

文化內容策進院
108年度下半年暨109年度營運目標暨績效指標

院發展目標	年度營運目標	衡量指標
壹、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	一、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。
		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 。
		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。
		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。
		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。
		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 。
貳、國際化： 提升國際競爭力，切入國際文化內容產業鏈	二、找出台灣優勢，面向未來內容產業發展，促進跨國投資合作	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。
		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 。
		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。
		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。
	三、布局全球市場，規劃國際駐點，打造國家品牌形象。	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。
		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。
		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。
		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。
參、整合化： 市場情報匯流，國際人才合作，健全生態系	四、打造異業整合系統性合作平台，建立產業知識譜系	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。
		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 。
		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。
		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 。
		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。