

**110 年**  
**文化內容策進院**  
**績效評鑑報告**

提報日期：中華民國 111 年 6 月

## 一、前言

「文化內容策進院」於 2019 年 6 月依「文化內容策進院設置條例」成立，以行政法人中介組織身分提升文化內容之應用及產業化，監督機關為文化部。文策院將肩負催生市場動能，支持影視、流行音樂、圖文出版、數位出版、遊戲、時尚設計、藝術支援及文化科技應用等文化內容產業的產製、傳播及國際化發展等任務。

依據「文化內容策進院設置條例」相關規定，文化部為監督其相關業務之績效，制定「文化內容策進院績效評鑑辦法」，組成「文化內容策進院績效評鑑小組」，對其前一年度之營運績效進行評鑑。爰由文化內容策進院先行提出「文化內容策進院績效自評報告」，交由「文化內容策進院績效評鑑小組」進行績效指標之各項評鑑。

## 二、文化內容策進院績效評鑑小組委員名單

李召集人遠 ( 台北市文化基金會董事長 )

雷委員輝 ( 曾任 BENQ 明基電通全球策略長、明基醫院董事長 )

陳委員玲玉 ( 國際通商法律事務所主持律師 )

高委員文宏 ( 電影製作人、曾任資誠聯合會計師事務所營運長 )

閻委員鴻亞 ( 台北藝術大學電影系專任助理教授 )

郭委員重興 ( 讀書共和國出版集團創辦人暨社長 )

李委員玉玲 ( 高雄市立美術館館長 )

黃委員韻玲 ( 台北流行音樂中心董事長 )

董委員澤平 ( 國立台灣師範大學全球經營與策略研究所教授 )

徐委員宜君 ( 文化部影視及流行音樂發展局局長 )

江委員清松 ( 文化部文創發展司司長 )

### 三、評分及評等方式說明

1. 文化內容策進院 110 年度之評鑑指標分為三大發展目標，下有八個營運目標，以及合計 16 項的衡量指標。三大發展目標：產業化、國際化、整合化的權重配分比例如下（暫規劃，待績效評鑑小組會議確定權重配分比例）：

(1) **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。佔 35%。

(2) **國際化**：提升國際競爭力，切入國際文化內容產業鏈。佔 35%。

(3) **整合化**：市場情報匯流，國際人才合作，健全生態系。佔 30%。

2. 績效評鑑小組委員綜合考量上述三大發展目標之下的四大營運目標及各衡量指標細項，進行年度評鑑分數之評分；各項衡量指標項目達成率平均後與該項目配分權重相乘後予以加總後，即得本評鑑年度之等第。

評鑑結果將依下列標準轉換為等第呈現：

(1) 評鑑分數 85 分以上為「優良」；

(2) 評鑑分數 70 分以上未滿 85 分為「良好」；

(3) 評鑑分數未達 70 分為「待加強」。

#### 四、各項自評結果

1. 年度總自評：

優良，理由如下表各項達成概況摘要及自評所示。

2. 年度績效衡量指標項目自評表：

\* 優良、良好、待加強三等第請擇一填入，表現評估方式如上頁。

院發展目標	年度營運目標	衡量指標	達成概況摘要 (達成情形詳後)	自評*
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 4,100 萬元。	1. 與 2 家育成平台（台藝大、群創知識科技）合作，執行課程、產業輔導諮詢及投融資媒合活動等，以孵育新創業者對接商業市場。 2. 執行「文化新創加速推進計畫」，與華陽創投集團、樹冠影響力投資、SparkLabs Taipei、SOSV MOX 共 4 家新創加速器合作並整合其資源，甄選 30 組新創團隊，並安排投資人與團隊進行共 169 場投資啟談，展開投資評估。促成產值約新台幣 5,300 萬元。	優良
		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。	於本年度投審會議通過之投資案金額約為 4.59 億元，帶動民間資金相對投入 4.59 億元以上，合計達 9.18 億元	良好

			<p>投資規模，帶動產值新台幣 2.39 億元。</p> <p>若納入 109 年通過投審會議但於 110 年方注資之投資案（伯樂影業、極限電競），國發基金投資額為 5.87 億元，帶動民間資金相對投入 5.91 億元以上，合計達 11.78 億元以上之投資規模。</p>	
		<p>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 7,000 萬元。</p>	<p>辦理「加強文化創意產業升級轉型貸款」，截至 110 年 12 月 27 日止，共計達成 1 億 8,748.2 萬元之融資規模。帶動產值新台幣 2.2 億元。</p>	優良
		<p>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。</p>	<p>本院受文化部委託辦理之政策性貸款，送達銀行申請共計 654 件。包含藝文產業大型事業紓困利息補貼 1 件、文創產業青創貸款 539 件、演藝團體紓困貸款 114 件。</p>	良好
	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>1.「內容開發專案計畫」全年支持案件量破 100 件，其中《人選之人》、《正負之間》、《八尺門的辯護人》已開發完成並進入拍攝。</p>	優良

		<p>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。</p>	<p>2. 辦理「出版影視媒合計畫」，2021 上半年促成 13 件出版文本進入影視改編開發。下半年共招募 400 件以上出版文本進入市場媒合，計有 111 件文本（不重複）已有投拍人透過媒合平台索取版權聯繫資料。影視投拍人共同遴選出 53 件潛力改編文本進入個案媒合。</p> <p>3. 本院經營 CCC 數位漫畫平台，持續投入作品開發與行銷資源，捲動 175 部漫畫作品參與市場驗證機制，達成全年平台流覽量破百萬次，新增會員達 2.5 萬人。</p> <p>110 年度內容開發機制約帶動民間投入 2.275 億元；推升內容產製量能約帶動民間投入新台幣 8.895 億元；間接延伸性產值約新台幣 14.52375 億元。合計約 25.69375 億元。</p>	
<p>貳、國際化： 提升國際競爭力，切入國際文化內容產業鏈</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>1. 本院於 110 年 10 月推出線上系統「創意內容媒合交流平台（IP Meetup）」，結合媒</p>	<p>優良</p>

		<p>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。</p>	<p>合、展售、商談三大功能，截至 110 年 12 月止，已累計發起 818 場線上洽談。</p> <p>2. 本院 110 年於影視、出版、授權、音樂等產業開展實體與線上活動共計 1,050 場次，媒合參展件數包含影視類 818 件；出版品超過 500 件；圖書版權交易量 2021 年共 48 筆；圖像類 10 件。合計帶動成交預估金額共計約新台幣 1 億 500 萬元。</p>	
		<p>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。</p>	<p>本院辦理促進國際共同投資與產業合作業務：</p> <p>1. 已建立國際合資合製辦法 1 式。</p> <p>2. 與具開發潛力、國際合製能力的 30 家國內外業者，以及 3 個具公信力之國際平台簽定 MOU。並支持 60 個以上不同類型項目進入內容開發專案。推估帶動約新台幣 4 億元產值。</p>	<p>優良</p>
		<p>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</p>	<p>1. 執行國際行銷活動 10 場次，包括：東京書店「腦內旅行台灣」活動、洛杉磯台灣電影雙年展、羅馬影視市場</p>	<p>優良</p>

		<p>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。</p>	<p>展 MIA 合作早餐會推廣影視製作、坎城唱片展入選台灣藝人音樂專屬推廣節目於日本最大線上影音ニコニコ播送、法國新影像藝術節合作臺法 XR 人才交流計畫、墨西哥瓜達拉哈拉國際書展前導行銷活動、紐沙特奇幻影展台灣專題座談會、釜山影展合作 E-IP 單元推介台灣作品、美國電影協會 MPA 圓桌論壇。</p> <p>2. 透過外語社群進行台流行銷：英文版 Facebook 貼文數 356 則，總觸及率 6,960 萬次，外語版 Twitter 貼文數 641 則，總觸及率 1,230 萬。</p> <p>3. 切入產業關鍵展會論壇 19 場、打入國際創投媒合會 3 場。</p> <p>4. 本院參與且設立線上或實體台灣館展會共 19 個（影視與動畫類 9 個、出版 3 個、授權 1 個、未來內容 1 個），行銷與推介活動專案參與展會共 7 個（影視 4 個、未來內容 3 個）。共集結影視約 800 部作</p>	
--	--	---	--	--

			品、出版品 500 件以上等，各展會與創投會媒合產值估計約達 1 億 500 萬元。	
		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。	2021「沉浸式內容國際合資合製補助方案」共有來自臺灣、美國、瑞典等 27 件企劃申請，6 件企劃獲補助，包括 MR 沉浸式劇院、VR 虛擬藝廊及 AR 原聲帶立體繪本等多元應用及商模。總體預估創造產值約新台幣 5,058 萬元。	優良
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 創意內容大會等，增加能見度。預計增加授權費 1000 萬元，觀展人次九萬人。	1. 整合示範案例達 22 例，並透過導入 TCCF 創意內容大會之未來內容展、接下來練習場、花園練習及元宇宙隨行體驗場活動，增加能見度。 2. 觀展人次達十萬人，增加授權費 2,200 萬元。	優良
	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	1. 完成臺灣數位模型庫 2.0 平台升級（中英文雙語網站上線）。升級功能包含使用者自行上架模型販賣、創作者分潤機制，授權方式分別以創用 CC-BY 方式提供商業授權使用、創用	優良

		案。創造約 2 億元之產業規模，帶動示範效果。	CC-BY-NC-SA 方式提供公益與教育單位的非商業授權使用。共計助攻 527 件臺灣特色模型前進 31 國，創造營收達新台幣 12 萬元。 2. 整合未來內容，導入 5G、VR、人工智慧及動作捕捉等技術力應用，促成 5G VR Cloud、5G 共舞樂、BEDLAM 及 PartyOn 共 4 案文化科技跨域示範展演。創造約新台幣 2.5 億元之產業規模。	
	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 ) 及周邊活動與相關機制重整台灣內容產業，建立展會品牌、促成至少 1,000 場商務媒合交易活動、帶動至少 2,000 業界人士參與。促成至少 1,000 場商務媒合交易活動，預估創造超過 10 億元交易額。	2021 年創意內容大會之「內容交易市場」，共計超過 130 組國內外業者與創作者、近 800 件作品(版權)參展，共有來自 20 國、超過 600 位線上下買家參與，商務媒合交易線上預約 813 場*，專業人士實體參訪 6,450 人，預估延伸交易金額超越新台幣 10 億元。	良好
	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	1. 執行與法國高等影音學校( La Fémis )、美國電影協會( MPA ) 及歐洲影音製作人協會	優良

		<p>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1,000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。</p>	<p>(EAVE)等國際機構建立夥伴關係，合作舉辦跨國線上/下課程培訓媒合優秀人才。</p> <p>2.110年共開設282場次課程(實體課程233場次，線上課程49門)，邀請156位國內外講師開講，實體及線上參與學員共計4,438人次。</p>	
		<p>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1,000名以上業界人士，助攻各類型文化內容產品。</p>	<p>110年本院各式商情及專題研究等資訊，以產業調查報告、消費調查調查，國內產業趨勢報導及國際商情等形式，透過官網、粉絲團、產業資料庫儀表版、本院電子報、紙本印刷、專欄報導及活動推廣、Podcast、高峰會論壇等8種以上跨媒體管道提供業界，觸及產業人數超過1,000名以上，以助攻各類型文化內容產品。</p>	<p>優良</p>
		<p>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</p>	<p>1.完成出版、影視、遊戲、音樂四大產業關鍵產業地圖。</p> <p>2.製作雙語版、跨十項產業之文化內容產業調查報告共八本，並製作研究成果對外發布機</p>	<p>優良</p>

		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。	制，發行《TAICCA issue》試刊號，對外提供文化內容各產業之關鍵市場動態和發展趨勢。 3. 與國際媒體或產業機構接洽研究內容刊登事宜，促成與泰國出版商業協會（PUBAT）合作，刊登泰文版本院產業報告內容。	
	3-5 完善採購循環，系統性降低重大違失採購案件數量。	1.降低採購重大違失件數：年度公告金額以上採購案件（含藝文採購）之重大違失件數，佔總件數之比率不超過5%。	1. 公告金額以上採購案件（含藝文採購）總計104件。 2. 公告金額以上採購案件（含藝文採購）之重大違失件數計0件，佔總件數之比率為0%。	優良
年度總自評：				優良

### 3. 各衡量指標項目年度績效說明：

#### 一、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

##### 1-1-1 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。

###### 績效說明：

與 2 家育成平台（國立台灣藝術大學、群創知識科技）合作開辦創業精實課程、產業輔導諮詢及投融資媒合活動等，以孵育新創業者對接商業市場。同時執行「文化新創加速推進計畫」，與華陽創投集團、樹冠影響力投資、SparkLabs Taipei 及 SOSV MOX 共 4 家加速器合作，促成產值約新台幣 5,300 萬元。



「文化新創加速推進計畫」甄選 30 組新創團隊，整合各加速器資源，提供新創營運課程 34 小時、團隊專屬一對一諮詢 120 小時及投資媒合資源等；並媒合 30 組投資人，促成 169 場洽談。

為協助對接投資媒合資源，以兩大模式進行：

1. 對接國發基金「300萬直投」機制：

於媒合大會設立本院洽詢服務桌，以分組說明形式，提供本投資機制之相關說明與輔導，共 18 家創業團隊參與。

2. 創業提案及投資媒合：

辦理「提案大會」與「媒合大會」。提案大會邀集 10 組投資人聆聽提案並給予建議；媒合大會則安排 20 組投資人與 22 組創業團隊進行一對一投資意願洽談，每場進行時間約 20 分鐘，共媒合 169 場洽談，平均每家創業團隊可媒合 7.7 組投資人。

**1-1-2 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。**

**績效說明：**

本院 110 年 1 月至 12 月執行國發基金投資，完成約 4.59 億元投入，帶動 4.59 億元民間資金相對投入，合計達新台幣 9.18 億元，達成率約 76.5%。投資家數共 8 家，上述投資案囊括電影、音樂及表演藝術、數位內容、文化資產應用及展演設施、廣播電視五大類型，帶動產值 2.39 億元。111 年亦將續加強相關產業之輔導，健全投資標的體質、增加投資信心。

文策院自 108 年成立至今，投資案件合計共 13 件，合計金額共 7 億 6,411 萬元，帶動民間投資共 7 億 8,716 萬元。分別為「加強投資文化創意產業實施方案」1 件及「文化內容投資計畫」12 件。

國發基金投資案需由民間共同投資方發起，國發基金才能配投，110 年仍受 COVID-19 武漢肺炎疫情關係，業者進場投資暫持保守觀望態度，故投資案進度略受影響。根據 PwC Taiwan 於 110

年 7 月發布之《2021 全球與臺灣娛樂暨媒體業展望報告》( PwC Global Entertainment & Media Outlook 2021-2025 )，針對全球 53 個區域市場的 14 個娛樂暨媒體產業，進行未來五年的市場預測及分析。指出 109 年全球娛樂暨媒體產業市況雖受 COVID-19 武漢肺炎疫情影響而放緩，導致 109 年該產業營收年減 3.8%、降至兩兆美元，隨封城管制逐步放寬、疫情衝擊淡化，消費者及廣告轉由數位內容等型態驅動，預估 110 年與 111 年該產業營收分別可成長 6.5%及 6.7%。同一份報告則統計臺灣 109 年該產業市場規模約 115 億美元，營收年減 1.7%，由於 109 年基期較低，預估臺灣 110 年娛樂暨媒體市場營收年增 5.0%、來到 163 億美元，展望未來五年仍受疫情影響多增變數與隱憂，臺灣娛樂暨媒體產業輔以臺灣政府進行本土文創產業促進及相關發展政策，尚可呈現微幅成長，惟民間對於該產業之投資意願仍持保留。

110 年，具潛力之投資案共 46 件，較為成熟案件共 14 件，其中 8 件投資案通過投資審議會，通過投資審議會之投資案產業涵蓋電影、廣播電視、文化資產應用及展演設施、數位內容、音樂及表演藝術產業等五大類領域，已核准投資金額 4.59 億元，帶動民間資金相對投入 4.59 億元。同期間累計進行諮詢或安排輔導協力中之案件共計 145 件。續 109 年仍受疫情影響，民間投資意願處於觀望，但達成率仍較 109 年提高 26.5%。

此外，「文化內容投資計畫」須以公司股權做為投資標的，部分以契約為基礎之專案形式尋求投資的案件因不符要點規範，故另協助對接其他合適資金資源，亦略影響投資進案機會，本項將於 111 年度研擬要點修改時再廣納意見並進行討論，而 110 年 10 月 26 日修訂通過重點則包含，新增小型投資案專章，針對小型投資

案進行投資流程簡化並放寬共同投資者資格限制，期可於 111 年促成更多投資案。

110 年以文化內容投資計畫方案之已簽署投資案計 1 件，通過投審會尚未簽署則有 7 件投資案，共計 8 件投資案件，明細彙整如下：

被投資事業	共同投資者	國發基金投資金額	共同投資者投資金額
大慕可可股份有限公司	大曉創藝股份有限公司	9,800 萬	10,200 萬
〇〇〇〇 股份有限公司	〇〇〇〇 股份有限公司	4,400 萬	4,600 萬
〇〇〇〇 股份有限公司	〇〇〇〇 股份有限公司	2,970 萬	990 萬
〇〇〇〇 股份有限公司	〇〇〇〇 股份有限公司	2,900 萬	3,000 萬
〇〇〇〇 股份有限公司	〇〇〇〇 股份有限公司	10,500 萬	10,650 萬
〇〇〇〇 股份有限公司	〇〇〇〇 股份有限公司	2,801 萬	2,801 萬
〇〇〇〇 股份有限公司	〇〇〇〇 股份有限公司	3,000 萬	3,500 萬
〇〇〇〇 股份有限公司	〇〇〇〇 股份有限公司	9,500 萬	10,200 萬
合計		4 億 5,871 萬	4 億 5,941 萬

以下簡述 108 年至 110 年已投資案件於 110 年產生績效產值之被投資公司營運概述：

#### A. 柒拾陸號原子股份有限公司 ( 108/6/18 簽署投資協議書 )



由文策院與科科世界股份有限公司 ( KKG Taiwan Co., Ltd. ) 共同投資的 IP 開發公司「柒拾陸號原子」 ( Studio 76 ) 於 2019 年 10 月成立，鎖定新創電影、電速劇、迷你影集等針對 OTT 影音串流平台需求之影視規格，強調「輕體量化」但「高黏著度」概念，並整合平台、音樂、營銷、版權等資源，將 IP 多角化發展，以優質影視內容為發展核心，串連 IP 泛娛樂產業鏈。

「柒拾陸號原子」是文策院執行「文化內容投資計畫」後成功投出的第一案。以 KKBOX 集團的 KKG 為主要投資者，首輪募資便取得資金約新台幣 1 億元，文策院占其中 4,500 萬元，後續並有日本等多個亞洲跨區域媒體集團加入股東行列。

文策院藉由多方投資人的合作，拉抬資金總額，進而促成產製模式的創新嘗試。「柒拾陸號原子」以三年三十部戲劇為目標，運用多方投資的合作模式，減低投資風險，109 年首波推出由網路小說家「不帶劍」短篇恐怖故事改編而成的短片《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。

110 年持續新增多項作品，類型包含電視劇、劇本、音樂等，並於各串流平台播出，其中《追兇五百天》獲得金鐘獎、亞洲電視等提名、《基因決定我愛你》則於預告影片後推出後，獲得法國 BL France 網站前十名值得期待之 BL 劇。

#### B. 天使放大股份有限公司 ( 109/9/10 簽署投資協議書 )



「天使放大」藉由「收益回報型投資」( Revenue Based Financing ) 模式，透過單項、專案作品的分潤式投資，以作品發行後的權利金收益抽成作為報酬，給予創作團隊最關鍵的資金支持，同時為投資者提供更劇保障的投資環境。

110 年「天使放大」再投資 15 項作品，類型囊括劇場、電影、影集、遊戲、新媒體、桌遊、音樂、劇本等，投資總金額則近 2,600 萬元，其中《青春弒戀》獲金馬獎 5 項入圍，其他投資作品亦陸續為文化內容產業創造市場活絡，且為「天使放大」帶入投資收益。

### C. 伯樂影業股份有限公司 ( 109/3/30 簽署投資協議書 )



伯樂之共同投資者為推手影業，為台灣具備實績的影視投資集團，投資暢銷作品包含《我的少女時代》、《花甲大人轉男孩》、《血觀音》等，並創下高內部報酬率。故伯樂則成為以消費者需求導向，且可帶入電影通路優勢與資源整合及多元平台對接的影視製作與投資公司。

伯樂營運計劃係以一年挖掘四部影視題材並提供製作孵化金以培植影視潛力專案；而商業類型之電影，單片再投入不超過 1,000 萬資金再予以投資以利影片製作金資補充，並透過對 OTT 平台及國外發行公司將版權預售、代理發行等機制，將行銷風險降低，將台灣影視作品質量提高。

110 年持續投資多項電影，並規劃自行開發 IP，其中電影投資《關於我和鬼變成家人的那件事》劇本已獲得「野草計畫·編導新秀創意戰」評審團最佳創意故事首獎、《碧綠》入圍金馬創投。

#### D. 影響原創影視股份有限公司 ( 109/11/11 簽署投資協議書 )



文策院以國發基金挹注 CATCHPLAY ( 威望國際股份有限公司 ) ，共同成立「影響原創影視股份有限公司」( SCREENWORKS ，簡稱「影響原創」)。

CATCHPLAY 為臺灣成功垂直整合娛樂內容產業鏈的公司，具十年以上影視內容製作與行銷實力，曾發行電影《樂來越愛你》、《寄生上流》等賣座大片。過去曾與跨國內內容業者 HBO、韓國 CJ E&M 等合作，將《我們與惡的距離》、《俗女養成記》等臺灣原創作品在國際市場推出，旗下「CATCHPLAY+」更是國內唯一成功跨足國際市場的影音串流平台。

「影響原創」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邁向國際市場的舞台，擦亮台灣影視招牌；同時導入「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創作與製作的國際資源，放大經濟規模與回收效益，推動臺灣成為影視原創內容基地。

110 年「影響原創」持續新增投資 3 部作品，其中《俗女養成記 2》已獲第 14 屆東京國際戲劇節海外作品特別賞。

#### E. 大慕可可股份有限公司 ( 110/8/24 簽署投資協議書 )



國際平台及串流市場的崛起，為產業帶來的轉型與成長商機，促使大慕影藝聯手凱擘、華研音樂共同成立「大曉創藝」，並與文策院共同投資「大慕可可」。

透過「大曉創藝」三家股東以自身與國內、國際平台的良好合作關係及銜接經驗，與國發基金共同投資「大慕可可」，導入投資、開發、製作、市場行銷等資源與經驗，從娛樂產業最上游孵育年輕新秀團隊，有系統作為大慕可可未來年輕新題材與市場投資者之間的嫁接，打造出更多能對接國際平台、更年輕分眾的作品，填補國際市場的剛性需求同時，孵育出更多能架馭、開發多元題材。

目前預計展開合作的國內外串流平台，包括 HBO、Netflix、Disney+、Mediacorp、We tv、Kakao TV、MyVideo、

CATCHPLAY、LINE TV，以及電視台通路包括公視、TVBS、衛視中文臺及電影台等。

本次以每股面額\$10 發行新股，共發行 2,000 萬股，總募資金額為 2 億元，文策院佔其中 9,800 萬元。藉由多方投資人的合作，拉抬資金總額，依據大慕可可營運計畫首二年開發 10 個 IP、培育 6 個團隊及內容專案投資 18 部影視作品，期可加速促成產製模式之創新。投資至今，已透過大慕可可投資《人選之人》電視劇以及《愛在年老色衰前》，共捲動市場 1,075 萬資金。

文策院評估本年度通過投資審議會之投資案，皆符合文策院國際化、產業化與整合化之策略，並進行培植。

**1-1-3 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。**

**績效說明：**

本院執行第一至三類貸款，核定通過貸款總金額共計新台幣 5,098.2 萬元整。利息補貼已核定通過補貼之貸款總金額共計新台幣 1 億 3,650 萬元整，總融資金額約新台幣 1.87 億元，達成率約 375%。具體對疫情所導致的營運困難業者給予幫助，並大幅增加銀行對文化內容業者放貸的案例與經驗，有助於文化內容多元資金體系的建立及實際運作。帶動產值約新台幣 2.2 億元。

加強文化創意產業升級轉型貸款，110 年度核定融資總額共計新台幣 1 億 8,748.2 萬元整。

「加強文化創意產業升級轉型貸款」係整合原文化部「文化創意產業優惠貸款（第一、二類）」、本院「文化創意產業貸款利息

補貼」及「文化創意產業合約與著作權質押貸款」，提供中小企業、大型企業及藝文類非營利組織（含：財團法人、公益社團法人、縣市立案之演藝團體），最高 8,000 萬至 2 億之貸款總額度，信用保證成數可達 8-9 成；其中 3,000 萬並可取得年利率上限 2%、最長 5 年之利息補貼，以舒緩業者籌措資金之財務壓力；若自行取得貸款者，亦可申請利息補貼，額度併計。

本貸款業於 110 年 3 月 1 日起正式受理收件。截至 110 年 12 月 27 日止，第一至三類貸款共計通過 9 件，核定貸款總金額為新台幣 5098.2 萬元；業者自行取得貸款申請之利息補貼共計通過 21 件，核定補貼之貸款總金額共計新台幣 1 億 3,650 萬元整。

#### **1-1-4 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。**

##### **績效說明：**

本院受文化部委託辦理之政策性貸款，截至 110 年 12 月止，送達銀行申請共計 654 件，達成率 327%。包含以下三大項目：

- 1.文化創意產業大型企業紓困貸款利息補貼（振興貸款）（109/4/1 起）：110 年新增紓困振興貸款之補貼申請 1 件，核貸金額共計新台幣 1 億 2,000 萬元整。
- 2.文化創意產業青年創業及啟動金貸款（109/9/23 起開辦）：110 年經本院輔導並轉件銀行申請，共計 539 件。依信保基金統計資料，融資總金額共計新台幣 20 億 1,202 萬元整。
- 3.演藝團體受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難之紓困貸款（110/7/1 起開辦）：符合送件資格並送達銀行申請者共計 114 件，核貸金額共計新台幣 1 億 6,170 萬元整。

1-2-5 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。

**績效說明：**

1. 本院執行「內容開發專案計畫」，全年支持案件量突破 100 件，其中《人選之人》、《正負之間》、《八尺門的辯護人》已開發完成並進入拍攝。

2. 本處辦理「投拍人心動書單計畫」，在 2021 上半年接續進行「2020 出版影視媒合」，促成 13 件出版文本進入影視改編開發。下半年執行 2021 出版影視媒合新制，連結出版業、影視投拍人、編劇跨業媒合。共招募 400 件以上出版文本進入市場媒合，過程中計有 111 件文本（不重複）已有投拍人透過媒合平台索取版權聯繫資料。而影視投拍人招募亦達 70 家以上，其中包含 OTT、電信、電視、媒體集團、投資銀行等國內外業者參與。市場投拍人共同遴選出 53 件潛力改編文本進入個案媒合，潛力文本包含劇情、寫實、懸疑、家庭、浪漫愛情等象徵台灣開放創意的多元題材，並由文策院提供開發獎勵、法務顧問、市場調查、對接院內劇本開發支持等輔助、延伸服務，提升內容產製量能。

3. 本院經營 CCC 數位漫畫平台，持續投入作品開發與行銷資源，捲動 175 部漫畫作品參與市場驗證機制，達成全年平台流覽量破百萬次，新增會員達 2.5 萬人。同時，2021 文化部金漫獎，本院 CCC 開發作品計有四部漫畫作品入圍，並由《蘭人異聞錄》、《綺譚花物語》獲得年度漫畫獎。此外，《送葬協奏曲》、《異人茶跡》分別獲得第十四與第十五屆日本外務省國際漫畫金獎與

銅獎，英張作品《採集人的野帳》獲得總統選書。同時，《守娘》、《不可知偵探》、《Day Off》等人氣作品，累積印刷達 3 刷以上。《採集人的野帳》、《閻鐵花》分別攻佔博客來年度百大漫畫圖文類第 34 名與第 71 名，《不可知偵探》為 Readmoo 讀墨電子書暢銷榜全站總排行第 66 名；《閻鐵花》亦宣布啟動真人影集和電影化製作。

內容開發機制 110 年度共媒合 13 件出版文本進入影視改編開發，以每件 5 集\*每集 350 萬預算計，約帶動民間投入 2.275 億元；推升內容產製量能（出版類：175 部作品 X 平均售價 300 元 X 平均一刷數量 2 千本=1.05 億，數位發行：175 部作品 x150 萬人接觸 x 市場平均接觸性產值 3 元=7.845 億。）約帶動民間投入新台幣 8.895 億元；間接延伸性產值（間接性延伸產值包含周邊、應用、服務，以原生產值的 1.5 倍計算）約 14.52375 億元。合計約 25.69375 億元。





《採集人的野帳》、《閩鐵花》書封



《不可知論偵探》、《DAY OFF》書封

## 二、國際化：提升國際競爭力，切入國際文化內容產業鏈

2-1-1 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。

### 績效說明：

1. 本院於 110 年 10 月推出「創意內容媒合交流平台 ( IP Meetup )」，以 B2B 雙語介面之商務系統為主軸，結合媒合、展售、商談三大功能：

(1) 媒合：總計 626 位專業人士與 203 間文化內容相關企業於平台公開業務項目與作品實績，可供創作者、經營者與投資者透過系統即時通訊，刺激多元合作契機。

(2) 展售：截至 2021 年 12 月已匯集影視、出版、遊戲、動畫、漫畫、未來內容等共 834 件可供版權銷售與跨域開發之原創作品。

(3) 商談：平台配合 2021 創意內容大會 - 「內容交易市場」活動，提供線上自由預約商談，三天會期間買賣家累計共發起 813 場，預估延伸交易金額突破 10 億元。

2. 有關國際參展媒合成果，本院 110 年於影視、出版、授權、音樂等產業開展實體與線上活動共計 1,050 場次，媒合參展件數共計超過 1,300 件，合計帶動成交預估金額共計約新台幣 1 億 500 萬元。

110 年本院參與且設立之線上或實體台灣館展會共 15 個 ( 影視與動畫類 9 個、出版 4 個、授權 1 個、未來內容 1 個 ) ；行銷與推介活動專案參與展會共 7 個 ( 影視 4 個、未來內容 3 個 ) 。以下詳細說明各類參展媒合成果：

(1)影視：

共參加 9 個影視展會，共呈現 818 件台灣影視內容作品，業者於展會期間媒合會議總數達 721 場。

(2)出版：

共參加或與主辦單位合作 8 場展會活動，並設立 4 檔線上或實體台灣館，累計超過 500 件出版品海外參展，10 場以上線上媒合推介會及論壇。另有專案計畫 Books From Taiwan 促成台灣圖書版權交易量 2021 年共 48 筆。自 2020 年文策院接手後，Books From Taiwan 選書海外版權交易量共累積達 24 語種，共 31 國，總成交數計 244 筆，接手相關業務後版權交易大幅成長了 65 筆。

(3)圖像授權：

參與日本授權展，精選 10 個圖像品牌參展，展期間共計進行 310 場洽商會議。

(4)音樂：

法國坎城唱片展 Midem：李浩瑋從全球 71 個國家脫穎而出，成為 Midem Talent Exporter 12 名代表之一；ØZI、呂士軒、持修、陳星翰、孫盛希獲邀參與 Midem Songwriting Camp，與全球 15 位國際音樂人共創合製作品。





2-1-2 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，引入至少 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。

**績效說明：**

本院執行「內容開發專案計畫」第一哩路及「國際合作投資專案計畫」最後一桶金產業支持方案，規劃以面向市場的投資概念，媒合內容作品與市場資金，並對接國際產業規格，支持內容產業提升產製量，進而達成提高全球市占率的目標，同時提供文化創意產業內容開發資金來源，以協助優化創作者工作條件，以支持整體內容產業鏈穩定發展。

透過 MOU 夥伴架構，文策院積極以上述兩方案與業界具有專案開發潛力、國際合資合製能力、跨國專案成功經驗的團隊合作，鼓勵台灣影視產業在內容開發上增加產能與多元面貌，以提升台

灣內容在國內外市場的能量，再藉由與國際投資方、製作方、平台方等多樣化合作方式，打造內容產業跨國合製合資網絡，拓展國際市場，並促成台灣產業鏈中各環節人才與國際交流，期待於未來兩年內能具體提升台灣影視內容品質與數量，同時加強台流品牌於國際市場能見度及全球市佔率。

其中，針對媒合國際資金、製作、平台資源，文策院目前已與數家主要國際平台或頻道（Netflix、HBO Asia、CJ ENM 等）簽署合作備忘錄，並積極推動國際單位與台灣影視業者共同開發或製作；針對提高內容產制量與多樣化，文策院亦透過與國際創投大會及具公信力影展單位（台北金馬影展執行委員會、台北電影節、高雄市電影館等等）簽署合作備忘錄，提供獲推薦新銳創作者申請方案支持的機會，以期為產業持續注入新血。

1. 透過國際合作投資專案計畫，110 年已投入製作案共計 8 案：

- I. 《空巢》台馬合製案進入後製期（111 年母親節檔期上映）
- II. 《正負之間》台日合製案開拍
- III. 《為了國家》台法合製案開拍
- IV. 《明天比昨天長久》台新合製案開拍(2022 年 1 月)
- V. 《芳香嶺》台法合製案開拍
- VI. 《歡樂滷沙沙》台日合製案開拍
- VII. 《神人之家》台法合製案已進入後期
- VIII. 《刺心切骨》台新合製案開拍

2. 110 年「國際合作投資專案計畫」支持行銷 2 案：

《媽 別鬧了》及《華燈初上》皆以極高銷售金額（估計《媽 別鬧了》一億、《華燈初上》三季三億\*），上架國際平台 Netflix。（\*因為版權合約保密，銷售數字為預計金額、非實際金額）



《媽·別鬧了！》劇照



《華燈初上》劇照

2-1-3 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。

績效說明：

1. 本院 110 年執行國際台流行銷活動 10 場次，包含東京書店「腦內旅行台灣」活動、洛杉磯台灣電影雙年展、羅馬影視市場展 MIA 合作早餐會推廣影視製作、坎城唱片展入選台灣藝人音樂專

屬推廣節目於日本最大線上影音ニコニコ播送、法國新影像藝術節合作臺法 XR 人才交流計畫、墨西哥瓜達拉哈拉國際書展前導行銷活動、紐沙特奇幻影展台灣專題座談會、釜山影展合作 E-IP 單元推介台灣作品、美國電影協會 MPA 圓桌論壇。其中東京「腦內旅行台灣」活動，透過舉行台灣主題講座 3 場次、集結逾 50 部台灣文學作品及生活雜貨展；推出 Taiwan Comic City 漫畫有聲音英、法、日語版，30 部外語配音漫畫影片、外語書介 50 本以上。



### Taiwan Comic City 漫畫有聲音

此外，外語社群英文版 Facebook，自 2021 年 4 月份啟動後，貼文數量：356 則，總觸及率 6960 萬次，連結點擊次數 84.8 萬次。外語版 Twitter：貼文數量：641 則，總觸及率 1230 萬。八月份起開通法文臉書 1 式，以每週 4-6 篇速度累積法語行銷內容。

2. 切入產業關鍵展會論壇 19 場、打入國際創投媒合會 3 場，包含荷蘭鹿特丹國際影展、德國柏林歐洲電影市場展與合製市場展、美國德州 SXSW Tradeshow、香港國際影視展、義大利波隆那童書暨插畫展、日本授權展、法國安錫國際動畫影展市場展、法國坎城電影市場展、瑞士紐沙特奇幻影展、法國里爾 Series Mania 劇集展、義大利威尼斯影展 VR 單元、韓國首爾國際書展、韓國釜山亞洲內容電影市場展與 E-IP 市場展、法國坎城 MIPCOM 電視

節展、德國法蘭克福國際書展、法國坎城 MIDEM 唱片展、美國電影市場展、墨西哥瓜達拉哈拉國際書展、新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展；以及國際創投媒合會 3 場，包含法國安錫國際動畫影展市場展、法國坎城電影市場展、韓國釜山亞洲內容電影市場展與 E-IP 市場展。

110 年本院參與且設立線上或實體台灣館展會共 15 個（影視與動畫類 9 個、出版 4 個、授權 1 個、未來內容 1 個）；行銷與推介活動專案參與展會共 7 個（影視 4 個、未來內容 3 個）。總共集結影視作品超過 800 件、出版品超過 500 件等，各展會與創投會媒合產值估計約達 1 億 500 萬元。

**2-1-4 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。**

**績效說明：**

本院自 109 年起執行「沉浸式內容國際合資合製方案」，110 年擴大徵件類別，包括展演類、敘事類及互動類等領域，共有來自臺灣、美國、瑞典等 27 件企劃申請，邀請包括 SXSW XR 與電影單元策展人 Blake KAMMERDIENER、威尼斯雙年展學院教務長 Michel REILHAC、ARVORE Immersive Experiences 歐洲及亞洲業務發展總監 Doede HOLTKAMP、Centre Phi 首席新媒體合作公關長 Myriam ACHARD、獨立媒體顧問 William SAUNDERS 等國內外 9 位評審，選出 6 件企劃案獲補助。

獲獎團隊包括：台灣虛實展演發展協會、宏達電、夢想創造、飛望影像、邦鼎科技，及美國 Baobab Studios 與臺灣科技團隊 Lyra 技術合作等作品，分別獲新臺幣 280 萬及 350 萬元不等的製作補

助，企劃內容包括 MR 沉浸式劇院、VR 虛擬藝廊及 AR 原聲帶立體繪本等多元應用及商模。

本年度延伸製作費以 3 案計，每案新台幣 600 萬元，預計促成未來創意內容產業新商機約 1,800 萬；再根據投入後帶動產值提升，保守估計比例為軟體與硬體比 1：1.81（文策院未來創意內容產值研究案），則總體產值帶動增幅達  $1,800 \text{ 萬} * (1+1.81)$ ，約新台幣 5,058 萬元。獲獎作品簡列如下：



Baobab Studios | Untitled Baobab Project (左)

邦鼎科技 | VR 虛擬藝廊 (右)



台灣虛實展演發展協會 | Surveilled Dream (左)

飛望影像 | 發大財 (右)



宏達電 | VR 偶動畫國際版跨國配樂及 AR 原聲帶立體繪本 (左)

夢想動畫 | 聲林協奏曲 (右)

### 三、整合化：市場情報匯流，國際人才合作，健全生態系

3-1-1 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 創意內容大會等，增加能見度。預計增加授權費 1000 萬元，觀展人次九萬人。

#### 績效說明：

本院積極整合未來內容示範案例，110 年度共計整合 22 例，並透過導入 TCCF 創意內容大會之未來內容展、接下來練習場、花園練習及元宇宙隨行體驗場活動，增加能見度，本次展會線上線下觀展人次達 10 萬人（包含未來內容展 4 萬人、接下來練習場 3 千人、花園練習 1.2 萬人、元宇宙隨行體驗場 4.9 萬人）。

於未來內容展 5G VR Cloud 計畫中，本院與 14 家內容業者合作，展出 28 件 VR 內容作品最長達 3 個月，透過 TCCF 創意內容大會之行銷露出資源合作授權，增加授權費價值達 2,200 萬元。



未來內容展



接下來練習場



花園練習場

本次未來內容整合示範案例亮點如 TCCF 創意內容大會之花園練習，在充滿花草落葉、陽光樹木水池間，以「音樂」貫串整個空間，並與 3D 掃描技術、空拍影像、人造裝置交融練習，流動於空間中的節目除了音樂演出外，還有瑜珈、座談、市集、紀錄片放映等對於未來內容的想像展出。

**3-2-2 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。**

**績效說明：**

1. 建立雙語化臺灣數位模型平台及其授權機制：「臺灣數位模型庫 2.0」已於今年 11 月以中英文雙語網站升級改版形式重新上線，以供國際間模型使用者對於臺灣元素模型購買與再利用。此次平台升級功能包含使用者可自行上架模型販賣、創作者分潤機制；授權方式分別以創用 CC-BY 方式提供商業授權使用、創用 CC-BY-NC-SA 方式提供公益與教育單位的非商業授權使用。

另整合產業需求與數位模型特色，共開發 20 組模組化素材包，分別與 XRSPACE 合作開發以林百貨為場景的沉浸是虛擬線上展廳並應用於平台發佈會、與宜蘭東山消防局合作開發數位場景應用於

消防演練教學，並根據產業期待完成 10 件臺灣指標建物內景擴充並上架國際 NFT 平台，延伸模型數位產值效益。

本平台改版上線後，至今線上助攻 527 件臺灣特色模型前進 31 國，捲動 400 位會員註冊，一個月破五萬點擊數，累積下載量達 1,000 次，創造營收達 12 萬元。

2. 整合未來內容導入 5G、VR、人工智慧及動作捕捉等技術力應用，促成 5G VR Cloud、5G 共舞樂、BEDLAM 及 PartyOn 共 4 案示範展演。創造約 2.5 億元之產業規模，帶動示範效果。

為展現臺灣未來產業於 5G 技術之應用展演實踐，落實 5G 創新應用服務規劃內容情境，推動應用案例，透過系統化、常態化與加值化等方式進行整備，輔導、轉化建立成為示範案例。110 年度本院共計推動文化科技跨域示範展演 4 案，亮點案例簡述如下：

#### (1) 5G VR CLOUD



整合中華電信、國立臺灣美術館、高雄市電影館、HTC 及 14 家內容業者等未來內容產業鏈關鍵業者，打造 5G 8K VR OTT 前導示範案例，串聯 CNPD 上中下游產業，以優質內容捲動電信業、軟體平台業及場域經營者跨域合作，作為泛娛樂元宇宙應用的超前實驗示範，於全台 13 個展示點展出 28 支 VR 內容最長達 3 個月。

本計畫收集體驗者回饋指出，82%民眾願意至少支付每月 150 元訂閱 VR 串流平台，以計畫重要合作夥伴中華電信 110 年第三季 mod 訂閱用戶數約兩百萬人計算，預計可創造約 2.5 億產業規模。

## (2) BEDLAM



由臺、法、英跨國合製之沉浸式多人互動 VR 劇場《BEDLAM》，透過新時代的沉浸式體驗科技，讓觀眾置身 17 世紀的精神病院，感受並反思在過去的時代裡邊緣族群所遭受到的殘酷對待；而透過作品旁觀「瘋狂」的同時，讓觀眾照見自己心底真實的獵奇心態與窺探欲——以及對他人的貶低心態也始終存在。

## (3) 5G 共舞樂



透過全息成像的光路結構進行 Hologram Box (H-Box) 設計，運用 5G 網路大頻寬、低延遲特性，將海格力特 SWIPE 線上舞蹈 AI 動作辨識技術，結合臺灣人工智慧實驗室 (TAIWAN AI LAB)

所開發的雅婷人工智慧音樂，及光陣三維開發的 HBOX 3D 全息投影箱技術，三種服務讓民眾一次體驗。本案連續五天在 TCCF EXPO 展 ( 未來內容展 ) 展示，吸引了 400 體驗人次。

#### (4) PartyOn

PartyOn 服務結合 5G 環境，讓虛擬線上音樂活動不只如臨現場，互動與聲光特效更能超越真實，並有包括「高傳輸、低延遲的音樂與人生同步」、「跨終端平台的多人異地連線互動」及「AI 技術驅動的虛擬化身」等技術突破。

### 3-3-3 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) 及周邊活動與相關機制重整台灣內容產業，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。

#### 績效說明：

2021 TCCF 於 5 天展期內共吸引超過 3 萬人次實體參與，近 2 萬人次觀賞線上直播。其中 2021「內容交易市場」，共有來自 21 國、超過 640 位線上下買家共襄盛舉，線上預約 813 場 ( 註：因疫情影響，業者已各自建立慣用遠距洽商管道/工具，媒合預約會之數字，後續訪談業者調查中。 ) 專業人士實體參訪 6,450 人，預估創造產值超過 3,600 萬美金 ( 約 10 億台幣 )。整體作品有超過 130 組國內外業者與創作者、近 800 件作品 ( 版權 ) 參展，參展作品歷年來數量最多、類型最廣泛。

另舉辦 7 場專場媒合推介會 ( Pitching & Showcase )，依 IP 作品區分劇集、長片、動畫、兒少、LGBTQ 等專場，精準導引投資方找尋標的之路徑。今年參與的提案作品數量約 60 件，題材跨足

犯罪、驚悚、恐怖、家庭、愛情、冒險、奇幻、喜劇、戰爭、歷史和 LGBTQ 等多元類型。

2021 TCCF 同步推出數位服務平台「IP Meetup」，延續交易至線上，24 小時不斷線。

2021「未來內容展」則打造 978 坪的沉浸式展場，為台灣最大 B2C 未來內容示範展會。展會內容匯集了由 8 國、17 家業者打造的 15 項未來內容，作品運用 5G、AI、AR、MR、VR 等多項前瞻科技，5 天共吸引 15,078 人次觀展，40,829 作品體驗人次。

**3-4-4 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。**

**績效說明：**

110 年文策學院與 MPA、La Femis、EAVE 等國際關鍵組織及 Marjorie Liu、Gene Luen Yang、Chris Humphrey、Rudy Buttignol、Ashley E. Miller 等專業產業人士建立夥伴關係，培訓媒合優秀人才，提升臺灣人才和原創作品全球通路競爭力，一共開設 282 場次課程（實體課程 233 場次，線上課程 49 門），邀請 156 位國內外講師專業開講，實體及線上參與人次，累計 4,438 上課人數，實體及線上課程加總後共計 649 位國際合製相關領域之專業人才投入國際合資合製。

培育重點面向包含：

1.基礎面：提升經營管理能力，財務規劃、行銷推廣、智財權管理等。

2.專業面：針對不同產業，如動畫製作、編劇、國際出版經紀、譯本編製、音樂經紀等。

3.跨域面：培育有能力進行跨域資源整合之中介人才，如中介經紀人。

簡述與國際關鍵組織合作案例如下：

1. 2021 年 3 月文策學院與法國高等影音學校 La Fémis 合作，開設「TAICCA SCHOOL x La Fémis 劇集統籌大師講堂」，邀請全球最佳影集之一的《巴黎情報局》劇集統籌 Alex Berger 擔任講師。講課內容涵蓋美法劇集統籌 ( showrunner ) 職務與產業生態、如何保有在地產業及文化、劇集統籌工作、《巴黎情報局》劇集的製作實務分析、文化內容品牌建立等主題。

2. 2021 年 3 月文策學院與美國電影協會 ( Motion Picture Association, MPA ) 合作舉辦電影工作坊暨提案競賽，活動包含大師講堂與提案競賽。講堂內容為提案方式、技巧、劇情、角色、劇情結構的開發概念。競賽部分，選出 3 組優勝團隊代表參加本年度由 Latin American Training Center 舉辦的全球電影及影集線上課程。

3. 2021 年 11 月文策院與歐洲影音製作人協會 ( EAVE, European Audio-visual Entrepreneurs ) 合作舉辦「TAICCA x EAVE Ties That Bind 國際合製工作坊」，首次將 Ties That Bind 學程帶來台灣，期能深化歐亞合作、培養更多跨國合製產業人才以及優化內容產製。本次工作坊為期五日，邀請具歐亞跨國合製經驗之製片擔任講師，除了以歐亞合製案籌資、國際發行策略以及劇本分析為主題的團體課程外，並有小組討論與講師一對一陪伴的時間，深入診斷並發掘國際合製潛力。

3-4-5 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 1,000 名以上業界人士，助攻各類型文化內容產品。

績效說明：

110 年文策院各式商情及專題研究等資訊，以產業調查報告、消費調查調查，國內產業趨勢報導及國際商情等形式，透過官網、粉絲團、產業資料庫儀表版、本院電子報、紙本印刷、專欄報導及活動推廣、Podcast、高峰會論壇等 8 種以上跨媒體管道提供業界，觸及產業人數超過 1,000 名以上，以助攻各類型文化內容產品。



2020 年文化內容產業調查計畫報告封面

1. 研究成果部分，自 2020 年起，文化內容策進院將原文化部各項產業調查計畫統整為文化內容產業調查計畫，透過問卷調查、訪談、財稅資料與其他次級資料，依產業關聯性分裂成《圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業類》、《影視、動畫、廣播產業類》、《流行音樂產業類》、《遊戲、電競產業類》共 4 冊台灣文化內容產業調查報告，並將中文電子書冊置於本院官網供大眾下載閱覽，

另同步印製成冊，供外訪、業界諮詢座談、產官學研訪談等場合予各方單位參考。

前述產業調查報告，除每年發行中文版外，亦於 2021 年起發行英文版，並將成果轉知我國所屬駐外單位，擴散本院調查研究成果價值，建立海外曝光管道，以利海外相關業界人士了解臺灣文化內容產業之近況與趨勢，進而促成國際投資。

2. 文策院亦新增不同波段之研究成果對外發布機制，於 2021 年 8 月首度發行《TAICCA issue》( TAICCA 誌 ) 試刊號，以線上 / 線下方式，主動對外提供文化內容各產業之關鍵市場動態和發展趨勢。

3. 除上述外，亦整合旗艦計畫、音樂、影視、未來內容、視覺藝術、國際參展等計畫成果和業界參與意見，以線上及實體專欄至少 30 篇、Podcast 2 場、高峰會論壇 ( 2 天共計 12 場 ) 等形式推廣本院合作及策進機制，同時幫助內容產業業者了解可依據其產業特性參與本院各類型合作及策進機制，加速業者產業發展，並且協助成熟內容產業對網國際。

本院亦透過不定期與個別及整合文化內容產業業者進行不同形式之諮詢及交流雙向溝通或專欄式現象探討，作為當年度政策計劃進行之滾動修正，並作為隔年策略規劃機制參考，並另與產業媒體合作，擴散調查成果與數據儀表板價值，報導媒體包含數位時代、關鍵評論網、中央社等，推薦與引用公司包含街聲、讀墨及產業人士。

3-4-6 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。

績效說明：

1.文策院已完成出版、影視、遊戲、音樂等 4 項產業關鍵地圖，並在未來持續更新。

2.文策院亦編印中、英雙語版《2019-2020 文化內容策進院年度報告》（紙本及網路版）各 1 式，彙整並對外發布本院宗旨、年度工作成果及願景目標，向政府各部會、文化內容相關產業業者及關注文化內容產業發展之民眾傳達文策院價值；同時對全球潛在買家、潛在合作機構、駐台機構等宣傳推廣文化內容策進院及台灣文化內容產業。

3.發布《TAICCA issue》（TAICCA 誌）試刊號，以線上 / 線下方式，主動對外提供文化內容各產業之關鍵市場動態和發展趨勢。



《TAICCA issue》試刊號封面

4. 與泰國出版商業協會 ( PUBAT ) 合作，促成本院產業報告內容泰文版之刊登 ( <https://reurl.cc/xOO841> ) ，同時與紐約時報洽談刊登，未來將持續與國際媒體進行合作，討論互相交換相關文化內容產業調查內容授權之可能性。



**3-5-1 降低採購重大違失件數：年度公告金額以上採購案件（含藝文採購）之重大違失件數，佔總件數之比率不超過 5%。**

績效說明：

文策院辦理採購案件，均依《政府採購法》及『採購作業實施規章』等法規確實辦理。

110 年辦理公告金額以上（含藝文採購）之案件共計 104 件；重大違失件數共計 0 件，佔總件數之比率為 0%。

## 五、年度自籌率比率達成率及經費核撥事項說明

### 1、年度自籌率比率達成率

有關文策院經費年度自籌率比率達成率的部分，說明如下：

110 年度預算數 73,000 元，截至本 ( 12 ) 月底止累計實際數 1,199,056 元。

主要係：

- (1) 漫畫基地主題商店委託蓋亞文化有限公司經營管理案之房地租金收入 258,799 元，含 5~7 月因疫情影響給予減免租金。
- (2) IP 內容實驗室虛擬攝影棚提供商業使用收入 187,810 元。
- (3) 廠商共掛展位費 30,105 元。
- (4) CCC 專案圖書銷售版稅收入 135,368 元。
- (5) BFT 專文授權費收入 500 元。
- (6) IP 內容實驗室虛擬攝影棚提供商業使用之資料處理、設備維護、技術服務費 101,142 元。
- (7) 數位模型資料庫模型授權收入 116,005 元。
- (8) Media Partners Asia -APOS2021 論壇相關 80,085 元。
- (9) 法協展覽贊助款 99,800 元。
- (10) 財務收入、兌換盈餘、罰則及賠償收入等共 189,442 元。

### 2、經費核撥事項概況

#### (1) 預算編列：

文化部補助公務預算：747,958,000 元

文化部補助專案預算：270,820,000 元

合計：1,018,778,000 元

(2) 核撥事項概況：

文化部補助公務預算：685,861,000 元

文化部補助專案預算：292,512,924 元

合計：978,373,924 元

預算及核撥之差額合計為：40,404,076 元。差額係本預算統刪數 62,097,000 元、華山 2.0 華山 2.0 文化內容產業聚落軟體發展計畫刪減 40,020,000 元、推動漫畫基地營運刪減 1,020,000 元、增列漫畫有聲音專案 951,542 元、增列漫畫城行銷專案 1,781,382 元、增列特別預算辦理文創產業振興貸款信用保證專案 10,000,000 元、增列演藝團體紓困貸款及利息補貼特別預算 50,000,000 元。

## 附件 2：委員書面審查意見

- 一、 營運目標 1-1 下之衡量指標項次 1：
  - (一) 請更具體說明創投的內容為何?新創團隊的性質及成效?
  - (二) 請說明如何與國發基金對接及 5 案天使創業投資是哪 5 個?
  - (三) 本目標有具體的計畫與執行成效，但最終投資成效如何?預估促成產值(5,300 萬元)之金額如何估算，其計算方式?以及是否有執行成果追蹤機制?
- 二、 營運目標 1-2 下之衡量指標項次 2：
  - (一) 投資成果如何，如何說服投資者?
  - (二) 疫情期間能有此成效，已屬不易，畢竟質量應兼顧，期待未來看到投資成效之評估。又，多數通過投資案件尚未簽署，有無影響結果之變數?
  - (三) 110 年度投資金額創文化部開辦投資計畫以來最高，惟仍未達預期之績效指標。有鑑於 111 年預期之績效指標更高「執行約 6.5 億元國發基金投資，帶動民間資金相對投入 8.5 億元以上，合計達 15 億元投資規模」，為達成目標，文策院允宜妥善運用今年度新增之專案投資、預投審查等機制，積極開拓潛力案源，加強投資績效。
- 三、 營運目標 1-2 下之衡量指標項次 4：支援的件數超出預期，但實際的執行件數是否有明確數據?並提醒仍應積極提升績效。
- 四、 營運目標 1-2 下之衡量指標項次 5：
  - (一) 有具體成效，進入媒合之案件，是否已有結果?及 100 件作品投入市場的驗證機制為何?
  - (二) 全年流量破百萬次是設定的目標嗎?新增會員只有 2.5 人?
- 五、 營運目標 2-1 下之衡量指標項次 1：疫情期間建立的線上數位媒合平台，顯現成效。疫情趨緩邊界開放後，是否會保留雙軌並行?

- 六、 營運目標 2-1 下之衡量指標項次 2：
- (一) 30 案國內外業者的評選標準為何?預估成效如何?
  - (二) 國際合資合製是以影視產業為主，或是有關涉其餘項目？
  - (三) 簽定 MOU 之項目仍需繼續詳商以便簽屬契約。營運目標 2-1 下之衡量指標項次 4，數位轉型部分於內文未說明，內文提及選出 6 案企劃案補助，但延伸製作費為何以 3 案計？
- 七、 營運目標 2-1 下之衡量指標項次 3：
- (一) 台流有何特色?可否更具體說明?
  - (二) 如何在國內市場回收不足下，經營國際市場?有何具體的方式?如何爭取跨國的投資?是否比過去更積極?
  - (三) 可強化亮點案例以創造台流趨勢。
  - (四) 因應疫情而讓台流能見度大增，建議發揮這股「台流」熱潮，突顯小而堅毅的臺灣創意特質。
- 八、 營運目標 2-1 下之衡量指標項次 4：
- (一) 如何結合科技業者與文化工作者，加強彼此之熟悉與理解。
  - (二) 本目標仍在開發階段，產值有限，期待有關未來發展的 SWOT 分析。
  - (三) 數位轉型部分於內文未說明，內文提及選出 6 案企劃案補助，但延伸製作費為何以 3 案計？
  - (四) 高達 27 件的企劃申請，成果甚佳。
- 九、 營運項目 3-1 下之衡量指標項次 1：授權費價值如何計算出？
- 十、 營運項目 3-2 下之衡量指標項次 2：
- (一) 此項計畫以創造營收金額作為執行成效是否合理？或者是否有更適合的衡量方式？
  - (二) 以 4 案示範展演即可創造約 2.5 億元之產值規模，請說明如何計算出？
  - (三) 第 1 點營收「新臺幣 12 萬元」，是否係「新臺幣 12 億元」之誤植？

十一、營運項目 3-3 下之衡量指標項次 3：

- (一) 商務媒合活動線上預約 813 場，雖有註明因疫情影響業者採用視訊，後續訪談業者調查中。惟請說明後續調查之商務媒合是否有達預定目標？
- (二) 建議應另外提供包含量化 KPI 之外的整體性績效成果報告。
- (三) 有關成果之記載，與「衡量指標」中之「1000 場商務媒合交易活動」暨「達成概況摘要」之說明，似乎不盡相同。
- (四) 「創造超過 10 億元交易額」與「延伸交易超過 10 億元」，是否相同？

十二、營運項目 3-4 下之衡量指標項次 4：

- (一) 649 位國際合製專業人才投入是以人數或人次計算？
- (二) 線上課程目的為影音人才的在職教育（或學院教育的補充），還是媒合到國際合製的案子？是否符合營運目標？
- (三) 「達成概況摘要」之內容，與「衡量指標」似乎不盡相符。
- (四) 建議應另外提供包含量化 KPI 之外的整體性績效成果報告。

十三、營運項目 3-4 下之衡量指標項次 5：

- (一) 定期且穩定接觸 1,000 名以上業界人士此部分未說明。
- (二) 建議應另外提供包含量化 KPI 之外的整體性績效成果報告。

十四、營運項目 3-4 下之衡量指標項次 6：

- (一) 以 TAICCA issue 為例，確實提供許多有用訊息，且編排美觀俐落。
- (二) 刊登至少一篇相關內容於國際刊物部分，應補充預計刊登時間。另外，國際刊物之刊登之效果應有評估說明。

- 十五、在國際發展局勢如此變化莫測及國內市場有所限制及投資意願不高的情況下，文策院第三年已經略具方向，而且已經看到了明顯成長。尤其是在產業化的趨勢已經有成長。但是，文策院的角色應該更具策略型及前瞻性，例如透過研究後提出更具突破性的政策並集中火力執行，排除各種無謂的障礙，這些障礙可以透過文策院本身的修法解決，也要抵擋更多的政治勢力的介入，扮演主導者。在原來的市場及政治文化氛圍下，文策院已踏出艱難的第一步。
- 十六、投資部分相較前一年度已達預期金額，接續「帶動民間資金投資」為重要目標，相關的政策法規都陸續調整及鬆綁，應有更策略性擴大投資量能的作法，期待國家與民間之投資比例可以從 1:1 逐漸往 1:1.05、1:2 的目標邁進。
- 十七、IP Meetup 上線運作對於媒合具有一定功效，應強化在重大活動之外的定期媒合機制。
- 十八、人才培育的策略，目前是從國際合資合製的過程來達成，建議更有系統性，及思考參與者從中學習國際經驗及更多的作法。
- 十九、本年度各項重要 KPI 大多已達標或超標，應予鼓勵。建議文策院除原先必要和例行需完成之工作與指標外，亦應根據文策院設立使命與定位，在各重要業務，例如產業(投融資、育成)、國際化與跨域三大構面，建立整合之戰略目標，與對應之 KPI，並能區別短中長期階段。
- 二十、媒合機制成效良好，未來應朝定期化發展。
- 二十一、和去年相比，已突破許多可能性。惟內容的國際觀和共同對產業國際觀的高度是否有共識，這是非常急需整合的。
- 二十二、很根本的問題還是在「內容價值」與「產業發展」的平衡，很多的內容真的從中短期來看是沒有獲利可能的，但臺灣作為一個團體，又不能在這方面作有點愚蠢的投資，確實為兩難。
- 二十三、以產銷主導的思維，應先從內容重點發展的使命出發，推動優良的人才、題材，可以提升製作品質，才有拓展產銷的

意義。避免以產值考量決定內容方針，以免形成單一化及娛樂化壓倒一切的現象，最主要還是站穩國家文化發展的前瞻視野及高度。

二十四、本年度在產業化有明顯進展，國際化與整合化在疫情影響下有很大突破，值得鼓勵。

二十五、建議文策院擬定臺灣文化產業的策略，找到臺灣文化產業的核心能力及核心產業項目，專注臺灣可以產業化的創意產業，集中資源，解決核心產業發展上下遊的問題。

### 附件 3：委員會議發言紀要及審查意見

#### 一、郭委員重興：

- (一) 去年國發基金投資成效較往年良好之原因為何?是否有調整相關規則?
- (二) 過往國發基金規定須先有民間資金才能跟投，造成阻力，目前之規定?

#### 二、雷委員輝：

- (一) 所述文策院未來之規劃清楚且有方向與脈絡。惟建議文策院應提出臺灣未來文化產業的重點產業與方向，以提供民間投資者與產業界評估參考。
- (二) 建議文化部應清楚定位文策院，並釐清文策院之工作執行方向，如定位其為臺灣文化創意產業之主權基金，則應清楚提供臺灣文化之發展方向。
- (三) 國內影視產業應有可抗衡國際平台之能力，文策院應政策性整合建立國內 OTT 平台，成為國際層級平台，以支持內容產業。

#### 三、董委員澤平：

- (一) 文策院應以國家高度從事文創產業發展之使命，應協助文化部發展中長期政策、執行國家 3 至 5 年甚而 10 年的中、長期戰略，例如得以文創產業之類主權基金進行投資、建立亞太級 OTT 平台等，而非膠著於細節之執行。
- (二) 文策學院辦理目的應不同於正規學校與坊間補習班，建議應為產業的專業學院，提供業界需要的產業化課程等，以培育業界中高階專業人才，類似於法國、日本、韓國等針對音樂、影視所辦理之專門學校。

#### 四、閻委員鴻亞：

- (一) 文策院於產銷目標外仍應重視內容之創作與價值，並避免內容單一化。以臺北電影節為例，今年的報名量為去年之一半，可知國片製作量已有下滑跡象，文策院去年投資之增長是否有挹注於國片投資?去年臺灣電視劇集已有較強的製作出現，但於國片部分尚面臨資金籌措之

困境，文策院應於考慮「銷」的同時，同步思考如何催生國內更多元的創作能量，並協助好的內容能有發展的可能性。

五、徐委員宜君：

- (一) 就投資績效而言，去年投資成果已有相當成長，希望未來帶動民間投資之比率有所提升。
- (二) 文策院在去年創意內容大會成立 IP Meetup 平台，建議未來以常態方式營運，並提供內容產業不同階段之協助機制。
- (三) 人才部分，目前策略以國際合資合製提供國內人才學習與合作參與為主，建議更有系統性，以提升人才專業能力。並建議文策院應從 IP、投資及人才等各面做整體性策略規劃，以回應產業需求。

六、李委員玉玲：

- (一) 文策院應扮演投資者的預見者(即趨勢觀察者)，提供市場資訊評估以及投資方向。年度資金對長、短線經營應有規劃，短線以市場性、商業性為主並回饋於年度數據，長線則應能產生市場引領效果及吸引國際資金與資源之進入。
- (二) 建議創意內容大會維持實體與線上雙軌並行。

「110 年文化內容策進院自評績效報告」：  
附件二委員審查書面意見修正對照表

編號	意見	修正內容說明	頁數
1	<p>營運目標 1-1 下之衡量指標項次 1：</p> <p>(1) 請更具體說明創投的內容為何？新創團隊的性質及成效？</p> <p>(2) 請說明如何與國發基金對接及 5 案天使創業投資是哪 5 個？</p> <p>(3) 本目標有具體的計畫與執行成效，但最終投資成效如何？預估促成產值(5,300 萬元)之金額如何估算，其計算方式？以及是否有執行成果追蹤機制？</p>	<p>1. 本院自 110 年度起規劃辦理第一期文化新創加速器執行計畫，111 年度並已規劃繼續辦理第二、三期。本計畫結束後，已協助 5 家新創團隊對接 SOSVMOX 的投資團隊；後續追蹤有 10 家新創團隊有意申請本院國發基金 300 萬小額直接投資方案，7 家新創團隊有意申請 301-2,000 萬投資方案。截至 111/3/17，已收到 3 家新創團隊的申請 300 萬小額直接投資方案，1 家申請 2,000 萬以下投資，目前均進入評估階段。預估產值則是參據文化統計文化內容平均產值、入選團隊的公司發展階段與加速團隊的家數計算(孵育組 8 家，加速組 22 家)。</p> <p>2. 依據目前本院規劃，係以參與並完成本院文化新創加速器執行計畫，或其他經本院認定符合產業策進需要之專案計畫，作為申請前述 300 萬以下小額直接投資之資格條件；期能協助業者藉由計畫之參與，提昇業者之公司治理、團隊經營、商模策略，完備商業營運思維，以利銜接市場及國發基金投資評估，提高獲得投資之機會。5 家新創團隊對接 SOSVMOX 的投資團隊包括南國島嶼、華文音樂劇、小耳朵文化傳媒股份有限公司、東昀策創科技股份有</p>	13-14

		<p>限公司、瞬間移動；並與 4 家加速器合作，分別是：華陽創投集團、樹冠影響力投資、SparkLabs Taipei、SOSV MOX。</p> <p>3.</p> <p>a. 因本計畫於 110 年始開辦，故近期成效如 1. 說明，最終投資成效，將視申請團隊資料完整，評估已適合成為投資標的後，促成投資。</p> <p>b. 預估產值係參據文化統計文化內容平均產值、入選團隊的公司發展階段與加速團隊的家數計算(孵育組 8 家，加速組 22 家)。</p> <p>c. 追蹤機制：本院預計成立新創社群，定期和入選團隊聯繫並舉辦交流聚會，偕同院內各處室共同追蹤團隊概況，進而瞭解其被投資的進度。</p>	
2	<p>營運目標 1-2 下之衡量指標項次 2：</p> <p>(1) 投資成果如何，如何說服投資者？</p> <p>(2) 疫情期間能有此成效，已屬不易，畢竟質量應兼顧，期待未來看到投資成效之評估。又，多數通過投資案件尚</p>	<p>1. 110 年在全球疫情的嚴峻打擊下，投資金額仍創文化部開辦文創事業及化內容投資計畫以來最高，共計通過 8 件、累積金額近新台幣 4.59 億元，捲動民間共投 4.59 億元，合計總投資達 9.18 億元，相較於去年，成長 69.4%，今年也針對文創業者與投資模式放寬共投方資格及新增專案投資，期能活絡文化內容產業的資金市場，進而健全文化內容產業生態系。投資關鍵應在被投資方本身之整體經營體質，本院促成</p>	14-15

	<p>未簽署，有無影響結果之變數？</p> <p>(3) 110 年度投資金額創文化部開辦投資計畫以來最高，惟仍未達預期之績效指標。有鑑於 111 年預期之績效指標更高「執行約 6.5 億元國發基金投資，帶動民間資金相對投入 8.5 億元以上，合計達 15 億元投資規模」，為達成目標，文策院允宜妥善運用今年度新增之專案投資、預投審查等機制，積極開拓潛力案源，加強投資績效。</p>	<p>投資之意義，除了投資款項本身直接帶給業者啟動營運資源，也期望藉由國家投資，提高業界信心、帶動民間投入更多資金，並在投資後持續提供業者適合之資源介接協助。</p> <p>2. 截至 111/3/17 已通過投審會的投資案預計均將順利完成簽約。</p> <p>3. 資料補充說明：於今年允宜妥善運用新增之專案投資、預投審查等機制，積極開拓潛力案源，加強投資績效。</p>	
3	<p>營運目標 1-2 下之衡量指標項次 4：支援的件數超出預期，但實際的執行件數是否有明確數據？並提醒仍應積極提升績效。</p>	<p>本院受文化部委託辦理之政策性貸款，送達銀行申請共計 654 件。包含藝文產業大型事業紓困利息補貼 1 件、文創產業青創貸款 539 件、演藝團體紓困貸款 114 件。</p> <p>關於績效提升，感謝委員提醒。</p>	23
4	<p>營運目標 1-2 下之衡量指標項次 5：</p> <p>(1) 有具體成效，進入媒合之案</p>	<p>1. 出版影視媒合 2021 年上半年促成 13 案中，已有 2 案投拍人與文策院洽談後續開發；2021 年 12 月底選出之潛力文本媒合</p>	24-25

	<p>件，是否已有結果？</p> <p>及 100 件作品投入市場的驗證機制為何？</p> <p>(2) 全年流量破百萬次是設定的目標嗎？新增會員只有 2.5 萬人？</p>	<p>期限至 2022 年 3 月底，迄今已有 8 案媒合成功，刻正與影視方簽訂改編授權合約；「內容開發專案計畫」方案設計履約最後一期結案標的為「開鏡照及拍攝大表」，確認該作品進入製作，目前合作 100 個專案中，已有三成開始籌資，預計於 2023 年起陸續有機會籌資進入開拍。</p> <p>2. 全年流量破百萬為漫畫小組投入行銷資源取得之平台經營成果，未來本院漫畫小組將持續優化行銷效益，提升台漫閱讀風氣與成效，而新增會員人數報告內誤值，應為 2.5 萬人。</p>	
5	<p>營運目標 2-1 下之衡量指標項次 1：疫情期間建立的線上數位媒合平台，顯現成效。疫情趨緩邊界開放後，是否會保留雙軌並行？</p>	<p>本院於 2021 年正式上線之創意內容媒合交流平台 (IP Meetup) 是兼具線上展示、數位資料庫與專題策展功能之雙語介面系統，以作為協助我國多數中小型業者線上洽商媒合、策進內容輸出海外市場之數位機制之一環。故本院未來將持續以線上與實體雙軌並行方式，進行系統優化，配合疫情期間各大國際展會的線上館需求差異，以設計並提供可強化我國內容行銷與展演之介面。</p>	27
6	<p>營運目標 2-1 下之衡量指標項次 2：</p>	<p>1. MOU 架構下之「內容開發專案計畫」及「國際合作投資專案計畫」皆為逐案議約機制，所有合作專案皆簽署專屬合約，載明相關權利義務。選擇合作對象為具有國</p>	29-30

	<p>(1) 30 案國內外業者的評選標準為何?預估成效如何?</p> <p>(2) 國際合資合製是以影視產業為主，或是有關涉其餘項目?</p> <p>(3) 簽定 MOU 之項目仍需繼續詳商以便簽屬契約。營運目標 2-1 下之衡量指標項次 4，數位轉型部分於內文未說明，內文提及選出 6 案企劃案補助，但延伸製作費為何以 3 案計?</p>	<p>際合資合製能力、在開發與製作皆有經歷的公司，期望能藉由挹注資源，捲動更多國際資金與人才加入，促成台灣人才與內容推向國際。</p> <p>2. 董事會甫今年（111 年）二月通過〈多元內容開發暨專案投資實施規章〉，期待未來多樣態的文化內容進入本院協助開發及投資之階段。刻正研擬各類內容之開發暨專案投資之方案，以備近期推出。</p> <p>3. 透過本計畫鼓勵，獲選案件包含將平面視覺藝術轉化為 3D 虛擬藝廊、有聲故事書結合 AR 呈現新型態呈現、在沉浸式劇場空間中增加混和實境的體驗形式等數位轉型開發。由於考量到作品開發期程需以跨年度執行，以及優良作品眾多，跨年度預算由文策院本預算執行，而總補助金額不異動，仍以 3 件計算。</p>	
7	<p>營運目標 2-1 下之衡量指標項次 3:</p> <p>(1) 台流有何特色?可否更具體說明?</p> <p>(2) 如何在國內市場回收不足下，經營國際市場?有何具體的方式?如何爭取跨國的投資?是否比過去更積極?</p>	<p>1. 台灣擁有自由多元的創作環境，打造出在台流作品深具多元性，且與國際共享相同的進步價值觀。像是臺歐之間地理距離雖然遙遠，但價值系統相近，再加上歐洲獨立製片蓬勃，透過文策院完整的跨國資金、合製機制及國際通路，將有助於臺灣作品透過法國市場等歐洲市場進軍全球。臺灣作品於國際上也許能見度不高，但具</p>	31-33

	<p>(3) 可強化亮點          案例以創造台流趨勢。</p> <p>(4) 因應疫情而讓台流能見度大增，建議發揮這股「台流」熱潮，突顯小而堅毅的臺灣創意特質。</p>	<p>有高度融入力，在任何市場都能融洽找到平衡，於各國的不同文化間適應力強。</p> <p>2. 國際各市場都有不同的喜好、趨勢，國內市場的成績並不完全代表國際市場，許多臺灣原創作品也於國外大受歡迎。文策院透過行銷及通路、產業的跨國合作，增加台灣文化內容在國外的聲量及能見度，在產業面透過與國外通路、業界合作的方式，讓作品進入國外產製流程，再搭配文策院策略合作、投資規劃爭取國外投資、資源，確保台灣內容有管道在國外被看見，並可再藉由國外的聲量、成果，紅回國內讓作品在國內也被關注。</p> <p>國際市場投資方面，本院的確在經過兩年的建立國際合作及關係上大有進步，2022年與英國合作的 Creative Coalition Festival，今年帶團隊線上 pitching 原型作品，獲得良好迴響，目前正在談明年合作，朝找投資人的方向進行中。</p> <p>另外，2022年參加法國的 Series Mania 展會，本院與歐洲超過 10 個組織成功洽談合作機會，頗有佳績。</p> <p>3. 2021 年文策院與駐日單位合作辦理漫畫有聲音日本移展，在本院推介下，成功賣出「用九柑仔店」、「Day Off」、「蘭人</p>	
--	---	--	--

		<p>異聞錄」等超過5部漫畫日本市場版權，目前更有多部正在洽談中。</p> <p>2021 年文策院主辦「腦內旅行台灣」日本行銷活動，與東京書店合作佈置台灣日譯書和雜貨主題展售專區，並舉辦四場線上線下座談會，邀請日本直木賞作家、獨立書店負責人等介紹台灣作品，吸引日本電視台、報章雜誌報導，並專訪作家吳明益。</p> <p>坎城唱片展參展台灣藝人線上演出、洽談日本影音平台ニコニコ播送計 11 萬人次觀賞和即時互動正面迴響。</p>	
8	<p>營運目標 2-1 下之衡量指標項次 4：</p> <p>(1) 如何結合科技業者與文化工作者，加強彼此之熟悉與理解。</p> <p>(2) 本目標仍在開發階段，產值有限，期待有關未來發展的 SWOT 分析。</p> <p>(3) 數位轉型部分於內文未說明，內文提及選出 6 案企劃案補助，但延伸製作費為何以 3 案計？</p>	<p>1. 透過本計畫鼓勵，獲選案件包含將平面視覺藝術轉化為 3D 虛擬藝廊、有聲故事書結合 AR 呈現新型態呈現、在沉浸式劇場空間中增加混和實境的體驗形式等數位轉型開發。</p> <p>為提升內容業者應用科技及產業化，以「未來內容共創圈」形式加強跨域交流、凝聚共識，透過交流會、媒合會(多對多到一對一媒合)、體驗參訪等形式，彼此由初步了解到深入了解，並提供支持方案鼓勵跨域共創，投入新型態敘事創作，促進多元發展及創新商業模式。</p> <p>2. 已規劃後續追蹤與深度訪談了解作品後續擴散效應，透過持續與海外平台組織串</p>	33-34

	(4) 高達 27 件的企劃申請，成果甚佳。	<p>連與合作，擴大臺灣國際產製知名度。</p> <p>3. 由於考量到作品開發期程需以跨年度執行，以及優良作品眾多，跨年度預算由文策院本預算執行，而總補助金額不異動，仍以 3 件計算。</p> <p>4. 感謝委員指教。</p>	
9	營運項目 3-1 下之衡量指標項次 1：授權費價值如何計算出？	<p>TCCF 5G VR Cloud 計畫中，共有 22 支 VR 內容於全台 10 處中華電信門市達三個月，另有兩支於全台 10 處達一個月。</p> <p>國際普遍 VR 內容授權金額為：1 支授權 1 處 1 個月約 33,000，</p> <p>此計畫總授權金價值計算方式：</p> $22(\text{支}) * 10(\text{處}) * 3(\text{個月}) * 33,000 = 21,780,000$ $2(\text{支}) * 10(\text{處}) * 1(\text{個月}) * 33000 = 660,000$ <p>總金額估值達：22,440,000（兩千兩百四十四萬元）</p>	35-36
10	<p>營運項目 3-2 下之衡量指標項次 2：</p> <p>(1) 此項計畫以創造營收金額作為執行成效是否合理？或者是否有更適合的衡量方式？</p> <p>(2) 以 4 案示範展演即可創造約 2.5 億元之產值規模，請說明如何計算出？</p>	<p>1、3. 數位模型庫為本院對台灣文化內容創意產業之基礎建設一環，期目的為加速臺灣原創數位模型內容運用與開發，故應以模型下載、平台瀏覽為衡量指標，而本案數位模型平台於 11/15 正式提供免費及付費模型下載服務，並依據產業回饋訂定模型訂價策略，提升臺灣原創模型創作者付費下載及使用意願。營運至年底，平台累積交易金額達新台幣 12 萬元，瀏覽量達 10 萬</p>	36-39

	<p>(3) 第 1 點營收「新臺幣 12 萬元」，是否係「新臺幣 12 億元」之誤植？</p>	<p>次，觸及 31 國，會員人數逾 1 萬 3 千人，累積下載逾 1700 次。</p> <p>2. 示範案例中，5G VR Cloud 問卷(403 份)回收結果：</p> <p>民眾體驗後約有 82%以上願意付費訂閱，平均每月願意付費價格約為 150 元，以中華電信 MOD 總訂閱數 206 萬人(110Q3)，預計潛在產業規模至少 2.5 億。</p>	
11	<p>營運項目 3-3 下之衡量指標項次 3：</p> <p>(1) 商務媒合活動線上預約 813 場，雖有註明因疫情影響業者採用視訊，後續訪談業者調查中。惟請說明後續調查之商務媒合是否有達預定目標？</p> <p>(2) 建議應另外提供包含量化 KPI 之外的整體性績效成果報告。</p> <p>(3) 有關成果之記載，與「衡量指標」中之「1000 場商務媒合交易活動」暨「達成概況</p>	<p>1. 會後調查參展廠商商務媒合活動，實體參展影視賣家(65 家)平均使用其他會議系統(如 ZOOM、GOOGLE MEET)的數量為 5 場，推估總會議量超過 300 場，商務媒合會議總和超過預定目標之 1000 場。</p> <p>2. 會後除量化成果調查外，包括質化調查如：杰德影音版權銷售日本、三立〈一家團圓〉獲新馬客戶下訂、台視/三立〈全明星運動會〉獲香港客戶青睞、TVBS〈有生之年〉、〈親愛壞蛋〉獲海外客戶投資意向，亦與國際平台洽談版權中、東森〈稍息立正我愛你〉等經典戲劇版權銷售泰國、影響原創〈俗女養成記 2〉版權銷售至新加坡、日本、越南等預期交易機會評估。</p> <p>唯版權交易期程，從開始洽談至買賣交易，通常需要 2 至 3 個月，也有可能長達半年，而這僅指「已完成作品」的一般期</p>	39-40

	<p>摘要」之說明，似乎不盡相同。</p> <p>(4) 「創造超過 10 億元交易額」與「延伸交易超過 10 億元」，是否相同？</p>	<p>程，若是企劃案或投資案可能需時更久。</p> <p>預計於每年度於展會結束約 9 個月後進行前一年度成效調查及參展建議，作為調整精進參考。</p> <p>3. 經由本院 IP Meetup 平台發起之洽商媒合會議共計 813 場。惟受疫情影響，業者多習慣使用自己的數位會議工具，經會後訪談業者，推估其他洽商媒合會議數量超過 300 場，故商務媒合會議總和超過預定目標之 1000 場。</p> <p>4. 兩者意思相同。TCCF 預估交易金額為約新台幣 10 億元。</p>	
12	<p>營運項目 3-4 下之衡量指標項次 4：</p> <p>(1) 649 位國際合製專業人才投入是以人數或人次計算？</p> <p>(2) 線上課程目的為影音人才的在職教育（或學院教育的補充），還是媒合到國際合製的案子？是否符合營運目標？</p> <p>(3) 「達成概況摘要」之內容，與「衡量指標」似乎不盡相符。</p>	<p>1. 文策學院終極目標是將台灣內容作品與人才連結國際，打通產製管道，課程規劃包含內容提案的陪伴及孵育。文策學院課程參與統計以人次計，根據相關課程統計之 649 位國際合製專業人才投入以人次計算。由於文策學院學員多由目前具業界經驗的從業人員甄選入學，故能夠於相關業務投入 50 人的數字是合理的。</p> <p>2. 委員所言甚是，兩者之間相關聯但不能劃上等號，未來會加強後續就業追蹤的業務項目，更具體呈現文策學院對於業界之影響與貢獻。</p> <p>3. 文策學院與國際影視合作夥伴陸續開辦相關課程，曾合作單位包含 NETFLIX、美</p>	40-41

	<p>(4) 建議應另外提供包含量化 KPI 之外的整體性績效成果報告。</p>	<p>國電影協會 (MPA)、歐洲影音製作人聯盟 (EAVE) 及法國國家高等影音學院 (La Fémis)，共同開設劇集統籌大師講堂、Ties That Bind 國際合製工作坊、電影工作坊暨提案競賽等。今年三月並與法國「三洲影展暨南方製片工作坊」簽署 MOU，預計連結文策院其他國際合作計畫，協助國內影視產業孵案、成案、提案、籌資、創投媒合等作品產製過程，並串接臺灣、歐洲，與東南亞的影視人脈網絡與合作通道。另同時開設影視版權銷售實務、跨域創作與影視改編、出版影視經紀入行指南、出版與影視媒合出版品授權影視改編等版權相關相關課程，協助建立中介經濟相關知識並將視野擴及至國際市場，充實文化內容人才專業能力。110 年共開設 282 場次課程 (實體課程 233 場次，線上課程 49 門)，邀請 156 位國內外講師開講，實體及線上參與學員共計 4,438 人次。</p> <p>4. 謝謝委員意見，未來除量化指標外也將持續收攬講師及學員之質化反饋，並整合相關績效。</p>	
13	<p>營運項目 3-4 下之衡量指標項次 5：</p> <p>(1) 定期且穩定接觸 1,000 名以上業</p>	<p>1. 說明觸達人數情形：本院整合產業商情趨勢、專題研究及國外趨勢新聞，定期發</p>	42-43

	<p>界人士此部分未說明。</p> <p>(2) 建議應另外提供包含量化 KPI 之外的整體性績效成果報告。</p>	<p>出電子報，名為〈文策報〉，目前訂閱人數已超過 2,500 人。</p> <p>2. 整體研究績效成果：本院尚辦理</p> <p>(1) 各年度台灣文化內容產業調查、台灣文化內容消費趨勢調查、文化創意產業年報等產業趨勢調查研究；</p> <p>(2) 另於國際目標市場方面，已進行台灣影視、遊戲、音樂產品於日本市場之聲量調查。另進行日本展演業對於表演場館需求以及台灣可供合資合作開發之場館調查，以促進相關可能之投資。</p> <p>(3) 有關各國文化內容政策之研究：本院於北美、歐洲，與當地智庫機構合作研析該國文化內容中介組織運作，作為本院後續發展精進之參考。</p> <p>3. 研究推廣業務：為擴散本院研究成果，已將調查研究組每週定期產出之商情資訊、產業調查數據與電影票房建置視覺化儀表版，方便業界查閱利用。另一方面，為達到跨產業橫向連結，產業複融合共好目的，不定期產出內容產業趨勢報導及深度專欄，提供產業參考。</p>	
14	<p>營運項目 3-4 下之衡量指標項次 6：</p> <p>(1) 以 TAICCA issue 為例，確實提</p>	<p>1. 謝謝委員的讚許，我們會持續精進 taicca issue 的內容與編輯。</p> <p>2.</p> <p>(1) PUBAT 的刊登日期為 110 年 9 月 7 日。</p>	44-45

	<p>供許多有用訊息，且編排美觀俐落。</p> <p>(2) 刊登至少一篇相關內容於國際刊物部分，應補充預計刊登時間。另外，國際刊物之刊登之效果應有評估說明。</p>	<p>(2)對方主動要求刊登本院研究成果，並且希望進一步以中介組織締結合作關係，以利後續交換相關研究成果，分享兩地調研數據，後續會進一步詢問該單位分享讀者資料。今年度(111年)刊登國際刊物時已將刊登效果納入考量並具體評估成效。</p>	
15	<p>在國際發展局勢如此變化莫測及國內市場有所限制及投資意願不高的情況下，文策院第三年已經略具方向，而且已經看到了明顯成長。尤其是在產業化的趨勢已經有成長。但是，文策院的角色應該更具策略型及前瞻性，例如透過研究後提出更具突破性的政策並集中火力執行，排除各種無謂的障礙，這些障礙可以透過文策院本身的修法解決，也要抵擋更多的政治勢力的介入，扮演主導者。在原來的市場及政治文化氛圍下，文策院</p>	<p>感謝委員指教，謹遵辦理。</p>	

	已踏出艱難的第一步。		
16	投資部分相較前一年度已達預期金額，接續「帶動民間資金投資」為重要目標，相關的政策法規都陸續調整及鬆綁，應有更策略性擴大投資量能的作法，期待國家與民間之投資比例可以從 1:1 逐漸往 1:1.05、1:2 的目標邁進。	感謝委員指教，謹遵辦理。	
17	IP Meetup 上線運作對於媒合具有一定功效，應強化在重大活動之外的定期媒合機制。	感謝委員指教，謹遵辦理。	
18	人才培育的策略，目前是從國際合資合製的過程來達成，建議更有系統性，及思考參與者從中學習國際經驗及更多的作法。	感謝委員指教，謹遵辦理。	

19	<p>本年度各項重要 KPI 大多已達標或超標，應予鼓勵。建議文策院除原先必要和例行需完成之工作與指標外，亦應根據文策院設立使命與定位，在各重要業務，例如產業(投融資、育成)、國際化與跨域三大構面，建立整合之戰略目標，與對應之 KPI，並能區別短中長期階段。</p>	<p>感謝委員指教，謹遵辦理。</p>	
20	<p>媒合機制成效良好，未來應朝定期化發展。</p>	<p>感謝委員指教，謹遵辦理。</p>	
21	<p>和去年相比，已突破許多可能性。惟內容的國際觀和共同對產業國際觀的高度是否有共識，這是非常急需整合的。</p>	<p>感謝委員指教。</p>	
22	<p>很根本的問題還是在「內容價值」與「產業發展」的平衡，很多的內容真的從中短期來看是沒有獲利可</p>	<p>感謝委員指教。</p>	

	能的，但臺灣作為一個團體，又不能在這方面作有點愚蠢的投資，確實為兩難。		
23	以產銷主導的思維，應先從內容重點發展的使命出發，推動優良的人才、題材，可以提升製作品質，才有拓展產銷的意義。避免以產值考量決定內容方針，以免形成單一化及娛樂化壓倒一切的現象，最主要還是站穩國家文化發展的前瞻視野及高度。	感謝委員指教。	
24	本年度在產業化有明顯進展，國際化與整合化在疫情影響下有很大突破，值得鼓勵。	感謝委員指教。	
25	建議文策院擬定臺灣文化產業的策略，找到臺灣文化產業的核心能力及核心產業項目，專注臺灣可以產	感謝委員指教。	

	業化的創意產業，集中資源，解決核心產業發展上下遊的問題。		
--	------------------------------	--	--

「110年文化內容策進院自評績效報告」：  
附件三：委員會議發言紀要及審查意見修正對照表

編號	意見	修正內容說明	頁數
1	<p>郭委員重興：</p> <p>(1) 去年國發基金投資成效較往年良好之原因為何?是否有調整相關規則?</p> <p>(2) 過往國發基金規定須先有民間資金才能跟投，造成阻力，目前之規定?</p>	<p>1. 為因應文化內容產業的特殊性，有效促成更多民間資金投入文化內容產業，除原本的投資機制外，文策院更推出「文化新創加速推進計畫」、「內容開發專案計畫」等配套機制，在要點修正上，也鬆綁共投方的資格限制，並將申請投資金額做分流，簡化投資審議流程、新增專案投資、預投審查機制期能活絡文化內容產業的資金市場，進而健全文化內容產業生態系。</p> <p>2. 本院協助文化部修訂，並甫於110年10月26日、111年1月3日完成修正公告的「文化部辦理文化內容投資計畫作業要點」中，按投資金額大小分流、新增專案投資、提出三百萬直接投資案型，取消需有共投方之限制，同時簡化審議流程，期專案投資的增設，能讓國發基金投資文化內容產業更符合產業樣態，引入更多民間資金。</p>	13-14
2	<p>雷委員輝：</p> <p>(1) 所述文策院未來之規劃清楚且有方向與脈絡。惟建議文策院應提出臺灣未來文化產業的重點產</p>	<p>尊重委員意見，未來將配合政策辦理</p>	

	<p>業與方向，以提供民間投資者與產業界評估參考。</p> <p>(2) 建議文化部應清楚定位文策院，並釐清文策院之工作執行方向，如定位其為臺灣文化創意產業之主權基金，則應清楚提供臺灣文化之發展方向。</p> <p>(3) 國內影視產業應有可抗衡國際平台之能力，文策院應政策性整合建立國內OTT平台，成為國際層級平台，以支持內容產業。</p>		
3	<p>董委員澤平：</p> <p>(1) 文策院應以國家高度從事文創產業發展之使命，應協助文化部發展中長期政策、執行國家3至5年甚而10年的中、長期戰略，例如得以文創產業之類主權基金進行投資、建立亞太級OTT平台等，而非</p>	<p>1. 尊重委員意見，未來將配合政策辦理。</p> <p>2. 文策學院今年以「推動內容跨產業合作、聚焦國內外產業趨勢、推動文化內容產業化」為目的，培育面向包含：「內容產製加速孵化」、「國際展會通路提案培訓」及「新創事業營運及商模建立陪伴」，以培育具國際競爭力的產業關鍵人才為目標。將為文化內容經營者及創作者，提供大師講堂、工作坊及文化新創加</p>	40 文策學院

	<p>膠著於細節之執行。</p> <p>(2) 文策學院辦理目的應不同於正規學校與坊間補習班，建議應為產業的專業學院，提供業界需要的產業化課程等，以培育業界中高階專業人才，類似於法國、日本、韓國等針對音樂、影視所辦理之專門學校。</p>	<p>速器等課程及計畫，同時規劃線上課程擴大教學資源，觸及更多文化內容產業人才。同時針對產業中高階人士開設聚焦於產業需求之相關課程，並與國際展會對接，共同合作各產業內容孵育工作坊，透過企畫陪伴以及製作、行銷與通路諮詢，加速台灣作品產製及連結國內外產業人脈，串連國際買家及投資人，最終目標為促成國內外合作投資或製作之商業關係，建立實質通往國際市場的新網絡。</p>	
4	<p>閻委員鴻亞：</p> <p>(1) 文策院於產銷目標外仍應重視內容之創作與價值，並避免內容單一化。以臺北電影節為例，今年的報名量為去年之半，可知國片製作量已有下滑跡象，文策院去年投資之增長是否有挹注於國片投資？去年臺灣電視劇集已有較強的製作出現，但於國片部分尚面臨資金籌措之困境，文策院應於考慮「銷」的同時，同步</p>	<p>1. 尊重委員意見，配合辦理</p> <p>2. 本院去年度投資有涵括國片投資，以被投資公司轉投影視相關案件核計，投資金額約為3億。</p>	13-14

	<p>思考如何催生國內更多元的創作能量，並協助好的內容能有發展的可能性。</p>		
5	<p>徐委員宜君：</p> <p>(1) 就投資績效而言，去年投資成果已有相當成長，希望未來帶動民間投資之比率有所提升。</p> <p>(2) 文策院在去年創意內容大會成立 IP Meetup 平台，建議未來以常態方式營運，並提供內容產業不同階段之協助機制。</p> <p>(3) 人才部分，目前策略以國際合資合製提供國內人才學習與合作參與為主，建議更有系統性，以提升人才專業能力。並建議文策院應從 IP、投資及人才等各面做整體性策略規劃，以回應產業需求。</p>	<p>1. 尊重委員意見，配合辦理</p> <p>2. 謝謝委員建議，本院於 2021 年正式上線之創意內容媒合交流平台（IP Meetup）是兼具線上展示、數位資料庫與專題策展功能之雙語介面系統，以作為協助我國多數中小型業者線上洽商媒合、策進內容輸出海外市場之數位機制之一環。未來將持續以線上與實體雙軌並行方式，進行系統優化，配合疫情期間各大國際展會的線上館需求差異，以設計並提供可強化我國內容行銷與展演之介面。</p> <p>3. 謝謝委員建議，文策學院文策學院今年以「推動內容跨產業合作、聚焦國內外產業趨勢、推動文化內容產業化」為目的，培育面向包含：「內容產製加速孵化」、「國際展會通路提案培訓」及「新創事業營運及商模建立陪伴」，以培育具國際競爭力的產業關鍵人才為目標。將為文化內容經營者及創作者，提供大師講堂、工作坊及文化新創加速器等課程及計畫，同時規劃線上課程擴大教學資源，觸及更多文</p>	<p>1. 13-14</p> <p>2. IP Meetup 40</p> <p>3. 40</p>

		<p>化內容產業人才。同時針對產業中高階人士開設聚焦於產業需求之相關課程，並與國際展會對接，共同合作各產業內容孵育工作坊，透過企畫陪伴以及製作、行銷與通路諮詢，加速台灣作品產製及連結國內外產業人脈，串連國際買家及投資人，最終目標為促成國內外合作投資或製作之商業關係，建立實質通往國際市場的新網絡。</p> <p>陪伴輔導建立商模：台灣文化內容業者多為微型公司或個人工作室，短期內對接市場資金仍需相關輔導機制耐心陪伴，文策學院以加速器/孵化器模式，培育文化新創團隊，希望促進台灣文化內容產業以企業思維建立商業模式，讓既有文化內容工作者加速轉型，進行多元內容創新開發。</p>	
6	<p>李委員玉玲：</p> <p>(1) 文策院應扮演投資者的預見者(即趨勢觀察者)，提供市場資訊評估以及投資方向。年度資金對長、短線經營應有規劃，短線以市場性、商業性為主並回饋於年度數據，長線則應能產生市場引領效果</p>	<p>感謝委員建議，本院配合辦理。</p>	2. 40

	<p>及吸引國際資金與資源之進入。</p> <p>(2) 建議創意內容大會維持實體與線上雙軌並行。</p>		
--	---	--	--