



文化內容策進院
年度報告

2022

CONTENTS

董事長的話 完善內容產業生態系、搶占國際市場、厚實基礎建設	04
組織架構 董監事名單與組織架構一覽	06
院長的話 Refactoring	08
文策院在做什麼	10

ACTION

01 完善內容產業生態系	14
帶動民間投資 完善產業資金鏈	16
促進國際合作投資 強化臺灣影視動能	22
妥善運用多元資金 共創互利共好	28
從起步到邁向市場 為文化新創加速	31
從好故事到優質IP 擴大多元內容價值	34
推動發展新型態內容 對接國際市場	40
以戰代訓 累積具國際競爭力之產業關鍵角色	48
向國際說臺灣的故事	52

02 拓展全球市場	54
拓展多元國際通路 擴大臺灣內容輸出量能	56
結盟國際 提升臺灣文化科技能見度	62
增加國際洽商機 促成內容版權交易	66
扣合目標市場特性 精準行銷	68
03 推動關鍵基礎建設	72
提供調查研究與國際趨勢分析 協助產業決策	74
打造服務平台 協助產業應用	77
提供實體場域支援 協助產業交流及產製	80
攜手國際，打造全球都有興趣的臺灣故事	82
2022年度文策院大事紀	84
2022年度感謝名單	86

完善內容產業生態系、 搶占國際市場、厚實基礎建設

董事長的話

面對後疫情時代變動的國際政經局勢、文化內容產業全球版圖重組、消費者閱聽習慣改變等世界趨勢，全球文化內容產業莫不積極搶占疫後復甦市場，目前正是臺灣文化內容產業進入國際市場的關鍵時刻。

為推動臺灣文化內容產業的進步，於 2019 年成立的文化內容策進院，三年多來的工作方向，即在努力完善內容產業生態系、拓展全球市場、推動關鍵基礎建設。

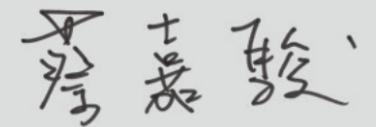
在完善內容產業生態系方面，文化部、國發會和我們一起，持續優化國發基金的文化內容投資機制，新增專案投資、放寬投資條件限制等，促成更多對產業發展具關鍵意義的投資標的，以活絡文化內容產業的資金市場，並鼓勵產業導入多元資源，如融資、CSR、ESG 等的倡議，也強化文化內容產業的經營能力、推動各種新型態內容的發展，驅動臺灣原創 IP 的多元運用等。期盼從源頭的故事力推動，到產業資金與資源需求等有所關照，服務產業所需。

在拓展全球市場方面，透過全球各式內容展會，我們積極布建聯盟關係，持續選擇歐亞重點城市為臺灣文化作品造勢，吸引更多國際合作，也為國內產業爭取更多在國際重點市場展會上的提案、媒合等曝光機會。同時，將文策院主辦的 TCCF 創意內容大會，打造成亞洲重要的國際內容產業商展，期許臺灣成為全球文化內容產業的最佳合作夥伴，以此為臺灣業者創造更多國際商機。

在推動關鍵基礎建設方面，我們更務實精準的進行產業調查商情報告與趨勢研究，也強化線上與線下的產業服務，希望成為國內文化內容產業最堅實的後盾。

回首 2022 年，烏俄戰爭、能源危機、全球通膨、美國升息……，從全球區域政經情勢到個人消費選擇，都有所改變，而文化內容與娛樂需求仍持續增長。這同時是臺灣文化內容產業的挑戰，也是機會，文策院會和大家一起攜手前行，克服挑戰、創造機會。

—— 文化內容策進院董事長



2023.06

董監事名單與 組織架構一覽

董監事名單

董事長

蔡嘉駿

董事

李靜慧 文化部 政務次長

杜奕瑾 臺灣人工智慧發展基金會 董事長

邱月琴 第一金融控股股份有限公司 董事長

林敏聰 國家科學及技術委員會 副主任委員

林慧玲 國家通訊傳播委員會 電臺與內容事務處 處長

徐宜君 文化部 影視及流行音樂產業局 局長

徐儷文 外交部 主任秘書

陳珊妮 音樂製作人、詞曲創作人

黃宛華 科文雙融股份有限公司 執行長

楊淑玲 國家發展委員會 法制協調處 處長

廖志堅 臺灣菸酒股份有限公司 副總經理

謝佩霓 Aica Taiwan 國際藝評人協會臺灣分會 理事

常務監事

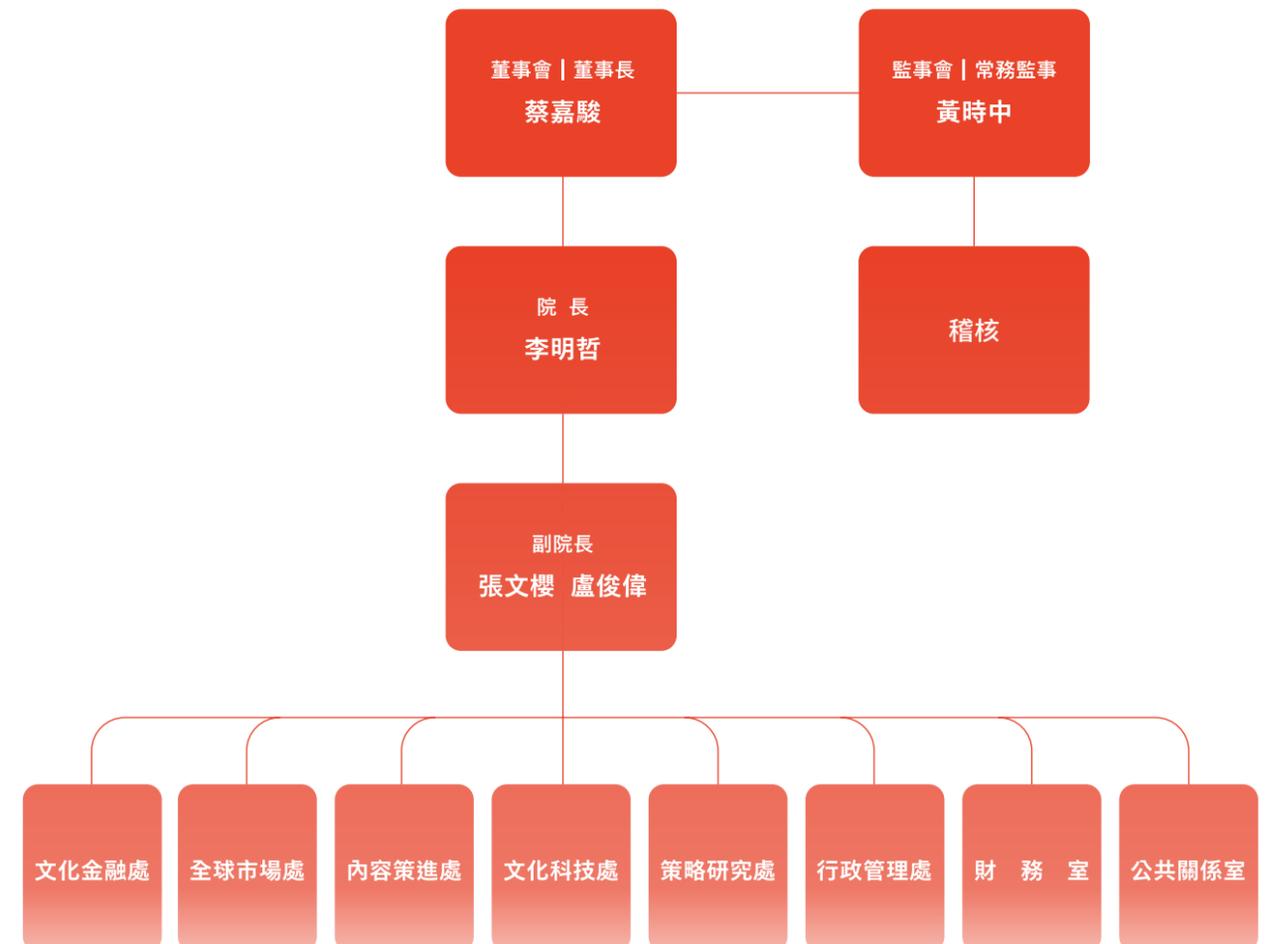
黃時中 美商Bluebird worldwide Inc. 獨立董事

監事

戴秀雲 文化部 主計處 專門委員

* 監事1名因職務異動改聘中

組織架構



Refactoring

院長的話

回顧 2022 年全球科技和產業環境的快速轉變，繼區塊鏈、Metaverse、NFT 之後，Midjourney 和 ChatGPT 等新的 AI 技術已成為討論熱潮。面對這些新趨勢，我們是否只能疲於追趕或被迫參與呢？或者可以先回頭檢視我們真正的核心？對於產業而言，即使科技發展迅速，我們仍然相信內容創作應以創意為核心的價值是不變的。新技術和趨勢導致了產製流程、產業分工模式與用戶體驗的進化，催生出許多新機會和可能性，也迎來更多的挑戰。臺灣文化內容產業需要的正是 refactoring，也就是重新根據現在趨勢，尋求改善和優化的方法，以適應快速變遷的市場需求和消費者口味。

在快速變遷的後疫情時代，全球觀眾高度依賴線上串流服務觀看影視作品。為了滿足不同受眾愈來愈挑剔的口味和喜好，製作高品質作品已成為文化內容產業的常態。然而，這也導致世界各國的內容製作成本快速攀升。

除了影視產業，其他文化內容產業也面臨著不同的課題。如何在產銷之間均衡發展，以及如何打開國際市場銷售通路，已成為文化內容產業的共同關鍵之一。因此，臺灣更應該積極透過投資整合、國際合資、海外推廣等靈活方式擴大銷售版圖，布局海外市場，促進全球通路的拓展。我們在重要的國際展會上，以雙向合作的模式，串聯對臺灣有興趣的國際發行商和平台業者等合作夥伴，協助臺灣文化內容產業開拓全球市場。

此外，文策院亦持續透過各種措施引進多元資金，以支持文化內容產業的發展。並藉由以戰代訓的模式，強化多元敘事的能力，促成更多具市場性、國際性和延伸應用價值的好作品。同時，也努力推動文化科技產業化，提供產製支持，吸引不同領域的業者投入資源，促成跨國合製，提高國際能見度。

我們將持續觀察世界潮流和趨勢、配合產業動態與需求、跟隨國家整體的文化政策，並與相關單位分進合擊，積極在國際上壯大臺灣內容，共同建立臺灣文化自信。展望未來，多管齊下持續 refactoring，讓產業的生態環境更健全，使專業人才適得其所。文策院當然還有許多需要精進的地方，但我們會保持彈性及靈活度，與產業共同持續 pivot、突破與進步。

—— 文化內容策進院院長

李明哲

2023.06

ABOUT US

文策院以「推動臺灣文化內容產業進步」為目標，作為一個服務產業的專業中介組織，積極完善內容產業生態系、拓展全球市場並推動關鍵基礎建設，串聯政府與民間資源，多面向提供產業所需支援服務；連結跨國跨業合作網絡，將臺灣文化內容產業輸出全球。

文策院在做什麼



ACTION

文策院以推動臺灣文化內容產業的進步為目標，透過「完善內容產業生態系」、「拓展全球市場」及「推動關鍵基礎建設」等方向，致力引進民間資金，提升臺灣文化內容的產製質量，持續支持多元內容開發；推動產銷並重，積極協助臺灣業者拓展海外在地通路、搶攻全球市場商機；結合臺灣文化多元性和科技能量的優勢，提供各項共創資源促進跨域開發，並優化產業基礎服務，帶動臺灣文化內容產業的良性循環。



1

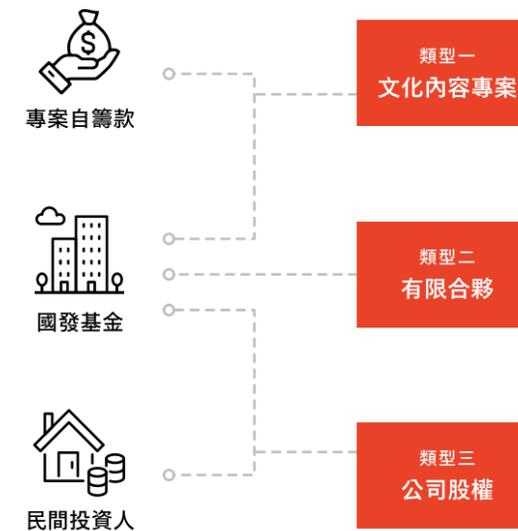
完善內容產業生態系

文策院執行國發基金「文化內容投資計畫」，發展多元內容投資方案，同時藉國際合資合製，帶動民間資金投入文化內容產業，並連結全球產業鏈。為支持文化內容業者創業與穩定營運，文策院協助業者建立財務規劃觀念，妥善運用投資、融資、企業 ESG 資源，靈活導入多元資金。文策院亦推動各項內容孵育機制，提升作品產製質量與延伸價值，並藉由帶領業者參與全球展會提案，累積具國際競爭力之產業關鍵角色，輸出臺灣作品，完善產業生態系。

國發基金+民間資金 完善投資生態

帶動民間投資 完善產業資金鏈

文策院執行投資業務，以布局產業長期發展的立場，吸引民間資金投入，同時發展多元內容投資方案，加速活絡資金市場，促進文化內容投資多樣化、打造內容產業資金生態系為首要目標。



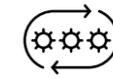
投資策略方向：對產業具關鍵意義



補強現有產業鏈欠缺之角色
兼顧生態系各環節策略性投資
促成其他產業跨業投入文化內容產業



透過投資支持上、中、下游產業整合
推動國外代表性業者與臺灣進行資本合作



支持文化新創事業與商業模式創新
延伸IP跨域、一源多用，開創多元價值

共生、共享價值與利益、協作及多平台是認識「產業生態系」的關鍵字。為完善文化內容產業資金生態系，文策院推動投資、融資、ESG 永續發展倡議及媒合，搭配新創企業的生命週期，由種子輪、天使輪、早期的 A 輪與 B 輪、成長期的 C 輪與 D 輪，以及成熟期的 Pre-IPO，適時提供多元資金工具及協助業者進行妥善的財務規劃，讓處於各階段的文化內容業者都有機會得到資金支持，落實文策院「推動文化內容產業進步」的目標。

那麼，文策院如何評估投資標的？因應文化內容產業的特殊性，文策院深入了解產業邏輯與投資痛點，以「對產業發展具關鍵意義」為標準，持續優化投資機制。就投資對象而言，文策院以支持具內容 IP 策略布局、有市場性與成長性的商業模式，以及具有事業經營思維的業者為策略。就產業而言，文策院希望透過投資促進文化內容相關產業之上、中、下游產業整合，引導跨業資源投入，推動國外代表性業者與臺灣進行資本合作，以推進產業整體綜效。

← 曾獲文策院投資的華文音樂劇，引進外百老匯音樂劇《The Fantasticks》。

文策院以政策推動角色，藉由投資導入民間資金，帶動產業發展，並保障業者營運自主性，期待陪伴文化內容業者逐步規模化，並主動爭取與其保持策略夥伴關係、分享共好共榮的投資機會，逐步形成良好的產業生態循環。

持續優化投資機制 連續兩年成果創新高

文策院自成立以來，運用國發基金投資文化內容產業，並配合產業發展需求持續優化相關機制，2022 年度核准國發基金投資金額達新臺幣 7.22 億元，再創歷史新高，帶動民間共同投資 10.21 億元，累計成果為 17.43 億元，通過投審會議投資家數共 12 家，投資案涵蓋電影、廣播電視、音樂及表演藝術、數位內容、設計品牌時尚、視覺藝術產業六大類型。自文策院成立以來，截至 2022 年 12 月累計通過 25 件，投資金額約 14.49 億元，帶動民間投資約 18.44 億元，總投資金額達到 32.93 億元。

為了加速活絡文化內容產業的資金市場，文策院在執行國發基金投資之外，自 2022 年起亦發展多元內容投資方案，截至 2022 年度多元內容投資專案執行成果共計 2 案，核准投資金額為 927 萬元。



放寬投資限制 有效吸引跨產業投入資金

過往國發基金主要以「公司股權」的模式帶動民間投資，惟文化內容產業之商業模式及投資標的，多數以「專案」為主，有必要設計新投資方案以符合產業樣態。為促成更多資金投入文化內容產業，文策院持續與文化部、國發基金溝通，於2022年完成「文化內容投資計畫」要點修訂，修訂重點包含增加專案型投資對象、優化投資機制及流程等。在「文化內容投資計畫」條件放寬之後，可望擴大文化內容投資規模。

為爭取科技業與其他產業資金也能投入文化內容產業，此次要點修訂也放寬共同投資者產業別限制。原本針對共同投資者的資格必須為金控、創投或是經營文化內容相關業務的業者，如平台商、通路商、發行商、製作公司等；投資要點放寬後，非文化內

容產業相關業者，只要具備投資或經營文化內容相關產業的經驗，皆可與國發基金共同投資。

文策院於2022年上半年辦理相關推廣說明會後，專案型投資全年度通過投資審議會共計7案，事業型投資案通過投資審議會共5案，「文化內容投資計畫」的被投資公司轉投資項目金額，預估捲動民間投入達2.82億元，較前一年度成長17.78%。

2022年文策院成功邀請保全業、科技業及電信業等合作投資，以「有戲娛樂股份有限公司」為例，即為中保科技集團與文策院以事業投資模式共同投資成立，期望藉由投資具商業潛力的IP作品，經營臺灣原創影視全方位娛樂文化，藉此打造IP生態體系。目前已投資及籌備中的就有21部電影、劇集及跨領域作品，並邀請13家合作公司推介這些作品。



↑《流麻溝十五號》不但獲得專案投資，也得到進軍國際影展機會。

鼓勵文化內容專案型投資 增加多元性

文化內容專案型投資注重專案的營運模式、獲利模式，允許大規模出資金額，審議時程較短，以利增加投資彈性。專案型投資的對象以文化內容業者為主，包括影視、音樂、表演藝術、視覺藝術、遊戲、出版、未來內容等，並以有資金規劃且具回收能力者為優先，視個案狀況協議分潤機制，以更貼近產業界的投資模式，鼓勵業者提出專案型投資申請。

專案投資的新方式使得文策院的投資標的類型更多元，包含流行音樂巡演、電影、展覽活動等都有機會得到文策院的支持，舉凡一部電影、一場演唱會、一部動畫等，只要有清晰的營運模式並符合要點規定，都是專案投資的對象。例如樂團「落日飛車」至歐美巡迴演出，即為樂團巡演類型首宗專案投資案例，由於可增加臺灣音樂產業之國際能見度，可望為之後申請專案投資的演出團體帶來良性示範；

而電影《流麻溝十五號》不但獲得文策院的專案投資，也在文策院的引介下進軍國際影展。

專家諮詢與媒合 完善產業資金生態系

文策院透過投資帶動產業多元化發展，並針對生態系各環節進行策略性投資；同時兼顧新創事業與商業模式創新事業，作為投資策略模式；結合投資專家諮詢及媒合機制等，作為評定投資的依據。文策院透過導入多元資金，帶動民間資金投入文化內容產業，同時增加被投資事業的業務相互串接的機會，打造臺灣特色的資金生態系，形成推動文化內容產業茁壯的正向循環。



↑「落日飛車」歐美巡迴演出，為樂團巡演類型專案投資首例。

《流麻溝十五號》為臺灣百年歷史做出補白

以「人權與民主」為母題的電影《流麻溝十五號》，是文策院 2022 年度專案投資最早完成議約的投資案，不僅具有指標性，有助活絡臺灣電影產業，且近年人權民主相關題材在國際上備受關注，橫跨不同作品類型，後續發展值得期待。

「我想把臺灣自 1920 年代開始的發展過程，各個重要的關鍵故事串起來，希望對臺灣歷史做出補白，也讓年輕人能夠看到臺灣的故事。」《流麻溝十五號》出品人、淡臺灣電影負責人姚文智指出，雖然過去不乏這類題材，但在時代和環境的快速變動下，要把這樣的路線帶到主流市場，必須納入市場的所有環節，才能夠站穩腳步。

「能不能通過市場考驗，我無法百分之百確定，但我認為這是作為臺灣人必須做的。」姚文智指出，這類型的電影未必就是曲高和寡，自己至少努力做到「曲高和眾」。

姚文智看到文策院近年積極支持影視作品屢創佳績，在接觸文策院的投資機制後，感受到以資金支持民間影視作品發展的良好立意，現階段可說是最有彈性的時期，而自己所設定的故事題材是「為臺灣百年歷史補白」，由於成本高出一般類型片甚多，

募資不易，如果能夠獲得文策院的支持，對於資金和前進海外市場都是一股助力。

尤其參加國際影展，光憑自己的能力很難做到，在文策院的促成下，《流麻溝十五號》已前進鹿特丹等國際影展。姚文智強調，「創作和市場的環境每一秒都在變化中，就算你有絕技在身，也不要關在房裡自己練功，和外界保持密切聯絡絕對是必要的。」



我希望將臺灣這一百年發展最值得記錄的故事拍成電影。就算你有絕技在身，也不要關在房裡練功，當前的投資方案是最有彈性的，同時文策院的支持和專業協助也讓募資更容易達成。

——《流麻溝十五號》出品人、淡臺灣電影公司負責人 姚文智



↑《流麻溝十五號》人物主題海報。



↑「落日飛車」比利時布魯塞爾巡演。

「落日飛車」歐美巡演 讓全世界聽見臺灣

擁有豐富巡演經驗的落日飛車樂團，在「夕陽無限好聽」世界巡迴演唱會售票達到八成時，主動申請文策院的專案投資，成為樂團巡演類型首宗專案投資案例。落日飛車樂團團長曾國宏指出，主要目的是希望減輕巡演現金流的壓力，並以預期可獲利的專案與文策院搭建夥伴關係，為日後大型巡演活動合作打下彼此互信的基礎。

「我們過去曾申請文策院的融資，得到利息補貼，對我們有相當大的幫助。」曾國宏指出，與文策院合作的經驗讓他深刻體會到，文策院的投資會納入產業策進的觀點與考量，而純商業型的投資可能較偏重利潤最大化，考量到樂團未來的成長性，他希望能夠以這個中型規模的巡演，為彼此的合作試水溫，也藉此自我要求，案子一定要成功，巡演的方方面面都要做到位。因為他心中的下一個夢想，就是要舉辦大型的國外巡演，屆時會需要更多的資金與資源，而文策院是他心中理想的合作夥伴。

曾國宏一直以來都是以獨資的方式經營樂團，幾次巡演下來，他知道未來會需要合作夥伴的加入，才能有餘裕提升演出規格。獲得文策院的專案投資，對他而言是一種「合資的練習」，透過這次的募資經驗，將財務規劃做得更精準，可以很有信心地向未來的投

資者提出回收資金的保證，也學習把視野拉高，讓自己的表現更值得投資者信任。

「因著這次巡迴專案的成功，對於未來想走國際巡演的臺灣音樂人或品牌有示範作用。」曾國宏指出，現金流對於巡演是很重要的，他希望這次的合作模式能夠為之後申請專案投資的演出團體帶來良性示範，讓更多的臺灣樂團有機會走到海外，傳遞臺灣這塊土地的聲音。



舉辦大型的國外巡演是我們的下一步，屆時會需要更多的資金與資源，希望以這次專案投資建立信任基礎，與文策院成為長期的戰略夥伴。

——落日飛車樂團團長 曾國宏

促進國際合作投資 強化臺灣影視動能

全球文化內容產業變化快速且競爭激烈，跨國合作開發挖掘具普世性的故事已成當代趨勢。透過推動國際合資合製，引入國際資金資源，讓臺灣文化內容於製作階段就參與國際市場驗證，有助提升產製質量，進一步促進臺灣文化內容產業國際化及市場化。



↑ 獲文策院國際合作投資專案計畫支持的紀錄長片《神人之家》。
← 《為了國家》入圍威尼斯影展，團隊於行前記者會大合照。



為促進產製具國際市場競爭力的臺灣作品，文策院積極吸引國際資金資源，以期透過跨國合作，增加國際能見度，同時提升臺灣團隊跨國產製與提案的能力，進而增加合作及投資的機會，形成正向循環。文策院的專案投資模式中，「國際合作投資專案計畫」（TICP）積極鼓勵臺灣的影視產業主動與國際夥伴建立合作，而每年於「TCCF 創意內容大會」舉辦的「PITCHING 提案大會」，提供臺灣內容媒合國內外買家與多元資金的舞台，推動國內產業人士與國際買家交流，期創造更多國際產銷與國際合製的機會。

國際合作投資 影視作品備受青睞

藉由國際投入製作資金，以投資夥伴的角色，推動臺灣原創影視內容進入國際製作版圖，累積臺灣業者的跨國合作經驗，強化臺灣的影視能量。為此，TICP 針對具備臺灣元素、國際合製合資、國際通路和自籌款達七成之案件，提供最高不超過全案製作總預算30%，上限30萬美元的經費。計畫執行至今成果亮眼，累計投資數量達22案，其中2022年共投資13案，涵括多元類型的影視作品，吸引包括法國、日本、馬來西亞、阿爾及利亞等國家與臺灣攜手共同開發原創內容，在國際影展獎項及公開播映皆取得豐碩成果。

劇情長片《為了國家》及《阿爾及爾最後的王后》皆入圍2022年威尼斯影展，《阿爾及爾最後的王后》並入選威尼斯影展「威尼斯日」競賽單元，獲得2022年威尼斯影展「年輕導演特別提及」獎項，以及2022年紅海國際電影節「最佳女主角」。在國內獲得市場高度口碑肯定的紀錄長片《神人之家》，入圍瑞士真實影展主競賽單元及金馬獎最佳紀錄片，並獲得2022台北電影獎百萬首獎、最佳紀錄片、最佳剪輯以及2022台北電影節觀眾票選獎。臺日合製的動畫短片集《歡樂滷沙沙》於臺灣首播後，於日本16個串流平台上映；劇情影集《正負之間》於臺灣、日本、菲律賓、韓國等地區播映皆獲得熱烈迴響；臺馬合製的劇情影集《決勝的揮拍》亦在臺灣及馬來西亞數家電視台及串流平台公開播映。

匯聚臺灣劇集開發能量 驚艷國際買家

為強化業者跨國提案能力，讓臺灣具潛力的IP作品與提案能被國際看見，文策院每年辦理TCCF，提供作品版權交易所需服務，媒合臺灣潛力IP提案與國際資金，帶動全球專業人士來臺交流。其中「PITCHING 提案大會」，於2022年共舉辦4場提案會，類型囊括劇集、長片、動畫，以及與金馬創投會議合作的「金馬創投會議入選劇集企劃案



↑《台北少年·平壤少女》團隊於 2022 TCCF「PITCHING 提案大會」，向國內外買家提案。

（SERIES）TCCF 提案專場」，匯聚臺灣具備商業潛力的提案內容，邀請國際評審選件，並透過提案培訓工作坊，協助提案團隊實戰演練，直接面對國際買家、爭取合作。「PITCHING 提案大會」於展會期間吸引超過 14 個國家的影視內容買家聆聽，可說是臺灣內容作品躍上國際的絕佳機會。

因應串流平台引發的劇集熱潮，臺灣提案團隊於劇集提案會上展現旺盛創作能量，故事類型豐富且多元，並有許多新穎題材、多元類型的概念呈現。提案如《Lesley in Taipei》、《台北流浪指南》、《筷》等，皆在故事中納入不同文化元素，極具跨國開發潛力；而《永生墅》、《彈一場完美戀愛》則不約而同加入了大量音樂元素，瞄準跨域 IP 經營，展現強烈跨域企圖心，讓國際買家驚豔於臺灣豐沛的創作能量。

另一場劇集提案會，文策院與金馬創投會議攜手合作，搶先讓入選金馬創投會議的劇集企劃案在「PITCHING 提案大會」的舞台上面對國內外買家。2022 年共有 14 組團隊進行提案，其中包含懸疑驚

悚類型的作品《13》，也有多件作品改編自精彩文本，包括《長壽街的猴囡仔》改編 PTT Marvel 版熱門靈異探險系列文、《暗黑童話》改編自格林童話；其他像是《新娘鎮》挑戰反烏托邦設定、《死轉手》奠基於真實報導，描繪毒梟與港邊少年墮入失控慾望等精彩作品，類型、題材、規模皆吸睛又具備商業潛力，現場提問十分踴躍。

成熟技術與自由創作 看見臺灣長片與動畫

除劇集之外，還有分別針對動畫及長片的提案會。臺灣原創動畫持續推出許多作品，展現豐沛不斷的原創力，創作類型也更多元，2022 年共有 9 組團隊進行動畫提案，其中不少團隊展現傑出技術力，例如結合 CG 昆蟲角色與實境背景的《小蟲蟲大冒險》、未來科技與功夫武打呈現完整流暢的《毒蘋》等，吸引許多國際投資方與製作方的注意；提案《露沙》、《臨界戰境》則強調動畫 IP 多元應用的潛力；而在社群媒體上已有百萬粉絲的《囂搞秀》以具臺灣特色的角色，創作出面

向國際市場的內容。透過交流回饋，協助動畫作品在提案開發階段更貼近市場需求，也期能藉由「PITCHING 提案大會」加強產業與國際的交流網絡，讓更多合作夥伴關注臺灣動畫，促成更多合製合資的可能。

臺灣電影長片的故事題材與創作一直以來都受到國際上的關注，因臺灣提供創作者極高的創作自由，在題材不受限的情況下逐漸出現各種多變的樣貌，這也顯現在 2022 年長片提案場的企劃案，劇情片有近年來遽增的商業類型片《野獸》、《今天月亮暫時停止轉動》，而追求真實與反思的紀錄片，有跨國代理孕母、家族歷史故事到海上媽祖遶境等議題，劇情長片與紀錄長片呈現的面向截然不同，卻都各自擁有迷人的面貌，從企劃案開始為長片項目開展更多的可能性。

文策院逐步優化內容產製各環節的方案，讓臺灣內容產業產、製、銷走向良性循環，透過各式方案，從企劃案前期開發、製作，到「PITCHING 提案大會」的資源媒合、市場端測試到最後對接國際市場，文策院就像陪跑員一路陪伴。文策院除了有國際合作投資專案計畫支持之外，國發基金也可進行專案投資，還有與許多國際市場展合作的創投單元，以

多元的管道持續支持優秀的創作者，期盼優秀的創作者都能站上國際舞台。



↑ 2022 TCCF「PITCHING 提案大會」現場。



↑ 2022 TCCF「PITCHING 提案大會」比照國際展會規模，吸引多位國際買家前來。

文策院一路陪伴 成為《神人之家》穩定的力量

獲國內外高度肯定的紀錄片《神人之家》，可說是從開發前期到作品完成，都有文策院的支持在其中。製片人陳璽文說，這部片子的製作期，恰好處在新冠疫情開始散播到全球各國最嚴重的期間，可以從開發初期就與文策院展開合作，感受到文策院對創作的支持，並獲得文策院在各項資源上的挹注，一路以來加強了團隊完成作品的信心。

2019年，《神人之家》獲得文策院與金馬創投會議的合作之「WIP 文策院原創獎」。陳璽文指出，「一方面這個獎的獎金，讓我們與導演能夠重新規劃拍攝方式，並且整理素材、翻譯文件，得以介紹一個比較完整的方案給國際投資方；另一方面，獲得這個獎項，也讓別人更有信心跟我們合作。」這個獎除了讓文策院成為該片初期的支持者，2020年文策院在柏林影展設立臺灣館，邀請《神人之家》於影展中進行 IP Showcase，也協助團隊進一步爭取到國際合資合製機會。

在金馬創投會議時已有一家法國製片公司表達合作的興趣，這家公司即是後來占總預算約 25% 的合資方。陳璽文表示，「藉由柏林的這個機會，我們得以再跟法方見面談細節，當場確定了合作模式並簽約，並進一步開啟了更多資金的可能性。」同時透過法方的觀點，為團隊注入了不同的視角，知道如何與歐洲的觀眾溝通，才能夠傳達片子所要訴說的故事與理念。

而獲得文策院「國際合作投資專案計畫」的投資，完善了資金的最後缺口，讓作品得以順利完成。「這部片子從開發時期，文策院就陪伴著一路成長，不但為我們創造很多機會與資金，也鼓舞了團隊完成長片的決心。」陳璽文強調。



↑ 獲國內外高度肯定的紀錄長片《神人之家》。



↑ 《台北少年·平壤少女》以亮眼的題材獲選參加 2023 年法國里爾 Series Mania 臺灣專場。

文策院助《台北少年·平壤少女》對接國際資源

於法國里爾舉辦、歐洲最大的電視劇集市場展「Series Mania」，2022年首度率團參與「PITCHING 提案大會」，《台北少年·平壤少女》以亮眼的題材獲選參加 2023 年「Series Mania」臺灣專場。製作人、導演李育丞對於國際製片環境並不陌生，談到文策院給予的協助時，他以「對的資源」和「意義深遠」來表達內心的感動。

李育丞提及，「內容開發的過程很複雜，面對各方資源，對的資源對一個案子的重要性是非常大的，能夠確保作品在開發過程中不會走偏。」導演暨製作人楊婕也指出，「文策院對於內容開發的流程非常清楚，給我們創作上的主導權是非常大的。」兩人都特別強調，像文策院這樣毫無保留地讓團隊去感受一個案子如何開發，是在過去的合作經驗中少見的。

讓製作團隊感受最深的還包括文策院把世界很多不同的資源帶到臺灣，這對影視產業發展具有深遠意義。李育丞指出，「對創作者而言，『PITCHING 提案大會』有兩個重要意義，特別是面對國際的平台，這兩個經驗是很寶貴的，一個是在臺灣就可以有向國際提案的機會，另一個是可以聽到創作者之間彼此的提案，這對於團隊在開發過程中是非常好的經驗。」

《台北少年·平壤少女》製作團隊之前都參加過「PITCHING 提案大會」，按理說應該是胸有成竹，但李育丞看到其他團隊的提案之後，深感自己準備不夠充足，連夜找來楊婕精進提案內容。「在『PITCHING 提案大會』的良性競爭效益下，每個

團隊盡其所能展現魅力，每個提案都是一場精心準備的表演，對我們來說是很好的刺激和精進的機會，迫使自己在很短的時間內成長。」



妥善運用多元資金 共創互利共好

對於經營者而言，取得多元資金有助於企業穩健發展。在投資之外，文策院亦鼓勵文化內容業者建立融資與中長期資金規劃、ESG 永續發展等觀念，以拓展多元資金管道，並利於導入大型企業資源，挹注文化內容產業發展。

妥善規劃財務及靈活運用資金工具的能力、掌握各類資源導入應用，是企業長遠經營的應備技能。文策院成立之初，即積極藉由協助業者申請融資的過程，引導業者建立中長期資金規劃和運用的觀念，並協助業者與金融機構建立正向溝通循環；同時也倡議從永續發展角度，搭建文化內容業者與大型企業的資源合作交流，開發不同面向的資金與資源取得管道，從而完善文化內容業者之整體營運規劃。

建立「晴天買傘」觀念 從容前進

文策院的融資服務除了提供最高九成的信用保證，協助業者取得較優惠的貸款條件，並藉由利息補貼，減緩業者營運資金壓力；申請過程中，也會陪伴業者與金融機構溝通，協助增進彼此的理解，讓後續申請與審查流程更加順暢。當業者有設備升級、建置新的商業模式、開發新的內容專案、研發

或人才培育等，涉及企業轉型或產業升級的需求時，透過融資服務獲得資金週轉的奧援，可降低因資金斷鏈而被迫延緩或中止的風險。同時，由於還款能力是建立在良好的營運能力之上，當資金調度穩健且有餘裕時，也能讓整體經營管理能力保有持續成長的動能，從而強化業者營收的穩定性，對於業者而言，也形同一股正向推進力。

因此，文策院融資服務不僅是提供業者的資金調度工具，也希望藉由申請過程，鼓勵業者培養「晴天買傘」思維，建立中長期資金規劃觀念，預先為長期發展奠定基礎。比如在公司現金充裕時，即預先評估半年到一年內可能的資金需求，與銀行討論融資規劃，以取得較好的貸款條件，讓團隊能以從容的步伐按計畫前進。由於此時企業營運動能充裕，銀行所重視的信用狀況與還款能力都處在較為良好的狀態，利於爭取較優惠的貸款條件；若等到資金告急再尋求銀行協助，通常會因為現金流緊縮而使銀行對還款能力有疑慮，難度勢必提升。

導入 ESG 永續經營理念 拓展資源媒合管道

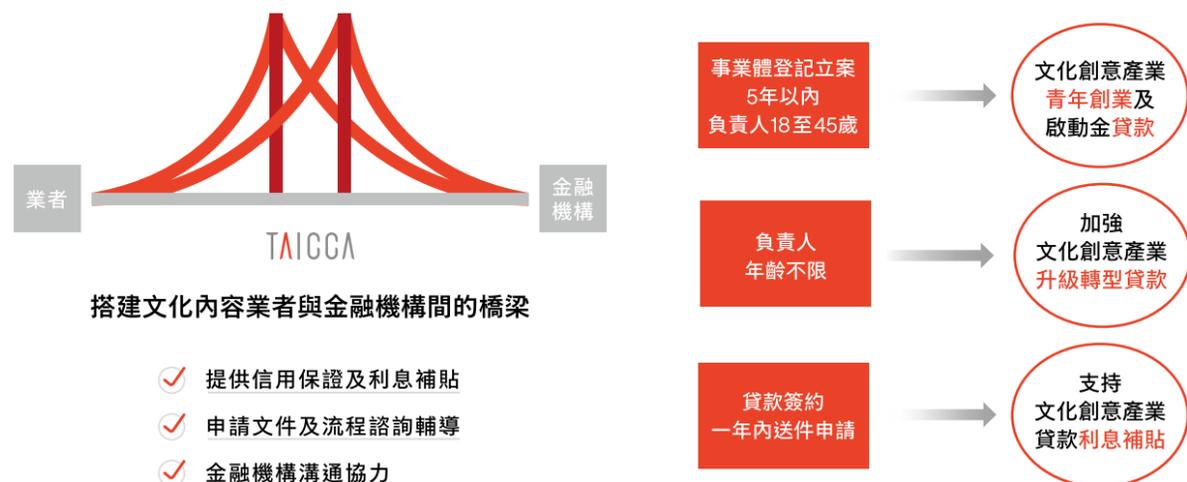
全球持續倡議的「ESG」，為環境保護（Environmental）、社會責任（Social）以及公司治理（Governance）的縮寫組合，可理解為「企

業永續發展的實踐範疇」，亦可視為 CSR（企業社會責任）的新型態評估指標；其不僅適用於上市櫃公司等大型企業（企業端），對於以微型及中小企業為主的文化內容業者（文化端）而言，亦能藉由扣合 ESG 永續發展的事業規劃，透過文化的力量，連結理念相合的大型企業共創合作模式，互利共好。

為更有效率促成企業端與文化端的溝通及合作，文策院初步歸納 5 種企業端與文化端的合作模式，包含：資源協助（如資金捐助及志工協助）、專業協助（如企業專業技術協助）、資源媒合（如協助開發客群）、商務合作（如提供客製化產品）及策略夥伴（如策略性整合專案）。讓不同面向的夥伴對焦彼此需求，強化雙方的合作鏈結，從而增進溝通效率，也利於深化合作關係。

文策院除梳理企業端關注的議題及文化端的特色，並透過共創工作坊與媒合機制，提供合作模式的引導及建議，同時輔導評估專案執行對利害關係人的影響，帶動更多企業與文化業者共創合作方案，建立永續生態圈。對於文化業者而言，藉由 ESG 永續發展連結企業端夥伴，不僅能拓展資源及導入資金，同時能鏈結人脈、加深擴大市場面；對企業端而言，文化軟實力利於品牌塑造及形象提升，更能強化影響力，促進社會資源流通，共創良性循環。

融資不用愁 文策院來幫忙！



融資金援罡風創意映像 實現創作夢想

罡風創意映像（以下簡稱「罡風」）是國內知名的視覺特效團隊，近年作品包括《斯卡羅》、《一把青》和《月老》等，也多次獲得金馬、金鐘等大獎肯定。為因應新冠疫情和設備日新月異的環境變化，以及自身的營運成長需求，罡風第一次有了向銀行融資的念頭。但是，該怎麼開始？如何跟銀行談條件？該準備哪些文件？對團隊來說，心中有非常多的不安與疑問。

當接觸文策院的融資服務後才發現，除了每一關申貸流程的陪伴與協助，文策院還提供利息補貼，大大減輕未來的還款壓力，更因為有文策院和信保基金合作提供最高九成的信用保證，大幅提升了銀行信心。回想從起心動念到順利申貸的整個過程，罡風製片人陳彥君指出，「文策院是最大的靠山！」

申請下來的貸款，罡風如願地使用在設備升級更新、人才進用與培育，當本業實力更加穩固後，也較有

餘裕可嘗試新的業務型態，在視覺特效製作之外，也讓團隊得以嘗試新的可能，除了擔任影視作品的堅強後盾，也有機會開創自己的夢想。



文策院不僅提供信用保證，還補貼貸款利息，減輕我們相當大的還款負擔；順利申貸讓我們得以擴編、進用人才，並且實現創作夢想。

—— 罡風創意映像有限公司製片人 陳彥君

新光人壽攜手 Story Wear 傳遞永續時尚

新光人壽長期致力於為環境、社會、利害關係人創造企業永續價值，透過文策院媒合以「零廢時尚」為訴求的獨立時尚設計品牌「Story Wear」，新光人壽看到了與文化藝術業者共同落實聯合國普惠金融的可能性。「看到這個提案，我們的眼睛都亮了，很快就決定結為夥伴。」新光人壽副總經理廖晨旭指出，這種新型態的企業永續履行方式，正是金融保險業者一直引頸期盼的新模式。

「Story Wear」以永續時尚、打造循環經濟為目標，關注時尚設計產業廢棄物議題及弱勢就業者，曾與許多知名品牌有類似的合作經驗；本次透過新光人壽遍布全國的營業據點，將永續觀念外溢至合作企業員工以外的社區居民和消費者，以倍數效應擴散社會影響力，讓更多人知道時裝其實是高污染產業，生活中可以用一己之力對永續做出貢獻。

雙方對於本次與文策院合作的價值，都給予相當高的肯定。其一是大幅減少文化端與企業端彼此理解的溝通成本，無形中為雙方節省許多時間與人力。Story Wear 創辦人陳冠百指出，根據以往經驗，企業端至少需要三個月的溝通期，這次只花了約一個月就正式啟動合作，更與新光人壽團隊擦出新的火花，包括對於未來合作打造全國回收站網有很高的共鳴。

「相信這樣的合作，能夠體現新光人壽是一份對生命有意義的工作，對於員工的留任或向心力有一定的加分效果。」廖晨旭強調，雖然經常與各種類型

的新創業者合作，這次仍然感受到文策院平台的強大力量，希望未來可以持續合作。



此次的 ESG 專案有別於過往，對於永續層面運用的創新模式，讓社會民眾打開無限想像，希望我們與文策院是長期的策略夥伴關係。

—— 新光人壽副總經理 廖晨旭



以往我們合作的企業都是動員內部員工，這次新光人壽號召全國據點，再外溢到社區與消費者，擴散永續的影響力，是從來沒有過的機會。

—— Story Wear 創辦人 陳冠百



© Story Wear 提供

↑ 以回收牛仔布製作的 Story Wear 永續時尚作品。

ACTION 01

從起步到邁向市場 為文化新創加速

2021年文策院推出國內首見的「文化新創加速器」計畫，獲得熱烈迴響，2022年招收兩梯次，更放寬申請企業的年資限制，協助文化內容業者找到新的突破點與立基點，活絡臺灣文化內容創新創業生態系。

↓ 第二期 Demo Day 全體合照。



催生並扶持文化內容業者朝向穩定成長的經營規模發展，是文策院成立的重要任務之一。然而，所有的大型企業和成功企業都是以創業募資為起點，「文化新創加速器」就是文策院為培訓新創事業營運成長，並銜接人脈與資金所打造的平台。

這個平台是以培訓具有事業經營思維及企圖心之文化內容業者為任務，以「文化創業者生態圈共好」為精神，聚合產業生態圈的夥伴力量，透過課程及諮詢輔導機制，建立新創團隊從起步到事業體優化的完整陪伴支持，打造出創作者、經營者和投資者三方資源對接的媒合平台，每期招募新創團隊，協助促成多方資源整合，實現創業規劃與創新服務。

放寬年資限制 發掘潛力新創團隊

2022 年「文化新創加速器」擴大招募資格，成立 7 年以上的文化內容團隊也能夠加入，創業新秀或老將們同台培訓，一起開創異業合作機會，進而邁向新商機及新市場。當優秀的經營者越來越多，也將帶來更為健全的產業體質。

本計畫致力於培訓文化事業體的經營者，招募具備「創新力」、「內容力」及「科技力」的創業經營團隊，提供入選團隊從起步到邁向市場的完整孵育支持，以課程、社群與資金對接為三大主軸，提供豐富的創業營運課程；亦透過商業模式工作坊、提案培訓及專業諮詢，協助入選團隊釐清未來的規劃與方向；並針對商業模式、財務規劃、發展策略及



↑ 舉辦一對一投資媒合洽談，協助團隊對接投資方。



↑ 藉由 Demo Day 提案大會，接觸潛在投資人與合作對象。

營運心法等進行深度討論與打磨。2022 年文策院共招募兩期團隊，共 41 組團隊入選，每期皆規劃 17 場創業營運課程及 80 小時的專業諮詢，促使入選團隊建立更完善的組織營運思維。

透過提案與媒合會 對接投融資機制

為促進新創團隊之間的互動及異業合作的可能，並增加團隊與業師、投資人交流機會，文策院更舉辦不同類型的交流活動，讓入選團隊得以拓展產業人脈，開發更多跨域合作的機會，並且藉由 Demo Day 以及一對一投資人媒合，讓入選團隊有機會對潛在的投資人進行創業提案，協助臺灣文化內容新創更加茁壯。

連同 2021 年第一期，文策院共計輔導 71 家新創團隊參與「文化新創加速器」，其中 16 家新創團隊已向文策院申請對接投融資機制，後續將搭配「文化內容投資計畫」或對接「文化創意產業青年創業及啟動金貸款」、利息補貼等多元資金管道，持續帶動民間企業資金投入。

「文化新創加速器」建立新創團隊從起步到邁向國際的完整孵育支持，協力加速產業數位轉型升級和扶植產業發展，讓產業能夠逐步壯大，更帶動民間投資的動能，開創文化新創新風潮。

「驚喜製造」從線下到線上 創造更多驚喜

以《無光晚餐》、《一人餐桌》、《微醺大飯店》等邀請觀眾成為主角的創作形式，打開國內沉浸式體驗市場的「驚喜製造」(Surprise Lab.)，自 2016 年耕耘至今，已摸索出創新且具潛力的沉浸式體驗商業模式。

入選 2022 年「文化新創加速器第二期」的驚喜製造共同創辦人林業軒指出，團隊原本對於文本開發與 IP 領域全然陌生，加入計畫後，不僅更加了解文策院的各項支持方案、對彼此能夠結合的機會點有深入的認識，更重要的是，了解到業界生態的運作，結識許多業界人脈與鏈結國內外資源，甚至透過文策院組建的社群尋找合作夥伴。



→ 驚喜製造沉浸式體驗《落日轉運站》

「芒果遊戲」將專業變現 找到成長新動能

芒果遊戲是國內將實境遊戲結合在地文化與探索體驗的先驅團隊，藉由創造全新的旅遊商業模式，甚至進而結合企業訓練、校外教學等服務，令市場耳目一新，近年也曾接獲投資方的探詢。累積長達 10 年的營運模式雖然可維持穩定成長，卻也需要持續往下一個階段前進。

正在摸索與投資方洽談方式的芒果遊戲在入選 2022



「文化新創加速器」帶來的收穫，比原本預期的還要多！讓我們對於公司變大的想像有了著力點，更有信心往下一個 10 年邁進。

—— 芒果遊戲共同創辦人 張麒威

為布局海外市場，驚喜製造由線下朝線上發展思考，將原有的內容開發轉為線上的文本與影集，並在開發節目時即針對著作權及商標進行智財布局，線上與線下結合加乘變現，以此觸及海外市場，線上數據也成為線下市場測試與決策的精準工具，從而能夠更細緻地面對資本市場的機會與挑戰，以源源不絕的能量，為全世界創造更多驚喜。



面對未來的成長性，我們構思了線上與線下結合相互變現的 IP 發展模式。有了文策院的協助，讓我們吃了顆定心丸。

—— 驚喜製造共同創辦人 林業軒

年「文化新創加速器第三期」後，計畫課程與交流活動為團隊帶來了翻轉式成長。芒果遊戲創辦人張麒威指出，加速器訓練他在募資階段的提案能力，除了重視資金方的意見，也懂得看見本身專業優勢與創業以來累積的變現能力，並體悟到未來的成長性也屬於接觸市場必須思考的一環。

以往單打獨鬥的情況也獲得改善，透過業師指導和同儕交流，了解團隊在整體市場的優勢位置；找到合適的異業夥伴，更填補公司持續成長所需的另一塊拼圖。張麒威指出，過去雖然想嘗試與異業團隊結盟，卻有相當難度，因團隊接觸到的文化內容領域的業者較少，但透過文策院組建的社群，毋須經歷漫長的磨合階段，很快就能形成共識，展開進一步合作的可能。



← 實境解謎遊戲《國姓爺的寶藏》團員通關。

從好故事到優質 IP 擴大多元內容價值

「好故事」是文化內容產業發展的重要基石，但從挖掘好故事到將故事開發成具市場性的好 IP，再達到 IP 一源多用，多元變現的境界，並非易事。文策院近年透過多元方案及系統性策略布局，持續強化內容力，提升產製質量及作品的市場性，延長 IP 價值鏈，提升 IP 內容產值，持續促成與催生更多具市場性的內容產品。



↑ 文策院支持作品《貓妖傳》(左)與《大魔法搜查線 RESET》(右)。

← 文策院持續挖掘臺灣文史、出版潛力 IP，進行跨域改編媒合。



為提升臺灣原創內容的多樣性、催生更多具市場性的作品，文策院透過《CCC 創作集》持續孵育臺灣原創漫畫，並推行「文史題材推薦」和「出版與影視媒合」計畫，以 IP 一源多用的概念，推介臺灣在地故事題材成為具市場性的原創或改編作品。與此同時，文策院也透過「內容開發專案計畫：前期開發支持」，協助影視業者度過作品開發初期的「死亡谷」，提升產製能量並催生更多優質內容。最後，經由異業合作，延續優質 IP 的經濟效益。

以催生具市場潛力的原創臺漫作品。2022 年共計催生漫畫作品達 52 部，並延伸 6 部作品新章，其中有 4 部作品入圍第 13 屆金漫獎，《貓妖傳》更獲得「年度漫畫獎」，並由威向文化出版單行本和製作有聲漫畫。

挖掘在地好題材 跨域改編媒合

國內博物館藏有大量具有豐富故事潛力的文史題材，然而，內容創作者難以取得歷史文獻和研究資源，因此使得文史題材開發不易。為有效轉譯文史題材，提煉出更多元的臺灣文化內容作品，文策院推動「文史題材推薦計畫」，媒合具文史專業的博物館，和具生產文化內容商品能力的業者，攜手開發臺灣在地題材。2022 年合作單位包含文化部文化資產局、高雄市立歷史博物館、國立臺灣文學館、國立臺灣史前文化博物館、國立臺灣美術館、國立臺灣博物館、國立臺灣歷史博物館、國立歷史博物館、國家人權博物館、國家發展委員會檔案管理局、國家電影及視聽文化中心等 11 個單位，盼能從商業市場的角度，發展更多獨具臺灣文化及歷史特色的

發展原創臺漫孵育系統

文策院延續《CCC 創作集》「題材多元化」的成立初衷，持續投入孵育原創臺漫作品，藉由提供編輯、助手、田調等資源，陪伴漫畫家挖掘、開發完成更多「好故事」。此外，透過協助對接商業出版、上架「CCC 數位平台」等方法，鼓勵漫畫家參與市場驗證，逐步發展具市場性的漫畫產品，強化臺漫產業體質。

文策院並邀請臺灣業界專業人士等組成「編輯委員會」，與 CCC 編輯部共同推動多元題材與類型開發，





↑ 鏡文學首部自製影集《八尺門的辯護人》獲得文策院「內容開發專案計畫：前期開發支持」投資。

原創故事。此外，文策院亦不定期彙整潛力文史題材，辦理產業交流會，同時於線上平台設置文史題材專題推薦，增加媒合開發的機會。

為了讓好故事被更多人看見，擴大臺灣原創文本 IP 應用，文策院自 2020 年推動「出版與影視媒合」計畫，公開招募有潛力改編為影視作品的文本，鼓勵出版業與影視業跨域合作。媒合前提供投拍市場趨勢調查及書本影視化觀眾調查，再由投拍人工作圈進行文本圈選，以提升媒合精準度及授權機會。文策院每年以投拍人的實際需求圈選出約 50 本潛力改編文本進行影視跨域媒合，其中，2022 年便有 28 本文本於媒合期成功授權。文策院盼透過相關支持機制，促使更多優秀文本作品轉譯影視，將好故事 IP 以不同媒材詮釋呈現給閱聽大眾。

此外，提升臺灣優秀故事 IP 國際能見度也是文策院「出版與影視媒合」的重要任務之一，2022 年文策院協助出版業者參與國際跨域媒合活動，包含「威尼斯市場展」Book Adaptation Rights Market、「釜山亞洲內容暨電影市場展」Busan Story Market 等，透過讓出版業者親身參與市場交流，提升業者對於國際影視改編市場的了解，增加文本版權提案、洽商等業務經驗與機會。

前期開發支持 提升產製質量

影視作品產製耗時且有風險，業者需投入可觀的資金和長期人力進行開發，因此若沒有足夠的產業循環量能與市場意願，將限制影視內容開發的品質與發展的多元性。為促進臺灣影視內容產製質量，文策院針對電影、劇集、紀錄片、動畫等作品類型，透過「內容開發專案計畫：前期開發支持」，投資具國際市場銷售潛力的內容，實際挹注支持內容的前期開發支出，累積多元題材及類型的潛力案件，並提升民間投資意願。

2022 年文策院共計支持 158 件作品進入題材田野調查和劇本開發階段，歷年所支持的作品，亦有許多在 2022 年獲得突破性的實績。例如《狂飆》入選優良電影劇本、《1977 年的那一張照片》和《抓隻蝴蝶到夢裡》獲得金馬創投獎項；此外，《和平歸來》、《都市懼集》、《女鬼橋 2》、《讓我看見你是誰》、《商魂》、《乩身》等數部多元類型作品皆已於 2022 年開發完成，進入製作階段。鏡文學首部自製影集《八尺門的辯護人》也對外釋出開播消息。

另一方面，為促使臺灣團隊開發具國際市場潛力的原創內容，並建立產業化的工作模式，文策院 2022 年與好萊塢「Imagine Entertainment」團隊、亞洲製作公司陸匠製作（Sixty Percent Production）攜手合作「EMERGE 華語原創內容開發計畫」，遴選出 5 組團隊，以好萊塢開發模式的架構，藉由課程及劇本討論會議，與國際開發總監、製作人、專業顧問共同開發劇集故事，各團隊完成的提案企劃，將由本計畫的國際合作單位積極媒合國際買家與投資方，以期進入國際市場，開發其提案內容。

異業合作擴大 IP 應用 發揮加乘效益

從美國的超級英雄系列到日本動漫角色，許多從國際知名 IP 衍伸出的周邊商品、遊戲、玩具、主題樂園、聯名商品、舞台劇，皆深受全球粉絲歡迎，足見漫畫 IP 透過授權改編展現的多元變現實力。為擴大臺灣 IP 的多元應用及增加經濟綜效，文策院透過經營「CCC 數位平台」、與民間公協會合作、參與國際市場展會及培訓產業人才等策略，支持有讀者基礎的原創臺灣 IP 內容與泛娛樂產業洽談跨域合作。2022 年促成多項跨域媒合案例，包括手機殼周邊商品授權、電影劇情置入合作、漫畫與手機遊戲跨域合作、實體展覽授權、漫畫轉動畫開發以及漫畫 IP 開發影視內容。

此外，文策院亦與公協會或民間單位合辦獎項，以市場需求、商業表現及 IP 延展性為評選目標，選出具備跨域開發潛力的 IP 內容。2022 年文策院與中華動漫出版同業協進會合辦原創 IP 風雲榜，在巴哈姆特 ACG 創作大賽及 KADOKADO 百萬小說創作大賞分別設立獎項，鼓勵業界創作更多具跨域開發潛力的作品，得獎作品將獲文策院相關異業合作方案支持，達到跨業加乘效益。



↑ 文策院致力於提升臺灣產能，由上至下分別為《海巫事務所》、《煉乳咖啡滴答滴》、《尋山人》。



↑ 結合臺灣在地文化與奇幻動作元素的《貓妖傳》極具 IP 開發潛力。

CCC 創作集孵育人氣作品《貓妖傳》

獲得 2022 年金漫獎年度漫畫獎的《貓妖傳》為《CCC 創作集》孵育的代表作品之一。在 CCC 數位平台上的閱讀數據與消費數據皆表現良好，由威向文化出版單行本後，持續展現漫畫 IP 多元運用、跨域合作的可能，於國外展會上亦備受關注，已上線日本、法國的數位閱讀平台。

出版《貓妖傳》的威向文化總經理林堰淳肯定文策院提供漫畫家穩定的創作環境，透過連載平台、稿費及專業編輯等資源，協助漫畫家積累作品，讓讀者能持續看到本土創作漫畫發表。《貓妖傳》漫畫家艾莉柚認為，聘用助手得以消解連載龐雜的工作量，給予漫畫家莫大的幫助。而與她「對頻」的 CCC 責任編輯，除了提供詳實的田調資料，在分鏡上也經常回饋令她茅塞頓開的意見。林堰淳補充說明，具有漫畫編輯經驗的專業編輯能起到輔助的作用，協助老師在創作時突破盲點，是文策院在作品前期開發時提供漫畫家的寶貴資源。

由於《貓妖傳》內容、人氣俱佳，因而在文策院積極推動漫畫圖像 IP 多元運用、跨域合作的策略中脫穎而出，經常被外部單位選入聯名合作，示範臺灣漫畫的多元可能，像是與西雅圖極品咖啡的聯名特繪外帶杯，或是《CCC x DEVILCASE》聯名手機殼。而出版本作的威向文化亦看好《貓妖傳》IP 經營的潛力，積極推出跨域周邊商品，展現臺灣漫畫的商機，同時也嘗試主題曲 MV、有聲漫畫、Youtube 頻道等多元內容。

本土作品在前進國際市場的路上，文策院也提供相關資源。林堰淳指出，文策院分攤海外參展費用，

提供翻譯和廣告宣傳支持，讓作品不多、規模較小的出版社也能夠跨出國門。而版權人員居中協助，讓出版社不只展示作品，更能讓買家進一步了解內容，增加好感度，進而提高版權銷售機會。



—— 威向文化總經理 林堰淳



相較其他平台，CCC 編輯部執行的行銷活動讓我很有感，不論是在廣告、周邊商品的延伸，或是活動、展覽，都對臺漫作品的推廣與曝光率的提升有莫大助益。

—— 《貓妖傳》漫畫家 艾莉柚

完備內容開發 助《八尺門的辯護人》邁向國際

鏡文學百萬影視小說大獎《八尺門的辯護人》是由鏡文學以國際製作規格為目標，所啟動的首部自製影集，除獲得文策院「內容開發專案計畫：前期開發支持」投資，更在國內首播前就前進韓國「釜山國際影展」和新加坡「亞洲電視論壇及內容交易市場」（Asia TV Forum & Market, ATF）。

鏡文學市場開發總監蔡雅霖指出，文策院在 IP 前期內容開發階段提供經費支持，讓鏡文學有更多的子彈可以運用，因為這是首部自製影集，不論是知名度或外部資源都較為匱乏的情況下，擁有影視開發的第一桶金，讓鏡文學更有餘裕準備影集拍攝的前製作業。蔡雅霖進一步說明，《八尺門的辯護人》是根據真實事件改編，因此需要的田野調查作業相對繁複且嚴謹，尤其這部作品牽涉到法律、移工、族群等議題，因完備的前期開發作業，即使在疫情期間拍攝仍能如期殺青。

2022 年隨同文策院前往國際參展的蔡雅霖指出，在新加坡 ATF 時，這部作品的前導預告片便已完成，

因而受到國際影視製作人的青睞。因為有了文策院的協助，讓此項 IP 在參與海外展會上，達到事半功倍之效。



影視業者在前期最需要的就是開發經費，在考慮投資回收的情況下，經常無法投入太多資源，後期則需要拓展更多銷售管道和曝光平台，文策院在這兩方面給予協助，等於拉了大家一把。

—— 鏡文學市場開發總監 蔡雅霖

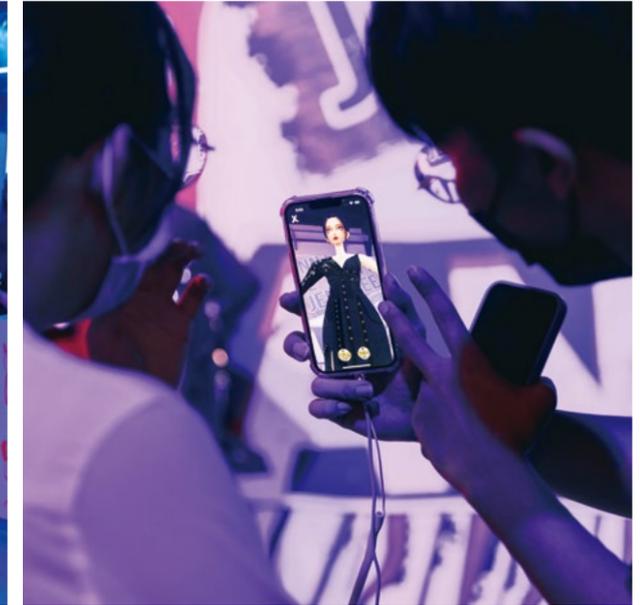


© 鏡文學提供

↑ 《八尺門的辯護人》是根據真實事件改編，演員陣容堅強。

推動發展新型態內容 對接國際市場

為強化臺灣在全球未來內容產業的關鍵角色，文策院透過產業支持體系，降低業者投入門檻，持續催生具有國際競爭力的新型態內容，並串聯跨域產業資源，創造對話平台，積極促成跨域共創，行銷國際。



↑ 《Love is the Answer》打造虛擬分身 APP，帶領觀眾進入奇幻時尚世界。

← 2022 TCCF「未來內容展」集結 XR、互動投影等多類型沉浸式作品，帶來全新的觀展體驗。



科技快速發展超乎你我的想像，過去只有在電影或科幻小說中看到的場景，像是美國經典影集《霹靂遊俠》(Knight Rider) 的自駕車、電影《變人》(Bicentennial Man) 的 AI 機器人管家，如今都一一被實現；另一方面，新科技也為文化內容業者帶來源源不絕的創作素材，像是近年就有不少與平行時空、穿越題材相關的作品，即是植基於「元宇宙」(Metaverse) 的概念。

然而，這些新興科技對文化內容業者來說，是屬於新的領域。為開拓更多的文化內容與科技跨域合作機會，帶動兩端產業、人才及資金投入，文策院透過未來內容原型開發與製作方案的支持機制，孵育出更多好的新型態內容；一方面也帶領業者投入創新應用開發及場域示範展演，測試及驗證技術與商業模式的執行可行性。

另外，文策院亦積極鏈結國際未來內容產業資源，除建立跨域溝通與交流媒合的平台，更促進臺灣業者與國際合資合製的機會，引導成熟內容進入全球市場。

內容端：開發與製作支持

從原型開發到製作支持 孵育更多好內容

為推動文化內容結合科技應用，發掘及培育更多新型態內容，鼓勵不同領域的業者運用 AR/VR/MR (擴增/虛擬/混合實境)、體感技術、偵測追蹤、5G、AI 等多元科技，投入新型態內容原型開發，以創新思維探索未來內容體驗的可能性。文策院持續推展「未來內容原型開發支持方案」，2022 年選出財團法人數位藝術基金會「多人協作虛擬演出系統研發計畫」、大可創藝「《寶寶音浪》科技互動長銷版開發計畫」以及由 Meta「元宇宙 XR Hub」支持的開台妄想教室「感官窺鏡 x 線上即時演出」等共計 20 件原型企劃。

此外，為延續原型 (Prototype) 開發方案的後續製作及支持具備市場性的跨域作品，文策院於 2022 年推出「未來內容製作支持計畫」，提供最高新臺幣 250 萬元的製作資金，藉以協助業者降低開發成本與風險，提高投入未來內容產業開發的意願，帶動更多資源、人才投入跨域共創，促成未來內容產業成型。2022 年共有涅所未來的「AutoMeta Service - 元宇宙多人線上展演服務」、移動故事



↑《無盡》透過 5G 技術，展現異地共演與即時互動的可能性。

屋的「《機器人流浪記》多複合式互動體感親子劇場 2.0 計畫」等 8 案入選。

應用開發及場域示範 帶動新型態內容動能

為了持續推展跨域內容應用開發，文策院除了透過方案和機制支持外，更主動從「2021 年未來內容原型開發支持方案」團隊中遴選出優秀的原型作品，推動業者持續精進，具體開發成為「最小可行性產品」(Minimum Viable Product)，展現文化面的技術應用加值成果，並進行市場意見測試與商模的初步驗證。本次遴選的作品應用含括 AR/MR 及 5G 異地共演三種類型，分別為《時尚，觸手可及！》、《隱世神差》與《無盡》。

除了推展跨域應用的新型態內容開發外，文策院亦鼓勵內容與科技產業將內容 (Contents)、平台 (Platform)、網絡 (Network) 與設備 (Device) 結合前瞻技術，以垂直整合的概念推出跨域示範展演案例。透過文策院的示範整合，導引業者快速進入具市場性的跨業合作路徑，催生新型態內容的商

業模式。2022 年，文策院邀集文化內容業者及 5G 產業領域關鍵業者，以臺灣在地文化及原創 IP 出發，推出《臺灣文化元宇宙》及《迷宮書店》跨域示範展演，展現國內具商業化潛力的新型態內容。

《臺灣文化元宇宙》為文策院與 Meta 共同支持的示範案例，製作團隊 XRSPACE 結合雲林北港朝天宮百年形象，塑造元宇宙中的虛擬媽祖聖殿，透過即時臉部追蹤技術，讓民眾能與作品中的虛擬「千里眼」和「順風耳」互動，更可以體驗在元宇宙參拜媽祖、點光明燈、擲筊等流程，感受臺灣廟宇文化的生命力。另一件示範性作品《迷宮書店》則為沉浸式舞台劇，有別於傳統的表演形式，現場架設數十台投影機，透過環繞型影像裝置，打破舞台疆界，將劇中情境延伸至觀眾席，打造 360 度的沉浸式劇場體驗。

為拓展未來內容作品曝光管道，文策院延續 2021 年推出的《5G VR Cloud》示範計畫，建置 VR 串流觀影介面，開啟民眾對於未來娛樂生活的新想像。2022 年與中華電信合作，協助內容業者將臺灣原創 VR 360 作品上架至 Hami Video VR 平台，包含屢獲

國際獎項肯定之《失身記》、《囍宴機器人》、《Oli 邊境》、《女海盜：成名之路》及臺灣與 5 國共製之 VR 影集《大師狂想曲》等，為本土電信平台跨足 VR 收視提供高品質內容來源。透過訂定收費模式，也為內容業者對接新商模增加變現來源，並提供觀眾喜好資訊，作為未來創作方向參考。

沉浸式國際合資合製 捲動資源接軌國際產業

臺灣擁有豐富的文化底蘊、自由開放的創作環境，加上資通訊產業生態系完整，近年在沉浸式內容國際展會中表現亮眼，臺灣新媒體藝術家黃心健以 VR 作品《輪迴》(Samsara) 獲得「林茲電子藝術節」(Ars Electronica Festival) 榮譽獎、河床劇團藝術總監郭文泰的 VR 作品《遺留》(All That Remains) 亦入圍「威尼斯影展」沉浸式內容競賽。

為促進臺灣創作者的國際合作共創機會，文策院推出「沉浸式內容國際合資或合製支持」計畫，鼓勵業者透過國際合資合製激發出全新的敘事方式、交流彼此的技術及應用方法，找到能提升自身優勢的

國際夥伴，國際投資者則能藉由優質作品看見臺灣在未來內容以及文化科技生態圈的發展潛力。2022 年共有來自臺灣、美國、法國、英國及澳洲等 24 件申請提案，最後評選出 5 件作品，分別獲得新臺幣 280 萬及 350 萬元的製作支持金。

此外，文策院也不斷發掘具潛力的新型態內容並給予支持，建立國際合製示範案例。例如由臺灣新媒體公司涅所未來與澳洲編舞家 Harrison Hall、媒體藝術家 Sam Mcgilp 共同編導、臺灣本土樂團「落差草原 WWWW」參與演出的《Body Crisis》，透



© 紅然提供



© 紅然提供

↑ 改編自文學作品的《迷宮書店》，結合科技，打造沉浸式舞台劇觀賞效果。

過即時動作捕捉串流、網路多人連線遊戲框架、雲端運算等技術，讓墨爾本的舞者與臺北的樂團異地虛實共演，為表演藝術在虛擬世界的發展及跨域共創提供一種新的可能。

市場端：未來內容展示

匯集創意 展現跨域共創的可能性

除了新型態內容開發製作的陪伴與支持，市場對接也至關重要。為激發更多文化內容與科技產業跨域共創，一同探索市場發展先機，也刺激大家暢想未來的內容產業樣貌，文策院在「2022 TCCF 創意內容大會」規劃「未來內容展」，以「擴增宇宙運算中」為主題，集結 XR（延展實境）、互動投影、NFT 等類型的 19 件國內外沉浸式作品，匯聚文化科技應用最新趨勢，展現內容跨域應用的全新想像。

例如，本次邀請展出作品《永恆聖母院》（Eternal Notre-Dame）重現 2019 年巴黎聖母院遭受火災前的樣貌，民眾得以透過 VR 技術在虛擬場景中，跨越時空限制、探索聖母院建造歷程與人文歷史。此外，享譽國際長達 50 年的日本畫家天野喜孝，與臺灣團隊邦鼎科技攜手打造《天野喜孝 VR 美術館》，將原本 2D 的平面插畫透過 3D 模型建置轉化，



↑ 《天野喜孝 VR 美術館》將原本 2D 的平面插畫轉化，以 AR 方式展示立體畫作。



↑ 產業人士於未來內容展體驗 VR 作品。



↑ 2022 TCCF「未來內容展」以「擴增宇宙運算中」為主題，展現未來內容跨域應用的豐沛成果。



↑ 主題沙龍邀請國際產業人士分享最新國際產業發展趨勢。

民眾即可使用 VR 設備，沉浸式仿若真實又充滿奇幻色彩的虛擬美術館，鑑賞轉化成 3D 樣貌的近百幅經典畫作。從歷史地景、人文藝術到娛樂內容，國內外文化元素皆結合科技，在未來內容展呈現獨特的應用樣貌。

主題沙龍與人才交流 探索產業新樣貌

除了作品展出，文策院更於未來內容展內舉辦 35 場次「主題沙龍」，包含產業熱點、內容製作、創作趨勢、策展觀點、國際焦點五大單元，分享各式結合創意與科技的獨特觀點，邀請來自巴西、法國、奧地利、加拿大、愛爾蘭、香港等不同國家地區的機構代表、創作者、企業家齊聚一堂，分享最新國際產業發展趨勢，共同激盪、探索產業新樣貌。

展會期間有多位國際重要產業貴賓蒞臨，包括法國國家電影與動畫中心（CNC）數位內容總監 Olivier Fontenay、奧地利林茲電子藝術節總監 Martin Honzik、巴西遊戲開發公司 ARVORE Immersive

營運總監 Doede Holtkamp 等人來臺與會交流。文策院與「法國新影像藝術節」（NewImages Festival）延續先前「臺法 XR 人才交流計畫」的合作，遴選 6 位法國 XR 產業人才來臺展示作品及參與交流媒合等活動。

此外，為因應產業需求，文策院也舉辦多場交流活動，例如「未來內容原型成果發表暨交流會」，透過發表會形式為文策院輔導的未來內容原型團隊爭取更多作品發展資源。活動當天邀請創投、天使投資人、數位場域、博物館場域、前瞻技術等單位出席，並於成果發表後進行自由交流，增加相互認識及合作機會。「沉浸式場域－從孵育到製作推介會」則是以場域經營的角度發掘沉浸式內容的製作可能，攜手臺灣具代表性的沉浸式場域，開啟未來新興合製、培植孵育、技術開發的契機。

此次展會匯集國內外產業專業人士參與，不僅能藉此進行實體交流，展現臺灣未來內容領域的創作實力，促成更多國際合作、跨域共創，也為雙方找到未來潛在合作夥伴，拓展國際市場的人脈與商機。

《Body Crisis》跨域共創 展現未來展演的發展可能

《Body Crisis》是一場難以界定的混種演出，由樂團在臺北現場演奏，音樂同步傳輸到澳洲舞者所在的空間作為舞作配樂，而舞者的肢體動作透過動態捕捉技術，即時串流至雲端虛擬空間，觀眾可於世界各地登入體驗。2022年11月《Body Crisis》首次於臺灣及澳洲兩地實體演出，透過異地虛實共演模式與技術平台，為觀眾帶來一場前所未有的感官體驗。

《Body Crisis》製作團隊涅所未來的藝術總監馮涵宇指出，這次作品演出形式不同於以往，光是要找到適合的場地就相當困難，空間面積不僅要能夠容納樂團演出、又可讓觀眾自由走動，臺、澳兩地跨國異地共演的即時聲光效果、影像處理的品質與網路速度尤為關鍵。後來在文策院的推介下，找到位於臺北101的「雙融域 AMBI SPACE ONE」，其5G專網加上包覆式的沉浸投影空間，恰好符合團隊的演出需求。

「除了場地，還有技術與效能問題也需要克服。」馮涵宇指出，因《Body Crisis》即時傳輸和連線的演出形式，與過往常見的線下動態捕捉展演不同，除了須將落差草原 WWW 臺灣現場演出的影音直播串流至澳洲現場，同時間也捕捉澳洲舞者的動作，將資訊傳輸到多人共享的雲端環境，並且即時連線操控線上的虛擬替身，同步線上與線下的舞蹈演出，因此，雙向的網際網路速度是最大的重點。此外，藉由本作採用的雲端運算（Cloud Render）技術，觀眾無需使用高端的電腦設備也能在瀏覽器中體驗複雜且精緻的3D畫面。「不過這次所運用的技術，不管是基礎設施或技術開發者的費用都非常昂貴，

限制了相關的應用，但也因為有文策院的資金挹注，我們的實驗與想法才得以被驗證。」馮涵宇強調。

此外，《Body Crisis》更嘗試以公開售票的方式來實證異地虛實共演類型作品的商業模式。馮涵宇認為，這次演出的樂團「落差草原 WWW」本身就足夠吸睛，加上觀眾在虛擬世界內的互動和參與，現場還可以欣賞遠在澳洲的舞蹈表演，是一場體驗性豐富的演出；如果作品與技術發展越來越成熟，未來將可作為新型態即時展演獲利模式之一。



目前影音串流及雲端運算的相關技術還是非常昂貴，隨著基礎設施普及化，技術會越來越進步，我們就有更豐沛的能量可以創作出不同類型的作品。

—— 涅所未來藝術總監 馮涵宇



↑→《Body Crisis》結合樂團、舞蹈與線上虛擬空間，進行跨國異地演出。



↑ 觀眾戴上 VR 頭顯後即可進入《永恆聖母院》作品中領略巴黎聖母院的百年風華。

《永恆聖母院》VR 體驗 開啟多元新商模

《永恆聖母院》以2019年遭火噬的巴黎聖母院為題材，透過數位化技術重現聖母院的建造歷程與人文歷史。觀眾戴上VR頭顯後即可進入《永恆聖母院》體驗，身歷其境地瞭解巴黎聖母院從中世紀的興建到當代的修復過程，見證雋永古蹟風華。

《永恆聖母院》是由法國VR製作公司Emissive Studio製作、電信商Orange投資出品的VR導覽體驗，HTC VIVE Arts除了提供新的Vive Focus 3頭顯和技術研發支援，同時也負責華語區的發行授權。VIVE Arts總監葉心宇提及，她在2019年第一次接觸到這類型體驗的提案，就已經看到其中的發展潛力。歷經超過四年的嚴謹開發，《永恆聖母院》在畫面美術、故事性、技術創新到體驗設計都是非常完整的，最特別的是，它的形式為多人同步體驗互動，且時間長達45分鐘，都是以往比較少見的。

有了VIVE Arts資源挹注，《永恆聖母院》具備了商業模式的驗證準備，並於2022年初起在巴黎進行售票展出。葉心宇指出，由於《永恆聖母院》的內容、技術和發行端是緊密連結的，VIVE Arts除了持續和Emissive團隊進行技術的優化，也會結合在華語區、日本、韓國的團隊和資源，找到適合的合作夥伴，如展覽業者或博物館等，進行展演和Demo推廣。

葉心宇強調，臺灣有非常豐富的文化資源，VIVE Arts之前就曾和故宮博物院合作《清明上河圖》系列VR；對於未來內容的商模，《永恆聖母院》是一個很好的範例，展現文化藝術可以結合科技、打入大眾市場。透過TCCF未來內容展的展出機會，也讓更多國內產業人士瞭解這個作品，並拓展未來在臺展演多人版的合作可能。



《永恆聖母院》不管在內容開發、技術層面還是策展體驗，皆展現文化藝術可以結合科技，也能打入大眾市場，為沉浸式內容創作摸索出更多元的商業模式。

—— HTC VIVE Arts 總監 葉心宇

以戰代訓 累積具國際競爭力之產業關鍵角色

2022年，文策學院（TAICCA School）為持續培訓具有前瞻性、跨域整合能力及對接國際產業鏈需求的專業人士，開設「創業經營」、「提案培訓」、「內容開發製作」三大類型課程，全方位地為臺灣文化內容產業注入能量，強化國際競爭力。



↑「TAICCA x La Fémis 劇集劇本開發工作坊」陪伴臺灣團隊進行劇本開發、掌握提案技巧。

← 文策學院串聯國際資源，培訓業者的國際競爭力。圖為文策學院與MPA共同舉辦的「大師講堂暨提案競賽」。

一般坊間課程內容著重於純創作，加上多屬單點式獨立課程，少有線性的規劃；為了強化文化內容業者的商業思維、推動文化內容產業化，文策學院開設「創業經營」、「提案培訓」、「內容開發製作」三大類型課程，從單點課程、線性連結國際市場，同時織構人脈網絡。點線面的培育模式加上國內外專業師資授課，讓臺灣的內容作品切合國際市場取向，內容產業才能走得長久。

2022年文策學院共開設138場次課程、邀請151位國內外講師教授課程，累積6,319上課人次；其中，在國際課程的部分，共有89位國內外國際合製相關領域的影視製作人士帶案參與。

從點到面 讓作品進軍國際市場

「創業經營」包含文化新創加速器、創業輔導線上課程等專案，課程目的在提升業者的經營能力、建立交流網絡。臺灣內容產業以微型居多，透過文化新創加速器可以強化企業經營思維，推動事業體和產能升級。此外，為增加學習的便利性，文策學院也規劃創業輔導線上課程，以突破時空限制，觸及更多文化內容業者。

「提案培訓」課程針對預備參加國際展會或找尋國際合作契機的主創團隊而設計，盼能協助業者理解潛在投資人的觀點，掌握提案技巧、優化提案內容並提高媒合成功機率。「內容開發製作」課程旨在

強化內容故事力、產製能力，並媒合國內外產業資源。兩者的用意在於孵育出具備國際及商業潛力的作品，邁向國際市場，提升臺灣文化內容在全球的能見度。相關課程包含與美國電影協會（Motion Picture Association, MPA）亞太總部合辦的「大師講堂暨提案競賽」，講授節目統籌的流程、Netflix劇集劇本寫作方法等。

針對漫畫產業，文策學院邀請日本資深動畫製作人帶領「動畫企劃開發培訓工作坊」，協助學員掌握市場趨勢，產出具有國際競爭力之動畫企劃書，帶來跨國合作、通路資源及內容變現機會。此外，為了與國際強勢漫畫產業競爭，內容、產量和速度勢必得提升，因此結合產學資源推出「漫畫產業尖兵」計畫，為大專院校學生規劃漫畫開發與助手培訓課程。再加上「漫畫基地」的動漫畫開發、跨域轉譯、編輯出版等課程，為產業建構系統性的支持體系。

展前工作坊 提高展會媒合機率

考量臺灣內容產業規模普遍較小，若有國際夥伴加入與資金活水挹注，將更有機會孕育出更具國際競爭力的優質內容。為了提高國際展會的媒合機率、促成國際合製合資，文策學院舉辦提案培訓課程，分享市場趨勢，同時打磨學員的提案內容和技巧。考量長片、劇集、動畫各產業的提案大會有不同的提案模式，不同地區的買家也有不同的側重面向，文策學院依據目標國際展會的屬性、所在市場、買家輪廓、展會架構等面向規劃課程內

容及師資，為臺灣入選團隊開設展前提案培訓工作坊，以拓展國際產業視野、提升媒合機會。

2022年「Busan Story Market 展前提案培訓工作坊」，即邀請熟悉提案技巧的國際產業人士擔任業師、曾參與該展會的業者回饋分享，並進行團隊的提案試演和個別諮詢。此外，文策學院也與歐洲最主要的歐亞影視合製人才培育學程「Ties That Bind」及「義大利 Udine 遠東影展」Focus Asia 創投單元合作，共同舉辦「義大利 Udine 遠東影展－臺灣專場暨提案工作坊」，邀請擔任多個影展之製作、敘事及提案導師的專家帶領業者，進行提案演練及國際合製合資諮詢。

與國際盟友牽手 助產業走向國際

若有國際盟友協助，媒合機率將顯著提升。文策院觀察，臺灣的內容進入歐美市場時，容易面臨國內外消費者偏好差異的問題，為了提升臺灣作品在國際市場接受度，文策院與國際市場展和提案大會進行策略結盟，加強內容提案的國際競爭力。例如2022年與國際盟友 MPA 合作的「大師講堂暨提案競賽」、與歐洲影音製作人協會（European Audio-

visual Entrepreneurs，簡稱 EAVE）合辦的「Ties That Bind 2022 國際合製工作坊」及「TCCF 長片提案培訓工作坊」、與法國國立高等影音學院（La Fémis）合作的「劇集劇本開發工作坊」及「TCCF 劇集提案培訓工作坊」等。

此外，為了讓默默耕耘的臺灣作品在國際上廣為亮相，也積極拓展新的夥伴關係。2022年與法國南特三洲影展旗下之南方製片工作坊（Produire au Sud）、歐洲最大電視劇集展 Series Mania 簽署合作備忘錄（MOU），建立跨國人才培育網絡。除了培育網絡的建立，也跟國際展會合作，實際帶領業者參與國際提案，或推介新銳影視工作者參與國際交流計畫，希望提升臺灣作品的國際市占率。參與的展會或計畫包含：柏林歐洲電影市場展「國際合製市場」單元的新秀培育課程「Visitors Programme」、瑞士盧卡諾影展「MATCH ME!」計畫、韓國釜山亞洲內容暨電影市場展「Platform Busan」等。

透過文策學院的全方位培訓課程及工作坊、與國際市場展會建立合作網絡等支持策略，期望能為臺灣文化內容產業帶來更多出海的機會，讓優質作品受到國內外更多關注。



↑「TCCF 長片提案培訓工作坊」第一階段涵蓋提案方法、國際募資等，第二階段則與國際專家進行專屬洽談與諮詢。

《成為奪心魔之必要》擴大全球布局

原創漫畫《成為奪心魔之必要》是艾德萊娛樂的知名作品，為了執行動畫化計畫，營運長彭莉婷參加2022年文策院的「文化新創加速器」計畫，補強財務、法務等面向的知識。之後運用所學，透過在TCCF舉辦的「臺灣原創漫畫跨域專場」推介會與潛在合作夥伴進行精準有效率的交流。

同時，彭莉婷也報名「動畫企劃開發培訓工作坊」，不僅了解日本動畫的發展歷程、學習動畫製作流程



↑ 艾德萊娛樂的漫畫作品《成為奪心魔之必要》籌備動畫化中，預計挑戰歐美與日本市場。

《風景商號》往國際合製邁進

《風景商號》導演謝升竑曾參與2022年「TCCF 長片培訓工作坊」和「TCCF Project to Screen: Film 長片提案」。在工作坊中，透過提案、國際募資等培訓，以及團體討論、與 Ties That Bind 國際工作坊專家進行專屬洽談與諮詢等課程內容，為他打開眼界。



影視產品勢必有受眾，工作坊讓我從觀眾的角度思考影片，商業化才可以走得長久。這是蠻好的訓練，讓我的製片思維和能力提升很多。

——《風景商號》導演謝升竑

及角色設計等知識、認識潛在夥伴，也在資深動畫製作人中山浩太郎的鼓勵下，計劃將商業版圖拓展至日本。「中山浩太郎老師指出我們漫畫的優點是具有普世性和商業價值。日本的ACG產業雖然很難打進去，但他們也在尋找突破口，因此很看好我們的特異風格和敘事手法。此外，他們也想挑戰歐美市場，而我們已有15萬名北美粉絲的基礎。」未來，她將以臺日合製為目標，期待找到策略合作夥伴，一起將IP價值最大化，擴大全球布局。



「動畫企劃開發培訓工作坊」讓我了解日本動畫產業的沿革、製作流程、商業邏輯、評估趨勢及角色設計等方法，有助於動畫化計畫整體架構的強化。

——艾德萊娛樂營運長 彭莉婷

TCCF 提案場讓身兼導演與製片角色的謝升竑，有機會接觸到國際影視業者，養成新的製片思維。「過去我提案著重創作動機等論述，現在會問自己：希望觀眾從作品裡看到什麼？這樣的思維能讓作品走向市場，職業生涯走得更長久。」

此外，工作坊也有助於謝升竑理解產業運作的規則。「過去我都埋頭苦幹，相對封閉。會比較著力在製作端，比較不會接觸產業。」不只強化製片能力，也擴充他對資源的想像，他運用工作坊所拓展的視野和人脈洽談國際合製，期待未來有更多發展的可能性。



←《風景商號》是導演兼製片謝升竑創作的紀錄片。文策學院的培訓課程讓他放大眼界，開始洽談國際合製。

© 謝升竑提供

向國際說臺灣的故事

文策院持續挖掘臺灣在地好故事及潛力IP，依據企劃案及作品屬性量身規劃培訓活動，並透過適合的國內外創投及媒合單元，讓業者經由提案找到對的合作對象與買家，以利拓展全球市場。

01. 挖掘潛力提案

潛力IP
在地故事



提案優化



模擬演練



專家諮詢

02. TRAINING

03. PITCHING & MATCH

- 臺灣TCCF創意內容大會
- 日本授權展
- 法國安古蘭國際漫畫節
- 法國安錫動畫影展暨市場展
- 法國里爾Series Mania劇集展
- 義大利烏迪內遠東影展
- 義大利波隆那童書展
- 墨西哥瓜達拉哈拉書展
- 德國法蘭克福書展
- 韓國光州國際創意展
- 韓國釜山亞洲內容暨電影市場展
- and more

04. 進軍全球市場



國際資金投入



行銷通路拓展



國際合作結盟

→ 搭配文策院相關方案：

- 投資方案
- 融資方案
- 國際合作投資專案計畫

..... and more

2

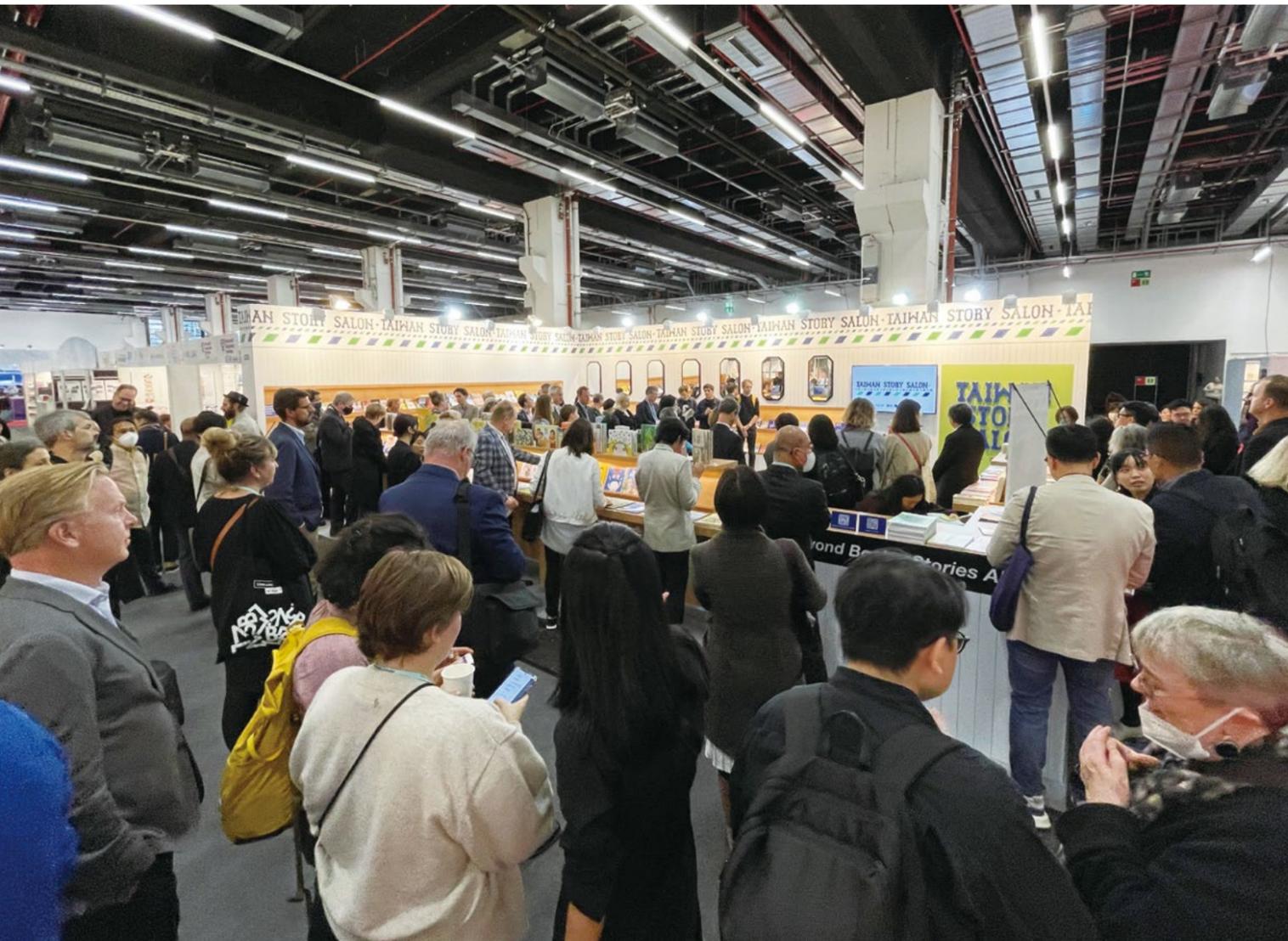
拓展全球市場

為拓展國際通路，文策院積極參與全球指標性展會，增加國際媒合及交流機會，並持續布建國際合作網絡，與重要國際夥伴策略結盟，建立常態性的雙向合作與交流。

在提升臺灣文化內容國際能見度方面，文策院除了透過設置臺灣館以形塑「臺灣文化品牌」的辨識度；同時為提升成交或合作機會，針對不同目標市場採取差異化策略，扣合當地市場特性進行精準行銷，攜手國際重要通路夥伴借力使力為產業造勢，開拓更多跨國商機，創造臺灣文化內容出海的各種可能性。

拓展多元國際通路 擴大臺灣內容輸出量能

因應全球產業生態的轉變，為有效協助臺灣內容業者建立國際通路，文策院積極參與全球指標性展會、結盟重要的國際組織及平台，帶動臺灣業者與國際合作，輔以政府與民間資金的投入，提升臺灣文化內容的國際能見度，並推動臺灣文化內容輸出至全球。



↑ 瓜達拉哈拉書展臺灣館開幕，與大會版權研習營成員交流。

← 法蘭克福書展臺灣館開幕活動熱絡，各國書展代表、國際出版媒體等共襄盛舉。

不同文化內容產業拓展國際市場面臨的挑戰不甚相同，文策院因應不同產業特性，以多元策略齊頭並進，協助業者提升臺灣內容國際能見度。例如，影視產業需要開發更多國際合作機會以拓展通路或發行管道；而出版及圖像授權產業則需同步培養版權銷售專業人才，且拓展國際版權代理人脈與商務交易管道。

2022年文策院參與18個指標性文化內容國際展會，於展會期間進行逾2,300場商務洽談會議，積極透過實體或線上推展超過2,300件臺灣影視、出版、圖像、未來內容等各式文化作品，並延續數位參展策略，線上與線下並行，提供買家即時諮詢、轉介服務，透過多元的手法將作品資訊傳遞給潛在買家與合作方，協助業者提高國際版權銷售及跨國合作機會。除此之外，文策院也持續連結國際組織，透過與國際夥伴簽署合作備忘錄建立常態性合作關係、推動創投會與提案單元進場方案等，為產業對接更多國際資源，開展各式合作。

以臺灣館前進歐美市場 搶攻疫後商機

為協助國內業者搶得疫情解封的熱絡商機，及提升版權銷售與交易機會，2022年文策院以「Beyond

Books: Stories Ahead—翻開下一頁，與故事一起去更遠的地方」帶領臺灣出版產業參與國際展會，在全球規模最大書展「德國法蘭克福書展」設立臺灣館，分為「亞洲館」、「漫畫館」和「ARTS+」三大展區，總計92家出版社共同參展、推廣並展示451件出版品，向國際專業人士介紹精彩且多元的臺灣文化內容。亞洲館展區除了展示「女性書寫」主題書區、Books from Taiwan 專區，以及出版社專區，更整合展示臺灣重要獲獎作品。「漫畫館」展區展示具外譯市場潛力之圖像小說及漫畫出版品，「ARTS+」展區則網羅近年國內文本跨域表現突出，及積極發展IP跨域的作品共計35本作品。

本次臺灣館版權會議與來自超過15國的國際出版社與重要書展組織進行超過110場會議，創歷年來新高。文策院透過各項交流及媒合活動，如版權推介會、專業論壇及漫畫音樂會等，帶動更多跨國合作與交易契機，為臺灣出版品拓展國際市場。

2022年文策院亦布局非英語系出版市場，於西語出版最大規模展會「墨西哥瓜達拉哈拉書展」設置實體臺灣館，共51家臺灣出版社參展，展出149件出版品，規劃「Books From Taiwan 專區」、「得獎書區（金鼎獎、金典獎等獲獎作品）」，以及透過公開徵集，經由熟悉西語市場的專業人士遴選設

立「出版社推介書區」與「已授權圖書區」等四區，另外，為呈現臺灣出版品的多元樣貌，特別規劃「Taiwan Comic City」與「Book to Screen」專區。

文策院亦協助國內業者主動向國際專業人士推介與大會合辦論壇，擔任論壇主持人的大會國際代表 David Unger 表示臺灣有許多好的出版品與文化部「翻譯出版獎勵計畫」，社會對於 LGBTQ 等議題都十分友善，是西語世界跟亞洲合作的第一首選。另外，亦針對臺灣兒童繪本與圖像作品，舉辦版權推介會，以及邀請來自各國版權研習營成員，與臺灣業者交流國際童書情報、臺灣童書與圖像作品的新貌與發展，建立西語與拉美市場商務網絡人脈，提升臺灣出版品的能見度。

深化長期合作 深耕歐亞市場

為加速影視內容國際合資與人才交流，文策院與世界重要影視內容市場展簽署合作備忘錄，策略性建立常態性人才交流與資訊交換的管道，也在市場展中舉辦多專屬臺灣內容曝光的活動，並協助業者開發相較難以接觸的人脈與資金。

文策院 2022 年瞄準韓國釜山「亞洲內容暨電影市場展」(Asian Contents & Film Market, ACFM) 在亞洲內容產業的影響力，透過合作備忘錄建立深度合作。文策院於本次市場展臺灣館中，攜手國內 88 家電影及影視內容業者，帶來 109 件電影作品與企劃案，以及 169 件電視類作品與會，參展量約為前一年的兩倍。展會期間，文策院為代表臺灣角逐奧斯卡最佳外語片的《該死的阿修羅》舉辦特映，營造國際聲勢。

文策院透過與 ACFM 簽訂合作備忘錄，推動臺灣成為 2022 年 IP 轉譯單元「Busan Story Market」的主題國之一，也與大會合辦臺灣提案專場，推介 10 部雙方選出的臺灣原創內容，類型跨越推理、懸疑、奇幻。同時，為吸引具跨國合製潛力的提案與臺灣合作，於展會中的「亞洲創投市場」(APM)，以及馬來西亞 FINAS (National Film Development Corporation Malaysia) 主辦的創投工作坊「mylab」，合作設立獎項「TAICCA Award」。期待透過策略聯盟，開啟更深度合作管道，讓臺灣產業參與更多以海外市場為目標的影視製作，打造更具國際共感的作品。



↑ 韓國釜山「亞洲內容暨電影市場展」IP 轉譯單元 BSM，臺灣提案專場。



↑ 法蘭克福書展臺灣漫畫館攤位，駐館版權人員推介重點臺漫作品。

在歐洲部分，為串聯起臺、歐影視產業國際化所需的資金和通路，文策院首度與歐洲最大劇集展會 Series Mania 簽署合作備忘錄建立正式合作關係，透過展會媒合資金，建立產業趨勢和商情交流網絡，合作培育國際製作人才，促成臺、歐之間更多合作開展及人才交流。於 TCCF 市場展期間，文策院邀請 Series Mania 組成歐洲買家代表團訪臺，與臺灣製作公司進行交流；代表團於提案大會中選出企劃案《台北少年·平壤少女》，獲邀參加 2023 年於法國里爾 Series Mania 劇集展「臺灣專場」提案會，向歐洲買家及影視平台提案，另藉由大會資源，參與提案培訓課程、參與媒合會議等活動，讓臺灣團隊獲得更多跨國深度合作機會。

原創圖像作品出擊 進軍韓法市場

在角色授權方面，韓國近年成為日本以外，亞洲又一具代表性的角色授權市場。文策院首度出席亞洲規模最大的文化產業綜合市場展「韓國光州國際創意展」(2022 Asia Content & Entertainment Fair in Gwangju, 簡稱 ACE) 結盟國際協會組織開發韓國

IP 授權市場，促成「台灣角色品牌授權協會」與「韓國文化內容授權協會」(KOCLA) 簽署合作備忘錄，拓展韓國市場產業人脈，緊密連動臺韓商機發展，提高臺灣 IP 商務合作機會。

參展的原創角色品牌涵蓋了出版、動畫、漫畫、插畫，以及動畫網紅等多個品牌領域。文策院於展前特地安排線上韓國角色市場商務講座，邀請 KOCLA 成員分享韓國市場現況以及拓展建議，藉



↑ 韓國光州國際創意展臺灣館舉辦產業交流茶會。

此協助業者做好相關準備，攜手臺灣原創角色 IP 布局韓國市場。

此外，文策院也於 2022 年疫後首度實體參展「法國安古蘭國際漫畫節」，成為搶攻歐陸漫畫商機的亞洲唯一代表國，帶領臺漫創作者與版權人員推動市場交易，以線上線下雙軌布局，帶領臺漫創作者與版權人員推動市場交易，首度規劃英、法雙語線上臺灣館及創作者 MEET UP 專區，以多元的行銷素材與管道，讓臺灣作品接觸更多國際買家。此次參展的國內出版業者共計 29 家、參展作品達 132 件，文策院持續深化與國際出版社的合作關係，增加法譯本的外譯版權銷售，更有助於未來版權推廣和國際聲量，並可增加進入安古蘭國際漫畫節官方選書及獲獎機會。



↑ 文策院促成台灣角色品牌授權協會與韓國文化內容授權協會簽署合作備忘錄。

版權專家駐館 為西語市場對接臺灣好書

2022 年於「墨西哥瓜達哈拉書展」，文策院邀請曾任墨西哥企鵝藍燈書屋 (Penguin Random House) 主編的班學明 (Ulises Benítez) 擔任專責駐館版權人員，協助國際人士了解臺灣出版品。過程中，他觀察到臺灣出版品的優勢在於童書，因為文化教育在臺灣被認為是重要的根本，這使得出版社願意出版一些創新的非小說類、知識性的作品；其次，千禧世代的家長偏好大人與孩童都能看得津津有味、因此出版社想要找令人耳目一新的內容並跟隨國際趨勢。

「未來如要持續經營西語市場，著力之處當屬文化政策。」班學明建議，在政策面，讓本土創作者跟出版商擁有穩定的產業環境，協助作家、插畫家與出版商更了解讀者的樣貌等，都能有助於整體出版市場。就中期目標來說，持續協助業界人士實際參與書展也很重要，使同行之間互動頻繁，有助於結識其他出版產業的關鍵人物，促進交流與合作機會。



↑ 瓜達哈拉書展版權推介會



瓜達哈拉書展是認識並了解全球西文出版的最佳入門處，文策院選擇持續在全球第二大的書展推廣臺灣出版品跟創作者，是正確決定。

—— 簡單出版西語國際業務專員
班學明 (Ulises Benítez)

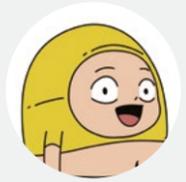
插畫家囂搞以 IP 原創角色 多元內容跨域策進國際

插畫家囂搞深耕圖文創作多年，繼轉戰動畫影片之後，近年再次挑戰自我，先是嘗試開發影集而參與文策院多元內容開發專案；進而把握走向國際的機會，成為臺灣 2022 年參展光州國際創意展的原創角色品牌陣容之一。

「文策院準備的展前課程，幫助太大了！」囂搞指出，由於過往參展多在國內，接觸的群眾多數為一般消費者，因此直到參與文策院的展前課程後，他才明白該如何精準有力地在以廠商交流為主的國際市場展中展現品牌特色，例如品牌簡介並非翻譯成英文就行，還要在設計上適度地吻合當地人的口味，才能有效吸引當地廠商目光。



↑ 插畫家囂搞於 2022 光州國際創意展展出。



文策院將大家安排在臺灣館展出，是集中力道的展現；也讓我明白，創作者若要嘗試跨領域的挑戰，就必須學會打團體戰。

—— 插畫家 囂搞

從培訓到提案大會 讓鏡文學的作品大放異彩



完全聚焦臺灣作品的臺灣提案專場是很難得的海外曝光機會。在這個舞台上，我們不僅以有趣的方式介紹故事，並整理出各個作品適合改編的要點，直接在客戶心中留下深刻印象。

—— 鏡文學業務總監 劉若昕

在 2022 年釜山「亞洲內容暨電影市場展」的 IP 轉譯單元「Busan Story Market」，文策院與大會合辦的臺灣提案專場上，鏡文學業務總監劉若昕親自上台，推介兩部入選作品：《無線人生》與《致命登入》。回想過程，她特別感謝文策院安排提案業者參與培訓工作坊。

劉若昕分析，IP 為靜態文本，欠缺影像與聲光輔助，因此臺灣提案專場形同難得的舞台，在有限的時間內，若能簡要又生動地介紹作品，可讓與會人士眼睛一亮，有效提升作者和作品的能見度。「模擬提案時，老師們從文字到圖片，針對每個環節提出專業又精細的建議，不僅指出盲點，也協助優化提案內容的架構。」她透露，在提案大會後，開了至少 30 場客戶會議，次數之多，幾乎為歷來參與 IP 授權相關展會之最。

結盟國際 提升臺灣文化科技能見度

全球未來內容產業仍在起步階段，為使臺灣搶得先機，文策院與國際展會、跨國公司展開多層次合作，短期目標為創作團隊與內容業者創造更多合作機會，長期目標則為臺灣建立文化科技的品牌形象，奠定更深厚基礎。



↑ 左 - 文策院於威尼斯沉浸式內容市場展設立臺灣館，向國際推介臺灣優秀作品與業者。
右 - 國際產業人士在「威尼斯影展」沉浸式內容市場展臺灣館體驗 VR 作品。
← 於「林茲電子藝術節」DeepSpace 展演的《臺灣專場》吸引國際觀眾目光。

近年全球娛樂與文化生活日益多樣化，結合文化創意與新興科技如 AR/VR/MR（擴增 / 虛擬 / 混合實境）的未來內容正成為趨勢，NFT 及元宇宙（Metaverse）的發展也方興未艾。由於未來內容產業為新興產業，綜觀全球發展，市場化、商業化機制皆尚未產生，臺灣挾著多元文化底蘊、科技研發實力與創新能力，逐步累積深厚的發展潛力與競爭優勢。

進軍威尼斯影展 展現臺灣創意實力

為奠定臺灣在未來內容領域的品牌力，文策院積極在指標性的國際展會上嶄露臺灣產業界的實力，例如創設影展 VR 單元的代表性先驅「威尼斯影展」。臺灣自威尼斯影展 VR 單元創立之初就持續有作品參與，歷屆入選作品亦表現傲人，光是 2022 年就有郭文泰導演《遺留》、王登鈺導演《紅尾巴》及國家人權博物館與陳芯宜導演合作之《無法離開的人》3 部作品入圍沉浸式內容競賽單元。由於創作能量深獲肯定，威尼斯創投主席主動邀請臺灣與法國並列為 2022 年度創投市場展（Venice Production Bridge）的主題國家（Country in Focus）。

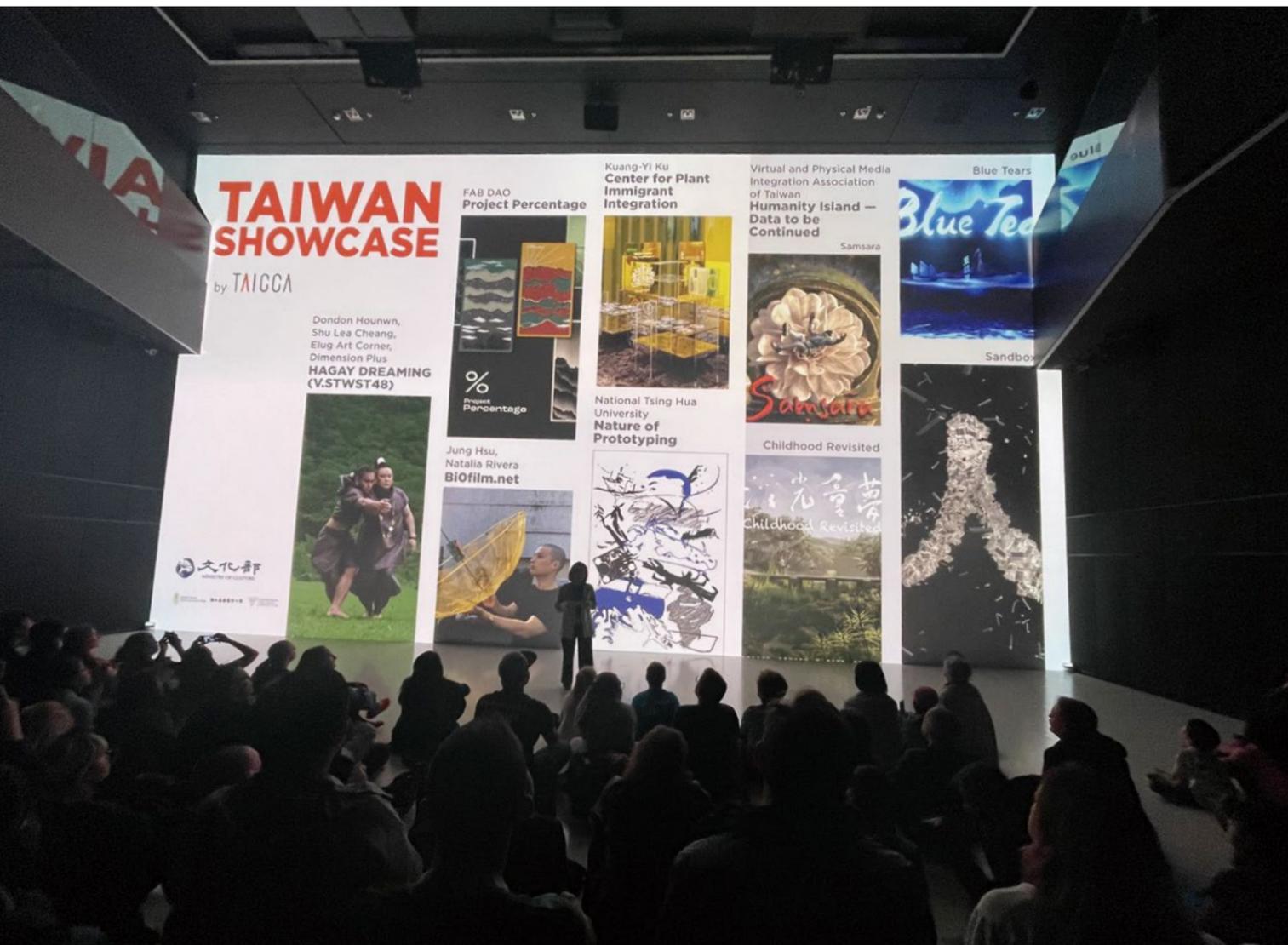
為把握此一難得的機會，文策院持續深化 2019 年

以來與「威尼斯影展」的密切合作，為使臺灣創作者與文化科技業者更為國際所知，因此於沉浸式內容市場展（Venice Immersive Market）設立線上與實體的臺灣館，徵集 70 餘件沉浸式內容，以及有意尋求國際資源與合作機會的臺灣團隊於國際平台曝光，既展現創意，也展現技術實力；此外，更推薦兩部沉浸式企劃案進入內容合資市場（Venice Gap-Financing Market），讓入選劇組進行一對一提案媒合會議，串聯內容產業國際化所需資金與通路，提供臺灣人才、技術與全球資源對接的機會。

為了讓國際業界看見臺灣優異的創作與豐沛的產業量能，文策院邀集跨領域的臺灣文化科技業界代表，以「文化與科技 - 臺灣未來內容共創力」為題舉辦論壇。現場吸引國際業界人士與會，促成的交流與合作機會亦在展會後持續發酵。

攜手林茲電子藝術節 合製公益專案

在數位藝術領域，全球規模最大、歷史最悠久的「林茲電子藝術節」亦是臺灣不可缺席的國際展會。該展會主辦單位林茲電子藝術中心長年與數位科技、數位藝術網絡以及學界保持良好互動，擁有包括藝術家、科學家及藝術社群等廣泛多元的人脈網絡。



在 2022 年的「林茲電子藝術節」，文策院首度與林茲電子藝術中心合辦臺灣專場展演，由林茲電子藝術中心策劃，邀請具國際視野且有拓展潛力的臺灣作品《百岳計畫》、《藍眼淚》及《沙盒》等，在林茲電子藝術中心內的 DeepSpace 8K 投影空間進行沉浸式演出。

其中《百岳計畫》最初由臺灣公益 NFT 自治組織 FAB DAO 發起，後續得到文策院與林茲電子藝術中心合製計畫支持。該計畫邀請 5 位生成藝術家王連晟、王新仁、林逸文、林經堯和吳哲宇，以臺灣山稜線為題材，運用程式碼勾勒出百座臺灣山巒，再由藝術家黃新編碼，將 5 件作品共同展示，並以 NFT 形式販售。由於百岳 NFT 同時為「治理代幣」，由收藏者共同治理所有百岳的營收，並將所有資本再投入具 Web3 概念的臺灣公益生態系，支持臺灣非營利公益團體運作，以此落實分散、永續、自治的精神。

與 Meta 合作 臺灣原創內容躍上國際

為協助臺灣未來內容產業搭建國際交流管道，文策院近年積極與國際展會組織（包含英國、法國）及跨國企業（Meta）合作，共同培育人才及促進雙邊交流，進而推動更多國際合製內容。2022 年文策院延續與法國最大沉浸式藝術節「新影像藝術節」（NewImages Festival）的策略結盟，簽署「臺法 XR 人才交流計畫」（XR Days）合作備忘錄，持續建立常態性的雙向交流，並深化臺法在未來內容領域的合作。

2022 年文策院首度獲得英國重要文化內容中介組織 Creative UK 的邀約，參與英國規模最大、每年均吸引超過 60 國參加的線上創意內容產業展會 Creative Coalition Festival。透過雙方共同辦理作品展演、大師班與媒合會等 3 場活動，讓臺灣 13 組團隊與英國產業界人士及專家進行線上交流，深化臺灣內容產業在技術、人才等層面的國際互動，獲得許多正面回饋與潛在合作機會。

觀察國際企業動態，Meta 將臺灣視為布局亞洲元宇宙市場的前哨站，2022 年在臺灣成立亞洲第一座「元宇宙 XR Hub」社群空間，並首度與文策院合作展開多項扶植未來內容產業的計畫，如 XR 內容開發、國際市場通路開拓、參與 TCCF 創意內容大會及人才培育等。

Meta 不僅投資資金支持臺灣原生的內容創作，例如以北港朝天宮為主題的《臺灣文化元宇宙》及未來內容原型開發案《感官窺鏡》，同時也提供資源支持宣傳推廣，將臺灣原創內容輸出國際。透過與國際夥伴的分享、交流與媒合，文策院建立起臺灣創作團隊、業者與國際合作的網絡，持續深化臺灣在全球 XR 內容領域的影響力。



↑ 文策院於威尼斯影展辦理「文化與科技－臺灣未來內容共創」沉浸式論壇。



↑ 臺灣與法國產業人士透過「臺法 XR 人才交流計畫」進行一對一交流媒合。



↑ Meta 於 TCCF 主題沙龍舉辦 MR 創作經驗分享與趨勢觀察。

《百岳計畫》藉國際展會開展新機會



FAB DAO 團隊過去完全沒有與官方單位合作的經驗，但這一次的合作，讓我們獲益匪淺，成效超乎預期。

—— FAB DAO 共同創辦人、
《百岳計畫》發起人與策展人 黃豆泥（黃彥霖）



↑ 《百岳計畫》於林茲電子藝術節展出。

臺灣沉浸式內容揚名威尼斯影展

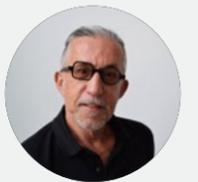
2022 年臺灣在威尼斯影展沉浸式內容單元成績斐然，由陳芯宜執導的《無法離開的人》更於沉浸式競賽單元獲得最高榮譽「最佳體驗大獎」，讓沉浸式內容單元的兩位策展人 Michel Reilhac 和 Liz Rosenthal 對臺灣豐沛的創作能量留下深刻印象。

兩人指出，「威尼斯的 Immersive / XR 競賽單元已邁入第六年，每年都能看到臺灣有很多傑出的創作。」經過一整年的挑選後，最終兩位策展人也選了 3 部臺灣作品入圍沉浸式內容競賽，另外 4 件企劃案則入選合資市場展，再一次顯示臺灣確實是沉浸式內容創作的重要陣地。兩人也認為，文策院近年陸續推出的相關作為、支持方案，不但關係著臺灣作品的好表現，也代表臺灣在沉浸式領域深耕，有如經營一個社群，既放眼未來，也不忘精益求精。

2022 年臺灣公益 NFT 自治組織 FAB DAO 在文策院與林茲電子藝術中心的協助下，將作品《百岳計畫》帶到「林茲電子藝術節」，共同創辦人黃豆泥認為參展收穫遠超乎想像。

「看不見的幫助，遠比具體的協助來得更多更大。」黃豆泥分析，在虛擬且非營利社群的實踐過程中，特別需要各式各樣的人提供資源，才能完成目標，因此人際串聯與機會往往是比資金更重要的資源，而這次展會期間和與會人士的頻繁交流，以及和林茲電子藝術中心、文策院的討論過程，都產生了深具意義的人際聯繫與機會，至今仍持續發酵。

黃豆泥也發現，在國際上，《百岳計畫》的參與規模與方法論都是罕見而先進的，這強化了他的信心，也期許 FAB DAO 未來擴大國際合作的可能，讓海內外想要投入公共性新科技的實踐者，都能做更有效的連結，讓臺灣模式可以被國際看見。



臺灣因其國家資源的支持而使沉浸式創意內容這種新的藝術形式能獲得資金挹注，成果不但有效，且作品數量豐富，在這方面臺灣可謂典範。

—— 威尼斯影展沉浸式內容單元
共同策展人 Michel Reilhac

增加國際洽商機會 促成內容版權交易

為積極拓展海外市場，將臺灣內容引薦給國際買家，文策院除了積極參與各類型國際展會，更打造亞洲文化內容交易市場「TCCF 創意內容大會」，吸引國內外產業人士齊聚臺灣，增進版權交易與跨國合作機會。



↑ 「CONTENT MARKET 內容交易市場」透過 SHOWCASE 推介會，有效連結國內外資源。
← 2022 TCCF「CONTENT MARKET 內容交易市場」洽談熱絡。

受疫情與數位化趨勢的影響，文化內容產業於近年經歷多重改變，尤其在線上串流平台、沉浸式體驗、社群網絡等科技發展的推波助瀾下，正迎來爆發式的成長。為穩定並持續地將臺灣內容接軌國際買家，文策院「TCCF 創意內容大會」以「Taiwan Is Your Best Partner in Asia」為定位，將臺灣原創內容作為核心，匯聚年度潛力 IP 成品及提案，為臺灣內容業者媒合國際合製資源，擴大 IP 跨域應用和交易機會，協助臺灣文化內容產業順利接軌國際。

聚集最強內容 擴大 IP 交易與合作

TCCF「CONTENT MARKET 內容交易市場」在作品展示與交易洽談上扮演關鍵性角色。為促進電影、電視、動畫、出版改編等多元內容產業及跨媒體作品的版權交易，內容交易市場不僅為國內外買家、賣家準備包含線上、線下的內容作品展示空間，也提供交易洽商服務，促成電影、電視、動畫產業相關的內容版權交易。

2022 年全球逐漸走出疫情影響，國際實體交流復甦，在文策院的布局下，臺灣與國際間所串聯的能量在 TCCF 充分體現，共有超過 60 個國際參訪團，陣容浩大，內容交易市場則集結 133 間國內外參展公司，包括 121 間國內賣家與 12 間國際賣家，而創下歷年新高的 812 件參展作品，較前一年增加 100 件作品。

參展作品類型橫跨影視、出版、動漫、表演藝術、遊戲及跨應用等領域，更不乏金獎之作、話題之作

與跨國合製作品，例如獲得第 57 屆金鐘獎多項大獎肯定的《良辰吉時》、臺劇《俗女養成記 2》、國片《流麻溝十五號》、以探索臺灣山林為主軸的實境節目《極島森林》、收視表現亮眼的綜藝實境節目《來吧！營業中》，以及民視與馬來西亞聯手跨國合製的偶像劇《決勝的揮拍》等，吸引不少國外買家前來詢問合作機會。

實體線上雙軌並進 強化招商動能

「CONTENT MARKET 內容交易市場」的作品類型豐富而新穎，共吸引來自 25 國、156 位國際買家來臺參展洽商，買家陣容中包括全球串流影音平台龍頭 Netflix、馬來西亞知名跨國傳媒娛樂投資公司 Astro、韓國娛樂巨擘 CJ ENM 集團、韓國三大無線電視臺 KBS、MBC、SBS、日本東京電視臺、新加坡新傳媒（Mediacorp）媒體集團等指標性媒體單位參與線上或實體洽談。展會交流熱絡，提供不同類型的臺灣文化內容作品、人才、投資人等資訊，促進國際合作與交易機會。

「CONTENT MARKET 內容交易市場」不只促成影視、出版等相關內容版權交易，同時舉辦的 5 場「SHOWCASE 推介會」，透過實體及線上雙軌進行，共推介 51 件作品，包括臺灣原創漫畫、主打多元性別族群的影音平台、出版跨域媒合、兒童電視節目，以及 VR 沉浸敘事等，為跨媒體的多元題材故事，強化招商動能，有效吸引國內外合作夥伴，「CONTENT MARKET 內容交易市場」延伸交易金額估計超過新臺幣 10 億元。

扣合目標市場特性 精準行銷

為提升臺灣文化內容在全球的知名度，除年度性的國際展會外，文策院亦積極另闢新管道，根據目標市場採取因地制宜策略，攜手重要通路夥伴並結合國際趨勢與產業發展動向，借力使力為產業造勢，以精準行銷進行商業拓展。



↑ 於 mk2 實體戲院外大型螢幕宣傳本次活動。

← 文策院與日本角川合作臺灣外譯與合製計畫，讓臺灣作品翻譯上架於日本漫畫平台「Comic Walker」。

文策院在 2022 年共執行了 7 檔國際行銷活動、5 項國際獎項及 XR 作品行銷專案，以及 2 項跨國產業網絡布建，針對不同目標市場，依當地民情與國際銷售平台及專業單位合作，挑選潛在消費者偏好的作品進行推廣，先吸引當地民眾和業界對臺灣文化的關注，再進一步開拓更多跨國商機及合作機會。

臺灣外譯推廣到合製新作 打開日本市場

針對日本市場，看準日本民眾喜愛臺灣美食和茶飲，文策院與誠品生活日本橋及茶飲專賣店「HAPPY LEMON」合作，在東京舉辦為期一個月的「臺灣漫畫喫茶」活動，向日本市場精準行銷，推廣臺灣漫畫。活動內容除了面向一般民眾的主題展區與限定臺茶飲品外，亦針對日本出版、內容業者舉辦臺漫版權推介會，吸引 30 家出版社、近 60 位專業人士到場，活動成果豐碩。此外，已有超過 8 部作品和臺灣出版社洽談版權銷售。本次活動獲得 184 則日本媒體熱烈報導，同時也舉辦 IG 分享打卡與推助人氣臺漫投票活動，吸引超過 1,000 位日本民眾投票，於誠品生活日本橋店展售的日譯臺漫開展一週即售完。

臺灣漫畫作品近年屢獲日本國際漫畫多項大獎，深獲日本市場關注。文策院與日本大型娛樂出版集團之一的角川集團簽署合作備忘錄，首先由角川集團

從《CCC 創作集》選定 4 部具日本市場潛力的作品，文策院翻譯為日文後，連載在日本月平均瀏覽數超過 2 億人次的「Comic Walker」平台。接著借重角川編輯部對市場的敏銳度，由文策院媒合臺灣漫畫家與角川編輯共同創作新作品，未來將同時在日本「Comic Walker」與臺灣《CCC 創作集》連載。此為首次臺日漫畫合資創作模式，希望借此機會讓臺灣漫走入海外產製體系。

不僅是漫畫，為增進臺日音樂產業交流及跨國合作機會，文策院也與全球最大獨立音樂數位版權代理 Merlin 合作，由 Merlin Japan 藉其於全球音樂市場之經驗，分享市場觀察及出海成功案例，共計 24 間臺灣音樂廠牌出席，後續聯合 Merlin Japan 及日本 IMCJ 共同舉行媒合交流會，活動吸引逾 30 組臺灣音樂團隊報名，最後促成 12 組臺灣音樂團隊與 7 家日本業者進行 28 場媒合洽談，彼此瞭解臺日音樂產業概況以及創造合作的可能性。

臺片進軍法國 串流實體同步播映

為讓法國與歐洲民眾更熟悉臺灣作品，文策院首度與多角化經營的歐洲知名影視品牌「mk2」合作，策劃「Bonjour La France, ici Taiwan - From the Greats to the Brighters」，在串流平台「mk2 Curiosity」進行臺灣電影放映活動。聚焦「mk2」偏向中產階級、愛好藝術類型影片的觀眾群，連續 3 週上架包括動

畫短片《夜車》、動畫長片《幸福城市》、劇情片《大佛普拉斯》及《冰毒》等 21 部臺灣電影；在實體劇院售票之電影，則包含《初戀慢半拍》、《美國女孩》、《刺客聶隱娘》等從大師到新星的作品。透過當地關鍵夥伴合作，藉由實體電影院與線上串流平台的兩大管道，除培養臺灣電影在法國市場的觀影客群，臺灣影視業者也能夠獲得當地市場趨勢與觀眾反應。

前進南韓、澳洲 行銷臺灣文化魅力

韓國富川國際影展是亞洲重要的類型影展之一，2022 年共有 10 部臺灣電影入圍。挾影展入圍熱度，文策院趁勝追擊首度在韓國舉辦「我們要交往一下嗎？臺灣」主題活動，在首爾特色書店設置書展，集結在韓已出版的臺灣相關韓文書籍、熱門臺劇及電影原著小說、以及尚未在韓出版、適合推薦給韓國讀者的圖文著作數十部。除在活動現場書店販售外，也串聯知名網路書店線上販售，並舉辦 2 場作家座談會，以插畫及旅遊等較為生活化的題材引領韓國大眾了解臺灣，2 場活動共吸引超過 1,000 人報名，整體活動媒體露出超過 120 則，KOL 貼文獲得超過 5 萬次瀏覽量，透過座談活動吸引韓國民眾與韓國出版業對臺灣文化的關注，進而增加作品外譯、影視化等機會。

為協助臺灣內容產業跨足澳洲影視界及文化圈，文策院首度與「澳洲臺灣影展」合作，在影展期間舉辦 2 場「Industry Circle」，呈現臺灣在影視跨國合製中的優勢，讓當地產業了解臺灣是亞洲最佳的合作夥伴。活動期間進行多元社群廣告行銷，帶動影展官網點閱率突破 12 萬 5,000 次，較前一年成長



↑ 於韓國首爾特色書店舉行推介活動，吸引韓國出版社及當地讀者共襄盛舉。

近七成，其中超過七成訪客為英文使用者、兩成為中文使用者。此外，文策院也與澳洲最大影視網站「Filmlink」合作，在影展期間刊登橫幅廣告，活動獲澳洲兩大報之一的《Sydney Morning Herald》主動專文報導，整體報導數達 80 則以上。



↑ 文策院與 Google 合作推動「YouTube Music Sessions in partnership with TAICCA」計畫，入選藝人包含盧廣仲、血肉果汁機、Julia 吳卓源、Leo 王、八三夭。

攜手 Google 以數據行銷及分析 擴展東南亞音樂市場

為增進產業善用數位工具探索出海路徑及方法，文策院首度與 Google 簽署合作協議，聯名跨國影音平台 YouTube 推動「YouTube Music Sessions in partnership with TAICCA」行銷及數據計畫，選薦 5 組具海外市場潛力的臺灣藝人，包含盧廣仲、血肉果汁機、Julia 吳卓源、Leo 王、八三夭，並集結多組獲國際殊榮的影音團隊，包含有機像素、源活娛樂、聲色盒子等，以一鏡錄製具多語字幕轉譯的高品質展演影片，讓海外看見與聽見臺灣多元音樂及專業拍攝實力。

文策院也借重 Google 經驗，以數據擬訂數位行銷策略，向新加坡、馬來西亞、越南、印尼等東南亞市場推廣，帶動藝人頻道觀看時長增加超過 267%、110 萬小時，影片創下近 1,000 萬觀看數，其中超過 8 成為海外觀眾，並透過數據分析，觀測導流後的趨勢變化，藉由專題報導，共享數據洞察及經營收穫，作為產業進軍國際市場策略參考。

臺日漫畫合製 促進產業國際化合作發展

對於與臺灣創作者合作，角川集團漫畫合製計畫總編輯兼部長石脇剛認為，臺灣和日本的創作者對於人事物的感受性相當接近。透過年輕世代創作者實際的觀點描繪出的作品，都讓日本讀者深感興趣，像是高妍的作品《綠之歌》在日本就廣受好評。至於文策院與角川集團合資創作全新漫畫作品，石脇剛認為臺灣漫畫家的素質相當優秀，非常期待臺日共同合作產生的火花，會帶來怎樣的精彩作品。

石脇剛分析，此次在「Comic Walker」平台上連載的四部漫畫都相當出色，透過數據分析這些作品在平台曝光後，接觸到很多第一次看臺灣漫畫的讀者。希望透過「Comic Walker」平台曝光，能讓更多日本讀者認識臺灣漫畫。關於合資創作漫畫的進度正如火如荼進行中，角川編輯和臺灣漫畫家們正一起準備連載新的內容，讀者們可密切關注。

實體與串流平台 投其所好擴大客群

深耕當地市場最好的方法就是找到最瞭解當地觀眾的通路夥伴。「mk2」臺灣電影放映活動專案負責人 Loris GerouDET 分析，法國觀眾對臺灣電影的印象普遍來自於侯孝賢、蔡明亮、楊德昌等大師的作品。為了讓觀眾更加認識臺灣當代電影的多元與豐富性，這次挑片重點放在 2010 年後曾入選國際影展，且頻頻出現在串流平台上的新星，讓觀眾認識臺灣電影的優勢除了大師級的純文藝電影，還有前輩影人與新生代傳承。



如今臺灣電影要打入法國市場，網路支持度變得相當關鍵，透過在像 mk2 Curiosity 這樣的串流平台播映短片，能觸及更多觀眾，也更精確地定位客群，進而在發行期間吸引更多觀眾進電影院。

——mk2 臺灣電影放映活動專案負責人 Loris GerouDET



我對於文策院推廣臺灣文化內容產業所扮演的角色很有興趣，希望透過參與專案的經驗，能進一步瞭解這個單位在提升相關產業的努力。

——文策院漫畫合製計畫負責人、角川集團總編輯兼部長 石脇剛

Loris GerouDET 指出，常上電影院的客群偏向 30 歲以上的都會巴黎人，其中以女性占多數，且普遍擁有良好文藝素養；而線上活動的客群則是以 24 至 35 歲年輕人為最大宗，有一半住在巴黎以外的地區。這次活動採取電影院打頭陣、再以串流平台持續播放的混合模式，並分眾選片打入不同客群。例如，在電影院選擇播放大師級與潛力新星導演的獲獎劇情長片；而在串流平台，則挑選具開創性的作品，依據各管道觀眾各自的特性，引領觀眾認識題材多元的臺灣電影。



↑ 文策院與 mk2 合作策劃臺灣電影放映活動，開幕放映《初戀慢半拍》。

3

推動關鍵基礎建設

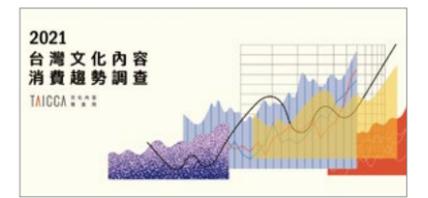
為健全文化內容產業生態，文策院持續提供臺灣業者可應用之資源與服務，降低進場門檻及產製成本，包括務實有效的「產業研究調查」，以協助業者資訊蒐集與經營策略規劃；同時強化實體及數位服務，升級「CCC 數位平台」及「TDAL 臺灣數位模型庫」，打造「臺灣漫畫基地」及「IP 內容實驗室」作為創新內容產製搖籃，為產業提供關鍵基礎建設，促進產業創新動能。

提供調查研究與國際趨勢分析 協助產業決策

為協助文化內容業者進行市場評估與掌握產業動態，以作為決策參考，文策院定期透過線上資料庫服務、研究報告及實體活動，分享臺灣文化內容產業發展及消費趨勢調查研究成果，並期許與國際智庫建立長期合作關係。



- ↑ 文策院定期發布包含多元產業與議題的產業調查報告，以及刊物《TAICCA 誌》，協助業者掌握市場動向。
- ← 2022 TCCF 大會「FORUM 國際趨勢論壇」集結 45 位國內外專家來臺演講，探討各產業最佳產製實務與全球內容趨勢。



資訊泛濫的時代，懂得掌握趨勢、分析現況、看懂數據，才能做出好的決策。為提供務實、有用的商情資訊，文策院定期研究臺灣及國際文化內容產業發展趨勢，以產業調查、消費趨勢及國際商情分析為主要面向，藉由線上產業資料庫服務，提供業者可查找的產業數據。此外，文策院透過與國際智庫建立合作關係，協助國外產業人士了解臺灣文化內容產業現況與發展潛力，促成更多合作及投資機會。

從產業調查到消費趨勢 雙軌並進

產業數據與情報往往龐雜，為此文策院推出「TAICCA 產業研究資料庫」，定期發布產業調查報告及提供影視、出版、漫畫、遊戲、流行音樂等產業的國際商情資訊，並將繁雜的數據簡化或視覺化成為易於吸收的內容，從而更方便業者觀察分析產業數據。

文策院在 2022 年相繼發布《2021 年臺灣文化內容產業調查報告》（共 4 冊）、編印《2021 年臺灣文化創意產業發展年報》，協助產業及相關單位掌握文化內容產業最新發展趨勢。除了整體產業面貌，因消費行為會影響產業與產品的發展型態，文策院也執行《2021 臺灣文化內容消費趨勢調查報告》、《2021

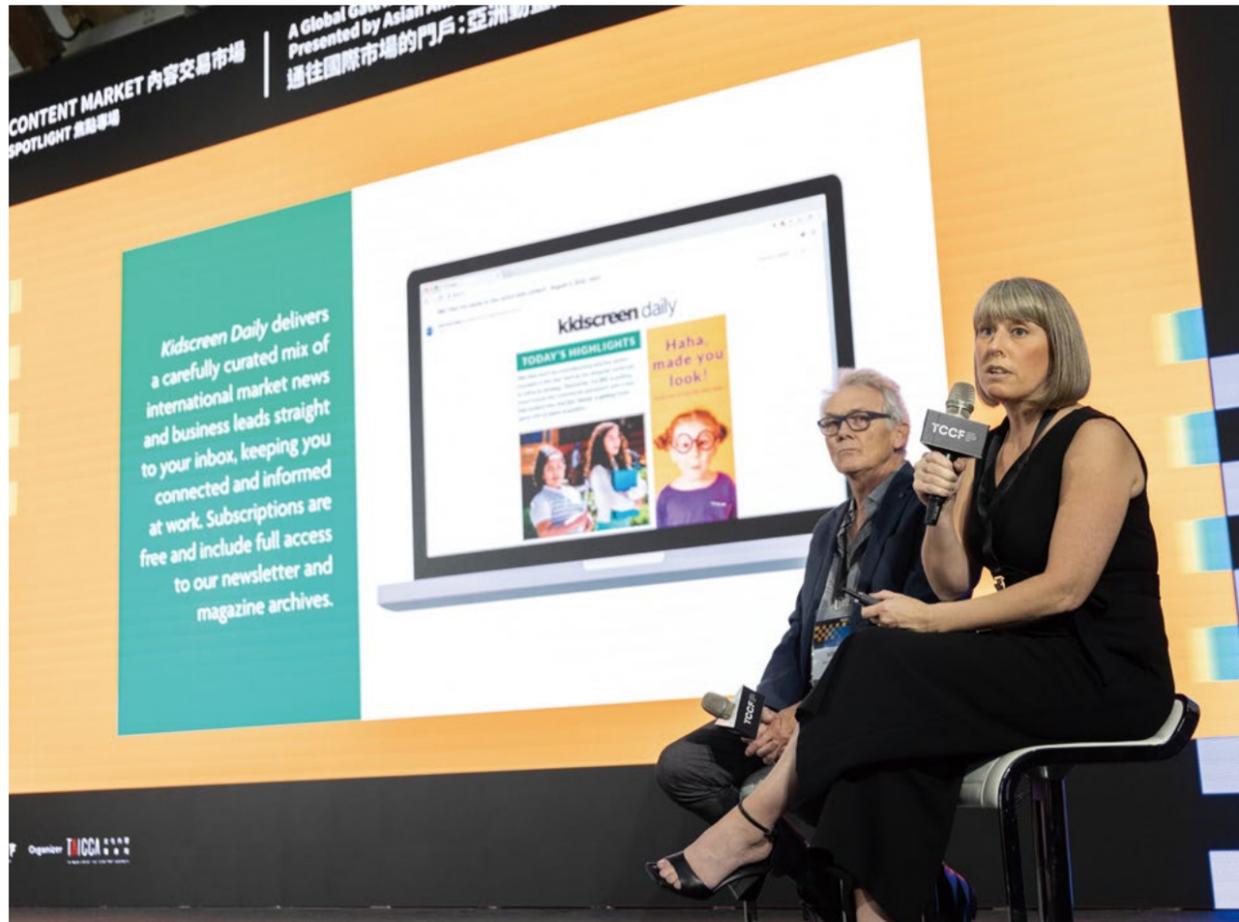
跨域文化內容閱聽調查報告》，針對影視、廣播、Podcast、音樂、表演藝術、出版、電玩遊戲、漫畫與原創角色等文化內容消費領域進行問卷調查，呈現臺灣消費者於各領域閱聽、參與的喜好，反映我國文化內容消費市場狀況，提供各界參考運用。

因應產業樣態趨勢 辦理專題研究計畫

除了提供消費市場資料給業者做決策的參考，文策院也觀測整體產業發展情形，因應各產業樣態或業務推進需求，進行專題研究，例如為確實反映出出版產業議題，以獨立書店為例，於 2022 年 3 月發布《臺灣獨立書店產業營運數據分析報告》，描繪臺灣獨立書店自 2014 年以來的發展面貌，作為出版產業未來策略發展的重要參考資料，促進出版產業生態的良性循環。

此外，文策院也透過定期刊物《TAICCA 誌》及《文策報》，對外發布最新調查研究成果、產業現況及市場情報，從非同質化代幣（NFT, Non-Fungible Token）、元宇宙（Metaverse）、人工智慧（AI）到 OTT 服務（Over-the-top media services）、Podcast、Webtoon 等新興商業模式，協助業界掌握最新趨勢。





↑ 文策院透過多元主題場次之趨勢論壇，帶動國內外專業人士交流創意與經驗。

接軌國際趨勢 尋找更多合作可能

為將臺灣優質文化內容推向國際市場，同時也把國際最新趨勢引進臺灣，文策院持續與國際產業觀測組織及智庫建立合作關係，諸如世界經濟論壇（World Economic Forum）、英國中介組織 Creative UK 及媒體研究諮詢公司 K7 Media、韓國 KOFIC（Korean Film Council）、泰國 Pubat（Publishers and Booksellers Association of Thailand）等，透過機構間的資訊交流取得產業重點報告，同時將臺灣影視、出版、流行音樂及遊戲等產業數據提供國外智庫，以利國內外產業夥伴尋找更多合作的可能性。

文策院除透過網站、社群、出版品等跨媒體管道發布調研成果，提供各界充分運用，更結合 TCCF 創意內容大會舉辦「FORUM 國際趨勢論壇」，從故事、資本、科技三大方向聚焦，探討各產業最佳產製實務與全球內容趨勢，包括 10 場產業對話

（Industry Talk），內容聚焦影視國際合製、國際市場拓展、產業投資籌資動向、科技應用趨勢等，帶動國內外專業人士交流創意與經驗，以及 5 場焦點專場（Spotlight），提供國內外合作夥伴媒合與分享新知的舞臺，拓展專業人脈連結與未來國際合作商機。

文策院以綜觀性及國際性的研究視角，持續梳理及分析歸納臺灣文化內容產業的發展趨勢，因應業界對公開資料的需求，不斷調整「TAICCA 產業研究資料庫」的版面呈現與功能，優化使用者體驗，充實資料庫內容，2022 年共發布逾 260 篇國際商情，累計閱覽人次逾 2.5 萬；2022 TCCF「FORUM 國際趨勢論壇」集結 45 位國內外專家來臺演講，現場交流熱絡，為尋求國際資金的創作者和製作人提供與全球買家和合作夥伴建立聯繫的機會，促進臺灣文化內容產業接軌國際。

打造服務平台 協助產業應用

數位閱讀為現今國內外漫畫族群主要閱讀管道之一，為扶植具有轉譯成其他文化內容產品潛力的漫畫產業，文策院強化「CCC 數位平台」功能及服務，設置品牌專區及開啟金流服務。另一方面，為降低應用數位模型的內容產品產製成本，文策院持續投入維護「TDAL 臺灣數位模型庫」，建構有利產業發展的資源。

CCC 數位平台讓漫畫家及出版業者可以專注經營內容，同時推動產業嘗試開發網路漫畫。而 TDAL 臺灣數位模型庫則持續擴充 3D 模型素材並打造示範案例，盼促成實際商業應用。

式。文策院為了鼓勵臺灣漫畫產業升級，打造、營運並優化 CCC 數位平台，讓漫畫家和出版業者得以全力衝刺內容的開發和經營。

CCC 數位平台 拓展臺漫閱讀管道

隨著閱讀線上化，閱讀紙本漫畫的人口逐漸下滑，日韓等漫畫強國已發展出成熟的數位漫畫商業模

平台改版 增品牌專區與金流功能

2022 年，CCC 數位平台進行改版，啟用金流串接、建置品牌專區，集中臺漫的能見度，並開放出版業者自由決定漫畫收費策略、支持臺漫產業測試出有



↑ 左 - 文策院首度參加「台北國際書展」，規劃座談、紀念品、平台金幣等活動，吸引民眾體驗數位閱讀臺漫的便利性。右 - 於 2022 漫畫博覽會舉辦 CCC 創作集聯合簽名會。

效的經營模式；而藉由建立「付費搶先看」等讀者付費機制，除了讓作品得到比較準確的市場驗證，平台收入扣除第三方金流等成本後，會回流支持內容創作端。改版後的品牌專區截至 2022 年底已有 9 家出版業者進駐，刊登作品 55 部。

行銷 + 國際合作 提高臺漫能見度

為了提升臺漫作品的能見度，CCC 數位平台於 2022 年首度參加台北國際書展，邀請民眾體驗臺漫便利的數位閱讀。同年，平台上的原創臺漫作品登上 60 台公車車體廣告，在臺北、臺中和高雄開跑。改版加上行銷效益，平台瀏覽率成長最高達 33%。

除了強化臺漫的國內知名度，文策院也推進國際市場。2022 年 4 月與日本大型娛樂出版集團之一的角川集團合作，讓 CCC 數位平台中具有市場力的臺漫登上日本人氣平台「Comic Walker」。此外，針對臺漫目標市場，文策院在線上推出「TAIWAN COMIC CITY」，透過英、法、日文的外譯行銷，突破語言的限制呈現臺漫作品的魅力，目標藉此帶動海外版權銷售成長。「TAIWAN COMIC CITY」共推出 49 部臺灣漫畫作品的英、法、日語試閱版，製作總計 30 多部語有聲漫畫短片，希望讓外國讀者同步以視、聽覺體驗臺灣漫畫獨有特色。同時也推出共 5 篇多語專文，向外國讀者與專業人士介紹臺漫發展與亮點。「TAIWAN COMIC CITY」於世界各大書展如「法國安古蘭國際漫畫節」露出，與國際版權代理合作，線上線下分進合擊推動行銷，提高版權交易成交機會。

臺灣數位模型庫 降低內容產製門檻

臺灣數位模型庫的建置，有助於文化內容創作者減少製作 3D 模型的時間和人力成本，將精力用於創意表現。例如在影視端，《茶金》、《斯卡羅》等臺劇於拍攝期間就直接運用現成的數位模型，不需再費時建模。

而為了擴大文化內容業者對數位模型創新應用的想像，藉此增加內容延伸應用的價值，讓數位模型創作端得以享有更多收益，進而帶動產業的正向循環，文策院持續推動臺灣數位模型庫的能見度，並打造示範案例，以成為具有在地特色的商業模型平台。

優化平台 提出模型運用可能性

在臺灣數位模型庫的經營上，文策院改善搜尋引擎功能，讓使用者能更直覺地找到符合期待的模型，同時也簡化交易流程，營造友善的購買體驗，健全長期營運的基礎。為了擴增臺灣數位模型庫素材，文策院持續對外徵件，也與文化部「文化科技黑客松」活動合作，開發潛在的民間文化科技團隊，並引導團隊使用臺灣數位模型庫資源，提升模型庫運用效益。同時，持續邀請具國際實務經驗的講師舉辦「臺灣模型素材酷」線上工作坊及講座，讓創作者學習模型運用的技術並找到新方向。

而為了發展數位模型的跨領域創新應用，文策院也順應趨勢及市場需求，與國內業者運用數位模型產製具有臺灣元素的模擬飛行風景模組，期望藉由示範案例提出應用的可能性，促進產業蓬勃發展。



↑ 「福爾摩沙模擬飛行模組開發計畫」運用臺灣數位模型庫的模型，有效降低「恆春航空站」地景模組的製作成本。

恆春航空站地景模組 示範應用可能性

2022 年 6 月，適用於微軟模擬飛行的地景模組「恆春航空站」，於第三方模擬市場平台 simMarket 上架販售，此為文策院與福爾摩沙模擬飛行模組開發計畫，多元應用臺灣數位模型庫的合作成果。

全球航空業近幾年受疫情影響營運深受挑戰，虛擬世界的飛行員卻相當活躍。模擬飛行除了能突破時空限制航行世界，同時也是立志成為正規飛行員的練習場域。文策院觀察到這樣的國際趨勢，與擁有虛擬互動領域超過十年經驗的酷米文化合作，以臺灣數位模型庫 8 組模型完成「恆春航空站」地景模組，成品於 simMarket 平台販售，讓全球虛擬飛行員與創作社群看見臺灣的產製能力。

酷米文化專案經理黃冠華表示，臺灣數位模型庫的數位模型節省不少地景製作的時間和人力成本。由於數位模型不只需要建模，還要做材質貼圖，若 8 組模型從零製作，得耗費一、兩個月的時間，若又要求比例正確，還會增加現場丈量的成本。「數位模型的資源會加速製作時程、降低成本，對資源有限的中小型 Indie Game（獨立遊戲）團隊、AVMR 廠商來說尤其需要，他們一般依賴全球的模式庫，

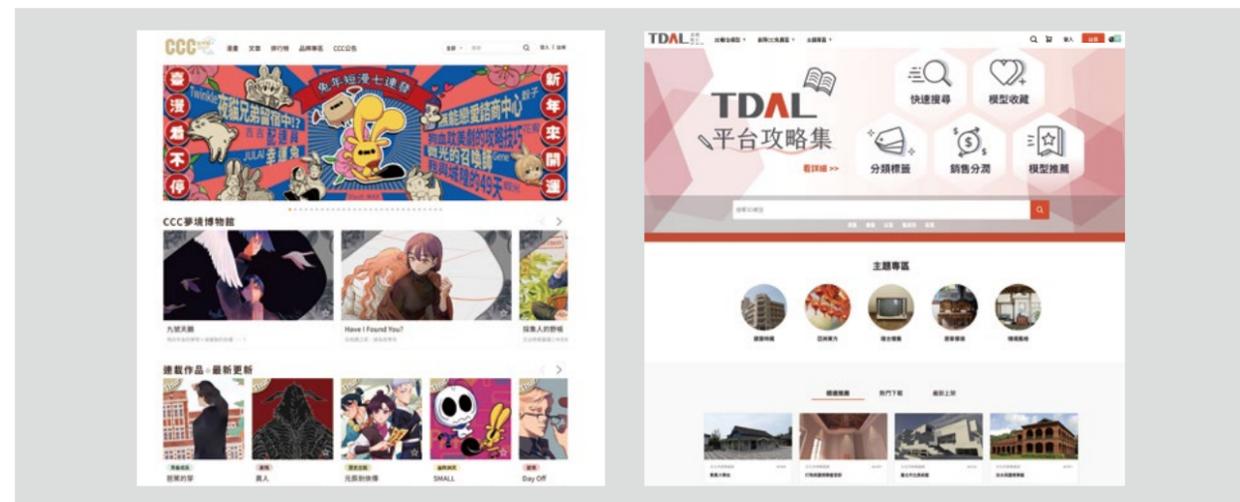
而臺灣在地內容則依賴國內自製的模型。如今有具體的案例出來，相信會吸引更多人投入。」

黃冠華樂見有更多臺灣在地特色模型的產出，一來在國際平台上可以做出差異化、增加競爭力，二來可以對接臺灣中小型團隊的需求，促進文化內容產業的發展。



「恆春航空站」地景模組運用臺灣數位模型庫的數位模型，有效降低製作成本，為中小企業的發展帶來助力。也期望透過示範案例，吸引更多人投入。

—— 酷米文化專案經理 黃冠華



↑ 左 - CCC 數位平台改版後，新增品牌專區與金流功能，讓漫畫家及出版業者可以專注於內容經營。
右 - 臺灣數位模型庫具有臺灣在地特色的模型，對資源有限的臺灣中小型團隊來說尤其重要。

提供實體場域支援 協助產業交流及產製

為了讓文化內容創作者有良好的產製環境，文策院持續在「臺灣漫畫基地」和「IP 內容實驗室」打造利於產業發展的沃土。除了提供高規格設備，也積極媒合人才、提出跨域合作案例，希望引動創作能量、催生具國際競爭力的作品。

臺灣漫畫基地期許成為漫畫創作者的家及漫畫產業交流分享的專屬空間，除了持續提升軟硬體設備，也促進產業交流。而 IP 內容實驗室除具備高端前瞻技術，2022 年的工作重點著重於多元跨域應用案例的累積，希望藉此帶動技術運用的風潮，增加產業發展的可能性。

臺灣漫畫基地 漫畫創作者的家

臺灣漫畫基地（簡稱漫基）除了提供臺漫實體販售與展示的功能，也致力於漫畫創作者的支持功能。過去，新銳漫畫創作者資源有限。如今，所有漫畫創作者都可以租借使用漫基的繪圖軟硬體設備、參加講座及全方位培訓課程。創作或職涯發展過程中，也可善用諮詢服務，2022 年漫基媒合諮詢達 34 件，綜合諮詢達 237 件，期以透過諮詢或活動支持更多創作者。

而對於過去沒有授權改編經驗的文化內容業者來說，若要把 IP 轉譯成漫畫，往往需要從頭摸索。藉由漫基的引介，業者可以更容易找到轉譯資源，在內容產製過程中若遇到狀況，也能獲得有效的建議及協助。



↑ 漫基除了販售臺漫，也提供創作者專業軟硬體設備、課程、創作諮詢、與出版社媒合的機會等功能。

媒合漫畫人才 匯集新訊

漫基也整合國內外各種漫畫活動、新聞、賽事及獎助等訊息，方便漫畫創作者和愛好者交流利用。在漫基一整年中舉辦的各種活動中，「ACG 產業合作交流會」是年度盛事，用意是促進漫畫創作者邁向商業合作，並協助文化內容產業界依需求找到漫畫人才。2022 年有 45 位創作者及 35 位廠商代表參與，完成 167 場媒合場次。



↑ IP 內容實驗室攜手中華奧會，邀請國手響應，推出 4D NFT《眾人之光（中華隊團結永恆版）》。

而為了讓更多人能利用漫基所提供的服務，漫基也邀請漫畫創作者宣傳使用漫基資源的經驗，希望吸引更多設備與服務使用者。2022 年使用漫基服務的漫畫創作者、業界人士，與入場的一般顧客合計約 6.7 萬人，相較 2021 年約成長 1 倍。

IP 內容實驗室 大幅降低產製門檻

當全球科技業投入虛擬世界，虛擬模型應用成為發展的重點之一。文策院營運虛擬攝影棚「IP 內容實驗室」（簡稱 IP Lab），引進法國 4DViews 容積擷取系統，提供高規格技術支援，可快速產製真人動態 3D 模型，協助文化內容業者降低內容製作成本，發展多元類型作品。



↑ 以容積擷取系統所打造的「IP 內容實驗室」。

過去想製作逼真的真人動態 3D 模型，需經過 3D 建模、綁定骨架等耗時費工的流程，如今透過 IP Lab 的 32 臺高畫質攝影機等設備，幾分鐘內就可以捕捉人物 360 度的面貌、服裝和動作，大幅簡化業者產製流程。

技術結合趨勢 產製多元內容創作

為催生不同類型、樣貌豐富多元的影像作品，IP Lab 也與不同產業合作。文策院於 2022 年，結合了 4DViews、實拍、3D 動畫等技術輔導完成 11 件作品，橫跨傳統藝術保存、展覽、AR/VR/MR 影視等領域，其中包含「TCCF 創意內容大會」的《請神造夢：XR 沉浸式演唱會》、牛仔服飾品牌 EDWIN 廣告《EDWIN DENIMverse 丹寧宇宙形象》等。

此外，有鑑於數位保存與收藏是未來的重要趨勢，IP Lab 主動整合互動藝術、區塊鏈、數位行銷等產業，運用 4DViews 將 9 位臺灣奧運國手掃描成高品質、全視角的真人動態 3D 模型，與中華奧林匹克委員會共同於 2022 年 TCCF 發表數位收藏品《眾人之光（中華隊團結勇恆版）- 中華奧會百周年紀念 NFT》。此為臺灣首個 4D NFT，限量發行供企業公益認購，並將永久存於區塊鏈。此示範案例也提供給欲跨足新興科技領域的業者更多應用的參考，鼓勵更多前瞻創意的跨域合作及多元應用。

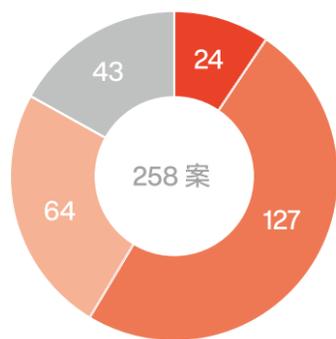
攜手國際， 打造全球都有興趣的臺灣故事

為催生更多具市場性的臺灣影視內容，文策院雙軌並行，一方面透過「內容開發專案計畫：前期開發支持」（簡稱CCDP）促進多元內容產製，加速文化內容投資與對接市場需求；另一方面推動「國際合作投資專案計畫」（簡稱TICP）鼓勵文化內容業者與國際合資或合製，促進臺灣文化內容產業國際化、規模化及市場化。2021年9月啟動至2022年12月，已累積豐碩成績及亮點案例。



內容開發專案計畫：前期開發支持 (CCDP)

國際合作投資專案計畫 (TICP)



- 紀錄片
- 劇集
- 劇情長片
- 動畫

統計區間：
自2021年9月
至2022年12月

國際合作概況

主要合作國家：巴西、日本、尼泊爾、法國、波蘭、阿根廷、美國、香港、馬來西亞、荷蘭、菲律賓、新加坡、葡萄牙、韓國 (依筆畫排序)

紀錄片《神人之家》



© 飛望影像提供

- # 入圍2022年瑞士真實影展主競賽單元
- # 獲2022台北電影獎百萬首獎、最佳紀錄片、最佳剪輯
- # 2022年臺灣紀錄片開片冠軍
- # 臺法合製

劇集《人選之人—造浪者》



© 大慕影藝提供

- # 臺灣首部文宣幕僚職人劇
- # 金獎團隊 林君陽 × 大慕影藝
- # 於國際平台上架

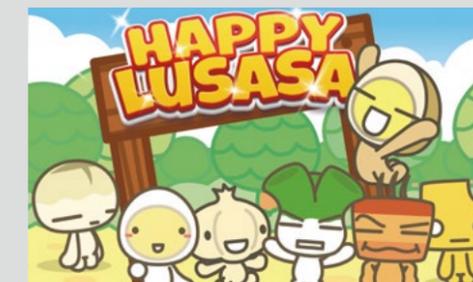
劇情長片《刺心切骨》



© 前景娛樂提供

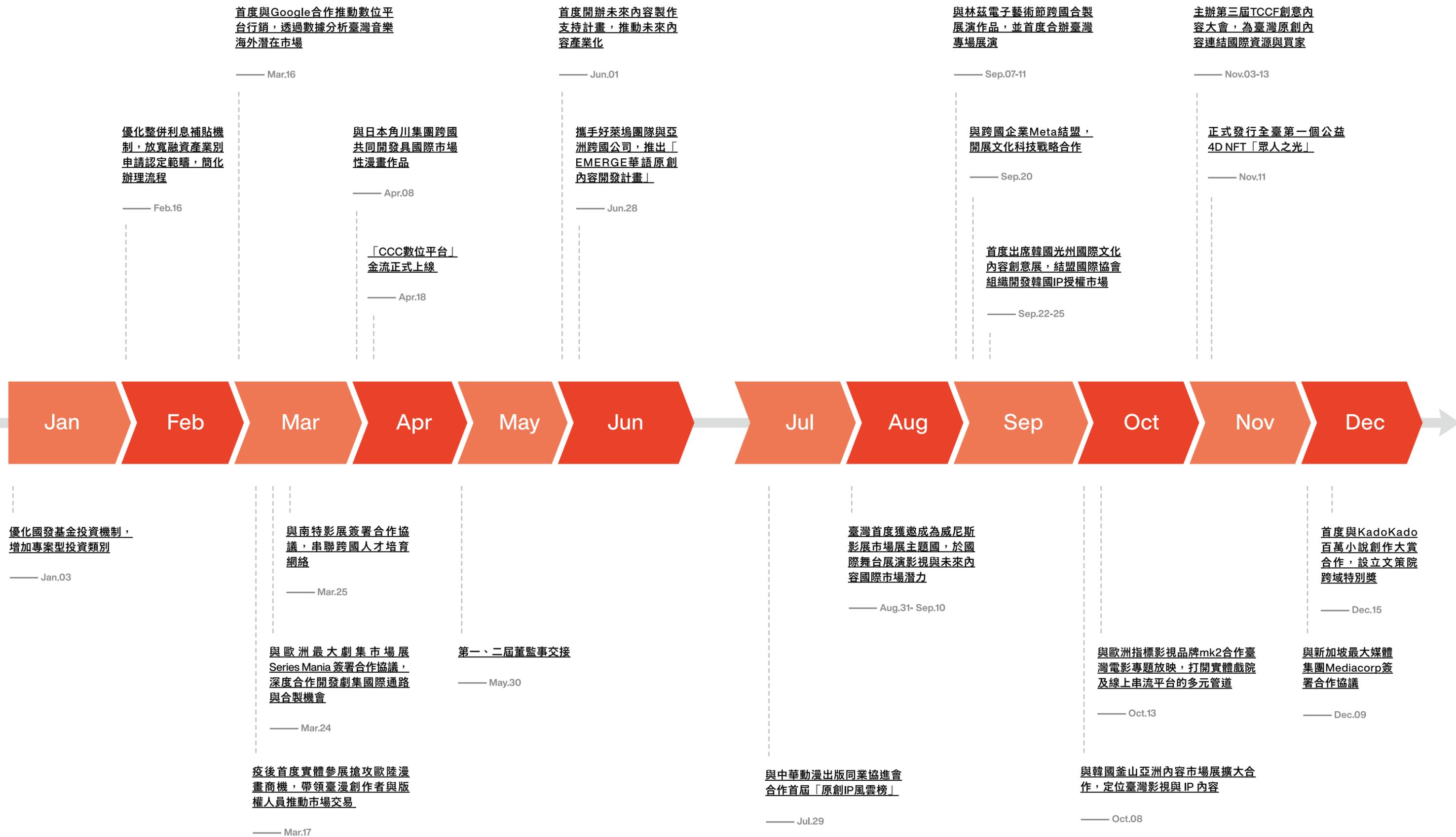
- # 臺灣、新加坡、波蘭合製
- # 臺灣演員出演主要角色
- # 全片於臺灣取景拍攝

動畫《歡樂滷沙沙》



© 滷沙沙動畫提供

- # 臺日合製動畫劇集
- # 於日本Dアニメ (docomo shop) 等16個平台上映
- # 台視綜合台首播



2022年文策院持續整合各界資源
與產業共同突破、邁步前進

2022年度感謝名單

文化內容策進院在 2022 年的業務推動更順遂，

感謝中華電信股份有限公司個人家庭分公司、法國在台協會學術合作暨文化處、Google Asia Pacific Pet. Ltd.、Meta，以及文化部與各界合作夥伴的信任與支持。

文策院將持續與臺灣文化內容產業同行，創造更多跨國跨業的合作機會，推動臺灣文化內容產業的進步。

本院年度財務報告請見官方網站「111 年度決算書」



文化內容策進院 年度報告 2022

- 發行人 彭俊亨、蔡嘉駿
- 總編輯 李明哲
- 編輯委員 王詠怡、李懷瑾、林雨欣、林淑瑋、林喜雯、胡婷俐、康惠娟、張文櫻、
盧俊偉、羅怡華、羅融、蘇韋菁（依姓氏筆畫順序排列）
- 執行編輯 王朝民、吳亭潔、李志淳、周君霖、林芳欽、陳昱勳、黃永芳、黃亭瑄、
葉子豪、鄭名芳（依姓氏筆畫順序排列）
- 協力編輯 文策院全體同仁
- 出版單位 文化內容策進院
- 地址 105臺北市松山區民生東路三段158號5樓
- 電話 02-27458186
- 執行製作 台灣赫斯特媒體股份有限公司
- 特別感謝 mk2、七棵橡樹國際股份有限公司（Story Wear）、夕陽音樂產業有限
公司、大慕影藝國際事業股份有限公司、大辣出版、布克文化、印刻出
版社、艾德萊娛樂有限公司、光磊國際版權經紀有限公司、芒果遊戲股
份有限公司、亞洲內容暨電影市場展（Asian Contents & Film Market）、
東立出版社、長鴻出版社、前景娛樂有限公司、南方家園出版社、紅然
股份有限公司、飛望影像有限公司、國立臺灣文學館、焱臺灣電影股
份有限公司、華文音樂劇股份有限公司、酷米文化有限公司、滷沙沙動畫
股份有限公司、謝升竑、鏡文學股份有限公司、驚喜製造股份有限公司
（依筆畫順序排列）
- 版權聲明 | 除上述圖片授權單位，本刊圖文版權均為文策院所有。
- 出版日期 2023年6月
- 版次 初版
- ISBN 978-986-532-819-1
- 版權所有，翻印必究 taicca.tw