

# **文化內容策進院**

## **110年度業務計畫**

109年5月25日

## 一、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，帶領文化內容業者進軍國際市場，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。本院支持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。

為達成臺灣優質原生內容接軌國際產製與消費網絡，打造世界新臺流，本院將以產製、資金、通路、品牌為四大軸線升級，並以「五年工作計畫」推動上述各項核心業務：以一年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；五年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。

在數位科技蓬勃發展下，如何振興文化內容，催生產業生態系，並提供產業所需之專業支援，藉以全面扶植文化內容產業之發展，已成當務之急。爰此，本院規劃的長期發展目標包括「產業化」、「國際化」與「整合化」，以下詳述三大目標內涵：

「產業化」：本院持續諮詢、聆聽文化內容產業專業人士意見，以支持機制與資源點火，扶植內容產業鏈製作有效應對臺灣文化、國際趨勢、社會議題、市場商情、當代內容消費習慣之精彩內容，並應用文化內容跨域授權及多元資金模式，增加產業生產規模及內容質量，刺激當代文化內容產業市場機制順暢運行，創造各產業別及產業鏈各環節之關鍵商業模式與分潤機制。

「國際化」：為提升臺灣產製文化內容產品的國際能見度及國際市場競爭力，本院持續從商展策展升級、國外駐點規劃、人才暨研究網絡佈建、多元資金媒合四大方向積極規劃，期以各種支持措施與國際行銷策略，使臺灣成為國際文化內容之重要產製據點與市場門戶，切入國際文化內容產業鏈，並吸引國際夥伴加入臺灣文化內容產製，品牌化臺灣文化內容，增幅國家軟實力。

「整合化」：為達成「建立產製規模」及「接軌國際產製」兩大目標，本院持續進行政策與概念倡議，強化中介組織角色，建立多樣化媒合平台，積極推動公部門及民間跨域資源連結，降低內容開發障礙與成本。同時本院積極整合產業鏈前後端與跨產業人才，並培育產業關鍵縱向及橫向跨域中介人才，策進當代跨域內容生產。同時運用國際網絡，達成國際市場情報匯流、國際人才產學合作，以作為健全產業生態系的基礎。

## 二、具體工作計畫：

依循本院三大長期發展目標：「產業化」、「國際化」與「整合化」，110年度，本院將擬定「產業深化」、「國際無邊」與「整合前瞻」三項年度營運目標進行對應，全力推動院務，達成年度預期、朝向長期發展目標邁進。以下，將分別說明各項年度主要營運目標大項及其具體的各項工作計畫內容。

### （一）產業深化

#### 1. 引導多元資金進場，帶動產業動能

##### 1) 帶動民間共同投資，捲動周邊外溢產值

除導入國發基金挹注文化內容產業，本院將善盡中介組織角色，帶動民間資金共同投入，為文化內容商業模式點火、活絡文化內容周邊產業活動及商品商機，催生長期市場動能、帶動獲利投入產銷循環，捲動更多外溢產值。

本院持續完善媒合平台，並持續舉辦說明會及諮詢，進行業界溝通，以倡議導入企業社會責任、製作委員會之資源，同時強化制度面基礎建設，建立相關投資審核流程、

調查與審議作業，以及投資後管理制度。院內外雙軌協作，吸引多元化資金活絡市場，並適時導入不同類型的投融資機制，為文化內容產業佈建更多可能，110年更將導入新的投資人生態圈會員機制，藉由協調參與成員之資源橋接及媒合，確立文化內容產業經營管理邏輯。本院將定期為潛在投資人舉辦相關媒合與交流活動參與基金募集，除了為育成廠商提供產業鏈之需求分享外，另則享有優先商業化合作權益，擁有優先審視/或投資孵育扶植之內容IP創作作品之發展權。本院擬先自本院內容開發基金所孵育之IP、IP Pool專案為測試主體，再以成功經驗吸引各環節之業者投入，以利整體產業正能量循環，並持續滾動，擴大效益。

## 2) 強化相對保證機制，協力文化內容業者取得融資

剖析產業特點、找出融資瓶頸，扣連內容智財權之登錄及評等，本院將結合國發基金及相對投資額度，強化相對保證機制，協力內容IP的融資、挹注IP的內容製作、延伸發展與行銷。延續109年度規劃，本院110年度持續完善各種投融資服務，如合約及著作權質押貸款制度設計、各種利息補貼計畫，以及融資資訊系統，以協助業者依其需求狀況，進行優惠貸款申辦或其他融資申請協力，降低資金取得門檻，協助業者強化公司經營或專案執行的推動力。

## 3) 打造異業整合平台，協助產業跨業合作

以產業調查、投前研究為基礎，建立文化內容各產業之知識圖譜與體系，獲得產業鏈斷鏈之處，109年度已生成之各項支援要點將於110年度持續實行，在投入人力、財務資源補強斷鏈關鍵，降低開發成本，提升作品與企劃案品質，協助產業上下游整合溝通，以及跨產業別橫向聯繫。110年度將持續在國內外展會、文策學院、多元資金及投融資服務等環節，積極籌辦資金與人才媒合活動，加強發揮本院中介角色，制度化整合各方資源。

同時，在財務結構方面，積極規劃以製作委員會型態，協調、參與國內外各方投入之資源橋接及媒合，確立文化內容事業營運之經營管理邏輯。規劃制度化要點及服務，吸引各相關產業業者及潛在投資人投入，以利整體生態系正能量循環。

本院持續倡議企業社會責任（CSR）與精進跨部會工作圈，CSR官方網站已於109年第二季上線，引進國內上市櫃公司CSR資源，持續擴大異業整合範圍、呈現整合效益。110年度起將會積極應用與遊說企業，以CSR資源應用於各產業，挹注各產業策進方案，為文化內容產製鏈弱點注入資源。

## 2.善用原創內容開發機制，提升國內產製質量

### 1) 系統性開發企劃及劇本，提升原創提案質量

110年度本院擬積極推動媒合、連結、倡議影視內容文本開發系統性方法，包括市場前測量化方法，研究觀眾用戶視聽內容取向，研擬符合臺灣情境使用之系統性劇本企业劃開發方法，並透過IP Pool機制選件進行媒合，提升符合市場商情之可交易投資企劃案質量。同時藉由積極舉辦媒合活動，整合投資端、創作端、製作端、產品開發、數據分析等內容前期開發環節，於開發階段引導產業形成異業策略聯盟，進行劇本企业劃開發。最終目的為協助臺灣原創文化內容改編獲得充足資源投資、增加確實進入製作期程之機會，以有效增加本國內容之產量。

### 2) 推動內容開發基金，提升產能

為厚植產業能量，除透過導入國發基金挹注文化內容產業，尚須推動及導引建構出產業商業模式，吸納更多民間資金投注。本院擬在現有資金來源外，持續開發、導入不同類型投融資機制，推動投融資環境之資金來源多元化，不僅有助於活絡市場，亦可為產業帶來新商機，為文化內容產業佈建更多可能。

本院持續傾聽產業人士意見，延續109年之海外投融資機制研究成果所擬定的執行方案，參考法國實務並經驗證可行之「影視資助基金專案投資」作法以及國發基金「社會

發展基金」作法，設立內容開發基金，針對內容前期開發進行產業諮詢與研究，並投注資金於內容前期開發，輔以陪伴措施規劃，例如量化市場前測方法、法務及財務輔導，有效提升企劃完成度，增加產能。

### **3.健全原創內容資料庫 (IP Pool) ，倡議智財權，媒合國內外投資**

#### **1) 建立智財專業諮詢系統，規劃建立收錄機制**

隨著商業模式的擴增，對於智慧財產權相關條文的實務見解更為重要。隨著商業模式的擴增，本院將融合文化內容產業所需之相關創業資源，配合產業輔導機制，提供創作者跨入商業領域所需要的知識與資金協助，並協助業者梳理作品相關權利，以及各類商業化延伸性與評估，以協作構建商業授權談判基礎，建置完整配套之諮詢系統，有助於商業授權之創新模式開發。

110年度本院將導入內容產製之工業化流程與專案管理模式，設計IP授權回收模式，再依實際授權狀況評估績效，並將授權型態以及費用等細節，協助文化內容業者自行製作IP智財權之成本計算與衍生效益表。同時，本院亦將規劃進行著作權資料庫，並提供版權登記、網路維權、版權諮詢及相關法律服務，以完備著作權認證機制，確保投資標的整體權利。另外亦將銜接學界育成中心，加強學界之關鍵人才培育課程，並與業界育成針對可系統化形成商業效應潛力的提案或人員，輔導之文化內容產業核心創作，辦理相關人才培訓課程，協助研發、行銷、管理、轉型、投融資、參與國際市場、創立品牌。

#### **2) 系統化評選投資標的，協助媒合提升產量質量**

為積極整合文化內容生命週期各環節業務，本院將從文化部獎補助計畫、本院孵育作品、國際展會徵件、產業資訊、博物館藏品轉化等，在開發端彙集故事，統整精選具推廣與獲利潛力的IP，以元資料規劃完善、方便檢索之內容線上資料庫形式，彙整文化內容作品，供潛在投資人、文化內容產製業者及通路等專業人士媒合應用。本院將以此資料庫協助輔導媒合與投融資，並從財務體質、商業潛力、文化獨特性等各種綜合面向，為投資者及文化內容創作者建立共同語言及評選標準，以有效溝通，協助投注資源升級內容開發，或將可交易與投資之優質文化內容帶往國際市場，促成國際合資合製。再者，應用策展概念，從上述機制及一般徵件等管道，蒐集具改編及異業整合可能性之文化內容，在各大國際展會吸引國際資源加入挹注與推廣。

## **(二) 國際無邊**

### **1. 布局全球市場，打造國家品牌形象**

#### **1) 完成國際駐點作業，建立文化內容產業友好關係，促進國際合作**

評估產業能量及國際市場策略，本院已自109年第一季起持續規劃建置本院海外駐點，推動國際布局與拓展通路。預計自109年第四季於法國巴黎建立第一個海外辦公室，為國內文化內容業者設立通往歐洲市場之重要基地，同時規劃於110年在日本東京建立第二個海外辦公室，強化資源挹注，增加合製產品產量，藉由亞洲市場之品味試煉，擴大本國及全球市場佔有率。110年度亦規劃於北美進行本院第三個國際駐點之規劃與設置。

本院預計與歐洲及日本之文化中介組織、文化內容主要通路、文化內容主要媒體積極建立友善合作關係，同時應用本院跨政府部門整合性力量，以經濟、外交、文化三個部會豐厚資源優勢強化海外駐點工作。同時推出對歐洲、北美及亞洲文化內容輸出之優惠措施，給予國內外文化內容產製者合資合製及通路拓展之必要支援，有效擴大品牌認知度。

本院亦自109年起連結國際智庫及重要中介組織，積極研究國內外文化內容優惠政策，以及各國文化內容消費習慣及市場商情，並洽談未來合作關係，此合作關係及獲得資

訊，將成為110年度起海外駐點及國際通路布建策略重要情資來源，成為對國際市場支援措施之研擬依據及參考。

且為增加國內新創內容曝光輸出機會，將在國際展會之外，於駐點國家在地建立商務及媒體網絡，促成國際投資合作。而透過硬體建置與專業人士網絡，進行臺灣文化內容及數位技術展演相關活動，吸引國內外潛在投資人、國內文化內容創作者與業者參與，由本院支援媒合。

## **2) 升級臺灣文化內容行銷能力，全面帶動文化及商品輸出能量**

110年賡續109年國際通路布建成果，除國際展會徵件，本院導入策展概念，升級20個以上的國際文化內容產業主要展會之參與方式，積極打造臺灣文化品牌。本院以類品牌概念與國家級資源整合來源多元之內容，積極應用109年底上線之IP Pool，將通過商業潛力評選之優質IP推向國際同時，積極與國內文化內容業者與優質IP進行交涉，予以升級助攻，佐以文策學院提供之基礎財務及智財觀念之通識課程，全方位推展本國內容產品至海外市場之採購及合資合製業務。

在IP Showcase線上線下開展的規劃上，將於各國際展會，以雙軌活動積極將臺灣人才推向國際，並建立國際專業人士網絡。一方面以實體軟調性社交活動如臺灣之夜，加上具專業商務性質之臺灣文化內容國際媒合會，提升臺灣文化內容行銷力。另一方面，因應疫情導致的遠距商務之比例提升、展會延宕舉辦之現況，將此一媒合機制全面網路化、虛擬化，讓媒合也能透過非接觸的方式，遠端進行。另外，文策學院將針對產業所需之人才培育進行開課，帶動文化內容商品輸出。並且推廣IP跨媒介改編之觀念，以各類授權形式擴大產製規模與投資利基。

## **3) 以國家隊行銷全球，點亮臺灣文化品牌**

本院已積極規劃參與重要國際展會及節慶，考察各國文化商品輸出策略，作為國家品牌整合行銷參考，以國家隊形象規劃合適本國之行銷策略，於目標市場進行行銷曝光。除國際展會策展升級，本院108、109年度皆進行重點市場商情研究，110年度將接續特定市場商情研究，委託研究單位產出量化成果，以踏實數據描述特定市場文化內容消費者之閱聽偏好與品味，並藉此擬定本國文化內容形象推廣策略，並透過產品口碑外溢效果，提升對我國的文化品牌好感度。廣告投放、文宣設計、節目設計、文化內容產品遴選標準等，皆依商情研究所得調整，獲得最佳傳播效果。再配合本院選薦展會精選IP機制，根據國際商展的當季重點及市場趨勢，策略性推介媒合具有商業發展潛力的標的。

## **4) 建構IP產業化扶植機制，倍增臺灣文化內容產量**

IP產業化的扶植，係透過內容開發機制，由IP Pool中精選、統合具推廣與獲利潛力的故事，協助輔導媒合與投融資，並投注資源升級內容開發。透過關鍵媒合策略進行先期IP媒合投資等一連串IP產業化發展環節，接觸潛在投資者，進行資金與資源挹注的洽談，並促進國際媒合，增加製作資源與潛在市場。以不同角度投入，帶動產製動能、取得獲利回報、續投入後續產品之企劃製作，形成深度的循環合作網絡。

109年度本院已開展與國家人權博物館、國立臺灣文學館及國立臺灣歷史博物館等合作之機制，並持續增加合作典藏單位，結合館藏近用與IP開發，提供臺灣文化內容創作者進行內容開發之堅實田野調查來源與基礎。110年度將持續進行此一合作計畫，並深化及拓展合作範圍，開發更多具備本國及國際市場潛力之文化內容產品。

## **2. 催生未來內容產業，促進跨國合資合製**

### **1) 切入國際文化內容產業鏈，建立深度合作、合製網絡**

文化內容生產之資金匯聚、工作模式與呈現風格與形式，逐漸有全球趨同之趨勢。各國均以各種跨國合作形式，切入國際文化內容合製之全球產業鏈，產製具跨國市場導向之文化內容。本院亦將透過國際駐點，具體協助業者參與國際深度合作網絡，促進跨國合資合製、對接國際市場需求。

#### **2) 推動升級國內關鍵展會，協助媒合國際合作夥伴**

本院為達成產製化、國際化、整合化的目標推動升級國內文化內容關鍵展會或媒合交易會之各項規劃、機制及辦理效益，以促成國際化為目標，主動出擊引入國際採購方及投資者，引領本國展會及作品IP獲國際關注，增加全球市場銷售，媒合國際合作夥伴，提升展會之國際能見度。

109年為有效整合臺灣文化內容產業、促進跨域跨業合作及因應數位趨勢，於辦理國內兩大文化內容展會「文化科技論壇（Cultural Tech Next）」及「台北國際內容交易及創投媒合會（Creative Content Taipei）」時，特別升級整合為C+ Fest 創意文化大會，成為一項整合性的臺灣文化及科技應用的推介平台，邀請國際重量級產業人士來台，對接國際市場。

本院將持續辦理C+ Fest 創意文化大會，以臺灣故事為核心，持續有效進行媒合。在密集進行國內媒合同時，將重點展會升級成為臺灣文化內容產業面對全球市場的門面窗口及綜合集散地，達到充沛創作能量、促進交流機會以及國際整體外銷等策略目標。

### **(三) 整合前瞻**

#### **1.文策學院培養產業人才，國際課程合作，育成機制培育新創**

##### **1) 持續辦理文策學院，培養並媒合產業化人才**

臺灣文化內容產業至今缺乏橫向跨域能力之培養，如企業經營、財務規劃、品牌行銷等，本院持續規劃辦理文策學院（TAICCA School），以補目前臺灣文化內容產業人才培育機制之不足，並且厚實育成機制中的產業化人才培育。

本院109年第二季已開始以線上直播形式，辦理智慧財產權與公司經營財務通識課程，110年度將因應線上線下整合趨勢，定期開設通識課程，以專業知能擴大橫向連結影響力、保護文化內容產業創作者、並彌補產業斷鏈點。110年度亦將接續109年度執行成果，積極經營學員社群，規劃業者、潛在投資者與學員之跨域媒合活動，以在課堂之能外尋求最佳人脈媒合效果。

##### **2) 配合展會需求之升級需求，擴大中介經紀人才之培訓領域**

為培訓國內文化內容產業專業中介經紀人才，109年第三季起已開始辦理音樂、角色授權、出版影視化中介經紀人才培訓課程，以及國際版權人才研習營，設計國內及國際展會優惠配套措施，同時為產業中介人才學員提供專業知能與實戰演練機會。110年將延續109年辦理成果，擴大文策學院與其他院務連結，依世界情勢與個別國際商展需求，設計不同配套措施以精進相關從業人員之實力。

110年度將更積極深化與擴大國際機構建立交流機制規劃，辦理文化內容產業國際學程，促進文化內容產業人才，汲取國際經驗，豐富製作視野，進而對業界產製環節的精進產生正面效益。

在規劃長期與定期課程之外，110年度文策學院亦規劃辦理特定主題系列論壇及單堂大師班至少3種，針對具文化內容潛力發展之各領域，邀請國內外具有創新實驗經驗或關鍵突破之專業人士，分享前沿視野與實際經驗，並帶動文化內容社群聚焦討論。

#### **2.未來內容布局，文化結合科技，融入生活**

##### **1) 運用科技優勢並貼近在地素材，促成文化科技創意內容產出**

近年XR、5G、雲端、8K、AI、大數據、區塊鏈等尖端科技，逐步導入文化內容產業，改變產製流程、生態以及呈現方式，並給予內容產業產製與市場前測更加科學可靠的工具。本院聚焦文化內容力之提升，並輔以尖端科技催生內容產業生態系，鼓勵從在地文化素材出發，加速產製升級及文化科技應用，如沉浸式科技應用於創意內容的產製，以及內容前期開發之系統性產出、有效工作流程及商務模式之建立、市場行銷科學性系統開發等多方嘗試。

## **2) 對接文化科技內容之製作與展演，開發IP亮點市場潛力**

未來本院將逐步協助「華山2.0內容產業聚落場域」之場域軟體營運規劃，以臺灣原生內容對接尖端科技，產出具商業潛力之IP，於傳統內容產業類型之外開拓未來商模。110年度持續以補助方式，並導入培育輔導機制，協助文化內容業者系統性開發文化內容，與科技產業端串聯，除創造IP產值極大化之外，深具市場發展潛力的亮點IP也可望後續能對接投資市場。

同時，本院亦將維運、升級109年之整合性內容產業規劃，持續辦理「文化科技論壇」，邀請國內外文化內與科技產業業者相互溝通激盪合作新局，除提供國內業者曝光與連結機會外，同時建立國內外產業交流活動，促成跨國跨業網絡，將文化科技論壇成為本國最具指標性之跨域活動。最後，亦將規劃升級參加美國西南偏南（SXSW）等指標性跨域展會之方式，維持國際連結，並將觀摩所得最新資訊帶回供國內業者參考。

## **3.未來創意內容獎勵機制持續擴大，促成國際合作，確保臺灣領先地位與國際聲望**

面向未來內容產業發展趨勢，本院將持續擬定推出面向全球市場，補足國內產製鏈不足的獎勵機制，支持具臺灣獨特性內容之跨國合資合製。109年度，本院已推出「沉浸式內容國際合資合製申請要點」、「文化內容開發產業領航旗艦計畫」等各種產業輔助措施，110年度將持續以補助模式建立、開發未來文化內容商業模式，同時也鼓勵創作者與產製者探索嶄新敘事工具與新開發思維，逐步在商模試行當中增幅產製質量，長期目標為以足夠資金刺激市場機制健全發展；在發展新的內容規格之同時，推動科技研發與內容研發之連動，輔以文策學院之未來內容學成，使各產製者能開發製作更具開創性的計劃，以達成發展創新技術、工具、IP以及商業模式等目標。

## **4.支援文化內容生產設備商業運轉，健全長期營運基礎**

健全產業製作基礎環境，109年起本院規劃、營運與升級「臺灣數位模型庫」之商轉營運，以文化資產與城市地景為主，文化元素、自然生態為輔，匯聚專屬臺灣特色的3D數位模型，持續開發與收錄新創作素材，推動高階數位素材的經營、取用，成為臺灣文化內容業者共享、應用的產製奧援。同時連結4D VIEWS攝影棚及實體片場資源，以尖端文化科技協助動畫動作擷取與虛實場景搭設，預計能為電影、電視、動畫、遊戲、沉浸式內容創作者支援各種類型故事所需要的製作基礎。110年度起該計畫將啟動商轉，持續規劃進行使用端研究，完善客戶關係管理與營收基本建置與策略規劃，健全長期營運基礎。

## **5.線上線下，虛實整合，擴大臺灣文化內容產業版圖**

### **1) 完善產業調查與社會諮詢功能，擘劃產業發展策略**

針對文化內容產業發展的政策、策略、措施與規劃，進行文化內容產業調查中心的規劃與建置，在文化內容各業種與範疇的上中下游生態鏈以及消費視聽大眾與社群於該業種產品的使用型態，進行深入的調查。

此外，尚搭配與文化內容相關領域的雙向交流與綜合性諮詢及參與機制的建立，深入了解內容開發者需求與各業種生產環節、發展階段的現況，提供本院多方位多產業的

服務視角，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。並提出針對各業種的產業處方箋、產業關聯圖及內容產業策進白皮書，以有效的策進方式，落實對接市場需求、產業獲利循環、持續投入生產的目標。

## 2) **建立文化內容產業資訊庫，支援文化內容開發**

109年度已開始將針對產業人才、展會、場景及產調數據等資訊，逐步規劃建構系統化的文化內容產業資訊庫，包含IP Pool、國際展會文化內容型錄、國際展會行事曆、產業人才資料庫等等，此一機制規劃於109年第三及第四季公開上線使用。110年度將進一步整合上線執行各項資料庫服務，貼合業界製作開發文化內容產品之需求，以官網作為線上一站式平台重要門戶，提供多面性資訊，製造資料收集最短高效路徑，具體協助跨業合作、人力資源、場景協拍、趨勢分析等產製業務，達到單一窗口支援輔導文化內容產品開發與製作之目的。

同時，因應疫情導致之線上線下工作整合趨勢，本院已於109年開始規劃線上工作成果公開平台，並規劃本院線上會員制度，將在110年度第一季公開，以會員權限依不同使用者需求層級呈現公開資料，極大化各類資訊之擴延效果及效用。

## 3) **整合本院網路資源與服務，建構便民入口網站**

本院中英文官方網站已於109年改版，完成上線。110年度將定期透過使用者回饋，進行官網介面及功能調整，以及美學設計上之優化更新，使官網介面及搜尋功能，確實符合文化內容業者使用習慣，並對應業者實際需求。

因應當代服務線上化及資料公開之趨勢與需求，除新聞稿、規章、活動訊息、行政公告等既有資料，110年度中文官網將對接與整合各項資料庫服務、展會活動專頁、文化內容產業調查數據公開、視覺化資料、電子報連結之研究全文、企業CSR for Culture 媒合平台等等，為文化內容產業業者及潛在投資人，提供精準且實用之資料。另外，將根據國際駐點工作及展會進度，持續精進英文官網。英文版官網將成為國外投資者、文化內容產製業者，以及中介組織等連結我國文化內容產業業者之重要管道。