

# 108 年至 109 年度 文化內容策進院 績效評鑑報告

監督機關：文化部

提報日期：中華民國 110 年 4 月

## 壹、 前言

「文化內容策進院」於 2019 年 6 月依「文化內容策進院設置條例」成立，以行政法人中介組織身分提升文化內容之應用及產業化，監督機關為文化部。文策院將肩負催生市場動能，支持影視、流行音樂、圖文出版、數位出版、遊戲、時尚設計、藝術支援及文化科技應用等文化內容產業的產製、傳播及國際化發展等任務。

依據「文化內容策進院設置條例」相關規定，文化部為監督其相關業務之績效，制定「文化內容策進院績效評鑑辦法」，組成「文化內容策進院績效評鑑小組」，對該院前一年度營運績效進行評鑑。本績效評鑑小組委員共 10 名，成員包括政府相關機關代表、產業經營、文化內容相關領域之學者、專家及社會公正人士。

108 ~109 年度文化內容策進院營運績效評鑑，係依文化部 109 年 6 月 26 日召開之「文化內容策進院績效評鑑小組」會議決議通過之營運目標暨績效指標辦理。由績效評鑑小組就文化內容策進院年度各項工作之執行成果，辦理年度績效評鑑。

文化內容策進院依前規定於 110 年 2 月底前函報「文化內容策進院績效自評報告」至文化部，業經績效評鑑小組於 110 年 3 月 22 日召開會議，並以實地訪視、書面資料檢視、綜合座談等方式，進行績效指標之各項評鑑，並依據評鑑意見內容擬具「108 年至 109 年度文化內容策進院績效評鑑報告」，經文化部核定後公告。

績效評鑑小組委員肯定文化內容策進院成立之初，即推出各項機制致力於推動達成我國文化內容產業之產業化、國際化、整合化三大目標。然而績效評鑑小組委員發現扣連前述目標之各項機制仍有未盡之處，為使三大目標之相關作為能對產業發生更大效益，績效評鑑小組委員仍就部分細節提出各項作法之建議，作為該院接下來進一步發展、規劃之參考依據。

---

## 貳、 文化內容策進院績效評鑑小組委員名單

李召集人遠 ( 台北市文化基金會董事長 )

李委員玉玲 ( 高雄市立美術館館長 )

徐委員宜君 ( 文化部影視及流行音樂發展局局長 )

高委員文宏 ( 電影製作人 )

張委員基義 ( 台灣設計研究院院長 )

郭委員重興 ( 讀書共和國出版集團創辦人暨社長 )

黃委員韻玲 ( 台北流行音樂中心董事長 )

董委員澤平 ( 國立台灣師範大學全球經營與策略研究所專任特聘教授 )

蔡委員惠卿 ( 上銀科技總經理 )

閻委員鴻亞 ( 台北藝術大學電影系專任助理教授 )

( 註：召集人後依委員姓名筆畫順序排列 )

## 參、 評分及評等方式說明

1. 文化內容策進院 108~109 年度之評鑑指標分為三大發展目標，下有四個營運目標，以及合計 19 項的衡量指標。三大發展目標：產業化、國際化、整合化的權重配分比例如下(業經評鑑小組於 110 年 3 月 22 日之會議決議通過)：
  - ( 1 ) 產業化：面對市場與觀眾，符合產業生產規模，分潤產業各面向。所佔權重比例為 35%。
  - ( 2 ) 國際化：提升國際競爭力，切入國際文化內容產業鏈。所佔權重比例為 35%。
  - ( 3 ) 整合化：市場情報匯流，國際人才合作，健全生態系。所佔權重比例為 30%。
  
2. 績效評鑑小組委員綜合考量上述三大發展目標之下的四大營運目標及各衡量指標細項，進行年度評鑑分數之評分；各項衡量指標項目達成率平均後與該項目配分權重相乘後予以加總後，即得本評鑑年度之等第。  
評鑑結果將依下列標準轉換為等第呈現：
  - ( 1 ) 評鑑分數 85 分以上為「優良」；
  - ( 2 ) 評鑑分數 70 分以上未滿 85 分為「良好」；
  - ( 3 ) 評鑑分數未達 70 分為「待加強」。

## 肆、各項評鑑結果

### 1. 年度評鑑等第：

良好。

### 2. 年度績效衡量指標各項目評鑑結果：

院發展目標	年度營運目標	衡量指標	評等
一、產業化：面對市場與觀眾，符合產業生產規模，分潤產業各面向	1. 引導多元資金投資，帶動文化內容投資增加約 12 億元。	(1) 文化內容投資增加：完成約 6 億元國發基金投資，帶動民間共同投資人 6.6 億元投入文化內容投資案。	待加強
		(2) 排除融資障礙：以利息補貼及信保基金保證協力，提高銀行對文化內容業者貸放信心，預計協助優質業者取得貸款金額達 6 億元。	優良
		(3) 引導多元資金投資：系統化評選投融資標的，提升產量質量，帶動周邊產業效益。	良好
		(4) 健全產業製作之基礎環境：投入基礎建設 6.35 億元，支援類型化文化內容產品生產。	良好
		(5) 共同加速內容開發提升產能：規劃成立「原創內容基金」	優良

		<p>召募至少十位內容產業主力參與者。</p> <p>(6) 建立內容智財權、財務金融、法律服務等專業諮詢系統，規劃建立著作權登錄機制一式。</p>	良好
<p>二、國際化： 提升國際競爭力，切入國際文化內容產業鏈</p>	<p>2. 找出台灣優勢，面向未來內容產業發展，促進跨國投資合作</p>	<p>(1) 切入國際文化內容產業鏈，至少與三個國際平台建立系統性跨國深度合作、合製網絡。</p>	良好
		<p>(2) 沉浸式科技架接產業應用，促成文化內容科技示範創意展演至少 10 案。</p>	良好
		<p>(3) 設立沉浸式內容製作全球獎勵機制一式，和國際共同開展帶動未來內容產業關鍵佈局。</p>	良好
		<p>(4) 推動升級兩個國內文化內容關鍵展會論壇國際化，協助國內業者掌握國際趨勢，媒合國際合作夥伴。</p>	優良
	<p>3. 布局全球市場，規劃國際駐點，打造國家品牌形象。</p>	<p>(1) 投入 1.11 億，於 10~15 檔文化內容重要國際展會導入策展概念，打造國際媒合會，提升台灣內容 IP 行銷力，帶動周邊商品行銷。</p>	良好

		<p>(2) 拓展一個以上文策院國外駐點：啟動文化內容海外據點勘查及前置調查準備作業，挑選兩國，與當地重要產業建立友好關係。</p>	良好
		<p>(3) 提升台灣文化品牌之國際能見度：研擬並制定國家隊形象識別 CIS 一式，盤點台灣文化內容各式識別，升級台灣館整體視覺傳達質感。</p>	良好
		<p>(4) 擬定關鍵媒合策略一式，針對全球各大市場展特質，扣緊全球趨勢，建立有效機制如內容銷售會、台灣之夜，積極媒合，展外全年繼續對接，形成產業深度網絡。</p>	良好
<p>三、整合化：市場情報匯流，國際人才合作，健全生態系</p>	<p>4. 打造異業整合系統性合作平台，建立產業知識譜系</p>	<p>(1) 打造產業異業整合系統性合作平台，協助產業上下游及橫向聯繫，以製作委員會、企業社會責任平台等至少兩個新模式促成異業合作。</p>	良好

		(2) 完成至少三項關鍵產業地圖及內容產業策略白皮書一式。	良好
		(3) 建立及彙整系統化的文化內容資料庫一式，匯集產業人才、國際展會、攝製場景、銷售數據等資訊，貼合使用者需求，協助業者近用資源、找尋跨業合作、支援文化內容開發。	待加強
		(4) 成立 TAICCA School (文策學院)，精進中介經紀及產業關鍵能力培育之課程規劃，形成文化內容人才動態聚落對接產業，並與國際機構交流合作，至少開辦 6 門系列課程。	優良
		(5) 打造本院官網，成為台灣文化內容產業入口網站，建立面向國際的展示窗口。	良好



### 3. 各衡量指標項目年度績效說明：

一、產業化：面對市場與觀眾，符合產業生產規模，分潤產業各面向

1-1-1 文化內容投資增加：完成約 6 億元國發基金投資，帶動民間共同投資人 3 億 2875 萬元投入文化內容投資案。

**績效說明：完成約 3.054 億元投入，帶動 3.2875 億元民間資金，達成率約 50%。肇因疫情，民間投資觀望，故國發基金亦難以配投。將續加強相關產業之輔導，健全投資標的體質、增加投資信心。**

文策院自 108 年 6 月成立至今，投資案件合計共 5 件，合計金額共 3 億 540 萬元，帶動民間投資共 3 億 2875 萬元。分別為「加強投資文化創意產業實施方案」1 件及「文化內容投資計畫」4 件。

疫情期間業者確實進入營運盤整，但期待疫後發揮積蓄能量，本院將以整體產業生態系之觀點來評估潛在投融資案件，並特別關注大型企業或專案及產業鏈頂端，所帶來之連動經濟效益。新一年度協助投資人將資金挹注於文化內容產業，努力加強與投資人(如創投)的聯繫管道，並在被投資標的事業之條件允許下，盡可能增加投資金額。另外，也以擴大投資標的之行業別的廣度為目標，輔導中的業種已呈現多元，例如：展演場域經營、地方創生、數位內容(遊戲、AR、VR 等)、數位出版，期能在投資質量都有所突破。

其中，具潛力之投資案共 29 件，較為成熟案件共 9 件，案件產業涵蓋影視、出版、時尚、創意生活等領域，預期投資金額可達 3 億元，帶動民間投資超過 3 億 5,000 萬元。同時並有 186 件累計進行諮詢或安排輔導協力中。

去年目標達成約 50%的原因說明如下：

(1) 國發基金投資案需由民間共同投資方發起，國發基金才能配投，109 年受 COVID-19 武漢肺炎疫情關係，業者進場

投資暫持保守觀望態度，故投資案進度略受影響。根據 PwC Taiwan 於 109 年 9 月發布之《2020 全球與臺灣娛樂暨媒體業展望報告》( PwC Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024 )，針對全球 53 個國家 / 地區的 14 大次產業，進行五年的市場預測及分析。指出 COVID-19 武漢肺炎疫情的爆發，恐導致 109 年全球娛樂暨媒體業營收減少 5.6%、下滑至約兩兆美元，較 108 年縮水逾 1,200 億美元。同一份報告則預估台灣 109 年娛樂暨媒體市場營收將下滑 3.3%、來到 147 億美元，幅度雖較全球略為和緩，但仍是呈現下滑趨勢，故推測對整體投資意願亦下滑甚鉅。

(2) 「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，本項將於 110 年度研擬要點修改時再廣納意見並進行討論。

下表彙整已核准投資案件合計共 5 件：

- (1) 加強投資文化創意產業實施方案：1 件。
- (2) 文化內容投資計畫：4 件。

被投資事業	共同投資方	國發基金 投資金額	帶動民間 投資金額
極限電競股份有限公司	台灣新光國際創業投資股份有限公司	3,000 萬元	3,000 萬元
柒拾陸號原子股份有限公司	科科世界股份有限公司	4,500 萬元	4,575 萬元
伯樂影業股份有限公司	推手影業股份有限公司	9,800 萬元	10,200 萬元
天使放大股份有限公司	貝殼放大股份有限公司	3,440 萬元	5,100 萬元
影響原創影視股份有限公司	台灣威亞數位科技股份有限公司	9,800 萬元	10,000 萬元
合計		3 億 540 萬元	3 億 2,875 萬元

#### A. 「柒拾陸號原子」股份有限公司

透過網路追劇、收看影音串流平台內容已是多數人的日常娛樂方式。全球 OTT ( 串流媒體 ) 產業蓬勃發展下，各類節目需求量快速增加，兼具內容開發與多樣產製能力的團隊也應運而生。

看準潮流，由文策院與科科世界股份有限公司（KKG Taiwan Co., Ltd.）共同投資的IP開發公司「柒拾陸號原子」（Studio 76）於2019年10月成立，鎖定新創電影、電速劇、迷你影集等針對OTT影音串流平台需求之影視規格，強調「輕體量化」但「高黏著度」概念，並整合平、音樂、營銷、版權等資源，將IP多角化發展，以優質影視內容為發展核心，串連IP泛娛樂產業鏈。



↑「柒拾陸號原子」109年推出由網路小說改編的短片《76号恐怖書店之恐懼罐頭》。

「柒拾陸號原子」是文策院執行「文化內容投資計畫」後成功投出的第一案。以KKBOX集團的KKG為主要投資者，首輪募資便取得資金約新台幣1億元，文策院占其中4,500萬元，後續並有日本等多個亞洲跨區域媒體集團加入股東行列。

文策院期待，藉由多方投資人的合作，拉抬資金總額，進而促成產製模式的創新嘗試。「柒拾陸號原子」以三年三十部戲劇為目標，運用多方投資的合作模式，以內容製作費每分鐘6至8萬元為標準，減低投資風險，109年首波推出由網路小說家「不帶劍」短篇恐怖故事改編而成的短片《76号恐怖書店之恐懼罐頭》，在myVideo首播時每集皆超過10萬次觀看。將台灣產製能量對接影視閱聽趨勢，順應潮流創造金流。

B. 天使放大股份有限公司

將「創意」轉換成「創業」的築夢過程，在概念發想階段的啟動資金常常是夢想能否實現的關鍵要素。為協助解決文化內容產業缺乏初始開發資金的產業現況，文策院與業界知名的群眾募資顧問公司「貝殼放大」聯手，共同投資以文化內容產業為服務對象的財務顧問公司「天使放大」。



↑ 109年5月18日，文策院 x 貝殼放大共同投資記者會。

做為文策院執行國發基金共同投資布局之協力夥伴，「天使放大」主要任務是為正在創作文化內容作品的創作者提供最初期的啟動基金，協助創作者為作品募集更多「天使共創者」( Angel Investor )，使創意足以獲得更多經費挹注，提供創作團隊最自由的創作空間。

「天使放大」藉由「收益回報型投資」( Revenue Based Financing, RBF ) 模式，透過單項、專案作品的分潤式投資，以作品發行後的權利金收益抽成作為報酬，給予創作團隊最關鍵的資金支持，同時為投資者提供更劇保障的投資環境。

C. 「影響原創」影視股份有限公司



109 年 7 月，文策院以國發基金挹注 CATCHPLAY ( 威望國際股份有限公司 )，共同成立「影響原創影視股份有限公司」( SCREENWORKS，簡稱「影響原創」)，期待結合 CATCHPLAY 經營團隊成功投資國際合資合製電影的市場經驗，以及旗下「CATCHPLAY+」影音串流平台的服務功能，將臺灣優質原創內容帶向國際。



↑ 109 年 7 月 29 日，「SCREENWORKS 影響原創」攜手共創優質影視內容記者會。

CATCHPLAY 為臺灣成功垂直整合娛樂內容產業鏈的公司，具十年以上影視內容製作與行銷實力，曾發行電影《樂來越愛你》、《寄生上流》等賣座大片。過去曾與跨國內內容業者 HBO、韓國 CJE&M 等合作，將《我們與惡的距離》、《俗女養成記》等臺灣原創作品在國際市場推出，旗下「CATCHPLAY+」更是國內唯一成功跨足國際市場的影音串流平台。

文策院相信，透過將資金挹注具國際通路和製片產能的公司，可以活化在地內容製作的產製環境，提升產量，並推動台灣影視內容輸出。「影響原創」將延續 CATCHPLAY 的國際系統能量，透過「CATCHPLAY+」平台主動輸出台灣原創影視內容，為內容業者與創作者打造邁向國際市場的舞台，擦亮台灣影視招牌；同時導入「先賣後拍」商業模式，以國際成熟影視市場的投資、預售與合製方式，為台灣在地團隊引進創作與製作的國際資源，放大經濟規模與回收效益，推動臺灣成為影視原創內容基地。

1-1-2 排除融資障礙：以利息補貼及信保基金保證協力，提高銀行對文化內容業者貸放信心，預計協助優質業者取得貸款金額達 6 億元。

**績效說明：執行文創優惠貸款、文創產業貸款利息補貼、文創產業合約與著作權質押貸款，以及大型企業紓困貸款利息補貼，總融資金額近 10 億元，達成率 159%。具體對疫情所導致的營運困難業者給予幫助，並大幅增加銀行對文化內容業者放貸的案例與經驗，有助於文化內容多元資金體系的建立及實際運作。**

108 年 7 月至 109 年 12 月之融資金額成果：9 億 5,485 萬，已達成目標，目標達成率 159.14%。包含：

(1) 文創優惠貸款 (第一、二、三、四類)，總核貸金額=3 億 1,785 萬元

文化部委由文策院辦理之「文化創意產業優惠貸款」，截至 109 年 12 月底共計 29 件通過，共計核定通過新台幣 3 億 1785 萬元融資資金協助產業業者。

(2) 文創產業貸款利息補貼，通過補貼之貸款總額=6,080 萬元

「文化創意產業貸款利息補貼」於 108 年 11 月 8 日正式公告受理收件，以利息補貼舒緩業者籌借資金之財務壓力，補貼年利率上限 2%，最長補貼 5 年。截至 109 年 12 月底共計 9 件通過，核定補貼之貸款金額共計新台幣 6,080 萬元。

(3) 文創產業合約與著作權質押貸款，核定通過之貸款總額 = 3,700 萬元

「文化創意產業合約與著作權質押貸款」於 109 年 3 月 27 日公告受理收件，業者得以已簽訂之補助或商業製作合約、著作權預售合約進行貸款申請，單案額度最高可達新台幣 5 千萬。截至 109 年 12 月底已有 3 件通過，共計核定通過新臺幣 3700 萬元。

(4) 大型企業紓困貸款利息補貼（振興貸款），通過補貼之貸款總額 = 5 億 5,900 萬

文策院受文化部委託辦理「文化部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興利息補貼作業」，係針對經濟部融資紓困方案中、未獲利息補貼之文化部主管產業大型企業提供。截至 109 年 12 月底（補貼息實際發生時間 109 年 7 月至 11 月），由經理銀行（臺灣中小企銀）送件、文策院檢覈完成並撥付之紓困利息案件共計 6 件，通過補貼之貸款總額達 5 億 5,900 萬元。

本院每年度辦理之融資說明會，多係為宣傳本院融資相關服務，以吸引文創業者前來利用。本年度擬增加與文化內容相關產業公會之場次，提高資訊傳送予各文化內容產業之準確度。

關於紓困貸款措施，由本院協力者，係針對業者已取得文化部紓困貸款之申貸額度，配合撥付利息。至其他融資措施推廣工作，本院就現有之投融資工具持續向文創產業業者宣傳，提高廣度與精準度，文創產業業者如有疑問，得透過電郵、電話、一站式平台服務等，向本院詢問最新且最正確之資訊，便於業者視需要提出各式申請。另放貸金額須經金融機構對於放貸對象嚴謹之評估流程，包括評估放貸對象之財產與償債能力等，亦須尊重徵審結果。

關於融資大小之分流細節，本院甫於 110 年 2 月公告之「加強文化創意產業升級轉型貸款要點」，融資對象首度納入「藝文類非營利組織」與「大型企業」，並開放負責人為「外籍人士」申請，增設貸款 100 萬元以下免開審議會「申

貸快速通道」，縮短業者申貸時間；而不同申請類別區分申貸總額度，如第一類(中小企業)8,000 萬、第二類(大型企業)2 億、第三類(藝文類非營利組織)8,000 萬、第四類(符合前三類別且有文創專案合約者)1 億，期待透過上述機制提升融資整體績效。

針對各項融資措施，本院已於官網設置專區並持續更新，除了要點規定及應備書表，並提供各式懶人包、流程圖、問答集、填寫範例、實用參考連結、說明會辦理等資訊，亦設置專線、電子信箱、一站式服務平台等諮詢管道，截至今年 3 月已提供 1,912 件諮詢服務(含 1,538 件電話服務)，其中融資相關詢問之比例約佔 9 成以上，顯示有相當利用率。

在融資種類和金額方面，截至 110 年第 1 季 (統計自 106 年起至 110 年 3 月 31 日止) 之資料如下：

#### 一、分種類案件數：

(一) 文創優惠貸款 (本要點於 110 年 2 月 26 日廢止)：以送件年度為標準，106 年 27 件、107 年 20 件、108 年 27 件、109 年 2 件，共 76 件。

(二) 合約與著作權質押貸款 (本要點於 110 年 2 月 26 日廢止)：以送件年度為標準，109 年 3 件，共 3 件。

(三) 利息補貼：以收件日期為標準，109 年至 110 年 3 月底前，共 16 件。

(四) 青創貸款：以已撥款之獲貸案件計算，自 109 年 9 月 23 日起至 110 年 3 月 31 日止，共 634 件。

(五) 合計：729 件。

#### 二、已服務業者融資金額

(一) 文創優惠貸款：採用通過案件數的核定金額及第四類核定額度計算，106 年共 2 億 6,525 萬+107 年 1 億 6,290 萬+108 年 2 億 1,785 萬+109 年 1 億元，106-109 年金額共 7 億 4,600 萬元。

(二) 合約與著作權質押貸款：共 3,700 萬元。



(三) 利息補貼：以核定補貼之貸款金額，共 8,385 萬元。

(四) 青創貸款：以已撥款融資金額計算，共 4 億 9,579 萬元。

(五) 合計：13 億 6,264 萬元。

1-1-3 引導多元資金投資：系統化評選投融資標的，提升產量質量，帶動周邊產業效益。

**績效說明：**釐清產業與市場之實際需求，滾動式調整策進機制，以達促進產量之預期效益。例如以心動指數媒合出版及影視業者、導入國際通路合資合製等資源，增加對符合全球影視觀眾市場品味內容的製作與行銷投資。創造台流，具體提升能受市場歡迎的產品數量、品質與收益。

為達成引導多元資金投資之目標，根據市場現況及對接國際市場的需求，該系統改以由市場方選擇取代內容評等機制的工作架構，主要機制說明如下：

(1) 推動國際合資合製及行銷，創造台流、帶動周邊產業效益：

本院積極與國內外平台以及製作孵化單位合作，以提升產製量及國際市佔率為目標。以製作投資為工具，促進產量提升以及國際化進程。目前本院設計「國際合資合製及行銷投資支用要點草案」一式，已於 109/11/10 宣布與金馬創投以及本國串流平台 GagaOOLala 合作，提供製作投資，鼓勵國內獲肯定之原創內容透過國際平台進入海外市場，以最後一桶金的方式協助製作。另於 110/2/3 舉辦「與文策院攜手百部影視台流造浪」記者會，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 14 間涵蓋影視、紀錄片及動畫等類型的台灣產業出席，共同宣示成為文策院的正式合作夥伴，將簽署合作備忘錄（MOU），其開發製作案可獲文策院投資支持，提升台灣原創影視作品產製質量，鼓勵打開國際市佔率，在文策院機制的助攻下，估計開發量可倍增，達

百部之多，在量能提升且有國際通路的狀態下，加速打造台灣國家品牌。

(2) 積極導入 CSR 能量挹注文化內容產業：

為催生 IP 量能和產製升級，期許企業社會責任 ( CSR ) 的龐大能量，包含財務贊助、消費贊助及商業資源贊助，支持文化內容產業之發展，積極推展下列事項，建立相關人脈庫，協助文創業需求方對接 CSR 標竿企業資源。

A. 原 CSR Match 網站改版為 CSR for Culture 網站，109 年度完成系統改版，並將進行相關編採計畫。

B. 建立 CSR 人脈庫，掌握標竿企業對 CSR 提案需要，媒合 IP 內容的贊助偏好與需求動態，同步累積相應之 SDGs 關鍵字標籤。

C. 倡議法規調適方向，以補足文化內容產業支持與 CSR 社會參與落實之間的斷鏈點，提升企業 CSR 對於文化內容產業之整體重視程度。

此外，有關企業社會責任 CSR 之本院執行事項將持續與文化部對焦，協助政策調適倡議，並聚焦開啟社會對話。未來藝文及文化內容產業可透過一站式服務，向文策院尋求多元資金媒合服務。本院目前透過訪談文化內容產業產製者 ( 圖像創作者、漫畫創作、桌遊、出版產業、出版專業媒體、影視平台等 )，以及具有與文化領域合作經驗之企業基金會，了解需求。預計執行工作為：

A. 透過「文化發展與企業社會責任網」，以共學共創基礎，倡議文化企業社會責任，倡議並提高企業對文化內容之於 CSR 的應用價值與認同，促使更多企業實際投入資源於開發具潛力的新內容。

B. 諮詢藝文端與企業端，研究國內外案例，開啟藝文與企業合作之可能性。

C. 建立企業名單、連結標竿企業，向企業轉譯藝術與文化對應永續目標的可能性，建立雙方對話基礎。掌握標竿 CSR 對 IP 內容的贊助偏好與需求動態，推動文化企業社會責任資源整合。

D. 啟動與公協會、中介組織、智庫、文創園區、企業跨域串連策略整合，建立文化永續社會影響力生態系，研擬導入文化內容新創潛力的機制，預計於 110 年第二季開始擴大企業與文化團體互動參與，以期發掘嶄新藝企合作的新觀點與心期待，歸納企業投入文化內容的創新應用模式，包含透過文化內容實踐其他永續發展目標，結合文化內容進行商業模式創新，運用多元內容媒材豐富社會參與專案，促進整體文化內容市場價值。

E. 持續研擬政策調適倡議工作流程與地圖

1-1-4 健全產業製作之基礎環境：投入基礎建設 6.35 億元，支援類型化文化內容產品生產。

**績效說明：**因應疫情調整各項機制，鼓勵業者進行文化內容創新應用，優化產製環境，有效協助業界於疫情期間進行大量研發及轉型工作。厚植產業基礎、因應疫後復甦時期的各項文化內容產品需求。

1. 4DViews 容積擷取攝影棚：

透過「IP 內容實驗室計畫」的 4DViews 容積擷取攝影棚，109 年度產出的亮點示範案例包括有，仙草影像陳奕仁導演拍攝製作之歌手田馥甄 Hebe《一一》MV、知名漫畫作品《異人茶跡》延伸 AR 應用開發、國立臺灣交響樂團×公視水果奶奶之〈臺灣音樂 AR 多感官繪本計畫〉。

另外，109 年透過獎勵徵件，產出三大類型之七件亮點作品如下：

(1) 影像敘事虛實整合展演類：

必應創造【羅大佑《當年離家的年輕人》4D 音樂影像製作】，及夢想創造【重現中華商場 VR】。

(2) 動漫劇場內容跨界產製類：

親子天下【小行星3D虛擬IP音樂主題曲實驗創作計畫】、未來式互動藝術【劍魂如初《虛實之境》】及銘傳大學數位媒體設計系【《兩扇門》立體插畫繪本實虛整合導讀系統設計】。

(3) 傳統藝術 IP 新生轉型類：

霹靂國際【霹靂英雄戰記之刀說異數 X 方文山 X 李芷婷 - 「遠走他鄉」偶動畫 MV 拍攝計畫】以及中國科技大學數位多媒體設計系【〈將 Fusion〉容積與動作捕捉融合實驗創作計畫】。

2. 高階數位模型庫：

於 109 年度進行商轉營運規劃，包含完成營運管理報告，授權與收費標準需求與用戶服務條款等，將於次一年度接續續臺灣高階數位模型庫之運營與整備作業。

此外，為有效降低台灣電影、動畫、遊戲、AVMR 等後期製作成本並同時迎合市場需求，「台灣高階數位模型庫」預計將平台升級為可供使用者上傳並販賣模型的機制與金流功能，預計搭配分潤機制與社群功能，使模型平台能長期自體擴增並迎合使用者需求。

3. 漫畫圖像產業：

(1) 臺灣漫畫基地：

該場域空間協助創作者與產業進行人才培育、產業連結，並協助執行商業策展、販售、線上下整合實驗模式。從 109 年 3 月接手、5 月升級開放至今，共舉辦超過 30 場活動、超過 3 萬人次造訪、211 件諮詢與媒合需求、5 件媒合成功案例，協助催生 7 部臺灣作品，逾 200 名創作者、從業人員、漫畫愛好者共同參與。

(2) 新創育成：

主辦「2020 原創漫畫及劇本創作競賽」，本次活動銜接文化部漫畫輔導金與金漫獎，提供新創作品與產業對接的選拔活動，共 20 家出版及影視業者跨域參與。本次競賽中共有 426 件作品參賽，頁漫組 145 件、條漫組 35 件、劇本組 246 件投稿參與競賽。本次共頒發 37 個獎項。以臺灣日治時期為背景的頁漫作品《信一》與取材自臺灣民俗傳說劇本作品《戀戀大目降》脫穎而出，獲得頁漫、漫畫劇本組金獎與年度主題獎；《信一》亦獲讀者票選獎，以傑出的原創實力同時拿下 3 獎項。

### (3) 共同行銷與商業驗證平台：

109 年 8 月 20 日，CCC 創作集轉由數位平台上線，媒合創作與共同行銷，為臺灣漫畫打造屬於自己的數位平台。現今已上架超過百部台灣作品，平均每日超過萬人瀏覽，催生全新原創漫畫 65 部、53 篇專題報導，超過 77 位作者，8 間出版社共同參與（長鴻、威向、蓋亞、留守番、大辣、大塊、慢工、黑白文化）。包含綺影動畫 VR 合創的《囍宴機器人》漫畫版，獲得金漫獎年度新人獎之小狻狷作品《守娘》，獲得博客來年度漫畫銷售 35 名《守娘》，第十四屆日本外務省國際漫畫賞金獎《送葬協奏曲》，銅賞《百花百色》。跨業發展方面，由左萱作品《神之鄉》，由映畫製作成功改編電視劇。近兩年亦促成 4 業者發行 13 部漫畫單行本，CCC 同時扮演國際行銷及媒合角色。

### 4.文化內容開發與產業領航行動方案：

「文化內容開發與產業領航行動方案」於 109 年進行兩波補助徵案，總計 81 案獲選，涵蓋多元之內容產業領域，包含視覺藝術、表演藝術、文化資產及展演設施、工藝、電影及動畫、遊戲、出版、設計、建築、數位內容、流行音樂、漫畫、廣播電視等均包含在內。目標期能帶動內容產業進行系統性開發、孵育具系列發展，打造具國際市場潛力之原創文化 IP，有效提升文化內容產製的品質與量能，並帶動產業建立可長期營運的商業模式。第一波徵案結果於 109 年 7 月 21 日公告，「文化內容開發組」共 26 案獲選，「內容產業領航行動方案組」共 24 案獲選，補助金額



達 153,297,480 元。第二波補助徵案，「文化內容開發組」共計 16 案獲得補助，補助金額 55,567,373 元；「內容產業領航行動方案組」共計 15 案，補助金額 58,665,210 元。於 109 年 12 月開始陸續簽約中，獲補助業者後續將對接文策院新創加速、一站式服務及投融資等相關策進機制，協助業者創新創業，提升整體產業動能。

業界對於本院此一挹注創新研發的作法，初步了解，多數業者表示，旗艦計畫讓公司可以投入較多心力、並嚐試新的工作方法進行新的內容開發，對產業發展有相當助益。

以下說明獲補助業者後續對接文策院各項機制深度輔導，帶動投資，跨域整合，形成生態系之案例：

#### (1) 帶動投資：

A. 宏達國際電子股份有限公司「黏土逐格 VR 動畫—《病玫瑰》」入選第 77 屆威尼斯影展創投中的「VIRTUAL REALITY IMMERSIVE STORY PROJECTS」項目，為 12 部入選作品中的唯一亞洲全自製作品，更是所有創投作品中唯一的台灣自製作品。

B. 大清華傳媒股份有限公司「劇場與劇團加速器平台」，規劃建立一個表演藝術商轉加速過程平台，並持續提供系統性協助。目前已協助 C Musical《馬卡龍與羅密歐》、唱歌集音樂劇場《大家都想做音樂劇》、果陀劇場《海鮮餐廳老闆與他的情人》進行作品升級。同時協助安排 C Musical《不讀書俱樂部》110 年長演計畫，並協助尋找資金。

#### (2) 跨域合作：

A. 獲補助計畫-哇哇科技股份有限公司「《妖果小學堂》動畫 IP 發展 Nintendo Switch《臺灣妖果》遊戲暨國際市場鏈結計畫」：將深根台灣 22 年水果冰淇淋節目所製作的《妖果小學堂》動畫，開發成遊戲機台及 Nintendo Switch 遊戲。目前已完成機台測試，並已與新光三越洽談全臺鋪點之合作模式。另 Nintendo Switch 第一篇章體驗版本，預計 110 年 3 月於 Nintendo Switch 上架。

B. 國立臺南藝術大學「VR/AR/MR 導入博物館之創新應用-臺灣史前文化博物館南科考古館之館藏活化」：將南科考古館館藏文物進行虛擬轉化，並逐步發展為 VR 電影、AR 遊戲、AR 互動導覽、MR 虛實整合導覽等互動內容開發，預計 110 年 3 月完成 VR 電影、AR 導覽示範系統、AR 互動遊戲，後續將整合相關開發內容，打造創新的博物館導覽體驗模式。

(3) 形成生態系（跨境輸出）：

A. 杰德創意影音管理股份有限公司「GagaOOLala 全球 OTT 分眾內容產業鏈加速整合計畫」：進行現有 GagaOOLala 網站服務升級優化，以提升用戶服務體驗與會員數量，並進行海外行銷。計畫期間除受邀參加 2020 舊金山 Frameline 影展、2020 芝加哥同志影展及 2020 東京國際影展，同時參加 2020 東京國際電影展、2020 美國電影市場展等線上市場展會，計與 35 家買家進行洽談。

B. 台灣威亞數位科技股份有限公司「『CATCHPLAY+』領航創新模組建置暨《內容品牌館》出海計畫」：升級「CATCHPLAY+」平台，將內容上架、用戶管理、方案訂定等系統模組化，解決多數內容業者因經濟規模不足而無法經營 OTT 平台的問題。計畫期間完成「內容品牌館」建置作業，並上架「台灣原創」及「HBO GO」，該平台自 109 年第 4 季開始，陸續於印尼及新加坡上架數部台灣影視作品。

5. 華山 2.0：

文策院執行文化部公共建設計畫「華山 2.0 文化內容產業聚落」軟體發展計畫分項二之「文化科技跨域創新應用」示範案例。該計畫 109 年度辦理完成多件亮點示範案例，包含：

(1) 黃翊工作室之「小螞蟻與機器人」，以舞蹈結合 AI 機器手臂之 Live 展演，並與產官界交流及投資人進行媒合，展演共計 5 場次；

(2) 「秘密基地」一案展示以《天橋上的魔術師》主角小不點家之場景，結合 8K VR 超高品質掃描技術捕捉並還原 1:1 虛與實之場景，讓體驗者親自走進戲劇場景中，並提供以 5G 手機製作而成的特製攝影機，捕捉了現場實際體驗者與 VR 中的虛擬場景，藉由 5G 低傳輸至異地做即時去背合成傳送至體驗現場；

(3) 邀請 C-LAB 新銳科技藝術創作者共同合作，展現穹形軟硬體整合技術，以 360 度環景投影作品，創造全沉浸式的 8K 影像空間，以視覺和聲響衝擊觀眾的身體感知；

(4) 與 XRSPACE 合作，透過虛擬實境特點打破實體展覽的距離、時間及空間的限制，讓體驗者能在 TCCF 創意內容大會的展示現場以沉浸方式享受作品，同時透過簡易的手勢辨識與操作，讓體驗者在虛擬展覽空間自由穿梭與切換想要觀賞的作品。

1-1-5 共同加速內容開發提升產能：規劃成立「原創內容基金」招募至少十位內容產業主力參與者。

**績效說明：優化「出版與影視媒合」機制，募集 40 位投拍單位參與，完成 53 本媒合候選書單，提案件數達 79 件。具體以出版方、編劇方及資金方三方媒合之機制，降低文化內容產品開發之風險，提高投資人信心，加速內容開發、提升產量及品質。**

文策院 109 年開始設立「內容開發專戶」（原名「原創內容基金」）以支持「內容開發專案計畫」的各項服務，首波推出的「內容開發專案計畫 - 出版與影視媒合服務」，能更靈活協助創作者對接市場，將過往由委員選書與市場需求時程上的落差，改由透過系統化的分類出版文本、導入市場投資人選件機制，邀請真正急尋好故事、計畫開拍投資的影視開發者進場選件，並加入編劇協助轉譯，帶動原創文本端、編劇端及投資端的開發合作，強化出版與影視商業連結，降低出版產業和影視產業合作的門檻。文策院也提供開發經費助攻，挹注經費加速前期劇本開發，除了增加誘因提供出版方 20 萬元的獨家媒合服務權利金，同



時由也支應編劇開發團隊之田調與創作勞務轉譯費用，直接對接市場需求媒合開發，加速原創內容孵化。

109 年度該服務計畫已招募 350 本原創文本進入影視媒合機制，由投拍人工作圈針對自身有興趣改編開發成影視作品之文本，選出 53 本媒合候選書單，經 2 個月的編劇提案徵件，有 37 本文本獲編劇提案，提案件數達 79 件，共有 93 位編劇參與提案媒合，已經於 110 年 1 月下旬辦理編劇向投拍人提案大會。截至 110 年度第一季已有 22 件提案進入出版、編劇及影視投拍人三方媒合階段，已規劃辦理 54 場個案媒合，預計於下半年可確認媒合進度。

另外，將透過各種管道，包括文策學院 ( Taicca School )、媒合資料庫如 Taicca Now 等機制，培育並媒合相關人才，助攻業界的 IP 創造。目前文策院內容開發與國際合作投資兩方案，不只引導國內外影視製作單位改編既有的台灣 IP，亦鼓勵開發台灣原創作品，並支持國際投資人與國際平台牽手台灣 IP 創作團隊，開發跨領域影視內容，擴大台灣 IP 人才團隊作品的市場範圍。在主題方面，文策院將持續透過媒合機制，協助出版產業與跨業媒合開發或進行異業合作，並透過投融資等相關協助出版產業跨業發展，降低出版產業跨界的門檻。並規劃將協助透過轉譯相關內容，以豐厚更多元類型之內容作品進行開發及媒合，如本院與六大博物館針對館藏資料轉譯為文化內容的合作計畫。

【內容開發專案計畫—出版與影視媒合 第一波候選書單】

書名	作者	出版單位
達達戰爭	天地無限	要有光
我在犯罪組織當編劇	林庭毅	城邦印書館
送葬的影子——大吾小佳事件簿	游善鈞	要有光
愛上平行時空的你	朱夏	要有光
空橋上的少年	蔡伯鑫	心靈工坊
哈囉，我是凶宅房仲：來喔，這裡有便宜凶宅喔！	水鏡	台灣東販
鬼樂透	龍雲	明日工作室
濃度 40% 的自白：酒保神探 1	唐墨	九歌
命案現場清潔公司：比屍水、血跡、蛆蟲更難清潔的是人心	得第一環境維護公司	台灣東販
筷：怪談競演奇物語	三津田信三、薛西斯、夜透紫、瀟湘神、陳浩基合著	獨步文化
人生最後一次相聚 禮儀師從 1000 場告別式中看見的 25 件事	江佳龍	春光
婚禮上，爸爸們的小抄 (收錄於《暖活—愛得還不錯的那些故事》)	劉中薇	聯合文學
我袂放你一個人	邱顯智	大塊文化
人魚紀	李維菁	新經典文化
麻醉醫師靈魂所在的地方：在悲傷與死亡的面前，我們如何說愛？	主動脈	聯經出版公司
天秤下的羔羊	牧童	要有光
律政女王	雅豐斯	FUN 學
瘋人院之旅：整個世界就是你的精神病院	Pam Pam Liu	慢工文化事業有限公司
長跑少年	張英珉	九歌
鴛鴦六七四	馬家輝	新經典文化
杜小悅的異想 1985	湯素貞	大旗出版社
親愛的你	李柏青	尖端
無名驅鬼師	梁心	悅閱多媒體

## 【內容開發專案計畫—出版與影視媒合 第二波候選書單】

書名	作者	出版單位
綠洲與海洋	克里斯豪斯	一木工作室
戲如人生	克里斯豪斯	一木工作室
觀看流星的正確方式	鍾旻瑞	九歌
生死謎藏 善終和大家想的不一樣	黃勝堅	大塊文化
追光少年	林滿秋	小天下
綺譚花物語【小說】	楊双子	台灣東販
惡徒	烏奴奴、夏佩爾	印刻
罪人	金	尖端
懸案追追追	天地無限	尖端
無彩青春（蘇案定讞紀念版）	張娟芬	行人
回憶暫存事務所	八千子	要有光
判罪	鄧湘全	時報出版
綠猴劫（綠猴劫）	葉言都	時報出版
Saltimbocca，跳進嘴裡	張國立	時報出版
老作家消失之謎（原書名稱：頭城狂人）	李滢	國語日報
女神自助餐（火車做夢）	劉芷妤	逗點文創結社
向光植物	李屏瑤	逗點文創結社
人間紀錄 超無聊窮神	啞鳴（林明亞）	蓋亞
我變成一隻噴火龍了！	賴馬	親子天下
洗	郝譽翔	聯合文學
跟著寶貝兒走	黃春明	聯合文學
鴛鴦春膳	李昂	聯合文學
老人革命	林秀赫	聯合文學
華麗計程車	陳俊文	聯合文學
新神	邱常婷	聯經出版
高空三萬呎的人間報告：一位空少的魔幻飛行時刻	柯嘉瑋	聯經出版
黑水	平路	聯經出版公司
遇見，生命最真實的力量：一個諮商心理師的修練筆記	胡展誥	聯經出版公司
說好一起老	瞿欣怡	寶瓶文化
讓我照顧你：一位長照服務員的 30 則感動記事	老么	釀出版

1-1-6 建立內容智財權、財務金融、法律服務等專業諮詢系統，規劃建立著作權登錄機制一式。

**績效說明：**完成「一站式服務」機制建立，提供智財權、財務金融、法律服務專業諮詢。完善產業輔導之各項機制，健全個別廠商體質，邁向產業化進程發展。增加投融資標的，促進多元資金系統的廣泛運用，帶動產業整體發展。

本院已完成著作權登錄資料庫系統平台規劃案，惟因全院各類型功能資料庫，刻正研議整合架構中，並重行檢討建置相關考量，為求謹慎暫不進行建置階段。

另為提供產業線上整合一站式服務窗口，以有效提升服務效能，已研擬建置投融資服務及輔導管理綜整平台，以本院既有投融資相關業務办理流程為基礎，針對案件進案、案件審查、進度追蹤及後續管理等功能，完成系統之規劃和建置。

系統涵括諮詢、投資、融資三大服務，包括案件登錄、歷程及進度管理、核決流程、案件各種表單等功能。



↑ 文策院一站式諮詢服務，提供產業財務金融、法律服務等專業諮詢。

本系統未來將視使用實況，持續檢討並優化功能及介面，並連結其他相關產業服務模組，以期最終建置高效能、高便利性與易用性的一站式服務環境，有效進行個案輔導服務管理、投融後管理及報表產出，並串接本院內部回報機制，減少人工報表重複作業，藉此提升整體產業服務質量。

文策院之一站式服務窗口，提供包含財稅、法務、智財、經營管理等不同領域之顧問協助、多元資金媒合、融資協力、共同投資申請協力等相關服務，此一服務已多於各式對外會議廣宣。109年度第4季一站式諮詢服務功能試行上線，已進案72件，多數為財務、法務、營運管理相關諮詢。投資、融資系統則在測試調整中。平台已累計有103件諮詢案件、公司會員224名、個人會員108名。業者除了以系統文字形式的諮詢之外更頻繁透過電聯方式詢問，未來考量平台可提供更多自動式的回覆。該系統原始的核心即為能一次解決金融、經管等諮詢問題，然現有系統功能尚未能達到預期效果，故將全盤及縝密的考量後，預計本年度進行優化工作。

## 二、國際化：提升國際競爭力，切入國際文化內容產業鏈

### 2-2-1 切入國際文化內容產業鏈，至少與三個國際平台建立系統性跨國深度合作、合製網絡。

**績效說明：已與三個以上國際平台建立深度合作合製網絡(詳細說明如下)，並於TCCF攜手金馬創投建立台灣潛力IP國際合製媒合平台。支持臺灣原創作品拓展國際通路，增進國際合資合製機會。**

1. 本院與金馬創投會議合作，於TCCF創意內容大會期間舉辦「金馬創投會議入選SeriesXTCCF國際媒合專場」，介紹優秀的台灣原創作品給國內外潛力買家，支持臺灣原創作品拓展國際通路，增進國際合資合製機會。

本年度共11組作品入選「金馬創投會議Series(劇集)」，本院邀請到美國製片工會PGA、韓國CJ ENM、Netflix、MediaCorp、HBO Asia等重量級買家進場參加本次媒合專場，入選作品若獲買家青睞簽約，並符合本院「國際合資合製最後一桶金激勵方案」計畫標準，即可獲得本院的資金投入。

關於合資合製進度，本院已陸續與歐亞地區主要的國家級單位開始接洽，預計於上半年能夠確認2~3個國際組織的合資合



製意向，並於下半年開始展開，預計本年度啟動 5~10 案國際合製案件。現有成果是已與 HBO Asia 簽署合作協議，另與韓國、日本、新加坡、菲律賓、法國以及比利時等機構洽談中，右方圖檔節錄自與 HBO 合作意向憑証文件。

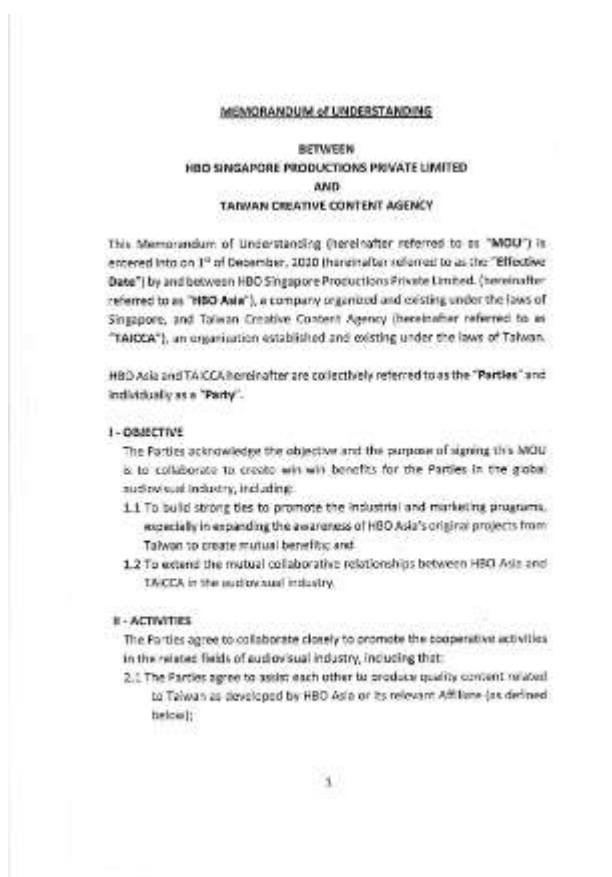
2. 本院已與日本角色協會 ( CBLA ) 達成協議，針對臺灣角色授權內容於日本市場的產業連結，及在地市場的相關經驗進行交流，並規劃邀請該單位擔任 TAICCA School 之講師，促進資訊與產業交流。

3. 本院已加入國際電影委員會 ( AFCI )，預計透過該單位將本國協拍與合製資訊傳遞予其國際會員。

4. 本院已加入中國品牌授權聯盟 ( CLE )，並藉由展會拓展中國大陸市場。

5. 聯繫中之國際平台，包含紐西蘭電影委員會 ( NZFC )、澳洲通訊藝術部、加拿大電影機構 Telefilm、新加坡電影委員會、日本九州電視台聯盟、釜山之亞洲內容電影市場展、國際授權協會 ( LIMA )、法國國家電影中心 ( CNC ) 等。

本院規劃並啟動系列台灣流行文化於海外宣傳的戰略與行動。選定世界主要市場及代表城市，結合當地組織及重要通路，藉由國際視野來挖掘台灣獨一無二的文化魅力。預計 110 年 6 月份與文化部日文中心合作辦理台灣有聲漫畫書展、7 月份將於東京辦理台灣出版推廣活動，於日本主要書店通路進行行銷與講座活動，7 月份於瑞士紐沙特合作奇幻影展，選定台灣作品



放映專場與論壇交流。下半年度預計於北美、歐洲辦理文化推廣活動，細項規劃當中。本院已陸續與國際相關組織有所接觸，預計下半年會有部分會有具體成果產出，如：坎城唱片展人才交流、NewImages festival、Series Mania、瑞士紐沙特影展等。

2-2-2 沉浸式科技架接產業應用，促成文化內容科技示範創意展演至少 10 案。

**績效說明：有效綜整文化內容及科技產業資源，完成 18 例文化內容科技示範創意展演(詳細內容於下方呈現)。有效綜整文化內容及科技產業資源，支持原創未來創意內容之產出與展演。**

本院於 IP 內容實驗室計畫獎助案、旗艦計畫補助、沉浸式內容國際合資合製各機制、TCCF 創意內容大會，促成相關展演共 18 案，已達成目標。本院將透過未來內容共創圈所建置之生態系與媒合製作機制，進行業者整合，聯合文化內容、科技產業與國內外重要中介組織，並透過相關要點的實行，加強產業創新與輔導基礎。示範創意展演案例，說明如下：

#### 1. 羅大佑「宜花東鹿」演唱會羅東場

109 年 8 月 29 日在羅東文化工場舉行的歌手羅大佑「宜花東鹿」演唱會羅東場，文策院整合跨部會法人，中華電信及台灣資通訊產業界技術能量，透過 5G、MEC 行動邊緣運算、3D 多視角即時回放及 AR 擴增實境等技術，打造台灣第一場戶外演唱會結合 5G 與創新科技 Live 的示範展演。



↑ 羅大佑宜花東鹿演唱會現場。

## 2. TCCF 創意內容大會「未來內容展示體驗」

109 年 11 月 17 日至 22 日舉行之 TCCF 創意內容大會，文策院於台北新光三越 A11 信義劇場展出「未來內容展示體驗」，邀請台北世大運開閉幕式策展人王騰崇規劃，以四大象限劃分空間，展演臺灣當代創意內容。

第一象限「大腦視野」( Brain Field )，展示思考性的創意生產內容；第二象限「肢體延伸」( Limb Area )，展示延伸創意的科技技術；第三象限是「感知交織」( Sense Space )，展示沉浸式與跨界式的創意內容；第四象限「XR 空間」( XR Future )，展示創意內容的新科技載體。

展示內容包含以 5G 技術演繹優人神鼓於異地同步演出的《與優人同步》( Rhythm with U )，臺灣 HTC VIVE Arts 與倫敦 V&A 博物館 ( Victoria and Albert Museum ) 跨國製作的 VR 互動體驗《好奇的愛麗絲》( Curious Alice ) 等精彩內容。此外，也與「XRSPACE」攜手規劃「X-Reality 延展實境之虛擬展示商務空間」。參觀民眾可透過 VR 裝置神遊「虛擬創意內容大會」。展覽期間，累計超過 2 萬次參觀體驗。







↑ TCCF 創意內容大會「未來內容展示體驗」展覽現場。

2-2-3 設立沉浸式內容製作全球獎勵機制一式，和國際共同開展帶動未來內容產業關鍵佈局。

**績效說明：**完成「沉浸式內容製作國際合資合製」相關機制一式，並透過全球徵件，完成年度評選五組提案作品，進入計畫開發及製作階段，導入國際資金、技術及敘事模式，扶持國內沉浸式內容製作。

1. 為扶持國內沉浸式內容製作，本院已訂定「TAICCA Immersive Fund 沉浸式內容國際合資合製申請要點」，以鼓勵國內創作團隊與國外技術合資並合製，主要徵件「製作類」及「原型開發類」兩類提案，本院於 109 年 3 月公佈並辦理第一屆沉浸式內容國際合資合製補助徵件，共收到 34 件來自臺、日、法、美、英等國優秀提案。

經 10 位跨國專家討論與評選後，最終選出五組分別來自英國、法國、及臺灣的提案作品，成為文策院沉浸式內容合資合製補助方案的首波入選名單，每案補助新台幣 350 萬，目前已進入計畫開發及製作階段。為配合本院任務規劃，持續支持未來內容開發和國際媒合，擬於 110 年 1 月辦理第二屆之補助徵件。

2. 「法國新影像藝術節人才交流計畫」：法國新影像藝術節 (Newimages Festival) 由以推動各種影片與動畫的創新製作為主軸，每年邀請各國專業人士與會分享經驗與成果、商務洽談及人才交流。近年來大會更將重點徵件範圍擴大至 VR、AR 及 MR 的所有作品。為帶動法國 XR 創作產業，每年規劃項目增設探討 XR 產業商模論壇並與跨界合作，實驗 XR 不同觸角及未來發展的可能性。近年已成為歐洲數位影像藝術節代表及指標性展會，並有來自各國將近 7000 多位相關產業人士與會。法國新影像藝術節策展單位 Le Forum des Images 積極與臺灣 XR 相關扶植單位洽詢合作，並與本院有共同的目標遠景，因此於 109 年共同擬定人才交流合作項目 - TAIWAN FRANCE XR Day，期望透過扶植臺法人才交流，

加速兩國間 XR 創作發展，使臺法成為世界指標性 XR 基地，並強化兩國間合作關係，連動其他文化創意產業。詳細項目規劃預計於 110 年 1 月 18 日上本院官網開始公開徵選人才，於 110 年度 6 月於新影像藝術節期間，前往法國交流，同時也會有線上辦法。

#### 2-2-4 推動升級兩個國內文化內容關鍵展會論壇國際化，協助國內業者掌握國際趨勢，媒合國際合作夥伴。

**績效說明：整合「文化科技論壇」及「台北電視內容交易及創投媒合會」，建立結合交易媒合、展覽、論壇的台灣國際展會新品牌「TCCF 創意內容大會」。**邀請超過 40 位國際重要講師、國內創作者及產業重要人士進行連線與談，協助即時掌握國際趨勢，並媒合國際合作夥伴。

「TCCF 創意內容大會」( Taiwan Creative Content Fest International Market, TCCF ) 係整合接手自文化部之「文化科技論壇」及「台北電視內容交易及創投媒合會」。此兩大國內文化內容關鍵展會論壇，推動升級為「TCCF 創意內容大會」，為台灣首次整合影視、出版、動畫、新媒體內容等業者及作品之大型商業交易展會。以台灣原創內容為核心，匯聚年度內容產業精彩的作品及提案，更透過文策院全球市場展會及海外網絡經營，匯集全球指標買家進場台灣參觀及採購，強力助攻台灣作品登上世界舞台。

109 年第一次舉辦於 11 月 17 日至 22 日，場地涵蓋臺北市信義區寒舍艾美酒店、Legacy Max 信義劇場與信義威秀廣場舉行。辦理成果如下：

本會吸引 75 個參展影視賣家、262 件參展賣家作品、84 個出版版權單位、362 件文本作品，總產製時數超過 20,000 小時，來自 22 國共 272 位國內外買家、促成 850 場媒合會議、6185 人次進場參觀、業者預期交易時數 2147 小時、媒合發表專場活動 15 場。預期會後延伸交易金額可達 3200 萬美

元，約合台幣九億兩千萬元，為去年的兩倍之多，成長率百分之百。

為協助國內業者掌握國際趨勢，媒合國際合作夥伴，文策院首度推出的「TCCF 創意內容大會—國際論壇」，邀請超過 40 位國際重要講師、國內創作者及產業重要人士與談。

開幕論壇議題「後疫情時代的眾感未來」，文策院邀請澳洲 Google 創意實驗室創意總監 Tea Uglow 及行政院數位政務委員唐鳳進行專題演講，分享新型態文化內容樣貌所打造的當代及未來社會、經濟和文化景觀。

「虛擬娛樂市場：線下新商模」則由紐約知名沉浸式百貨 SHOWFIELDS 創辦人 Tal Zvi Nathanel 及 DVgroup 工作室總監 Eric Fantone 就精彩案例說明故事力如何連結內容產業，在商業市場上獲得成功。

而在「未來內容已來：數位藝術的社會實驗室」主題分場中，文策院邀請美國知名數位藝術創作團體「Future Perfect」創辦人與藝術總監 Wayne Ashley 與 Xander Seren 分享結合表演藝術與科技的成果與未來可能性，並邀請豪華朗機工共同創辦人林昆穎及數位藝術家林珮淳與談。

「視覺特效內容製程革命」分場則邀請活躍於國際特效產業中的專業從業者 Paul Debevec 與 Chris Edwards 以及 Glassbox Technologies 創辦人暨執行長 Norman Wang、夢想動畫創辦人林家齊及國研院國網中心藝術科技運算組組長郭嘉真參與，探討 5G、AI、大數據演算等技術逐漸進入人類生活之際，文化和科技如何賦予彼此更豐富含義。

110 年度 TCCF 展會為第二屆辦理，除了擴大「未來內容」、「市場交易」兩個主要商務展示交易區外（預計超過 100 個實體展位），還將辦理國際論壇、交流活動、音樂表演專場等商務交流活動，促進產業專業人士交流；面對民眾之推廣活動則預計邀請文化內容新創團隊，針對研發作品測試市場驗證，加速創新能量。線下串連線上機制持續進行優化，預計吸引服務更多參與者。運作機制上，為了配合本院各項常態性媒合機制及 TCCF 創意內容大會，110 年度預計建立「TAICCA 展會與媒合整合平台」，延續首屆線上媒合的概

念，透過使用者友善的系統工具擴大媒合效益，包括多語系支援、智能推薦作品、心動指數評分等，借鏡國際相似網站功能，預計建立一長期營運平台完善收錄台灣 IP 作品，隨時隨地交流聯繫，創立買賣/合作機會。

2-3-1 投入 1.11 億，於 10~15 檔文化內容重要國際展會導入策展概念，打造國際媒合會，提升台灣內容 IP 行銷力，帶動周邊商品行銷。

**績效說明：全年參與 15 檔文化內容重要國際展會，並導入國際展會策展概念。為因應疫情狀況，迅速調整為線上策展模式，透過線上論壇、動畫影音、聲音劇場等行銷模式成功突圍，為台灣內容 IP 開拓更多、更廣的全時段觸及管道。**

於疫情期間，將持續透過大會官方線上展會機制參展，並規劃辦理更多兩地連線活動，透過線上、線下以及國內與國外當地串連，將內容於國際重要展會呈現，並推廣至海外市場。

1. 因 109 年全球疫情嚴峻，除德國柏林歐洲電影市場展如期舉辦（2 月底）外，各大國際重要展會均停辦或調整為線上活動，為避免臺灣內容產業參展計畫及品牌國際佈局策略受影響，文策院已配合調整參展重心，由實體參展轉向網路行銷，運用線上進場模式，持續推展本國內容品牌。

2. 全年參與展會包含電影展（德國柏林影展、法國坎城影展、韓國釜山影展、美國影展、上海影展、北京影展）、電視展（法國安錫動畫影展、香港國際影視展、法國坎城電影節、新加坡電視論壇及內容交易市場暨影匯市場展）、書展（新加坡書展、德國法蘭克福書展、墨西哥瓜達拉哈拉書展）、授權展（日本授權展、中國授權展）等合計 15 檔次。

3. 此外，並積極透過線上活動（如參與安錫影展 Meet the Publisher 單元、與坎城電影市場展官方聯名舉辦 XR 論壇，或參與威尼斯），製作影像節目（如為法蘭克福書展及瓜達拉哈拉書展製作文本動畫、形象廣告、聲音劇場等）及國際媒體露出之機會，協助臺灣優秀內容於海外行銷。



係因線上展會規模與實體展會仍有差距，經費執行率約 8 成，其餘經費則導入國際投資合製機制，對接本院內容開發到國際合製系統，預計將開發之作品透過國際線上展會模式，進行媒合及推介。

- 2-3-2 拓展一個以上文策院國外駐點：啟動文化內容海外據點勘查及前置調查準備作業，挑選兩國，與當地重要產業建立友好關係。

**績效說明：**針對歐洲、美洲、亞洲三大國際都會展開駐點評估及合作前置連結，並已接近目標市場收集商情、並建立與當地產業關係，惟實地勘查等工作因疫情影響受限。

海外辦公室的地點，主要是從「文化產業發展」角度來衡量，我們需要引起海外民眾對台灣文化的興趣，進而促成海外市場對於台灣內容產業的更多關注。目前初步擇定法國巴黎、日本東京以及北美區域。然因疫情影響，全球文化內容產業局勢變動中，海外辦公室駐點考量也會進而調整。

#### 1. 法國巴黎：未來內容生態系串聯及國際結盟

法國在歐洲居文化發展領導地位，文化產業結構與台灣相近，對外來文化接受度高，且近年法國與台灣跨國合製文化內容提案個案增加。

考量本院既有國際業務與法國部分指標性展會密切相關，且台法之間交流緊密，於國內已逐步開展各文化內容合作契機，為此原預計以法國巴黎為起點，進行台流進入海外當地通路及市場之相關規劃。亦由本院院長於 2 月期間前往法國巴黎拜會重要相關文化產業人士，包括當地行銷公關公司、CNC 單位等。

然因疫情關係，暫緩原規劃期程，但仍保持與法國相關單位溝通，後續將以台法合作共創未來內容生態系進行當地宣傳。目前已與當地組織 NewImages 影展簽定備忘錄，展會工作和進入當地通路的提案大會工作仍持續進行。

#### 2. 日本東京：文化內容產業大國，角色授權有突破進展

本院已與「日本角色品牌授權協會」簽定合作備忘錄，進行台流市場調查，以及圖像角色、漫畫、音樂策進方案。

### 3. 北美：重要內容市場

開展國際投資合製及行銷方案，以「最後一桶金」機制作為國際合作的突圍策略。

### 4. 英國 BOP 市調公司合作

本院全球處與策研處跨處刻正與英國 BOP 市調公司進行為期六個月的歐洲當地市場調查、盤點行銷媒體、在地通路夥伴資源盤整，為台灣在歐洲文化市場找尋切入機會探水溫，已完成聲量調查研究。

本院之駐點規劃原以「三大洲主要國家」(非僅限於城市概念)為主軸規劃駐點，並進行調查以最有效的方式駐點。其他地區會依展會反應市場訊息，再加碼執行。受疫情影響，先與當地相關單位建立合作關係的方式作前導，不是實體「拓點」，但卻能收跟「拓點」相同之效果。故今年以法國開始與當地公關公司展開媒體宣傳布局計畫，規畫當地媒體關係建立，前導作 to B 及 to C 系列活動及合作關係建立，並形塑臺灣形象；日本方面，文策院也與東京文化中心辦公室聯手舉辦臺漫展，於日本實體書店設計系列主題活動，以推廣臺灣出版，並結合當地商機，擴增台灣內容廠商收益。

#### 2-3-3 提升台灣文化品牌之國際能見度：研擬並制定國家隊形象識別 CIS 一式，盤點台灣文化內容各式識別，升級台灣館整體視覺傳達質感。

績效說明：已完成臺灣文化內容品牌形象前導盤點，具體提升臺灣內容之全球市場能見度。於此一總體目標下，規劃並建立本院之品牌形象識別 CIS，同時配合國際展會需求，修正及升級本院子品牌之形象識別設定，完成本院子品牌形象識別 CIS 設定共四式。以各子品牌形象識別串接各大國際展會之臺灣文化內容產業識別度，並積極於國際行銷層面執行行銷助攻及國際網絡連結。包括以同一識別參與各類型國際展會，以及協助國片〈陽光普照〉入圍奧斯卡國際影片短名

單。此外，制訂 TCCF 創意內容大會之視覺化 LOGO 一式，融入本院策進之十項內容產業元素，並可拆分運用，作為 TCCF 論壇及展區之識別，兼顧文化內容間跨界運用及分進合擊之特性，有助各式文化內容之資源媒合及國內外行銷之識別。更加强台灣文化品牌國際能見度之自主力道。

1.已完成本院品牌識別整合規劃前置工作，結合 JL Design 及原文策院 CIS 設計師方序中，進行子母品牌規劃分析建議案，由分析全球各國與本院具相似度之組織著手開始，包含 KOCCA 及 Jatro 等之相關主視覺識別，從中找出本院之品牌定位個性，及未來可發展之形象建議。

原 TAICCA Logo 設計經一年使用後，為因應下一階段之院內任務及員工對國際及對外業務需求，綜合 JL Design 提供之品牌建議書，同步進行 TAICCA Logo 設計調整作業，將原 Logo 之 A 與 I 設計由垂直調整為水平，字體另加粗及調整字距，另重新設計相關衍伸產品、視覺手冊，及子品牌應用規範。



↑ 文策院改版之新 logo。



## 2. 針對全院首度舉辦之大型國際展會 TCCF，由於 JL Design



已進行 TAICCA 之品牌識別建議案，對 TAICCA 之任務及視覺已有相當程度之了解，於是延請 JL Design 進行 TCCF 之主視覺設計。由 TAICCA 之 Logo 延伸，以 Cyberpunk 未來概念為視覺發展方向，模擬引擎推進器之造型，以及工業風器材使用說明書，融入十項文創產業元素於 TCCF 主視覺 Logo 設計之中。此一識別設計，並可拆分運用，作為論壇及展區之識別，兼顧文化內容間跨界運用及分進合擊之特性。也更加強了台灣文化品牌國際能見度之自主力道。

## 3. 由本院主視覺延伸至海外展會需使用之子品牌需求，含影視、出版、動畫、授權等類別進行分析盤點，研擬子品牌視覺重新設計方向之規劃建議。

配合本院參加國際影視展會、授權展，以及培育產業關鍵人才各項業務，完成子品牌 CIS 設計四式：Taiwan Cinema、Taiwan Content Island、文策學院及內容開發專案計畫，統一臺灣文化內容產業對接國際之品牌形象設定，具體提升台灣文化內容品牌能見度。其中 Taiwan Cinema 於德國柏林影展、法國坎城影展、美國電影市場展、韓國釜山亞洲內容電影市場展、新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展助攻臺灣館行銷。此外本院亦協助〈陽光普照〉等國產影片角逐奧斯卡最佳國際電影，入圍初選 15 強短名單；而 Taiwan Content



Island 則整合國內圖文創作之產業能量，於日本授權展、中國國際品牌授權展打造全新臺灣品牌形象。

↑ 文策院子品牌 logo：文策學院（左上）、Taiwan Content Island（右上）。

於各項國際活動，以簡潔、具當代美感且識別性高之系列 CI 之 Logo 與視覺設計，推廣各項內容產業建立品牌認知，協助組織國內內容產業輸出國際為本院重要任務，並且已經導入專業設計團隊專業進行中並且於將來持續優化之項目。

2-3-4 擬定關鍵媒合策略一式，針對全球各大市場展特質，扣緊全球趨勢，建立有效機制如內容銷售會、台灣之夜，積極媒合，展外全年繼續對接，形成產業深度網絡。

**績效說明：完成關鍵媒合策略一式並予以線上化，適用於全球各大市場展及 TCCF 創意內容大會。此一機制匯聚國內外內容產業業者，並對接本院內容開發、製作與商務媒合業務，捲動國際產業網絡與合作夥伴進場。**

文策院於各展會除了呈現內容作品促進商務交易之外，也持續與各展會官方建立深度連結，推動台灣作品、業者進入官方提案單元與競賽展演，並與當地市場與產業重要機構、合作夥伴建立連結。

為了配合本院各項常態性媒合機制及 TCCF 創意內容大會，110 年度預計建立「TAICCA 展會與媒合整合平台」，透過使用友善的系統工具擴大媒合效益，包括多語系支援、智能推薦作品、心動指數評分等，借鏡國際相似網站功能，預計建立一長期營運平台完善收錄台灣 IP 作品，隨時隨地交流聯繫，創立買賣/合作機會。109 年度整體工作項目及成果說明如下：

1. 已制定關鍵媒合策略規劃一式，包含選薦臺灣文化內容進場國際指標性展會，並透過展會官方之論壇、商務媒合會、作品推薦會等單元將臺灣內容與人才與國際產業接軌與媒

合，也自行籌辦作品媒合會（IP Showcase）、跨域論壇、大師講座與聯誼活動等持續向外推介，創造更多媒合機會。

2. 實體媒合如本院於柏林影展期間，於大會官方場地 Gropius Mirror Pavilion 舉辦臺灣電影國際媒合會，邀請 TAICCA Select 作品團隊，向國際製作單位、創投方與影展單位發表並媒合。此外，因應臺灣電影《日子》入選該屆柏林影展官方主競賽片，本院另為導演蔡明亮舉辦大師講座，累積聲量，增加臺灣文化品牌能見度。

線上展會也積極參與官方單元，透過線上平台進行多元跨域媒合，如：安錫動畫市場展〈Meet the Publisher〉、坎城電影市場展〈Shoot the Book〉、香港國際影視展〈作品推介會〉、釜山內容電影市場展〈E-IP〉等單元，展示優秀跨域 IP 文本，如小說、漫畫、和遊戲作品與國際影視產業媒合。

並於法蘭克福書展、上海授權展、香港國際影視展、新加坡電視論壇、坎城影展與威尼斯影展等線上展會中，策畫製作多元展演、主題論壇與作品推介會等線上節目，深入介紹臺灣產業與作品能量，並與國際業者互動。

臺灣作品的參展資料同步與展會更新於本院線上型錄網站推廣、媒合，相關的影音節目作品也持續於本院官網、展會頁面與 YouTube 頻道上播放與宣傳，透過網路瀏覽導入本院服務和業者網絡，開創未來媒合可能。

3. 本院 109 年首度籌備舉辦之臺灣創意內容大會（TCCF），為本院於國內所辦理的國際市場展與跨域展會，匯聚國內外內容產業能量，並對接本院內容開發、製作與商務媒合業務，捲動國際產業網絡與合作夥伴進場。

活動期間辦理國際提案媒合會，由國際業者觀點選出可對接國際市場的作品，後續將持續輔導支持計畫開展，成果也將透過國際展會曝光、推廣與媒合。

### 三、整合化：市場情報匯流，國際人才合作，健全生態系

3-4-1 打造產業異業整合系統性合作平台，協助產業上下游及橫向聯繫，以製作委員會、企業社會責任平台等至少兩個新模式促成異業合作。

**績效說明：**根據不同產業現況，調整策進內容，重新對接工作重點，採行四大模式進行異業合作，於 TCCF 創意內容大會規劃國際媒合專場，促成更多異業整合。

異業整合系統性合作平台經實際運作後，發現原設定方向需要調整。惟目前是以導入四項新模式促進異業合作，包括：  
1.內容開發專案計畫之投拍人工作圈。2.協助成立公協會聯盟，透過聯盟平台挹注各項資源，促進產業發展。3.執行 TCCF 創意內容大會國際媒合專場，引入國際合資合製媒合平台，協助台灣原創作品拓展國際通路。4.導入企業社會責任（CSR）資金，以落實企業社會責任並支持文化內容產業，促進更多異業合作之成效。

四項模式分述如下：

1. 建立投拍人工作圈：

為連結出版產業與影視產業能量，本院將自文化部移交之「出版與影視媒合」業務導入「投拍人工作圈」機制，轉型發展為長期性、對接市場的媒合平台。本院串聯有文本授權改編意願之出版方、編劇或開發團隊（編劇端），以及有投拍意願之影視投拍方，透過以投拍方組成的「投拍人工作圈」執行文本選件，邀請編劇進場改編文本為劇本，協助出版業與影視產業能更有效對接，提高文本作品成功投拍機率。

目前投拍人工作圈已達 44 位，109 年共選出 53 本心動文本清單，並針對 79 件編劇提案進行評選，目前已有 22 件提案進入三方個案媒合，陸續洽談媒合成功後，將於 110 年下半年進入開發媒合階段。

2. 協助成立公協會聯盟：

為協助臺灣動畫產業由動畫代工轉向原創動畫開發，本院推動成立「動畫特效協會」，希望對接文策院國際合作機制，

讓產業進入全球供應鏈，吸引更多投資人關注，帶領臺灣動畫產業邁向更新的高峰。

### 3. 執行 TCCF 創意內容大會國際媒合專場：

TCCF 創意內容大會期間，本院與金馬創投會議合作舉辦「金馬創投會議入選 Series X TCCF 國際媒合專場」，介紹優秀的台灣原創作品給國內外潛力買家，支持臺灣原創作品拓展國際通路，增進國際合資合製機會。本年度共 11 組作品入選「金馬創投會議 Series」，本院邀請到美國製片工會 PGA、韓國 CJ ENM、Netflix、MediaCorp、HBO Asia 等重量級買家進場參加本次媒合專場。

為了協助臺灣原創動畫對接市場，本院亦與臺灣動畫特效協會於大會期間合作舉辦「動畫推介會」。共 8 家臺灣原創動畫 IP 開發公司參與提案，吸引包括創業者、影視製作公司等線上、線下約 60 位國內外買家進場選件，市場反映熱烈。

### 4. 重新對焦導入 CSR 社會企業責任之工作重點：

關於文化內容產業導入社會企業責任 CSR 資金，本院與文化部之相關分工已重新進行調整，以更為對接業界需求，以落實企業社會責任與支持文化內容產業兩者相輔相成，支持文化內容產業能夠充實企業落實社會責任的內涵，而文化內容產業也能加速企業社會責任的績效，從而達成異業合作之效。本院將鼓勵企業結合文化內容進行商業模式創新、企業運用多元內容媒材豐富社會參與、企業應用文化內容作為載體進行 CSR 議題倡議，以及企業直接支持耕耘藝術與文化。

除引導 CSR 挹注文化內容產業項目補強產業斷鏈點，企業社會責任平台建置計畫經本院通盤檢討規劃、重新改版並更名為「CSR for Culture 文化發展與企業社會責任網」（簡稱文化 CSR 網），已於 109 年 8 月正式上線公開。網站設有「共學共創」、「文化亮點」、「永續明日」三大主題專欄，收錄關於臺灣文化 CSR 實績與國外成功案例等，以專文與分析提供企業端與藝文端關於文化 CSR 模式的參考。目前文化 CSR 網配合疫情後之產業振興措施，刻正建置藝文活動佈告



欄，以服務業者將近期藝文活動公告上網，以打造促進異業合作之媒合空間。

### 3-4-2 完成至少三項關鍵產業地圖及內容產業策略白皮書一式。

**績效說明：**已完成關鍵產業地圖及內容產業策略白皮書。以四項產業調查（包括出版、漫畫與圖像、影視動畫、流行音樂、遊戲）以及未來內容、戲劇孵化、表演藝術等基礎產調為基礎，提供院內助攻機制設定的依據，優化產調研究成果之應用。

本院產業調查以各主要文化內容產業之產值調查為主，惟為貼近產業實況、瞭解主要使用者意見，於執行過程中均有辦理業界專業人士諮詢。此外，面對文化內容消費者輪廓描述之需求，亦特別將各領域之消費者調查整合，成為年度文化內容產業消費者行為之大型抽樣調查，並充分詮釋所收集到的產值變化及產業趨勢，相關分析報告均將於本院官網公開，供各界檢視、參考並提供建議。

未來此項業務將依循各方建議持續精進改善，以求獲致客觀的產業發展趨勢，指引產業之未來方向。關於應避免只重視量化指標的建議，初期各項績效以量化數據做為指標較容易進行成效評估，隨著本院各項策進機制導入業界實施並取得成效，將逐漸將指標重點增加品質導向，以兼顧數量與品質。現將 109 年度各項工作項目分述如下：

- 1.本院將原本各為自身產業調查的影視、出版、動漫 ACG 及流行音樂產業調查，合併為文化內容產業調查一大項，以便產業之間相互比較、參照。轉型後的文化內容產業調查分為四大類別進行調查，分別是出版與漫畫圖像、影視動畫廣播、流行音樂、遊戲。除透過財稅資料及問卷方式進行產業產值數據之勾稽，亦將子產業間之供應鏈、生態系以地圖方式描繪，便於未來各類文化內容業者進行跨域整合、擴展價值鏈之規畫。

2.此外，本年度本院為策進相關產業所需另完成未來內容新型態產業（如 AVMR）、編劇及表演藝術三項產業地圖，分述如下：

本院關注各項產業如何結合未來內容新型態產業，盤點了流音、出版、影視、動畫、遊戲、漫畫、時尚設計、藝術等產業中成功結合沉浸式體驗的案例作為基礎，再整合產業現狀後，描繪出各項文創產業之未來內容新型態產業地圖。本院進一步分析各國案例，提出九大產業現狀描述、產業痛點、新技術帶來的潛在商業模式與機會。過去未來內容展演時常受限於技術與價格問題，但隨著新世代軟硬逐漸普及，5G網路時代開始，未來創意內容產業有望提供文創產業成長新動能，本院亦透過多種機制來鼓勵業者參與跨域轉型。整體而言有幾項結論建議：(1)鼓勵產業數位轉型；(2)爭取不同產業跨界合作；(3)重視人才連結；(4)以區塊鏈技術解決版權問題；(5)善用 AI 結合文創產業；(6)用新技術建立新商業模式；(7)透過新技術掌握話語權。



↑ 未來內容產業地圖。

此外，本院準備推出內容開發專案計畫機制期間，訪問影視劇製作人、導演、編劇、內容開發、製作總監等專業人士，盤點目前影視作品製作過程中的產業環節斷鏈點、製作產業問題關聯地圖，並藉此檢查內容開發專案計畫機制中的關鍵設計，如確保授權金、保證編劇工作待遇與提案機會、爭取

國際通路與內容市占率。同時於訪問與製圖過程中同專業編劇串聯，建立夥伴關係，期待藉此捲動業界能量加速影視作品產製與開案數量。

另為準備表演藝術商業化策進機制，本院亦積極與表演藝術界的製作人、藝術行政、學者、國際經紀人、贊助表演藝術的企業基金會等重要利害關係人接觸與訪談，以期了解找出表演藝術作品能提生產量等互有關連的產業痛點。本院亦以此產業視覺關聯圖為基礎，組成表演藝術跨處工作小組，於2021年度積極投入商業劇場策進工作，以期找出產業化的可能。

3. 內容產業策略白皮書暨相關工作報告於109年底已完成編輯數位PDF檔，第一年以本院年度工作報告的形式整合本院各項推行的文化產業策進機制，並以簡練、清晰的文字讓產業界人士在閱讀時，可快速找到與自身相關的策進機制，進而尋求本院各項資源的協助。除作為本院年度成果報告，也能作為與業界之間的溝通文件，加速產業策進方案的執行效率。

- 3-4-3 建立及彙整系統化的文化內容資料庫一式，匯集產業人才、國際展會、攝製場景、銷售數據等資訊，貼合使用者需求，協助業者近用資源、找尋跨業合作、支援文化內容開發。

**績效說明：**因應疫情衝擊，迅速調整資料庫業務，已彙整完成兩項國際展會線上型錄資料庫，以服務業者透過數位內容線上系統對外展示與行銷。其餘資料庫於諮詢及盤點業界各項需求並參照國際案例後調整規畫，將持續建置以符合業界需求。

文化內容產業資料庫已於109上半年度完成使用者研究與需求盤點，以跨領域平台為基礎，本資料庫在欄位制定和資料串連的設計上納入了業者客觀資訊、多元資金服務專案管理、內容數位倉儲、線上體驗等四項系統面與功能面的規劃。

1.因應疫情衝擊，為服務業者透過數位內容線上系統對外展示與行銷，本院於 109 年完成 Taiwan Cinema 和 Taiwan Publications 兩大線上型錄資料庫，收錄全年度影視與出版類型國際展會之代表參展作品。

2.原產業人才、場景資料庫因考量坊間已有類似人力、空間資源平台的建置，經評估後改以建置收錄本院歷年之調查研究報告、產值估計相關成果數據與資料為主的產業數據資料庫。資料庫計畫刻正進行文件及數據蒐集，預計於 110 上半年度完成，將本院各項調查研究計畫所得之數據，含 2020 年文化內容產業調查計畫、文化創意產業年報等加以收存並建置為可搜尋、檢索與統計分析之數位資料庫，以服務業者對產業分析之需求。

本院持續進行相關的建置工作並融入使用者研究提升系統適用性，同時，諮詢會之辦理與數據取得將納入相關計畫執行。本院是項業務均以研擬建置視覺化工具為介面，預期能優化關鍵數據之可讀性，以利業界與公眾瀏覽、查詢與使用。

#### 3-4-4 成立 TAICCA School (文策學院)，精進中介經紀及產業關鍵能力培育之課程規劃，形成文化內容人才動態聚落對接產業，並與國際機構交流合作，至少開辦 6 門系列課程。

績效說明：掌握業界需求，年度累計辦理 14 門課；並聯名國際通路平臺 Netflix，開設首次在台課程。課程包括經營管理、IP 擴散與授權以及從市場特性及品味思考編劇，全方位導入產業化關鍵能力，讓文化內容產品面向全球市場競爭。

本院文策學院於 109 年 4 月正式成立。年度累計辦理 14 門課程 (包含線上、線下)，已達成目標。課程涵蓋財務、智財權、中介經紀、籌資、編劇，以及 IP 創作與行銷，並邀請國內外專業業師授課，亦與 Netflix 建立交流合作關係。



4~6 月開設包括「全方位文化內容產業的著作權須知」與「創業必修課—財務會計通識學程」，因應疫情，課程均全部線上進行。「全方位文化內容產業的著作權須知」課程共 236 人次上課。「創業必修課—財務會計通識學程」共 250 人次上課。通識基礎型的「創業必修課：財務會計通識學程\_創業的起點與資金」、「專利商標在文創產業中所扮演的角色」線上課程，10 月到 12 月每週循環進行線上課程，有 795 人次參與。

7、8 月舉辦的「臺灣漫畫基地原創漫畫創作營：跨業漫畫創作營」，兩梯次共有 157 人次參與。「漫畫基地」陸續開設：「打造漫畫 IP 開拓臺漫新出路」、「社群力就是超能力！社群行銷必修技！」、「創作者必知 IP 跨界成功案例—漫畫改編大不易」等實用課程。

9 月開設中階經紀人類型課程：「圖像 IP 授權產業實務班」共有 13 位國內外講師授課，40 人次的業者參與課程。「音樂經紀學程計畫」，共有 26 位國內外講師授課，15 位產業菁英參與課程。「臺灣內容國際版權經紀人才策進計畫 展會前訓練工作坊」，培訓 45 位出版產業人才。11 月已完成超過百人參與的「2020 年國際出版暨版權經紀專業論壇及實戰工作坊」。



↑ 「TAICCA X Netflix 國際劇本工作坊」現場。



9 月舉辦的「提案課程」，邀請許多國際講師，傳授影視業者提案尋求資金、銷售的技巧。共有 100 餘人次參與。並進行第二階段的一對一工作坊。參與學員表示對於提案技巧收獲良多，其提案作品參與 11 月 TCCF 推介會時獲得許多國際買家關注。

10 月舉辦「TAICCA X Netflix 國際劇本工作坊」，為 Netflix 首次在台舉辦的聯名課程，雖然名額只有 50 位，但吸引許多國內電影電視的資深工作者報名。文策院也積極與 Netflix 洽談合作，讓台灣更多的文化內容可以進到國際通路平台。

文策學院正與數個國際關鍵組織、機構與平台洽談合作，如 NETFLIX、美國電影協會、法國國家高等影音學院等國際影音相關平台與組織合作課程與提案競賽，做為與以上單位合作長期人才培育計畫之初步合作。110 年將與歐洲製片人組織 (EAVE)、法國 MIDEM 音樂展會以及相關動畫學院及製作單位等，合作國際學程。未來希望能與各合作單位簽訂 MOU，規劃定期能夠開設各類本院策進業務相關之工作坊以期切入國際文化內容產業鏈，建立台灣業者與外國市場的人際網絡，後續連結產業之開發計畫。

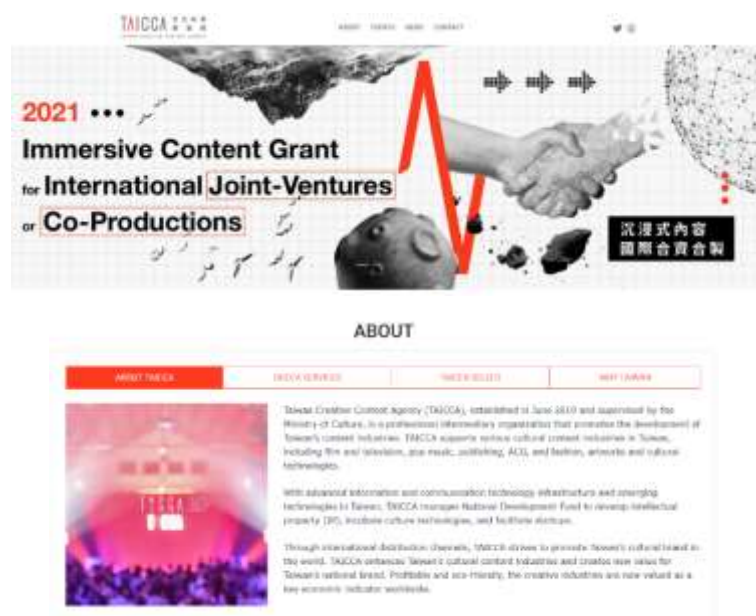
3-4-5 打造本院官網，成為台灣文化內容產業入口網站，建立面向國際的展示窗口。

**績效說明：**已完成本院中、英文官方網站之建立。內容整合策進方案實施公布、產業專題研究與國際商情支援、及國際展會最新資訊，已成為國際業者及投資方尋求合資合製前必要的資訊來源管道。

已完成本院中、英文官網建置作業，並於第二季正式上線（官網網址：<https://taicca.tw/>）。在官網使用者分析方面，目前於本院官網的瀏覽量中，以本院提供之機制方案以及研調報告等的瀏覽率較高，包含文創升級貸款方案、青創貸款方案、內容開發專案計畫方案，以及文化內容消費調查等。官網已規劃針對本院提供的各項服務方案強化曝光，如置於首頁輪播區等，並規劃為服務方案等設置專區，包含設立「貸款專區」、「投融資專區」、「國際合作投資專區」、「內容開發專區」等，方便使用者更容易取得資訊，並有助於提昇瀏覽量。



↑ 文策院官網首頁（中文版）



↑ 文策院官網首頁（英文版）

## 伍、年度自籌率比率達成率及經費核撥事項說明

### 一、年度自籌率比率達成率

有關文策院經費年度自籌率比率達成率的部分，說明如下：

109 年度預算編列時，因華陰街漫畫基地等具有租金收入之項目尚未正式營運，編列預算額為 0，故首二年度尚無自籌率比率達成率。

現將決算後的自籌款收入羅列如下：194,838 元(漫畫基地租金收入)+87,697 元(利息收入)=282,535 元。

### 二、經費核撥事項概況

#### (1)預算編列：

文化部補助公務預算：747,958,000 元

文化部補助專案預算：424,325,000 元

合計：1,172,283,000 元

#### (2)核撥事項概況：

文化部補助公務預算：747,958,000 元

文化部補助專案預算：405,474,201 元

合計：1,153,432,201 元

預算及核撥之差額合計為：18,850,799 元；差額係文化部影視音局國際展會專案未撥付之 18,750,000 元及部份專案增減項目之 100,799 元。

## 陸、評鑑委員意見彙整

「108年至109年文化內容策進院自評績效報告」修正對照表			
編號	評鑑委員意見	修正內容說明	
一、產業化：面對市場與觀眾，符合產業生產規模，分潤產業各面向			
1. 引導多元資金投資，帶動文化內容投資增加約12億元			
1-1-1 文化內容投資增加：完成約6億元國發基金投資，帶動民間共同投資人6.6億元投入文化內容投資案。			
疫情期間業者確實進入營運盤整，但期待疫後發揮積蓄能量，本院將以整體產業生態系之觀點來評估潛在投融資案件，並特別關注大型企業或專案及產業鏈頂端，所帶來之連動經濟效益。新一年度協助投資人將資金挹注於文化內容產業，努力加強與投資人(如創投)的聯繫管道，並在被投資標的事業之條件允許下，盡可能增加投資金額。另外，也以擴大投資標的之行業別的廣度為目標，輔導中的業種已呈現多元，例如：展演場域經營、地方創生、數位內容(遊戲、AR、VR等)、數位出版，期能在投資質量都有所突破。			
1-1-1-1	待疫情穩定，快速帶動文化內容的投資。	疫情期間業者確實進入營運盤整，但期待疫後發揮積蓄能量，將協助投資人將資金挹注於文化內容產業。	8
1-1-1-2	雖然達成率僅有50%，但完成的5個案件在所屬行業都頗具代表性，期望新一年度能有質量兼具的表現。	謝謝委員鼓勵。新一年度以擴大投資標的類別及業別廣度為目標，期能在投資質量都有所突破。	8
1-1-1-3	建議應增加大型投資金額的案件與管道。	謝謝委員之建議。新一年度會加強與投資人(如創投)的聯繫管道，並在被投資標的事業之條件允許下，盡可能增加投資金額。	8
1-1-1-4	盼能較具體說明內容投資計畫的預計開發內容。	110年度以擴大投資標的之行業別的廣度為目標，輔導中的業種已呈現多元，例如：展演場域經營、地方創生、數位內容(遊戲、AR、VR等)、數位出版。	8
1-1-1-5	引導民間資金投資文化內容，雖因疫情影響投資意願，但整體績效仍與預期有所差距，建議列為重點加強工作，以符核心主張及各界期待。	投資業務已列為文化金融處新一年度重點工作，將會加強辦理。	8
1-1-1-6	投資方面明顯不足。	投資業務已列為文化金融處新一年度重點工作，將會加強辦理。	8
1-1-1-7	投資未達原訂目標，應加強改善，並說明未達成的原因。	投資業務已列為文化金融處新一年度重點工作，將會加強辦理。未達成原因如下：1.國發基金投資案需由民間共同投資方發起，國發基金才能配投，109年受COVID-19武漢肺炎疫情關係，業者進場投資暫持保守觀望態度，故投資案進度略受影響。根據PwC Taiwan於109年9月發布之《2020全球與臺灣娛樂暨媒體業展望報告》(PwC Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024)，針對全球53個國家／地區的14大次產業，進行五年的市場預測及分析。指出COVID-19武漢肺炎疫情的爆發，恐導致109年全球娛樂暨媒體業營收減少5.6%、下滑至約兩兆美元，較108年縮水逾1,200億美元。同一份報告則預估台灣地區109年娛樂暨媒體市場營收將下滑3.3%、來到147億美元，幅度雖較全球略為和緩，但仍是呈現下滑趨勢，故推測對整體投資意願亦下滑甚鉅。2.「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，本項將於110年度研擬要點修改時再廣納意見並進行討論。	9

1-1-1-8	除投融资外，其餘指標多能達標或超越原設定值，實屬不易。	<p>謝謝委員鼓勵，將持續努力。</p> <p>針對投資機制，本年度已以擴大投資標的類別及業別廣度為目標，期能在投資質量都有所突破。除透過媒合對接投資方與被投資方外，有鑑於目前文化部辦理文化內容投資計畫作業規範用於文創產業所遭遇之侷限性，本院刻正研議修訂現行投資要點、新增文化創投事業投資要點，以提升投資績效達成本院之使命加強與投資人(如創投)的聯繫管道，並在被投資標的事業之條件允許下，盡可能增加投資金額。</p> <p>甫公告之「加強文化創意產業升級轉型貸款要點」，融資對象首度納入「藝文類非營利組織」與「大型企業」，並開放負責人為「外籍人士」申請，增設貸款100萬元以下免開審議會「申貸快速通道」，縮短業者申貸時間；文創青創貸款亦將持續辦理。</p> <p>針對各項融資措施，本院已於官網設置專區並持續更新，除了要點規定及應備書表，並提供各式懶人包、流程圖、問答集、填寫範例、實用參考連結、說明會辦理等資訊，亦設置專線、電子信箱、一站式服務平台等諮詢管道，截至今年3月已提供1,912件諮詢服務(含1,538件電話服務)，其中融資相關詢問之比例約佔9成以上，顯示有相當利用率，將持續推動融資相關服務。</p>	8
1-1-1-9	投融資部分，建議應針對大型資金需求(上億以上)之案件，另設戰略型投融資辦法和天使投資、綠色通道等中小型新創事業投資與融資貸款案，作有效區隔。	投資策略上採大小分流處理確實是正確的方向，因此，刻正進行投資要點之修訂及制定，以簡化投資申請流程、擴大投資對象、新增經營團隊優先認購權之誘因、增加投資機制之彈性為目標。	
1-1-1-10	文策院花了很大心力去做投融資與貸款的部分，這些經手的金額甚至大過文策院本身的預算，之所以沒達原訂目標，因案子極多但金額極小，其實大案、小案的審查時間不會差很多，但文創多半是新創中小型公司。是否應特別關注1億甚至5億以上的大案子，由大型旗艦案來帶動產業中的中小型團隊，有一案即可達標，國際不乏這類案例，是可以研究的，通常這類都是國家級的戰略投資，經常會是取得國際公司的大型股權或是通路，購買品牌或擁有資源等，如一年兩年內可促成一兩案，這些3億或5億金額根本不算什麼。	謹遵委員指教。本年度將以整體產業生態系之觀點來評估潛在投融資案件，並特別關注大型企業或專案及產業鏈頂端，所帶來之連動經濟效益。	8
1-1-2 排除融資障礙：以利息補貼及信保基金保證協力，提高銀行對文化內容業者貸放信心，預計協助優質業者取得貸款金額達6億元。			
<p>本院每年度辦理之說明會，多係為宣傳本院融資相關服務，以吸引文創業者前來利用。本年度擬增加與文化內容相關產業公會之場次，提高資訊傳送予各文化內容產業之準確度。</p> <p>關於紓困貸款措施，由本院協力者，係針對業者已取得文化部紓困貸款之申貸額度，配合撥付利息，謹先向委員陳明。至其他融資措施推廣工作，</p> <p>本院就現有之投融資工具持續向文創產業業者宣傳，提高廣度與精準度，文創產業業者如有疑問，得透過電郵、電話、一站式平台服務等，向本院詢問最新且最正確之資訊，便於業者視需要提出各式申請。另放貸金額須經金融機構對於放貸對象嚴謹之評估流程，包括評估放貸對象之財產與償債能力等，亦須尊重徵審結果。</p> <p>關於融資大小分流細節說明如下：</p> <p>甫公告之「加強文化創意產業升級轉型貸款要點」，融資對象首度納入「藝文類非營利組織」與「大型企業」，並開放負責人為「外籍人士」申請，增設貸款100萬元以下免開審議會「申貸快速通道」，縮短業者申貸時間；而不同申請類別區分申貸總額度，如第一類(中小企業)8,000萬、第二類(大型企業)2億、第三類(藝文類非營利組織)8,000萬、第四類(符合前三類別且有文創專案合約者)1億，期待透過上述機制提升融資整體績效。</p> <p>針對各項融資措施，本院已於官網設置專區並持續更新，除了要點規定及應備書表，並提供各式懶人包、流程圖、問答集、填寫範例、實用參考連結、說明會辦理等資訊，亦設置專線、電子信箱、一站式服務平台等諮詢管道，截至今年3月已提供1,912件諮詢服務(含1,538件電話服務)，其中融資相關詢問之比例約佔9成以上，顯示有相當利用率。</p> <p>委員提到希望瞭解相關數據，以下供委員參考：“金融處核算110年第1季資料(統計自106年起至110年3月31日止)</p> <p>一、案件數：</p> <p>(一)文創優惠貸款(本要點於110年2月26日廢止，請參文創優惠貸款進度報告_1091127excel)：以送件年度為標</p>			



<p>準, 106年27件、107年20件、108年27件、109年2件, 共76件。  (二) 合約與著作權質押貸款(本要點於110年2月26日廢止, 請參文策院融資服務報告_合約貸款_20201211excel): 以送件年度為標準, 109年3件, 共3件。  (三) 利息補貼(請參文策院融資服務報告_利息補貼_20210319): 以收件日期為標準, 109年至110年3月底前, 共16件。  (四) 青創貸款(請參110.3.31青創回報詳版): 以已撥款之獲貸案件計算, 自109年9月23日起至110年3月31日止, 共634件。  (五) 合計: 729件。</p> <p>二、已服務業者融資金額  (一) 文創優惠貸款: 採用通過案件數的核定金額及第四類核定額度計算, 106年共2億6,525萬+107年1億6,290萬+108年2億1,785萬+109年1億元, 106-109年金額共7億4,600萬元。  (二) 合約與著作權質押貸款: 共3,700萬元。  (三) 利息補貼: 以核定補貼之貸款金額, 共8,385萬元。  (四) 青創貸款: 以已撥款融資金額計算, 共4億9,579萬元。  (五) 合計: 13億6,264萬元。</p>			
1-1-2-1 (金融短答)	在疫情最困難的時間, 給予最實際的協助。	目前本院正受託辦理紓困貸款之利息補貼業務, 亦將持續以投融資措施給予業者實質的資金助益。	14-16
1-1-2-2	其中5.59億元係對大型企業因應疫情之貸款與利息補貼, 所以融資金額超越預算之利弊, 尚待未來觀察。但在特殊時期能協助大型企業取得融資, 亦有政策之重要性。	110年度2月正式公告「加強文化創意產業升級轉型貸款要點」, 已首度納入「大型企業」融資對象, 期能因應大型企業之融資需求。	14-16
1-1-2-3	扣除短期產業紓困利息補貼(擔保資金)(5.59億)經核貸金融4億元, 距離原訂目標仍有差距。	關於紓困貸款措施, 由本院協力者, 係針對業者已取得文化部紓困貸款之申貸額度, 配合撥付利息, 謹先向委員陳明。 至其他融資措施推廣工作, 本院就現有之投融資工具持續向文創產業業者宣傳, 提高廣度與精準度, 文創產業業者如有疑問, 得透過電郵、電話、一站式平台服務等, 向本院詢問最新且最正確之資訊, 便於業者視需要提出各式申請。 另放貸金額須經金融機構對於放貸對象嚴謹之評估流程, 包括評估放貸對象之財產與償債能力等, 亦須尊重徵審結果。	14-16
1-1-2-4	融資方面明顯不足	甫公告之「加強文化創意產業升級轉型貸款要點」, 融資對象首度納入「藝文類非營利組織」與「大型企業」, 並開放負責人為「外籍人士」申請, 增設貸款100萬元以下免開審議會「申貸快速通道」, 縮短業者申貸時間; 文創青創貸款亦將持續辦理。 針對各項融資措施, 本院已於官網設置專區並持續更新, 除了要點規定及應備書表, 並提供各式懶人包、流程圖、問答集、填寫範例、實用參考連結、說明會辦理等資訊, 亦設置專線、電子信箱、一站式服務平台等諮詢管道, 截至今年3月已提供1,912件諮詢服務(含1,538件電話服務), 其中融資相關詢問之比例約佔9成以上, 顯示有相當利用率。將持續推動融資相關服務。	14-16
1-1-2-5	融資率達到159%, 由報告內得知是因有大型公司於疫情期間紓困需要, 此狀況非常態, 需要思考如何調整才能達到原來的設定。	回覆同1-1-2-3	14-16
1-1-2-6	融資扣除「大型企業紓困貸款」(5.59億元), 整體金額為4億元, 亦未達預期目標, 宜思考如何加強	回覆同1-1-2-3	

1-1-2-7	支持融資大小分流,大的是走戰略型,小的是走策略型,小型策略型應快速通過。投融資一開始是以數量當指標,漸漸的可以轉以績效當指標,因是國家為發展,故要調整一些指標,不能像民間都以投報率或放款失敗率來思考績效,未來可能是以投後管理當作重點。	謹遵委員指教。當會亦以投融後績效作為評估績效指標。	14-16
1-1-2-8	融資協助產業推動,需更確切的數據。	金融處核算110年第1季資料(統計自106年起至110年3月31日止) 一、案件數: (一)文創優惠貸款(本要點於110年2月26日廢止,請參文創優惠貸款進度報告_1091127excel):以送件年度為標準,106年27件、107年20件、108年27件、109年2件,共76件。 (二)合約與著作權質押貸款(本要點於110年2月26日廢止,請參文策院融資服務報告_合約貸款_20201211excel):以送件年度為標準,109年3件,共3件。 (三)利息補貼(請參文策院融資服務報告_利息補貼_20210319):以收件日期為標準,109年至110年3月底前,共16件。 (四)青創貸款(請參110.3.31青創回報詳版):以已撥款之獲貸案件計算,自109年9月23日起至110年3月31日止,共634件。 (五)合計:729件。 二、已服務業者融資金額 (一)文創優惠貸款:採用通過案件數的核定金額及第四類核定額度計算,106年共2億6,525萬+107年1億6,290萬+108年2億1,785萬+109年1億元,106-109年金額共7億4,600萬元。 (二)合約與著作權質押貸款:共3,700萬元。 (三)利息補貼:以核定補貼之貸款金額,共8,385萬元。 (四)青創貸款:以已撥款融資金額計算,共4億9,579萬元。 (五)合計:13億6,264萬元。	14-16
1-1-2-9	希望在融資方面,能有更積極,更以文化為考量的措施或辦法。	每年度辦理之說明會,多係為宣傳本院融資相關服務,以吸引文創業者前來利用。本年度擬增加與文化內容相關產業公協會之場次,提高資訊傳送予各文化內容產業之準確度。	
1-1-2-10	關於融資大小分流可否進一步說明,例如總額和金額。	甫公告「加強文化創意產業升級轉型貸款要點」,即係以不同申請類別區分申貸總額度,如第一類(中小企業)8,000萬、第二類(大型企業)2億、第三類(藝文類非營利組織)8,000萬、第四類(符合前三類別且有文創專案合約者)1億。	14-16
1-1-3 引導多元資金投資:系統化評選投融資標的,提升產量質量,帶動周邊產業效益。			
<p>已於 109/11/10 宣布與金馬創投以及本國串流平台 GagaOOLala 合作,提供製作投資,鼓勵國內獲肯定之原創內容透過國際平台進入海外市場,以最後一桶金的方式協助製作。另於 110/2/3 舉辦「與文策院攜手 百部影視台流造浪」記者會,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 14 間涵蓋影視、紀錄片及動畫等類型的台灣產業出席,共同宣示成為文策院的正式合作夥伴,將簽署合作備忘錄(MOU),其開發製作案可獲文策院投資支持,提升台灣原創影視作品產製質量,鼓勵打開國際市佔率,在文策院機制的助攻下,估計開發量可倍增,達百部之多,在量能提升且有國際通路的狀態下,加速打造台流國家品牌。此外,有關企業社會責任 CSR 之本院執行事項將持續與文化部對焦,協助政策調適倡議,並聚焦開啟社會對話。未來藝文及文化內容產業可透過一站式服務,向文策院尋求多元資金媒合服務。本院目前透過訪談文化內</p>			

<p>容產業產製者（圖像創作者、漫畫創作、桌遊、出版產業、出版專業媒體、影視平台等），以及具有與文化領域合作經驗之企業基金會，了解需求。預計執行工作為：</p> <p>A. 透過「文化發展與企業社會責任網」，以共學共創基礎，倡議文化企業社會責任，倡議並提高企業對文化內容之於 CSR 的應用價值與認同，促使更多企業實際投入資源於開發具潛力的新內容。</p> <p>B. 諮詢藝文端與企業端，研究國內外案例，開啟藝文與企業合作之可能性。</p> <p>C. 建立企業名單、連結標竿企業，向企業轉譯藝術與文化對應永續目標的可能性，建立雙方對話基礎。掌握標竿 CSR 對 IP 內容的贊助偏好與需求動態，推動文化企業社會責任資源整合。</p> <p>D. 啟動與公協會、中介組織、智庫、文創園區、企業跨域串連策略整合，建立文化永續社會影響力生態系，研擬導入文化內容新創潛力的機制，預計於 110 年第二季開始擴大企業與文化團體互動參與，以期發掘嶄新藝企合作的新觀點與心期待，歸納企業投入文化內容的創新應用模式，包含透過文化內容實踐其他永續發展目標，結合文化內容進行商業模式創新，運用多元內容媒材豐富社會參與專案，促進整體文化內容市場價值。</p> <p>E. 持續研擬政策調適倡議工作流程與地圖。</p>			
1-1-3-1	如何增加在全球影視的佔有率？繼續再接再厲！	謝謝委員鼓勵！我們會運用各項機制，不斷滾動調整、符合業界需求，增加台灣作品在全球市場的市佔率。	16
1-1-3-2	此項指標已穩健執行中，但具體成效（例如：創造台流與帶動周邊產業效益）尚待持續推動，俾見其成效。尤其是導入企業CSR能量挹注文化內容產業，更是需要結合法規修改與民間力量，長期推動的最重要目標。	<p>謝謝委員期許！有關企業社會責任CSR之本院執行事項將持續與文化部對焦，協助政策調適倡議，並聚焦開啟社會對話。未來藝文及文化內容產業可透過一站式服務，向文策院尋求多元資金媒合服務。本院目前透過訪談文化內容產業產製者（圖像創作者、漫畫創作、桌遊、出版產業、出版專業媒體、影視平台等），以及具有與文化領域合作經驗之企業基金會，了解需求。執行工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 透過「文化發展與企業社會責任網」，以共學共創基礎，倡議文化企業社會責任，倡議並提高企業對文化內容之於CSR的應用價值與認同，促使更多企業實際投入資源於開發具潛力的新內容。</li> <li>2. 諮詢藝文端與企業端，研究國內外案例，開啟藝文與企業合作之可能性。</li> <li>3. 建立企業名單、連結標竿企業，向企業轉譯藝術與文化對應永續目標的可能性，建立雙方對話基礎。掌握標竿CSR對IP內容的贊助偏好與需求動態，推動文化企業社會責任資源整合。</li> <li>4. 啟動與公協會、中介組織、智庫、文創園區、企業跨域串連策略整合，建立文化永續社會影響力生態系，研擬導入文化內容新創潛力的機制，預計於110年第二季開始擴大企業與文化團體互動參與，以期發掘嶄新藝企合作的新觀點與心期待，歸納企業投入文化內容的創新應用模式，包含透過文化內容實踐其他永續發展目標，結合文化內容進行商業模式創新，運用多元內容媒材豐富社會參與專案，促進整體文化內容市場價值。</li> <li>5. 持續研擬政策調適倡議工作流程與地圖。</li> </ol>	17-18

1-1-3-3	此項說明較為籠統，盼能具體說明實績。	<p>文策院於109/11/10宣布與金馬創投以及本國串流平台GagaOOLala合作，提供製作投資，鼓勵國內獲肯定之原創內容透過國際平台進入海外市場，以最後一桶金的方式協助製作。另於110/2/3舉辦「與文策院攜手 百部影視台流造浪」記者會，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14間涵蓋影視、紀錄片及動畫等類型的台灣產業出席，共同宣示成為文策院的正式合作夥伴，將簽署合作備忘錄(MOU)，其開發製作案可獲文策院投資支持，提升台灣原創影視作品產製質量，鼓勵打開國際市佔率，在文策院機制的助攻下，估計開發量可倍增，達百部之多，在量能提升且有國際通路的狀態下，加速打造台流國家品牌。同時近期已有許多國際企業與文策院表達有投資文化內容意願，如：日本電通集團、日本蔦屋書店、直播平台Twitch等。針對有意願投資本國文化內容產業之國際企業，應設法籌組國際群募資金，初期以二至三間國際企業共同投入為目標。</p> <p>透過說服國際企業投入後，期望能藉由文策院引導國發基金一同進場，提升國際的投資信心，吸引更多國際投資者成為本國的文化內容產業投資夥伴。</p>	16-17
1-1-3-4	具體之績效(除了文字指述)為何？「系統性」評選之投資及實際作法？	<p>具體績效之說明如上題所述。「系統性」評選之說明如下：透過具備市場通路端性質之國際影視平台，就市場品味進行合拍影視作品之選題、改編、媒合、投資、拍攝製作、行銷等事務，將機制的評選系統對接回觀眾市場品味與喜好，讓相關合製標的直接面對市場，不同於過去的專家評選制度。</p>	16-17
1-1-4 健全產業製作之基礎環境：投入基礎建設6.35億元，支援類型化文化內容產品生產。			
<p>因應疫情調整各項機制，鼓勵業者進行文化內容創新應用，優化產製環境，有效協助業界於疫情期間進行大量研發及轉型工作。厚植產業基礎、因應疫後復甦時期的各項文化內容產品需求。業界對於本院此一挹注創新研發的作法，初步了解，多數業者表示，旗艦計畫讓公司可以投入較多心力、並嚐試新的工作方法進行新的內容開發，對產業發展有相當助益。</p>			
1-1-4-1	雖然受到疫情限制，但進行中的計畫包括個內容產業，也都甚具指標意義。	<p>謝謝委員意見，本院將持續利用各種機制，協助各類型文化內容產業業者開發更多元內容產品。</p>	18
1-1-4-2	產業實際投入主觀為何？	<p>本院主要透過審查會議、實地訪視及計畫專線與受補助業者進行溝通，並了解其執行成果。初步了解，多數業者表示，旗艦計畫讓公司可以投入較多心力、並嚐試新的工作方法進行新的內容開發，對產業發展有相當助益。</p>	21
1-1-5 共同加速內容開發提升產能：規劃成立「原創內容基金」招募至少十位內容產業主力參與者。			
<p>截至110年度第一季已有22件提案進入出版、編劇及影視投拍人三方媒合階段，已規劃辦理54場個案媒合，預計於下半年可確認媒合進度。</p> <p>另外，將透過各種管道，包括文策學院(Taicca School)、媒合資料庫如Taicca Now等機制，培育並媒合相關人才，助攻業界的IP創造。目前文策院內容開發與國際合作投資兩方案，不只引導國內外影視製作單位改編既有的台灣IP，亦鼓勵開發台灣原創作品，並支持國際投資人與國際平台牽手台灣IP創作團隊，開發跨領域影視內容，擴大台灣IP人才團隊作品的市場範圍。在主題方面，文策院將持續透過媒合機制，協助出版產業與跨業媒合開發或進行異業合作，並透過投融資等相關協助出版產業跨業發展，降低出版產業跨界的門檻。並規劃將協助透過轉譯相關內容，以豐厚更多元類型之內容作品進行開發及媒合，如本院與六大博物館針對館藏資料轉譯為文化內容的合作計畫。</p>			
1-1-5-1	1.本指標很明顯有很突破性的表現，成績亮眼。	<p>謝謝委員鼓勵，目前已有22件提案進入出版、編劇及影視投拍人三方媒合階段，已規劃辦理54場個案媒合，預計於下半年可確認媒合進度。</p>	24



1-1-5-2	盼能具體說明投拍進度。	如上題回覆內容	
1-1-5-3	IP的開發是否可以更主動積極？而不只是透過已出版的作品，且未來國際上的競爭，越來越偏重創意編劇、故事這方面的能力，文策院除了扮演媒合資金外，或許可以考慮積極尋找有能力創造IP的人才。	謝謝委員提醒，我們會透過各種管道，包括文策學院(Taicca School)、媒合資料庫如Taicca Now等機制，培育並媒合相關人才，助攻業界的IP創造。 目前文策院內容開發與國際合作投資兩方案，不只引導國內外影視製作單位改編既有的台灣IP，亦鼓勵開發台灣原創作品，並支持國際投資人與國際平台牽手台灣IP創作團隊，開發跨領域影視內容，擴大台灣IP人才團隊作品的市場範圍。	24
1-1-5-4	目前主推的「文化內容」多以新創內容為主。建議從台灣文學、藝術、電影的積累中，尋求更有代表性，更具核心價值的作品，予以開發和推廣。	謝謝委員建議，本院去年已與六大博物館簽署合作備忘錄，今年已規劃將協助透過轉譯相關內容，以豐厚更多元類型之內容作品進行開發及媒合。	24
1-1-5-5	作為一個出版產業，這一兩年也試著成立一些「視覺、影音」的製作單位，目前僅於起步，也許限於資金、人才、經驗，覺得跨界困難。	謝謝委員提點，文策院將持續透過媒合機制，協助出版產業與跨業媒合開發或進行異業合作，並透過投融資等相關協助出版產業跨業發展，降低出版產業跨界的門檻。	24
1-1-6 建立內容智財權、財務金融、法律服務等專業諮詢系統，規劃建立著作權登錄機制一式。			
此一服務已多於各式對外會議廣宣平台已累計有103件諮詢案件、公司會員 224名、個人會員 108名。業者除了以系統文字形式的諮詢之外更頻繁透過電聯方式詢問，未來考量平台可提供更多自動式的回覆。該系統原始的核心即為能一次解決金融、經管等諮詢問題，然現有系統功能尚未能達到預期效果，故將全盤及縝密的考量後，預計本年度進行優化工作。			
1-1-6-1	此項機制需要配合使用者的回饋，以目前的服務案量僅有72件，仍須多加宣導，大幅增加服務量能，並持續進行修正與增添資源。	一站式網站服務系統已多於各式對外會議廣宣，平台已累計有103件諮詢案件、公司會員 224名、個人會員108名。業者除了以系統文字形式的諮詢之外更頻繁透過電聯方式詢問，未來考量平台可提供更多自動式的回覆。	28
1-1-6-2	完整網站建制的進度規劃？	一站式網站服務系統原始的核心即為能一次解決金融、經管等諮詢問題，然現有系統功能尚未能達到預期效果，故將全盤及縝密的考量後，預計本年度進行優化工作。	28
二、國際化：提升國際競爭力，切入國際文化內容產業鏈			
2. 找出台灣優勢，面向未來內容產業發展，促進跨國投資合作			
2-2-1 切入國際文化內容產業鏈，至少與三個國際平台建立系統性跨國深度合作、合製網絡。			
本院規劃並啟動系列台灣流行文化於海外宣傳的戰略與行動。選定世界主要市場及代表城市，結合當地組織及重要通路，藉由國際視野來挖掘台灣獨一無二的文化魅力。預計110年6月份與文化部日文中心合作辦理台灣有聲漫畫書展、7月份將於東京辦理台灣出版推廣活動，於日本主要書店通路進行行銷與講座活動，7月份於瑞士紐沙特合作奇幻影展，選定台灣作品放映專場與論壇交流。下半年度預計於北美、歐洲辦理文化推廣活動，細項規劃當中。本院已陸續與國際相關組織有所接觸，預計下半年會有部分會有具體成果產出，如：坎城唱片展人才交流，NewImages festival, Series Mania, 瑞士紐沙特影展等。關於合資合製進度，本院已陸續與歐亞地區主要的國家級單位開始接洽，預計於上半年能夠確認2~3個國際組織的合資合製意向，並於下半年開始展開，預計本年度啟動5~10案國際合製案件。現有成果是已與HBO Asia簽署合作協議，另與韓國、日本、新加坡、菲律賓、法國以及比利時等機構洽談中，圖檔節錄自與HBO合作意向憑証文件。			
2-2-1-1	已有良好的開始，期望下年度能有具體的執行成果分享。	本院已陸續與國際相關組織有所接觸，預計下半年會有部分會有具體成果產出，如：坎城唱片展人才交流，NewImages festival, Series Mania, 瑞士紐沙特影展等	28-30
2-2-1-2	合資合製的預期進度？	已陸續與歐亞地區主要的國家級單位開始接洽，預計於上半年能夠確認2~3個國際組織的合資合製意向，並於下半年開始展開，預計本年度啟動5~10案國際合製案件	28-30
2-2-1-3	應明確提出國際平台之系統性合作內容，包括憑証文件。平台應為國際，而非僅限於國內既有平台之合作。	HBO合作意向憑証文件掃描檔案之節錄已放置於績效評鑑報告本文。	28-30



2-2-1-4	國際曝光及連結尚待加強，才能扮演國際的角色	規劃並啟動系列台灣流行文化於海外宣傳的戰略與行動。選定世界主要市場及代表城市，結合當地組織及重要通路，藉由國際視野來挖掘台灣獨一無二的文化魅力。6月份與文化部日文中心合作辦理台灣有聲漫畫書展、7月份將於東京辦理台灣出版推廣活動，於日本主要書店通路進行行銷與講座活動，7月份於瑞士紐沙特合作奇幻影展，選定台灣作品放映專場與論壇交流。下半年度預計於北美、歐洲辦理文化推廣活動，細項規劃當中。	28-30
2-2-1-5	國際化部分，除金馬創投原有機制之協助，宜強化與國際平台之系統性合作，並提出佐證資料及說明，例如與國際影展之前創投機制合作或國際內平台之合作	目前已與HBO Asia簽署合作協議，另與韓國、日本、新加坡、菲律賓、法國以及比利時等機構洽談中	28-30
2-2-1-6	與三個以上國際平台建立深度合作合製，報告內提出金馬創投，指標主要是要建立國際平台而非現有國內平台，需補充國際平台部分及實際合作方向之相關內容，才能符合設定的目標。	回覆同上	28-30
2-2-1-7	與國際對接及世界級相關產業的合作，希望多規劃，以擴散台灣藝術人文的部分。	持續盤點並聯繫焦點地區-北美、日本及歐洲，TAICCA同等文化組織單位，建立國際合作機制，如：人才交流、論壇參與、增加產製創作等。詳見以上機構和地區舉述。	28-30
2-2-2 沉浸式科技架接產業應用，促成文化內容科技示範創意展演至少10案。			
本院將透過未來內容共創圈所建置之生態系與媒合製作機制，進行業者整合，聯合文化內容、科技產業與國內外重要中介組織，並透過相關要點的實行，加強產業創新與輔導基礎。			
2-2-2-1	本年執行案件已達指標，但沉浸式應用仍有龐大的改進空間，需要更多有理想的廠商投入。	本院將透過未來內容共創圈所建置之生態系與媒合製作機制，進行業者整合，聯合文化內容、科技產業與國內外重要中介組織，並透過相關要點的實行，加強產業創新與輔導基礎。	30
2-2-3 設立沉浸式內容製作全球獎勵機制一式，和國際共同開展帶動未來內容產業關鍵佈局。			
本年度沉浸式內容國際合資合製計畫評選作業進行中；與法國新影像藝術節台法人才交流計畫也與法方密切討論、規劃中，盼能透過相關機制推動台灣XR產業及人才與國際接軌。			
2-2-3-1	此項指標甚具前瞻性，目前已有良好的開端，110年6月在法國新影像藝術節所展現的成績，值得觀察。	本年度沉浸式內容國際合資合製計畫評選作業進行中；與法國新影像藝術節台法人才交流計畫也與法方密切討論、規劃中，盼能透過相關機制推動台灣XR產業及人才與國際接軌。	33-34
2-2-4 推動升級兩個國內文化內容關鍵展會論壇國際化，協助國內業者掌握國際趨勢，媒合國際合作夥伴。			
110年度 TCCF 展會為第二屆辦理，除了擴大「未來內容」、「市場交易」兩個主要商務展示交易區外（預計超過 100 個實體展位），還將辦理國際論壇、交流活動、音樂表演專場等商務交流活動，促進產業專業人士交流；面對民眾之推廣活動則預計邀請文化內容新創團隊，針對研發作品測試市場驗證，加速創新能量。線下串連線上機制持續進行優化，預計吸引服務更多參與者。運作機制上，為了配合本院各項常態性媒合機制及 TCCF 創意內容大會，110 年度預計建立「TAICCA 展會與媒合整合平台」，延續首屆線上媒合的概念，透過使用者友善的系統工具擴大媒合效益，包括多語系支援、智能推薦作品、心動指數評分等，借鏡國際相似網站功能，預計建立一長期營運平台完善收錄台灣 IP 作品，隨時隨地交流聯繫，創立買賣/合作機會。			
2-2-4-1	本年度TCCF有很不錯成績，廣度與深度都頗受讚許，但可惜受疫情影響，參與人數未來仍有很大成長空間。	110年度為第二屆辦理，除了擴大「未來內容」、「市場交易」兩個主要商務展示交易區外（預計超過100個實體展位），還將辦理國際論壇、交流活動、音樂表演專場等商務交流活動，促進產業專業人士交流；面對民眾之推廣活動則預計邀請文化內容新創團隊，針對研發作品測試市場驗證，加速創新能量。線下串連線上機制持續進行優化，預計吸引服務更多參與者。	35-36

2-2-4-2	常態運作機制及績效如何評估？	為了配合本院各項常態性媒合機制及TCCF創意內容大會，110年度預計建立「TAICCA展會與媒合整合平台」，延續首屆線上媒合的概念，透過使用者友善的系統工具擴大媒合效益，包括多語系支援、智能推薦作品、心動指數評分等，借鏡國際相似網站功能，預計建立一長期營運平台完善收錄台灣IP作品，隨時隨地交流聯繫，創立買賣/合作機會。	35-36
3. 布局全球市場，規劃國際駐點，打造國家品牌形象。			
2-3-1 投入1.11億，於10~15 檔文化內容重要國際展會導入策展概念，打造國際媒合會，提升台灣內容IP 行銷力，帶動周邊商品行銷。			
於疫情期間，將持續透過大會官方線上展會機制參展，並規劃辦理更多兩地連線活動，透過線上、線下以及國內與國外當地串連，將內容於國際重要展會呈現，並推廣至海外市場。			
2-3-1-1	本年度幾乎所有展會都只能以線上進行，甚為可惜，但是如何讓台灣能推出更多夠國際水準也受歡迎的內容，更是要努力的目標。	於疫情期間，將持續透過大會官方線上展會機制參展，並規劃辦理更多兩地連線活動，透過線上、線下以及國內與國外當地串連，將內容於國際重要展會呈現，並推廣至海外市場。	36
2-3-2 拓展一個以上文策院國外駐點：啟動文化內容海外據點勘查及前置調查準備作業，挑選兩國，與當地重要產業建立友好關係。			
本院之駐點規劃原以「三大洲主要國家」(非僅限於城市概念)為主軸規劃駐點，並進行調查以最有效的方式駐點。其他地區會依展會反應市場訊息，再加碼執行。受疫情影響，先與當地相關單位建立合作關係的方式作前導，不是實體「拓點」，但卻能收跟「拓點」相同之效果。故今年以法國開始與當地公關公司展開媒體宣傳布局計畫，規畫當地媒體關係建立，前導作to B及to C系列活動及合作關係建立，並形塑臺灣形象；日本方面，文策院也與東京文化中心辦公室聯手舉辦臺灣漫展，於日本實體書店設計系列主題活動，以推廣臺灣出版，並結合當地商機，擴增台灣內容廠商收益。			
2-3-2-1	今年可繼續拓點。	託當地執行單位在有限的作法內，作系列活動；與當地相關單位建立合作關係的方式作前導，不是實體「拓點」，但卻能收跟「拓點」相同之效果。	38
2-3-2-2	本項指標明顯受到國外疫情嚴重的限制，尚無法落實執行。	受疫情影響，今年法國開始與當地公關公司展開媒體宣傳佈局計畫，規畫當地媒體關係建立，前導作to B及to C系列活動及合作關係建立，並形塑臺灣形象；日本方面，文策院也與東京文化中心辦公室聯手舉辦臺灣漫展，於日本實體書店設計系列主題活動，以推廣臺灣出版，並結合當地商機，擴增台灣內容廠商收益。	38
2-3-2-3	三大城市外有無其他駐點拓展計畫？	原以「三大洲主要國家」(非僅限於城市概念)為主軸規劃駐點，並進行調查以最有效的方式駐點。其他地區會依展會反應市場訊息，再加碼執行。	38
2-3-3 提升台灣文化品牌之國際能見度：研擬並制定國家隊形象識別CIS 一式，盤點台灣文化內容各式識別，升級台灣館整體視覺傳達質感。			
於各項國際活動，以簡潔、具當代美感且識別性高之系列CI之Logo與視覺設計，推廣各項內容產業建立品牌認知，協助組織國內內容產業輸出國際為本院重要任務，並且已經導入專業設計團隊專業進行中並且於將來持續優化之項目。			
2-3-3-1	形象識別的創意無極限，仍需要持續推動。	於各項國際活動，以簡潔、具當代美感且識別性高之系列CI之Logo與視覺設計，推廣各項內容產業建立品牌認知，協助組織國內內容產業輸出國際為本院重要任務，並且已經導入專業設計團隊專業進行中並且於將來持續優化之項目。	41
2-3-4 擬定關鍵媒合策略一式，針對全球各大市場特質，扣緊全球趨勢，建立有效機制如內容銷售會、台灣之夜，積極媒合，展外全年繼續對接，形成產業深度網絡。			
文策院於各展會除了呈現內容作品促進商務交易之外，也持續與各展會官方建立深度連結，推動台灣作品、業者進入官方提案單元與競賽展演，並與當地市場與產業重要機構、合作夥伴建立連結。			
為了配合本院各項常態性媒合機制及TCCF創意內容大會，110年度預計建立「TAICCA展會與媒合整合平台」，透過使用友善的系統工具擴大媒合效益，包括多語系支援、智能推薦作品、心動指數評分等，借鏡國際相似網站功能，預計建立一長期營運平台完善收錄台灣IP作品，隨時隨地交流聯繫，創立買賣/合作機會。			

2-3-4-1	從績效報告可看出，文策院已有清晰的市場目標，不過此指標的成效，需要結合許多駐外單位與全球性企業的資源。	於各展會除了呈現內容作品促進商務交易之外，也持續與各展會官方建立深度連結，推動台灣作品、業者進入官方提案單元與競賽展演，並與當地市場與產業重要機構、合作夥伴建立連結。	41
2-3-4-2	請補充線上媒合平台之運作機制及實際成效歷程與具體實例，以及產業TCCF辦理期間之日常運作及媒合方式	為了配合本院各項常態性媒合機制及TCCF創意內容大會，110年度預計建立「TAICCA展會與媒合整合平台」，透過使用友善的系統工擴大媒合效益，包括多語系支援、智能推薦作品、心動指數評分等，借鏡國際相似網站功能，預計建立一長期營運平台完善收錄台灣IP作品，隨時隨地交流聯繫，創立買賣/合作機會。	41
三、整合化：市場情報匯流，國際人才合作，健全生態系			
4. 打造異業整合系統性合作平台，建立產業知識譜系			
3-4-1 打造產業異業整合系統性合作平台，協助產業上下游及橫向聯繫，以製作委員會、企業社會責任平台等至少兩個新模式促成異業合作。			
關於投拍人工作成效如下：目前投拍人工作圈已達44位，109年共選出53本心動文本清單，並針對79件編劇提案進行評選，目前已有22件提案進入三方個案媒合，陸續洽談媒合成功後，將於下半年進入開發媒合階段。 委員提到希望瞭解運作中的兩個新產業模式為何，事實上，目前已不只有兩個新模式進行異業整合系統性合作之機制，而是四個新模式：分別為1.內容開專案計畫之投拍人工作圈。2.協助成立公協會聯盟，透過聯盟平台挹注各項資源，促進產業發展。3.執行TCCF創意內容大會國際媒合專場，引入國際合資合製媒合平台，協助台灣原創作品拓展國際通路。4.導入企業社會責任(CSR)資金，以落實企業社會責任並支持文化內容產業，促進更多異業合作之成效。也謝謝委員			
3-4-1-1	本指標已順利推動執行，期待能慢慢看到成效。	謝謝委員鼓勵，我們會持續找尋各類新興模式促成異業合作。	43
3-4-1-2	投拍人工作圈的工作成效？	目前投拍人工作圈已達44位，109年共選出53本心動文本清單，並針對79件編劇提案進行評選，目前已有22件提案進入三方個案媒合，陸續洽談媒合成功後，將於下半年進入開發媒合階段。	43
3-4-1-3	兩個產業模式為何？報告中未見詳細說明。	目前已不只有兩個新模式進行異業整合系統性合作之機制，而是四個新模式：分別為1.內容開專案計畫之投拍人工作圈。2.協助成立公協會聯盟，透過聯盟平台挹注各項資源，促進產業發展。3.執行TCCF創意內容大會國際媒合專場，引入國際合資合製媒合平台，協助台灣原創作品拓展國際通路。4.導入企業社會責任(CSR)資金，以落實企業社會責任並支持文化內容產業，促進更多異業合作之成效。	43
3-4-2 完成至少三項關鍵產業地圖及內容產業策略白皮書一式。			
三項關鍵產業地圖將陸續於本院產業調查報告中公開發，管道包括官方網站，將有追蹤使用者回饋之機制以作為相關業務改進之依據。本院首次發行之白皮書將以本院年報形式出刊，可作為運用本院業務之重要指南，透過編排設計使業者快速找到與自己相關的策進機制，期待吸引更多業界夥伴善用文策院資源。同時，本院為瞭解使用者意見，產調工作執行過程中均有辦理業界專業人士諮詢，此外亦特別將各領域之消費者調查整合，成為年度文化內容產業消費者行為之大型抽樣調查，並充分詮釋所收集到的產值變化及產業趨勢，相關分析報告均將於本院官網公開，供各界檢視、參考並提供建議。未來此項業務將依循各方建議持續精進改善，以求獲致客觀的產業發展趨勢，指引產業之未來方向。關於應避免只重視量化指標的建議，初期各項績效以量化數據做為指標較容易進行成效評估，隨著本院各項策進機制導入業界實施並取得成效，將逐漸將指標重點增加品質導向，以兼顧數量與品質。			
3-4-2-1	本項指標最好能夠看到相關產業的使用者意見，較能客觀展現未來的方向。	本項產業調查工作執行過程中均有辦理業界專業人士諮詢，此外亦特別將各領域之消費者調查整合，成為年度文化內容產業消費者行為之大型抽樣調查，並充分詮釋所收集到的產值變化及產業趨勢，相關分析報告均將於本院官網公開，供各界檢視、參考並提供建議。未來此項業務將依循各方建議持續精進改善，以求獲致客觀的產業發展趨勢，指引產業之未來方向。	45
3-4-2-2	白皮書的落實方針？	第一冊白皮書所列執行策略與工作項目將結合本院年度工作目標與各業務單位工作範疇，並作為本院業務推展項目與成果說明之指南式出版品，供業界參酌、並尋求本院各項資源挹注、協助。	45
3-4-2-3	建議接續評鑑指標，亦應逐步納入成效之追蹤機制(例如：投資報酬率、媒合後國際市場表現、報導、獲獎或票房等實質成效)。	感謝委員意見，後續將逐步檢討建立本院執行之績效追蹤及產值促成之計算機制	45



3-4-2-4	請補充如何公開及如何讓產業應用三項關鍵產業地圖及內容產業策略白皮書。	三項關鍵產業地圖將陸續於本院產業調查報告中公開發，管道包括官方網站，將有追蹤使用者回饋之機制以作為相關業務改進之依據。本院首次發行之白皮書將以本院年報形式出刊，可作為運用本院業務之重要指南，透過編排設計使業者快速找到與自己相關的策進機制，期待吸引更多業界夥伴善用文策院資源。	45
3-4-2-5	各項指標的評量除量化標準外，也希望慢慢建構品質衡量指標。	初期績效以量化數據做為指標較容易進行成效評估，隨著本院各項策進機制導入業界實施並取得成效，將逐漸將指標重點增加品質導向，以兼顧數量與品質。	45
3-4-3 建立及彙整系統化的文化內容資料庫一式，匯集產業人才、國際展會、攝製場景、銷售數據等資訊，貼合使用者需求，協助業者近用資源、找尋跨業合作、支援文化內容開發。			
本院持續進行相關的建置工作並融入使用者研究提升系統適用性，同時，諮詢會之辦理與數據取得將納入相關計畫執行。本院是項業務均以研擬建置視覺化工具為介面，預期能優化關鍵數據之可讀性，以利業界與公眾瀏覽、查詢與使用。			
3-4-3-1	此項指標尚未完全達成，但已在進行中。	謝謝委員意見，我們會持續進行相關的建置工作。	48
3-4-3-2	建議應有使用者測試報告與初步分析。	謝謝委員意見，已將使用者研究列入計畫執行。	48
3-4-3-3	線上出版資料庫的使用狀況，及推廣選書的原則是？外包或由文策院操作？	線上資料庫所收錄的出版品主要為本院歷年執行之文化內容產業調查研究報告，由本院將相關成果數據與資料整理後轉為線上化之公開網站，以利業界與公眾瀏覽、查詢與使用。	48
3-4-3-4	公開機制及產業運用機制宜建立。	本院歷年執行文化內容產業調查所得之數據與資料，均以open data形式於網站供業界與公眾使用。本院已研擬建置數據視覺化工具，預期能優化關鍵數據之可讀性，並提供業界分析引用。	48
3-4-3-5	宜加強產業資料及調查成果之對外公開時間、產業運用機制。	同上題回覆內容。	48
3-4-3-6	資料庫整合部分，建議多邀請相關領域專家，如：文化統計、產值分析、資料庫。如何將重要指標抽出，資料如何梳理，這些資料將是很重要的寶庫，將來會有國際產業界、學界皆會想使用這些資料，未來可考慮有更多大數據專家加入協助。	謝謝委員意見，諮詢會之辦理與數據取得將納入相關計畫執行。	48
3-4-4 成立 TAICCA School (文策學院)，精進中介經紀及產業關鍵能力培育之課程規劃，形成文化內容人才動態聚落對接產業，並與國際機構交流合作，至少開辦6門系列課程。			
文策學院已與NETFLIX、美國電影協會、法國國家高等影音學院等國際影音相關平台與組織合作課程與提案競賽，做為與以上單位合作長期人才培育計畫之初步合作。110年將與歐洲製片人組織(EAVE)、法國MIDEM音樂展會以及相關動畫學院及製作單位等，合作國際學程。未來希望能與各合作單位簽訂MOU，規劃定期能夠開設各類本院策進業務相關之工作坊以及後續連結產業之開發計畫。			
3-4-4-1	本指標執行的質與量，都有優異表現。	謝謝委員讚許，我們會繼續努力	48-50
3-4-4-2	與Netflix洽談的合作進度？	本院文策學院已與NETFLIX、美國電影協會、法國國家高等影音學院等國際影音相關平台與組織合作課程與提案競賽，做為與以上單位合作長期人才培育計畫之初步合作。110年將與歐洲製片人組織(EAVE)、法國MIDEM音樂展會以及相關動畫學院及製作單位等，合作國際學程。未來希望能與各合作單位簽訂MOU，規劃定期能夠開設各類本院策進業務相關之工作坊以及後續連結產業之開發計畫。	50
3-4-5 打造本院官網，成為台灣文化內容產業入口網站，建立面向國際的展示窗口。			
在官網使用者分析方面，目前於本院官網的瀏覽量中，以本院提供之機制方案以及研調報告等的瀏覽率較高，包含文創升級貸款方案、青創貸款方案、內容開發專案計畫方案，以及文化內容消費調查等。官網已規劃針對本院提供的各項服務方案強化曝光，如置於首頁輪播區等，並規劃為服務方案等設置專區，包含設立「貸款專區」、「投融資專區」、「國際合作投資專區」、「內容開發專區」等，方便使用者更容易取得資訊，並有助於提昇瀏覽量。			

3-4-5-1	就目前官方網站的中英文資訊確實頗為不錯，不過更重要的是讓更多潛在的國內外使用者，能頻繁使用並取得有用資訊，希望能就使用情形，進行檢討分析。	謝謝委員意見，目前於本院官網的瀏覽量中，以本院提供之機制方案以及研調報告等的瀏覽率較高，包含文創升級貸款方案、青創貸款方案、內容開發專案計畫方案，以及文化內容消費調查等。官網已規劃針對本院提供的各項服務方案強化曝光，如置於首頁輪播區等，並規劃為服務方案等設置專區，包含設立「貸款專區」、「投融資專區」、「國際合作投資專區」、「內容開發專區」等，方便使用者更容易取得資訊，並有助於提昇瀏覽量。	51
---------	---	---	----