

TAIWAN CREATIVE CONTENT AGENCY 2023

文化內容策進院 — 年度報告

CONTENTS

董事長的話	004
The Show Must Go On !	
組織架構	006
董監事名單與組織架構一覽	
院長的話	008
共同打造文化內容友善環境，做產業最堅實的後盾	
2023文化內容策進院大事紀	084
2023年度感謝名單	086

ACTION

1 完善內容產業生態系	012
帶動民間多元資金投入文化內容產業	014
以商業市場為核心，升級內容產製與跨業運用	024
推進臺灣內容產業創新生態系，擴大能見度	030
企業X文化 一起加入ESG for Culture !	038
2 全球市場拓展	040
推動國際合作投資，布局歐美與亞太通路	042
拓展海外市場，讓臺灣文化成國際亮點	051
打造臺灣成為亞太文化內容產業關鍵樞紐	059
3 產業活絡串聯跨域資源	068
培育具國際競爭力的產業多元人才	070
提供實用趨勢調查，協助業者精準掌握產業脈動	076
串聯跨域資源拓展交流，活絡整體產業對話	079

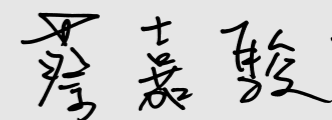
The Show Must Go On !

回顧2023年，各國政府對於內容產業支持力道持續擴大，並紛紛傳出推出刺激創意產業的方案，像是泰國不斷地積極尋找各大財團投入創意產業；而遙遠的歐洲國家為了不讓韓流專美於前，也紛紛喊出加碼投資方案；另外，富有的阿拉伯國家，例如阿拉伯聯合大公國與沙烏地阿拉伯，近年也透過國家主權基金收購或投資遊戲及內容產業相關公司。

回觀臺灣，文化部去年積極推動《文化創意產業發展法》修法，透過投資抵減的政策利多，鼓勵民間企業投資臺灣內容作品，吸引更大規模的資金進場。5月修法通過後，文策院不僅積極推動三大電信、科技業以及跨國媒體娛樂集團、各大電視台的投資合作，還將觸角拓展至歐美及東北亞、東南亞等市場，包括與美、法、日、韓、星等多國，開展跨領域投資、人才培育與通路行銷等方面的合作，期望從資金源頭、人才養成到全球通路等多個面向，搭建臺灣文化內容產業與國際業界的緊密連結，協助臺灣文化內容在國際舞台上取得更大突破。

展望2024年，文策院推動文化內容「產業化」及「國際化」持續雙軌並進，期待能在持續充份與社會各界進行良善溝通，並傾聽最真實的產業建言下，務實積極推動業務方向。隨著文化部相關政策方向和「黑潮計畫」的推行，臺灣文化內容產業迎來更多的投資與合作機會，我們將以更廣泛、更深入、更貼近產業的方向前進，推動臺灣文化內容產業邁向全球，為產業發展描繪更加璀璨的未來。

文化內容策進院董事長



2024.05

董監事名單與組織架構一覽

董事長

蔡嘉駿

常務監事

黃時中 | 美商Bluebird worldwide Inc. 獨立董事

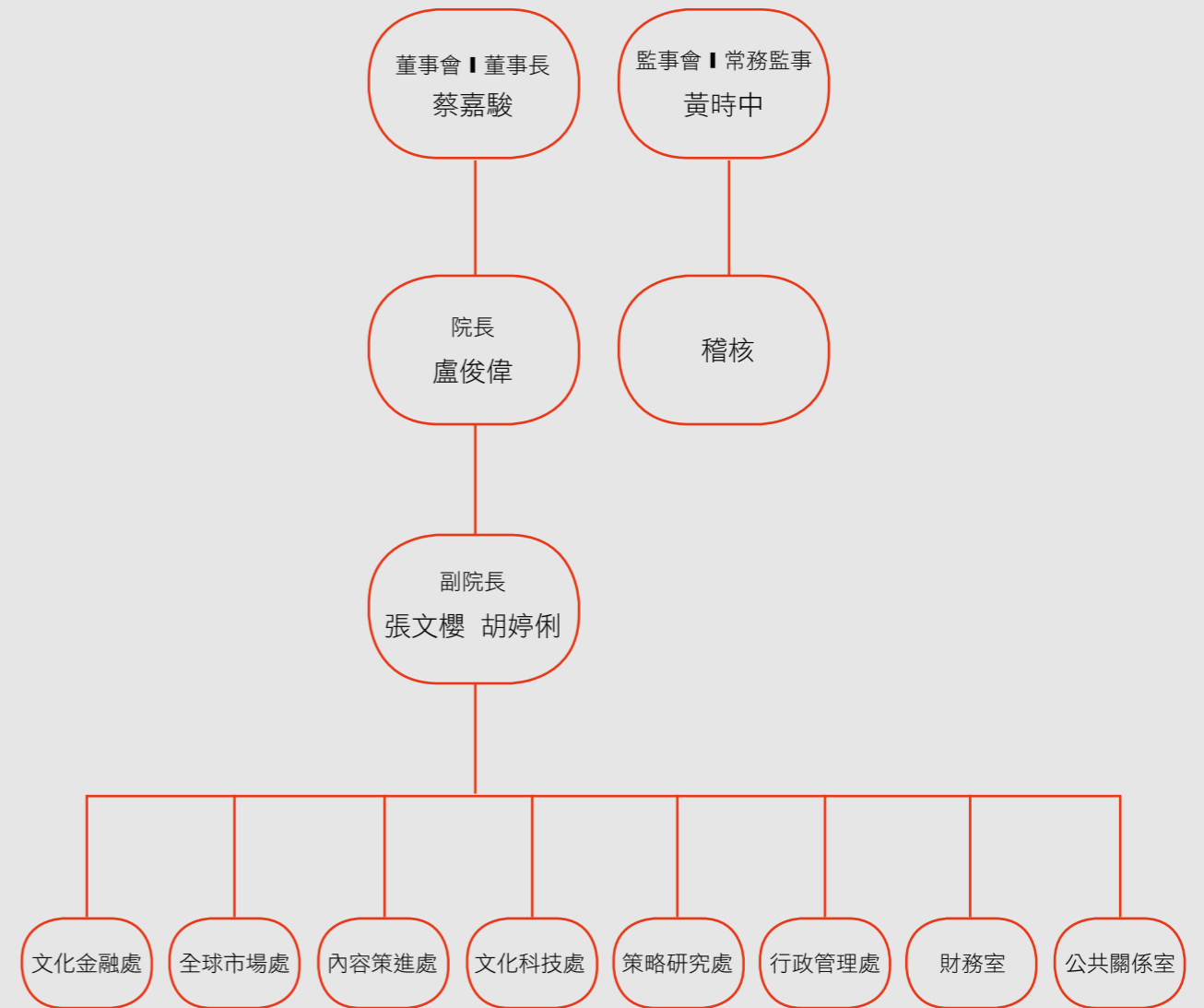
董事

- 王時思 | 文化部 政務次長
- 李懷仁 | 數位發展部 政務次長
- 林全能 | 經濟部 常務次長
- 杜奕瑾 | 臺灣人工智慧發展基金會 董事長
- 邱月琴 | 第一金融控股股份有限公司 董事長
- 林敏聰 | 國家科學及技術委員會 副主任委員
- 林慧玲 | 國家通訊傳播委員會 電臺與內容事務處 處長
- 唐殿文 | 外交部 主任秘書
- 陳珊妮 | 音樂製作人、詞曲創作人
- 徐宜君 | 文化部 常務次長
- 游建華 | 國家發展委員會 副主任委員
- 黃宛華 | 科文雙融股份有限公司 執行長
- 廖志堅 | 臺灣菸酒股份有限公司 副總經理
- 謝佩霓 | Aica Taiwan 國際藝評人協會臺灣分會 理事

監事

- 張玉英 | 經濟部智慧財產局 副局長
- 戴秀雲 | 文化部主計處 專門委員

(依姓名筆畫順序排列)



共同打造文化 內容友善環境， 做產業最堅實的後盾

近年全球的文化內容產業版圖重組，臺灣正面臨歐美、亞洲各國的文化內容強勢輸入，然臺灣文化內容產業整體規模較小，卻有源源不絕的活力及創意。如何讓臺灣產業在國際內容產業競合洪流中穩健發展並持續提升，厚植整體發展環境的沃土，以及強化國際產業生態的接軌合作，皆是關鍵。我們不只要培養國家隊，更要擴大國際結盟，推進國際共同開發、合資合製、跨域合作及行銷造勢。

文策院扮演臺灣文化內容產業的幕後推手，擔任政府與市場之間的中介組織角色，努力推動臺灣變成全球文化內容產業生態圈中不可或缺的一環。自2019年成立至今，四年多來的工作目標，即以多元人才培育、內容前期開發、市場性的內容製作、資金投資、推動造星、全球市場拓展等面向，提供產業發展各階段、全產業生命週期的協助。

為使臺灣文化內容產業朝向產業化、整合化前進，在人才培育及產業資源方面，多元的人才是產業發展的基石。文策院將培育更多具有國際視野及商業思維的產業從業人員；提供產業調查報告、消費趨勢等各類研究情報，期以協助臺灣文化從業人員更深入瞭解市場。為孵育更多好的故事，持續提升原創文化內容產製質量，鼓勵IP多元創新應用，開發出切合國際市場取向之內容作品。

為使產業整合及規模變大，資金的挹注相顯重要。文化部及文策院，持續打造友善的文化內容投資環境，包含修法推動投資抵減、簡化投資流程、推動投資標的多元化、主動促成民間大型投資資金進場等。在此契機下，文策院於2023年底積極推動電信業、科技業及跨國媒體集團的投資合作、成立ESG for Culture影響力中心，期以激發更多元的跨業資金及資源共同投入，活絡整體文化內容產業。

為進入全球產業生態圈的一環，我們更以「造星」思維，選擇重點市場為臺灣具潛力的故事內容、作品、主創團隊、藝人造勢，讓臺灣文化內容在國際上「破圈」。在拓展全球市場方面，文策院開展各式國際產業合作，包含如國際展會組織的結盟、與國際大型內容集團合資及合製等方式，加深臺灣內容於全球市場的傳播影響力，也持續策辦TCCF創意內容大會，吸引國際買家及投資者來臺洽商，以此為臺灣業者創造更多國際商機。

展望未來，臺灣文化內容產業具有多元的創作豐沛能量，文策院將以「國家級文化內容產業加速器」為目標，與跨部會、跨產業、跨國際協力合作，借力使力，整合各方資源，協助產業解開陳年的結構性問題，以「做工的人」自居，做產業最堅實的後盾。

文化內容策進院院長



2024.05

ACTION

文化內容策進院（以下簡稱文策院）的目標，是推動臺灣文化內容產業發展，重點方向包括：「完善內容產業生態系」、「全球市場拓展」、「活絡產業人才與串聯跨域資源」。

文策院以專業的文化中介組織角色，做為產業與市場間橋樑，串聯整合各方資源，多面向提供產業所需支援服務，為文化內容產業建構跨部會、跨領域、跨平臺的協力合作機制，以提升臺灣文化內容產製的質與量，支持臺灣文化內容產業成長壯大，將臺灣文化產業與內容輸出全球。

ACTION

1

完善內容產業生態系

文策院對接國發基金，運用投資、融資及多元籌資工具模式，導入資金挹注文化內容產業，活絡資金市場，並以商業市場為核心，升級內容產製與跨業運用，從而推進臺灣內容產業創新創業生態系，全方位注入能量，增強國際能見度；與臺灣文化內容產業共同努力，帶動產業穩健發展。

帶動民間多元資金投入文化內容產業

“ 為使文化內容產業藉由資本力量壯大，從而建立具競爭力的經營模式，文策院藉由推動國發基金「文化內容投資計畫」，支持具政策指標意義、可帶動整體產業鏈及生態系發展，或能跨領域引領臺灣IP闖蕩國際市場的文化內容業者。除了諮詢回覆、輔導協力及評估審議安排等服務，並申聯文化創業加速器，媒合文化內容業者取得資源及發展資金，同時規劃帶動民間多元資金投入文化內容產業，投資金額逐年成長。

”



▲大清華傳媒擬為表演藝術打造「產業生態系」，並贏得國發基金青睞取得投資。圖為南村小劇場。（大清華傳媒提供）

文策院自成立以來，持續不斷且積極引進資本力量，以提升文化內容產業的競爭力。首先，透過推動跨國、跨產業的合作，嘗試開拓文化內容產業的投資領域，吸引更多資金進入，例如與電信業、科技業、跨國媒體集團等合作，或與國內外企業共同投資泛娛樂影視、動畫製作等領域。這種跨領域、跨國界的合作模式，不僅擴大投資範圍，也為文化內容產業帶來更多資源和機遇。

其次，透過與民間機構合作，努力引進多元化的資金和資源，以支持文化內容產業的發展。例如與企業共同籌組製作委員會、成立內容數位平臺等營運項目的公司，以及藉由國發基金投資於動畫製作、後製特效、虛擬攝影棚等領域的企業。同時，也在全球市場積極佈局，與國外機構和企業展開多方合作，以促進人才交流、原創影視製作開發、IP多元開發等領域的合作，進一步擴大資金來源，推動文化內容產業的國際化發展。透過這些努力，期待能為文化內容產業引進更多元的資金、資源與合作機會，以促進產業持續健康發展，實現更大的成就。

文化內容產業投資額 連三年創新高

文策院執行國發基金投資文化內容產業，至今成果豐碩。2023年經投資審議會通過，國發基金核准投資金額達新臺幣（下同）11.22億元，連續第3年創歷史新高，帶動民間投資及周邊效益24.49億元，合計達35.71億元。投資範疇涵蓋多元面向，包含電影、廣播電視、音樂及表演藝術、數位內容、流行音樂及文化內容、文化資產應用及展演設施產業等六大類型。

考量文化內容產業特性與專案投資需求，文策院除推動國發基金「文化內容投資計畫」，也於2022年開放專案投資，並持續優化投資申請流程，大幅簡化申請和審查程序；並配合文化部影視投補機制政策，通過文策院內部政策評估會的案件，可進行批次審議，以提高投資審議效率、縮短業者等候時間。

2023年度文策院共促成專案投資批次審議52案；若加計股權投資8案、多元內容投資4案，總計促成64案。

資金與資源 助業者建立產業生態系

文策院協助業者取得資金及資源，也以中介組織身份將產業需求轉達給中央，做為政策制訂參考；在建立「產業生態系」過程中，這些有形及無形的支援，都是推動文化內容產業發展的重要力量。

以表演藝術產業為例，大清華傳媒總監製馬天宗表示，在歐美，一般劇作會先在小劇場發表以測試反應，再逐步透過中型劇場、大型劇場開展商業化可能；每個階段都等於是市場測試，並過濾適合中、大型演出的製作案，形成「產業生態系」。但國內劇場產業生態系尚未完整，產業生態系基礎工程必須由公部門和民間業者通力合作，才能穩健進行；過程中除了民間自主投入，透過文策院及國發基金協力，也會更有效率。

馬天宗認為，大清華傳媒致力於劇場產業生態系基礎工程，已透過國發基金投資獲得認可；更期待政府在注資之外，也能視大清華為策略投資公司，能有更多互動與政策支持，一起往建立產業生態系的目標前進。

對馬天宗而言，目前大清華傳媒經營小型的「南村劇場」，雖小有成績，實際上只算是一處實驗場所，在生態系尚未完整成形前，南村劇場是單一成功案例，亦可視為建立劇場產業生態系的起點；大清華接著又建立中型的空總劇場，接下來也會策動更多人才跟作品，逐步夯實國內劇場產業基礎工程。

協助被投資事業 建立長期合作關係

翔英融創創辦人鄧橋表示，單一企業要接觸整個產業或跨界人才，著實困難，透過文策院先跟產業專業人才或相關業者進行諮詢，再轉介紹給翔英融創，這一合作模式可讓他們很快篩選出優先洽談的臺灣業者及動漫創作者。也期許透過此合作機制為臺灣動漫創作者及ACG產業提供穩定的創作環境與更廣泛的市場通路；同時豐富臺日動漫產業的內容生態，進一步推動臺灣動漫產業的國際化與競爭力提升，以促成更多跨國合作，或讓臺灣公司能有機會參與製作委員會。

「從資源面來說，因為有文策院的角色，我們不管在臺灣或日本，甚至於與北美業者溝通時，大家對翔英融創有一種安心感」，鄧橋表示，獲得對方的信賴感有利於業者洽談海外市場的合作案，彼此更願意分享資源、訊息和想法，有助於更深入地了解對方的需求和期望，進而找到合作的共同點；更重要的是，具有一定信任基礎的合作夥伴有助於建立長期穩定的合作關係，而不僅僅是一次性的交易。這種長期合作關係有助於業者在海外市場上建立良好的聲譽和形象，並且持續擴大市場佔有率。

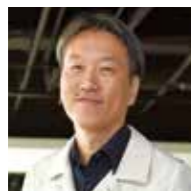
多元投資合作 鼓勵更多企業與資金投入文化內容產業

文策院加大力度持續促成國際資金共同製作內容，響應文化部的「匯聚臺流文化黑潮計畫」；文化部也同時透過《文化創意產業發展法》修法通過投資抵減等政策，降低民間投資風險，希望透過運用國發基金，捲動更多民間資源投入，以提升文化內容整體市場產值及加速文化內容國際化等效應。

透過與民間企業跨領域合作是文化內容產業蓬勃發展的關鍵。透過不同型態的資金共同參與，文化內容產業得以擴大資源基礎，促進產業創新和發展。這種合作模式能夠整合多方專業知識和資源，推動產業跨領域合作，實現資源共享和風險共擔，提高投資成功率。

2023年，文策院推動中華電信、台灣大哥大、遠傳三大電信業分別攜手共組文化內容產業基金，並有金融業與其他非文化內容業者陸續加入，國內企業看好臺灣內容產業進軍國際市場潛力，期待能夠共創黑潮臺流。

同時，文策院也規劃與科技公司威剛科技和華碩，分別攜手推動共組文化內容產業基金與合資公司，將資金、技術和人才有效整合，以激發更多創新和多元化的文化內容產品。其次，這種跨界合作也為企業帶來更廣泛的發展機會，透過投資文化內容產業，威剛科技不僅可以開拓新的市場，還可以提高企業形象和品牌價值，實現雙贏局面。在文化內容產業日益受到重視的今天，這種多元投資合作模式必將為臺灣的文化內容產業注入新的活力，促進其健康快速發展。



大清華傳媒總監製
馬天宗

「漏水的桶，放多少水都會流光；不漏水的桶（指產業生態系有基礎工程及政府核心政策護持），倒一點點水就會累積。」

大清華傳媒拚劇場商轉， 為表演藝術生態系奠基

大清華總監製馬天宗在學生時代便體驗小型劇場對產業的重要，想比照美國百老匯模式推動層層遞進的產業生態環境；在條件成熟後，獲清華學長支持，於2020年1月成立「南村劇場」。不料甫開幕兩週即逢新冠疫情爆發，團隊努力經營，僅能容納120人的小型劇場不僅存活下來，近三年更成功孵育多部劇場新創作品，證實劇場商業運轉與定目劇確有可能；2023年中型的空總劇場加入營運，讓大清華「產業生態系」願景越加清晰，並獲得國發基金青睞投資股權。

「投資重要，但產業生態系基礎工程相對更要緊；發展初期，政府與民間要有一些合作。」馬天宗表示，大清華期許成為政府的策略投資公司，希望能鼓動一些政策建議和討論，共同往建立完整產業生態系的目標前進。

大清華將以長期產業發展思維，努力策動更多人才跟作品，營運穩定後再規劃下一場館。畢竟通路是產業發展最後一哩路，也是增加現金流及提升產值第一站。



◀ 大清華傳媒從小型的南村劇場開始，期待能建立層層遞進的產業生態環境。（大清華傳媒提供）



翔英融創共同創辦人
鄧橋

「要實踐將臺灣IP推向海外動畫化與遊戲化的理想，最重要的是找到成功的商業模式。」



◀ 由翔英融創支持的動漫IP《刀姬》。（翔英融創提供）

翔英融創，打磨臺灣IP國際化

臺灣有機會藉由動漫大國日本，打造一條臺灣IP通往國際市場的快速道路！而翔英融創將正是啟動臺灣IP前進世界IP產業的火車頭！

翔英融創的民間大股東為智寶國際，其專注於ACG內容IP的製作投資，累積多年成功參與日本製作委員會的經驗與實績，並與日本動漫產業合作夥伴建立良好的信賴關係。在一次機緣下，創辦人鄧橋與文策院，針對打磨臺灣IP走出海外、建立臺灣文化品牌國際識別度，並為臺灣的ACG產業（Animation、Comics、Games的簡稱）生態注入新動能等理念交換意見，雙方因此而有設立公司專職推展臺灣IP的共同願景，遂正式開啟翔英融創的成立。

對於未來的獲利商業模式，翔英融創的做法，一是將具有國際市場潛能的既有臺灣IP連結國際製作及發行資源，實現臺灣IP走向海外的收益最大化；於此同時，也會啟動臺灣新IP的開發計畫。

翔英融創攜手日本動漫產業核心公司共同孵化及合作經營IP，讓臺日數位內容產業發展能彼此密不可分；也希望有國際資源的臺灣大企業能先領頭，與翔英融創一起努力，組織國際性製作委員會，讓臺灣IP至海外市場發展。

Fantimate 打造創作者與粉絲的 親密社群商模成功

投身音樂經紀產業十多年的張菁紋，看見產業中的痛點與斷點，致力協助音樂人進行數位資產整合，打造創作者與粉絲的親密社群。透過入選文策院新創加速器，讓Fantimate（水成禾股份有限公司）獲得國發基金300萬元小額直投資格，也在文策院協助下，成功取得國發基金的股權投資。

Fantimate創辦人張菁紋表示，這筆投資使用來開發數位工具、完善大數據資料庫，以利於精準行銷，並建構會員系統或粉絲經營。Fantimate透過音樂人電商、數位行銷與粉絲會員制的三項服務，優化溝通策略、強化粉絲黏著、實現內容與流量變現，與創作者肩並肩接招，進而回應時代的挑戰。2023年1月Fantimate與創作歌手鄭宜農合作的付費粉絲訂閱制上線，商業模式經市場回饋，驗證成為健康、可獲利的支持方式。



Fantimate創辦人
張菁紋

「看見有問題，或是可能的需求存在，那就是我們可以抓到的突破點。」



▲ 會員數位內容示意——官網一隅。（Fantimate提供）



▲春河劇團全新劇作《叫我林彩香！》獲得文策院升級轉型貸款支持（左／春河劇團提供）。當代傳奇劇場致力跨文化的跨界戲劇美學（右／當代傳奇劇場提供）。

透過融資申請諮詢 協助建立營運財務紀律

當文化內容產業化，業者要能永續經營，必須有中長期資金規劃觀念，不只靠股權投資、企業贊助、政府補貼取得資金，還要學會跟金融機構打交道，以應付日常營運週轉之需。文策院提供以「信用保證」及「利息補貼」為核心的融資服務，即是希望業者能藉由申請過程，理解與銀行溝通的方法，並建立營運面財務紀律。

隨著Covid-19疫情解封，文化部委辦的「演藝團體紓困貸款」亦已落幕，「加強文化創意產業升級轉型貸款」的第三類貸款，成為藝文類非營利組織目前申請貸款信用保證的重要管道。2023年即有當代傳奇劇場及春河劇團藉此取得週轉資金，為團隊在疫情結束後的重新出發，再添助力。

2023年度文策院促成新臺幣2.9億元的融資規模，其中「加強文化創意產業升級轉型貸款」核定通過貸款金額共計新臺幣1億7,230萬元；並持續努力優化業者取得資金流程、簡化貸款額度規定及申請應備文件、放寬利息補貼起算時間。亦藉由各類說明會、產業小聚及業者諮詢，不斷與業者進行融資服務宣導與溝通；期望協助業者透過實戰累積的經營Know-how，幫助團隊經營穩健長久。



當代傳奇劇場行政總監
林秀偉

「跟銀行申請貸款必須要有清楚的營運規劃，才能明確計算應如何還款。」

文策院協助取得週轉金，助當代傳奇劇場順利前行

當代傳奇劇場自成立伊始，即致力各種型態的跨域創新、對傳統戲曲的傳承與教育；幫劇團找到一個能長期定目演出與培育人才的基地，也成為行政總監林秀偉放不下的心願。2022年末，當代傳奇劇場標下新北市首件古蹟OT*案「板橋放送所」一圓夢想，也面臨創團以來最艱鉅的財務挑戰。

OT案有履約期限要求，但將古蹟改造成能融合藝術、科技及餐飲體驗的場域，無論工程複雜度與資金需求皆遠超預期。為了讓園區如期開幕，除了多方尋求支援，從不欠錢的林秀偉也首度嘗試銀行貸款。因從未有過大筆貸款經驗，又是銀行較少放款的非營利團體，過程中的多次往返讓林秀偉非常焦慮；所幸劇團的財務管理一向健全，文策院的「加強文化創意產業升級轉型貸款」可提供藝文類非營利團體信用保證、也持續協助跟銀行溝通，最終還是順利取得資金，園區也如期開幕。

林秀偉表示，這筆貸款緩解了籌備期的資金週轉壓力，是讓劇團順利前行的助力。



▲傳統戲曲的傳承、創新和教育，是當代傳奇劇場的發展核心。右圖為當代傳奇劇場讓古蹟變身複合展演場域。（當代傳奇劇場提供）

*OT (Operate-Transfer) 指民間機構營運政府投資興建完成之建設；營運期間屆滿後，營運權歸還政府。

荒原挖掘活水 媒合業者共享ESG多元資源

倡議ESG* for Culture，不光是主張，文策院扮演文化業者與企業媒合多元資源角色，落實行動力。

過往少有機構以促成ESG永續為目標、專業媒合文化業者及企業合作；文策院有如荒原上挖掘活水，開創新領域，先建立企業和文化業者名單，納入共好圈，從中篩選、配對，對接ESG多元資源，並派專人與文化業者和企業雙向深入溝通，了解各自需求，找到兩方共同語言，並以「運用資源」和「專業協助」、「資源媒合」、「商務合作」及「策略夥伴」五階段合作模式，協助跨界業者之間共享多元資源，自推動策略起，成功促成17件跨業共赴ESG永續目標案例。

在17個文化業者與企業的合作案例中，「新光人壽×Story Wear『舊衣新生讓光循環』專案」、「睿禾控股×益鈞環科×半隻羊立體書實驗室」、「潤德室內裝修設計工程×小光點畫廊」及「富邦產險×U&S叔叔與妹妹」更延續能量，持續展開合作計畫。



▲圖為合作案例「富邦產險×U&S叔叔與妹妹」以及大禾音樂與信義房屋合作的「永續生活家」（右／大禾音樂提供）。

*ESG分別是環境保護（Environmental）、社會責任（Social）以及公司治理（Governance）的縮寫，是一種新型態評估企業的數據與指標，ESG代表的是企業社會責任，許多企業或投資人會將ESG視為評估一間企業是否符合永續經營重要的指標及投資決策。



益鈞環科副總經理
沈國芬

「阿基米德說：『給我一個支點，我可以舉起整個地球。』對我來說，文策院就是一個很好的支點。」



半隻羊立體書實驗室共同創辦人
葉洋

「中小企業沒有多餘時間開發跨業合作夥伴，文策院的媒合可節省不少搜尋成本。」

益鈞環科與半隻羊，合作實踐ESG

半隻羊立體書實驗室共同創辦人葉洋說，文策院媒合半隻羊與益鈞環科合作，承辦人做足功課，用心了解跨業不同需求，紙藝產業與環保回收業本無互動及對話語彙，但半隻羊透過文策院這個平臺，了解益鈞環科分解回收紙尿布，還原成纖維，變成「紙纖」，這也是益鈞環科與半隻羊兩方合作的起始。

取得益鈞環科紙纖、紙漿原料，半隻羊應用於「臺灣國際智慧能源週」太陽能光電圖示展覽，並在桃園舉行「餐桌上的紙文化」紙藝展。葉洋表示，益鈞環科與半隻羊合作案成效，具體地以展覽方式呈現，若有後進者想跟益鈞環科合作，按圖索驥便能複製或據此創新合作模式。

益鈞環科副總經理沈國芬說，2023年7月參加亞太永續展，與文策院搭上線，往來時感受到院方非常積極讓文化業者與企業對接ESG多元資源，剛好益鈞環科本就要推動ESG（CSR*）願景，天時地利人和，與半隻羊一拍即合。

葉洋認為，跟益鈞環科的配合，不但雙贏，加上有文策院這個媒合平臺，是使三方都有成長的完美結局。



▲半隻羊立體書實驗室於2023年臺灣國際智慧能源週——睿禾控股展區，展場稻田的意境鋪設由益鈞環科提供再生紙纖。（半隻羊立體書實驗室提供）

*企業社會責任（CSR, Corporate Social Responsibility），為企業貢獻經濟發展的同時，承諾遵守道德規範、改善員工及其家庭、當地整體社區、社會的生活品質。CSR是永續經營的主要概念，ESG則是其中一種衡量指標。

以商業市場為核心， 升級內容產製與跨業運用

“ 為全方位引導臺灣的文化內容產業走向商業市場，文策院提供誘因，從開發、籌資、製作到市場各階段，提升臺灣文化內容產製的品質與數量，以利加速增加多元類型且具有國際市場銷售潛力的內容作品。

”



▲《和平歸來》劇照。（馬克吐溫國際影像有限公司提供）



▲《壞男孩》劇照。
（好勁影業有限公司提供）

跳脫補助思維 引導業者市場籌資

有別於「輔導金」評審委員選案模式，文策院跳脫補助創作思維，推動內容產製系統的整體產業化。其中，「內容開發專案計畫—前期開發支持」，以內容投資為導向，延伸文化內容產業特性，將個案導入投資邏輯，讓各種作品類型題材在開發初期就直接面對市場籌資，鼓勵業者在各國重要市場展提案，包括由文策院主辦的TCCF創意內容大會，藉以支持臺灣原生內容打入國際市場。

相關投資在2023年總共有22案已進入製作或正式播映，更有21案進入國內外創投單元或影展節獎，包含《壞男孩》獲選為2023高雄電影節閉幕片；《人選之人—造浪者》獲第58屆金鐘獎迷你劇集獎與迷你劇集導演獎、《和平歸來》入圍第58屆金鐘獎迷你劇集獎；《周處除三害》獲第60屆金馬獎最佳動作設計；《老狐狸》獲得第60屆金馬獎最佳導演、最佳男配角、最佳原創電影音樂、最佳造型設計；《（真）新的一天》獲第60屆金馬獎最佳攝影；《女鬼橋2》入圍2項金馬獎；《囂搞秀》與《魔力趣夜市》則入選「2023安錫國際動畫影展暨市場展」臺灣專場；《詐騙一家》、《狂飆》入選2023香港亞洲電影投資會發展中項目；《蟲》入選2023柏林市場展臺灣亮點單元；《台北少年。平壤少女》入選「2023法國里爾Series Mania劇集展」臺灣專場；《懸命一線》、《那麼遠，那麼近》、《小情人》、《火宅之犬》、《黃衣小飛俠》、《整個世界，只有你連上了我》、《老派少女》、《超能診所》等入選2023金馬創投會議。



◀ 文策院支持漫畫跨域製作開發，《最後的魔術家族》是其中一例。（鏡文學提供）

文策院扮推手 促進IP跨域合作

文化內容IP（Intellectual Property，智慧財產權）的多元授權與跨域媒合，是臺灣文化內容產業競逐國際市場的策略之一。文策院引導業者以IP經營的思維，將單一作品變成多元的載體與樣貌、接觸不同受眾，並階段性進行市場驗證，以擴大IP的影響力，建立品牌，希望提升臺灣原創IP的價值，驅動市場效益發揮到最大化。

為了讓具市場潛力的作品可被投資方看見，文策院積極幫IP促成更多跨業合作的可能性，整合線上SHOWCASE與實體媒合活動，例如藉由TCCF「PITCHING」提案大會，為不同內容領域產業的業者與內容，創造與跨域或國際業者交流、洽商的實體場域，促進更多跨國合作機會。或是與公協會或民間單位合辦獎項，以市場需求、商業表現及IP延展性為目標，選出具備跨域開發潛力的IP內容，例如與中華動漫出版同業協進會合作「原創IP風雲



▲ 臺漫跨域商品授權開發，展現在手機殼上。

榜」，選出臺灣潛力優秀IP，再透過文策院匯聚支持資源，讓具有市場與開發潛力的內容可以尋找更多投資與延伸開發的機會。

針對不同產業，文策院設計不同階段的投資工具，或投入跨域合創的前期開發，以協助各類型IP多元發展。舉例來說，透過營運CCC追漫台，支持臺漫產業與創作者利用平臺參與市場驗證，藉以助攻優秀臺漫IP延伸與跨域開發。文策院也支持跨域製作，例如《乩身》與《最後的魔術家族》，皆為小說跨域開發IP，並由文策院協助出版團隊轉譯漫畫於CCC追漫台上連載，藉由創造更多載體形式，搭配行銷手段，增加IP曝光度。

另外，也帶動民間運用臺灣IP，例如攜手連鎖咖啡業者「彼得好咖啡」，透過期間限定聯合杯款合作，共同推廣用手機閱讀數位漫畫；或是與DEVILCASE惡魔手機防摔殼合作，運用臺灣原創作品授權開發客製化手機殼的跨域商品。



▲ 《CCC追漫台》歡慶三週年！攜手「彼得好咖啡」來場「咖啡與漫畫的穿越邂逅」。



蓋亞漫畫部及原動力文化總編輯
李亞倫

「有政府與文策院協助，現在的環境跟十年前相比，已經進步很多，例如創作人才變多，產製質量增加，散播到世界也更容易。」



▲《亂身》改編漫畫藉由文策院支持，透過CCC追漫台廣告、宣傳，擴大作品知名度，朝國際多元IP發展。（原動力文化提供）

《亂身》登上CCC追漫台，行銷效益佳

《亂身》是臺灣作家星子的人氣系列小說，2019年12月啟動影集開拍，看好其IP效益，2022年由文策院與蓋亞文化共同進行《亂身》漫畫開發，已於2023年9月7日上線連載，並於同年11月出版實體書。從人氣小說跨域影視到漫畫，《亂身》透過各領域帶動話題及跨域應用，展現IP加乘效益。

蓋亞漫畫部及原動力文化總編輯李亞倫說，若與10年前相比，臺灣在提升具市場性的內容產製已經進步很多；但假如要達到像日本這樣成熟的市場，如《鬼滅之刃》的等級，仍然有努力的空間。當中牽涉許多環節，例如專門的動畫導演、配音、音樂、動作指導等，所有的關卡都需要提升。不過，文化部、文策院、業者們，都正持續往這個目標邁進。

《亂身》的原創是小說，除了影視上的企劃，也想朝多元化IP延伸。正好文策院除了資金支持之外，最重要的是在行銷資源上的幫助，例如作品在CCC追漫台上刊登、廣告投放、製作宣傳影片……得以讓更多人看到，這些實質效益是一般中小型出版社難以做到的事情。

近幾年臺灣的漫畫作品售出不少影視化版權，甚至也授權國際外語版，但這些都還是起點；一個作品最終目標不只有臺灣觀眾支持、甚至國外觀眾也能接受，並且具備長效性、話題性，才是實際意義上的多元化IP。



▲看好《亂身》小說的IP效益，文策院與蓋亞文化共同開發漫畫版。（原動力文化提供）



木下日本動畫有限公司創辦人
廖玳佑

「參加文策院的這些課程，讓我大開眼界，現在我會不斷思考與開發各種IP的經營計畫；課程中也讓我認識許多不同領域專業人士，增加合作機會。」

多元IP運用培訓， 刺激商業發展想像

木下日本動畫公司2019年轉型成以原創IP為主的製作公司，運用近年參加國際動畫影展及觀察臺灣產業趨勢所學習到的經驗，以臺灣動漫品牌《CEMACEMAS》出發，製作具有國際市場潛力的作品，透過版權授權與動漫周邊產品盈利，做為品牌營利機制，讓作品在初期就可以有足夠的資金提升創意能量。

創辦人廖玳佑說，以前臺灣的動畫公司很少做原創IP開發，很多動畫公司都是先把一部作品從頭到尾完成，投入的資金成本很高，只能趕快開發新的案子來養活手上的案子，導致動畫公司手上有很多新的IP，卻沒有機會把一個有趣的IP往下發展。在參加文策院的相關課程後，老師給了很多IP銷售的建議，例如《CEMACEMAS》在什麼階段可以做什麼產品，從漫畫到周邊商品、玩具、動畫……讓他大開眼界。

《CEMACEMAS》主攻全球市場，不受臺灣市場大小限制；而且透過漫畫開發建立IP美術、故事內容與世界觀，並開發周邊商品，於IP成立初期拓展粉絲群，以加速動畫製作的進程。

他說，他以前想的東西比較單調，對於故事和角色，自己想做什麼就做什麼；現在在開發時注重多元內容及跨域合作，不同的合作公司以及顧問會給予很多實質建議，例如故事軸線和角色需要做那些修正，可以受到更多人的喜歡，他們會不斷去補足每個階段的故事內容、調整主要角色的背景設定、性格等，發展出更吸引人、具有市場性的內容，目標是讓作品可以一直走下去。



▲《CEMACEMAS》從動漫出發，多元IP主攻全球市場。（木下日本動畫有限公司提供）

推進臺灣內容產業創新生態系， 擴大能見度

“ 文策院鼓勵想強化事業經營思維並具企圖心的團隊，參與「文化創業加速器計畫」，除了透過課程與一對一諮詢，協助調校商業模式或經營管理，也期望藉由Demo Day等交流活動媒介資源與人脈，以促成更多產業升級與跨域合作的可能，從而豐富臺灣內容產業生態系，強化產業競爭力。

”



▲已辦理四期的「文化創業加速器計畫」，Demo Day提案大會現場熱絡。



▲「文化創業加速器計畫」Demo Day下午場進行媒合交流（左）。文策院協助「移動故事屋」成功對接ESG資源。（右／移動故事屋提供）

加速器助跑 促進文化創業更健全

「文化創業加速器計畫」鼓勵有心強化經營管理思維的文化內容創業團隊申請，不論規模大小及設立時間長短，文策院皆整合相應資源協助。

本計畫已辦理四期，2023年共有91組團隊申請，最終選出20組文化創業團隊，為其規劃「一對一諮詢」與「創業營運課程」，例如新創籌資、財務規劃、商品通路與定價、新創財稅與數據管理應用等內容；經過課程與工作坊實戰培力，及透過每年度新創投資圈盛事Demo Day提案暨媒合交流大會，讓創業團隊對接創投公司、投資人，打開資金與資源拓展的機會，促進跨界合作與業務機會的增長。

文策院平臺媒合 對接企業資源

2023年，文策院協助新創業者「島內散步」、「合為貴」、「果陀劇場」、「三小文創有限公司」、「移動故事屋」、「大禾音樂」以及「半隻羊立體書」等團隊成功對接ESG資源，深化企業支持文化團隊的合作模式，另協助「水成禾」與「創利內容」以「小額直投」模式，取得國發基金股權投資。

2024年，文策院將繼續促進內容業者完備企業思維，培育更多優秀經營者，系統性打造適合產業體質的加速器計畫，透過招募具「創新力」、「內容力」及「科技力」的創業團隊，提供營運課程、提案培訓工作坊、專業諮詢、社群交流及Demo Day等資源，協助創業團隊培養事業經營觀念，完備自主商業營運，以及對接投資人能力。



ARTOGO藝途科技共同創辦人
莊少維

「加入文策院加速器計畫，對ARTOGO梳理數位出版發展藍圖、跟投資人與合作對象溝通，有很大幫助。」

資源媒合與溝通技巧提升， 協助ARTOGO完善經營藍圖

藝途科技（下稱：ARTOGO）是2022年第三期加速器計畫校友，共同創辦人莊少維表示，加速器協助團隊收斂創業思維，轉換為能跟市場溝通的語言；同時也讓團隊「想在網路看遍全球展覽」的初心，逐漸完善為貼近消費心態的全新商業模式。2023年已獲得藝術電商平台platform A策略性投資，讓公司長遠發展的基礎更夯實。

ARTOGO團隊將線上導覽平臺視為「數位出版」的創新商業模式，除協助將展覽內容轉換成「故事體驗」，也是綜整相關內容的數位轉型。莊少維認為，Netflix、Spotify等數位串流平臺並非瓜分實體的人流，而是更有效率的「聚眾」，好的內容上了好的平臺，自然能被全球受眾看見並擴大市場。他以近幾年屢破記錄的歌手Taylor Swift為例，串流平臺並未減少粉絲參與，反而因「朝聖感」讓演唱會更加一票難求。

藉由數位工具及線上服務的多元性，ARTOGO可依展覽需求及展期階段發展不同呈現方式，故事內容亦可疊加，豐富使用者體驗面向，2023年平臺觀看人次即超過150萬。目前服務領域不限美術館及博物館，亦加入文資古蹟、IP特展，2024年已確定15檔活動，包含整修中的東海大學路思義教堂導覽。對ARTOGO而言，每檔內容都是一套數位出版品，透過網路無國界特性，更有機會將臺灣文化推向海外市場。



▲ARTOGO虛擬展間。
（ARTOGO提供）



▲透過網路無國界特性，ARTOGO線上導覽方式多元。（ARTOGO提供）



拾光號/三陽股份有限公司創辦人
廖哲毅

「加速器是一個很好的公司檢視試金石。你可能以為自己是黃金，但進入文化創業加速器，才能真的檢查自己到底是什麼。」

沉浸式體驗，虛實整合商業模式

「『沉浸式體驗』只是經包裝的詞，重點是『體驗』。」拾光號創辦人廖哲毅一針見血破題，並表示沉浸式體驗的商業模式簡言之為「易融合」、「可複製」、「好移植」。

拾光號於2023年加速器Demo Day提案暨媒合交流大會中獲銀獎，其營運獲利模式不光是單純來自終端消費者，也為企業及商業活動量身打造，增加公司收益，廖哲毅表示，拾光號六成營收來自直接面對消費者的沉浸式劇場，四成為企業或品牌商業活動，像《LEVI'S單寧時空旅行》。

2024年起有兩大目標，一是大受好評的《來生簽證》將推2.0版本，結合過去成熟作品及未來沉浸想像的沉浸式體驗館，吸引更多人入場體驗；二是IP研發授權，自製「如怨以償」改編電影，藉由電影吸引更多觀眾回到線下體驗，不僅能讓沉浸式體驗IP化以創造更大效益，未來將實踐虛實整合，持續追求獲利商業模式。



▲「三陽」以品牌「拾光號」獲2023年文策院「Demo Day 文化創業媒合大會」銀獎。（拾光號提供）

▶《來生簽證》的沉浸式體驗，推出後備受好評。（拾光號提供）





▲ 2022年獲得原型開發計畫支持《貝殼島》，打造獨特VR體驗。（前景娛樂提供）

未來內容 原型開發與商模建立並進

科技及網際網路發展，帶來了各式各樣目不暇給的新型態內容，AI科技更讓這個趨勢高速發展。AI內容可以賣錢嗎？元宇宙虛擬的演唱會可以賣票嗎？虛擬存在的VTuber如何轉為線下的商業行為？這些原本無實體的未來內容，在當代都可成為具有消費市場的新世代商業內容。

文策院不但對現在已經存在且成熟的文化內容給予協助；實際上，臺灣的未來內容產業在國際市場上有很高的競爭力，文策院對於文化科技，投注高度關注與資源，並持續催生出可商轉的未來內容。

如果屬於新開發或具實驗性質的新型態內容，文策院會鼓勵業者先行開發「原型」（Prototype），探索技術及市場，了解市場的回饋意見後，再考慮下一步發展，評估完整製作與商轉可能性。原型開發計畫是新的實驗，提供業者的資源屬天使投資性質，給予部分支持費用，分攤業者開發成本與壓力，2023年共支持21案。

2022年獲得原型開發計畫支持的《貝殼島》，該片的場景與互動設計，參考源自綠島監獄的「貝殼沙畫」與南洋的傳統皮影藝術，呈現單人VR體驗。該作品除了入選法國新影像藝術節市場展、安錫國際動畫影展市場展，及法國陽光紀錄片影展外，亦獲選文策院2023年未來內容國際合資或合製支持計畫，預計2024至25年完成下一階段的製作。

開發已臻成熟 導入商轉計畫面對國際市場

除了鼓勵原型開發，也要同步協助建立未來內容的商業模式，因此，文策院針對運用既有或新技術所開發的新型態文化內容或服務，推動「市場導向之未來內容支持計畫」，提供部分開發資金，降低業者開發內容或是技術應用的成本與風險，催生具有市場潛力的產品與服務，2023年共支持10案。此外，文策院也主動邀集國內業者、捲動民間資源投入跨域共創，並連結臺灣的沉浸式場域，期望建立具產業示範意義的商業案例。

亮點案例如涅所未來開發的「AutoMeta Service——元宇宙多人線上展演服務」，實際應用在虛擬音樂祭《夕陽小鎮》，以遊戲體驗設計出發，客製元宇宙線上展演平臺，並由夕陽音樂邀集超過30組海內外藝人輪番演出，跨裝置的雲端串流技術，無論觀眾身在何處，僅需打開網頁就能加入，短短4日活動湧入逾2,000位歌迷化身鎮民購票連線入場。



▲ 涅所未來團隊以遊戲體驗設計出發，客製《夕陽小鎮》元宇宙線上展演平臺。（涅所未來提供）



▲《巴黎舞會》打造多人VR的新型態沉浸式體驗。（驚喜製造提供）

《巴黎舞會》和《夢境V派對》則是攜手臺灣業者及沉浸式場域，實證新型態內容商業模式的最佳案例。前者由VIVE Arts與驚喜製造共製演繹，結合西班牙編舞家Blanca Li獲威尼斯影展大獎的VR作品，打造多人VR的新型態沉浸式體驗，於國立臺灣科學教育館以大型定目劇的形式呈現。後者則是與臺灣的VTuber虛擬偶像合作，於「夢境現實」舉辦多人體驗的沉浸式演唱會，期望能建立VTuber的線下展演市場，開啟沉浸式場域的永續商業模式與娛樂服務。

除了連結國內產業外，為持續鼓勵臺灣與國際製作團隊合作，串聯內容產業國際化所需的資金與通路，文策院透過「未來內容國際合資或合製支持計畫」，推動業者跨國結盟，探索敘事或技術融合的創新發展，促進文化內容的未來可能，2023年共支持4案。2022年支持的《黑》(Colored)為前景娛樂與法國Novaya公司合製的AR擴增實境紀錄作品，獲得文策院、法國國家電影與動畫中心及巴黎龐畢度中心的支持，於2023年4月在龐畢度中心首度亮相，而後分別在2023年高雄電影節及2024年臺灣國際藝術節(TIFA)售票展出，是國際合製具有商轉潛力的亮點案例。



▲臺法合製AR作品《黑》獲文策院國際合資合製方案支持，於2023年TCCF INNOVATIONS期間在台北展出。



《夢境V派對》總監
吳文琪

「VTuber在臺灣仍屬新興產業，之前都是個人經營，後來才有經紀人協助，臺灣有機會參酌日本的經驗，朝著偶像化發展，在超大場館中舉辦線下演唱會。」



《夢境V派對》監製
廖純奐

「當實體活動的視覺效果達到一定品質後，VTuber與觀眾的即時互動更為重要，未來移展時也希望搭配即時連線的活動內容。」

夢境V派對，開創沉浸式場域新商模

位於高雄亞灣鯨魚堤岸的「夢境現實——MR沉浸式劇院」，是臺灣重要的沉浸式場域，首創使用最新沉浸式投影技術，結合MR互動科技技術，打造在如夢境的空間中，混合實境與沉浸式的投影，將虛擬的情境化為現實，帶給體驗觀眾前所未有的身歷其境。

為了要開發更具市場潛力的內容，2023年夢境現實首度推出《夢境V派對》，與臺灣粉絲最多的VTuber杏仁咪嚕、露恰露恰、涅默等虛擬偶像合作，打造出多人體驗的沉浸式演唱會，將線上內容導入實體場域，創造全新的商業模式與娛樂服務。

《夢境V派對》總監吳文琪及監製廖純奐指出，之前並不確定市場情況，因為有了文策院的支持才能勇敢地去驗證市場，也更明確知道下一步要做什麼調整。希望未來能簽到日本大咖的VTuber來臺灣演出，租大型體育館、大型的LED燈及大型的投影沉浸秀，壯大臺灣VTuber市場並建立更成熟的商業模式，而後持續開發臺灣IP，將臺灣內容推向國際。



▲《夢境V派對》活動現場，臺灣人氣VTuber杏仁咪嚕與觀眾互動熱絡。（夢境現實提供）

企業 X 文化

一起加入 ESG for Culture !

推動 CSB 共好

協助媒合內容產業與企業對接資源，攜手展開合作！
結合企業與文化業者雙方專業，共創具有「社會影響力」與
「商業價值」創新的ESG行動方案，
共同打造臺灣文化內容的社會影響力！

深化、建立長期合作關係
X
擴大社會影響力

Cultural Content
文化內容

Social Impact
社會影響力

Business Value
商業價值

文化投資的超值策略！

評鑑得分

- 上市上櫃公司永續發展實務守則27-1
將企業經由捐贈、贊助、投資、採購、策略合作等支持模式，將資源挹注文化藝術活動或文化創意產業，納入「維護社會公益」範疇，有助於帶動更多企業落實文化永續。
- 公司治理評鑑指標4.22
符合要件（支持藝文團隊、協助影視音內容、響應政府政策），且揭露投入總金額合計達新臺幣300萬元以上，即可計分。

稅務優惠

文化幣 ➤ 企業引領文化ESG，合作共創永續共好
16~22歲成年禮金企業加碼

1. 嘉惠學弟妹
2. 回饋故里情

投資抵減 ➤ 影視音內容之開發、產製、流通

1. 營利事業投資
2. 個人投資

*法源依據《文化創意產業發展法》

了解更多

ESG for Culture
共好圈



文化幣



文創產業投資抵減
暨租稅優惠



ACTION

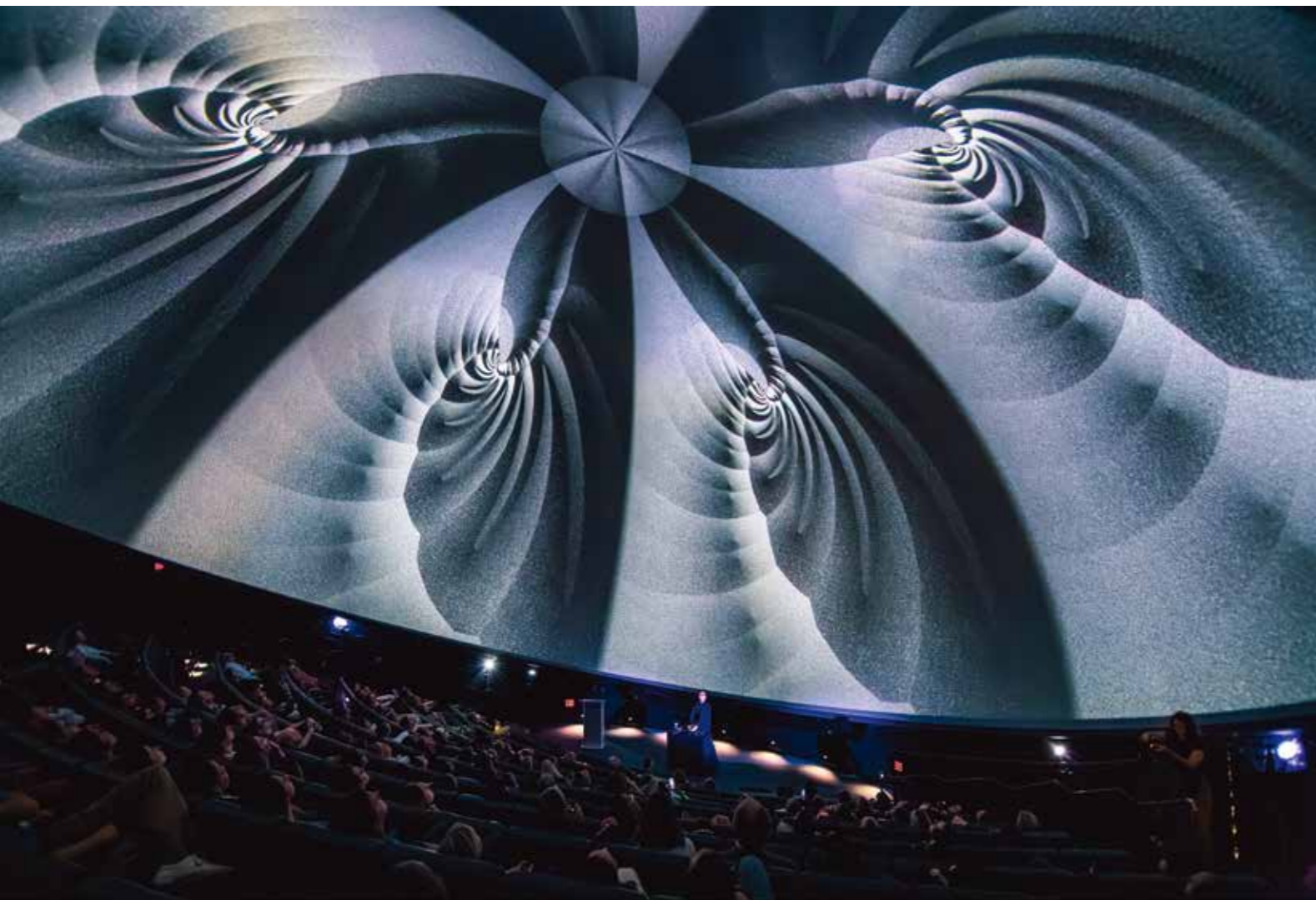
2

全球市場拓展

為將臺灣內容產業與人才推向不同海外目標市場，進一步打造臺灣成為亞太文化內容產業關鍵樞紐，文策院布建國際合作投資網路，透過交流、合資、合製、合辦等機制，深化內容產業人才與國際之間的連結；並積極參與全球重要國際展會，在大型國際行銷亮點活動加強產業造勢、曝光，全力支持產業與人才拓展國際市場。

推動國際合作投資， 布局歐美與亞太通路

“把臺灣的文化內容產品推向全球，是文策院最重要的國際行銷方向；把國際資金引來臺灣投資，是壯大臺灣文化內容不可或缺的手段。2023年，文策院做了許多創新與努力，布局歐美與亞太通路，建立與經營國際組織長期合作關係，成果豐碩。”



▲文策院首度與美國FilmGate互動媒體節合作，受邀作品《折疊合聲》(Folding Harmonies)於穹頂劇場現場演出。



◀ AFAN會員國於2023釜山ACFM召開第二次會議。

與國際展會結盟合作 積極行銷臺灣內容

為了推動臺灣產製的文化內容在國際市場的產銷能量，以多元管道開發文化商務，積極與國際組織結盟合作交流，建立長期合作關係，深化展會與國際重要組織的互動。2023年，文策院設計多元機制如提案會、洽商會議來推動人才交流、市場開發與國際合製等不同層面的合作。藉由與24個國際組織合作，參加包括威尼斯影展 (Venice Film Festival)、坎城電影市場展 (Marché du Film)、德國法蘭克福書展 (Frankfurter Buchmesse)、新加坡東協音樂節 (AXEAN Festival)、韓國釜山亞洲內容暨電影市場展 (Asian Contents & Film Market)、美國西南偏南藝術節 (SXSW Festival) 等重要國際展會，帶動約2,381件臺灣影視、出版、圖像、未來內容等各式文化內容作品國際版權銷售商機，搶攻海外市場。

文策院加入AFAN 與亞洲電影組織結盟

2023年，亞洲國家相關電影機構成立電影聯盟組織AFAN (Asian Film Alliance Network)，臺灣文策院正是7個成員之一。AFAN的目標是促進亞洲電影創作者和產業之間的了解、團結與合作，擴大亞洲多樣性文化在全球的影響；未來預計要帶領各種倡議，促進國際合製、共同籌資，以及專業技術交流、培訓和教育，並將舉辦產業活動與影展放映。



▲臺灣的「非常演員」透過文策院資源，參與釜山臺灣之夜，提升國際知名度。

2023TICP 促成國際重要合作合製15件

為了鼓勵內容業者與國際合資或合製，促成臺灣文化內容產業國際化、規模化、市場化，文策院持續推出「國際合作投資專案計畫2.0」（TICP2.0）。2023年，文策院吸引國際夥伴共同投資與產業合作，促成15件國際合資合製案，拓展國際通路與籌資能力，其中已有11部作品上映、上架或於影展首映，其中與智利合製的《血色之路》，入選2023年坎城影展「一種注目」（Un certain regard）競賽單元，更將代表智利角逐2024年奧斯卡金像獎最佳國際影片。

臺英法合製電影《莎莉》釜山首映 打入國際市場

由臺灣與英國、法國合製，以一名中年養雞婦遭遇到國際愛情詐騙的電影《莎莉》，2023年10月在釜山國際影展首映，電影主創團隊也參與「亞洲內容暨電影市場展」，加強更多國際銷售的可能，讓電影走入國際市場。

此外，台北電影節2023年首次與文策院合作「非常演員」計畫，選出9位實力派演員，拍攝形象照與全外語影片，透過文策院資源在國際展會曝光。《莎莉》女主角劉品言也是「非常演員」一員，她親赴釜山宣傳，一同帶動國際發行與銷售。



亞洲電影聯盟 (AFAN) 秘書長
Lorna Tee

「臺灣文策院是亞洲地區最令人興奮的電影發展新機構之一，它將許多計畫的重點放在國際合作，符合 AFAN 的區域理解、合作與交流框架。」



▲AFAN的7個會員國2023年在法國坎城電影市場展召開會議，臺灣文策院是原始會員之一。



電影《莎莉》劇組製片
王威人

「文策院跟臺灣劇組緊密合作，我們就是『臺灣隊』，讓臺灣電影與演員能更強大的被國際看見。」



▲電影《莎莉》在韓國釜山宣傳受矚目，圖為劇照。（伯樂影業提供）

AFAN： 臺灣與國際娛樂業可建更多夥伴關係

「亞洲電影聯盟（AFAN）是一個非常新的想法，各成員國正在利用這個機會了解電影業發展，並討論現階段可能開展的合作。」亞洲電影聯盟秘書長Lorna Tee笑著說。她認為，臺灣文策院將在AFAN中發揮重要作用，幫助為AFAN成員國提供更多與華語地區電影製作人合作機會，並鼓勵臺灣和國際主要娛樂公司之間建立更多的國際合作夥伴關係。

她表示，臺灣的電影和電視深受全球喜愛和尊重，通過更多的交流與合作，可以讓臺灣更多的製片和電影製作人了解電影和影集的國際當代視角，從而讓臺灣電影業走得更遠。

目前AFAN的國際合作仍處於發展階段，但她認為，AFAN已與法國國家電影與動畫中心（CNC）和歐洲電影機構及導演協會（EFAD）就2024年坎城電影市場展展開合作；未來將更深入討論AFAN倡議、制訂更可靠的計畫，加強國際合作與夥伴關係。

文策院一系列協助，增加國際曝光度

《莎莉》劇組製片之一王威人說，國片如何走出臺灣、突破亞洲、進到歐美、邁向全球，是他們的目標。這次《莎莉》的電影和演員在釜山宣傳，受到很大矚目，跟主創組成、劇本題材都有許多國際因素有關。

《莎莉》劇中的國際背景選定法國，是因為法國政府鼓勵國際合作，只要外國影視公司委託法國當地製作公司合製，能享有退稅優惠。

王威人說，2018年開始，他們參加許多重要的國際工作坊、創投及受到政府的協助。工作坊讓他們在劇本、導演、製片的能力更精進，並學習到國際製作、發行及影展觀念；創投與政府則給予他們各項資源與支援。

他表示，參加釜山「亞洲內容暨電影市場展」，出發前，文策院提供很多協助，包括增加文宣品曝光等。文策院在展會期間設有「臺灣館」，可和國際發行商洽談；舉辦「臺灣之夜」，協助跟國際電影產業人士交流。



▲ 河床劇團VR作品《彩虹彼端》於美國翠貝卡影展首映現場。

擴大參與 向世界推廣臺灣未來內容

臺灣文化科技作品已臻世界一流，近幾年在海內外重要影展都獲得佳績，偕同國際重要組織的力量，把臺灣優秀的作品及人才推廣到全世界，是文策院努力的方向。

指標性的國際展會，聚集全世界最好的內容創作者及產業關鍵人物，更是展示優秀作品成果與創意實力的絕佳平臺。2023年文策院除了以往緊密合作的歐洲之外，亦拓展美洲的合作與市場，支持國內優秀的創作者及沉浸式內容，參加市場展尋求合製夥伴，也藉由論壇、講座、臺灣館以及實體交流活動，開啟臺灣業者更多的國際交流與文化輸出機會。參加的展會包含美國西南偏南藝術節（SXSW Festival）及翠貝卡影展（Tribeca Film Festival）、法國新影像藝術節（NewImages Festival）、義大利威尼斯影展（Venice Film Festival）與奧地利林茲電子藝術節（Ars Electronica Festival），讓臺灣的作品及團隊都有更亮眼的曝光。

為打造臺灣內容成國際品牌，除了在展會造勢外，文策院與重要的組織合作，將臺灣的未來內容推向國際舞臺。2023年重要的成果包括與加拿大PHI Centre合辦「Taiwan Spotlight——臺灣焦點VR特展」以及論壇活動，售票展出4部VR作品長達兩個半月，獲得蒙特婁當地觀眾的熱烈迴響；和美國非營利組織「FilmGate Miami」合作，於邁阿密FilmGate互動媒體節（FilmGate Interactive Media Festival）期間展出5部VR、1件數位裝置、與2件Dome穹頂劇場作品，並以臺灣為主題國，協助具有市場潛力的業者與北美產業交流，拓展商機。



▲ 文策院於威尼斯影展「沉浸式內容市場展」設立臺灣館展位，眾多國際業者參與體驗臺灣XR作品。



▲ 於美國邁阿密FilmGate互動媒體節期間舉辦論壇，邀請臺灣業者分享各自專業。



▲於林茲電子藝術節期間舉辦臺灣專題論壇，邀請7位臺灣代表，討論文化科技的創作議題及生態系。



▲臺法沉浸式內容駐村計畫提案專場，4位來臺寫作駐村的提案者與計畫合作單位文策院、法國在台協會、高雄市電影館、數位藝術基金會大合照。

文策院也與不同的國際組織聯手，持續培育人才、鼓勵國際產業交流，促進跨國、跨域的新型態內容開發。與法國影像論壇（Forum des images）合辦「臺法XR人才交流計畫」，遴選8位跨領域臺灣業者與法國產業交流；與法國國家電影與動畫中心（CNC）、影像論壇、法國在台協會、高雄市電影館等單位合作舉辦「臺法沉浸式內容駐村計畫」（Villa Formose Immersive），首次送1位臺灣人至巴黎駐村開發原型作品，並協助來臺寫作駐村的4位法國創作者媒合資源，催生臺法合製作品之餘，亦提供高雄電影節、新影像藝術節等國際的舞臺；還有延續與奧地利林茲電子藝術中心的合作，於2024年初合辦創新工作坊，最終選出1件作品受林茲導師輔導，並於林茲電子藝術節展演呈現。

文策院扶植文化科技內容，支持優良團隊不斷製作新型態內容，也透過與國際組織的合作及展會造勢，擴大國內業者參與及國際合作布局，逐步形塑臺灣未來內容品牌及國際產業鏈。



加拿大數位藝術中心PHI Centre
新媒體暨公關總監
Myriam Achard

「臺灣生態系力量令人印象深刻，遇到的藝術家都很有啟發性。我強烈認為，文策院和 PHI 之間應該持續合作，成為常態計畫。」

加拿大PHI商演，臺灣VR躍國際舞臺

加拿大指標性組織——數位藝術中心PHI Centre新媒體暨公關總監Myriam Achard，多次在重要國際影展中，看到臺灣的VR作品，不論是在視覺效果、故事性、創新性等方面，都令她印象深刻。

在2022年的威尼斯影展上，她再次被臺灣VR作品感動，也見識到臺灣內容創作者的實力，決定與文策院合作。2023年PHI與文策院合辦的「Chaos & Memories - Taiwan Spotlight——臺灣VR特展」因此誕生，共展出《遺留》、《無法離開的人》、《紅尾巴》和《大師狂想曲：蔡明亮》4部臺灣VR作品。這是加拿大首度舉辦以臺灣VR為主題的售票特展，票房及口碑都有很好的迴響。

同年11月，Myriam Achard第一次來臺參與TCCF創意內容大會，對臺灣的沉浸式內容、人才及產業生態，再次留下深刻印象。她說PHI Centre與臺灣河床劇團合製的新作品《之間》（BLUR）已經開始製作，並且對於文策院的支持感到興奮，也對新片充滿期待。



▲加拿大PHI Centre的臺灣VR特展期間，「台灣數位藝術最前線」（Taiwan at the Forefront of Digital Art）創作暨產業論壇。（PHI Centre提供/Vivien Gaumand攝影）

▲加拿大PHI Centre展覽現場，觀眾體驗 Taiwan Spotlight VR特展作品。（PHI Centre提供/Vivien Gaumand攝影）



河床劇團藝術總監
郭文泰

「在國際展會中展示並推廣作品、現場和國外策展人及藝術家交流、找到更多資源，這些在作品完成後都是很重要的。」

跨國合製，擴張臺灣作品技術與市場

從劇場跨入VR製作，第一部作品《遺留》就創下佳績。河床劇團藝術總監郭文泰說，加拿大PHI Centre的藝術總監在威尼斯影展看完《遺留》後，馬上跟他討論合作的可能性，如果沒有參與影展就沒辦法開啟對話、獲得下一部作品合製的機會。

郭文泰是美國人，來臺灣定居成立河床劇團，已經26年。2020年獲得文策院「文化內容開發與產業領航行動方案」資金的支持，決定嘗試開發VR創作的可能，從劇場培養出來的美學素養，加上臺灣一流的VR360技術支援，讓首支VR作品《遺留》在國際上一鳴驚人，第二部作品《彩虹彼端》在2023年亦陸續參加翠貝卡、威尼斯兩大影展，頻繁地參展與國際產業人士交流，也成功推進河床的新作《之間》與PHI Centre合製，獲得加拿大的資金與製作資源，並獲得文策院2023年未來內容國際合資或合製支持計畫支持。

一件好的VR作品從無到有、再進入市場，以河床劇團為例，從作品的產製到國際展會的曝光是一個正向循環，在展會期間建立人脈、並有更多資源的引薦，才有新的作品合製計畫。郭文泰指出，這個循環中的每一個環節，都得到文策院的大力支持。

國際合製的最大目的是強強聯手，郭文泰說，《之間》這件國際合製案將河床劇團變成國際級團隊，從小型獨立的創作變成了一個在國際上備受矚目的製作案，取得更多國際資金，也擴大了海外市場。



▲圖為《遺留》劇照。(左/河床劇團提供)《彩虹彼端》導演郭文泰於美國翠貝卡影展現場與影人交流(右)。

拓展海外市場，讓臺灣文化成國際亮點

為了帶動臺灣各式文化內容作品版權在海外銷售商機，引進國際資金投入作品產製與版權交易，文策院透過多元管道，主動布局商務開發，深化展會與國際重要組織交流，積極促成國內業者、作品、創作者在國際上參與國際展會創投、提案會或交流計畫，提升內容產業在國際市場的整體產銷能量。



▲大阪舉辦的「臺灣漫畫雜貨屋」將37部臺灣漫畫內頁組成打卡牆，相當吸睛。

國際展會交流面向廣 臺灣作品商機多

2023年文策院持續帶領業者參與國際重要展會，涵蓋影視、授權、出版、音樂等領域，透過設立臺灣館，強化臺灣文化內容的品牌形象，並積極促成業者與全球專業人士之間的交流與商業合作洽談，進一步提升臺灣內容在海外的市占率。

影視方面共參與了9場國際展會；在德國柏林歐洲電影市場展期間，與一同前往的11家業者向全球專業人士介紹臺灣的國際合資合製資源，展期間洽商會議共計達288場；在法國里爾Series Mania劇集展，與大會合作舉辦本屆唯一亞洲作品提案會議「臺灣提案專場」，獲選團隊經工作坊培訓後，於展會現場進行提案與媒合，會後亦有2組團隊收到法國ARTE電視臺表達合作興趣，並進一步後續洽談。除了歐洲展會，於香港國際影視展首度設立實體臺灣館，帶動國際版權銷售洽談會議達950場；更於新加坡電視論壇暨市場展時，與大會首度合作舉辦買家交流活動，近60家臺灣影視業者前往當地實際與國際業者互動，獲致良好成果。

角色授權方面，參與了日本、韓國的2場展會。文策院帶領11家業者前往日本授權展（Licensing Japan），與來自世界各地的業者商洽角色、品牌、周邊、遊戲與藝術圖像



▲ 文策院首度於2023年香港國際影視展設立臺灣館，進行版權銷售。

等授權。透過設立實體與線上臺灣館，共有61個品牌參展，期間洽談與詢問數達697筆，較去年成長了26%；臺灣原創圖像IP「茶葉少女」、「MEIMEI by H.H先生」在現場已簽訂合作協議。臺灣原創角色品牌的曝光也在韓國角色授權展（Korea Character Licensing Fair）持續延伸，期間臺灣館實體與線上共有53個品牌參展，其中6家業者赴展會現場交流洽商，共計達120場會議，並受邀以專場活動模式於大會舞臺宣傳6個臺灣原創角色品牌，後續約有10案持續洽談合作。

出版方面，文策院參與國際書展共5場，其中在安古蘭國際漫畫節期間，除了在版權中心設置攤位，推動臺漫外譯版權洽商會議，更舉辦臺漫作品推介專場活動，期待促成合製與合作機會；6月亦和台北書展基金會共同攜手85家出版社參加韓國首爾國際書展，期間文策院透過自辦臺灣專業跨域IP推介會，現場吸引近百位知名網漫平臺、網漫製作公司及跨國娛樂產業巨頭代表參與，加深臺灣內容在韓國市場的印象。



▲ 臺灣原創IP「茶葉少女」（上，卡米客工作室提供）與「MEIMEI by H.H先生」（下）。



◀ 文策院參加安古蘭國際漫畫節。



◀ 臺灣3組藝人在AXEAN音樂節演出，上圖為Robot Swing現場表演，下圖為CICADA與現場聽眾合影。

AXEAN音樂節 臺灣3組藝人嶄頭角

在新加坡舉行的AXEAN音樂節，由包括新加坡、泰國、馬來西亞、寮國、印尼、柬埔寨、越南及菲律賓等東南亞各國重要音樂產業人士共組聯盟舉辦。

2023年文策院首度與 AXEAN 音樂節合作，由主辦單位依據市場潛力挑選出臺灣潛力音樂人參加，共有Robot Swing+Leo37、Cicada 及 NIO 3組藝人獲邀演出。文策院透過媒合、交流等活動，為音樂人及音樂業者促進輸出國際及跨國合作的未來機會；同時，透過 Showcase 形式演出，展現音樂人進軍海外市場的能量。



AXEAN音樂節共同創辦人
Piyapong Muenprasertdee

「臺灣藝人已具備在全球市場嶄露頭角的必要素質。然而，鑒於國際音樂商業格局的複雜性，他們必須找到可以立足的利基市場，並逐步擴大影響力。」

AXEAN與臺灣文策院合作，四方向互利

AXEAN音樂節共同創辦人Piyapong Muenprasertdee說，AXEAN與臺灣文策院合作是互惠互利，今後彼此可進一步發展四大面向：（1）產業交流活動或專區，拓展臺灣音樂人與國際產業人士人脈網絡。（2）藝人交換計畫，促進臺灣與東南亞或其他國際音樂產業交流，促成更多跨域合作。（3）歌曲創作營，可擴大音樂創作在不同區域市場的影響力。（4）音樂產業會議，透過論壇、工作坊及對談等各種形式的產業活動，提升國際市場對臺灣音樂的認識。

他指出，臺灣音樂界優勢之一，是類型的多樣性和風格的多變性，為使臺灣音樂能夠穿透到全球各種利基市場，建議未來臺灣音樂人與各國音樂人跨國合作，同時拓展各國的音樂產業社群網絡以及巡演經紀人等人脈，將可進一步擴大國際市場機會，吸引全球不同聽眾。

他建議，臺灣可以建立一個完整的音樂產業資料庫，包括表演藝術家、作曲家、版權持有者、統計數據和成就等，將有助於拓展臺灣音樂的國際市場。



◀ 臺灣3組藝人在新加坡AXEAN音樂節演出，大受好評。圖為Robot Swing的現場表演。



▲大阪舉辦的「臺灣漫畫雜貨屋」邀請10位臺灣漫畫家，繪製臺灣雜貨主題的全新彩圖，並製作成明信片。

海外行銷10亮點 臺灣文化內容獲佳評

為了擴大臺灣文化內容的國際能見度，文策院加大力度推動臺灣流行文化內容的海外行銷造勢，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臺灣文化內容，創造海外受眾接觸臺灣作品機會，進一步認識臺灣形象並引發探索。

2023年，文策院總計舉辦了10場的大型國際行銷亮點活動，臺灣文化內容作品普遍獲得各地好評，包括：臺漫作品在法國安古蘭展覽現場互動推廣、「再次見面吧！臺灣好故事」在韓國的跨域IP推介會、泰國「2Gether with Taiwan BL Comics」主題臺漫推介活動、澳洲臺灣影展暨臺灣書櫃、「Bonjour la France, ici Taïwan」的臺灣電影在法國mk2戲院及線上串流放映、臺漫作品在法國國家鐵路（SNCF）數位內容平臺上架的行銷活動、日本大阪舉辦的「臺灣漫畫雜貨屋」，以及串聯東京電影院實體放映及日本串流平臺一同推介行銷臺灣影視作品的「臺灣映像週間」（TAIWAN MOVIE WEEK）等等。

其中，因近年臺漫深獲法國出版社的青睞，文策院為了擴大臺灣漫畫在歐陸市場的聲量，2023年7月首次在法國巴黎舉辦2場臺漫活動，包括對象為版權業者的「Taiwan Comic City: T-Manga, la nouvelle tendance!」漫畫版權推介會，現場展示60部臺漫作品；以及透過法國在地合作夥伴參與歐洲動漫盛會「Japan Expo」，持續曝光臺漫作品。

另外，日本漫畫已有成熟的產業機制，臺漫較偏向日系風格、多元的題材面貌、臺日文化的親近性等，能透過日本市場，接觸更廣大的國際市場；為拓展臺漫與國際市場連結，文策院也與臺灣品牌「神農生活」合作，在日本大阪的近鐵百貨舉辦「臺灣漫畫雜貨屋」，設置臺漫主題展售專區；也與日本最大書籍經銷商「東販」，於活動期間在大阪三家書店設置臺漫專區，販售已有日文版的臺漫作品，開拓多元管道。

國際獎項專案行銷 布建跨國產業網絡

2023年文策院針對入選國際獎項作品推動專案行銷，包括奧斯卡最佳國際影片代表《關於我和鬼變成家人的那件事》及因去年金馬最佳紀錄片得主，進而取得奧斯卡參賽資格的《九槍》2部國片，進行一系列海外宣傳造勢活動，例如在釜山影展舉辦《九槍》實體特映活動；11月在國際紀錄片協會（IDA）合作《九槍》線上放映與預錄導演Q&A宣傳方案，精準投放於紀錄片專業人士與具備奧斯卡投票資格之影藝學院會員。於洛杉磯亞洲國際電影節（Asian World Film Festival）實體放映2部作品並舉辦臺灣日交流活動，《關於我和鬼變成家人的那件事》導演程偉豪與監製金百倫以及《九槍》導演蔡崇隆皆到場與觀眾交流互動。



▲於巴黎首度舉辦漫畫版權推介會，現場展示60部臺漫作品，尋求多樣化授權機會。



▲《關於我和鬼變成家人的那件事》劇照。（金盞花大影業提供）



泰國書商出版協會 (PUBAT) 委員
Theerapat Charoensuk

「泰國出版商出版許多來自臺灣的圖書和漫畫，2024年還會有更多，泰國可以成為臺灣圖書和漫畫進入其他東南亞國家市場的典範與通道。」



▲臺灣的BL系列主題受泰國讀者青睞，圖為Taiwan Comic City主視覺。

臺灣BL漫畫搶進泰國市場，兩國出版品互譯潛力大

以BL (Boy's Love) 為主題的文化內容作品近年在亞洲市場很受歡迎，泰國書商出版協會 (PUBAT) 委員Theerapat Charoensuk說，泰國和臺灣在文化上有許多相似之處，多元文化在此蓬勃發展，泰國和臺灣的圖書和漫畫作品的翻譯交流很有潛力。

泰國在地理上是東南亞國協的中心和物流樞紐，基礎設施最發達，也是最大的出版和漫畫市場，泰國可以成為臺灣圖書和漫畫進入其他東協市場的典範和管道。

他表示，臺灣書籍有別於日本或中國，例如，臺灣的BL漫畫描繪了同性戀伴侶在傳統儒家家庭結構和社會中的生活，這在其他地方看不到。就泰國市場而言，臺泰之間的社會有很多相似，除了BL小說和漫畫受歡迎外，臺灣的靈異、超自然和恐怖類圖書也很有趣。

1
2 3

1~3. 文策院率出版商參加「泰國漫畫與輕小說節」，並舉辦Boy's Love漫畫推介會，吸引當地讀者許多目光。



打造臺灣成為亞太文化內容產業關鍵樞紐

“

TCCF創意內容大會 (Taiwan Creative Content Fest)，是國際內容版權市場交易與創投提案平臺。2023年以內容交易、IP轉譯、未來內容、跨域交易為核心，分成三大主軸：「MARKET」、「PITCHING」、「INNOVATIONS」，搭配產業論壇「INDUSTRY STAGE」擴大規模辦理，提供全球潛力IP作品提案、版權交易以及協拍與後製資源的國際媒合，並規劃新形態的文化科技內容特展。

為期6天的展會，吸引來自法、日、韓、美、星等共29國家／地區、241位國際專業人士及國際買家以及上百家國內外業者齊聚洽商，媒合超過4,000場商務會議，讓TCCF躍升為亞洲不容錯過的重要展會。

”



▲「2023 TCCF 創意內容大會」，超過百家參展單位齊聚一堂。



▲「2023 TCCF 創意內容大會」為跨國合製提供了契機。

展現國際影響力 MARKET交易頻傳捷報

2023年「MARKET」參展家數與國際買家人數創下新高，並首度實施收費制。有別於往年，交易作品範圍除了影視，更增加了出版、漫畫與動畫等領域的版權交易。亦策劃設立法國、韓國與日本國家館，吸引國際嘉賓如日本富士電視台、東京電視台、國際影音串流平臺Netflix、韓國CJ ENM、法國國家電影與動畫中心（CNC）、法國Series Mania 劇集展等產業龍頭代表親自來臺，更擴大結合上下游相關單位設攤，在短短4天的交易展會現場，聚集了協拍中心、後製公司和創新科技業者等超過100間國內外單位參與，促成1,400場會議，提供業者直接面對面的雙向交流，加速找到潛在國際投資或合製的夥伴，預估延伸交易金額超過新臺幣10億元，突破歷年成績。

擴大徵件 催生更多國際合資合製案

為促進更多優秀作品誕生，讓國際夥伴看見臺灣豐沛的創作能量，「PITCHING」提案大會重點單元「Project to Screen」首次開放全球徵件，收獲多國提案報名，展示長片、影集、動畫長片及長短影集、紀錄長片等深具國際市場潛力與發展性的優秀企劃；本次新增設的「Story to Screen」單元亦匯集具有影視改編潛力的臺灣原創故事報名，合計有來自臺灣、日本、韓國、香港、馬來西亞、印尼、法國、德國、挪威、美國等29個國家／地區投件，總收件數達539件。本屆選件委員評選出共53件影視企劃案和故事作品，並依類型進行提案專場，本次提案大會共頒出30個獎項，總獎金超過新臺幣600萬元。



▲影集企劃案《打掃阿姨》在TCCF「PITCHING」提案大會拿下大獎。



聯利媒體股份有限公司版權業務部副總監
吳昕可

「2023年的『TCCF創意內容大會』比以往更大器，除了更國際化外，業者可以很清楚的掌握到海外買家資訊，更容易行銷自己。」



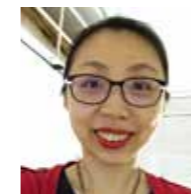
TCCF與國際接軌， TVBS強力行銷

聯利媒體公司（TVBS）在TCCF「MARKET」賣出多部作品版權，交易成果亮眼。版權業務部副總監吳昕可分享，根據往年的觀察，臺灣不少影視內容產業僅由業務部門代表參與市場展；TVBS有自己的媒體固然是行銷優勢，但在展會現場，必須能讓買家立即具體了解各項目的進度與訊息，因此改變了參展策略，由業務部門搭配製作單位，以團隊的方式行銷，使版權洽談的過程更精準有效率。

2023年文策院擴大邀請海外單位參加TCCF，臺灣的內容業者也藉此機會展示作品。她認為，現在影視內容產業交易的商業模式越來越多元，不只有買賣，也有投資、合資合製的機會；影視內容業者可以善用自己說故事的能力，加強行銷自己，提升在國際夥伴之間的能見度。

◀ 2023年TCCF吸引海外單位，臺灣內容業者展現多元商業模式。

《打掃阿姨》製片： TCCF給我很多動能



製片
葉育萍

「在TCCF『PITCHING』提案大會，我們需征服更多現場買家，所以一開始就要提出精采的情節。」

影集提案《打掃阿姨》，在2023年TCCF「PITCHING」提案大會拿下「中華電信獎」和「Series Mania獎」的殊榮。影集製片葉育萍分享，2023年TCCF會前邀請國際導師開設工作坊，針對面對買家如何做國際提案，提供很多專業意見與過往經歷參考，對她幫助很大。例如一開始就要提出劇本裡的精采情節，才能很快征服在場買家。

2023年TCCF，從活動設計方式到邀請對象，都鼓勵大家用IP思維去開發內容；也提供很好的平臺、師資，讓團隊能認識到許多平常不容易接觸到的跨領域人士，也提供欲跨界合作的潛在對象更多交流機會，幫助都非常大。

她也表示，《打掃阿姨》在大會期間，獲得很多樣態的建議，「感謝TCCF大會，給我很多動能。」

◀ 影集企劃案《打掃阿姨》製片參加TCCF會前的提案培訓會，大受啟發。（阿姨宇宙影業有限公司提供）



▶ 貴賓體驗TCCF「INNOVATIONS」參展作品《蛋蛋大逃殺》(上)。國際貴賓體驗「產業展區」應用案例「3D高斯潑灑：場景還原技術體驗」(下)。



展示未來內容 體驗明日世界

2023年「INNOVATIONS」以跨域共創精神為核心，是展現臺灣文化科技實力及探索內容產業下一步的平臺。為充分回應產業需求，透過產業訪談與策展顧問團的合作，收斂出三大議題「全像式時代即將來臨」、「受眾行為持續演化」、「前瞻科技加入文化生產」，探討在新科技時代下，文化內容消費者對於市場、科技應用、商業模式及創作者等各層面的影響皆有更深度的了解。

「INNOVATIONS」集結了未來內容的體驗、產業新知汲取及交流與合作拓展的三大功能，呈現的內容以示範產業意義為主要目標，並且盡可能地涵蓋文策院合作的內容產業領域，展示了最具前瞻性、結合科技應用的文化內容案例，搭配幕後技術解密等延伸知識，提供文化與科技結合的未來想像。



超維度創意總監
蔡宏賢

「將來所有的內容跟藝術都離不開AI生成，我們必須面對這個挑戰，找出未來的可能性。」

「仿生人會夢見電子羊嗎？」 AI文生圖對戰擂臺

人類跟人工智慧（簡稱AI）比賽AI文生圖，誰會贏呢？《VS AI 街頭對戰》這件作品在TCCF「INNOVATIONS」展場中以街頭對戰機臺呈現，由AI出題，兩位選手對著機臺下「咒語（指令）」，在90秒內生成圖，然後再由AI當評審選出優勝者。經過網路海選後，最後八強來到TCCF的現場機臺一決勝負，其中還有來自日本的高手藝術家。決賽現場除了AI評審外，另邀請5位來自新媒體、文學、建築及設計等不同專業領域的人類評審，加上現場觀眾的投票，選出最終冠軍。

這麼極具創意與趣味的內容和賽制，是由超維度互動股份有限公司設計製作。創意總監蔡宏賢指出，使用機臺對戰是他們復刻大型機臺遊戲形式的懷舊想像，而選擇以AI作為評審則是一個終極命題，詰問AI到底有沒有如人類般的意識及審美能力。

機臺在TCCF現場排隊試玩的人潮不間斷，也引起高度關注，有不少國內外的產業人士對這項產品有興趣，也於2024年初在台北當代藝術館展出。蔡宏賢表示，這個時代的人沒有拒絕AI的權利，所有人都要學習如何跟AI溝通。《VS AI街頭對戰》成功之後，他們將成立一家新公司，提供該作品及AI生成內容的商模服務。



◀ 《VS AI街頭對戰》作品於TCCF「INNOVATIONS」展出的機臺現場。

12場重量級論壇 國內外業界熱烈交流

由TCCF創意內容大會所舉行的「INDUSTRY STAGE」論壇，囊括主題專講（Keynote）、產業對談（Panel），以及焦點活動（Spotlight）三大面向，從專家實務經驗到產業未來趨勢，為內容產業專業人士帶來最豐富完整的業界洞悉。本次共規劃了12場重量級講座，橫跨出版、文化科技及影視劇作等議題，內容具國際化及前瞻性，幾乎場場爆滿。包含《瘋狂亞洲富豪》編劇Adele Lim與美國知名內容開發公司Imagine International副總裁Janice Chua談好萊塢崛起的亞洲新力量、角川集團社長夏野剛講集團經營跨產業協同合作的核心策略、夢想動畫製作人林家齊提到AI運算法降低時間和人力成本，為短影音製作帶來更大的市場機會等。透過論壇，帶動國內外專業人士交流創意與經驗。



▲Janice Chua想像娛樂副總裁（左）與Adele Lim編劇（右）談好萊塢的亞洲崛起。



▲角川集團夏野剛社長分享角川集團核心策略。



▲授權買家來臺3天共安排250場洽商會議（左）。人鬼交易所，展出IP跨域的多種可能（右）。

百位國際買家來臺 促進圖像授權產業雙向交流

2023年臺灣文化創意博覽會（下稱文博會）不但串接首都文化廊帶，更首次跨出單一縣市，全臺都響應；盛大舉辦的目的，希望臺灣文化創意業者能更有自信，推動臺灣文化內容的產業化，並走上國際，面向全世界。

為促成臺灣的IP角色躍上國際舞臺，文策院身為國內IP產業推手，2023年以角色、故事IP產業化與國際商務推廣的角度，首度參與文博會，協助原創IP推向國際，希望吸引國際消費者的目光。

文策院在文博會期間，策劃「角色IP論壇」，吸引日、韓、泰等國際買家及產業人士來臺，與臺灣業者洽商交流，達250場媒合會議，其中簽訂合作的臺灣業者共5家，預估產值約新臺幣2,500萬元。

《人鬼交易所》 探討人與超自然

文策院在文博會推出「人、鬼、交易所」（Story: The Exchanged Life）展覽，策展重點在「人」與「鬼」關係發展，探討人與超自然現象（或集體精神）間交互作用，以3件年度熱門原創影視劇IP作品《人選之人—造浪者》、《勸世三姊妹》、《女鬼橋2：怨鬼樓 Mobile》為核心，透過影像、音樂、互動影音裝置方式，展現作品從原創內容，進入公眾討論，激發思考，並延伸出更多創造性的想法。

IP論壇 品牌經營為主軸

文博會角色IP論壇，文策院邀請韓國艾康尼斯娛樂公司導演Thomas Hankil NAM談影集《淘氣小企鵝Pororo》個案透過動畫開發與行銷，跨越語言障礙，讓Pororo角色IP成為全球兒童最愛，分享成功打造國際市場歡迎的IP角色經驗。並從亞洲消費者市場觀察，邀請日本角色品牌授權協會東山靖副理事長、韓國文化內容授權協會趙泰奉會長以及引進不二馬大叔「我不是胖虎」角色的胡創有限公司負責人胡安之進行日、韓、臺三方產業對話，探討在世界潮流中，如何開拓海外市場、IP創造者與背後推手分享品牌聯名合作，以及如何使IP角色經營之路更長遠。

除了海外專業人士的經驗，亦邀請到LINE貼圖事業部副總呂苔君、迷母豐盛創辦人高景星以及圖文創作者我是馬克，從平臺、IP公司、創作者三個不同的角度，講述臺灣IP與品牌聯名合作的變現模式、平臺和IP經營者又如何與創作者溝通以及協助創作者做IP推廣、從創作者的位置來看，又該如何延續IP生命，並且分享品牌聯名合作有什麼樣多元的切入點，以及圖文IP與品牌合作的最新趨勢。



▲ 主題論壇《臺灣IP出海—從消費者喜好找尋角色塑造新路徑》（左）與《國際IP角色海外市場攻略案例分享》（右）現場。（TNL Brand Studio提供）

超高解析實驗場 臺灣沉浸影像發光的基點

2023年文博會由舊空總出發，連結五大文化場域，全面而深入地呈現「臺灣野生原力」的創作命題；而文策院與臺灣當代文化實驗場（C-LAB）旗下實驗展演計畫「FUTURE VISION LAB」攜手策劃了「TAICCA Spotlight」單元，在全新高達直徑15公尺、擁有新型態投影膜片及超高10K解析投影的移動式戶外穹頂劇場內，展演4部臺灣原生沉浸式內容：《植物情人》、《彼岸 in Dome》、《從心墨韻》及《月球度假村》，呈現最具感官效果的野生臺灣。

展出的第二個計畫是《臺灣之光》系列4DNFT，將9位臺灣奧運國手的精采一瞬，運用IP內容實驗室4DViews攝影棚容積擷取技術，拍攝運動員的身段，化為動態3D模型，成為永恆的NFT互動藝術作品收藏，也是前瞻科技在未來內容多元媒材應用的驗證與示範。



▲ 臺灣文博會期間，觀眾於C-LAB觀看「TAICCA Spotlight」單元穹頂劇場演出。（C-LAB科技媒體實驗平台提供／ANIS FOTO王世邦攝影）

ACTION

3

產業活絡 串聯跨域資源

致力成為文化內容產業發展的後盾，為布局國際交流合作網路，文策院積極串聯跨域資源的媒合拓展與交流，活絡整體產業對話，形塑文化內容產業升級契機。具體作法包括：開辦培訓工作坊，培育具國際競爭力的產業多元人才；提供實用的趨勢調查、商情分析，協助業者精準掌握產業脈動，持續做好共享資源。

培育具國際競爭力的 產業多元人才

“

要把臺灣的故事講給全世界聽，就要培養會說故事的人，不但要將國際師資與課程引薦到臺灣，也要推動臺灣人才走向國際提案，壯大臺灣的內容產業的實力。培養多元且具有國際競爭力的產業關鍵人才，是文策院重要的任務之一。

”



▲ 邀請RH Korea出版社社長梁元錫舉辦大師講堂，分享韓國出版IP影視化經驗。



▲ TCCF「PITCHING」提案大會現場。

提案培訓接軌國際 向世界說臺灣故事

為了增強臺灣文化內容工作者的提案能力，讓他們在國內外重要展會提案時，提升臺灣故事的競爭力。文策院在2023年召集了國內外一流專家及講師，舉辦多場重量級的培訓工作坊，目標為強化臺灣人才說故事的能力，期待團隊能代表臺灣在世界重要提案場合，發揚臺灣的文化內容。

這系列重要的提案培訓課程，包括法國里爾Series Mania劇集展-臺灣專場提案培訓工作坊、臺灣TCCF國際提案培訓工作坊、釜山故事市場（Busan Story Market）展前培訓工作坊，以及新加坡ATF X TTB動畫工作坊及提案大會。

TCCF國際提案培訓工作坊 強化提案能力

在臺北舉辦的TCCF國際提案培訓工作坊，分成四大類別，針對入選TCCF「PITCHING」提案大會的長片、影集、動畫、紀錄片團隊舉辦，因為四種不同形式的作品，提案重點及技巧都不一樣，要進行不同內容及形式的培訓。

培訓分兩階段進行，10月先辦第一階段的線上培訓課程；11月正式提案大會前一週，舉辦第二階段的兩天實體工作坊。

兩階段的工作坊，四大單元分別邀請3位國際級的產業講師來授課，陪伴入選團隊釐清提案的核心概念，並協助團隊精準提案。



《雪水消融的季節》導演
羅苡珊

「提案的時候，如果資訊給得太完整，買家聽完就結束了，不會有進一步邀約，要將提案內容想成一個餌，如何能讓對方上鉤。」

用紀錄片面對生命，培訓講好故事脈絡

《雪水消融的季節》在2023年的TCCF「PITCHING」提案大會上，獲得第一大獎「TAICCA X CNC AWARD」，連導演羅苡珊自己也感到非常意外。

在TCCF「PITCHING」大會正式提案前，羅苡珊參加文策院舉辦的提案培訓工作坊。羅苡珊對於培訓的課程給予極高評價，認為授課老師的觀察力很敏銳，對於提案大會的重點掌握得很好。

《雪水消融的季節》是羅苡珊個人的故事，他高中的兩位摯友，去尼泊爾登山發生山難，一死一生，是一個年輕人面對生死及友情的紀錄片。在疫情中排除萬難到尼泊爾山難現場拍攝，是羅苡珊第一部導演的紀錄片。

在提案培訓工作坊中，羅苡珊了解到提案不只是提出一個報告而已，而是如何在七分鐘內，讓評審被你的內容吸引，引起評審興趣，才是成功。

▶ 《雪水消融的季節》在疫情中排除萬難到尼泊爾山難現場拍攝。（羅苡珊導演提供）



《順風耳的新香爐》行銷企畫總監
姚孟軒

「隨著TCCF越來越國際化，得到木棉花獎的肯定使作品更容易被市場看見，對我們未來的募資一定會有大的幫助。」

《順風耳的新香爐》，提案挑戰高難度

如何向外國人介紹順風耳跟媽祖的關係，在地文化的展演是一種加分抑或侷限？行銷企畫總監姚孟軒說，剛開始提案時，角度僅聚焦於臺灣經典文學的改編及媽祖的影響力。光是介紹順風耳和媽祖信仰就用去了大半的時間，最後買家還是不了解這部動畫的內容。

在提案培訓工作坊時，一位荷蘭講師建議，其實只要介紹媽祖是一位很厲害的女神（老闆），而順風耳是他的助手，如此比喻聽者便能很快理解角色之間的關係。

經過講師提點，姚孟軒在提案方向加入了科幻的元素，讓評審或買家想像在「復仇者聯盟」裡有雷神索爾，也有星際異攻隊；也加入了對世代隔閡差異的描述，讓觀眾更能感同身受。

這個方式似乎打通了任督兩脈，《順風耳的新香爐》在TCCF「PITCHING」提案大會一舉榮獲木棉花動畫獎。



1 3
2

1~3依序為《順風耳的新香爐》現實城市、情境圖和幻界。（冉色斯動畫提供）



◀ TAICCA×PAS國際劇情長片培訓工作坊。

跨國合作取經 深化臺灣人才國際競爭力

把國際的經驗與工作方法取經回臺灣，也是培養臺灣人才國際競爭力的重要方法。文策院在2023年跨國合作除了前述提案培訓工作坊，亦著重優質內容的開發孵育以及人才養成，為此辦理了多項課程，包括與歐洲影音製作人聯盟（European Audiovisual Entrepreneurs，簡稱EAVE）合作的「TIES THAT BIND 2023」國際合製工作坊、攜手法國南特三洲影展旗下南方製片工作坊共同主辦的「TAICCA x PAS國際劇情長片培訓工作坊」，全年度各式課程共計達4,898人次參與。

此外，文策學院邀請好萊塢熱門電視劇《重返犯罪現場》聯合執行製片人Aurora Khoo擔任講師，開辦「好萊塢劇集開發系列工作坊」，透過14堂課程完整介紹好萊塢劇集開發的系統概念。針對監製劇本分析能力，練習與編劇溝通的技巧；針對編劇則透過角色、對白、故事結構等編劇概念進行練習，並在課程中演練與監製溝通的過程。提供臺灣影視產業的專業人士完整好萊塢劇集開發過程。

盧卡諾MATCH ME！新製片與歐洲緊密交流

為協助臺灣影視業者建立人脈網絡、拓展國際市場，文策院再度與被視為歐洲四大影展之一的「瑞士盧卡諾（Locarno）影展」大會合作，參與為全球製片新秀設立的「專業人士」單元「MATCH ME！」計畫，公開徵選尚無國際合製經驗、但具國際視野的國內潛力製片，建立臺灣與歐洲國際製片緊密交流網絡，推展未來國際合製影視作品。

盧卡諾影展主辦評選出3位製片，包括導演李怡芳（以製片身分獲選）、新銳製片邱屏瑜、蘇瑜豪，受邀至瑞士參與五天四夜交流活動。製片邱屏瑜則說，參加重量級的盧卡諾影展交流，對於缺乏國際露出機會的臺灣年輕製片來說，是不可多得的機會。

製片
邱屏瑜

「臺灣製片市場商業模式固定，反而是跨國合製有許多新的可能。」

年輕製片拓人脈，國際業界想了解臺灣

製片邱屏瑜是2023年文策院與瑞士盧卡諾影展「MATCH ME！」交流計畫成員之一，她說，3天內她總共參加了20場一對一的媒合會，以及各項講座與交流活動，收穫非常多。期間許多歐洲的銷售經紀人主動向大會預約與她會談。她感受到，臺灣想被國際看見，國際上也想了解臺灣。

她指出，這幾年臺灣對國際合作的資源增加許多，文策院提供的支持也很多元，例如「國際合作投資專案計畫」、「內容開發專案計畫—前期開發支持」，對臺灣影視產業走向國際化、促成國際能見度，都是很大助力。

不一定所有跨國合製只能走歐美路線，與亞洲跨國合作，是這幾年的趨勢。因為亞洲國家文化接近，對彼此歷史也有較多了解。她認為：「跨國合製無論是對個人、世代、社群，都有很多面向可以做，但前提是真的有興趣，以及對自己或影視產業要有幫助。」



▲ 文策院支持臺灣潛力影視製片參與盧卡諾影展專業人士交流，拓展國際人脈。

▶ 透過參與「瑞士盧卡諾影展」，推展未來國際合製影視作品（上）。「瑞士盧卡諾影展」徵選具國際視野的潛力製片（下）。



提供實用趨勢調查， 協助業者精準掌握產業脈動

“ 數位化加上AI的推波助瀾，讓變化快速的文化內容市場風起雲湧。掌握市場先機就是取得成功的基礎，文策院多面向的產業調查，豐富而龐大的資料庫，是文化內容業者重要的市場探針。

”



▲將文化內容消費趨勢調查的豐富內容，製作成互動式網站「閱聽觀測站」。

多面向產業趨勢調查 變動市場中突圍

臺灣文化內容市場近年來在數位化技術快速演化下，變動幅度比以前快速而劇烈，為了能讓文化內容業者更精確的了解市場現況及趨勢，做出正確評估與決策，文策院成立以來不間斷的精進市場調查與研究，建立整合產業多元資訊的產業研究資料庫，提供文化內容業者務實有用的商業情報資訊、反映產業動態、供業者進行市場評估。

文策院定期觀測並且盤點臺灣及國際市場的文化內容產業動態，製作成產業調查報告、消費趨勢調查、國際商業情報、產業專題研究和產業大數據等內容，透過官網的「產業研究資料庫」、主題式的《TAICCA issue》（文策誌）以數位型式提供下載，也提供業

者免費訂閱《文策報》等管道，分享影視、出版、漫畫、遊戲、流行音樂等臺灣文化內容產業的發展面貌、消費市場狀態及調查成果，提供業者質量俱佳的產業訊息。

四大冊調查報告 涵括十大文化內容產業

2023年文策院出版的產業調查報告中，最重要的是以中英文出版的《2022-2023年臺灣文化內容產業調查報告》，依產業鏈關聯性，分成四大領域分冊出版，分別是《圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業》、《電影、電視、動畫產業》、《流行音樂、廣播（含podcast）產業》、《遊戲、沉浸式互動遊戲產業》，持續數年的追蹤調查，建立完整產業資料庫。

而每年出版的《臺灣文化創意產業發展年報》，則透過營業額、家數、就業人力等主要評估指標，記錄分析15+1項臺灣文創產業的每年發展現況。

文策院執行的《2022年臺灣文化內容消費趨勢調查》，領域涵蓋影視、廣播、Podcast、音樂、表演藝術、閱讀出版、電玩遊戲、原創角色等八大面向，調查民眾的閱聽行為及消費習慣，歸納民眾閱聽行為為在不同領域間交疊、影響的狀況。這項調查報告呈現方式2023年有新突破，推出互動式網站「閱聽觀測站」，將龐大而豐富的數據資料轉化為更易於閱讀理解的互動式圖表及心理測驗小遊戲。



▲主題式的文策誌《TAICCA issue》，提供質量俱佳的產業訊息。



▲文策院每年亦提供產業速報，涵括動畫、遊戲、影視音。



▲臺灣兒少影視內容觀影行為調查報告，協助業者了解兒少作品的機會點（左）。透過互動式的「閱聽觀測站」，使用者可以很快取得所需資料（右）。

跨域閱聽調查 找出產業跨域連結

2023年文策院執行兩項全新的調查，一項是針對15至49歲民眾進行問卷調查的《跨域文化內容閱聽調查報告》，希望了解民眾在出版、影視、音樂、遊戲四大產業中包括閱聽題材內容、跨域閱聽帶動狀況、作品改編偏好等面向，找出產業未來發展與跨域連結可能性，提供業者產製規劃與跨域合作參考。

另一項2023年的調查是《臺灣兒少影視內容觀影行為調查》，針對4至10歲孩子的家長發放網路問卷，透過調查了解家長對兒童及少年影視內容的消費取向及想法，並掌握孩子的閱聽偏好與收看行為，確認兒少影視內容的產製關鍵因素，進而了解臺灣兒少作品的機會點，供業者參考。

針對倡議ESG，完成《企業CSR/ESG支持文化發展之評量指標與機制運作》研究報告等，從產業動態趨勢中，持續設定不同調查主題進行研究，從中嘗試釐清產業結構、繪製產業地圖，盤點發展現況與代表案例。

串聯跨域資源拓展交流， 活絡整體產業對話

“ 文策院提供文化內容產業各項共享資源，促成產業人才、異業團隊獲得經營能力提升、資源共享及內容變現的機會，持續協助業者降低在趨勢分析、開發、製作等各環節投入的成本。 ”



▲文策院於COMPUTEX元宇宙論壇倡議科技跨域合作文化內容產業。（赫斯特提供／翁挺耀攝影）

1 2
3 4 5

1~5.公視《聽海湧》劇集數位模型素材。



共享資源成果多 提升業者創作能量

文策院積極推動各項共享資源，協助內容產業於產製過程，可以透過數位化基礎建設資源，提升內容產業創作能量。

文策院經營的網路漫畫平臺CCC追漫台（CCC webcomics），除了接軌國際數位漫畫閱讀趨勢，也設置品牌專區、串接金流，支持臺灣漫畫產業測試有效的商業模式，也節省自行建置與營運數位平臺的成本，同時還能集中臺灣漫畫的能見度。2023年刊載101部臺灣原創漫畫作品，包含傳統頁漫與條漫，其中CCC創作集開發孵育的作品達40部，並成功與20家業者合作刊載作品61部，瀏覽人次突破300萬人，累積瀏覽次數已達到3,600萬次。另為推動臺灣漫畫及文化，同時營運臺灣漫畫基地，以講座、工作坊、軟硬體創作設備支持等種種方式及資源，使漫畫基地成為臺灣漫畫創作者落地生根之場域。各式課程共計吸引839人次參與。

另為提高與加速臺灣在地文化資產近用，同時整體降低影視產業與跨虛實服務產業的後期製作成本，文策院推動數位模型庫，持續建置臺灣在地高階3D模型共享共用平臺，2023年辦理「3D模型被動印鈔術！MoCap應用體驗」，做為示範案例亮點，結合3D模型製作與創造更多商業收益。另外，積極開發數位模型庫素材，2023年帶動公視歷史劇集《聽海湧》的數位模型上架平臺，完成製作「男戰俘營及宿舍」等模型。

IP內容實驗室高階實驗場域 國際零時差接軌

座落於臺灣當代文化實驗場C-LAB的IP內容實驗室，是文策院打造出前瞻、高階視覺產製技術開發的實驗場域，推廣4DViews容積擷取技術供內容產製者使用，降低內容產製業者使用前瞻技術的成本，開發出跨領域、實驗性及具創造性的原生內容，做到技術上與國際零時差接軌。

IP內容實驗室的4DViews攝影棚，目前全球只有14個地點有設置，臺灣即佔其一。這套系統由文策院與工研院共同營運與持續開發前瞻技術的拍攝應用，可以將人物的表演動作與造型外觀，透過容積擷取的數位拍攝方式真實紀錄下來，產出高品質、360度全視角的真人動態3D模型，達到所拍即所見的再現能力。

IP內容實驗室的容積擷取技術，改善現有3D動畫建模結合動作捕捉（Motion Capture）的動態模型表現，提高人物動作捕捉與產製流程效率，能幫助文化內容業者大幅簡化數位內容產製流程，降低製作門檻，適合應用在音樂MV、廣告、舞臺展演、人物數位典藏等多元內容產製。

2023年成功的商業案例，當屬臺法合製AR作品《黑》（*Colored*），作品內所有的影像都是在臺灣拍攝完成，容積擷取技術完整保存了演員的表演，減少後製成本與時間；觀眾能在頭顯裝置中看到寫實、高解析度的360度全視角人像，搭配展場陳設，彷彿親臨事件現場。



► 由文策院所營運的虛擬攝影棚「IP內容實驗室」。



◀ 2023年舉辦ACG交流會，促進數百位相關業者與創作者交流（左）。在臺北、臺南、高雄等地，舉辦數場和動漫、漫畫、遊戲產業業者的聚會（右）。

產業小聚 激盪跨域新火花

為促進文化內容產業跨域交流，建立創新合作模式，文策院不定期舉辦產業小聚，包括座談、論壇、媒合會、線上線下聚會等各種型式的交流活動。在小聚活動中，大家可以分享文化內容產業跨域創新的案例及趨勢分析，讓相關業者獲取新知、掌握產業的樣貌，激發跨領域的創意與拓展的人脈。

2023年於臺北、臺南、高雄等地舉辦產業小聚，以分享產業趨勢、新型態文化內容、經驗分享的呈現做為小聚交流的形式，累積參與的產業也包含影視、音樂、漫畫、動畫、遊戲、表演藝術等不同領域業者參與。

臺灣的ACG產業近年發展逐漸蓬勃，成為文化內容產業發展的一股動力。2023年文策院於臺灣漫畫基地舉辦數場ACG產業相關的交流聚會，分別邀請日本知名動畫導演或相關領域資深工作者來臺分享經驗，帶動數百位臺灣創作者、業者共襄盛舉。也舉辦影視跨漫畫、文史題材推介活動等不同類型的小聚活動，提升文策院在跨域與國際交流的能見度。

2023 Meet Greater South亞灣新創大南方展會8月間在高雄舉行，文策院首度加入大南方行列，由張文櫻副院長在大會中以「跨域創新及生成式AI之機會」為題，做專題演說；亦邀請大可創藝、如果兒童劇團、律森文化事業以及移動故事屋4家業者展示音樂、劇團結合科技的應用面，並與不同的新創團隊交流，拓展文化科技力。

考量不同領域內容業者需求，文策院持續與產業伙伴討論，以配合修正服務說明會內容。以與臺北流行音樂中心合作舉辦「流行音樂產業專場」為例，現階段以新創團隊之需求較迫切，故除了介紹文策院投資、融資及音樂產業適用的相關服務，讓音樂人瞭解如何應用文策院資源，也邀請業者分享經營實例，協助修正經營思維，積累產業發展能量。與各大出版公會合作的出版產業專場，則依公會夥伴建議，帶入國際出版趨勢分享內容，並完整介紹文策院各業務服務。



Spotify藝人與廠牌關係
大中華區負責人
湯宗穎

「這幾年文策院邀請許多國外工作者來臺灣交流，期許臺灣年輕的音樂工作者不要自我設限，將想像力化為超能力。」

Spotify工作坊，助音樂人運用平臺行銷

文策院協助產業跨域交流，2023年首次和國際數位音樂平臺Spotify合開工作坊「Masterclass」，針對平臺所觀察到的音樂趨勢、平臺提供給音樂創作者的行銷工具、歌單經營的技巧及行銷廣告的安排等面向，為潛力音樂人提供實務操作的說明，協助音樂產業工作者更了解如何運用平臺推廣自我。

Spotify藝人與廠牌關係大中華區負責人湯宗穎說，經過這次工作坊的交流，與會者都了解「歌單」是Spotify的主體，也更能了解實務操作的細節；以往可能不知從那方面跟他們合作，或者不太懂得宣傳自己的方式，現在比較有具體方向，對歌單更能發揮。

以往臺灣音樂工作者除了中國市場外，可能比較少對外交流，比較不了解西方市場的音樂人在做什麼；他鼓勵大家應先了解外面的市場或者世界正在發生什麼事、有什麼趨勢，不要封閉自己、侷限自己，多去看外面世界的音樂類型以及音樂產業發生的事，能幫助大家掌握未來音樂的路。

他建議，只要大家多吸收國外經驗、更積極去交流，就會看到很多機會，也可能就會知道自己該走的路。



▲ 文策院首次與Spotify合辦大師工作坊，報名熱烈。

03 / 17

第二屆董事會新任董事長交接。

03 / 21~23

於法國里爾Series Mania劇集展首度舉辦臺灣專場，為臺歐合製鋪路。

05 / 16

於坎城電影市場展首度舉行亞洲合製交流單元，促進合製機會。

05 / 30

首度受邀參與COMPUTEX臺北國際電腦展FORUM及買主之夜，倡議科技跨域文化內容產業。

07 / 11~16

於巴黎舉辦臺漫版權推介會，並參與「Japan Expo」的Quartier Manga企劃單元，爭取多樣化授權機會與品牌曝光。

07 / 13~16

首度於「韓國角色授權展」設臺灣館，進攻韓國市場。

09 / 08

- ◆ 新任院長聘任。
- ◆ 成立ESG for Culture影響力中心，開展企業與文化共好合作。

09 / 26~28

首度參與臺灣文博會，帶動日、韓國國際買家來臺洽商。

11 / 01

與遠傳電信合組娛樂基金，聯手打造臺流原創內容。

11 / 07~10

2023 TCCF PITCHING單元首度開放全球徵件，吸引共29國逾200位專業人士、買家齊聚。

11 / 07

與CJ ENM、遠傳電信、TVBS合組文化內容基金，開發投資華語影視音原創內容。

11 / 09

與法國CNC簽署合作備忘錄，開展臺法長期合作。

11 / 29

美國邁阿密FilmGate互動媒體節以臺灣為主題國，帶動臺灣文化科技業者進軍美國市場。

3月

4月

5月

6月

7月

8月

9月

10月

11月

12月

04 / 07

臺、法首度共同推出Villa Formose Immersive駐村計畫，以雙向深度交流推動沉浸式內容跨國合製。

04 / 28

與富邦文教基金會簽署兒少影視投資合作備忘錄，提升臺灣原創兒少影視內容產量。

06 / 06

與加拿大PHI Centre首度合作，舉辦臺灣VR特展及產業論壇。

06 / 14

首度參與首爾書展及舉辦跨域IP推介會，促成臺灣作品上架海外平臺。

06 / 28~07 / 02

於泰國舉辦BL漫畫推介會，透過泰國最大電子書平臺洽商，對接當地市場。

08 / 07

與地方政府首度合作投資「高雄人」計畫，支持臺灣影視業者至南部製作拍攝。

08 / 11

於大阪近鐵百貨舉辦「臺灣漫畫雜貨屋」活動，並透過經銷商東販於實體書店設置臺漫專區，開拓在地消費者。

08 / 31

國發基金首次投資音樂專案「火球祭」，強化音樂祭指標並促進異業合作。

10 / 03

與台灣角川簽署投資合作備忘錄，深化臺日合作，協助作品出海。

10 / 08

推動臺灣演員參與釜山影展ACA頒獎典禮，助攻臺灣演員國際交流。

10 / 18

於法蘭克福書展設臺灣館及舉辦BFT十週年交流晚會，深度開拓版權外售機會。

10 / 13~28

於東京舉辦「臺灣映像週間」(TAIWAN MOVIE WEEK)放映活動，多元觸及在地影視族群。

10 / 24

聯手中華電信合組文化內容基金，領航文化黑潮進軍全球。

10 / 27~29

推動臺灣音樂人登新加坡AXEAN音樂節，促進臺灣創作者與國際音樂廠商、策展人合作。

10 / 31

聯手電信業者台灣大哥大與媒體巨擘華納兄弟探索集團合組影視基金，開創國際級現象劇題材。

12 / 01

與韓國Dexter Studios簽署合作備忘錄，開展臺韓後期影像製作及視覺特效合作。

12 / 04

與華碩、威剛科技簽署合作備忘錄，深化臺灣動漫、電競IP的內容產製能量。

12 / 08

與新加坡電影委員會(SFC)簽署合作備忘錄，跨國合作「EMERGE華語原創內容開發計畫——電影長片」。

12 / 29

國發基金投資帶動民間投資達新臺幣35.7億元，再創歷史新高。

2023年度感謝名單

文化內容策進院在2023年的業務更順利推動，感謝

中華電信股份有限公司個人家庭分公司
鴻海精密工業股份有限公司
台灣菸酒股份有限公司
華碩雲端股份有限公司
趨勢科技股份有限公司
台灣大車隊股份有限公司
Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)
木棉花國際股份有限公司
台北市電影委員會
台中市影視發展基金會
台灣大哥大股份有限公司
財團法人公共電視文化事業基金會（客家電視）
高雄市電影館
富邦文教基金會
遠傳電信股份有限公司（friday影音）
華納兄弟探索集團
大川大立數位影音股份有限公司
八大電視股份有限公司
三立電視股份有限公司
艾慕影藝股份有限公司
東森電視事業股份有限公司
遊戲橘子數位科技股份有限公司
馬來西亞國際電影節
聯利媒體股份有限公司
CCDF華人紀錄片提案大會
Documentary Association of Europe
Docs By The Sea
Motion Picture Association Asia Pacific
Series Mania Forum
Far East Film Festival Udine Italy
法國在台協會

以及文化部與各界合作夥伴的信任與支持。

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

文化內容策進院 2023年度報告

發行人 | 蔡嘉駿

總編輯 | 盧俊偉

編輯委員 | 李懷瑾、林雨欣、林淑瑋、林喜雯、胡婷俐、康惠娟、
張文櫻、羅怡華、羅融、蘇韋菁、蘇淑冠

(依姓氏筆畫順序排列)

執行編輯 | 丁昱雯、王逸、王朝民、李志淳、李星宇、周君霖、
林芳畝、張嘉珊、陳昱勳、溫淳雅、黃永芳、趙曼孜、
鄭名芳

(依姓氏筆畫順序排列)

協力編輯 | 文策院全體同仁

出版單位 | 文化內容策進院

地址 | 105臺北市松山區民生東路三段158號5樓

電話 | 02-27458186

執行製作 | 碩泰公關顧問股份有限公司

特別感謝 | H.H先生、PHI Centre、TNL Brand Studio、三翹股份
有限公司、大禾音樂製作有限公司、大清華傳媒股份有
限公司、木下日本動畫有限公司、水成禾股份有限公
司、冉色斯動畫股份有限公司、半隻羊立體書實驗室、
卡米客工作室、好勁影業有限公司、伯樂影業股份有
限公司、河床劇團、金盞花大影業股份有限公司、阿媠宇
宙影業有限公司、前景娛樂有限公司、春河劇團、原動
力文化事業有限公司、涅所未來股份有限公司、馬克吐
溫國際影像有限公司、移動故事屋有限公司、翔英融創
股份有限公司、當代傳奇劇場、夢境現實股份有限公
司、羅苡珊導演、藝途科技股份有限公司、鏡文學股份
有限公司、驚喜製造股份有限公司

(依筆畫順序排列)

版權聲明：

除上述圖片授權單位，本刊圖文版權均為文策院所有。

本院年度財務報告請見官方網站「112年決算書」

出版日期 | 2024年5月

版次 | 初版

ISBN 978-626-395-004-7

※版權所有，翻印必究 taicca.tw

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，2023/ 盧俊偉總編輯。

-- 初版 -- 臺北市：文化內容策進院，2024.05

88面；21 x 28公分

ISBN 978-626-395-004-7(平裝)

1.CST: 文化內容策進院

541.2933

113002309