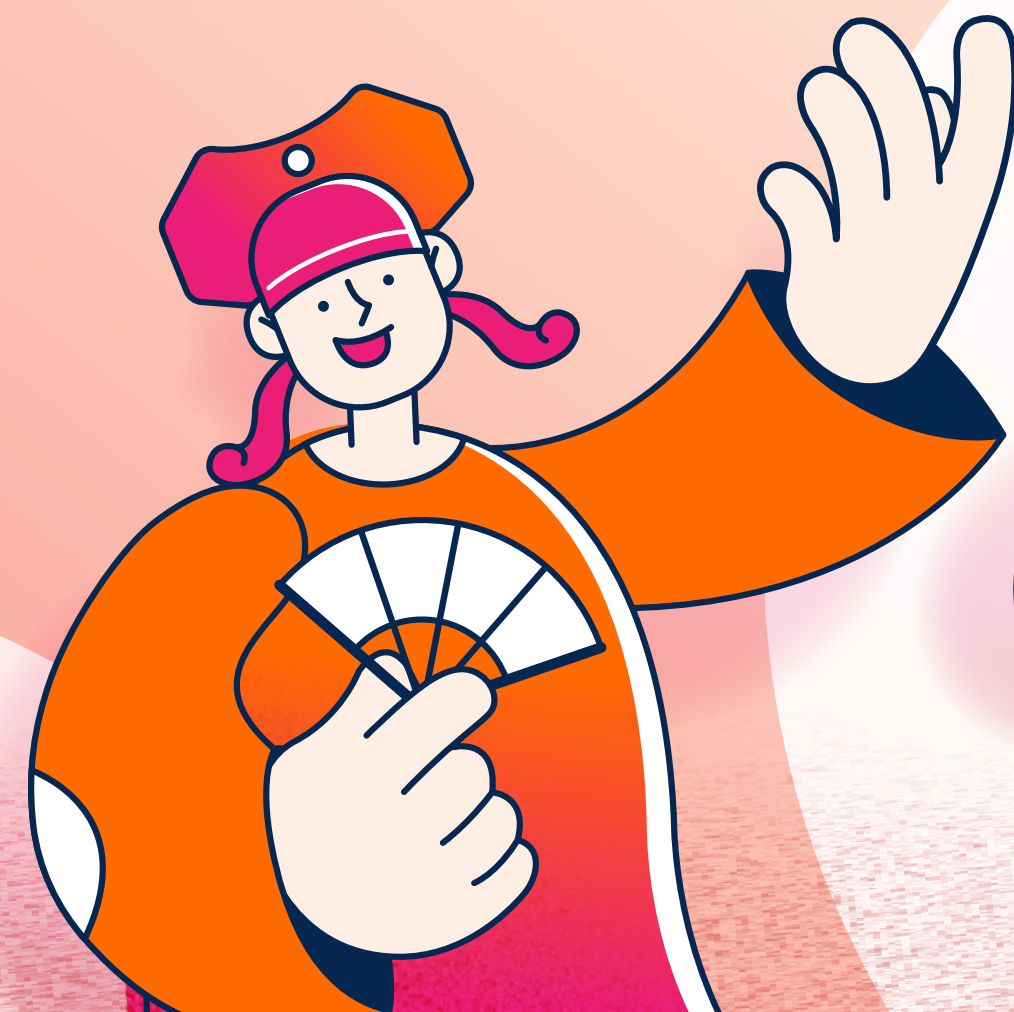
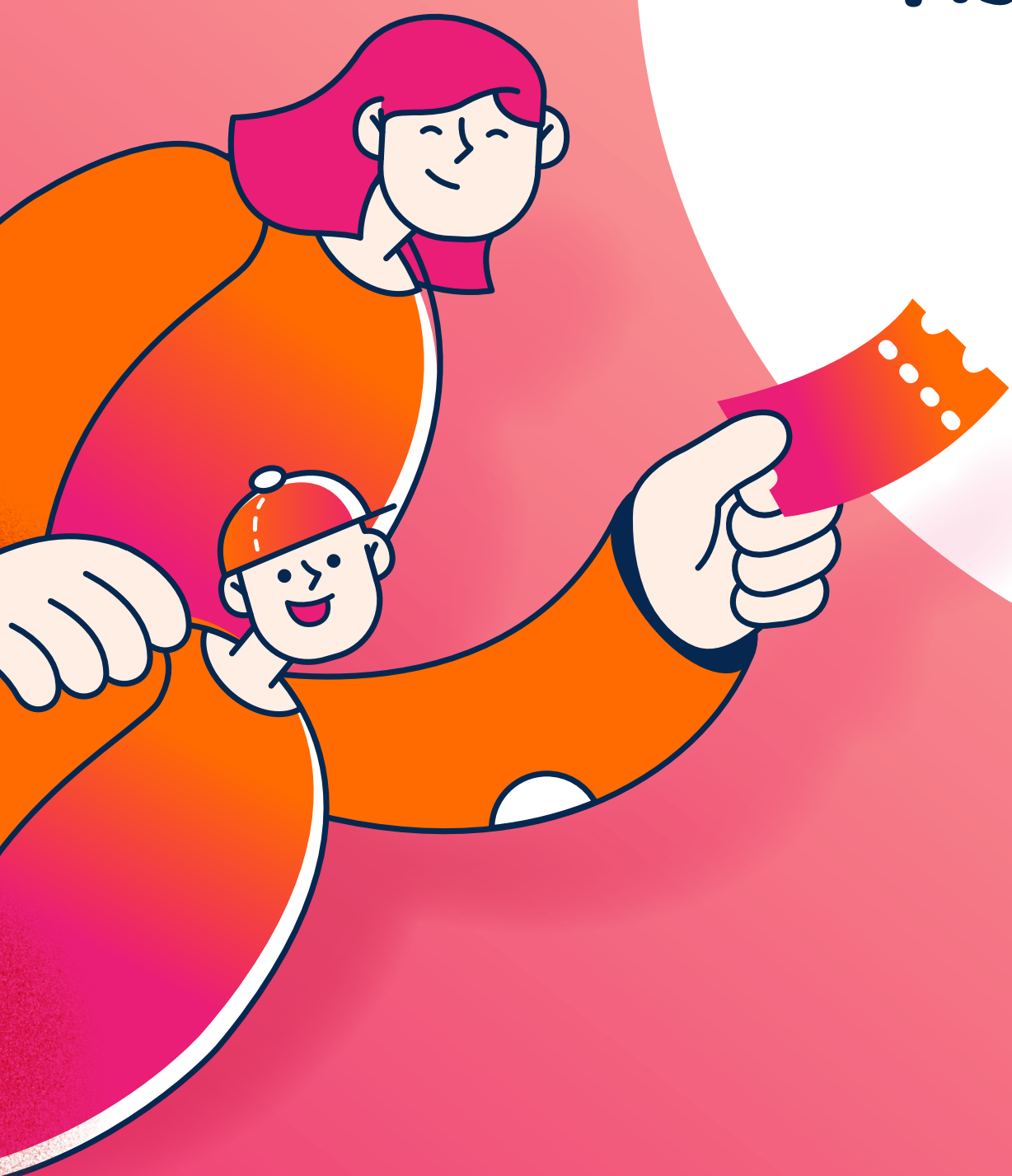
# OPENTIX



OPENTIX

## 兩廳院文化生活

2022年度數據報告



此報告針對OPENTIX兩廳院文化生活2019~2022年節目銷售與會員訂單資料進行統計分析，包含原兩廳院售票與OPENTIX售票資料；其結果僅表示OPENTIX營運的整體銷售現況，包含表演藝術與非表演藝術節目；其不代表整體產業情形，如需引用還請留意。

由於2020~2021年期間經歷COVID-19疫情停演影響，故有部分篇章，將以2022年(疫情後)對比2019年(疫情前)之觀察分析。

消費者資料依申請會員帳號時主動填寫之個人狀況進行統計，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。

報告協力製作：台灣經濟研究院





# 目錄

|    |                      |    |
|----|----------------------|----|
| #1 | 年度銷售表現               | 5  |
| #2 | 疫情下的成長動能             | 8  |
| #3 | 表演藝術節目<br>大中小型演出銷售情形 | 12 |
| #4 | 2022年度熱門作品           | 17 |
| #5 | OPENTIX會員消費行為        | 25 |
| #6 | 紅利點數使用概況             | 33 |
| #7 | 2022・後疫情「新」契機        | 37 |



# 2022年度數據

 票房銷售金額

11.4 億

2021年約6.4億

 藝文及展演活動(註1)

8,078 場

包含表藝節目場次6,113場  
及非表藝節目場次1,965場

 售出票券張數(註1)

157 萬

包含表藝節目票券144萬張  
及非表藝節目票券13萬張

 藝文團隊  
票券代售合作

1,200 家

2021年約800家

 註冊會員數(累計)

54 萬人

2021年約25萬人

 2022年  
消費會員數(註2)

26.8 萬人

男:女約3:7、26~40歲佔5成

 網路銷售比例

78 %

分銷點及主辦單位  
自售佔比約兩成

 網站每月  
平均瀏覽量(註3)

650 萬

2021年月均約300萬

註1：表演藝術節目，包含戲劇、音樂、舞蹈、親子等展演活動，以及OPENTIX Live節目。非表演藝術節目，包含電影、展覽、活動及其他(多媒體)等非實體展演活動。

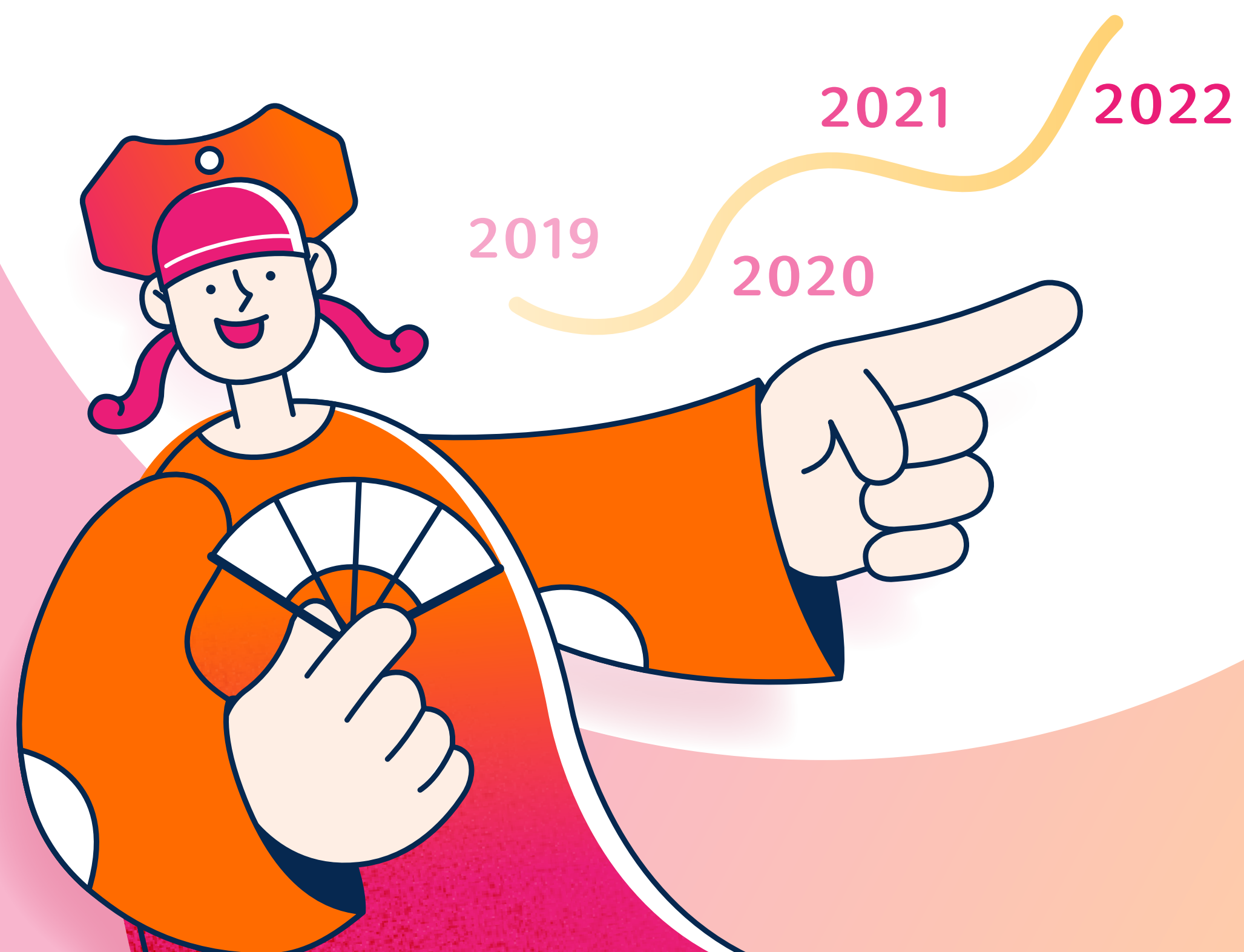
註2：消費會員意指該年度於售票系統內有消費紀錄者(購買1張票券以上)。消費紀錄包含購買表藝及非表藝節目；0元、10元券或免費活動不計入。

註3：平均每月進入網站的造訪次數。



#1

## 年度銷售表現



# 2019~2022年演出節目季銷售變化

2019年

票房金額 13.6億  
售出張數 203萬

2020年

票房金額 9.0億  
售出張數 128萬

2021年

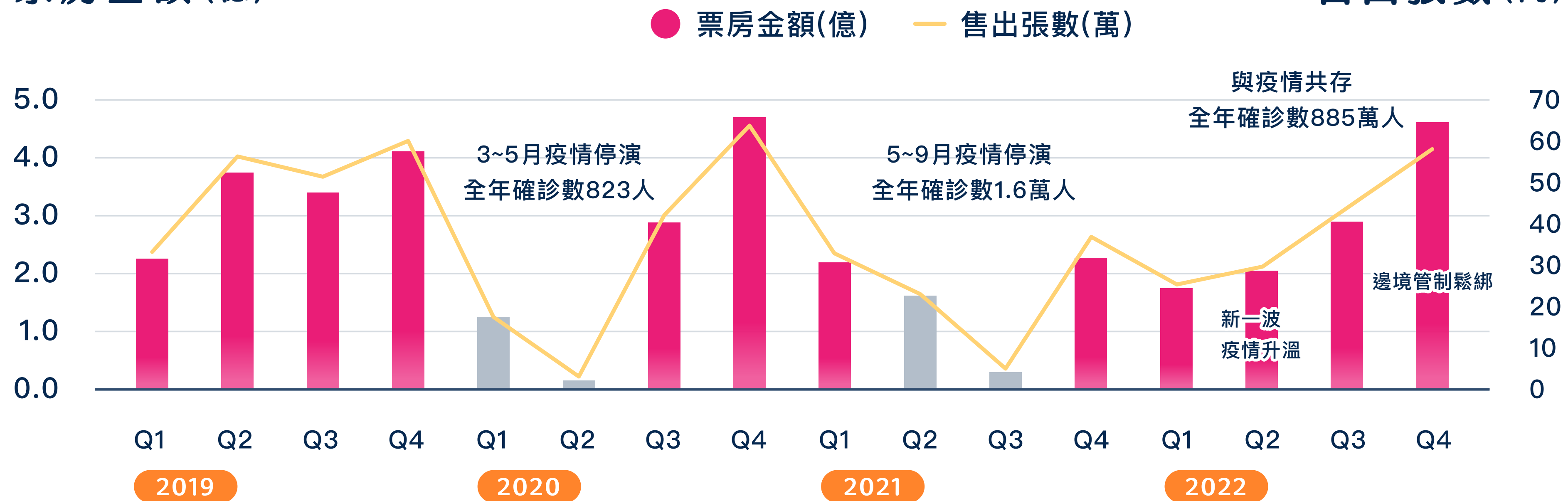
票房金額 6.4億  
售出張數 99萬

2022年

票房金額 11.4億  
售出張數 157萬

票房金額 (億)

售出張數 (萬)



- 2022年受Omicron變異株影響，形成自2020年以來最大規模感染，下半年隨著疫苗普及，邁入與疫情共存時代，且邊境管制鬆綁，國外藝文團體恢復來台演出，市場量能復甦。

註1：年度售票產值，係統計該年度1/1~12/31演出節目的銷售資料，包含表藝、非表藝節目銷售資料；未含0元、10元券或免費活動資料。

註2：確診數資料參考衛生福利部疾病管制署 <https://nidss.cdc.gov.tw>。



# 藝文及展演活動場次數佔比



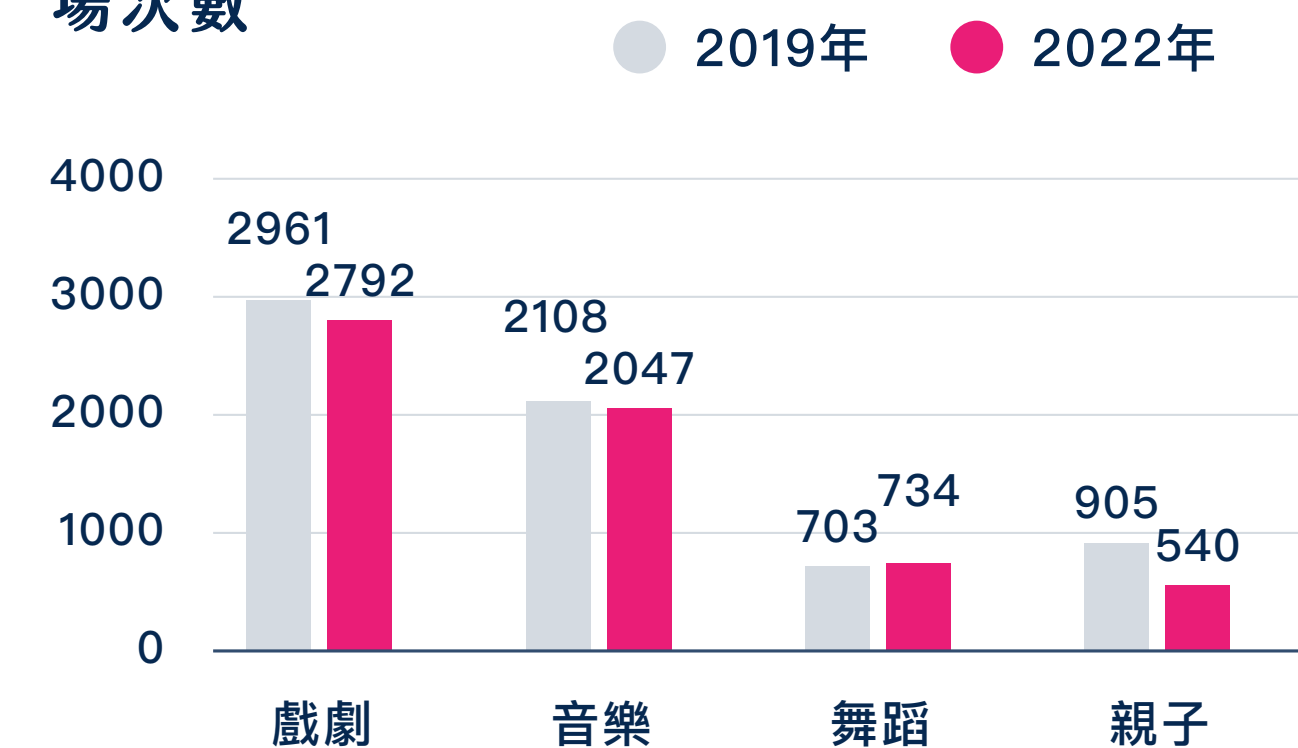
## 表演藝術 節目場次數

2019年6,677場  
2022年6,113場

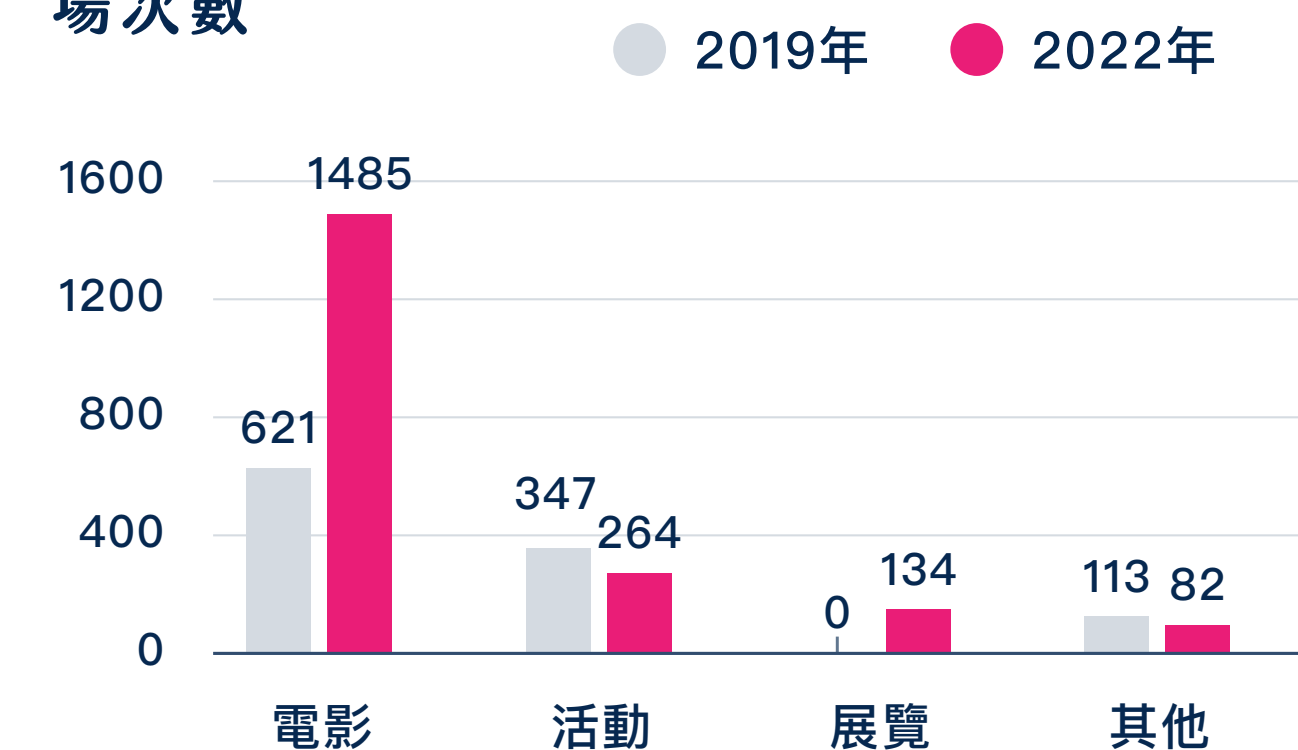
## 非表演藝術 節目場次數

2019年1,081場  
2022年1,965場

場次數



場次數



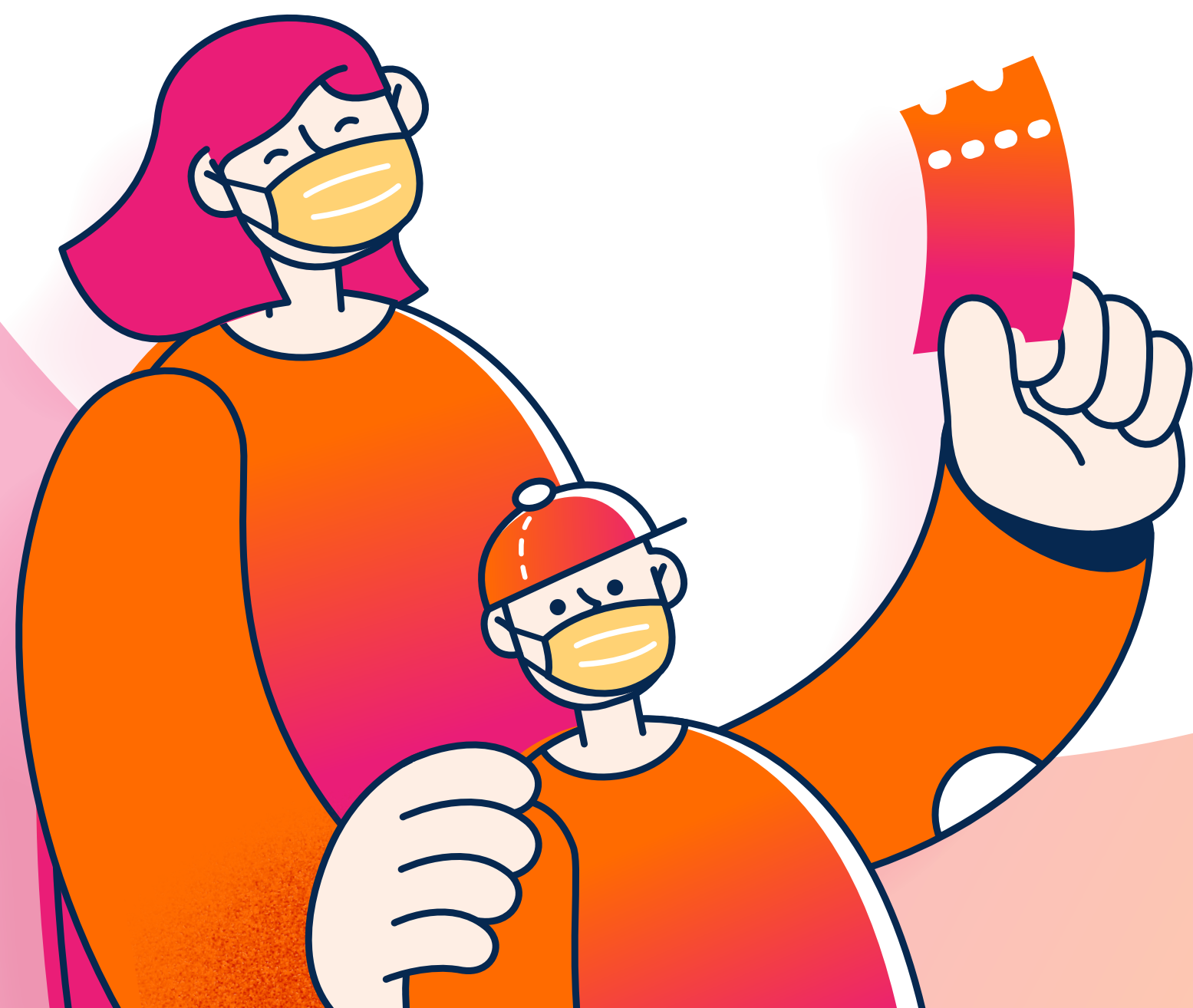
- 2022年演出場次共8,078場，其中表藝節目場次數為6,113場，距回到疫情前2019年(6,677場)表現仍需時間。
- 於非表藝節目，持續納入台北電影節、國際紀錄片影展、台灣國際女性影展等中大型影展及許多大型商業展覽，電影及展覽場次數增加至1,485場、134場，非表藝節目場次數佔比提升至24%(2019年約14%)。

註1：同一檔節目，每個售票場次皆計為一場。

註2：非表藝節目-其他類別為多媒體展演(如複合媒材創作/攝影/行為藝術)等活動內容。

# #2

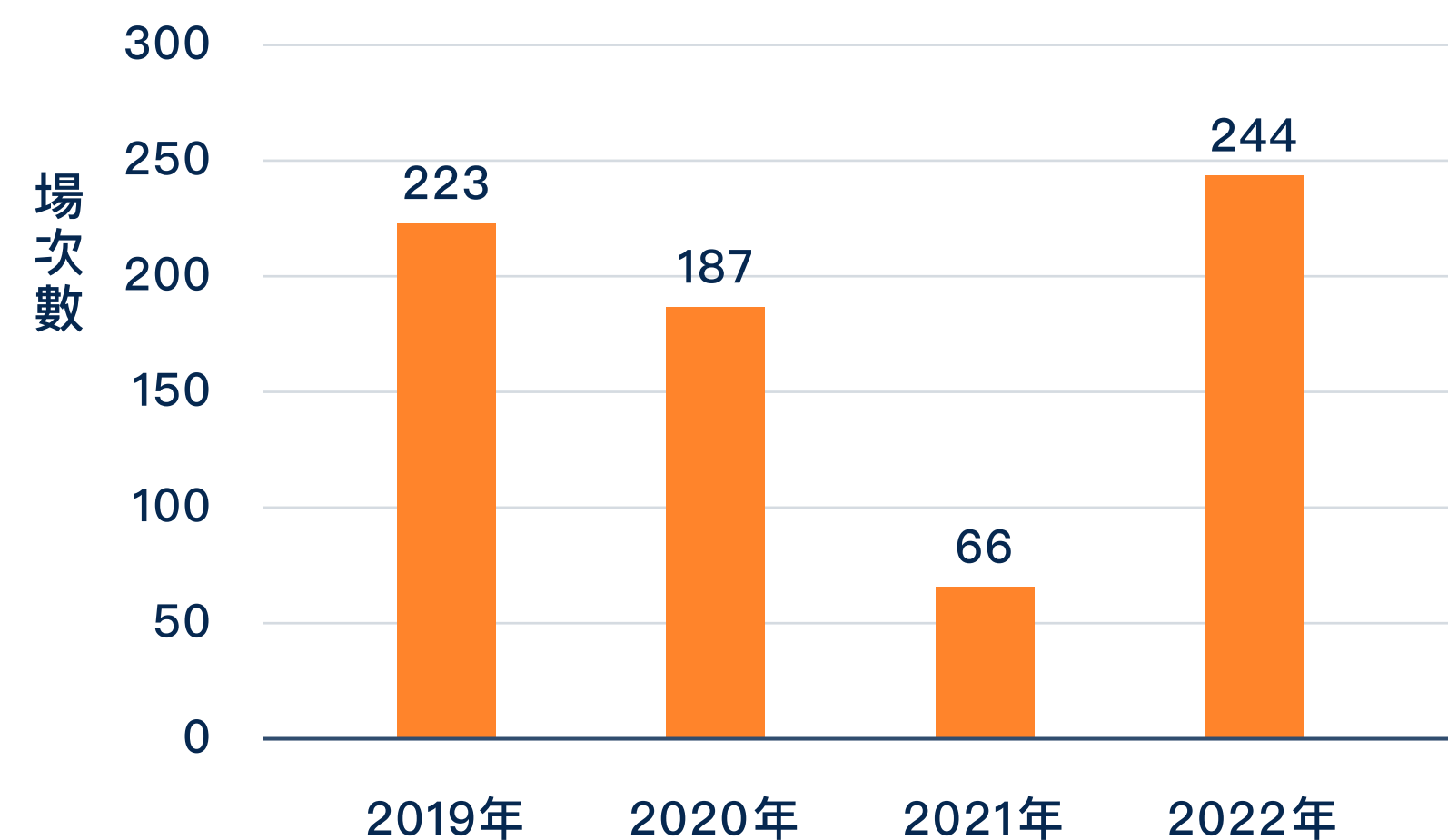
## 疫情下的成長動能



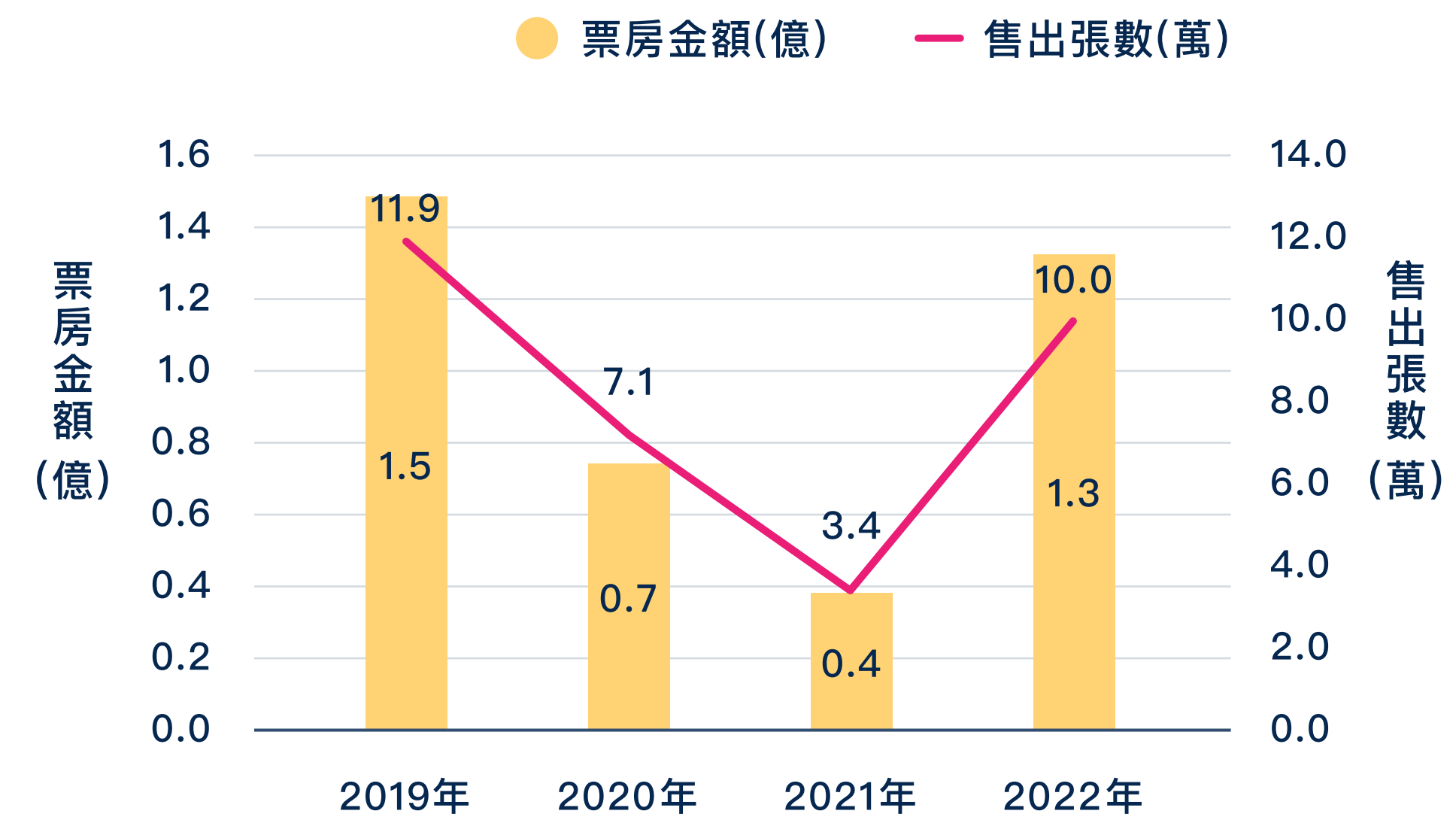


# 疫情下的成長動能：音樂劇節目

音樂劇場次數  
(2019~2022年)



音樂劇票房金額與售票數  
(2019~2022年)



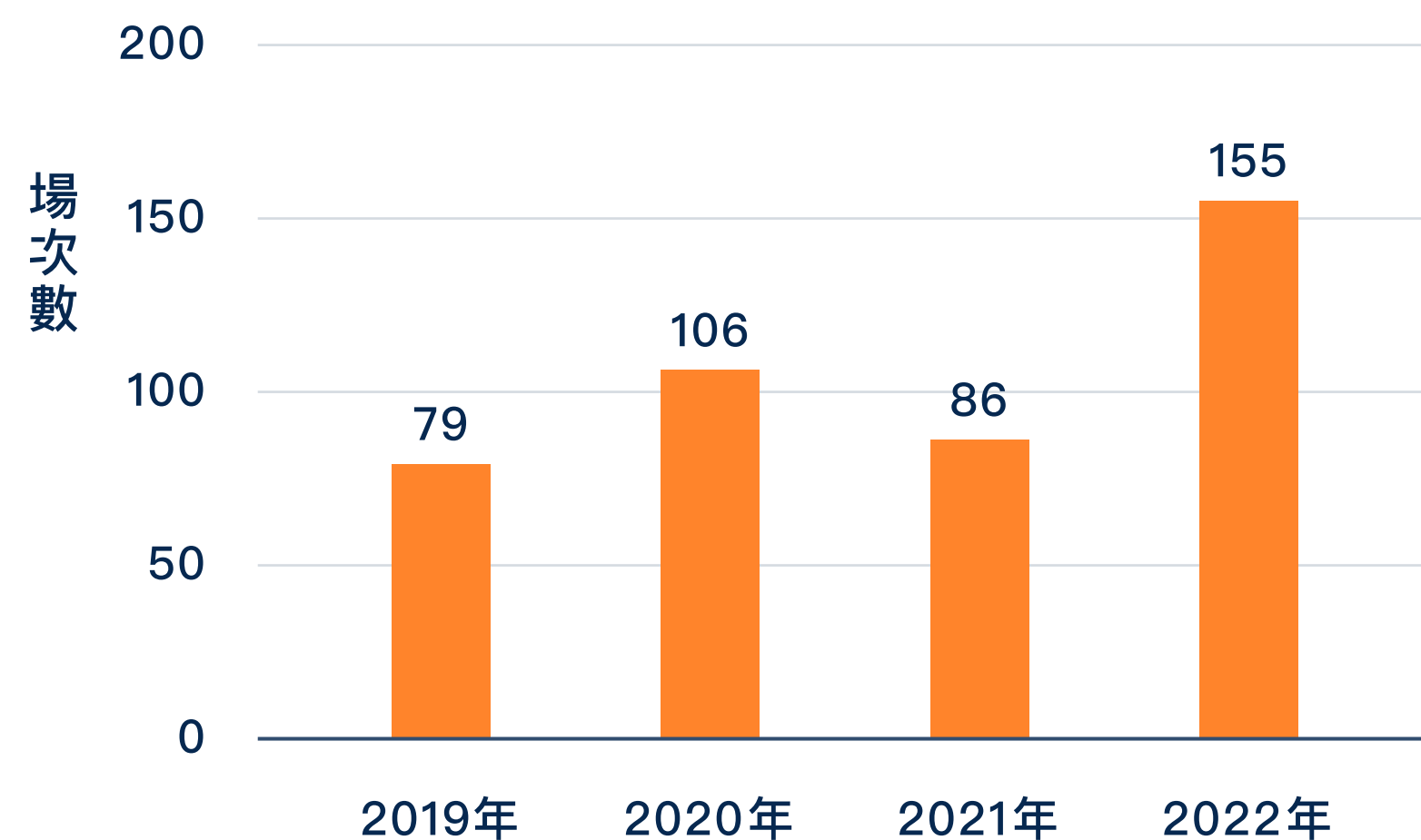
- 2022年於OPENTIX銷售的音樂劇演出場次共244場，已超過疫情前2019年場次數，而演出場域有朝向中、小型場館發展現象，如五口創意工作室推出的影集式音樂劇《SC驚釀小酒館》，在口碑效益擴散下，自2022年起於北、中、南總共演出27場次，累計超過2萬名觀眾，場場皆開賣即秒殺。

註1：年度售票產值，係統計該年度1/1~12/31演出節目的銷售資料；未含0元、10元券或免費活動資料。

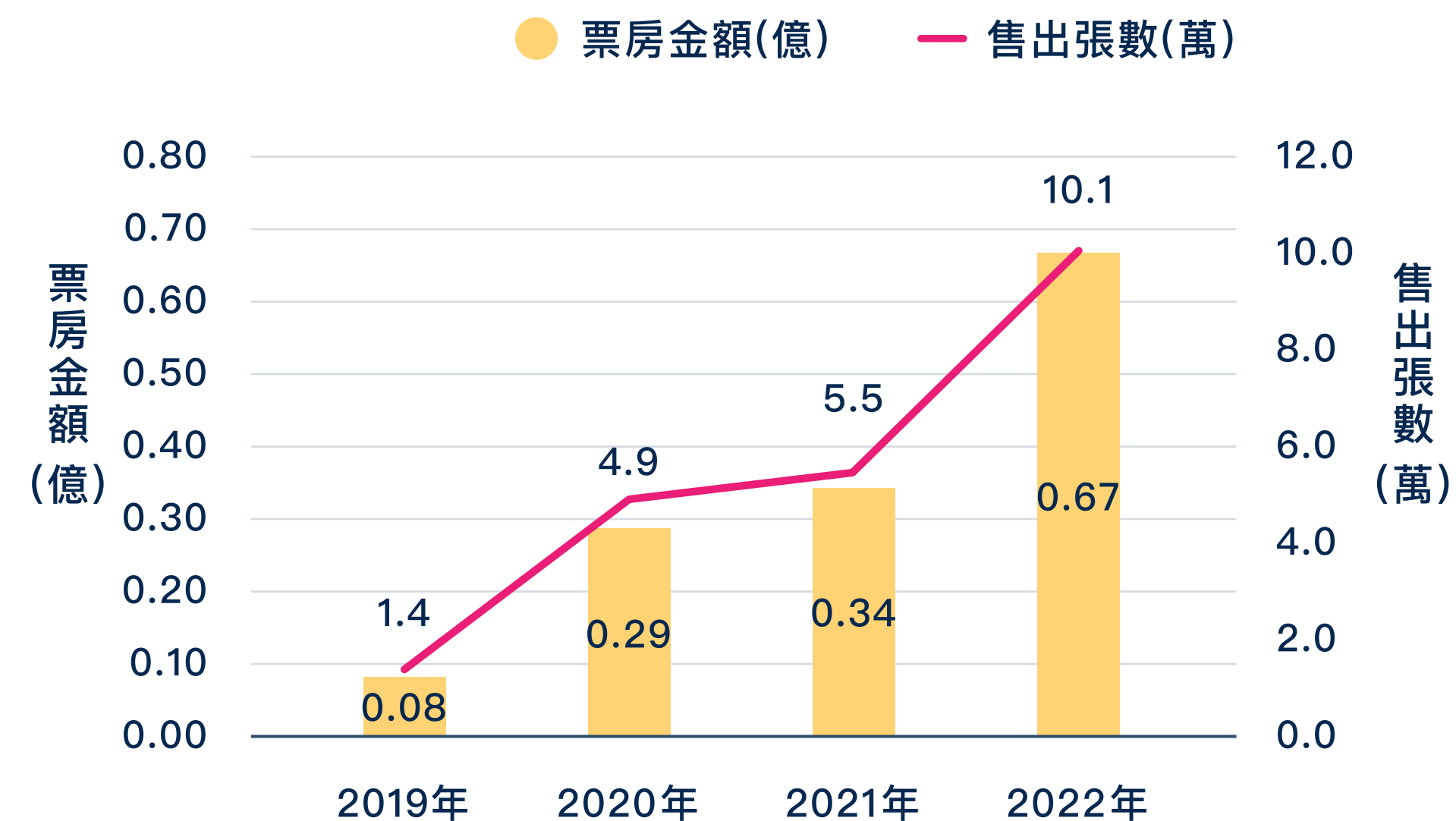
註2：同一檔節目，每個售票場次皆計為一場。

# 疫情下的成長動能：漫才/脫口秀節目

漫才/脫口秀場次數  
(2019~2022年)



漫才/脫口秀票房金額與售票數  
(2019~2022年)



- 漫才/脫口秀節目為近年於OPENTIX銷售表現亮眼的節目類別，演出場次及銷售數據呈大幅成長，如面白大丈夫《職男人生》系列節目於國內各地巡演，演出場域從小型場館逐步邁向中型、大型場館。

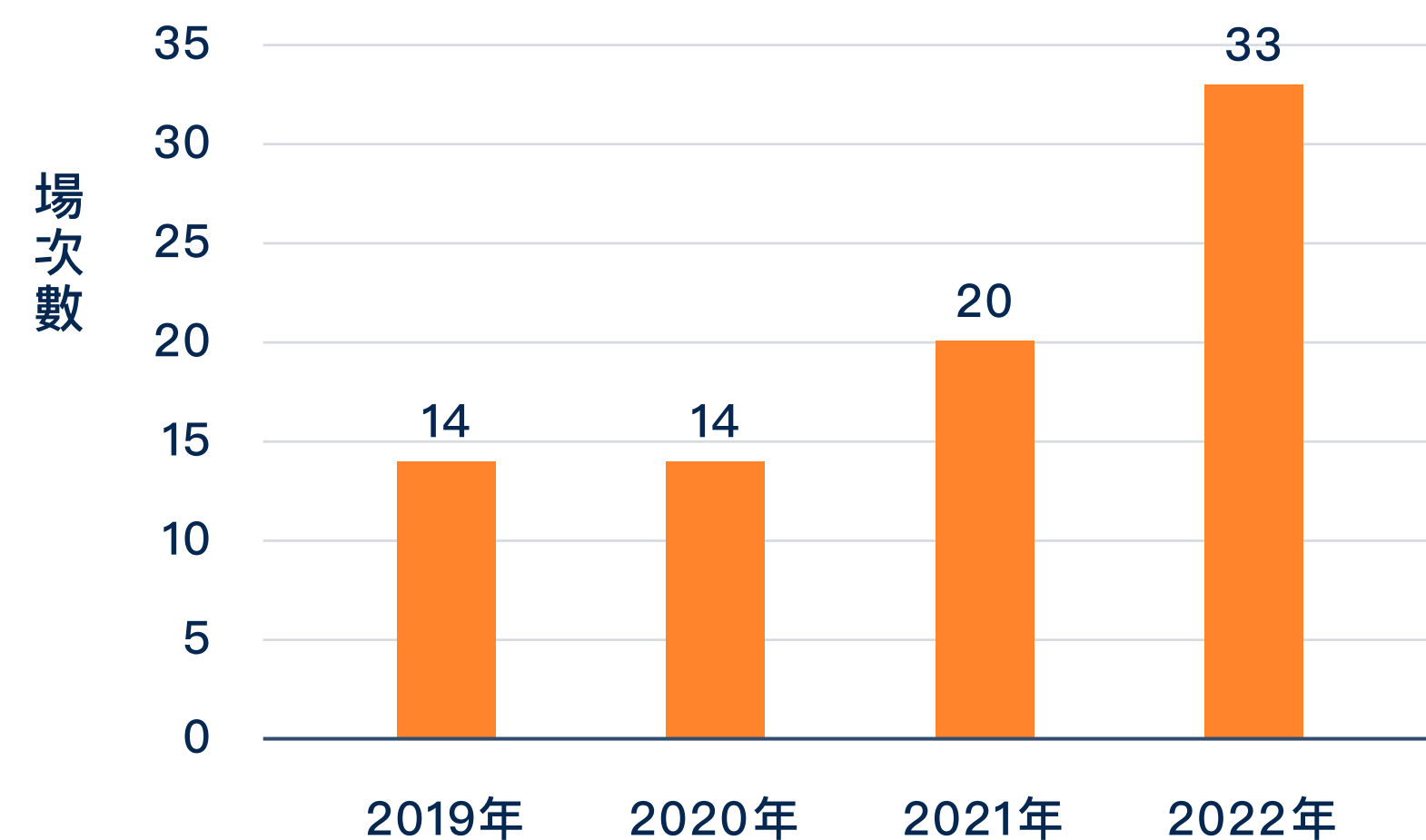
註1：年度售票產值，係統計該年度1/1~12/31演出節目的銷售資料；未含0元、10元券或免費活動性質等資料。

註2：同一檔節目，每個售票場次皆計為一場。

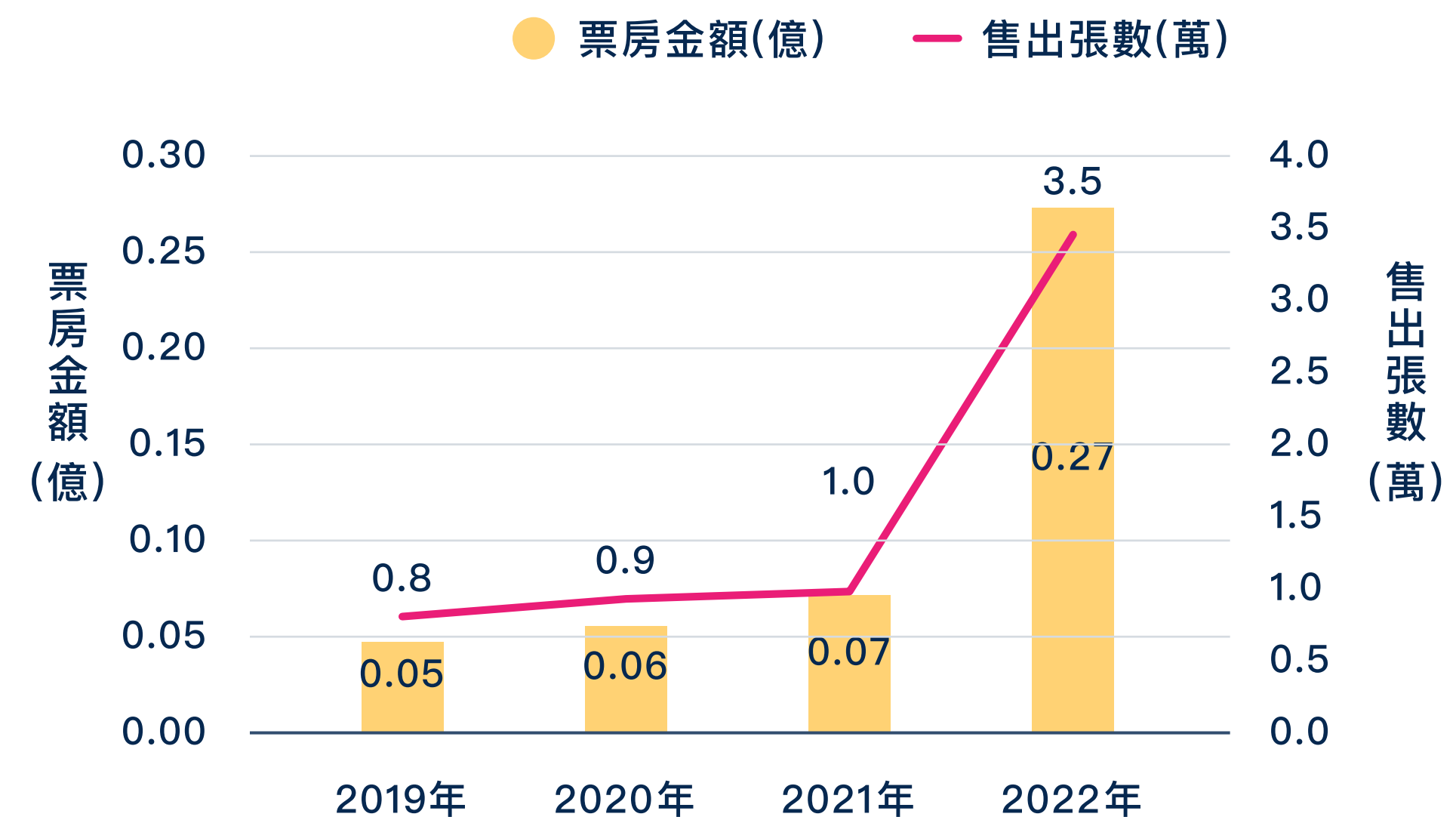


# 疫情下的成長動能：動畫/電影音樂會節目

動畫/電影音樂會場次數  
(2019~2022年)



動畫/電影音樂會票房金額與售票數  
(2019~2022年)



- 2022年於OPENTIX銷售亮眼的音樂節目內容除國外音樂家獨奏會、管絃樂團演奏古典音樂曲目的節目外，部分樂團嘗試推出演奏電影、動畫配樂的音樂會也備受好評，如狂美交響管樂團《宮崎駿動畫配樂》、《璀璨經典百老匯》等節目。

註1：年度售票產值，係統計該年度1/1~12/31演出節目的銷售資料；未含0元、10元券或免費活動性質等資料。

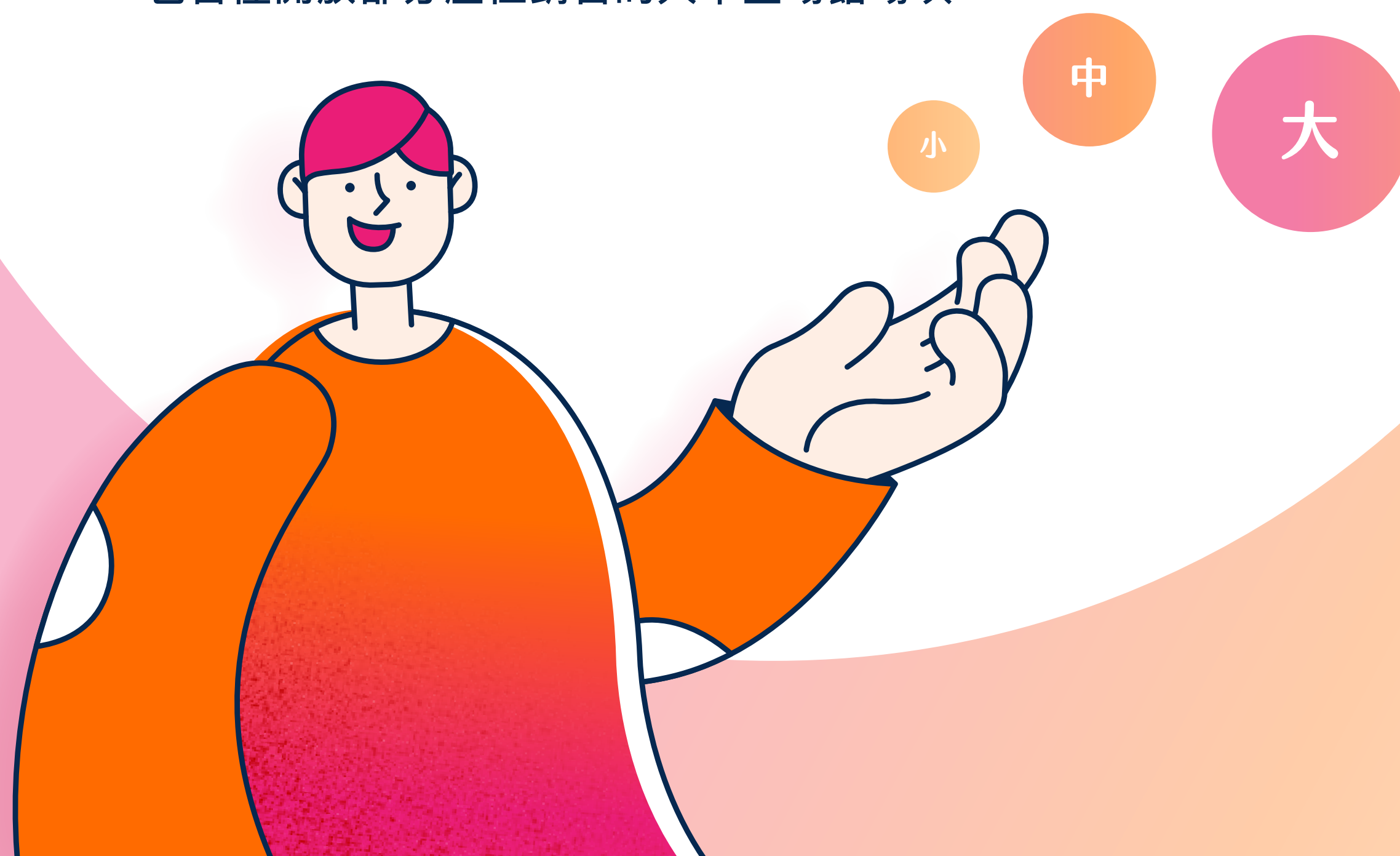
註2：同一檔節目，每個售票場次皆計為一場。



# #3

## 表演藝術節目 大中小型演出銷售情形

大中小型演出依可售票數分類，大型演出可售票數為800張以上、  
中型演出可售票數為200~799張、小型演出可售票數為199張以下；  
包含僅開放部分座位銷售的大中型場館場次。



# 戲劇節目大中小型演出

| 戲劇節目                     |        | 場次數   | 平均每場售出張數 | 平均每場售出金額 | 平均票價   | 平均售票率 |
|--------------------------|--------|-------|----------|----------|--------|-------|
| 大型演出<br>可售票數<br>800張以上   | 2019 年 | 502   | 835      | 91.6萬    | 1,098元 | 66%   |
|                          | 2020 年 | 436   | 822      | 94.5萬    | 1,149元 | 66%   |
|                          | 2021 年 | 239   | 902      | 96.2萬    | 1,068元 | 78%   |
|                          | 2022 年 | 381   | 811      | 96.4萬    | 1,190元 | 66%   |
| 中型演出<br>可售票數<br>200~799張 | 2019 年 | 724   | 281      | 17.3萬    | 617元   | 65%   |
|                          | 2020 年 | 508   | 265      | 16.4萬    | 621元   | 60%   |
|                          | 2021 年 | 415   | 338      | 24.0萬    | 710元   | 71%   |
|                          | 2022 年 | 757   | 272      | 20.4萬    | 752元   | 62%   |
| 小型演出<br>可售票數<br>199張以下   | 2019 年 | 1,735 | 52       | 2.4萬     | 463元   | 69%   |
|                          | 2020 年 | 1,146 | 47       | 2.3萬     | 496元   | 65%   |
|                          | 2021 年 | 495   | 60       | 3.0萬     | 500元   | 67%   |
|                          | 2022 年 | 1,243 | 51       | 2.9萬     | 586元   | 66%   |

- 2022年於OPENTIX銷售的戲劇節目-中型演出場次數，較疫情前2019年略增，而平均每場票房金額，無論大中小型演出規模，均高於2019年數據。另觀察近四年的平均票價變化，則有持續提升的現象。

註1：年度售票產值，係統計該年度1/1~12/31演出節目的銷售資料；未含線上節目、0元、10元券或免費活動資料。

註2：同一檔節目，每個售票場次皆計為一場。



# 音樂節目大中小型演出

| 音樂節目                     |        | 場次數   | 平均每場售出張數 | 平均每場售出金額 | 平均票價 | 平均售票率 |
|--------------------------|--------|-------|----------|----------|------|-------|
| 大型演出<br>可售票數<br>800張以上   | 2019 年 | 704   | 731      | 48.2萬    | 660元 | 50%   |
|                          | 2020 年 | 442   | 608      | 32.9萬    | 542元 | 43%   |
|                          | 2021 年 | 320   | 674      | 43.4萬    | 644元 | 50%   |
|                          | 2022 年 | 517   | 705      | 55.5萬    | 787元 | 51%   |
| 中型演出<br>可售票數<br>200~799張 | 2019 年 | 1,092 | 219      | 9.5萬     | 438元 | 52%   |
|                          | 2020 年 | 775   | 207      | 10.4萬    | 505元 | 49%   |
|                          | 2021 年 | 621   | 205      | 8.5萬     | 415元 | 51%   |
|                          | 2022 年 | 1,113 | 197      | 9.3萬     | 474元 | 49%   |
| 小型演出<br>可售票數<br>199張以下   | 2019 年 | 312   | 67       | 3.0萬     | 452元 | 60%   |
|                          | 2020 年 | 247   | 67       | 3.0萬     | 458元 | 63%   |
|                          | 2021 年 | 302   | 77       | 3.3萬     | 441元 | 65%   |
|                          | 2022 年 | 363   | 62       | 3.0萬     | 497元 | 59%   |

- 2022年於OPENTIX銷售的音樂節目–中小型演出場次數，較疫情前2019年略增，而大型演出節目的平均每場票房金額及平均票價，較疫情前2019年數據明顯成長；而近四年的平均票價也有持續提升的現象。

註1：年度售票產值，係統計該年度1/1~12/31演出節目的銷售資料；未含線上節目、0元、10元券或免費活動性質等資料。

註2：同一檔節目，每個售票場次皆計為一場。

# 舞蹈節目大中小型演出

| 舞蹈節目                            |        | 場次數 | 平均每場售出張數 | 平均每場售出金額 | 平均票價 | 平均售票率 |
|---------------------------------|--------|-----|----------|----------|------|-------|
| <b>大型演出</b><br>可售票數<br>800張以上   | 2019 年 | 162 | 723      | 54.1萬    | 749元 | 60%   |
|                                 | 2020 年 | 71  | 647      | 45.2萬    | 700元 | 55%   |
|                                 | 2021 年 | 43  | 622      | 34.8萬    | 561元 | 57%   |
|                                 | 2022 年 | 64  | 773      | 65.4萬    | 847元 | 69%   |
| <b>中型演出</b><br>可售票數<br>200~799張 | 2019 年 | 230 | 236      | 11.2萬    | 475元 | 52%   |
|                                 | 2020 年 | 160 | 228      | 9.5萬     | 419元 | 52%   |
|                                 | 2021 年 | 104 | 268      | 14.1萬    | 528元 | 64%   |
|                                 | 2022 年 | 251 | 229      | 11.8萬    | 519元 | 51%   |
| <b>小型演出</b><br>可售票數<br>199張以下   | 2019 年 | 311 | 68       | 3.6萬     | 535元 | 66%   |
|                                 | 2020 年 | 277 | 55       | 2.6萬     | 481元 | 68%   |
|                                 | 2021 年 | 173 | 78       | 4.1萬     | 533元 | 72%   |
|                                 | 2022 年 | 390 | 51       | 2.8萬     | 554元 | 63%   |

- 2022年於OPENTIX銷售的舞蹈節目–中小型演出場次數，較疫情前2019年略增，而大型演出節目的平均每場售出張數、平均每場票房金額、平均票價及售票率為近四年新高。

註1：年度售票產值，係統計該年度1/1~12/31演出節目的銷售資料；未含線上節目、0元、10元券或免費活動性質等資料。

註2：同一檔節目，每個售票場次皆計為一場。



# 親子節目大中小型演出

| 親子節目                     |        | 場次數 | 平均每場售出張數 | 平均每場售出金額 | 平均票價 | 平均售票率 |
|--------------------------|--------|-----|----------|----------|------|-------|
| 大型演出<br>可售票數<br>800張以上   | 2019 年 | 265 | 647      | 35.3萬    | 546元 | 58%   |
|                          | 2020 年 | 122 | 602      | 36.8萬    | 612元 | 56%   |
|                          | 2021 年 | 71  | 651      | 34.5萬    | 530元 | 62%   |
|                          | 2022 年 | 75  | 608      | 42.0萬    | 692元 | 56%   |
| 中型演出<br>可售票數<br>200~799張 | 2019 年 | 335 | 243      | 9.3萬     | 385元 | 57%   |
|                          | 2020 年 | 193 | 231      | 9.0萬     | 392元 | 56%   |
|                          | 2021 年 | 196 | 187      | 8.2萬     | 441元 | 42%   |
|                          | 2022 年 | 219 | 254      | 12.5萬    | 495元 | 64%   |
| 小型演出<br>可售票數<br>199張以下   | 2019 年 | 305 | 57       | 1.9萬     | 347元 | 77%   |
|                          | 2020 年 | 159 | 53       | 1.9萬     | 370元 | 70%   |
|                          | 2021 年 | 114 | 48       | 1.7萬     | 355元 | 76%   |
|                          | 2022 年 | 228 | 53       | 1.9萬     | 359元 | 68%   |

- 2022年於OPENTIX銷售的親子節目，整體演出場次數呈明顯下滑，推估受疫情影響以致巡演場次減少，而中大型演出的平均每場票房金額及平均票價，較疫情前2019年則有明顯提升。

註1：年度售票產值，係統計該年度1/1~12/31演出節目的銷售資料；未含0元、10元券或免費活動性質等資料。

註2：同一檔節目，每個售票場次皆計為一場。

# #4

## 2022年度熱門作品

現代戲劇、戲曲、音樂、舞蹈、中小型演出及線上節目 TOP10  
依2022當年度演出節目的實售票數排名，包含巡演場次售票數，  
不含售票金額。





# 人氣流量節目 TOP10 (依節目銷售頁面瀏覽次數統計)

## 綠光劇團 《再會吧 北投》2.0 REVIVAL



| 排名 | 節目名稱                       | 瀏覽次數  | 節目類別 |
|----|----------------------------|-------|------|
| 1  | 綠光劇團《再會吧 北投》2.0 REVIVAL    | 32萬   | 戲劇   |
| 2  | 職男人生6-不想上班                 | 25萬   | 戲劇   |
| 3  | 狂美交響管樂團<br>《久石讓的燦爛樂章》交響音樂會 | 15萬   | 音樂   |
| 4  | 職男人生7-有夫之夫                 | 14.9萬 | 戲劇   |
| 5  | 職男人生8-空降部隊                 | 12.7萬 | 戲劇   |
| 6  | 【表演工作坊】《如夢之夢》              | 10萬   | 戲劇   |
| 7  | 野田秀樹《Q：歌舞伎之夜》              | 9.9萬  | 戲劇   |
| 8  | 幾米音樂劇《向左走向右走》心電感應版         | 9.3萬  | 戲劇   |
| 9  | 2022【唱 我們的歌 流行音樂故事展】       | 8.2萬  | 展覽   |
| 10 | 【相聲瓦舍】雙戲精選《虎藍回鍋炒雞蛋》        | 7.6萬  | 戲劇   |

註：依OPENTIX節目銷售頁面瀏覽次數統計，不分場次。



# 現代戲劇 TOP10

## 綠光劇團 《再會吧 北投》2.0 REVIVAL



## 現代戲劇節目排行TOP 10 實售票數佔現代戲劇類節目約25%

| 排名 | 節目名稱                   |
|----|------------------------|
| 1  | 綠光劇團《再會吧北投》2.0 REVIVAL |
| 2  | 綠光劇團《人間條件七》            |
| 3  | 職男人生5－引卿入關             |
| 4  | 相聲瓦舍《畫虎藍》              |
| 5  | 職男人生9－薪水小偷             |
| 6  | 職男人生6－不想上班             |
| 7  | 職男人生3－達成激笑             |
| 8  | 職男人生4－笑の祭典             |
| 9  | 野田秀樹《Q：歌舞伎之夜》          |
| 10 | 幾米音樂劇《向左走向右走》心電感應版     |

註：依2022年此類別演出節目「實售票數」排名，同節目巡演場次票數合併計算。



# 戲曲 TOP10

## 唐美雲歌仔戲團 《冥遊記—帝王之宴》



## 戲曲節目排行TOP 10 實售票數佔戲曲類節目約29%

| 排名 | 節目名稱                                          |
|----|-----------------------------------------------|
| 1  | 唐美雲歌仔戲團《冥遊記—帝王之宴》                             |
| 2  | 明華園戲劇總團《海賊之王—鄭芝龍傳奇》                           |
| 3  | 國光劇團《優伶天子》                                    |
| 4  | 明華園戲劇總團《燕雲十六州》經典翻新                            |
| 5  | 2022NTT遇見巨人—明華園戲劇總團《八仙傳奇系列—韓湘子》               |
| 6  | 2022北藝開幕季：唐美雲 X 陳武康 《問美·雲知道》<br>※ 依主辦單位提報類別歸類 |
| 7  | 2022北藝開幕季：魏海敏《在梅邊之緣》                          |
| 8  | 2022北藝開幕季：明華園戲劇總團《東海鍾離》                       |
| 9  | 2022李寶春新編大戲《京崑戲說長生殿》                          |
| 10 | 2022臺灣戲曲藝術節：國光劇團《閻羅夢—天地—秀才》                   |

註：依2022年此類別演出節目「實售票數」排名，同節目巡演場次票數合併計算。

# 音樂 TOP10

## 狂美交響管樂團 《宮崎駿動畫配樂》 交響音樂會-2022三度巡迴



音樂節目排行TOP 10  
實售票數佔音樂類節目約13%

| 排名 | 節目名稱                              |
|----|-----------------------------------|
| 1  | 狂美交響管樂團《宮崎駿動畫配樂》交響音樂會-2022三度巡迴    |
| 2  | 威爾第歌劇《唐卡洛》                        |
| 3  | 狂美交響管樂團《璀璨經典百老匯》交響音樂會             |
| 4  | 古典音樂台 Classical FM97.7 《皮耶絲在台灣》   |
| 5  | 真如的詩與歌－靜觀水月照徹心海                   |
| 6  | 高雄市管樂團 宮崎駿經典動畫音樂會                 |
| 7  | 台積電經典饗宴2022NTT遇見巨人－莫札特歌劇《魔笛》      |
| 8  | 小野麗莎 Live in Taiwan ※ 依主辦單位提報類別歸類 |
| 9  | 狂美交響管樂團 親子音樂劇場《聖誕危機》              |
| 10 | 2022池上秋收稻穗藝術節《心的方向》※ 依主辦單位提報類別歸類  |

註：依2022年此類別演出節目「實售票數」排名，同節目巡演場次票數合併計算。



# 舞蹈 TOP10

## 新古典舞團 劉鳳學作品103號《布蘭詩歌》



## 舞蹈節目排行TOP 10 實售票數佔舞蹈類節目約31%

| 排名 | 節目名稱                      |
|----|---------------------------|
| 1  | 新古典舞團劉鳳學作品103號《布蘭詩歌》      |
| 2  | 無垢舞蹈劇場《觀》                 |
| 3  | 雲門舞集鄭宗龍《霞》                |
| 4  | 焦點舞團2022《故意狀態》—逆向時代，恣意隨行  |
| 5  | 左營高中舞蹈班111年舞展             |
| 6  | 布拉瑞揚舞團《己力渡路》              |
| 7  | 2022TIFA史蒂芬妮·雷克《群像》       |
| 8  | 2022大觀國際表演藝術節—古典芭蕾舞劇《舞姬》  |
| 9  | 臺中市立文華高中舞蹈班第30屆畢業成果展—初苒繁殷 |
| 10 | 黑潮藝術《DANCE FOR LOVE》      |

註：依2022年此類別演出節目「實售票數」排名，同節目巡演場次票數合併計算。

# 中型演出 TOP10 (可售票數200~799張)

## 相聲瓦舍《畫虎藍》



## 中型節目排行TOP 10 實售票數佔中型節目約8%

| 排名 | 節目名稱                             |
|----|----------------------------------|
| 1  | 相聲瓦舍《畫虎藍》                        |
| 2  | 影集式音樂劇《SC 驚釀小酒館》※ 僅統計OPENTIX銷售票數 |
| 3  | 職男人生4 笑の祭典                       |
| 4  | 【朱宗慶打擊樂團 2】2022 豆莢寶寶兒童音樂會《擊樂星球》  |
| 5  | 四把椅子劇團《春眠》                       |
| 6  | 台南人劇團—莎士比亞音樂劇二部曲《仲夏夜汁夢》          |
| 7  | 巨宸製作有限公司《婚內失戀》                   |
| 8  | 焦點舞團2022 《故意狀態》逆向時代，恣意隨行         |
| 9  | 2022傑優青少年打擊樂團年度音樂會《一拍擊合》         |
| 10 | C MUSICAL音樂劇《小王子》                |

註1：依2022年此類別演出節目「實售票數」排名，同節目巡演場次票數合併計算。

註2：中型演出依可售票數分類，中型演出可售票數為200~799張，包含僅開放部分座位銷售的大型場館場次。



# 線上節目 TOP10

2022TIFA 惡童劇團  
《福爾摩斯辦案：國會殺人事件》  
(線上互動)



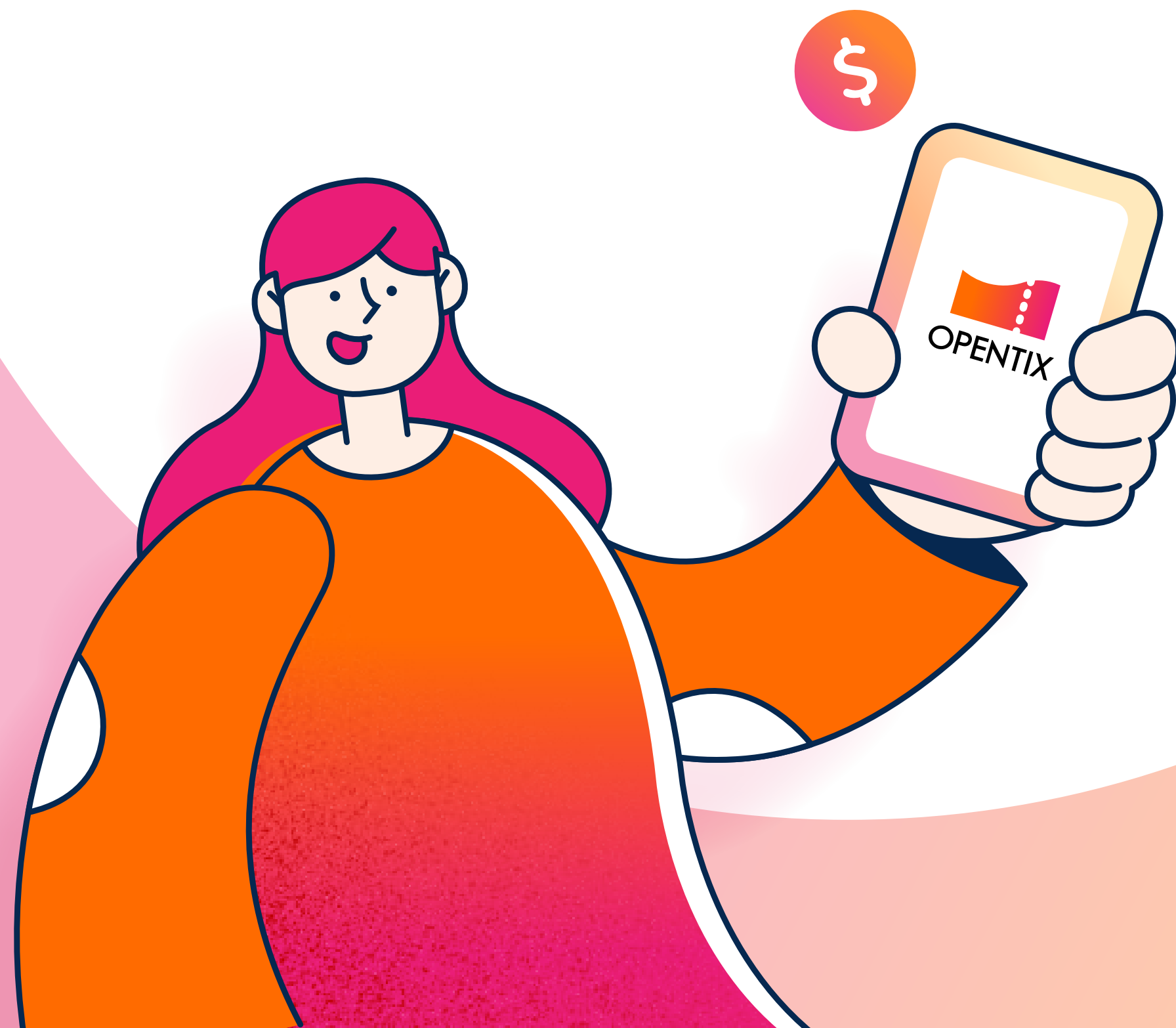
線上節目排行TOP 10  
實售票數佔線上節目約50%

| 排名 | 節目名稱                                      |
|----|-------------------------------------------|
| 1  | 2022TIFA惡童劇團《福爾摩斯辦案：國會殺人事件》(線上互動)         |
| 2  | 精緻故事劇場《東西童話宅時光》頑皮孫悟空                      |
| 3  | 明華園總團經典開箱《八仙傳奇--張果老與藍采和》                  |
| 4  | 2022TIFA迪米特里·帕派約安努《NOWHERE》導演剪輯版          |
| 5  | 2022TIFA舞蹈空間 X 東京鷹《月球水2.0》                |
| 6  | 「動見体線上劇院」Vol.2獨立不孤單系列《SOLO鏈結反應》           |
| 7  | 財團法人台北市新合唱文化藝術基金會-台灣合唱音樂中心<br>《泰雅孩子FUN聲唱》 |
| 8  | 2022秋天藝術節：溯流劇團《理想之城》(線上互動)                |
| 9  | 日本『TAMAKKO-ZA』和太鼓劇團-【天馬太鼓】                |
| 10 | 玉米雞劇團《莎士比亞的童言童語》                          |

註：依2022年線上演出節目「實售票數」排名，如為免費線上節目不列入計算。

# #5

## OPENTIX會員消費行為

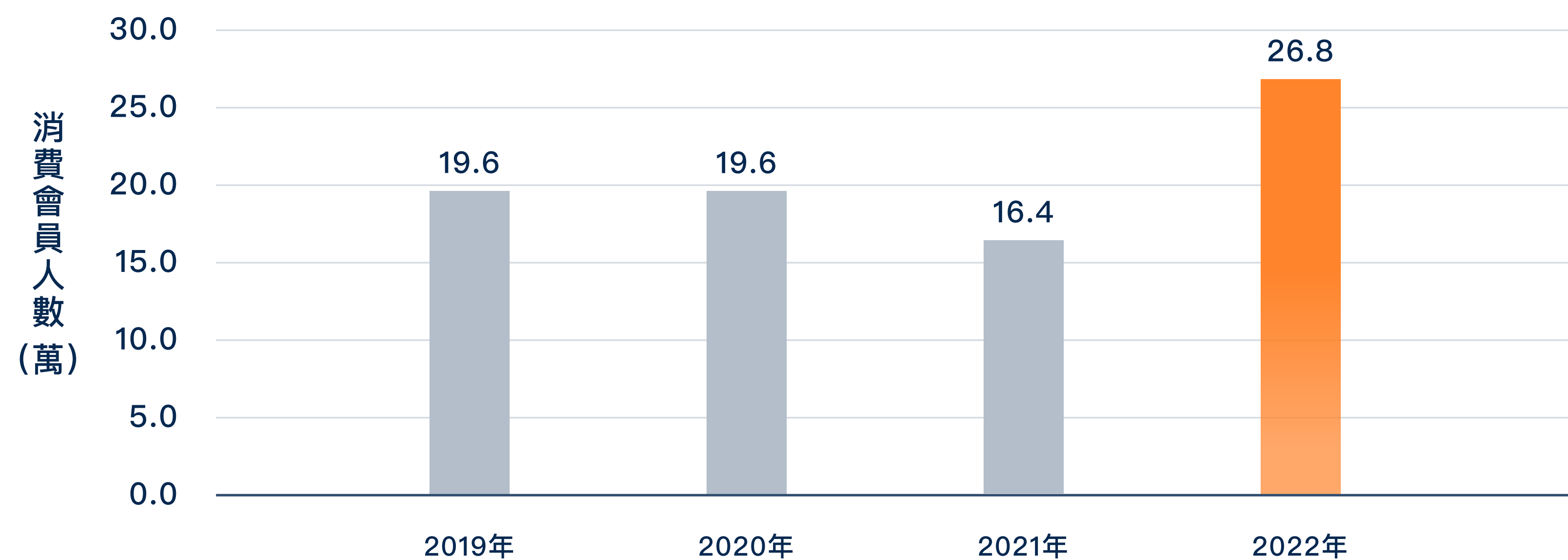






# 2019~2022年消費會員人數

消費會員人數 (2019~2022年)



- 2022年於OPENTIX消費的會員數共26.8萬人為歷年新高(2013~2022年)，較2021年成長64%(+10萬人)，與疫情前2019年相比，則成長37%(+7萬人)。

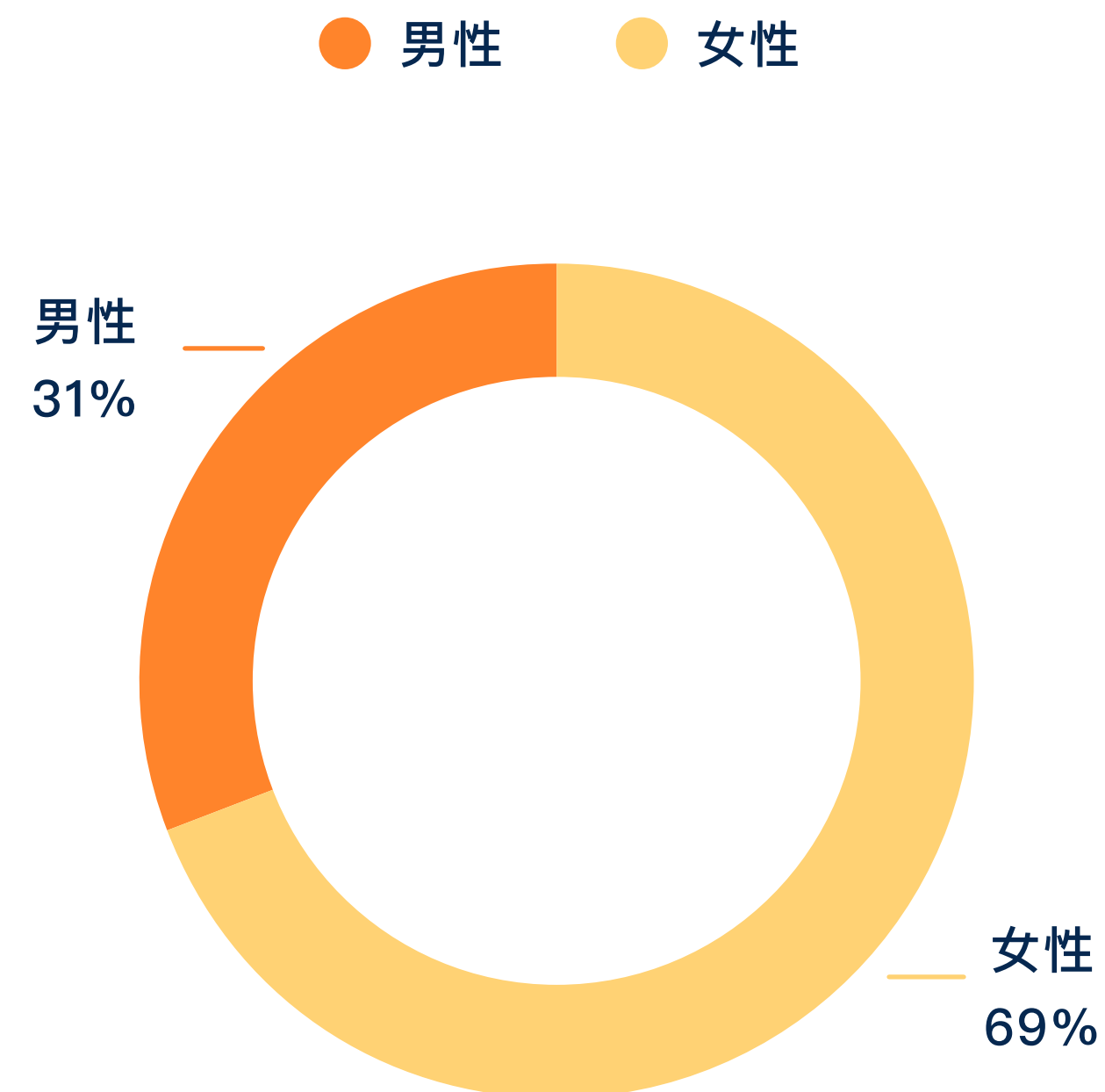
註：消費會員意指該年度於售票系統內有消費紀錄者(購買1張票券以上)。消費紀錄包含購買表藝及非表藝節目；0元、10元券或免費活動不計入。



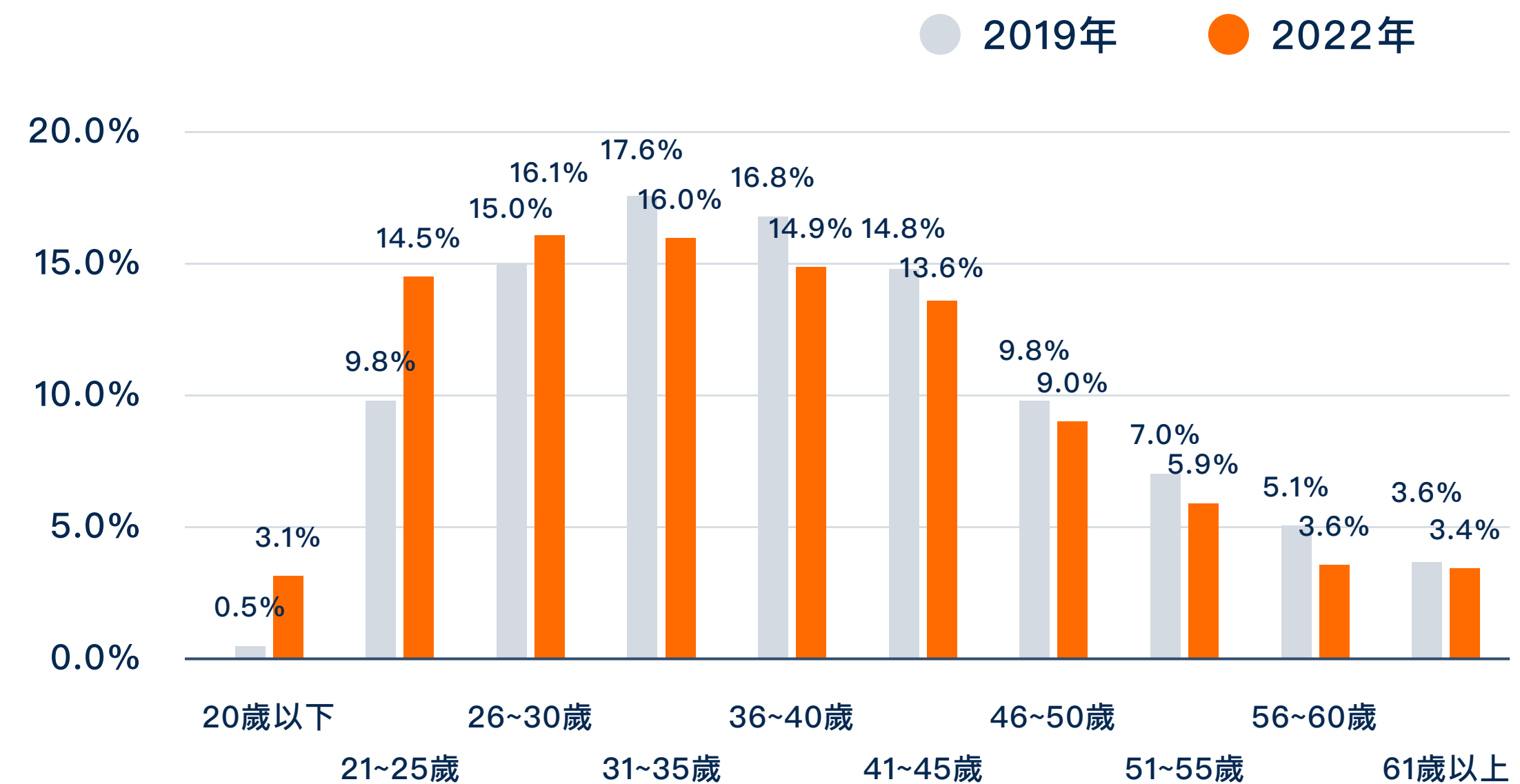


# OPENTIX會員樣貌

消費會員性別佔比(2022年)



消費會員年齡區間佔比(2019年、2022年)



- 2022年消費會員性別，大致以女性為多(佔69%)；年齡區間位於26~40歲(佔47%)，相較其他區間有較高佔比，30歲以下消費會員數(佔33%，約8萬人)，較2019年明顯提升(佔25%，約5萬人)。

註1：消費會員樣貌資料依觀眾申請OPENTIX會員帳號時主動填寫之個人狀況統計，包含表藝、非表藝節目銷售資料。

註2：百分比數值為消費會員數之性別、年齡層佔比。

# 2022年各類節目會員樣貌

| 節目類別                            | 性別  |     | 年齡    |        |        |        |        |        |        |        |        |       |
|---------------------------------|-----|-----|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
|                                 | 男性  | 女性  | 20歲以下 | 21~25歲 | 26~30歲 | 31~35歲 | 36~40歲 | 41~45歲 | 46~50歲 | 51~55歲 | 56~60歲 | 61歲以上 |
| 現代戲劇                            | 28% | 72% | 2%    | 14%    | 16%    | 16%    | 16%    | 14%    | 10%    | 6%     | 4%     | 3%    |
| 戲曲                              | 31% | 69% | 3%    | 10%    | 11%    | 12%    | 13%    | 15%    | 13%    | 9%     | 7%     | 9%    |
| 音樂劇                             | 28% | 72% | 3%    | 19%    | 20%    | 16%    | 12%    | 11%    | 7%     | 5%     | 4%     | 4%    |
| 漫才/脫口秀                          | 46% | 54% | 2%    | 16%    | 30%    | 28%    | 15%    | 7%     | 2%     | 1%     | 0%     | 0%    |
| 音樂<br><small>排除動畫/電影音樂會</small> | 32% | 68% | 4%    | 14%    | 11%    | 11%    | 11%    | 13%    | 12%    | 10%    | 7%     | 7%    |
| 動畫/電影<br>音樂會                    | 26% | 74% | 2%    | 9%     | 12%    | 20%    | 22%    | 20%    | 9%     | 4%     | 1%     | 1%    |
| 舞蹈                              | 25% | 75% | 4%    | 14%    | 14%    | 13%    | 13%    | 14%    | 11%    | 8%     | 5%     | 5%    |
| 親子                              | 18% | 82% | 1%    | 3%     | 5%     | 13%    | 32%    | 31%    | 10%    | 3%     | 1%     | 1%    |
| 電影                              | 38% | 62% | 3%    | 26%    | 23%    | 17%    | 12%    | 8%     | 5%     | 3%     | 2%     | 2%    |
| 展覽                              | 29% | 71% | 3%    | 21%    | 22%    | 17%    | 13%    | 10%    | 7%     | 4%     | 2%     | 1%    |
| 活動                              | 31% | 69% | 2%    | 12%    | 15%    | 18%    | 18%    | 14%    | 8%     | 6%     | 3%     | 4%    |

- 2022年於OPENTIX銷售的音樂劇、漫才/脫口秀等節目類別的消費會員年齡，大抵以21~35歲為多(佔55%、74%)；音樂節目於51歲以上佔比較高；動畫/電影音樂會明顯集中於31~45歲(佔62%)；電影及展覽節目，則以35歲以下為多(佔69%、63%)。

註1：消費會員樣貌資料依觀眾申請OPENTIX會員帳號時主動填寫之個人狀況統計。

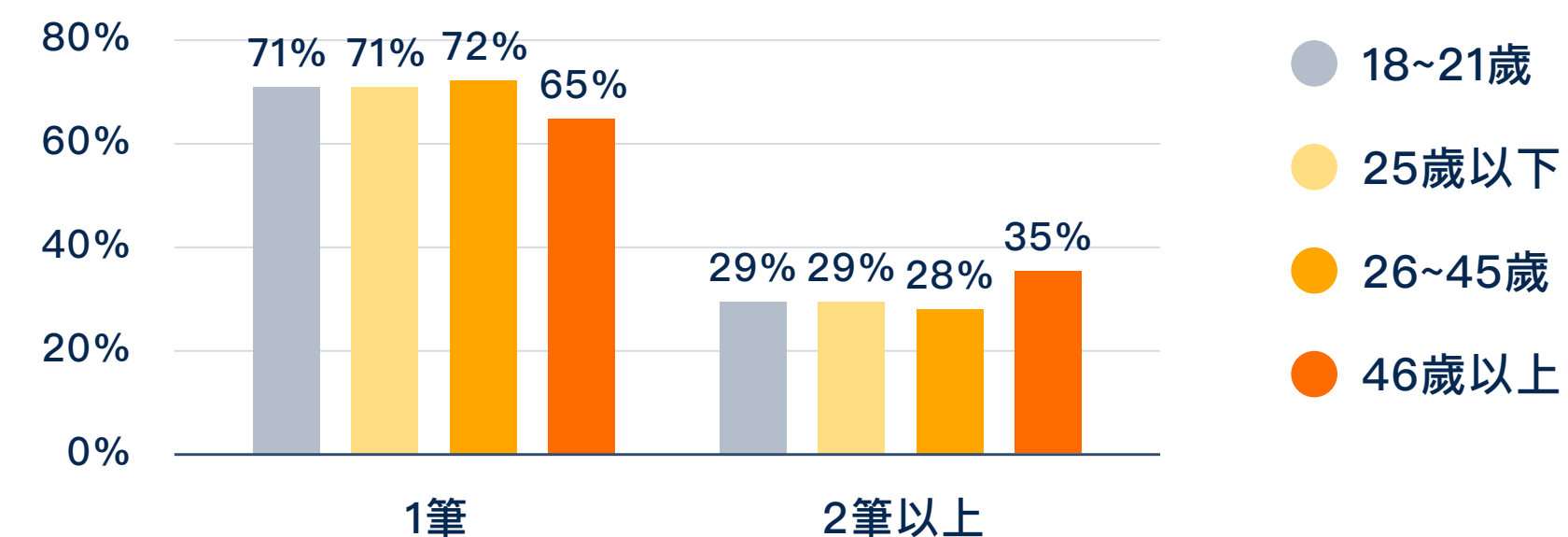
註2：百分比數值為消費會員數之性別、年齡層佔比，四捨五入取整數呈現。



# 2022年各年齡層會員消費力

## 1. 年消費訂單筆數

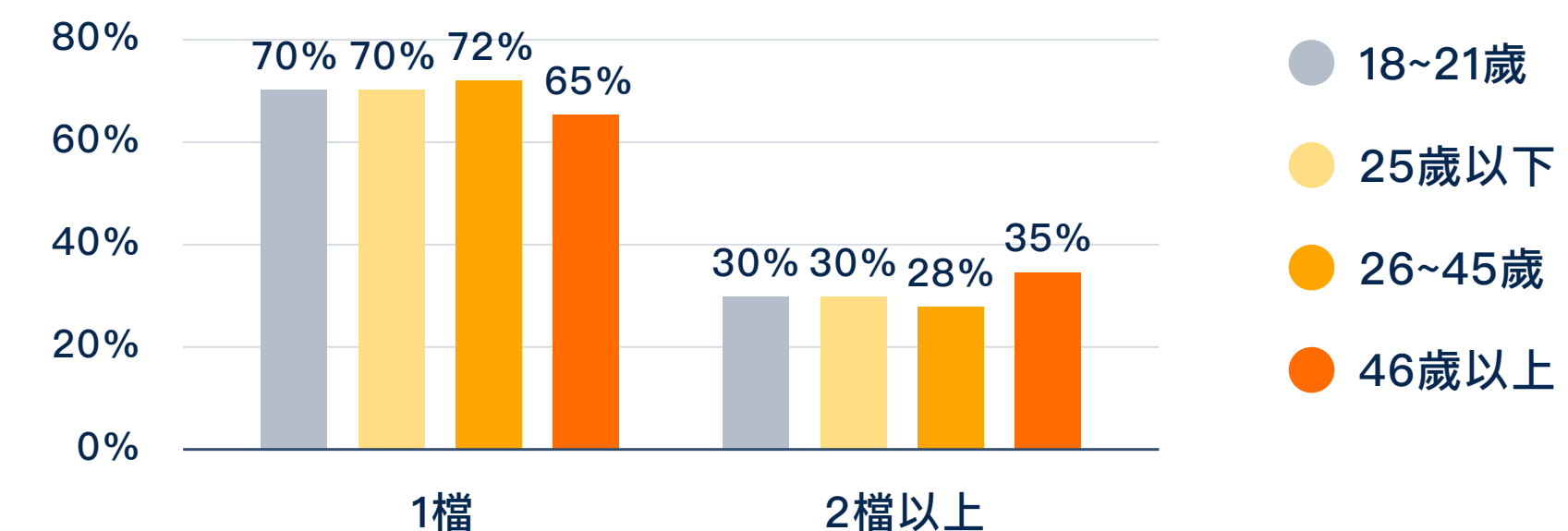
約七成會員年消費1筆訂單



註：上圖呈現各年齡層消費會員的年購買訂單筆數1筆、2筆以上之會員數佔2022年消費會員數之比例。

## 2. 年消費節目檔數

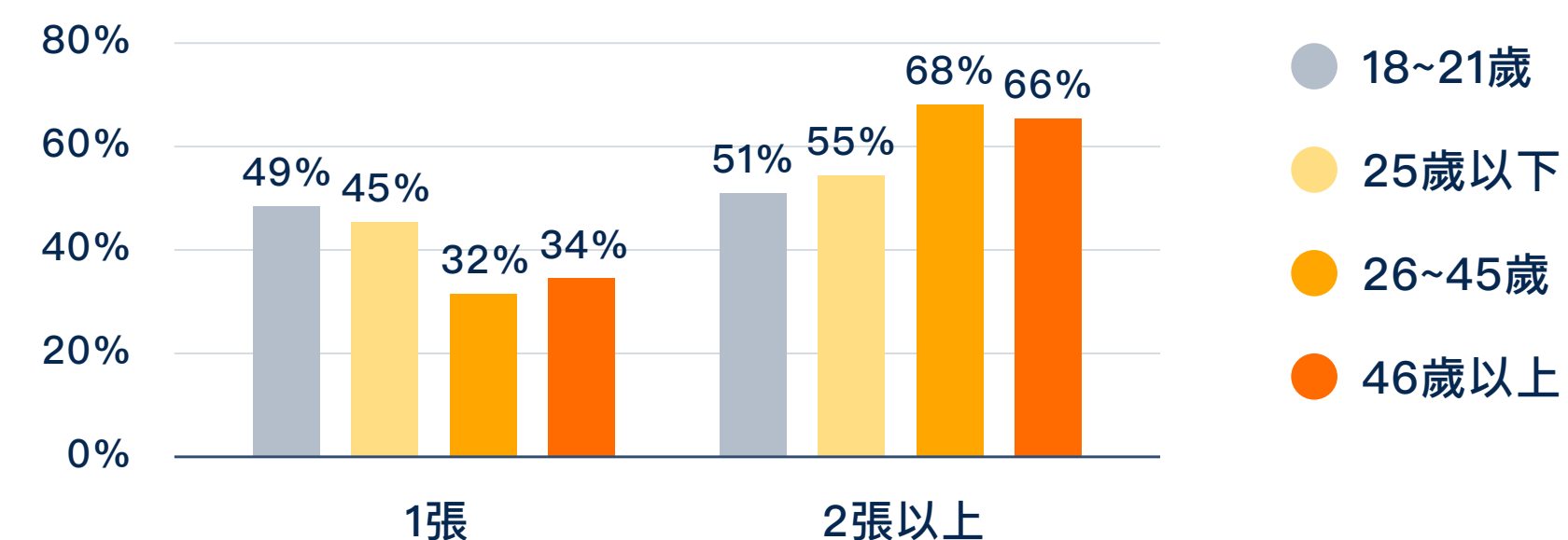
約七成會員年消費1檔節目



註：上圖呈現各年齡層消費會員之年購買節目檔數1檔、2檔以上之會員數佔2022年消費會員數之比例。

## 3. 單筆訂單購買票券張數

25歲以下會員，近五成訂單數僅買1張票券



註：上圖呈現各年齡層單筆訂單購買票券張數1張、2張以上之訂單數佔總訂單數之比例。

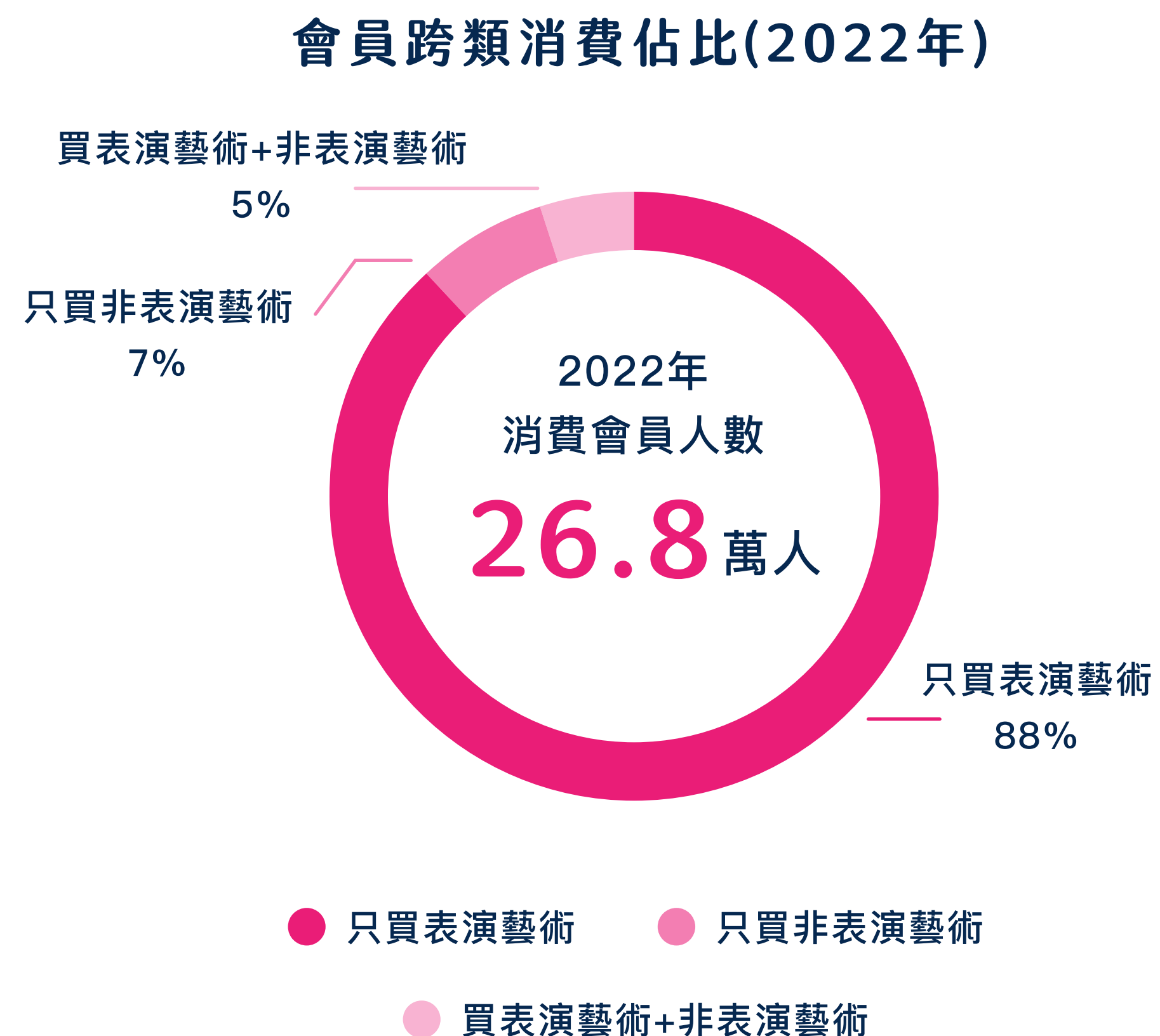
## 4. 單筆訂單金額中位數

單筆訂單金額中位數 隨年齡增加





# 會員跨類消費佔比



|                     | 2019            | 2022            |
|---------------------|-----------------|-----------------|
| 只買表演藝術<br>消費會員人數佔比  | 96%<br>(18.7萬人) | 88%<br>(23.7萬人) |
| 只買非表演藝術<br>消費會員人數佔比 | 1.7%<br>(0.3萬人) | 7%<br>(1.8萬人)   |
| 買表藝+非藝<br>消費會員人數佔比  | 2.7%<br>(0.5萬人) | 5%<br>(1.3萬人)   |

- 2022年於OPENTIX消費的會員數共26.8萬人，其中只買表藝節目消費會員數共23.7萬人(佔88%)、只買非表藝節目消費會員數共1.8萬人(佔7%)，跨類消費(表藝+非表藝)會員數共1.3萬人(佔5%)；無論單一或跨類別的消費會員數，皆較2019年成長。

註：上圖呈現消費會員之年購買節目類別(只買表藝、只買非表藝、買表藝+非表藝)之會員數佔該年度消費會員數之比例。

# 會員年購買節目檔數

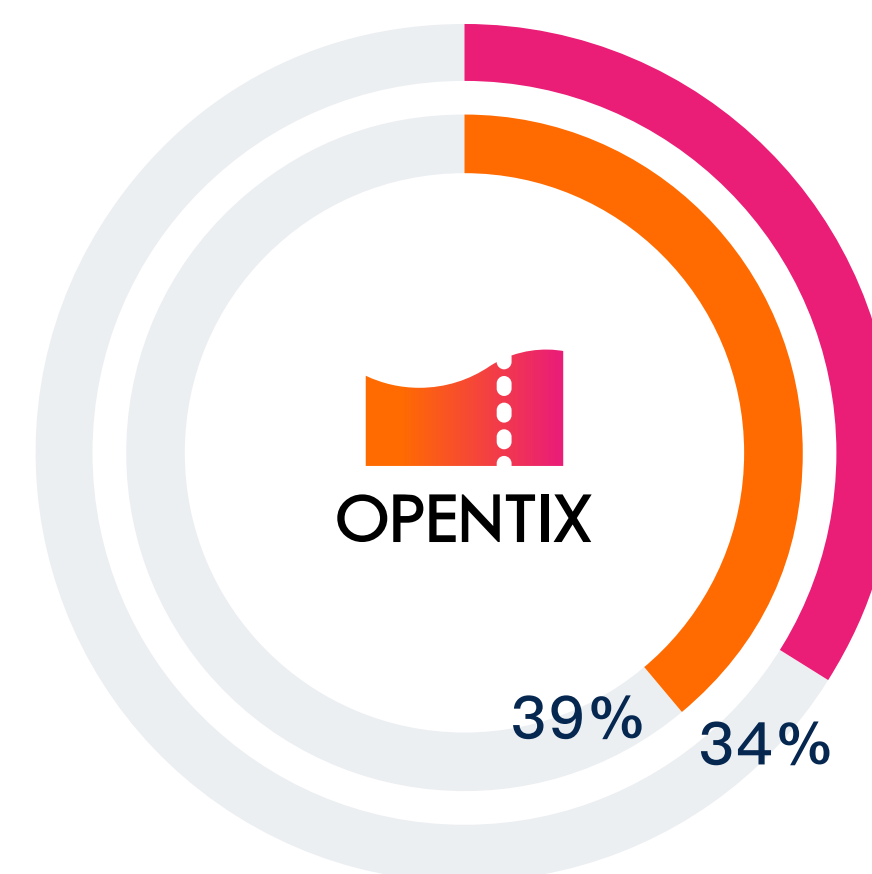
(未含非表藝節目、線上節目等銷售資料)

2019年

年購買節目檔數

**39%** 會員數買2檔以上

- 買2檔以上會員數7.4萬人 / 總消費會員數19萬人



2022年

年購買節目檔數

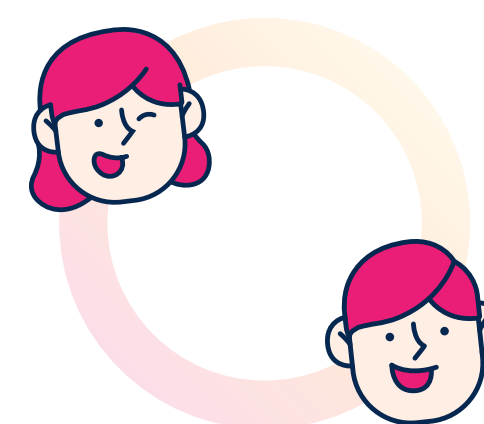
**34%** 會員數買2檔以上

- 買2檔以上會員數7.8萬人 / 總消費會員數23萬人

消費會員數

**74,483** 人 年購買2檔以上節目

- 買2檔節目會員數約3.3萬人、買3檔以上會員數約4.1萬人



消費會員數

**78,953** 人 年購買2檔以上節目

- 買2檔節目會員數約3.8萬人、買3檔以上會員數約4萬人

- 2022年於OPENTIX年消費會員數共26.8萬人，其中購買2檔以上節目約7.8萬人(佔34%)，較疫情前2019年增加約0.5萬人。

註：上圖呈現消費會員之年購買節目檔數2檔以上之會員數佔該年度消費會員數之比例；未含非表藝節目、線上節目等銷售資料。



# 會員單筆訂單購票張數及消費金額

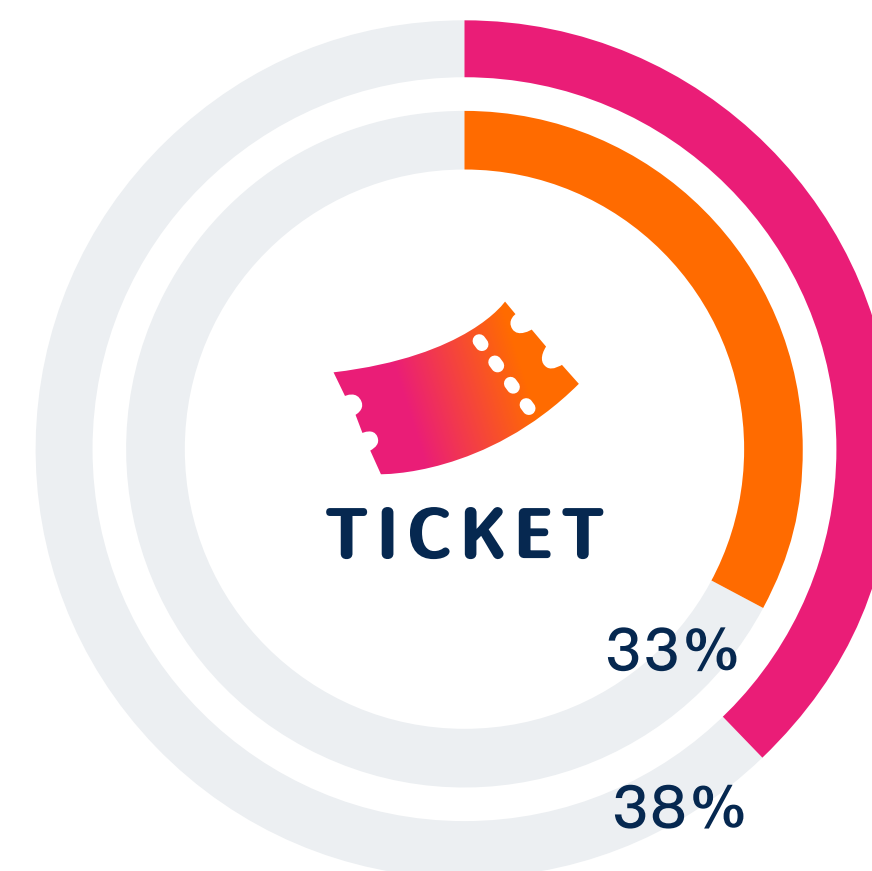
(未含非表藝節目、線上節目等銷售資料)

2019年

## 單筆訂單購票張數

**33%** 訂單數只買1張票

- 單筆買1張票會員訂單數約14萬筆 / 總會員訂單數約43萬筆



2022年

## 單筆訂單購票張數

**38%** 訂單數只買1張票

- 單筆買1張票會員訂單數約17萬筆 / 總會員訂單數約45萬筆

## 單筆訂單金額

**1,400**元 中位數

- 總會員訂單數43萬筆



## 單筆訂單金額

**1,200**元 中位數

- 總會員訂單數45萬筆

- 2022年OPENTIX會員總訂單數(約45萬筆)，有近四成的訂單數，單筆訂單僅買1張票券，較疫情前2019年明顯提升，而單筆訂單金額亦同步有減少現象，此是否相應30歲以下客群增加、中小型演出增加、演出型態轉變或基於疫情或經濟環境變化等外在影響，值得後續觀察。

註：上圖呈現消費會員之單筆訂單購買票券張數為1張之訂單數佔總會員訂單數比例，及單筆訂單金額中位數(紅利點數折抵前金額)；未含非表藝節目、線上節目等銷售資料。



# #6

## 紅利點數使用概況

2022/7/1點數功能上線，每1點折抵1元，最高折抵訂單總金額50%



# 點數折抵效益

(點數折抵統計時間為2022/7/1~2023/3/31)

點數發放總數

3,728 萬

點數折抵總數

1,436 萬

點數折抵比例(註1)

38 %

使用點數折抵  
消費會員數

6.7 萬人

使用點數折抵  
消費訂單總金額

2.0 億

乘數效應(註2)

14 倍

- 2022/7/1點數功能上線至2023/3/31，總計發放3,728萬點、消費折抵使用1,436萬點，折抵比例約38%，而使用點數折抵消費的訂單總金額約為2億元，紅利點數實質回饋於表演藝術產業。

註1：點數折抵比例計算方式為 點數折抵總數 / 點數發放總數。

註2：乘數效應計算方式為 使用點數折抵消費訂單總金額 / 點數折抵總數。



# 點數折抵節目類別

(點數折抵統計時間為2022/7/1~2023/3/31)

8%

## 非表演藝術

點數折抵佔比

- 展覽 4.4% (62萬)
- 電影 2.4% (34萬)
- 活動 0.7% (9萬)
- 其他 0.4% (6萬)



92%

## 表演藝術

點數折抵佔比

- 戲劇 46% (655萬)
- 音樂 34% (489萬)
- 舞蹈 8% (118萬)
- 親子 4% (58萬)

註：依會員消費時折抵點數總數統計使用節目類別。



# 點數折抵次數節目排名 (點數折抵統計時間為2022/7/1~2023/3/31)

## 【相聲瓦舍】《鱷魚不見了》

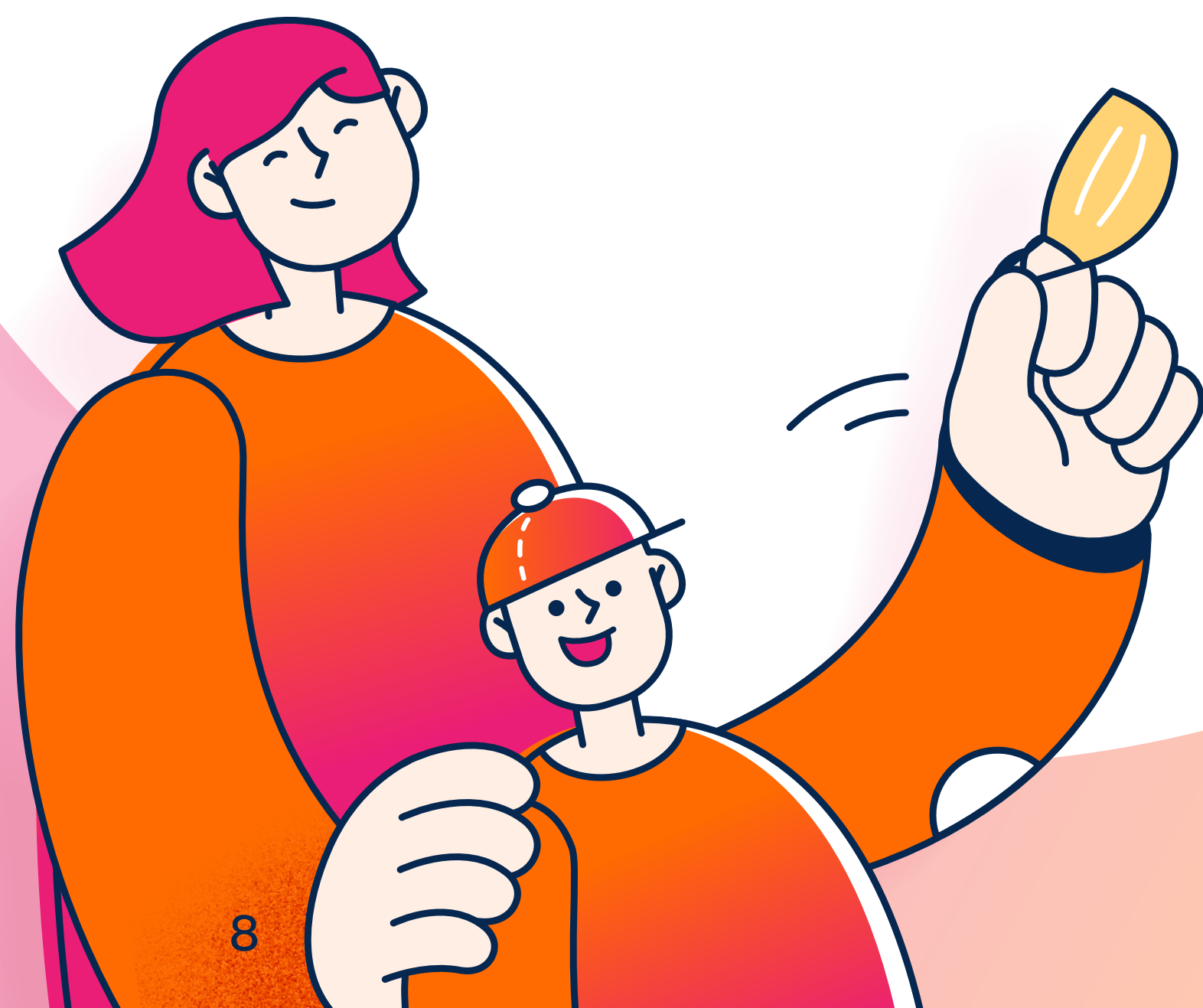


| 排名 | 節目名稱                          | 節目類別 |
|----|-------------------------------|------|
| 1  | 【相聲瓦舍】《鱷魚不見了》                 | 戲劇   |
| 2  | 狂美交響管樂團<br>《久石讓的燦爛樂章》交響音樂會    | 音樂   |
| 3  | 2022-2023龍崎光節：空山祭《隨風去留》       | 展覽   |
| 4  | 綠光30·創藝起飛 《清明時節》2023 昇華版      | 戲劇   |
| 5  | 四把椅子劇團《呼吸》                    | 戲劇   |
| 6  | 想你到月球-張雨生特展                   | 展覽   |
| 7  | 古典音樂台 Classical FM97.7 皮耶絲在台灣 | 音樂   |
| 8  | 【表演工作坊】《如夢之夢》                 | 戲劇   |
| 9  | 《叫我林彩香！》我的婆婆怎麼那麼可愛前傳          | 戲劇   |
| 10 | 野田秀樹《Q：歌舞伎之夜》                 | 戲劇   |

註：依會員消費時折抵點數之訂單數統計使用節目排名(凡有使用點數折抵消費之訂單，無論折抵多少點數，皆計為1次)。

#7

2022 · 後疫情「新」契機







# 2022 · 後疫情「新」契機

歷經COVID-19疫情影響長達三年，隨著疫苗普及、防疫規範陸續鬆綁等政策，藝文展演活動不再受限於因疫情停演或延期影響，等同宣告後疫情時代的來臨；然而，整體環境可能受國際情勢與經濟變化等因素，亦存在不確定變因。

回顧2019~2022年，從疫情前走向疫情後，總體的供應或消費面有以下值得我們思考的變化，其是否存在持續性影響及如何順應調整，將會是表演藝術產業邁步前進的新契機與關鍵，期待透過數據分享，提供瞭解國內藝文消費現況之概略樣貌，為產業帶來助益與參考。

- ★ 2022年市場量能逐步復甦，距恢復疫情前的常態仍需時間
- ★ 大型演出減少、中小型演出數量增加；大中小型演出平均票價皆攀升
- ★ 音樂劇、漫才/脫口秀、動畫/電影音樂會等節目類型銷售亮眼
- ★ OPENTIX導入多元藝文節目銷售，多次參與機會增加
- ★ 消費會員數達26萬人創新高，30歲以下客群為成長主力，消費力具培養空間



OPENTIX

**THANK YOU**

#打開你的文化生活