



文化內容策進院
年度報告

2021

目錄

董事長的話 推動臺灣文化內容產業的進步，攜手邁向世界	04
組織架構 董監事名單與組織架構一覽	06
院長的話 沒有奇蹟，只有累積——持續推動完善發展的產業生態	08
願景 讓臺灣的創意、科技與豐富的文化底蘊與世界連結	10

ACTION

1	文化內容投融资×完善產業資金生態	14
	完善產業投資生態，帶動民間資金投入	16
	促進國際共同投資與產業合作	22
	引入融資活水、啓動營運動能	26
	推動產業升級，協助創業及經營思維轉型	28
2	多元內容開發助攻×產能提升捲動資金投入	32
	資源挹注前期開發，促進多元內容製作	34
	驅動臺灣原創內容跨域延伸	38
	漫畫策進多管齊下，打造臺漫產業新貌	43
	攜手博物館與內容產業，挖掘臺灣文史故事	49
3	國際市場拓展×推動產銷並重	54
	策略布局國際市場，促進產銷平衡	56
	鎖定重點市場主動出擊，爲臺灣文化內容產業國際造勢	63
	匯集優質內容，創造國際交易機會	67

4	推動文化科技力×未來內容創意無限	78
	促進文化科技跨域應用，爲未來內容產業點火	80
	推動國際人才交流合作，打造未來內容共創圈	84
	以戰代訓，孵育具市場潛力的未來內容商模	88
5	強化基礎建設×帶動產業創新動能	90
	培育具國際競爭力的產業關鍵人才	92
	強化平台服務，推動網漫數位經濟	98
	數據共享，協助產業掌握發展趨勢	100
	透過共享資源，降低內容產製成本	102
	驅動企業ESG資源投入文化內容產業	105

TO BE CONTINUED

走過2021 文策院陪伴文化內容產業持續前進	110
------------------------	-----

推動臺灣文化內容產業的進步， 攜手邁向世界



文化內容策進院董事長 彭俊亨

在推動臺灣文化內容產業壯大的目標下，文策院積極服務臺灣文化內容產業夥伴，讓全球消費者埋單臺灣更多好作品，同時掌握全球產業發展趨勢，持續與政府、業界攜手，共同促進文化內容產業的健全發展。

文策院所規劃的各項機制與措施，旨在協助國內業者提升關鍵能力，並配合市場發展趨勢靈活調整。過去一年，文策院以推動文化內容投融资、多元內容開發、國際市場拓展與臺灣行銷、推動臺灣文化科技力，以及強化基礎建設為五大重點業務，持續策進產業布局。透過這份年度報告，向社會各界報告文策院的階段性成果。

為扮演產業的加速器，文策院透過執行管理政府國發基金，帶動民間進場投資，以點燃產業動能。2021年不但投資金額創下新高，而且投資類型多元，新增娛樂影視人才培育、遊戲開發及動漫IP衍生、沉浸式體驗等，涵蓋產業面完整，提振資金市場信心。

文策院推出「文化新創加速推進計畫」配套機制，協助小型工作室順利轉型，完備自主商業營運及提案對接投資人的能力。另外，為有效發揮國發基金促進產業生態系發展的功能，也爭取放寬國發基金投資限制，包括增加「專案投資」的機制、針對新臺幣兩千萬元以下小型投資案進行流程簡化，以及放寬共同投資者資格限制等，以提供產業更具彈性之投資支持，加大文化內容產業投資量能。

同時，實現創作第一哩路的「內容開發專案計畫」，以及接續的「國際合作投資專案計畫」，使業者熟悉國際籌資規則，及早布局未來銷售通路，進一步提高臺灣作品的全球市占率。其中，合資合製觸角伸向國際，已與將近二十個國家展開合作。此外，文策院鼓勵更多臺灣潛力文史題材在前期被轉譯開發，扶植文化內容產業故事力，首度舉辦「博物館IP開發媒合會」；《CCC創作集》亦轉型為數位平台，並與臺灣漫畫基地形成虛實整合，目前已經支持五十件以上的本土漫畫IP開發。

隨著全球疫後生活漸趨正常化，文策院重啟實體參與全球市場展會，進一步與臺灣相近的歐洲系統網絡建立合作關係，2022年3月更與歐洲最大電視劇集展「Series Mania」及法國南特影展簽署合作備忘錄，成為大會第一個亞洲正式合作夥伴，打開美國與中國之外的國際市占第三條路，為國際合資合製及提升國際市占率打下堅實基礎。

文策院一直以來所深化的「陪伴者」和「促進者」角色，受到愈來愈多的文化內容業者、市場投資者與國際合作方信任，我們堅信，臺灣的文化內容產業，已經走在正確的道路上，期許甫成立的第二屆董事會，在既有的基礎與成果上，持續開創新局。讓我們攜手邁向世界，成為全球文化內容產業的領先群。

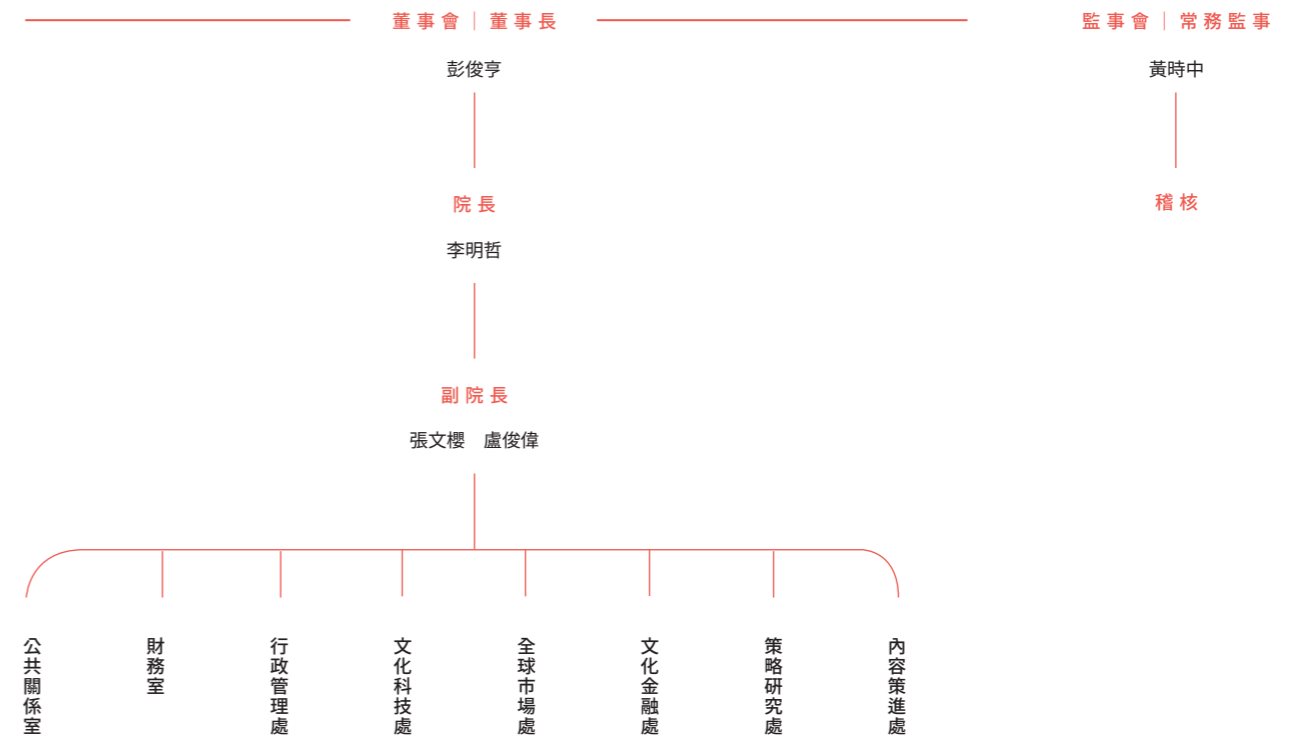
文化內容策進院董事長

2022.06

董監事名單 與組織架構一覽

第一屆		常務監事
丁曉菁	董事長	廖福特 中央研究院法律學研究所 研究員
董事		監事
王俊博	智冠科技股份有限公司 董事長	陳悅宜 國立傳統藝術中心 主任
李靜慧	文化部 政務次長	陳珊妮 音樂製作人、詞曲創作人
杜奕瑾	財團法人臺灣人工智慧發展基金會 董事長	楊淑玲 國家發展委員會 參事
林敏聰	科技部 政務次長	林慧玲 國家通訊傳播委員會 電臺與內容事務處副處長
林全能	經濟部 常務次長	聞天祥 臺北金馬影展執行委員會 執行長
周廷彰	交通部觀光局 副局長	謝佩霓 國際藝評人協會臺灣分會 理事長
徐儷文	外交部 主任秘書	

第二屆		常務監事
彭俊亨	董事長	黃時中 美商Bluebird worldwide Inc.獨立董事
董事		監事
李靜慧	文化部 政務次長	林慧玲 國家通訊傳播委員會 電臺與內容事務處副處長
林敏聰	科技部 政務次長	黃宛華 科文雙融投資顧問股份有限公司 執行長
呂正華	經濟部 工業局局長	杜奕瑾 財團法人臺灣人工智慧發展基金會 董事長
徐儷文	外交部 主任秘書	陳珊妮 音樂製作人、詞曲創作人
廖志堅	臺灣菸酒股份有限公司 副總經理	蔡嘉駿 NMEA新媒體暨影視音發展協會 理事長
楊淑玲	國家發展委員會法制協調中心 參事	謝佩霓 國際藝評人協會臺灣分會 理事
徐宜君	文化部 影視及流行音樂產業局局長	邱月琴 第一金融控股股份有限公司 董事長



沒有奇蹟，只有累積—— 持續推動完善發展的產業生態



文化內容策進院院長 李明哲

2021年，是文策院成立第三年，回顧2019年揭牌至今，全球文化內容產業在COVID-19疫情影響下迎來關鍵發展，除了加速數位化以迎合現今消費者的閱聽習慣之外，串流服務普及化和專注時間碎片化的內容消費趨勢，也牽引著產業結構變化和重塑。

面對整體環境的快速轉變，產業需能迅速適應新的趨勢，因此有文策院的出現：一個協助推動文化內容產業進步的專業中介組織，期能為業界提供有力支持。文化內容產業要健康發展，單有出色的作品是不夠的，還需要充沛的資金資源、專業的產業人才、精準的產銷策略、健全的基礎建設；而根據各個產業發展現況的不同，也必須設計出不同的策進策略和國際市場拓展規劃。文策院奠基於前兩年的業務推動經驗，現階段以「完善產業資金生態系」、「全球業務拓展推動產銷並重」和「持續推動產業化」為三大發展方向，希望能帶動資本及科技的力量，推動並促成更好的產業發展環境。

具體來說，文策院將多管齊下朝三大發展方向努力，包括：1.推動文化投融資，捲動更多市場資金投入文化內容產業，協助業者取得更多營運資源、邁向下一個發展階段。2.針對不同內容產業推出多元的開發支持策略，協助業者跨越開發前期的低谷，產製更多優質內容、促進市場題材的多元性。3.為不同類型的文化內容產品，規劃合適的國際目標市場與通路，同時積極為產業尋找重要的國際夥伴、進一步建立跨國界／跨市場的合作模式。4.善用臺灣科技優勢，推動文化科技跨域應用，搶攻未來內容發展的利基點。5.提供人才培育、數據資訊、前瞻產製設備等公共基礎建設與資源，驅動產業加速向前衝刺。

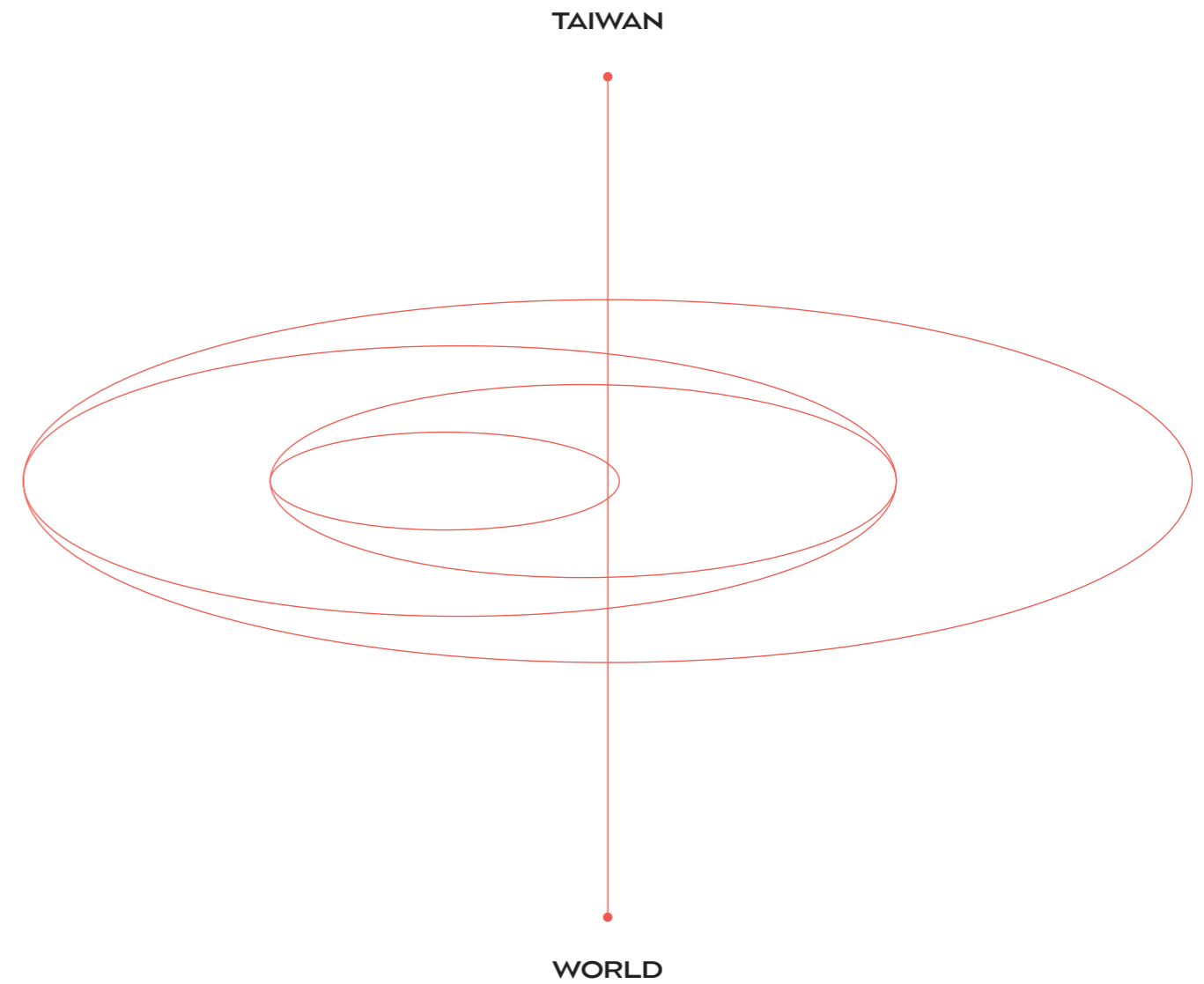
一個人走得快，一群人走得遠。臺灣擁有自由多元的內容創作環境，文化內容各產業中也不乏已在國際舞台占有一席之地或佼佼者，當我們握有好牌，也需要透過宏觀且適切的出牌策略，才能迎向牌局的勝利。文策院作為支持產業發展的夥伴，一直以來持續聆聽產業意見、不斷調整步伐，希望與大家齊心共進，透過與各方盟友聯手，促成更多國際合作機會，共同拓展全球市場，讓臺灣成為國際合作夥伴首選。未來，席捲全球的「臺流」將指日可待。

——文化內容策進院院長

李明哲

2022.06

讓臺灣的創意、科技與 豐富的文化底蘊與世界連結

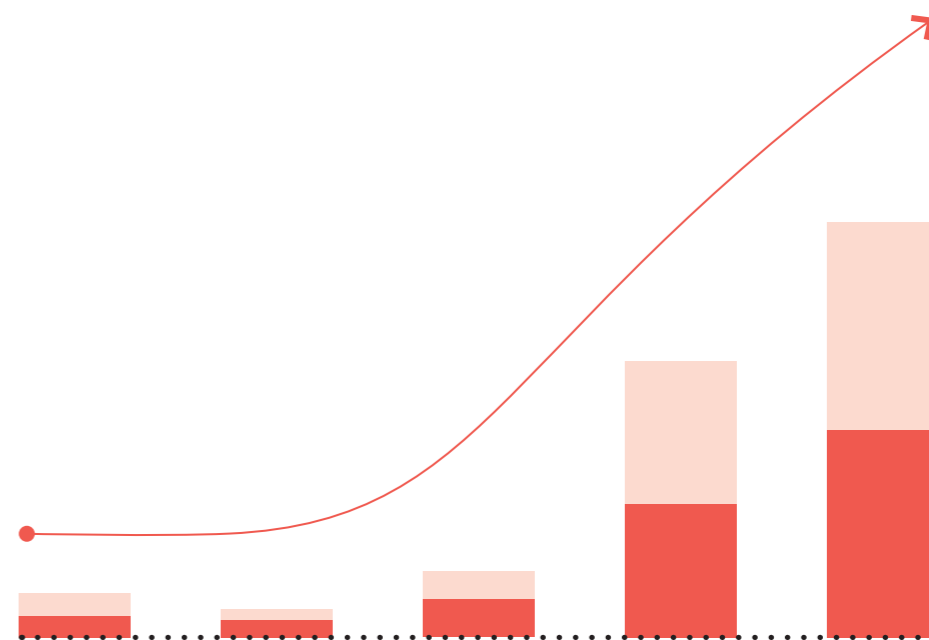


文化內容策進院(以下簡稱文策院)作為專業中介組織，以推動臺灣文化內容產業進步為使命，整合政府與民間資源，以媒合、對接方式促進跨域共創，為業者提供跨部會、跨領域、跨平台的陪伴、孵育機制；同時，積極搭建臺灣與全球市場間的橋梁，協助業者建立國內外合作夥伴關係，形塑國家文化品牌。透過促進民間資金挹注、引導科技力量進場、協助拓展國際通路、提供關鍵資源，將臺灣文化內容產業輸出全球。

文策院自2019年成立至今，全球文化內容產業不僅受到COVID-19直接影響，疫情也催化了消費者閱聽習慣的重塑，整體環境變化劇烈。為協助臺灣業者適應新型態產業趨勢，找到利基點，文策院以「完善文化內容產業資金生態系」、「全球業務拓展推動產銷並重」和「持續推動產業化」為三大發展方向，2021年透過「推動文化投融资」、「多元內容開發助攻」、「國際市場拓展與臺流行銷」、「推動文化科技力」及「強化基礎建設」五大工作項目，希望打造良性的產業生態循環，帶動產業朝目標向前邁進。

ACTION

文化內容投融资 × 完善產業資金生態



爲了健全臺灣文化內容產業生態，建立友善的投資環境、降低投資門檻，促成更多民間資金投入文化內容產業，文策院執行國發基金投資，策進「跨產業」和「產業內跨域」兩大投資方向，藉由新增專案投資、預投審查機制，以及放寬投資條件限制等，活絡文化內容產業的資金市場；並以融資、多元內容投資、國際合作投資專案計畫等多重機制，打造更完善的文化內容產業投融资環境，促進具市場性的內容開發製作；更推出全新「文化新創加速推進計畫」，加速產業轉型，助業者持續成長、穩步向前。

01 完善產業投資生態，帶動民間資金投入

健全而完善的產業環境，是產業持續活躍發展的基本要素。為使臺灣文化內容產業邁向良好的發展生態，協助業者強化營運體質、建構有效獲利的商業模式，文策院透過「文化金融服務」為產業打造健康的資金環境。其中，「投資服務」導入國發基金與民間資金共同投資，促成更多民間資金挹注文化內容產業，捲動市場動能，形成推動產業發展茁壯的正向循環，促進產業的「多元」和「生態」。

文策院運用國發基金投資，在全球疫情的嚴峻打擊下，2020年國發基金與民間投入資金達新臺幣5億4,340萬元，2021年更創下文化部開辦文創事業及文化內容投資計畫10年以來的新高，通過投資審議的國發基金與民間共同投資案，達新臺幣10億629萬元，較2020年成長85%。

文化金融扮推手 促成產業「多元」和「生態」

在民間投資持續發酵的同時，為促成更多資金投入文化內容產業，2021年文策院更深入產業邏輯與投資痛點，因應文化內容產業的特殊性，優化投資策略，連接產業斷點，由產業內外視角檢視，同時策進「跨產業」和「產業內跨域」兩大投資方向，為產業點火。

「跨產業」及「產業內跨域」投資，是實現多元和生態的有力管道。由於科技進步帶來產業的經營變革與生態的重新融合，資通訊產業也積極尋求文化內容產業的投資機會，成為跨產業投資的重要力量；而文化內容產業內的投資，包括產業鏈裡頭的平台通路或技術服務業者，也積極超前部署，擴大產業生態圈內的版圖布局，掌握更長的產業價值鏈。

在投資主體上，文策院也積極鼓勵和引導金融創投及企業創投(Corporate Venture Capital, CVC)投資參與單一事業或成立內容基金(Content Fund)等多元方式，大力投資內容產製、經紀行銷、平台通路、技術服務等文化內容產業生態圈，藉此帶動產業快速成長及壯大的量能。同時，我們也鼓勵這些投資資金能結合產業內資深有成者，成立「財務+產業」的專業投資管理團隊，將豐富的業界經驗與知識來協助產業成長，建立從業人員的生涯階梯，讓產業的生態物種更加多元。

在優化投資機制方面，透過與文化部、國發基金溝通，兩度修正「文化部辦理文化內容投資計畫作業要點」，新增專案投資、預投審查機制，放寬投資條件限制，以及簡化投資審議流程等，以加速活絡文化內容產業的資金市場，健全文化內容產業生態系。除原本投資機制外，文策院同時也推出「文化新創加速推進計畫」、「內容開發專案計畫」、「國際合作投資專案計畫」等機制，期能有效打通文化內容產業在不同階段面臨的斷點，增加引進多元資金的可能性。

文化金融首重策略性投資，投資是工具，文策院透過國發基金與民間共同投資，目標是促進產業生態健全，產業上下游行業物種多元，吸引更多優秀人才加入產業，形成推動產業發展茁壯的正向循環。



文策院副院長 盧俊偉

放寬投資限制 為產業注入更多資金活水

過往投資案因為有共投方屬於非文化內容業者(如科技業)，無法對應原有「文化部辦理文化內容投資計畫作業要點」所規範的共投方資格，造成投資上的侷限。過去共投方必須為金融機構、創投或是經營文化內容相關業務的業者，如平台商、通路商、發行商、製作公司等；投資要點放寬後，非文化內容產業相關業者，如資通訊科技產業，皆可與國發基金共同投資。此外，為提高行政效率及使投資流程順暢，將投資金額分流，新臺幣2,000萬元以下的投資案，適用簡化投資審議流程，並放寬資格，法人以外的個人投資者也可參與。

為讓文化內容業者在尚未尋得共投方之前，可先申請投資審查，文策院於2021年協助推動修正「文化部辦理文化內容投資計畫作業要點」，提供預審機制，方便業者可先透過審議後的備查函文，尋得有意願的共投方，讓產業更有底氣爭取民間投資方的加入，提升文化內容業者募資流暢度，增加民間投資的進場意願，實踐政府帶頭支持文化內容產業的決心。

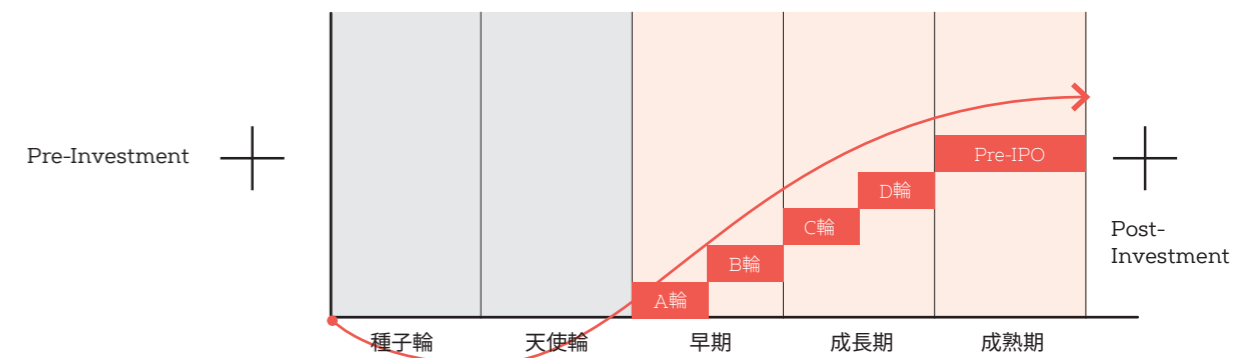
增設專案投資 給予潛力IP發酵時間和能量

文化內容產業除公司經營上需尋求資金投入外，個別專案在開發製作階段也需尋求資金，因此文策院協力文化部將原投資要點僅能投資公司或有限合夥的規範，新增開放專案投資；股權投資為推動文化內容產業化的重要手段，專案投資則是針對作品、專案做投資。專案投資的增設，能讓國發基金投資文化內容產業更符合產業樣態及特性，再加上運用文策院本預算投資多元內容開發產製引入更多民間資金，共同支持種子輪及天使輪的資金需求。

文策院藉由國發基金投資加速臺灣文化內容產業化，成立兩年多來，投資項目和領域，從影劇開發、數位內容、遊戲、綜藝、時尚、表演藝術到沉浸式場域經營等，涵蓋了不同類型的內容產業業者，以及產業鏈上不同環節的事業，不僅給予潛力IP孵育足夠的發酵時間和能量，也為文化內容產業的跨域合作開展出更深遠的視野。

文策院投資策略

文策院透過國發基金投資，以及「文化新創加速推進計畫」、「內容開發專案計畫」、「國際合作投資專案計畫」等機制，有效打通文化內容產業在不同階段面臨的斷點，增加引進多元資金的可能性。



多元投資發揮綜效，布局文化內容產業生態系

文策院以IP多元化發展為主軸，透過異業結盟，投資領域涵蓋影劇開發、數位內容、表演藝術、沉浸式場域經營等不同類型的內容產業業者，給予潛力IP足夠的發酵時間和能量，為文化內容產業的跨域合作開展更多可能。

● TDI臺灣夢幻學院：以培訓系統和出道基金，催生國際巨星

對於表演藝術有才華、有夢想、有熱情的人，不必再煩惱該如何入行了，時尚娛樂產業也不必發愁新血在哪裡。TDI臺灣夢幻學院(Taiwan Dream Institute)的成立，可望成為解決產業鏈痛點的新機制。

「夢想+才華+培訓+機會=出道發光」是TDI臺灣夢幻學院所設定的「夢想成真」成功方程式，前兩者是每個人都有的，但是後面兩項元素往往可遇不可求，甚至需要「運氣」。TDI臺灣夢幻學院的誕生，提供了「培訓」和「機會」，使「出道發光」不再遙不可及。

人才培育投資案：從入行到發表作品完整配套

無論是音樂界、戲劇界、時尚模特兒界，只要是表演藝術相關產業，都面臨一個共通的痛點：缺乏培養產業新血的系統性管道，也缺乏讓新人順利出道的完整配套和資源。

TDI臺灣夢幻學院打造時尚娛樂培訓系統，具備國際市場眼光，並由政府支持，文策院執行的國發基金投資金額為新臺幣1億500萬元，與凱渥實業股份有限公司(Catwalk Production House)共同投資成立，TDI臺灣夢幻學院也是文策院首度針對人才培訓、養成、打造原創表演內容，並對接產業生態及國際市場的投資項目，透過完整的人才培訓機制、全球演藝事業的經營布局與跨國人脈，協助更多未來之星進入臺灣產業及國際市場。^①

凱渥具有實際培訓知名表演藝術人才的實績，業界經營多年累積豐富經驗與人脈，可提供產業尖端師資，並於結訓後，提供資金及人脈協助優秀結業生接軌國際市場，創造完善娛樂生態系。



如何培養新人、將新人推上國際舞台，一向是娛樂產業鏈最需要正視的問題。文策院的投資，注入產官學結合力量，打開新的局面。

——凱渥集團董事長 吳鋒

接受培訓之後，如何才能擁有出道發光的機會？從入行到發表作品、表演給全世界看，是人才與產業彼此都感到挑戰重重的追尋。為此，TDI臺灣夢幻學院特別設置新臺幣1億元的出道基金，為學員打造專屬作品，讓學員的夢想不再只是夢一場。

系統性培訓：專業心態與素養打造成功方程式

這套培訓系統的對象，不只限15歲至17歲可參加的「培訓生」課程，想要再精進的表演藝術從業人員也可參加18歲以上的「學員生」課程，此外也針對國中小學齡對象規劃暑期營隊、時尚養成班、演藝集訓班等短期學程，更有大師講座、結業生顧問與展演活動，達到產業知識養成、個人潛能開發，以及藝能實力累積的學習目標。

學院制設計提供的是系統性的訓練，包括專業與素養。夢想成真、出道發光，只是表演生涯的開端，TDI臺灣夢幻學院強調提升專業實力，並特別加強培訓學員的涵養及面對業界的態度修養，因為事業發展能否成功及獲得肯定，有賴專業素養的養成，包括不斷學習與提升表演專業和審美能力、了解娛樂產業的運作，以及培養正面和專業的工作態度。

針對專業訓練，TDI臺灣夢幻學院的方向明確，以時尚、音樂、戲劇與泛娛樂四大表演藝術領域，邀請舞蹈、唱歌、戲劇、時尚及自媒體經營五大內容的業界名師授課。學員班類型分為歌手、演員與模特，由初階、進階到頂尖階段，每階段約2至3個月學程，每班開設30至50人；培訓生則是全能訓練班，透過實體海選機制產生並培訓一年，最終透過考核評選結業，由TDI臺灣夢幻學院提供資金及人脈，協助優秀結業生接軌國際市場，對接全球合適的商務夥伴，踏上表演藝術生涯的起點。

讓表演藝術成為值得被選擇的職業 將興趣和天分變成事業

TDI臺灣夢幻學院以成為培養巨星的搖籃自許，透過學院培訓計畫，孵育並整合臺灣影視、娛樂表演人才，提升臺灣娛樂表演產業的質與量，更展現政府與民間攜手，以創建臺灣健康良好的娛樂生態環境為核心的宏圖。



我相信，臺灣2,300萬人口中，一定有國際級巨星，我們只是缺乏養成巨星的系統。TDI臺灣夢幻學院就是為巨星的培養和出道而成立的。

——TDI臺灣夢幻學院執行長 朱敬然

凱渥與文策院相信，臺灣2,300萬人口中一定有國際級巨星，只是缺乏養成巨星的系統。對表演藝術有才華、有夢想、有熱情的人想要一展長才，成為舞台上最耀眼的星星，TDI臺灣夢幻學院的出現，打開了一扇門，指向將興趣和天分變成事業的可能。



^①TDI臺灣夢幻學院由文策院與凱渥公司共同投資成立，是全臺第一個時尚娛樂培訓系統。

●伯樂影業：文策院攜手影城 開創影視投資產銷新商模

「這部好看的電影，是電影院拍的！」這不是未來式，而是現在進行式。由電影院主導資金、內容開發、製作，到行銷與發行一條龍的新產銷模式，正向影視圈宣告重大訊息：一切將開始改變。

此後，在劇本開發階段，就能有來自市場端的各種大數據分析挹注，為劇本創作納入更多的市場性元素，並為後端的行銷開展出更多面向。這場改變的重量級啓動者之一，就是由擁有高達百萬會員數的四大影城威秀、國賓、秀泰及新光，與文策院共同投資的伯樂影業。

聯盟投資帶來另一個改變——合資的模式，能夠穩定影城對於產製階段的投資質量，除了擴大市場占有率，也有籌碼與版權商長期合作，延續及擴大作品的生命週期和IP。伯樂影業目前已投資產製多部電影，並自行開發4部作品的IP，其中《關於我和鬼變成家人的那件事》劇本獲得第一屆「野草計畫·編導新秀創意戰」評審團最佳創意故事首獎，另一部作品《碧綠》則入選2020年金馬創投會議。②

●大慕可可：投資、孵育雙管齊下 陪伴創作者成功建立品牌

如何支持原創影視內容成長茁壯？投資已有成功經驗的成熟團隊，是最快的捷徑。為期待未來有更多深具創作才華的創作者能在政府和民間資源的陪伴之下，成功建立品牌，捲動更多市場資金投入內容產業，文策院結合由兩大影視音集團——凱擘影藝股份有限公司(KBRO MEDIA Co., Ltd.)、華研國際音樂(HIM International Music Inc.)——合資成立的「大曉創藝」，以及金鐘團隊大慕影藝國際事業股份有限公司(DaMou Entertainment Co., Ltd.)，共同投資成立「大慕可可」(KOKO Entertainment)，透過完整的IP開發結構與資源協力，一條龍協助創作者打造品牌，並進一步孵育、催生更多不同類型並符合市場需求的娛樂內容。

為讓有潛力但缺乏資源支持的創作者能成功銜接國內甚至國際市場，文策院2021年已投資電視劇《人選之人—造浪者》及舞台劇《愛在年老色衰前》，為臺灣開發製作表演IP，並以5年內陪伴10個創作者及團隊站穩市場、成功建立品牌、孵化30部IP、投資40部作品的目標持續邁進。③

●火星貓科技：藉由遊戲 向全世界傳遞豐富文化內容

2021年在高雄流行音樂中心擔綱開場演出的「輕軌少女隊」，是高雄捷運公司打造的原創城市IP。原創作者火星貓科技股份有限公司(Marscat Games Co., Ltd.)是獲得文策院投資的數位內容業者之一，根據文策院調查顯示，漫畫、動畫、遊戲的消費關聯性高，購買周邊商品、同人活動及動漫社團的行為十分活絡，三者已出現一種產業生態鏈的趨勢。

火星貓科技具有成熟的開發臺灣原創遊戲能力，並經營具臺灣最大動漫展演場域「KIRABASE」，相信「遊戲公司可以不只是單純的軟體公司，而是可以藉由遊戲，向外界傳遞更豐富的文化內容。」所採用的雙軌營運模式——製作ACG線上遊戲內容、經營ACG線下動漫族群，以達成虛擬整合為目標，解決動漫經營痛點，跨出備受市場矚目的一大步。

文策院於2021年布局、2022年完成投資的新增產業類型，囊括人才培育、遊戲開發及動漫IP衍生，以及沉浸式體驗等，多元投資布局文化內容產業生態系。



- ③大慕可可 以5年內孵化30部IP、投資40部作品為目標。
- ④「双融域AMBI SPACE ONE」是全臺首創的全沉浸式數位展演場域。



●科文双融投資顧問：整合文化科技 協助藝文展演產業化

藝文數位展演除了需要好的內容，更要有先進的應用與展演設施。科文双融投資顧問股份有限公司(CT Ambi Investment and Consulting Inc.)是臺灣第一家以文化科技為核心業務的種子投資公司，同時具有協力加速器及整合顧問的能力。

文策院參與投資的目的，著眼其以社會企業理念出發，將文化創意產業數位化，並產生影響力的數位創新理念，希望藉由科文董事會與執行團隊豐富的國際化及產業化能力與經驗，推動文化與科技整合，達到協助藝文展演產業化的目的，並以系統整合與國際輸出為目標，打造臺灣文化科技的品牌與影響力。

科文双融營運內容結合售票、內容開發及投資，以及展演場域經營，營運模式為透過沉浸式的數位展演，創造文創科技產業生態系與數位IP經營。旗下「双融域AMBI SPACE ONE」是全臺首創的全沉浸式數位展演場域。此外，科文双融也希望與文化科技團隊合作，打造5G沉浸展演的應用服務平台，為臺灣的文化內容，開創嶄新的展演模式。④



②文策院與推手影業共同投資的「伯樂影業」，舉辦「伯樂影業成立見面會」，文化部長李永得與立法委員賴品妤共同出席支持。

02 促進國際共同投資與產業合作

為助攻具發展潛力的臺劇及國片對接國際市場、打動全世界觀眾，並吸引國際影視製作資源與臺灣對接，文策院透過「國際合作投資專案計畫」，提供影視作品在製作及行銷階段的有效支持，鼓勵臺灣團隊累積國際合資合製經驗，協助提升臺灣元素IP及原創內容的全球能見度。

臺製電視劇及國片近年有不少叫好又叫座的表現，加上OTT串流平台強勢崛起，形成影視產業進軍國際的好機會。打開國際市場，能夠擴大作品的市場規模、延續作品生命週期、創造以原創故事展現不同形式魅力的可能，文策院推出「國際合作投資專案計畫」，讓越來越多的臺灣影視作品躍上國際舞台，蓄積「臺流」量能。

製作投資及行銷支持 助開發製作案達陣

由於國際投資人對於臺灣影視內容與產業較為陌生，為了促進國際合作，針對已經與文策院簽署合作備忘錄(MOU)的業者，若製作案同時具備臺灣元素、國際合資或合製，以及國際通路三大條件，文策院「國際合作投資專案計畫」補足前期開發的資金缺口與增進投資信心，以製作投資及行銷合作兩種方案，進一步將作品推到全球通路，鼓勵業者與國際資金進行合資合製，並提供國際宣傳與發行行銷的合作。

因影視作品前期開發需投入大量時間、人力與資金，若為改編既有IP也須先取得授權，使創作者與製作方在未獲投資前，即需投入高成本的開發費用，文策院透過「內容開發專案計畫」牽起業者的手，針對田野調查、編劇等劇本開發費用，持續與合作夥伴進行內容孵化，加速作品的內容開發。

「國際合作投資專案計畫」與「內容開發專案計畫」就已有基礎規劃和臺灣元素的開發製作案來合作，連結產業長期面臨的產量不足、國內外投資信心不足、資金缺乏、缺少通路、國際市占率低、國際品牌識別度低等斷點，逐步完備臺灣文化內容產業生態系。

引領新秀持續深耕 為年輕導演的下一部作品鋪路

由於人才是產業成長的根基，為鼓勵在影展得獎或入圍的年輕導演，持續創作下一部作品，文策院與「臺北電影節」、「高雄電影節」、「金馬創投會議」及「臺灣國際紀錄片影展」等，陸續簽署MOU，針對特定獎項獲獎或入圍者，亦提供「國際合作投資專案計畫」、「內容開發專案計畫」資源支持，引領新秀持續深耕，為產業培植新血。

文策院的「國際合作投資專案計畫」共同投資，除了成為開發製作案堅實推展

進度的後盾，臺灣的製作團隊也得以藉此獲得不一樣的視野，有更多能量提升製作的規模、擴大投資者的來源；團隊中有越多不同文化背景的人才，將帶來越多不同的交流跟學習，為臺灣製作人才營造更多元的成長環境。

文策院投資機制打開大門 國外團隊主動尋求合作

由於各式題材和議題在臺灣都能盡情發揮，臺灣多元的創作環境逐漸在國際市場打出名號，不僅成為各國創作者展示作品的舞台，更是各國的投資者、製作公司在亞洲尋求合作的優先選擇，透過文策院針對不同需求設計的機制，促成更多國際合作，讓臺灣的作品持續打開國際通路。

行銷支持方案則是希望能夠在國際平台本身的行銷之外，提供製作公司更多資源，針對臺灣內容在全球華語市場，進行更細緻的宣傳和行銷，以提升臺灣國際聲譽。

2021「國際合作投資專案計畫」

為提升國際投資人對臺灣影視作品的投資意願，文策院推出「國際合作投資專案計畫」，針對文策院MOU的合作夥伴，提供製作投資及行銷支持。



掃描看最新計畫細節

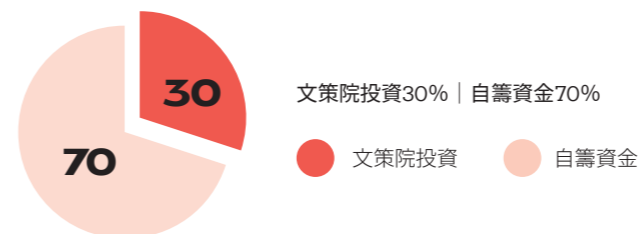
適用對象

文策院MOU合作夥伴或已獲文策院其他項目支持者

必要條件

具備臺灣元素 | 國際合資或合製 | 國際通路 | 自籌資金達七成

支持比例



支持方案

A 製作投資

為全案製作總預算的

30%

最高

300,000 USD

資金一次到位

B 行銷支持

為全案行銷總預算的

30%

最高

300,000 USD

分期支持：第一期50%、第二期50%

展現臺灣合資合製能量 打造更多值得追的臺劇

文策院透過「國際合作投資專案計畫」加速臺灣作品進入國際市場，2021年已投資10案，合作方橫跨法國、德國、波蘭、葡萄牙、挪威、阿根廷、巴西、新加坡、尼泊爾等國，並已有8個合製案進入開拍、製作階段，分別為：與法國合製的《為了國家》、《芳香嶺》，以及《神人之家》；與日本合製的《正負之間》與《歡樂滷沙沙》；與新加坡合製的《明天比昨天長久》與《刺心切骨》；以及與馬來西亞合製的《空巢》；行銷支持則以2022年上映的影集《媽，別鬧了》為代表，與Netflix合作國際行銷，讓全世界的觀眾看到更多臺灣原創作品。

文策院期待透過國際合製，引進海外人才來臺拍攝之外，更能促成臺灣影視從業人員與國際交流，不僅能對接國際產業規格，也讓臺灣影視作品獲得更多與世界接觸的機會。❶



❶ 臺新合製的《明天比昨天更長久》開鏡。❷ 《為了國家》為文策院首度與法國合作投資的電影。❸ 《正負之間》是來自文策院TCCF創意內容大會成果。

左頁圖像 © 《正負之間》劇組、《為了國家》劇組、飛望影像有限公司，右頁圖像 © 華舍文化股份有限公司

●《為了國家》：文策院首度與法國合作投資

本片是文策院首度與法國合作投資的電影。導演哈希德·阿米 (Rachid Hami) 的首部作品《放牛班的提琴手》曾獲選釜山影展、威尼斯影展，本片為他的第二部劇情長片，改編自他與弟弟的親身經歷。預計2022年上映。❷

除了在臺灣取景，《為了國家》劇組人員包括演員、監製和製片也多為臺灣成員，並匯集多位金獎陣容，由曾打造《囧男孩》、《翻滾吧！阿信》、《逃出立法院》等片的馬天宗擔任監製；曾製作奧斯卡最佳外語片《放牛班的春天》的尼古拉·馬沃奈 (Nicolas Mauverny) 及在金馬獎勇奪3項大獎的《美國女孩》的製片馬君慈共同擔任製片。

●《正負之間》：TCCF提案成果 臺日同步上線

《正負之間》是來自文策院2020 TCCF創意內容大會的成果，2022年4月在臺日同步上線。當時的提案，吸引臺灣CatchPlay的高度興趣，進而投資，並與日本樂天、SPO Entertainment、Video Market及文策院合製合拍，本劇申請「內容開發專案計畫：前期開發支持」及「國際合作投資專案計畫」，是文策院從初期就參與的原創劇集代表，期待將BL (Boy's Love) 臺劇推向國際。

❸

本劇由《約·定》和《隔離後見個面，好嗎？》等BL劇的製作團隊攜手打造，宋錄琳擔任製作人，姜秉辰擔任總導演，黃奕勛擔任導演，並與季電共同擔任編劇，多位臺灣新生代演員擔綱演出。

●《刺心切骨》：結合新加坡與波蘭的跨國合製

《刺心切骨》的故事發想，來自新加坡導演劉慧伶過去成長經歷與來臺見社會事件報導的感觸。本片為結合新加坡Pötocol公司、波蘭Harine Films與臺灣前景娛樂有限公司的跨國合製，投資方包括文策院（國際合作投資專案計畫）、元卓影藝和臺北市電影委員會，桃園市文化局與臺中市新聞局則提供影視製作補助。除了場景來自臺北、桃園、臺中，卡司與劇組人員也以臺灣為主，已於2022年殺青，2023年完成後製。



透過跨國聯合製作經驗，整合各方資金與精英資源，期望能一同將優質原創故事與臺灣文化元素推廣到世界電影舞台。

——《刺心切骨》導演 劉慧伶



❹ 文策院支持《媽，別鬧了!》等作品國際行銷。

●《媽，別鬧了》：文策院與Netflix合作國際行銷

文策院與Netflix合作，支持《華燈初上》、《媽，別鬧了!》等作品國際行銷。在Netflix有亮眼成績的《華燈初上》，第二季由百聿數碼創意 (Bosssdom) 申請獲得文策院國際行銷支持，第三季在香港獲得節目排行榜首位的佳績。❺

03 引入融資活水、啟動營運動能

文策院扮演文化內容業者與金融機構的溝通橋梁，提供完整的融資資訊及諮詢服務，透過利息補貼、信用保證等機制，執行多種政策性貸款，協助業者減輕貸款利息負擔、降低整體營運成本，同時協助業者建立中長期資金規劃觀念，讓業者更有能量跨出關鍵下一步。

文化內容產業具高度的跨域性與創新性，發展類型多元，且商業模式亦持續演化發展中，在進行新的計畫或業務升級轉型時，往往需要資金挹注，以促成內容或專案的開發製作；不論是研究發展與人才培育等業務推動的基底、智慧財產權等無形資產的買賣授權，或是場地布景、機器設備等有形資產的買賣租賃，甚至企業經營所需的綜合性營運週轉金，健全的資源投入，是產業向前推進的關鍵動能。

文化內容產業多元彈性的營運及商業模式，使金融機構不易判定是否合乎放貸標準，進而形成無形的融資門檻。文策院自成立以來，即扮演文化內容業者、金融機構與信保基金之間的溝通橋梁，協助業者取得營運所需的各式資金，讓公司順利成長。例如原本以動畫製作起家的內容開發業者，運用最新的CG特效並持續精進開發相關技術，打造浩大且精緻的視覺畫面，獲得影視業肯定，使公司核心業務由廣告擴展到影像與虛擬內容的產製；為進行下一階段長期營運布局，團隊決定引進領先業界的攝影設備，並透過文策院「加強文化創意產業升級轉型貸款」取得所需資金，順利邁向下一步。

新設備不僅讓團隊作業更省時、省工，使團隊更能將本身能量專注在高產值且獨特的內容開發，提升內容競爭力，在加速前後期製作期程的前提下，也規劃將設備出租，以提升整體產能，增加多元營收來源，提高還款能力。

更貼近需求的融資服務 文創升級貸款陪伴業者度過資金難關

為了契合文化內容產業的實際需求，2021年文策院將原有的「文化創意產業合約與著作權質押貸款作業要點」、「文化創意產業貸款利息補貼作業要點」與文化部「文化創意產業優惠貸款要點」整合，推出「加強文化創意產業升級轉型貸款」（簡稱「文創升級貸款」），其特色包括優化審核機制、縮短申請流程，提供業者完整的照顧，同時以「沒有年齡限制、不分組織型態及企業規模大小」為方向，開放不同身分、規模和組織型態申請，並優化審核流程、提高核貸成功率。更特別的是，文創升級貸款也將以往不易獲得金融機構貸款的藝文類非營利組織，以及負責人為外籍人士的公司也納入申請範圍，讓業者有資金週轉需求時，不須拿房產抵押，透過信保基金提供擔保即可取得資金。

「加強文化創意產業升級轉型貸款」納入藝文類非營利組織與文創專案合約週轉金貸款，並增設新臺幣100萬元以下快速通道，縮短申貸時間。

有鑑於文化內容產業的營運特性和商業模式有別於其他產業，提供的還款佐證資料及授信模式也應有所不同。文創升級貸款第四類（合約週轉金貸款）即以政府補助合約、商業委製合約及著作權預售合約等金額及付款期間明確的合約類型，作為業者還款能力的重要佐證，除了以有效的合約證明業者的資金需求及還款能力等，也藉由合約協助金融機構瞭解文化內容產業的商業模式，以此促進金融機構對於產業的理解，協助業者取得貸款。為業者打造更符合文化內容產業的融資環境，帶動市場成長，促進整體產業的良性循環。

三大融資方案+利息補貼 成為產業強力後盾

文策院另受文化部委託執行兩大政策性貸款：「文化創意產業青年創業及啟動金貸款」，由文策院協助申請資格確認及輔導，以紓緩青年創業初期的資金週轉壓力；「演藝團體受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難之紓困貸款」，則協助受疫情影響的演藝團體安心蓄積復甦能量，凡為維繫營運及研發創作所需的人事、業務、場租、行政等費用，都納入申請範圍。

此外，為鼓勵業者進行中長期資金規劃、具備還款能力及資金控管能力，文策院配合現有各項貸款機制，提供「支持文化創意產業貸款利息補貼」措施，協助業者減輕貸款利息負擔並降低整體營運成本，並因應跨域與創新的產業特性，培養良好的專案管理能力，讓創業與發展之路能夠穩步向前、持續成長。

2021文策院3+1融資方案

為提升金融機構對文化內容業者放貸信心，並協助業者取得較好的貸款條件，文策院推出「加強文化創意產業升級轉型貸款」，以八至九成信用保證、穩定利率協助業者順利取得融資；針對青年創業推出「文化創意產業青年創業及啟動金貸款」，並提供「演藝團體受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難之紓困貸款」，以及「支持文化創意產業貸款利息補貼」措施，協助業者穩步向前。



推助新創勇敢圓夢

文化創意產業青年創業及啟動金貸款



催生多元原創動能

加強文化創意產業升級轉型貸款



安心蓄積復甦能量

演藝團體受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難之紓困貸款



降低融資成本負擔

支持文化創意產業貸款利息補貼



04 推動產業升級，協助創業及經營思維轉型

爲了讓以中小、微型事業體居多的文化內容產業進入民間投資視野，引動多元資金投入，開創「文化新創」風潮，2021年文策院推出國內首見、針對文化內容產業的「文化新創加速推進計畫」，協助業者完備商業經營思維、強化營運體質，讓業者能夠順利對接投資人，在優質的內容創作基礎上，邁向更卓越的發展規模。

爲讓文化內容產業深具社會影響力與發展潛力的特性，能夠受到創投（Venture Capital）與資本市場的優先青睞，文策院首創將新創孵化器概念導入文化內容產業的「文化新創加速推進計畫」，提供團隊從概念到與投資人對接等完整孵化服務。

而爲了能夠在下一波「元宇宙」（Metaverse）開展出內容經濟的趨勢初萌生之時，即爲產業做好準備，文化新創加速推進計畫也特別以科技團隊和文化內容產業團隊或工作者爲招募對象，期待「技術」與「內容」的交會，綻放出跨域合作的火花。

注入企業經營思維 扶植新創事業體升級

這個國內文化內容產業首見的文化新創加速推進計畫，於2021年8月首次辦理，獲得廣大回響，吸引203位報名者。錄取的30名入選學員，經過短短兩個月的課程與諮詢安排，即有多位邁向創業階段的創作者，在新創媒合大會（Demo Day）呈現出清晰的商業模式與經營模式思維，表現令人驚艷。

因此，2022年除了加碼擴大辦理爲兩期各錄取20名，更放寬申請門檻，重新定義新創成長階段爲較完整的孵育期、加速期和轉型升級期，所對應的計畫目標對象納入依法設立登記公司7年以上的企業，若已有轉型或升級的原型（Prototype）並具商業模式可能性，也符合申請此一加速推進機制的資格。

支持機制中，最高新臺幣100萬元的支持金（2022年改爲每案新臺幣60萬元），結合文策院現有相關機制，助團隊實現創業規劃與創新服務。而2022年設計更多元的「新創社群交流活動」，文策院將透過舉辦歷屆新創團隊社群小聚活動及各種媒合會，提供產業人脈網絡交流機會。

將加速器概念導入文化內容產業

文化新創加速推進計畫結合多家創投加速器的強項，爲入選團隊提供新創投資人的第一手觀點、商業模式診療、影響力暨組織管理、國際文化內容市場情報，以及面對投資人時的提案技巧等課程，從經營概念到與投資人對接的完整孵化服務。

華陽創投集團與樹冠影響力投資，是國內知名的兩大創投加速器，長期以來對文創產業抱持投資意願與熱情；文策院也與來自美國矽谷的SOSV MOX合作，由國外講師以全英文授課，分析國際現況與趨勢；而與SparkLabs

Taipei的合作，則著眼於使團隊具備進入全球市場的實力。

而計畫所涵括的「新創營運課程」和「專屬一對一諮詢」，即是來自於與創投加速器的合作。導入業師團隊及新創營運課程，入選者需完成選修至少20學分；而透過業師群針對營運企畫與問題提供的一對一諮詢服務，加速小型工作室進行轉型，並鼓勵科技業者進行內容開發。

「新創營運課程」和「專屬一對一諮詢」目的在幫助團隊釐清商模和整備商業計畫書（Business Plan），在文策院主辦的新創媒合大會，邀請國內外文化新創投資人共同參與，讓團隊的提案直接對接投資人與資金對接；並提供文策院的各類合作資源與多元資金做後盾，參與合適的國際展會、競賽、加速器或多元資金方案，以與國際資源對接。

鼓勵科技新創投入文化內容開發 擴大經濟規模

除了協助更多文化內容業者升級或加速轉型，文策院更藉由此計畫鼓勵科技新創團隊投入文化內容多元開發，促進文化內容及科技產業跨界合作，帶動民間資金投入文化內容產業，協助臺灣文化內容新創更加茁壯。

有鑑於科技的發展，許多資金及資源紛紛投入開發「元宇宙」題材，全球文化內容的生產已不侷限於文本開發，各國文化內容產業紛紛投入資源，開發新的體驗方式，探索更進階的娛樂感受，預示了新一波內容經濟浪潮的到來，因此市場對文化內容需求更加多元；文策院希望能藉由結合新創加速器的能量，加速文化內容與科技的跨界合作，也支持更多有創意的團隊加入文化內容產業，加速文化內容工作者轉型，建立商業模式，以擴大文化內容產業的內容經濟規模。

2021「文化新創加速推進計畫」

文策院首創將新創孵化器概念導入文化內容產業，推出「文化新創加速推進計畫」，提供團隊從概念到與投資人對接等完整孵化服務。誰適合參加？計畫可提供哪些協助？以及可對接哪些投資資源？透過計畫懶人包，讓你一次搞懂！



掃描看最新計畫細節

誰適合參加？



文化新創——影視、出版、漫畫、動畫、遊戲、表演藝術、視覺藝術、流行音樂、未來內容

計畫可以提供哪些協助？



●木下日本：加入經營思維 讓夢想大步向前

「築夢踏實」這四個字，在木下日本負責人廖玳佑身上得到了新的驗證。透過文策院的「文化新創加速推進計畫」讓許多前輩與投資人看見了他的才華，多年來小心呵護餵養的動畫電影構想《CEMACEMAS》也隨之正式曝光，夢想於是開始能夠一步步地往前踏。



以往我只想到把作品做到完美，但談合作、商業模式時就會產生不確定感，在文化新創加速推進計畫協助下，讓我們突破瓶頸，邁向下一步。

——木下日本負責人 廖玳佑

廖玳佑和團隊重新統整了手上有的項目與內容，讓《CEMACEMAS》不再只是一個動畫電影，而是團隊創作計畫的最高概念。將從漫畫與短篇動畫重新開始，透過不同的載體把「女巫為大自然的守護者」的故事IP好好地描繪，並將此議題與形象，帶到國際上。

●華文音樂劇：成為臺灣音樂劇領導品牌企業

「華文音樂劇」是一個專業名詞，也是一家文化新創公司的名稱，它扭轉了過去臺灣市場不易靠音樂劇營利的模式。由於沒有前例可循，創辦人兼執行長郭柏毅花費大量時間爬梳美國和韓國音樂劇的發展脈絡，研究如何讓音樂劇產業化，並在2021年毅然投入，成立公司。



文化新創加速推進計畫讓我知道如何調整經營策略，在創業初期就獲得業界和投資方的信任，帶來更多合作機會與可能。

——華文音樂劇創辦人兼執行長 郭柏毅

透過文化新創加速推進計畫，與創投、業師等具有經驗的人對話，為郭柏毅注入不一樣的商業模式思維，提前為公司帶來獲利。而將於2022年9月於松山文創園區展演的音樂劇《The Fantasticks夢幻愛程》，是華文音樂劇的起手式，也將成為臺灣表演藝術的新開端。

●迪威智能：不只是技術提供者 也是內容創作者

迪威智能於2019年正式成立，但在AI聲學辨識領域深耕已超過二十年。公司擁有先進技術，且產品明確——「一站式音樂與聲音分析辨識的雲端服務」。透過文化新創加速推進計畫，迪威智能接觸到許多臺灣深具創意能量的影視音與文化業者，多方交流的結果，不但對於未來商業模式的設定有很大的幫助，也開啓了與文化內容產製端或工作者合作的契機。



我們以技術提供者角色參與計畫，不僅成功切入文化內容產業鏈，透過與產業和投資者的交流，對未來商業模式有更多創新想法。

——迪威智能執行長 林智源

●華陽創投集團：協助新創團隊對接有興趣的投資者

當作品轉化為產品，如何找團隊合作、找資金？作品面對的是創作思維，而產品面對的是經營思維，包括團隊經營及商業模式等，其中財務策略分析是華陽創投集團的強項，也是文化內容業者通常需要「加速」的部分。

華陽創投集團董事長王韋中指出，臺灣的文化內容業者有非常好的創意，通常較缺乏的是與資本市場對接的能力。有了可行的商業計畫才有可能成功，不要為創業而創業；而釋出股權，尋求投資，則可以換取的是公司成長與擴張的機會。



臺灣文化內容業者有非常好的創意，但較缺乏與資本市場對接的能力。有可行的商業計畫才有可能成功。

——華陽創投集團董事長 王韋中

●樹冠影響力投資：以商業成就社會影響力

樹冠影響力投資執行長楊家彥認為，文化新創要成功，必須要有很精彩的內容作為產品或服務，內容要精彩，創辦人必須要有對文化執著的熱情，而且要有能力扎根，堅持理念，樹冠希望能夠為這樣的團隊注入商業和商務整合的能量，以商業來成就社會影響力，而不是追求最大的商業利益。

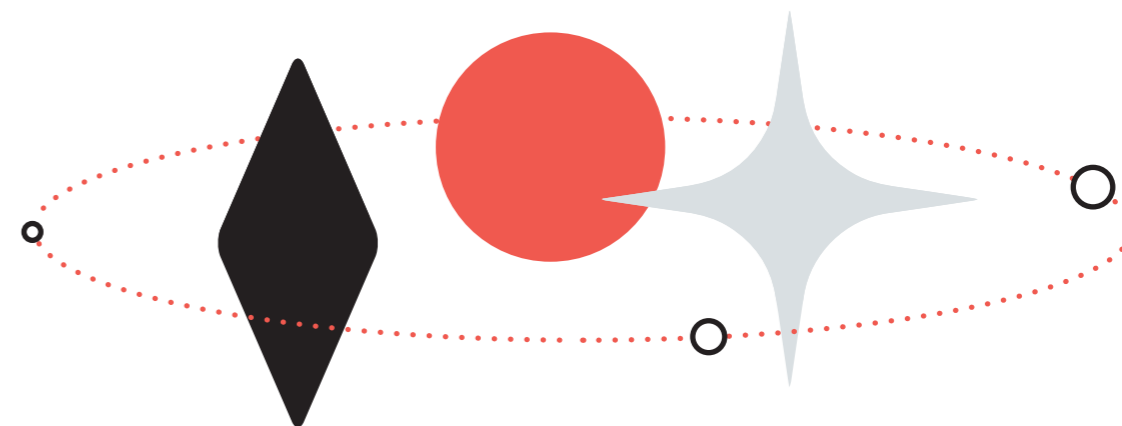
「文策院的所有投資，都應該是影響力投資。」楊家彥相信，臺灣現在正處於世代交替，新一代的價值取向會容許更多文化價值的產品與服務存在，也將會決定未來內容產業的發展與機會。



我們所追求的回報，是在財務可持續的前提下，發揮臺灣文化主體性或文化發展的意義，產生屬於社會價值的回饋，也就是社會影響力。

——樹冠影響力投資執行長 楊家彥

多元內容開發助攻×產能提升捲動資金投入



為提升臺灣文化內容多樣性、提供文化內容產品前期資源挹注，催生更多具市場性的內容，支持整體內容產業多元開展，帶動更多民間資金投入，文策院透過「內容開發專案計畫：前期開發支持」、「漫畫內容策進策略」，協助業者製作豐富、多元並符合消費市場期待的臺灣IP；同時推動IP轉譯，鼓勵優質IP以不同形式呈現，透過「內容開發專案計畫：出版影視媒合」、「博物館IP開發媒合」等內容改編方案，積極促成跨產業的生態圈媒合，擴大潛力IP的經濟綜效。

01 資源挹注前期開發，促進多元內容製作

為有效增加臺灣文化內容產業的開發案量及內容多元性，為市場提供不同類型的文化內容產品，進而形成資金進場拉力，提升產業的整體產製能量，文策院持續推動「內容開發專案計畫：前期開發支持」，透過資源挹注，降低文化內容新產品在前期開發階段的投資風險，鼓勵製作公司開發不同類型的題材，讓更多具市場潛力的創意內容能夠挺過前期開發的低谷、進入製作階段。

現代消費者對於文化內容產品的需求及要求不斷提升，不僅要求創意，還要數量多且更新速度快。但對於內容業者而言，每開發一項新類型的產品項目，都需要可觀的資金與時間，同時承擔不確定的投資風險。因此，考慮到當今內容市場逐漸分眾化的重要趨勢，業者會將資金挹注在賣座的特定類型，以確保能夠回收成本，然而，此舉將造成市場上的產品漸次趨向同質，反而限縮了內容的多元化發展，窄化了業者的生存空間。

文策院於2020年完成規劃並推出「內容開發專案計畫」，跨過疫情年，2021年延續機制基礎，推出針對電影、劇集、紀錄片、動畫的「內容開發專案計畫：前期開發支持」方案，鼓勵體質良好的影視製作公司投入開發工作，也接受其他單位以特定開發項目遞出申請。

前期陪伴 提升業者的開發意願

如何參與文策院的「內容開發專案計畫：前期開發支持」？首先，影視製作公司必須和文策院簽署合作備忘錄(MOU)。在合約效期2年之內，影視公司可以提出至多5個開發標的，由文策院補助開發前期的重要支出，如開發團隊之勞務報酬、田野調查費用以及IP改編授權金等。每開發標的之執行期限為3年，但可視具體情況申請展延。

其次，開發標的需要具備一定比例的臺灣元素，包括文本改編、故事概念、主創團隊、角色設定語言、動畫美術設計、動畫特效製作等。只要符合條件，就可以申請劇情類與紀實類之經費補助：電影長片與影集總製作費的3%，且不超過新臺幣200萬元為上限；紀錄片與紀錄片系列總製作費的10%，且不超過新臺幣200萬元為上限；動畫類長片、長片影集、短片影集總製作費的15%，且不超過新臺幣300萬元為上限。每開發案簽約後的3年內，除了結案報告，業者必須提出完整劇本。

2021年，文化內容開發支持100案，投入約新臺幣六千萬元，協助業者降低前期開發階段的投資風險。

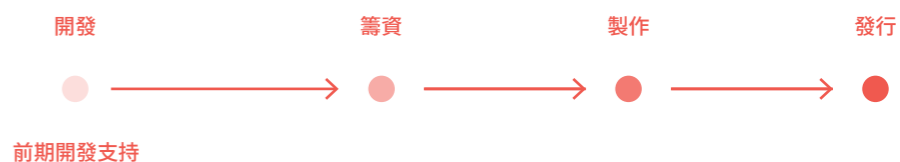
相較階段性的資金投入，文策院希望業者在開發工作告段落以後，還能夠進一步對外籌款，以進行下一階段製作，最終有效將作品推上市場。因此如果業者取得了70%自籌款，也可獲文策院30%為上限的製作投資、或是國際宣傳與發行的投資。

重振旗鼓 趁勢躍上國際市場

近幾年來，在串流平台強勢崛起的背景下，數部國片與臺劇在2020年表現亮麗，意外吸引觀眾熱情投入觀看，此或是臺灣影視產業再次蓬勃發展、重新躍上國際的良好契機。

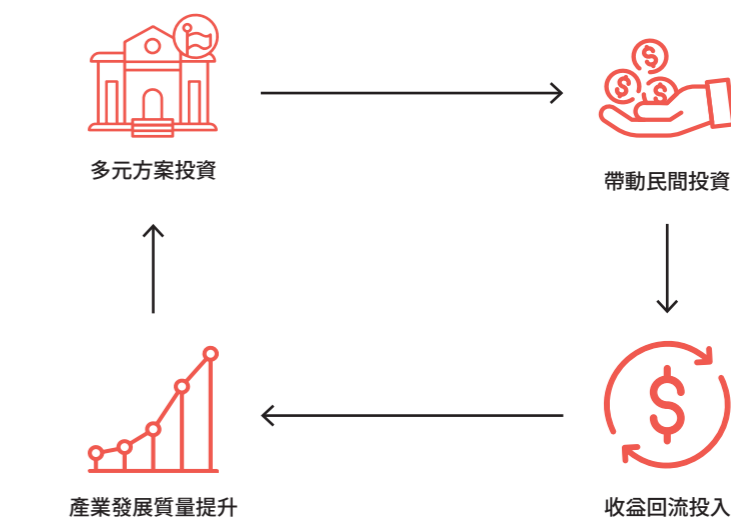
2021「內容開發專案計畫：前期開發支持」

文策院透過前期開發支持暨多元內容投資機制，促成開發出豐富多元之作品類型題材，透過國內外提案會、交易媒合會、展會創投、國際合資合製投資等配套措施，帶動市場資金投入，孵育更多具市場化的作品。



國發基金+多元內容投資，完善產業資金生態系

透過國發基金與文策院的多元內容投資方案，完善文化內容產業的多元資金生態系，帶動更多民間資金，使收益可回流再投入，有效加速推進產業前進。



「內容開發專案計畫：前期開發支持」方案的短期目標希望催生更豐富多元的作品類型，拓寬業者的獲利空間，中長期目標則期待有更多的內容公司得以穩健發展，改善相關從業人員的工作環境與待遇，形成多方共好的產業規模。

僅在2021年，文策院透過內容開發專案計畫，支持100件作品進入媒合開發階段，投入約新臺幣六千萬元；同時和六十間以上的臺灣影視產製公司及動畫特效協會完成簽署MOU，包括：瀚草影視、友松娛樂、大慕影藝、華文創、青睞影視、鏡文學、前景娛樂、想映電影、彼此影業、麻吉砥加、十月影視、公視、原文會（財團法人原住民族文化事業基金會）等。

2021「內容開發專案計畫：前期開發支持」方案適用規則



適用對象

本院之MOU合作夥伴或已獲本院其他項目支持者（申請專案之著作權須為申請者所有，或已獲著作財產權人同意或授權）。



適用範圍

適用對象之改編或原創影視作品總時長不得低於60分鐘、不超過780分鐘。



臺灣元素

須於規定項目如文本改編、故事概念、主創團隊、角色設定語言、動畫美術設計、動畫與特效製作等之中包含臺灣元素（符合一定比例）。



開發期程

簽約後3年內，需提供完整之劇本，經核可得延展一次（6個月）。

臺灣元素認定說明



文本改編



主創團隊



動畫美術設計



故事概念



角色設定語言



動畫與特效製作



掃描看最新計畫細節

右頁圖像©Video Market Corporation

●《正負之間》新媒體BL劇集打開國際市場

2022年4月於CATCHPLAY+平台首播的劇集《正負之間》，為文策院與日本樂天、CatchPlay、SPO Entertainment、Video Market共同出品的BL偶像劇。《正負之間》具備使用臺灣演員、工作人員，並於臺灣拍攝等臺灣在地元素，又募集到國際串流平台的資金，故同時獲得文策院「內容開發專案計畫」的前期開發支持和「國際合作投資專案計畫」的後期製作投資。

製作人宋錄琳表示，串流平台的成立、影音作品播放場所的改變，現今觀眾看劇的習慣已和原先不同，人們希望能夠在通勤、工作午休等零碎時間觀看情節明快的故事，造就了短劇的開拍需求。另一方面，觀眾希望享受私密的、不與他人分享的內容，描寫男性間的純愛BL劇正好可以滿足這部分的心理預期。大約2017年，臺灣率先亞洲開拍BL劇「HIStory」系列，在日本市場的收益表現十分良好，而《正負之間》至今已售出日本、歐美、中東、南美等地的播放版權，可知BL劇集是可以為臺灣打開國際市場的機會。①



十分肯定文策院的「內容開發支持」方案，尤其是田野調查補助金，讓業者能夠針對題材資料或是市場喜好等進行更精準的調查。而文策院提供後期投資的條件要求，可促成業者再次意識到市場的重要性，增強積極尋找其他資金來源的意願。

——《正負之間》製作人、Video Market內容商務部總製作人 宋錄琳

宋錄琳十分肯定文策院的「內容開發支持」方案，尤其是田野調查補助金部分，讓業者能夠針對題材資料或是市場喜好等進行更精準的調查。而文策院提供後期投資的條件要求，或可促成業者再次意識到市場的重要性，增強業者積極尋找其他資金來源的意願。

展望未來，透過《正負之間》的案例示範，在確保作品收益的同時，製作中小型規模的作品能為臺灣年輕演員、幕後工作人員提供寶貴的實務經驗。唯有市場上不斷存在各種類型的製作需求，才能持續活絡產業工作生態，鏈接起產業經驗的傳承。



①《正負之間》已售出日本、歐美、中東及南美等地的播放版權，在疫情壘障時期為臺灣打開國際市場。

為推動臺灣原創IP效益最大化，並透過文化內容產業間、或與外部產業的跨域合作，帶動產製、發行等資源的跨產業投入，達到「1+1>2」的加乘效應，文策院於2021年推出「出版與影視媒合新制」，鼓勵出版業、影視業和編劇人才三方自主合作，以期為不同類型的文化內容業者帶來實質的內容開發助力，進而促成臺灣原創IP開拓新的變現領域。

近來全球最熱門的影視作品主要改編自出版IP，顯示出IP跨域的產業經濟綜效。因應此潮流趨勢，文策院從2020年起著手加速出版和影視雙方的跨業合作，讓臺灣原創出版IP有機會獲得多元運用。

在臺灣的內容產業中，出版產業經過長期的耕耘，已累積數量可觀之原創文本，但除了極少數的出版社，大約有八成的業者未曾與影視產業合作，亦無法取得連繫管道將出版品以其他形式銷售。相較之下，影視產業鏈發展完備，業者對新題材的需求也多，卻同樣存在不易向出版產業尋求合作的狀況。若將出版與影視產業各自的需求對接起來，一方面將影視方的篩選偏好與投拍考量傳遞給出版方，二方面將出版業者豐富的出版IP進行初步的整理，則優秀的出版IP將能更有效地被看見，更迅速取得改編的機會。2020年文策院推出「內容開發專案計畫：出版與影視媒合」，為出版與影視產業提供媒合服務，期待有助於出版IP能量的擴散，同時促進臺灣內容產業轉向更多元的發展。

經過一年的執行並蒐集多方建議，文策院於2021年推出「內容開發專案計畫：出版與影視媒合新制」，再次公開招募可授權改編為影視作品之出版品，搭配「獎勵金、法律諮詢、市場趨勢調查」等方案，鼓勵出版業者主動出擊推薦優秀的出版IP。在徵得同意之後，文策院為出版和投拍方提供互相聯繫之窗口，並規劃為期3個月之媒合期限，既為出版與投拍方保留洽談授權的彈性與隱私，亦強化雙方之合作意願，進而提高臺灣的故事與作品產製量能。①

建置編劇人才庫 媒合投拍方和改編人才之需求

為提升編劇人才的能見度，協助投拍方挖掘合作編劇，文策院另創建編劇人才庫，伴隨「出版與影視媒合新制」推出編劇人才媒合服務。當改編授權條件洽談完成後，投拍方與出版業者可自行開發劇本，或投拍方可透過資料庫尋找編劇人選。反之，編劇亦可在資料庫中瀏覽有改編需求之文本並主動向業者提案。2022年，文策院將開放投拍方主動提出編劇人才需求，協助蒐集參與意願、提供更精準的名單，加速雙方合作洽談，也讓編劇人才有更多曝光機會。

2021年，文策院向出版業者募得425件出版品，由投拍方圈選出53件具有改編潛力之出版IP，有28案授權成功。2022年，文策院將進一步策畫線上主題推薦，向業者推薦出版潛力IP。

文策院希望，在媒合機制穩健運作以後，出版和影視業能夠逐漸累積合作默契，有效共同開發出版IP的市場價值，使臺灣原創IP發揮多元效益。



①文策院支持出版文本、影視製作與編劇跨業合作，使好故事成為好劇本。《臺北逃亡地圖》、《我在犯罪組織當編劇》、《律政女王三部曲》即將搬上螢光幕。



投拍市場需求募集

- 投拍方需求調查
- 提升文本招募之市場契合度



出版／版權方文本募集

- 提供出版方市場需求報告
- 出版方上傳潛力文本



投拍心動指數圈選

- 依投拍方需求提供專屬推薦清單
- 投拍方以改編投拍為前提進場，依市場趨勢及專業評估進行圈選



潛力改編文本－開發獎勵清單

- 依據投拍方圈選結果，公告有機會獲得開發獎勵之文本清單



第一階段媒合－出版／版權方與投拍方

- 出版方及投拍方確認雙方可接受之授權費用或分潤條件
 - 出版方依雙方合作合約，向文策院申請「文本授權獎勵金」新臺幣20萬元整(含稅)。
 - 確認版權合作後，可自行進行後續編劇開發，或可透過文策院編劇人才庫，進行第二階段公開招募編劇媒合。



編劇人才庫建置

- 開放編劇上網登錄資料，參與後續第二階段編劇媒合。
- 2022年，除此機制媒合開發案以外，更將開放投拍方主動提出編劇人才需求，協助蒐集參與意願、提供更精準的名單，以加速雙方合作洽談，也讓編劇人才有更多曝光機會。

2021出版與影視媒合機制——潛力改編文本獎勵清單

2021年，文策院向出版業者募得425件出版品，
由投拍方圈選出53件具有改編潛力之出版IP，有28案授權成功。



掃描看最新計畫細節及完整清單



●持續改進出版與影視媒合機制 為臺灣內容產業注入強心劑

從事版權交易的華星娛樂股份有限公司總經理李良玉表示，文策院所提供的出版與影視媒合服務讓業界感到十分受用，既可活絡版權市場的買氣，也讓參與者的知名度得到相當程度的提升。以華星娛樂為例，不僅被列在「潛力改編文本獎勵清單」的作品被看到，連帶公司本身也被看見，投拍方會向華星娛樂探詢其他的作品IP；對於創作者而言，作品能夠進入媒合活動中的「潛力改編文本獎勵清單」更是莫大的鼓舞。



文策院提供的「出版與影視媒合服務」對業界十分有助益，既可活絡版權市場的買氣，也讓參與者的知名度獲得相當程度的提升。

——華星娛樂公司總經理 李良玉、影視企劃 薛美文

除了出版作品的媒合，參與媒合活動也為華星娛樂帶來意想不到的合作機會。對於編輯、出書非常在行的出版社，卻對影視生態不甚了解，而後者恰好是華星娛樂的強項，因此能夠較準確地把出版品推薦給合適的投拍單位，並在影視作品生產以後，策畫相關的後期行銷，能帶動出版品的銷售量。因此，開始有出版社願意和華星娛樂建立策略聯盟，華星娛樂則協助業者將作品進行授權開發，而業者也會提供給華星娛樂有潛力的作者訊息，雙方成為合作夥伴，共同受益。¹

展望未來，李良玉也從內容開發業者角度提出建議，文策院或可針對「類型作品」和「作者型作品」所需要的製作條件，按比例提供獎勵或策略性投資。其次，在串流平台崛起、觀眾影視需求提高的時代，臺灣的內容業者勢必要與國際業者進行競爭，而製作精良的影視作品需要高額成本，政府或可考慮提供企業或個人特定租稅優惠或簡化投資手續等，以吸引資金流入內容產業。



¹華星娛樂公司共有兩本小說《1/2的女主角》和《一線三的日常》入選2021年「潛力改編文本獎勵清單」，經過媒合活動，二書已完成授權改編為劇集，並進入發展劇本的田野調查作業階段。

●優秀的出版IP被看見 出版業者盼轉向多角化經營

提供多元出版服務平台的秀威資訊主任編輯喬齊安表示，在文策院大力的推動下，出版與影視的媒合活動讓臺灣的原創小說、漫畫逐漸被影視業者看見。特別是早期作品，只要故事夠好，也會再度被挖掘出來，例如於2016年出版的推理小說《沙瑪基的惡靈》獲得了改編，並入選2021年法國里爾Series Mania電視劇集展「Book-to-Screen」單元，成為臺灣唯一入選的出版作品，這無疑是對作家、編輯的莫大肯定。②

秀威資訊連續兩年參與媒合活動，成績表現亮眼。2020年有《天秤下的羔羊》、《回憶暫存事務所》順利授權，目前正在進行劇本改編，未來將拍攝為電視影集。2021年「潛力改編文本獎勵清單」列出53部作品，隸屬秀威資訊的作品即有10部。其中，《沙瑪基的惡靈》、《403小組，警隊出動!》、《愛上平行時空的你》已順利與影視公司授權簽約，其餘7部作品還在積極洽談推薦中。

在文策院大力的推動下，出版與影視的媒合活動讓臺灣的原創小說、漫畫逐漸被影視業者看見，特別是早年作品，只要故事夠好，也會再度被挖掘出來。



——秀威資訊主任編輯 喬齊安

喬齊安認為，隨著時代變遷，出版產業不斷尋找止跌回升的經營方式。秀威資訊努力為更多素人作者尋找生存之道，積極參加各類影視媒合活動，以求貼近影視業者挑選IP的觀點與考量。秀威資訊會自行舉辦IP50活動，先從20年來出版的出版品中挑選250部作品，於網路上徵求影劇迷評選適合改編的作品，經由交叉比對後，再精選出的50部作品預計推薦給影視業者。

在未來，秀威資訊自我期許不以出版業務為限，希望也能夠成為投資方，自行開發、拍攝旗下的出版IP。若文策院能夠提供一些獎勵機制，將讓更多企業願意投入影視產業，活絡整體內容產業，為臺灣創造更多元的影視作品。



②《愛上平行時空的你》、《403小組，警隊出動!》以及《沙瑪基的惡靈》已與影視公司授權簽約。其中2016年出版的推理小說《沙瑪基的惡靈》重新被挖掘，並入選2021年法國里爾Series Mania電視劇集展「Book-to-Screen」單元，成為臺灣唯一入選的出版作品。

03 漫畫策進多管齊下，打造臺漫產業新貌

在文化內容產業中，漫畫具備開發成本相對低、有分鏡利於影視改編、可於小眾市場測試的特性，具有轉譯成其他內容產品的潛力。為能提升臺漫的開發能量、擴大潛力IP的應用經濟綜效，文策院以漫畫作為市場驗證的觀察產品，積極重塑漫畫產業的策進策略。

2021年，《CCC創作集》的多部作品獲得「金漫獎」年度漫畫獎、日本國際漫畫賞金獎及銅獎肯定；在博客來和Readmoo讀墨電子書名列百大，人氣作品也有3刷以上的表現。不僅在國內表現優異，也進軍日本和法國市場，顯示臺漫本身的活躍能量。2020年，文策院的漫畫策進策略以打造「CCC數位平台」為重點，如今在數位平台基礎之上，擴大思考面向，以題材多元化、作品產品化、平台數位優化、產業健全化、結盟國際化和IP高價值化的「六化策略」，逐步打穩漫畫產業的體質，描繪可期待的願景。

透過題材多元化 擴大漫畫閱讀族群

「題材多元化」是漫畫內容策進的第一項策略，這也是《CCC創作集》2009年成立至今不變的初衷。

近年來，文化內容的消費娛樂市場走向多元、分眾化趨勢，主流與非主流的分界漸趨模糊，各種題材都有一定的消費族群支持，商品內容多元化成為產業長遠經營不可忽視的發展方向。然而觀察臺灣漫畫市場，過去臺灣漫畫出版社經營模式多為透過進口日本暢銷漫畫，確保產品可短期變現，無形中使日漫成為臺灣漫畫市場的強勢商品；臺灣原創漫畫則因開發費時且需經市場驗證，因而形成投入門檻。作為產業策進中介組織的文策院勢必得率先投入資源，與民間出版事業合作進行多元題材的孵育，推廣臺灣原創漫畫、提升臺漫市占率。

當消費者的閱讀習性轉為線上，漫畫的競爭對手便擴及所有的內容產品，因此漫畫內容的策進已不能單從漫畫產業著眼，必須擴大想像，將其他內容產業一起納入思考。



——文策院副院長 盧俊偉



編輯委員會的短期目標是建立與編輯部的溝通模式，中期目標是在商業與藝術性間求取平衡、建立臺漫獨特的表現形式，再來是促進跟異業單位的合作。

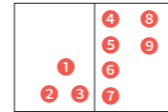
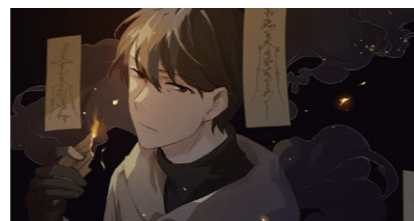
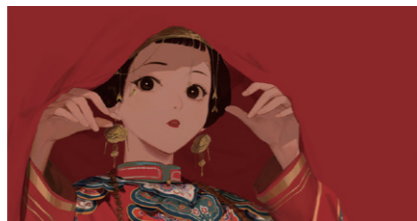
——《CCC創作集》客座編輯顧問 張曉彤

爲了強化多元內容的開發，以及與產業的連結，文策院邀集產業界資深人士組成「編輯委員會」，客座編輯顧問張曉彤表示：「編輯委員會的短期目標是建立與編輯部的溝通模式，中期目標是在商業與藝術性間求取平衡、建立臺灣獨特的表現形式，再來是促進跟異業單位的合作。」2021年，編輯委員會除了優化漫畫投稿、孵育和評選流程，也與編輯部一起發展多元化漫畫內容。除了承襲中研院時期的文史血統，陪伴漫畫家孵育需要大量考據和田調的文史類型漫畫，也促進商業性漫畫或藝術表現等類型漫畫的產出。

而相較於日本御宅族人口衆多，族群遍及青少年、上班族甚至年長者，臺灣漫畫讀者以青少年爲主，因此發展職場、年長題材漫畫或開發閱讀友善的平台介面，也是擴散臺漫讀者年齡層的重要策略。

| 《CCC創作集》優良作品大集合 |

2021年《CCC創作集》的多部作品獲得「金漫獎」年度漫畫獎、日本國際漫畫賞金獎及銅獎肯定；在博客來和Readmoo讀墨電子書名列百大，人氣作品也有3刷以上的表現。



- 1《蘭人異聞錄》
- 2《守娘》
- 3《不可知論偵探》
- 4《送葬協奏曲》
- 5《臺灣特種》
- 6《海巫事務所》
- 7《無能戀愛諮詢中心》
- 8《綺譚花物語》
- 9《Day Off》



改善漫畫產業體質 循序漸進邁向國際市場

第二個策略是「作品產品化」。《CCC創作集》投稿及編輯陪伴孵育機制，協助同人創作者的原創作品發展成為更成熟的漫畫產品。近年漫畫讀者已大量轉往線上閱讀，將網漫產品化成為重要趨勢。文策院參考已發展成熟的商業模式，於「CCC數位平台」導入直接購買、支持喜歡作品的機制。

第三是「平台數位優化」。文策院將「CCC數位平台」定位為漫畫產業的基礎建設，開放其他出版社或平台上架臺漫，讓內容業者能夠專注經營內容。

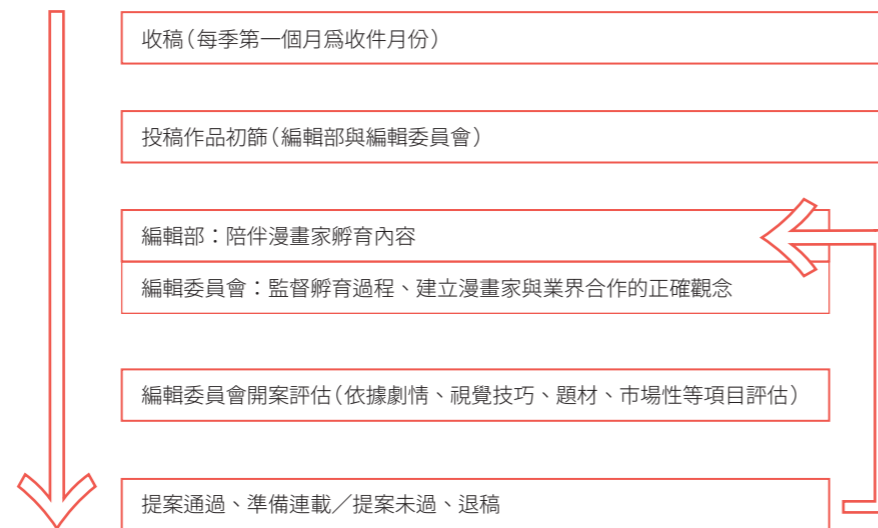
第四是「產業健全化」。目標是比照國外現代化的生產體系，才能加快作品開發速度。2021年「漫畫產業尖兵計畫」在文策院支持下啟動，國立臺灣藝術大學、國立雲林科技大學於2022年正式展開產學合作漫畫實戰課程，目標在於培育漫畫創作者，長遠目標是催生專業漫畫製作公司，讓培育出的人才能有舞台，並促成生產專業化，加速產製。

第五是「結盟國際化」。文策院與日本角川集團(株式會社 KADOKAWA)簽訂合作備忘錄(MOU)，於其網漫平台轉載作品，不僅可共享其產銷體系中影視等上下游及周邊產業的資源，也因此拉抬臺漫的品牌形象，有利拓展其他國家的市場。除了日、韓，文策院也鎖定歐洲及泰國等東南亞國家為目標發展市場，尋找機會讓內容業者可以透過文策院的資源通達到國際市場。

第六是「IP高價值化」。漫畫可發展出如日本哆啦A夢等跨世代、含金量高的長壽型IP，也因改編成其他文化內容產品而擴大消費族群。文策院努力促成IP的一源多用，期望參考日韓成功的商業模式，讓跨領域產業共同投入多元IP的開發製作及行銷。

當消費型態改變，漫畫內容策進已不能單從漫畫產業著眼，必須擴大想像，將其他內容產業納入思考，制定清晰精準的策進策略，才能循序漸進帶領漫畫產業走出長遠的未來。

《CCC創作集》孵育流程



❶《CCC創作集》找來專精臺灣近代植物學歷史的專家，協助監修漫畫家英張《採集人的野帳》內容。

❷為了精準呈現植物特寫的結構與特徵，編輯請植物專家協助審定圖稿，以正確呈現「鳳尾蕨」(左)的葉柄和「臺灣杉」(右)的球果外型。

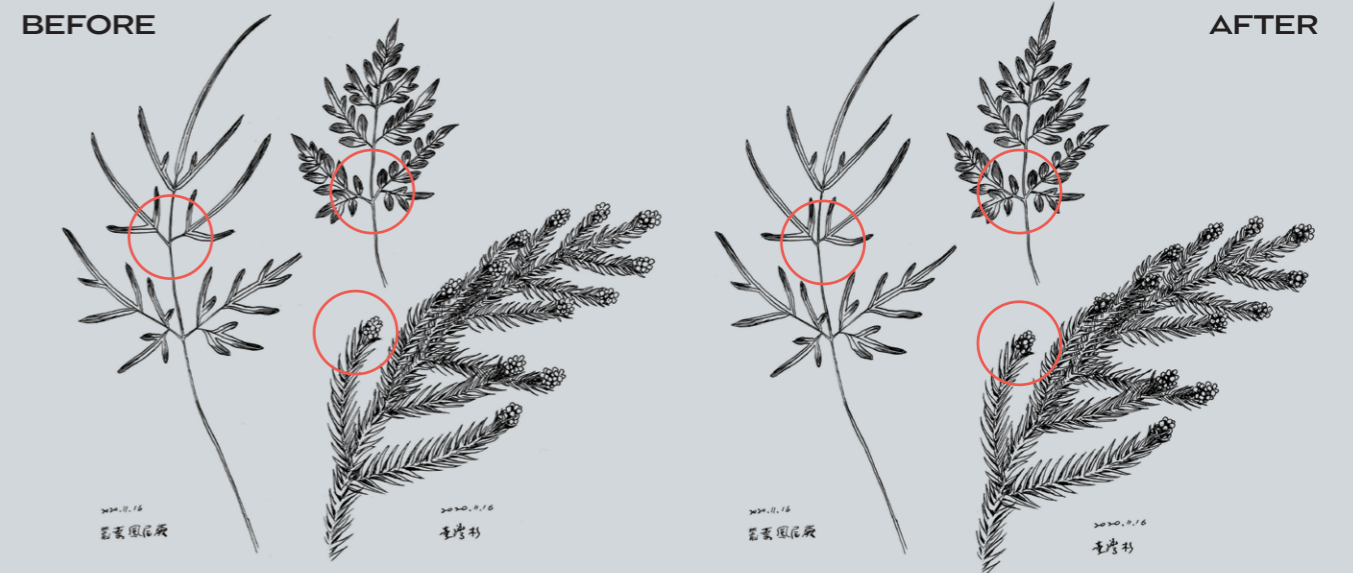
《採集人的野帳》——動員植物專家群 精細考據臺灣植物史的大命名時代

《採集人的野帳》名列總統蔡英文2021年購書清單，也曾擠進博客來2021年年度百大暢銷榜。題材講述日治時期一位叛逆少年不小心將植物學者採集的標本焚毀，而被父親送到植物園以勞力還債的故事。❶

漫畫家英張過去曾接案擔任美術編輯，在編輯植物圖鑑時開始對植物產生興趣，故事經過二~三年醞釀。「我聽植物相關科系的文字編輯說，每一年都有新的植物被發現、命名，這對我來說滿浪漫的。」她發現日本大正時代是「臺灣植物大命名時代」，各國植物學家紛紛來臺，有大量植物被採集、命名，時代背景也可以結合她喜愛的日式建築、和服，漫畫主軸逐漸成形。但她也發現憑一己之力無法進行植物與歷史的考據，遂而帶著提案到《CCC創作集》提案說明會尋求幫助。

《CCC創作集》編輯除了提供英張相關文獻和照片、協助考據漫畫中的服裝、建築等，也找來專精臺灣近代植物學歷史的中研院臺史所博士後研究員蔡思薇，以及林業試驗所植物園組組長董景生等專家協助監修漫畫內容。英張表示，有了編輯協助，才能找到這麼多國家級的專家在製作過程中給予嚴謹的監督指導。加上她住臺南，與專家所處的臺北相距甚遠，必須仰賴編輯居中溝通。溝通的內容包括與專家解釋漫畫劇本的內容和分鏡安排、轉達英張的疑問等，針對植物的特寫也須細細考究，有時甚至必須因為極細微的差異，重新繪製二至三次。❷

2021年《採集人的野帳》第一集出版後，林業試驗所、臺北植物園、出版社蓋亞文化和《CCC創作集》共同舉辦「採集人的野帳漫畫展」，加上專家轉發訊息，吸引不少植物愛好者認識這部漫畫作品，也擴大漫畫IP的受眾。



右頁圖像 © 英張、CCC創作集 / 蓋亞文化

●《異人茶跡》——日本漫畫賞認證 經大量史料考證的臺茶漫畫巨作

《異人茶跡》是漫畫家張季雅創作至今已滿十年的原創作品，刻劃英商約翰·陶德(John Dodd)、華人買辦李春生將臺灣烏龍茶推廣至國際的傳奇故事，推出後受到國內外獎項肯定，2014年以《異人茶跡：淡水1865》獲得金漫獎漫畫新人獎，2021年再以《異人茶跡4：茶迷大稻埕》獲得日本國際漫畫賞銅獎。

創作《異人茶跡》的起心動念，緣起於《CCC創作集》編輯部希望透過漫畫推廣中央研究院的數位典藏資料，讓出身嘉義茶農家庭的張季雅開始思考以臺茶發展史作為創作主題的可能。張季雅回顧十年前的臺漫創作圈，當時刻劃臺灣歷史或在地題材的漫畫不如現在那麼多，她也還未創作過歷史面向的內容，在《CCC創作集》編輯部的陪伴下，富含歷史知識的《異人茶跡》2010年開始在《CCC創作集》連載推出。❶

「歷史資料量很龐大，只靠我一個人不太可能全部吸收。」創作階段除了請教家人或到茶區實地走訪考察，歷史考據也是重要工程，張季雅提及，《CCC創作集》編輯部為她整理陶德、李春生、北臺灣及國際上的重大歷史事件年表，協助把時空背景建構得更立體，讓她方便組織故事。此外，漫畫首重畫面表現，以歷史為基底的作品，畫面細節更需要參考圖像資料，例如製茶工具樣式，但清代圖像資料少，後來是與編輯參考同時期印度和中國使用的樣式繪製而成。

除了史料考據，編輯也會協助確認不同劇情間是否彼此呼應、分鏡的流暢度等。讓張季雅印象深刻的是，編輯還會審視人物的情緒表現是否符合人設，例如春生個性較為沉著冷靜，遇到挫折時若情緒太高漲，會顯得不合理，應以內斂方式呈現。客座編輯顧問張曉彤亦表示：「編輯此時會以第一位讀者的角度，協助漫畫家從另一個觀點看故事，讓他們能把故事更清楚地傳達給讀者，該收的線要收……」而作品推出後曾有學生讀者與張季雅分享，因為看過《異人茶跡》，考試因此填答正確，顯示作品的考據謹慎，也呼應了原先希望透過漫畫推廣歷史知識的創作初衷。



❶《異人茶跡》在進行史料考據的過程中，受到《CCC創作集》編輯的全力協助。

本頁圖像 © 張季雅、CCC創作集 / 蓋亞文化

04 攜手博物館與內容產業，挖掘臺灣文史故事

為系統性的挖掘具臺灣元素之多元類型題材，支持潛力IP開發轉譯，2021年文策院首度舉辦「博物館IP開發媒合會」，邀請與文策院簽訂合作備忘錄(MOU)的6間博物館，以及多家內容業者進行交流，期待能有效創造博物館與內容製作業者的合作機會，將精華館藏所承載的臺灣文化內涵，透過創意轉譯成為具市場性的文化內容產品。

2021年，講述臺灣歷史故事的劇集《斯卡羅》、《茶金》等相繼開播，受到觀眾的喜愛與肯定。然而，根據文策院《2020年臺灣文化內容產業調查報告II：電視、電影、動畫、廣播產業》，2015年至2019年臺灣收視類型前三名分別是浪漫愛情(43.90%)、家庭(31.71%)和歷史傳記(7.32%)，相較之下，歷史題材雖排前三，但作品數量明顯較少。臺灣長期以來缺乏各種時代故事的歷史劇，而這與文史題材不容易開發有關。

內容業者想要製作一部文史類作品，經常面臨多重困難，其中最關鍵是資金與專業知識。製作精良的歷史劇，需要動用巨額資金去重構場景、製作動畫等，盡可能還原時代風貌；另一方面，時代風貌由哪些細節組合而成，需仰賴專業歷史知識，因此開拍前便須進行詳細的歷史文獻梳理及田野調查。

長期以來，內容製作公司不易掌握取得正確的歷史資料及相關研究資源的方式，間接加深了文史題材的開發門檻。有鑑於此，文策院推出「博物館IP開發媒合會」，試圖解決內容業者田調困難的開發阻力，同時展示博物館的豐富故事能量和活化典藏內容之意願，希望提升內容業者將文史題材融入新作品的開發比例。

提升珍藏文物之改編潛力 文策院與博物館偕同轉譯文史文本

2021年，文策院與國立臺灣博物館、國立臺灣文學館、國立臺灣史前文化博物館、國家人權博物館、國立臺灣歷史博物館、國立臺灣美術館等簽署合作備忘錄，邀請各館提供有故事性的重要館藏，並由文策院和各館人員共同進行市場分析、梳理題材和轉譯文本，協助各館製作題材故事包與介紹影片，將各館推薦的文本，製成業界熟悉的提案模式。

經過多次討論與評估，6家博物館合計推出25個潛力改編題材，包括由卑南遺址為素材基礎的奇幻文學，以巫師少女為主角的穿越時空小說，或是跟原住民部落建立跨國界情誼的日本學者、第一個登上奧運舞台的臺灣人、為理想犧牲的政治受難者；畫壇怪傑、近代繪畫大師席德進等故事。時間橫跨臺灣史前、日治時期至2011年，類型涵蓋冒險、浪漫愛情、運動、政治、懸疑等。



配套獎勵措施 強化內容產業與博物館方之合作意願

「博物館 IP 開發媒合會」是文策院「多元內容開發助攻」政策中的最新項目，同樣可以搭配「內容開發專案計畫—劇本開發支持」或「國際合作投資專案計畫」的資源挹注。業者若願意投入開發博物館所推薦的題材，則媒合成功的項目可以申請支持，包括電影長片／影集總製作費3%、紀錄片總製作費10%且最多新臺幣200萬元；動畫總製作費15%且最多新臺幣300萬元的劇本或前導片開發費用。不過，為確認開發品質，一間公司每次以申請一案為原則，順利結案後，始能申請第二案，申請期限為1年。

展望未來，文策院積極串聯具文史專業的博物館方和具生產文化商品能力的業者，從大方向著眼，希望能有效促成文史題材獲得進一步轉化，成為具市場性、廣泛傳播的商品，不僅能讓內容市場更加豐富多元，也讓屬於臺灣的故事發揮影響力，塑造國家品牌，提升國家文化辨識度，2022年也將持續與更多相關單位合作，提供更多豐富題材。從產業運作角度著眼，除了展示館藏精華以外，各館方所擁有的豐沛研究能量亦是值得推薦，如前所指出，內容業者需要專業知識與田野方面的奧援，而如何促成內容業者與館方具體合作，排除文史題材開發過程之重重困難，則是文策院後續要推動的工作。

●讓優秀故事走出博物館 優化整體創作環境

在2021年「博物館IP開發媒合會」中，國立臺灣文學館一共推薦5件潛力改編題材，包含作家如蔡培火、許丙丁、張深切等人之故事；當代書寫如李雙澤的小說《終戰的賠償》、巴代的小說《巫旅》。短短數月間，有3家內容公司對4件題材表達興趣，館方已經簽署2份授權合約，而《巫旅》目前已經進入劇本開發階段。¹

國立臺灣文學館館長蘇碩斌表示，作為臺灣文學界唯一的官方博物館，館方所肩負的使命非比尋常，既要保存珍貴的臺灣文學史，也要協助正在進行中的創作，因此，館方十分重視這樣的合作機會，希望兩類改編對象均獲得影視合作機會，以更動人的方式向大眾述說故事。

蘇館長進一步解釋，有別於出版業者循「出版與影視媒合」管道推薦小說，國立臺灣文學館推薦作家巴代及其創作的用意，是希望背後所蘊藏的卑南族文化、原住民題材獲得彰顯，館方所進行的口述歷史等相關研究成果，也能夠藉機會充分延伸出去。



透過文策院的博物館IP媒合，博物館方與內容業者攜手合作能夠將館藏品進行更多元的推廣，觀眾也可以看到底蘊更加豐厚的影視作品。

——國立臺灣文學館館長 蘇碩斌

至於博物館研究的能量能否與內容產業對接，蘇館長表示樂觀其成。國立臺灣文學館擁有十幾萬件館藏品和多種資料庫，如有必要，館方亦有能力發動更多的田野訪談，作為研究機構，館方進行這些工作可謂駕輕就熟，這部分則是個別編劇或影視公司較難克服的門檻。目前，館方正在密切觀察巴代《巫旅》的影視化過程，若影視公司有任何需求，館方能以適當的方式提供研究支援。反過來，趁著作品改編的過程中，館方可以編列預算，增加資料採集或強化相關研究，甚至是建置新形態資料庫，未來不僅提供學者使用，還能對有改編需求的人員開放。

蘇館長希望，透過文策院的博物館IP媒合，博物館方與內容業者攜手合作能夠將館藏品進行更多元的推廣，觀眾也可以看到底蘊更加豐厚的影視作品。文學作品改編為影視，觀眾因為觀賞影視作品而回頭閱讀文學，博物館趁機建立資料庫，讓更多人利用資料庫進行創作，形成良性循環。許多過去在文史改編過程中所遭遇的窒礙，或許能夠因此解決，讓臺灣整體創作環境更為優質。



¹上圖：巴代的當代書寫《巫旅》已進入劇本開發階段。下圖：臺文館推薦的潛力改編題材「許丙丁的斜槓人生」，呈現刑警許丙丁創作《小封神》的時代故事。

改編博物館精華館藏 產製更豐富的內容產品

首次「博物館IP開發媒合會」所推出的25件潛力改編題材，由國立臺灣博物館、國立臺灣文學館、國立臺灣史前文化博物館、國家人權博物館、國立臺灣歷史博物館、國立臺灣美術館等6間博物館精心推薦，是各館所珍藏的故事或依據文物進行發想的文本創作等。

原住民文化與島嶼歷史 適合開發類型作品

在原住民文化與傳說方面，有國立臺灣史前文化博物館推薦的《風暴之子》、《玦：孿生》，國立臺灣文學館推薦的《巫旅》，皆與卑南文化遺址有關，雲豹和玉玦、祖靈和巫術等內容充滿遠古神秘色彩，適合開發為奇幻、冒險、浪漫愛情電影、劇集、動漫遊戲等。

作為太平洋航線上的重要島嶼，臺灣曾經迎來各方人士的足跡，例如荷蘭人韋塞林(Maerten Wesselingh)、法國軍醫科邦(René Coppin)、英國傳教士李麻(Hugh Ritchie)、日本人森丑之助(Mori Ushinosuke)、日本少年天皇裕仁(Hirohito)等人，他們先後來到臺灣冒險調查、尋找黃金或進行傳教等，期間與本地的人物產生多重的愛恨情仇，故事篇篇精彩，可製作成冒險、動作、戰爭、懸疑等類型作品。

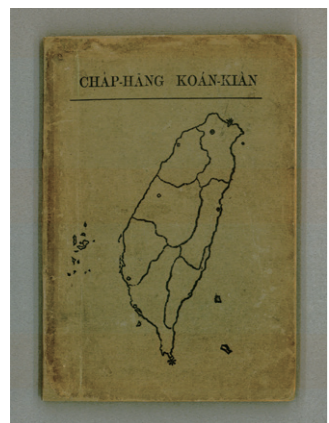
在特殊的歷史情境底下，前輩們的努力與掙扎為臺灣留下珍貴事蹟與貢獻，例如《我的體育生活》講述第一位登上奧運舞台的臺灣人張星賢；《1933禁止放送》講述編劇家汪思明的荒謬講古秀；畫家席德進吞自己的膽汁，與時間賽跑拚命作畫；畫家楊三郎遠赴法國學習繪畫的曲折奇幻；蔡培火在滿清、日本和英國3個帝國縫隙之間發現拼音工具，將白話字推介給不識字的社會大眾；警察許丙丁在辦案之餘撰寫小說；文藝青年張深切環島旅行，拜訪臺灣各地重要人事，最後主導成立「臺灣文藝聯盟」等。前輩們的故事不僅能激勵人心而且充滿著動人的細節，非常值得改編。

時代記憶軌跡 訴說常民集體故事

白色恐怖是臺灣一段無法遺忘的歷史，因名字而無辜受累、一心救人的共產黨員醫師葉盛吉、既坐牢同時也是監獄醫師的陳中統、從馬來西亞赴臺留學的陳欽生、為政治犯奔走的美籍女性艾琳達等，他們的遭遇代表著一個時代的記憶銘刻。

另外，國立臺灣博物館所珍藏的「臺灣民主國國旗藍地黃虎旗」，背後牽涉到1895年臺灣割讓給日本當下的各方人馬相互角力；遭受蔣氏政權軟禁的孫立人將軍及大象林旺的文物，蘊藏著緬甸、中國、二戰等戰爭歷史；木乃伊柯象則關聯到日治時期「木乃伊受審」的荒誕事件。國立臺灣美術館推薦的漫畫《百年爛漫：漫畫與臺灣美術的相遇》，臺灣文學館推薦小說《終戰的賠償》也皆值得注意。^①

以上的潛力改編題材都可在各博物館找到具體的文物和豐富史料，無論是IP的衍生能量或背景知識，均可以支持內容業者進行各式各樣的作品轉化改編。經文策院的媒合，若業者對任何一項IP感興趣而同意投入開發，讓文物不再只是靜靜陳列的型態，讓充滿臺灣文史印記的故事能夠以更多元的型態面向社會大眾，那將是觀眾、博物館、內容產業，乃至整體臺灣社會最大的鼓舞。



① 存在於各博物館的文物和豐富史料，具備改編為內容題材的潛力。由上而下為現典藏於臺博館的「臺灣民主國國旗藍地黃虎旗」、臺史博的《1933禁止放送》、臺文館的《十項管見》。

| 2021博物館推薦文本 |

國立臺灣博物館

- 不歸的旅人—森丑之助
- 建國歪傳：畫虎不成反類犬之臺灣民主國誕生史
- 亞洲最後戰象／將：孫立人與林旺
- 臺灣木乃伊柯象的「死去活來」
- 少年裕仁：生物學家的南國冒險

國立臺灣文學館

- 巫旅
- 我手唱我口
- 許丙丁的斜撞人生
- 終戰的賠償
- 張深切的練習曲

國立臺灣史前文化博物館

- 風暴之子
- 玦：孿生
- 尋找東方金銀島—韋塞林的愛與死

國家人權博物館

- 葉盛吉的未竟之旅
- 我是醫生也是政治犯—陳中統
- 白色恐怖下的白色歌聲—陳欽生
- 美麗的探險——艾琳達的一生

國立臺灣歷史博物館

- 第一位登上奧運舞台的臺灣人張星賢
- 禁止放送！荒謬講古秀
- 被流放的青春，被噤聲的「白色家庭」
- 北圻回憶錄：法國軍醫與臺灣的百年前跨海相遇
- 誰的迦南

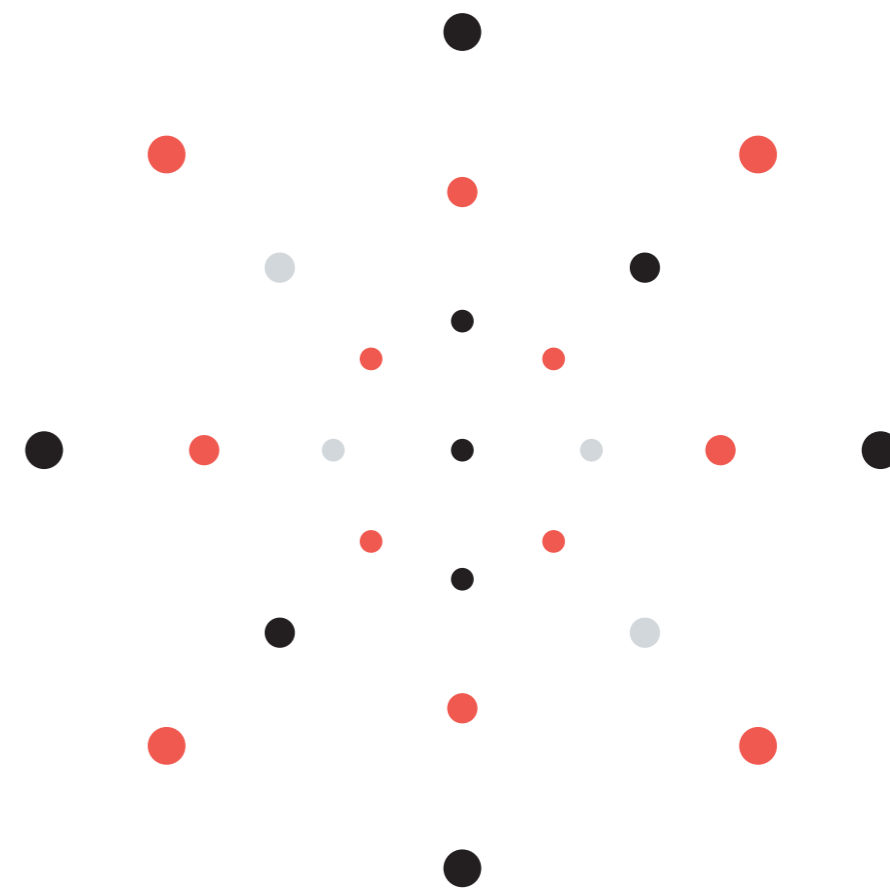
國立臺灣美術館

- 席德進—我的藝術與臺灣
- 百年爛漫：漫畫與臺灣美術的相遇
- 無價之畫：巴黎的追光少年



本頁圖像©國立臺灣博物館、國立臺灣歷史博物館、國立臺灣文學館

國際市場拓展×推動產銷並重



為協助臺灣文化內容產業拓寬國際市場通路管道，文策院積極參與全球指標性商展會、與國際關鍵夥伴進行策略結盟，協助臺灣業者建立國際人脈與開展商機；更透過貼近生活的節慶、藝術活動等造勢，展現臺灣產業優勢及多元文化，提升臺灣文化內容的國際能見度，推動臺灣文化內容產業輸出全球；同時，透過每年舉辦「TCCF創意內容大會」，藉由市場展與媒合推介會等活動，串聯國際買家、臺灣IP製作與銷售端，打造亞洲最大跨域內容展會，促成國際市場銷售可能。

01 策略布局國際市場，促進產銷平衡

臺灣文化內容產業擁有豐沛的產製能量，在催生多元內容產出的同時，文策院也重視產銷並重的平衡發展；由於臺灣本身的內容消費市場有限，如何協助臺灣的原創內容被國際買家青睞、進而透過全球廣大的觀眾市場取得海外營收，成為文策院重點工作之一。為能有效協助臺灣業者進行國際市場拓展，提升國際銷售機會，文策院主動出擊，從作品孵育、策進機制串聯，以及協同業者到國際展會參展，提供對接市場的作品或IP展示、銷售資源，藉此深化與國際業者的交流媒合。

為促進文化內容外銷，文策院以「版權銷售」、「創投合製」、「產業行銷」、「網絡經營」等層面切入，多軌並進，協助產業拓展國際市場版圖。除了協助業者參與出版、影視、授權、音樂等各類型的指標性國際展會，增加與國際買家、業者媒合交流機會；文策院也持續布建國際合作網絡，透過與國際夥伴簽署合作備忘錄(MOU)建立常態性合作關係、推動創投會與提案單元進場方案等，為產業尋找、對接更多國際資源，開展各式合作契機。

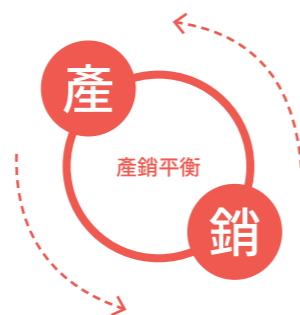
而為協助臺灣業者能夠在廣大的海外市場中，快速且有效的對焦目標市場，提升成交或合作機會，文策院針對不同市場特性，將不同類型作品推向合適的國際展會。為了在國際買家或消費者心中建立強而有力的臺灣印象，提升文化辨識度及好感，文策院透過臺灣館形塑「臺灣品牌」，帶領臺灣各式的優質作品前往全球不同類型的展會。

受到COVID-19疫情影響，許多國際展會自2020年起改採線上或虛實並進方式舉行，使展會的數位服務及行銷策略成為突破距離障礙的成交關鍵。文策院因應趨勢，2021年強化臺灣館的數位參展策略，以線上國際展會業務、數位行銷與線上交流等機制，提供國際買家即時諮詢、轉介服務，並透過多元的行銷手法將作品資訊傳遞給潛在買家與合作方，協助業者在疫情期間能夠持續深化國際市場的銷售業務。

推動產銷平衡

臺灣有自由、包容多元的產製環境，文策院在催生多元內容產製的同時，也積極開拓新的國際銷售通路、促進國際合作、為產業造勢創造國際市場需求，整合國內資源、塑造TCCF展會國際影響力，推動產銷平衡發展。

「Books From Taiwan」選書海外版權交易共計24種語種、31國，橫跨歐美、澳亞及東南亞等地區，總成交數達244筆。



打造「Books From Taiwan」品牌 展現臺灣出版多元面貌

在出版方面，除規劃國際重點展會參展計畫及深化媒合推介交流活動外，更串聯IP Meetup內容媒合服務平台、「Books From Taiwan」臺灣圖書版權推廣計畫等資源，持續優化各大參展項目及擴充出版IP跨域內容，透過各項資源的挹注與整合，以多元方式策進版權媒合的可能性。¹

2020年惟受疫情影響，文策院隨即啟動各大指標性出版展會線上機制。臺灣館參展計畫除新增線上B2B國際版權專業培訓課程，同時進場官方SHOOT THE BOOK單元，並舉辦國際版權媒合專場推介會，買家包含葡萄牙、瑞士、西班牙、立陶宛、巴西、法國、韓國、墨西哥及東南亞等多國。「Books From Taiwan」臺灣圖書版權推廣計畫持續擴充試譯本的製作，創造更多國際交流，希冀透過各類型出版展會為國內業者打開跨界交流與拓展商機的機會。

2021年，文策院以「Books From Taiwan」作為臺灣出版品牌，繼續優化「Books From Taiwan」網站，並首度規劃西語線上展，協助獲選作品對接西語出版市場，拓展臺灣文化內容的國際品牌識別度。在以出版為主體的行銷推廣上，透過社群媒體議題式宣傳、繪本及插畫短動畫等的數位行銷，增加臺灣類型作品的國際能見度。

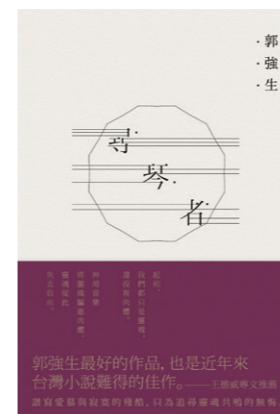
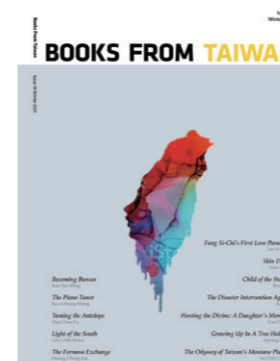
驚艷波隆納兒童書展暨插畫展 臺灣作品大放異彩

全球最大的童書與插畫盛會「波隆納兒童書展暨插畫展」(Bologna Children's Book Fair，以下簡稱波隆納童書展)，2021年因疫情改線上舉行，文策院以「To Live is To Create創作即生活，生活即創作」為主題打造線上臺灣館，除收錄入選與獲獎作品，也包含金鼎獎及金漫獎得獎作品、「Books From Taiwan」臺灣版權交易平台精選的童書與漫畫，同時徵集64家出版業參展、結合線上媒合推介會推薦298件具國際市場潛力的出版品，以多樣化選題和深度思維，凸顯臺灣出版品在視覺、美學、設計、藝術各層次的發展。

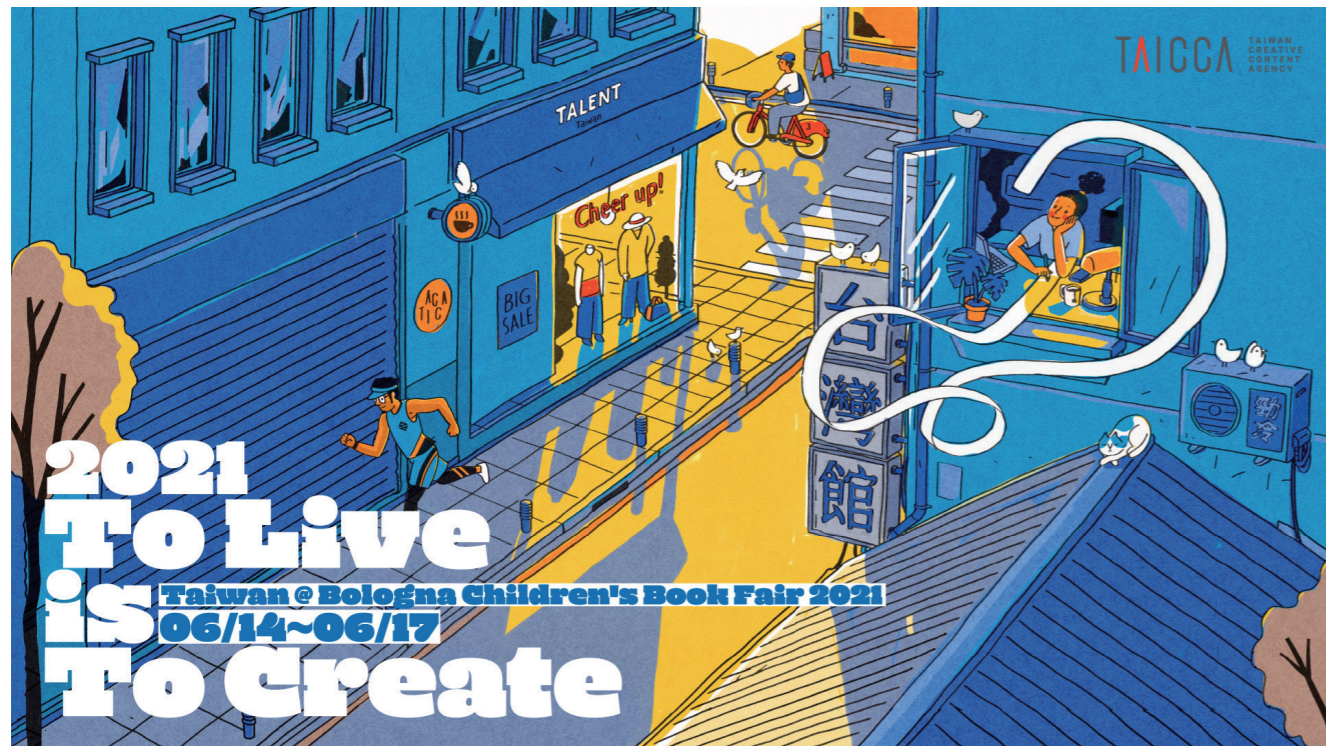
2021年臺灣在波隆納童書展破歷年來最多得獎紀錄，包括插畫家林廉恩《HOME》獲得拉加茲獎故事類首獎、阿尼默《情批》獲「詩歌」主題評審優選獎；卓需欣《樹冠羞避》獲波隆那書展與SM基金會國際插畫家大獎、SM基金會新人大獎。張筱琦、阿文、薛慧瑩、黃一文、卓需欣、戴維君、陳怡今、陳璋璿入選大會插畫展單元；在「兒童觀眾」插畫比賽方面，李品萱與張梓鈞兩人作品獲得評審青睞。文策院更媒合入選「插畫展單元」、「兒童觀眾競賽」的臺灣創作者與動畫特效協會，共同合作插畫轉動畫的多元行銷短片，於國際市場呈現不同的文本閱讀體驗。²³⁴

以兩地連線展會方式 開拓圖像授權跨界交流商機

2021年第11屆「日本授權展」(Licensing Japan)在東京舉行實體展，臺日首創兩地連線展，買家可在海外實體展區現場與當地臺灣館駐館人員透過視訊與翻譯，和臺灣展區的品牌商洽談互動，同時邀請當地授權專業人士組成評選團，推出適合當地市場的圖像品牌參展，透過改變品牌選選模式，促成並落實更多商業開發。⁵



¹上圖：文策院打造「Books From Taiwan」，增加臺灣作品的國際能見度(圖為2021年文學類刊物封面)。下圖：郭強生《尋琴者》作品平面書封；其入選2021年「Books From Taiwan」文學類作品，目前已授權售出美國、法國、韓國、泰國、越南、塞爾維亞、蒙古、中國等8國語種。



2021年臺灣在波隆納童書展大豐收，破歷年來最多得獎紀錄。文策院規劃俟次年疫情趨緩後，帶領有出版品且得獎的創作者與版權代理人至實體展會宣傳暨媒合臺灣作品，槓桿前一年的得獎效益，讓臺灣創作及人才得到更多國際買家與評審的關注。

- 1 卓霽欣《樹冠蓋避》
- 2 黃一文《從前從前，火車來到小島》
- 3 日本授權展「臺灣館開幕式記者會」，臺北駐日經濟文化代表處副代表張仁久、日本角協副理事長東山靖皆親臨日本展會臺灣館現場支持，並同步連線參與臺灣記者會。

文策院除舉辦臺日連線的「臺灣館開幕式記者會」，更與日本角協(CBLA)簽署MOU，挑選出最符合市場喜好的參展圖像品牌，以及邀請LINE貼圖作為臺灣館的合作夥伴，透過合作夥伴推介最具市場喜好的IP，以「Taiwan Content Island」為臺灣館主題，攜手14家臺灣角色品牌參展，共同打世界盃。臺灣館也提供即時翻譯服務，讓參展單位能和日本買家溝通，總計洽商媒合會議為150場，2021年更增加到390場，並獲得海外近百篇新聞媒體報導。

攜手國際重要合作夥伴 連結國際資源與經驗

文策院除接手文化部既有的國際展會，自成立後積極開發各種新商業模式，2021年在影視、音樂與VR都獲得亮眼佳績。

為協助臺灣電視劇集邁向國際市場，吸引更多國際買家及投資合製機會，文策院主動出擊，與歐洲最大電視劇集展「法國里爾Series Mania」簽署MOU，拓展臺灣人才、製作題材等與全世界合作的大門。2021年首次參展，率領23家臺灣影視製作公司、41件劇集作品及提案，以線上臺灣館的形式參與，其中同志愛情音樂故事《第一次遇見花香的那刻》從四十多個國家、462部劇集作品中脫穎而出，入圍「Series Mania」國際影集競賽短形式單元，是大會成立11年來首部入選的臺灣作品；官方專業論壇放映單元方面，則有劇集《大債時代》與《我願意》雙雙入選，在全球21項入選作品中，臺灣就占了2部。

在音樂方面，則與「法國坎城唱片展」(Midem)策略聯盟，並連結到文策學院孵化機制，加速臺灣業者獲取國際參賽經驗及資源，為首度與國外建立B2B展會線上合作的示範案。在音樂科技新創競賽上，Midemlab總監於「TAICCA School×音樂科技新創課」擔任業師，為臺灣團隊傳授音樂技術趨勢及提案技巧。在內容共創合製方面，獲邀參與音樂創作營(Midem Songwriting Camp)的臺灣藝人包括ØZI、孫盛希、陳星翰、呂士軒、持修等人，與全球15位國際音樂人共創合製，成果融入不同文化底蘊及跨國美學，舉辦作品分享會時廣受好評。在「藝人國際出口推廣計畫」(Midem Talent Exporter)部分，李浩璋自全球71個國家中脫穎而出，與音樂製作人史蒂夫·青木(Steve Aoki)等知名業界人士進行交流。

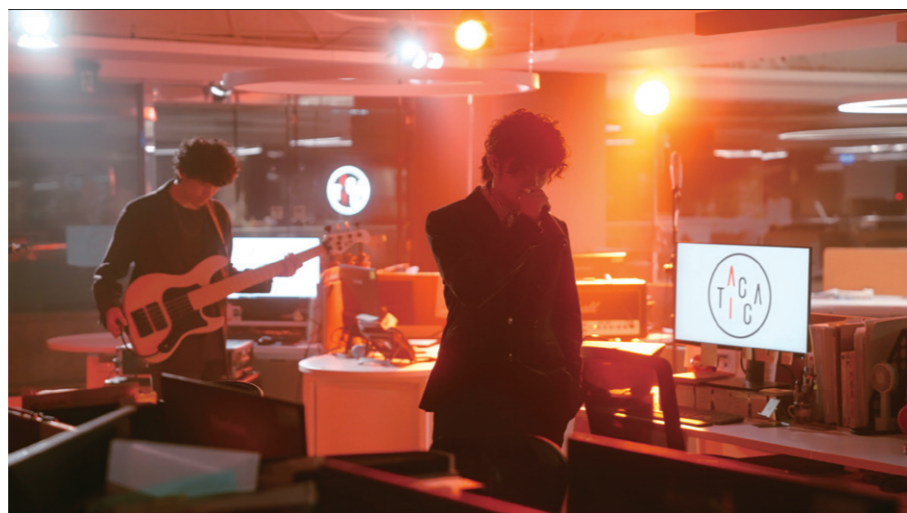
VR創作能量亞洲第一 以軟硬實力打入國際生態系

看好臺灣VR創作與技術能量，文策院從2019年就積極參與「威尼斯影展」的VR主競賽單元，當年入選作品數量為亞洲第一、全球第三；2021年入選作品數量則已與法國並列全球之冠，更讓人驚豔的是，在入選的7件作品裡，有5件是文策院推動的「內容科技應用創新產業領航旗艦計畫」與「文化內容開發與產業領航行動方案」臺灣與國際合製作品，包含《病玫瑰》、《The Last Worker》、《The Starry Sand Beach》、《BEDLAM》及《輪迴》等。

近三年來臺灣VR作品在國際間獲獎豐碩，2021年威尼斯影展期間，策展人麗茲·羅森塔爾(Liz Rosenthal)及迪歐特(Pascal Diot)邀請文策院舉辦以「Taiwan - XR Player One」為主題的論壇，集結臺灣XR軟硬實力的好手，促成更多合作交流機會。



- 6 文策院參與法國里爾Series Mania電視劇集展，打開臺灣與全世界合作的大門。
- 7 李浩璋從全球71個國家脫穎而出、成為Midem Talent Exporter計畫12名入選代表之一(圖為李浩璋於文策院辦公室所拍攝現場演出Showcase)。
- 8 由HTC VIVE ORIGINALS與文策院合作的《病玫瑰》，入圍2021年威尼斯影展VR主競賽單元。



1 插畫家阿尼默《情批》獲得「詩歌」主題評審優選獎。

●波隆納兒童書展——阿尼默臺語詩繪本《情批》獲「詩歌」評審優選獎

插畫家阿尼默在2019年以插圖作品《我曾是棵樹，早已是本書》入圍義大利波隆納插畫展，2020年再以《小鞦》獲得波隆納童書展拉加茲獎青年漫畫首獎，2021年又以臺語詩繪本《情批》獲波隆納童書展拉加茲獎年度主題詩類別評審優選獎。1

已參加兩次波隆納童書展實體展會的阿尼默認為，「參加展會最大的收穫即是打開眼界與見賢思齊，觀摩各地創作者的優秀作品，藉此激盪自己的靈感。」2022年阿尼默從純參訪者搖身一變成爲分享者，在波隆納童書展和聽衆們分享來自臺灣的故事及創作心得，吸引不少國際出版社與創作者參與聆聽。



參加展會可打開眼界與見賢思齊，觀摩各地創作者的優秀作品，藉此激盪自己的靈感。

——插畫家 阿尼默

阿尼默作品由大塊文化出版，爲推廣國際版權，大塊文化副總編輯林怡君也一起參加波隆那童書展。兼具買賣國際版權身分的她，肯定文策院規劃多場臺灣與國際的版權媒合會，邀請各國出版社與版權經紀專業人士互相推介作品，增加合作契機。雖然在媒合會上交換不少名片，但媒合畢竟無法一蹴可幾，期待文策院未來持續多方開拓國際出版的人脈，並舉辦多對多與一對一的媒合會。



透過文策院舉辦的國際版權媒合會，有助於國際出版人脈的拓展，期待未來可規劃多對多、一對一媒合會，增加合作契機。

——大塊文化副總編輯 林怡君

●Series Mania劇集展——

《我願意》兼具在地與世界性 入選官方專業論壇放映

《我願意》是參加文策院2020年「TCCF創意內容大會」的作品，當時負責「Series Mania」策展選片人之一的法西諾(Carlo Fasino)關注到《我願意》的劇本提案，後續等拍攝完成並將前兩集初剪送到展會後，即被邀請到官方專業論壇放映。

《我願意》策劃高珈琳提及，《我願意》先入選金馬創投劇集，而後在文策院與金馬創投會議合辦的「金馬創投會議入選Series×TCCF國際媒合專場」提案，當時Series Mania策展人覺得在疫情下，《我願意》題材兼具臺灣在地獨特性以及世界共同性，讓人產生共鳴，即被邀請到法國參展。她坦言，從提案到製作完成，到參展只剩4個月時間，原本是不可能的任務，後來因爲疫情，展會從3月延至8月，讓團隊多了幾個月時間，在前兩集拍攝完成後立即進行後製，送到展會即入選官方專業論壇放映。高珈琳抱持著學習的心態，展會期間看了不少劇集，一方面可了解歐美串流平台的選片標準，同時也檢視自己的作品取向與品質，以接軌國際市場需求。2



文策學院對獨立創作者幫助很大，善用這些資源，對於不管是提案、籌資、創投媒合等都大有幫助，提升作品被國際伯樂看見的機會。

——《我願意》策劃 高珈琳

●Series Mania劇集展——

《第一次遇見花香的那刻》借國際展會推力 飄香全世界

杰德影音創辦的同志影音平台GagaOOLala與文策院在2020年TCCF合辦「第二屆GOL SUMMIT高峰會」，《第一次遇見花香的那刻》(簡稱花香)為當屆GPS國際提案大會的金獎得主。

杰德影音GagaOOLala執行長林志杰提及，「《花香》殺青後，完成後製剪輯時，時任文策院董事長丁曉菁特別邀請《花香》一起參加Series Mania，沒想到可以入圍短形式競賽單元，成為該影展歷年來首度入選的臺灣作品。」



因為文策院的支持，杰德首次跨出亞洲市場參展，因此獲得更多國際關注，行銷上如虎添翼。

——杰德影音GagaOOLala執行長 林志杰

「Series Mania是歐洲最大劇集展會，有了入圍光環的加持，行銷上如虎添翼。」他笑著說，入圍後獲得國內外媒體報導達三百多則，也獲得各類國際影展，諸如洛杉磯、舊金山、倫敦、慕尼黑、雪梨、東京等地邀約參展與入圍，同時也獲得《Variety》雜誌評為2021年最佳國際電視節目之一，與《魷魚遊戲》、《海岸村恰恰恰》等知名影視作品齊名。《花香》目前已被西班牙獨立電影平台Filmin購買西班牙與葡萄牙的版權，將在當地平台播放，此外也被韓國相中。

《花香》入圍Series Mania後，獲得世界各國新聞曝光，為GagaOOLala開臺迄今表現最好的女同志作品，吸引全球付費會員。看好《花香》持續穩定的吸引更多國際關注，除了預備開拍第二季外，也將出版圖書與推出周邊商品，擴大IP跨界的商業價值。

02 鎖定重點市場主動出擊，為臺灣文化內容產業國際造勢

國際文化宣傳主要透過貼近生活的娛樂內容，提升他國人民對臺灣文化群體的識別與形象認知，進一步產生愛好興趣而驅動追求流行、飲食、觀光等其他經濟體驗，創造產值效益。為擴展臺灣流行文化(簡稱臺流)的海外市場，文策院透過行銷活動增加目標市場消費者對於臺灣內容的熟悉度，進而創造對內容作品的需求及商機。

文策院於2021年首度於海外舉辦面對大眾市場的行銷宣傳活動，針對目標地區市場通路擬定策略，結合當地重要組織、知名通路及藝文活動，以多元方式行銷臺灣原創作品，擴散臺灣魅力並進一步推動文化產業輸出。

透過影視內容、影展與書展 連結歐美市場

在北美市場方面，文策院與洛杉磯臺北經濟文化辦事處臺灣書院(Taiwan Academy in Los Angeles)合作舉辦「第三屆臺灣電影雙年展」(Taiwan Biennial Film Festival, TBFF)，推出長片、短片、紀錄片及劇集等20部作品，於美國洛杉磯以實體及線上模式舉辦，首日於好萊塢知名TCL戲院進行《當男人戀愛時》全美首映，並播映導演殷振豪映後訪談影片，與洛杉磯當地觀眾分享創作心路歷程。隨著近年OTT產業發展興盛，市場對具國家特色的影劇作品需求上升，文策院藉由協辦本次影展，推薦不同類型，反映臺灣視角及社會議題的作品，向北美文化內容消費市場介紹臺灣文化內容的深度與多元性。在行銷效益上，雙年展實體開幕暨開幕片放映活動共有351位洛杉磯影視產業人士與貴賓共襄盛舉，線上影展放映總計近千次觀看紀錄，數位行銷曝光總量達1,350萬次，成效亮眼。

在西語市場，則有墨西哥瓜達哈拉國際書展的前導行銷活動，結合線上與實體參展，強化整合行銷，規劃「Books From Taiwan」西語版搶進西語出版市場。以具國際市場潛力與在地特色為方向，精選出33部優秀作品，協助翻譯製作西語書籍介紹，同時製作13部英、西雙語「繪本行銷短動畫」，將圖像作品搭配西語發音以動畫形式呈現，增進當地民眾認識臺灣作品。

在歐洲市場方面，文策院參與「第七屆義大利羅馬國際影視內容市場展」(Mercato Internazionale Audiovisivo, MIA)，為大會認定第一個參與的亞洲國家級機構。透過臺義連線「早餐產業交流會」，向現場來自全球的製片、電影公司及相關人士，推薦臺灣影視後製優勢與國際合製案例，持續推動國際合作投資方案，擴增國際合資或合製的製作案，提升臺灣內容在國際市場的市占率。

經由文策院「臺灣漫畫夜市」與「TAIWAN AUDIO COMIC EXPO. - 音も楽しむ台湾コミック-」主題展推廣活動，目前已成功賣出《用九柑仔店》、《Day Off》、《蘭人異聞錄》等超過五部漫畫之日文版權，更有多部作品洽談中。

以「臺日友好」漫畫主題展 開拓日本市場

臺日之間長久以來關係密切、互動良好，在文化的行銷推廣上能夠呈現更靈活多元的策略方法。除了延續2020年與駐日臺灣文化中心合作舉辦「臺灣漫畫夜市」，於2021年推出「TAIWAN AUDIO COMIC EXPO. - 音も楽しむ台湾コミック-」漫畫主題展，也於同年8月在東京舉辦「腦內旅行臺灣」(脳内トラベル台湾)系列活動，讓日本民衆對臺灣文化有更深一層的認識。

「TAIWAN AUDIO COMIC EXPO. - 音も楽しむ台湾コミック-」漫畫主題展邀請10位臺灣漫畫家繪製「臺日友好」主題彩圖，回應日本臺灣交流協會舉辦的「謝謝臺灣! 日本漫畫家感謝簽名板展」之系列繪作，並規劃「漫畫有聲音」線上展覽，將10部原創漫畫結合臺灣人氣聲優與音樂作品轉譯為有聲形式的短影片，包含《閻鐵花》、《送葬協奏曲》等人氣作品上架至YouTube頻道，為臺灣漫畫找尋在日本市場的商機。

「臺灣漫畫夜市」與「TAIWAN AUDIO COMIC EXPO. - 音も楽しむ台湾コミック-」漫畫主題展後，多家日本出版社積極接洽，在文策院推介下，成功賣出《用九柑仔店》、《Day Off》、《蘭人異聞錄》等超過五部臺灣漫畫版權，目前更有多部作品正在洽談中。

「腦內旅行臺灣」系列活動 跨海傳遞臺式魅力

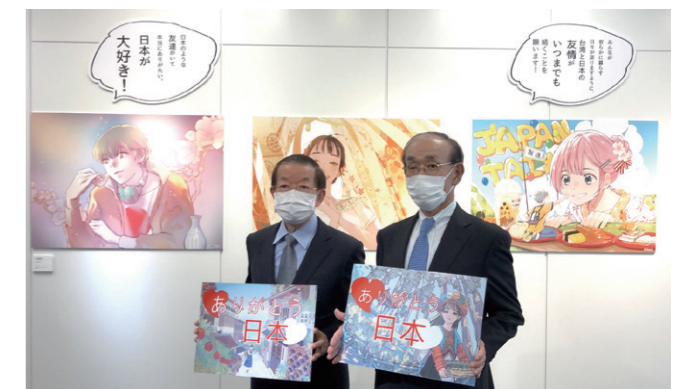
根據交通部觀光局統計，2019年日本來臺旅遊人數突破兩百萬人次新高，顯見日本人對臺灣的好感和喜愛。受疫情影響而無法實體國際旅行的情況下，文策院規劃「腦內旅行臺灣」系列活動，與臺灣成功進軍日本的「誠品生活日本橋」，東京下北澤的獨立書店「本屋B&B」，以及日本最大規模次文化流行中心「所澤SAKURA TOWN」內的「DA VINCI STORE」3家書店合作，每間書店設置專區，依照書店風格與客群，展出相對應的臺灣書籍與雜貨品牌。像是吳明益的《複眼人》(KADOKAWA)、紀蔚然的《私家偵探》(文藝春秋)、李則攸與巫尚益的《返校 影集小說》(KADOKAWA)等近期在日本發行的臺灣作品在內，總計逾五十部臺灣相關書籍，以及十家以上的臺灣雜貨品牌。①

除了主題專區，活動期間還舉辦4場講座，邀請在日本極具人氣的行政院政務委員唐鳳、直木獎作家乃南亞沙、聲優兼散文作家池澤春菜、「本屋B&B」書店經營者兼選書人內沼晉太郎等熟悉臺灣文化的人士擔任講者，透過交流對談，向日本民衆介紹臺灣的文化內容。②

本次活動後續效應，以「DA VINCI STORE」書店為例，配合此次活動特別上架臺灣文學作品，原定半個月的展期，九成以上的書籍卻在不到一週就售罄，也因此讓當地通路了解到臺灣文學作品在日本市場的發展潛力。

「腦內旅行臺灣」於東京書店推廣臺灣出版作品的行銷效果顯著，日媒採訪新聞露出達185則(包括電視節目專訪片段)，線上講座4場近千人同時上線觀看。與日本知名時尚藝文雜誌《PEN》、角川集團Da Vinci News合作廣編報導，點擊率超過平均302%、SNS分享超過平均203%。

未來文策院將針對行銷目標國家進行調查，了解該國民衆喜歡流行文化的類型，再輸出針對其喜好的文化內容，藉此提升進入該市場的機會，針對該國對臺灣的了解及對流行文化的偏好，結合當地組織與通路，將臺灣行銷到世界各地。



「漫畫有聲音」線上展覽作品

- 常勝《閻鐵花》(大辣文化)
- 韋蘿若明《送葬協奏曲》(蓋亞文化)
- 穀子《無能戀愛諮商中心》(CCC創作集)
- 楊基政《請聽我的聲音!!》(東立出版社)
- 拆野拆替、胚謎pemy《第九號愛麗絲》(威向文化)
- 小猫猫《守娘》(蓋亞文化)
- 英張《採集人的野帳》(蓋亞文化)
- Gene《世界末日也要和你在一起》(長鴻出版社)
- 每日青菜《Day Off》(留守番工作室)
- 小杏桃、灰野都《3次元男子戀愛攻略》(尖端出版)



① 文策院攜手日本3家書店推出「腦內旅行臺灣」系列活動。

② 駐日代表謝長廷(左)與日本臺灣交流協會理事長谷崎泰明(右)一同出席漫畫主題展。

③ 「漫畫有聲音」主視覺。

掃描看「漫畫有聲音」精彩作品



「腦內旅行臺灣」首場講座在誠品生活日本橋舉辦，由行政院政務委員唐鳳打頭陣，臺日連線透過網路視訊主講了「文化多樣性と台湾」(多元文化與臺灣)，主講內容雖然不是從品牌或作品的角度出發，而是介紹臺灣融合許多不同地域與族群文化，不過因為唐鳳被日本人譽為天才IT大臣、在日本擁有超高人氣，這場直播受到關注，線上活動吸引了將近六百人參加。❶

日本橋自日本江戶時代起就因商業發展而更加繁榮快速成長，2019年誠品生活進軍日本，第一家就選在日本橋展店。誠品生活秉持著以「Books, and Everything in Between.」(書與非書之間)的概念為基礎，希望打造一個孕育閱讀與文化交流的場域，並藉此做為傳遞臺灣文化的媒介，讓日本民衆感受到，這是一處能感受到因知識帶來雀躍心情的地方，同時也是展現臺灣豐沛文創能量的場域。以文創品牌「誠品生活EXPO」為例，其中展示很多臺灣味十足的手作、雜貨、食品等，希望讓日本人認識臺灣老字號的原創商品。❷

誠品生活日本橋觀察，喜歡臺灣的日本人對臺灣的印象多是「美味」、「可愛」、「夜市」等，由於展店隔年即遇到新冠疫情，日本民衆無法出國，大多顧客皆抱著「明明好想去臺灣但是去不了」的心情到訪。因此在「腦內旅行臺灣」的選書與相關活動上，希望可以傳達給日本民衆的是，比他們原本既定的臺灣印象更為豐富的文化內涵，可展現臺灣與日本的連結，以及臺灣在接受多元文化方面有更深層的魅力，透過活動向參與者傳達臺灣文化的多元性。



❶ 文策院邀請行政院政務委員唐鳳擔任講者，向日本民衆介紹臺灣文化。

❷ 「腦內旅行臺灣」以誠品生活日本橋為主會場，展出臺灣相關書籍。

03 匯集優質內容，創造國際交易機會

為將國際買家與臺灣內容製作與銷售端對接，促成國際市場銷售可能，文策院舉辦「TCCF創意內容大會」，打造國際級商務展會，主動搭建國際市場通路。透過「內容交易市場」、「國際趨勢論壇」，以及搶先布局未來內容商機與提供大眾體驗的「未來內容展」三大區塊，搭配「接下來練習場」與「花園練習」周邊串聯活動，「TCCF創意內容大會」為臺灣業者提供版權交易與國際交流的舞台，藉由創投單元與媒合推介會等機制，搶攻全球內容市場新藍海。

文策院接手自文化部移轉之「臺北國際電視內容交易及創投媒合會」、「出版與影視跨產業媒合會」、「文化科技論壇」，整合三大活動升級為國際化的「TCCF創意內容大會」(Taiwan Creative Content Fest, TCCF)，為臺灣首次整合影視、出版、動畫、新型態內容等業者及作品之大型跨域商業交易展會。❶

文化內容產業的發展正遭逢嚴峻的變革，特別是娛樂媒體因科技快速發展及疫情影響等因素，線上串流平台、遊戲業者、社群網絡正迎來近年最快速的成長期，版權交易生態與過往已經大為不同，各項應用與科技進步緊密扣合著未來內容產業發展的新趨勢。「TCCF創意內容大會」快速對應產業變遷，以臺灣原創內容為核心，擴大IP跨域應用和交易機會，匯聚年度內容產業精彩的作品及提案，透過國際推介、金馬創投劇集和動畫推薦，助攻產業集資、媒合國際市場交易。

三大區塊展現產業實力 媒合交流開拓商機

內容交易市場徵集國內外買、賣家舉行內容交易展示及一對一洽商(線下/線上並行)，促成電影、電視、動畫產業相關的內容版權交易及製作提案。在影視產業外，同時匯集出版、漫畫、表演藝術、遊戲產業等領域的IP跨域授權改編；除了促成版權與改編版權交易，還辦理提案媒合創投會議，協助業者於製作前期即對國內外買家提案並募資到位。同時，文策院也整合文化新創加速推進計畫、內容開發專案計畫與國際合作投資專案計畫等機制，協助內容交易市場參展業者累積投拍人與投資人人脈，並在TCCF辦理精準交流，目標打造跨域的商務交流平台，推動文化內容產製對接全球市場。

近年「元宇宙」(Metaverse)話題不斷，被喻為是下一世代的internet(網路)，勢將改變人們的生活型態。未來內容展以「Metaverse Playground 未來宇宙遊戲所」為策展主軸，規劃15項沉浸式體驗作品與超過二十場主題活動，瞄準全球前瞻內容商機，布局未來內容全球合製網絡。透過多元支持方案、跨國媒合活動與國際展會合作，輔助業者嘗試未來娛樂內容原型，協助國內文化內容業者進入全球產製生態系，並透過高品質展覽，規劃講座、展演、大師創作歷程及最新跨域趨勢等分享，帶動投資話題與大眾興趣，促成文化內容轉型升級並促進產業規模化。

國際趨勢論壇同樣從「元宇宙」出發，邀集國內外科技、文化、投資等不同領域專家進行跨界討論，共同思考臺灣文化內容產業的發展與轉型；此外，分場論壇也涵蓋IP國際化及市場化議題，以及展演型態的各種轉變，提供各界對文化內容產業更廣闊的視野。

2021年TCCF邁入第二屆，不僅參展作品件數大幅增加，吸引國內外業者熱烈參與，論壇議題及內容豐富度也更勝以往。文策院希望將TCCF打造成產業跨域交流與交易的新型態平台，吸引國內外產業相關人士參與，創造臺灣文化內容於世界級市場彎道超車的契機，以期打造TCCF成為亞洲領航的重要內容市場交易展會。

內容交易市場 多元類型作品匯集，助攻臺灣IP賣向全球

內容交易市場分為兩大部分，包括完整作品的版權交易，以及在企畫階段的媒合推介會。2021年內容交易市場擴大提案會規模，除了增加場次，類型也較以往多元，7場媒合推介會由文策院攜手金馬創投、富邦文教基金會及影音平台GagaOOLala共同合辦，依IP作品類別區分為劇集、長片、動畫、兒少、LGBTQ+等專場，讓投資方更能精準找到投資標的。^{2④}

2021年參與的提案作品數量由前一年度的15件上升至60件，匯集臺灣潛力影視企畫案作品，題材也十分多元，囊括犯罪、驚悚、恐怖、家庭、愛情、冒險、奇幻、喜劇、戰爭、歷史、LGBTQ+等各類型題材，展現臺灣豐沛的創作能量及創作自由度。

在劇集與長片專場，主要挑選當年度已與文策院簽訂合作備忘錄(MOU)的合作夥伴，串接劇本開發與文策學院等機制，以陪伴員的概念陪同創作者從孵化作品，到TCCF舞台展示，提供有開發潛力並具備國際合製能力的製作團隊進行提案的機會，創造被國際看見與合作的可能性。

創投單元與媒合推介會精準分眾 貼近國際買家及市場需求

在7場媒合推介會中，有3場為2021年首創。首先是「國際買家願望清單」專場，邀請兩位國際級買家及投資方——香港電視娛樂公司ViuTV董事兼總經理魯庭暉、韓國CJ ENM東南亞區域公司CJ ENM HK董事總經理鄭星勳——做反向提案，以線上方式分享國際市場的需求及產業脈動，以及國際合作夥伴找尋標的取向及投資策略，提供創作者在未來創作與進軍國際市場的參考。

其次是「Project to Screen: Animation動畫提案」專場，除已經與文策院簽訂MOU的夥伴外，也同時採取公開徵件，邀請國際評審評估各案的國際市場性，透過展示精彩的企畫提案與現場互動，進一步與國際市場接軌。值得一提的是，本專場的入選作品《肉肉園》，以及入選TCCF與金馬創投合作的「金馬創投會議入選Series TCCF國際媒合專場」作品《魁寶》，雙雙入選2022年3月全球最具指標動畫創投的亞洲動畫高峰會(Asian Animation Summit, AAS)，透過AAS的國際動畫創投媒合舞台，向全球買家提案爭取合作，加速臺灣作品從亞太地區打入全球市場。



① 副總統賴清德出席TCCF及參觀未來內容展。②③ 內容交易市場實體參訪突破六千人次。

2021年TCCF內容交易市場參觀人次達6,450人次，其中進場參觀5,398人次、商務中心412人次及媒合推介會進場640人次。

第三場為與富邦文教基金會合作的「兒童節目孵育計劃」專場。富邦文教基金會2018年籌辦首屆「臺灣兒童節目影視內容孵育計劃」，關注兒童節目的內容產製。2021年的合作專場進行歷屆孵育計畫作品首映，以及劇本故事與紀實節目提案，希望號召更多關心臺灣兒少影視內容的業者製作更多元的節目。

作品數量及類型創新高 延伸交易金額破紀錄

在完整作品的版權交易方面，參展作品創新高，包括國內127家及國外7家的賣家參展，參展IP數量共計716件，類型包括電影、劇集、節目、動畫、遊戲、漫畫、出版、未來內容、表演藝術等，為擴大臺灣原創文本、漫畫改編應用，文策院也透過線上精選書單推介，創造出版、漫畫與影視跨域媒合，更多可能改編成影視作品的機會。買家方面，則有來自24個國家地區、共771位參與，預估延伸交易金額達3,600萬美元(突破新臺幣十億元)，超越前一屆紀錄。

TCCF內容交易市場成效

2021年TCCF創意內容大會迭創佳績，不論是參與國家、參展單位及參展作品數都較前一年增加，且國際買家及實體展會參訪人次更是表現亮眼，業者自評預期延伸交易金額達3,600萬美元。

	2020年	2021年
參與國家數	22	24
參展單位數	75	134
參展作品數	262	716
國際買家數	272	771
實體參訪人次	6,185	6,450
業者自評預期 延伸交易金額(萬美元)	3,200	3,600

國際交易亮點

- 杰德媒體中心《聽不見的距離》、《無邪》、《小光》版權銷售日本。
- 三立《一家團圓》獲新馬客戶下訂。
- 三立、臺視共同出品的《全明星運動會》獲香港客戶青睞。
- TVBS《有生之年》、《親愛壞蛋》獲海外客戶投資意向，並與國際平台洽談版權；《機智校園生活》吸引多國買家洽談。
- 東森電視《神之鄉》獲日本客戶購買意向、《2049》版權銷售港澳、《稍息立正我愛你》等經典戲劇版權銷售泰國。

IP Meetup線上媒合平台 延續內容交易市場買氣

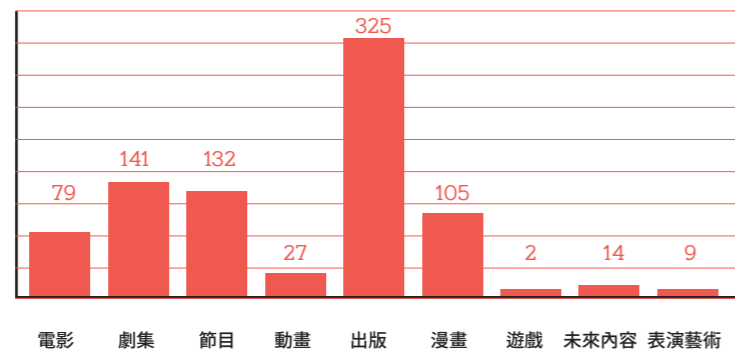
為延續內容交易市場的交易買賣能量，協助產業間的媒合交流可以持續不斷，文策院推出臺灣唯一的跨域IP版權交易平台「IP Meetup創意內容媒合交流平台」，為各類型的文化內容作品、提案，或產業專業人才提供常態性的媒合服務，讓好作品、好人才被市場看見。

以往文化內容產業多在各自領域尋求優秀作品或人才，較少有機會進行跨域交流，尤其是與國際市場的連結，IP Meetup提供國內外內容業者及創作者展示最新作品與提案，匯聚各類型創意內容，涵括電影、劇集、節目、動畫、出版、漫畫、遊戲、未來內容、表演藝術等834件作品，有興趣的買家可以根據版權分類(電影、劇集等九大類)來做進一步篩選(如體裁規格、類型風格、製作狀態、分級、目標客群)，找到適合的合作機會。

延續TCCF實體展會的熱絡氣氛，IP Meetup在TCCF活動期間促成媒合會議預約場次288場，讓國內外買家可以不受疫情、距離限制，進行線上媒合洽談；更成功將線下專業人士與買家帶到線上——截至2021年12月底，平台會員人數達4,065人，公司203間、專業人士626名、作品數834件，促成IP跨界轉譯、影視改編，對接國際內容買家，滾動799件作品參與媒合相關活動。

IP Meetup創意內容作品數 (至2021年12月)

截至2021年12月底，IP Meetup作品數達834件，其中出版類作品數量達325件。



未來內容展 飽覽元宇宙應用趨勢，體驗未來內容無限可能

文化內容產業的發展，與科技進步及消費者習慣改變緊密扣合，近年更因COVID-19疫情影響變動快速。文策院為協助更多業者掌握發展趨勢，透過在TCCF期間舉辦未來內容展，匯集最新的前瞻應用技術、國際合製產品及潛力商業模式，探索文化內容產業未來的無限可能。

2021 TCCF未來內容展為2021年亞洲最大跨域沉浸式內容展，以「Metaverse Playground未來宇宙遊戲所」為主題，攜手奧地利林茲電子藝術中心(Ars Electronica Center)與高雄VR體感劇院(VR FILM LAB)等海內外具代表性的「沉浸式內容」品牌，並整合未來內容產業鏈業者，打造5G VR串流體驗，讓民眾一次飽覽國際等級的作品。

以往一些好的未來內容，受限於目前VR頭戴式顯示器尚未普及，以及沒有好的展示場域而被束之高閣。透過5G VR Cloud平台整合產業鏈上的CPND業者，將28部VR影片透過8K VR線上影院建構，提供民眾隨選隨看的體驗服務。



文策院副院長 張文櫻

本次展區探討未來的內容體驗經濟，共分四大區塊，以「蟲洞」與「無限球」做為進出口意象，引領參與者做遊戲化的虛擬自我旅行呈現，入口處為「蟲洞」走廊，進入後依序體驗「Avatar Galaxy沉浸宇宙區」、「Magic Forest魔幻森林區」、「Fun Backyard放後院」，以及「Octans Space南極座空間」。

5G VR Cloud串起未來內容產業鏈

與2020年相比，2021年的未來內容展在作品選擇上以反映市場需求及國際化為目標，推動前瞻示範案例，協助業者尋找可行的商業模式，展現未來內容變現可能性。

隨著5G時代來臨，為了讓民眾感受到5G與VR的加乘效果，文策院整合未來內容產業鏈關鍵夥伴，包括高雄VR FILM LAB、Funique VR、中華電信、HTC VIVE與國立臺灣美術館，打造首個5G VR串流體驗服務。透過8K VR線上影院建構，打造居家情境體驗環境，讓民眾感受在家就可隨時追VR的未來娛樂新想像。

未來內容產製時常遇到技術與文化內容兩端的磨合，再加上通路尚未成熟，導致產品缺乏變現機制。「5G VR Cloud」計畫整合了內容、電信、平台、硬體及場域等上下游能量，提供消費者完整便利的未來內容觀影環境及優質的VR內容，希望藉由5G VR Cloud泛娛樂元宇宙應用的超前實驗示範，帶動消費者VR觀影的風潮，除了激發內容與電信業、軟硬體平台業及場域經營者跨域合作外，也能進一步協助市場機制的形成，包括合作授權金(促成新興平台與內容業者授權合作)，以及創作者經濟(建立未來內容產業回饋機制，創造創作者經濟)等，打造未來內容的新商業模式。

5G VR Cloud匯集28件沉浸式作品，內容類型橫跨教育、藝術、劇情、驚悚、動畫、人文歷史及博物館等多種面向，如文策院孵化支持並入選威尼斯影展VR單元的《病玫瑰》、國立故宮博物院藏品《百駿圖》、《富春山居》、《坤輿全圖》、國立臺灣美術館典藏作品《蓮池》等。民眾只要在國立臺灣美術館、高雄VR FILM LAB及中華電信全臺10間應用服務體驗門市等示範場域，戴上VR頭戴式裝置，就能隨選觀看精彩的作品。



未來內容展體驗文化內容無限可能。



臺灣VR作品《輪迴》及《病玫瑰》獲國際肯定

展覽的作品除了集結元宇宙概念內容體驗外，也同步展出多部獲國際肯定的臺灣原創VR作品。

新媒體藝術家黃心健《輪迴》，以「具身認知」為概念核心，透過身份轉換，帶領觀眾反思及探索生命的本質。《輪迴》Ep1獲得2021 SXSW虛擬劇場評審團最大獎、法國坎城電影市場展最佳VR敘事大獎，作品完整版入選2022威尼斯影展及安錫影展VR獎項，並榮獲2022薩格勒布國際動畫影展最佳VR及2022奧地利林茲電子藝術節榮譽獎，屢獲國際肯定。

入選2020威尼斯影展創投單元及2021威尼斯影展VR單元，由HTC與旋轉犀牛原創設計工作室共同製作的《病玫瑰》，以未來內容展做為亞洲首展。《病玫瑰》為全球首部結合傳統捏麵人技藝，逐格拍攝而成的VR作品，全劇打造35個角色、十幾個場景與建物，上萬複合媒材組件全為捏麵手作，展現老技藝結合新科技的意義。故事講述在疫情肆虐的年代，小女孩帶著一朵魔法玫瑰，穿越充滿病毒和冷漠的城市，將玫瑰獻給在醫院守護生命的媽媽。

《輪迴》及《病玫瑰》為文策院2020年「文化內容科技應用創新產業領航旗艦計畫」支持孵化的作品，顯示出文策院積極透過多元支持方案、跨國媒合活動與國際展會合作，協助文化科技業者進入全球未來娛樂產製生態系的努力。⁵

效法林茲電子藝術中心 逐步打造產業生態系

文策院首度與全球規模最大且歷史最悠久的林茲電子藝術中心合作策展，進行品牌聯名，為林茲電子藝術中心策展作品首度落地臺灣。由林茲電子藝術中心藝術總監馬汀·弘茲克(Martin Honzik)以「新數位下的真實」為題，精選土耳其與英國等3位藝術家帶來3種不同的藝術理念，以投影及聲響效果呈現沉浸式體驗，向臺灣民眾分享數位科技創造出的新現實存在著挑戰、風險和契機，人類必須深思與因應，才能夠使新創造出來的現實對自己產生助益。

位於奧地利的林茲，因舉辦探討科技與藝術關係的林茲電子藝術節而打出名號，逐漸成為奧地利數位科技裝置大城。林茲電子藝術中心不但舉辦國際電子藝術大獎，也因與數位科技、數位藝術產業及學界維持良好互動，對於業界產品開發與學校教學環境帶來良好循環，而形成一個生態系。

文策院期許未來扮演如林茲電子藝術中心的角色，學習林茲在當地創造生態系的模式，協助臺灣未來內容產業打造生態系，如同5G VR Cloud平台將相關業者都串聯起來，協助未來內容製作與策進商業模式，讓產業發展更成熟。未來文策院將與林茲電子藝術中心長期合作，透過聯名策展或人才交流等方式，增進與更多國際展會的互動及擴散效應。⁶

⁵ 未來內容展體驗文化內容無限可能。

⁶ TCCF周邊活動「花園練習」。



⑦《輪迴》以「具身認知」為概念核心，透過身分轉換，帶領觀眾反思及探索生命本質。
 ⑧文策院首度與林茲電子藝術中心合作，展出以「新數位下的真實」為題的多件作品。

《手的延伸，掌的傳承》運用科技保存傳統技藝

文策院除了為產業打造生態系外，也積極與大專院校合作，透過各種多元合作，做為產官學界的橋梁。此次展出的《手的延伸，掌的傳承》，即是國立陽明交通大學資訊工程學系講座教授林一平改良機器手臂，藉此保存幾乎消逝的布袋戲技藝。

隨著布袋戲式微，讓老一輩操偶師的寶貴技藝也逐漸失傳，這項作品主要是以穿戴式體感手套的仿人機器裝置，運用物聯網 (IoT) 技術再現於仿人機器裝置上。當民眾戴上手套擺動手掌時，手套就會記錄手部動作並傳送到一旁的布袋戲偶，讓它隨著手部的姿勢做出一模一樣的動作，彷彿布袋戲偶內有個手掌在內操作，不僅可以當下展現，更能進一步把動作數據化並記錄下來，以再次呈現。

若是黃俊雄大師或其他資深的操偶師使用這套設備，就能記錄下每個動作，對於布袋戲傳統文化的技藝保存與學習，有莫大助益。這項作品希望透過新科技應用讓傳統布袋戲的藝術文化價值得以延續傳承，生生不息。⑨

國際趨勢論壇

內容與科技產業大合擊，搶先布局元宇宙商機

國際趨勢論壇結合時下最夯的「元宇宙」浪潮，針對虛實整合場景對內容產業的影響，探討未來內容產業正在浮現的商業模式。同時聚焦IP的產業化與國際化、展演型態的各種轉變等議題，協助業者掌握國際趨勢脈動。

此次論壇邀集近五十位國內外具科技、文化產業、新創應用、投資等背景之講者進行10場專題對談，探討跨域商業模式、IP應用等全球產業趨勢及案例，協助文化內容業者探索從現在到未來的各種可能發展路徑。



⑨《手的延伸，掌的傳承》透過體感手套將手部動作記錄下來並永久保存。

TCCF國際趨勢論壇實體論壇參與人數達433人，透過文策院官方YouTube頻道現場直播，多達9,321人次線上觀看；論壇影片總瀏覽數達1萬1,113次。

跨域合作、商情交流 探討未來商業模式

論壇分為兩大面向，第一個面向以元宇宙為核心關鍵字，邀請文化與科技不同領域的業者進行跨域交流，包含4個場次：「請登入元宇宙：創意內容產業新浪潮」、「迎接元宇宙：臺灣創意內容與科技產業大合擊」、「未來的體驗：理性與感性的牽手共創」以及「商機無限的超空間派對」。討論隨著元宇宙時代來臨，虛擬與現實的邊界逐漸消失，創意內容與科技產業如何共創開發全新內容敘事語彙，創造多重感官的體驗，以及臺灣在全球產業的關鍵戰略位置。

第二個面向為商情交流分析，包括以下6個場次：「臺灣OTT的產業應變及消費樣貌」、「從IP到影像的航行」、「給賣家的話：臺劇出海實戰經驗分享」、「臺灣影視投資新趨勢」、「新綜藝時代：娛樂節目新敘事與新商模」以及「從劇場走入螢幕」。以串流平台崛起的產業現況為討論背景，邀請影視投資人及內容業者，分析與分享IP跨域應用及國際行銷的新趨勢，交流相關數據與經營策略。

實體與線上同步進行 觀看人數突破萬人

延續2020年第一屆TCCF國際趨勢論壇口碑，2021年國際趨勢論壇報名人數爆滿，同時為滿足無法現場參與的觀眾，也特別規劃文策院官方YouTube頻道現場直播，有多達9,321人次線上參與觀看；影片瀏覽數從論壇當天(11月10日)至12月8日，累計超過一萬次(中文頻道9,574次，英文頻道1,539次)。¹⁰

YouTube影片瀏覽前3名分別是「迎接元宇宙：臺灣創意內容與科技產業大合擊」、「請登入元宇宙：創意內容產業新浪潮」及「臺灣OTT的產業應變及消費樣貌」。除了產業界關注此類議題，也有大專院校教授為讓學生了解元宇宙的應用，鼓勵學生參與「迎接元宇宙：臺灣創意內容與科技產業大合擊」專場，創下直播線上同時達一千多人觀看的紀錄。¹¹

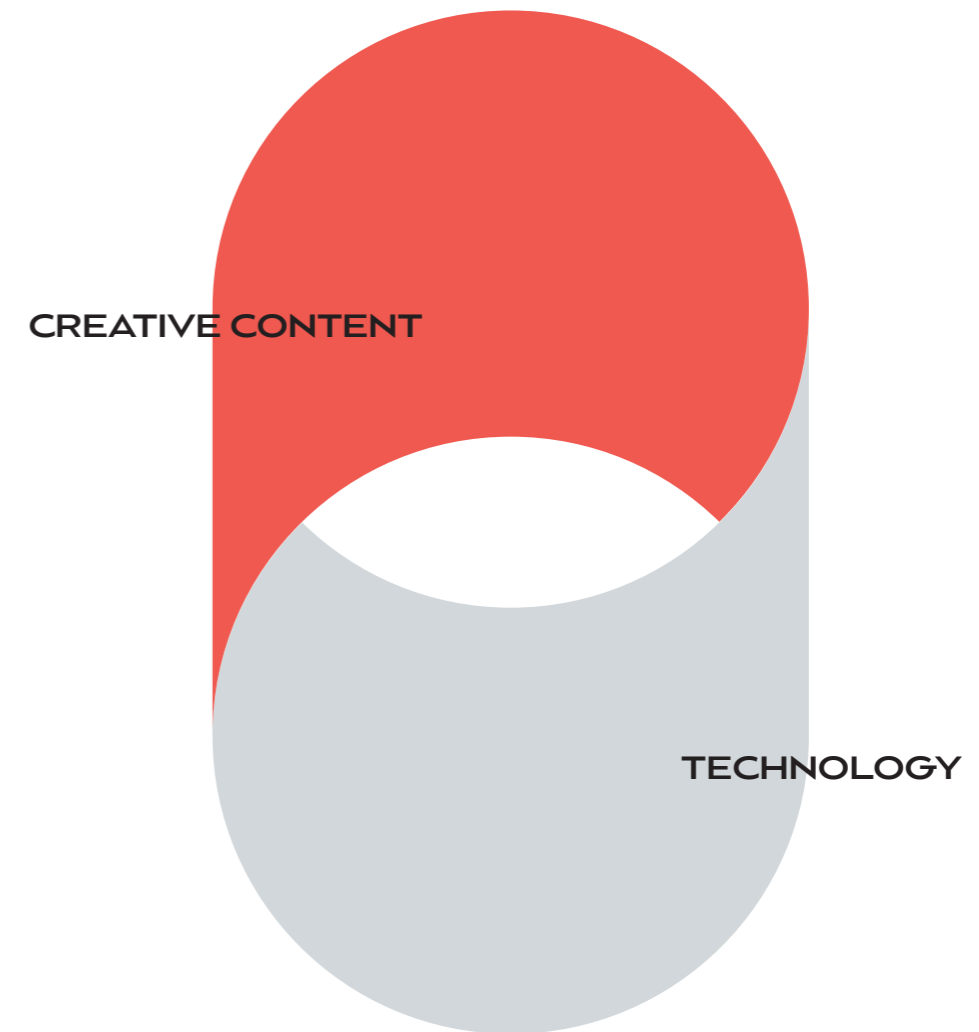
TCCF作為國際綜合性商務展會，從內容市場展以影視為核心向外展開各種內容產業的跨域合作與交易，到展現臺灣在沉浸式內容的創作潛力的未來內容展，再到國際趨勢論壇探討內容產業從現在到未來的各種可能路徑，搶先布局未來商機。



¹⁰論壇採取實體與線上論壇同步方式進行。

¹¹雖受疫情影響，實體論壇仍場場滿座。

推動文化科技力×未來內容創意無限



為擁抱全球文化內容與科技結合的趨勢，文策院以賦能 (Empower)、帶動參與 (Engage) 及投資 (Invest) 三大策略，捲動臺灣具優勢的科技及資本投入，帶動文化內容與科技產業跨域合作，催生新型態的文化內容商業模式。透過跨國人才交流，協助臺灣業者建立國際合作網絡，同時以「未來內容原型開發」、「沉浸式國際合資合製」等計畫支持多元創意產生。以科技培力文化內容業者孵育更多新型態之投資標的，捲動更多資金投入，推進產業規模化。

01 促進文化科技跨域應用，為未來內容產業點火

隨著消費娛樂市場需求增加，結合內容與新興科技如AR／VR／MR、5G、AIoT的未來內容成為全球產業發展趨勢。有鑑於內容業者在科技應用或資本上有一定門檻，文策院透過系統性的策進方案，加速文化內容及科技產業兩端的合作，捲動更多民間資金投入，帶動臺灣未來內容產業扎穩根基、前進國際市場。

當人們還在試圖理解虛擬實境(VR)、擴增實境(AR)、混合實境(MR)的同時，世界已推進到元宇宙、以虛擬貨幣交易的時代。此外，在5G及雲端技術的帶動下，數位影音、OTT平台快速崛起，以及疫情創造的線上服務需求，我們可以看到全球的娛樂與文化生活因此大幅改變。

然而，不論是元宇宙、非同質化代幣(NFT)或OTT平台，價值都來自於背後的內容。只是結合文化力與科技力的未來內容產業仍在萌芽階段，大部分業者仍在觀望或探尋機會；為了促進產業形成及發展，文策院投入產製資源及推動各項業務來加速內容業者對科技的理解，同時讓擁有技術及資本的科技業者不只相信文化價值，更相信文化產值，這樣才能以政府資源捲動更多民間力量及資金來提升未來內容的產製量能及企業家數，展現臺灣的新文化經濟力。

賦能、帶動參與及投資三大推力 促進未來內容產業提早成形

臺灣多元文化、科技研發與創新能力的優勢，以及過去在數位文化、動畫代工所累積的基礎和國際連結能力，雖然未來內容產業尚未形成，但所觸及的工作都已在不同的產業中進行。

一般來說，科技應用對內容創作者來說有一定門檻，而且目前頭顯的普及率仍待提升，使消費者不易體驗未來內容；但隨著時間推進，技術會突破，成本會下降；就如同當年智慧型手機一樣，當我們認定網路越來越快，可上網裝置越來越多，上網價格會越來越便宜的時候，我們就要開始蹲馬步，當產業爆發時，就會比較早搶到先機。

牽動未來內容產業發展的三類重要關係人：內容業者、科技業者及投資人。臺灣內容產業以中小及微型業者居多，在還沒有看到收益的可能性之前，很難輕易投入新型態業務的發展，因此需要以補助及輔導去協助他們，也就是賦能(Empower)。過去以旗艦計畫做補助，2021年文策院進一步設計從原型開發、製作開發、國際合資合製提供製作資金，過程也協助媒合技術缺口，賦能內容業者的創作能量。透過產業界持續的努力，2021年「威尼斯影展VR單元」臺灣沉浸式內容作品7件入選，入選的23件作品中，有5件是由文策院支持，包含《病玫瑰》、《The Last Worker》、《The Starry Sand Beach》、《BEDLAM》，以及《輪迴》，數量與法國並列第一。其中《BEDLAM》製作人安端·卡東(Antoine Cardon)在合作之初便開出技術合作清單，他認為在VR及未來內容的領域中，臺灣已具備完整的生態系，這樣稀有的生態系需要

靠國際合製案來捲動，這給了我們更多的信心。

而這樣的生態系需要靠帶動參與(Engage)來促成合作，又例如我們整合內容業者、中華電信、HTC VIVE、國美館及高雄VR FILM LAB，建置了5G VR Cloud平台，讓消費者在全臺六都共13個據點，以串流方式同步看到28件精彩大作及8K畫質；在投資(Invest)方面，除新創推進之外，更藉由參與國內外展會及鏈結國際中介組織，讓臺灣作品被更多國際人士看見，為下一個階段挹注資金。

以內容IP驅動 專注新型態創作者經濟，進軍國際

從傳統內容如影視、漫畫、表演藝術到以科技創新敘事，臺灣具備豐沛的內容IP。除育成未來內容原創IP外，我們也鼓勵現有內容產業升級，或以科技加持來轉譯現有IP，一源多用，多元變現。以這樣的理念，除了扶植國內未來內容產製，還持續推動「沉浸式國際合資合製方案」，這不僅可以讓臺灣的團隊學習其他國家的工作方法、提升技術能力，同時增加臺灣作品能見度及影響力，也打開國際通路的可能性。2021年國際合製夥伴橫跨美國、法國、瑞士、英國、德國、比利時、愛沙尼亞、日本、新加坡及澳洲等10個國家，更有美國、法國及日本等機構的資金共同投入，這些都有助於提升臺灣沉浸式內容的格局及品質，以及臺灣進入國際市場的機會。國際評審米歇爾·雷爾哈克(Michel Reilhac)也表示，獲選的企劃內容多元，顯見臺灣沉浸式內容創作及技術應用，正在朝向更加豐富且跨領域的方向加速前進。

文策院以三大機制，打造未來內容產業生態圈

文策院透過Empower、Engage及Invest三大機制，賦能文化內容業者更多創作能量，對接科技業者及資金投資方，讓產出作品更趨成熟並被市場看見，帶動更多資金投入，進而形成產業規模。

全球未來內容產業正在起步，以臺灣資通訊的硬體製造與軟體技術實力，加上多元文化內容及自由創作環境，透過文化、科技共創及軟硬整合，將創造臺灣新的文化經濟力，這將是臺灣在內容產業彎道超車的絕佳時機。



文策院副院長 張文櫻

推動產業規模化



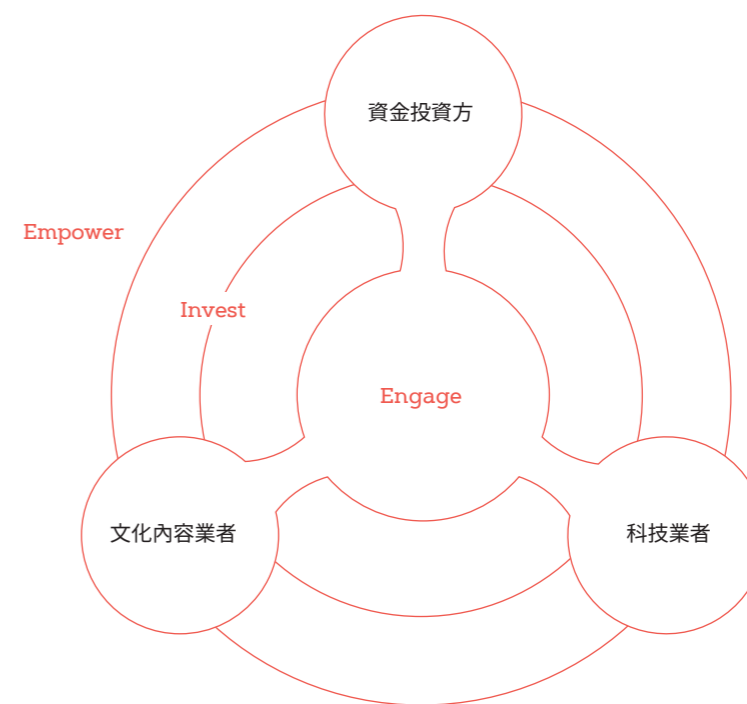
Empower



Engage



Invest



此外，文策院在策進產業的過程中，深感人才不足，2021年我們首度舉辦「臺法人才交流計畫」(Taiwan×France XR Day)，拓展人才國際視野，讓有熱忱的年輕人，與國際人才進行交流與合作，推動人才與產業接軌，進而提高產量、拓展國際通路及市場，這是刻不容緩需啟動的工作。

展望未來，期盼透過各界努力，為臺灣的未來內容找到可以變現的商業機制及接軌國際市場的品味。我們看到臺灣VR國家隊在威尼斯影展創佳績的多部作品，臺灣的未來內容已拿到進入國際舞台的第一張門票，希望以此做為開端，結合臺灣的多元文化、科技優勢、創意人才，可以很有信心的讓世界看見臺灣未來內容發展成果。

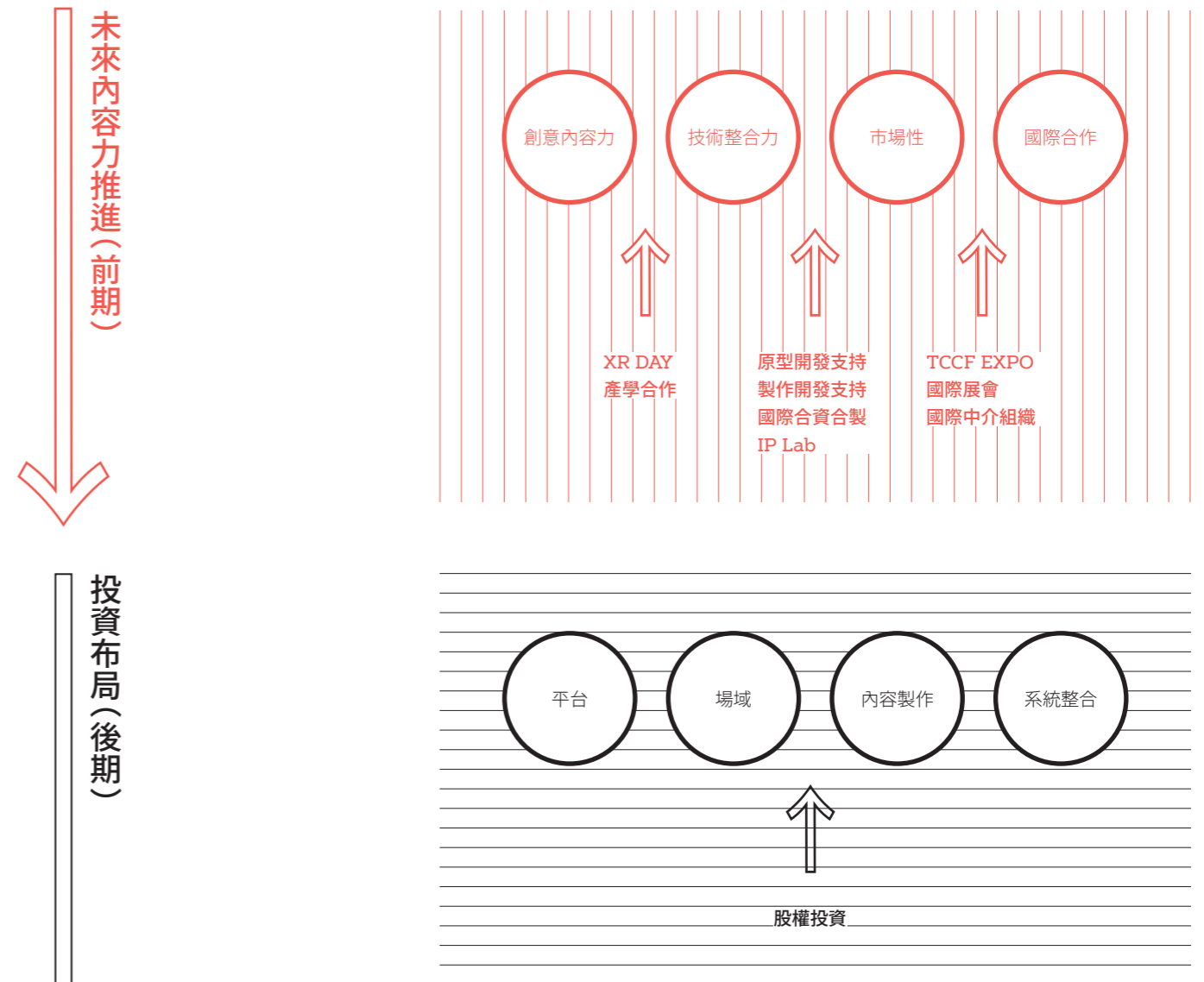
2021年文策院TCCF創意內容大會，以「Metaverse元宇宙」為探討主題。當世界趨勢已明確朝這樣的方向前進時，臺灣應該及早布局，以便掌握機會站上國際供應鏈的關鍵位置。



上圖：文策院IP內容實驗室於TCCF展出AR互動劇場《尋找蕭練》。下圖：文策院鼓勵產業進行跨域合作，「5G共舞樂」結合5G傳輸AI作曲、線上舞蹈教學、3D全息投影等3種應用服務，探索未來內容潛在商模。

未來內容產業策進藍圖 | 從內容創作到資金市場，打造產業生態系

文策院透過不同的策進方案，從前期的創意內容力、技術整合力、市場性及國際合作，到後期的平台、場域等通路布建，提供從內容製作到系統整合的資金挹注，建構產業生態系。



02 推動國際人才交流合作， 打造未來內容共創圈

與關鍵組織合作 為產業搭建國際交流管道

為吸引更多國際夥伴與臺灣製作團隊、人才合作，促成國際合製、導入國際資源，2021年文策院與法國最大沉浸式藝術節「新影像藝術節」(NewImages Festival)策略結盟，藉由「TAIWAN X FRANCE XR Day」(臺法人才交流計畫)建立常態性的國際交流，深化臺法在未來內容領域的合作關係，提高臺灣在XR國際舞台上的能見度。

近年臺灣有不少原創作品揚名國際，如2021威尼斯影展VR單元(Venice VR Expanded)，臺灣就有7件沉浸式內容作品入選，數量與法國並列全球第一，展現臺灣文化科技創作實力。但在未來內容產業鏈尚未成形的情况下，人才、技術散布在不同領域，使資源無法整合，業者多憑一己之力單打獨鬥進軍國際市場。

為凝聚並創造未來內容業者間的對話機會，同時對接國際資源，文策院於2021年1月與法國「新影像藝術節」簽署合作備忘錄(MOU)，擬定每年兩次(6月及11月)的人才交流合作項目「TAIWAN X FRANCE XR Day」，深化雙邊業者、技術端、創作者交流，期待催生出更多讓人驚艷的XR及沉浸式內容，開發潛在新商機。

透過雙邊人才交流互動 創造更多合作可能

XR Day由臺法雙方分別選出具備XR製作經驗的專業人士，臺灣成員於6月至法國參加新影像藝術節，法國成員則於11月至臺灣參加文策院主辦的TCCF創意內容大會；2021年共選出臺灣13位、法國12位人才進行交流、參訪及媒合。

受疫情影響，原定6月及11月的交流項目改以線上方式舉行，第一階段於6月法國新影像藝術節期間，透過雙邊人才工作坊、一對一會議，並邀請法國國家電影與動畫中心(CNC)、法國數位體驗製作人協會(PXN)、French Immersive Studios分享VR相關議題，以及高雄VR FILM LAB與新影像藝術節舉行VR駐村計畫分享；第二階段於11月展開，與法國連線進行論壇對談及線上互動、臺法合製案例交流等。¹

雖改為線上交流，但成效並未打折，兩次交流期間臺法雙方進行一百多場一對一媒合會及十多場線上講座及論壇，不僅法方對臺灣的內容及技術印象深刻，更促成3個臺灣團隊與法國進行後續合作。對文策院而言，XR Day是國際專業人才交流的開端，未來會將觸角延伸到其他國際組織，為臺灣的創作者、製作公司創造更多關鍵的互動機會，讓國際看到臺灣團隊的技術與軟實力，促成更多國際合作。

¹受疫情影響，論壇改以線上進行，臺法人才進行連線互動。



推動沉浸式內容跨國合作 引入國際資源

看好臺灣在沉浸式內容的發展優勢，同時透過跨國合製或合資宣傳臺灣XR產製實力、捲動國際資金投入未來內容的開發及製作，文策院推出「沉浸式內容國際合資合製」(Immersive Content Grant for International Co-Funding or Co-Productions)，以期催生更多XR創意內容產製，打造臺灣成為XR內容創新基地。

近年臺灣沉浸式內容創作在國際舞台上表現亮眼，以每年在美國紐約舉辦的翠貝卡影展(Tribeca Film Festival)為例，2021年沉浸式作品單元的互動作品項目，臺法合資合製的《大師狂想曲：蔡明亮》(Missing Pictures 2: Tsai Ming-Liang)即是入選作品之一；而臺法合作的《星砂》(The Starry Sand Beach)，以及臺法英合製的《BEDLAM》也入圍第78屆威尼斯影展VR單元，在促進文化交流的同時，也讓更多人看到臺灣在內容創作與國際合製的能量。

《星砂》與《大師狂想曲：蔡明亮》皆為文策院「沉浸式內容國際合資合製」首波支持的作品。文策院自成立以來就致力推進臺灣各類文化內容與國際市場接軌，並於2020年擬定支持方案，針對原型開發及製作兩種類型，以3年為期，提供製作經費支持，期望推動更多VR 360、互動式、多人連線、體感、沉浸式聲音和複合式內容場域體驗等創意內容的產製，同時透過跨國合製及合資，向國際合作夥伴展現臺灣的技術與創新能量，打造臺灣成為XR內容創新基地。

《星砂》以沉浸體驗帶入海洋生態議題

《星砂》是法國Lucid Realities與臺灣瑞意創科合力製作，並由法國導演妮娜·巴貝爾(Nina Barbier)與臺灣新媒體藝術家黃心健共同創作的VR沉浸式作品。《星砂》是部科學童話，以東海多處海灘上可見的星狀砂粒為創作題材，這些星砂在生物學上屬有孔蟲，在地方傳說中，星砂與北方之星、南方十字、神秘海蛇有關，因此將其化身為外表呈現星形的多孔蟲「星砂」，引領觀眾深入數百萬年前的海底世界。

「沉浸式內容國際合資合製」2020年共徵集34件提案，共有《星砂》、《大師狂想曲》等5組團隊入選；2021年徵集27件，共有《Surveilled Dream》、《病玫瑰》、《聲林協奏曲》、《VR虛擬藝廊》、《FORTUNE!發大財》等6組團隊獲計畫支持。

《星砂》以獨特的敘事結合科技互動，得到威尼斯影展VR單元的入圍肯定。2021年TCCF創意內容大會未來內容展展出該作品，透過「傳說」、「水底森林」、「探究古老地質記憶」的即時互動體驗，帶領觀眾深潛入海，造訪澎湖群島的七美島、墾丁國家公園的星砂灣等地；在體驗過程中，除了優美詩意的星空海灘，觀眾也會目睹海洋及珊瑚微生物面臨的各種威脅，喚起關注海洋生態意識。^{1 2}

《大師狂想曲：蔡明亮》 和大師面對面聆聽人生故事

《大師狂想曲》(Missing Pictures)是由臺灣綺影映畫與法國Altas V、英國及盧森堡跨國合製，為法國導演克萊蒙·德諾(Clément Deneuve)所執導的一系列VR影集，內容以5位國際大師級導演的親身經歷出發，講述每位導演創作的背後不為人知、未能實現的故事。《大師狂想曲》首集主角為美國導演阿貝爾·費拉拉(Abel Ferrara)，第二集為臺灣導演蔡明亮，第三至五集分別為美國導演凱薩琳·哈德維克(Catherine Hardwicke)、韓國導演李明世以及日本導演河瀨直美。《大師狂想曲》系列影集計畫在2022年翠貝卡影展進行世界首映。

《大師狂想曲：蔡明亮》以蔡明亮為故事主人翁，由臺灣導演賴冠源加入聯合執導。蔡明亮在影片中分享許多童年往事，關於疼愛自己的外公外婆、在馬來西亞古晉時自由自在的美好回憶；為求如實呈現導演的訪問場景，賴冠源特別運用文策院IP內容實驗室的4DViews容積擷取攝影棚拍攝，藉由技術升級，優化影片質感。當觀眾戴上VR頭盔，有如親臨訪問現場，和大師面對面，感受大師風采。³

《BEDLAM》 以GAIA創新平台打造獨特體驗

《BEDLAM》由臺灣、法國與英國跨國合製，結合5G和VR內容創作，視覺藝術家麥特·科利肖(Mat Collishaw)透過沉浸式體驗科技，將觀眾推向17世紀精神病院的中心，感受並反思過去邊緣族群所遭受到的殘酷對待。

《BEDLAM》無論在藝術內容或傳播平台上皆屬於嶄新型態體驗，帶領參與者前進元宇宙最前線，作品使用名為GAIA的新平台，開創在元宇宙內互動的創新體驗方式，不論是透過5G智慧型手機或VR頭戴式裝置，都能撼動人心，無需再使用額外硬體或軟體。GAIA平台獨特之處，即是透過最新動態捕捉及串流技術，將廣闊敘事、演員細緻的展演技巧迅速傳遞，讓演員及參與者即使相距遙遠，依然能在虛擬空間裡擬真互動，一同創造專屬故事線，並且從無比寫實的影音細節中，發展無窮無盡的獨特體驗。⁴



- ^{1 2}《星砂》以獨特的敘事結合科技互動，引領觀眾體驗水底森林並探究古老的地質記憶。
- ³文策院支持的VR作品《大師狂想曲：蔡明亮》入圍2021翠貝卡影展VR競賽單元獎項。
- ⁴《BEDLAM》運用5G特性，以及GAIA平台最新動態捕捉和串流技術，提供民眾即時的沉浸式互動體驗。

03 以戰代訓， 孵育具市場潛力的未來內容商模

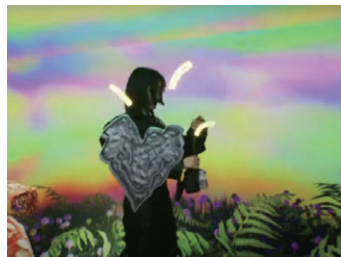
為有效孵育具市場潛力的未來內容產品，降低開發成本及風險，文策院鼓勵業者利用原型進行市場測試，於2021年推出「未來內容原型開發支持計畫」，針對內容結合科技應用(如5G、AR／VR／MR、AI等各種技術)的開發案進行徵件，提供資金、產業媒合等資源支持，期待催生更多跨界創新產品，提升未來內容整體產製量與質，促成未來內容產業加速成形。

時尚設計結合VR體驗 登上倫敦時裝週

疫情影響下的全球時裝週，各大品牌多透過線上直播、錄影方式代替現場走秀，而臺灣設計師品牌Jenn Lee(李維錚)與再現影像團隊合作，以VR虛擬實境技術呈現服裝細節，不受疫情拘束的巧思與創意執行，不僅獲英國BBC電視臺報導，也受到美國及日本版《Vogue》的讚譽。

《Love Button Hunter》是時尚設計師李維錚，與曾以電影《返校》、《消失的情人節》獲金馬獎最佳視覺效果獎的再現影像之再次跨界合作。

李維錚提及，「這次的原型開發其實是延續前兩次合作的概念，可說是貫穿整個虛擬秀的三部曲。」首部曲為2021年2月秋冬倫敦時裝週，以VR 360沉浸式虛擬實境技術來呈現宛如夢遊仙境般的《代號：愛》；二部曲為2021年9月的2022春夏倫敦時裝週數位大秀，以第一人稱視角進到充滿愛的《Families》；三部曲即為2022年2月的《Love Button Hunter》，除了以VR來展示服裝，更加入有趣的遊戲互動元素，打造耳目一新的沉浸式時尚體驗。❶



❶ 影片中共有18套服裝，等待玩家一一探索。

❷ 注視服裝模特兒一段時間，可獲得一枚愛心。



《Love Button Hunter》除了設計VR互動遊戲，還邀請影后謝欣穎、潮模李函及國際名模吳宜樺擔任遊戲中的角色，展現女性力量，影片更創下逾五百萬次點閱率。

—— 服裝設計師 李維錚

再現影像特效總監郭憲聰說明，以往看展覽大多是走馬看花，為讓觀眾能更專注、近距離觀看模特兒身上的服裝，除了運用特效讓人物更立體，還融入電玩遊戲的尋寶，玩家必須尋找18套服裝中的某幾套，並注視一段時間後，即會出現愛心徽章，收集3枚愛心，才可成功破關解鎖最終3套隱藏款式。❷

《Love Button Hunter》透過VR頭顯打造沉浸式空間，帶領觀眾體驗Jenn Lee設計的魅力，除了設計VR互動遊戲，還邀請影后謝欣穎、潮模李函及國際名模吳宜樺擔任遊戲角色，展現女性力量，影片更創下逾五百萬次點閱率。在各界的期待及關注下，2022年2月於倫敦時裝週發布VR版遊戲，並於7月底舉辦VIP預覽會，延續身歷其境的時尚感官饗宴。

左頁圖像©再現影像製作股份有限公司、Jenn Lee李維錚，右頁圖像©瓊橡國際娛樂股份有限公司



❸ 瓊橡國際融合平面的妖怪圖像及故事內容設計遊戲主角，讓這些鄉野奇談的魔神仔「活過來」。



再現的核心技術為視覺特效，會找我們合作的多是電影與影像的後期特效製作，透過文策院的媒合，有機會和跨領域的遊戲公司、程式設計、伺服器及雲端業者合作，讓作品的精緻感及完成度更高。

—— 再現影像特效總監 郭憲聰

Ready Player Five 臺灣首款多人互動MR實境探險遊戲

由瓊橡國際推出的「Ready Player Five」，是一款結合臺灣妖怪故事IP的多人互動實境探險遊戲，體驗者戴上MR(混合實境)眼鏡後，便可與友人一起和來自臺灣鄉野傳說的妖怪進行互動。

「Ready Player Five」採用微軟HoloLens 2混合實境頭戴設備，瓊橡國際執行長潘昱恒指出，這款頭顯通常用於美軍作戰或航空公司維修飛機，因為功能強大，價格也比較高昂，國內幾乎沒有人用在實境遊戲上，因此激發他想要嘗試開發的企圖心，用最高端設備來實現如科幻電影《一級玩家》(Ready Player One)中的虛擬世界。



金錦町是第一個示範點，會再拓展到其他場域，之後跟文策院也會有更深入的合作，不管是場域的拓展、XR人才交流、雲端或終端設備商的媒合，找到可行的商業模式。

—— 瓊橡國際執行長 潘昱恒

而近年熱門的實境解謎遊戲，不管是中國的「劇本殺」，還是臺灣的沉浸式體驗作品《微醺大飯店：1980s》，作為新興商業模式都有不錯的票房成效。因此「Ready Player Five」內容選定《臺灣妖怪圖鑑》書中的魔神仔為主角(未來會再增加虎姑婆等不同妖怪)，融合平面的妖怪圖像及故事內容，讓這些鄉野奇談「活過來」，遊戲場域則選定位於金華街的日治時期建築金錦町。同時與表演工作者合作，扮演引導者的角色，讓消費者在遊戲時間內，身歷其境的捉妖或搜尋寶物。❸

為讓「Ready Player Five」更具市場性，瓊橡國際也正考慮增加體驗的室內互動比例，或是再行開發室內版。而透過文策院媒合雲端、設備開發廠商，潘昱恒強調，「文策院也看好MR遊戲的發展，後續會有更多合作。金錦町是第一個示範點，測試成功後，就會複製到其他場域，目標是希望北中南都有據點，讓更多人都能感受內容結合科技帶來的樂趣。」

強化基礎建設×帶動產業創新動能



為推動臺灣文化內容產業進步，文策院提供各項共享資源之基礎建設，為產業打造健全的生態環境。透過培育產業關鍵人才之文策學院、提供研究數據之產業研究資料庫；有效降低產製成本之IP內容實驗室、臺灣數位模型庫；線上與線下助攻IP推廣的CCC數位平台、臺灣漫畫基地，以及開拓企業社會責任新觸角的「CSR for Culture」，為創作者及經營者提供從0到1所需要的關鍵資源，降低在開發、製作等環節所需投入的成本，成為推進產業發展的支援後盾。

01 培育具國際競爭力的產業關鍵人才

文策學院 協助關鍵人才進入國際市場

爲了提升文化內容產業的整體營運體質，增加臺灣作品及人才的國際曝光機會、促成更多國際媒合，文策院設立文策學院(TAICCA School)，提供營運管理、提案孵育等專業課程，期望培育推進產業發展及具國際競爭力的關鍵人才，帶動整體產業向上提升、有效對接國際產業鏈。

臺灣電影作品《惡潮》，經由2021年文策學院歐洲、臺灣的重磅師資協助，於2022年入選亞洲重要的電影融資平台——香港亞洲電影投資會HAF(Hong Kong - Asia Film Financing Forum)的「發展中項目電影計劃名單」。臺灣作品能在國際上持續發光發熱，文策學院在其中扮演重要角色。

孵公司、孵案、助攻國際市場

以終爲始，文策學院的目標是促成文化內容產業的國際媒合，以此清晰目標再規劃出各式的課程內容，包括適合各產業類別的通識型商管課、針對產業需求設定的進階型課程，以及促進與國際市場／資源對接的國際學程。通識型商管課程培育人才創業的必備商業管理知識技能，例如：財稅會計、智慧財產權法律等；進階型課程目標是培力產業發展的關鍵人才，例如：音樂經紀等專業經紀人學程；國際型課程則是透過國際講師傳授經驗，讓學員優化內容產製的過程、建立國際人脈網絡，提高作品合製與合資的機會，例如：強化提案技巧、國際產製合作管道、國際籌資通路等。

有別於一般產業培訓課程多爲單點式獨立課程，文策學院將之擴充爲線至面。透過與國際人才培育組織合作，舉行各類內容的孵育工作坊，同時，與國際市場展和提案大會進行策略結盟，串聯全球買家及投資人，開啓學員企劃案的能見度、促成產業國際合資合製。讓參與學院課程的學員，能透過工作坊孵出符合國際市場口味的優質企劃，進而在國際展會及提案大會尋得產製資源，進入國際產業鏈。

廣邀國際講師 建構國際人脈網絡

要讓臺灣的「作品」串接國際市場口味，才能轉化成銷往不同市場的「產品」，打入國際並壯大市場商機。2021年，文策學院舉辦的重點國際學程包含「音樂經紀學程計畫」、「漫畫國際大師講堂」、「TAICCA×EAVE Ties That Bind 國際合製工作坊」、「MPA電影工作坊暨提案競賽」等。

2021年，文策學院共開設282場課程(實體課程233場，線上課程49門)，156位國內外講師。參與學員較2020年增加2.5倍，共4,438人次。

「音樂經紀學程計畫」協助音樂產業工作者產出EPK(Electronic Press Kit，電子媒體資料包)，並精修經紀提案企劃。文策學院與「法國坎城唱片展Midem」合作開發「音樂經紀學程」及音樂科技新創課，並提供資源挹注。「漫畫國際大師講堂」邀請知名美國漫畫創作者分享美式漫畫創作、國際漫畫產業及市場。「MPA美國電影協會電影工作坊暨提案競賽」與美國電影協會(Motion Picture Association, MPA)亞太總部合作，除了指導學員從劇本到成片的開發技巧，也促進參與者互動。而與歐洲影音製片人聯盟(European Audiovisual Entrepreneurs, EAVE)旗下的Ties That Bind(簡稱TTB)工作坊共同主辦的「TAICCA×EAVE Ties That Bind 國際合製工作坊」旨在促進歐亞合製。之後接續2022年4月的義大利烏迪內遠東國際影展(Udine Far East Film Festival)臺灣專場，並在此之前舉辦戰鬥營，最終目的是希望作品能取得國際合資合製機會。❶

文策學院針對不同的參與者，建構適性且兼顧點線面思維的商業化課程，讓臺灣的文化內容產業在內容開發、產製、集資等面向與國外市場對接，打穩基礎的同時也透過建立與強化網絡，站穩國際市場，讓品牌能夠穩健成長及獲利，帶動整體產業向上提升。

文策學院未來發展三大目標

- 1 內容產製加速孵化 | 與國際人才培育組織合作文化內容孵育工作坊，透過孵案以及國際專業人士諮詢陪伴，加速臺灣作品產製、連結國內外產業人脈，促成國內外合資合製及投資之商業關係，強化通往國際市場的專業網絡。
- 2 國際展會提案培訓 | 與國內外文化內容領域展會合作提案培訓，透過與國際市場展和提案大會之策略合作串聯國際買家及投資人，開啓臺灣文化內容企劃案能見度、促成產業國際合資合製。
- 3 新創事業優化陪伴 | 爲推動臺灣文化內容微型事業體或個人工作室加速轉型，對接市場資金促進資金活水循環，文策學院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。

❶ 文策學院廣邀國際講師授課，圖爲2021「TAICCA School×La Fémis劇集統籌大師講堂」，邀請《巴黎情報局》監製Alex Berger開講。

掃描前往文策學院官網



●MPA電影工作坊暨提案競賽 往國際市場邁進

MPA是由美國六大影業組成的商業聯盟單位，旨在保護智慧財產權並培育人才。成員包含華特迪士尼電影公司、派拉蒙電影公司、索尼電影娛樂公司、環球電影公司、華納兄弟電影公司和Netflix集團。

本工作坊分為「大師講堂」及「提案競賽」兩部分。「大師講堂」招生對象為具有臺灣電影、電視劇製作經驗的人士，由Netflix國際原創作品的創意人才投資總監及澳洲知名製作人主講，介紹美國電影業的劇本開發過程，並分析劇本到成片的藝術性及市場性。「提案競賽」的參與者須有製作中的作品，參與者中依據提案競賽結果錄取3名優勝者，參與位於洛杉磯拉丁美洲培訓中心(Latin American Training Center)的全球電影及影集課程(因為疫情因素，由實體改為線上)。

獲文策院內容開發專案支持的貴金影業是提案競賽的3名優勝者之一，對總經理楊中天及導演洪昇揚而言，獲益最大的是故事核心的掌握和募資的方法。在提案競賽的過程中，Netflix國際原創作品的創意人才投資總監Christopher Mack不斷針對作品提問並給予建議，引導參與者發現企劃案的調整方向。❷❸



透過參與MPA電影工作坊暨提案競賽，最大的獲益是掌握故事核心和募資的方法。

——貴金影業總經理 楊中天、導演 洪昇揚

講師也強調選角與募資的關聯以及選角指導(Casting Director)的重要性，需有可以扛國際票房的演員，才能募集到足量的資金。「選角與募資是雞生蛋、蛋生雞的問題，要打破循環，就要找到一個突破點。」楊中天表示，他已依循講師建議，在資金無法一次到位的狀況下先拍攝前導片，接下來將與美國的選角指導或製作公司洽談選角和預先銷售(Pre-Sale)的合作，依照講師的策略步驟往國際市場邁進。

工作坊的所得讓楊中天對於文策學院的課程充滿期待，也期望未來能開設針對故事內容、製作企畫或提案等單一主題的課程，以更深化相關知識和技能。

●TAICCA×EAVE Ties That Bind 國際合製工作坊

2021年11月的「TAICCA×EAVE Ties That Bind國際合製工作坊」由文策院及EAVE旗下TTB工作坊主辦，臺灣是繼韓國和新加坡後，第三個與Ties That Bind舉辦跨國影視製作人才工作坊的亞洲國家。EAVE(European Audiovisual Entrepreneurs)是歐洲最主要的影視(含動畫及紀錄片)製片人培訓組織，TTB每年特別以歐亞合製為主題，在歐亞兩地分別舉辦影視國際合製人才工作坊，對象則為具有影視產業製作至少三年經驗之製片，及具有開發中或已完成劇本的企畫者。❹❺



❷ 貴金影業導演洪昇揚於提案競賽的表現獲得評審肯定，得到參與拉丁美洲培訓中心(Latin American Training Center)課程的機會。

❸ MPA電影工作坊暨提案競賽中，學員透過國際知名影視從業人員的講評獲得寶貴經驗。



❹❺「TAICCA×EAVE Ties That Bind國際合製工作坊」線上論壇由文策院及EAVE旗下TTB工作坊主辦。

國際合製工作坊邀請獲坎城《Variety》雜誌「十大值得注目製作人」肯定的EAVE德國統籌人Jonas Weydemann、英國資深劇本顧問Clare Downs、國際發行策略講師暨法國Playtime公司創辦人Nicolas Brigaud-Robert以及Christophe Bruncher擔任講師，並由製片陳璽文擔任臺灣顧問。課程內容包含劇本分析、國際發行策略、國際銷售和歐洲籌資地圖，也針對學員的企畫進行小組討論和一對一指導。

曾參與線上論壇和工作坊的十宜影樂製片人曾曼瑩表示，工作坊可貴之處在於有機會可以看到其他製片人的企畫書和劇本，啟發她對於公司項目拓展的想像。此外，工作坊講師、同時也是Weydemann製作公司共同創辦人Jonas Weydemann分享國際合製的策略性思考方式，包含適合合製的案型分析、合製履行的義務、常見國際合製之路以外的可能性等，使她受益良多，加上有文策院居中溝通，讓她信心大增。「上完課之後不再覺得合製是遙不可及的目標。這些獲得對於公司的長期發展來說，是很有幫助的。」



工作坊可貴之處在於有機會可以和其他製片人交流彼此的企畫書和劇本，啟發我對於公司項目發展的想像。

——「十宜影樂」製片人 曾曼瑩

另一學員《惡潮》製片人沈俞樺過去有多次國際合製經驗，工作坊中的劇本分析讓她獲益最深。《惡潮》目前處於修整長綱的階段，英國資深劇本顧問Clare Downs針對劇本的分析幫助她重新思考主角方向的定位。透過工作坊的交流，除了建立與國外影視專家的人際網絡，也讓她透過歐洲的眼光重新檢視作品的發展性，讓劇本有更富創意的開展。沈俞樺表示：「TTB之後還有義大利烏迪內遠東國際影展的Focus Asia創投市場展及臺灣創投專場，不是停留在工作坊就結束，我覺得文策院的安排做了滿好的銜接。」《惡潮》於2022年入選HAF(Hong Kong - Asia Film Financing Forum)「發展中項目(IDP)電影計劃名單」。



工作坊中的劇本分析，讓我透過歐洲的眼光檢視作品的發展性，讓劇本有更富創意的開展。

——《惡潮》製片人 沈俞樺

有文策學院的陪伴，文化內容業者得以更順利的進軍國際市場。透過扎實的課程培力，穩健踏出每一個腳步，更多臺灣作品取得國際曝光的機會及合資、合製資源的未來，指日可待。



臺灣漫畫基地 從畫技到職涯規劃全方位培力

為了有效提升臺灣漫畫產業能量，文策院營運臺灣漫畫基地，除作為實體銷售據點，也提供相關創作課程、創作所需的硬體設備，以及產業專業諮詢等完善創作的社群資源。透過實體場域的資源支持，結合CCC數位平台的內容推廣，雙向捲動產業發展，為創作者打造更完善的臺漫孵育機制。

位於臺北市華陰街的臺灣漫畫基地(簡稱漫基)，占地1至4樓，各樓層扮演不同功能。不管是具潛質的漫畫新手、需要繪圖軟體或設備的漫畫創作者、想踏足漫畫圈的出版社，或喜愛臺漫的讀者等，漫基都有辦法對接需求。文策院自2020年接手營運漫基，積極強化孵育功能，舉辦的活動包含展覽、課程和媒合會等，也提供場地租借，供漫畫產業舉行展覽、新書發表會，促進臺灣漫畫產業的活絡與交流。⁶

全方位培力活動 為創作者打造職涯捷徑

在這裡開設的課程分為「漫基講堂」和「進修課程」。「漫基講堂」是通識課程，一般大眾也可參與，內容囊括漫畫取材、著作財產權與著作人格權、聘請與管理助手的方法、如何走向商業出版等；「進修課程」是進階課程，內容包含合約審閱與撰寫技巧、完稿技巧、跨界提案方式等。而「原創漫畫創作營」帶領漫畫創作者提升故事發想、腳本設計、分鏡及提案技巧等能力，學員的作品也會被納入文策院的資料庫，從中挖掘出漫畫新秀。

除了建立漫畫職能的課程，2021年9月舉行的「ACG(Anime, Comics, Games, 動畫、漫畫、遊戲)產業人才交流會」，捲動55位創作者及35位廠商代表參與，創作者可線上預約想媒合的廠商，廠商再挑選合適者進行一對一面談。此外舉辦「出張編輯部」活動，邀請出版社編輯到漫基對創作者的作品給予建議，同時發掘潛力新人。兩種類型活動共計完成125場媒合場次。

除了活動外，漫基也提供會員創作的空間，會員能免費使用數位繪圖板、多功能事務機等硬體及繪圖軟體。

⁶漫基承載孵育臺漫未來的使命。1樓為基地書店，2樓為多功能展演廳，3樓為創作空間。



⁷讀者可於書店中找到文史類、Graphic Novel等各式類型的臺漫及延伸主題書籍。

從畫技到生涯規畫 萬事皆可問

想在職涯上有進一步發展的會員，還可預約一對一的免費諮詢服務。2021年共計完成42場媒合諮詢，其餘綜合諮詢服務共計170件。漫基產業經理張曉彤說：「有些人希望我們幫他媒合出版社，但我看到作品後反而是建議他如何推進畫技、還有哪些面向該加強磨練等，變成生涯規畫。我會依據他們的發展階段提供建議。」她也曾遇見前去諮詢漫畫表現和作品組織方法的創作者，畫風另類且具有藝術性，具有發展潛力，便介紹給《CCC創作集》編輯部陪伴孵育，該作品已通過編輯委員會評估，即將於CCC數位平台連載。



想追求職涯進一步發展的會員，漫畫基地會依據會談評估的狀況，給予階段性建議，或協助與出版社媒合。

——臺灣漫畫基地營運經理 王心彤

「曉彤老師甚至會幫出版社列出短、中、長期要注意的事項。」漫基營運經理王心彤舉例，有出版社想將手上的IP開發成漫畫，但過去並無相關經驗。張曉彤充分了解需求後協助推算經費、時程，甚至召集漫畫家、分鏡老師、編劇等專業人士組成團隊，協助IP的轉譯。例如，有位漫畫家挖掘自「原創漫畫創作營」，張曉彤認為其畫技和分鏡成熟，畫風也符合出版社的需求，便協助媒合，同時也為漫畫家建立團體合作的觀念，將雙方對於合作的認知落差縮減到最小，以利順暢合作。



曾有客人很驚訝，問我店裡全部都是臺灣漫畫嗎？臺漫的進展讓人驚艷！

——基地書店店長 張敏慧

漫畫愛好者的朝聖地

對於愛好漫畫者來說，位於漫基1樓集結臺灣原創漫畫的基地書店是必須朝聖之地。店內書籍有九成為臺灣原創漫畫，題材涵蓋的面向和風格多元，如文史類、動作系、少女類、Graphic Novel(視覺文學、圖像小說)等，再由漫畫主題延伸出土地歷史、在地文化、原生植物等選書，及漫畫周邊產品。「曾有客人很驚訝店裡全部都是臺灣漫畫嗎？才知道原來臺漫跟他童年記憶中的樣貌有這麼大的落差。」基地書店店長張敏慧笑著分享臺漫的進展如何讓人驚艷。

由於漫基鄰近交通輻輳點、旅館林立，造訪書店的族群中，國內及國外訪客各占一半。從繪圖工具、休憩空間的硬體提供，到課程、媒合、諮詢等軟體支持，文策院透過漫基讓資源和創作能量得以在此匯聚、增強、交流，讓創作者可以得到全方位的補給，產業也能快速精準地找到合適人才。⁷

掃描前往漫基官網



02 強化平台服務，推動網漫數位經濟

根據文策院《2021年臺灣文化內容消費趨勢調查報告》，平日有閱讀習慣的臺灣消費者中，78.3%的消費者喜歡透過線上方式看漫畫，顯示數位閱讀已是漫畫族群的主要閱讀管道，觀察全球漫畫產業的發展趨勢亦是如此，更新快速、擁有豐富內容的數位漫畫平台，因此成為文策院推動漫畫展業發展的關鍵基礎建設。

2020年，文策院順應市場趨勢，將《CCC創作集》內容載體從紙本轉為數位，推出「CCC數位平台」；在原有基礎上，2021年參考日韓漫畫產業經市場驗證的數位營運模式，優化CCC數位平台，透過設立品牌專區，攜手出版社共同行銷；並推動漫畫內容的跨域轉譯，創造其他變現的機會，為臺灣漫畫產業體質打底、示範跨域的可能性。同時，也積極導入業界成熟的金流模式，引發產業正向循環。

建置出版社品牌專區 精彩臺漫一次看

經過2021年的醞釀，文策院於2022年4月設立出版社品牌專區。除了可以增加CCC數位平台內容的豐富性，成為臺漫的集合平台，也能為漫畫出版社省下高昂的平台建置及維運成本。❶

CCC數位平台會員人數較2020年倍數成長，累積達5萬人。2021年累積流量破百萬次。瀏覽量最高達191萬2,681人次。月活躍使用者最高達17萬2,613人。APP下載量Android約1.6萬，iOS約3.4萬。

❶ CCC數位平台設置「品牌專區」，讓出版社上架自家臺漫作品。



❷《CCC創作集》與西雅圖極品咖啡合作推出2款外帶杯，獲日本國際漫畫賞銅獎的《異人茶跡》、售出影視版權的《閻鐵花》等作品角色都登上咖啡杯身。

此外，漫畫於CCC數位平台刊登的形式非電子書，而是連載，有利於漫畫家及編輯依觀看數據分析做滾動式調整、降低紙本出版風險。過去，漫畫出版社與漫畫作者簽約後可能要一年後才能出版，若市場反應熱烈，要推出第二集需等待至少一年，市場熱度難以延續。但在CCC數位平台刊登之漫畫，若表現良好，能隨時調整相關發布、出版計畫，以此協助作品即時回應市場的驗證。

而將《CCC創作集》原創臺漫和各家出版社漫畫作品集於同一平台，為想搜尋臺漫的國內外出版社和讀者增加不少便利性，不再需要到個別出版社的平台瀏覽。近年日本出版社開始注重臺漫，原因是視覺和故事的敘事邏輯相近，又具有文化多樣性。因此，臺漫的集中平台有利國際單位了解臺漫的多元性，促進雙邊合作。2021年，CCC數位平台上的Gene《殤否》、漢寶包《幻鏡少女ALICE》等4部作品就被與文策院簽訂合作備忘錄(MOU)的日本角川集團看中，翻譯後於其漫畫平台ComicWalker連載。

跨界行銷 擴充漫畫的多元想像

為了提升平台知名度，文策院與各界KOL (Key Opinion Leader，關鍵意見領袖) 合作，演員連俞涵、作家吳曉樂等人推薦漫畫，也在北、中、南部的大眾捷運燈箱或公車車體刊登廣告。

此外，也跨足與咖啡界、音樂界合作，不僅讓平台觸及不同的受眾、增進異業間的互相熟悉，也為合作品牌增值、創造新話題。2021年，文策院與西雅圖極品咖啡推出2款特繪外帶杯，邀請繪師kacusugarpic重新繪製CCC數位平台16部人氣作品的角色，對咖啡的銷售帶來正面幫助。❷

CCC數位平台人氣漫畫《無能戀愛諮商中心》與獨立樂團TommyBlue的特別企劃上線，漫畫家穀子為TommyBlue繪製漫畫特別篇，TommyBlue則於新歌《大隱於市》PV (Promotional Video，宣傳影片) 中加入漫畫主角，與其他聽眾一起聆聽音樂。

金流功能 啟動臺漫生態正向循環

金流是網漫平台的基礎功能，過去文策院考量自身的公共性角色，未推出收費服務。2021年文策院提出平台改版轉型的規劃，並舉辦多場諮詢交流會議，與業者、作者充分討論，同時亦開始規劃平台金流功能，於2022年4月上線。

相對於「品牌專區」，文策院為《CCC創作集》的原創孵育作品規劃「搶先看」功能，讀者可小額付費解鎖最新3回漫畫，或耐心等待回數正規推出。設立付費機制主要在於促進產業進步，除了可增加漫畫作者收益、增加創作動機，CCC數位平台上的漫畫也能得到較為準確的市場驗證。由讀者願意付費收看的數據，較現有漫畫頁面上的「推薦愛心」數，更可作為市場接受度的評估依據。這對影視等內容產業來說，也表示具有開發的潛力。

除了作者可由金流機制受益，與出版社合作更有利於出版社作品被國際市場看中的機會，也成為吸引出版社到CCC數位平台上架漫畫的誘因。

透過不同管道協力行銷，CCC數位平台會員人數較2020年大幅成長，累積達五萬餘人。而平台整合出版社漫畫資源、透過商業運轉提高創作者收益、異業合作示範臺漫IP的多元應用等作法，都為臺灣漫畫產業注入正向動能，不僅拓展臺漫的商機，也為合作品牌創造嶄新的可能性。

掃描前往CCC數位平台



03 數據共享，協助產業掌握發展趨勢

產業發展趨勢及重點數據分析是制定營運策略的重要基礎，為協助業者掌握產業趨勢變化，文策院推出「產業研究資料庫」，定期搜羅並整合臺灣文化內容產業的調查報告或關鍵數據，並將複雜數據轉化為視覺資訊圖表，讓產業發展概況及趨勢清楚呈現，有助提升業者的決策品質。



想知道臺灣影視產業近十年的產值變化、出版業的出口值消長情形、遊戲在整體文化內容產業中的出口占比、或是流行音樂的就業人口及家數？過去，這些數據資料散落在各政府機構或民間單位的出版品或網站上，民眾必須一一查找，且搜尋到的資料多以表格呈現，不易閱讀，讓研究工作耗時費力，成效不如預期。

為確實反映臺灣文化內容產業現況，協助政府與產業界掌握文化內容產業發展趨勢，文策院於2021年完成「產業研究資料庫」(research.taicca.tw)的建置，除了將原文化部產業調查報告資料庫化，更運用互動科技建置以產業數據為基礎的視覺化網站，補足以往單一產業僅收錄於該產業年度產調報告內而無法進行跨年度或跨產業比較，並透過圖表解讀複雜數據，讓產業趨勢變化一目了然。

直覺化操作、視覺資訊圖表 有效提高瀏覽體驗

產業研究資料庫的一大特色，在於直覺化操作介面。網站首頁以滾動式設計將重點內容集中於一個頁面，只需要向下滑動，就可以看到網站所有的資訊；如果使用者有明確想要獲取的資訊，只需點擊工具列選項，就可進到相對應的頁面，省去不停的點擊轉頁的麻煩，有效提高瀏覽體驗。

例如在「產業調查觀測站」選項中，除了可看到文化內容產業總產值，還涵括子產業(遊戲、流行音樂、影視及出版)的產值、出口值、就業人數及家數，同時可進行整體及分組比較、歷年走勢及順位；有需要的話，也可以直接下載表格或圖片後，再進行統計分析，做為決策基礎。

相較其他網站，資料庫的另一個亮點為視覺資訊圖表，以子產業的分組比較為例，採用矩形樹圖(Treemap)，此種呈現方法能以不同顏色區塊呈現不同資料，利用矩形面積表示數值大小，並可建立多層的樹狀結構，查看細部的資料。舉例來說，綠色區塊代表影視產業，其中可再細分為電視內容、電影發行、動畫等小類；藍色代表出版，再細分為圖書、雜誌、數位平台等，且所有資訊都呈現在同一層，可輕鬆觀察出各部分與整體之間的大小比例變化。

產業大數據、文字雲內容導覽 快速找到所需資訊

產業研究資料庫可說是目前國內少數整合各類文化內容產業營運數據的資料庫網站，也持續納入國影中心的全國電影票房、國家圖書館的ISBN及三民書局、博客來網路書店等公開網頁書目資料，以及友善書業合作社進銷貨紀錄，並隨同各資料庫的更新頻率，同步更新網站數據。此外，為協助業者掌握國際文化內容產業動態及商機，資料庫也定期提供趨勢商情，使用者除了可透過關鍵字搜尋，也可直接點選文字雲中的詞彙，快速找到所需資訊。

有鑑於產業政策的擬定，有賴於資料完整性，文策院未來將持續尋求電視節目、圖書與漫畫出版及流行音樂等數據擁有單位的合作，提升資料應用的質與量，做為臺灣文化內容產業進一步發展與茁壯的基石。

「產業研究資料庫」整合各類文化內容產業營運數據，做為個別內容產業進行產業概況及趨勢分析的參考。



掃描前往產業研究資料庫

04 透過共享資源，降低內容產製成本

臺灣數位模型庫2.0 為創作者打造虛擬影視基地

隨著元宇宙 (Metaverse) 熱潮興起，3D模型應用成為內容發展的重要元素，為讓內容創作者能將資源集中於創意發想、降低內容產製的成本，2021年文策院「臺灣數位模型庫2.0」平台正式啟用，從臺南的林百貨、臺北的中華商場，到《斯卡羅》聚落場景的3D數位模型，都可以輕鬆一鍵下載。

使用LED虛擬棚拍攝，可解決劇組在疫情期間無法飛往異地拍攝的空間限制；而LED虛擬棚的場景可以快速更換，並控制色溫、光源，使製作團隊能夠有效控管拍攝進度和降低搭景、拆景費用，符合訴求環保的國際產業趨勢。

無需從零繪製 資源集中於創意發想

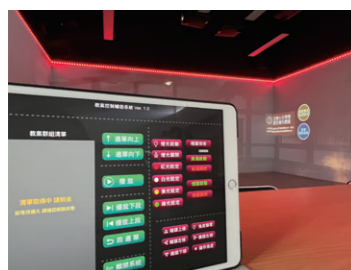
近一年來陸續有臺灣團隊導入虛擬棚的拍攝手法，購買「臺灣數位模型庫2.0」(簡稱數位模型庫) 3D模型應用於內容創作。數位模型庫除了提供國際模型平台少見的付費模型，也提供現僅存在於記憶中的臺灣各年代的日常生活模型，如《茶金》裡的臺北橋等，讓影視作品能夠透過模型快速還原故事場景，增加作品說服力，滿足視覺美術效果。

除了影視作品，數位模型庫有六成的使用者，是為了VR(虛擬實境)製作而下載購買模型，數位模型庫提供VR的創作者模型，包括臺北郵政局、淡水紅毛城、西門紅樓等知名場景，讓觀賞者在VR虛擬實境中，打破使用實體空間的時間與距離限制，感受360度身歷其境的震撼魅力。

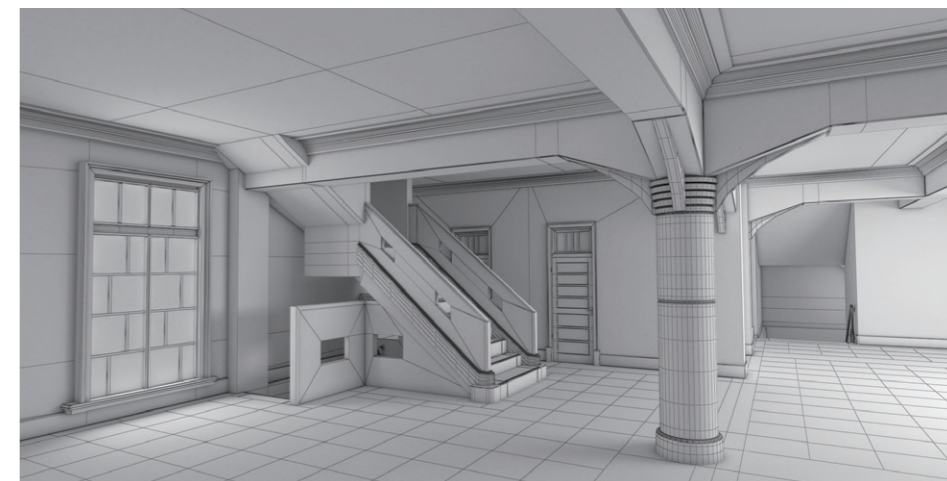
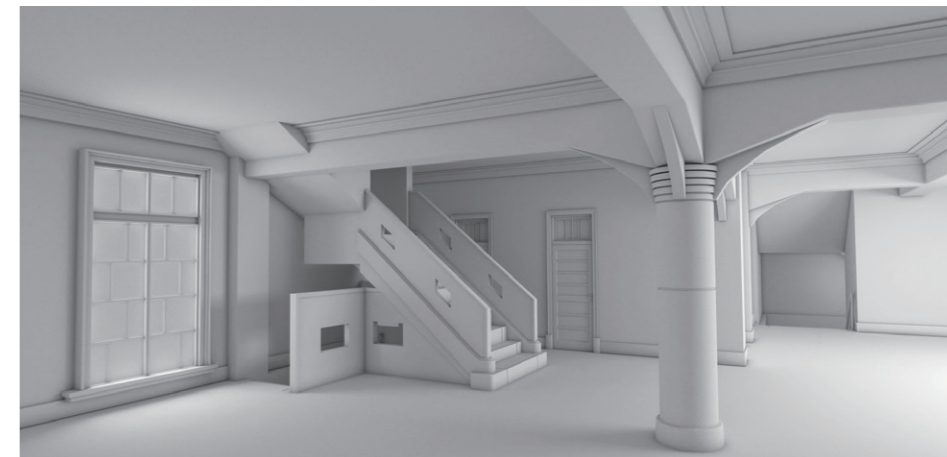
跨界創新應用 開拓數位模型使用效益

元宇宙為文化內容產業開拓了更寬廣的嶄新領域，文策院也順應潮流，透過「跨界協作」與「創新應用」活化3D模型的應用範圍。如近年熱門的區塊鏈經濟及VR虛擬展廳，除了將臺南武德殿、新北投車站、菊元百貨、西門寶成門等臺灣古建築模型上架至知名NFT交易平台Lootex販售；也與XRSPACE的GOXR線上虛擬展覽平台合作，使用者可透過手機App或戴上VR裝置，使用虛擬分身進入林百貨的數位模型庫發布會現場進行互動。AR應用方面，數位模型庫與宜蘭消防局合作，透過不同的虛擬建築模型，讓消防人員在多種火場環境進行救護演練，為消防單位開拓出更多元的訓練管道。①

為了有效活化數位內容的使用及模型建置的產業生態，並導入創作者經濟，2021年數位模型庫經營重點為推動C2C (Customer to Customer)，透過分潤機制吸引3D模型創作者上架寄賣自製素材。而為建立品牌認知與專業形象、觸及更多潛在使用者，提升模型購買或上傳率，數位模型庫透過經營FB粉絲團、Instagram等社群平台，推動會員間的口碑行銷；並推出《臺灣模型素材酷》YouTube影音節目，邀請動畫產業及視覺特效的專業人士分享產業觀察和模型應用，建立平台專業性和信賴感，讓數位模型庫的效益發揮到最大。②



① 使用模擬建築打造3D環景救護教室，可幫助消防員進行火場救急的訓練。



② 臺灣數位模型庫可讓創作者下載模型做多元應用。圖為臺南林百貨內部的3D模型。

掃描前往臺灣數位模型庫2.0



文化內容結合科技應用是國際產業重要趨勢，為了鼓勵產業運用最新技術進行跨領域、實驗性的原生內容開發，文策院透過「IP內容實驗室」(IP Lab)提供國際最新的動態容積擷取技術，藉以協助降低內容產製的門檻與成本，帶動數位內容的創作能量進一步提升。

「IP內容實驗室」為文策院承接自文化部的技術支持服務，以法國最新的4DViews容積擷取系統(Volumetric Capture System)，建置亞洲第2座、全球第6座4D建模的虛擬攝影棚，目前為臺灣唯一擁有該系統的攝影棚。❶

4DViews容積擷取技術的最大特點為，以往要進行虛擬人物建模，身上必須穿戴一些特殊儀器或感測器，而容積擷取技術主要是藉由攝影棚內32臺高畫質攝影機來拍攝人的動作與外觀，包含妝髮、服裝、配件等，然後利用電腦演算法，建構出人物的虛擬模型；而拍攝完的影片檔案可透過後製、特效或動畫，再融入遊戲、音樂MV、舞台展演，也特別適合沉浸式互動體驗的應用如VR/AR/MR/XR。

4DViews技術加持 打造親臨遠境現場的震撼感

2021年文策院和臺南市文化局與國立臺南藝術大學共同合作，在蕭壩文化園區臺南藝陣館推出「雲端香路·數位陣法：陣頭和他們的產地」常設展，結合傳統陣頭技藝、當代視覺藝術與文化科技，打造沉浸式影像與空間體驗，其中影像素材即是由IP Lab協助拍攝。策展人將影像成品結合藝陣展演實拍、空拍、動畫效果及環場式音樂，帶給民衆親臨現場的震撼感。❷

展覽共分為「神之通道」、「陣之劇場」、「陣頭和他們的產地」、「陣法顯聖 | 古剎出陣」、「數位香陣」5個展區，其中「陣之劇場」為三面都有投影幕的空間，播放不同陣頭的介紹影片，包括樹仔腳寶安宮白鶴陣、三五甲鎮山宮家將、麻豆南勢十二婆姐陣、溪南寮興安宮金獅陣，由於影片採用4DViews拍攝，角色細節如臉譜妝容、服裝更細膩，人物舞步動作也更立體逼真。IP Lab不僅協助策展人大幅簡化數位內容產製流程與降低成本門檻，同時能保存動態文化資產，並轉化成新媒體，讓更多人都能感受到傳統藝陣文化之美。



❶ 虛擬攝影棚四周以綠幕為背景，方便後製處理。

❷ 「雲端香路·數位陣法：陣頭和他們的產地」將傳統藝陣文化轉化成新媒材。

05 驅動企業ESG資源投入文化內容產業

為引導更多企業將CSR/ ESG多元化資金投注於文化內容，文策院持續推動文化內容連結企業價值，共創社會影響力，促成文化內容業者與企業建構創新夥伴關係，創造產業共好。

2021年12月文策院舉辦「2021文化流論壇」，提出CSR(Corporate Social Responsibility, 企業社會責任) for Culture——創新CSR行動方案；並邀集在文化內容產業投注資源的指標性企業分享經驗，激發對創新CSR的想像。文策院推動CSR for Culture工作以「CSB」為原則，其內涵為推動文化內容連結企業價值，共創社會影響力。文策院鼓勵CSB行動方案，除了希望讓文化內容產業得到更多元的資源以外，也讓文化內容與企業藉此建構創新夥伴關係，共創多元價值和社會影響力，同時為自身帶來正面的效益。

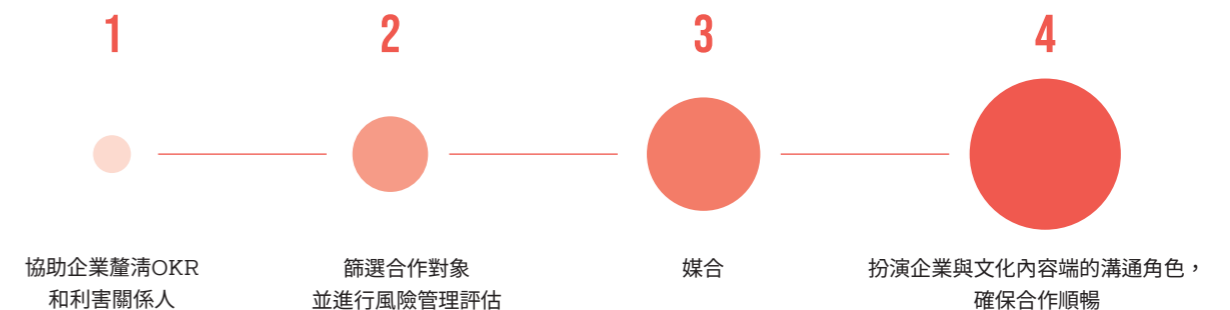
開展企業支持文化的多元模式 創造長久互利關係

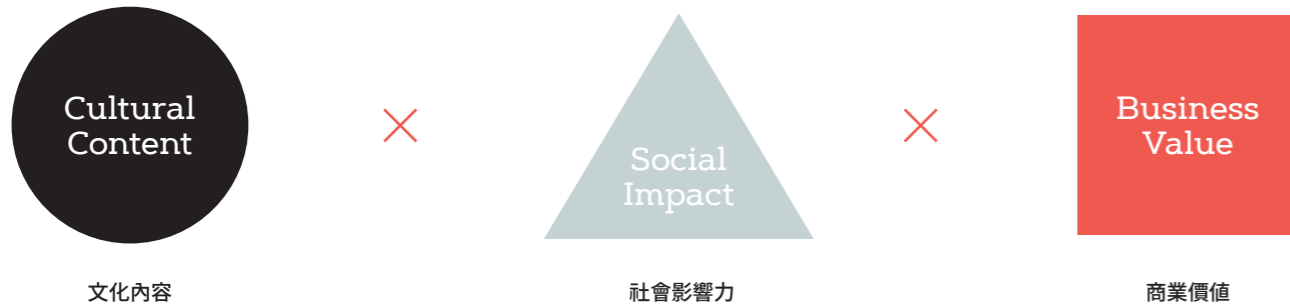
根據文化部《企業社會責任落實於文化發展之執行模式調查及推動建議分析》(2019)研究報告所歸納，企業支持文化模式可分為資源協助、專業協助、資源媒合、商務合作和策略夥伴五個階段。資源協助包含企業出資包場招待員工看紀錄片，不僅照顧員工福祉、增進向心力之餘，也支持文化內容產業、促進企業正面形象。而專業協助的支持模式包含提供專業技術之志願協助、協助能力建構等，以擁有8K投影技術的台達電子為例，其基金會曾進行8K影片的改編徵件，也贊助攝影團隊拍攝環保影片，拓展產品能見度之餘，也為文化內容產業挹注能量、開展藝術表現的可能性。

文策院依據2020年企業出具之CSR/ ESG報告統計，編製CSR/ ESG報告的企業中，有246家(占45%)投入CSR文化領域，其中93%屬於單次贊助等資源協助。因此，文策院除了持續推廣CSB的概念，也希望協助企業發展多元化的支持模式，使企業與文化內容產業長久合作互利。

文策院CSR for Culture 媒合流程

OKR (Objective Key Result, 目標關鍵成果)





盤點兩方需求 建立對話機制

2020及2021年，文策院持續與企業進行訪談及交流，了解需求。現今企業相當重視ESG(指環境Environmental、社會Social與治理Governance)，文策院擬從社會影響力(Social Impact)的角度切入，依據企業需求，媒合文化內容產業業者進行相關合作。

文策院推動CSB創新合作模式，2021年以企業端及文化端共學為主要推動工作。文策院舉辦工作坊，協助企業端與文化端掌握CSR趨勢、分析合作專案目標及利害關係人、了解如何量測文化專案之社會影響力。2022年起將進一步以共創及媒合，推動CSB創新合作模式。透過文策院的推動，對欲投入文化內容支持的企業來說，可因此接觸到更多文化端的業者，並且更了解文化內容的社會影響力；而對於需求企業資源的文化內容端來說，文策院協助其掌握與企業合作的溝通語言、關鍵議題、內容企劃及執行方法等，可降低認知落差、提升媒合成功率。完成媒合後，文策院將居中扮演溝通橋樑，確保合作順暢。

為了易於評估合作成效、讓企業投資人辨識價值，文策院針對企業投入文化專案的資源以及成效及其社會影響力，進行量化和質性的評估方法，未來擬推出CSB獎項，為企業認證。

CSR for Culture最終期望推動企業以結合文化內容為提升ESG表現的行動方案之一，以及企業投資文化內容可獲得金融市場資金。

正式宣布CSR for Culture 推動創新夥伴關係

2021年11月，文策院舉辦系列工作坊，為CSR for Culture暖身，包括與亞太社會創新高峰會合辦的「CSR for Culture工作坊」，以及兩場以樹冠影響力投資團隊擔任講師的「CSR文化影響力工作坊」，促成文化與企業界的交流；在「藝企相合一文策院CSB交流會」中，邀請到W春池計畫、信誼基金會、時藝多媒體以及磊山保經，分享文化如何為企業加值。

在12月與《天下雜誌》共同舉辦的「2021 CSR文化流論壇」中，文策院正式提出CSB概念，並邀請企業與文化工作者分享CSB的實踐。做為企業與文化內容界的轉譯者、對話者和新模式觸發者，文策院除了持續推動CSB概念、透過兩端的共創激發對合作模式的想像，並進行精準的媒合，也將努力建構市場機制運作所需的制度環境。最終目標，是希望當生態健全，CSR支持文化發展能夠成為企業常態，為合作雙方帶來永續的助益。



掃描看最新計畫細節



1 台灣電力公司副總經理徐造華 2 忠泰美術館總監黃嫻嫻 3 承德文旅文創設計旅店副董事長戴淑玲 4 富邦文教基金會總幹事冷彬 5 豪華朗機工共同創辦人林昆穎

[企業端]

●台灣電力公司——用文化設計力展現品牌軟實力

台電副總經理徐造華於「2021文化流論壇」，分享他們如何用文化軟實力找到新的溝通路徑。2017年臺北白晝之夜，台電與「豪華朗機工」以回收燈具做成的藝術裝置照亮總部大樓，吸引8萬人造訪，寫下「開放台電」的新頁；2019年，結合照明藝術點亮水湳洞十三層遺址，並著手修復週邊的文化資產；近幾年積極建構的文化設計力，成功翻轉品牌形象。

●忠泰建築文化藝術基金會——邀請大眾共創對城市未來的想像

忠泰建築文化藝術基金會建構關於城市未來的論述，也邀請大眾在沒有門檻的狀況下參與對城市的思考跟探索。舉辦的活動包含：利用城市閒置空間打造游牧式的「明日博物館」、設計師和插畫家建構的虛擬住宅；「都市果核計畫」，則是運用城市閒置空間作為創意工作者進駐或交流的平台，如「中山創意基地」。促成大眾共創對城市未來的想像、企業與文化內容界的交流。

●承德文旅——讓文化與藝術成為旅店亮點

「以企業的角度來看，認為文化是一門好生意。」承德文旅文創設計旅店副董事長戴淑玲認為，飯店不只是旅行的過程，也可以是旅遊的目的地、藝術和遊戲的空間。

旗下的「花蓮山知道」會邀請野地採集創作人、金工藝術家等設計藝術房；「桃城茶樣子」舉辦「2021構竹林鐵新銳展」，也推出竹製品主題房。承德文旅提供藝術家曝光和實現夢想的舞台，也提供旅客持續造訪的理由。

●富邦文教基金會——透過兒少培力建立正面影響力

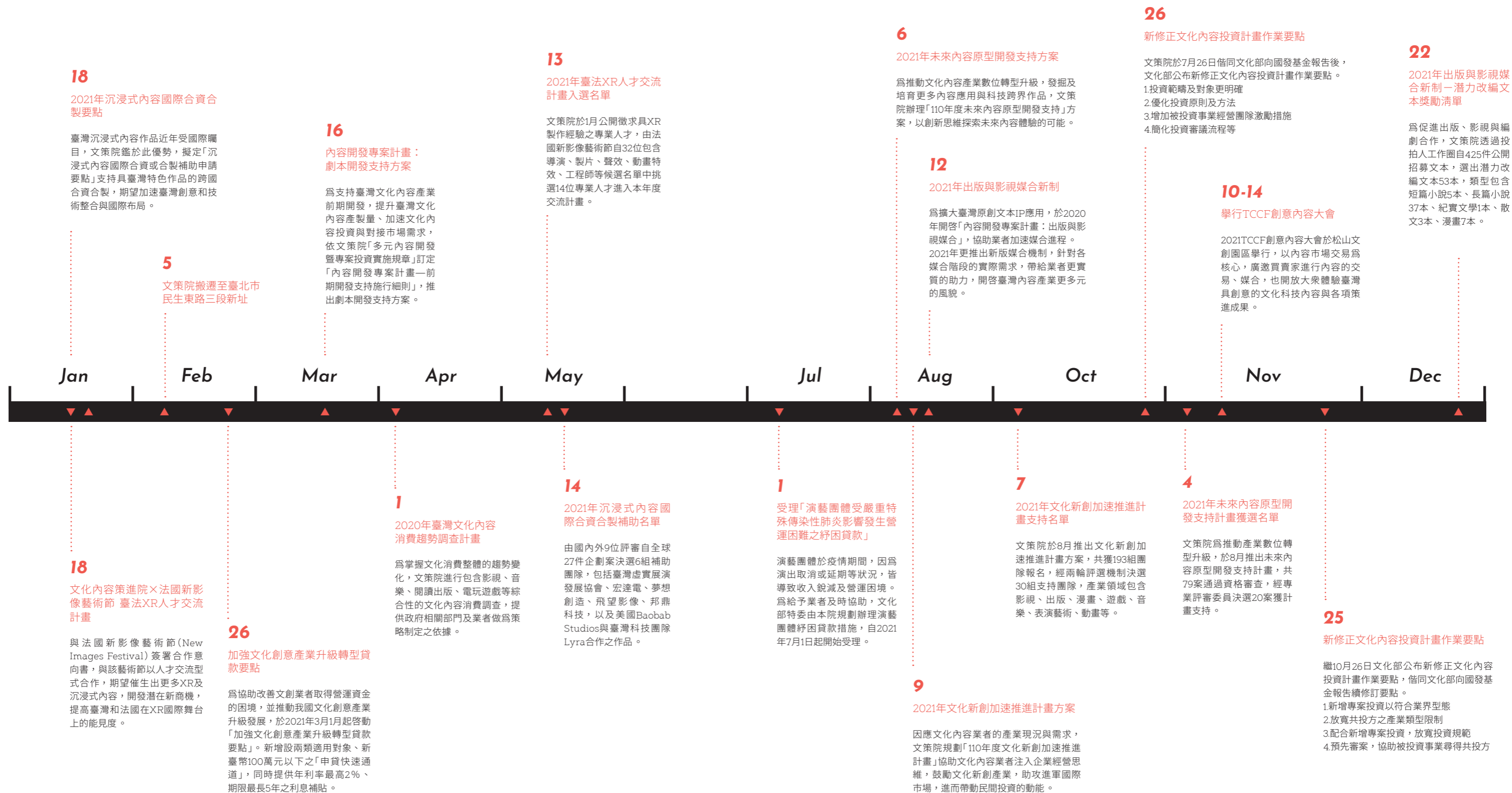
富邦文教基金會以文化內容為媒介之一，專注於兒少培力教育。2021年，基金會於文策院舉辦的TCCF創意內容大會，內容交易市場媒合推會會的「兒童節目孵育計劃」專場，邀請影視從業人員與會，進行歷屆孵育計劃作品首映，以及第三屆的劇本和節目提案。使基金會不僅發揮正面的社會影響力、扶持內容產業，也提升品牌形象和知名度，吸引年輕客群。

[文化內容端]

●豪華朗機工——跨界共創藝術作品，輝映彼此的價值

2018年，「地表最大的機械花——聆聽花開的聲音」在臺中世界花卉博覽會亮相，引起矚目。豪華朗機工結合臺中在地產業及製作資源，包括機械、光電、AI程式設計、動畫、音樂等領域，動員產官學上百人合作。不僅展現設計能力，也讓世界看到中小型在地企業的設計跟製造實力，社會也因這個世界級作品而提升光榮感，彰顯CSB於文化、社會和企業3個面向的價值。

**TO BE
CONTINUED**



文化內容策進院 年度報告 2021

發行人	丁曉菁、彭俊亨
總編輯	李明哲
編輯委員	王詠怡、李懷瑾、林淑璋、胡婷俐、張文櫻、盧俊偉、 瞿筱葳、羅怡華、羅融(依姓氏筆畫順序排列)
執行編輯	洪婉馨、黃其安、黃能揚(依姓氏筆畫順序排列)
協力編輯	文策院全體同仁
出版單位	文化內容策進院
地址	105臺北市松山區民生東路三段158號5樓
電話	02-27458186
執行製作	台灣赫斯特媒體股份有限公司
視覺設計	Solo Studio 李佳隆
特別感謝	CCC創作集、Video Market Corporation、Jenn Lee李維錚、台灣虛實展演發展協會、《正負之間》劇組、印刻文學、再現影像製作股份有限公司、《爲了國家》劇組、英張、草舍文化股份有限公司、飛望影像有限公司、張季雅、時報出版、華星娛樂公司、國立臺灣博物館、國立臺灣文學館、國立臺灣歷史博物館、蓋亞文化、瓊橡國際娛樂股份有限公司、鏡文學。(依筆畫順序排列) 版權聲明 除上述圖片授權單位，本刊圖文版權均爲文策院所有。
出版日期	2022年6月
版次	初版
ISBN	978-986-532-607-4