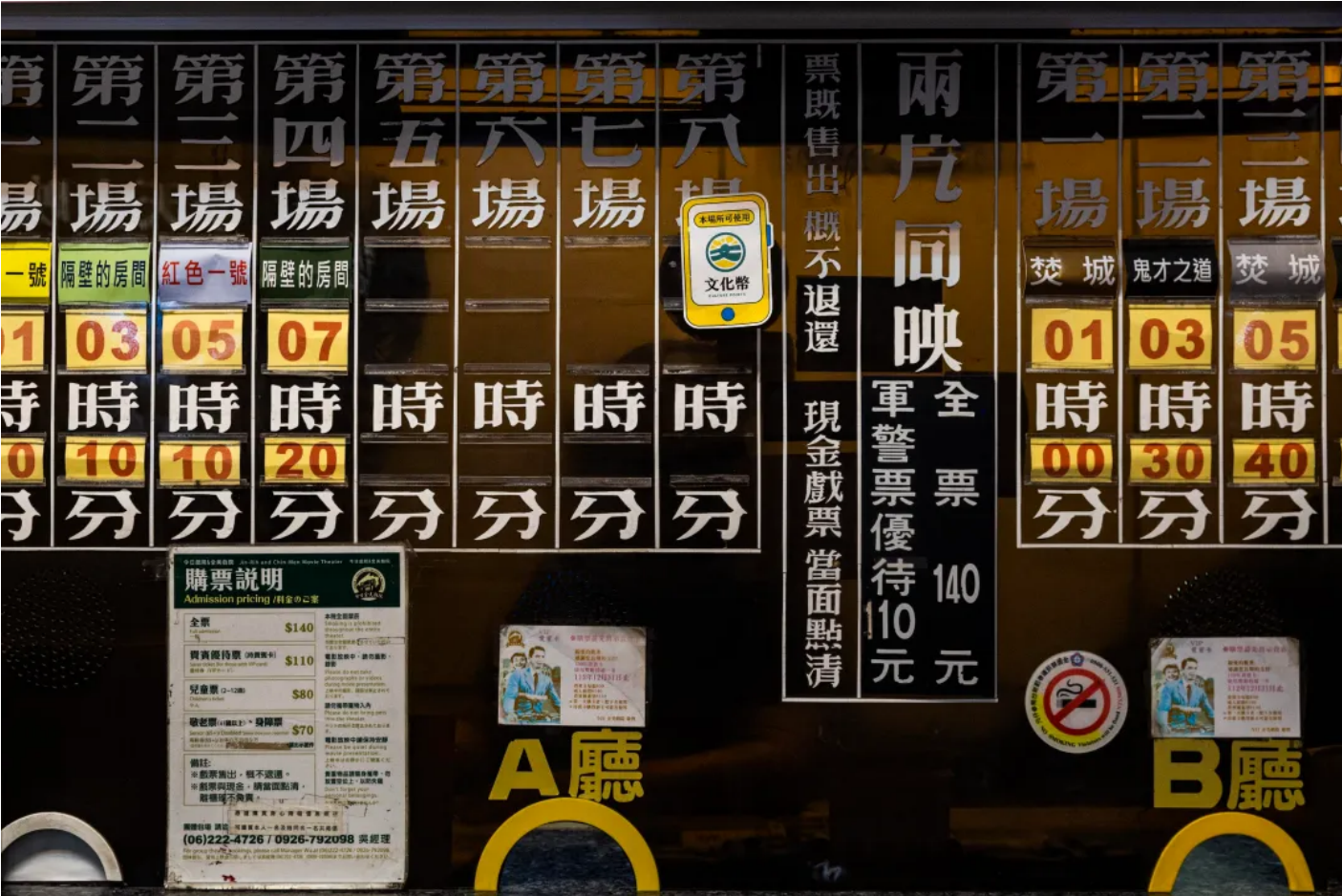


# 文化幣在台灣：平日不看書的她，因此走進一家獨立書店

對有文化消費能力的人，文化幣無非錦上添花；但對從小沒機會建立文化消費習慣的青年，文化幣雖非雪中送炭，但肯定是重要的柴火。



2025 3 2 /

2023年6月，又名「文化幣」的成年禮金由台灣政府文化部正式發放時，桃園武陵高中高三學生葉楷翎與許多同學一樣，領到1200元新台幣等值的文化幣。因正準備學測（考大學），葉楷翎使用文化幣到學校附近的書店購買了參考書。「書局有回饋點數，我記得兩點回饋一點（每消費2元可獲1元回贈），1200點可以買好多本書了。」葉楷翎記得，當時班上同學幾乎都將文化幣用在購買課業講義上。

2025年1月，也是「文化幣」三字出現在台灣立法院大幅凍刪中央政府年度預算風波的新聞中。其中針對文化領域的文化幣一項，有國民黨立委提案凍結1000萬、刪除200萬新台幣預算，該提案遭遇輿論沸騰，於三日後撤回。其後未久，正值新春台北書展期間，持文化幣前來購書的學生和年輕人面對各傳媒採訪，依然對此提案批評有加。

向民眾發放補貼，是經濟需紓困時期常見措施，但針對年輕人和文化領域的補貼，在台灣還是由「文化幣」（其前身「藝Fun券」）政策所始。相比之下，香港尚無類似政策；中國大陸曾發放專門針對電影市場的觀影消費券。而台灣文化幣相形之下，可用於展覽、演出、劇場、本土電影、書店購書等各類文化實體體驗，究竟這是一項怎樣細緻的政策，如何作用於台灣青年人的生活？成效如何？對文化生活的塑造起到多大作用？對台灣文化領域的各個產業鏈環節，又帶來什麼樣的連鎖效果？

「很多家庭不會把購書列入主要支出。因此，有些孩子是有文化幣後才開始買書。」



| 2023 5 6

/

## 高中開始：一生領七次

放眼環球，不少國家和地區的文化產業都曾於前些年疫情期間元氣大傷，「文化創意產業是最先關門的產業之一，也是最後重新開放的產業」，直至目前，雖然緩步復甦，但仍未徹底回復。在台灣，這項特別的「文化幣」政策，誕生也正和2020年開始的疫情有關——當其時，台灣藝文產業如展覽、音樂演出、劇場等都因民眾消費縮水而面臨產業連環困難，其中「以現場場域體驗為主的細類產業受衝擊最劇」。彼時的台灣政府發放多項紓困政策，面對文創產業，效法歐洲國家如義大利的Bonus Cultura、法國的Culture Pass來發放台灣「藝fun券」，以刺激文化消費，協助文化產業及文創工作者渡過難關。到疫情末期的2022年，前文化部長李永得在發放「藝fun券」兩次的經驗基礎上，將政策常態化，且專門針對青少年族群（發放對象由18歲拓展到18-21歲，2025年進一步拓展至13-22歲），透過發放代幣增強青年人去體驗各項文化產品的實際能力。

「因為疫情影響，台灣有幾屆學生沒有畢業旅行，也沒有畢業典禮，文化幣就被當成是給18歲青年的成年禮金，所以，文化幣又被稱為文化成年禮金。」一路參與文化幣政策規劃討論的青年民主協會創辦人張育萌解釋，雖然《文創法》（文化創意產業發展法）中有給予青年學子文化消費券的明文規定，但一直以來政府並未施行，因此李永得在卸任前著手規劃相關政策框架，到2023年新任文化部長史哲方正式實施，「如果你從高中一年級開始就領文化幣，到大學四年級，可以有七次領取機會。一生領七次。」

### 【各國類文化幣政策】

**義大利** | 2016推出Bonus Cultura/18app文化獎金，2024年後更新為（Youth Cultural Charter和Honorary Card雙卡制。用於18歲青年購買包括電子版在內的書報，鼓勵進行博物館、古蹟、劇場、電影、展覽、自然公園等實體藝術場所體驗，也包括購買語言或藝術類應用課程。但不包括串流媒體訂閱影視內容。

**法國** | 2019年起向15-18歲公民提供Culture Pass（2021年起為全國範圍內15-20歲公民）作為補助金，可用於參與現場文化活動、購買文化商品及藝術類課程。報告稱歷年數據來看書籍仍為遠超其他的最受歡迎資助門類，雖然書籍類比例也同時按年下降，而電影及現場音樂演出類別則有所增加。

**西班牙** | 2022年開始向當年年滿18歲公民提供青年文化券Bono Cultural Jove。其400 歐元直接援助中，不超過200歐元可用於劇場、博物館、電影院類實地體驗，也包括鬥牛活動；不



超過100歐元可用於購買書籍、唱片等實體文化產品；不超過100歐元可用於消費數位線上類文化產品。實體與線上電玩也可使用文化券來購買。

德國 | 2023年開始為疫情後文化產業振興設立文化通行證KulturPass。向當年度年滿18歲年輕人提供可用於文化現場活動、各文化場所的資金。但不得用於大型線上品牌和串流如Amazon、Spotify等。



／

只是，對這些突然得到一筆額外金錢、但又有消費方向限定的年輕學子來說，立刻擁有藝文使用的想像力、不同藝文場域的接觸能力，也並非簡單的事，大多數學生只能先應付眼前的需求。因此，就算隔年（翌年）已考完學測，葉楷翎仍然選擇將文化幣使用在購買工具書上，因為接下來她還得準備英文多益考試（TOEIC）。

不過，葉楷翎也觀察到身邊朋友會拿文化幣去買演奏會門票——因為比較優惠。而已成為大學新鮮人的葉楷翎，也因此決定今年領到文化幣後也要用來觀看表演藝術，「這是上大學才有的考慮，現在時間比高中彈性，表演在台北也比較多。」

文化幣的消費領域按規定以台灣「國內藝文產業」、「實體場域消費」為原則，包含逛博物館、美術館、看演出、去書店購書、工藝文創手作體驗等等，也可以去電影院支持台灣本土電影。而現實中，買書，仍是絕大多數青年人的選擇。

平時就會羅列購書清單，固定買書的黃律齊，在2023年知道有文化幣可領時，發放當周就立刻領取且馬上花完。當時即將高中畢業的他，用文化幣購買了大陸作家余華的小說《活著》、芭芭拉·德米克的著作《吃佛》，還有幾本希臘神話相關書籍。上了大學後，他從朋友那聽說在獨立書店用文化幣買書還有額外點數回饋，便拿第二次領到的文化幣到台大附近二手書店，購買了《魯迅的最後十年》和羅蘭·巴特的《哀悼日記》。

「我的閱讀量是固定的，這份補助並不會增加我買書的數量，只是改變支付幣種。或許我應該試著拿去從事別的藝文活動哈哈。」但黃律齊從朋友身上發現：文化幣確實成功鼓勵了一些平時不太閱讀的人走進書店，「不論有沒有這筆補助，對本身有參與藝文活動習慣的人來說，他們就是會去。真正有影響的，是還在建立文化活動習慣的青年，而我不覺得這些人是少數，所以這筆補助非常重要。」

葉楷翎也有類似意見。她說，雖然沒有文化幣，她仍會參與藝文活動，但文化幣確實為她省下一些錢，讓她參加活動的門檻變低，而且，「我覺得文化幣還是能讓大家買書的意願變高。」



2025 2 4

/

## 降低門檻：終於踏進獨立書店

「這年輕人就住在隔壁，卻從來沒有進來（書店）過，很多人對於踏進獨立書店這種事，心裡是有個門檻的。」

「很多家庭不會把購書列入主要支出，因此，有些孩子是有文化幣後才開始買書。」小小書房店主劉虹風經營獨立書店將滿20年，對文化幣帶來的消費客群影響很有感觸，她曾在臉書細述文化幣醞釀出來的書店風景。例如發放第一年（2023），就有舊時鄰居帶著滿齡的女兒害羞走進書店，小聲討論要怎麼用手上預算買女兒想要的書。只見女孩認真逛書店，媽媽則注視著女兒的身影，「那大概是我第一次覺得，文化幣是一種蠻神奇的東西。」

第二年（2024）發送文化幣時，年輕學子已熟悉使用，劉虹風於是觀察到：有些人因文化幣認識獨立書店後，會來書店坐一下午，也有人會帶朋友來逛，分享「選擇困難」的苦惱。

「第一年發放文化幣的時候，學生都在年底花不完時，擠在最後一天才跑來書店買書；第二年好一點；今年是第三年，有學生第一天領到就立刻來買書。」劉虹風腦海裡，有許多關於文化幣的小故事，像是在花蓮市集遇到一個學生，看到攤位擺放著《昆蟲誌》，忍不住驚嘆：竟然有這本？直說這本書很貴，而可以使用文化幣的他，毫不心疼就能帶走它。

她甚至記得，曾有年輕女孩到店裡，因為要使用文化幣，請她幫忙推薦書。女孩過去不看書但看漫畫，劉虹風推薦了幾本漫畫，她都興趣缺缺，最後卻駐足在詩集書櫃前，取下一本又一本詩集安靜閱讀。「那天，是她第一次走進（書店）來。她說住附近，因為不看書，多年來都是默默經過，但今天既然有錢得花掉，那就進來一下好了。然後，她挑走的，是屬於少數稀有區的詩集。」

台北現流冊店老闆洪沛澤也有類似經驗。他說，書店隔壁鄰居家的中輟生，見到門口貼著「文化幣」，就走進店內，請洪沛澤為他挑書，「這年輕人就住在隔壁，卻從來沒有進來過，很多人對於踏進獨立書店這種事，心裡是有個門檻的。」





| ( ) ( ) /

## 新開張書店：一百套書賣完以後

因文化幣帶來的營收成績固然令人喜悅，但現流冊店經營者認為，文化幣更有價值的是替他們帶來未曾想像的客群。

2023年，以台灣文學為主要商品的獨立書店現流冊店開幕未久，即遇上文化幣上路。為此，店長林潔珊與洪沛澤推出「有你的包裹，請簽收」企劃，邀請在學生族群中高人氣的作家與團體推薦一份書單，設計出一套有4至5本書籍，總值超過1800元的包裹——鑑於過往藝FUN券的使用據統計有60%用於書店，而其中85%集中於連鎖書店，為鼓勵年輕人在獨立書店消費，支持獨立書店營運，文化部遂推出加碼優惠，若年輕人在獨立書店消費2點，會再多贈1點，換句話說，1200點文化幣在獨立書店可以換購價值1800元的書。

「我們只準備了一百套，讓讀者登記。一百套都賣完。」林潔珊表示，一套有五本書，一百套就是五百本書，這對一家新開的獨立書店來說，是很不錯的業績。那一整年，現流冊店在文化幣上的銷售額約15萬元，光是文化幣開跑的六月至七月，單月營收就比過去幾個月，成長了五成。

因文化幣帶來的營收成績固然令人喜悅，但現流冊店經營者認為，文化幣更有價值的是替他們帶來未曾想像的客群。「我們書店客人的主要年齡層是25到35歲，但這些年輕人為了來領書，第一次踏進我們書店，這甚至是他們第一次踏進獨立書店。」洪沛澤說，這些人領完書後，會坐下來看書，或繼續逛書店，好好地完成了一次文化體驗。

洪沛澤指出，「文化體驗」是文化幣政策最重要的核心，這也是培養藝文族群的重要一步。「最近有個高三學生來我們店裡，他跟我說，因為喜歡表演藝術，就把文化幣用來看劇。」洪沛澤轉述這位同學的經驗：當他發現其他同學的文化幣用不完，就鼓勵他們和他一起進劇場看戲，因為這樣比較划算。而他的同學體驗過後，也會主動問他：「最近有沒有好看的劇？」

洪沛澤解釋，就跟進獨立書店一樣，原本這些學生不知道怎麼走進劇場，但一旦踏進去，就知道劇場的門檻其實沒有這麼高，「文化消費可能本來不在這些青年學子的日常生活裡，但文化幣讓他們有支配文化消費的機會，可以趁早培養他們的文化消費習慣。」

即使文化幣政策上路後的第二年、第三年，現流冊店沒有為此再作企劃，但經營者發現，有不少青年人走進書店買書時，都會思考、計算自己應該如何利用手上的文化幣，做有效消費。洪沛澤話鋒一轉：「立法委員說，文化幣的主要消費落在書店，但我覺得那是因為對很多人來說，書店就是比較直覺的消費選擇。」



「文化消費可能本來不在這些青年的日常生活裡，但文化幣讓他們有支配文化消費的機會，可以趁早培養他們的文化消費習慣。」



2023 1 31

/

## 出現三天即撤銷的提案

洪沛澤的感嘆，即今年1月16日國民黨立委魯明哲提案凍結、刪除文化幣預算一事，理由除文化幣未全數被領取外，還包含「太多人拿著文化幣在書店消費」。

據2024年第三季台灣文化部公佈報告，文化幣領取率超過8成，領取後的使用率也到8成（首年即2023年度領取率有9成，領取後使用率達97%），但魯明哲卻因2023年度有一成未領、2024年截至第三季度仍有兩成未領，而認定此政策無助於推廣藝文活動。魯明哲還在提案中指出：該禮金之消費情況多集中於書店及出版業，難以達成藝文推廣活動多樣化之目標，因此建議刪除200萬預算並凍結1000萬，要求文化部針對前述問題提出解決方案，才可以動支。

儘管與文化幣19億5千萬的預算規模相比，提案凍刪比例並不算高，但此前包含台灣公共電視在內的文化政策相關預算遭到在野黨立委大筆凍刪，已引起文化界廣泛反彈，當消費者使用的文化幣也得挨上一刀的消息傳出，不免又激起一陣譁然。

青年民主協會創辦人張育萌第一時間在社群網站提出批評，並透過實際數據指出，國外類似政策義大利Bonus Cultura的18APP，首年（2016）註冊率為六成（62%），2022年西班牙的青年文化津貼Bono Cultural Joven為五成七（57.8%），台灣第一年的領取率和使用率已高達九成，「單就文化幣政策來說，台灣的執行成效好到令人驕傲。」

至於魯明哲在提案中劍指圖書出版，更激怒出版與書店業者，他們當日迅速串聯，於翌日發出共同聲明：「立委以不充分的理由提出多項文化預算凍結和刪減，這些提案將對文化產業造成無法挽回的傷害，書店及出版業對此表達強烈反對。」

第一時間在社群網站公布文化幣預算凍刪提案的民進黨立委陳培瑜，從政前有推動親職關係經營及兒童閱讀工作經歷，也創辦了一家兒童書店，屬於文化出版圈一份子。因此，她對文化幣遭刪凍的提案反應快速，當日於社媒貼文稱：「當初文化部提出文化幣就是要促進文化產業的消費跟繁榮，當然也不會規定一定得去哪裡消費，為什麼人民喜歡去書店消費，文化部就要被砍預算？文化部有做錯什麼嗎？」





2025 3 13

/

## 「為什麼人民喜歡去書店消費，文化部就要被砍預算？」

「每位16至22歲的青少年能夠領取1200元，是相對適合買書的價位，鼓勵閱讀及提升閱讀風氣是一件非常好的事。」陳培瑜進一步批評：「以個人的想像強迫青少年或要求青少年去某些類別消費，是只有共產國家才做得出來的事，文化部不能也不應該做這種事。」

或許因使用者是青年學子，文化幣政策自上路以來，在主流視野的討論度並不高，相關臧否也淡薄。僅管業者認為對產業或有助益，但民間也不乏「大撒幣」的聲音。此外，政策執行過程中，也有學生私下販賣或轉讓文化幣、消費標的不明等問題浮出，顯見不是所有人都買單，但文化幣預算遭刪凍的消息傳出後，依然反對聲浪四起，網路討論聲量衝高。

因輿論沸騰，未久，魯明哲便撤銷文化幣預算凍刪的提案。而儘管提案被撤銷，文化幣遭刪凍話題的餘波依然蕩漾。半個月後的台北國際書展開幕式上，文化部長李遠向大眾告知：因文化預算遭刪凍，文化幣點數優惠與門票全額抵用都遭到限制。雖說如此，文化幣消費總額在書展六天內達至1500萬元，同時舉行的動漫展累積到同樣數字只用了三天。李遠感嘆：由此可知很多年輕人在使用文化幣，而且速度非常快。





## 文化富者越富，貧者越貧？

「如果偏鄉孩子（對文化幣）的領取率低，表示政府推廣文化政策時沒照顧到弱勢。偏鄉地區孩子就是間接的文化弱勢。文化幣會不會造成文化富者越富，貧者越貧的現象？」

依據文化部公布的「文化禮金重點使用報告」，文化幣使用類型最高的，確實是書店和出版業，佔比近半成，其次是表演藝術，有一成九之多。陳培瑜認為這結果是必然的，「因為書店各鄉鎮都有，而且，學生會拿去買參考書。」

「文化幣大多用在書店，不見得是學生比較喜歡書，而是他們最容易接觸到的文化場域就是書店。」親子天下出版公司副總經理林彥傑也認為這結果很容易理解，並強調：我們不可以站在台北角度來看這些數字，因為，雙北（台北、新北）的藝文刺激本來就比較多，而雙北以外的表演藝術中心多位在城鎮，對居於較遠村落的國中生來說，本就是不容易接觸到的場域，「這是文化部要努力的空間，所以，立法委員不能因為領用率低或是圖書出版佔比多，就刪掉宣傳費。」

對關注文化平權的人來說，城鄉差距確實是文化幣領取率和使用類別中，不可忽視的原因。陳培瑜指著文化部公布的報告說：能夠使用文化幣的據點，以六都為最多，18000多個據點中，位在六都的，就佔了8成，非六都地區則有2成，偏鄉僅有4%。陳培瑜表示，從這樣的數據可以看出，六都的孩子享有更多的文化資源，可想而知，偏鄉離島孩子的領取率會如何？「我保證不高，因為不知道去哪裡使用。」

「如果他們的領取率低，那麼問題可能不只有偏鄉的消費點少而已，這也表示政府在推廣文化政策時，也沒照顧到弱勢。偏鄉地區孩子就是間接的文化弱勢。」重視文化平權的陳培瑜因此質疑：「文化幣會不會造成文化富者越富，貧者越貧的現象？」

桃園生長的葉楷翎，直到上台北讀大學，才有了以文化幣買表演藝術門票的想法，而生長在澎湖離島的蔡文馨首次領到文化幣時，已是政治大學三年級學生，很自然地用來買書，也買音樂劇的票。

「文化幣發放前，我不看音樂劇的，因為票價很貴。」伴隨文化幣政策而生的文宣，讓在台北讀大學的蔡文馨注意到：文化幣不僅可以用來折抵表演藝術票價，還能以便宜的票價買到好的座位（青年席位）。因此，領到文化幣的第二年，她就看了《人間條件八》與《ONCE，愛是唯一》，「這兩部劇學生票價都超過1000元，但我可以用文化幣折抵。」





# 少數中的少數：幫助可以維持五年？

「年輕人花幾千塊錢買演唱會門票也不手軟，但若他們願花相對少的錢進劇場看表演，獲得不一樣的體驗，對（學生與業界）彼此來說，都是重要的一步。」

她提到的「表演藝術青年席位」，是文化部透過文化幣政策引導年輕學子踏進劇場的重要設計。「第一次體驗很重要，有踏進劇場跟沒踏進過劇場的經驗感受完全不同，沒進劇場經驗的觀眾，無法想像現場是怎麼回事。我們當然希望觀眾第一次體驗是好的，才能讓他們願意再次走進劇場。」

國家兩廳院行銷組組長黃惠榮解釋，青年席的設計便是出於這個原因，讓年輕人能以優惠的票價，坐在好的位置，得到很好的觀賞體驗，而這或許可以吸引他們繼續走進劇場，甚至成為固定觀眾，「年輕人花幾千塊錢買演唱會門票也不手軟，但如果他們願意花相對少的錢進劇場來看表演，獲得不一樣的體驗，對（學生與業界）彼此來說，都是重要的一步。」

兩廳院售票平台OPENTIX2024年發布的報告指出，文化幣確實有效刺激青年的表演藝術消費及參與熱度：光是2023年，30歲以下年輕會員數已達10萬，佔消費會員總數近三成，而自2023年6月文化部成年禮金政策正式推行，18至21歲消費會員數就增加至兩萬人，較2022年成長一倍，其中高達8成使用文化幣消費，創造1800萬消費金額。

黃惠榮指出，往年，即使有「廳院青」會員制度的設計，但一整年售票數量不到2000張，2024年只賣出700張，但透過文化幣的青年席及五折青年票價合計，兩廳院共賣出3500張票，青年觀眾消費票數比過往成長許多。至於文化幣是否替表演藝術市場帶來好影響？黃惠榮雖持正面意見，但也強調：「一個政策需要時間沉澱，也需要時間擴散，文化幣實施才到第三年而已，我認為，要拉長到五年看，才能評估成效。」

「表演藝術在藝文群體裏面，是少數中的少數。」黃惠榮表示，兩廳院觀眾主要年齡層坐落在35至45歲，「觀眾培養不容易，我們一直希望擴大觀眾群，不希望之後沒有人銜接，所以一直嘗試培養青年觀眾。文化幣是一個很好的方式。」

不過，他也坦言，由於台北表演藝術場地多、藝文資源集中，文化幣使用在表演藝術上的比例自然比較高，相對於此，非六都地區的文化中心，就算同樣有文化幣加持，也未必能反映在表演藝術的票房上，「除了藝文人口本來就稀少之外，也有交通不便、距離比較遠的先天因素。」



「文化幣的重點不在於活絡消費，而是幫學生開啟一扇門。」文化幣等於是高中生第一筆能使用的文化預算，也是拉動青少年接觸文化場域的關鍵。

認為文化幣對孩子文化養成很重要的林彥傑，也是滿滿感觸。今年寒假第一天，他在誠品書店看到滿是青年學子，都在用文化幣買書，「我覺得文化幣的重點不在於活絡消費，而是幫學生開啟一扇門。你給學生零用錢，他會用在食衣住行或遊戲點數，但文化幣會給他們不同引導。」他進一步表示，文化幣等於是高中生第一筆能使用的文化預算，也是拉動青少年接觸文化場域的關鍵。

理工出身的林彥傑喜歡觀察數據，他從文化部報告中觀察到：使用者年齡愈低，使用文化幣上的「書店及出版業類」佔比愈高，但這類別佔比會逐歲降低，「我認為是因年紀愈小，被限制的使用範圍就愈多。」他解釋，台灣人的閱讀分布呈雙峰分布，家長會給幼兒閱讀，成人也有一定閱讀人口，而青少年會因升學壓力，處於閱讀「低谷」——更別說，出版市場很少為青少年設計讀物。

「在國外，《哈利波特》和《魔戒》都是給青少年讀的，但在台灣是成人看的。」林彥傑以表演藝術為例指出：戲劇有給中老年人看的歌仔戲，也有讓兒童親子同樂的親子劇、兒童劇，卻沒有專為青少年創作的表演，而這剛好是文化幣適用群體，「文化部是不是應該公布文化幣使用的詳細數據，好讓藝文產業知道青少年喜歡什麼？需要什麼呢？」

陳培瑜的意見和林彥傑相同，她從藝文報導中發現BL是一個很大的市場，「如果我們知道喜好BL的青少年人口眾多，是不是可以在文化幣的使用上去發想一些相關的文化消費商品呢？」

就和投資理財一樣，產業界會思考怎麼吸引顧客、創造營收，消費者會考慮如何善用金錢，求取最高的CP值。文化幣也形成這類現象：許多年輕人會在社群網路分享使用經驗，甚至跟學弟妹傳承「秘訣」——因文化幣除了在獨立書店買書可以加成外，還有「新朋友邀請碼」、「國片多人同行」等積點回饋的設計，腦筋動得快的學生會找出「複利」的方法，像是利用青年席的設計，讓自己可以看到價值有十倍甚至數十倍的音樂劇或舞台劇。

張育萌分享了一個案例：邀請同學一起看國片可以有加碼回饋，有個同學便不斷找人進電影院來累積點數，最後找到兩百人跟她看電影，「也有那種今天你邀我，明天我邀你的情況，雙方都可以賺到點數，這也是一種財務觀念。」

「文化幣重要的，除了提供文化體驗外，強調文化互動，甚至更進一步形成文化社群。」例如看國片需要三五好友一起，進劇場也可互相推薦，慢慢同學們會相互結伴一起看戲、看電影，這都是社群形成的方式。



「文化幣重要的，除了提供文化體驗外，強調文化互動，甚至更進一步形成文化社群。」張育萌表示，例如看國片需要三五好友一起去，進劇場也可以互相推薦，慢慢地同學們會相互結伴一起看戲、看電影，這都是社群形成的方式，「前陣子行政院長卓榮泰跟文化部長李遠為了宣傳文化幣，一起體驗了密室逃脫，這就是必須要一群人共同體驗的文化活動。」

而這些由文化幣創造出來的景貌，很難具體反映在數據報告上。

「我們蠻幸福的，活在同溫層，但要知道，同溫層之外的群體，不見得會把錢花在文化消費上，他們可能零用錢有限，或是要打工養活自己。所以要得到文化滋潤蠻困難的。」陳培瑜認為，從有能力做文化消費的群體眼中看來，文化幣可能是錦上添花，但對從小到大沒有機會建立好的文化消費習慣的年輕人來說，文化幣雖然不到雪中送炭的程度，但絕對是個重要的柴火，「透過政府的資源，開始練習、學習累積文化消費經驗，對人長期生命發展來看，是有益身心的好事啊。」

因此，無論個人或民意代表的立場，陳培瑜都認可文化幣是個好政策，她說，若有不足，就應該建議文化部補強，為彼此加分，這才是好的問政品質，而不是凍刪預算。「我真的覺得這筆預算不高，又可以幫助那些做文化消費有負擔的人。」陳培瑜嘆了一口氣：「做人真的不要這麼小氣啦。」