

中華民國 111 年度

文化部監督

文化內容策進院決算



文化內容策進院 編

文化內容策進院

目次

中華民國 111 年度

總說明

壹、概況	1
貳、年度營運(業務)計畫之執行成果	7
參、決算概要	42
肆、其他	45

一、主要表

(一)收支營運表	46
(二)淨值變動表	47
(三)現金流量表	48
(四)平衡表	49

二、明細表

(一)租金及權利金收入明細表	50
(二)政府公務預算補助收入明細表	51
(三)政府專案補助收入明細表	52
(四)雜項業務收入明細表	53
(五)業務外收入明細表	54
(六)行銷及業務費用明細表	55
(七)管理及總務費用明細表	78
(八)財務費用明細表	59
(九)其他業務外費用明細表	60
(十)固定資產建設改良擴充明細表	61
(十一)資產折舊明細表	62

三、參考表

(一)主要營運項目執行績效摘要表	63
(二)員工人數彙計表	64
(三)用人費用彙計表	65
(四)各項費用彙計表	66
(五)公務車輛明細表	68

四、附錄

(一)立法院審議行政法人預算所提決議及附帶決議報告表	69
----------------------------	----

總說明

文化內容策進院

總說明

中華民國 111 年度

壹、概況

一、設立依據

文化內容策進院（以下簡稱「本院」）係為提升文化內容之應用及產業化，促進文化創意產業發展，依據「文化內容策進院設置條例」（以下簡稱「本條例」）於 108 年 6 月 17 日召開第一次董事會正式設立，該設置條例業經立法院於民國 107 年 12 月 25 日三讀通過，並奉總統 108 年 1 月 9 日華總一義字第 10800003751 號令制定公布。

本院之成立目的係為提升文化內容之應用及產業化，完備產業專業支援體系，並建構協力合作平臺，強化溝通協調及資源整合能量。同時導入企業化經營理念，有效發揮研發調查、人才培育、多元資金統籌、文化科技應用、通路拓展及國際連結等功能，專責推動文化內容相關產業之扶植與策進，完備文化經濟發展生態系。

二、設立宗旨

本院之設立宗旨，係透過中介組織之專業治理，整合政府與民間資源與力量，共同推動臺灣文化內容產業的進步。在產製、資金、通路、品牌、拓展國際市場等面向推動文化內容產業的整體發展。

鑑於文化內容產業的進步，除了有好的內容，尚需各項資源的推進，將文化內容作品變化成產品，逐步形成產業，臺灣具有豐富且多元的文化內容作品端及創作者人才，而文化內容產業應更著力培育出創作者及經營

者，促使文化內容產業有創造性及市場性，從市場性內容捲動資金及資源投入。

產業形成非一蹴可幾，在有限政府預算支持下，本院將透過融資、投資、贊助等資源及新型態內容之創新科技技術，持續導引資本力量及科技力量共同投入，包括帶動國發基金、民間資本、科技技術等資源投入文化內容產業。

本院針對不同產業類型，設計不同的方案，積極開發多元作品類型，產製有效應對臺灣文化和國際趨勢之多元原創內容，增加文化內容產業生產規模及內容的質與量，持續以國內外提案會、交易媒合會、展會創投等機制，打開具市場性之文化內容產業市場機制。

為打開跨國銷售管道，本院積極拓展國際展會結盟，建立國際人脈網絡，開發潛在商機，持續推動展會升級，創造國際市場需求，以創新展演、資金媒合及市場交易商業展會，突顯臺灣產業優勢及內容特色，期以各類產業造勢與國際行銷策略，吸引國際夥伴加入。

臺灣有豐富的文化底蘊，且具有頂尖科技實力及創新能力，文化內容產業具有發展潛能，產業需要完整配套，如帶動資本投入、科技導入、作品質與量提升、國內產業適度整合、國際合作、完整產業鏈的形成、產銷平衡、人才育成等諸多課題，透過不斷分析、嘗試與調整，逐步走出適合臺灣文化內容產業的路。

本院做為行政法人，將在各項行政機制及規範下，發揮勝於行政機關的靈活性及彈性，與眾多資源及需求、組織等達到良性溝通，務實且有效推動產業進步。本院將秉持中介組織專業治理角色，與政府、民間協力合作，完備文化內容產業專業支持體系的目標，達成扶植產業的公共任務。

經費來源：

- (一) 政府之核撥及捐(補)助。
- (二) 國內外公私立機構、團體及個人之捐贈。

(三) 受託研究及提供服務之收入。

(四) 營運及產品之收入。

(五) 其他收入。

業務範圍：

(一) 文化內容相關產業之調查、統計及研究發展。

(二) 文化內容相關產業專業人才之培育。

(三) 文化內容開發及產製支持。

(四) 文化科技之開發、技術移轉及增值應用。

(五) 文化內容相關產業之投資及多元資金挹注服務。

(六) 文化內容相關產業市場之拓展及國際合作。

(七) 文化內容相關產業設施之受託營運管理。

(八) 文化內容相關產業之著作權輔導。

(九) 其他與提升文化內容之應用及產業化相關事項。

三、組織概況

(一) 董事會

本院設董事會，置董事十一人至十五人，職掌如下：

1、發展目標及計畫之審議。

2、年度業務計畫之審議。

3、經費之籌募與財產之管理及運用。

4、年度預算、決算及績效目標之審議。

5、規章之審議。

6、自有不動產及無形資產之處分或其設定負擔之審議。

- 7、院長之任免。
- 8、年度整體多元資金統籌計畫之審議。
- 9、組織擴編事項之審議。
- 10、本條例所定應經董事會決議事項之審議。
- 11、其他重大事項之審議。

(二) 監事會

本院設監事會，置監事三人至五人，職掌如下：

- 1、年度業務決算之審核。
- 2、業務、財務狀況之監督。
- 3、財務帳冊、文件及財產資料之稽核。
- 4、其他重大事項之審核或稽核。監事單獨行使職權，常務監事應代表全體監事列席董事會會議。

(三) 執行單位

1、策略研究處職掌

- (1) 文化內容相關產業調查、統計及發展研究。
- (2) 文化內容產業資料庫之建置與管理。
- (3) 文化內容相關產業專業人才培育發展。
- (4) 本院發展規劃研議之幕僚作業。
- (5) 年度工作計畫先期作業及管考。

2、文化金融處職掌

- (1) 整合金融資源支持文化內容產業發展。
- (2) 執行管理國發基金與民間共同投資文化內容產業。
- (3) 研擬執行內容產業投資策略。
- (4) 文化內容產業多元資金挹注及媒合融資。

(5) 文化內容業者之商轉及經營管理輔導。

3、全球市場處職掌

(1) 文化內容相關產業海外市場拓展及國際布局。

(2) 文化內容相關全球展會策略制定。

(3) 文化內容國家品牌形塑及行銷宣傳。

4、內容策進處職掌

(1) 策進文化內容開發及產製支持。

(2) 推動異業整合 IP 產值極大化。

(3) 推動文化內容國際合資合製之國際合作。

(4) 推動文化內容設施營運及受託管理事項。

5、文化科技處職掌

(1) 未來內容之前瞻布局與策略規劃。

(2) 以科技輔助敘事創新，開展新型態內容體驗。

(3) 掌握科技趨勢，帶動文化內容產業新創。

(4) 整合國際跨域夥伴，共創文化科技生態系。

6、行政管理處職掌

(1) 組織典章制度之制定與修訂。

(2) 人力資源與財產管理。

(3) 總務採購作業。

(4) 法遵政策及作業規範，內部法律意見或相關法令諮詢。

(5) 主辦出納業務。

(6) 文書、印信及一般行政庶務管理。

(7) 資通安全及檔案管理。

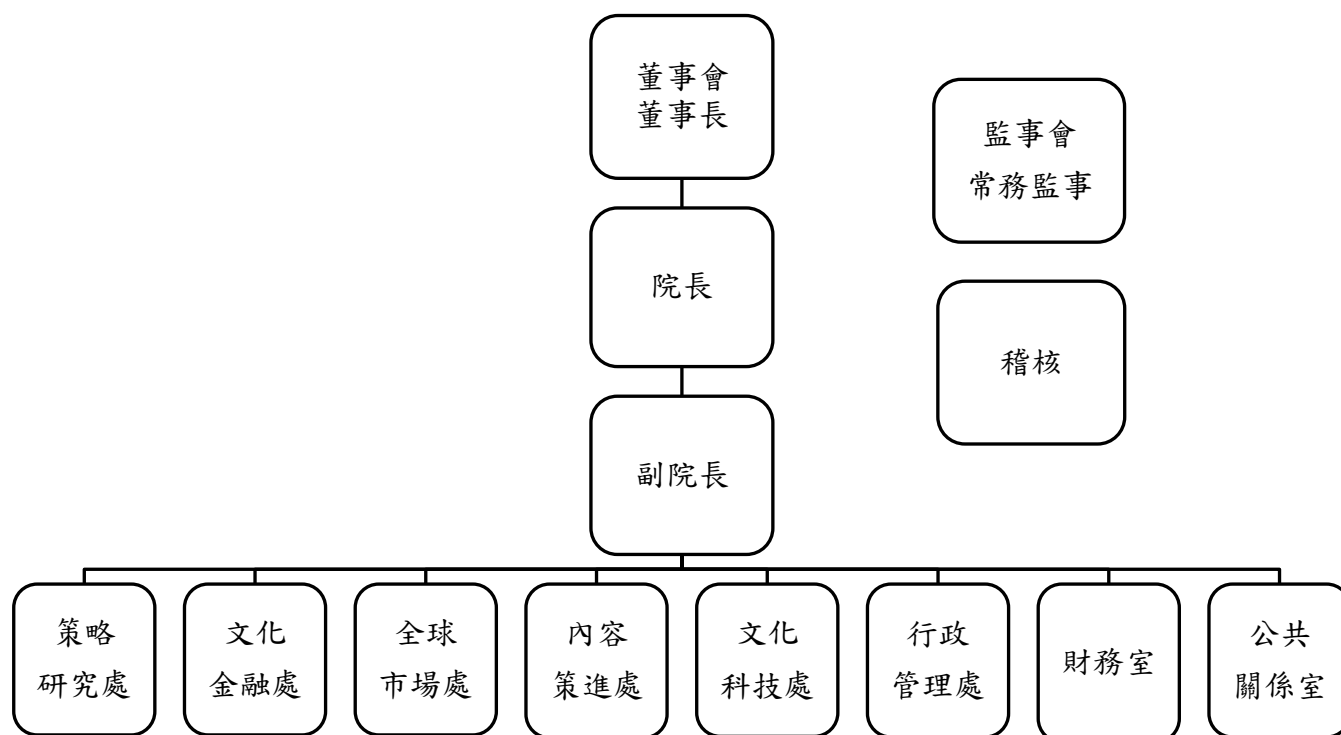
(8) 董監事會議幕僚作業。

7、財務室職掌

- (1) 年度預算、決算之籌劃、彙整及編製。
- (2) 會計制度及各財務規章規範研擬修訂。
- (3) 各項收支憑證之審核與預算之管控。
- (4) 各式傳票與會計報表之編製。
- (5) 總帳、明細帳等各式帳冊之登載。
- (6) 各項收支效能統計之分析。
- (7) 資金運用、募款協助及贊助事項處理。

8、公共關係室職掌

- (1) 媒體關係。
- (2) 國會聯絡。
- (3) 公眾事務協調聯繫及網頁之建置與管理。



貳、年度營運（業務）計畫之執行成果：

依本院之設立宗旨，係透過中介組織之專業治理，整合政府與民間資源與力量，以吸引更多專業人才及產業共同推動臺灣文化內容產業的進步。在產製、資金、通路、品牌、拓展國際市場等面向推動文化內容產業的整體發展。在本院長期發展三大目標「完善文化內容產業資金生態系」、「全球業務拓展及產銷並重」、「推動關鍵基礎建設」下，透過推動投融資、協助多元內容開發、拓展國際市場、推動臺灣未來內容、強化產業基礎建設等具體工作，以中介組織多面向策進產業發展，協助產業在產製、資金、通路、品牌升級並接軌國際。111 年度營運成果如下：

一、產業化：完善文化內容產業資金生態系

本院導入國發基金對文化內容產業之投資，以多元彈性投資機制帶動更多作品的產製與授權發行，同時致力於改善文化內容產業的融資環境，使業者在資金的運用上更有彈性，契合業者產製階段的資金需求。同時，本院推出策進機制，協助文化內容產業進行系統性開發，推動跨域跨業合作孵育具國際市場潛力及新型態商業營運模式的原創文化內容。

（一）投資業務

為了健全文化內容產業整體環境，提供友善的投資環境並降低投資門檻，帶動民間資金進場，本院辦理文化部之「文化內容投資計畫」，除提供文化內容產業業者從諮詢回覆、送件協助、輔導協力安排、評估審議安排等申請流程相關協助外，本院亦針對投資各產業別特性與產製環節，進行策略性投資與挖掘新創事業與商業模式創新之事業等，展開多元化投資策略模式，交互結合投資專家諮詢及媒合機制等措施，作為評定投資之參據。

過去執行「加強投資文化創意產業實施方案－文化內容投資計畫」須以公司股權做為投資標的，部分以契約為基礎之專案形式尋求投資的案件因不符要點規範，故另協助對接其他合適資金資源，亦略

影響投資進案機會。為厚植我國文化內容產業之發展能量，本院提請文化部於 111 年修訂「文化部辦理文化內容投資計畫作業要點」，針對投資機制與流程進行優化及改善，整體投資流程改善方向包含如下：增加專案型投資對象；增加被投資事業經營團隊激勵措施；簡化小型投資案之投資審議流程；被投資事業可為「有限合夥」或「專案投資型態」；解除民間共同投資方資金不得低於文策院投資金額 1/3，文策院不得為最大股東等限制。另推動專案投資型態可不搭配共同投資方，並增訂申請預投審查制度，暫無共投方可先申請投資審查再找民間共投資金。透過多元資金導入，預期帶動民間資金流入文化內容產業、增加被投資事業之業務相互串接的機會，為文化內容產業佈建更多的可能性。

1. 執行國發基金投資執行成果

111 年執行國發基金投資成果：111 年至 12 月核准國發投資金額 7.22 億元，帶動民間投資 10.21 億元，合計成果為 17.43 億元，通過投資審議會之投資案共 12 案，已完成簽約投資案總計 5 案。投資案涵蓋電影、廣播電視、音樂及表演藝術、數位內容、設計品牌時尚、視覺藝術產業六大類型。

本院成立以來截至 111 年 12 月，已通過投審核准國發基金投資共 25 案，投資金額新臺幣約 14.49 億元，並帶動民間投資約 18.44 億元，總投資額達 32.93 億元。

2. 投後管理

中小企總之投後管理係依據「文化部辦理文化內容投資計畫作業要點（以下簡稱要點）」及文化部委託中小企總之「加強投資文化創意產業實施方案文化內容投資計畫委託投資後管理」採購案契約書辦理。111 年文策院依據該要點辦理之投資案件，中小企總於投資審議會議時亦會列席，以瞭解投資案概況，就業已完成投資協議之案件，進行投資後管理事宜。另依據作業辦法規定，本院持續每半年公開投資重要統計資訊於本院官

網，並針對「加強投資文化創意產業實施方案」共同投資之企業，依據相關辦法適時提出退場處分規劃，持續掌握投資案件之出場狀態，未來將調整精進投資流程及機制，優化投後管理之主動、積極性。

3. 拓展投資業務

國內文化內容產業深受新冠病毒疫情影響，國內雖逐步放寬防疫措施，但民間投資意願仍多處觀望，本院於 111 年度針對影視、音樂、表演藝術、遊戲產業召開 5 場說明會說明投資機制，共計 184 人次參與，持續帶動民間投資意願進場。藉由今年度的說明會推廣後，於修正後的專案型投資案累計至 111 年 12 月通過投資審議會共 7 案，事業型投資案至 12 月通過投資審議會共 5 案。111 年文化內容投資第三期計畫之被投資公司轉投資項目金額，帶動民間資金投入 2.82 億元。因應補足國發基金投資不足，本院增設多元內容投資方案，以加速活絡資金市場。考量產業變化快速，未來本院將持續參考國內外經驗，調整相關協助及推廣機制，以增加國內文化內容業者取得資金之機會，提升我國文化內容產業發展能量，達成文化產業扶植目標。

(二) 融資業務

為強化金融機構對文化內容產業之放貸信心，本院持續與金融機構溝通，使其理解文化內容產業的商模樣態，並協助輔導業者建立中長期資金規劃觀念，並與金融機構建立良性互動。111 年度成果分述如下：

1. 融資措施優化

(1) 修訂融資相關作業要點，完善融資支持措施

本院於 111 年 2 月 16 日正式公告「支持文化創意產業貸款利息補貼作業要點」並受理申請，就以下利息補貼機制予以統合，以簡化業者申請程序及金融機構之補貼息行政作業流程。包含如將「加強文創產業升級轉型貸款要點」中

，（原）第十二點第一項第一款之利息補貼及其相關規定獨立並整合，以利「自行取得貸款」之業者申請利息補貼，緩解營運資金壓力。並配合文化部政策，明訂「文化創意產業青年創業及啟動金貸款」自111年1月1日起申請案之貸款全額利息補貼及「演藝團體紓困貸款」第2至5年之貸款利息補貼的辦理依據，使銀行得以實際撥貸金額向本院申請撥付補貼利息，業者無須另行提交申請。原「加強文化創意產業升級轉型貸款」第一至三類申請人，則依其貸款要點規定，利息補貼併同於貸款審議辦理，亦無須另行提交申請。另因應111年度開始之升息趨勢及配合文化部政策，本院持續推動明訂文創產業青創貸款（於111年1月1日之前依「青年創業及啟動金貸款要點」規定取得利息補貼資格之申請案）及演藝團體紓困貸款之補貼年利率，其補貼利率得依原貸款要點規定，不受本要點之利息補貼利率上限2%限制。

(2) 擴大認定融資措施之產業別與適用申請範圍

因應文化創意產業跨域發展及新業種持續出現之趨勢，本院實質輔導之業別已不限於文化部主管之8大類型文化創意產業。故修訂「支持文化創意產業貸款利息補貼作業要點」及「加強文化創意產業升級轉型貸款要點」時，同時納入本院實質輔導業種（如：時尚設計、遊戲、沉浸式體驗、未來內容……等），以配合國內產業樣態變動，提供更具彈性及友善的融資支持措施。未來配合政府強化人口及移民政策推動，並考量我國攬才留才需求，擬擴大申請人之「負責人非我國國民」之適用範圍。

(3) 於融資申請過程中，協助業者與銀行溝通

本院持續與銀行進行友善溝通，除協助銀行瞭解業者之實際需求與情況，亦同時協助銀行就業者實際情況建議較可行之募資或貸款申請策略等，並視業者實際需求，協助業

者瞭解資金規劃方式及各類募資適用策略，並視實際需求協助媒合。

(4) 定期辦理融資服務說明會

為協助業者進行妥善的資金規劃，本院固定辦理常態性線上說明會，提供普遍性、整合性之融資服務說明，奠定文化金融知識基礎及本院服務內容宣導，111 年度共辦理 176 場說明會，共 3,055 人次參與。同時帶入與銀行溝通技巧及資金規劃知識點；並持續與文化內容產業相關公協會組織、政府機關及新創輔導單位合作客製化之專場說明會，除本院融資服務外，並同時導入本院其他資源介紹，以利業者瞭解本院協力方向。

2. 111 年度常態性融資申請案執行成效

本院今年度執行常態性融資業務，截至 111 年 12 月止（依「送件申請日期」計算）核定通過共計 45 件，核定融資總金額共計新臺幣 3 億 2,046.9 萬元整。

(1) 信用貸款

111 年加強文化創意產業升級轉型貸款共通過 11 件，核定通過之貸款總金額共計新臺幣 8,414 萬元。

(2) 利息補貼

「支持文化創意產業貸款利息補貼作業要點」於 111 年 2 月公告受理，111 年度截至 12 月 29 日止，「支持文化創意產業貸款利息補貼」併同「加強文化創意產業升級轉型貸款（自行取得貸款者之利息補貼案）」獲補貼之貸款總額度，共計新臺幣 2 億 3,632.9 萬元。

(3) 文創產業青創貸款

111 年起截至 12 月 27 日止，經文策院直接輔導並轉件至銀行申請之案件數達 384 件；依信保基金提供數據，111 年度

融資總金額共計新臺幣 7 億 7,354 萬元。

(三) 文化內容產製開發策進

為協助業者孵育更加符合市場期待的文化內容，降低文化內容作品早期開發階段之成本，本院透過前期開發支持暨多元內容投資機制及策進，系統性促成開發更豐富多元的具市場性的作品類型及題材，加速內容產製速度並有效增加產量，且透過多元配套措施，帶動市場資金投入。

1. 《CCC 創作集》

本院延續《CCC 創作集》文史轉譯特質，並邀請資深漫畫編輯擔任客座顧問，支持漫畫開發。111 年度已催生 IP 作品開發達 52 部，並延伸 6 部 IP 作品新章，孵育作品有 4 部入圍 111 年度金漫獎並有 2 部得獎，1 部入選 111 年 Books from Taiwan (BFT) 選書，2 位作者入選為 112 年法國安古蘭國際漫畫節臺灣館隨團參展漫畫家。另有 7 部作品獲商業出版，3 部作品獲展會合作，4 部作品外譯登上日本「Comic Walker」平台，並與日本角川啟動 2 部新作合製，另與法國網漫平臺 mangas.io 洽談 2 部作品外譯刊登當中。

2. 內容開發專案計畫：「出版轉影視」與「類型題材轉譯開發」

為促進跨產業內容 IP 開發，本院以出版影視媒合及漫畫類型題材開發兩大機制，協助分攤文化內容產業前期開發成本，以期有效增加內容作品之產量，也透過與博物館、歷史文獻資料相關單位簽署合作備忘錄，協助文化內容產業媒合類型在地題材，擴大內容類型多樣化對接市場。

本院為擴大出版與影視媒合效益，前年度調查國內影視投拍人實際需求，選 53 本「潛力改編文本」進行影視跨域媒合，111 年度推動 28 部文本成功授權影視，由業者自行開發中。另持續推動文史類型題材轉譯開發，111 年持續增加博物館與文資專業夥伴單位，新增文化部文化資產局、高雄市立歷史博物館、

國立歷史博物館、國發會檔案管理局、國家電影及視聽文化中心等 5 家，111 年累計共 11 家博物館夥伴，在地潛力題材數量累積有 42 個。透過文史題材開發轉譯，協助轉譯博物館、文資局等典藏單位推薦題材，將各館推薦的文本，製作成業界熟悉的提案模式後，111 年度邀請出版、影視與動畫等 13 家業者參與媒合，開發轉譯出屬於臺灣獨特之文化內容。

3. 「內容開發專案計畫-前期開發支持」

本方案以助力內容開發與籌資為導向，提升臺灣文化內容產製量、加速文化內容投資與對接市場需求。111 年共支持 158 件專案進入題材田調和劇本發展，其中亦有 3 案入選 111 年金馬創投會議、3 案獲選文化部影視局 111 年度新媒體跨平臺創意影音節目製作補助、1 案入選優良電影劇本，以及 2 案獲得金馬創投獎項。至今亦有超過 6 部企劃開發完成進入製作。

4. 未來內容共創圈

為推動臺灣文化內容產業與科技產業跨域合作，鼓勵文化創意媒合多元資金與科技應用，本院以未來內容共創概念推動跨域、跨國共創，持續串起文化創意、科技技術、政府資源、場域展會等不同產業資源，全方位催生未來娛樂與創意經濟生態系，朝向國際市場開創文化內容產業藍海。

(1) 未來內容原型開發支持方案

本院於 111 年 3 月 29 日正式公告「2022 年未來內容原型開發支持方案」，鼓勵業者運用 5G、AVMR 及多元科技技術，投入新型態內容原型開發。並以 2 階段遴選機制，透過輔導諮詢協助入選團隊精修提案，111 年度本方案選出 20 案，涵蓋遊戲、角色授權、表演藝術、時尚、紀錄片、動畫、地方文史等文化內容領域，並運用當代 5G 頻寬環境優勢，整合應用動態捕捉、體感互動、Unreal 遊戲引擎、即時高速運算、AI、VR、AR、區塊鏈、4D 全視角攝影等技術。

本方案同時與元宇宙產業跨國公司 Meta 合作，由 Meta XR Hub 挑選 1 案提供支持金，透過本合作共同支持 XR 創作者社群及 XR 產業生態系發展。另，本方案預計於 112 年上半年度完成開發，透過成果競賽，經評選小組評判優異而贏得開發成果競賽者，將頒發額外新臺幣 20 萬元獎金。

(2) 未來內容製作支持計畫

本院於 111 年 6 月 1 日正式公告「2022 年未來內容製作支持計畫」，針對曾獲「未來內容原型開發支持方案」或具備市場性之跨域作品提供最高 250 萬開發資金，降低開發成本與風險，提高業者投入未來內容產業開發之意願。111 年度本計畫共選出 8 個團隊，涵蓋表演藝術、遊戲、新媒體藝術、影視、流行音樂等產業，運用 AR、VR、XR、動態捕捉、串流平台、Unreal/Unity 遊戲引擎、MMO 多人連線系統、Cloud Gaming 雲端遊戲、NFT 區塊鏈、5G、虛擬人等技術進行作品/服務開發。

(3) 文化科技跨域示範展演及應用服務案

為推進文化科技跨域應用及示範展演的技術與商模可行性，由本院帶領業者進行創新應用案例開發及場域示範案例測試。透過 110 年未來內容原型開發支持方案團隊所遴選出優秀的原型作品，111 年度持續支持 3 案業者精進原型內容並展現技術用於文化面的應用加值成果，包含「《時尚，觸手可及!》虛擬時裝展示 5G 應用創建計畫」、「《無盡 infimmersive》5G 計畫」及「《隱世神差》MR 多人實境解謎遊戲體驗活動計畫」等，透過 TCCF 創意內容大會舞台，鼓勵團隊進行公開演示及市場商模測試。並以臺灣在地文化及原創 IP 出發，推動《臺灣文化元宇宙》及《迷宮書店》2 項未來內容之跨域示範展演，展現國內具潛在商業化的新型態內容。在場域平台實證方面，111 年度協助內容業者將臺灣原創 VR360 作品上架至中華電信 Hami Video VR

平臺，拓展未來內容作品曝光管道，藉由收費模式進行市場商模測試，以促進國內創作者及平臺業者發展未來內容創新製作。

5. 營運 IP 內容實驗室

為鼓勵各產業利用本院所屬之前瞻、高端容積擷取 (Volumetric Capture) 技術產出高品質原生作品，111 年度 IP 內容實驗室共協助產出 17 件不同類型作品，橫跨傳統藝術保存、展覽展示、AVMR、影視等各方面。其中，與國立傳統藝術中心合作之《數位香陣·聖獸除瘟：臺灣陣頭中的獅與虎》以沉浸式光雕投影劇場方式做為期一年的展示；《大象體操—眾神派對》則於 111 年度高雄電影節單元展映；牛仔服飾品牌 EDWIN 年度廣告《EDWIN DENIMverse 丹寧宇宙形象廣告》則於 Youtube、電視、線下通路播映；《2022 國民體育日--9 要一起動》廣告與藝人玖壹壹合作，拍攝本年度國民體育日形象廣告。此外，為因應未來數位保存與數位收藏趨勢，IP 內容實驗室主動發起與互動藝術、運動、區塊鏈、行銷產業等及中華奧林匹克委員會共同進行具容錯共識之概念性驗證 (Proof Of Concept) 嘗試《眾人之光 4DNFT》，並於 2022 年 TCCF 創意內容大會中展出與發表。

6. 建構文化內容加速器合作體系

臺灣文化內容產業型態微型事業體居多，為協助提供企業營運資金及完備自主商業思維，本院推動文化新創加速計畫，透過遴選內容企業，提供新創營運課程、業師一對一諮詢、新創媒合大會、對接國際多元資金媒合及新創社群等各項資源，鼓勵文化內容業者投入創業，並帶動民間投資動能。

111 年度本院與「華陽創投集團」、「樹冠影響力投資」、「資誠 PwC Taiwan」及「KPMG」4 家新創加速器合作，共構文化內容產業服務網絡，持續優化創作者、經營者和投資者三方

資源對接的媒合平臺。111 年度文化新創加速器執行計畫第二期選出 20 家文化新創團隊。第三期選出 21 家文化新創團隊，共培育 41 家新創團隊。

為強化入選新創加速器團隊之商業營運計畫撰寫與提案能力，協助團隊於 Demo Day 簡報及面對投資人，111 年度共辦理 5 場商業模式及提案工作坊，協助團隊釐清市場定位、商業模式、財務規劃與相關稅務問題等。透過策辦 Demo Day 專場，打出 TAICCA 文化新創加速器品牌，積極加入臺灣新創生態系，讓新創團隊可以進年度新創最大型活動 Meet Taipei 設展攤以及公開提案，增加和投資方的媒合機會。

此外，透過加速器邀約投資方，持續建立本院與投資人的關係，111 年度共邀請 51 家投資單位，共 95 人次投資人參與，和新創團隊進行每場 10 分鐘的一對一洽談，111 年度媒合多元資金洽談場次達 222 次。截至 111 年度 12 月於 3 屆新創團隊中，有 1 組團隊已獲得 300 萬直投方案投資，另有 7 組團隊由本院協助申請融資相關支持方案。

(四) 文化內容產業之異業合作機制

本院持續推動臺灣原創作品與國際市場對接及擴大 IP 媒合交易，另建立文化內容產業跨域跨業交流管道，推動文化內容產業間/外跨域合作，並建立後續開發、產製、發行與行銷人脈資源，帶動市場經濟綜效及異業合作，推動文化內容產業多元發展，開拓新興領域，並以漫畫作為市場驗證的指標產品，提供多元轉譯與跨域媒合應用資源，持續捲動臺灣原創 IP 參與市場驗證，匯集人才、創意、資金，提升高質量的作品產製能量。

1. 異業合作開發機制

111 年本院推動臺灣漫畫跨域成果，總計捲動 18 個原創漫畫 IP 作品與泛娛樂產業進行多元發展合作，完成 12 件跨域合作案，

包含如 1 案手機殼周邊商品授權、1 案電影劇情置入合作、1 案漫畫與手機遊戲跨域合作、3 案實體展覽授權（包含「桃園漫畫節」、臺灣歷史博物館「記憶中的畫格世界—漫畫在臺灣」以及 2022TCCF_未來內容唱片行展覽）、1 案漫畫轉動畫開發、5 個漫畫 IP 開發影視內容。

2. 營運漫畫基地

漫畫基地以支持漫畫創作者及漫畫產業為核心任務，持續提供創作空間、媒合諮詢、人才培育等服務，111 年截至 12 月到店人次約達 67,000 餘人。111 年亦針對創作者辦理深度訪談，依據訪談蒐集之創作需求持續進行軟硬體設備與創作環境等優化，目前使用已趨滿載。另漫畫基地人才培育支持系統成效方面，111 年度共辦理 11 場漫基講堂、4 期進修課程、3 場創作營，共累積 922 人次參與（線上 533、線下 389）。另外為鼓勵國內漫畫創作者與出版、影視、遊戲等廠商交流合作，漫畫基地舉行客製化媒合活動：111 年度 ACG 產業合作交流會，共計 45 位創作者及 35 位廠商代表參與，針對漫畫家與業者共完成 167 場媒合場次。110 年起由資深漫畫編輯提供創作諮詢與媒合服務，111 年截至 12 月增加媒合諮詢 34 件、綜合諮詢 237 件。

3. 臺灣數位模型庫

本院於前年度完成數位模型庫 TDAL2.0 平台環境，依「使用者經驗為導向」規劃模型分類與推薦機制，開放會員上架模型功能，鼓勵 3D 模型產業工作者上傳自製數位模型，透過平台金流服務獲取收益，以雙語介面向國際推廣具備臺灣特色的數位模型，以達文創產業加速開發與臺灣特色模型在國際流通。使用人次至今達 50,000 人，累計模型數 634 組，總瀏覽量逾 13 萬人次，總會員數逾 1,100 人，總下載數達 4,935 組。111 年度共完成 6 場社群協作，完成 4 場線上工作坊、5 集訪談節目，完成 1 檔 2022 文化部科技黑客松 X TDAL 數位模型庫合作活動。商

務行銷方面完成 5 檔主題式行銷活動，透過行銷活動共銷售出模型 19 個、新增模型 68 個、新註冊會員 241 人。111 年度亦跟酷米文化合作「福爾摩沙模擬飛行模組開發計畫」，共用到 8 組 TDAL 模型，完成微軟模擬飛行「恆春航空站」地景模組製作，展示臺灣數位模型應用，於全球最大第三方遊戲模擬器市場平台 simMarket 上架銷售。

二、國際化：全球業務拓展及產銷並重

為能更有效協助臺灣文化內容業者進行國際市場拓展，及吸引更多國際合作夥伴，本院積極布建國際合作網絡，與各產業國際機構與展會單位合作，因應疫情解封，積極開展參與各文化內容產業重要國際展會，根據不同市場特性作品類型，以「版權銷售」、「創投合製」、「產業行銷」、「網絡經營」等主軸切入，協助我國業者進場參與指標性國際展會，於展會及日常業務建立國際機構組織、買家與業者人脈網絡，增加海外曝光機會及拓寬通路管道，開展各式合作機制，協助業者進入國際市場，以期讓我國成為國際市場競購項目及合作對象，帶動更多良好的跨國合作關係。

(一) 國際合資合製

1. 國際合作投資專案計畫

「國際合作投資專案計畫」鼓勵內容業者與國際合資或合製，促進臺灣文化內容產業國際化、規模化及市場化。111 年度投資 13 案。重要成果分述如下：

- (1) 劇情長片《為了國家》為臺、法合製案，入圍 2022 年威尼斯影展「地平線 (Orizzonti)」單元；劇情長片《阿爾及爾最後的王后》為臺、法、阿爾及利亞合製案，入選 2022 年威尼斯影展「威尼斯日」競賽單元，獲得 2022 年威尼斯影展「年輕導演特別提及」；紀錄長片《神人之家》為臺、法合製案，入圍 2022 年瑞士「真實影展 (Visions du Reel)」主競賽單元、獲得 2022 年台北電影獎百萬首獎、

最佳紀錄及最佳剪輯、獲得 2022 年台北電影節觀眾票選獎、入圍 2022 年金馬獎最佳紀錄片。

- (2) 劇情影集《正負之間》為臺、日合製案，111 年 4 月 15 日於 CATCHPLAY+首播，在同類型影片與臺灣作品榜中排名第一、最佳人氣榜排名第一；日本平台 Rakuten TV 年度總排行榜 NO.2、首月點播第一，日本平台 Video Market 臺劇排名第一。劇情影集《決勝的揮拍》為臺、馬合製案，11 月 5 日起在台灣及馬來西亞電視台與 OTT 平台播映。
- (3) 動畫短影集《歡樂滷沙沙》為臺、日合製案，111 年 4 月兒童節檔期於台視綜合台周末時段播出中文版；日文版 111 年 5 月起，陸續在日本 D アニメ (docomo shop)、萬代 (Bandai)、Amazon Prime 等 16 個平台上映。

2. 沉浸式內容國際合資合製

本院為推動文化內容產業數位轉型升級，以科技輔助敘事創新，開展新型態內容體驗，透過深耕市場及國際平台通路行銷，爭取更多國際曝光機會，進而將臺灣未來內容能量推向世界。

111 年度推動「2022 年沉浸式內容國際合資或合製支持」計畫，於 111 年 4 月 13 日對外公告，最終選出具國際市場潛力的 5 件亮點作品，包含英國 ScanLAB Projects《FRAMERATE：Taiwan》、飛望影像公司《玉山守護者》、前景娛樂《黑人－克勞德特·科爾文的故事》、印樣電影製作有限公司《中南半島未知某處》、綺影映畫有限公司《漫步源雨瀝》。

(二) TCCF 創意內容大會

為促成國際資金、買家、通路平台來臺，為臺灣內容產業創造更多國際合作與投資機會，本院於 111 年 11 月 3 日至 13 日假臺北市松山文創園區舉辦第三屆「TCCF 創意內容大會」，以四大單元「PITCHING 提案大會」、「MARKET 內容交易市場」、「FORUM 國際

趨勢論壇」與「INNOVATIONS 創新展演」策辦，透過各項多元文化內容產業之媒合推介會與市場展活動，將國際買家與臺灣 IP 製作與銷售端接線，促成國際市場銷售可能，推動臺灣文化內容產製對接國際商業市場，以期搭建出不同目標的國際市場通路，成果分述如下：

「MARKET 內容交易市場」集結 133 間國內外具指標參展公司、812 件作品參展，吸引超過百位國際買家與專業人士齊聚，共進行商務洽談與媒合會議達 1,113 場，進場人次達 13,920 人次。此外，Showcase 推介會單元匯聚臺灣多元內容作品及潛力原創 IP，以 Content in Focus 聚焦潛力內容，辦理兒少節目、沉浸式內容、LGBTQ + BL 等推介專場；以 IP in Focus 聚焦臺灣原創 IP，推介潛力改編文本書單及臺灣原創漫畫，促進更多文本題材，進行轉譯與改編的機會。Showcase 推介會共有 51 件作品進行推介，現場及線上總參與人次為 403 人次。

「PITCHING 提案大會」111 年度舉辦動畫、劇集、長片及金馬創投會議聯名合作劇集專場。本屆共有 42 件臺灣潛力 IP 企劃案參與，吸引來自日本、韓國、香港、新加坡、馬來西亞、越南、泰國、澳洲、西班牙、法國、加拿大等國際買家及專業人士透過線上或線下參與，現場及線上總參與人次為 689 人次。另歐洲最大的電視劇集市場展「Series Mania」首度率團參與提案大會，從 20 多件劇集企畫案中選出由夥同影像、麻吉砥加及韓脈文化集團跨國合製的《台北少年·平壤少女》，參加 112 年法國「Series Mania」臺灣專場，協助創作者在製作前期找到資金與資源的投入，促成更多國際合資合製機會。

「FORUM 國際趨勢論壇」舉辦 15 場次，集結 7 國 52 位講者參與（法國、德國、義大利、日本、新加坡、美國、加拿大），共 1,193 人次出席，包含「產業對話單元」（Industry Talk）及「焦點專場單元」（Spotlight）兩大部分，從故事、資本、科技三大方向聚

焦，討論各產業最佳產製實務與全球內容趨勢，以豐富主題場次帶動國內外專業人士交流創意與經驗，並邀請亞洲動畫高峰會、YouTube、Series Mania、新加坡重要影視製作公司 Mediacorp 與有意思國際傳媒，為臺灣業者介紹最新類型劇趨勢、區域市場商情，並提供國際商展情報。

「INNOVATIONS 創新展演」下單元「Stereo 跨域舞台」邀請最具有臺灣特色及具有可出國表演潛力，或有出國表演經驗的內容創作者們跨界合作，組成共 3 大舞台、33 檔節目、42 組團隊輪番上陣，打破以往音樂表演形式，結合燈光科技、現代舞、馬戲、電影配樂、live podcast 等當代媒體娛樂形式，於松山文創園區展開跨域表演，共計 19,078 人觀賞演出。

「INNOVATIONS 創新展演」下單元「Exhibition 未來內容展」展出實驗性新型態文化內容，以「擴增宇宙 運算中」為題，邀集 19 件國內外結合文化科技的前瞻沉浸式體驗作品。此外，於展期期間更籌辦計 35 場國內外「主題沙龍」，共分 5 大單元，分別為「產業熱點」、「內容製作」、「創作趨勢」、「策展觀點」、「國際焦點」。「創新展演」與主題沙龍於 11 天展期間吸引約 23,951 參展人次。

（三）全球文化內容展會

111 年度因應疫情解封，全球展會恢復實體策辦，本院為加強協助產業進行國際拓展及吸引國際夥伴，依據不同市場特性、不同作品類型、推向不同的國際銷售市場，持續拓寬海外曝光機會及拓寬通路管道。透過持續向世界各大內容展會推動創投會與提案單元進場方案、整合異業資源、對接國際市場簽署 MOU 國際合作或合製商機等，促成更多媒合臺灣作品開發、製作案與國際夥伴。另於國際產業生態系中維持我國產業能見度，持續以臺灣館形塑「臺灣品牌」，帶領臺灣優質作品前往世界各大展會，形塑臺灣文化內容品牌形象，刺激國際合作。111 年度本院偕內容業者參展達 15 個展會，總

計於展會期間進行逾 2,300 場商務洽談會議，並積極透過實體或線上推展超過近 2,300 件臺灣各式文化內容作品，潛力拓售國家區域包含西班牙、日本、韓國、東南亞、法國、墨西哥等多國。各展會成果簡述如下：

1. 影視動畫展會

(1) 柏林歐洲電影市場展

111 年度以線上參展方式參與，共有 34 家電影業者、71 部臺灣電影及企劃案參與臺灣館徵件。展期間有 6 間業者與國外展商進行共 60 場會議，其中有興趣的買家國別與區域為：西班牙、日本、韓國、東南亞、中國及國際航空版權。亦有 3 位參展業者尚持續與買家洽談商議中，2 位業者已簽訂合作案，分別為海鵬影業有限公司《遊戲人間》及原創娛樂股份有限公司《浮士德遊戲》。

(2) 香港國際影視展

111 年度以線上參展方式參與，共有 64 家影視業者、196 部臺灣電影、電視及企劃案參與臺灣館徵件。有興趣的買家國別與區域為：新加坡、馬來西亞、香港、中國、越南與泰國等。

(3) 法國里爾 Series Mania 劇集展

111 年度以實體結合線上參展，共有 24 家電視業者、56 部臺灣電視劇集及企劃案參與臺灣館徵件，亮點作品包含金獎導演陳芯宜首次執導劇集《四樓的天堂》、孤味製作團隊首次製作的劇集《何百芮的地獄毒白 第一季》、唐美雲首度擔任電視劇製作人，將傳統歌仔戲跨界製作為劇集《孟婆客棧》等。

(4) 法國坎城電影市場展

111 年度以實體結合線上參展，電影類共有 39 家業者報名，共計 92 件作品參展，數量較去年（65 件）成長 4 成以上。展會期間共進行超過 200 場會議，其中國際合製詢問約近四成（80 場），國際買家與影展選片則占約 3 成。臺灣館交流活動，當天到場貴賓超過 150 人次。共有約 20 篇不同內容的新聞露出，包含在坎城現場採訪的法國當地媒體 France24 及法國國際廣播電台。

(5) 安錫動畫影展

111 年度以線上參展方式參與，透過「線上臺灣館」協助業者參與市場展，攜手 27 家業者、近 40 件作品參與，展現臺灣動畫產業的跨域內容，包含本院營運之「臺灣數位模型庫」首度加入參展，並邀請國內出版社參與大會「Meet the Publishers」單元，積極推介臺灣動畫素材與文本，增加臺灣文化內容在國際動畫市場上的能見度，協助產業與國際合作，開發更多改編自臺灣原創故事的動畫作品。本次臺灣館國內外媒體曝光數共 7 篇，整體洽商次數累計總數約 62 次，有來自 16 個國家的買家洽詢臺灣動畫作品，洽談的內容包含版權代理、電視台播映版權、國際合製洽詢、配音/後期、IP 授權、SVOD platform 版權買賣等。

(6) 多倫多影展市場展

111 年度以實體參展方式，共有 35 家電影及影視內容業者、82 部臺灣電影及企劃案參與臺灣館徵件。展會期間臺灣館共進行約 40 場會議，其中國際合製詢問超過三成，國際買家與影展選片則占約 20.5%。在展會期間，本院透過發送電子報推播本次參展的亮點作品，以及作品國際銷售窗口聯繫資訊。另為協助臺灣年度奧斯卡代表片《該死的阿修羅》創造北美聲勢並於北美影視產業建立人脈網絡，本院於多倫多影展期間舉辦特別放映及交流活動，於 9 月 11 日在 TIFF Bell Lightbox Cinema 6 舉辦特映會，邀請媒

體與產業要人參與，並於會後舉辦交流活動以閉門 RSVP 方式邀請國際業者、影評人、國際影展策展人、臺灣業者及樓一安導演及團隊參與交流。

(7) 釜山亞洲內容暨電影市場展

111 年度以實體結合線上參展，共有 88 家電影及電視內容業者、278 部臺灣電影及電視作品與企劃案。展會期間臺灣館共進行約 160 場會議，其中本院參與 15 場會議，內容多為向熟識之買家與選片人介紹冬季臺灣館亮點作品、與國際媒體討論廣告策略、與影展討論參展策略以及介紹臺灣合資合製機制。111 年度本院與韓國釜山亞洲內容暨電影市場展簽署合作備忘錄，以 3 個單元加深合作關係，包括 IP 轉譯單元「Busan Story Market」推薦 10 部臺灣原創作品 IP 參與提案，進行共 133 場媒合會議；於亞洲創投市場「Asian Project Market」設立 TAICCA Award，藉此推廣國際合作投資專案計畫並鼓勵國際影視從業人員來臺拍攝與臺灣合製；於人才培育單元「Platform BUSAN」，推薦 2 名新銳影人參與大師講堂、影人對談、產業論壇、交流活動等。

(8) MIPCOM 法國坎城影視節展

MIPCOM 法國坎城影視節展為極具指標性之全球影視內容交易市場展，交易項目主要以電視內容為主。2022 年由文化部影視及流行音樂產業局指導，文策院主辦規劃線上臺灣館，推介臺灣電視內容，共有 46 家業者，166 部作品參展，作品數較去年成長約兩成。

(9) 新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場

111 年度以實體結合線上參展，本次共有 96 家電影及電視內容業者、286 部臺灣電影及電視作品與企劃案，展會期間臺灣館共進行約 383 場會議。本院於展會期間舉辦「臺

灣內容發布會暨交流茶會」，邀請 3 組具國際市場潛力的臺灣影視作品團隊參與，邀請國際買家、投資方、電視台及國際媒體參加。另外，文策院亦協助舉辦「Taiwan LGBTQ + BL Mixer Night Out」交流活動，邀請臺灣業者包括合辦單位 Gaga00Lala 串流平台、有意思國際傳媒以及夏花藝術影像工作室，向國際專業人士分享臺灣的 LGBTQ+BL 內容現況與未來趨勢。

2. 出版版權展會

(1) Books from Taiwan 臺灣圖書版權推廣計畫

本院透過整合國際指標性出版展會與 Books from Taiwan 資源，推介臺灣優質出版品並與業者共同發展跨域合作。除試譯本製作規格升級及試譯增量，更規劃書評及採訪報導、定期電子報推播，依市場屬性提供海外行銷投放。在版權市場端，擴大舉辦出版跨域媒合推介會。在產業趨勢端，與國內外中介組織、智庫、法人機構、重要傳媒等協作全球出版市場專題研究及商情分析。

截至 111 年度 BFT 入選圖書的海外版權交易量共 29 語種，共 37 國，總成交數計 319 筆。本院 109 年接手後共新增 168 筆，111 年至 12 月共新增 75 筆。總計收錄 446 本書，含成人書 255 本，童書 108 本，漫畫 83 本。111 年共舉辦 2 場推介會，亦搭配重點出版展會及大會單元進行超過 30 場版權會議推介歷屆入選書單。

(2) 法國安古蘭國際漫畫節

111 年度以實體參展方式，國內參展出版業者 29 家、參展作品 132 件；邀請超過 10 國的漫畫出版業者及跨域影視業者（如 Netflix）參與約 30 場版權會議。臺灣館共舉辦 6 場簽繪活動、1 場開幕交流會、2 場作者與法國出版社座談簽書會、2 場主題論壇活動、1 場大會漫畫簽繪接力賽活

動。透過安古蘭臺灣館平臺，111 年度已有至少 7 種法語版臺漫上市。Patayo Éditions 更啟動國際合製臺灣漫畫創作者小冊，包含本屆隨談參展漫畫家葉長青等多位創作者。參展後續版權成果追蹤，111 年度共計 18 筆版權交易成績，多部作品版權持續洽談中。

(3) 義大利波隆那童書展（插畫展）

111 年度以實體參展方式，臺灣館共 35 家出版社參與，展出書籍 225 本，隨團參展插畫家共 6 位。臺灣館亦從具備海外版權交易潛力的金鼎、金漫得獎書及入選波隆那大會首創的 BRAW AMAZING 100 臺灣繪本共 29 本，並徵集 35 家臺灣出版社推廣兩年內臺灣原創好書。111 年度共計約 50 家國際出版社對臺灣書籍版權和臺灣出版市場有興趣。展會期間辦理多對多聯合版權會議 4 場（巴西、瑞士、西班牙、立陶宛），版權會議共計 50 場，另與大會合作 4 場臺灣得獎插畫家分享講座。

(4) 德國法蘭克福書展

111 年度以實體參展方式，臺灣館以「Taiwan Story Salon」為主題分別在「亞洲館」、「漫畫館」和「ARTS+」三大展區中規劃攤位，總計有 92 家出版社參展、推廣並展示 451 件出版品。除了展示「女性書寫」主題書區、Books from Taiwan 專區以及出版社專區，更整合國內重要出版獎項獲獎作品，及積極發展 IP 跨域，如影視授權與手遊開發的作品，並首度進行跨部會資源整合，包含國立臺灣文學館試譯本《PEAK》專刊及文化部臺德文學交流計畫—柏林文學學會臺灣文學之夜朗讀會推廣。臺灣館亦規劃 3 場針對臺灣文學及童書漫畫等圖像類專場版權推介會、1 場推薦作家活動、3 場專業論壇，以及 1 場漫畫音樂會，也在大會舉辦 2 場次講座專業論壇。展後專文報導露出，共有 37 家國際媒體曝光，曝光數達 97 萬 8,000 次。

(5) 墨西哥瓜達拉哈拉國際書展

111 年度以實體參展方式，參展業者家數共 51 家、參展作品數共 149 件；策劃「Books From Taiwan 專區」並自童書繪本中協請專家挑選製作 4 本作品試譯本、「得獎書區（包含金鼎獎、金典獎得獎作品）」，另公開徵集展書並經由熟悉西語市場專業評委遴選，設立「出版社推介書區」、「已授權圖書區」，同時結合本院「Book to Screen」、「Taiwan Comic City」選書展出。臺灣館舉辦 3 場一對多版權媒合推介會議，邀集來自 7 個國家的瓜達拉哈拉書展版權研習營成員（拉脫維亞、斯洛維尼亞、巴西、芬蘭、匈牙利、加拿大、義大利），交流國際童書情報、臺灣童書與圖像產品的新貌與發展；與阿根廷、拉丁美洲國家進行一對多版權會議各 1 場、開幕交流會 1 場、大會臺灣專場論壇活動 1 場。

3. 圖像授權展會

(1) 日本授權展

111 年度於日本當地電視台推出 4 家原創圖像品牌，首度播出臺灣原創圖像暨動畫作品相關介紹推廣節目，於 111 年 1 月至 3 月期間於日本的千葉電視台每周播出 5 分鐘帶狀節目共 12 集，並於 3 月 20 日於千葉百貨公司舉辦實體見面會，與日本著名 IP 角色與聲優團體共同演出，獲日本媒體曝光 10 則，當地社群曝光 56 則，該活動亦帶動 2 個授權合作案合作效益。

參展時以「Taiwan Content Island」作為 111 年日本授權臺灣館品牌，徵選出 10 個最具代表性的原創角色，由本院協助業者在臺灣同步進行遠距商務連線，並提供即時翻譯服務。另外，臺灣館也首度廣邀 54 個臺灣品牌 IP 作品，刊登於「Taiwan Content Island」線上臺灣館型錄網站。辦

理展前培訓課程 4 小時，展會期間洽商媒合意向成交家數 40 家。媒體與社群曝光部分亦有 54 則日本國際新聞報導、國內新聞 12 則報導，共 66 篇新聞曝光。

(2) 韓國光州國際文化內容創意展

111 年度為本院首度實體參展，設置「Taiwan Content Island」臺灣館，攜手臺灣 10 家原創角色 IP 參加，包含社群圖文創作者、插畫，漫畫與出版等。本院於展前安排線上韓國角色市場商務講座，邀請韓國文化內容授權協會（KOCLA）重要會員分享當地市場的發展現況資訊及拓展建議。展期間辦理 1 場開展交流茶敘，邀請韓國與臺灣相關產業代表進行交流，並促成臺灣角色品牌授權協會與韓國文化內容授權協會簽訂合作備忘錄。展會期間累計洽商 135 筆數，意向成交家數 33 家。媒體與社群曝光部分亦有 16 則韓國國際新聞報導、國內新聞 10 則報導，共 26 篇新聞曝光、社群共有 46 篇貼文。

4. 未來創新與跨域展演

(1) 威尼斯市場展與大會合作「臺灣主題國」專案

延續本院自 108 年起與威尼斯影展的友好合作基礎，111 年度受威尼斯創投主席主動邀請臺灣與法國並列為年度焦點國家（Country in Focus）。因應威尼斯創投單元新設立「沉浸式市場展」（Venice Immersive Market），本次合作事項包含如推薦 3 部劇情片和 2 部沉浸式內容入選「電影與沉浸式內容合資市場」，並辦理 1 場沉浸式內容國際論壇，邀集臺灣產業人士分享投入沉浸式領域的經驗與發展目標。另於實體展會現場與線上設立威尼斯「沉浸式內容市場展」臺灣館，展示 74 家參展單位資訊，包含 33 部沉浸式作品、25 件製作案、8 家沉浸式場館與 8 家沉浸式科技業者。實體臺灣館約 400 人次造訪，線上臺灣館共有 23,729

瀏覽人數，整體參展內容亦有 10 篇外媒主動報導。

(2) 與林茲電子藝術中心 Ars Electronica 合作「臺灣專場」

本院 111 年度與林茲電子藝術中心擴大合作，整合推廣展出臺灣團隊及作品。除共同合製一件由臺灣創作團隊 FAB DAO (Formosa Art Bank DAO)創作之《百岳計畫》外，更整合本次受邀或入選競賽 13 件臺灣作品，製作成果影片推廣宣傳，另挑選 3 件作品(包含《百岳計畫》、《藍眼淚》及《沙盒》)於專場展出。

(3) 法國新影像藝術節 (NewImages Festival)

111 年度本院除了與法國新影像藝術節合作辦理「臺法 XR 人才交流計畫 (XR Days)」外，4 件臺灣作品於法國新影像藝術節 (NewImages Festival) 入圍主競賽單元、3 件臺灣企劃入選市場展 XR Development Market、4 組臺灣業者入選 XR Art Fair，且《紅尾巴 Ep.1》獲得評審特別提及獎期間，本院同步於國內外媒體宣傳臺灣入圍作品，總計露出 19 篇新聞及社群貼文，推播臺灣未來內容軟實力。

(四) 打造臺灣文化內容品牌國際有溫度：臺流造浪

本院持續以臺流國際行銷作為推動策略，以臺灣的娛樂文化及食衣住行等為貼近大眾生活的娛樂內容，透過面對大眾市場的海外文化節慶、影視放映、藝術及生活風格活動等，舉辦包含如音樂產業國際串流平台合作、國際書展前導行銷活動及專題座談會等常態活動，協助業者和作品尋找接觸國際當地通路和消費者的機會，掌握國際市場脈動，作為中長期文化內容產業發展的參考。111 年度成果分述如下：

1. 臺灣流行文化海外活動推廣

(1) 韓國首爾舉行出版推介、書展及座談

111 年度於韓國首爾特色書店設置店中書展，集結已在韓出

版之臺灣相關韓文書籍、熱門臺劇及電影原著小說、寫真書、劇本書等，共選書 30 本，除活動現場書店販售外，亦串聯知名網路書店線上販售。另針對韓國市場選出 56 部尚未翻譯之臺灣作品，製作韓文書介手冊及網站供韓國業者線上洽詢，並舉辦實體推介會，共 26 家業者約 50 名人員到場，促進未來臺韓出版業持續合作。舉辦 2 場座談會，以插畫及旅遊等較為生活化的題材帶韓國大眾了解臺灣，2 場活動共吸引超過 1,000 人報名。111 年度本活動媒體露出超過 120 則，KOL 貼文獲得共 50,000 次以上瀏覽量。

(2) 東京舉辦「臺灣漫畫喫茶」

111 年度本院和「誠品生活日本橋」、臺灣茶飲店「Happy Lemon」合作，設置主題展區、推出限定臺茶飲品，向日本民眾推廣臺灣漫畫。亦舉辦針對日本出版、內容業者的臺漫版權推介會，吸引約 30 家出版社、近 60 位專業人士到場，至今已有 6 部作品開始和臺灣出版社洽談版權銷售，另有詢問 2 部作品售出版權。媒體報導部份，共有 184 則日本媒體報導露出；另舉辦 Instagram 分享打卡活動、推特投票活動，吸引超過 1,000 位日本民眾投票，推特相關推文累積超過 2,000 按讚。

(3) Taiwan Comic City 線上推廣展

111 年度首波鎖定英、法、日 3 種語言，各別遴選出約 30 部的臺灣漫、插畫作品，翻譯其書訊後上架網站，其中部分提供試閱或加入配音變成「漫畫有聲音」的版本，提供國外民眾更多元的閱讀體驗，亦陸續接獲不同國家出版社、網漫平台業者主動聯繫詢問接洽版權。

(4) 法國 MK2 串流平台臺灣電影活動

111 年度與法國重要影視品牌 MK2+ 團隊合作於 MK2 Curiosity 串流平台推出臺灣電影放映單元，上架共 22 部

影片，7部於戲院實體商業放映，透過法國在地電影通路為臺灣電影進行造勢並營造口碑。活動為期3週，3天實體放映7場，共421人進場觀影，每場次約60人，優於巴黎當地一般亞洲電影放映約20-30人/場。

(5) 澳洲臺灣影展

111年度與澳洲臺灣影展合作，透過設立短片競賽獎項鼓勵創作新秀，吸引大洋洲、亞洲、美洲之創作報名參賽，另於影展期間舉辦2場Industry Circle，呈現臺灣在影視跨國合製中的優勢，過程中牽線澳洲製作公司洽談來臺拍攝長片計畫。另與澳洲最大影視網站Filmlink合作，於影展期間刊登橫幅廣告，獲澳洲兩大報之一的Sydney Morning Herald主動專文報導，打入主流媒體圈。

2. 全球社群平台廣告行銷

111年度透過經營Facebook與Twitter外語社群，持續擴散臺灣文化內容品牌，111年度至今，外語Facebook（英語、法語）共約393篇貼文，總觸及率超過2,600萬次；外語Twitter（英語、日語）貼文約535則，觸及數約540萬次、曝光約1,506萬次。

3. 國際獎項專案行銷

為創造臺灣內容於國際內容業界聲量，本院持續協助國內優秀作品參與國際重要競賽或獎項，強化協助作品於入圍後宣傳並建立國際媒體及重要利害關係人、國際產業圈內之聲量。111年度成果分述如下：

(1) 奧斯卡行銷獎季

111年度為協助臺灣年度奧斯卡代表片《該死的阿修羅》創造北美聲勢並於北美影視產業建立人脈網絡，於9月至12月針對奧斯卡國片代表進行實體放映及行銷宣傳造勢，包括3場實體放映活動（多倫多TIFF、釜山ACFM、洛杉磯

AWFF) 邀約國際影視買家、國際影展選片人、媒體影評人與導演樓一安於映後與觀眾交流互動。另於獎季期間針對投票會員的造勢拉票，及平面、網路宣傳廣告等。截至 12 月累積指標性國際媒體 Variety、Screen、獨立影評等自主報導超過 10 則，廣告採購曝光數超過 257,000 次，專業人士實體觀影人次超過 200 人。透過 GDN 導流廣告將大幅增加曝光數，並與國際媒體平台 Deadline、Screen 等合作推出線上放映及短訪，協助該代表片累積投票前媒體聲量。

(2) 奇幻影展宇宙 (紐沙特、富川)

111 年度本院受瑞士紐沙特奇幻影展邀請進行宣傳合作，包含邀請霹靂國際的 3 名業者代表，於展期間進行 1 場實體的大師講座及 1 場小型交流活動，亦獲得 1 家國際媒體 ARTE 主動提出專訪霹靂國際的邀請，以幫助臺灣類型電影持續於國際間造勢。另於 111 年韓國富川奇幻影展上，鑒於臺灣類型電影多部作品入圍成績亮眼，透過在地的專業媒體，針對臺灣特色影片的深入報導及網路媒體宣傳，並邀請網路意見領袖，搭配《咒》在韓國 Netflix 上架的時間製作影片介紹宣傳，包含 3 篇文字報導，該報導於上線 3 天後達到約 37,000 次瀏覽量、4 篇 KOL 部落格，及 1 支 YouTube 影片，該影片上線兩週達約 28,000 次點閱。

(五) 國際內容產業網絡布建及交流

本院持續與國際中介組織建立合作夥伴關係，亦積極參與國際間產業活動，並與跨國平台與展會進行深度合作，協助國內影視、音樂及遊戲等相關領域人才培育及提供曝光機會，透過舉辦跨國人才交流活動，促成進一步產製專案合作，以協助我國內容業者積極加入國際產業生態網絡。111 年度成果分述如下：

1. Merlin - 臺日音樂產業媒合交流會

111 年度為增進臺日音樂產業開啟跨國合作的可能性，本院與日本最重要的數位音樂版權協會分會 Merlin Japan 合作舉行「臺日音樂產業媒合交流會」，透過分享會、媒合交流會等 2 場次活動，增進臺日產業對彼此市場概況了解並促進未來雙方合作的可能性。聯合 Merlin Japan 及日本 IMCJ 共同舉行的媒合交流會，吸引逾 30 組臺灣藝人及廠牌報名，最終由華風、顏社、滾石等 12 組臺灣業者與 7 家日本廠牌包括 Pony Canyon、Danger Crew、ASOBISYSTEM 等，共計進行 28 場媒合交流洽談，其中 Pony Canyon、Danger Crew、華風數位、浮現音樂、踩底線及新浪潮等臺日音樂廠牌亦展開後續商業洽談。

2. YouTube Music Sessions in partnership with TAICCA 計畫

111 年度與 Google/YouTube 聯名合作，以數據選薦 5 組具海外市場潛力的臺灣藝人，包含盧廣仲、血肉果汁機、Julia 吳卓源、Leo 王、八三夭，錄製一鏡到底且具字幕的高品質線上展演影片及幕後花絮，讓海外看見與聽見臺灣多元音樂及專業拍攝的展演實力，並刊出 2 篇專題報導。另以數據擬訂向東南亞市場推廣策略，如新加坡、馬來西亞、越南、印尼，使藝人頻道觀看時長增長 267%、110 萬小時，影片創下近 1,000 萬觀看數。

三、整合化：推動關鍵基礎建設

本院致力於文化內容產業扶植新創、培育人才、分享數據商情及提供各項關鍵服務，持續為文化內容產業的經營者提供從零到一所需要的各項資源，例如關鍵人才培育、產業數據及商情、素材資料庫，促成產業人才、異業團隊獲得經營能力提升、資源共享及內容變現的機會，持續協助業者降低在趨勢分析、開發、製作等各環節所需投入的成本，成為產業發展的支援後盾。

（一）文策學院（TAICCA School）

文策學院致力為文化內容產業扶植新創事業體、培育具國際競爭力的產業關鍵人才、媒合國內外產製及通路資源，攜手文化內容事業體帶來跨域合作機會，達到「產」「銷」並重之人才培育策略。

1. 人才培育系列課程

文策學院開課類型，以透過工作坊和大師講堂串連資源，讓國內外創意內容開發及敘事人才交流，孵育優質臺灣內容作品，包含以下三大課程類型：

（1）IP 多元運用

與國際人才培育組織合作文化內容孵育工作坊，與國際專業人士一對一諮詢，帶案孵案加速臺灣作品產製，強化通往國際市場的專業網絡。

（2）提案培訓類

透過與國際市場展和提案大會之策略合作串連國際買家及投資人，促成產業國際合資合製。

（3）創業經營類

提供創業營運課程及文化新創加速器計畫，帶動微型事業體升級茁壯，健全產業以擴大產能、孵育更多優質作品。

111 年度共開設 138 場次課程（實體場次 94、線上課程 44）、邀請 151 位國內外講師教授課程，線上及實體課程共累積 6,319 人次上課人數。

2. 國際人才培育合作

111 年度文策學院與 MPA（美國電影協會）、La Fémis（法國高等影音學校）、EAVE（歐洲影音製作人聯盟）等國際關鍵人培單位持續合作，並與 PAS（南特三洲影展南方製片工作坊）、Series Mania 等建立夥伴關係，規劃未來的培育課程。此外，

亦開設「動畫企劃開發工作坊」等動畫開發、跨域轉譯、編輯出版等內容孵育類型進階課程。另依據臺灣業者參與之不同國際提案大會，例如釜山 Busan Story Market、義大利 Udine 遠東影展等，開設展前提案培訓工作坊，提升參展團隊提案技巧，促成更多媒合機會。111 年度國際課程共有 89 位國內外的國際合製相關領域之影視製作人士帶案參與。111 年度成果分述如下：

(1) 美國電影協會 (Motion Picture Association, MPA)

文策學院於 111 年 9 月 6 日與 MPA 合作舉辦大師講堂暨提案競賽，大師講堂邀請 2 位具備影視編劇、開發與製作經驗的之國際業師主講，內容為節目統籌的工作流程、Netflix 的劇集劇本寫作方法等。提案競賽部分，從 5 組具備國際潛力的提案中，由國內外評審選出 2 組優勝團隊，代表前往美國洛杉磯參加 111 年度由 Latin American Training Center 舉辦的全球電影及影集課程，並參訪美國電視市場展 (AFM)。

(2) 歐洲影音製作人聯盟 (European Audio-visual Entrepreneurs, EAVE)

文策學院與 EAVE 合作「TAICCA x EAVE Ties That Bind 國際合製工作坊」及 TCCF 長片提案培訓工作坊 (Pitch Lab for TCCF Feature film projects)。於 111 年 11 月 7 至 11 日舉行「TAICCA x EAVE Ties That Bind 國際合製工作坊」，深化歐亞合作、培養更多跨國合製產業人才及優化內容產製，以歐亞合製案籌資、財務計畫、國際發行策略以及劇本分析的團體課程為主，本次共有來自臺灣、法國、義大利、越南、菲律賓、日本、英國、烏克蘭、愛沙尼亞等 16 國的影視專家與學員共同交流，並與講師一對一小組討論，提升國際合資合製可能性。於 111 年 11 月 6 至 8 日舉行的 TCCF 長片提案培訓工作坊，藉由兩階段培訓課程

、團體討論以及一對一諮詢，除了陪伴劇情長片與紀錄片入選團隊釐清提案核心概念、協助團隊精準提案，更補強國際影展、國際合製、劇本開發等相關知識，為每個企劃案提供製作方向與內容發展等實用建議。

(3) La Fémis (法國高等影音學校)

為強化臺灣劇集主創團隊之提案技巧和劇本開發，文策學院與 La Fémis 合作「TAICCA x La Fémis 劇集劇本開發工作坊」和 TCCF 劇集提案培訓工作坊 (Pitch Lab for TCCF Series Projects)。

「TAICCA x La Fémis 劇集劇本開發工作坊」分兩階段培訓，協助入選的臺灣劇集企畫釐清概念，陪伴團隊進行劇本開發和諮詢，第一階段討論編劇方法和劇集劇本寫作概念，第二階段針對所有入選企劃逐一進行團體討論，釐清劇集的概念、衝突、類型、主要角色、場景及場域、故事弧線等，並提供後續發展及優化建議。於 111 年 10 月 25、27、28 日舉辦的 TCCF 劇集提案培訓工作坊針對入選 TCCF 劇集提案團隊，規劃「主題講座」及「團體討論」培訓課程，協助團隊全方位瞭解提案的技巧，讓提案者迅速掌握應備的國際視野與提案方法。

3. 未來內容及新創孵化人才培育機制

(1) 「文化新創加速器」新創營運課程

本院以「文化新創加速器」提供入選團隊豐富的創業營運課程，為新創公司的管理階層建立更完善的組織營運思維。透過專業諮詢協助團隊釐清未來的規劃與方向，針對團隊商業模式、財務規劃及競爭策略等深度討論，規劃交流活動及媒合大會，持續為 IP 開發更多異業合作的機會。透過各項資源，建立新創團隊從起步到邁向國際的完整孵育支持，協力加速產業數位轉型升級和扶植產業發展，進而

帶動民間投資的動能。111 年度共招募 2 期團隊，第二期共 20 組團隊入選，第三期共 21 組團隊入選，並舉辦 17 場課程及 80 小時之專業諮詢，以促進新創團隊之間的互動及異業合作之可能，增加團隊與業師、投資人交流機會。

(2) 臺法 XR 人才交流計畫 (XR Days)

本院與法國新影像藝術節 (NewImages Festival) 延續簽署第二年「臺法 XR 人才交流計畫 (XR Days)」合作備忘錄 (MOU)，建立起臺灣創作團、本院與國際合作的網絡，強化臺灣在全球沉浸式內容領域的影響力。111 年度規劃兩階段辦理：第一階段於法國新影像藝術節期間 (6 月 8 日至 12 日)，偕同新影像藝術節遴選 5 位臺灣 XR 人才前往法國進行參訪、交流等活動；第二階段活動，法國在台協會學術合作暨文化處亦加入合作，於 11 月本院 TCCF 創意內容大會期間，遴選 6 位法國 XR 人才來臺展示企劃、找尋合作夥伴，並邀請 NewImages 總監 Michele Ziegler 一同參與交流媒合等活動。第二階段活動總計 5 日，包含參訪 5 個臺北市沉浸式場域、進行 6 場講座及案例分享體驗，並與 9 個臺灣 XR 單位進行一對一媒合會議，邀請法國學員於 TCCF 期間進行 1 場次國際沙龍企劃發表，亦獲得更多洽商機會。

(3) Creative UK 媒合交流

為促進臺英內容業者共同拓展海外連結與市場機會，Creative UK 邀約本院參與英國最大線上創意內容產業展會 Creative Coalition Festival，並合作策劃 3 場活動，包含線上展示場 (Online Performance)，於展會舉辦期間輪播本院支持的 4 檔作品，讓世界各地業者與觀眾認識臺灣音樂、戲劇其創意與多元的面貌；辦理大師早午餐 (Mentoring Brunch)，由來自英國的法律、會計、財務、行銷專家等國際業師，指導 4 組本院 110 年度「未來內容產製推進學程」具潛力團隊進行交流，使與會臺灣團隊

初步了解英國市場，學習針對國際通路等精準行銷知識；辦理媒合場（Matching & Making），由獲選本院 110 年度「未來內容原型開發支持計畫」之具有國際交流經驗的團隊，與 5 家英國團隊進行線上交流，類型涵蓋科技、遊戲、未來內容等。

（4）未來內容原型成果發表暨交流會

為串起未來內容創作者、科技技術、資金資源、場域展會等產業鏈環節，111 年度本院邀請 110 年原型支持方案業者團隊，透過發表及交流形式，協助業者拓展人脈、尋求所需要的資金、內容、技術、場域、通路等資源，亦讓跨領域業者了解未來內容最新型態發展，獲取下一步開發所需資源與資金的合作機會。未來內容原型成果發表暨交流會於松山文創園區舉辦，共計 10 家獲選業者進行提案發表，共計 71 家創投、天使投資人、數位場域、博物館、前瞻技術、法人與公協會參與，現場聆聽觀眾達 100 人。

（二）建立文化內容資訊服務

為服務文化內容業者在市場商情、國際趨勢、IP 資訊的需求，本院持續建置優化調研資料庫與文化內容展示媒合平台兩大系統，秉持線上化、整合化，持續擴充資料與相關功能。

1. 整合深化調研暨資料庫應用

111 年度持續充實產業資料庫內容，並調整「產業資料庫」及「視覺化儀表版」之版面呈現及功能，以優化使用者體驗。並定期發布產業調查報告，以及包含影視、出版、漫畫、遊戲、流行音樂、表演藝術、時尚設計等產業之國際商情資訊。截至 111 年 12 月止，共發布 270 篇國際商情，累計閱覽瀏覽次數共 42,017 次。

2. 文化內容展示與媒合平台維運及優化

111 年度本院持續運營及優化文化內容展示與媒合平台，協助內容業者於國內外進行內容推廣，今年度加強 CCC 數位平台行銷與金流服務，邀請出版社等漫畫製作單位開設品牌專區，111 年度共 9 家出版社加入，刊登作品 55 部。瀏覽率成長率最高達 33%，平台用戶累計儲值金額達新臺幣 513,717 元，打賞與付費金額逾 199,840 元。同時透過線上線下行銷企劃，為平臺帶來 34,951 名新會員註冊，累計會員數為 83,684 人。

（三）國內產業與消費數據蒐集與分析

為掌握並追蹤產業發展現況，提供業者產業發展的年度報告，111 年度本院發布《2021 年臺灣文化內容產業調查報告》（共 4 冊），同時編印《2021 年臺灣文化創意產業發展年報》，調查範疇包括電視、電影、動畫、廣播、圖書、雜誌、漫畫、流行音樂、廣播、遊戲與電競等 11 項產業，以及《文化創意產業發產法》所涉之視覺藝術、文化資產應用及展演設施、音樂及表演藝術、數位內容等相關產業。另為了解我國消費者前年度在各領域的參與和消費狀況，本院發布《2021 臺灣文化內容消費趨勢調查報告》、《2021 跨域文化內容閱聽調查報告》，針對影視、廣播、Podcast、音樂、表演藝術、閱讀出版、電玩遊戲、原創角色等 8 項文化內容消費領域進行問卷調查，反映我國文化內容消費市場狀況與消費者喜好。

此外，111 年度以獨立書店為調查範疇，發布《臺灣獨立書店產業營運數據分析報告》，透過與「有限責任臺灣友善書業供給合作社」合作，以該社 103 年至 110 年進銷貨數據分析臺灣獨立書店產業營運情形，了解臺灣獨立書店自 103 年以來之發展面貌。

（四）國際研究及趨勢分析

與世界經濟論壇智庫及英國中介組織 Creative UK，交流彼此業務、討論網站內容、與數據儀表板之數據及動態內容呈現方式；受泰國出版商與書商協會 Pubat 邀請分享本院研究內容，並翻譯成中

文於該協會網站發布。與英國電視智庫 K7 Media 合作報導，訪問國內電視業者，發布 3 篇專題報導予國際業界專業人士參考；與韓國 KOFIC 合作，翻譯 6 篇報告並發布於產業調查資料庫，持續將亞洲電影各國概況分享予國內業者。

(五) 社會諮詢及產業溝通

本院推動各項策進機制，均辦理諮詢會議及公開諮詢內容，以徵詢並收集產業意見作為機制設計參考，本院諮詢對象包含產業界代表、本院服務使用者、學者專家。同時，也持續提供業界各種產業深度報導與研究，藉由雙向溝通持續產出符合產業所需的商情資訊、策進機制及政策建議。

1. 社會諮詢

為持續規劃符合產業所需的策進機制，透過論壇、座談會、產業諮詢會等活動辦理，蒐集產業情報並進行產業雙向溝通，111 年度舉辦「強化國發基金投資」與「如何捲動更多資金協助影視拓展國際市場」2 場產業諮詢會，邀請 16 位業界委員參與，了解產業專業人士之意見。另與 NMEA 合作辦理「2022 亞洲新媒體高峰會」，透過 3 場專題演講，探討內容產業投資、臺灣影視的國際商機等議題並與產業交流，持續以優化及精進本院各項策進機制。

2. 其他出版品

為有效擴大調查研究成果，透過線上網站、實體活動及出版品等跨媒體管道發布，包含於 TCCF 創意內容大會規劃國際趨勢論壇，從故事、資本、科技三大方向聚焦，討論各產業最佳產製實務與全球內容趨勢，以豐富主題場次帶動國內外專業人士交流創意與經驗，發布《Taicca 誌》2 期及《文策報》6 期，對外提供本院最新調研成果及產業發展狀況，提供業界掌握產業發展趨勢及市場情報，有效提升業者決策品質。

參、決算概要

一、收支營運實況

(一)業務收入決算數 8 億 8,090 萬 4,121 元，包括租金及權利金收入 97 萬 7,138 元、政府公務預算補助收入 6 億 3,696 萬 7,186 元、政府專案補助收入 2 億 3,473 萬 1,291 元、雜項業務收入 822 萬 8,506 元，較預算數 9 億 3,159 萬 8,000 元，減少 5,069 萬 3,879 元，約 5.44%，係因政府公務預算補助收入、政府專案補助收入較預期減少及當年度保留款依收入費用配合原則，須俟實現時才轉列收入所致。

(二)業務外收入決算數 63 萬 264 元，包括財務收入 62 萬 1,888 元、其他業務外收入 8,376 元，較預算數 7 萬 5,000 元，增加 55 萬 5,264 元，約 740.35%，主要係因央行升息，金融機構同步調升存款利率所致。

(三)業務成本與費用決算數 9 億 6,745 萬 7,775 元，包括行銷及業務費用 7 億 7,367 萬 8,724 元、管理及總務費用 1 億 9,377 萬 9,051 元，較預算數 9 億 3,159 萬 8,000 元，增加 3,585 萬 9,775 元，約 3.85%，主要係因提升文化內容產業各面向整體發展所致。

(四)業務外費用原無預算數，本年度決算數 46 萬 453 元，主要係未達年限之財產移交，產生評價短絀所致。

(五)收支相抵後，本期短絀 8,638 萬 3,843 元，較預算賸餘數 7 萬 5,000 元，由賸餘數轉為短絀，計相差 8,645 萬 8,843 元，約 115,278.46%，主要係因應疫情解封，業務賡續推動，致支出增加所致。

(六)其他經費運用情形：

1. 資本化支出：

本年度購置資產 946 萬 503 元，具未來經濟效益，予以資本化。

2. 111 年度預算保留款屬經常門部分 8,576 萬 5,205 元至 112 年執行，保留項目如下：

項次	部門	保留項目	保留金額
			(單位：新台幣元)
1	行政管理處	(109) 法律、財會等業務	183,461
2	行政管理處	(110) 軟硬體、資訊安全、雲端伺服器、機房主機費(授權服務費)	37,810
3	行政管理處	團保、員工年終活動、健檢等	1,234,158
4	行政管理處	一般員工教育訓練、參訪及專案指派等	185,350
5	行政管理處	辦公室租金、一般行政管銷	18,918
6	行政管理處	軟硬體、資訊安全、雲端伺服器、機房主機費(授權服務費)	2,238,186
7	院本部	法務專業諮詢	688,500
8	財務室	會計師簽證費用	250,000
9	財務室	財務系統維運	64,167
10	策略研究處	行政庶務	27,460
11	策略研究處	院內協作工具	348,668
12	策略研究處	產調、國際研究、消費調查、出版品	474,086
13	策略研究處	社會諮詢	2,415,140
14	文化金融處	(109) 產業諮詢輔導單一窗口服務計畫	221,000
15	文化金融處	(109) 投融資協力服務計畫	116,836
16	文化金融處	財務稅務專業諮詢	1,074,750
17	文化金融處	多元資源媒合計畫	4,412
18	文化金融處	(專案) 文化部委託辦理文創產業振興貸款信用保證專案	10,000,000
19	文化金融處	(專案) 文化部委託辦理演藝團體受嚴重特殊傳染性肺炎影響營運困難之紓困貸款及利息補貼作業	43,335,141
20	文化金融處	(專案) 文化部委託辦理紓困振興利息補貼作業	8,875,484

項次	部門	保留項目	保留金額
			(單位：新台幣元)
21	全球市場處	創意內容大會市場展及整合行銷	32,693
22	全球市場處	台流文化品牌海外推廣	2,104,000
23	全球市場處	國際網絡佈建及交流	1,748,480
24	全球市場處	全球文化內容展會	1,300,000
25	內容策進處	(110)國際合製推動與片場連結計畫	3,661
26	內容策進處	內容開發與跨域合作	1,698,000
27	內容策進處	CCC 作品授權費	52,491
28	內容策進處	IP 跨域及多元題材媒合	55,125
29	內容策進處	MOU 方案業務執行費	677,390
30	文化科技處	(110)協力加速「IP 內容實驗室」計畫	297
31	文化科技處	IP 內容實驗室	423,546
32	文化科技處	沉浸式合資合製	5,755,000
33	公共關係室	(110)議題管理	21,635
34	公共關係室	(110)宣傳推廣	10,000
35	公共關係室	新聞活動:記者會、座談會及場地	4,290
36	公共關係室	媒體關係:餐敘、交流及聯繫	4,903
37	公共關係室	行銷宣傳:官網維運、社群行銷等	67,331
38	公共關係室	輿情系統平台及分析報告	12,836
總		計	85,765,205

二、淨值變動實況

本年度累積賸餘期初餘額 4 億 7,746 萬 9,001 元，加計本年度短絀數 8,638 萬 3,843 元，本年度累積賸餘期末餘額為 3 億 9,108 萬 5,158 元。

三、現金流量實況

- (一)業務活動之淨現金流出 1 億 3,605 萬 9,597 元，較預算數淨流入 5,529 萬 9,000 元，增加流出 1 億 9,135 萬 8,597 元，約 346.04%。
- (二)投資活動之淨現金流出 3,080 萬 2,853 元，較預算數淨流出 210 萬 5,000 元，增加流出 2,869 萬 7,853 元，約 1,363.32%。
- (三)籌資活動之淨現金流出 240 萬 8,596 元，較預算數淨流入 366 萬元，增加流出 606 萬 8,596 元，約 165.81%。
- (四)匯率影響數對現金及約當現金之影響為 4,050 元。
- (五)期初現金及約當現金決算數 5 億 9,817 萬 1,613 元，本年度現金及約當現金之淨減決算數 1 億 6,927 萬 5,096 元，期末現金及約當現金決算數 4 億 2,889 萬 6,517 元，較預算數 7 億 4,115 萬 7,000 元，減少 3 億 1,226 萬 483 元，約 42.13%。

四、資產負債實況

- (一)資產總額計 6 億 7,937 萬 3,420 元，包括：
1. 流動資產 4 億 7,317 萬 9,731 元，占資產總額 69.65%，主要內容如下：
 - (1) 現金 4 億 2,889 萬 6,517 元。
 - (2) 應收款項 3,451 萬 1,122 元。
 - (3) 預付款項 977 萬 2,092 元。
 2. 投資、長期應收款、貸墊款及準備金 9,500 萬元，占資產總額 13.98%，主要係非流動金融資產 9,500 萬元。
 3. 不動產、廠房及設備 5,744 萬 6,244 元，占資產總額 8.46%，主要係設備及租賃權益改良 5,744 萬 6,244 元。

4. 無形資產 563 萬 4,996 元，占資產總額 0.83%，主要係其他無形資產 563 萬 4,996 元。

5. 其他資產 4,811 萬 2,449 元，占資產總額 7.08%，主要內容如下：

(1) 存出保證金 6 萬 4,856 元。

(2) 代管資產淨額 4,804 萬 7,593 元。

(二)負債總額計 2 億 8,828 萬 8,262 元，占負債及淨值總額 42.43%，包括：

1. 流動負債 1 億 7,434 萬 8,805 元，占負債及淨值總額 25.66%，主要內容如下：

(1) 應付款項 8,559 萬 9,332 元。

(2) 預收款項 8,874 萬 9,473 元。

2. 其他負債 1 億 1,393 萬 9,457 元，占負債及淨值總額 16.77%，主要內容如下：

(1) 遞延負債 1 億 1,112 萬 8,833 元。

(2) 什項負債 281 萬 624 元。

(三)淨值總額計 3 億 9,108 萬 5,158 元，為累積賸餘，占負債及淨值總額 57.57%。

肆、其他

無。

本頁空白

主要表

文化內容策進院

收支營運表

中華民國111年度

單位:新臺幣元

科 目	本年度預算數		本年度決算數		比較增減(-)		上年度決算數	
	金 額 (1)	%	金 額 (2)	%	金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	金 額	%
收入	931,673,000	100.00	881,534,385	100.00	-50,138,615	-5.38	975,562,897	100.00
業務收入	931,598,000	99.99	880,904,121	99.93	-50,693,879	-5.44	975,373,455	99.98
租金及權利金收入	-	-	977,138	0.11	977,138	-	446,609	0.05
其他租金收入	-	-	977,138	0.11	977,138	-	446,609	0.05
其他業務收入	931,598,000	99.99	879,926,983	99.82	-51,671,017	-5.55	974,926,846	99.93
政府公務預算補助收入	680,861,000	73.08	636,967,186	72.26	-43,893,814	-6.45	654,632,722	67.10
政府專案補助收入	250,737,000	26.91	234,731,291	26.63	-16,005,709	-6.38	319,731,119	32.77
雜項業務收入	-	-	8,228,506	0.93	8,228,506	-	563,005	0.06
業務外收入	75,000	0.01	630,264	0.07	555,264	740.35	189,442	0.02
財務收入	75,000	0.01	621,888	0.07	546,888	729.18	83,183	0.01
利息收入	75,000	0.01	621,888	0.07	546,888	729.18	80,060	0.01
兌換賸餘	-	-	-	-	-	-	3,123	-
其他業務外收入	-	-	8,376	-	8,376	-	106,259	0.01
違規罰款收入	-	-	-	-	-	-	72,930	0.01
賠(補)償收入	-	-	8,376	-	8,376	-	33,329	-
支出	931,598,000	99.99	967,918,228	109.80	36,320,228	3.90	1,055,832,442	108.23
業務成本與費用	931,598,000	99.99	967,457,775	109.75	35,859,775	3.85	1,055,174,411	108.16
行銷及業務費用	702,356,000	75.39	773,678,724	87.77	71,322,724	10.15	906,626,993	92.93
業務費用	702,356,000	75.39	773,678,724	87.77	71,322,724	10.15	906,626,993	92.93
管理及總務費用	229,242,000	24.61	193,779,051	21.98	-35,462,949	-15.47	148,547,418	15.23
管理費用及總務費用	229,242,000	24.61	193,779,051	21.98	-35,462,949	-15.47	148,547,418	15.23
業務外費用	-	-	460,453	0.05	460,453	-	658,031	0.07
財務費用	-	-	4,050	-	4,050	-	658,031	0.07
兌換短絀	-	-	4,050	-	4,050	-	658,031	0.07
其他業務外費用	-	-	456,403	0.05	456,403	-	-	-
財產交易短絀	-	-	456,403	0.05	456,403	-	-	-
本期餘絀	75,000	0.01	-86,383,843	-9.80	-86,458,843	-115,278.46	-80,269,545	-8.23

文化內容策進院

淨值變動表

中華民國111年度

單位:新臺幣元

項 目	基 金		公 積		累 積 餘 絀		淨 值 其 他 項 目		合 計
	基 金	基 金	資 本 公 積	特 別 公 積	累 積 賸 餘	累 積 短 絀	累 積 其 他 綜 合 餘 絀	未 認 列 為 退 休 金 成 本 之 淨 短 絀	
本年度期初餘額	-	-	-	-	477,469,001	-	-	-	477,469,001
本年度增(減-)數	-	-	-	-	-86,383,843	-	-	-	-86,383,843
本年度期末餘額	-	-	-	-	391,085,158	-	-	-	391,085,158

備註：

累積餘絀111年度增減變動說明如下：

本年度累積賸餘期初餘額4億7,746萬9,001元，加計本年度短絀數8,638萬3,843元，本年度累積賸餘期末餘額為3億9,108萬5,158元。

文化內容策進院

現金流量表

中華民國111年度

單位:新臺幣元

項 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)	
			金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100
業務活動之現金流量	-	-	-	-
稅前餘絀	75,000	-86,383,843	-86,458,843	-115,278.46
利息股利之調整	-75,000	-621,888	-546,888	729.18
未計利息股利之本期賸餘(短絀)	-	-87,005,731	-87,005,731	-
調整項目	55,224,000	-49,675,754	-104,899,754	-189.95
未計利息股利之現金流入(流出)	55,224,000	-136,681,485	-191,905,485	-347.50
收取利息	75,000	621,888	546,888	729.18
業務活動之淨現金流入(流出)	55,299,000	-136,059,597	-191,358,597	-346.04
投資活動之現金流量	-	-	-	-
減少無形資產及其他資產	-	176,000	176,000	-
增加不動產、廠房及設備	-	-7,455,308	-7,455,308	-
增加無形資產及其他資產	-2,105,000	-23,523,545	-21,418,545	1,017.51
投資活動之淨現金流入(流出)	-2,105,000	-30,802,853	-28,697,853	1,363.32
籌資活動之現金流量	-	-	-	-
減少短期債務、流動金融負債及其他負債	-	-2,408,596	-2,408,596	-
增加短期債務、流動金融負債及其他負債	3,660,000	-	-3,660,000	-100.00
籌資活動之淨現金流入(流出)	3,660,000	-2,408,596	-6,068,596	-165.81
匯率影響數	-	-4,050	-4,050	-
現金及約當現金之淨增(淨減)	56,854,000	-169,275,096	-226,129,096	-397.74
期初現金及約當現金	684,303,000	598,171,613	-86,131,387	-12.59
期末現金及約當現金	741,157,000	428,896,517	-312,260,483	-42.13

備註：

一、調整項目共計-49,675,754元，明細如下：

(一)長期遞延收入攤銷數	-21,454,100
(二)管理-各項短絀	456,403
(三)折舊費用(含代管資產)	19,591,131
(四)攤銷費用	1,406,566
(五)應收款項增加	-7,836,793
(六)預付款項減少	2,224,005
(七)其他流動資產減少	585,401
(八)應付款項減少	-101,532,808
(九)預收款項增加	25,590,694
(十)其他流動負債增加	310,844
(十一)長期遞延收入增加	30,978,853
(十二)兌換短絀	4,050

二、投資活動之現金流量：

- (一)減少無形資產及其他資產17萬6,000元，係其他資產之存出保證金。
- (二)增加不動產、廠房及設備及礦產資源745萬5,308元，係不動產、廠房及設備本期增加數。
- (三)增加無形資產及其他資產2,352萬3,545元，係代管資產本期增加數200萬5,195元及調整數2,151萬8,350元。

三、籌資活動之現金流量：減少短期債務、流動金融負債及其他負債240萬8,596元，係其他負債之存入保證金、暫收待結轉帳項。

四、匯率影響數：係外幣依匯率評價產生之兌換短絀4,050元。

五、不影響現金之投資與籌資活動：年度財產移交及報廢除帳，共計45萬6,403元：

- (一)機械及設備51萬2,091元、什項設備6萬5,238元，共計57萬7,329元。
- (二)資產除帳前已提列折舊數，機械及設備9萬8,384元、什項設備2萬2,542元，共計12萬926元。

文化內容策進院

平衡表

中華民國111年12月31日

單位:新臺幣元

科目	本年度決算數 (1)	上年度決算數 (2)	比較增減(-)	
			金額 (3)=(1)-(2)	% (4)=(3)/(2)*100
資產	679,373,420	834,272,376	-154,898,956	-18.57
流動資產	473,179,731	637,427,440	-164,247,709	-25.77
現金	428,896,517	598,171,613	-169,275,096	-28.30
銀行存款	428,816,517	598,091,613	-169,275,096	-28.30
零用及週轉金	80,000	80,000	-	-
應收款項	34,511,122	26,674,329	7,836,793	29.38
應收帳款	9,501,164	52,549	9,448,615	17,980.58
應收退稅款	234	-	234	-
其他應收款	25,009,724	26,621,780	-1,612,056	-6.06
預付款項	9,772,092	12,581,498	-2,809,406	-22.33
預付費用	4,764,073	6,988,078	-2,224,005	-31.83
留抵稅額	4,945,812	5,580,217	-634,405	-11.37
預付稅款	62,207	13,203	49,004	371.16
投資、長期應收款、貸墊款及準備金	95,000,000	95,000,000	-	-
非流動金融資產	95,000,000	95,000,000	-	-
其他金融資產—非流動	95,000,000	95,000,000	-	-
不動產、廠房及設備	57,446,244	69,148,744	-11,702,500	-16.92
機械及設備	54,416,638	45,858,674	-10,442,036	-22.77
機械及設備	56,913,111	56,112,309	800,802	1.43
累計折舊—機械及設備	-21,496,473	-10,253,635	-11,242,838	109.65
交通及運輸設備	1,494,911	2,133,144	-638,233	-29.92
交通及運輸設備	3,998,569	3,894,341	104,228	2.68
累計折舊—交通及運輸設備	-2,503,658	-1,761,197	-742,461	42.16
什項設備	3,443,597	4,733,144	-1,289,547	-27.25
什項設備	7,434,209	6,966,970	467,239	6.71
累計折舊—什項設備	-3,990,612	-2,233,826	-1,756,786	78.64
租賃權益改良	17,091,098	16,423,782	667,316	4.06
租賃權益改良	25,517,994	20,012,284	5,505,710	27.51
累計折舊—租賃權益改良	-8,426,896	-3,588,502	-4,838,394	134.83
無形資產	5,634,996	7,041,562	-1,406,566	-19.98
無形資產	5,634,996	7,041,562	-1,406,566	-19.98
其他無形資產	5,634,996	7,041,562	-1,406,566	-19.98
其他資產	48,112,449	25,654,630	22,457,819	87.54
什項資產	48,112,449	25,654,630	22,457,819	87.54
存出保證金	64,856	240,856	-176,000	-73.07
代管資產	49,699,009	26,175,464	23,523,545	89.87
累計折舊—代管資產	-1,651,416	-761,690	-889,726	116.81
資產合計	679,373,420	834,272,376	-154,898,956	-18.57
負債	288,288,262	356,803,375	-68,515,113	-19.20
流動負債	174,348,805	249,980,075	-75,631,270	-30.25
應付款項	85,599,332	186,821,296	-101,221,964	-54.18
應付帳款	65,591,056	168,107,322	-102,516,266	-60.98
應付代收款	1,518,484	1,207,640	310,844	25.74
應付費用	18,489,792	17,506,334	983,458	5.62
預收款項	88,749,473	63,158,779	25,590,694	40.52
預收收入	88,748,934	63,158,779	25,590,155	40.52
銷項稅額	539	-	539	-
其他負債	113,939,457	106,823,300	7,116,157	6.66
遞延負債	111,128,833	101,604,080	9,524,753	9.37
遞延政府補助收入	111,128,833	101,604,080	9,524,753	9.37
什項負債	2,810,624	5,219,220	-2,408,596	-46.15
存入保證金	2,807,624	5,192,749	-2,385,125	-45.93
暫收及待結轉帳項	3,000	26,471	-23,471	-88.67
負債合計	288,288,262	356,803,375	-68,515,113	-19.20
淨值	391,085,158	477,469,001	-86,383,843	-18.09
累積餘絀	391,085,158	477,469,001	-86,383,843	-18.09
累積賸餘	391,085,158	477,469,001	-86,383,843	-18.09
累積賸餘	391,085,158	477,469,001	-86,383,843	-18.09
淨值合計	391,085,158	477,469,001	-86,383,843	-18.09
負債及淨值合計	679,373,420	834,272,376	-154,898,956	-18.57

明細表

文化內容策進院
租金及權利金收入明細表

中華民國111年度

單位:新臺幣元

科目及營運項目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
租金及權利金收入	-	977,138	977,138	-	- 主要係漫畫基地主題商店委託經營管理案之房地租金、IP內容實驗室虛擬攝影棚提供商業使用收入。
其他租金收入	-	977,138	977,138	-	

文化內容策進院
政府公務預算補助收入明細表

中華民國111年度

單位:新臺幣元

科目及營運項目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
政府公務預算補助收入	680,861,000	636,967,186	-43,893,814	-6.45	主要係文化部核撥之補助款及自有資產折舊提列數轉列政府公務預算補助收入。

文化內容策進院
政府專案補助收入明細表

中華民國111年度

單位:新臺幣元

科目及營運項目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
政府專案補助收入	250,737,000	234,731,291	-16,005,709	-6.38	主要係專案計畫依業務執行實際發生費用認列收入及代管資產折舊提列數轉列政府專案補助收入。

文化內容策進院
雜項業務收入明細表

中華民國111年度

單位:新臺幣元

科目及營運項目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
雜項業務收入	-	8,228,506	8,228,506		- 主要係圖文授權、IP內容實驗室虛擬攝影棚提供商業使用之資料處理費、展覽贊助款等收入。

文化內容策進院
業務外收入明細表

中華民國111年度

單位:新臺幣元

科目及營運項目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
業務外收入	75,000	630,264	555,264	740.35	
財務收入	75,000	621,888	546,888	729.18	
利息收入	75,000	621,888	546,888	729.18	銀行存款依實際情形覈實認列之利息收入。
其他業務外收入	-	8,376	8,376	-	
賠(補)償收入	-	8,376	8,376	-	物品出借遺失，依帳面價值取得賠償之收入。

文化內容策進院
行銷及業務費用明細表

中華民國111年度

單位:新臺幣

科 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
行銷及業務費用	702,356,000	773,678,724	71,322,724	10.15	
業務費用	702,356,000	773,678,724	71,322,724	10.15	
用人費用	-	66,196	66,196	-	主要係辦理員工訓練計畫，依實際情形覈實支付。
福利費	-	66,196	66,196	-	
服務費用	337,938,000	398,101,897	60,163,897	17.80	主要係因應疫情解封，加強協助進行國際拓展及吸引國際夥伴，以實體結合線上參與全球展會，並投入相關勞務採購及廣告行銷等費用，依實際情形覈實支付。
水電費	840,000	8,000	-832,000	-99.05	
郵電費	480,000	607,469	127,469	26.56	
旅運費	13,513,000	11,115,073	-2,397,927	-17.75	
印刷裝訂與廣告費	29,123,000	49,806,756	20,683,756	71.02	
修理保養及保固費	-	48,215	48,215	-	
保險費	160,000	32,038	-127,962	-79.98	
一般服務費	209,461,000	269,224,306	59,763,306	28.53	
專業服務費	82,104,000	66,883,760	-15,220,240	-18.54	
公共關係費	2,257,000	376,280	-1,880,720	-83.33	
材料及用品費	1,872,000	3,010,943	1,138,943	60.84	主要係業務執行計畫之辦公事務用品等費用，依實際情形覈實支付。
用品消耗	1,872,000	3,010,943	1,138,943	60.84	
租金與利息	15,790,000	11,304,255	-4,485,745	-28.41	主要係業務活動所需場地及相關設備租金等費用，依實際情形覈實支付。
地租	-	245,876	245,876	-	
房租	5,190,000	9,727,542	4,537,542	87.43	
機器租金	10,600,000	1,184,475	-9,415,525	-88.83	

文化內容策進院
行銷及業務費用明細表

中華民國111年度

單位:新臺幣

科 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
交通及運輸設備租金	-	9,135	9,135	-	
什項設備租金	-	137,227	137,227	-	
折舊、折耗及攤銷	-	2,599,216	2,599,216	-	- 主要係代管資產折舊、無形資產攤銷，依實際資產入帳數提列。
不動產、廠房及設備折舊	-	2,303,240	2,303,240	-	
其他折舊性資產折舊	-	109,361	109,361	-	
攤銷	-	186,615	186,615	-	
稅捐與規費（強制費）	-	609,481	609,481	-	- 主要係受託代管之國有土地、房舍之地價稅、房屋稅及勞務採購案產生之印花稅，依實際情形覈實支付。
土地稅	-	222,334	222,334	-	
房屋稅	-	71,994	71,994	-	
消費與行為稅	-	285,153	285,153	-	
規 費	-	30,000	30,000	-	
會費、捐助、補助、分攤、救助（濟）與交流活動費	321,039,000	335,970,263	14,931,263	4.65	主要係透過前期開發支持暨多元內容投資機制及策進，促成具市場性多元內容產製增量，活絡資金市場及因應疫情解封，加強國際拓展，依實際情形覈實支付。
會費	-	8,630	8,630	-	
捐助、補助與獎助	295,580,000	308,601,395	13,021,395	4.41	
補貼（償）、獎勵、慰問與救助（濟）	14,000,000	22,682,562	8,682,562	62.02	
競賽及交流活動費	11,459,000	4,677,676	-6,781,324	-59.18	
其他	25,717,000	22,016,473	-3,700,527	-14.39	樽節開支，依實際情形覈實支付。
其他費用	25,717,000	22,016,473	-3,700,527	-14.39	
合 計	702,356,000	773,678,724	71,322,724	10.15	

文化內容策進院

管理及總務費用明細表

中華民國111年度

單位:新臺幣

科 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
管理及總務費用	229,242,000	193,779,051	-35,462,949	-15.47	
管理費用及總務費用	229,242,000	193,779,051	-35,462,949	-15.47	
用人費用	157,285,000	130,812,832	-26,472,168	-16.83	編制人員未足額到位。
正式員額薪資	110,385,000	88,000,226	-22,384,774	-20.28	
超時工作報酬	4,500,000	2,939,567	-1,560,433	-34.68	
津貼	-	6,076,091	6,076,091	-	
獎金	23,800,000	15,809,233	-7,990,767	-33.57	
退休及卹償金	6,700,000	5,686,430	-1,013,570	-15.13	
福利費	11,900,000	12,301,285	401,285	3.37	
服務費用	22,141,000	14,734,565	-7,406,435	-33.45	主要係增租辦公空間之設計監造及裝修等相關工作因具未來效益予以資本化所致，其餘均依實際情形覈實支付。
水電費	960,000	947,124	-12,876	-1.34	
郵電費	1,344,000	1,035,872	-308,128	-22.93	
旅運費	359,000	455,950	96,950	27.01	
印刷裝訂與廣告費	1,350,000	654,510	-695,490	-51.52	
修理保養及保固費	500,000	55,397	-444,603	-88.92	
保險費	1,990,000	50,349	-1,939,651	-97.47	
一般服務費	4,601,000	2,216,666	-2,384,334	-51.82	
專業服務費	10,037,000	8,451,802	-1,585,198	-15.79	
公共關係費	1,000,000	866,895	-133,105	-13.31	
材料及用品費	2,683,000	3,060,478	377,478	14.07	本院辦公事務消耗用品需求增加，依實際情形覈實支付，另公務車油資費亦依實際需求執行。

文化內容策進院
管理及總務費用明細表

中華民國111年度

單位:新臺幣

科 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
使用材料費	240,000	161,809	-78,191	-32.58	
用品消耗	2,443,000	2,898,669	455,669	18.65	
租金與利息	31,776,000	26,651,808	-5,124,192	-16.13	主要係本院現址為臨時辦公室租賃，爰相關辦公室及機器設備等租金依實際情形覈實支付。
地租	214,000	261,262	47,262	22.09	
房租	27,698,000	25,396,740	-2,301,260	-8.31	
機器租金	2,400,000	-	-2,400,000	-100.00	
交通及運輸設備租金	624,000	544,259	-79,741	-12.78	
什項設備租金	840,000	444,262	-395,738	-47.11	
利息	-	5,285	5,285	-	
折舊、折耗及攤銷	15,357,000	18,398,481	3,041,481	19.81	主要係自有資產折舊及攤銷，依實際資產入帳數提列折舊及攤銷。
不動產、廠房及設備折舊	9,092,000	16,398,165	7,306,165	80.36	
其他折舊性資產折舊	4,925,000	780,365	-4,144,635	-84.16	
攤銷	1,340,000	1,219,951	-120,049	-8.96	
稅捐與規費（強制費）	-	97,152	97,152	-	主要係勞務採購案所產生之印花稅，依實際情形覈實支付。
消費與行為稅	-	18,316	18,316	-	
規 費	-	78,836	78,836	-	
其他	-	23,735	23,735	-	主要係文件銷毀、報廢處置所產生之費用，依實際情形覈實支付。
其他費用	-	23,735	23,735	-	
合 計	229,242,000	193,779,051	-35,462,949	-15.47	

文化內容策進院

財務費用明細表

中華民國111年度

單位:新臺幣

科 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
財務費用	-	4,050	4,050	-	
兌換短絀	-	4,050	4,050	-	
短絀、賠償與保險給付	-	4,050	4,050	-	
各項短絀	-	4,050	4,050	-	外幣依匯率評價產生之兌換短絀。
合 計	-	4,050	4,050		

文化內容策進院

其他業務外費用明細表

中華民國111年度

單位:新臺幣

科 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
其他業務外費用	-	456,403	456,403	-	
財產交易短絀	-	456,403	456,403	-	
短絀、賠償與保險給付	-	456,403	456,403	-	
各項短絀	-	456,403	456,403	-	IP內容實驗室共創空間未達年限之財產移交，所產生評價之短絀。
合 計	-	456,403	456,403	-	

文化內容策進院
固定資產建設改良擴充明細表
 中華民國111年度

單位:新臺幣元

項 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
不動產、廠房及設備	-	7,455,308	7,455,308	-	
機械及設備	-	1,312,893	1,312,893	-	主要係辦公空間監視系統建置、IP內容實驗室不斷電系統及公務用電腦設備等購置。
機械及設備	-	1,312,893	1,312,893	-	
交通及運輸設備	-	104,228	104,228	-	主要係IP內容實驗室冷氣空調設備建置。
交通及運輸設備	-	104,228	104,228	-	
什項設備	-	532,477	532,477	-	主要係公務用電子白板、投影機等購置。
什項設備	-	532,477	532,477	-	
租賃權益改良	-	5,505,710	5,505,710	-	主要係增租辦公室裝修工程資本化。
租賃權益改良	-	5,505,710	5,505,710	-	
合 計	-	7,455,308	7,455,308	-	

備註：

一、不動產、廠房及設備111年度增減變動說明如下：

(一)新增資產745萬5,308元，包括：

機械及設備131萬2,893元、交通及運輸設備10萬4,228元、什項設備53萬2,477元、租賃權益改良550萬5,710元。

二、代管資產111年度增減變動說明如下：

(一)新增代管資產200萬5,195元，包括：

機械及設備197萬9,195元、什項設備2萬6,000元。

文化內容策進院
資產折舊明細表
中華民國111年度

單位:新臺幣元

項 目	不動產、廠房及設備									投資性 不動產	什項資產	合 計
	土 地 改良物	房 屋 及 建 築	機 械 及 設 備	交 通 及 運 輸 設 備	什項設備		租 賃 資 產	租 賃 權 益 改 良	非 業 務 資 產		代 管 資 產	
					典 藏 品	什 項 設 備						
原 值	-	-	56,112,309	3,894,341	-	6,966,970	-	20,012,284	-	-	26,175,464	113,161,368
減：以前年度已提折舊及 減損數	-	-	10,253,635	1,761,197	-	2,233,826	-	3,588,502	-	-	761,690	18,598,850
上年度期末帳面價值	-	-	45,858,674	2,133,144	-	4,733,144	-	16,423,782	-	-	25,413,774	94,562,518
加：本年度新增資產價值	-	-	1,312,893	104,228	-	532,477	-	5,505,710	-	-	2,005,195	9,460,503
減：本年度減少資產價值	-	-	413,707	-	-	42,696	-	-	-	-	-	456,403
加減：調整數	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21,518,350	21,518,350
減：本年度提列折舊數	-	-	11,341,222	742,461	-	1,779,328	-	4,838,394	-	-	889,726	19,591,131
本年度期末帳面價值	-	-	35,416,638	1,494,911	-	3,443,597	-	17,091,098	-	-	48,047,593	105,493,837
本年度提列折舊數	-	-	11,341,222	742,461	-	1,779,328	-	4,838,394	-	-	889,726	19,591,131
行銷及業務費用	-	-	1,438,427	129,378	-	221,356	-	514,079	-	-	109,361	2,412,601
管理及總務費用	-	-	9,902,795	613,083	-	1,557,972	-	4,324,315	-	-	780,365	17,178,530
合 計	-	-	11,341,222	742,461	-	1,779,328	-	4,838,394	-	-	889,726	19,591,131

備註：

一、不動產、廠房及設備111年度增減變動說明如下：

(一)本年度新增資產價值，主要係增添資產，共計745萬5,308元，包括：

機械及設備131萬2,893元、交通及運輸設備10萬4,228元、什項設備53萬2,477元、租賃權益改良550萬5,710元。

(二)本年度減少資產價值，主要係年度財產移交及報廢除帳，共計45萬6,403元，包括：

1. 機械及設備：41萬3,707元(原值51萬2,091元、累計折舊9萬8,384元)。

2. 什項設備：4萬2,696元(原值6萬5,238元、累計折舊2萬2,542元)。

二、代管資產111年度增減變動說明如下：

(一)本年度新增資產價值，主要係增添資產，共計200萬5,195元，包括：

機械及設備197萬9,195元、什項設備2萬6,000元。

(二)加調整數，計2,151萬8,350元，主要係依據國有財產產籍管理作業要點規定，辦理土地財產資料申報地價調整作業及單位調整。

本頁空白

參考表

文化內容策進院
主要營運項目執行績效摘要表

中華民國111年度

單位:新臺幣元

項 目	本年度預算數 (1) (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)		說 明
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
行銷及業務費用	702,356,000	773,678,724	71,322,724	10.15	本院業務賡續推動中，因應疫情解封，在產製、資金、通路、品牌、拓展國際市場等面相推動文化內容產業的整體升級並接軌國際。
管理及總務費用	229,242,000	193,779,051	-35,462,949	-15.47	因編制人員未足額到位、年度管理費用分攤至業務費項下及增租辦公空間設計監造及裝修等相關工作因具未來效益予以資本化所致。
合 計	931,598,000	967,457,775	35,859,775	3.85	

文化內容策進院
 員工人數彙計表
 中華民國111年度

單位:人

職 類 (稱)	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-) (3)=(2)-(1)	說 明
正式人員(一般人員)	150	148	-2	因進用人力之專長跨度較高，依各部門 規劃審慎評估循序進用。 本年度尚未進用之員額將於112年度陸 續進用，以維持本院妥適人力運用。
總 計	150	148	-2	

文化內容策進院
 用人費用彙計表
 中華民國111年度

單位:新臺幣元

科 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-) (3)=(2)-(1)	說 明
正式員額薪資	110,385,000	88,000,226	-22,384,774	編制人員未足額到位。
超時工作報酬	4,500,000	2,939,567	-1,560,433	部分加班時數選擇補休，未全部申請加班費所致。
津貼	-	6,076,091	6,076,091	依業務實際需求發放。
獎金	23,800,000	15,809,233	-7,990,767	依業務實際需求發放。
退休及卹償金	6,700,000	5,686,430	-1,013,570	依業務實際需求發放。
福利費	11,900,000	12,367,481	467,481	依業務實際需求發放。
合 計	157,285,000	130,879,028	-26,405,972	

文化內容策進院
各項費用彙計表
中華民國111年度

單位:新臺幣元

科 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)	
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100
用人費用	157,285,000	130,879,028	-26,405,972	-16.79
正式員額薪資	110,385,000	88,000,226	-22,384,774	-20.28
超時工作報酬	4,500,000	2,939,567	-1,560,433	-34.68
津貼	-	6,076,091	6,076,091	-
獎金	23,800,000	15,809,233	-7,990,767	-33.57
退休及卹償金	6,700,000	5,686,430	-1,013,570	-15.13
福利費	11,900,000	12,367,481	467,481	3.93
服務費用	360,079,000	412,836,462	52,757,462	14.65
水電費	1,800,000	955,124	-844,876	-46.94
郵電費	1,824,000	1,643,341	-180,659	-9.90
旅運費	13,872,000	11,571,023	-2,300,977	-16.59
印刷裝訂與廣告費	30,473,000	50,461,266	19,988,266	65.59
修理保養及保固費	500,000	103,612	-396,388	-79.28
保險費	2,150,000	82,387	-2,067,613	-96.17
一般服務費	214,062,000	271,440,972	57,378,972	26.80
專業服務費	92,141,000	75,335,562	-16,805,438	-18.24
公共關係費	3,257,000	1,243,175	-2,013,825	-61.83
材料及用品費	4,555,000	6,071,421	1,516,421	33.29
使用材料費	240,000	161,809	-78,191	-32.58
用品消耗	4,315,000	5,909,612	1,594,612	36.96
租金與利息	47,566,000	37,956,063	-9,609,937	-20.20
地租	214,000	507,138	293,138	136.98
房租	32,888,000	35,124,282	2,236,282	6.80

文化內容策進院
各項費用彙計表
中華民國111年度

單位:新臺幣元

科 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增減(-)	
			金 額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100
機器租金	13,000,000	1,184,475	-11,815,525	-90.89
交通及運輸設備租金	624,000	553,394	-70,606	-11.32
什項設備租金	840,000	581,489	-258,511	-30.78
利息	-	5,285	5,285	-
折舊、折耗及攤銷	15,357,000	20,997,697	5,640,697	36.73
不動產、廠房及設備折舊	9,092,000	18,701,405	9,609,405	105.69
其他折舊性資產折舊	4,925,000	889,726	-4,035,274	-81.93
攤銷	1,340,000	1,406,566	66,566	4.97
稅捐與規費(強制費)	-	706,633	706,633	-
土地稅	-	222,334	222,334	-
房屋稅	-	71,994	71,994	-
消費與行為稅	-	303,469	303,469	-
規 費	-	108,836	108,836	-
會費、捐助、補助、分攤、救助(濟)與交流活動費	321,039,000	335,970,263	14,931,263	4.65
會費	-	8,630	8,630	-
捐助、補助與獎助	295,580,000	308,601,395	13,021,395	4.41
補貼(償)、獎勵、慰問與救助(濟)	14,000,000	22,682,562	8,682,562	62.02
競賽及交流活動費	11,459,000	4,677,676	-6,781,324	-59.18
短絀、賠償與保險給付	-	460,453	460,453	-
各項短絀	-	460,453	460,453	-
其他	25,717,000	22,040,208	-3,676,792	-14.30
其他費用	25,717,000	22,040,208	-3,676,792	-14.30
合 計	931,598,000	967,918,228	36,320,228	3.90

文化內容策進院
公務車輛明細表
 中華民國111年度

單位:新臺幣元

車輛種類	本年度預算數		本年度決算數		比較增減(-)				備註
	輛數 (1)	金額 (2)	輛數 (3)	金額 (4)	輛數 (5)=(3)-(1)	% (6)=(5)/(1)*100	金額 (7)=(4)-(2)	% (8)=(7)/(2)*100	
									無購置公務車輛

附錄

文化內容策進院
立法院審議行政法人預算所提決議及附帶決議辦理情形報告表
中華民國111年度

決 議 及 附 帶 決 議	辦 理 情 形
項次	內 容
一	111年度通案決議部分：無。
二	<p>111年度各委員會審查決議部分：</p> <p>(一) 111年度行政法人文化內容策進院「業務總支出」預算編列9億3,159萬8千元，凍結1,000萬元，俟文化部向立法院教育及文化委員會提出專案報告後，始得動支。</p> <p>(二) 主決議內容： 通過決議第2項，行政法人文化內容策進院於110年11月舉辦創意內容大會TCCF，廣邀各大廠商參展，且為推廣IP圖像跨域發展，文化內容策進院邀請知名插畫家「H.H先生」合作，以其筆下人物「美美」化身3D VTuber虛擬偶像，擔任「2021 TCCF 創意內容大會」特派員並發布宣傳影片，然該影片上傳後，引起各VTuber社群大量討論，主要論述都表示「這不是VTuber」，隨後該影片遭網友大量倒讚抵制，TCCF官方頻道火速將影片下架，該影片也被網友批評為失敗的宣傳影片。而文化內容策進院被認為不清楚</p>

文化內容策進院
立法院審議行政法人預算所提決議及附帶決議辦理情形報告表
中華民國111年度

決 議 及 附 帶 決 議 項次	內 容	辦 理 情 形
	<p>「VTuber」概念，亦不尊重VTuber受眾文化之形成，實需進行檢討，爰要求行政法人文化內容策進院針對該事件提出具體檢討說明，並於1個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。(審查報告第3頁)</p> <p>(三) 主決議內容：</p> <p>通過決議第3項，110年度行政法人文化內容策進院預計收入總額9億3,167萬3千元，其中包含政府公務預算補助收入6億8,086萬1千元及政府專案補助收入2億5,073萬7千元，占年度收入總額之99.99%，幾乎是全數仰賴政府公務預算挹注財源，然依據依「文化內容策進院設置條例」第4條第1項規定，文化內容策進院之經費來源計有1. 政府之核撥及捐(補)助。2. 國內外公私立機構、團體及個人之捐贈。3. 受託研究及提供服務之收入。4. 營運及產品之收入。5. 其他收入。顯示文策院之收入來源管道並非僅限於政府捐助，應積極廣拓財源，加強自籌財源之能力，爰要求行政法人文化內容策進院就如何提升自主財源收入能力提出目標及相關期程規劃，並於1個月內向立法院教育及文化委員會提出書</p>	<p>本院業依審查決議事項提送相關資料至文化部，並由文化部於111年6月17日文創字第11130164963號函檢送書面報告資料至立法院。</p>

文化內容策進院
立法院審議行政法人預算所提決議及附帶決議辦理情形報告表
中華民國111年度

決 議 及 附 帶 決 議 項次	內 容	辦 理 情 形
	<p>面報告。(審查總報告第3頁)</p> <p>(四) 主決議內容： 通過決議第4項，為提升文化內容應用及產業化，促進文化創意產業發展，文化部於2019年設置行政法人文化內容策進院，協助辦理文化相關產業之調查統計、投資及多元資金挹注服務等業務。文策院設置之目的既為常態性地辦理上述內容，實應持續研議相關行政程序之完備，俾利徵件及資金挹注媒合等機制之效率。爰此，請行政法人文化內容策進院於3個月內向立法院教育及文化委員會提出相關業務精進之書面報告。(審查總報告第3頁)</p> <p>(五) 主決議內容： 通過決議第5項，行政法人文化內容策進院之成立目的係為提升文化內容之應用及產業化，完備產業專業支援體系，並建構協力合作平臺，強化溝通協調及資源整合能量。同時導入企業化經營理念，有效發揮研發調查、人才培育、多元資金統籌、文化科技應用通路拓展及國際連結等功能，專責推動文化內容相關產業之扶植與策進，完備文化經濟發展生態系。就人才培育</p>	<p>本院業依審查決議事項提送相關資料至文化部，並由文化部於111年6月17日文創字第11130164964號函檢送書面報告資料至立法院。</p> <p>本院業依審查決議事項提送相關資料至文化部，並由文化部於111年6月17日文創字第11130164965號函檢送書面報告資料至立法院。</p>

文化內容策進院
立法院審議行政法人預算所提決議及附帶決議辦理情形報告表
中華民國111年度

決 議 及 附 帶 決 議 項次	內 容	辦 理 情 形
	<p>之業務推動現以文策學院開設各式專題課程進行，惟文策學院開設之課程多為文化創作相關企業經營管理之課程，對於文化創意內容發想或文化創意技巧精進部分等相關課程之課程偏少，長此以往易造成文化創意基礎實力不足、案件量不足，有礙臺灣文創產業發展並悖於文化內容策進院之成立目的。請行政法人文化內容策進院檢討改進人才培育相關業務推動之方向，精進文化創意內容作者人才培育之規劃，並於1個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。</p> <p style="text-align: center;">（審查報告第4頁）</p> <p>（六）主決議內容：</p> <p>通過決議第6項，行政法人文化內容策進院自2020年起辦理TCCF創意內容大會，除了影視出版媒合會，還整合了電視內容交易會及文化科技論壇，是目前國內規模最大型之商業交易展會。由於此活動已連辦2年，文化內容策進院應提出此活動之執行報告，以利未來策略方向調整。包括2屆創意內容大會分別之經費支出明細、策展與活動執行時程、活動相關人力與事務範圍、後續效益追蹤評估等，爰請行</p>	<p>本院業依審查決議事項提送相關資料至文化部，並由文化部於111年6月17日文創字第11130164966號函檢送書面報告資料至立法院。</p>

文化內容策進院
立法院審議行政法人預算所提決議及附帶決議辦理情形報告表
中華民國111年度

決 議 及 附 帶 決 議 項次	內 容	辦 理 情 形
	<p>政法人文化內容策進院於3個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。(審查報告第4頁)</p> <p>(七) 主決議內容： 通過決議第7項，111年度行政法人文化內容策進院「5G內容力技術力跨域創新生態系計畫」旨在以文化內容驅動產業創新升級、型塑國家品牌、進行國際布局等三大方向，協助臺灣文化內容業者應用 5G、AVMR、AI等新興科技，進行產業創新升級、前瞻布局國際未來內容市場。惟行政法人文化內容策進院110年上半年於此計畫之「加速未來內容國際輸出」疑成效不彰，文策院須注意控管執行期程，並強化推動未來文化內容輸出國際市場之執行策略，俾達本計畫之「輸出國際」目標。爰要求行政法人文化內容策進院就前述內容於1個月內向立法院教育及文化委員會提出110年度相關成果及未來規劃書面報告，並於2年內每季向提案委員及立法院教育及文化委員會提出該計畫執行情形書面報告。(審查報告第4頁)</p> <p>(八) 主決議內容： 通過決議第8項，行政法人文化內</p>	<p>本院業依審查決議事項提送相關資料至文化部，並由文化部於111年6月17日文創字第11130164967號函檢送書面報告資料至立法院。</p> <p>本院業依審查決議事項提送相關資料至</p>

文化內容策進院
立法院審議行政法人預算所提決議及附帶決議辦理情形報告表
中華民國111年度

決 議 及 附 帶 決 議 項次	內 容	辦 理 情 形
	<p>容策進院於2019年成立，任務為提升文化內容應用及產業化，促進文化內容產業發展，除提供文化內容產業投融資服務，並協助辦理文化相關產業之調查統計、媒合及海外行銷拓展。文策院成立邁入第3年，過去2年面臨全球疫情巨大衝擊，應檢討過往業務執行之成效，因應疫情調整原本規劃之營運計畫。爰要求行政法人文化內容策進院針對過去業務成果、國際趨勢、未來中長期營運及自籌款等相關計畫於3個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。（審查報告第4頁）</p> <p>（九）主決議內容：</p> <p>通過決議第9項，行政法人文化內容策進院受文化部委託辦理「藝文紓困4.0-演藝團體紓困貸款」於宣傳此一紓困方案時有採用紙本文宣做為宣傳方式之一，此文宣精美印刷所費不貲，應妥善分配於各演藝團體所到之處以達宣傳效果。惟文化內容策進院在未有任何需求調查之情形下，將此文宣分配至各立法委員辦公室，且未有任何相關說明，實有便宜行事、浪費公帑之虞。近年全球受疫情影響，產業</p>	<p>文化部，並由文化部於111年6月17日文創字第11130164968號函檢送書面報告資料至立法院。</p> <p>本院業依審查決議事項提送相關資料至文化部，並由文化部於111年6月17日文創字第11130164969號函檢送書面報告資料至立法院。</p>

文化內容策進院
立法院審議行政法人預算所提決議及附帶決議辦理情形報告表
中華民國111年度

決議 項次	及附帶決議 內 容	辦 理 情 形
	<p>經濟大受衝擊，連帶政府稅收亦有所影響，政府各機關及相關單位更應擰節支出，有效利用人民之納稅錢。透過此一案件可預見文化內容策進院於業務推動辦理時並未嚴格縝密規劃，方產生此種違背環保原則、浪費公帑之舉。為確實監督國家預算執行及人民納稅錢之有效利用，爰要求行政法人文化內容策進院就前述內容，於3個月內向立法院教育及文化委員會提出書面報告。（審查報告第5頁）</p>	

本頁空白

主辦會計人員：



董（理）事長或首長：

