

**112 年**  
**文化內容策進院**  
**績效評鑑報告**

提報日期：中華民國 113 年 4 月

## 一、前言

「文化內容策進院」於 108 年 6 月依「文化內容策進院設置條例」成立，以行政法人中介組織身分提升文化內容之應用及產業化，監督機關為文化部。

依據「文化內容策進院設置條例」相關規定，文化部為監督其相關業務之績效，制定「文化內容策進院績效評鑑辦法」，組成「文化內容策進院績效評鑑小組」，對其前一年度之營運績效進行評鑑。爰由文化內容策進院先行提出「文化內容策進院績效自評報告」，交由「文化內容策進院績效評鑑小組」進行績效指標之各項評鑑。112 年 3 月，該報告經監督機關文化部「文化內容策進院績效評鑑小組」審查會議評鑑通過，同年文化內容策進院按審查意見修正為「文化內容策進院績效評鑑報告」並於 4 月函送文化部。

## 二、評分及評等方式說明

1. 文化內容策進院 112 年度之評鑑指標分為五大發展面向，下有 10 個項目，以及合計 18 項的衡量指標。五大面向：完善文化內容產業資金生態系、推動臺灣文化科技力、產銷並重及全球業務拓展、推動關鍵基礎建設、內控機制，權重配分建議比例如下：

- (1) 完善文化內容產業資金生態系：佔 30%。
- (2) 推動臺灣文化科技力：佔 15%。
- (3) 產銷並重及全球業務拓展：佔 30%。
- (4) 推動關鍵基礎建設：佔 15%。
- (5) 內控機制：符合法規，確保行政法人組織功能及營運機制長久運行，佔 10%。

2. 績效評鑑小組委員綜合考量上述五大面向之下的項目及各衡量指標細項，進行年度評鑑分數之評分；各項衡量指標項目達成率平均後與該項目配分權重相乘後予以加總後，即得本評鑑年度之等第。

評鑑結果將依下列標準轉換為等第呈現：

- (1) 評鑑分數 85 分以上為「優良」；
- (2) 評鑑分數 70 分以上未滿 85 分為「良好」；
- (3) 評鑑分數未達 70 分為「待加強」。

### 三、文化內容策進院績效評鑑小組委員名單

江召集人清松 ( 文化部文創發展司司長 )

高文宏 ( 電影製作人、曾任資誠聯合會計師事務所營運長 )

閻鴻亞 ( 臺北藝術大學電影系兼任助理教授 )

黃韻玲 ( 臺北流行音樂中心董事長 )

董澤平 ( 國立臺灣師範大學全球經營與策略研究所特聘教授 )

黃皓傑 ( 高雄電影館館長 )

羅禾淋 ( 南藝大動畫藝術與影像美學研究所副教授 )

姚經玉 ( 海鵬影業總監 )

趙瞬文 ( 北藝大動畫系系主任 )

黃秀蘭 ( 翰廷法律事務所律師 )

吳宜璇 ( 文化部影視及流行音樂發展司司長 )

#### 四、績效評鑑結果

##### 1. 年度績效評鑑結果：

優良，理由如下表各項達成概況摘要及績效評鑑結果所示。

##### 2. 年度績效衡量指標項目評鑑表：

面向	項目	衡量指標	達成概況摘要 (達成情形詳後)	績效評鑑結果
壹、完善文化內容產業資金生態系	1-1 帶動民間資金投入產業，推動政策性融資工具	1. 提昇文化內容投資：執行約 6.5 億元國發基金及多元內容投資，帶動民間資金，包括計入周邊投資效益 8.5 億元，合計達 15 億元投資規模。	執行國發基金投資 11.22 億元，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。在多元內容投資方面，核准投資金額 2,073.55 萬元，帶動民間投資及周邊效益約 1 億 2,333 萬元，合計達 1.44 億元。上述總計投資規模達 37 億 1,461 萬元以上。	優良
		2. 優化投資機制以加速投資：優化投資機制及办理流程，促成投資至少 12 案，並辦理說明會，說明會之滿意度須達 80%。	針對投資案投資流程優化，112 年透過批次審議強化專案申請速度與數量，以利擴大國發基金及民間投資機會，總計促成投資 64 案。今年度辦理 10 場說明會提供本院投資服務相關說明，整體滿意度平均達 91.5%。	優良
		3. 推動政策性融資工具，支持產業發展：持	持續優化融資要點並公告完成，修訂重點包括	優良

		<p>續優化貸款與利息補貼申請機制，強化與金融機構及業者觀念之溝通交流，促成 1.2 億元之融資規模，其中加強文化創意產業升級轉型貸款之融資至少 6,000 萬元。</p>	<p>簡化貸款額度規定及利息補貼申請應備文件、放寬利息補貼計算起日等及負責人非本國國民之申請資格等，持續藉由各類說明會、產業小聚及業者諮詢，持續進行融資服務宣導與溝通。今年度共計促成新臺幣 2.9 億元之融資規模，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。</p>	
		<p>4. 整合資源策進文化新創：對接創作者、經營者和投資者三方資源，協助 20 家潛力新創業者參與文化新創加速器，導入公司治理，實現創業規劃和創新商模，提昇募資能力，協助至少 5 家潛力新創業者成功對接（媒合）資源。</p>	<p>推動文化創業加速器，共計 91 件報名，最終決選出 20 家文化創業團隊進行培訓，規劃有「專屬一對一諮詢」與「專業商業經營課程」，例如開授新創籌資、財務規劃、商品通路與定價、新創財稅與數據管理應用等課程，培力入選團隊並辦理 Demo Day 暨媒合交流大會。今年度共協助新創業者成功對接媒合資源共 16 案。</p>	優良
	1-2 跳脫補助創作思維，推動內容產製支援系統的	<p>5. 支持內容產製以提昇內容質量：支持產業投入內容開發，協助 20 案</p>	<p>透過「內容開發專案計畫 - 前期開發支持」協助 21 案進入國內外創</p>	優良

	產業化	進入國內外創投單元，10 案進入製作開拍、發行或上架。	投單元，22 案進入製作開拍、發行或上架。	
		6. 促成跨業合作及 IP 多元應用：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。	捲動 15 個原創臺灣漫畫 IP 作品與泛娛樂產業進行多元發展合作，完成 IP 跨域合作案 12 案，促使優秀 IP 多元發展，藉由跨域改編為產業注入新的開發能量。	優良
貳、推動臺灣文化科技力	2-1 以戰代訓推進未來內容產業，擴大國內參與及國際合作佈局，逐步形塑未來內容產業鏈	1. 跳脫內容補助思維，拆解原型及製作階段，以戰代訓：將傳統內容補助計畫拆解為原型開發 10 案以上及製作支持 4 案以上	執行「未來內容原型開發支持方案」，共計支持 22 組團隊進行作品與服務原型開發；「市場導向之未來內容支持計畫」，共計支持 10 組團隊開發具市場性的新型態作品與服務，涉及產業類型包含表演藝術、視覺藝術、遊戲、動畫、漫畫、音樂、影視等。	良好
		2. 與國內外機構合作，促成產業人才交流：持續深化臺灣未來內容產業人才之國內外連結，與國內外機構合作，辦理 6 場以上交流活動，促成 3 件合作案。	與國內外機構合作，包括臺北流行音樂中心、法國國家電影與動畫中心 CNC、加拿大 PHI Center 等國內外指標性單位，辦理 8 場交流活動，促成合作案 5 案。	優良
		3. 透過推動國際合資合製，協助臺灣未來內容產業往國際發展：持續	透過跨國結盟探索敘事創新與技術融合的可能性，進一步促進文化未	良好

		深化臺灣未來內容產業之國際連結，透過國際合作模式，促成未來內容國際合資合製作品至少 2 案。	來內容的發展，今年度推動「沉浸式內容國際合資合製支持計畫」，促成未來內容國際合資合製作品 4 案。	
參、產銷並重及全球業務拓展	3-1 引進國際資金投入臺灣內容合資合製，推動市場交易	1.促成國際資金共同製作內容：吸引國際夥伴共同投資與產業合作，促成 5 件國際合資合製案，拓展國際通路與籌資能力。	鼓勵內容業者與國際合資合製，促進臺灣文化內容產業國際化、規模化及市場化，今年度促成 15 件國際合資合製案。	優良
	3-2 透過國際展會及品牌行銷等活動為整體產業造勢，佈建跨國產銷合作網絡	2. ( 2B ) 多元管道商務開發，建立國際組織長期合作關係，帶動我國內容於國際市場產銷能量：主動商務開發與經營國際潛在合作與商機，深化展會與國際重要組織交流，預計與 3 個國際組織結盟合作，並促成國內業者與作品或創作者參與國際展會創投、提案會或交流計畫。預計透過展會帶動 150 件各式文化內容作品版權銷售商機，引進國際資金投入作品產製與版權交易。	與 24 個國際組織結盟合作，開展深度產業交流。合作組織類型包括出版、影視、動畫、圖像授權、文化科技(未來內容)等，透過展會創投、提案會、洽商會議等方式搶攻海外市場。今年度透過展會帶動各式文化內容作品版權銷售商機共計 2,381 件。	優良

		<p>3. ( 2C ) 持續提昇臺灣文化內容之國際能見度：臺灣流行文化內容的海內外行銷造勢，透過與目標市場通路合作行銷活動，提高臺灣文化內容作品之國際曝光。預計執行國際行銷活動5場次以上，達成目標市場媒體主動報導 30 則以上，社群觸及國際觀眾 2000 萬人次以上。</p>	<p>佈建跨國產業網絡，策辦國際行銷活動共 10 場次，運用多元管道包括與數位串流平臺合作線上活動、展會辦理臺灣專場活動及設立臺灣館、國際獎項等，增進臺灣主題文化內容作品於海外市場國際曝光機會。達成目標市場媒體主動報導 287 則，社群平臺觸及國際觀眾達 1,790 萬人次以上。</p>	良好
	<p>3-3 優化國際交流與交易體系，建立臺灣為亞洲創新展會基地</p>	<p>4.透過打造國際型 2B 展會，拓展國際影響力：透過跨域創新、資金媒合及市場交易定位 TCCF 創意內容大會及各式活動，以內容交易、IP 轉譯、未來內容及跨域合作為核心，鎖定國際展會策略聯盟，對接官方媒合大會推動臺灣內容進入國際，跨域創新多元內容吸引國際買家及專業人士專程造訪。達成 100 位以上國際業者、國內業界 150 家以上廠商參與，展會與未來延續性產值交易金額達至少 10 億元。</p>	<p>今年度 TCCF 創意內容大會是展現國際影響力的一年，11 月 7 日至 11 月 12 日於松山文創園區舉辦，規劃「MARKET 單元」、「PITCHING 單元」、「INNOVATIONS 單元」三大單元，搭配產業主題論壇，整體展會突破過往規模辦理。今年度 TCCF 大會吸引來自法、日、韓、美、星等共 29 國家/地區國際買家及專業人士共襄盛舉。為期 6 天的展會達成 210 位國際業者參與、國內業界 274 家廠商參與，展會與未來</p>	優良

			延續性產值交易金額達 10 億元以上。	
肆、推動關鍵基礎建設	4-1 精進產業人才培育及產調報告	1. 培育具國際競爭力的產業關鍵人才：以創業經營、提案培訓、IP 多元運用三大類型課程導入產業化關鍵能力，與國際夥伴合作，提升臺灣國際競爭力，促成至少 6 件培訓提案參與國際提案大會。	辦理「文策學院」媒合國內外產製及通路資源，攜手文化內容事業體帶來跨域合作機會，全方位導入產業化關鍵能力。並與法國 Series Mania 國際電視劇集展會、亞洲內容暨電影市場展、新加坡電視論壇暨市場展與歐洲最主要的歐亞影視合製人才培育學程 TIES THAT BIND 等單位合作，促成 16 件培訓提案進入國際提案大會。	優良
		2. 提供務實有用的商情及產業報告：發布多元商情及產業數據相關研究成果，傳達臺灣文化內容產業趨勢及合作機會資訊，預估總瀏覽次數達 10,000 次以上、媒體引用次數至少 15 次，引導資源探詢，並作為各界資源投入臺灣內容產業之參考。	定期調查產業現況、追蹤長期趨勢，依據產業需求，辦理主題研究計畫；並因應瞬息萬變的產業動態，持續發布國內外最新產業數據及商情。總瀏覽次數達 63,381 次以上、媒體主動引用次數達 50 次。	優良
伍、內控機制：符合法規，確保行政法人組織功能及營運機制長久運行	5-1 完善採購循環，系統性降低重大違失或瑕疵採購案件數量	1. 降低採購違失或瑕疵案件數：(1) 112 年度無採購作業發生重大違失。(2) 112 年度公告金額以上採購案件 (含	112 年度無採購作業重大違失案件；公告金額以上採購案共 79 件，瑕疵件數 0 件，佔比率為 0%。	優良

		藝文採購)之瑕疵件數，佔總件數之比率不超過 5%。		
	5-2 增加本院財務獨立性，達成年度自籌款比率達成率	2. 達成年度自籌款比率達成率：自主財源來源之年度收入，達年度預算書編列自籌收入之 90%。	112 年度自籌收入年度預算數 1,575,000 元，截至 12 月底止累計實際數 14,498,173 元，已達年度預算書編列自籌收入之 100%以上。	優良
	5-3 進用身心障礙人員比率達成率	3. 符合法規，達成身心障礙者進用數額：年度進用具有就業能力之身心障礙者人數，年平均不低於員工總人數 3%。	自 111 年 5 月起，本院依文化部來函指示於年度績效指標中納入身心障礙者進用數額。112 年度本院身心障礙者進用數額每月均超額進用，年平均占比為 3.38%。	優良

### 3.各衡量指標項目年度績效說明：

#### 壹、完善文化內容產業資金生態系

1-1-1 提昇文化內容投資：執行約 6.5 億元國發基金及多元內容投資，帶動民間資金，包括計入周邊投資效益 8.5 億元，合計達 15 億元投資規模。

##### 績效說明：

112 年本院執行國發基金投資，經投資審議會通過之核准國發投資金額 11.22 億元，帶動民間投資 24.49 億元，合計成果為 35.71 億元，達成率約 238%，通過投審會議投資家數共 60 家。投資案涵蓋電影、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六大類型。在多元內容投資方面，核准投資金額 2,073.55 萬元，帶動民間投資及周邊效益約 1 億 2,333 萬元，合計達 1.44 億元。前述國發基金及多元內容投資總計規模達 37 億 1,461 萬元以上。

回顧本院自成立以來截至 112 年 12 月，核准國發基金投資共 86 案，投資金額新臺幣約 26.75 億元，並帶動民間投資約 46.84 億元，合計總投資額達 73.59 億元。另文化內容投資第三期計畫之被投資公司轉投資項目金額，預估總產值達 3.60 億元，相較前年度成長 11.15%。

為厚植我國文化內容產業之發展能量，精進本院投資業務推行情況，112 年度本院針對一般型態的影視專案投資流程優化。若符合小型專案之投資案，給予大幅簡化申請和審查程序，逐月將具有政策意義且通過院內政策評估會的案件，納入綠色通道批次進行投資審議會，透過內部機制優化策略，以提高投資審議效率。截至 112 年 12 月，影視專案之國發核准投資案件數達 47 案，其他專案及股權則達 13 案，藉由國發基金連同民間資金共同投資文化內容產業，適度共同分擔投資風險，達成文化產業扶植規模化之目標。

113 年本院將持續深化投資策略，優化資金生態系、點燃民間資金進場，規劃加大力度與電信業、金融機構、科技集團、國際娛樂集團等大型企業共組文化內容投資基金，輔以文化部的文化黑潮計畫、文創法投資抵減等利多政策，以及搭配本院國發基金多元投資方案。預估將帶動更多民間投資方資金挹注及市場參與、有助於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。

112 年文化內容投資計畫方案之已簽署投資案計 35 件，通過投審會尚未簽署則有 25 件投資案，共計 60 件投資案件，明細彙整如下：

112 年文化內容投資計畫方案之投資案件						單位：新臺幣萬元
序	被投資事業	共同投資者	國發基金投資金額	共同投資者投資金額	其他捲動周邊資金	合計
1	OOOOOOOO 股份有限公司 專案投資：(音樂專案)	無	641	0	668	1,309
2	OOOOOOOO 股份有限公司 專案投資：(影集專案)	無	2,000	0	2,935	4,935
3	OOOOOOOO 有限公司 專案投資：(影集專案)	無	1,240	0	6,460	7,700
4	OOOOOOOO 有限公司 專案投資：(影集專案)	無	1,000	0	5,000	6,000
5	OOOOOOOO 股份有限公司 專案投資：(影集專案)	無	2,000	0	8,367	10,367
6	OOOOOOOO 股份有限公司 專案投資：(影集專案)	無	2,000	0	5,507	7,507
7	OOOOOOOO 股份有限公司 專案投資：(電影專案)	無	1,920	0	2,880	4,800
8	OOOOOOOO 股份有限公司 專案投資：(電影專案)	無	750	0	2,650	3,400

## 112 年文化內容投資計畫方案之投資案件

單位：新臺幣萬元

序	被投資事業	共同投資者	國發基金投資金額	共同投資者投資金額	其他捲動周邊資金	合計
9	0000000 股份有限公司 專案投資：(影集專案)	無	4,276	0	5,020	9,296
10	0000000 股份有限公司 專案投資：(文化資產應用及展演設施)	無	300	0	325	625
11	0000000 股份有限公司 股權投資：(音樂及表演藝術)	無	300	0	90	390
12	0000000 股份有限公司 股權投資：(數位內容)	000 000 股份有 限公司	1,500	500	0	2,000
13	趣放娛樂股份有限公司 專案投資：《KDOL 高校風暴》 (影集專案)	無	1,100	0	1,300	2,400
14	緯來電視網股份有限公司 專案投資：《女王大人》(廣播電視)	無	1,003	0	1,044	2,047
15	0000000 股份有限公司 專案投資：(電影專案)	無	1,978	0	3,797	5,775
16	三樂電影製作有限公司 專案投資：《女兒的女兒》(電影專案)	無	1,900	0	3,100	5,000
17	星映電影有限公司 專案投資：《好想跟你在一起》 (電影專案)	無	1,900	0	2,098	3,998
18	0000000 股份有限公司 專案投資：(電影專案)	無	700	0	1,912	2,612
19	0000000 有限公司	無	2,000	0	3,142	5,142

## 112 年文化內容投資計畫方案之投資案件

單位：新臺幣萬元

序	被投資事業	共同投資者	國發基金投資金額	共同投資者投資金額	其他捲動周邊資金	合計
	專案投資：(電影專案)					
20	好勁影業有限公司 專案投資：《壞男孩》(電影專案)	無	500	0	2,600	3,100
21	OOOOOOO 有限公司 專案投資：(電影專案)	無	1,000	0	2,470	3,470
22	OOOOOOO 股份有限公司 股權投資：(電影)	OOO OOO 有限公司	1,400	1,500	0	2,900
23	超級傳播股份有限公司 專案投資：《阿叔》(影集專案)	無	2,000	0	7,765	9,765
24	逆光電影股份有限公司 專案投資：《喝酒吧笨蛋》(影集專案)	無	1,480	0	3,720	5,200
25	OOOOOOO 有限公司 專案投資：(電影專案)	無	1,800	0	4,200	6,000
26	OOOOOOO 有限公司 專案投資：(電影專案)	無	1,718	0	4,007	5,725
27	OOOOOOO 有限公司 專案投資：(影集專案)	無	1,837	0	5,513	7,350
28	OOOOOOO 股份有限公司 專案投資：(影集專案)	無	878	0	3,511	4,389
29	好看娛樂製作股份有限公司 專案投資：《炸裂吧！女孩(第一季)》(影集專案)	無	1,750	0	1,850	3,600
30	大貓工作室股份有限公司 專案投資：《勇者動畫第二季》	無	1,900	0	2,932	4,832

## 112 年文化內容投資計畫方案之投資案件

單位：新臺幣萬元

序	被投資事業	共同投資者	國發基金投資金額	共同投資者投資金額	其他捲動周邊資金	合計
	(影集專案)					
31	夥球擊股份有限公司 專案投資：《2023 火球祭》(音樂及表演藝術專案)	無	1,800	0	2,238	4,038
32	時藝多媒體傳播股份有限公司 專案投資：《王村長的女兒返外家》(音樂及表演藝術專案)	無	870	0	1,063	1,933
33	華能國際娛樂股份有限公司 專案投資：《還錢》(電影專案)	無	1,900	0	4,900	6,800
34	OOOOOOO 股份有限公司 股權投資：(電影)	OOOO OOO	1,500	500	0	2,000
35	氧氣電影有限公司 專案投資：《他馬克老闆》(電影專案)	無	2,000	0	6,000	8,000
36	本地風光電影股份有限公司 專案投資：《餘燼》(電影專案)	無	2,000	0	10,532	12,532
37	創利內容股份有限公司 (數位內容)(股權投資)	無	300	0	420	720
38	人生清理員股份有限公司 專案投資：《人生清理員》(影集專案)	無	1,490	0	4,010	5,500
39	草舍文化股份有限公司 專案投資：《你好·我是接體員》 (影集專案)	無	1,770	0	5,230	7,000
40	周子娛樂有限公司 專案投資：《同棲散策》(影集專案)	無	2,000	0	5,000	7,000
41	OOOOOOO 有限公司	無	1,450	0	3,550	5,000

## 112 年文化內容投資計畫方案之投資案件

單位：新臺幣萬元

序	被投資事業	共同投資者	國發基金投資金額	共同投資者投資金額	其他捲動周邊資金	合計
	專案投資：(電影專案)					
42	華映娛樂股份有限公司 專案投資：《器子》(電影專案)	無	1,500	0	4,500	6,000
43	華映娛樂股份有限公司 專案投資：《鬼天廈》(電影專案)	無	1,320	0	3,080	4,400
44	后花園數位影像有限公司 專案投資：《鳳姐》(電影專案)	無	1,000	0	3,410	4,410
45	踢歐哎哎股份有限公司 專案投資：《臺灣霹靂火》互動影視模擬遊戲(數位內容)	無	594	0	1,386	1,980
46	百薇國際娛樂股份有限公司專案投資：《夏日的檸檬草》(電影專案)	無	1,850	0	3,150	5,000
47	逆光電影股份有限公司 專案投資：《幸福房屋事件簿》(影集專案)	無	1,600	0	6,831	8,431
48	OOOOOOO 股份有限公司 專案投資：(影集專案)	無	3,150	0	4,350	7,500
49	好好看文創有限公司 專案投資：《我的麻吉四個鬼》(電影專案)	無	1,800	0	5,200	7,000
50	趣放娛樂股份有限公司 專案投資：《凶宅專賣店》(影集專案)	無	1,500	0	5,700	7,200
51	未來進行曲股份有限公司 專案投資：《進行曲》(電影專案)	無	2,000	0	4,000	6,000

112 年文化內容投資計畫方案之投資案件						單位：新臺幣萬元
序	被投資事業	共同投資者	國發基金投資金額	共同投資者投資金額	其他捲動周邊資金	合計
52	華映娛樂股份有限公司 專案投資：《山的那一邊·有鬼》 (電影專案)	無	1,500	0	3,500	5,000
53	水成禾股份有限公司(流行音樂及 文化內容產業)(股權投資)	無	300	0	200	500
54	翔英融創股份有限公司(數位內 容)(股權投資)	洄瀾智 匯股份 有限公 司	7,350	7,650	0	15,000
55	農人影像製作有限公司 專案投資：《魔法阿嬤 2》(電影 專案)	無	1,600	0	6,800	8,400
56	OOOOOOO 有限公司 專案投資：(電影專案)	無	14,205	0	26,381	40,586
57	大清華傳媒股份有限公司(音樂及 表演藝術)(股權投資)	科技雅 士股份 有限公 司	3,400	3,600	0	7,000
58	金禾創意股份有限公司 專案投資：《Q18》(影集專案)	無	2,000	0	6,800	8,800
59	禾力文創有限公司 專案投資：《山中森林》(電影專 案)	無	1,880	0	4,040	5,920
60	松露文化創意有限公司 專案投資：《蝴蝶大廈》(電影專 案)	無	1,800	0	3,700	5,500
合計			112,200	13,750	231,104	357,054

【註】已審議通過尚待辦理議約程序者，不會顯示被投資事業或專案名稱。

112 年多元內容投資方案案件					單位：新臺幣萬元
序	被投資公司及專案	共同投資者	本院投資金額	共同投資者投資金額	自籌資金
1	OOOOOOOO 有限公司 專案投資：(數位內容專案)	無	350	0	510
2	OOOOOOOO 有限公司 專案投資：(數位內容專案)	無	300	0	880
3	OOOOOOOO 股份有限公司 專案投資：(電影專案)	無	500	0	6,000
4	OOOOOOOO 有限公司 專案投資：(電影專案)	無	924	0	4,943
合計			2,074	0	12,333

【註】已審議通過尚待辦理議約程序者，不會顯示被投資事業或專案名稱

被投資公司轉投資項目					單位：新臺幣萬元
序	被投資公司	轉投資項目	轉投資金額	捲動民間投入資金	捲動民間投入資金估算方式
1	伯樂影業股份有限公司	活屍快跑	200	200	以該作品總製作或總投入金額，轉投資若為相同項目，以一次進行估算。
2	伯樂影業股份有限公司	殺手老爸	200	200	
3	伯樂影業股份有限公司	搜查瑠公圳	1,000	6,520	
4	伯樂影業股份有限公司	碧綠(投資案)	4,320	5,210	
5	伯樂影業股份有限公司	公民裁決	200	200	
6	天使放大股份有限公司	芒果醬	50	50	
7	天使放大股份有限公司	瘋戲樂	200	200	

被投資公司轉投資項目					單位：新臺幣萬元
序	被投資公司	轉投資項目	轉投資金額	捲動民間投入資金	捲動民間投入資金估算方式
8	天使放大股份有限公司	Enterspace	150	150	
9	天使放大股份有限公司	玩笑	150	150	
10	天使放大股份有限公司	再見卡夫卡	100	100	
11	天使放大股份有限公司	火球祭	100	100	
12	天使放大股份有限公司	陳華	250	250	
13	天使放大股份有限公司	禁敲敲	150	150	
14	天使放大股份有限公司	西西里	150	150	
15	天使放大股份有限公司	成為奪心魔之必要	300	300	
16	影響原創影視股份有限公司	破蛋者	50	100	
17	影響原創影視股份有限公司	為我辦一場西式的葬禮	480	480	
18	大慕可可股份有限公司	九月啊九月	1,000	1,000	
19	大慕可可股份有限公司	去他的演唱會	580	580	
20	大慕可可股份有限公司	死轉手	121	121	
21	大慕可可股份有限公司	妳歌	400	400	
22	大慕可可股份有限公司	鬼才之道	420	7,350	
23	大慕可可股份有限公司	995 小隊	450	450	
24	大慕可可股份有限公司	可不可以你也剛好喜歡我	570	570	
25	大慕可可股份有限公司	我娘	380	380	

被投資公司轉投資項目					單位：新臺幣萬元
序	被投資公司	轉投資項目	轉投資金額	捲動民間投入資金	捲動民間投入資金估算方式
26	大慕可可股份有限公司	神將	1,600	1,600	
27	大慕可可股份有限公司	我家的事	2,240	3,740	
28	大慕可可股份有限公司	山的那一邊，有鬼	263	5,250	
合計			16,074	35,951	

108 年至 112 年已投資案件於 112 年產生績效產值之被投資公司及專案營運概述			
序號	被投資公司	專案營運概述	投資作品範例
1	天使放大股份有限公司	<p>天使放大藉由母公司「貝殼放大」過去數年的文化創意群眾集資的經驗累積，看準產業需求，藉由「收益回報型投資」( Revenue Based Financing ) 模式，透過單項、專案作品的分潤式投資，以作品發行後的權利金收益抽成作為報酬，給予創作團隊最關鍵的資金支持，同時為投資者提供更劇保障的投資環境。截至 112 年「天使放大」已投資多項作品，類型多元囊括劇場、電影、影集、遊戲、新媒體、桌遊、音樂、劇本、紀錄片、實境節目等，其中「天使放大」投資由本院「內容開發專案計畫」劇本開發支持，改編自同名小說的律政影集《八尺門辯護人》，上架 Netflix 第 2 天即站上臺灣排行榜冠軍，該劇集是由鏡文學以國際製作規格為目標，所啟動的首部自製影集拍攝計畫，投資方除鏡文學外，還包括和發國際投資股份有限公司、潤泰興股份有限公司、香港電視娛樂有限公司、貝殼放大股份有限公司。「天使放大」未來陸續投入具前瞻的文化內容專案作品，期盼為文化內容產業創造更活絡市場。</p>	 <p>圖片來源：公視粉絲團</p>

108 年至 112 年已投資案件於 112 年產生績效產值之被投資公司及專案營運概述

序號	被投資公司	專案營運概述	投資作品範例
2	伯樂影業股份有限公司	<p>伯樂影業之共同投資者為推手影業，為臺灣具備實績的影視投資集團，投資暢銷作品包含《我的少女時代》、《花甲大人轉男孩》、《血觀音》等，並創下高內部報酬率。故伯樂則成為以消費者需求導向，且可帶入電影通路優勢與資源整合及多元平台對接的影視製作與投資公司。伯樂營運計劃係以一年挖掘四部影視題材並提供製作孵化金以培植影視潛力專案；而商業類型之電影，單片再投入不超過 1,000 萬資金再予以投資以利影片製作金資補充，並透過對 OTT 平台及國外發行公司將版權預售、代理發行等機制，將行銷風險降低，將臺灣影視作品質量提高。112 年「伯樂影業」投資《關於我和鬼變成家人的那件事》該片由知名演員許光漢、林柏宏出演，締造 112 年 3.63 億票房佳績，成為今年度臺灣華語電影票房冠軍，此外，該片於 Netflix 全球非英語電影排行榜位列第 7 名，在國際影展上更收獲了紐約亞洲影展、芝加哥亞洲躍動影展、納沙泰爾國際奇幻影展，共 3 座票選觀眾獎，寫下臺灣電影首次同時滿貫 3 項國際電影節觀眾票選獎的記錄。</p>	 <p>圖片來源：《關於我和鬼變成家人的那件事》官網</p>
3	大慕可可股份有限公司	<p>國際平台及串流市場的崛起，為產業帶來的轉型與成長商機，促使大慕影藝聯手凱擘、華研音樂共同成立「大曉創藝」，並與文策院共同投資「大慕可可」。透過「大曉創藝」三家股東以自身與國內、國際平台的良好合作關係及銜接經驗，與國發基金共同投資「大慕可可」，導入投資、開發、製作、市場行銷等資源與經驗，從娛樂產業最上游孵育年輕新秀團隊，有系統作為大慕可可未來年輕新題材與市場投資者之間的嫁接，打造出更多能對接國際平台、更年輕分眾的作品，填補國際市場的剛性需求同時，孵育出更多能架馭、開發多元題材。112 年「大慕可可」持續致力於對文化產業進行投資，其中代表作有《人選之人》劇集，由謝盈萱、戴立忍、黃健瑋及王淨等多位實力派演員出演，《我們與惡的距離》導演林君陽執導，該劇在 Netflix 上架後獲得廣泛好評，並成功登上 Netflix 臺灣排行榜冠軍。此外在金鐘獎上表現出色獲得 14 項提名，最終榮獲「迷你劇集獎」、「迷你劇集（電視電影）導演獎」、「戲劇類節目視覺特效獎」、「戲劇原創歌曲獎」共 4 項重要獎項。</p>	 <p>圖片來源：人選之人官網</p>

108 年至 112 年已投資案件於 112 年產生績效產值之被投資公司及專案營運概述

序號	被投資公司	專案營運概述	投資作品範例
4	柒拾陸號原子股份有限公司	<p>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」 ( Studio76 ) 於 2019 年 10 月成立，鎖定新創電影、電速劇、迷你影集等針對 OTT 影音串流平台需求之影視規格，強調「輕體量化」但「高黏著度」概念，並整合平台、音樂、營銷、版權等資源，將 IP 多角化發展，以優質影視內容為發展核心，串連 IP 泛娛樂產業鏈。「柒拾陸號原子」是文策院執行「文化內容投資計畫」後成功投出的第一案。以 KKBOX 集團的 KKG 為主要投資者，首輪募資便取得資金約新台幣 1 億元，文策院占其中 4,500 萬元，後續並有日本等多個亞洲跨區域媒體集團加入股東行列。文策院藉由多方投資人的合作，拉抬資金總額，進而促成產製模式的創新嘗試。「柒拾陸號原子」以三年三十部戲劇為目標，運用多方投資的合作模式，減低投資風險，109 年首波推出由網路小說家「不帶劍」短篇恐怖故事改編而成的短片《76 號恐怖書店之恐懼罐頭》，在 myVideo 首播時每集皆超過 10 萬次觀看。</p> <p>「柒拾陸號原子」持續新增影集、音樂等多項作品，110 年出品電視劇《追兇五百天》獲金鐘獎、亞洲電視等提名後，於 111 年再度推出的女性心理驚悚懸疑作品《我是自願讓他殺了我》，獲得新加坡亞洲內容大獎之最佳亞洲劇情片或電視電影、第 27 屆亞洲電視大獎電視電影最佳單元劇、第 5 屆亞洲影藝創意大獎電視電影最佳單集戲劇等多項獎項，112 年推出《倒數回擊》，並成為 112 年桃園國際影展閉幕片，預計於 2024 年第一季全球發售。</p>	 <p>圖片來源：柒拾陸號原子官網</p>
5	XRSPACE HOLDING LIMITED	<p>本院與「鴻揚創業投資股份有限公司」共同投資「未來市股份有限公司 ( XRSPACE HOLDING LIMITED ) 」，XRSPACE 係由周永明先生於 2017 年 4 月創立，為全球數一數二結合擴增實境 ( AR )、虛擬實境 ( VR )、5G 及人工智慧 ( AI ) 等多項創新技術領先應用的公司。在全世界元宇宙變成炙手可熱話題之前，XRSPACE 已致力打造推動元宇宙多時，並且累積了相當的技術跟 Know-how，尤其是 3D 空間、虛擬人、內容同步與即時互動，並研發出 PartyOn 與 GOXR 兩大產品，透過人性化產品設計、便利的使用介面及豐富流暢的產品功能，為使用者帶來全新的感受。XRSPACE 未來持續布局內容端、平台端、技術端進行產業整合，擴大旗下產品 GOXR、PartyOn 產品應用至 Line 社群、空間導覽、工作坊及藝廊，另與跨國電信商攜手合作，未來將深耕虛擬人與即時互動等垂直技術，協助各界內容 IP 數位轉型，在虛擬世界中創造不同的可能性。</p>	 <p>圖片來源：XRSPACE CO., LTD 官網</p>

108 年至 112 年已投資案件於 112 年產生績效產值之被投資公司及專案營運概述

序號	被投資公司	專案營運概述	投資作品範例
6	翔英融創股份有限公司	<p>本院以國發基金與洄瀾智匯股份有限公司，共同成立「翔英融創股份有限公司」。翔英融創專注打造內容具有國際輸出可能的 IP 以及參與跨產業製作委員會並應用國際級的影視平台將優秀的內容發揮最大價值，在後疫情時代，有機會藉由投資翔英融創，扮演國際產業鏈中重要角色。翔英融創將與智寶國際一同協力，透過其專業投資動漫遊戲 IP 及智財權授權暨製片管理經驗，及在東京設有子公司負責與日方直接接洽。智寶國際已多次成功和如東京電視台、AT*X、講談社、角川等多家日本大公司組成製作委員會。讓臺灣優秀作品、製作公司也能打入日本 ACG 產業鏈，突破臺灣市場規模小、動漫產業單打獨鬥又資源貧瘠的現況。透過投資「翔英融創」預期成為日本動漫產業鏈的一環，讓臺灣作品有機會搭上直通車前往世界，其次也能參與日本頂級作品的投資、製作、或分享發行所產生的機會與利益。</p>	 <p>翔英融創股份有限公司            圖片來源：翔英融創股份有限公司官網</p>
7	大貓工作室股份有限公司	<p>大貓工作室股份有限公司於 2012 年成立，為臺灣少數專注於原創內容開發的動畫工作室。在過去的十年裡，大貓工作室從最初的動畫短片開始，逐步擴大到動畫影集的製作。大貓工作室於 2021 年推出了臺灣首部以原創漫畫改編的動畫影集《勇者動畫系列》，並由公共電視出資、監製與發行，大貓工作室與羊王創映聯合製作，為臺灣原創動畫首次登上國際版。《勇者動畫第二季》為臺灣原生漫畫改編動漫的成功作品，從劇情整合、動畫版角色挑選、特效畫面、到音樂及美術製作，皆找尋各領域中擁有豐富經驗的臺灣團隊合作，讓原生漫畫在跨領域內容業者的合作下，呈現出最優質的動漫效果，在公視取得第一季的動畫版權與原著漫畫改編權之情況下，《勇者動畫第二季》得以讓漫畫與動畫在推廣、授權、行銷和商業活動上進行資源整合，改善既有的商業模式，也為作品增添變現的機會。除了延續《勇者動畫》第一季在 Netflix、HBO 播出，此次《勇者動畫第二季》也有機會與 Disney+、Hulu、iQiyi 等其他知名串流平台的合作，強化臺灣原著作品的國際能見度。</p>	 <p>勇者動畫系列            圖片來源：大貓工作室有限公司官網</p>
8	超級傳播股份有限公司	<p>超級傳播股份有限公司「超視」於 1995 年 10 月 10 日開台，成立之初即以全方位綜合頻道為主要訴求，經過多次調整頻道屬性後，於 2011 年起，以全新節目內容在 33 頻道重新出發，並於 2011 年 7 月提升以 16：9 格式製播、為當時全台唯一全 HD 高畫質頻道。2015 年 11 月 10 日，「超視」變更為「東森超視」，製播的強檔綜</p>	 <p>阿叔            圖片來源：超級傳播股份有限公司官網</p>

108 年至 112 年已投資案件於 112 年產生績效產值之被投資公司及專案營運概述			
序號	被投資公司	專案營運概述	投資作品範例
		<p>藝節目深受觀眾喜愛，並屢獲電視金鐘獎肯定。此次於東森超視及華視首播之日播劇《阿叔》，以修復家具為軸線，描繪了一個平凡而真摯的故事，彰顯了家具修復師的職業精神和傳統技藝的價值。觀眾將在劇中感受到美學的饗宴和情感的觸動，並進一步認識到家具背後所承載的故事和價值，該劇不僅關注著家具修復本身，更展示了人與物、傳統與現代、家族與個人之間的平衡，以及如何在現代社會中保護和傳承傳統技藝的價值。《阿叔》目前也已於新媒體串流平台 Netflix 及 LINE TV 播映，為本院今年投資專案在 Netflix 平台播映的影集之一。</p>	
9	氧氣電影有限公司	<p>氧氣電影有限公司由瞿友寧導演成立，20 年以來希望憑藉精準的市場分析和觀察，這樣才能創作出直搗人心、讓觀眾深感共鳴的作品，往往在上映或播出後激起一波波討論，從早期的《薔薇之戀》、《惡作劇之吻》系列、《我可能不會愛你》，再到《花甲男孩轉大人》、《刻在你心底的名字》，引發海內外話題熱潮。馬克作家於 2008 年部落格起家，迄今累積粉絲數超越 89 萬，熱門網路圖文創作 IP 成功轉化為跨領域創作內容，出版書籍、發行貼圖，改編為舞台劇《五斗米靠腰》也相當成功，是成功由「部落格」起家的作品進行 IP 轉譯案例。導演瞿友寧擁有將電影國際化的能力，過去數部作品皆有在國際影展創下極佳的口碑，《他馬克老闆》改編自人氣 IP、圖文插畫家《我是馬克》的同名主角上班族漫畫系列，演出讓上班族最有共感的社畜人生，由創意卡司盧廣仲、黃宣、旺福小民等知名卡司共同演出勵志喜劇，並打造了《他馬克老闆》電影裝置展及周邊商品，進一步擴大該 IP 的影響力及效益。</p>	 <p>圖片來源：氧氣電影有限公司 FB</p>

**1-1-2 優化投資機制以加速投資：優化投資機制及办理流程，促成投資至少 12 案，並辦理說明會，說明會之滿意度須達 80%。**

**績效說明：**

今年度本院持續優化投資機制與办理流程，包含國發基金投資與多元內容投資，共計促成 64 案投資案。

為優化文化內容產業資金生態系，本院因應文化內容產業的特殊性，深入投資痛點，優化投資策略，透過投資多元化產業、針對生態圈各環節進行策略性投資，同時兼重新創事業與商業模式創新之事業等作為多元投資策略模式，結合投資專家諮詢及媒合機制等措施，交互運用以作為評定投資之參據。透過導入多元資金，帶動民間資金投入文化內容產業，同時增加被投資事業之業務相互串接的機會，以提升文化內容產值與加速文化內容規模化等效益，活絡臺灣文化內容產業。

過往執行「文化內容投資計畫」須以公司股權做為投資標的，部分以契約為基礎之專案形式尋求投資的案件因不符要點規範，故另協助對接其他合適資金資源，亦略影響投資進案機會。為促成更多資金投入文化內容產業，本院持續與文化部、國發基金溝通，針對整體投資流程改善方向包含如下：

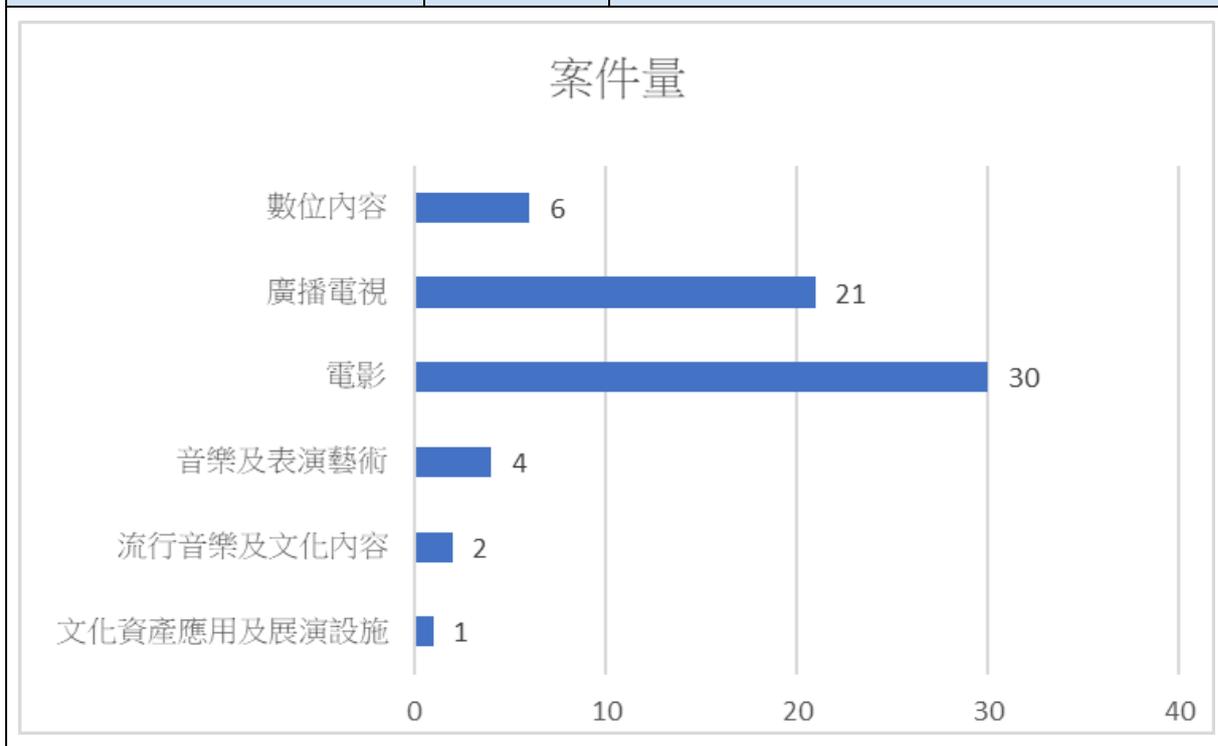
(1) 增加專案型投資對象 (2) 增加被投資事業經營團隊激勵措施 (3) 簡化小型投資案之投資審議流程 (4) 被投資事業為有限合夥或專案投資型態，解除民間共同投資方資金不得低於文策院投資金額 1/3，文策院不得為最大股東等限制；其中專案投資型態可不搭配共同投資方等限制。

(5) 專案投資型態，增訂申請預投審查制度，暫無共投方可先申請投資審查再找民間共投資金。112 年度專案型投資案件數高達 56 案、股權投資案 8 案，總計為 64 案。期透過上述改善整體投資流程之策進辦法，由國發基金連同民間資金共同投資文化內容產業，為臺灣文化內容產業注入活水。

另外針對一般型態的影視專案投資流程優化，若符合小型專案之投資案，給予大幅簡化申請和審查程序，逐月將具有政策意義且通過院內政策評估會的案件，納入綠色通道批次進行投資審議會，透過內部機制的優化策略以提高投資審議效率。截至 112 年 12 月，影視專案之國發核准投資案件數達 47 案。

112 年投資 64 案之產業類別統計及圖表 (含國發基金與多元內容投資)		
產業類別	案件量	投資核准額 (單位：新臺幣元)

數位內容	6	103,937,000
廣播電視	21	379,750,073
電影	30	582,939,108
音樂及表演藝術	4	63,699,760
流行音樂及文化內容	2	9,416,550
文化資產應用及展演設施	1	3,000,000
總計	64	1,142,742,491



【註】產業類別統計按《文化創意產業發展法》規定，包括音樂及表演藝術產業、流行音樂及文化內容、電影產業、出版產業等 15 個產業（另包括其他經中央主管機關指定之產業，如文化科技產業）。

專案投資與股權投資之案件量與產業類別統計		
投資方式	案件量	產業類別
專案投資	56	<ul style="list-style-type: none"> <li>流行音樂及文化內容：1 案</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 音樂及表演藝術：2 案</li> <li>● 電影：28 案</li> <li>● 廣播電視：21 案</li> <li>● 數位內容：3 案</li> <li>● 文化資產應用及展演設施產業：1 案</li> </ul>
股權投資	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 流行音樂及文化內容：1 案</li> <li>● 音樂及表演藝術：2 案</li> <li>● 電影：2 案</li> <li>● 數位內容：3 案</li> </ul>

在辦理說明會方面，112 年本院持續辦理各產業投資說明會，積極促成投資案，主動尋求不同產業別且具投資需求的業者，並搭配各領域別進行投資說明會。結合本院融資服務，已針對影視、音樂、遊戲及出版業等文化內容產業舉辦 10 場投融資說明會，說明會之滿意度平均為 91.5%。透過積極與業者進行交流與諮詢輔導，朝促成指標投資案的目標，持續透過國發基金的投資引入更多民間資金參與。

投融資服務說明會列表					
序	場次日期	專場名稱	地點	地點	參與人數
1	112/4/12	投融資服務說明會影視局電影組專場	文化部影視局	臺北市	43
2	112/6/5	投融資服務說明會未來內容專場 (臺北場)	digiBlock C 數位創新基地	臺北市	92
3	112/6/8	投融資服務說明會遊戲產業專場	digiBlock C 數位創新基地	臺北市	34
4	112/6/19	投融資服務說明會未來內容專場 (高雄場)	亞灣新創園戰情室	高雄市	31
5	112/7/12	投融資服務說明會廣電產業專場	文化部影視局	臺北市	24
6	112/7/18	投融資服務說明會廣電產業專場	文化部影視局	臺北市	22
7	112/9/21	投融資說明會-流行音樂產業專場	臺北流行音樂中心產業區	臺北市	66
8	112/9/22	投資服務說明會-影視局電影組專場	文化部影視局	臺北市	29

投融資服務說明會列表					
9	112/10/4	文策院服務說明會-出版產業專場	升級商務中心-松江 101 館	臺北市	257
10	112/11/14	臺南市產業小聚	臺南文創 PLUS	臺南市	43
小計：共 641 人					

**1-1-3 推動政策性融資工具，支持產業發展：持續優化貸款與利息補貼申請機制，強化與金融機構及業者觀念之溝通交流，促成 1.2 億元之融資規模，其中加強文化創意產業升級轉型貸款之融資至少 6,000 萬元。**

**績效說明：**

112 年度送件之常態性融資申請案核定通過共計 25 件，核定融資總金額共計 2 億 9,810 萬元整。各方案之細目如下表：

類別	融資方案名稱	核定件數	核定通過之「貸款」總金額 / 核定「獲利息補貼」之貸款總金額 (元)
貸款	加強文化創意產業升級轉型貸款	13	172,300,000
利息補貼	支持文化創意產業貸款利息補貼	12	125,800,000
核定通過融資案件總計：		25	298,100,000

本院融資服務主軸，係透過政策性貸款之申請輔導機制，協助業者建立中長期資金規劃觀念，並瞭解如何與金融機構建立正向之合作關係，以利長期營運發展；現階段以下列服務方向為主，並配合產業需求及環境變動，持續調整與優化：

一、於融資申請過程中，協助業者與銀行溝通，並提供相關諮詢輔導。除協助銀行瞭解業者之實際需求與情況，亦同時協助銀行對業者說明有關申貸條件之建議調整原因、就業者實際情況建議較可行之募資或貸款申請策略等，並視業者實際需求，酌予安排財務、法務等專業顧問諮詢服務；過程中並持續累積對文化內容業者之友善銀行（分行）名單，並視實際需求協助媒合。

二、辦理融資服務說明會，奠定文化金融知識基礎及本院服務內容宣導。每月固定辦理常態性線上說明會，提供普遍性、整合性之融資服務說明，

同時帶入與銀行溝通技巧及資金規劃知識點；並持續與內容產業相關公協會組織、政府機關及新創輔導單位合作客製化之專場說明會，除本院融資服務外，並配合說明會主題及受眾需求，視情況導入本院之投資、CSR 媒合、文化創業加速計畫、文策學院、各項內容開發支持計畫等資源介紹，以利業者瞭解本院協力方向。

本院運用最高 9 成之信用保證提升銀行的放貸信心，並以利息補貼措施緩解業者的營運資金壓力。同時為強化對文化內容產業之協助，本院 112 年度修正「支持文化創意產業貸款利息補貼作業要點」並公告施行。本次修訂重點包括：(1) 統一擴大申請人之負責人非我國國民之適用範圍，以符合產業需求現況，增加「外僑永久居留證」之適用(2) 統一依銀行融資業務實務作法，明確定義各項貸款及利息補貼適用之貸款期限及寬限期(3) 簡化升級轉型貸款之各類額度規定，取消「營運週轉金申請上限 3,000 萬元」之規定，以利業者彈性運用融資申請額度(4) 放寬升級轉型貸款第一至三類之利息補貼計算起日，改以「貸款動撥日」為準，以使業者適用利息補貼優惠更具彈性(5) 簡化利息補貼申請之應備文件(6) 因應未來升息趨勢並配合文化部政策，明訂於 111 年 1 月 1 日前提出申請之文化創意產業青創貸款及演藝團體紓困貸款之補貼年利率，不受補貼利率上限 2%之限制(7) 考量產業需求變動情況，統一增列「有關事項如有疑義或未盡事宜，由本院解釋之」文字(8) 未來融資要點修訂皆得由董事長核定後據以執行，以簡化融資要點修訂程序。透過此次修訂，簡化業者申請程序並完備本院融資制度程序，加速業者取得融資活水，緩解營運壓力。113 年本院繼續配合產業及環境變動，將持續優化貸款與利息補貼申請機制，強化文化內容業者與金融機構之溝通交流。

**1-1-4 整合資源策進文化創業團隊：導入新創孵化器/加速器概念，每期招募 20 家具經營潛力的文化內容及科技團隊，提供創業營運課程、專業諮詢、社群交流活動、DEMO DAY 和投資媒合等資源，打造最具指標性的文化內容創業孵育平臺，協助創業團隊培養產業經營思維，完備自主商業營運及提案對接投資人的能力，並協助至少 5 家潛力業者成功對接(媒合)資源。**

**績效說明：**

本院以「文化創業加速器」建立創作者、經營者和投資者三方資源對接的媒合平臺，提供培訓課程、專業諮詢、社群交流活動、新創媒合大會等各項資源，建立新創團隊從起步到邁向市場的完整孵育支持，促進臺灣文化內容產業以企業經營思維淬鍊潛力商業模式，協力加速產業數位轉型升級和扶植產業發展，進而帶動民間投資的動能。

112 年度為第四期，共 20 組團隊入選，本期規劃 18 門「創業營運課程」，總共 47 學分，包含 10 學分必修課、37 學分選修課及 80 小時一對一專業諮詢。為促進新創團隊之間的互動及異業合作之可能，增加團隊與業師、投資人交流機會，課程期間共舉辦 4 場不同類型的產業交流活動。此外，計畫成果於 112 年度 12 月 1 日舉辦 Demo Day 暨媒合交流大會，以提供團隊公開提案的舞臺及促成投資媒合洽談為目標，共 113 場一對一媒合洽談。

自 110 年以來，本院共輔導 91 家新創團隊完整參與「文化創業加速器」，112 年度本院協助歷年創業加速器業者成功對接媒合資源共 16 案，包括 4 案協助成功對接國發基金股權投資（已完成簽約 2 案包括：水成禾股份有限公司、創利內容股份有限公司；剩餘 2 案尚未簽約者為：音樂及表演藝術產業之公司及數位內容產業之公司）、3 案對接銀行融資服務並成功核貸、9 案成功對接 ESG 資源（三小文創有限公司與太平洋崇光百貨、島內散步與臺灣美創、大禾音樂製作有限公司與信義房屋、合為貴有限公司與研華、果陀劇場與建興儲存科技(股)公司、果陀劇場與友訊科技股份有限公司、移動故事屋有限公司與友訊科技股份有限公司、半隻羊立體書實驗室與益鈞環保科技、三小文創有限公司與建興儲存科技(股)公司）。後續搭配本院的文化內容投資計畫或文化創意產業青年創業及啟動金貸款、利息補貼等多元資金管道，持續帶動民間企業資金投入，帶動文化新創風潮。

協助歷年創業加速器團隊於 112 年成功對接 ESG 資源			
序	創業團隊	對接企業名稱	合作模式
1	三小文創有限公司	太平洋崇光百貨(股)公司	深耕雲林的三小文創，長期與在地生產者們一起推動友善農業，飲食文化的故事，更透過舉辦市集與發行刊物推廣食農教育。本次透過本院輔導及引介，與遠東 SOGO 百貨共同舉行「地方野食力-春季地域物產展」，攜手響應 SOGO 永續月及 2023 世界地球日，將當季物產與友善土地精神直送給台北的顧客，實踐永續與零浪費的共好可能。
2	島內散步(股)公司	臺灣美創(股)公司	美創(Metrohm)是成立超過 70 年的一家瑞士公司，生產化學分析精密儀器，客戶包含台積電、台大實驗室等，2021 年正式成立臺灣美創，目前員工 60 人，多為化學化工背景。本院媒合島內散步為臺灣美創規劃文化永續員工旅遊，開啟理工男的五感，手作活動更增加團隊精神，提升向心力及想像力，並推廣倡導永續的消費意識。
3	合為貴有限公司	研華(股)公司	為慶祝研華科技創立 40 周年，由企業購票提供給同仁參加「貴人散步音樂節」。LUCfest 貴人散步音樂節是從臺灣出發，連結亞洲、放眼世界的 showcase 論壇和音樂節，自 2017 年起已在臺南連續舉辦六屆，為臺南帶來國際級的音樂饗宴。
4	大禾音樂製作有限公司	信義房屋(股)公司	信義房屋關懷人文，深入各社區，致力於提升人與人的關係。因本院引介認識大禾音樂獨特創作音樂的方式，進而與大禾攜手參加亞太永續博覽會，利用錄音艙傾聽臺灣聲音的樣貌，透過耳朵認識我們自然環境、用心聆聽達到有效的深度溝通。
5	果陀劇場	建興儲存科技(股)公司	建興儲存專注於光儲存產業，使用業界領先的關鍵零組件、In-house R&D 團隊獨家開發韌體、業界最先進精密檢測設備，提供 100%台灣製造的高規格訂制產品。1999 年成立以來致力在本業發展，進入 21 世紀，逐步規劃企業社會責任，希望回饋利害關係人，也因此積極參與文策院共創工作坊，並支持藝文活動，購買果陀劇場劇目《淡水小鎮》，提供做為員工福利。
6	果陀劇場	友訊科技股份有限公司	D-Link 友訊科技為全球網通產業領導品牌，專注於電腦網路設備的設計開發，研發科技智能產品及打造 MIT 智慧產業。為鼓勵員工參與內部志工活動的「點點公益藝起來」計畫，本院媒合果陀劇場《冒牌天使》、《妳和我和他的真相》、《最後 14 堂星期二的課》票券，作為參與活動福利並支持臺灣本土藝文團隊。

協助歷年創業加速器團隊於 112 年成功對接 ESG 資源			
序	創業團隊	對接企業名稱	合作模式
7	移動故事屋有限公司	友訊科技股份有限公司	D-Link 友訊科技為全球網通產業領導品牌，專注於電腦網路設備的設計開發，研發科技智能產品及打造 MIT 智慧產業。為鼓勵員工參與內部志工活動的「點點公益 藝起來」計畫，本院媒合移動故事屋劇目《神奇動物研究所》票券，作為參與活動福利並支持臺灣本土藝文團隊。
8	半隻羊立體書實驗室	益鈞環保科技	益鈞環保科技針對廢棄、瑕疵尿布及相關下腳料進行回收及利用，透過獨家專業技術分解為塑膠、紙纖與高吸水分子，為台灣首家尿布回收處理企業；本院媒合半隻羊立體書實驗室為益鈞環科將紙纖、紙材延伸運用，透過展覽、藝術品、手作活動的方式與民眾溝通，運用文化影響力概念倡導永續意識。
9	三小文創有限公司	建興儲存科技(股)公司	透過 111 年優樂地永續服務，媒合「建興儲存科技(股)公司」與「三小文創有限公司」，引動建興儲存科技(股)公司支持文化食農的行動。
【註】本院官網 ESG for Culture 專區： <a href="https://finance.taicca.tw/csr">https://finance.taicca.tw/csr</a>			

### 1-2-5 支持內容產製以提昇內容質量：支持產業投入內容開發，協助 20 案進入國內外創投單元，10 案進入製作開拍、發行或上架。

為提升臺灣影視內容對接市場機制，文策院提供誘因引導產業走向市場化流程，從開發、籌資、製作到市場各階段，支持影視產業整體開展。以內容投資為導向，以文化內容產業特性延伸，將單案導入投資邏輯。本院推動「內容開發專案計畫-前期開發支持」有別於輔導金評審委員選案模式，讓各種作品類型題材在開發期直接面對市場籌資，鼓勵參與包含 TCCF 創意內容大會在內的各國重要市場展提案單元，藉以支持臺灣原生內容打開國際市佔率之組織願景。本院 112 年度透過「內容開發專案計畫 - 前期開發支持」協助 21 案進入國內外創投單元，22 案進入製作開拍、發行或上架之案數。詳細如下：

#### 1. 協助進入國內外創投單元

今年共協助 21 案進入國內外創投單元及影展獎節，包含：《壞男孩》獲選為 112 年 KFF 高雄電影節閉幕片；《人選之人-造浪者》與《和平歸來》入圍第 58 屆金鐘獎迷你劇集獎；《周處除三害》獲得第 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》獲得第 60 屆金馬獎最佳攝影、《女鬼橋 2》第 60 屆金馬獎兩項入圍；《囂搞秀》入選「2023 安錫國際動畫影展暨市場展」臺灣專場；《魔力趣夜市》入選「2023 安錫國際動畫影展暨市場展」臺灣專場；《詐騙一家》入選 112 年香港亞洲電影投資會 (HAF) 發展中項目 (IDP)；《狂飆》入選 112 年香港亞洲電影投資會 (HAF) 發展中項目 (IDP)；《蟲》入選 112 年柏林市場展臺灣亮點單元、《臺北少年·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·這麼近》、《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》入選 112 年金馬創投會議。

## 2. 進入製作開拍、發行或上架之作品

今年共協助 22 案進入製作開拍、發行或上架，包括：《不夠善良的我們》、《來！金來號！》、《第一次遇見花香的那刻第 2 季》、《東離劍遊紀 4》、《東離劍遊紀最終劇場版》、《夏日的檸檬草》、《彈一場完美戀愛》、《不如海邊吹吹風》、《女孩上場第二季》、《誰是被害者 2》、《蟲》、《何百芮的地獄毒白：第二季》、《童話故事下集》、《奇蹟》、《女鬼橋 2》、《人選之人-造浪者》、《和平歸來》、《做工的人電影版》、《周處除三害》、《壞男孩》、《老狐狸》、《八尺門的辯護人》等各類型作品。

「內容開發專案計畫-前期開發支持」112 年進入製作開拍、發行或上架之案件

序號	案名	製作階段	劇照或相關新聞報導圖片
1	不夠善良的我們	製作	 <p>圖片來源：官網</p>
2	來！金來號！	製作	 <p>圖片來源：官網</p>
3	第一次遇見花香的那刻 (第 2 季)	製作	 <p>圖片來源：官網</p>
4	東離劍遊紀 (第 4 季)	製作	 <p>圖片來源：官網</p>

「內容開發專案計畫-前期開發支持」112 年進入製作開拍、發行或上架之案件

序號	案名	製作階段	劇照或相關新聞報導圖片
5	東離劍遊紀 (最終季劇場版)	製作	 <p>圖片來源：官網</p>
6	夏日的檸檬草	製作	 <p>圖片來源：鏡傳媒新聞報導</p>
7	彈一場完美戀愛	製作	 <p>圖片來源：GagaOOLala</p>
8	不如海邊吹吹風	製作	 <p>圖片來源：鏡傳媒新聞報導</p>

「內容開發專案計畫-前期開發支持」112 年進入製作開拍、發行或上架之案件

序號	案名	製作階段	劇照或相關新聞報導圖片
9	女孩上場 (第 2 季)	製作	 <p>圖片來源：官網</p>
10	誰是受害者 (第 2 季)	製作	 <p>圖片來源：Netflix</p>
11	蟲	製作	 <p>王凱民導演影展提案，圖片來源：中央社</p>
12	何百芮的地獄毒白 (第二季)	製作	 <p>圖片來源：官網</p>

「內容開發專案計畫-前期開發支持」112 年進入製作開拍、發行或上架之案件

序號	案名	製作階段	劇照或相關新聞報導圖片
13	童話故事 (下集)	製作	 <p>童話故事下集</p> <p>圖片來源：官網</p>
14	奇蹟	播映	 <p>奇蹟 KISEKI</p> <p>圖片來源：官網</p>
15	女鬼橋 (第 2 集)	播映	 <p>全新校園傳說 恐懼再度來襲 「日地惡靈鬼橋」在神羅好了嗎 女鬼橋 怨鬼樓 10月13號星期五 全台戲院上映</p> <p>圖片來源：官網</p>
16	人選之人：造浪者	播映	 <p>NETFLIX 獨家 WAVE MAKERS 人選之人 NETFLIX 獨家   4月28日</p> <p>圖片來源：官網</p>

「內容開發專案計畫-前期開發支持」112 年進入製作開拍、發行或上架之案件

序號	案名	製作階段	劇照或相關新聞報導圖片
17	和平歸來	播映	 <p>圖片來源：官網</p>
18	做工的人電影版	播映	 <p>圖片來源：官網</p>
19	周處除三害	播映	 <p>圖片來源：官網</p>
20	壞男孩	播映	 <p>圖片來源：官網</p>

「內容開發專案計畫-前期開發支持」112 年進入製作開拍、發行或上架之案件			
序號	案名	製作階段	劇照或相關新聞報導圖片
21	老狐狸	播映	 <p>圖片來源：官網</p>
22	八尺門的辯護人	播映	 <p>圖片來源：官網</p>

1-2-6 促成跨業合作及 IP 多元應用：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。

#### 績效說明：

為推動臺灣原創 IP 多元轉譯與跨界媒合，本院持續引導小說、漫畫等出版 IP 參與市場驗證，並透過市場行銷、數據、海外展會、跨域媒合及人才培育等多元支持工具，強化出版 IP 對接泛娛樂產業圈，讓跨域業者能透過符合市場期待且擁有知名度的 IP 為基礎進行開發，藉以降低投資風險並提升跨域產品效益，並拓展國內外市場。

112 年本院透過多元機制及策略，支持具市場驗證特質且獲得良好表現的原創臺漫 IP 內容與泛娛樂產業洽談跨域合作，捲動 15 個原創臺灣漫畫 IP 作品與泛娛樂產業進行多元發展合作，完成 IP 跨域合作案 12 案，類型包括：展覽授權、漫畫轉動畫開發、漫畫周邊 IP 開發、漫畫 IP 開發影視內容、出版與影視媒合。其中 6 案為漫畫與影視 IP 跨域開發案，包含《前進

吧！獅子》、《乩身》、《最後的魔術家族》等案，並於 CCC 追漫台進行數位連載。1 案為漫畫 IP 跨 ACG 開發案、1 案實體展覽授權（臺中動漫節）、1 案漫畫 IP 延伸周邊授權合作計畫。3 案為出版轉影視，包含《永夜山》、《不會通靈的寵物溝通師：默默咖啡館的萌寵兒故事》、《成為怪物以前》，其中《成為怪物之前》於 112 年 TCCF 創意內容大會獲得臺灣大哥大 My Video 創新映像獎。透過以上措施，促使優秀 IP 多元發展且跨域改編應用，為產業注入新的開發能量。



《成為怪物之前》112 年 TCCF 大會獲得臺灣大哥大 My Video 創新映像獎

## 貳、推動臺灣文化科技力

2-1-1 跳脫內容補助思維，拆解原型及製作階段，以戰代訓：將傳統內容補助計畫拆解為原型開發 10 案以上及製作支持 4 案以上。

### 績效說明：

為捲動更多文化內容業者及科技業者投入新型態內容開發，本院執行「未來內容原型開發支持方案」，共計支持 22 組團隊進行作品與服務原型開發；另「市場導向之未來內容支持計畫」，共計支持 10 組團隊開發具市場

性的新型態作品與服務。涵蓋產業類型包含表演藝術、視覺藝術、遊戲、動畫、漫畫、音樂、影視等。相關具體成果說明如下：

### 1. 未來內容原型開發支持方案

為推動更多文化內容結合科技應用，以創新思維探索未來內容體驗的可能性，發掘及培育更多內容應用與科技跨界作品，進而策進臺灣文化科技產業生態系發展，本院持續推出「2023年未來內容原型開發支持方案」，鼓勵業者運用 5G、AVMR 及多元科技技術，投入新型態內容原型開發，並透過商模淬鍊與驗證機制對接市場。本方案申請件數共計 76 件，提案類型含括表演藝術、視覺藝術、ACG、出版以及影視音作品等，運用技術類型包含 5G 技術、AVMR、AI 人工智慧，以及感測技術等。本次徵件作業經專業評選委員逐案遴選，最終創新內容體驗組選出 15 案、技術應用創新組選出 7 案，112 年度共計 22 案獲選。

### 2. 市場導向之未來內容支持計畫

為迎合文化內容與科技跨域應用的發展趨勢，本院延續 111 年「原型」與「製作」二階段的支持方式，於 112 年推出「市場導向之未來內容支持計畫」（111 年原名「未來內容製作支持計畫」），鼓勵業者以文化內容為主題、創意為核心，結合文化與科技，開發具市場發展潛力、跨域共創的新型態內容與服務。藉由提供部分開發資金，降低業者開發成本與風險，促使更多資源、人才投入跨域共創，催生具市場潛力的產品與服務，進而促成文化科技產業成型。

本計畫共計 80 件申請案，經委員逐案遴選，112 年度共計支持 10 組團隊，包含運用 5G、VR、AR、遊戲引擎、AI、3D 建模、3D 6DoF LIVE MoCap、RFID 電子標籤、IoT 多裝置控制系統等技術，開發 Vtuber 及 Vtuber 線上演唱會、XR 互動展、影音串連遊戲、VR 影像、沉浸式遊戲劇場等作品，及 3D 影像素材庫、AI 翻譯、AI 繪圖、AR 直播等內容，涵蓋產業類型包括：表演藝術、視覺藝術、遊戲、動畫、漫畫、音樂、影視等。

112 年未來內容原型開發支持方案獲選名單		
序號	申請單位	計畫名稱
一、創新內容體驗組		

112 年未來內容原型開發支持方案獲選名單		
序號	申請單位	計畫名稱
1	InTW 舞影工作室	《The Awake》舞蹈 VR 互動虛實整合創作計畫
2	社團法人台灣視覺藝術協會	沉浸聲系統整合開發與無障礙展演運用
3	打打影像有限公司	戲院與我
4	光電音造社	超立體維度彩樓 掌中奇緣
5	光癮嗜艷有限公司	故事進行中-沉浸式行動投影繪本
6	固態記憶有限公司	COSER-SCAN 快速掃描體驗服務
7	映光影像工作室	雞鳴的時候有人上了岸
8	原金國際有限公司	妖怪森林沉浸式互動展演
9	新勝景掌中劇團	《尋氣》Unreal x 布袋戲
10	夢想創造股份有限公司	Moonshot AI 平台營運暨社群營造計畫 – 雲端藝廊交流平台建置
11	潛艇藝術有限公司	沉浸式實驗酒吧 Submarine Abyss
12	橡實洞遊戲有限公司	《宵待草綺譚》—夢迴日治時期珈琲店女給時代之六軸多人協作沉浸式 VR 互動劇場
13	繆奇遊戲有限公司	台灣科幻 SRPG 獨立遊戲開發計畫
14	擺擺映畫工作室	《The Insider》XR 沉浸式劇場體驗 - 互動展演計畫
15	黑洞股份有限公司	0x0 3D MV 遊戲計畫
二、技術應用創新組		
16	木下日本動畫有限公司	AI 技術繪製應用於動畫與 IP 發展
17	有聲度創意設計工作室	AI 動畫製程商用原型開發專案
18	律森文化事業有限公司	音樂取樣 AI 美感提升計畫

112 年未來內容原型開發支持方案獲選名單		
序號	申請單位	計畫名稱
19	能火動畫有限公司	結合 Podcast 語音與其既有 3D IP 之整合 AI 文字驅動 3D 模型 Unreal 應用軟體原型
21	發福創造有限公司	「AI 神明讓你問到明」神經網絡虛實互動技術開發計畫
22	穀米機工有限公司	軟性機械：次世代人機介面解決方案

112 年市場導向之未來內容支持計畫獲選名單		
序號	申請單位	計畫名稱
一、內容組		
1	有病制作所股份有限公司	跨界融合遊戲與短影音平台粉絲經濟 IP 開發計畫
2	光電音造社	光電音造八洞妖
3	宇萌數位科技股份有限公司	迴路花園之元宇宙展演開發計畫
4	艾德萊娛樂股份有限公司、 遠星文創股份有限公司	「成為奪心魔之必要」AI VTUBER 開發推廣計畫
5	宏達國際電子股份有限公司	台灣首創 6 DoF 全自由視角 3D Vtuber 演唱會：鏡花水月 Taiwan's First 6DoF Panoramic 3D Vtuber Virtual Concert: Illusionary
6	神不在場有限公司	慾釀-沉浸式互動展演計畫
二、技術組		
7	幻製研所股份有限公司	影視的速度與激擎：虛擬美術大躍進
8	台灣威亞數位科技股份有限公司	「AI 多語精靈」技術開發及整合應用模型建立

112 年市場導向之未來內容支持計畫獲選名單		
序號	申請單位	計畫名稱
9	交點創意股份有限公司	虛實融合影像的整合製作 - AR 直播與現場沉浸式 VJ
10	銀展創藝股份有限公司	AI 漫畫加速器 2.0 開發計畫

2-1-2 與國內外機構合作，促成產業人才交流：持續深化臺灣未來內容產業人才之國內外連結，與國內外機構合作，辦理 6 場以上交流活動，促成 3 件合作案。

績效說明：

112 年度本院與國內外文化內容相關機構合作，合作對象包括：中華民國對外貿易發展協會、臺北市電腦商業同業公會、臺北流行音樂中心、法國國家電影與動畫中心 CNC、加拿大 PHI Center 等多個國內外指標性單位，共計辦理 8 場交流活動，促成合作案 5 案。詳細合作情況如下表：

112 年文化科技交流活動						
序	活動名稱	時間	地點	合作單位	參與人次	活動內容簡述
1	「從虛擬到實體：新型態內容體驗設計之旅」專場活動	112 年 4 月 26 日	高雄	高雄智崴科技 I-RIDE KAOHSIUNG、驚喜製造（落日轉運站）	46 人	以體驗設計為主軸，藉由 I-RIDE 飛行劇院虛擬互動內容轉譯與驚喜製造之落日轉運站互動實體體驗設計經驗分享，導引業者從中尋找出新的創意與可能構成新商業模式的方法。
2	COMPUTE X 元宇宙論壇	112 年 5 月 30 日	臺北南港展覽二館	中華民國對外貿易發展協會、臺北	報名人數約 400 多人；線下 300 人線	今年文策院受邀參與論壇，透過論壇議題分享，有助於倡議科技跨域合作文化內容產業、拉近與科技產業的距離，且參與對象亦是文策院推動文化

112 年文化科技交流活動						
序	活動名稱	時間	地點	合作單位	參與人次	活動內容簡述
				市電腦商業同業公會	上約 100 人	內容與科技跨域合作的目標對象。
3	COMPUTE X 買主之夜 (Tech'em High)	112 年 5 月 30 日	臺北南港展覽一館	中華民國對外貿易發展協會、臺北市電腦商業同業公會	超過 100 個國家、共約 8,300 名國際買家與參與者	本院與外貿協會策略合作，為突破單一領域同溫層，擴大未來內容產業影響力，於買主之夜入口設置攤位，展現本院策進文化內容與科技融合之新型態作品成果，與策進機制，同步宣傳與預告 2023 TCCF 展會之 INNOVATIONS 單元內容。
4	未來商務展中辦理「文化科技跨界創新論壇：文化內容新體驗開創商業新價值」演講	112 年 6 月 16 日	臺北圓山花博爭豔館	巨思文化股份有限公司	129 人	從文化內容產業的趨勢面向出發探討產業的「機會點與價值鏈」，透過分享各式新技術 AI、5G、3D、AR/VR/XR 等的崛起與實際應用創造出具有創新性與競爭力的新商業模式，透過技術的革新開拓新的商業機會打造文化內容產業新未來。
5	「臺灣 XR 在國際：2023 合製案例及 XR Days 參展經驗分享」演講	112 年 6 月 30 日	臺北市財團法人青平臺基金會	無	44 人	以 XR 領域的國際合製案例與參展經驗分享為主軸，邀請業界資深監製製片，暢談 XR 國際合製與分享國際市場展業務拓展經驗分享；同時，介紹本院辦理之臺法人才交流計畫 XR Days，邀請過往參與計畫之學員分享臺灣和法國 XR 產業人士之間的專業知識與交流經驗。鼓勵更多臺灣業者拓展國際人脈並尋求合作和商業機會，以建立並加強沉浸式內容領域之產業領先聯盟。
6	音樂與科技創新應用交流會	112 年 7 月 6 日	臺北流行音樂中心	臺北流行音樂中心	100 人	為搭建創意創新培育溫床，邀請成功案例分享，同時也邀請相關跨領域業者出席，與北流合作聚焦在音樂領域的新形態內容樣貌為主，透過分享以

112 年文化科技交流活動						
序	活動名稱	時間	地點	合作單位	參與人次	活動內容簡述
						及邀請跨領域業者出席，為發展新型態內容尋找共創夥伴，共創未來、共創雙贏。
7	「虛擬經濟崛起：AI 創造娛樂之挑戰與機遇」演講	112 年 7 月 7 日	政大公企中心	工業技術研究院、臺灣雲端物聯網產業協會	124 人	為共同探討創作端和消費端所面臨的需求和挑戰，討論如何運用生成式人工智慧技術來解決關鍵問題，並廣泛探索利用 AI 創造娛樂的潛力及相關創新商機。期以深入瞭解 AI 在娛樂領域的潛力，並一同探索這片新的藍海中的商機和價值。
8	亞灣新創大南方展會	112 年 8 月 25 至 26 日	高雄展覽館 南館	巨思文化股份有限公司	雙日觀展總計 10,956 人次	為了強化臺灣整體產業發展，從區域型發展概念，串連各縣市的產業資源共同合作，本次活動以文策院對內容產業重點業務與服務為主軸，包含成果展示宣傳、團隊拓展南部業務（Pitch 與投資媒合）、論壇倡議等。透過本次參展，提供內容與科技跨域業者交流機會，降低內容、技術等門檻、提升投入意願，促成合作共創機會。

112 年促成文化科技合作案			
序	案件名稱	合作單位	案件內容簡述
1	臺法 XR 人才交流計畫 (Taiwan x France XR Days)	法國影像論壇 (Forum des images) 新影像藝術節 (NewImages Festival)	為促進臺灣和法國 XR 產業交流，拓展國際人脈並尋求合作機會，遴選共計 8 位臺灣業者辦理「沉浸式內容提案專場 (Pitching Session - Taiwan XR Talents)」並參訪 Atlas V、IRCAM 等單位，以建立並加強沉浸式內容領域之產業聯盟。
2	臺法沉浸式內容	法國國家電影與動	以雙向駐村交流促進臺法沉浸式內容製作，協助創作

112 年促成文化科技合作案			
序	案件名稱	合作單位	案件內容簡述
	駐村計畫 ( Villa Formose Immersive )	畫中心 ( CNC ) 、影像論壇、高雄市電影館、法國在臺協會、法國藝文推廣總署、財團法人數位藝術基金會、科學工業城	者深入臺、法兩地產業、拓展人脈與提升技能。包含三項駐村機會：「Taiwan Prototyping Residency」選出 u2p050 團隊來臺開發作品《Deep Ecology》原型並於高雄電影節開放工作室展示成果；「Taiwan Writing Residency」四位法國創作者來臺完成沉浸式作品寫作開發並於 TCCF 發表提案、「France Prototyping Residency」一位臺灣創作者將於 113 年赴法開發作品原型，並於新影像藝術節展示成果。
3	Taiwan Spotlight 臺灣焦點 VR 特展	加拿大 PHI Center	PHI Center 位於加拿大蒙特婁，為國際業界最具代表性的科技藝術展演場館。為提高臺灣沉浸式內容與業者於北美業界的曝光、測試臺灣內容於北美市場接受度，並作為開拓北美業界合作的切入點，本院與 PHI Center 合作舉辦「Chaos and Memories」主題展覽中的「Taiwan Spotlight - 臺灣焦點 VR 特展」並共同選件，於 112 年 3 月 21 日至 6 月 13 日展映四部臺灣 VR 作品：《遺留》、《無法離開的人》、《紅尾巴與《大師狂想曲:蔡明亮》。並於 6 月 6 日於蒙特婁舉辦創作暨產業論壇，由四部作品創作者、本院代表與 PHI Center 代表與談；並舉行產業交流活動，促進臺加雙方業界專業人士交流。
4	美國翠貝卡電影節參展合作	翠貝卡電影節	翠貝卡影展成立於 2002 年，至今已成為北美最重要之藝術電影殿堂之一，其沉浸式單元 ( Tribeca Immersive ) 則為 XR 內容競相爭取全球首映的重要平臺。本院今年度規劃拓展北美合作關係，協助業者於北美開拓觀眾群，於翠貝卡電影節展映獲得北美觀眾回饋，即為至關重要的市場調查；因此本院支持兩個臺灣入圍團隊《黑》及《彩虹彼端》參展，並舉辦創作分享及影人交流酒會，廣邀國際產業人士及當地媒體參與。本院同時與紐約當地重要產業決策者與創作者社群、文化科技場館接洽，開拓未來產業鏈接之可能性。
5	義大利威尼斯沉浸式市場展參展	威尼斯沉浸式市場展	威尼斯國際影展為世界三大影展之一，其沉浸式競賽單元 ( Venice Immersive Competition ) 為一級影展

112 年促成文化科技合作案			
序	案件名稱	合作單位	案件內容簡述
	合作		<p>中唯一針對文化科技內容所設立之競賽單元，其合製市場展 ( Venice Production Bridge ) 也是國際沉浸式製作案重要平臺，每年吸引國際優秀團隊、投資者、公家基金與發行商參與，可謂國際產業年度盛事。本院為有效推廣臺灣沉浸式內容與技術、協助產業深化國際佈局、形塑「臺灣品牌」行銷國際，同時加深臺灣和國際產業的連結，於市場展期間辦理線上及實體臺灣館，並舉辦臺灣文化科技論壇及交流活動，讓國際進一步認識臺灣產業，也看見與臺灣共製、合作的可能。</p>

	
<p>與臺北流行音樂中心合作辦理「音樂與科技創新應用交流會」</p>	<p>觀眾於加拿大 PHI Centre 體驗 Taiwan Spotlight VR 特展</p>

2-1-3 透過推動國際合資合製，協助臺灣未來內容產業往國際發展：持續深化臺灣未來內容產業之國際連結，透過國際合作模式，促成未來內容國際合資合製作品至少 2 案。

績效說明：

為鼓勵臺灣內容創作者及科技業者掌握國際創作脈動及市場趨勢，本院今年度持續透過跨國跨域合作案連結國內外團隊，促使國內業者發展創新技術運用及製作新型態文化內容作品。為鼓勵臺灣創意人才與國際合作發揮

共創優勢，開展沉浸式內容的無限可能，促進創作者向世界提出有意義的叩問，透過沉浸式展演映創作回應、探索敘事創新、技術發展或整合，打造未來內容生態體系。

112 年度辦理「未來內容國際合資合製支持計畫」，申請件數 26 件，經由 7 位國內外評審專業評選委員逐案進行書面審查及兩階段評選，選出 4 件亮點作品，包括《Dark Rooms》、《貝殼島 The Island of Shells》、《之間 BLUR》、《魔鬼之舞 Masquerade. Chapter 1: Pillaro's Devil Dance》，促進臺灣內容業者與跨國夥伴共同打造具國際市場發展潛力的優質作品。

	
<p>《Dark Rooms》之製作公司涅所未來 圖片來源：涅所未來公司官網</p>	<p>《貝殼島 The Island of Shells》 圖片來源：本院網站 TAIWAN PAVILION</p>
	
<p>《之間 BLUR》之製作公司河床劇團 圖片來源：河床劇團官網</p>	<p>《魔鬼之舞 Masquerade. Chapter 1: Pillaro's Devil Dance》 圖片來源：製作公司官網</p>

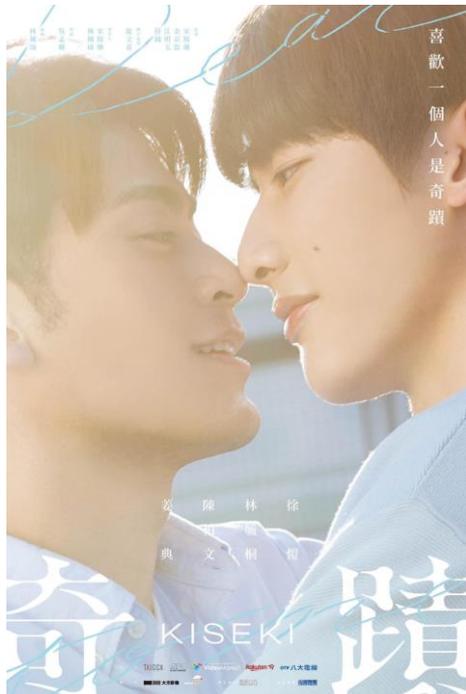
### 參、產銷並重及全球業務拓展

3-1-1 促成國際資金共同製作內容：吸引國際夥伴共同投資與產業合作，促成 5 件國際合資合製案，拓展國際通路與籌資能力。

績效說明：

本院推動「國際合作投資專案計畫」，鼓勵臺灣內容業者跨國合作，導入國際資金，打造具國際市場潛力之作品，進軍全球市場。該計畫自 110 年度執行至今達 37 案，其中 112 年度共促成投資 15 件國際合資合製案，投資金額逾 9,178 萬元。本計畫支持多元類型之影視作品，捲動美國、法國、日本、馬來西亞、羅馬尼亞、沙烏地阿拉伯、阿爾及利亞等 31 國共同開發原創內容，今年度在國際影展獎項及公開播映，皆取得豐碩成果。

其中，由臺灣、智利、阿根廷等多國合製之劇情長片《The Settlers 血色之路》入選 112 年坎城影展「Un certain regard」競賽單元，代表智利角逐 113 年奧斯卡金像獎最佳國際影片。羅馬尼亞、法國、臺灣之合製劇情長片《Familiar》入圍塔林黑夜國際電影節 ( PÖFF )。美國、臺灣、法國、丹麥合製之劇情長片《蟲》入選 112 年柏林市場展臺灣亮點單元。臺灣、法國、德國、瑞士合製之電影長片《Transamazonia》入選 112 年金馬創投「WIP 入選企劃案」。臺日合製之劇情影集《奇蹟》於 8 月 22 日臺日同步播出，並上架全球多個平臺超過 200 個國家地區。臺法合製之電影長片《The Day She Disappeared》11 月在 Taiwan Plus 影音串流平臺上架，除法國外全球獨家。透過國際合資合製，擴大臺灣作品能在國際市場之關注度，進而增加合作及投資的機會。

	
<p>《The Settlers 血色之路》 圖片來源：IMDB 網站</p>	<p>臺日合製之劇情影集《奇蹟》 圖片來源：電影官網</p>



3-2-2 多元管道商務開發，建立國際組織長期合作關係，帶動我國內容於國際市場產銷能量；主動商務開發與經營國際潛在合作與商機，深化展會與國際重要組織交流，預計與 3 個國際組織結盟合作，並促成國內業者與作品或創作者參與國際展會創投、提案會或交流計畫。預計透過展會帶動 150 件各式文化內容作品版權銷售商機，引進國際資金投入作品產製與版權交易。

**績效說明：**

為帶動我國內容於國際市場產銷能量，今年度本院積極開拓國際市場並與國際展會組織結盟合作，開展深度產業交流。112 年度本院與 24 個國際指標性文化內容組織合作，合作組織類型橫跨出版、影視、動畫、圖像授權等，具體合作對象為：坎城電影市場展、印尼 Docs by the Sea 紀錄片影展、韓國富川國際奇幻影展暨創投市場展、韓國釜山亞洲內容市場展、Asian Film Alliance Network（由韓國電影委員會、印尼國家電影局、菲律賓電影發展委員會、馬來西亞國家電影發展局、新加坡資通訊媒體發展局、新加坡電影委員會、蒙古國家電影委員會共同組成）、法國里爾 Series Mania 劇集展、義大利烏迪內遠東影展、瑞士紐沙特奇幻影展、瑞士盧卡諾影展、法國安古蘭漫畫節、義大利波隆那兒童書展、日本授權展、德國法蘭克福國際書展、墨西哥瓜達拉哈拉國際書展、新加坡電視論壇暨市場展、德國歐洲電影市場展、新加坡東協音樂節。其中，在未來內容類型方面，與 7 個國際組織合作，具體合作對象為：奧地利林茲電子藝術中心、法國新影像藝術節、加拿大 PHI Centre、威尼斯沉浸式市場展、美國翠貝卡電影節、美國西南偏南藝術節、美國 FilmGate Interactive 互動媒體節。

本院運用多元策進機制如展會創投、提案會、洽商會議等方式搶攻海外市場，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版權銷售商機，並促進國際版權銷售機會。各國際組織結盟合作與展會參展成果概述如下表：

112 年國際結盟組織合作內容

序	展會類型	國際展會名稱	業者參展家數	帶動文化內容作品版權銷售商機件數	展會重點成果
1	漫畫	法國安古蘭漫畫節	29	98	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 共有 4 家業者實體參展。</li> <li>● 展期間業者洽談會議數超過 67 場。</li> </ul> <p>二、合作活動成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 大會論壇活動：隨團創作者介紹《來自清水的孩子》。</li> <li>● 隨團創作者簽繪活動與法語版漫畫再行銷活動超過 30 場。</li> <li>● 版權中心「Shoot the Book」單元專場活動。</li> </ul>
2	影視	德國歐洲電影市場展	40	90	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 共有 11 間業者實體參展。</li> <li>● 展期間業者洽談會議數共 288 場。</li> </ul> <p>二、合作活動成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 官方合製單元：國家專場 Country Session</li> <li>● 官方活動：臺灣提案專場 Spotlight on TAIWAN Pitching Session</li> <li>● 官方人才培育單元：柏林培育計畫 Visitor Program</li> <li>● 合製交流活動：Poland x Taiwan Copro Networking Event</li> </ul>

112 年國際結盟組織合作內容

序	展會類型	國際展會名稱	業者參展家數	帶動文化內容作品版權銷售商機件數	展會重點成果
3	出版	義大利波隆那兒童書展	48	238	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 共有 12 間業者實體參展，涵蓋版權代理、國內主要童書出版社。</li> <li>● 展期間業者於臺灣館進行 55 場版權會議。</li> </ul> <p>二、合作活動成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 官方工作坊：隨團創作者林廉恩為活動講師。</li> <li>● 大會活動參與：隨團創作者與音樂家合作簽繪音樂會。</li> </ul>
4	影視	香港國際影視展	82	241	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 實體參展業者共 52 間，多為電視臺、影視製作業者與發行版權銷售公司。</li> <li>● 展期間業者洽談會議數達 950 場。</li> </ul>
5	影視	法國 Series Mania	33	73	<p>一、業者參展數據：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 實體參展業者約 6 間，多為影視發行、版權銷售公司。</li> <li>● 展期間業者洽談會議數達 29 場。</li> </ul> <p>二、合作活動成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 人才培訓：舉辦兩階段提案培訓工作坊，由臺灣與歐洲講師透過經驗分享、團體討論快速強化臺灣團隊的提案能力。</li> <li>● 官方合作活動：辦理臺灣提案專場及交流活動，與大會共同選出 5 案後經培訓工作坊，於展期間在法國現場進行提案，並於提案會後進行交流活動。</li> </ul>

112 年國際結盟組織合作內容

序	展會類型	國際展會名稱	業者參展家數	帶動文化內容作品版權銷售商機件數	展會重點成果
6	影視	坎城電影市場展	45	105	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 實體參展業者約 25 間，多為影視發行、版權銷售公司。</li> <li>● 展期間業者洽談會議數達 384 場。</li> </ul> <p>二、合作活動成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 合製交流活動：Producers Network Happy Hour   Spotlight Asia x TAICCA</li> <li>● 合製交流活動：法國 CNC 製片人才交流</li> <li>● 官方合作單元：亞洲合製單元 Spotlight Asia</li> <li>● 官方合作單元：影響力工作坊 impACT Lab</li> </ul>
7	動畫	安錫動畫市場展	27	39	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 共有 13 間業者實體參展。</li> <li>● 展期間業者洽談會議數共 128 場。</li> </ul> <p>二、合作活動成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 官方活動：臺灣提案專場 Spotlight on TAIWAN Animation Pitching Session</li> </ul>
8	出版	韓國首爾國際書展	85	328	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 共有超過 50 位國內業者實體參展，涵蓋版權代理、國內主要童書出版社。</li> <li>● 展期間業者於臺灣館進行 150 場版權會議。</li> </ul>

112 年國際結盟組織合作內容					
序	展會類型	國際展會名稱	業者參展家數	帶動文化內容作品版權銷售商機件數	展會重點成果
9	圖像授權	日本授權展	41	61	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 實體與線上不重複參展家數 41 家，共計 61 個品牌。其中 11 家業者實體參展，推出 14 個品牌，線上參展 47 個品牌。</li> <li>● 展期間共計 697 筆洽談與詢問數。</li> <li>● 累計 173 篇海內外媒體報導。</li> </ul>
10	圖像授權	韓國授權展	36	53	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 實體與線上不重複參展家數 36 家，共計 53 個品牌。其中 6 家業者實體參展，推出 6 個品牌；線上參展 47 個品牌。</li> <li>● 展期間業者於臺灣館進行約 120 場版權會議。</li> <li>● 大會官方活動：臺灣專場一場，由 6 家品牌進行推介。</li> </ul>
11	影視	加拿大多倫多影展產業單元	24	53	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 實體參展業者 3 間，皆為影視發行、版權銷售為主要的公司。</li> <li>● 展期間業者洽談會議數達 45 場。</li> </ul>
12	影視	韓國亞洲內容暨電影市場展	69	176	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 共有 34 間業者實體參展。</li> <li>● 展期間業者洽談會議數共 384 場。</li> </ul> <p>二、合作活動成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● IP 轉譯單元：10 件原創 IP 作品，於展期間進行共 141 場授權媒合會議。</li> <li>● 非常演員：推送 3 位「非常演員」擔任 ACA &amp; Global OTT Awards 合作頒獎嘉</li> </ul>

112 年國際結盟組織合作內容					
序	展會類型	國際展會名稱	業者參展家數	帶動文化內容作品版權銷售商機件數	展會重點成果
					賓，其中薛仕凌獲得最佳男主角獎，國內媒體曝光高達 52 篇新聞轉發。
13	影視	法國坎城影視節展	32	80	一、業者參展數據 ● 共有 10 間業者實體參展。 ● 展期間業者洽談會議數有 107 場。
14	出版	德國法蘭克福國際書展	73	366	一、業者參展數據 ● 共有 31 間業者實體參展。 ● 籌組 3 位著館版權、1 位 BFT 總監實體洽談版權。 ● 展期間業者洽談會議數超過 100 場。 二、合作活動成果。 ● 大會論壇：獨立出版論壇，與 Publishing Persepective 媒體、德國、巴西、肯亞代表共同對談。 ● 大會活動參與：2 場主題講座（歷史與女性書寫）、1 場新書發表活動（龍應台大武山下德文版）。
15	出版	墨西哥瓜達拉哈拉國際書展	31	128	一、業者參展數據 ● 籌組 3 位駐館版權人員實體參展。 ● 展期間於臺灣館進行超過 60 場版權會議。
16	影視	新加坡電視論壇暨市場展	100	252	一、業者參展數據 ● 共有 54 家臺灣館電影、電視業者實體參展。 ● 展期間業者洽談會議數約有 766 場。 二、合作活動成果

112 年國際結盟組織合作內容					
序	展會類型	國際展會名稱	業者參展家數	帶動文化內容作品版權銷售商機件數	展會重點成果
					<ul style="list-style-type: none"> <li>● 舉行 Lunch Gathering with Taiwan，共有 9 間業者上臺進行作品推介。</li> </ul>
17	音樂	新加坡東協音樂節	3	N/A	<p>一、業者參展數據</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 本次合作責由東協音樂節主辦方依據國際市場、東南亞市場考量，推出 3 組音樂人：Robot Swing、CICADA 及 NIO 至當地演出及重點媒合，加強商務洽談及未來國外演出可能。</li> <li>● 展期間業者洽談會議數為 18 場，並與主辦單位洽談 2024 AXEAN Festival 至台灣舉辦的可能。</li> </ul> <p>二、合作活動成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 國際產業人士參與人數超過 80 人，分別來自東協各國、日本、韓國、外蒙古、澳洲、俄羅斯、葡萄亞、克羅埃西亞、立陶宛、法國、美國等。</li> <li>● 現場觀眾超過 6,000 人次；活動亦獲 8 個專訪露出。</li> </ul>
18	文化科技	美國西南偏南藝術節 (SXSW)	1	N/A	<p>一、業者參展成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 黃心健導演、本院國際合資合製方案支持作品《眼與我》入選 XR Spotlight 單元。</li> </ul> <p>二、合作項目</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 與展會官方合辦「SXSW XR / Metaverse Happy Hour」產業交流活動，吸引逾 300 位跨領域國際產業人士參與、與臺灣業者交流。</li> </ul>

112 年國際結盟組織合作內容

序	展會類型	國際展會名稱	業者參展家數	帶動文化內容作品版權銷售商機件數	展會重點成果
19	文化科技	法國新影像藝術節	14	N/A	<p>一、業者參展成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 臺灣作品共入圍競賽單元 2 件、參與市場展 7 件、參與 XR Art Fair 4 件。</li> <li>● 《無法離開的人》奪下主競賽單元「攝影特別提及獎」及觀眾票選獎項。</li> </ul> <p>二、合作項目</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 與大會合作舉辦 Taiwan XR Fever Reception 匯集臺灣創作團隊及國際影人交流。</li> </ul>
20	文化科技	加拿大 PHI Center	4	N/A	<p>一、業者參展成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 共有 4 部臺灣 VR 作品選入展覽，包括：《紅尾巴》、《遺留》、《大師狂想曲》、《無法離開的人》。</li> </ul> <p>二、合作項目</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 辦理「臺灣數位藝術最前線」創作暨產業論壇，以及產業交流酒會共超過 100 位當地創作者、場館代表、策展人等專業人士參與。</li> <li>● 合作辦理「Taiwan Spotlight – 臺灣焦點 VR 特展」展覽與「臺灣數位藝術最前線」創作暨產業論壇。該特展門票收入共計超過 10 萬加幣（新臺幣約 232 萬 5,586.66 元）。</li> </ul>
21	文化科技	美國翠貝卡電影節	2	N/A	<p>一、業者參展成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 本院支持之前景娛樂與法國 Novaya 合製作品《黑》以及河床劇團作品《彩虹彼端》，兩部 XR 作品入圍「沉浸式單元」的</li> </ul>

112 年國際結盟組織合作內容					
序	展會類型	國際展會名稱	業者參展家數	帶動文化內容作品版權銷售商機件數	展會重點成果
					<p>「新銳競賽」項目。</p> <p>二、合作項目</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 舉辦 Taiwan Focus 創作分享及交流酒會，宣傳本院「沉浸式國際合資合製計畫」支持的台法合製作品《黑》及「旗艦計畫」支持作品《遺留》續作《彩虹彼端》。</li> </ul>
22	文化科技	威尼斯沉浸式市場展	9	N/A	<p>一、業者參展成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 《彩虹彼端》入選年度精選單元、《雲在兩千米》入選年度合資市場展項目。</li> </ul> <p>二、合作項目</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 舉辦臺灣文化科技論壇及交流活動，設立線下及線上臺灣館，公開徵集臺灣文化科技內容與業者並製作線上型錄，媒合國際發行合作機會。</li> <li>● 宣傳「旗艦計畫」支持作品《彩虹彼端》、本院未來內容製作支持製作計畫案《放開你的頭腦》及臺灣製作案《雲在兩千米》。</li> </ul>
23	文化科技	奧地利林茲電子藝術中心	50	N/A	<p>一、業者參展成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 共 2 件臺灣作品獲得「林茲電子藝術獎」新動畫藝術類榮譽獎，分別是兩位藝術家陳姿尹、莊向峰組成的「陽春麵研究舍」所創作的《Inter net》，以及由陳昱涵、許晴雯、張瑞心、詹麗華、簡彤恩與吳沛錡等人創作的 VR 動畫作品《迴映》。</li> </ul> <p>二、合作項目</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 集結近 50 件參展作品，製作臺灣參展手</li> </ul>

112 年國際結盟組織合作內容					
序	展會類型	國際展會名稱	業者參展家數	帶動文化內容作品版權銷售商機件數	展會重點成果
					冊、專文報導、宣傳影片、酷卡等，專注於建立交流平台。 ● 與林茲電子藝術中心擴大合作，舉辦專題講座並辦理交流會，以導覽團方式鼓勵臺灣團隊深入了解國際前瞻資訊。
24	文化科技	美國 FilmGate Interactive (FGI) 互動媒體節	7	N/A	一、業者參展成果 ● 黃心健《自監體》獲 Best of Fest 大獎；多件參展作品亦獲其他國際展會及場館邀請展出。 ● 共 7 件臺灣 VR、Dome 及數位裝置作品受邀參展。 二、合作項目 ● 與 FGI 大會合作策畫「Taiwan Spotlight」單元。 ● 辦理創作分享會、產業短講、交流酒會，與文化科技業者參與商務發表會，向美國為主的潛在客戶及合作方進行公司服務及產品介紹，分享國際業務拓展計劃。

3-2-3 持續提昇臺灣文化內容之國際能見度：臺灣流行文化內容的海內外行銷造勢，透過與目標市場通路合作行銷活動，提高臺灣文化內容作品之國際曝光。預計執行國際行銷活動 5 場次以上，達成目標市場媒體主動報導 30 則以上，社群觸及國際觀眾 2,000 萬人次以上。

績效說明：

本院依據國際趨勢、產業發展動向及各地民情，與當地組織及重要通路合作，為臺灣流行文化內容的海內外行銷造勢，延伸約 287 則目標市場媒體主動報導。另外在社群平台觸及方面，涵蓋本院外語 Facebook 及 X ( 舊稱 Twitter ) 之社群觸及，全年度共觸及國際觀眾超過 1,790 萬次。

為打造臺灣品牌，放大臺灣在地原生文化內容的知名度，並有效打開國際市場通路以健全產業生態系，112 年度本院共執行 10 檔國際行銷活動，帶領具市場潛力且優質的臺灣文化產業業者走出臺灣、邁向國際。執行成果如下表：

112 年國際行銷活動列表				
序	國際行銷活動	國家	合作夥伴	活動簡述
1	臺漫上線於安古蘭現場互動推廣活動	法國	Mangas.io	法國漫畫網路平臺 Mangas.io 與 CCC 達成 2 部漫畫作品的版權上架協議 ( 包含已上架，共有 8 部臺灣相關作品 )，於安古蘭漫畫展期間，以互動餐車等方式宣傳推廣。
2	首爾「再次見面吧！臺灣好故事」跨域 IP 推介會	韓國	N/A	112 年度本院於韓國首爾舉辦跨域 IP 推介會，吸引逾百位韓國網漫、出版、影視開發、翻譯業者參加包含韓國三大電子書平台 Ridi、大型出版社文學村及跨國漫畫平台 Comico 等，顯示臺灣文化內容在韓國消費市場備受關注，本次推介會亦獲 20 則以上媒體報導。
3	泰國 2Gether with Taiwan BL Comics 主題推介活動	泰國	泰國出版商及書商協會 ( PUBAT )、Vision Thai	有鑒於泰國內容市場對 BL 作品的強烈需求及數位閱讀風潮，也觀察到臺灣 BL 漫畫和輕小說作品輸出泰國市場的機會，112 年度本院針對泰國業者舉辦「2Gether with Taiwan BL Comics」主題推介會，推介會活動吸引逾百位泰國出版、網漫業者到場參加，本次推介會亦獲 10 則以上媒體報導。
4	T-Manga, la nouvelle tendance! 巴黎臺漫推介會暨 Japan Expo 活	法國	Mangas.io / KANA	為擴大臺灣漫畫在歐陸市場的聲量，112 年度本院於法國巴黎辦理臺漫活動推介會，對接超過 25 部臺漫作品之法語版權

112 年國際行銷活動列表				
序	國際行銷活動	國家	合作夥伴	活動簡述
	動			洽詢，以及新增 2 家法國出版社 ( Albin Michel、Vega-Dupuis ) 之臺法合製提案；另於推介會期間參與當地歐洲動漫盛會「Japan Expo」，針對 11 位臺灣漫畫作者及其作品進行落地宣傳活動，建立 T-Manga 品牌形象，拓展市場曝光，112 年度達成目標市場媒體主動報導 6 則以上。
5	大阪臺漫雜貨屋版權推介會暨媒體內覽會	日本	神農生活 / 東販	為拓展臺灣漫畫與日本市場連結，112 年度本院首次於日本關西 ( 大阪 ) 舉行推介活動，透過臺灣品牌「神農生活」共同合作，以臺灣品牌、生活食衣住行等日本人熟悉的臺灣元素增加臺漫在日本的認知度，增加臺漫進入日本市場的機會。透過與在地書店合作，建立與當地通路之關係，推介臺漫作品。本次推動成果獲 41 家日本媒體報導、帶動 15 萬人次活動參訪。
6	澳洲臺灣影展暨臺灣書櫃	澳洲	Kobo、澳洲 KINOKUNIYA BOOKSTORES	為協助臺灣影視、出版作品進入國際市場，並強化臺灣內容的國際品牌力，112 年度本院與第六屆「澳洲臺灣影展」合作，希望透過此影展橋接臺灣和澳洲的國際專業影視資源與人脈網路，將臺灣影視作品與人才推向全球市場。112 年度成果共計 11 部臺灣長片及短片於 5 城市放映 43 場次、共獲 50 則以上海外媒體報導、社群觸及達 130 萬人次以上、辦理 10 場座談、實體觀眾超過 4,500 人。
7	法國數位漫畫平台 Mangas.io	法國	Mangas.io	本院自 111 年度起與法國訂閱制數位漫畫平台 Mangas.io 合作，主動推介適合臺漫書單上架，並於安古蘭漫畫節合作辦理推廣活動，112 年度持續推動臺漫作品上架包括：《貓妖傳》、《煉乳咖啡滴答滴》、《尋山人》、《王領騎士》、《大

112 年國際行銷活動列表				
序	國際行銷活動	國家	合作夥伴	活動簡述
				魔法搜查線 RESET》等 5 部作品，112 年度達成目標市場主動報導 6 則以上。
8	Bonjour la France, ici Taiwan: mk2 臺灣電影 放映活動	法國	mk2	112 年度持續與歐洲影視集團「mk2」合作，為了讓法國與歐洲民眾有機會接觸多元的臺灣影視作品，也累積臺灣影視產業對法國市場的認識。112 年度實體放映共 7 部臺灣影視作品，如《青少年哪吒》、《推手》、《返校》等作品；線上放映共 14 部作品，如《本日公休》、《龍門客棧》、《哈勇家》等。
9	TAIWAN MOVIE WEEK	日本	KADOKAWA 、skew	為了讓臺灣影視文化內容吸引更多日本觀眾，112 年度本院首度於日本東京舉辦實體戲院特映與串流平台放映活動「Taiwan Movie Week (台灣映像週間)」，讓臺灣作品以線上線下多元管道，連結國際市場與消費者。本次活動共 12 部臺灣影視作品於日本電影院播放、獲 160 則日本媒體報導、30 篇專題文章報導、約 50 部日本 OTT 平台可觀看之臺灣影視作品專文介紹。
10	SNCF 內容平臺上架臺 漫行銷	法國	Mangas.io	因應與法國訂閱制數位漫畫平台 Mangas.io 合作，112 年度本院將臺漫作品於法國國鐵 SNCF 內容平臺上架，如煉乳咖啡滴答滴、貓妖傳、王領騎士等作品，並進行線上行銷宣傳 T-Manga，達成 4 則以上媒體主動報導，授權作品點閱達 252%~1390%增長。

	
<p>泰國 2Gether with Taiwan BL Comics 主題 推介活動</p>	<p>T-Manga, la nouvelle tendance! 巴黎臺漫 推介會暨 Japan Expo 活動</p>

【附表 A】112 年目標市場媒體主動報導：影視展會類相關重點露出				
影視展會/ 報導性質	日期	報導內容	媒體	新聞標題
影評	112/1/21	In My Mother' s Skin	Screen	<u>In My Mother' s Skin' : Sundance Review</u>
柏林影展	112/2/1	明天比昨天長久	Screen	<u>Pluto Film boards Berlinale drama 'Tomorrow Is A Long Time' ( exclusive )</u>
影評	112/2/20	神人之家	the Guardian	<u>A Holy Family review – honest truths abound in study of family driven apart by religion</u>
柏林影展	112/2/16	臺灣館亮點	Variety	<u>Buzz Titles From Taiwan in EFM</u>
柏林影展	112/2/16	TAICCA Co-pro	Variety	<u>Taiwan Industry Sets Sights on World</u>
柏林影展	112/2/18	明天比昨天長久	Variety	<u>Berlinale Selection 'Tomorrow is a Long Time' Producer Potocol Reveals Diverse Slate ( EXCLUSIVE )</u>
柏林影展	112/2/19	明天比昨天長久	Asian Movie Pulse	<u>Film review: Tomorrow is a Long Time ( 2023 ) by Jow Zhi Wei</u>
BIFAN	112/3/14	BIFAN	Screen	<u>South Korea' s Bifan partners with Taiwan' s TAICCA for cross-border alliance</u>
Oscar	112/3/15	Goddamned Asura	Screen	<u>Taiwan' s 'Goddamned Asura' sold to US, Japan, Indonesia ( exclusive )</u>
Filmart	112/3/15	臺灣館亮點	Screen	<u>Filmart 2023: Taiwan drama series buzz titles</u>
柏林影展	112/3/17	臺灣館亮點	Screendaily	<u>Berlin 2023: Taiwan hot projects</u>

【附表 A】112 年目標市場媒體主動報導：影視展會類相關重點露出

影視展會/ 報導性質	日期	報導內容	媒體	新聞標題
Series Mania	112/3/24	Taiwan Pitching	Variety	<u>Five Series Pitched at Series Mania as Taiwan Strengthens its Claim in Chinese-Language TV Production</u>
Series Mania	112/3/27	TAICCA Co-pro	C21 Media	<u>TAICCA looks to boost Taiwan' s coproduction prospects with new funding</u>
Cannes	112/4/19	Tiger Stripes	Ecran Total	<u>Jour2fête distribuera « Tiger Stripes », en compétition à Cannes</u>
Udine	112/4/19	Udine FEFF	Streamlined Global	<u>Udine Far East Film Festival Unveils Line-Up Of Focus Asia Projects</u>
臺灣作品	112/4/23	Netflix	Focus Taiwan	<u>FEATURE/Thriller becomes first Taiwan series to make Netflix top list</u>
Cannes	112/4/25	Spotlight Asia	Variety	<u>Cannes Market Launches 'Spotlight Asia' Industry Support Initiative as Asian Participation Surges ( EXCLUSIVE )</u>
Cannes	112/5/16	臺灣館亮點	Screen	<u>Cannes 2023: hot projects from Taiwan</u>
Cannes	112/5/16	Lost In Perfection	Deadline	<u>Screenworks Asia Launches Sales on 'Lost In Perfection' , First Live-Action Film From 'On Happiness Road' Director Sung Hsin-Ying – Cannes Market</u>
Cannes	112/5/17	Tiger Stripes	Deadline	<u>How A New Wave Of Southeast Asian Filmmakers Is Making An Impact In Cannes</u>
Cannes	112/5/17	Miss Shampoo	Screen	<u>Barunson E&amp;A boards 'Miss Shampoo' as first non-Korean feature ( exclusive )</u>
Cannes	112/5/19	Lost in Perfection	Variety	<u>'Lost in Perfection' Is Live Action Debut for Animation Director and Former Journalist Sung Hsin-ying</u>
Cannes	112/5/19	Tiger Stripes	Variety	<u>'Tiger Stripes' Is Highly Developed Product of Indie Film Support System</u>
Cannes	112/5/21	AFAN	Screen	<u>Agencies launch Asian Film Alliance Network to foster cross-country collaboration</u>
Cannes	112/5/22	The Settlers	Screen	<u>'The Settlers' : Cannes Review</u>

【附表 A】112 年目標市場媒體主動報導：影視展會類相關重點露出

影視展會/ 報導性質	日期	報導內容	媒體	新聞標題
Cannes	112/5/23	Island of the Winds	Variety	<u>Doc-in-Progress ‘Islands of the Winds’ About Fight for Democracy in Taiwan Wins Top Award at Cannes Industry Event ( EXCLUSIVE )</u>
Cannes	112/5/24	Tiger Stripes	Deadline	<u>Cannes Critics’ Week Winners: ‘Tiger Stripes’ Scoops Grand Prize – Full Lists</u>
Cannes	112/5/24	The Settlers	The Hollywood Reporter	<u>Cannes: Mubi Takes ‘The Settlers’ for North America, Multiple International Territories</u>
Cannes	112/5/25	Pigsy	Variety	<u>‘Pigsy’ Animation Squeaks for Futuristic Adaptation of Chinese Classic ‘Journey to the West’</u>
Anecy	112/6/9	臺灣館亮點	Ecran Total	<u>Animation, expériences XR : Taïwan fait émerger une nouvelle génération de créateurs</u>
Anecy	112/6/12	冉色斯	Variety	<u>Horror Animation Anthology Series ‘A Banquet for Hungry Ghosts’ to be Served Up by Global Partners ( EXCLUSIVE )</u>
臺灣作品	112/6/15	林書宇新作	Deadline	<u>Lana Condor, Andrew Koji, Ross Butler, Sung Kang, Elodie Yung &amp; Others Set For Tom Shu-Yu Lin’ s Indie Rom-Com ‘Worth The Wait’</u>
BIFAN	112/6/26	BIFAN	SCREEN	<u>Korea’ s Bifan readies celebrations with bumper edition and biggest overseas guestlist</u>
臺北電影節	112/6/26	Top Talents	Deadline	<u>Kai Ko, Chen Bolin Among Taiwanese Stars Selected For Taipei Film Festival’ s Top Talents Showcase</u>
臺灣作品	112/6/29	花香	Variety	<u>Lesbian Drama ‘Fragrance of the First Flower’ to Blossom in Second Season</u>
BIFAN	112/07/03	柯震東/黑的教育/訪問	Cine21	<u>BIFAN #5 호 [인터뷰] ‘흑교육’ 가진동 감독, “사실적인 연기와 연출이 중요했다”</u>

【附表 A】112 年目標市場媒體主動報導：影視展會類相關重點露出

影視展會/ 報導性質	日期	報導內容	媒體	新聞標題
BIFAN	112/7/3	BIFAN/NAFF	Prensario	<u>TAICCA Officially Partners with BIFAN and Launches Award at NAFF</u>
Locarno	112/6/20	蔡明亮	Deadline	<u>Locarno To Honor Award-Winning Taiwanese Director Tsai Ming-Liang</u>
Locarno	112/6/20	蔡明亮	Variety	<u>Taiwanese Auteur Tsai Ming-liang to Be Honored With Locarno Film Festival Career Award</u>
臺灣作品	112/7/11	蕭邦	Variety	<u>'Chopin,' Asian American Drama Film, Wraps Production on High Note ( EXCLUSIVE )</u>
臺灣作品	112/7/13	鬼家人	The Hollywood Reporter	<u>Netflix Acquires Hit Taiwanese Horror Comedy 'Marry My Dead Body'</u>
Venice	112/7/24	愛是一把槍	ioncinema	<u>2023 Venice Critics' Week: Luna Carmoon, Lee Hong-Chi, Moin Hussain &amp; Adrien Beau in Competition Lineup - IONCINEMA.com</u>
Venice	112/7/31	愛是一把槍	le polyester	<u>1res images pour le Hongkongais "Love is a Gun", sélectionné à la Mostra de Venise - Le Polyester</u>
臺灣作品影評	112/8/4	關於我和鬼變成家人的那件事	Screen	<u>'Marry My Dead Body' : NYAFF Review</u>
Locarno 影展	112/8/9	Yifang Lee	Variety	<u>10 Locarno Industry Talents To Track</u>
TIFF 影展	112/8/11	人類之巔、飛望	Variety	<u>Past Locarno Winner Eduardo Williams Reimagines our Cinematic Present in 'The Human Surge 3,' Shot Using a 360° Camera</u>
臺灣國際合資作品	112/8/18	李康生	Variety	<u>'A Land Imagined' Director Yeo Siew Hua Casts Taiwan Star Lee Kang-Sheng in Surveillance Thriller 'Stranger Eyes' ( EXCLUSIVE )</u>
奧斯卡影展	112/8/24	The Settlers	Screen	<u>Chile selects Cannes UCR Fipresci winner 'The Settlers' as Oscar submission</u>

【附表 A】112 年目標市場媒體主動報導：影視展會類相關重點露出

影視展會/ 報導性質	日期	報導內容	媒體	新聞標題
臺灣作品	112/8/25	魏德聖	Screen	<a href="#">Taiwan' s biggest director Wei Te-Sheng is defiant as he confirms release of 'Big' despite debt wrangle</a>
奧斯卡影展	112/8/30	關於我和鬼變成家人的那件事	Deadline	<a href="#">Oscars: Taiwan Submits Hit Comedy 'Marry My Dead Body' For Best International Feature Category</a>
臺灣作品	112/7/13	關於我和鬼變成家人的那件事	Hollywood Reporter	<a href="#">Netflix Acquires Hit Taiwanese Horror Comedy 'Marry My Dead Body'</a>
奧斯卡影展	112/8/28	關於我和鬼變成家人的那件事	Indiewire	<a href="#">2024 Oscars: Best International Feature Film Predictions</a>
臺灣作品	112/9/3	愛是一把槍	Hotcorn	<a href="#">Love Is A Gun   Lee Hong-Chi e un esordio folgorante tutto da scoprire</a>
奧斯卡影展 國際合資合 製作品	112/9/18	Tiger Stripes	Variety	<a href="#">International Oscar Race: Morocco Selects Asmae El Moudir' s 'The Mother of All Lies'</a>
TCCF 大會	112/9/23	TCCF 大會	Screen	<a href="#">Taiwan Creative Content Fest adds first international projects ahead of biggest edition</a>
TCCF 大會	112/9/25	TCCF 大會	Content asia	<a href="#">539 proposals for Taiwan' s int' l pitch, 53 projects picked for four-day TCCF pitch in November</a>
金馬影展	112/9/25	金馬影展	Variety	<a href="#">Golden Horse Film Project Market Sets Bumper 64-Title Edition</a>
釜山影展 國際合資合 製作品	112/10/7	Salli ( 國際合資合製作品 )	Variety	<a href="#">Busan Selection 'Salli' Sees Sales Rights Picked up by ArtHood Entertainment ( EXCLUSIVE )</a>
釜山影展	112/10/8	Malice ( 國際合資合製作品 )	Deadline	<a href="#">Hsueh Shih-Ling, Angga Yunanda Among Cast Revealed For Ambitious Co-Production 'Malice' – Busan</a>
釜山影展	112/10/9	Malice ( 國際合資合製作	Variety	<a href="#">'Malice' Set as Four-Way Asian Coproduction – Busan Market Deal</a>

【附表 A】112 年目標市場媒體主動報導：影視展會類相關重點露出				
影視展會/ 報導性質	日期	報導內容	媒體	新聞標題
		品)		
釜山影展	112/10/11	參展新聞	Screen	<u>'Filipinana' among winners at 2023 Asian Project Market</u>
臺灣作品	112/10/17	完全省錢戀愛手冊 (臺灣作品)	Content asia	<u>Singapore, Taiwan break new ground on office romcom; "Love on a Shoestring" slated for 2024 release</u>
臺灣導演	112/10/26	侯孝賢	Screen	<u>Taiwan's Hou Hsiao-hsien retires from filmmaking, family confirm</u>

3-3-4 透過打造國際型 2B 展會，拓展國際影響力：透過跨域創新、資金媒合及市場交易定位 TCCF 創意內容大會及各式活動，以內容交易、IP 轉譯、未來內容及跨域合作為核心，鎖定國際展會策略聯盟，對接官方媒合大會推動臺灣內容進入國際，跨域創新多元內容吸引國際買家及專業人士專程造訪。達成 100 位以上國際業者、國內業界 150 家以上廠商參與，展會與未來延續性產值交易金額達至少 10 億元。

**績效說明：**

為匯集內容產製資源與人才，致力為全球內容業者找到最佳國際合製資源，本院主辦之 TCCF 創意內容大會 (以下簡稱「TCCF」)，以「Your Best Partner in Asia」為號召，期以連結臺灣與世界，為國內外業者連結豐富內容產製資源與優秀專業人才。

今年度 TCCF 於 112 年 11 月 7 日至 11 月 12 日在松山文創園區舉辦，規劃「MARKET」、「PITCHING」、「INNOVATIONS」三大單元，搭配「INDUSTRY STAGE 產業主題論壇」，整體展會突破過往規模，單元企劃如下：

- 「MARKET」單元：提供線上及線下作品展示空間與交易洽商服務，持續推動臺灣影視、動漫、出版等作品與潛力 IP 進入國際通路。

- 「PITCHING」單元：致力為臺灣電影、劇集、動畫、紀錄片提案尋找買家與國內外資金，以主題分眾提案會議精準導引資金找到投資標的。
- 「INNOVATIONS」單元：展出實驗性新型態文化內容，如應用科技的跨域體驗作品，鼓勵內容業界探索內容產業商模的各種可能性，並邀請民眾參與一同想像未來娛樂樣貌。
- 「INDUSTRY STAGE 產業主題論壇」：聚焦討論國際最佳產製實務與全球內容趨勢，以豐富主題場次帶動國內外專業人士交流創意與經驗。

本屆 TCCF 創意內容大會吸引來自法、日、韓、美、星等共 29 國家/地區國際買家及專業人士共襄盛舉。為期 6 天的展會達成 210 位國際業者參與、國內業界廠商 274 家廠商參與，展會與未來延續性產值交易金額達 10 億元以上。

112 年度為本院 TCCF 創意內容大會收費制度的第一年，攤位及展證皆須收費，疫情解封後 MARKET 單元則鼓勵實體參展。許多國際買家紛紛表示高度興趣，積極洽談版權交易內容。另外，韓國電影委員會及首爾影委會於 TCCF 創意內容大會期間也舉辦交流活動，推廣韓國與首爾拍片的資源，與臺灣與各國的製片共約 60 人於現場交流，促進跨國合製的機會。今年度 TCCF 創意內容大會是展現國際影響力的一年，吸引大批國際嘉賓參與，包括日本富士電視臺、東京電視臺、日本樂天 TV；國際影音串流平臺 Netflix、Amazon；韓國 CJ ENM、新加坡 Warner Bros. Discovery、香港 VIU TV、馬來西亞 Astro、新加坡三大電視臺 Mediacorp、Singtel、StarHub；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皆親自來臺，除了版權市場交易之外，還提供創作者找到潛在國際投資者或合製夥伴的機會，全方位與國際接軌。

#### 1. MARKET 單元：

本次 MARKET 單元集結國內外具指標參展公司、吸引來自臺灣、法國、日本、韓國、新加坡、香港、越南等超過 100 間國內外單位齊聚，除了聚焦內容作品與潛力 IP 的版權交易，更擴大結合上下游相關單位，首度設置海外國家館包括法國館（由法國在臺協會、法國藝文推廣總署及法國商務處聯合設立）合辦「ICC Immersion Taiwan」計畫；韓國館（由韓國電影委員會及首爾影委會聯合設立）；日本館（由官方機構日本貿易振興機構

設置)。協拍資源共集結全臺 9 個縣市協拍中心及官方單位，包括臺北市電影委員會、新北市政府新聞局新北協拍中心、桃園市協助影視拍攝與發展中心、臺中市政府新聞局及財團法人臺中市影視發展基金會、南投縣政府新聞及行政處、嘉義市政府、臺南市政府文化局、高雄市政府文化局影視發展暨拍片支援中心及花蓮影視基地等。同時，擁有創新技術之業者亦提供一站式的產業鏈資源等，包括再現影像製作股份有限公司、趨勢科技股份有限公司、鴻海科技集團以及華碩雲端股份有限公司。

## 2. PITCHING 單元：

今年 PITCHING 單元擴大辦理規模，致力提供臺灣多元內容媒合國內外買家與資金的舞臺，並推動國內產業人士與國際接軌交流。兩大單元「Project to Screen」首次開放全球徵件，「Story to Screen」首次開放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 / 地區投件報名，總收件數達 539 件。本屆選件委員邀集國內外共 20 位具備製片、編劇、影展、人才培育經驗等影視業界專家，評選出共 53 件影視企劃案和故事作品，於四天展期間依類型進行 5 場提案專場，分別為「影集專場」、「長片專場」、「動畫長片及長短影集提案專場」、「紀錄片及系列專場」、「故事專場」，以精準媒合各類企劃案與作品給買家，並展示各類具潛力的影視與故事提案。

本屆入選企劃案與作品除臺灣團隊，亦有來自日本、韓國、香港、菲律賓、印尼、法國、德國、挪威、美國、伊朗、印度、馬來西亞、新加坡、巴基斯坦及亞美尼亞等創作者，展現多元豐富且獨特的類型、題材，其中並有 11 案為跨國合製案件。亮點案件作品包含曾入圍威尼斯正式競賽片的日本導演深田晃司的長片新作《Nagi Note》；由《你的孩子不是你的孩子》陳慧翎、周銓共同監製的影集《祝妳幸福》；義、法、臺國際合製的歷史動畫《郎世寧與弘曆》；榮獲法國坎城電影市場展提案競賽大獎的紀錄片《大風之島》；以及演員鄧九雲第一部長篇小說、獲 2021 年臺北文學獎首獎的《女二》等，創意能量驚人。

為期四天的 PITCHING 專場與交流活動，共累積了 3,809 人次參與，參與人次組成包含來自 16 個國家的提案團隊，另於會場首次設置之一對一洽商區 ( Meeting Zone )，共計促成 294 場會議，1,825 人次參與洽商。今年

並邀請到國內重要單位及國際展會夥伴共計 26 個單位前來設獎，國際展會夥伴包含連續第二年親臨選案的法國里爾 Series Mania 劇集展、法國國家電影與動畫中心 CNC、美國電影協會、印尼 Docs by the Sea 紀錄片提案大會、義大利烏迪內遠東影展、馬來西亞國際電影節 MIFFest、CCDF 華人紀錄片提案大會、新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展、歐洲紀錄片協會等，而國內重要單位包含三大電信公司中華電信、臺灣大哥大、遠傳電信，以及臺北市電影委員會、臺中市影視發展基金會、高雄市電影館、大川大立數位影音、客家電視臺、華納兄弟探索集團、木棉花國際股份有限公司、富邦文教基金會、八大電視、三立電視、艾慕影藝、東森電視、遊戲橘子、TVBS 等國內縣市政府、各大電視臺、影視投資製作等單位，合計頒發 30 個獎項，總獎金超過新臺幣 600 萬，期盼協助創作者在製作前期找到資金與資源的投入，創造更多國際合資合製機會，催生更多優質的影視作品。

### 3. INNOVATIONS 單元：

今年 INNOVATIONS 單元以「前往創作者的未至之境」為題，以跨域共創精神為核心，集結未來內容體驗、產業新知汲取、交流與合作拓展三大功能，期望逐步打造亞洲最重要的文化科技跨域展示平臺，透過指標作品及國際級示範案例，策略性邀請國際創作者、場館、服務平臺與展會方參訪，促成國內外產業人士交流。今年度共展出 21 件 XR、AI、Web3 等文化科技作品，如：義大利新媒體藝術團隊 fuse\* 最新作品《Onirica ( )》，反思人類與人工智慧之間、工具與創造者之間的關聯；結合 AR 與容積擷取技術的作品《黑》，開放預約立即秒殺；獲 112 年金馬獎 4 項大獎的熱門電影《老狐狸》，解析虛擬製片技術在影視產業的實際應用情況；《大嘻哈時代 2：選手卡牌》透過區塊鏈，在前往 Web3 的路徑中結合選秀節目展現新應用方式。

本次單元共規劃 10 場論壇及講座，邀集國內外指標性業界代表。重點講者包括威尼斯國際影展沉浸式單元策展人 Liz Rosenthal、加拿大 PHI Centre 新媒體合作與公關總監 Myriam Achard、巴比肯藝術中心沉浸式部門聯合總監 Luke Kemp、Novaya 導演 Pierre-Alain Giraud、科科科技集團音樂串流事業群總經理葉展昀等國內外產業關鍵人士。另舉辦 3 場跨域工作坊，內容包括 AI、全像式內容掃描技術等，透過實務操作及分享，

深刻理解文化科技趨勢與技術發展。本次活動亦規劃 6 場產業直擊活動，帶領業界人士參訪夢想動畫、再現影像等知名創作團隊工作場域，並企劃曾獲 110 年威尼斯影展最佳 VR 體驗獎的《巴黎舞會》之幕後專場，使參與者得以親臨工作實境，看見前瞻產業細節。本年度展出統計共吸引超過破萬人次參與。

#### 4. INDUSTRY STAGE 產業主題論壇：

INDUSTRY STAGE 產業主題論壇囊括主題專講 ( Keynote )、產業對談 ( Panel )，以及焦點活動 ( Spotlight ) 三大活動類型，在 4 天內共舉辦 15 場精彩活動，共計 1,524 人參與。論壇活動方面，邀請出版、IP、影視等領域之內容產業專家，進行經驗分享及對談；焦點活動方面，則有鏡文學、大慕可可等內容產業業者於活動期間舉辦發布會，提供內容產業業者第一手的業界資訊及動態。整體活動除吸引對於專家經驗分享有興趣之參加者外，更提供內容業者間最即時且有效的互動機會，給予內容業者最深入且豐富的業界洞悉。



	
<p>MARKET 單元</p>	<p>PITCHING 單元</p>
	
<p>INNOVATIONS 單元</p>	<p>INDUSTRY STAGE</p>
<p>2023 TCCF 創意內容大會活動現場照片</p>	

#### 肆、推動關鍵基礎建設

4-1-1 培育具國際競爭力的產業關鍵人才：以創業經營、提案培訓、IP 多元運用三大類型課程導入產業化關鍵能力，與國際夥伴合作，提升臺灣國際競爭力，促成至少 6 件培訓提案參與國際提案大會。

##### 績效說明：

為培育具國際競爭力的產業關鍵人才，媒合國內外產業資源以建立文化內容產業網絡社群，並進行跨產業領域媒合交流，本院成立「文策學院」，開設「創業經營類」、「提案培訓」、「內容開發製作」三大類型課程，培育重點面向包含經營管理面、專業製作面及提案實戰面，為臺灣文化內容業者全方位導入產業化關鍵能力。

延續 111 年度文策學院與國際組織建立夥伴關係，112 年度文策學院與 EAVE（歐洲影音製作人聯盟）、PAS（南特三洲影展南方製片工作坊）、Series Mania 等機構的合作開設人才培育課程。112 年度文策學院，共開設 174 場次課程（實體場次 128 場、線上課程 46 場），共培育人次（含線上及實體課程）共累積達 4,898 人。同時本院依據不同類型及地區之國際提案大會，為入選之臺灣業者開設展前提案培訓工作坊，提升參展團隊提案技巧，促成更多媒合機會，112 年度共計促成 16 件培訓提案進入國際提案大會。

113 年將持續深化國際組織合作關係，展開新的共同合作計畫，例如預計與 Series Mania Institute 合作為期一年的 Serial Bridges 劇集開發工作坊，向臺灣以及亞洲開發中劇集提案，深化區域夥伴關係。

112 年培訓提案參與國際提案大會			
序	案名 / 業者	國際提案大會	參與本院之培訓計畫
1	《休閒小戰》 / 傳翼數位影像股份有限公司	Series Mania	法國里爾 Series Mania X TAICCA Workshop 提案培訓工作坊
2	《莫拉克》 / 馬氏影業工作室	Series Mania	法國里爾 Series Mania X TAICCA Workshop 提案培訓工作坊
3	《新娘鎮》 / 柒拾陸號原子股份有限公司	Series Mania	法國里爾 Series Mania X TAICCA Workshop 提案培訓工作坊
4	《地獄催淚部》 / 幸運星電影製作有限公司	Series Mania	法國里爾 Series Mania X TAICCA Workshop 提案培訓工作坊
5	《臺北少年·平壤少女》 / 夥同影像製作有限公司	Series Mania	法國里爾 Series Mania X TAICCA Workshop 提案培訓工作坊

112 年培訓提案參與國際提案大會			
序	案名 / 業者	國際提案大會	參與本院之培訓計畫
6	穿越到小說裡成為第一個被殺的砲灰 / 臺灣角川	Busan Story Market	Busan Story Market 展前培訓工作坊
7	美好少女的垂直社會 / 鏡文學	Busan Story Market	Busan Story Market 展前培訓工作坊
8	我們沒有祕密 / 鏡文學	Busan Story Market	Busan Story Market 展前培訓工作坊
9	死神先生的自殺契約書 / 鏡文學	Busan Story Market	Busan Story Market 展前培訓工作坊
10	鳶人 / 秀威資訊	Busan Story Market	Busan Story Market 展前培訓工作坊
11	婚前一年 / 光磊版權	Busan Story Market	Busan Story Market 展前培訓工作坊
12	裏臺北外送 / 尖端	Busan Story Market	Busan Story Market 展前培訓工作坊
13	白色世紀 / 尖端	Busan Story Market	Busan Story Market 展前培訓工作坊
14	縫隙 / 臺灣角川	Busan Story Market	Busan Story Market 展前培訓工作坊
15	芻靈 / 聯合線上	Busan Story Market	Busan Story Market 展前培訓工作坊
16	布萊恩拯救世界 / 采億動畫影業股份有限公司、華特比影業有限公司	ATF X TTB 動畫工作坊及提案大會	TCCF 國際提案培訓工作坊

	
<p>法國里爾 Series Mania X TAICCA Workshop 提案培訓工作坊</p>	<p>Busan Story Market 展前培訓工作坊</p>

今年度與國際關鍵組織合作案例簡述如下：

### 1. 法國里爾 Series Mania X TAICCA Workshop 提案培訓工作坊

與法國里爾 Series Mania 國際電視劇集展會合作，該展會成立目的是為了支持國際優質劇集開發，並促進國際產業交流。在該展會臺灣提案專場前，文策學院為協助 5 組入選團隊完備展會的提案實戰經驗，於 112 年 2 月及 3 月辦理二階段提案培訓工作坊，提供團隊掌握國際市場趨勢、公開提案試演、團體討論及提案技巧培訓等，以利增進國際合作機會。

### 2. TAICCA x PAS 國際劇情長片培訓工作坊

為培育具有國際視野之產製人才、強化臺灣產業與東南亞產業之連結，文策院與法國南特三洲影展旗下之南方製片工作坊（PAS），共同主辦「TAICCA x PAS 國際劇情長片培訓工作坊」，透過三階段課程、開發中案件陪伴與個別諮詢等，提供重要工具及國際合製技巧。112 年度「TAICCA x PAS 國際劇情長片培訓工作坊」選入來自臺灣、印尼、菲律賓、越南共 6 組劇情長片企劃案，112 年 3 月、7 月、11 月在臺北辦理三階段工作坊，並於 11 月份 TCCF 大會期間舉辦「南特提案專場」，展現東南亞影像創作的多元面向。

### 3. TIES THAT BIND 2022 國際合製工作坊 ( 112 年第二階段 )

與歐洲影音製作人聯盟 EAVE 合辦之第二階段工作坊，於 112 年 4 月 24 日至 28 日在義大利 Udine 舉行。內容除製作、劇本分析、籌資及國際行銷之團體課程外，並有小組討論與講師一對一會談諮詢，深入診斷並發掘具國際合製潛力之案件。

### 4. TAICCA SCHOOL 大師講堂 Book to Screen: Case Study from RH Korea :

出版 IP 轉譯作為近年來影視內容發展的重要來源，本工作坊邀請曾出版《孤單又燦爛的神 - 鬼怪》書籍之韓國 RH KOREA 出版社社長梁元錫，以及鏡文學總經理暨總編輯董成瑜，經由國際的實務經驗交流，深入剖析兩國在 IP 改編的過程與成果。本工作坊共計有 120 位出版、影視產業人士參與，提供臺灣業者於出版 IP 轉譯，包含出版業者如何與影視業者推介作品，影視產業如何開發 IP 之提案培訓經驗分享。

### 5. Netflix x TAICCA 合作實務工作坊

為促進臺灣產業與國際交流，培養國內影視產業之人才對接國際人才及影視串流平臺，文策學院與 Netflix 於 112 年 9 月辦理「Netflix x TAICCA 合作實務工作坊」，共計 125 名臺灣產業人士參與，與國際串流平臺進行深度交流。

### 6. TCCF 國際提案培訓工作坊-紀錄片單元

與印尼紀錄片推廣機構 IN-DOCS 合辦兩階段工作坊，針對入選 TCCF 大會 PITCHING 單元之紀錄片企劃案進行提案培訓，112 年 10 月線上舉辦第一階段，11 月於臺北實體舉辦第二階段。邀請 3 位國際產業講師授課，課程內容包括經驗分享、提案演練、團體討論與個別諮詢，目標為陪伴入選團隊釐清提案核心概念，並協助團隊精準提案，亦可與 TCCF 大會

PITCHING 單元所有類別講師、入選團隊交流。共計 12 組國內外團隊參與。

#### 7. TCCF 國際提案培訓工作坊-長片單元

與歐洲影音製作人聯盟 EAVE 合作，針對入選 TCCF 大會 PITCHING 單元之長片企劃案進行提案培訓。112 年 10 月 5 日於線上舉辦第一階段，11 月 4 日至 5 日於臺北實體舉辦第二階段。邀請 3 位國際產業講師授課，課程內容包括經驗分享、提案演練、團體討論與個別諮詢，目標為陪伴入選團隊釐清提案核心概念，並協助團隊精準提案，亦可與 TCCF 大會 PITCHING 單元所有類別講師、入選團隊交流。共計 10 組國內外團隊參與。

#### 8. TCCF 國際提案培訓工作坊-動畫單元

針對入選 TCCF 大會 PITCHING 單元之動畫企劃案進行提案培訓，112 年 10 月於線上舉辦第一階段，11 月於臺北實體舉辦第二階段。邀請 3 位國內外產業講師授課，課程內容包括經驗分享、提案演練、團體討論與個別諮詢，目標為陪伴入選團隊釐清提案核心概念，並協助團隊精準提案，亦可與 TCCF 大會 PITCHING 單元所有類別講師、入選團隊交流，共計 10 組國內外團隊參與。

#### 9. TCCF 國際提案培訓工作坊-影集單元

針對入選 TCCF 大會 PITCHING 單元之影集企劃案進行提案培訓，112 年 10 月於線上舉辦第一階段，11 月於臺北實體舉辦第二階段。邀請 3 位國內外產業講師授課，課程內容包括提案方法、經驗分享、提案演練、團體討論與個別諮詢，目標為陪伴入選團隊釐清提案核心概念，並協助團隊精準提案，亦可與 TCCF 大會 PITCHING 單元所有類別講師、入選團隊交流，共計 11 組國內外團隊參與。

## 10. Busan Story Market 展前培訓工作坊

由韓國釜山影展主辦的亞洲內容暨電影市場展 ( ACFM ) 112 年同步辦理 IP 轉譯單元 Busan Story Market ( 簡稱 BSM ) 。 BSM 展前培訓工作坊針對入選 BSM 的 10 組臺灣團隊進行培訓，目標為協助臺灣業者掌握提案技巧、優化提案內容並提高媒合成功機率。工作坊於 112 年 9 月舉辦。除了邀請 BSM 培訓講師，亦網羅韓國與臺灣知名製片授課，課程內容包含大師講堂、提案演練及團體討論。

## 11. TIES THAT BIND 2023 國際合製工作坊 ( 113 年第一階段 )

與歐洲影音製作人聯盟 EAVE 合作，112 年 11 月在臺北舉辦第一階段。目標為培養跨國合製產業人才、優化內容產製。由來自歐、亞兩洲的影視領域頂尖專業人士擔任導師，工作坊內容以電影劇情長片劇本開發、亞歐國際合製、私人與公共資金籌資、提案、行銷與發行為主軸，進行團體討論、專屬諮詢、會談及團體課程。

## 12. ATF X TTB 動畫工作坊及提案大會

112 年度新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展 ( ATF ) 與歐洲最主要的歐亞影視合製人才培育學程 TIES THAT BIND 合作舉辦「動畫工作坊及提案大會」，文策院為合作夥伴之一。「動畫工作坊及提案大會」是針對歐洲及亞洲的動畫製片及企劃所量身打造的全新方案，提供國際動畫市場及籌資的趨勢，透過此工作坊開啟歐亞兩洲之間合製的可能性。本工作坊分為兩階段，第一階段為線上工作坊，於秋季舉辦；第二階段工作坊及提案大會則於 ATF 展會期間舉辦，共計招收總共 9 個團隊 ( 亞洲案組 5 組、歐洲案組 4 組 ) 進入工作坊培訓。

### 13. TAICCA x WBD 非戲劇類節目企劃國際培訓工作坊：

為促進臺灣節目產業與國際接軌，文策學院與華納兄弟探索集團 ( Warner Bros. Discovery ) 合作，於 112 年 12 月辦理「非戲劇類節目企劃工作坊」，將國際節目製作規格及企劃方式帶入臺灣產業，並提供實務層面的經驗分享。本工作坊招收 15 組臺灣節目業者 ( 含導演 / 節目企劃、製作人 )，聚焦「非戲劇類節目」，工作坊第二階段預計選出 3 至 5 組具製作潛力的團隊與華納兄弟探索集團講師一對一對談。

### 14. 好萊塢劇集開發系列工作坊

為培養臺灣影視產業監製、編劇人才，建立臺灣影視產業規模化，文策學院邀請好萊塢講師 Aurorae Khoo 於 112 年 12 月開辦「好萊塢劇集開發系列工作坊」，總計招收 12 名資深產業人士，系統性引入好萊塢劇集產製方法，對接臺灣影視產業與國際製作規格，建立產業發展系統。

**4-1-2 提供務實有用的商情及產業報告：發布多元商情及產業數據相關研究成果，傳達臺灣文化內容產業趨勢及合作機會資訊，預估總瀏覽次數達 10,000 次以上、媒體引用次數至少 15 次，引導資源探詢，並作為各界資源投入臺灣內容產業之參考。**

#### **績效說明：**

為提供務實、有用的產業數據及發展趨勢，本院定期研究臺灣文化內容產業發展趨勢，主要研究面向包含各產業調查、趨勢消費調查及國際產業商情分析為主，以綜觀性及國際性的研究視角，持續梳理及分析歸納臺灣文化內容產業之發展趨勢，提升業者的決策品質。上述研究成果報告總瀏覽次數達 63,381 次以上、媒體引用次數共計 50 篇。

1. 定期調查產業現況、追蹤長期趨勢，並依據產業或業務推進需求，辦理主題研究計畫，製作 11 份研究報告。

本院今年度發布《2022 年臺灣文化內容產業調查報告》共四冊，並編印《2022 年臺灣文化創意產業發展年報》，調查範疇包括電視、電影、動畫、廣播、圖書、雜誌、漫畫、流行音樂、廣播、遊戲與電競等 11 項產業，以及《文化創意產業發產法》所涉之視覺藝術、文化資產應用及展演設施、音樂及表演藝術、數位內容等相關產業。

此外，為了解臺灣民眾在各領域的閱聽行為和消費狀況，本院自 109 年度起每年辦理並發布《臺灣文化內容消費趨勢調查報告》，針對影視、廣播、Podcast、音樂、表演藝術、閱讀出版、電玩遊戲、原創角色共 8 項文化內容領域進行調查。針對作品題材規劃之方向，112 年度公布完整《跨域文化內容閱聽調查報告》，從影視、音樂、出版、遊戲產業不同的作品形式進行觀察，研究題材間的關聯性與產業跨域合作可能性。另針對資源有限的兒少領域，則透過《臺灣兒少影視內容觀影行為調查》嘗試找到兒童閱聽偏好與家長需求的平衡點，尋求未來發展的機會點與突破口，提供臺灣兒少產業珍貴的資料。

此外，依據臺灣文化內容產業或業務推進需求，辦理專題研究計畫，例如因應語言傳承危機與文化部語言發展政策，從供需兩端執行《臺語文化內容產業暨消費調查計畫》，掌握臺語文作品在市場中的占比以及產製過程所面臨的問題。本院 112 年度完成《數位內容生態圈創作者經濟初探調查》報告及《企業 CSR/ESG 支持文化發展之評量指標與機制運作》研究報告。前者透過訪談代理商、品牌、創作者、創作者服務公司等產業相關人士，釐清產業結構。後者則針對企業投入文化發展之行動研擬相關量化、質化指標和行動指南建議，可作為本院持續推動 CSR/ESG for Culture 行動策略之方案參考。

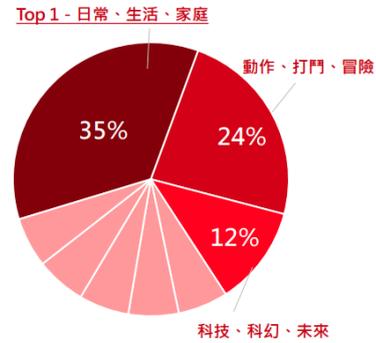
## 熱門內容其實融合孩子的多元偏好

觀察最多孩子使用的OTT影音平台內容，以汪汪隊立大功最熱門，相較之下，孩子觀看與喜好Top1的音樂唱跳類則並非有單一檔唱跳節目為熱門作品，上榜的節目多將音樂融合於內容中！兒童綜藝類除了小兒子系列有真人節目，其餘少有節目上榜OTT熱門或推薦，這也許是兒少影視需求的破口！整體也可發現OTT熱門內容集中於日常生活、動作冒險題材。

### 各影音平台熱門或推薦內容

節目名稱	國別	內容類型
汪汪隊立大功	加拿大	劇情卡通動畫
蠟筆小新	日本	劇情卡通動畫
Hello Carbot 衝鋒戰士	韓國	劇情卡通動畫
阿奇幼兒園	英國	結合故事、音樂的生活養成類
粉紅豬小妹	英國	結合故事、音樂的生活養成類
聖堤亞哥的海洋冒險	美國	劇情卡通動畫
小兒子 系列內容	臺灣	結合故事的生活養成類
寶可夢	日本	劇情卡通動畫
藍色小腳印與你	美國	結合故事、音樂的生活養成類

### 平台熱門或推薦的題材



註：資料來源為臺灣七個影音平台兒少內容排行榜 / 推薦內容Top 10。資料整理時間為2023/4/13~4/16。

## 臺灣兒少影視內容觀影行為調查報告

### 2. 推動國際智庫、學者、中介組織交流合作

為使產業人士了解國內外同級行政法人組織架構、業務導向、工作流程，本院亦針對國內外重要之行政法人安排訪問，將訪談紀錄發布於產調資料庫，擴散相關資訊。訪談對象包括韓國文化內容振興院 KOCCA ( Korean Creative Content Agency )、英國創意政策與數據中心 PEC ( Creative Industries Policy and Evidence Centre )、紐西蘭創意紐西蘭 ( Creative New Zealand )、日本公益社團法人全國出版協會出版科學研究所、泰國數位經濟促進局 ( depa )。另外本院亦積極與國際智庫、學校系所、訪問學者等單位交流，介紹本院業務並討論互相合作可能性，交流單位包括日本三菱綜合研究所 ( MRI )、泰國詩納卡寧威洛大學 ( Srinakharinwirot University )、拉脫維亞獨立遊戲聯盟 ( Lithuanian Game Developers Association )、法國 ICC-Immersion、哈佛大學費正清研究中心等。

### 3. 持續蒐集、發布國內外最新產業數據及商情

為因應業界對公開資料的需求，本院持續調整「產業資料庫」及「視覺化儀表版」之版面呈現及功能，優化使用者體驗，並持續充實產業資料庫內容，定期發布產業調查報告，以及包含影視、出版、漫畫、遊戲、流行音樂、表演藝術、時尚設計等產業之國際商情資訊。112 年度共發布 359 篇國際商情，累計閱覽人次逾 4.7 萬。出版並發布《2022 年臺灣文化創意產業發展年報》一式，《Taicca 誌》第 3 期、第 4 期，對外提供本院最新調研成果及產業發展狀況；並且透過論壇、座談會、產業諮詢會等活動辦理，發布產業相關資訊、進行產業倡議，同時蒐集產業情報。

112 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表				
	主動報導或轉載	調查研究報告	媒體	報導連結
1	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容消費趨勢調查	新新聞 (風傳媒)	<a href="#">疫情千日》電影票房回不去了？捍衛戰士能賣 7 億 這類電影卻漸從市場消失</a>
2	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容消費趨勢調查	nippon.com 走進日本	<a href="#">同步播出的《鎌倉殿の 13 人》掀起臺灣大河劇熱潮</a>
3	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容消費趨勢調查、2022 年臺灣文化創意產業發展年報	22 世紀衛星	<a href="#">從空洞的「音樂國際化」到具體的「音樂出口」</a>
4	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容消費趨勢調查	ETtoday 新聞雲	<a href="#">Netflix「同住者」怎認定？ 臺開鋤寄生帳號...網炸鍋：家人未必住一起</a>
5	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容消費趨勢調查	數位時代	<a href="#">Spotify 的 1 億首「歌海」中，華語音樂怎麼讓你聽到？亞洲區音樂總監拆解兩大武器</a>
6	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	愛傳媒	<a href="#">王其》民眾愛看！臺灣新聞的影響力正在歷史高峰！</a>
7	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費	中央社	<a href="#">遠傳 friDay 影音蟬聯本</a>

112 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表				
	主動報導或轉載	調查研究報告	媒體	報導連結
		趨勢調查		<a href="#">土 OTT 平臺冠軍 連續三年獲文策院民調第一名</a>
8	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	Zeek 玩家誌	<a href="#">遠傳 friDay 影音蟬聯本土 OTT 平臺冠軍   指定方案加碼抽「安孝燮臺北粉絲見面會門票」   《鯊魚寶寶放電趴 in 臺中》遠傳會員享專屬購票優惠</a>
9	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	關鍵評論網	<a href="#">【圖表】臺灣民眾會花多久時間聽音樂？最愛哪個付費音樂串流平臺？</a>
10	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	中國時報	<a href="#">friDay 影音連續 3 年使用率奪冠</a>
11	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	關鍵評論網	<a href="#">【圖表】臺灣民眾愛看漫畫嗎？閱讀漫畫的習慣是如何呢？</a>
12	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查、2022 年臺灣文化內容產業調查報告 II：電視、電影、動畫產業	數位時代	<a href="#">【圖解】新臺劇「拍 1 集 3 千萬」看齊韓劇、好萊塢！哪 12 部重磅 IP 最具典範？</a>
13	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	經濟日報	<a href="#">遠傳強化個人數位服務 新經濟用戶活躍度年增 72%</a>
14	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	數位時代	<a href="#">KKBOX 收購 MyMusic！ KKCompany IPO 前好消息連發，再拿 4,000 萬美元募資</a>
15	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	電腦王-最新科技新聞	<a href="#">KKBOX 宣布併購臺灣大哥大 My Music!</a>
16	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費	未來商務 - 遠見	<a href="#">奪本土 OTT 最高使用</a>

112 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表				
	主動報導或轉載	調查研究報告	媒體	報導連結
		趨勢調查	雜誌	<a href="#">率！巴哈姆特「動畫瘋」為何能擊退盜版·讓 ACG 族群甘願付費訂閱？</a>
17	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	鏡週刊、Yahoo	<a href="#">【文策院院長盧俊偉專訪 7】八大面向「文化消費調查」跨域分析深入瞭解市場</a>
18	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	ETtoday 星光雲	<a href="#">追劇週報 / 《此時此刻》《以愛為營》臺灣收視霸主！5 動畫夯到追 ON 檔</a>
19	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業	端傳媒	<a href="#">2023 臺北國際書展：總統級關注可以阻止出版產業下墜之勢？</a>
20	網站文章引用	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 III：流行音樂、廣播產業	勞動部勞動力發展署北基宜花金馬分署	<a href="#">3/15 (三)【職場參訪體驗】中國廣播公司</a>
21	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化創意產業發展年報	經濟日報	<a href="#">大數字 / 解封效應 電影類收入回溫</a>
22	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業	銘報	<a href="#">臺漫難以生存 李衣雲：拯救臺漫絕不是用「臺漫」標籤包裝</a>
23	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業	經貿透視雙周刊	<a href="#">《市場趨勢篇》將本土原創推向國際 角色 IP 全面進擊 引爆新經濟效益</a>
24	網站文章引用	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 II：電視、電影、動畫產業	老喬報	<a href="#">10 分鐘了解臺灣電影市場的現況與挑戰   臺灣電影產業系列-2023 年版</a>
25	網站文章引用	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業	一封寄給未來讀者的信	<a href="#">出版雜誌的公司靠什麼賺錢？</a>

112 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表				
	主動報導或轉載	調查研究報告	媒體	報導連結
26	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化創意產業發展年報	換日線	<a href="#">《文創法》修正通過！人人投資電影，一起拿金馬獎的時代來臨了？</a>
27	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 II：電視、電影、動畫產業	新聞人	<a href="#">【N 專題】昔日「東方迪士尼」逐漸沒落—臺灣動畫產業的困境</a>
28	學術期刊/論文	2020 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業； 2021 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業、	中華傳播學刊	<a href="#">營收破壞，流通依賴：數位平臺對臺灣報業與雜誌的經濟衝擊</a>
29	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化創意產業發展年報	臺灣英文新聞	<a href="#">臺灣土銀藝文走廊新展覽 臺藝大教授蔡介騰以水墨展現意境</a>
30	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業	今周刊	<a href="#">電商折扣戰，買書好便宜？專家警告：追求一時折扣，恐賠上臺灣整個文創泉源</a>
31	網站文章引用	2022 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業	德國大小事（方格子）	<a href="#">拯救書市的特效藥在竹科工程師口袋裡？看看德國圖書定價、買書習慣還有出版市場</a>
32	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業	NOWnews 今日新聞	<a href="#">圖書折扣戰 2 / 電商賣書低折扣成常態 出版業、消費者都是輸家</a>
33	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業	NOWnews 今日新聞	<a href="#">圖書折扣戰 5 / 電商折扣低價銷售紙本書 電子書業者嘆成「炮灰」</a>
34	網站文章引用	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 IV：遊戲、電競產業	indienova	<a href="#">臺灣電子遊戲史 (六)：電競二十載 (2000-2019)</a>
35	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 IV：遊戲、電競	GNN 新聞	<a href="#">【漫博 23】《G9: League of Aces》臺灣</a>

112 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表				
	主動報導或轉載	調查研究報告	媒體	報導連結
		產業		<a href="#">六都王牌爭霸戰明日登場 六組隊伍力拼冠軍寶座</a>
36	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 IV：遊戲、電競產業	民生頭條	<a href="#">體育署指導、TGIPA 主辦 臺灣原創電競場域 7 月 29 日火熱開打！</a>
37	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 IV：遊戲、電競產業	聯合新聞網	<a href="#">100%臺灣原創電競場域！《G9:League of Aces 臺灣六都王牌爭霸戰》7/29 火熱開打！</a>
38	新聞媒體主動報導	2021 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業	今周刊	<a href="#">積極經營品牌形象、用互動設計拉近讀者距離！臺灣出版人分享南韓首爾書展的第一手觀察</a>
39	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容產業調查報告 II：電視、電影、動畫產業	天下雜誌	<a href="#">兒少戲劇停在 30 年前 《我的這一班》、節目自製率全球倒數 「俠女」陳藹玲怎麼救？</a>
40	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業	工商時報	<a href="#">折扣戰打擊連鎖書店 獨立書店能殺出生路？</a>
41	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查、2022 年臺灣文化內容產業調查報告 II：電視、電影、動畫產業	新聲 Pro	<a href="#">为什么我们认为臺剧不会成为下一个韩剧</a>
42	新聞媒體主動報導	跨域文化內容閱聽調查	鏡傳媒	<a href="#">【娛樂透視】W 劇場瞄準女性 愛情劇加碼搞大浪漫商機</a>
43	新聞媒體主動報導	2023 年臺灣兒少影視內容觀影行為調查	親子天下	<a href="#">兒童節目看什麼？孩子愛音樂唱跳、家長對「語言教學」最買單</a>
44	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	中央通訊社	<a href="#">臺灣霹靂火變 PC 遊戲 G-EIGHT 遊戲展開放試</a>

112 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表				
	主動報導或轉載	調查研究報告	媒體	報導連結
				<a href="#">玩</a>
45	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	TechBiz 電商人的數位商業媒體	<a href="#">聲音經濟已退燒？品牌主是否仍值得投入？</a> <a href="#">2023 臺灣 Podcast 趨勢回顧</a>
46	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	INSIDE 硬塞的網路趨勢觀察	<a href="#">【帶你看 Podcast】Firstory 2023 上半年臺灣 Podcast 數據趨勢回顧</a>
47	品牌報告引用	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	Firstory 官方 FB、IG、官網	<a href="#">《2023 上半年臺灣 Podcast 數據趨勢回顧》</a>
48	學術期刊/論文	2020 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業； 2021 年臺灣文化內容產業調查報告 I：圖書、雜誌、漫畫、原創圖像產業	論文作者：蘇微希（碩士論文）	<a href="#">臺灣圖像同人商品數位創新商業模式之研究 - 以收藏型圖像同人 NFT 卡包專案為例</a>
49	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	經濟日報	<a href="#">遠傳 friDay 影音 付費會員增加近一成、免費增六成</a>
50	新聞媒體主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	方格子 Vocus	<a href="#">從 KKCompany 上市公開說明書，一覽音樂串流、影音、雲端智慧服務未來潛力</a>

伍、內控機制：符合法規，確保行政法人組織功能及營運機制長久運行

5-1-1 降低採購違失或瑕疵案件數：(1) 112 年無採購作業發生重大違失。  
(2) 112 年公告金額以上採購案件(含藝文採購)之瑕疵件數，佔總件數之比率不超過 5%。

績效說明：

本院辦理採購案件，均依《政府採購法》及《文化內容策進院採購作業實施規章》等法規確實辦理。112 年度本院辦理公告金額以上之案件共計 79 件（含藝文採購）；瑕疵件數共計 0 件，佔總件數之比率為 0%。

**5-2-2 達成年度自籌款比率達成率：自主財源來源之年度收入，達年度預算書編列自籌收入之 90%。**

**績效說明：**

112 年度自籌款預算數為 157 萬 5,000 元，今年度累計實際數 1,449 萬 8,173 元，收入來源包含漫畫基地經營管理租金收入、IP 內容實驗室虛擬攝影棚提供商業使用之開棚費及資料處理費、參展補助、工作坊課程收入、活動贊助收入、TCCF 創意內容大會之展證/展位/報名費等收入，版權及授權收入、多元內容方案分潤收入等，已超過年度預算書編列自籌收入之 100%以上。

**5-2-2 身心障礙者進用數額：符合法規，達成身心障礙者進用數額：年度進用具  
有就業能力之身心障礙者人數，年平均不低於員工總人數 3%。**

**績效說明：**

自 111 年 5 月起，本院依文化部來函指示於年度績效指標中納入身心障礙者進用數額。112 年度本院身心障礙者進用數額每月均超額進用，年平均占比為 3.38%。

112 年度 1 月至 12 月文策院身心障礙人數進用數額			
月份	員工總人數	身心障礙者人數	占比
1 月	168	6	3.57%
2 月	172	6	3.49%
3 月	172	6	3.49%
4 月	172	6	3.49%
5 月	172	6	3.49%
6 月	176	6	3.41%
7 月	174	6	3.45%
8 月	184	6	3.26%
9 月	184	6	3.26%
10 月	187	6	3.20%
11 月	189	6	3.17%
12 月	181	6	3.31%

註：員工總人數以當月份 1 號之人數計算。

## 陸、年度自籌率比率達成率及經費核撥事項說明

### 1、年度自籌率比率達成率

有關文策院經費年度自籌率比率達成率的部分，說明如下：

112 年度預算數 1,575,000 元，截至本（12）月底止累計實際數 14,498,173 元。主要係：

- (1) 漫畫基地主題商店委託經營管理案之房地租金收入 308,568 元
- (2) CCC 數位平台相關收入(含授權)661,830 元
- (3) IP Lab 相關收入(含 NFT 衍伸收入)984,993 元
- (4) 高階數位模型庫 119,013 元
- (5) TCCF 相關（展證、展位、獎項支持、大會贊助）8,691,938 元
- (6) 出版展會出版社專區服務收入 185,718 元
- (7) 文策學院收入 308,338 元
- (8) 專案活動贊助、投資收入 3,237,775 元

### 2、經費核撥事項概況

(1) 預算編列：

文化部補助公務預算：742,248,000 元

預算書 753,103,000 元，含年度折舊提列並認收入 12,755,000 元及資本門帳務列至資產 1,900,000 元。

文化部補助專案預算：323,011,000 元

預算書 324,736,000 元，含年度折舊提列並認收入 5,725,000 元及資本門帳務列至資產 4,000,000 元。

合計：1,065,259,000 元

(2) 核撥及決算事項概況：

文化部補助公務預算：719,871,000 元

原預算 753,103,000 元 ( 含折舊攤提 ) ，預計核撥 719,871,000 元。

自有資產本期提列折舊及攤銷數，將遞延收入轉政府公務預算補助收入至收入增列 14,757,712 元、政府公務預算補助收入保留款依收入費用配合原則，增列前年度保留款執行 21,027,104 元及減列本年度保留款轉至預收 25,007,626 元，決算數為 730,648,190 元。

文化部補助專案預算：321,430,000 元

原預算 324,736,000 元 ( 含折舊攤提 ) ，預計核撥 321,430,000 元。

配合代管財產提列折舊及攤銷數轉列遞延數入至政府專案補助收入較原預算減少 3,033,782 元、增列前年度保留款執行 936,498 元及本年度新增及調整專案計畫及 8,535,380 元，決算數為 327,868,096 元。

合計：1,041,301,000 元

(3) 預算及核撥之差額合計為：23,958,000 元。

差額主要係文策院之補助經費刪減、年度新增調整部分專案預算經費、保留款執行及認列所致之差異。

附件 1：「112 年文化內容策進院績效評鑑報告」修正對照表

1、 委員會議發言紀要及審查意見修正對照表

編號	意見	修正內容說明	頁數
1	<p>高委員文宏：</p> <p>( 1 ) 在既有的衡量指標幾乎都有優良的表現，但似乎缺少重磅級成果，例如投資電影入選國際一級影展主競賽單元並獲獎，所以絕大多數案件只是內捲式成果。</p>	<p>( 1 ) 感謝委員建議，本院認同需有指標型案例及重大投資之思維，並且於 113 年營運目標暨績效指標增訂相關指標內容，併附本院 113 年營運目標暨 績 效 指 標 ( <a href="https://reurl.cc/Vzp1a6">https://reurl.cc/Vzp1a6</a> ) 供參。另在投資案件審查企劃書階段，亦會挑選能兼具內容深度與商業性之案件，期待臺灣原創作品能在國際間大放異彩。</p>	無修正
	<p>( 2 ) 建議文策院於國際影展「臺灣之夜」活動期間，邀請非文策院支持的臺灣作品一同參加，營造臺灣作品整體行銷聲量。</p>	<p>( 2 ) 謝謝委員建議，本院未來在規畫各類展會專業人士媒合活動 ( 如「臺灣之夜」 ) 時，會積極廣邀臺灣業者及其作品參與，加強臺灣產業人士與國外業者交流並拓展合作網絡。</p>	無修正
2	<p>閻委員鴻亞：</p> <p>( 1 ) 許多文策院支持的國際合資合製案例，未見臺灣元素，從國際的角度觀之，我們只是出錢，卻沒有讓臺灣被看見，文策院應考慮讓更多臺灣的表演者、幕後人員參與國際合資合製的作品，並且反過來吸引國際資金投入臺灣作品。</p>	<p>( 1 ) 謝謝委員建議，與國際上國際合製基金相同，國際合資合製目的在於充實臺灣影視產業各個環節的技術與實力，與國際對接。不單就臺灣導演或臺灣拍攝，從製作階段到後期 ( 剪輯、混音、特效、音樂等 )，拓展臺灣影視產業的國際品牌。從資金面而言，國際合資合製資金的支持可有效讓臺灣影視業者藉由擔任製作方及投</p>	無修正

		<p>資方之角色，參與更多兼具規模化、市場化及藝術性之國際作品，進而增強臺灣人才、影視資源在國際間的能見度。</p> <p>關於增強國際合資合製案例中臺灣元素的部分，為呼應業界的建議，本院於 113 年推出國際合作投資方案 ( TICP2.0 ) 時，已針對臺灣元素部分設定標準，以作為投審委員會投資評估參考，詳情可見本院官網公告 ( <a href="https://reurl.cc/Ej8nAk">https://reurl.cc/Ej8nAk</a> ) 及給業者的企劃書撰寫說明指引 ( <a href="https://reurl.cc/NQ1rW6">https://reurl.cc/NQ1rW6</a> ) 。</p>	
	<p>( 2 ) 請文策院簡要說明「國際合作投資專案計畫 2.0」內容。</p>	<p>( 2 ) 感謝委員建議，為更貼近國際市場需求、擴大投資績效，文策院優化且升級原國際合作投資計畫，推出「國際合作投資方案 2.0」( TICP 2.0 )，此方案三大重點包括：</p> <p>一、提高投資比例：為鼓勵更多具臺灣元素的案件，原投資比例上限僅 30%，未來臺灣元素濃度更高的案件，投資比例最高可達 49%。</p> <p>二、取消投資金額上限：為促成國際指標投資案落地在臺灣，原單一案件投資上限為 30 萬美元，未來能有機會取得更多資金的支持，單一案件沒有投資金額之限制。</p>	<p>無修正</p>

		三、投資案件更多元：為增加臺灣作品的國際市場能見度，原方案投資較多屬中小型的非商業電影，未來可投資更多商業片、紀錄片等多元類型且具市場潛力的影視作品。	
3	黃委員韻玲：  (1) 文策院應思考從作品創作初期到後期呈現的歷程間，如何能更清晰瞭解作品的銷量和市場端的回應。	(1) 感謝委員建議，本院既有針對音樂產業策進機制，包括前期人才培育、資金投入以及市場開發。  另為了解國際文化內容產業發展趨勢，本院設有「產業研究資料庫」( <a href="https://research.taicca.tw/">https://research.taicca.tw/</a> )，內容涵蓋產業經濟調查、臺灣閱聽調查、專題研究特輯、產業大數據、趨勢商情等面向。其中與音樂產業相關之分析調查，包括曾發布「日本現場音樂產業之趨勢及展望研究報告(111年)」、「臺灣流行音樂產業重點數據摘要(111年)」、「跨域文化內容閱聽調查報告(下)音樂·遊戲·綜合跨域(112年)」，亦每週更新相關趨勢商情，未來將積極增進相關作品之銷量資訊與市場端回應之蒐集，以期掌握產業最新動態發展。	無修正
	(2) 文策院對音樂產業的投入較少，請研議透過說明會等方式協助業者了解文策院提供的各項資源方案，以及如何協助音樂產業從業人員申請相關資源。	(2) 感謝委員建議，112年9月本院曾與臺北流行音樂中心合作，辦理投融资說明會流行音樂產業專場，未來會積極辦理音樂產業類型之說明會，	無修正

		強化音樂產業從業人員申請及對接本院相關資源。	
4	董委員澤平：  ( 1 ) 對於各項推動成果，依產業別、規模等性質整理成圖表等敘述統計，以利閱讀和分析。	( 1 ) 感謝委員建議，已補充各產業投資之相關統計資料與圖表於報告內容 ( 營運目標 1-1 之衡量指標項次 2 ) 。	已補充修正於報告第 24 至 25 頁。
	( 2 ) 目前資金投入偏重於影視產業，是否有相關改善規劃和具體方案。	( 2 ) 謝謝委員建議，未來除影視、ACG、展演場域、人才培育、表演藝術領域外，本院亦會積極與未來科技 ( AR/VR/XR ) 內容、音樂劇、演唱會之相關業者洽談，並多元化推展投資模式。	無修正
	( 3 ) 內控機制應增加，如對於過往投資與輔導案之追蹤與處置作法等較多元機制。	( 3 ) 感謝委員建議，本院歷年來皆嚴格遵守既有內控機制規定並如實執行，未來在績效指標制定時，亦會參酌委員建議，綜合評估當年度業務動態發展情形進行考量。  在投資績效追蹤方面，本院業已於本院官網公布「2021 年至 2023 年國際合作投資專案計畫投資項目」，另針對影視類投資項目，本院內部設有定期追蹤機制，盤點本院投融資及獎補助作品列表及發展階段，定期檢送文化部備查。	無修正

5	<p>黃委員秀蘭：</p> <p>(1) 投資項目與產業宜均衡發展，將影視產業之投資延伸至表演藝術與視覺設計等產業。</p>	<p>(1) 感謝委員建議，本院積極將投資項目與領域朝更具多元類型內容產業方向推進。迄今產業投資版圖包含電影、音樂及表演藝術、數位內容、文化資產應用及展演設施、廣播電視、設計品牌時尚、視覺藝術、流行音樂及文化內容、其他等 9 大產業投資類型，期透過擴大投資產業別具多元化，並正向帶動產業間合作及互動循環，未來亦將持續引導多元資金投資產業，俾益帶動整體文化創意產值及衍生效益。</p>	無修正
	<p>(2) 內控機制宜具體設定更多評鑑細項，如實呈現表現績效或各項合約執行之實績成效。</p>	<p>(2) 感謝委員建議，本院設有監事會及稽核單位作為監督機制，並每年簽訂文策院內部控制聲明書，針對執行情形辦理評估及稽核，詳情可見本院官網「內部控制專區」（網址：<a href="https://reurl.cc/OM7kjR">https://reurl.cc/OM7kjR</a>）。本院歷年來皆嚴格遵守既有內控機制規定並如實執行，未來在績效指標制定時，亦會參酌委員建議，綜合評估當年度業務動態發展情形進行考量。</p>	無修正
	<p>(3) 國發基金之投資合約應思考納入文策院的地位，不僅限於代管單位，以利投資合約後續之執行。</p>	<p>(3) 感謝委員提醒及建議，文策院在投資合約中之地位扮演諸多角色，不僅限於代管單位，亦會積極扮演業者與行政院國家發展基金加強投資文化創意產業信託專戶之受託銀行兩者間</p>	無修正

		<p>之溝通橋梁，加速雙方投資合約執行流程。</p> <p>另補充關於投資合約，文策院後續之執行包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 被投資事業皆須充分、詳盡、及時及適當地揭露必要資訊與資料予文策院，包括不限於財務、業務、資產、負債及營運等。</li> <li>● 共同投資方須依作業要點向文策院充分揭露與被投資事業之利害關係。</li> <li>● 被投資事業若違反交割前後之承諾事項須立即書面通知文策院。</li> <li>● 被投資事業定期辦理董事會及股東常會，皆依法會前書面通知文策院。</li> <li>● 被投資事業應配合文策院之實地訪查。</li> <li>● 文策院具有資訊權和檢查權，得依法要求被投資事業提出公司財務、業務或其他情況之資訊。</li> <li>● 投資協議書依據作業要點與文策院投資審議之決議均視為協議之一部分，上述未盡事宜得由文策院解釋之。</li> </ul>	
	<p>(4) 文策院與其他公部門之合作、輔助產業之歷程，宜納入績效評鑑之項目，例如廣藝會之綠色通道。</p>	<p>(4) 謝謝委員建議，文策院持續與民間公協會建立合作夥伴關係，透過資源整合引導出版、漫畫、表演藝術等</p>	<p>無修正</p>

		<p>產業對接商業市場。113 年在表演藝術產業的推動上，文策院分別與廣藝基金會、榮耀基金會建立合作關係，透過公開徵件、創投媒合、提案大會到多元投資，引導表演藝術團隊以商業化經營模式，推動作品以階段性市場驗證的方式逐步成長，提升商業投資效益。同時，針對漫畫、出版小說文策院亦持續與中華動漫出版同業協進會合作，辦理原創 IP 風雲榜活動，並就跨域發展機會調整活動方式，讓台灣原創 IP 有更多機會取得有效益的商業成績。未來在績效指標制定時，亦會參酌委員建議，綜合評估當年度業務動態發展情形進行考量。</p>	
	<p>(5) 文策院應推動賦予創作型人才管理經營的能力，如已有相關的人才培育工作計畫與成果，應適度呈現於評鑑項目。</p>	<p>(5) 感謝委員建議，本院文策學院開設三種類型課程，包括：創業經營類（文化創業加速器計畫及創業輔導線上課程）、提案培訓類、內容開發製作類（歷年開設課程列表可參考本院官網：<a href="https://reurl.cc/lQk5M9">https://reurl.cc/lQk5M9</a>）。</p> <p>112 年創業加速器計畫執行成果，已呈現於評鑑報告「營運目標 1-1 之衡量指標項次 4」。</p>	無修正
6	<p>黃委員皓傑：</p> <p>(1) 文策院在投資案整體表現相當全面，相較以往內容取向、非市場面的投資取向，有重大突破，未來在黑</p>	<p>(1) 感謝委員建議，本院亦認同需有指標型案例及重大投資之思維，並且於 113 年營運目標暨績效指標增訂相關指標內容，併附本院 113 年營運目</p>	無修正

	<p>潮計畫下，可強化促成指標性案例及重大投資，避免投資過多，但缺乏重大案件等情形。</p>	<p>標 暨 績 效 指 標</p> <p>( <a href="https://reurl.cc/Vzp1a6">https://reurl.cc/Vzp1a6</a> ) 供參。</p>	
	<p>( 2 ) 在 TICP2.0 轉向時，因未能雙向溝通，造成誤會，未來在與業界溝通時，可再加強產業說明會的次數與頻率。</p>	<p>( 2 ) 感謝委員提醒。本院近日已於 3 月 15 日召開之 TICP2.0 第三次說明會共邀 53 名業者參與線上及線下之討論。未來在各項本院亦會加強與業界和國內外媒體之聯繫說明，以記者會、說明會、專家諮詢會議等方式於重大方案及報告公告前積極進行產業界及學術界意見徵詢，促進社會溝通。</p>	無修正
	<p>( 3 ) 業界相當關注及重視黑潮計畫接續的推動與發展，視該計畫為文化內容產業界重要的契機，爰請文策院分享該計畫與文化部的對接情形。</p>	<p>( 3 ) 感謝委員建議，就文化部黑潮計畫而言，有別於過往文策院投資較以平行單線進行的模式，因應文化部黑潮計畫，重新整合為「投補(捕)關係」，換句話說，本院將會積極對接文化部黑潮計畫支持案件(如國際臺劇徵案)進入文策院國發基金或媒合民間資金等投資機制；另一方面，亦會在人才培育、內容開發等層面與文化部積極合作，從政策機制之系統性整合下手，實際支持產業加速升級。</p>	無修正
7	<p>羅委員禾淋：</p> <p>( 1 ) 績效超出預期，值得肯定，然建議未來調整「3-2-3 持續提昇臺灣文化內容之國際能見度」指標內容，</p>	<p>( 1 ) 感謝委員建議，囿於平臺演算法限制，以觸及數為指標未必能完全反映線上行銷成效，故本院於 112 年經營策略轉以「著重點擊」取代觸及，此作法可著重投放預算給予看到貼文</p>	無修正

	社群平臺觸及情形不宜作為績效評量的重要依據。	後實際採取行動之使用者，且提升社群行銷精準度。本院同步積極執行線下的實體國際行銷活動，並在「達成目標市場媒體主動報導」此細項呈現良好成效。另外本院 113 年營運目標暨績效指標，亦已移除此項指標內容。	
	(2) 建議文策院以中長期深度合作模式拓展全球業務及與國際組織結盟，俾利提升臺灣文化內容作品國際曝光度。	(2) 感謝委員建議，為提升國內外市場，帶動產業市場經濟綜效，本院強化國際組織單位策略結盟與國際展會參與，將導引國內外資源與國內大型產業活動串連合作。112 年起加強與通路或平臺端合作，促成多件大型合作案，包含如與國際音樂串流平台市佔率第一的 Spotify；與新加坡最大的媒體集團新傳媒集團 Mediacorp 合作。未來亦將積極與多方進行策略合作，打開展會銷售以外的國際通路，持續協助臺灣內容行銷推廣。	無修正
8	吳委員宜璇：  (1) 有關推動文化內容科技及未來內容產業方面，建議文策院協助創作者以市場思維看待作品、發展商業模式，並應將相關工作以階段性方式導入績效指標。	(1) 感謝委員建議，112 年本院透過「未來內容原型開發支持方案」及「市場導向之未來內容支持計畫」進行支持未來內容原型開發及製作，強化文化科技內容產業進行商業模式開發及市場驗證，並進一步帶領亮點作品與業者參與國際文化科技相關展會洽談合作，增進臺灣文化科技內容在國際市場通路曝光機會。未來本院將	無修正

		持續追蹤過去輔導之業者團隊，並積極協助其對接本院展會、媒合活動等產業協助機制，以確實策進臺灣文化科技內容產業成長茁壯。	
--	--	---	--