

文化內容策進院
110年度營運目標暨績效指標

院發展目標	年度營運目標	110年衡量指標
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	1-1 帶動民間投資，對接國發基金、支援青年創業，促成天使投資	1. 串聯新創孵化器、有效對接國發基金： 至少促成4個孵化器合作案，5案天使創業投資。促成產值約4100萬元 2. 帶動文化內容投資： 執行約5.5億元國發基金投資，帶動民間資金相對投入6.5億元以上，合計達12億元投資規模，帶動產值1.3億元。 3. 加強藝文產業升級轉型融資力道： 與金融機構協商申貸方式，強化信用保證及利息補貼機制，合計達5,000萬元融資規模，帶動產值7000萬元。
	1-2 產製資金投入新創內容業者開發，加速周邊支持網絡建構	4. 支援政策性貸款方案： 力助文化青創申貸及紓困利息補貼，向銀行送達200件申貸或補貼案。 5. 整合加速內容開發提升產能： 開展「內容開發專案計畫」，精準媒合內容市場各方對接，促進至少100件作品進入媒合開發機制帶動民間投入內容開發，推升內容產製量能，100部以上圖文故事作品投入發行與市場驗證，延伸周邊應用服務等，預估總產值約21.9億。
貳、國際化： 提升國際競爭力，切入國際文化內容產業鏈	2-1 運用跨國合資合製架構，切入全球產業網絡，全速推動市場交易	1. 因應後疫情時代，建立國際化交易媒合服務之線上系統， 活化我國內容交易會之國際交易能量。預計促成300場以上展會商業洽談會議，並媒合150件臺灣原創作品版權銷售商機，促成產值約1億元。
		2. 促進國際共同投資與產業合作： 建立國際投資合製辦法1式，引介至少20家國際投資或合製單位進入投資人工作圈，並進入本院內容開發機制至少5案。具體佈建跨國內內容開發網絡，加速台流進入當地市場，預計帶動國內外產值達4億元。
		3. 整合國際行銷，創造文化新「台流」： 行銷台灣內容品牌，增加國際能見度，完成至少5次實體或線上行銷曝光，切入產業關鍵展會論壇至少15場，打入國際創投媒合會至少3場，協助產業對接全球。全年度預計重點推介150部臺灣原創作品，各展會相互加成引發綜效，產值約1億。
		4. 以未來創意內容，帶動內容產業數位轉型： 升級「沉浸式內容製作全球獎補助機制」建立國內外市場商業模式至少2式。帶動內容產業數位轉型，創造產值4,500萬元。
參、整合化 市場情報匯流，國際人才合作，健全生態系	3-1 內容力加值整合，促進IP產值極大化	1. 場域實證內容力，加值異業整合： 整合示範案例至少10例，並導入TCCF創意內容大會，增加能見度。預計增加授權費1000萬元，觀展人次九萬人。
	3-2 內容力與技術力整合，驅動內容產業未來性發展	2. 文化內容導入科技應用，打造新形態敘事： 建立數位模型庫商業使用授權機制，整合未來內容導入5G、XR等台灣技術力應用，促成文化科技跨域示範展演至少3案。創造約2億元之產業規模，帶動示範效果。
	3-3 系統性架構國際交流與交易體系，建立台灣為亞洲內容產業創新基地	3. 以創新展會發揮國際影響力： 透過「創意內容大會」(Taiwan Creative Content Fest, TCCF) 重整台灣內容產業，建立展會品牌、促成至少1000場商務媒合交易活動、帶動至少2000業界人士參與。促成至少1000場商務媒合交易活動，預估創造超過10億元交易額。
	3-4 整合業界能量，打造內容產品及人才、產銷發展路線圖，連結國際	4. 與國內外機構聯手建構文策學院(TAICCA School)： 規劃培育產業關鍵能力之學程，精進中介經紀力和國際銷售力，輔導文化內容人才動態聚落對接產業，攜手國際機構促成交流合作，培育1000人次，50位國際合製相關領域之專業人才投入國際合資合製。
		5. 進行商情資訊收集及專題研究： 分析文化內容產業趨勢，並於至少3種跨媒體專題呈現，且辦理成果發表，將商情趨勢成果定期且穩定接觸1000名以上業界人士，助攻各類型文化內容產品。
		6. 盤點產業地圖、完善產業調查： 完成至少4項文化內容關鍵產業鏈地圖，社會諮詢、白皮書類出版品2式。持續更新產業調查機制並刊登至少一篇相關內容於國際刊物，傳達台灣文化內容產業產值、現況及未來趨勢之相關資訊。