

文化內容策進院 111年度營運目標暨績效指標		
院發展目標	年度營運目標	111衡量指標
壹、產業化： 面對市場與觀眾，符合產業生產規模，發展產業各面向	1-1 帶動民間投資，對接國發基金，促成天使投資並支援政策性融資	1. 帶動文化內容投資指標： 執行約 6.5 億元國發基金投資，帶動民間資金，包括計入周邊投資效益 8.5 億，合計達 15 億元投資規模。
		2. 優化投資機制以加速投資： 優化改善投資機制及办理流程，促成投資至少 8~10 案。
		3. 支援政策性貸款方案，支持產業發展： 持續優化貸款與利息補貼申請機制，強化與金融機構之溝通交流，促成 1.2 億元之融資規模。
	1-2 支持內容產製，加速建構周邊支持網絡	4. 支持內容產製以提升內容質量： 今年推出方案與業者合作，支持產業投入內容開發，促進並帶動民間投入至少 150 件作品開發案，提升內容產業產製能量，預估開案成長 50%。
		5. 整合資源策進文化新創： 打造文化內容孵化加速平台，推動文化新創風潮，鎖定 20 家潛力文化內容新創參與，加速推進市場。
		6. 支持內容產製以提升內容質量及整合資源，策進文化新創： 預估總產值達 30 億元。
貳、國際化： 提升國際競爭力，切入國際文化內容產業鏈	2-1 透過引進國際資金投入具有台灣元素的内容合資合製，以切入全球產業網絡，全速推動市場交易	1. 促成國際資金共同開發具有台灣元素的内容： 首度規劃合作投資方案，吸引國際夥伴共同投資與產業合作，引導業者投入至少 5 億元，促進國際合資合製，拓展國際通路與籌資能力。
		2. 靈活透過實體與線上展會，推動我國内容於國際市場展交易能量： 預計於展會期間促成 300 場以上商業洽談會議，透過展會參展帶動 150 件各式文化内容作品版權銷售商機。促成文化内容產業產值至少 1 億元。
	2-2 與國際重要夥伴建立長期關係，創造文化新「台流」	3. 創造文化新「台流」： 111 年首次規劃選定世界主要市場及代表城市，結合當地組織及重要通路推廣台灣文化内容，加強國際間對台灣形象之認識並引發探索。執行國際行銷活動 5 場次以上，國際媒體或社群 KOL 主動報導總計達 30 則以上，社群觸及國際觀眾 2000 萬人次以上。
		4. 促成國際合作夥伴共同投資製作未來内容作品： 為本國業者拓展國際創意敘事或新興技術夥伴，建立未來内容國際合作模式，促成未來内容國際合資合製作品至少 2 案。
參、整合化 市場情報匯流，國際人才合作，健全生態系	3-1 内容力整合，促進 IP 延伸發展	1. 促成 IP 多元發展： 整合院內各種助攻機制，促成 IP 跨域合作。預計達成至少 10 案。
	3-2 内容力與技術力整合，驅動内容產業未來性	2. 文化内容導入科技應用，打造新形態敘事： 催生文化科技跨域應用創新之未來内容原型或完整製作案至少 10 案；文化科技跨域示範展演及應用服務案至少 3 案；辦理至少一場展會。
	3-3 系統性架構國際交流與交易體系，建立台灣為亞洲創新展會基地	3. 以創新展會等活動發揮國際影響力： 整合 TCCF 創意内容大會及各式活動，以影視交易、IP 轉譯、未來内容為核心，推動台灣内容進入國際，增進國際買家及專業人士造訪機會。達成 100 位以上國際買家、國內業界 150 家以上廠商參與，促成至少 1,000 場商務媒合會議活動。交易金額達至少 10 億元。
	3-4 整合業界能量，打造内容產品及人才、產銷發展路線圖，連結國際	4. 與國內外機構聯手培育產業關鍵人才： 持續以商管通識、產業進階及國際學程三大類型課程導入產業化關鍵能力，與國際關鍵組織建立夥伴關係，提升台灣人才和原創作品全球通路競爭力，培育 1,500 人次，與 80 位國際合製相關領域之專業人才投入國際合資合製。
		5. 提供多元商情及產業數據，趨勢分析助攻内容業者進軍市場： 發布白皮書一式以及多元商情及產業數據相關研究成果與數據，與國際智庫建立雙向交流機制，傳達台灣文化内容產業趨勢及合作機會資訊，引導全球資源探詢及投入台灣内容製作，並作為策進機制制定、業者決策及投資參考。
	3-5 完善採購循環，系統性降低重大違失採購案件數量	6. 降低採購重大違失件數： 111 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%。