

TAICCA 文化內容策進院
TAIWAN CREATIVE CONTENT AGENCY



2019年11月8日，文策院正式揭牌成立，揭牌大會於臺北市松山文創園區1號倉庫舉辦，文化內容產業及投資界代表人士約四百餘人參與，蔡英文總統、時任文化部鄭麗君部長皆出席致詞。

2019-2020 年，文策院與臺灣文化內容產業一起 開啟了一頁嶄新篇章……

助開發

第一哩路「內容開發專案計畫——出版轉影視媒合」，捲動 349 件文本作品及近百個創作單位參與；49 位投拍人嚴選 53 本心動書單，93 位編劇好手開發 79 件文本改編提案。

加速內容開發、提升產量及品質，第一哩路「內容開發專案計畫——出版轉影視媒合」，徵集 49 位投拍人嚴選 53 本心動書單，公開募集 93 位編劇好手進場參與，提出 79 件文本改編提案。兩次文本招募共募集 349 件文本作品投件，約 90 個出版單位參與，一起孵育臺灣優質影視原創劇本。

臺灣漫畫基地一條龍式助攻，超過 3 萬人次造訪，211 件諮詢與媒合，協助催生 7 部臺灣原創作品。

升級臺灣漫畫基地協助商業策展、商品販售、產業媒合。破 30 場展演活動，超過 3 萬人次造訪，211 件諮詢與媒合，協助催生 7 部臺灣原創作品，一條龍式產業助攻，讓優秀作品在市場發光。

文化科技與未來創意內容，80 案「旗艦計畫」潛力原創文化 IP 孵育，7 件「IP 內容實驗室計畫」亮點示範案例。

串聯文化內容及科技產業資源，支持未來創意內容多元發展，7 件「IP 內容實驗室計畫」亮點示範案例、80 案「旗艦計畫」潛力原創文化 IP 孵育，助攻文化內容產業探索創新展演模式！



行政院長蘇貞昌（中）與文化部長李永得（右）、文策院董事長丁曉菁（左）於 TCCF 創意內容大會，體驗未來內容作品展示。

看趨勢

國際展會新品牌 TCCF 創意內容大會，影視作品交易金額預期約 9.6 億元新臺幣，交易時數預期達 2,147 小時。

打造臺灣國際展會新品牌「TCCF 創意內容大會」，整合影視、出版、動畫、新媒體內容等跨產業類別，1 個國際市場展、2 場跨域交流晚會、3 大主題展區、5 場創新展演，聚焦最新、最優質的產業商機和市場趨勢。

成功匯集全球 22 國、272 位買家進場媒合，舉行 845 場洽商會議，業者預估影視作品交易金額約 9.6 億元新臺幣，交易時數預期達 2,147 小時。



「TCCF 國際論壇」邀請國際知名數位藝術創作團體「FuturePerfect」創辦人與藝術總監 Wayne Ashley 與 Xander Seren 分享將表演藝術與科技結合的成果與未來可能性。



「TCCF 國際論壇」邀請澳洲 Google 創意實驗室創意總監 Tea Uglow 及行政院政務委員唐鳳進行專題演講，分享新型態的文化內容樣貌。

找資源

「文化內容投資計畫」捲動新臺幣 3.2875 億元民間資金投資。

文策院搭橋，協助產業取得新臺幣 9.5485 億元總融資金額。

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

提高銀行對文化內容業者貸放信心，執行「文化創意產業青年創業及啟動金貸款」、「受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興利息補貼」、「文化創意產業優惠貸款」、「文化創意產業貸款利息補貼」、「文化創意產業合約與著作權質押貸款」，協助文化內容產業取得新臺幣 9.5485 億元總融資金額。



2020年9月23日，「貸你成為文創新星」記者會，文化部及文策院聯手信保基金與銀行業者，執行文化部文創產業青年創業貸款政策。



文策院與 14 間臺灣影視產製公司及動畫特效協會等產業公協會宣示成為正式合作夥伴。

育人才

TAICCA SCHOOL 文策學院，157 場課程，119 位國內外講師，1,811 人次上課人數，全方位導入產業化關鍵能力。

首創國內文化內容產業育才機構 TAICCA SCHOOL 文策學院，開設商管通識、產業進階和國際學程三大類型課程，健全產業生態，157 場實用課程，119 位國內外講師專業開講，累計 1,811 人次上課人數，全方位導入產業化關鍵能力。

與國際關鍵組織建立夥伴關係，舉行「TAICCA × Netflix 國際劇本工作坊」、「臺灣內容國際版權經紀人才策進計畫展會前訓練工作坊」、「國際出版暨版權經紀專業論壇及實戰工作坊」、「2020 文策學院：音樂經紀學程計畫」，培訓媒合優秀人才，提升臺灣人才和原創作品全球通路競爭力。

作品飛

最後一桶金「國際合作投資專案計畫」，攜手國內 2 大平臺、14 間影視製作公司與產業公協會，單案最高 30% 資金補助。

突破疫情，助攻 15 場國際展會全球布局，開拓臺灣原創內容能見度。

啟動最後一桶金「國際合作投資專案計畫」，單案最高 30% 製作費投資／國際行銷支持，攜手國內 2 大平臺、14 間影視產製公司及產業公協會，攜手提升臺灣原創 IP 開發，加速打造臺流國家品牌。

助攻電影展（德國柏林影展暨歐洲電影市場展、法國坎城影展、韓國釜山影展、美國影展、上海影展、北京影展）、電視展（法國安錫動畫影展、香港國際影視展、法國坎城電影節、新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場暨影匯市場展）、書展（新加坡書展、德國法蘭克福書展、墨西哥瓜達拉哈拉書展）、授權展（日本授權展、中國授權展）全球布局，策劃 15 場國際展會線上臺灣館，突破疫情，開拓臺灣原創內容國際市場能見度。



文策學院人才交流產業小聚。

目錄

關於我們

- 10 **董事長的話** 持續為產業策進 孕育更多臺灣美好故事
- 12 **組織架構與董監事名單**
- 14 **總編輯的話** 跨域共創，展現臺灣優質及新型態內容
- 16 **願景與策略** 文策院打造三支箭，內容產業飛向全球
- 18 **十五大機制**

年度焦點

TCCF

- 20 **文策院打造亞洲內容交易指標展會 嶄新 TCCF 跨域市場，臺流魅力國際飛升**
- 24 全球買家進場，零時差線上媒合 臺灣原創內容交易量翻倍成長
- 26 文化內容未來進行式 全球產業代表帶你洞見產業趨勢，專業人士齊聚交流之夜激盪未來商機
- 30 產業跨界整合、大眾消費場域展演 突破感知維度，開展文化內容未來敘事體驗新境界

產業化

- 36 產業化工作報告

投資

- 38 **文策院搭橋 國發基金帶動多元資金投入 增加內容產業投資機會**
- 40 文策院 + CATCHPLAY = 影響原創 資金匯集先賣後拍，產製臺灣原創影視
- 42 催生產製新模式 提供啟動基金，開展文化內容循環生產

融資

- 46 **金融支援引動民間資金 點燃文化產業前進能量**
- 48 信用比錢更好用 100 億文創產業青年貸款

內容開發專案計畫 # 國際合作投資專案計畫

- 50 **和大家一起開發好內容 以 IP 為中心，讓更多好作品搶佔全球市場**
- 52 鋪陳你的第一哩路 出版轉影視媒合，提升創作產製能量
- 56 挺你在國際發光 開拓原創 IP 國際市場，最後一桶金挺你到底

國際化

- 60 國際化工作報告

國際展會

- 62 **主動出擊國際展會 持續深化國際布局，為臺灣作品創造更多國際市場產值**
- 64 文策院 2020 首發柏林影展 國家隊整合出擊，全方位開拓歐陸市場資源
- 65 最大化圖像 IP 產業鏈 文策院帶領業者搶攻亞洲最大授權展會
- 66 影視出版雙主打戰略奏效 臺灣優秀作品在釜山影展大量曝光
- 67 法蘭克福書展線上館 因應網路特性，以動畫短片說書呈現臺灣出版品魅力

沉浸式內容國際合資合製 # XR

- 70 **新興奇兵產業 國際聯手打造臺灣成為 XR 創新基地**
- 72 臺灣 XR 創作能量獲肯定 歐盟 VR 圓桌論壇唯一亞洲代表
- 74 國際評審共同參與 五組團隊獲沉浸式內容國際合製

整合化

- 80 整合化工作報告

TAICCA SCHOOL

- 82 **加速推進文化內容產業實力 文策學院是你最強後盾**
- 84 搞懂創業必勝心法，和金流做朋友 文策學院助你降低風險、事業啟航
- 85 經紀力與製作力打通產業創價關鍵 最強課網培養文化創意舵手
- 86 活跳跳臺灣創意直送國際市場 重量級 MENTOR 教你如何奪標

漫畫基地 # 圖像經濟 # ACG

- 88 **串聯圖像經濟產業鏈 人才、創作及加值整合，給你滿滿的大平臺**
- 90 文策院重新打造漫畫基地 一條龍式全方位助攻，用漫畫說故事
- 92 臺漫經典《CCC 創作集》 臺灣原創漫畫國際發光
- 94 以角色經濟為支點 串聯 ACG 產業，觸發槓桿效應共創產值

文化科技與未來創意內容

- 96 **內容力結合科技力 加碼投注資源 促進跨域合作、產業升級**
- 98 舞蹈與科技跨界融合 創造沉浸式商業劇場新模式
- 98 《天橋上的魔術師》VR 展 虛擬影像復刻中華商場歷史記憶
- 99 全臺首部結合 LINE BOT 互動式劇場 觀眾現場即時投票，決定自己與惡的距離
- 99 那屋瓦原民新聲造音計畫 將流行音樂技術與生產力注入原民文化
- 99 《妖果小學堂》動畫成功鏈結國際 攜手任天堂開發 Switch《臺灣妖果》
- 100 《當年離家的年輕人》、《將 Fusion》、《一一》 全臺首座 4DViews 動態立體攝影棚，打造臺灣原創內容嶄新視覺

持續為產業策進 孕育更多臺灣美好故事



文化內容策進院 董事長 丁曉菁



在政府政策的全力支持與內容產業界的高度期待之下，2019年6月行政法人文化內容策進院(Taiwan Creative Content Agency, TAICCA)正式成立，期盼發揮中介組織媒合與服務平臺的功能，整合政府與民間資源與力量，讓創作的夢想成為創業的基礎，協助臺灣的好故事與才華洋溢的創作者登上國際舞臺，為臺灣內容產業的文藝復興之路創造嶄新的榮景。

文策院同仁深知責任之重，成立之後團隊即全速前進，透過國發基金領投助攻，帶動民間投資動能、開展多項策進機制，促進產業正向發展、協助業者參與國際展會，布局國際市場、以國家隊概念攜手業界，形塑臺灣國家文化品牌、同時面向未來內容體驗經濟，為文化科技整合發展鋪路。這份年度報告是文策院交出的第一份成績單，身為文策院首任董事長，既有義務也非常榮幸有此機會，向社會各界報告我們的工作成果。

在過去不尋常的一年裡，我們在疫情的挑戰之下持續前進，積極應變，包括推動兩波旗艦計畫、內容開發專案計畫媒合服務、沉浸式內容國際合資合製激勵方案、國際合作投資專案計畫等策進機制，為產業系列開發、轉型升級研發、健全內容產業生態奠定了基礎。

同時，文策院以投融资帶動民間投資，協助受理輔導百億文創青創貸款，幫助青年快速取得創業第一桶金等，藉由多元資金挹注與友善媒合服務，鼓勵更多的優秀創意團隊創業，加速產製量能極大化，活絡內容產業市場。

此外，為了讓更多臺灣原創 IP 被國際看見，文策院也攜手業者參與全球十多場實體與線上展會，協助產業貼近海外市場及提高國際能見度。2020年11月舉辦的 TCCF 創意內容大會，更是我們首次整合的全新臺灣文化品牌，這次雖然受到疫情限制，但參與市場交易的國內外買家仍十分踴躍，業者預估的交易金額是去年兩倍，參展作品、廠商數、參觀人次也優於前一年，此外，大會論壇的精彩內容、策展與交流的豐沛創意，亦獲與會者好評，為引進全球投資臺灣內容交易與跨國交流帶來豐碩成果。

文化內容是國家與人民生活風格的展現，也是臺灣與世界交流的名片，感謝文策院團隊不畏艱辛，與內容產業界夥伴一起打拚。過去一年來，我們展現了臺灣人的智慧與堅韌，勇敢面對疫情的不確定與艱困，讓世人看見臺灣文化美好的養分。未來，文策院也將持續為產業策進播種，在像風一樣自由吹拂的國度裡，孕育出更多世人喜愛的獨特故事，為臺灣內容產業創造出不一樣的風景。

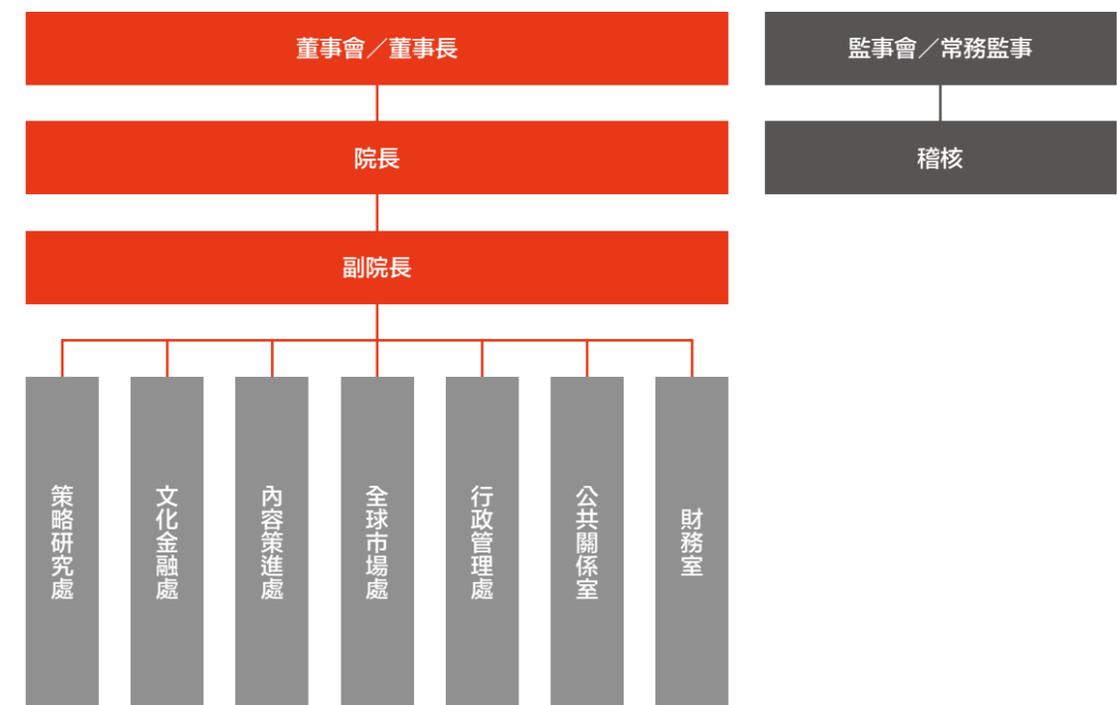
文化內容策進院 董事長

為提升文化內容之應用及產業化，促進文化創意產業發展，行政院會於 2018 年 3 月 8 日通過後送立法院審議。《文化內容策進院設置條例》於 2018 年 12 月 25 日三讀通過完成立法，2019 年 1 月 9 日總統正式公布後，2019 年 2 月 12 日行政院發布施行。文策院第一屆董監事名單於 2019 年 5 月 28 日經行政院正式核定，並已於 6 月 17 日召開第一屆第一次董監事會議。

文化內容策進院於 2019 年 11 月 8 日舉辦揭牌大會，掛牌成立，為提振臺灣文化力和振興臺灣文化經濟開啟了新的里程碑。



組織架構與董監事名單



董事長——丁曉菁

董事——

- 杜奕瑾 財團法人臺灣人工智慧發展基金會董事長
- 周廷彰 交通部觀光局副局長
- 林全能 經濟部常務次長
- 林敏聰 科技部政務次長
- 徐麗文 外交部主任秘書
- 陳珊妮 音樂製作人
- 陳悅宜 文化部文創發展司司長
- 黃博怡 臺灣中小企業銀行董事長
- 楊淑玲 國家發展委員會參事
- 詹偉雄 文化評論人
- 詹懿廉 國家通訊傳播委員會電台與內容事務處副處長
- 聞天祥 臺北金馬影展執行委員會執行長
- 謝佩霓 國際藝評人協會臺灣分會理事長

監事——

- 毛浩吉 經濟部智慧財產局著作權組組長
 - 廖福特 中央研究院法律學研究所研究員
 - 劉明津 文化部主計處處長
- (依姓氏筆畫順序排列)

副院長——張文櫻

處室主管——

- 策略研究處處長 瞿筱葳
- 文化金融處處長 蔡大任
- 內容策進處處長 畢斐甯
- 全球市場處處長 李正上
- 行政管理處處長 羅怡華
- 公共關係室主任 羅融
- 財務室主任 林淑璋

跨域共創，展現臺灣優質及新型態內容



文化內容策進院 副院長 張文櫻

全球化競爭趨勢下，深耕文化內容，發展文化經濟，是臺灣產業轉型的重點之一。長期以來，個人在法人組織推動文化科技，於行政院科技會報辦公室任職期間，積極推動政府與民間協力。2020年加入文策院，看似由科技人轉換成文化人，但推動文化科技融合與跨域共創，為臺灣產業人才搭建舞臺的任務，沒有改變。

文策院是個極年輕的組織，但帶動產業發展的使命刻不容緩，且策進的產業範圍廣泛。我們分析各產業鏈的缺口及斷點後，研擬十五項內容產業的策進機制，同時帶領業者參與國內外媒合與市場行銷活動。同仁集思廣益的熱情與活力，為的就是協助業者以更多更好的文化內容，將臺灣的美好帶向國際舞臺。

這一年即使疫情嚴峻，但臺灣的內容產業並未停工。文策院除了攜手業者以創新的線上策展，參與全球各大展會，也在臺灣舉辦首屆 TCCF 創意內容大會。透過實體結合線上的展會、論壇及交易活動，向全球介紹臺灣正蓬勃發展的文化內容及融合科技之新型態內容。

文化藝術與科技發展息息相關，如同攝影技術之於電影、數位科技與網路之於動畫與遊戲，想見新興科技的整合效應將帶來另一波文化內容產業的創新及機會。2020年，威尼斯影展 VR 單元

史無前例在全球 15 個指標城市舉辦，臺北是亞洲唯二；臺灣連續四年入圍威尼斯影展 VR 單元，2020 年一口氣入選 VR 競賽、觀摩及創投三個項目。在文化科技的領域中，臺灣正以彎道超車方式迎頭趕上。文策院也於 2020 年初推出沉浸式內容國際合作機制，鼓勵業者進行跨國合資合製，藉此擴展市場，並回頭挹注創作，助攻臺灣在沉浸式內容賽道上的能量。

這本年度工作報告，是文策院 2019 到 2020 年的全紀錄，呈現了文策院在產業化、國際化、整合化目標下，為內容產業創作者、投資者及經營者提供一份助攻機制清單。從原創內容孵育與系統性開發，到產業斷鏈解方；從國發基金領投、導入民間共同投資，到內容開發國際合作、催生投資產製新模式；從文策學院的人才培育與國際學程，到運用臺灣資訊優勢的新型態未來內容。內容產業工作者都能在這本年報裡找到實用的服務案例及對產業發展的信心。

文策院是個專業的園丁，為臺灣內容提供充足、合適的養分，使精彩、獨特的故事像植物一樣，發芽、成長、茁壯，在國際舞臺上嶄露頭角。新生的種子已落地，也邀請產業界的夥伴攜手共同耕耘，為這塊豐厚的土壤建立健康、循環的產業生態，讓世界看見臺灣滿園盛開的花朵。

文化內容策進院 副院長 

願景與策略

臺灣蘊含著豐富的文化與自然多樣性，因應知識經濟的興起，與科技技術的日新月異，臺灣的文化產業必須與時俱進，力謀創新。

透過產業化、國際化、整合化三大策略，將文化內容發展成為臺灣下一個重量級產業，搭上高科技的翅膀飛向全球。

文策院打造三支箭 內容產業飛向全球

產業化

健全產業生態系

國際化

臺灣品牌布局全球市場

整合化

IP 價值極大化

十五大機制

為落實產業化、整合化、國際化三大策略，文策院串連各界資源，針對不同階段的需求，提供多種機制，縮短從創意到生意的距離。

產業化

投資 — 融資 — 內容開發專案計畫 — 國際合作投資專案計畫 — 產業領航

國際化

國際展會 — 沉浸式內容國際合資合製 — 國際夥伴

整合化

TCCF — 產業研究 — TAICCA SCHOOL — 漫畫基地 — CSR for Culture — 文化科技與未來創意內容 — 社會諮詢與參與

文策院打造亞洲內容交易指標展會 嶄新 TCCF 跨域市場 臺流魅力國際飛升

臺灣的文化內容力正在起飛中，在 2020 年全世界面對挑戰的時刻，新的故事力、新的創作想像、新的內容消費模式正在改變。後疫情時代，臺灣不僅展現強勁的防疫能力，也持續向世界傳遞豐富的文化內容能量。

成立甫滿週年，文策院首度舉辦創意內容大會（Taiwan Creative Content Fest, TCCF），在充滿變動的時代中，持續創造臺流新魅力。第一屆 TCCF 大會於 2020 年 11 月 17-22 日舉行，以「Re: 眾感未來（Human Touch-A Closer Future）」主題，聚焦市場交易、異業整合和創意未來內容。

六天展期中，共舉辦國際市場展會、跨域交流晚會、三大主題展區、多場創新展演，邀請國內外買家，透過線上／線下進行超過百場媒合活動，成功吸引來自香港、日、韓、星馬、歐美等二十二國、二百七十二位買家完成線上登記。

此外，擁有六千名會員的美國製片工會（Producers Guild of America, PGA）也申請線上看案，亞洲娛樂龍頭產製公司、韓國的 CJ ENM 代表亦參加線上媒合會議，成功引爆臺灣文化內容國際關注度。

TCCF 創意內容大會主要特色包括：第一、從臺灣出發，結合文策院在內容開發、國際合製、創投媒合推介所推出的開發助攻機制。第二、面向國際市場，匯集全球買家及數位線上展示交易服務，吸引全球專業人士投資臺灣。第三、引領未來內容趨勢，包括論壇講者洞見內容產業趨勢、以策展及跨業合作展現臺灣當年度最新創意內容，提供前瞻未來內容體驗及促進內容市場交易。



副總統賴清德（中）、立法院副院長蔡其昌（左 2）與《我的婆婆怎麼那麼可愛》女主角之一鍾欣凌（右 1）蒞臨 TCCF 開幕式。

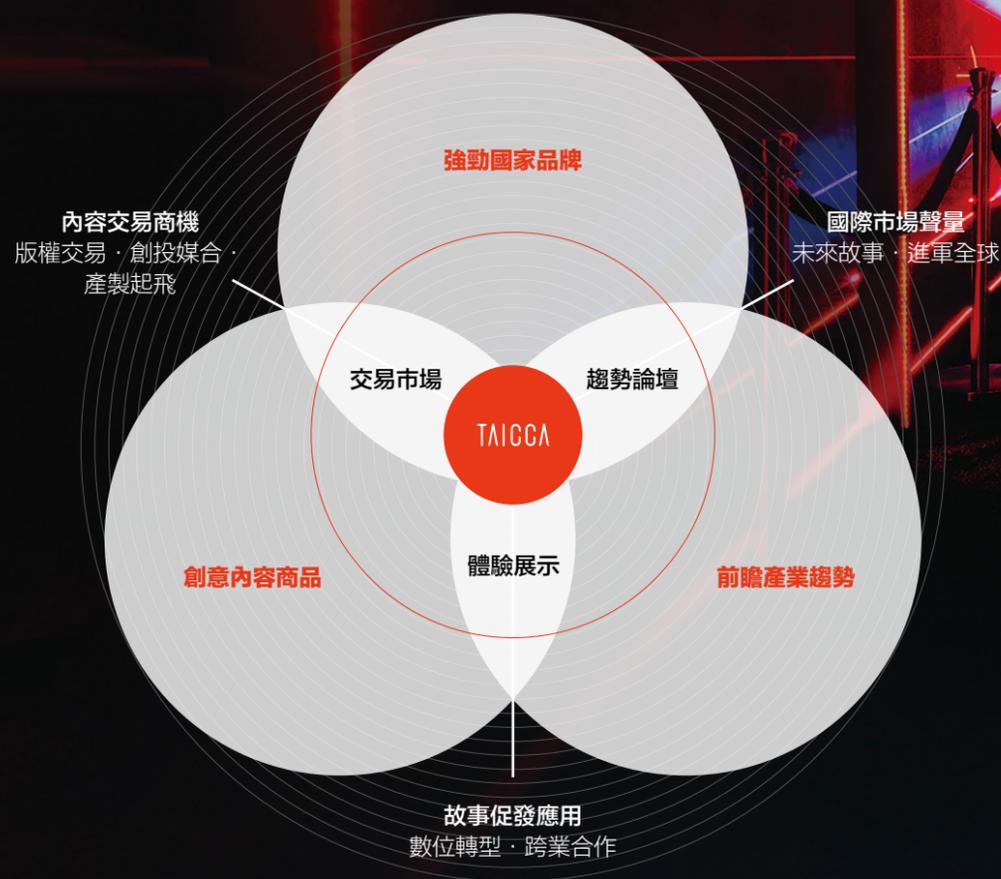


行政院長蘇貞昌（前排中）和文化部長李永得（前排右 3）與參與 TCCF 開幕式的貴賓合影。

為了推動臺灣文化內容產業與國際接軌，協助業者掌握最新趨勢、媒合全球潛在合作夥伴。文策院整合「文化科技論壇」、「臺北電視內容交易及創投媒合會」及「出版與影視跨產業媒合會」，聯手文化科技的前瞻能量和影視內容交易展會的市場聲量，並加入策展概念升級展會感官體驗，打造結合交易媒合、提案大會、交流活動、未來內容展覽、國際論壇的臺灣展會新品牌「TCCF 創意內容大會」。

文策院進場 捲動內容交易疫後商機

以國際內容交易會為核心，整合創意展會，以影視為首，塑造國家文化品牌，活絡跨業交易



TCCF 展演與活動

內容市場

電視台與頻道
製作／發行公司
OTT／網路平臺
出版創作

國際論壇 未來內容應用 影視國際合作

推介會
1. 金馬創投會議入選 Series x TCCF 國際媒合專場
2. 出版 x 影視 心動媒合推介會
3. 動畫推介會

洽商媒合 會前智慧媒合 線上／線下會議

交流活動 TCCF x 金馬酒會、創意戲曲之夜

主題展覽

始多利交易所 Story Exchange

未來內容展示體驗 Future Content

臺灣海普 Taiwan HYPE

全球買家進場，零時差線上媒合 臺灣原創內容交易量翻倍成長

TCCF「市場交易暨創投媒合」為臺灣首度整合影視、出版、動畫、新媒體內容等業者和作品的大型商業交易展會。匯集二十二國、超過二百七十二位的線上、線下全球買家，買家數量達去年的三倍，共舉行高達八百四十五場的洽商會議。

為了支持臺灣原創作品拓展國際通路，文策院特別與金馬創投會議合作，於 TCCF 創意內容大會期間舉辦「金馬創投會議入選 Series X TCCF 國際媒合專場」，介紹優秀的臺灣原創作品給國內外潛力買家，本年度共 11 組臺灣團隊作品入選「金馬創投會議 Series」，邀請到美國製片工會 PGA、韓國 CJ ENM、Netflix、Media Corp、HBO Asia 等重量級買家進場參加媒合，透過文策院的海外網絡經營，助攻精彩提案登上世界舞臺。

此外，活動也以「故事力」為主題，導入策展思維，呈現跨域多重視角的主題展覽。不僅展現臺灣自由、豐饒的文化創造力，更以多元創意推動內容交易。

預期影視作品交易金額從去年的 1,676 萬美元成長至今年的 3,200 萬美元，預期交易時數高達 2,147 小時。其中三立電視新劇《廢財闖天關》、《未來媽媽》版權銷售至馬來西亞，TVBS 戲劇《粉紅色時光》國際版權銷售愛奇藝國際站。

匯集 **22** 國、超過 **272** 位全球買家，
國內外買家數超過去年的 **3** 倍，
共舉行高達 **845** 場洽商會議。

2019 / 2020 市場展比較

	2019 年	2020 年
參與國家數	20 國	22 國
國際買家數	84 名	114 位線上登記
參展廠商／單位數	64 家	75 家
參展作品數	244 件	262 件
展會參訪人次	4,685 人次	6,185 人次

業者自評預期延伸交易金額：

2019 年 1,676 萬美元
2020 年 3,200 萬美元
約 9.6 億元臺幣，較去年成長近 **2** 倍

業者預期影視作品交易金額 **3,200** 萬美元

預期交易時數 **2,147** 小時

文化內容未來進行式

全球產業代表帶你洞見產業趨勢，專業人士齊聚交流之夜激盪未來商機

TCCF 跨界國際論壇首年登場，邀請超過四十位國際重要講師、國內創作者及產業重要人士與談，期待打破框架，促發臺灣內容產業彎道超車的想像。

開幕論壇議題「後疫情時代的眾感未來」，文策院邀請澳洲 Google 創意實驗室創意總監 Tea Uglow 及行政院數位政務委員唐鳳，分享新形態文化內容樣貌所打造的當代及未來社會、經濟和文化景觀。

「虛擬娛樂市場：線下新商模」則由紐約沉浸式百貨 Showfields 創辦人 Tal Zvi Nathanel 及 DVgroup 工作室總監 Eric Fantone 就精彩案例說明，如何透過故事力在商業市場上獲得成功。

而在「未來內容已來：數位藝術的社會實驗室」主題分場，文策院邀請美國知名數位藝術創作團體 FuturePerfect 創辦人與藝術總監 Wayne Ashley 和 Xander Seren，分享結合表演藝術與科技的成果與未來可能性，並邀請豪華朗機工共同創辦人林昆穎及數位藝術家林珮淳與談。

「視覺特效內容製程革命」分場則邀請活躍於國際特效產業的 Paul Debevec 與 Chris Edwards，以及 Glassbox Technologies 創辦人暨執行長 Norman Wang、夢想動畫創辦人林家齊、國研院國網中心藝術科技運算組組長郭嘉真參與，探討 5G、AI、大數據演算等技術如何相輔相成，賦予彼此更豐富含義。

除了扎實的最新趨勢論壇，文策院更聯手臺北金馬影展 (Taipei Golden Horse Film Festival) 和一心戲劇團，舉辦「臺北金馬影展交流之夜」、「臺灣創意戲曲之夜」，以文化內容作為共通語言，邀請全球產業人士輕鬆交流，激盪創意想像。



TCCF x 臺北金馬影展之夜酒會，邀請設計師詹朴與 APUJAN 團隊帶來跨界整合的虛實鏡像演出。

一心戲劇團新編歌仔戲《Mackie 誰共沒？》，展現臺流魅力。

「臺灣戲曲之夜」於臺灣戲曲中心熱鬧展演。

11.18

主題 · 後疫情時代的眾感未來

主持人 胡晴舫 文化內容策進院院長
講者／與談人 澳洲 Google 創新實驗室創意總監—Tea Uglov
行政院數位政務委員—唐鳳

虛擬娛樂

主題 · 虛擬娛樂市場：線下新商模

主持人 陳心問 新光三越百貨公司內容中心總監
講者／與談人 Showfields 執行長暨聯合創辦人—Tal Zvi Nathanel
DVgroup 工作室總監—Eric Fantone
HTC VIVE ORIGINALS 總經理—劉思銘
高雄市電影館館長及高雄電影節總監—楊孟穎

主題 · 劇場新語彙：創意內容新工具與新觀眾

主持人 白斐嵐 劇評人
講者／與談人 法國里昂國家戲劇中心總監—Joris Mathieu
黃翊工作室創辦人暨藝術總監—黃翊
—當代舞團 YILab. 創始者—蘇文琪

數位藝術

主題 · 未來內容已來：數位藝術的社會實驗室

主持人 龔卓軍 國立臺南藝術大學藝術創作理論研究所專任副教授
講者／與談人 FuturePerfect 工作室創辦人與藝術總監—Wayne Ashley
FuturePerfect 工作室共同藝術總監—Xander Seren
豪華朗機工共同創辦人—林昆穎
林珮淳數位藝術實驗室主持人—林珮淳

視覺特效

主題 · 視覺特效內容製程革命

主持人 劉綺珊 HTC VIVE ORIGINALS 技術總監
講者／與談人 Google 研究團隊 資深科學家—Paul Debevec
THE THIRD FLOOR 執行長暨創辦人—Chris Edwards
Glassbox Technologies 創辦人暨執行長—Norman Wang
夢想動畫創辦人—林家齊
國研院國網中心藝術科技運算組組長—郭嘉真

談市場

11.19

主題 · 從全球觀點看亞太影視市場

主持人 蔡嘉駿 臺灣新媒體暨影視音發展協會 (NMEA) 理事長
講者／與談人 華納媒體娛樂網—亞太區總裁—歐玉雄
Studio Dragon 總製作人—李惠榮
Ici et Là Productions / EAVE 製作人 / 研究團隊主管
Christophe Bruncher



談合製

主題 · 跨國製作的入門與眉角及通路抉擇點

主持人 於蓓華 公共電視文化事業基金會節目經理
講者／與談人 瀚草影視文化事業股份有限公司總經理—湯昇榮
導演—陳和榆
CATCHPLAY 執行長—楊麗貞
GagaOOLala 創辦人與執行長—林志杰

談投資

主題 · 帶著資金想見你

主持人 謝慰雯 三立電視國際事業部暨行銷公關部資深副總經理
講者／與談人 柒拾陸號原子股份有限公司董事總經理—楊志光
天使放大股份有限公司執行長—廖意淳
影響原創影視股份有限公司內容籌製總監—陳劭怡

主題 · 金馬創投會議入選 Series x TCCF 國際媒合專場

入選「金馬創投會議 Series」的十一組臺灣團隊作品包括「29 張當票」(溝通之間有限公司)、「心房治療師」(我們的有限公司)、「刑警教父」(原子映象有限公司)、「我的意外女兒」(一顆星工作室有限公司)、「我願意」(絡思本娛樂製作有限公司)、「那夜凌晨，我坐上了旺角開往大埔的紅VAN」(瞳影畫工作室)、「冥核」(內容力有限公司)、「祝妳幸福」(移動小姐文字光影創作室)、「秘密耳語」(煙囪文化創意有限公司)、「詐欺先生」(金盞花大影業股份有限公司)、「濕身」(有余企劃製作有限公司)、「醫學系在幹嘛」(非常清楚有限公司)、「魑魅魍魎」(麥加芬電影製作有限公司)。

XR

11.20

主題 · XR 沉浸式體驗：共感新宇宙

主持人 李懷瑾 高雄 VR FILM LAB 內容總監
講者／與談人 Shape Immersive 互動總監—Sandy Liu
V&A 數位媒體總監—Kati Price
Acting Director, VIVE Arts—葉心宇
時刻旅行創辦人—李勁韋
VAR LIVE 創辦人—王樑華

音樂展演

主題 · 未來全景聲：音樂展演超進化

主持人 小樹 StreetVoice 音樂頻道總監
講者／與談人 SKYGGE 音樂創作者—Benoit Carré
SUPERBIEN 合夥人兼創意總監—Tom Scalabre
Cercle 執行長與創辦人—Derek Barbolla
MIDEM 國際唱片展事業發展部門經理—Quenoil Thomas
臺灣人工智慧實驗室秘書長—戴余仁
FREE'S 創辦人及創意視覺總監—馮建彰
KKBOX 內容創新研發處資深經理 KKNOW 內容總監—柯亭竹

主題 · 後疫情時代內容類別趨勢

講者／與談人 YouTube 大中華內容策略夥伴資深總監—陳容欣
Google 大中華區市場洞察研究經理—莊博凱

產業跨界整合、大眾消費場域展演 突破感知維度，開展文化內容未來敘事體驗新境界

文化內容的應用與延展無窮盡，而創意的高度決定了最終發展的可能。文策院分別由「故事文本轉譯」、「未來內容想像」及「跨域能量整合」等多重可能性進行思考，組成專業策展團隊，共同思考、論述並解構文化內容故事力核心理念。

呼應後疫情時代大時代的轉換，展覽以四大象限劃分空間，用象限與場域的交織，在不同象限呈現展示沉浸式與跨界式的創意內容。期望在創意的激盪之中，展現文化內容的無限可能，激發國內外產官學文化內容生態系夥伴討論與思考，為臺灣文化內容發展的土壤增加養分。



未來內容展示體驗

「未來內容展示體驗」展區設於新光三越 A11 信義劇場 Legacy Max，由臺北世大運開幕式策展人王騰崇規劃。展覽以四大象限劃分空間，展演臺灣當代創意內容。

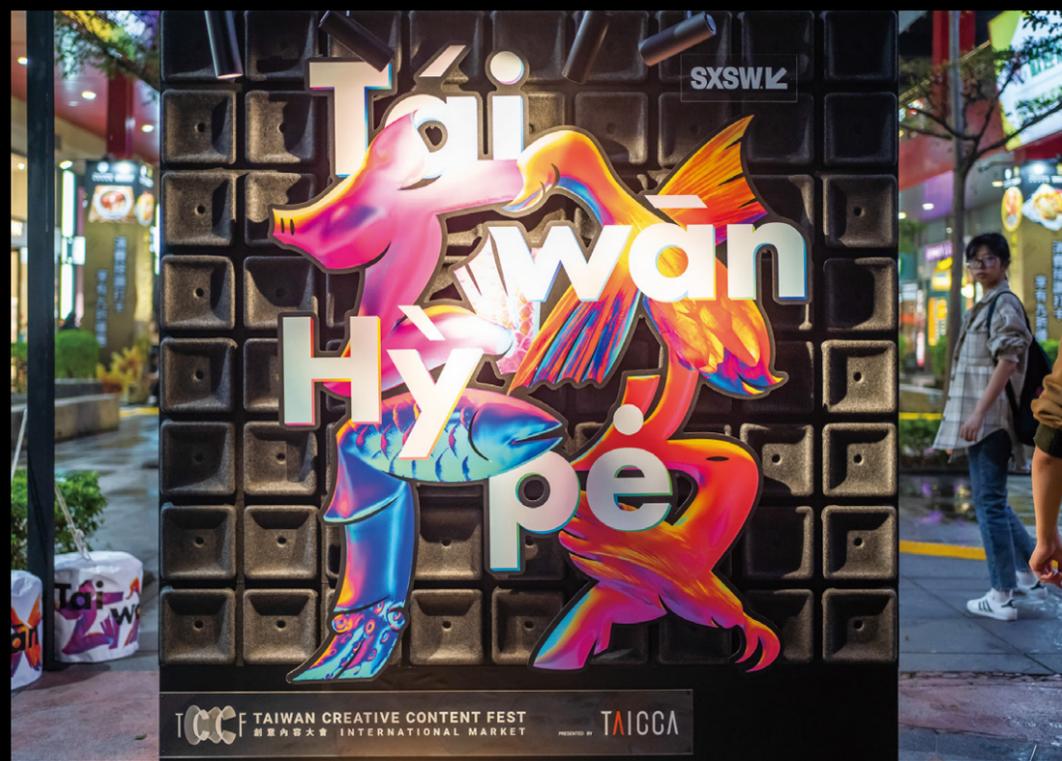
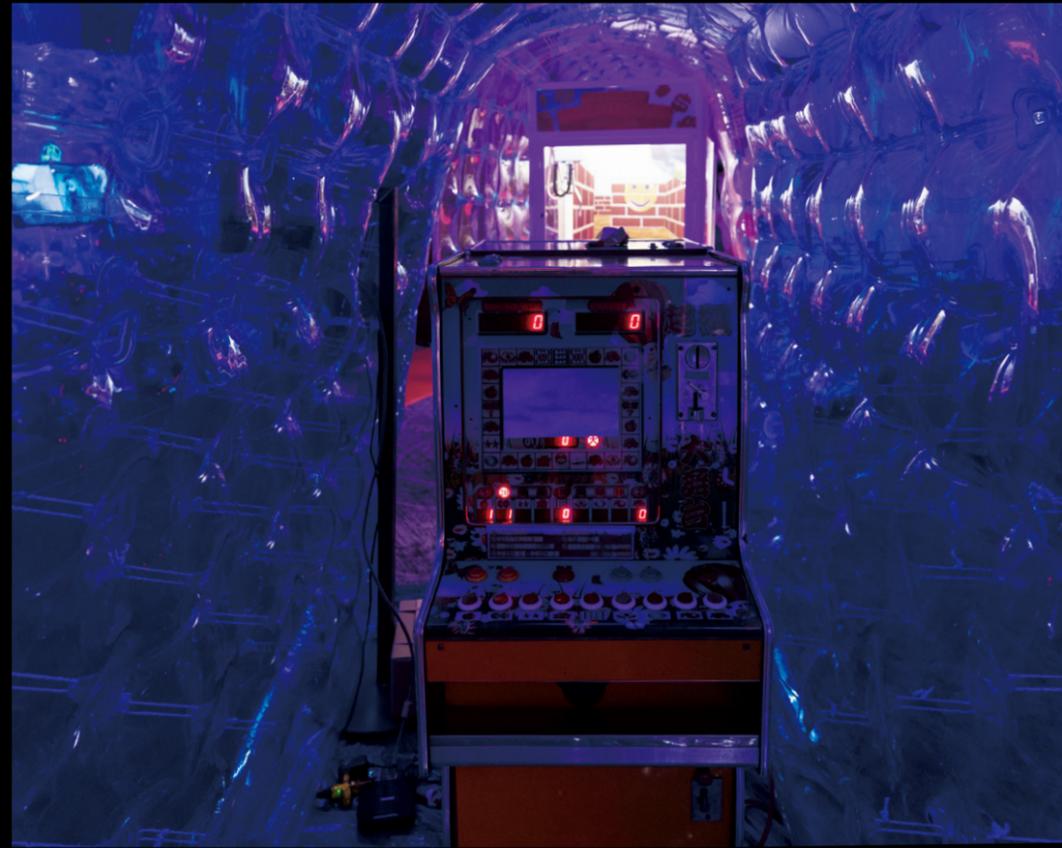
第一象限是大腦視野（Brain Field），展示思考性的創意生產內容。第二象限是肢體延伸（Limb Area），展示延伸創意的科技技術。第三象限是感知交織（Sense Space），展示沉浸式與跨界式的創意內容。第四象限是 XR 空間（XR Future），展示創意內容的新科技載體。

展示內容包含以 5G 技術演繹優人神鼓於異地同步演出的《與優人同步》（Rhythm with U），臺灣 HTC VIVE Arts 與倫敦 V&A 博物館（Victoria and Albert Museum）跨國製作的 VR 互動體驗《好奇的愛麗絲》（Curious Alice）等精彩內容全球實體首演。此外，也與「XRSPACE」攜手規劃「X-Reality 延展實境之虛擬展示商務空間」。參觀民眾可透過 VR 裝置神遊「虛擬創意內容大會」。展覽期間，累計超過 2 萬次參觀體驗。

始多利交易所

「始多利交易所」展區設於寒舍艾美二樓，由善於藝術跨域策展的策展人「草字頭」黃偉倫規劃。

結合多位藝術家創意，把展場規劃成充滿彈珠臺、拉霸、夾娃娃機、小精靈遊戲機的臺味遊戲間。透過投入象徵交易的代幣，用代幣玩遊戲、交換故事、認識臺灣活潑多元的內容創作，創意呈現「內容變現」的內容市場交易概念。



Taiwan HYPE

展區設於信義威秀廣場，由本年度創意內容大會視覺總監羅申駿規劃，原訂於 2020 年 3 月於 SXSW (South by Southwest) 展出，但受疫情影響而移展回臺灣。攜手建築設計、綠色科技、工業設計、劇場藝術、植栽藝術、數位製造、新媒體藝術、數位科技、智慧農業、資訊工程、插畫、音樂創作等三十組以上跨界團隊、創作人參與，轉譯臺灣傳統產業能量，開啟研發技術與創意文化的對話。展會期間共有近四萬人次參觀。

未來內容展示體驗

累計超過 20,000 次參觀體驗

始多利交易所

累計超過 10,000 次參觀體驗

Taiwan HYPE

展會期間共有近 40,000 人次參觀

共計近 **70,000** 人次參觀體驗

產業化

- **投資** p.38
- **融資** p.46
- **內容開發專案計畫** p.50
- **國際合作投資專案計畫** p.56
- **產業領航** p.37

產業化 工作報告

文策院以挹注多元資金及建構資源媒合平臺為目標，提供單一窗口給業者關於文化內容產業之諮詢服務。為協助媒合業者與資金投資方，文策院並主導引入國發基金來共同投資，同時致力於改善文化內容產業之融資環境，促進業者向金融機構取得貸款。

其中諮詢服務包括創業、財稅、法務、智財、經營管理等領域，還有提供相關課程資源及舉辦產業交流活動，藉以強化業者的提案核心價值及能力，並且提升其企業品牌形象。除增進投融資的媒合成功機率外，期待帶動整體文化市場之成長動能。

同時，為健全文化內容產業生態，本院針對文化內容產業進行系統性開發，孵育具國際市場潛力及新形態商業營運模式的原創文化內容，並輔導對接本院投融資等相關策進機制，跨域整合，提升整體文化內容產業動能。

1 投資 詳見 p38

本院辦理文化部之「文化內容投資計畫」，提供文化內容產業業者從諮詢回覆、前置申請協助、輔導協力安排、評估審議安排等申請流程相關協助，文策院與民間投資人共同投資、助攻產業發展。

投資目標針對產業現狀關鍵所需，分為四大面向：

- (1) 產業化，提升產業產能；
- (2) 國際化，提升工作方法與製作品質以達國際市場標準；
- (3) 產值極大化，異業結盟，進而打入國際市場，帶來多元化 IP 產值；
- (4) 品牌化，協助形塑臺灣品牌，帶動產業經濟綜效。

1. 執行中之投資計畫

- (1) 文化部辦理加強投資文化創意產業實施方案作業要點
- (2) 文化部辦理文化內容投資計畫作業要點
- (3) 文化內容策進院推薦具創新創意之公司申請登錄創櫃板作業要點

(相關規定最新資訊請以本院官網「法規專區」為準。)

2. 執行成果

- (1) 加強投資文化創意產業實施方案：已有一案成功通過投資審議會核准，核准投資金額計新臺幣 3,000 萬元。
- (2) 文化內容投資計畫：已有 4 案成功通過投資審議會核准，國發基金挹注新臺幣 2 億 7,540 萬元，捲動民間資金新臺幣 2 億 9,875 萬元，並有 197 件

案刻正進行諮詢或安排輔導協力中。

(3) 創櫃板作業要點：

2019 年 12 月由文策院董事會通過，本要點於 2020 年 4 月公告並開始受理。

2 融資 詳見 p46

致力於改善文化內容產業之融資環境，提供信用保證及利息補貼等優惠措施，持續優化貸款申請及審核流程，並對業者提供諮詢及申辦輔導服務，協助業者與金融機構間之溝通，以順利提出貸款申請，促進文化創意產業發展之良性循環。

1. 執行中之融資計畫

- (1) 文化部文化創意產業優惠貸款要點
- (2) 文化創意產業合約與著作權質押貸款作業要點
- (3) 文化創意產業貸款利息補貼作業要點
- (4) 文化部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興利息補貼作業須知
- (5) 文化創意產業青年創業及啟動金貸款 (相關規定最新資訊請以本院官網「法規專區」為準。)

2. 執行成果

- (1) 文化創意產業優惠貸款：迄 2020 年 12 月 31 日止共 32 件申請案，其中共 29 件通過，合計核貸新臺幣 3 億 1,785 萬元融資資金協助產業業者。
- (2) 合約與著作權質押貸款：本項措施於 2020 年 3 月 27 日公告，業者得以已簽訂之補助或商業製作合約抵押申請貸款，單案額度最高可達新臺幣 5 千萬。截

至 2020 年 12 月底已有 3 件正式送件，3 件通過，共計核定通過新臺幣 3,700 萬元。

(3) 文化創意產業貸款利息補貼：

以利息補貼舒緩業者籌借資金之財務壓力，上限補貼 2%。於 2019 年 11 月 8 日公告並受理收件，截至 2020 年 12 月底，共計 9 件正式通過，核定補貼之貸款總金額共計新臺幣 6,080 萬元整。

承接自文化部之文創優惠貸款（第二、三、四類）補貼息撥付，自 2019 年 10 月至 2020 年 12 月底（補貼息實際發生期間為 2019 年 8 月至 2020 年 11 月），本院已核定撥付利息補貼總額為新臺幣 1,016 萬 4,129 元整。

(4) 文化部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興利息補貼作業：

受文化部委託辦理，已針對「經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難事業資金紓困振興貸款及利息補貼作業要點」完成舊貸展延、營運資金貸款、振興資金貸款等申請之文化內容產業大型企業，提供利息補貼，其補貼期限、利率、申請期限、貸款金額等，皆同與前開經濟部作業要點規定相同。本院累計至 2020 年 12 月底（補貼息實際發生時間至 2020 年 11 月），由經理銀行（臺灣中小企銀）送件、本院檢覈完成並撥付之紓困利息補貼金額，共計：新臺幣 46 萬 3,563 元整。

(5) 文化創意產業青年創業及啟動金貸款：

自 2020 年 9 月 23 日起，截至 2020 年 12 月底止，本院已收到 2,057 件諮詢（含信

件），總收件 442 件（不合規定 76 件，17.2%），總申貸金額 7 億 1,198 萬 386 元。

3 內容開發專案計畫

詳見 p50

4 國際合作投資專案計畫

詳見 p56

5 產業領航 詳見 p96

本院針對文化內容產業進行系統性開發，孵育具國際市場潛力之原創文化內容，並致力帶動產業建立可長期營運的商業模式，提升文化內容產製的品質與量能，建立文化內容產業生態系。

2020 年執行「文化內容開發與產業領航行動方案」兩波補助徵案：第一波補助徵案，「文化內容開發組」25 案獲選，「內容產業領航行動方案組」24 案獲選，補助金額達 1 億 5,329 萬 7,480 元。第二波補助徵案，「文化內容開發組」16 案獲選，補助金額 5,556 萬 7,373 元；「內容產業領航行動方案組」15 案獲選，補助金額 5,866 萬 5,210 元。獲選業者涵蓋視覺藝術、表演藝術、文化資產、工藝、電影及動畫、遊戲、出版、設計、建築、數位內容、流行音樂、漫畫、廣播電視等多元領域。

文策院搭橋 國發基金帶動多元資金投入 增加內容產業投資機會

臺灣內容產業多以個人工作室為主，專注創意產出，多半不擅於財務規劃、營運管理。另一方面，臺灣企業主對文創產業的投資也不熱中。一直以來，相關補助分散於不同單位，亟需有效整合。

一直以來，臺灣豐沛的文化內容創作能量是被大多數投資人忽略的隱藏版投資新星，文策院成立後，積極扮演文化內容產業與投資人之間的溝通橋樑，運用百億國發基金，執行「文化內容投資計畫」，從過去與固定創投公司合作，改為「廣發英雄帖」的形式，讓全臺金控、創投、平臺、通路、發行或製作公司提出合作投資申請，以多元資金挹注臺灣文化內容產業，協助具前瞻性、創新性與市場性的文化內容業者獲得投資金援，以補強產業斷鏈，系統性建構臺灣文化內容生態圈。

未來，文策院將持續與政府、民間攜手，號召更多投資人進場共同投資，一棒接著一棒，在文化金融、國際行銷和數位時代科技應用的跨域發展上，以「國家隊」的力量拓展市場，邁向國際。

國發基金 政府／民間 出資比例

政府

49%

民間

51%

2019-2020 年，帶動民間投入資金新臺幣

3億2,875萬元

如何申請國發基金

前置申請 ▶ 輔導協力 ▶ 評估審議 ▶ 簽約撥款 ▶ 投後管理



基本條件

- 民間投資人來申請共同投資
- 被投資事業為股份有限公司
- 被投資事業有明確獲利模式

投資條件

- 公股股權比率上限 49% 且不得為單一最大股東
- 國發基金與民間投資人投資條件（包含股價）一致

文策院 + CATCHPLAY = 影響原創 資金匯集先賣後拍，產製臺灣原創影視

2020年7月，文策院以國發基金與CATCHPLAY集團，共同成立「影響原創影視股份有限公司」(SCREENWORKS，簡稱「影響原創」)，期待結合CATCHPLAY經營團隊成功投資國際合資合製電影的市場經驗，以及旗下「CATCHPLAY+」影音串流平臺的國際布局，將臺灣優質原創內容帶向國際。

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。過去曾與跨國內容業者HBO、韓國CJ ENM等合作，也將《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臺。

透過將資金挹注具國際通路和製片產能的公司，可以活化在地內容製作的產製環境，提升產量，並推動臺灣影視內容輸出。「影響原創」將延續CATCHPLAY的國際系統能量，透過「CATCHPLAY+」平臺主動輸出臺灣原創影視內容，為內容業者與創作者打造邁向國際市場的舞臺，擦亮臺灣影視招牌；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，為臺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。



2020年7月29日，舉行文策院 × CATCHPLAY「攜手共創優質影視內容記者會」。

以前是我們以國際內容產業的遊戲規則，爭取將好的國際內容帶給臺灣觀眾，現在該是我們善用在國際市場累積的經驗，將好的臺灣原創作品帶到國際的時候。很榮幸這個理念與我們團隊的能力獲得文策院的青睞，希望這個合作可以幫臺灣影視工作者建立一個與國際接軌的新平臺。



CATCHPLAY 集團 執行長 楊麗貞



CATCHPLAY+ 註冊用戶超過 **660** 萬戶
預計每年投資 **80-100** 小時的原創影視作品

催生產製新模式 提供啟動基金，開展文化內容循環生產

看好 OTT 產業前景創新影視規格，製作新內容

透過網路追劇、收看影音串流平臺內容已是多數人的日常娛樂方式。全球 OTT（串流媒體）產業蓬勃發展下，各類節目需求量快速增加，兼具內容開發與多樣產製能力的團隊也應運而生。

看準潮流，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 影音串流平臺需求之影視規格，強調「輕體量化」但「高黏著度」概念，並整合平臺、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 為主要投資者，首輪募資便取得資金約新臺幣 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。

文策院期待，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，以內容製作費每分鐘 6 至 8 萬元為標準，減低投資風險，2020 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。將臺灣產製能量對接影視閱聽趨勢，順著潮流創造金流。

三、四年前正值韓劇風光之時，我不斷思考臺灣的機會到底在哪裡，如今終於看到曙光！期望與文策院的合作強強聯手，抓緊機會拉動與凝聚產業力量，為影視產業帶來新氣象。



柒拾陸號原子
董事總經理
楊志光



《76 号恐怖書店之恐懼罐頭》劇照

myVideo 首播每集超過 **10** 萬次觀看，目標 **3** 年 **30** 部作品

許多體質良好的專案作品，往往面臨啟動資金缺口的壓力，而因文化內容產業體質特殊，創作者較難透過一般管道進行投融資。天使放大協助創作者分擔投資的早期風險，以保障創作自由為前提，提供創作者財務稽核、法律諮詢等專業服務，活絡整體文化內容產業鏈。



天使放大
執行長
廖慧淳



2020 年 5 月 18 日，召開文策院 x 貝殼放大「共同投資記者會」。

天使不再遙遠，文策院協助更多創作者取得初期啟動資金

將「創意」轉換成「創業」的築夢過程，在概念發想階段的啟動資金常常是夢想能否實現的關鍵要素。為協助解決文化內容產業缺乏初始開發資金的產業現況，文策院與業界知名的群眾募資顧問公司「貝殼放大」聯手，共同投資以文化內容產業為服務對象的財務顧問公司「天使放大」。

做為文策院執行國發基金共同投資布局之協力夥伴，「天使放大」主要任務是為正在創作文化內容作品的創作者提供最初期的啟動基金，協助創作者為作品募集更多「天使共創者」（Angel Investor），使創意足以獲得更多經費挹注，提供創作團隊最自由的創作空間。

「天使放大」藉由「收益回報型投資」（Revenue-based Financing, RBF）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具保障的投資環境。

募資
+
分潤



文策院運用各項機制，補強產業斷鏈，助攻各式文化內容。



	3	4
1	5	6
2	7	8

- 1 由柒拾陸號原子籌製拍攝的《76 号恐怖書店之恐懼罐頭》©柒拾陸號原子
- 2 沉浸式體驗作品《微醺大飯店：1980s》©驚喜製造
- 3 《76 号恐怖書店之恐懼罐頭》©柒拾陸號原子
- 4 致樂創意的遊戲作品《沒有國家的人》©致樂創意股份有限公司
- 5.6 《俗女養成記 2》成功跨足國際市場 ©2021 中華電視·影響原創影視·百戲電影製作
- 7 天使放大與 myVideo 合作投資的新形態談話節目《畫說 Lulu》©斯爾夫股份有限公司
- 8 公視旗艦劇作《天橋上的魔術師》©公視

金融支援引動民間資金 點燃文化產業前進能量

文策院掛牌至今，最常接到的諮詢電話都跟融資需求有關，顯示文化內容產業對投資需求強烈。另一方面，文化內容產業做為極具潛力的投資標的，如何增加投資方對產業的了解，讓它成為金融業、投資方熟悉投資目標？

2019年，由資深製片人黃茂昌創辦的前景娛樂有限公司（Flash Forward Entertainment）取得一項電影跨國合製案，在投資金源進場之前，急需要龐大現金支應拍攝工作。在過去，如電影拍攝這樣的借貸案件必須以不動產抵押才能向銀行取得借款，但經由文策院協助評估，前景娛樂以中小企業信用保證基金（信保基金）做為擔保，成功向銀行取得現金周轉，成為文策院掛牌後促成的首宗融資案例。

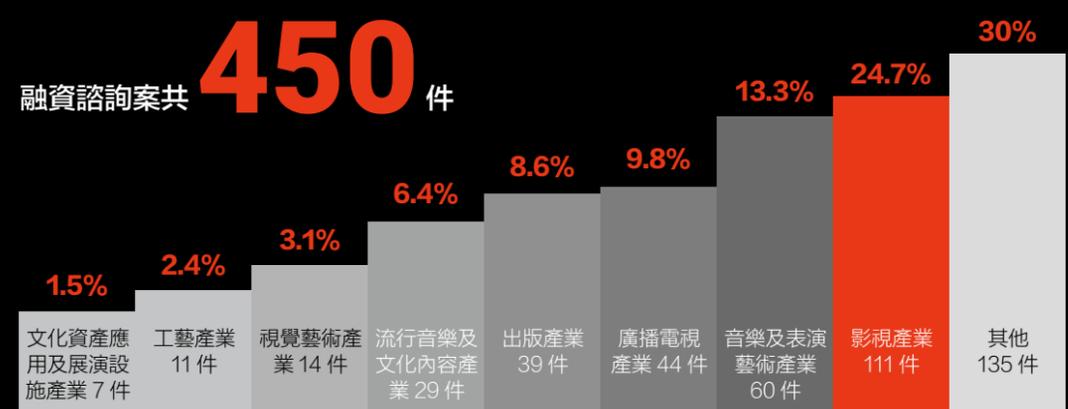
文策院積極協助文化內容業者與金融業有效溝通，突破融資限制，推出多種融資方案、信用貸款、利息補貼，以及「一站式服務」，為不同階段、不同狀態的業者對接適切的資源。一旦成功對接內容產業與金融投資這兩端，也有助於讓內容產業的投資來源多元化，同時，反饋創作者應如何讓作品更貼近市場需求，創造雙贏。

疫情期間，文化內容產業受到極大衝擊，繼文化部宣布投入新臺幣 15 億經費紓困，文策院也提出首波產業振興方案。其中在投融資協力部分，文策院提出「週轉金」概念，包含利息補貼，上限 2%，最高可達 3,000 萬元，以減緩業者財務壓力；辦理優惠貸款、合約與著作權質押貸款；以及投資融資、產業諮詢顧問一站式服務，一同與文化界度過難關。



- 需要創業第一桶金？ ←-----→ 青年創業及啟動金貸款
- 申請貸款困難？ ←-----→ 文化創意產業優惠貸款
- 有合約想周轉？ ←-----→ 合約與著作權質押貸款
- 需要減緩利息財務壓力？ ←-----→ 利息補貼

2019-2020 文化內容產業融資諮詢概況



信用比錢更好用 100億文創產業青年貸款



文化產業模式多元，傳統的金融業不容易理解，許多有心創業的年輕人不容易獲資金奧援。加上從創業初期到開始獲利，需要一段不算短的時間，若使用貸款創業，每月得繳本金利息，財務肯定相當吃緊。

為活絡文化產業，鼓勵更多有創意的年輕人，安心投入創業路，文策院與十家銀行業者合作，推出 100 億「文創產業青年貸款」政策，讓 20 歲到 45 歲的文創事業負責人，只要公司成立未滿五年，具備文創課程憑證，不用計畫書就能申請 100 萬元以下的創業貸款。省去繁雜手續，解決以往銀行對文創產業不熟悉、創業者不易取得貸款資金的問題，讓創業青年貸款壓力減到最低，為創業之路累積更多能量。就連新興的 YouTuber、Podcaster 都可以是申請的對象。

2020 年，文策院巡迴全臺舉辦共二十場推廣說明會，除了詳細解析申請方式、提供現場輔導諮詢，還邀請已發展成熟的文化創業者進行創業分享，鼓勵有志投入文創產業的青年善用相關資源。

此外，為建立融資與保證機制，提供優惠措施引導民間資金投入，文策院做為文化內容產業的統一窗口，協助業者向信保基金申請後續對接，提高業者申請貸款的成功率；同時，也提供利息補貼方案以舒緩業者籌借資金的壓力，讓創業之路可以走的更輕鬆。



2020 年 9 月 23 日，「貸你成為文創新星」記者會。



文創產業青年貸款申請流程更簡便

100 萬以下

- 免擔保：信保基金最高 10 成擔保
- 免息：利息先繳後補貼，補貼 5 年為限
- 免寫計畫書：以申請表取代計畫書
- 免漫長等待：7 日內完成審查

文策院來幫忙，讓創業更輕鬆

- 協助：協助業者申貸送件資格確認
- 溝通：提供業者與金融機構溝通的技巧
- 補貼：1,800 萬貸款全額度利息補貼（納入文化創意產業貸款利息補貼）
- 申請：立案登記未滿 5 年的演藝團隊也可申請

和大家一起開發好內容 以 IP 為中心，讓更多好作品搶佔全球市場

十多年來，「韓流」透過韓劇、韓綜及 K-pop 席捲全球。然而，臺灣同樣擁有優秀的創作內容，只是需要產業界的關鍵「引水人」帶路，讓好的 IP (Intellectual Property, 智慧財產權) 透過不同形式面貌展現魅力，在更多舞臺被看見。

為此，文策院也引入「期權協議」(option agreement) 概念。所謂「期權協議」，是為了克服影視作品改編前期不具營收能力的過程而產生的因應方式。過去企畫開發時程約六個月，進入數位時代後演變成長達一到兩年，而影視的投拍，最關鍵的就是這一兩年。為了防止日久生變，在國外，影視方會付費(通常為授權費用的 10% -20%) 來取得優先開發權，在有效期限內進行劇本、選角、集資等前製工作。待準備妥當後，再正式取得授權與開拍，如此對出版與影視雙方都可降低風險。

藉由將「期權協議」模式導入出版與影視的媒合，有助加速雙方的合作進程，更有效率地產出資方願意投資的故事大綱，或開發出影視劇本的初期樣貌。

文策院於 2020 年推動「內容開發專案計畫——出版與影視媒合服務」，除了提供資金讓創作者開發題材，並創建媒合平臺，邀請投拍方進場選件，打破過去一次性的專家評審機制，串聯出版端、編劇端和投拍方，加快出版轉譯影視的開發進程，放大好故事的能量。

好 IP 是影視票房成功的關鍵，全球影視投拍人莫不以搶得先機、發掘好的標的為目標。除了「內容開發專案計畫」，文策院也推出「國際合作投資專案計畫」，將臺灣故事導入國際開發案件，協助臺灣 IP 國際化，利用 IP 周邊效益，開拓相關國際市場收入，同時提升產值產量及國際市佔率。

文策院加速內容開發服務

出版端推薦文本

- 我國原創作品或主題具臺灣元素之作品
- 具備完整故事性，體裁、篇幅及題材不拘
- 影視改編投拍可行性：選書指南參考

市場機制圈選文本

- 公開邀集影視投拍人進場看文本
- 前期即導入市場趨勢觀眾偏好
- 尋找具潛力成功改編開拍的原創故事

文策院協助轉譯媒合

- 文策院邀請編劇進場協助轉譯媒合
- 於候選名單中尋找轉譯標的，撰寫文本改編提案
- 向影視投拍人提案

文策院開發經費助攻

- 付予出版端「獨家媒合服務權利金」
- 付予編劇端「田調與創作勞務費用」
- 交易條件視個案洽談，開發至可交易影視企劃案

影視製作投拍

- 由文策院媒合可交易之影視企劃案啟動國內外投拍
- 出版端與製作投資端洽談後續改編製作之授權金、回收分潤等權利



鋪陳你的第一哩路 出版轉影視媒合，提升創作產製能量

臺灣文化內容產業的關鍵點，在於好故事能否透過不同的形式呈現。2020年7月，文策院開啟「第一哩路」計畫，亦即「內容開發專案計畫」，首先推出「出版與影視媒合原創文本招募」，鼓勵並促進出版、影視的跨業合作，協助出版產業了解影視產業的基本語言及選擇標準，準確行銷作品，將故事能量放大，有效開展共同獲利的機會。

為了有效對焦市場，文策院建立了連結市場機制的媒合流程，並將內容開發分做不同階段：首先是文本分門別類匯集，其次公開徵求編劇提案，並挹注資源於前期的劇本開發階段，讓故事的樣貌通過轉譯與包裝，逐步與影視方對接，提高國內外買家的興趣，以期帶動原創文本端、編劇端及投資端的三方開發合作。

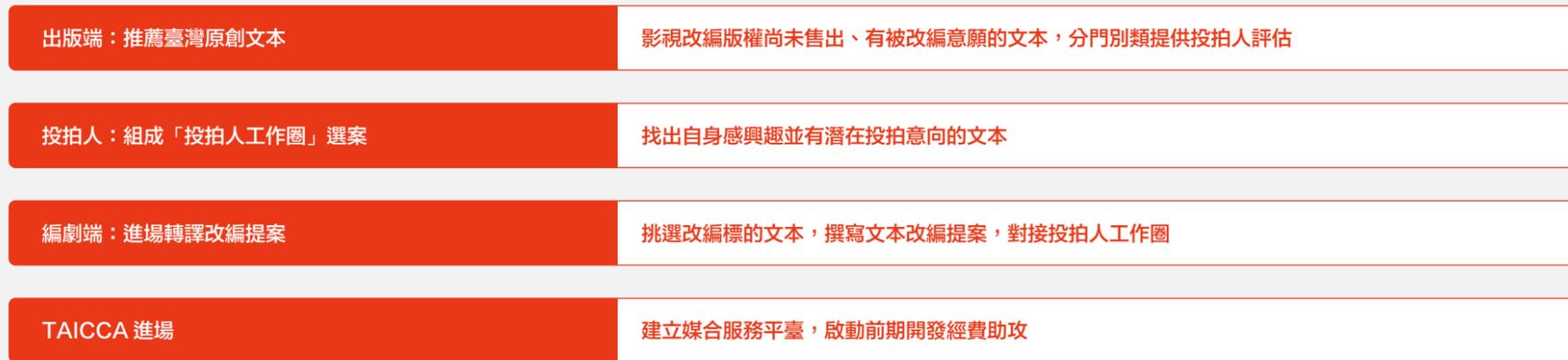
通過出版與影視媒合服務機制，文策院邀集出版界推薦文本，整理成能迅速跨業提案的形式，再匯集包括電視臺、電影電視製作公司、電信及 OTT 平臺等國內影視產業各類業者的 49 位投拍人，選出心動書單第一波 23 件、第二波 30 件，為內容創作端提供最具市場眼光的選案推薦。由投拍人圈選出的文本類型，除社會議題外，以都會職場、愛情、喜劇為主，顯現出臺灣內容創作的豐沛能量，以及觀眾市場的廣泛接受度。

2020 創意內容大會 (Taiwan Creative Content Fest, 簡稱 TCCF) 大會期間，文策院亦舉辦首次「出版 x 影視 心動媒合推介會」，將首波 23 件心動書單一併推薦，並邀請知名影評人鄭秉弘 (Ryan)、馬欣、膝關節分享心得，將具潛力的出版內容推薦給發行商、製作方、通路等投拍人和編劇端，讓這些動人故事成為未來影視製作開發的重要題材。

文策院期待連結出版與影視能量，導入市場資金，提高作品成功投拍機率，為創意產業開展更多元的風貌與市場可能。未來，文策院也規劃推出漫畫、動畫、遊戲等文化內容產業的應對孵化機制，以內容力為核心，助攻產業開展更多元的風貌。

文策院影視出版媒合計畫—媒合出版社、編劇與投拍人之間的商業連結

媒合過程交由市場機制決定



2020 年出版與影視媒合提案徵件，有 **37** 本文本獲編劇提案，提案件數達 **79** 件，共 **93** 位編劇進場參與提案媒合。



2020 年 11 月 18 日，文策院舉辦首次「出版 x 影視 心動媒合推介會」，將「內容開發專案計畫—出版與影視媒合」首波 23 件心動書單，推薦給投拍人與編劇端。

【內容開發專案計畫—出版與影視媒合 第一波候選書單】

書名	作者	出版單位
達達戰爭	天地無限	要有光
我在犯罪組織當編劇	林庭毅	城邦印書館
送葬的影子——大吾小佳事件簿	游善鈞	要有光
愛上平行時空的你	朱夏	要有光
空橋上的少年	蔡伯鑫	心靈工坊
哈囉，我是凶宅房仲：來喔，這裡有便宜凶宅喔！	水鏡	臺灣東販
鬼樂透	龍雲	明日工作室
濃度 40% 的自白：酒保神探 1	唐墨	九歌
命案現場清潔公司：比屍水、血跡、蛆蟲更難清潔的是人心	得第一環境維護公司	臺灣東販
筷：怪談競演奇物語	三津田信三、薛西斯、夜透紫、瀟湘神、陳浩基合著	獨步文化
人生最後一次相聚：禮儀師從 1000 場告別式中看見的 25 件事	江佳龍	春光
婚禮上，爸爸們的小抄（收錄於《暖活—愛得還不錯的那些故事》）	劉中薇	聯合文學
我袂放你一個人	邱顯智	大塊文化
人魚紀	李維菁	新經典文化
麻醉醫師靈魂所在的地方：在悲傷與死亡的面前，我們如何說愛？	主動脈	聯經出版
天秤下的羔羊	牧童	要有光
律政女王	雅豐斯	FUN 學
瘋人院之旅：整個世界就是你的精神病院	Pam Pam Liu	慢工文化事業有限公司
長跑少年	張英珉	九歌
鴛鴦六五四	馬家輝	新經典文化
杜小悅的異想 1985	湯素貞	大旗出版社
親愛的你	李柏青	尖端
無名驅鬼師	梁心	悅閱多媒體



【內容開發專案計畫—出版與影視媒合 第二波候選書單】

書名	作者	出版單位
綠洲與海洋	克里斯豪斯	一木工作室
戲如人生	克里斯豪斯	一木工作室
觀看流星的正確方式	鍾旻瑞	九歌
生死謎藏：善終和大家想的不一樣	黃勝堅	大塊文化
追光少年	林滿秋	小天下
綺譚花物語【小說】	楊双子	臺灣東販
惡徒	烏奴奴、夏佩爾	印刻
罪人	金	尖端
懸案追追追	天地無限	尖端
無彩青春（蘇案定讞紀念版）	張娟芬	行人
回憶暫存事務所	八千子	要有光
判罪	鄧湘全	時報出版
綠猴劫（綠猴劫）	葉言都	時報出版
Saltimbocca，跳進嘴裡	張國立	時報出版
老作家消失之謎（原書名稱：頭城狂人）	李潼	國語日報
女神自助餐（火車做夢）	劉芷好	逗點文創結社
向日葵植物	李屏瑤	逗點文創結社
人間紀錄：超無聊窮神	啞鳴（林明亞）	蓋亞
我變成一隻噴火龍了！	賴馬	親子天下
洗	郝譽翔	聯合文學
跟著寶貝兒走	黃春明	聯合文學
鴛鴦春膳	李昂	聯合文學
老人革命	林秀赫	聯合文學
華麗計程車	陳俊文	聯合文學
新神	邱常婷	聯經出版
高空三萬呎的人間報告：一位空少的魔幻飛行時刻	柯嘉璋	聯經出版
黑水	平路	聯經出版
遇見，生命最真實的力量：一個諮商心理師的修練筆記	胡展詰	聯經出版
說好一起老	瞿欣怡	寶瓶文化
讓我照顧你：一位長照服務員的 30 則感動記事	老么	釀出版

挺你在國際發光 開拓原創 IP 國際市場 最後一桶金挺你到底

不論國內、國外，影視平臺都持續在尋找優秀、具潛力的題材。文策院為產業鋪設第一哩路後，接下來就要瞄準國際市場，讓世界看見臺灣的原創好內容。

為了加速將臺灣的潛力提案帶向全世界，文策院提出「最後一桶金激勵方案」，凡是由文策院合作夥伴所開發的案件，內容含臺灣元素、為國際合製案件、且與具有兩國以上通路之國際平臺合作案，就符合文策院最後一桶金「國際合作投資專案計畫」資格，有機會獲得單案30%上限的製作投資，或國際宣傳與發行支持，讓國際市場與投資方選擇開拍標的，讓作品直接面向市場。

從「第一哩路」到「最後一桶金」，文策院提供最強開發助攻，經由各種媒合、平臺搭建，協助臺灣好故事發揮最大能量。推動激勵方案是積極鼓勵原創團隊能從製作之初即取得話語權，導入臺灣相關議題，進而提升臺灣國際能見度。

為此，文策院已與臺灣國際影視平臺金馬創投會議、臺灣第一個全球化OTT平臺GagaOLaLa(杰德影音)，以及瀚草影視、友松娛樂、大慕影藝、華文創、青睞影視、鏡文學、前景娛樂、想映電影、彼此

影業、麻吉砥加、十月影視、公視、原文會(財團法人原住民族文化事業基金會)、動畫特效協會等十四間臺灣影視產製公司、產業公協會合作結盟，攜手提升臺灣原創IP開發機會，加速打造臺流國家品牌。



文策院與GagaOLaLa共同主辦「2020 GOL SUMMIT x GPS 國際提案大會」，於2020年11月16、17日舉行。

合作夥伴 / 製作案條件說明

製作案補助條件

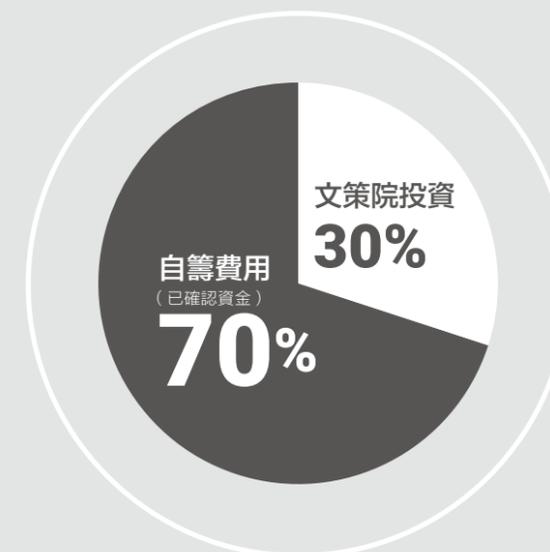
- 1 具備臺灣元素
 - 2 國際合資或合製
 - 3 國際通路
- (三項條件需同時滿足)



掃描 QR code 看更多!

MOU 合作夥伴條件 (符合其一條件)

- 1 具有產製與企劃內容能力，並且能有效提高產量或品質的製作或投拍方。
- 2 具有國際通路、相關國際資源，或於國際間具有公信力評選機制的創投提案單位與平臺。
- 3 對於臺灣內容的國際曝光或品質提升有助益的相關單位。



獲得金馬創投會議獎項的《我的意外女兒》，經過文策院的國際媒合會後，得到很多國際買家的邀約。被資源追著跑的狀況，就像是灰姑娘參加王子的舞會被很多王子追。文策院讓作品的IP提早受市場驗證，資金就是夥伴，謝謝文策院帶來這些夥伴。



一顆星工作室有限公司製作人、
《我的意外女兒》監製
賴珍琳



文策院與金馬創投會議合作的「金馬創投會議入選 Series x TCCF 國際媒合專場」，於2020年11月19日舉行。現場有來自8國、超過30位國際級製作人與投資人參與，創造國際合製合資契機。

國際化

- 國際展會 p.62
- 沉浸式內容國際合資合製 p.74
- 國際夥伴 p.61

國際化 工作報告

文策院協助文化內容產業深化國際布局，形塑「臺灣品牌」，進而行銷國際。透過參與全球指標性商展會進行媒合交流、文化內容合資合製，並與國際夥伴建立起國際合作的網絡。

為能即時跟上國際各類文化內容產業最新市場資訊與發展趨勢，並瞭解相關內容產業生態鏈，本院也針對具市場性的通路研擬特定行銷策略，以打造「國家隊」品牌，同時拓展「臺流」海外能見度。

1 國際展會 詳見 p62

本院策劃帶領臺灣最優質作品飛向世界各大展會，不僅整合異業資源，更促進國際合製，以 IP 為核心進行國際策略結盟，協助我國業者及創作者進場參與各類展會，讓世界看見臺灣。

• 上海 | 中國國際品牌授權展

2019 年，本院媒合通路商、玩具嬰童用品商、零售業等人士與參展業者洽商，並引薦中國玩具和嬰童用品協會、VIP 百貨商採購團、凡創集團、孩子王公司，以及三麗鷗公司、日本角色品牌暨授權協會、日本角色經濟數據公司等重要貴賓至臺灣館參訪，助攻臺灣圖像角色品牌拓展銷售版圖。展會期間也特別會晤國際授權業協會大中華及東南亞區洽談異業結盟。

2020 年，本院以線上、線下模式參與展出，徵集 47 個在中國大陸市場發展並擁有當地商標登記的角色品牌參與線上型錄徵展，同時策畫「臺咖 IP 點讚秀」線上展直播專場，獲得當地超過 5,000 位買主線上觀看。

• 新加坡 | 亞洲電視論壇及內容交易市場暨影匯市場展

2019 年，由時任院長胡晴舫率隊前往新加坡參與亞洲電視論壇活動，並揭示本院未來於相關產業之協力工作，期間拜會新加坡、紐西蘭等國相關中介組織與政府機構，討論後續合作規劃。

2020 年，本院攜手 37 家業者、95 部作品參展，為因應線上展會之展覽模式，本院將 11 部參展作品串接為 2 小時的帶狀節目，在展會官方網站上以「線上節目」的方式行銷臺灣原創內容，深入介紹年度重點參展作品。

• 德國 | 柏林影展 / 歐洲電影市場展

本院執行文化部影視及流行音樂產業局委託之柏林影展 / 歐洲電影市場展，包含臺灣館展位設置與諮詢服務，彙整最新銷售電影作品與電影企劃案製成電影手冊，並於柏林舉辦臺灣之夜交流酒會。此外，本院首度擴大辦理我國於電影市場展參展與產業行銷業務，在柏林影展大會官方場地舉辦臺灣電影國際媒合會，邀請 TAICCA Select 計畫選入之電影作品團隊向國際製作單位、創投方與影展單位發表並媒合。同時舉辦蔡明亮導演專題講座，行銷我國電影於國際業界。

• 法國 | 安錫國際動畫影展與市場展

本院協助共 15 家廠商、21 部作品參展，製作本年度參展串帶 (showreel)、電子版手冊、電子網頁型錄，並採購系統首頁廣告以及大會指定媒體 Ecran Total 安錫動畫特刊封面、內頁版面。此外，本年度也首次參與「Meet the Publishers」活動，共計 10 家業者、44 本圖像出版參展。本院特別於行前舉辦文策學院課程，邀請動畫產業、影視產業及國際授權專家分享經驗，展會期間本院亦協助廠商提供會議場地、翻譯服務等。

• 法國 | 坎城電影市場展

本次共有超過 80 部作品報名參加坎城電影市場展。本院設立虛擬臺灣館、參與「Shoot the Book!」出版文本與影視開發媒合會，並與影展官方共同舉辦 XR 單元線上論壇，以「How to Build an Ecosystem for XR ? Taiwan as an example」(如何建立 XR 產業生態系：以臺灣為例)為題，由本院邀請臺灣具國際 XR 內容合製經驗之創作團隊及長期投入內容孵化、通路推廣與技術服務之專家分享經驗與觀察。

• 義大利 | 遠東影展

本院規劃影展包含影展目錄、節目手冊內頁版面及映前廣告等行銷安排。影展官方亦將本院列為贊助商，透過新聞稿和當地行銷活動曝光，協助我國作品布局宣傳。

• 上海 | 上海國際電影節電影市場展

本次計有 19 間廠商、24 部作品參加線上展會。本院策畫「Taiwan Cinema 電影快報」進行推廣，目標以觀眾的期待影響片商採購決策。「電影快報」規劃於中國大陸地區三個以上的影視平臺進行曝光。

• 北京 | 北京國際電影節市場展

本次計有 18 間廠商、21 部作品參加線上展會。由於在上海國際電影節推出的「電影快報」於中國大陸地區相關社群平臺獲得百萬次以上的點擊，因此再次推出「電影快報」第二集。

• 香港 | 香港國際影視展線上展會

本次計有 50 間廠商、108 部作品參展。本院支援臺灣館設計，以本屆主打作品公視史詩巨作《斯卡羅》為主視覺製作相關視覺設計，同時推出三支影片於大會官網播放，推廣臺灣電視、出版與電影的主打作品。

• 德國 | 法蘭克福書展

本次計有 52 家出版社、312 部作品參展。本院架設線上臺灣館，並製作參展作品電子型錄於本院出版型錄網站露出。此外，本院與大會「The Arts+」單元合作推出線上論壇「小故事大經濟：臺灣出版品的跨域應用」，並於 Bookfest 數位單元推出以國語、臺語、法語及德語朗讀故事之「聲音劇場 1-4：四幅臺灣故事的聲音映像」，展示出版品跨域開發示範。為連結臺灣與國際業者，本院也規劃臺灣之夜並介紹「Books From Taiwan」計畫推薦作品；行銷方面則與獨立動畫導演王谷神合作，挑選六部文本作品製作動畫廣告，於國際出版媒體及線上臺灣館推播。

• 日本 | 日本授權展

首創結合線上和實體展覽的臺、日兩地同步連線聯展，於臺北及東京同時展出，透過現場超過 5 位翻譯兩地連線，媒合臺灣展區的品牌商和日本買家。本次吸引代理商、日本品牌等洽談專案合作及授權計畫，展覽第一天就創造 6000 萬日幣的授權交易金額。

• 韓國 | 釜山亞洲內容電影市場展

本次計有 40 間電視電影業者、10 本 E-IP 作品參展。本院籌設線上臺灣館推廣參展作品，分為電影電視館與 E-IP 館。本次參展行銷策略包含錄製 E-IP 線上推廣節目，於大會平臺播出。

• 美國 | 美國電影市場展

本院協助臺灣電影作品於線上參展，於官方平臺設立虛擬臺灣館，並製作參展作品串帶，總計有電影劇情長片、短片、VR 作品與動畫等 61 部作品參展。

• 墨西哥 | 瓜達拉哈拉國際書展

本院與臺北書展基金會協力徵件，整合 54 家業者、共 176 本作品之版權交易資訊於大會平臺登錄。本院並成立西文版「虛擬臺灣館」、製作臺灣出版形象影片，以文本轉譯之「動畫廣告」等方式推廣臺灣原創內容。

2 沉浸式內容國際合資合製

詳見 p74

本院擬定以三年為期的「沉浸式內容國際合資或合製補助申請要點」，申請範圍含「原型開發」及「製作」兩種類型，以創意內容為核心，鼓勵創作者與產製者探索新說故事之工具與方法。「原型開發類」每案申請補助上限為新臺幣 100 萬元，「製作類」每案申請補助上限為新臺幣 350 萬元。經來自國內、外 XR 及文化藝術領域的 10 位評審評選，最終由 34 組申請案中評選出 5 組獲補助團隊，每組補助 350 萬元，總額共新臺幣 1,750 萬元。

3 國際夥伴

為推廣文策院於海外之能見度，開創更多國際合作機會，本院以歐洲、亞洲、美洲三大國際都會區為主，初步擇定法國巴黎、日本東京及北美作為海外辦公室設置據點，持續於海外推廣臺灣文化內容。

2020 年受疫情影響，實地勘查等工作受限，本院針對三大國際都會展開駐點評估及合作前置連結，已與法國「NewImages 影展」(New Images Festival)、日本「角色品牌授權協會」(CBLA) 簽定合作備忘錄。

主動出擊國際展會

持續深化國際布局，為臺灣作品創造更多國際市場產值

在多元文化背景之下，臺灣持續孕育出獨特又豐饒的文化內容，展現豐沛的創作能量。而為了進一步擦亮臺灣品牌，文策院致力協助文化內容產業深化國際布局，透過整合多方力量，讓臺灣原創內容在國際舞臺發光發熱。

文策院成立以來，持續策劃帶領臺灣最優質的文化內容作品，飛向指標性商展會和全球論壇，過程中不僅整合異業資源、掌握最新產業動態，也促進國際合資合製之可能性。預計每年參與約二十個國際型指標性展會，包含電影市場展、影視與動畫展會、出版產業展會（含圖書、漫畫、童書）、角色圖像授權展會等。

此外，為了即時掌握國際文化內容產業市場資訊和發展趨勢，了解相關內容產業生態鏈，文策院也針對具市場性的通路，研擬特定數位行銷策略，強力打造「國家隊」品牌，拓展「臺流」的海外能见度與影響力。

15 場國際展會線上臺灣館，因應展會性質，規劃各式行銷助攻策略。

柏林影展暨歐洲電影市場展

吸引將近 **100** 名國際影人參與臺灣作品媒合會

中國國際品牌授權展

首創臺咖 IP 點讚秀，吸引超過 **5,000** 名買家線上觀看

釜山亞洲內容電影市場展

共有 **40** 間電視電影業者、**10** 本 E-IP 作品參展

法蘭克福書展

共計有 **52** 家出版社、**312** 部作品參展



文策院 2020 首發柏林影展 國家隊整合出擊， 全方位開拓歐陸市場資源

如何透過「國家隊」力量，讓臺灣優秀的原創作品閃耀國際，一直是文策院努力的目標。第 70 屆柏林影展（Berlin International Film Festival）暨歐洲電影市場展（European Film Market）是文策院成立以來，首度帶隊出擊的國際電影市場展。文策院除了引進專業策展概念，更以國家隊整合方式，全面升級柏林歐洲電影市場展臺灣館及臺灣之夜活動。

2 月 23 日晚間，文策院於柏林盛大舉辦臺灣之夜交流酒會，這是首度擴大辦理我國於歐洲電影市場展參展與產業行銷業務。2 月 24 日更在柏林影展大會官方場地 Gropius Mirror Pavilion 舉辦臺灣電影國際媒合會，邀請 TAICCA Select 計畫選入的電影作品團隊，向國際製作單位、創投方與影展單位發表並媒合，做為打開臺灣內容產業國際通路的第一站。

而恰逢蔡明亮導演新作《日子》入圍主競賽片，同時也是本屆唯一入圍柏林影展的華語電影，意義非凡。因此於影展期間，文策院特別舉辦大師講座，邀請蔡明亮導演暢談電影創作理念，讓更多國際觀眾透過電影認識臺灣獨特的美麗。



蔡明亮導演於柏林舉辦大師講座，以「工業時代的手工電影」為題，分享創作生活與理念。



2020 年「日本授權展」，文策院以「TAIWAN CONTENT ISLAND」打造臺灣館主視覺。

最大化圖像IP產業鏈 文策院帶領業者搶攻 亞洲最大授權展會

在疫情衝擊下，全球許多重要展會皆導入線上策展，而文策院也積極協助國內業者應對新趨勢。例如 2020 年中國國際品牌授權展（China Licensing Expo），文策院以徵展方式攜手饅頭家族、KURORO、美美 MEIMEI、皮寬、SHIBUDI 尋寶獅、扭蛋雞、夢想方塊動物園、灣麻吉、閩小妹、赤毛族等十件臺灣最具潛力之新興角色品牌參展，讓臺灣品牌拓展更多商務合作機會。

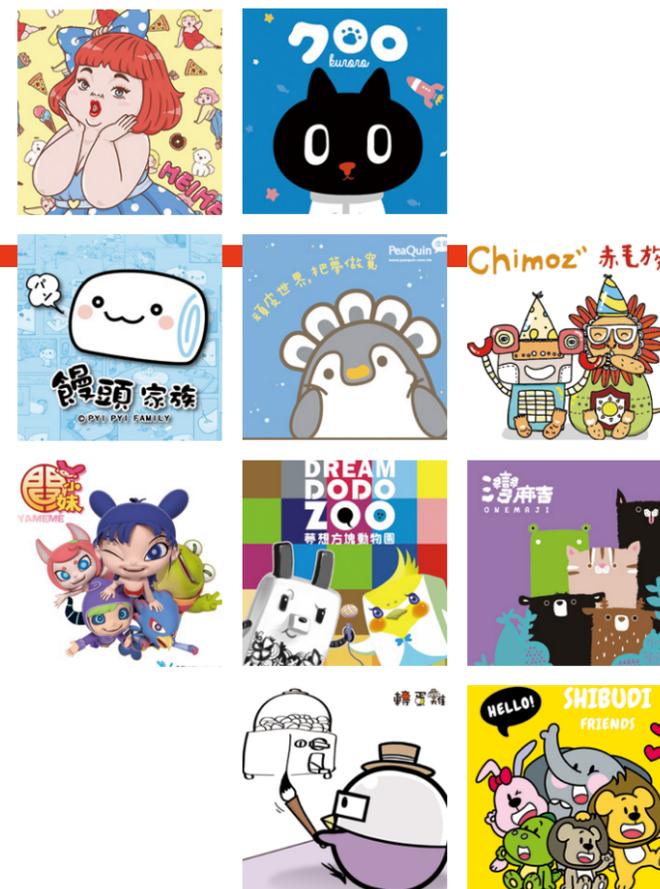
中國國際品牌授權展為亞洲熱門的授權貿易展會，為全球最具影響力、最熱門的 IP 授權項目提供與各行業製造商、零售商面對面深入溝通的平臺。

在本次授權展中，文策院首度規劃節目製作，以「臺咖 IP 點讚秀」線上展直播專場，獲得當地超過五千位買主線上觀看。此外，文策院也擴大線上型錄徵展，徵集四十七個在中國市場發展並擁有當地商標登記的角色品牌，進一步擴大臺灣館聲勢。在多重管道助攻之下，本屆展會雖受疫情影響，但臺灣參展品牌詢問度熱烈，潛在商機預估突破 3 億新臺幣。

除了中國國際品牌授權展，在 2020 年的「日本授權展」（Licensing Japan）中，文策院首創「臺日兩地同步連線聯展」，於臺北、東京兩地同步展出，透過現場翻譯搭配連線，協助廠商介紹與買家洽商，徹底落實實體展與線上展合併應用的展出模式，預估將創造近 5 億新臺幣商機。



文策院於柏林舉行第 70 屆「柏林影展」臺灣作品媒合會，邀請 TAICCA Select 計畫選入之電影作品團隊向國際製作單位、創投方與影展單位發表並媒合。



由文策院領軍參加「2020 中國國際品牌授權展」的臺灣原創圖像角色（由上至下，由左至右）：「H.H 先生」、「饅頭家族」、「閩小妹 Yameme」、「KURORO 宇宙探險隊」、「皮寬」、「夢想方塊動物園」、「扭蛋雞」、「赤毛族」、「灣麻吉」、「尋寶獅」。

影視出版雙主打戰略奏效 臺灣優秀作品在釜山影展大量曝光



2020年「釜山亞洲內容電影市場展」主視覺。

近年來，臺灣影視作品創作動能極強，不論是電影或戲劇都驚豔國際。釜山亞洲內容電影市場展（Asian Content & Film Market）是臺灣電影業者主要參加的國際市場展之一，該展會主要活動內容包含市場展、E（Entertainment）-IP 展會、亞洲創投市場（APM）和亞洲內容獎競賽，並在2020年首度加入電視戲劇類內容參展。

本次參展採「雙主打」策略，將線上臺灣館分為電影電視館與E-IP館，分進合擊。並以作品海報意象為主視覺，向國際業者推介臺灣最新重點電影和戲劇作品。電影類主打作品為《消失的情人節》，透過臺式小清新愛情，吸引全球觀眾目光。戲劇類主打則是公視旗艦型鉅作《天橋上的魔術師》，以融合純樸民風和魔幻氣氛的故事，呈現數十年前臺北市地標中華商場的風華。

而在E-IP單元中，文策院也製作訪談影片，邀請十組故事文本創作者，在節目中深度介紹作品特色，並於大會平臺曝光。在優秀故事核心和行銷操作之下，E-IP參展廠商共獲得CJ ENM、MEGABOX、SHOWBOX等多家韓國大型製作與投資公司詢問，E-IP出版社平均三天取得約十場會議。

亞洲內容電影市場展正式加入戲劇內容後，等於為臺灣戲劇內容對外銷售開闢了一個新戰場。以往臺灣戲劇主要參展目標為香港國際影視展（Hong Kong International Film and TV Market）、新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展（Asia TV Forum & Market），2020年，在文策院努力之下新增加坎城電視節展（MIPCOM）與釜山亞洲內容電影市場展兩個電視內容展，期望將臺灣優質戲劇內容帶到更遠、更廣的地方。

法蘭克福書展線上館 因應網路特性，以動畫短片說書 呈現臺灣出版品魅力



文策院挑選六部文本，製作宣傳動畫廣告：由左至右《雲山》、《綠猴劫》、《遇見花小香》、《人魚紀》。

創立於1949年的法蘭克福書展（Frankfurter Buchmesse）是全球最具指標性的圖書博覽會，每年皆吸引各國重要作家、名人、記者、文化人士和出版從業人員參與，交流業界新知並洽談交易。

受疫情影響，2020年法蘭克福書展取消實體展會。因此，文策院以「Small is Big! 小故事大經濟」為主題概念，架設線上臺灣館並規劃各式線上節目，計有五十二家出版社、三百一十二部作品參展。此外，文策院也製作參展電子型錄於出版型錄網站上露出。

書展期間，文策院與大會 The Arts + 單元合作，推出「推廣出版品一源多用跨域開發」線上論壇活動，並在Bookfest數位單元中推出「聲音劇場：四幅臺灣故事的聲音映像」節目展，由資深劇場人金士傑、作家蘇致亨、法國譯者關首奇（Gwennaél Gaffric）、德國漢學家蔣永學（Thilo Diefenbach）獻聲，分別以國語、臺語、法語及德語為讀者朗讀故事，展現出版品跨域開發成果。

而為了連結臺灣與國際業者，文策院更規劃臺灣之夜，邀請作家及樂評影評人馬欣、資深版權經紀人譚光磊、作家紀大偉參與，由時任院長胡晴舫擔任主持人，以輕鬆氣氛介紹文策院「Books From Taiwan」計畫中的推薦作品。

此外，文策院也與獨立動畫導演王谷神合作，挑選《遇見花小香：來自深海的親善大使》、《人魚紀》、《性意思史》、《綠猴劫》、《雲山》、《阿鼻劍前傳：封印重啟》等六部文本作品製作動畫廣告，在國際出版媒體及線上臺灣館推播，以精彩視覺元素呈現故事氛圍。



2020年「法蘭克福書展」主視覺。

文策院多方整合 協助臺灣文化內容產業深化全球展會布局



德國柏林影展暨歐洲電影市場展，文策院全面升級參展與產業行銷業務，舉辦臺灣之夜交流酒會、臺灣電影國際媒合會及蔡明亮導演大師講座，讓更多國際買家及觀眾透過電影認識臺灣。

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

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

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

針對主推西語系出版市場的**瓜達拉哈拉書展**，文策院推播 Facebook 廣告首次針對全球西語人口製作「臺灣出版形象影片」，以及「繪本文本轉譯動畫廣告」等多元行銷案推廣臺灣原創內容，獲得超過 1600 萬人次觸及。

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

文策院受邀參加由歐盟委員會主辦的「**沉浸式內容產業圓桌會議**」，成為唯一非歐盟國家代表，展現臺灣沉浸式內容在國際產業鏈的重要影響力。

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

東京日本授權展，文策院首創「臺日兩地同步連線聯展」，於臺北、東京兩地同步展出，透過現場翻譯搭配連線，助攻廠商介紹與買家洽商，預估將創造近 5 億新臺幣商機。

亞洲規模最大授權貿易展會「**中國國際品牌授權展**」，文策院首創「臺咖 IP 點讚秀」線上展直播專場，獲得超過 5,000 位買主線上觀看。同時擴大線上型錄徵展，徵集 47 個擁有中國商標登記的角色品牌參展，在疫情嚴峻的情況下成功為參展品牌創造關注熱度，潛在商機預估突破 3 億新臺幣。

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

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

新興奇兵產業 國際聯手打造臺灣成為 XR 創新基地

不論是百年前的都市風華，或是千里外的異國小鎮，只要透過 XR 技術通通都可以完美呈現在現代觀眾眼前。而隨著 5G 時代來臨，高速網路傳遞資訊造就 XR 延展實境（Extended Reality）——包括 VR 虛擬實境（Virtual Reality）、AR 擴增實境（Augmented Reality）和 MR 混合實境（Mixed Reality）——內容的技術應用普及，不僅為文本開拓了繁複的表現形式，也創造出嶄新的閱聽體驗。

文策院向來以「內容先行、科技導入」為未來內容發展核心，積極推動文化科技應用。臺灣已有一套完整 VR 生態系，做為科技島，除了技術到位、人才豐富，政府也持續透過政策推動產業發展，由內容力帶動科技力，整合內容端與技術端，將文化內容產業拓展到國際市場。

2017 年，威尼斯影展（Venice International Film Festival）率先創立 VR 電影項目競賽，文策院成立之後，於 2019 年率領臺灣 VR 內容團隊前往威尼斯，與 HTC VIVE ORIGINALS 合辦臺灣 VR 內容國際見面會，介紹臺灣 VR 內容的發展現況。臺灣 VR 內容近年能脫穎而出的關鍵，是因為臺灣擁有亞洲最自由的創作環境以及許多優秀的當代視覺藝術家、科技藝術家和電影導演，他們對於新的載體、新的技術，以及如何提出新的敘事與觀眾互動都充滿熱情和創意。

在 2019 年的第 76 屆威尼斯影展中，臺灣有八件產製、合製作品入選威尼斯影展 VR 單元競賽、非競賽項目與創投，入圍數量高居全球第三。臺灣製作的沉浸式內容，近年在各領域創作者、製作公司與技術夥伴的努力下，備受國際矚目，足見臺灣沉浸式內容創作能量處於世界領先群。

從 VR 非線性故事的開發、到虛擬技術結合跨界製作形成新興產業鏈、同時建構線上區塊鏈授權平臺與線下劇院系統、直到這一刻我們結合了院線夥伴，實現 VR 劇院的商用落地，這不僅意味著 VR 生態鏈的成形，更展現新科技在藝術創新和商業模式的潛力。



HTC VIVE ORIGINALS
總經理
劉思銘

臺灣連續 **4** 年入圍威尼斯影展

2019 年威尼斯影展 VR 單元，臺灣入選作品件數全球第 **3**

臺灣XR創作能量獲肯定 歐盟VR圓桌論壇唯一亞洲代表

在疫情影響下，全球展會近乎停擺，而可喜的是臺灣創作能量未曾稍歇。藉此契機，文策院大力向海外推廣臺灣的文化內容，透過與坎城影展（Festival de Cannes）Cannes XR 及威尼斯影展 Venice Production Bridge（VPB）的合作機會，以線上論壇的形式，讓臺灣在 XR 產業的優勢成為討論話題。

坎城影展

2020年6月22-26日，第73屆法國坎城影展以線上虛擬展會進行。在XR單元中，坎城影展主辦單位特別與文策院合作舉辦線上論壇。本論壇以「How to Build an Ecosystem for XR? Taiwan as an example」（臺灣如何建立XR產業生態系：以臺灣為例）為題，由文策院邀請臺灣具國際XR內容合製經驗的創作團隊，以及國內長期投入內容孵化、通路推廣與技術服務的專家分享XR產業的經驗和對臺灣沉浸式內容產業生態系的觀察。

威尼斯影展

而繼2019年臺灣在威尼斯影展VR單元入選作品高居全球第三之後，

在2020年，臺灣也有三部作品入選，包括徐漢強導演的《星際大騙局之登月計畫》入選主競賽片、許智彥導演的《舊家》入圍觀摩片，以及唐治中導演的《病玫瑰》入選創投單元。其中《病玫瑰》也是文策院109年度「加速文化內容開發與科技創新應用補助計畫」補助作品之一。

同樣受疫情影響，第77屆威尼斯影展VR單元推出史上首次全球放映衛星計畫，並選中臺北成為亞洲唯二的放映城市。在文策院主辦的威尼斯影展VPB線上直播論壇中，以「What Will Drive the Future of Cultural Content?」為主題，邀請三位導演分享自身的創作經驗，並和策展人Liz Rosenthal對談。Liz以策展人的角度大讚今年入選的臺灣作品，不只形式上充分展現出了VR創作的多樣性，內容更同時兼具深度與廣度。



文策院與坎城影展聯名舉辦「2020坎城影展：XR市場展臺灣聯名線上論壇」，助攻臺灣的未來內容躍上國際。



2019年9月2日，文策院與HTC VIVE ORIGINALS合辦「臺灣VR內容國際見面會」。



2020年，文策院舉行威尼斯影展VPB線上直播論壇，以即時連線方式與策展人Liz Rosenthal對談。

此外，以「VENICE VR EXPANDED」為主題的VR單元也首度進駐臺灣，於2020年9月2-12日在臺北長春國賓影城，舉辦為期十一天的威尼斯影展VR單元，讓觀眾體驗來自全球入圍威尼斯影展的三十二部360度及互動式VR作品。

沉浸式內容產業圓桌會議

2020年9月4日，由歐盟委員會主導舉辦的「沉浸式內容產業圓桌會議」，特別邀請文策院與會，成為唯一非歐盟國家代表，時任文策院院長胡晴舫分享文策院過去一年在國際合資合製、行銷等方面的策進經驗，並邀請與會貴賓與臺灣業者合作。臺灣在沉浸式內容國際產業鏈的重要影響力，可見一斑。

國際評審共同參與 五組團隊獲沉浸式內容國際合製

臺灣 VR 內容創作爆發力驚人！過去三年，臺灣作品在國際影展頻頻獲獎，快速躋身世界領先群。不僅原創作品數量創新高，與美國、日本、法國及阿根廷等國的跨域合作更激盪出許多火花。

為了協助臺灣成為全球 XR 延展實境內容的創新基地，文策院自 2020 年 3 月推動「沉浸式內容國際合資合製補助方案」計畫，以三年為期，最高補助新臺幣 350 萬元，助攻在 XR 領域具備關鍵創意及新敘事手法、以沉浸式技術製作的藝術或人文體驗的團體。

本補助案共收到三十四件來自臺、日、法、美、英等國團隊的提案參與，文策院邀請臺、法、美、英等 XR 及文化藝術領域的十名專家擔任評選會委員，並舉辦線上評選會議，歷經五小時的熱烈討論，最後決選出來自法國 Lucid Realities 與臺灣瑞意創科（Oready Innovation Lab）合製的《The Starry Sand Beach》、英國 Oiffy LLP 與 Wolf & Wood 和南瓜虛擬科技公司（Pumpkin Studio）的合製提案、臺灣在地實驗媒體劇場（ET@T Lab Theater）的《花神祭》VR、綺影映畫有限公司（Serendipity Films）的《大師狂想曲》，以及臺灣虛實展演發展協會（Virtual & Physical Media Integration Association of Taiwan）的「沉浸式投影創作暨技術提升計畫」等五組提案團體。



2020 年 6 月 22 日，召開「沉浸式內容國際合資合製」記者會，公布五組獲選團體。

2020 年文策院助攻，五組沉浸式內容國際合資合製獲選團隊。

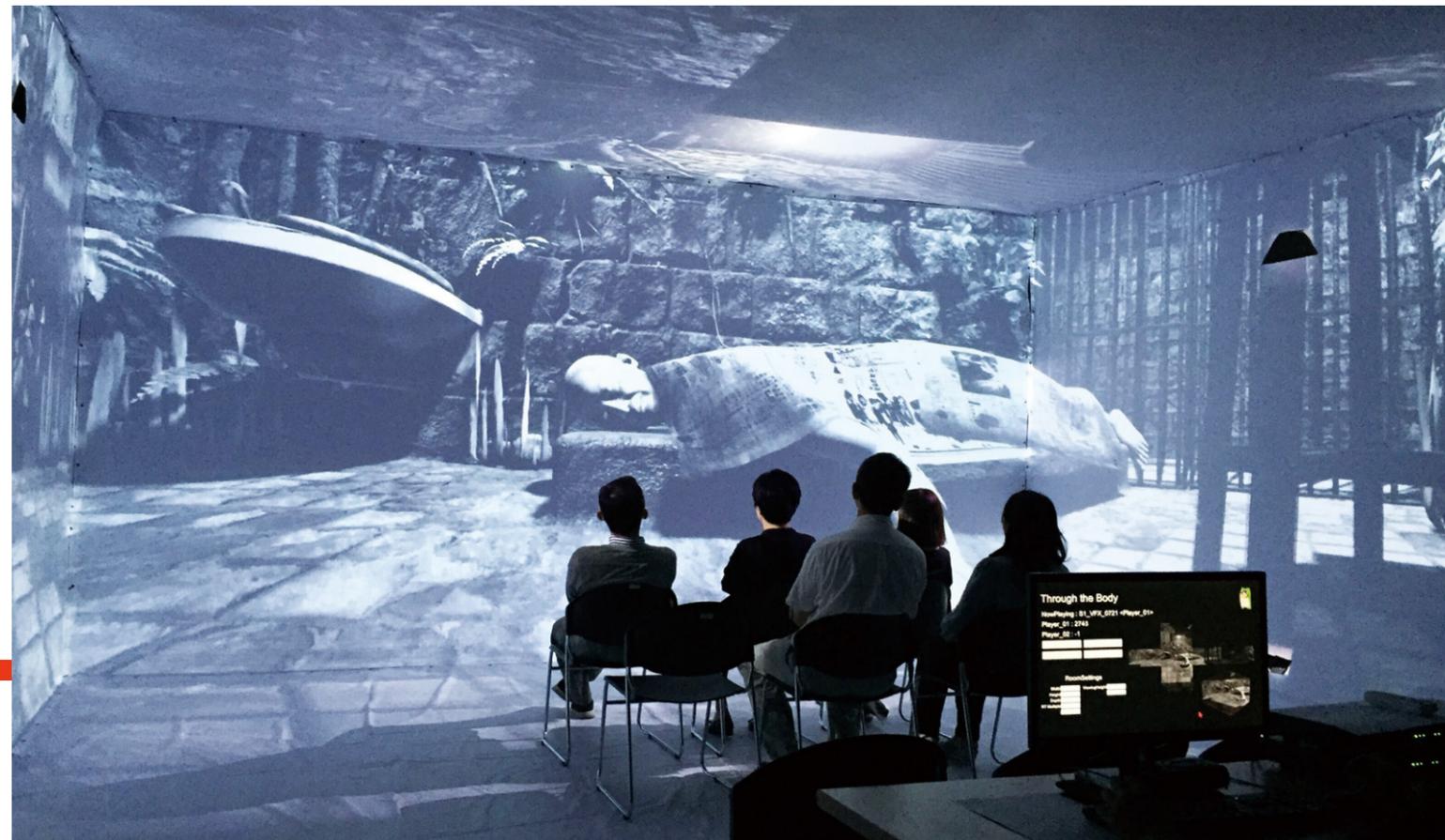
Lucid Realities / 法國
The Starry Sand Beach
與臺灣的「瑞意創科」共同提案，作品預計於臺灣澎湖七美及墾丁國家公園取景，從臺灣出發，探討地球海洋生態之美

Oiffy LLP / 英國
未定名
與臺灣南瓜虛擬科技公司攜手遊戲創作

在地實驗媒體劇場 / 臺灣
《花神祭》VR 影片製作（《花神祭》XR 實境劇場）計畫第一期
由行者影像、無垢舞蹈劇場及英國 Caspian Films 共同開發，延續《花神祭》的敘事核心，設計動畫場景與 VR 體感互動

綺影映畫有限公司 / 臺灣
大師狂想曲
與去年 VR 動畫大贏家《Gloomy Eyes》的法國公司 ATLAS V 合作《大師狂想曲》，欲透過沉浸式體驗，讓觀眾參與國際導演當初未完成的故事

臺灣虛實展演發展協會 / 臺灣
Through the Body 沉浸式投影創作暨技術提升計畫
由藝術家黃心健領軍，與美國 Science VR 公司合作，預計升級現有 IP 內容創作開發，以及大規模更新播映技術



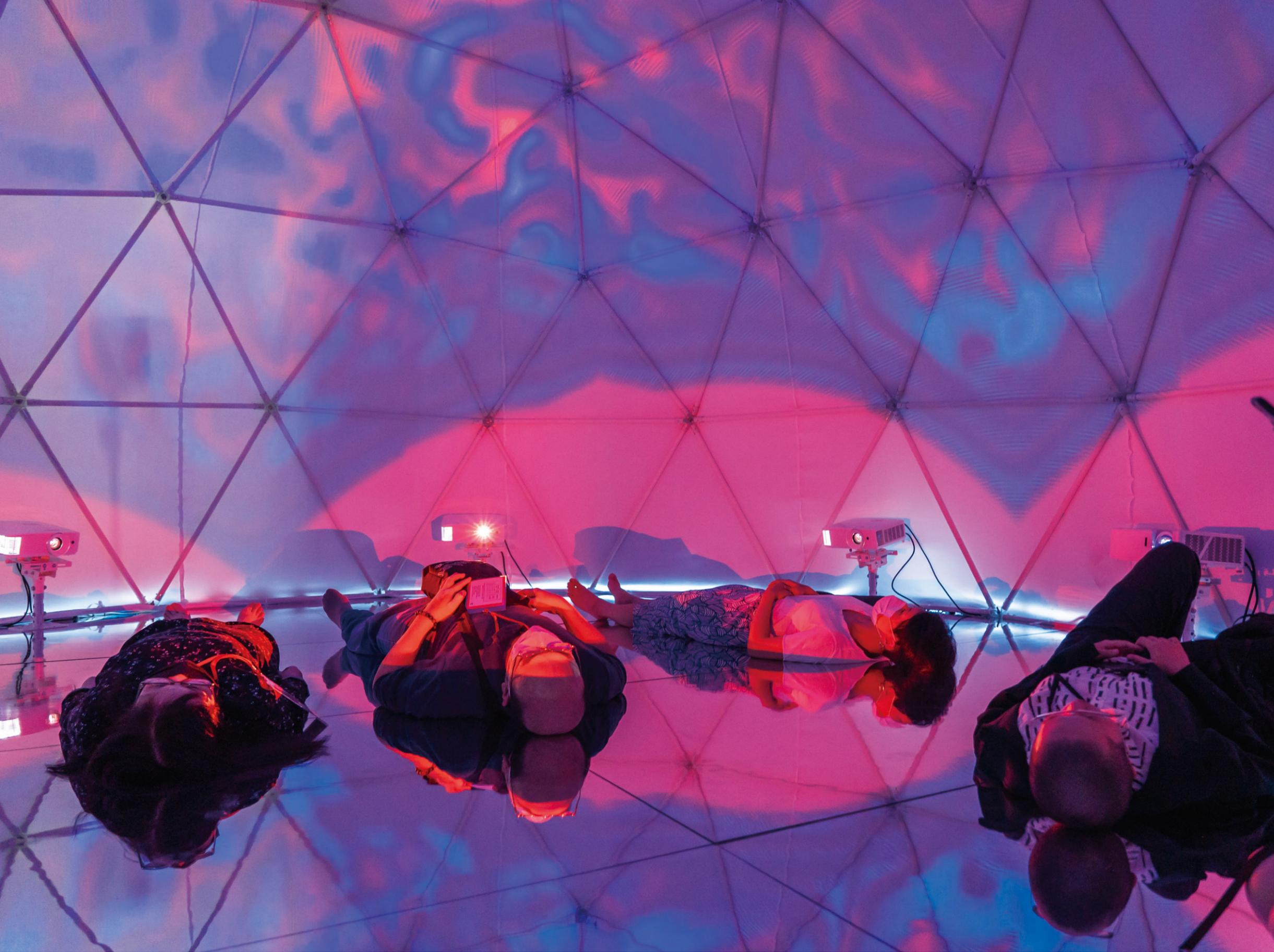
黃心健《穿越身體》（Through the Body）沉浸式劇場展演實景。

沉浸式內容國際合資合製補助類別

原型開發類 鼓勵支持尚未進入製作期之創新原型創作提案

上限為每案新臺幣 **100** 萬元

製作類 製作中之沉浸式內容，上限為每案新臺幣 **350** 萬元



2020年11月，文策院舉行TCCF創意內容大會，展示臺灣最新的創意內容產業輪廓。圖為由空總臺灣當代文化實驗場「科技媒體實驗平臺」打造的全沉浸式影音體驗空間。

整合化

- **TCCF** p.20
- **產業研究** p.80
- **TAICCA SCHOOL** p.82
- **漫畫基地** p.88
- **CSR for Culture** p.81
- **文化科技與未來創意內容** p.96
- **社會諮詢與參與** p.81

整合化 工作報告

文策院持續關注各項文化內容產業商情資訊，包括產業調查、專題研究、各項論壇及展會趨勢，以及全球市場動態彙整與分析，並與國內外中介組織、智庫、法人機構、重要傳媒等，協作相關產業專題之深度研究及報導，建立匯集產業資訊的文化內容資料庫，支援文化內容開發。

文策院同時設置「文策學院」(TAICCA SCHOOL)，開設中介經紀之專業相關課程，包括智慧財產權相關法務、文化內容產業公司帳務與專案管理以及財務經營等，形成對接產業的文化內容人才動態聚落。

1 TCCF 創意內容大會

詳見 p20

2 產業研究

產業研究業務包含產業調查統計、發展研究，以及產業資料庫建置管理等。

1. 產業調查

產調分為四大領域：出版漫畫原創圖像類、影視動畫廣播類、流行音樂類、遊戲與電競類，再加上文化創意產業年報。2020年10月已完成各產業之疫情報導，並預計於2021年初提供完整產調報告。

2. 未來內容產業產值與關聯圖

完成未來內容產業產值與關聯圖報告，含全球與臺灣的未來內容產業產值報告、產值發展預測，以及產出九大文化產業之未來內容產業關聯圖，並提供關鍵未來創意產業之個案研究。

3. 臺流商品大數據

文策院與商業發展研究院合作，利用大數據分析技術盤點國外之熱門臺流商品，完成在日、韓、法三國之臺流商品網路聲量分析，以及臺流商品造成熱門之背後因素解析。

4. 文化數據行動方案

分析文化產業數據關鍵問題及研擬解決因應方案，以提出文化數據行動方案，爭取國家數位建設發展政策與經費資源之支持，提升我國文化數據加值分析能力。

5. 東南亞國際影視市場拓展策略規劃

透過深入新南向之消費市場趨勢研究與了解，提供臺灣產業界有用與即時的產業商情，並結合在地市場消費偏好與新興數位科技的發展，規劃創新且具體可行的行銷策略。

6. 文化內容消費調查計畫

為掌握臺灣民眾文化內容跨域消費情形，以及Covid19疫情對於臺灣文化內容消費的衝擊，辦理2020年文化內容消費調查計畫以及 covid-19 期間臺灣文化內容消費行為影響調查計畫，透過線上問卷調查與網路聲量分析，勾勒臺灣文化內容消費整體樣貌，及疫情對不同文化內容消費的衝擊程度。

3 TAICCA SCHOOL 文策學院 詳見 p82

4-6月開設包括「全方位文化內容產業的著作權須知」與「創業必修課——財務會計通識學程」，因應疫情，課程均全部線上進行。「全方位文化內容產業的著作權須知」課程共233人次上課。「創業必修課——財務會計通識學程」共251人次上課。通識基礎型的「創業必修課：財務會計通識學程——創業的起點與資金」、「專利商標在文創產業中所扮演的角色」線上課程，10月到12月每週循環進行線上課程，有1,037人次參與。

7-8月舉辦的「臺灣漫畫基地原創漫畫創作營：跨業漫畫創作營」，兩梯次共有157人次參與。「漫畫基地」陸續開設：「打造漫畫IP 開拓臺灣新出路」、「社群力就是超能力！社群行銷必修技！」、「創作者必知IP 跨界成功案例——漫畫改編大不易」等實用課程。

9月開設中階經紀人類型課程：「圖像IP 授權產業實務班」共有13位國內外講師授課，40人次的

業者參與課程。「音樂經紀學程計畫」，共有26位國內外講師授課，15位產業菁英參與課程。「臺灣內容國際版權經紀人才策進計畫展會前訓練工作坊」，培訓45位出版產業人才。11月完成超過百人參與的「2020年國際出版暨版權經紀專業論壇及實戰工作坊」。

9月舉辦的「提案課程」，邀請許多國際講師，傳授影視業者提案尋求資金、銷售的技巧。共有百餘人次參與。並進行第二階段的一對一工作坊。本門課參與學員表示對於提案技巧收穫良多，其提案作品參與11月TCCF 推介會時獲得許多國際買家關注。

10月舉辦「TAICCA X Netflix 國際劇本工作坊」，為Netflix首次在臺舉辦的聯名課程，吸引許多國內電影電視的資深工作者報名。文策院也積極與Netflix 洽談合作，讓臺灣更多的文化內容可以進到國際通路平臺。

4 漫畫基地 詳見 p88

5 CSR for Culture 文化發展與企業社會責任網

為催生IP量能和產製升級，期許企業社會責任(CSR)的龐大能量，包含財務贊助、消費贊助及商業資源贊助，投入支持文化內容產業發展，文策院鼓勵企業結合文化內容，進行商業模式創新；運用多元內容媒材，豐富社會參與；以文化內容作為載體，進行CSR議題倡議，或直接支持、耕耘藝術與文化產業。

為積極引導CSR能量挹注文化內容產業，補強產業斷鏈點，並協助文創業者需求方對接CSR標竿企業資源，文策院推出「CSR for Culture 文化發展與企業社會責任網」(簡稱文化CSR網)，於2020年8月正式上線公開。網站設有「共學共創」、「文化亮點」、「永續明日」三大主題專欄，收錄關於臺灣文化CSR實績與國外成功案例，以專文與分析提供企業端與藝文端關於文化CSR模式的參考。同時，文化CSR網並配合疫情之產業振興措施，建置藝文活動佈告欄，服務業者將藝文活動公告上網，打造促進異業合作之媒合空間。

6 文化科技與未來創意內容

詳見 p96

7 社會諮詢與參與

文策院於各項文化內容策進領域及策進機制之規劃前，均辦理社會諮詢與參與之相關會議，以徵詢社會各界意見，落實參與式治理及公共課責機制。

包括舉辦「內容開發專案計畫」諮詢會3場，共32人參與；出版業者諮詢5場，共63人出席；表演藝術業界諮詢2場，共21人出席。另舉辦六項文化內容領域之社會諮詢會議，包括影視OTT產業、綜藝節目、圖像角色、圖書出版、流行音樂以及遊戲領域，共74人參與。累計共190人參與，充分收集各界意見以作為文策院各項機制及策進方案制定之基礎。

諮詢之成果，落實於以下數部分：首先根據表演藝術業界諮詢促進同業合作及異業整合，並積極鼓勵業者進行產業轉型，導入OMO(Online-Merge-Offline，線上與線下融合)，建立多元資金收入形式，以分散產業風險。以LINE TV為例，2020年9月期間，便推出「藝文表演館」，線上直播故事工廠之數個超人氣舞臺劇，讓喜愛表演藝術的觀眾能隨時在線上欣賞，突破因疫情無法正常演出之表藝團體困境，同時加乘產業能量，實現表演藝術線上化的產業合作可能。

再者，文策院偕同公協會參與提案與媒合，例如於TCCF期間與「臺灣動畫特效協會」合作舉辦「動畫推介會」，共計8家臺灣原創動畫IP開發公司參與提案，向線上、線下約60位國內外買家推介作品，協助臺灣原創動畫對接國內外市場。

而為推動文策院投融資業務，並與文創產業達成密切交流，自2019年12月起至2020年12月底止，共辦理20場業務推廣暨產業交流活動：包括14場「文化金融處業務說明會」；1場「投資評估報告撰寫說明座談會」；1場「營運計畫書撰寫說明座談會」；1場「投資媒合會」(豐盛之城募資媒合會)；3場「產業小聚」。總累積出席廠商共計455家，出席廠商代表人數共計557人。

加速推進文化內容產業實力 文策學院是你最強後盾

現階段，臺灣的內容產業人才大多偏重於拍攝、製作、設計等縱向能力的培養，普遍缺乏橫向跨域的能力。而文策院策進方案之一，就是透過「文策學院」(TAICCA SCHOOL)的成立，有效補足目前培育機制的不足，協助產業內人才養成產業化所需的商業運營能力及經紀技能。

針對第一線工作人員、主管、經營者等不同階段的從業人員，文策學院分別規劃了適合各階段的商管通識型、產業類別進階型和國際學程等三大類型課程。

透過國內外關鍵組織和資深業師經驗分享，文策學院不只提供知識傳承和支援，也建立文化內容產業的網絡社群和動態聚落，促進跨產業領域媒合交流，並進一步協助產業人才對接國際市場，加速推進臺灣文化產業的產製力和品牌力。

文策學院成立的短期目標是以提升文化內容產製量、整備產業支持系統、建構策進機制為主，而長程目標則是致力於助攻業者布局國際市場，並促進臺灣內容品牌國際化。

在文策院協助之下，臺灣產業人才將透過基礎必修課打底，加速進入原創內容的跨域整合開發，一步步邁向全球舞臺。

	兩大策略	四個價值	課程種類
文策學院	培育產業人才	通識打底	全方位文化內容產業著作權須知
			創業必修課——財務會計通識學程
	催生文化內容	助攻產業	專利商標在文創產業中所扮演的角色
			文創行銷成功關鍵：如何兼顧營運模式與獲利模式
催生文化內容	加速內容開發	圖像 IP 授權產業實務班	
		音樂經紀學程	
催生文化內容	國際市場	社群力就是超能力！社群行銷必修技！	
		提案課程 Pitching Class	
催生文化內容	國際市場	打造漫畫 IP 開拓臺漫新出路	
		原創漫畫創作營	
催生文化內容	國際市場	臺灣內容國際版權經紀人才策進計畫展會前訓練工作坊	
		國際出版暨版權經紀專業論壇及實戰工作坊	
催生文化內容	國際市場	TAICCA × Netflix 工作坊	



上課人數 **1,811** 人 課程場次 **157** 場 國內講師 **102** 人 國際講師 **17** 人

搞懂創業必勝心法，和金流做朋友 文策學院助你降低風險、事業啟航

文化內容如何走向產業化？關鍵之一在於健全的金融法律知識後援。為此，文策學院整合國內專業資源，規劃了一系列商管通識課程，包含文化內容產業從業者必備的智慧財產權法律、財務稅務、市場募資等基礎型知識與實務經驗分享，目標協助產業從業者充實相關知識，並在降低商業風險之餘，更能專注於內容的開發。

在通識學程規劃中，初期包含了「文化內容產業著作權須知」、「創業必修課：財務會計通識學程」、「文創創業成功關鍵：如何兼顧營運模式與獲利模式」、「專利商標在文化內容產業中所扮演的角色」等課程。文策學院特別邀請專業講師說明文化內容產業著作權法規範、專利商標申請實務與保護，以及如何成立公司、籌募資金，並詳實規劃檢視公司財務與營運狀況等。

擁有了完善的基礎知識，新創文化內容產業事業體更能安心啟航、穩健成長。

2021 年底前，我與公司團隊製作的原創動畫內容有機會 on line，這時候完成文策學院圖像 IP 授權課程的進修，為公司的新引擎加足馬力，飛機才能一飛沖天。



連想有限公司負責人、文策學院「圖像 IP 授權產業實務班」學員 連俊傑

經紀力與製作力打通產業創價關鍵 最強課網培養文化創意舵手

在文化內容領域中，除了優秀的創作者之外，具有市場慧眼和商業思維的經紀人和製作人絕對是創造更大產業價值的關鍵。為了培養產業重要人才，文策學院特別邀請資深產業人士開設實戰課程。除了期盼拓展從業者之數位科技與國際市場視野，也協助放大創作端產值，培養市場競爭力。

在文策學院產業實戰學程中，包含「2020 文策學院：音樂經紀學程計畫」、「圖像 IP 授權產業實務班」、「2020 年國際出版暨版權經紀專業論壇及實戰工作坊」等課程。

以音樂經紀學程計畫來說，本學程是以臺灣產業現況及願景為基礎，經調研國外經紀培訓脈絡後，歸納出臺灣音樂產業從業者最需要的課綱。除了規劃 A&R (Artist and Repertoire)、自主經紀經營管理、版權發行合約法務、新興媒體科技行銷、巡演企劃市場分析、品牌異業合作商談等六大類別正課，文策學院也安排了簡報日、交流聚會活動，並串聯「國際音樂經紀人論壇 IMMIF」、臺灣第一個 Showcase 型音樂節「真人散步音樂節」(LUCfest)、各音樂場域及業師。在充實的六週學程結束後，結業學員還可透過文策院媒合機制，優先受邀參與文策院之相關計畫。

文策學院的學程雖是首屆，卻很全面化，例如產業面向、如何運作品牌，這在專業分工尚不如美日等國家的臺灣，殊為難得。而且國內外業師都無私分享、與學員互動，業師肯定類型音樂值得發展，更堅定我立志進階成為經紀人的決心。



KKBOX 內容策劃、文策學院「音樂經紀學程計畫」學員 郭國瑞



「文策學院圖像 IP 授權產業實務班」課程參與狀況踴躍。



2020 年 10 月 7 日，文策學院首屆「音樂經紀學程計畫」圓滿結業。

活跳跳臺灣創意直送國際市場 重量級 MENTOR 教你如何奪標

近年來，臺灣文化內容創意能量驚人，而如何和國際接軌、創造更大聲量則是下一階段的目標。因此，除了通識打底課程和產業關鍵職能訓練，文策院也針對國際市場設計專業課程。目標是與國際關鍵組織建立夥伴關係，並透過內容開發機制，提升臺灣人才和原創作品在全球通路的競爭力，以促進國際合資合製案例。

2020年，文策學院重磅出擊，與Netflix聯名舉辦培訓課程「國際劇本工作坊」。Netflix為全球首屈一指的串流娛樂服務事業，也是臺灣影視作品前進國際舞臺的重要夥伴。本次課程邀請到Netflix國際原創作品創意人才投資總監、曾長期領導華納兄弟工作室（Warner Bros. Workshop）的克里斯多福·麥克（Christopher Mack）主講，透過線上視訊方式，與國內資深編劇大方分享創造及紀錄劇本點子的心法，並且傳授如何透過問「對的問題」、用角色目標和動機對應情節，全面檢視劇本，建立「劇本聖經」，以創造一部人物導向的精彩戲劇。此外，曾與Netflix合作原創華語影集「誰是受害者」系列的臺灣影視製作團隊瀚草影視，也在本次課程中分享與Netflix共同開發劇本的經驗。透過密集的交流，期盼未來能讓更多臺灣內容製作團隊登上國際舞臺。



「TAICCA x Netflix 國際劇本工作坊」上課現場。



瀚草影視製作人湯昇榮（左）與監製曾瀚賢（右）分享與Netflix合作心得。

在串流媒體興起的時代，Netflix透過全球經驗及專業知識，積極協助並支持臺灣編劇人才，透過打造與以往截然不同的故事內容及表現手法，發揮他們超凡的創作力及潛能。我們看到《罪夢者》及《誰是受害者》的成功，期待未來能和臺灣的創意產業有更緊密的合作，推出更多讓全球Netflix會員喜愛的精彩故事。



Netflix 內容採購經理
張晨



「TAICCA x Netflix 國際劇本工作坊」學員大合照。

串聯圖像經濟產業鏈 人才、創作及增值整合 給你滿滿的大平臺

文化創意產業講求「一源多用」的效益，漫畫創作更是最佳載體。無論是美國的漫威 (Marvel Cinematic Universe) 或 DC 宇宙 (DC Extended Universe)、日本動漫產業的蓬勃發展，都能看見當中驚人的消費力和影響力，更是國家軟實力的重要象徵。

近來爆紅的日本漫畫作品《鬼滅之刃》，不僅改編成動畫後叫好叫座，更帶動週邊商品的熱銷，估計為日本帶來超過 549.6 億臺幣的經濟效益。

文策院於 2020 年接手臺灣漫畫基地 (Taiwan Comic Base)，以及 CCC (Creative Comic Collection) 創作集，整合資源，串聯相關平臺，強化創作與產業間的對接服務。臺灣漫畫基地的主要任務為匯聚創作能量、統整產業資源，讓創作走向商業的路可以更順暢，而 CCC 創作集的宗旨則是挖掘臺灣文化、歷史題材，讓臺灣的漫畫被更多人看見。

此外，文策院積極支持催生原創內容，打破臺灣過去 ACG (動畫、漫畫、遊戲) 產業間單打獨鬥的常態，與已舉辦九屆的「巴哈姆特 ACG 創作大賽」合作，透過新設獎項和獎金贊助的方式，鼓勵動畫、遊戲與漫畫產業的新秀勇於站上舞臺，後續並將得獎者導入文策院媒合機制。

而為了提高臺灣圖像作品的國際能見度，文策院綜整展會力量，承接法國安錫國際動畫影展 (Festival International du Film d'Animation d'Annecy)、安古蘭國際漫畫節 (Angoulême International Comics Festival) 等國際圖像創作類商展，以策展方式呈現臺灣圖像創作的精彩，並將作品帶至影視展、授權展等跨域媒合，期盼及早闡出清晰的產業路徑，將臺灣圖像作品推向國際。



文策院重新打造漫畫基地 一條龍式全方位助攻，用漫畫說故事



漫基特展「對抗的畫筆——香港反送中運動週年圖像展」展場一景。



漫基特展「花漾羅漫史——蘿莉塔時尚特展」展品細節。

我們會先了解產業的需求，比對資料庫裡合適條件的人才，再推薦給業者。這種客製化的方式，大幅提高了媒合的成功率。



漫畫基地產業經理 呂靜芬

漫畫基地一條龍式助攻臺灣漫畫

諮詢服務

創作者之家

創作大賽

獎金贊助

專屬通路

媒合會

國際橋窗

許多優秀創作者想要接案，但受限於人脈、經驗、知名度的不足，很難對接到合適的機會。臺灣的創作人才濟濟，卻因為缺乏整合的資源協助，而無以為繼。

過去，文化部透過推動漫畫輔導金、金漫獎等，投注前端開發資源，自 2018 年推動輔導金至今，已經產出兩百五十部漫畫作品。2020 年，文策院接手臺灣漫畫基地（簡稱漫畫基地）的營運，做為臺灣漫畫專屬通路及創作者之家，漫畫基地的存在格外有意義。

漫畫基地的兩大使命為人才培育及產業連結。透過經常性的講座、進修課程、創作營、提案徵件競賽等，挖掘並培訓有潛力的創作人才，再以客製化的媒合系統，彙整創作者與產業兩端的需求，提高媒合命中率並追蹤後續。未來還將針對遊戲等產業舉辦主題媒合活動。

除了媒合會活動外，漫畫基地也提供客製化一對一諮詢服務，由資深且熟稔漫畫產業的產業經理協助，提供創作者各面向諮詢。自 2020 年 3 月至今，漫畫基地已累積三十件諮詢需求，以及十一件媒合需求，且已有一件跨域媒合簽約成案，將 VR 作品《囍宴機器人》改編成漫畫形式，並在 CCC 平臺刊登；也有出版社透過漫畫基地協助，順利覓得七、八位插畫家，成為旗下雜誌、繪本固定的合作繪者。

全方位協助漫畫創作人才育成、產業對接與市場行銷，漫畫基地一條龍式的產業助攻，要讓優秀作品在市場發光。



2020 年 5 月 28 日，臺灣漫畫基地嶄新開幕。

臺漫經典《CCC 創作集》 臺灣原創漫畫國際發光

《CCC 創作集》這本以臺灣文化為題材的漫畫人文誌，誕生於 2009 年，最初以季刊形式發行二十期，累計銷量超過十萬本，產出一百八十個故事，孕育出《異人茶跡》、《北城百畫帖》等人氣單行本，可謂是臺灣本土漫畫題材的孕育之地。《CCC 創作集》培養出許多優秀的本土漫畫家，獲得國內外獎項逾二十項，包括金漫獎、日本外務省國際漫畫賞等，甚至還受邀到日本、法國參展，在國際上具有一定知名度。

2015 年底，《CCC 創作集》曾一度面臨停刊的轉捩點，但在文化部的催生及各界的期盼下，凝聚過去的能量捲土重來，於 2018 年以月刊形式復刊。2020 年起，《CCC 創作集》轉至文策院執行，持續進行內容開發、創作者育成與新媒體應用，更進一步建置數位發表平臺，期待藉由網路無邊界的特性，以數位化吸引更多族群看見臺灣漫畫。

而對於年輕創作者來說，CCC 數位平臺提供了一個面對市場、得以「被看見」的舞臺。平臺上的作品排行榜，精準提供客觀的點閱率、互動率數據，取代傳統委員審查的機制，成為國內外業者選件的重要參考。

除了拓展《CCC 創作集》的市場規模，文策院也積極協助臺灣漫畫出版業者、漫畫創作者於數位通路展示販售，持續提升臺灣漫畫在數位通路與國際市場上的能見度。2020 年舉辦兩檔重要活動，一是於香港光華新聞文化中心合作舉辦的「走讀臺漫——當景點變為故事舞臺」線上特展，除了介紹臺灣優秀原創漫畫藝術家及作品，也結合觀光元素，以活潑的視覺效果呈現，邀請香港朋友來場漫遊臺灣的二次元文化之旅。另一檔則是與駐日臺灣文化中心合辦的「臺灣漫畫夜市」，內容包含日本實體展覽、線上網頁、線上節目等，讓日本民眾及業者可以透過網頁、YouTube、實體展覽等多樣形式體驗、觸及臺灣原創漫畫，結合臺灣特色文化與漫畫的視覺呈現，也成功吸引了日本出版社的目光。



「臺灣漫畫夜市」線上展網站，面向日本市場推廣臺灣原創漫畫。



《ccc 創作集》平臺入口。



《無能戀愛諮詢中心》



《被我推坑的偶像同學》



《殘否》



《採集人的野帳》



《守娘》



《囍宴機器人》

以角色經濟為支點 串聯 ACG 產業，觸發槓桿效應共創產值



2020年10月21日，文策院舉行「日本授權展」臺北、東京連線開展記者會，透過兩地連線，帶領十二個臺灣原創圖像品牌出擊。

全世界文化內容發展非常成熟，臺灣非常具有特色，除了擁有高知名度的IP，還有新銳創意人，能擁有這樣的成果，其實是文化部和文策院用心耕耘的成果，所以希望藉此合作，臺日能有更多的文化交流、共享資訊和商業合作。



日本角協副理事長、
遠東三麗鷗股份有限公司代表
取締役社長
東山靖

在臺灣，ACG（動畫、漫畫、遊戲）的受眾龐大，但一直以單打獨鬥為常態，缺乏橫向的合作。文策院積極串聯各平臺，整合國內資源，創造更大綜效。

2020年11月，文策院與「日本角色品牌授權協會」（日本角協）簽訂合作備忘錄，建構雙方產業情報資訊交換、聯名課程、產業活動交流、顧問專家諮詢服務、進行在地化市場推廣等合作框架，打造雙方互惠關係。

為發掘並鼓勵相關產業人才，加速催生新銳動畫、漫畫與遊戲內容，文策院將在2021年與國內最大動漫遊戲社群網站「巴哈姆特」合作，新設「文策院特別獎」。此外，「動畫特效協會」與文策院共同舉辦動畫推介會，邀請來自歐洲、美洲、亞洲與國內買家投資者，吸引了近六十名買家線上參與或前來 TCCF 提案大會活動現場，探究本年度最具潛力動畫作品。

2020年11月，臺北怪獸國際有限公司與文策院合辦「2020臺灣原創藝術玩具大賞」，設置「文策院特別獎」，找出深具潛力的玩具角色IP；並將於2021年攜手共同發展多元內容，預計可擴大從平面角色徵選潛力IP，在亞洲最具規模的「臺北國際玩具創作大展」（Taipei Toy Festival）進行多角轉譯。

後疫情時代，是危機卻也可能帶來轉機。文策院透過各種生態圈串聯，開放更多國內外組織聯手合作，期待成為推動整體內容產業的關鍵趨動力，讓臺灣的ACG產業走向國際市場。



2020年11月20日，文策院攜手日本角色授權協會、動畫特效協會、巴哈姆特，以及臺北怪獸國際有限公司，舉行「ACG生態圈串聯記者會」。

內容力結合科技力 加碼投注資源 促進跨域合作、產業升級

臺灣資訊產業蓬勃發展，在國際間向來具有競爭優勢。而如何結合臺灣原有強項，運用數位科技說一個更動聽的故事，則是文化內容產業升級至下一個階段的重要方向。

「內容先行、科技導入」是文策院成立以來積極倡議的未來內容發展核心，除了透過「文化內容科技應用創新產業領航旗艦計畫」，鼓勵從在地文化素材出發，加速量能和產製升級，亦藉由沉浸式內容國際合資合製補助與孵化等，促進內容與技術的跨域合作。

其中，文化內容科技應用創新產業領航旗艦計畫，旨在從文化內容的核心價值出發，打造蘊含科技動能的文化創新產業體系。2020年，受到疫情影響，申請案件數高達531件。最後公開甄選出80件補助案，補助總金額共計新臺幣2億6,753萬元，以期透過系統性提升臺灣文化內容質量、開創新型態商業模式，嫁接國際市場異業整合，打造文化經濟綜效，達到健全內容產業生態系的目的。此外，文策院也導入5G新興數位科技之應用示範，秉持中介組織專業角色，與政府、民間業者通力合作，運用新技術、新形式、新手法協助產業創新。

隨著全球科技進展日新月異，文化與科技的融合也益發緊密。文策院將持續扮演產業火車頭，整合技術能量，加速推動新技術結合文化內容的創作，將藝術力完美融合科技力，開創臺灣文化內容產業新商業模式。

許多案子想像力很豐富，但是在商業和財務模式上，可能是文創產業較弱的一環。對於商業模式建立、財務思維等經營技能，較缺乏相關知識，可行性評估期更精確。建議業者未來善用文策院輔導機制，在補助及輔導諮詢雙軌並行的運作下，共同開拓臺灣產業嶄新的市場機會。



作家、創業家、
旗艦計畫評審委員
詹宏志

文化內容科技應用創新產業領航旗艦計畫

文化內容開發	原生內容開發 原生內容轉譯 原創故事孵化	捲動創作者能量，找出內容產製升級所需具有效能的工作方法和團隊
內容產業領航行動方案	包括（但不限）影視、藝術、流行音樂、動漫、出版產業	就產業關鍵斷鏈點提出具體解決的行動方案，逐步帶動整體文化產業發展並面向未來



舞蹈與科技跨界融合 創造沉浸式商業劇場新模式

以作品《黃翊與庫卡》驚豔全球的國際編舞家黃翊，曾被美國舞蹈雜誌評選為「全球最受矚目二十五位舞蹈工作者」，最新創作《小螞蟻與機器人咖啡小酒館》則是結合了舞蹈、科技、美食和創業元素的沉浸式定目劇。

演出時，黃翊率領團隊成員與機器人共舞，真人舞者和機器人化身為店員和客人，透過烹調餐飲時的各式聲響形成美妙音樂；表演過程中舞者與觀眾的近距離互動，讓觀眾沉浸在如夢似幻的超現實氛圍中，創造出獨特的觀劇體驗。

《小螞蟻與機器人咖啡小酒館》醞釀超過三年，經文化部補助完成作品開發，計畫移交文策院後已進入市場開發階段，預計 2021 年 5 月將在松菸文創園區進行世界首演，展現藝術結合科技的無限魅力。



黃翊舞碼《小螞蟻與機器人咖啡館》演出一景 © 黃翊工作室

《天橋上的魔術師》VR 展 虛擬影像復刻中華商場歷史記憶



「天橋上的魔術師 VR 展」展場實景 © Funique VR、公視

新的影像技術能讓消逝的場景被保留，重現回憶。公視影集《天橋上的魔術師》改編自作家吳明益的同名小說，拍攝期間為了呈現主要場景，製作單位原子映象特別搭建中華商場，帶領大眾回到 80 年代亞洲最大的百貨商場——中華商場，重現那一代臺灣人的共同記憶。

2020 年《天橋上的魔術師》影集殺青，為了保留經典場景，公視與 Funique VR 在場景拆除前紀錄下片場 360 度環景，並 3D 掃描四個主要店鋪和住家。透過文策院補助計畫，推出「天橋上的魔術師——影集的 99 樓戲劇場景 VR 展」，讓觀眾透過虛擬實境的沉浸式互動體驗，得以與消失的場景相遇。此展覽整合了 Funique VR 互動技術、原子映象的現場實景、臺灣大哥大 5G 技術，以及公視的劇集 IP，以多方合作的跨領域 VR 應用，提供嶄新的使用者體驗。

全臺首部結合 LINE Bot 互動式劇場 觀眾現場即時投票，決定自己與惡的距離

「全天下沒有一個爸爸媽媽，要花二十年去養一個殺人犯！」2019 年，由公共電視、CATCHPLAY 和 HBO Asia 共同推出的社會寫實劇《我們與惡的距離》，深深撼動全臺觀眾的心。2020 年，曾成功推出《小兒子》等 IP 改編劇場作品的故事工廠，取得舞臺劇改編授權，以《我們與惡的距離》原著 IP 為文本，推出全臺第一部結合 LINE Bot 的舞臺劇「《我們與惡的距離》全民公投劇場版」。



© 故事工廠

在每場演出中，邀請觀眾使用 LINE Bot 公投票選系統，在劇情轉折處進行兩次公投，透過即時票選決定角色命運，形成四種不同結局。「《我們與惡的距離》全民公投劇場版」獲文策院計畫補助，2020 年全臺演出場次共二十二場，總觀看人次突破兩萬五千人，每場平均投票率高達 93%，顯示結合科技應用與文本的創新表演形式深受觀眾青睞。

那屋瓦原民新聲造音計畫 將流行音樂技術與生產力注入原民文化

聯合國已將臺灣原住民的五大語言列為「瀕危語言」，新一代原民音樂創作人更積極用母語創作，利用網路社群培養聆聽母語音樂的市場。

創作人阿爆（阿仍仍）身為臺東地區的排灣族人，在獨立音樂界表現亮眼，長期關注母語音樂市場發展，成立那屋瓦文化有限公司，於 2015 年起執行「環島部落古謠收音採集計畫」，以保存各族古謠、發掘原民新聲。



阿爆獲得金曲獎的全排灣語專輯《kinakaian 母親的舌頭》封面 © 那屋瓦文化有限公司

《妖果小學堂》動畫成功鏈結國際 攜手任天堂開發 Switch《臺灣妖果》



《臺灣妖果》於 TCCF 創意內容大會之遊戲體驗區 © 哇哇科技

2020 年，哇哇科技與公共電視知名兒童節目 IP 水果奶奶的延伸 4K 動畫作品《妖果小學堂》製作團隊合作，開發體感互動遊戲《臺灣妖果》並成功進軍任天堂 Switch 的國際市場，將四百多年的臺灣妖怪文化帶到全世界。

哇哇科技擅長跨領域整合 IoT/AI/XR/Switch 等原創遊戲內容。希望藉此任天堂 Switch 開發與發行經驗，成為臺灣本土動畫與遊戲開發的合作典範，創造出新一代的臺灣 IP 行銷與國際拓銷模式。

《當年離家的年輕人》、《將 Fusion》、《一一》 全臺首座 4DViews 動態立體攝影棚，打造臺灣原創內容嶄新視覺

如何結合最新科技打造更獨特的感官經驗，是每一位當代內容創作者心心念念的目標。而透過文策院所有、全臺首座 4DViews 虛擬攝影棚協助，從歌手田馥甄的 MV《一一》，到羅大佑演唱會開場 MV《當年離家的年輕人》，都創造出虛實融合、令人耳目一新的視覺饗宴。

文化部引進法國 4DViews 動態立體虛擬攝影系統，建置了亞洲第二、全球第六座 4DViews 容積擷取技術 (Volumetric Capture) 攝影棚，2020 年，文策院承接文化部「IP 內容實驗室虛擬攝影棚」，持續提供國內產學界運用最新技術，產製更多臺灣原創內容。

文策院接手文化部「IP 內容實驗室虛擬攝影棚」後，期許未來能更進一步促進文化力與科技力結合，開拓文化內容產業的創造空間。

4DViews 虛擬攝影棚擁有 **32** 台高畫質攝影機
可做到 **360°** 即時動態影像捕捉



IP 內容實驗室 109 年度入選團隊 (共 7 組)

必應創造股份有限公司	以 4DViews 產製、拍攝《當年離家的年輕人》MV，更有層次地詮釋歌手羅大佑多年音樂生涯。
霹靂國際多媒體股份有限公司	將傳統布袋戲偶以 4DViews 置入偶動畫 MV《遠走他鄉》，結合真人演出，塑造虛實交融的影像創作。
親子天下股份有限公司	以 3D 建立《小行星》MV 中的虛擬宇宙場景，運用 4DViews 技術拍攝，完整呈現演員的舞蹈。
未來式互動藝術有限公司	以小說《劍魂如初》為延伸製作的 AR 互動劇場《尋找蕭練》，給予觀眾嶄新觀影體驗。
夢想創造	使用臺灣數位模型庫中的模型素材還原中華商場，結合 4DViews 真人拍攝製作《復刻中華商場》VR 體驗，重現繁華街景。
銘傳大學數位媒體設計系	將插畫立體書《兩扇門》的兩位主角以真人形式演出，讓角色跳脫書本，創造出另一種閱讀模式的 AR 繪本。
中國科技大學數位多媒體設計系	VR 舞蹈表演《將 Fusion》利用科技保存無形文化資產，結合傳統家將文化與街舞。



《小行星》拍攝現場與作品成果。© 親子天下



《將 Fusion》拍攝現場與作品成果。© 中國科技大學數位多媒體設計系





攝於 2021 年 2 月 5 日，文策院於臺北市松山文創園區辦公最後一天。

文策院將持續為產業策進播種，孕育更多臺灣美好故事。..... TAICCA

2019–2020 文化內容策進院 年度報告

Taiwan Creative Content Agency Annual Report 2019–2020

發行人 丁曉菁
總編輯 張文櫻
編輯委員 李正上·林淑瑋·畢斐甯·蔡大任·羅怡華·羅融 (依姓氏筆畫順序排列)
執行主編 瞿筱葳
執行編輯 黃能揚·洪婉馨
協力編輯 李昀·林喜雯·林博凱·周秀美·翁嘉翊·黃宇弘·張聖玉·楊慈萱·葉家華·鄭坤從·
蔡家玲·賴文惠·謝一麟·蘇韋菁 (依姓氏筆畫順序排列)

出版單位 文化內容策進院
網址 <https://taicca.tw>
地址 105 臺北市松山區民生東路三段 158 號 5 樓
電話 02-27458186
傳真 02-27492436

執行製作 巨思文化股份有限公司
特別感謝 一心戲劇團·九天民俗技藝團·中華電視公司·臺灣虛實展演發展協會·故事工廠·柒拾
陸號原子股份有限公司·財團法人工業技術研究院·財團法人公視基金會·黃翊工作室·
驚喜製造·致樂創意股份有限公司·斯爾夫股份有限公司·楊志光·賴珍琳·呂靜芬·楊
麗貞·廖蕙淳·劉思銘·詹宏志·郭國瑞·連俊傑·張晨·影響原創有限公司·那屋瓦文
化有限公司·Funique VR·哇哇科技 提供圖片授權。

出版日期 2021 年 3 月
版次 初版

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

文化內容策進院年度報告 . 2019–2020 = TAICCA annual report. 2019–2020 /
張文櫻總編輯 . -- 初版 . -- 臺北市 : 文化內容策進院 , 2021.03
面 ; 公分
ISBN 978-986-532-294-6(平裝)
1. 文化內容策進院
541.2933 109022259

本刊文字及圖片未經同意不得轉載