

文化內容策進院
111年度業務計畫

110年8月

壹、願景與目標

文化內容策進院（以下簡稱「本院」）以中介組織身分之專業治理，整合、連結政府跨部會能量與民間各領域資源，形塑國家文化品牌，協同文化內容業者對接國際產業鏈，有效創造產值、提升國家形象及認知度，並佈建國際產業網絡。本院策進助攻的文化產業包括電影、電視、流行音樂、出版、動畫、遊戲、漫畫、時尚設計、藝術產業、未來內容體驗經濟等。

本院為達成臺灣優質原創內容倍增、接軌國際產製及消費，打造世界新臺流，聚焦產製、資金、通路、品牌四大軸線升級，並依循本院業已公告之「五年工作計畫」推動上述四項軸線升級之相關業務。

短中長期而言，以一年時間整備內容產業支持系統及基礎建設，建構有效策進方案與必要機制，提供專業中介財務、法務、投融資諮詢及服務平台，媒合政府民間跨域資源，促進國內外商情資訊流通；三年內達成有效提升文化內容產製量，策進產業持續升級，深化布局國際市場的目標；五年後將完善文化內容產業生態系、打造強化國際品牌形象，完善中介組織專業角色，持續連結應用各領域資源輔助產業。

貳、109年度營運（業務）計畫之執行成果

一、找資源

（一）「文化內容投資計畫」，捲動新臺幣3.2875億元資金投資

文策院執行「文化內容投資計畫」，以國發基金挹注「影響原創」、「柒拾陸號原子」、「天使放大」，捲動新臺幣3.2875億元民間資金投入文化內容產業，建構具前瞻性、創新性與市場性的臺灣文化內容生態圈。

1. 「影響原創」影視股份有限公司

文策院以國發基金挹注CATCHPLAY（威望國際股份有限公司），成立影響原創影視股份有限公司（SCREENWORKS），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國際資源；並透過「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連結國際市場的舞台，預計每年投資80-100小時的原創影視作品。

2. 「柒拾陸號原子」股份有限公司

順應全球OTT（串流媒體）產業蓬勃發展，文策院與科科世界股份有限公司（KKG Taiwan Co., Ltd.）共同投資成立IP開發公司「柒拾陸號原子」（Studio76），鎖定OTT平台之影視規格進行作品開發，以三年三十部戲劇為目標，109年推出短片《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。

3. 「天使放大」股份有限公司

文策院與群眾募資顧問公司「貝殼放大」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」，為創作者提供創作初期的啟動基金，協助作品募集更多天使投資人。「天使放大」以單案收益回報型投資模式，已促成「畫說LULU」、「沒有國家的人」、「微醺大飯店」等影視節目、遊戲、沉浸式劇場等類型作品成功獲得投資。

(二) 協助文化內容業者取得新臺幣9.5485億元總融資金額

文策院執行「文化創意產業青年創業及啟動金貸款」、「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」、「文化創意產業優惠貸款」、「文化創意產業貸款利息補貼」、「文化創意產業合約與著作權質押貸款」，協助提升銀行業者對文化內容業者貸放信心，已協助文化內容產業取得新臺幣 9.5485 億元總融資金額。

二、助開發

(一) 「內容開發專案計畫——出版轉影視媒合」，捲動349件文本作品參與，開發79件文本改編提案

為加速內容開發、提升產量及品質，文策院執行第一哩路「內容開發專案計畫——出版轉影視媒合」，2020年首先推出「出版與影視媒合原創文本招募」，鼓勵並促進

出版、影視的跨業合作，將故事能量放大，開展共同獲利機會。

文策院建立連結市場的媒合服務機制流程，並挹注資源於前期的劇本開發階段。首先邀集出版界推薦文本，再由包括電視臺、電影電視製作公司等國內影視產業各類業者組成的49位投拍人圈選心動書單；其次公開徵求編劇提案，將文本改編為文本改編提案，讓出版文本透過專業編劇的轉譯與包裝，逐步與影視方對接，提高國內外影視買家興趣，帶動原創文本端、編劇端及投資端的三方開發合作。

2020年選出第一波23件、第二波30件心動書單，為內容創作端提供最具市場眼光的選案推薦。共93位編劇好手進場改編文本，催生79件文本改編提案。

(二) 臺灣漫畫基地升級轉型，協助催生 7 部臺灣原創作品

文策院自2020年3月接手、5月升級開放臺灣漫畫基地，協助進行漫畫商業策展、商品販售、人才培育及產業媒合。共舉行超過30場展演活動，造訪人數突破3萬人次，並執行

211件產業諮詢與媒合，協助催生7部臺灣原創作品，共計逾200名漫畫創作者、從業人員、漫畫愛好者共同參與。透過線上平台及線下實體空間的一條龍式產業助攻，讓優秀作品在市場發光。

（三）《CCC創作集》，臺漫專屬數位發表平台

109年8月，《CCC創作集》數位平台上線，為臺灣漫畫打造屬於自己的數位平台。CCC數位平臺提供漫畫創作者一個面對市場、得以被看見的舞臺，藉由網路無邊界的特性，以數位化吸引更多族群看見臺灣漫畫。平臺上的作品排行榜精準提供點閱率、互動率數據，成為國內外業者商業選件的重要參考。至2020年12月止，CCC數位平臺上架作品超過百部，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，凝聚超過77位作者，包括長鴻、威向、蓋亞、留守番、大辣、大塊、慢工、黑白文化等國內8間出版社共同參與。

《CCC創作集》作品內容深度及改編能量深獲各界肯定，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猫猫作品《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》，則由映畫製作成功改編為電視劇。

(四) 串聯文化內容及科技產業資源，支持未來創意內容多元發展

1. 文策院執行旗艦計畫助攻表演藝術、遊戲、動畫、音樂等

文化內容產業探索創新展演模式，共孵育80案潛力原創文化內容IP，列舉如下：

- (1) 鼓勵國內獨立遊戲製作，支持哇哇科技將公共電視知名動畫《妖果小學堂》以全球高熱度遊戲主機 Nintendo Switch 為載具，開發適合學齡兒童玩的體感跑酷遊戲《臺灣妖果》。
- (2) 支持稻田電影工作室有限公司修復動畫電影《魔法阿嬤》，並開發周邊商品如line貼圖，上架即獲當日銷量排名第一。
- (3) 帶領「迷母豐盛」參與「日本授權展」，與日本Poplar社共創「Kuroro宇宙探查隊」4個角色IP，計劃產

出AR互動內容及數位繪本、動畫、遊戲、漫畫和周邊商品，發展、經營角色IP的價值。

- (4) 支持由宏達電HTC VIVE ORIGINALS出品、導演唐治中執導之逐格偶動畫《病玫瑰》製作，該作品成功入圍第77屆威尼斯影展創投「VR沉浸式故事」項目。
- (5) 協助岳漢科技開發《打鬼 第二章》單機版遊戲，該遊戲以真人真事改編，運用3D立體建模、動態補捉等技術，融入台灣特色建築、宮廟文化及台語文化，打造極具台灣特色之獨立遊戲。
- (6) 協助冉色斯動畫與原金國際、摩立動畫、Studio2、牽猴子整合行銷、鄭問工作室等單位共同組成開發團隊，將臺灣知名漫畫家鄭問作品《東周英雄傳》改編為動畫劇集。
- (7) 助攻排灣族金曲創作人阿爆（阿仍仍）領軍成立的「那屋瓦文化有限公司」推動「那屋瓦原民新聲造音計畫」，支持新一代原民音樂創作人以母語創作，推出「《N1》那屋瓦一號作品」專輯。

2. 透過「IP內容實驗室計畫」4DViews容積擷取攝影棚，協力

產出三大類型之七件亮點作品：

(1) 影像敘事虛實整合展演類：

必應創造的羅大佑《當年離家的年輕人》4D音樂
影像製作，以及夢想創造「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」。

(五) 「沉浸式內容國際合資合製補助方案」，推展臺灣XR

產業能量

為協助臺灣成為全球XR延展實境內容的創新基地，文策院自2020年3月推動「沉浸式內容國際合資合製補助方案」，單案最高補助新臺幣350萬元，助攻在XR領域具備關鍵創意及新敘事手法、以沉浸式技術製作的藝術或人文體驗的團體。

文策院邀請臺、法、美、英等XR及文化藝術領域的十名專家擔任評選會委員，舉辦線上評選會議，決選出五組提案團體：法國Lucid Realities與臺灣瑞意創科（Oready Innovation Lab）合製的《The Starry Sand Beach》、英國Oiffy LLP與Wolf & Wood和南瓜虛擬科技公司（Pumpkin Studio）的合製提案、臺灣在地實驗媒體劇場（ET@T Lab Theater）的《花神祭》VR、綺影映畫有限公司（Serendipity Films）的《大師狂想曲》，以及臺灣虛實展演發展協會（Virtual & Physical Media Integration Association of Taiwan）的「沉浸式投影創作暨技術提升計畫」。

三、作品飛

(一) 「國際合作投資專案計畫」攜手國內2大平臺、影視製作公司與產業公協會，加速打造臺流國家品牌

文策院啟動最後一桶金「國際合作投資專案計畫」，以單案最高百分之三十製作費投資/國際行銷支持，與國內2大平臺「金馬創投會議」、「Gaga00LaLa」（杰德影音），以及瀚草影視、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、動畫特效協會等臺灣影視產製公司、產業公協會合作結盟，攜手提升臺灣原創IP開發，讓國際市場與投資方搶先選擇開拍標的，讓台灣原創作品直接面向國際市場。

(二) 助攻電影、電視、圖書、授權等15場國際展會全球布局，開拓臺灣原創內容能見度

文策院成立以來，持續策劃帶領臺灣最優質的文化內容作品，以國家隊形象參與全球指標性商展會和論壇，過程中不僅整合異業資源、掌握最新產業動態，也促進國際合資合製之可能性。

2019年至2020年共助攻電影展、電視展、書展、授權展等15場國際展會線上／線下臺灣館布局。重點成果匯集如下：

1. 影展

法國坎城影展XR單元：文策院與坎城影展合作舉辦「2020坎城影展：XR市場展臺灣聯名線上論壇」，助攻臺灣未來內容躍上國際。

義大利威尼斯影：2020年首度進駐臺灣，臺北成為亞洲唯二的放映城市，文策院於長春國賓影城播放來自全球入圍威尼斯影展VR單元的32部360度及互動式VR作品。

柏林影展暨歐洲電影市場展：舉辦臺灣之夜交流酒會、蔡明亮導演大師講座及臺灣電影國際媒合會，吸引近100名國際影人參與臺灣作品媒合會。

2. 電視展

釜山亞洲內容電影市場展，文策院推出電影電視與E-IP雙主打線上臺灣館，製作E-IP參展商訪談影片，深度介紹作品特色，以優質文本搭配行銷操作，獲韓國多家大型製作與投資公司詢問，創造E-IP展商三天取得超過百場洽詢會

議的亮眼成績。

美國境內最大電影市場展「**美國電影市場展**」，文策院協助臺灣電影作品線上參展，設立虛擬臺灣館，總計有電影劇情長片、短片、VR作品與動畫等61部作品參展。

亞洲最大電視、戲劇展會新加坡「**亞洲電視論壇及內容交易市場展**」，2020年文策院攜手37家業者、95部作品參展，首創跳脫訪談模式的「線上節目」，以說故事方式將臺灣原創影視作品串接為2小時帶狀節目，將優質臺灣影片推薦國際買家。

3. 書展

法蘭克福書展，文策院以「Small is Big! 小故事大經濟」為主題，挑選6部文本作品製作動畫廣告提升展品聲量；與大會The Arts+單元合作舉辦線上論壇，並推出「聲音劇場：四幅臺灣故事的聲音映像」，以國、臺、法及德語為讀者朗讀故事，展現臺灣出版品跨域開發成果。

針對主推西語系出版市場的「**瓜達拉哈拉書展**」，推播Facebook廣告首次針對全球西語人口製作「臺灣出版形象影

片」，以及「繪本文本轉譯動畫廣告」等多元行銷案推廣臺灣原創內容，獲得超過1600萬人次觸及。

文策院與「東南亞國協出版協會」（ABPA）、臺北書展基金會共同舉辦「後疫情時代出版產業的創意表現——臺灣觀點」線上產業論壇，討論於疫情下的臺灣與東協出版產業現況，透過產業交流活動讓臺灣優質內容在泰國與東南亞持續曝光。

4. 授權展

中國國際品牌授權展，文策院首創「臺咖 IP 點讚秀」線上展直播專場，獲得超過5,000位買主線上觀看。同時擴大線上型錄徵展，徵集47個擁有中國商標登記的角色品牌參展，在疫情嚴峻的情況下成功為參展品牌創造關注熱度。

2020年「日本授權展」，文策院首創「臺日兩地同步連線聯展」，於臺北、東京兩地同步展出，透過現場翻譯搭配連線，協助廠商介紹與買家洽商，創造約4億新臺幣商機。

(三) 與國際夥伴簽訂合作備忘錄，導入國際能量

1. 法國：未來內容生態系串聯及國際結盟

與「法國新影像藝術節」(NewImages Festival)之策展單位Le Forum des Images簽定合作備忘錄，共同擬定人才交流合作項目「TAIWAN FRANCE XR Day」，透過扶植臺法人才交流加速兩國間XR創作發展，強化兩國間合作關係，連動其他文化創意產業。

2. 日本：亞洲文化內容產業大國，角色授權突破進展

與「日本角色品牌授權協會」(日本角協)簽訂合作備忘錄，建構雙方產業情報資訊交換、聯名課程、產業活動交流、顧問專家諮詢服務、進行在地化市場推廣等合作框架，打造雙方互惠關係。

四、看趨勢

(一) 打造國際展會全新品牌，TCCF創意內容大會

2020年11月17日至22日，文策院整合「文化科技論壇」、
「臺北電視內容交易及創投媒合會」及「出版與影視跨產業
媒合會」三大展會，聯手文化科技的前瞻能量和影視內容交

易展會的市場聲量，並加入策展概念升級展會感官體驗，打造涵蓋1個國際市場展、2場跨域交流晚會、3大主題展區、5場創新展演、11場國際論壇的展會新品牌「TCCF 創意內容大會」(Taiwan Creative Content Fest)，整合影視、出版、動畫、未來內容等跨產業類別，聚焦最新、最優質的產業商機和市場趨勢。

1. 市場交易展：零時差線上媒合，交易量翻倍成長

TCCF首次舉辦即成功匯聚75個參展影視賣家、262件參展作品，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；同時吸引來自22個國家、共272位國內外買家進場，整體展會共舉行媒合發表專場活動15場，促成850場媒合會議、6,185人次進場參觀，業者預期交易時數2,147小時，會後延伸交易金額預期達3200萬美元，約合新臺幣九億六千萬美元，刷新前年交易量。

2. 國際論壇：邀請全球產業代表分享趨勢洞見

為協助國內業者掌握國際趨勢，文策院首度推出的「TCCF創意內容大會—國際論壇」，邀請超過40位國際級產業

講師、國內創作者及產業重要人士與談。

開幕論壇「後疫情時代的眾感未來」，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」由紐約沉浸式百貨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。

在「未來內容已來：數位藝術的社會實驗室」主題，文策院邀請美國數位藝術創作團體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」分場邀請活躍於國際特效產業的專業從業者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、大數據演算等技術進入人類生活之際，文化和科技如何賦予彼此更豐富含義。

(二) 推出「CSR for Culture 文化發展與企業社會責任網」

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，投入支持文化內容產業發展，文策院鼓勵企業結合文化內容，進行商業模式創新；運用多元內容媒材，豐富社會參與；以文化內容作為載體，進行CSR議題倡議，或直接支持、耕耘藝術與文化產業。

為積極引導CSR能量挹注文化內容產業，並協助文創產業對接CSR標竿企業資源，文策院推出「CSR for Culture 文化發展與企業社會責任網」，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，以專文與分析提供企業端與藝文端關於文化CSR趨勢之參考。同時並配合疫情之產業振興措施，建置藝文活動佈告欄，服務業者將藝文活動公告上網，打造促

進異業合作之媒合空間。

五、育人才

(一) TAICCA School 文策學院，全方位導入產業關鍵能力

文策院首創國內文化內容產業育才機構「TAICCA School 文策學院」，針對產業第一線工作人員、主管、經營者等不同階段的從業人員，開設商管通識、產業進階和國際學程三大類型課程，透過國內外關鍵組織和資深業師經驗分享，整備產業的隱形支持系統。

TAICCA School不只提供知識傳承和支援，也建立文化內容產業的網絡社群和動態聚落，促進跨產業領域媒合交流。2020年4月創立至12月間，共舉辦157場實用課程，邀請119位國內外講師專業開講，累計1,811人次上課人數。

除扎穩產業知能，TAICCA School 並積極與國際關鍵組織建立夥伴關係，協助產業人才對接國際市場，加速推進臺灣文化產業的產製力和品牌力。透過舉辦「TAICCA×Netflix國際劇本工作坊」、「臺灣內容國際版權經紀人才策進計畫展會前訓練工作坊」、「國際出版暨版權經紀專業論壇及實戰

工作坊」、「2020文策學院音樂經紀學程計畫」，培訓媒合臺灣優秀人才和原創作品全球通路競爭，助攻業者布局國際市場，促進臺灣內容品牌國際化。

（二）與ACG產業指標性機構結盟，設置「文策院特別賞」

文策院積極串聯國內ACG（動畫、漫畫、遊戲）產業生態圈，透過國內資源的跨域整合，連結ACG龐大受眾，創造更大規模綜效。

為發掘並鼓勵相關產業人才，支持玩具角色IP開發，文策院與臺北怪獸國際有限公司合作舉辦「2020臺灣原創藝術玩具大賞」，設置「文策院特別賞」，找出深具潛力的玩具角色IP。期以圖像漫畫相關內容作品後續對接文策院ACG串聯機制，讓角色玩具IP有機會與動漫、影視轉譯對接，擴大IP影響力。

基於本院已經完成之各項基礎，本院繼續依循下述三項長期發展目標，策進文化內容產業朝向「產業化」、「國際

化」與「整合化」邁進，以下詳述111年度業務計畫三大目標之策略內涵及階段性目標：

「產業化」：本院規劃以更有效率的模式，將國發基金投資機制依規模分流，並因應疫情嚴峻導致投資意願較低的現況，規劃建議國發基金直接投資的機制，同時與整合型的融資機制支持內容產製過程所需要的資金，扶植內容產業鏈孵育有效應對臺灣文化、國際趨勢、社會議題、市場商情、內容消費習慣之原創精彩內容，並應用文化內容跨域授權、跨業合作及多元資金模式，增加產業生產規模及內容質量，並將進一步分產業別建構支持體系，建立不同策進體系，以對應不同產業鏈之各產業環境。

「國際化」：為提升臺灣產製文化內容產品的國際能見度及市場競爭力，本院持續從內容開發及國際合作、精進國內外市場展策略、打造臺灣文化內容品牌國際有感度行銷台流、國際內容產業網絡布建及交流四大面向著手規劃，積極導入各項支持機制與行銷策略及工具，務使臺灣成為國際文化內容之重要產製據點及市場展交易集散門戶，藉以站穩國

際文化內容產業鏈之關鍵地位，並吸引更多國際夥伴加入原創文化內容產製，協助臺灣文化內容品牌擴散，達成全球台流造浪的階段性目標。

「整合化」：文策院持續盤點各產業異同及突破策略，以趨勢研究、數據分析、諮詢訪談、人才需求培育等，整合建立分產業及眾產業的突圍策略，以整體策略地圖標定目標，協助多產業打造分進合擊的文化內容生態體系，以綜效提升文化產值。同時，為服務業界不同領域的不同需求，提供針對文化內容產業發展關鍵議題的深度市場情報，搭配視覺化調研資料的呈現，讓市場脈動研究成果有效回饋業界，另持續經營社會諮詢的雙向交流機制，落實與市場需求對接、國際市場情報匯流、產業獲利正向循環、持續投入臺灣原創內容開發的目標。

參、111年具體工作計畫

本院以首年度工作重新盤點產業策略藍圖，在臺灣內容產業轉型關鍵時刻，精優工作重點，分別以金融支援、內容開發分產業支援、國際行銷及市場策進、未來內容前瞻市場、文化內容產業基礎

支援等具體工作，以中介組織多面向策進產業發展，朝向中、長期發展目標邁進。以下，將分別說明各項111年度主要營運目標大項及其具體的各項工作計畫內容。惟若因外在環境變化等因素導致本年度具體工作計畫需有所調整，則需提報至本院董事會，經董事會同意後方能調整。

一、產業化

本院接續第一年產業化的基礎，持續向三年目標邁進，文策院期能於疫情嚴峻時刻改變作法，導入國發基金對文化內容產業之直接投資，帶動更多作品的產製與授權發行。同時本院致力於改善文化內容產業的融資環境，使業者在資金的運用上能夠更有彈性，更能契合業者產製階段的資金需求。同時，本院推出機制，協助文化內容產業進行系統性開發，跨域跨業合作孵育具國際市場潛力及新形態商業營運模式的原創文化內容。

針對不同產業，文策院將以第一年度作法盤點調整策略藍圖，在疫情影響與數位轉型的大環境，以產業面向為經，策進工具為緯，在產量、人才、國際面、市場交易、全球行銷等策略，差異突圍並整合戰略，已達文化內容整體產業化目標。

(一) 投資業務

本院辦理文化部之「文化內容投資計畫」，提供文化內容產業業者從諮詢回覆、前置申請協助、輔導協力安排、評估審議安排等申請流程相關協助，文策院與民間投資人共同投資、助攻產業發展。由於民間共同投資意願於疫情期間較低，本院預計建請文化部訂定「文化部文化創投事業投資作業要點」，不限於由民間投資者擔任共同投資方，才能導入國發基金，得由文策院主導設立文化創投事業，以更主動、有效率的方式導入投資資金予文創業者。

1. 文化創投

由於文化內容投資案規模大小不一，若適用同一流程則阻礙了小型案件的提出。為促進產業對接投資市場的靈活度，能有效地導入投資資源，本院計畫討論將投資案採大小分流的方式辦理。小型投資案可改依簡化之程序辦理，且業者得不需搭配民間共同投資者，由文策院直接投資，提供文創業者得以更有效率的對接投資資源。

再者，為不侷限於投資標的僅能為公司或有限合夥的現

有架構，將文創相關專案也納為可投資標的，本院計畫倡議使國發基金撥付之本方案資金得授權文策院與金融機構、創業投資事業或其他事業共同設立文化創投事業，促使文化创意產業所需資金可獲得多元挹注。

2. 投後管理

執行「文化部辦理文化內容投資計畫作業要點」之投後管理，建立文策院委任被投資事業之董監事機制，邀集專業人士擔任董監事，協助文策院共同瞭解被投資事業運營方向，期能定期追蹤被投資標的之表現。

另在文化內容產業單案投資方面，本院將委聘專責人員進行文化創投事業之投資管理以完善監督機制。

3. 投資業務拓展

為因應上述各項新要點的可能頒布，投資業務的面向及能量將大幅擴大，為了讓文創產業業者，能夠完整了解本院文化金融處對文創業業者提供投資業務服務的目的，擬對各領域文創業業者舉辦投資說明會宣傳投資業務；另為促進民間資

金投入文創產業，擬為具潛力之文創業者對接民間資金，辦理投資媒合會，故編列相關預算以為支應。

4. 投資媒合平台

為提升並加速文創業者對接資本市場，整合專業機構建構並整合線上媒合與線下募資諮詢，提供營運總檢諮詢服務、募資規劃輔導服務以及加速媒合平台服務，以期透過募資輔導機制，建立文創業者與投資人的對談管道，提高文創業者募得資金的機率，得以運用資金執行營運計畫及開發業務，進而活絡擴展整體文創產業。

(二) 融資業務

以現行之文創青創貸款、加強文化創意產業升級轉型貸款為基礎，持續宣導推廣融資措施，改善作業流程，提高申辦之便利性及內部行政處理效率，以提高融資服務品質；並擔任金融機構、信保基金、文創產業及企業界之溝通橋梁，研究規劃文化內容產業融資之促進誘因機制，進行相關可行性評估，推動切符產業特性及需求之新型融資措施。

1. 利息補貼

(1) 加強文創產業升級轉型貸款（含舊制貸款）

協助文創業者獲取營運所需資金，開啟產業動力，辦理說明會並進行相關推廣，以增進文創業者瞭解本院融資措施，並善用金融工具。

(2) 文創青創貸款

文創青創貸款利息補貼，參據已辦理利息補貼及申貸數據設算估列。

2. 融資措施宣導

為協助文創業者獲取營運所需資金，開啟產業動力，辦理說明會並進行相關推廣，以增進文創業者瞭解本院融資措施，並善用金融工具。朝文創產業專場、文創展會配合等措施，提高宣傳準確度，並持續與各縣市政府文化局處合作，邀請金融機構參與說明會，分享實用徵信實務，提供業者充足之融資資訊。

3. ESG/CSR貸款倡議及機制研擬

持續倡議並研擬文創產業ESG/CSR貸款機制，鼓勵金融機構對於經審認符合ESG/CSR規範之文創業者提供優惠貸款，並串接企業ESG/CSR資源，達成產業發展目標。

(三) 產業輔導

產業服務以一站式諮詢服務為基礎，提供業者投資、融資、青創貸款、經營管理、智財、綜合性財務、綜合性法務等諮詢服務；擬依據諮詢服務所獲得之產業溝通經驗，持續提昇服務品質、對準產業需求，並輔以文化內容產業資料庫之更新及優化，助益產業發展體質之強化及健全。

1. 一站式服務系統持續優化

一站式服務系統自109年建置後，持續優化功能及介面，並連結其他服務模組，建置高效能、高便利性的一站式服務環境，並減少人工報表作業，提升服務效率及質量。並擬於後續年度，因應投融資及產業諮詢等業務實際發展，持續優化前台界面，提供業者更便利友善之服務，並強化後台各項資料管理功能。

2. 財務法務專業諮詢

本院支援文化內容業者各式業務所需法律諮詢，包括投融资要點修訂、專案執行專業諮詢協助，以及對外提供業者諮詢服務。

3. 藝文產業創新育成

本院延續辦理藝文產業創新育成業務，續行區域資源平台方式提供服務，共同協力建構廊道式資源之育成平台；除了提供藝文產業有關技術、知識、資金等諮詢與協助，並整合區域性育成資源，挖掘活化在地文化底蘊，形塑地方創生的產業策略，以促進各區域文創事業發展。

(四) 文化內容產製開發策進

除接續110年內容開發專案計畫，將進一步分產業別建構支持體系，建立不同策進體系，包含跨域媒合及內容轉譯、文化科技應用、系統性內容催生等面向。將運用臺灣原生文化元素，整合內容開發與產製，並從內容開發、跨界鏈結、文化科技創新應用等層面，建構文化內容加速器合作體系，加速孵化內容開發，並促成文化科技內容產業的連結。

1. 《CCC創作集》及數位平台營運

擴大《CCC創作集》內容生產能量，增設編輯委員會，讓多元觀點與編輯部共同孵製作品，也保持品味流動，貼近市場，壯大閱讀消費市場，更同時培育原創漫畫產製人才。院內漫畫策進小組將整合產業需求，持續優化CCC數位平台，擴大臺灣漫畫讀者群與消費市場，數位閱讀平台提供商業驗證，助攻漫畫產業題材開發、市場驗證、行銷，壯大數位讀者群與產業生態系。

2. 內容開發專案計畫：出版轉影視 & 類型題材轉譯開發

本院為促進跨產業內容開發，執行IP開發媒合業務，鼓勵IP可透過更多不同型式呈現，創造內容市場跨域合作，建立內容市場 Marketplace，以內容力為核心為文創產業開展更多元的風貌。透過不斷優化跨產業媒合機制，包括出版影視媒合及漫畫類型題材開發，以提供授權費用、田調費用、開發費用為原則，協助分攤內容產業前期開發風險，加速內容產業產製能量。

為協助內容產業類型題材開發，透過與博物館型公民營

資料支援單位合作簽屬合作備忘錄，共同將田野資料進行轉譯開發，協助內容產業對接類型題材，協助媒合內容產業媒合類型題材，擴大多元類型對接市場，藉以協助臺灣原創文化內容獲得充足資源投資、增加確實進入製作期程之機會，以有效增加內容作品之產量。

3. 未來內容共創圈

延續110年度，文策院打造系統性引導資金與技術人才開發創意的媒合交流平台，鼓勵科技、創意、投資、政府、法人、學界、場館等各界投入未來娛樂體驗經濟。透過多元徵件，支持文化科技跨域創作團隊運用AVMR、5G或其他科技技術進行開發測試，並透過本院創意內容大會展現，驗證可行之商業模式，逐步建構未來內容產業發展之生態體系。

4. 營運 IP 內容實驗室

營運亞洲第二座容積擷取攝影棚，並協助文化內容創作者與科技業者應用國際級高階技術與設備」，以全新工作方式孵化 XR 等新型態文化內容體驗作品，鼓勵並輔導文化內容業者為原有創作增值升級，並刺激科技創意應用捲動業界研

發與投資能量。

5. 建構文化內容加速器合作體系

為厚植文化內容產業生態圈能量，布建產業永續發展環境，並將亮點加速推向國際市場，結合新創加速及育成平台之功能及特色，共同發展更緊密的合作模式，激發各方優勢加乘效果，整合布建網絡型產業服務平台。

與創新加速平台發展出更緊密的共構模式，整合各方優勢，協助將資源串接至創業者之需求端，提高業者提案、創意、創價的精準度，取得加速成長的動能。

(五) 文化內容產業之異業合作機制

延續文策院出版轉影視媒合服務及相關內容媒合開發機制，故事IP產出後，透過一源多用與跨業整合開發，並透過文策院相關輔導整合與商業驗證機制，由文策院投入資源建置內容傳播平台，建構完整的內容產業助攻生態系。文策院將結合不同產業需求，並同步前期規劃華山 2.0 軟體發展計畫，促成場域虛實整合以及產業聚落發展，並持續開發異業合作機制，以促成未來跨業跨界跨國產業能量。

1. 異業合作開發機制

奠基於內容產製開發策進，本機制將從漫畫跨域到動畫、遊戲，或影視，跨媒材共同開發，擴及其他領域跨界共同開發，透過文策院異業合作機制，加速跨界共同開發，擴大商業回收利基。機制包括資源媒合、人才培育、公司經營輔導、商業驗證機會等資源。

2. 營運漫畫基地

整合臺灣圖像漫畫開發能量及實體空間營運，串聯線上線下服務，提供漫畫產業的人才培育、產業諮詢媒合、策展空間、創作者工作站服務。媒合其他產業與漫畫家、出版社緊密合作。整合《CCC創作集》數位平台通路及本院「TCCF 創意內容大會」跨產業提案媒合專場活動，讓IP產值極大化。一樓的開放空間經營書店讓民眾更認識臺灣原創漫畫，帶動創作、行銷、與市場面向。

3. 臺灣數位模型庫

累積近幾年來運作的經驗，將臺灣數位模型庫平台環境升級為以「使用者導向」為考量的模型分類與推薦機制、可

交易與具備金流功能、雙語介面與對接國際模型規格，升級為國際使用者友善介面，允許使用者自行上傳與下載模型的介面，另外搭配適當的社群功能以聚集模型提供者與使用者，並透過後台數據預測模型使用需求，以多元經營模式讓TDAL2.0模型數量與使用者達到持續成長與平台永續營運的目標，成為以臺灣元素相關模型出發，進而成為亞洲元素模型的平台極大化，未來將與國際間的數位模型平台成為策略聯盟夥伴。

二、國際化

文策院以帶動文化內容國際化為重要目標之一，在出版圖像、影視動畫、未來內容等不同面向皆有策進累積。在後疫情時代也將數位轉型作為重要切口，協助產業在市場拓展等媒合及促進交易著力升級。

近年來國際內容平台進駐，臺灣在影視內容開發製作上，市場漸見榮景。文策院已以 IP開發、國際製作合資兩方案並行，也將增進業者開發面向的多元化，進而製作到發行層面連結至國際通路。同時，也在內容 IP 為基礎，推動未來內容的國際合製，以期帶動新跨域新娛樂內容人才，佈署臺灣在前瞻性市場位置。

(一) 國際合資合製

本院為發展潛能的臺灣原創內容，以全新機制助攻開展「內容開發」孵化改編，期能有效增加劇本開發量，發揮綜效。內容產製單位或專業從業人員，凡接受本院正式合作夥伴委託開發影視內容之劇本，且內容與臺灣相關，或前期即對接國際平台合資合製或行銷助攻，均可獲本院經費進行開發及各項國際合製及行銷業務，幫助深具市場潛力的故事劇本贏得先機，讓國內外都看見具臺灣好的故事IP。

1. 影視動畫劇本開發及國際合作投資專案計畫

鼓勵原創團隊進行文本改編劇本提案，有效增加劇本開發量，並爭取國際合資合製，從前期開發對接國際市場，同時提升產值、產量及國際市場市占率為孵化優質內容、增加國際合資合製機會。為孵化優質內容、增加國際合資合製機會、提高臺灣文化內容作品全球市占。

2. 沉浸式內容國際合資合製

鼓勵本國團隊進行跨國沉浸式內容合製合資或原型開發，以此吸引國際優秀創意與前瞻技術與臺灣深度合作，累積本

國沉浸式內容國際化能量及國際鏈結合作關係。

(二) TCCF創意內容大會

「TCCF創意內容大會」整合過去文化部主辦電視內容交易會、影視出版媒合會、文化科技論壇三大活動，並且加入文策院商業媒合方案，為臺灣最大型整合影視、出版、動畫、新媒體內容等業者及作品之大型商業交易展會，策進臺灣原創IP內容極大化。於109年度首次合併轉型，後續111年將延續110年度，擴大「未來內容」、「市場交易」兩個主要商務展示交易區外，也將辦理國際論壇及商務交流活動，促進產業專業人士交流；於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。

1. 市場展媒合專場

為協助產業對接國內外買家，於本院辦理之TCCF創意內容大會中，規劃安排媒合專場活動或推介會，包含與各單位合作之國際媒合專場(如金馬創投會議)以及本院依產業需求辦理之年度媒合會，透過專場活動提供內容產業對接國內外市場之機會。

2. 創意內容大會市場論壇交流助攻產業行銷

「TCCF創意內容大會」為臺灣最大型整合影視、出版、動畫、新媒體、未來內容等業者及作品之大型商業交易展會，策進臺灣原創IP產值極大化。大會將辦理國際論壇、交流活動等商務交流活動，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，助攻團隊開發之創意產品與服務原型進行市場驗證。

3. 跨業文化內容市場驗證

連結各文化內容產業，塑造臺灣文化國家品牌，擴散內容產值最大化。透過本院助攻跨產業別、跨媒介異業合作機制，透過年度示範案例，於TCCF做商業驗證。以整合機制為輔導，進入TCCF驗證市場性，之後對接本院的投資機制，加速產業化與整合化同時並進。

4. 未來內容開發年度展演

透過展演方式，展現臺灣原生在地內容如何應用XR及5G相關技術，呈現文化內容與科技整合的市場潛力，推動應用未來內容相關技術之文化內容展演作品。

(三) 全球文化內容展會

為提升我國文化內容與產業於國際市場能見度與交易量，建立全球重要國際文化內容市場展會策略地圖，以對接市場機制與媒合開發為導向策畫參展，並透過展會鏈結國內外業者與組織生態圈。預計參與 25 至 30 檔國際指標性文化內容展會。

1. 影視動畫展會

自影視局專案委託中執行國際重要電影、電視及動畫市場展會，包含：法國坎城電影市場展、德國柏林歐洲電影市場展、釜山亞洲內容電影市場展、美國電影市場展、法國安錫動畫影展市場展等。除版權銷售推廣之外，以進入展會官方創投推介會和跨域媒合單元為核心切入點，促進影視國際合製機會，以及跨域媒合開發影視作品。

2. 出版版權展會

策畫辦理國際指標出版展會，包含：德國法蘭克福書展、法國安古蘭漫畫節、義大利波隆那童書展、墨西哥瓜達拉哈拉書展等，推動出版作品外譯版權交易，透過多元文化內容演繹文本。

3. 圖像授權展會

遴選圖像品牌參與日本東京授權展、中國上海授權展，以推動圖像IP國際跨業授權，促成商品開發以及延伸內容製作。

4. 未來創新與跨域展演

整合我國不同內容產業以及科技、新創產業，參與各式旗艦跨域展會，主攻官方未來創新與跨域展演單元，包含：美國德州西南偏南(SXSW)媒體藝術大會、法國坎城唱片展(MIDEM)等，參與科技新創提案競賽、各式文化內容與科技展演單元。

(四) 打造臺灣文化內容品牌國際有感度：臺流造浪

建立臺灣流行文化於海外品牌提升及有感度，進而打造臺灣內容產品影響力及推動市場價值。藉由與國際通路、公關專業團隊、社群影音合作等方式，透過國際市場角度深耕臺灣內容與全球受眾之生活及消費連結。同時也藉由設計導入優化來自來臺灣內容作品及相關生活風格之品牌識別，加強文化品牌差異化進而提升文化內容國際整體產業形象。

1. 臺灣流行文化海外活動推廣

前進世界主要市場及代表城市，結合當地組織及重要通路，以直接接觸當地市場與消費者的方式辦理海外線上/實體的展覽、銷售等行銷活動。

2. 全球社群平台廣告行銷

經營全球主要社群平台，透過社群影音及製作素材包裝，於國內外推廣臺灣內容作品、文化潮流，以及國家文化形象。

3. 國際獎項專案行銷

協助國內優秀作品參與國際重要競賽或獎項，強化；協助作品於入圍後宣傳並建立國際媒體及重要利害關係人、國際產業圈內之聲量。

(五) 國際內容產業網絡布建及交流

疫情嚴峻，駐點業務推展困難的情況下，本院積極與國際重要中介組織及產業活動建立合作夥伴關係。如舉辦跨國人才培訓工作坊促進國內業者獲取與國際主流同步之資源與交流機會，如簽訂線上論壇參與競賽、進一步促成產製專案合作等，

協助我國內容業者積極打入國際產業生態網絡。

與國際跨國平台與展會單位進行深度合作，協助國內影視、音樂與遊戲相關領域人才培育以及提供曝光機會。另外，引導國際平台來臺製作內容，協助國內產業增加國際製作經驗，並協助該些內容作品進行全球曝光。以透過國際產業權威傳播臺灣內容、建立臺灣產業形象為主要目的。

三、整合化

文策院持續盤點各產業異同及突破策略，以趨勢研究、數據分析、諮詢訪談、人才需求培育等，整合建立分產業及眾產業的突圍策略，以整體策略地圖標定目標，協助多產業打造分進合擊的文化內容生態體系，以綜效提升文化產值。

文策院將以分產業發展歷程以及各項策進工具資源為基底，建構文化內容策進藍圖，作為文策院持續助攻產業的調整基盤。同時，也建立長期人才培育以及產業研究等產業基礎工程，陪伴文化內容產業打底拔尖，以多方位多產業的服務視角，促成有效的策進方式，落實對接市場需求、產業獲利循環、持續投入生產的目標分群分階

達到不同產業目標。

(一) 文策學院 (TAICCA School)

為對應臺灣文化內容產業人才缺口，文策學院辦理「產業關鍵人才培育計畫」、「中介經紀人才培育計畫」和「國際學程」，擬整合垂直產業人才及橫向人才對接國際之發展，預期目標：

1. 人才培育系列課程

針對文化內容產業人才需求的職能，開設通識基礎型、產業進階型課程。通識基礎型，如：公司經營的財稅會計、智財權法律等。進階型，如：文化內容各領域的專業經紀人。

2. 國際人才培育合作

盤點各產業領域的重點國際通路與中介組織，與相關國際單位合作，培訓臺灣業者針對國際合作，所需的提案能力、國際合作的財務與法務知識、國際人脈連結，促成跨國的合製與合資作品，打入國際市場。

3. 未來內容及新創孵化人才培育機制

打造文化內容與科技近用融合，讓文化內容結合新興科技的產製應用與傳播消費模式。扶持新創產業，提供孵育計畫。

(二) 建立文化內容資訊服務

為強化本院數位化基礎建設，全院資訊系統分為對外與內部兩大系統，並建有調研資料庫與文化內容展示與媒合平台兩大系統，秉持線上化、整合化、開放資料（Open Data）精神，持續擴充資料與相關功能，以提升服務文化內容業者在市場商情、國際趨勢、IP資訊的需求。

1. 整合深化調研暨資料庫應用

本院為提供文化內容業者具產業通盤性之研究調查數據與資料，以服務業者在資金媒合、市場分析時需要蒐集、整合跨產業別之相關資訊與數據，於110年已建置文化內容調查研究資料庫，111年將持續收錄本院所執行之各項調查計畫所得之研究報告，並精進資料搜尋及呈現機制。

2. 文化內容展示與媒合平台維運及優化

本院建置文化內容展示與媒合平台，協助內容業者於國內外進行IP推廣，包含針對國外展會進行IP行銷及擴散、提供內容IP媒合對接，並作為本院TCCF年度活動報名及內容洽商之平台系統，提供內容業者穩定且多功能之IP推廣平台，提供多面性資訊，製造資料收集最短高效路徑。除網站及系統之基礎維運外，亦依據產業需求持續優化平台功能。

(三) 國內產業與消費數據蒐集與分析

針對各文化內容產業進行系統性調查，並連結各大重要數據調查機構，蒐集流行音樂、影視、出版、動漫·遊戲等產業相關產業數據及輿情，進行初步分析研究，掌握臺灣產業發展最新動態，並透過問卷與網路大數據等管道，掌握最新消費趨勢，測試消費者對文化內容實際市場反應，以回饋產業各界，持續創造產業與本院互動之良好循環。

(四) 國際研究及趨勢分析

針對文化內容產業發展的政策、策略、措施與規劃，進行正確的統計調查，在文化內容各業種與範疇的上中下游生態鏈進行深入的調查，以及消費視聽社群在該業種的行為，進而促

成各業種與範疇之創意形成、製作、行銷、延續文化影響力，並提出有效的策進循環方式。預計辦理目標市場台流數據調查及趨勢研究。

(五) 社會諮詢及產業溝通

文策院於各項文化內容策進領域及策進機制之規劃前，均辦理社會諮詢與參與之相關會議，以徵詢社會各界意見，落實參與式治理及公共課責機制。本院諮詢對象包含學者、產業公會、產業界代表。並透過此溝通機制不斷調整政策方向使之符合產業界需求，同時也持續提供業界各種產業深度報導與研究，藉由雙向溝通持續產出符合產業所需的商情資訊、策進機制及政策建議。

1. 社會諮詢

依據文化內容策進院設置條例第6條規定，本院應建立公民參與機制，廣納社會各界建言及意見。社會溝通之社會諮詢一項計畫將透過辦理各項諮詢、相關論壇合作以及其他與產業及企業界之連結活動，並於過程中不斷修正意見收集機制與管道，以期與社會建立緊密與長久之連結。

2. TAICCA Report

考量內容產業從開發至通路等產業鏈各環節大量數據化的工作趨勢，同時因應數位時代資訊快速流通與高效溝通之需求，本院將與各產業研究之重要智庫、媒體，合作規劃深入報導及研究內容，並將各研究及參訪工作所蒐集而來的大量數據及成果，以及本院年度重點工作等等，規劃以清晰易懂的視覺化方式呈現，將抽象複雜的概念以易讀的圖表方式，供本院對業界及大眾交流溝通使用。

另將持續維運、優化、擴充本院年報、電子報及各式出版品內容規劃；將各式主題企劃及文化內容產業商情資訊推介給合適的會員、各界產業人士。