

TAIWAN CREATIVE CONTENT AGENCY 2024



TAIWAN CREATIVE CONTENT AGENCY 2024



CONTENTS

董事長的話	004	董監事名單	006	Action 4	IP 跨域轉譯，一源多用開創多元商機	057
組織架構	007	院長的話	008	市場性內容跨域合作	促進內容產業與文化科技的商業化模式	061
Action 1	文策學院：產業人才的實戰訓練營與法律支援	013	Action 5	集中產業資源挹注造星，成就「臺流」浪潮外推動能	066	
多元人才培育	文化創業加速器：教練陪跑，一對一優化商業模式	017	推動造星			
	研究調查：為內容產業把脈	020				
Action 2	去哪裡尋找好故事？	025	Action 6	自辦活動，主動打造直面觀眾的場域	075	
內容前期開發	感受臺漫新能量：從原創出發，航向不同領域及國度	028	全球市場拓展	單次展會無限商機，臺灣內容直通國際市場	079	
	面向全球說故事：影視內容開發與支持	031		臺灣原創內容國際化：企業合作、人才培育與 IP 推廣	084	
				邀請國際人士來臺，讓臺灣內容與全球接軌	086	
Action 3	策略投資呼朋引伴，團隊作戰進軍國際	041	2024 年文化內容策進院大事記		096	
引入資金資源	提升融資服務，促使企業強化財務觀念	048	2024 年度感謝名單		100	
	ESG for Culture，共創企業與文化內容產業新商業價值	050				

Keep Breaking New Ground

文化內容策進院（文策院）成立至今已滿 6 年，面對國際市場強勢內容的競爭，我們除積極推動產業轉型與深化國際合作外，文策院持續優化投資策略，捲動民間資金進場，並透過與電信業、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，擴大資金動能，使產業在市場機制下穩健成長，以因應全球製作成本上漲的趨勢。

為進一步推動文化內容產業發展，文化部已爭取到國發基金第二筆百億元資金，我們將持續推動與國際企業的合作，共同投資文化內容作品，除了進軍國際平台，也能透過國際企業資源及通路管道，提升曝光度與商業價值。此外，在產業的協助上，文策院不僅照顧影視，去年度也針對推動音樂、遊戲、漫畫、科技藝術、表演藝術等產業，積極並鼓勵市場性作品開發，並扶植小型工作室成長為中大型公司，優化企業體質、推動上市，進一步強化資本市場對文化產業的支持。

在全球產業快速變動的趨勢下，國際合作是臺灣文化產業突破的重要關鍵。文策院積極扮演臺灣軟實力的推手，不僅引進國際頂尖師資，更與美、日、韓、泰等優秀製作公司攜手合作，共同開發高品質內容。透過投資方案與故事開發計畫，我們吸引國際人才與資源，提升臺灣文化內容的國際能見度。未來，文策院將進一步在新加坡、泰國、馬來西亞進行策略布局，協助臺灣優質內容進軍東南亞市場，讓臺灣文化軟實力在國際舞台上發光發熱。

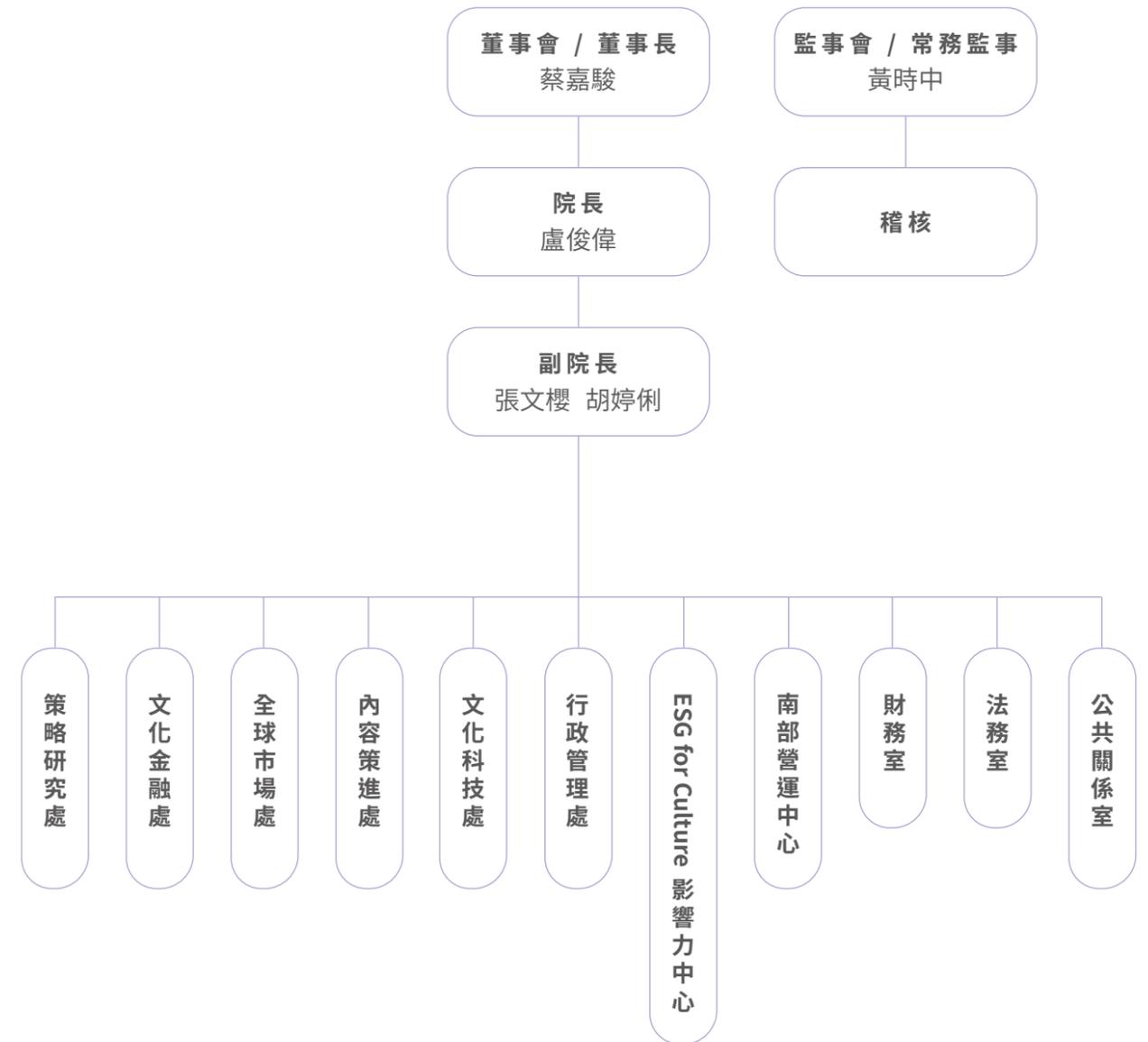
董監事名單

董事長	常務監事
蔡嘉駿	黃時中 美商 Bluebird worldwide Inc. 獨立董事

董事	監事
王時思 文化部政務次長	張玉英 經濟部智慧財產局副局長
王淑芳 文化部影視及流行音樂產業局局長	戴秀雲 文化部主計處專門委員
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	
林法正 國家科學及技術委員會副主任委員	
林宜敬 數位發展部政務次長	
林慧玲 國家通訊傳播委員會電臺與內容事務處處長	
高仙桂 國家發展委員會副主任委員	
唐殿文 外交部主任秘書	
陳珊妮 音樂製作人、詞曲創作人	
廖志堅 臺灣菸酒股份有限公司副總經理	
謝佩霓 國立清華大學藝術文化總中心美術館館長	

(依姓名筆畫排列)

組織架構



以新思維、新策略， 加速產業壯大及國際化

近年因數位科技創新變化快速、生成式 AI 技術發展及應用逐漸成熟、串流平臺呈現多元分眾化發展、跨國合作合製浪潮加速等等趨勢，從開發、產製、行銷到展演，全球文化內容產業正經歷深刻的變化。文策院以總體視角思考產業前進方向，成立以來，始終聚焦「產業化」與「國際化」。我們以國家級的文化內容產業加速器為定位，協助文化內容產業鏈完整化，積極媒合與其他跨產業的合作，同時加速國內產業生態從人才培育、內容開發產製、行銷及展演全面與國際合作接軌，幫助產業從 1 到無限大的發展。

2024 年的工作有四大重點，包括國際布局增加對亞洲及北美的合作，推動造星計畫，積極引入跨產業的資金及資源活水，結盟更多合作夥伴來壯大產業生態圈。

在全球布局上，我們擴大了國際合作觸角，除了過往與歐洲在影視與文化科技的合作之外，文策院也開始攜手美國、韓國、日本等知名合作夥伴及關鍵機構，於漫畫、動畫、遊戲、影視、文化科技等產業，展開人才培育、共同開發內容、合資、合製、合演等多面向的合作，加大故事與 IP 跨域開發力度，發掘具國際共鳴的優秀作品。於此同時，我們也透過 TCCF 創意內容大會將各國資源與夥伴匯集到臺灣，深化交流與洽商合作，讓臺灣內容與全球市場接軌。

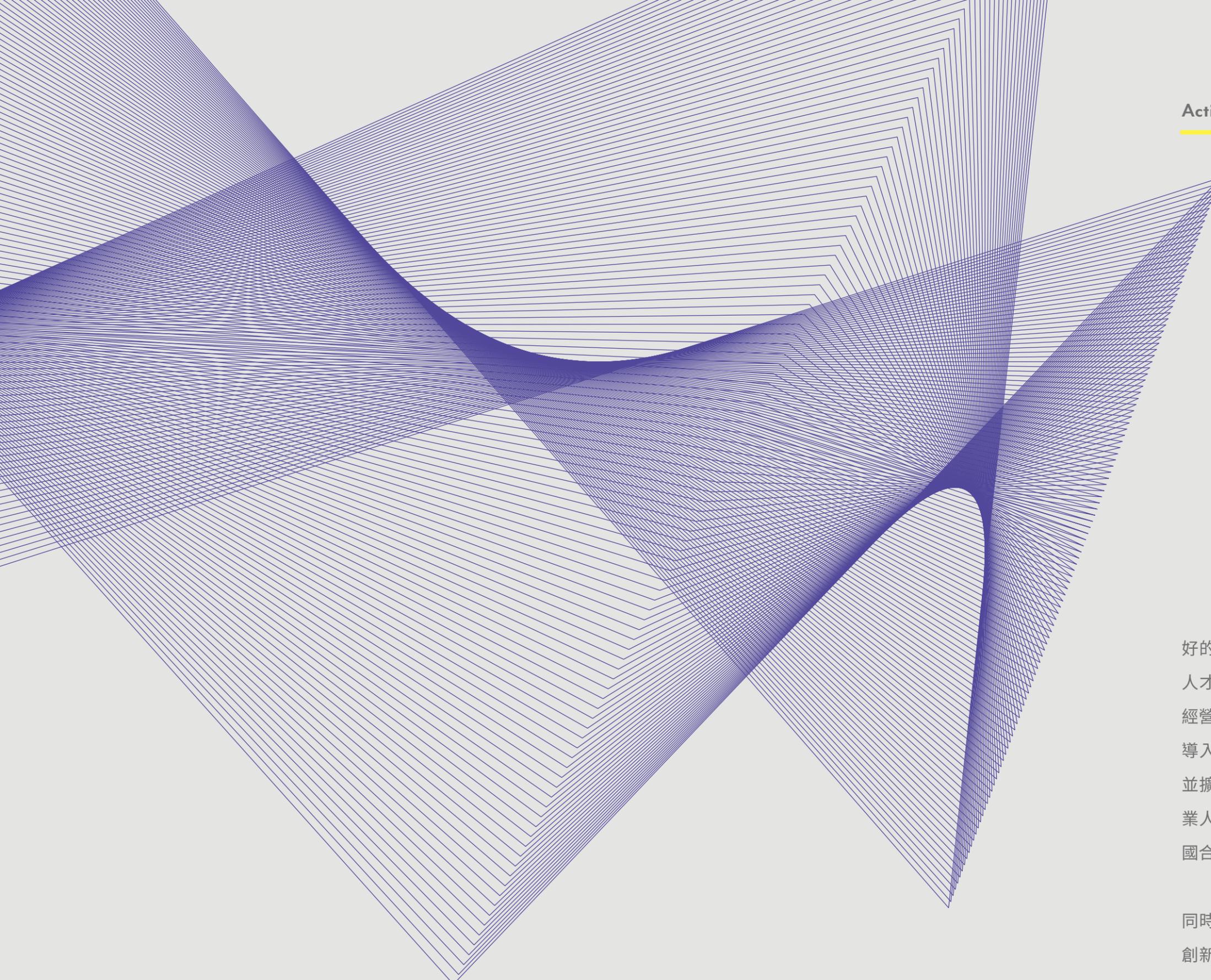
另外，藉由造星計畫，我們不僅協助音樂創作者登上海外音樂節，也帶領圖像創作者、出版作家參與重點國際角色圖像展及國際書展，更主動策劃藝人及影人海外曝光造勢活動，透過國際合資方式讓主創及藝人有更多國際合製合演的機會，

我們用更積極的行動大力增加創作者及藝人的海外知名度，並進而有利更多國際合作案的發生，形成正向循環發展。

在更多創意內容開發百花齊放的同時，也意味著需要更多資金及資源的進場支持，尤其是來自跨產業的新活水。2024 年我們協助文化部成功爭取到第二筆百億國發基金，並且主動媒合了國內三大電信、大型科技業者、國際大型娛樂集團，與文策院共同推動合組多個文化內容投資基金 (fund of funds)，持續投入打造高市場潛力的優質內容。同時，我們推動「ESG for Culture」的影響力專案合作媒合，協助文化內容業者與科技、金融、商業零售、租賃、綠能、教育、建築……等跨產業展開多元面向的合作，共創文化影響力。

我們不僅與國內外產業夥伴建立合作關係，同時也與數位發展部，以及臺北、臺中、嘉義等縣市政府合作，結合中央與地方支持產業的跨政府資源，加上文策院本身所建構的跨產業、跨國際合作網絡，打造從在地到國際的產業加速發展路徑。

放眼未來，臺灣文化內容產業擁有高度文化包容性與創意能量、優秀人才及科技實力，而文策院作為產業的後盾，將持續整合資源，以跨部會、跨產業、跨國合作，推動臺灣成為全球文化內容產業生態圈中不可或缺的一環。



Action 1

多元人才培育

好的內容競爭力，需要好的故事，亦需要有會說故事的人才。文策院以國際化為概念，培育說故事能力、事業經營、IP 內容跨域等專業。培訓策略強調結合實戰經驗，導入內容開發製作、創業經營、提案培訓等實務課程，並擴大與各國國際人才培訓組織建立策略聯盟，拓展產業人才的國際網絡，讓更多關鍵人才具備國際視野和跨國合作能力。

同時，為了有效掌握未來產業市場發展概況，推升產業創新動能，持續提升產業研究量能及擴散管道。文策院協助國內業者掌握國際產業生態發展趨勢及關鍵消費市場數據等，進一步提升我國文化內容競爭力。

在全球化的今日，文化內容產製挑戰繁多。從市場端來看，閱聽者消費預算緊縮，加以疫後數位匯流加速內容平臺發展，閱聽者消費習性轉變，內容應接不暇是各界普遍課題；另一方面，國內的內容生產團隊多半為微型企業體質，要應對國際市場競爭與國內市場規模限制的雙重夾擊有其難度，整合國內外資源以提升整體競爭力的需求迫在眉睫，這不僅顛覆了內容產製工作邏輯與方法，更重新定義了「人才」需具備的核心能力。

文策院以三大工作重點促進人才發展：一是「文策學院」，除了擴大舉辦商法等基礎課程，也大力邀請國際師資來臺、與國際關鍵人培組織建立策略聯盟，提供具全球觀點的專業課程，開拓國際市場；二是「文化創業加速器」，協助中小企業優化商業模式，應對市場嚴酷挑戰。三是以產業調查報告、國際商情分析等研究能量，協助政府、業界制定整合性策略，共同打造具國際競爭力的內容產業鏈。

文策學院： 產業人才的實戰訓練營與法律支援



「把故事說好」是內容產製的基本條件，但隨著市場競爭加劇，「國際性」、「跨域整合」也是從業者的必要技能。文策學院以導入國際師資、建立跨國網絡，作為人才培育重要方針。

2024年，文策學院共開設18項課程，內容包括創業經營、提案培訓、多元IP三大類，邀請國際師資進行授課，一方面讓學員有機會深入了解不同國際市場，學習各國製作內容的邏輯與方法，尋得最適合自身發展的路徑；另一方面，各項提案的培訓與實戰經驗，也讓學員提升國際合作能力，以開啟不同國家合資、共製的可能性。

與文化強勢輸出國當盟友，建立人培組織網絡

文策院連年強化與國際關鍵人培組織共組策略聯盟的力道，長年合作的歐陸組織如法國安錫國際動畫市場展(MIFA)、里爾劇集展(SERIES MANIA)、歐洲影音製作人協會(European Audiovisual Entrepreneurs)、法國南特三洲影展旗下南方製片工作坊(Produire au Sud)等，在2024年的各項合作培育製作人才計畫皆未曾缺席。多項課

程聚焦影視產業的國際合製、合資方法，也加強團隊向歐陸買家的提案能力，實際參與當地市場展會或國內「TCCF 創意內容大會」的「PITCHING 提案大會」單元等實戰訓練現場。

除了歐陸之外，更戮力連結當今全球內容產業的兩大強勢輸出國——美國、韓國的專業師資，不僅與政府機構如釜山亞洲電影學院 (Busan Asian Film School, AFiS)、釜山資訊產業振興院 (Busan IT Industry Promotion Agency, BIPA) 合作，也與國際企業如 Netflix、韓國綜藝 Something Special 製作公司等建立夥伴關係，開設影視、綜藝、漫畫、動畫等工作坊。

臺流黑潮 × 美式編劇室，為影視產製探新路

以影視產業為例，「故事打造工作坊」與「NETFLIX × TAICCA 影集編劇 & 編劇室實驗工作坊」分別與臺灣的鏡文學以及美國的 Netflix 合作規劃課程，是 2024 年產業界一大亮點。

前者從文化部「匯聚臺流文化黑潮計畫」出發，參照韓國文化內容振興院 (KOCCA) 的作法，挖掘故事創作人才。課程結合理論、實務，囊括國內各領域專家師資。特別是，課程報名人數眾多，院方與業界導師以故事精彩度、商業價值作為篩選標準，從近 470 案中選出的 80 組創作者來自四面八方，有私廚、書記官、環境測量員等，顯示當前世代內容產業人才的多元性。



▲「NETFLIX × TAICCA 影集編劇 & 編劇室實驗工作坊」課程現場。

另一方面，當前全球影視產製亦傾向「戰隊」合作模式，以因應市場對內容質、量兼具的迫切需求。文策院觀察，美國好萊塢的「編劇室」(Writers' Room) 是業界行之有年的工作模組，但臺灣編劇未必熟悉團隊合作之道，便與 Netflix 開辦為期 6 週的「影集編劇 & 編劇室實驗工作坊」，講師群來自臺灣、美國，如 Netflix 國際原創作品創意人才投資與開發總監克里斯多福·麥克 (Christopher Mack)、參與多部開發中的 Netflix 國際系列編劇顧問喬·佩拉基奧 (Joe Peracchio)、熱門電影與影集編劇特雷·卡拉威 (Trey Callaway) 等，協助學員分組實作編劇室工作方法，課程最後也安排各組學員提案合作成果。

韓國條漫魔鬼訓練營，解決臺灣漫畫家痛點

漫畫人才培育、內容開發也是文策學院的一大工作重點。如今全球漫畫戰場擴大，學習各國產製系統有其必要性。以韓國條漫 (Webtoon) 為例，快速緊湊的敘事節奏，手機直式滑動閱讀體驗，與傳統頁漫形式有極大差異，是全球內容產業的一大趨勢。

看準條漫 IP 一源多用的吸金能力，BIPA 開設條漫課程行之有年。文策院針對不同程度的漫畫人才分設「專業進修課」及「新秀培育課」，邀請 BIPA 引介韓國條漫創作者授課，如現任釜山漫畫節總監、韓國第一代條漫作家南鉦勳，以及靈異類代表作家金泰樹、擅長純情漫畫的金愷原、以浪漫劇《深夜咖啡廳》出道的吳受旻等，指導學員檢視故事、背景、角色、分鏡等產製流程，並產出條漫新作，對接臺灣漫畫市場。

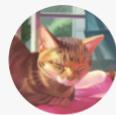
攜全律會開辦法律課程，當創作者後盾

總體來說，文策學院橫跨各領域的課程規劃宗旨，含括內容開發、跨域／跨國製作、提案技巧等，都是為了要讓臺灣內容賣上國際，讓國內產業人才跟上國際潮流與作業邏輯。但隨著各領域的文化內容在國際市場中逐步擴展，協助從業者釐清著作衍生的各項法律議題，更是健全產業生態發展的關鍵。

2024 年，文策學院與全國律師聯合會合作開設課程，包括內容產製合約與投資、版權、協商技巧等議題。課程分臺北場、高雄場，從法律諮詢服務到專業課程學習，為創作者與產業從業人員提供全方位的法律支持，加強基層創作者的創作權益保護與認知。

解讀市場需求，勾住讀者眼球

創作者關心的是：我要怎麼做才能讓作品更有趣？作品要怎麼推出去？我們需要專業的修改建議。韓國老師們真的非常專業！



BIPA 條漫專業進修課學員
漫畫家
80



▲由漫畫家 80 繪製的插圖。(圖片提供：80)

漫畫家 80 長期創作頁漫，2024 年初發表的改編作品《超齡有什麼關係～》是她首度嘗試條漫繪製，故事融合吸血鬼、戀愛、喜劇等元素，深受讀者喜愛，在「CCC 追漫台」破 1 萬 8,000 次點閱率。80 回憶，條漫與頁漫截然不同的分鏡思考邏輯，讓她對工作時程力不從心，因此在編輯部的建議下，以企劃案《我養的這隻魔女還是魔獸？》參與「2024 TAICCA × BIPA 條漫專業進修課」，並透過韓國漫畫家組成的導師群的精實建議，更清楚自身作品的定位與方向。

這些站在市場第一線的韓國漫畫家業師們非常清楚條漫的商業遊戲規則，也打破了過去臺灣漫畫家多半以創作者本位的思考邏輯，加入更完整的市場考量。80 表示，業師從 3D 建模、資料庫協助繪圖的技術分享，到故事發展、角色設定與細節，都細膩地協助學員兼顧創作核心與市場喜好，讓 80 獲益良多：「完全是考慮目標客群來定調。」

文化創業加速器： 教練陪跑，一對一優化商業模式



▲第五期文化創業加速器團隊好動動畫股份有限公司於 Demo Day 提案現場。

根據 2024 年發布的《2022-2023 臺灣文化創意產業發展年報》，臺灣內容產業有高達 86% 為微型企業或個人工作室。此類微型企業資本額以 500 萬以下居多，常仰賴政府補助，缺乏長期規劃的觀念，因此易形成產業碎片化、資源無法整合等問題。

文策院創立之初，便針對文化內容創業者推動「文化創業加速器」，提供入選團隊為期約三個月的密集培訓，嘗試改變團隊營運事業體的思維模式，以完善公司治理、財務管理、法律知識為目標，並對接創作者、經營者和投資者三方資源，因應國內外市場需求。

2024 年有 25 組文化創業團隊完成培訓並結業，包含 19 組第五期團隊、6 組校友團隊，領域涵蓋影視、動畫、遊戲、文化科技、流行音樂、出版、視覺與表演藝術等。本期以「訂製輔導」、「精準引資」、「產業策進」三大重點，導入一對一的陪跑教練制度，協助團隊通盤了解各自的優勢與弱勢，完善其商業模式。

搭建提案舞臺，對接創投、合作夥伴

文化創業加速器的一大目標是協助團隊完善商業模式，找到投資方。但內容業者要解決的問題不只「錢」，還有「人」。「Meet Taipei 創新創業嘉年華」、「亞灣新創大南方」等 B2B 的公開平臺便是重要的網絡連接點，不只讓新創團隊在提案實戰中對接創投，也尋找隊友、規劃長期發展。

在 Meet Taipei 的「Demo Day 文化創業媒合大會」中，文策院舉辦「募資提案大會」與「商機合作提案」並設獎，開發潛在商機，促進跨域合作與資源共享。2024 年度的參與創業者包含華登國際創投、水源資本、影響原創及聯合數位文創等。第五期的 25 組團隊都站上提案舞臺，最後由丞宇時尚創意整合科技股份有限公司、好動動畫股份有限公司獲得「最具投資潛力獎」；穀米機工有限公司、打字人創意有限公司獲得「最具提案力獎」；玩水娛樂股份有限公司、你好藝思有限公司則獲得「最具商機開發力獎」。

值得一提的是，穀米機工有限公司並非第五期團隊，而是第二期校友。文策院首度推出「校友洄游方案」，共有 6 組校友團隊重返提案舞臺，展現其嶄新募資提案，也有機會再次獲得協助與資源。

亞灣新創大南方，攜校友對接科技大廠

文策院亦與「校友」攜手參與南臺灣最大新創展會「亞灣新創大南方」，將內容、技術、人脈等資源挹注到近年積極發展虛擬實境 (VR) 及擴增實境 (AR) 技術與內容的高雄。2024 年邀請 8 組南部文化科技業者參與，嘗試串連地方政府、中介組織、科技品牌大廠等資源，藉此降低研發、技術、產製等門檻，促成跨產業結盟。8 組團隊中，擅於沉浸式互動科技並開發出 VR 多人走動式系統的「哇哇科技股份有限公司」即為加速器第一期團隊。

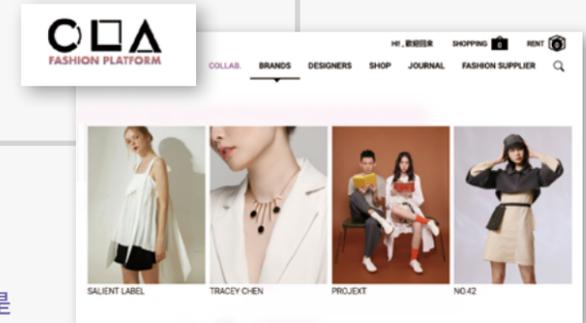
這是文策院第二次參與該展會，除了策劃主題館，讓加速器提案並與投資人洽商外，亦規劃「科技賦能文化內容，翻轉傳統迎接新娛樂時代」系列演講，邀請文化科技領域的品牌大廠如智崙科技、鴻海科技、華碩雲端、英業達、聚陽實業等，就內容轉譯、場域、發行、產製技術、商業模式等議題深入分享產業最新趨勢與創新應用，促成跨域合作的機會。

傳產二代接班二次轉型，2C 到 2B 引領企業轉型破框

除了調整商業模式，加速器課程最棒的是學習跟不同類型的創投對話的商業技巧。一對一媒合幫助很大！



丞宇時尚創意整合科技股份有限公司執行長
林家宇



▲「CLA」設計師網站平臺。(圖片提供：丞宇時尚創意整合科技股份有限公司)

目前擁有近 2 萬名會員數的「CLA」，是丞宇於 2021 年底推出的跨境時裝電商平臺。上市僅 3 年，歷經兩次轉型，目前於港澳、新加坡等地都有策略夥伴與實體營銷點。CLA 旗下有國內外近 60 個獨立設計品牌與 160 名獨立設計師，首次轉型為傳產導入科技動能，以此經營 B2C 的電商平臺；二次轉型則是看準獨立設計師成本議價能力低的痛點，導入母公司煜樺興業的紡織布料供應鏈端資源，轉型為 B2B 獨立設計師的創業平臺並兼具電商功能，讓商業模式更具規模與未來發展性。

CLA 加入加速器之初，面臨 2C 消費者開發瓶頸，公司規模拓展陷入僵局，「2C 很花力氣，燒錢、燒時間，是龐大的資本遊戲。」在陪跑教練劉承啟（聯合報股份有限公司投資經理）、一對一諮詢業師沈立平（益鼎創投資務協理）等人的協助下，將 CLA 從 2C 的購物平臺轉型為 2B 的獨

立設計師的創業平臺，成功找到企業成長與募資的突破點，並經由文策院轉介洽談國發基金挹注。林家宇熱烈地表示：「入選加速器是讓我們快速成長的重要跳板！」

CLA 於 Demo Day 的募資提案大會中獲雙獎項，不僅提高了公司曝光度，也收獲了許多國內外潛在創投、合作夥伴。2025 年將與高端設計師開發印花面料出口到歐美市場；也預計與國立歷史博物館合作，將文物轉型印花結合旗下新銳設計師單品；同時也戮力參與海外展會、開發營銷點。朝向未來，林家宇蓄勢待發：「文創產業只聚焦臺灣市場太小了，出海才能真的幫助產業！」

研究調查：為內容產業把脈



面對快速變動的市場，要做出正確決策，情報掌握是關鍵。文策院持續提升產業研究量能及擴散管道，與不同的智庫及民間單位合作，藉由更多各類數據分析及強化研究，觀測國內外市場動態，定期發表產業調查報告、產業數據、消費趨勢調查等內容，不只提供業者評估市場，也協助政府擬定施政方向，為產業診脈。

2024 年共發表了 8 份報告，例行的年度工作如《2022-2023 年臺灣文化創意產業發展年報》與《2022-2023 年臺灣文化內容產業調查報告》，分別調查「圖書、雜誌、漫畫與原創圖像產業」、「電視、電影與動畫產業」、「流行音樂、廣播產業」、「遊戲產業」，用以觀測產業發展趨勢的統計數據外；針對消費端的研究調查《2023 年臺灣文化內容消費趨勢調查報告》成為業界的重要參考及引用指標，如觀察民眾閱聽率、付費率偏好，預測產業成長動能與趨勢。

整合國內市場關鍵數據，強化海外市場情報研究

針對表演藝術與出版產業，開啟兩項新的研究調查計畫，分別為《2023 年臺灣表演藝術與流行音樂節目售票概況》與《圖書出版季報》。過去，無論是表演藝術或是出版產業，

都缺乏相關整體市場的監控數據，文策院大力整合國內 10 大售票平臺與出版產業代表、各大通路，尋求解決方案，希望協助兩大產業做出正確的團隊營運、內容生產判斷。《圖書出版季報》在 2024 年依據最新數據發布了三份紙本及電子書相關分析。

另一方面，近年臺灣業者尋求國際商業合作夥伴的需求愈加迫切，文策院除了每週發表 3 至 5 篇的國際商情報導外，對於國際產業趨勢亦特別關注鄰近的東南亞市場變化，2024 年度深入研究亞洲各國的角色授權，觀測當地市場需求與文化接受度，亦針對泰國角色授權市場，編撰符合臺灣業者需求之相關法規與合作指引。同時，文策院也觀察東南亞近年已成為臺灣最大的內容採購方之一，顯示該區域具有極大的市場潛力，除了在 TCCF 特別策劃了東南亞市場的影視趨勢論壇外，也不定期發布針對該市場的商情調查，協助臺灣業者掌握國際脈動，制定跨國合作策略。

互動式數位載體，讓專業內容更好懂

除了官網的「產業研究資料庫」，為了擴及更廣泛的讀者及永續減碳原則，亦將《TAICCA issue》轉型為雙月號的數位刊物，由文策院研究員執筆分析產業發展趨勢。2024 年發布了 5 期刊物，追蹤、剖析了漫畫、表演藝術、出版、文化科技、影視等產業發展，累積破 3 萬點閱人次。

在編排設計上，以互動式網頁規劃產業研究、事件追蹤、圖解趨勢及數據觀點等多元專欄內容，將數字或是趨勢等抽象概念以圖像方式呈現，除了方便一般讀者理解專業的產經知識與情報，也有利於從業者規劃策略、研判市場趨勢、宣傳行銷之參考。其中〈韓國獨立書店生死鬥：面對補助政策大轉彎，專訪業者真實心聲！〉〈2023 年臺劇 OTT 與電視收視表現放大鏡〉〈桌遊產業進行式：從玩家社群到全球市場的征途〉為閱覽人數最高的文章，亦顯示出讀者對出版、影視串流、遊戲等熱門議題的關注。



▲《2024 年圖書出版季報》Q1 圖示。

內容前期開發

文化內容產業中，「內容」產製是至關重要的核心；如何挖掘具有潛力的內容，則是內容開發的關鍵考驗。為提升文化內容產製效率，並使其精準轉化出市場效益，文策院以系統性策略協助開發原創文本與多元題材，同時強化跨域交流、串聯異業合作，讓好的創意內容能夠在不同媒材轉譯中，延展觸角打開視野，而產製者端亦能透過多樣化的角度連結跨界合作，實現「一加一大於二」的效益。這些策略不僅能帶動市場經濟綜效，讓文化內容產業展現更多元的發展可能性，也能加速臺灣原創內容的開發步伐，使臺灣文化內容在市場上更具備競爭力。

「好的故事題材在哪裡？」是文化內容產業的核心提問，更是隨著時間需要不斷調整與更新的課題。而故事作為內容產業的最前端，文策院積極創建故事開發機制，不僅挖掘更廣幅的題材，更讓創作者腦中的知識或創意有機會透過故事概念雛形與產業對接，孕育出更具市場競爭力的故事。同時，支援這些故事銜接商業製程，加速創作能量轉化為市場化產品。

為此，2024 年的工作目標與策略是透過挖掘潛力題材、出版轉影視、原創故事提案、文史題材開發等機制，開闢更多尋找好故事的渠道，並與平臺、通路等合作夥伴攜手，從培訓到開發製作，催生更具國際競爭力的故事題材。「內容開發專案計畫—前期開發支持」（CCDP）及各類內容開發與培訓計畫，多管齊下並串聯文化內容產業的各階段環節，讓原創內容從前期孵育、發展階段，便具備更長久的生命力與開發潛力，順利銜接進入產製及市場端。

去哪裡尋找好故事？

►大慕影藝內容總監簡莉穎擔任國美館文史題材提案「席德進的畫筆與青春」推介說書人。



故事創作是內容產業的源頭。為了挖掘更多元的故事題材，並充實臺灣文化內容的敘事類型及素材擴源，文策院啟動「原創故事概念大賽」及「文史題材推薦計畫」。原創故事大賽是首次不分類別的故事創意徵件，除了為各種類型的文化內容尋覓具產業發展性的故事原型，更期望開放具有不同生活經驗的全球華文人才投入創作，並邀集具有國際內容開發經驗或作品產製的製作人、導演等專業評審，共同評選出具市場競爭力的故事。

另外，臺灣文史題材的挖掘也是長期深耕並擴大拓展的計畫。文史材料在故事開發上是極具獨特性的素材，但由於存在專業知識門檻，開發過程相對困難。為此，文策院近年推動文史題材推薦計畫，透過具備專業文史知識的單位提供可能開發的題材，文策院協助進行市場分析後，再由相關單位進行內容轉譯與推介，讓文史內容也能轉化為易於大眾入口的故事素材。

原創故事概念大賽：打開類型邊界，從題材感受變動的時代

2024 年首辦的原創故事概念大賽是無限題材、無限制發展規格的内容徵件比賽。評選上以原創性、全球市場性與可能改編類型的多元性為基準，而評選委員也以面向全球市場各類文化內容專業工作者們組成。透過這個競賽的開放性，希望除了吸引來自不

同類型的創作人才，也期待能看見社會不同面向的故事。這次共有 5 件作品直接進入 TCCF 創意內容大會「Story to Screen 故事專場」進行公開提案，銜接故事概念後續的產品化可能。

本次競賽投件數高達 821 件，創作者來自臺灣、美國、英國、馬來西亞、泰國等 7 國，涵蓋了驚悚、奇幻、靈異、家庭等各類型故事。擔任本次評選委員之一，曾任職於迪士尼、Netflix 等國際影視平臺，現為 RISE Entertainment 共同創辦人與行銷長的余慧瑜分析，因投件數量多，她觀察到作品良莠不齊及題材跟風、圈限的創意困境，如宮廟故事、AI 科技等。她認為，許多題材具時效性，但故事開發需要時間，「往往在還沒完成開發，潮流已經過了。」此外，臺灣創作能量相當飽滿但敘事類型過於集中，顯示當前故事發展的挑戰與侷限。

轉譯文史材料，為土地的聲音注入新生命

故事挖掘不僅止於日常或虛構，臺灣文史素材的多元豐富也往往成為故事改編的材料；但因開發上需具備背景知識及相對複雜的田調工作，於 2021 年起舉辦「博物館 IP 開發媒合會」，除了協助進行市場分析、題材梳理外，邀請包含歷史、美術、人權領域等 6 家博物館與 18 家各類型文化內容產業單位交流，也協助各館轉譯其推薦文本，推出 25 個潛力改編題材。

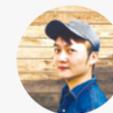
除了邀請文史場館提案外，也首度與民間單位合作，並納入「CCC 追漫台」的文史題材漫畫，擴大轉譯的腹地，也讓具有臺灣元素的故事透過轉譯成不同類型的內容產品。文策院推動文史題材轉譯，在挖掘故事、豐富內容創作市場之餘，也期望讓臺灣獨特的文化與歷史透過改編轉化出新生命。



▲《2024 文史題材推薦手冊》封面。

對應開發形式，用細節說好故事

一個具有商業潛力的故事，除了自身情節的完整性，也需要創造出具有發展性、能擴張的世界觀，來發展出它在不同媒體形式的生態。



2024 原創故事概念大賽
金獎得獎者／編劇
余易勳

以《夏日殘靈》獲得文策院第一屆原創故事概念大賽金獎的余易勳，過去編劇作品多以情感戀愛類型為主，這次挑戰靈異題材結合家庭與友誼元素，流暢的轉場與飽滿的情感表現，獲得評審一致肯定。他在投件時已先預設故事載體為電影，必須打造出具有商業發展潛力同時具獨特世界觀的故事，情節切入點須具獨特性，但情感上要讓觀眾有共鳴。

由於余易勳本職就是編劇，對國內影劇開發與製作流程有相當熟悉度，他認為劇本與載體彼此的相應性是故事創作的重點，創作者也需要熟悉媒材、了解市場。對他來說，開放題材與媒體形式刺激創作者對於內容轉化的可能性進行更多元的思考。

娛樂緊跟著時代不斷地在改變，而在這個時代，everything is stage，任何場合都需要故事與腳本。編劇應該要有系統地培養，我期待原創故事概念大賽成為其中一個環節。



RISE Entertainment
共同創辦人及行銷長
余慧瑜

評審之一的余慧瑜認為，《夏日殘靈》的優點在於故事流暢性，人物互動描寫相當細膩，讓人能深度共鳴。她以自己過去在 Netflix 的經驗來看，認為在思考故事創作時，創作者們不要把目標觀眾只設定在臺灣，才能讓題材有更多開放性，同時也建議創作者們不可忽略田調工作，以增加故事的深度與立體感，「Show, don't tell」，說故事的人必須有能讓文字傳遞畫面的能力。她期待臺灣能夠更有系統地培訓編劇，而原創故事大賽應進一步前後銜接內容產製，讓故事以更多形式傳遞出去。

感受臺漫新能量： 從原創出發，航向不同領域及國度



▶臺灣漫畫館活動現場。

臺灣漫畫創作是近年文策院大力推動的類型項目，包括主力經營 CCC 追漫台；也將漫畫故事納入內容跨域開發項目，如推動業界將知名角色、遊戲轉譯成漫畫，或將劇集改編為漫畫等作法，讓臺灣原創 IP 更多元的發展；亦有原創故事或人物傳記在進行影視改編前，先以產製規模較小但具分鏡形式的漫畫作為市場前導測試。在內容開發的環節中，漫畫已不再只是作為 IP 開發的末端，也能是跨域開發的前端，而同屬文策院經營的臺灣漫畫基地，則扮演從中牽線的角色，透過諮詢、媒合活動，促成更多跨域嘗試。

除了創作端，也積極促進漫畫的跨國合製——透過積極媒合，使臺灣漫畫家進入日本漫畫業界的產製鏈，以期待能汲取其悠久的製作經驗，為臺灣漫畫開發開展新視野。

臺漫星際飛船號，深度綜覽臺灣原創漫畫焦點

「臺灣漫畫館」是文策院首度於臺北國際書展策劃的臺漫主題館，特別協同 17 家漫畫

出版社、線上閱讀平臺共同展陳，以 5 大展區呈現臺漫趨勢與衍生體驗，並介紹 32 部年度注目的人氣臺漫作品。以星際飛船為視覺概念打造的「臺漫星際飛船號」，象徵每一部作品都是太空中的星球，而讀者們乘著這艘飛船就能降落於任何一個漫畫星球，飛覽當下重要的臺灣原創漫畫作品。

這艘飛船不僅止於國際書展期間限定，從初春書展繼續航向夏日的「2024 漫畫博覽會」，再次攜手 16 個出版單位、3 大數位平臺與 46 部作品，透過影像聲光的空間體驗傳遞臺漫多元殊異的魅力。

線上平臺孵育臺灣原創，跨國合製導入日漫心法

在臺灣原創漫畫作品的跨域開發與跨國合製上，《器官拼圖》與《犬系刑警》兩部漫畫的創作方式與產製過程特別值得一提。前者作為漫畫家藥島的首部商業作品，結合恐怖與科幻、充滿超現實的末日氛圍以及完整的視覺敘事，讓這部作品在 2024 TCCF 「PITCHING 提案大會」的「故事專場」獲得文策院故事大獎。這部無論在題材或風格上都呈現非主流風格的短篇漫畫集，收錄了自 2021 年到 2024 年的短篇創作；前 2 篇由藥島獨立創作、在個人社群上發表獲得初步迴響後才向 CCC 追漫台提案，而後在編輯的陪伴下，開始於平臺上連載，並於連載期間完成全部篇數，可以說是 CCC 追漫台孵育完成的創作。

《犬系刑警》是文策院首次與日本角川以漫畫內容直接進行對接，讓臺灣漫畫家與角川的編輯溝通分鏡、畫風，直接嫁接日本漫畫編輯心法所打造的跨國合製漫畫作品。

透過由創作者對接日方編輯的作法，不僅將日本漫畫的製作流程精髓融入作品中，更期望這套產製思維能累積成為臺漫開發產製經驗，為臺灣漫畫產業拓展更多可能性。



▲台日合製漫畫《犬系探偵》日文宣傳圖。©Gene

尋找自己的筆觸，故事方有生命延續

我會喜歡的東西，應該也會有其他人喜歡；所以只要我畫出我真正喜歡的作品，我就不怕沒有讀者。



2024TCCF 提案大會「文策院故事大獎」得主／漫畫家
藥島



▲漫畫家藥島創作的《器官拼圖》。(圖片提供：鯨嶼文化)

以媒體傳達設計為背景的药島，在成為專職漫畫家之前，曾經是 MV 副導、廣告分鏡師、導演助理，以及動畫素材製作。後來辭職畫漫畫，單純只是因為「很想畫畫」。他將自身感受的慮病症、人際間的無常與失落，以帶著黑色幽默的諷刺與破碎肢體的驚悚組構。畫面以同一粗細的筆刷反覆刷畫——這於他只是習慣，卻展現出一種神經質的純粹。

他坦言，這樣充滿特色的作品，早期投稿幾乎都遭退稿、參加漫畫競賽也都石沉大海。不過嘗試調整自己的創作使之更面向讀者後，透過自己的社群平臺發表才獲得

相當程度的迴響。爾後在 CCC 追漫台進行連載，再由文策院協助提升故事提案方法後，獲得 TCCF「PITCHING 提案大會」的「文策院故事大獎」，其中〈宇宙的幽靈〉一篇亦將改編成真人短片。

以非主流類型的創作出道，面對當下臺灣的漫畫市場，藥島認為現在新手漫畫家已有許多可練手的空間，如滿滿漫畫節、各類小誌市集、草率季等，亦有 CCC 追漫台等數位平臺，致力創作屬於自己的作品，讀者市場自然會被打開。

面向全球說故事： 影視內容開發與支持

內容前期開發「LEAP 非戲劇類節目 (Variety show) 共同開發計畫」工作坊課程現場。



為了支持影視故事的開發，內容前期開發及策略性國際師資培訓計畫從各種面向提供內容開發所需的奧援，期望將過去臺灣在影視產製上較為個人化創作、影展走向的趨勢，注入商業市場概念。

引入國際師資，開啟影視創作新格局

從影視開發趨勢來看，不管是好萊塢為中心的全球產製、歐洲的影視製作系統，而亞洲除了日本，韓國也在影視開發與綜藝節目類型上發展出強勢的產製與商業模式，都成為文策院積極引介、希望能進行經驗嫁接的目標之一。為此，文策院規劃「劇本提升計畫」、「國際編劇人才合作支持計畫」、「IP 改編影視作品開發工作坊」、「LEAP 非戲劇類節目 (variety show) 共同開發計畫」、「好萊塢動畫開發系列工作坊」等，透過引入國際資源為臺灣影視產業提高競爭力。

劇本提升計畫首度採用「劇本醫生」的概念與服務，邀請好萊塢 Aurorae Khoo、韓國裴世英兩位編劇，為臺灣團隊個別指導、針對劇本進行診斷，以增進前期開發階段的質量及國際競爭力。全案分四階段篩選，最終入選 4 部作品完成劇本分場。

國際編劇人才合作支持計畫，邀請眾多國際重要編劇人才，包括編劇、Showrunner、劇本醫生，如《重返犯罪現場》聯合執行製片人 Aurorae Khoo 及 Gina Gold，日本包括經典恐怖片大師一瀨隆重、執導 Netflix《AV 帝王》的總導演武正晴等，韓國如《我的大叔》監製朴浩植、《女神降臨》製片宋真先等，以及來自加拿大、荷蘭、泰國、英國等資深工作者，與臺灣入選的 11 組影視企畫案及團隊合作，包括提供工作方法與對劇本內容的經驗與建議。

在 IP 改編影視工作坊方面，文策院同樣邀請宋真先製片擔任授課講師，分享韓國影視改編製作經驗上摸索出的模式，同時也透過文策院所規劃的三階段工作坊來協助參與團隊釐清作品核心與製作方向，陪伴討論並推動後續的作品開發，最後於 TCCF 提案大會進行公開提案。



▲ IP 改編影視作品開發工作坊提案專場。

塑造角色情感與衝突旅程，有效打造觀影共鳴

任何故事都具有改編成影視作品的可能，但真正使故事脫穎而出的關鍵是在於能否透過角色困境、主角追求的明確目標，以及他所經歷的衝突、失敗與成長來引發觀眾共鳴。



2024 文策學院 IP 改編影視作品開發工作坊導師
韓國創意製片
宋真先

曾於韓國知名影視製作公司 CJ ENM 旗下子公司 Studio Dragon 擔任創意製片的宋真先，參與超過 20 部不同類型的劇集開發與製作，代表作包括改編自網路漫畫的《金秘書為何要這樣》、《女神降臨》等，同時有跨國合製及國際串流平臺的豐富經驗，早期也曾擔任漫畫故事編劇。

2024 年在文策學院與臺灣影視工作者們交流經驗中，宋真先觀察到許多劇本創作在建立邏輯結構、劇情安排節奏感及故事說服力上，較欠缺經驗，不過也有許多作品在人物追求目標與困境的安排上展現強

烈的戲劇性，在類型發展上亦相當多元，她認為這些特點相當具有國際發展潛力。

她分享道：「在韓國，我所接觸到的臺灣影視作品的類型主要以懷舊浪漫與恐怖為主，但這次工作坊讓我對臺灣內容的類型多樣性感到驚艷。」8 個月從實體到線上的工作坊時間看似漫長，但仍不足以完整開發一部作品；未來她也希望能有機會親身參與作品共同開發，「因為看到最終轉化成視覺的作品，才能令人滿足。」

LEAP 非戲劇類節目共同開發計畫則是面向綜藝節目的內容開發計畫，與韓國 Something Special (SS) 製作公司、香港 AR Asia Production Limited (AR) 公司合作，邀請包含《Running Man》製作人金美蓮等國際師資，鎖定競技型、戀愛型、實境節目製作人擔任講師。由於綜藝節目的商業效益來自節目模版 (format)，因此在製作初期就會思考銷售目標——不只是平臺播映權，更是生產一套節目設計規則，可以授權其他國家進行當地化再製，產製出不同國家版本的節目。計畫同樣以三階段進行，此外文策院亦挹注開發費用，讓入選第二階段的臺灣團隊前往韓國，實地與韓綜及實境節目製作人共同完成節目開發，第三階段則在 12 月前往新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展 (ATF) 公開提案。

另外好萊塢動畫開發系列工作坊則是以孵育臺灣兒少動畫內容、接軌國際市場為目標，邀請多位具好萊塢動畫製作經驗的重量級講師，以大師講堂、培訓課程、一對一導師陪跑三個階段，來引導、陪伴臺灣兒少動畫企畫案的孵育。課程從劇本撰寫、角色建立、鎖定目標觀眾規劃整體製作等，並縱覽國際動畫市場趨勢、協助團隊建立商業模式、國際銷售策略等；並於第三階段後媒合參與 2025 年 2 月國際指標型動畫創投 Kidscreen 展會。



▲ LEAP 非戲劇類節目 (variety show) 共同開發計畫工作坊課程現場。

鼓勵多代共視，以故事連結世代的橋梁

在開發兒童動畫內容時，多代『共視』 (co-viewing) 是目前市場上正在興起的趨勢，要讓內容同時吸引兒童與家長，圍繞著家庭或多代關係來講故事是有效的方法——這不僅僅是說故事，而是搭建一座連結世代的橋梁。



好萊塢動畫開發系列工作坊講師
動畫製作人、編劇

Aaron Simpson

在兒童內容開發領域工作超過三十年的 Aaron Simpson，十多年前任職 Mondo Media 時期曾將其打造為 YouTube 頻道上訂閱量前十大頻道之一，專為成人和 6 至 11 歲的觀眾製作內容，對電視與數位平臺的經驗皆豐厚，受邀成為「好萊塢動畫開發系列工作坊」講師之一。

Aaron 認為，對創作者們來說，YouTube 因可直接上傳內容，已成為作品的「測試場」，許多串流平臺亦會要求創作者在 YouTube 上以流量證明市場潛力，才考慮進行更大規模的投資。他表示，這樣的改變對臺灣的創作團隊來說既是挑戰，也是機遇，讓創作者直接觸及全球性的觀眾，獲得最真實的回饋。另一方面，國際合製

模式也逐漸成為製作上的趨勢，也讓位處不同地區的工作室能共同分擔產製風險，同時也能利用稅收優惠、國際投資及區域性補助等政策來降低成本。

儘管觀看模式與管道環境改變，但是對 Aaron 來說，兒少動畫如何打造「優質內容」仍是挑戰：「優質內容」必須與「極具觀賞性的內容」區分開來，後者是由演算法驅動的，缺乏人性情感深度作品，前者則是要能夠編織共同的人性情感，開啟兒童視野、培養共鳴，並帶來樂趣。他分享道，當兒少內容能夠多代親子共視、形塑跨世代情感連結，才具有持久的影響力。

前瞻布局臺灣原創內容開發

內容開發為文策院長期持續的重點策略項目。以 TCCF「PITCHING」單元及金馬創投、台北電影節、高雄電影節、台灣國際紀錄片影展等合作夥伴選案中，針對具備可發展性、有臺灣元素的原創故事，包含電影、影集、紀錄片、動畫等不同類型，投資不同比例的開發費。CCDP 支持了 29 件開發專案進入製作開拍、發行或上架。此外，視案件發展階段，文策院銜接予跨域合作、國際合資等階段的支援，包括推上國際創投展會。8 件專案進入國內外創投單元，讓內容在開發初期就先面對海內外產業人士，進行提案與測試，期許從內容前期的開發環節，即具備製作全球性文化內容產品的視野與高度。

曾獲 CCDP 支持的作品，2024 年面世的包括《不夠善良的我們》，於公共電視、MyVideo、愛奇藝國際版，以及香港 Viu OTT、Now TV 及 Now E（Viu 頻道自選服務）上架，並獲金鐘獎 13 項提名，最終擒下 4 獎，並於亞洲內容大獎斬獲 2 獎。另外，打破臺灣喜劇鬼片類型片的《鬼才之道》，不僅在國內獲得諸多迴響、創下首日票房 350 萬紀錄，更在諸多國際影展中獲獎連連，成為臺灣鬼片元素行銷世界的另一種新興案例。而獲選 CCDP 支持的動畫長片《雲影傳說》在 2024 年法國安錫動畫影展暨市場展的臺灣專場提案亮相後，同年 11 月再於 TCCF「PITCHING」單元獲得最大獎，目前正積極朝向國際合製及跨國發行的階段。



▲《不夠善良的我們》宣傳圖。（圖片提供：財團法人公共電視文化事業基金會）

《雲影傳說》十年磨劍：動畫長片開發的漫漫長路

我追求電影或是欣賞做電影的那些人，都是因為他們有理想性。電影很特別，有一半可以純商業，另一半則是將它視為殿堂的創作者。而我追尋的是後者，希望能創作出心目中的經典電影。



2024TCCF 提案大會
大獎得主／動畫導演
紀柏舟



▲《雲影傳說》動畫前期開發階段的畫面。（圖片提供：光之塔動畫事業有限公司）

《雲影傳說》在 2014 年入選金馬創投後，始終處在醞釀期，2023 年獲得 CCDP 前期開發資金的支持，旋即於一年後的 2024 年登上國際舞台：《雲影傳說》在 2024 年法國安錫動畫影展暨市場展的臺灣專場亮相，獲得包含日本知名動畫製作工作室 MADHOUSE、日本動畫製作發行公司 TMS Entertainment，以及法國藝術電影發行暨通路集團 MK2 等潛在合作對象的關注。同年 11 月，《雲影傳說》在 TCCF「PITCHING」單元拿下由文策院與法國國家電影中心（CNC）聯合投注的最大獎，獲得更高的國際關注。

紀柏舟表示，由於動畫長片在前期醞釀需要相當長的時間，動畫創作除了技術與美學藝術層面，還要有足夠扎實的故事結構、引人入勝的商業性；而臺灣創作者普遍缺乏的是運用分鏡將故事說得精采的訓練。CCDP 前期開發支持的投注，是推動作品發展的重要動力。

紀柏舟不想侷限於傳統，以臺灣雲豹為啟發，以「國際級動畫長片」為目標，他認為要做出具有寓意又兼具商業娛樂性的故事，才能在國際市場上被看見。《雲影傳說》正在打造屬於臺灣動畫產業的傳說。

引入資金資源

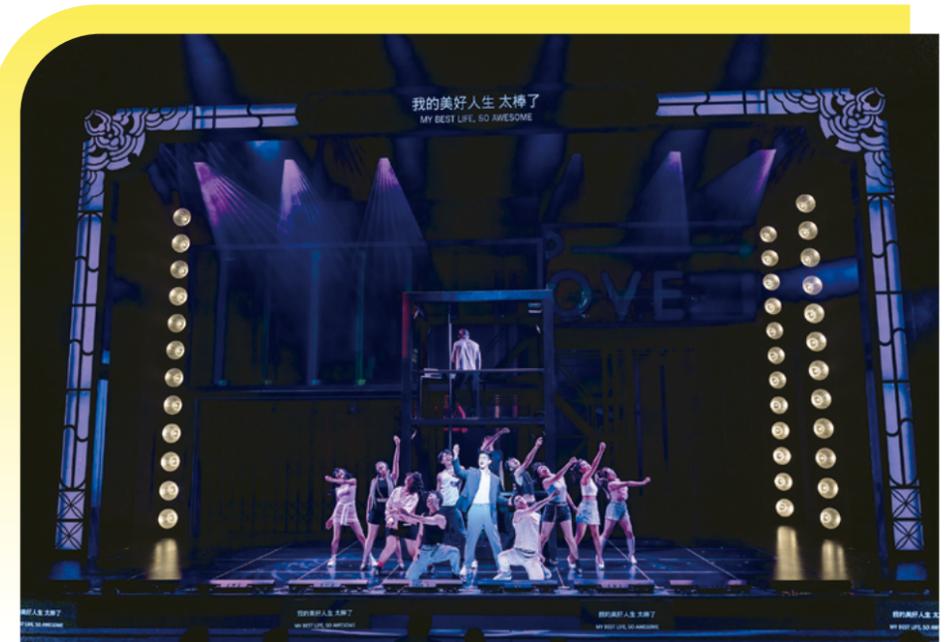
為協助臺灣文化內容產業升級轉型，文策院積極引導大型資金投入文化內容領域，透過擴大投資能量、推動融資及多元籌資等創新策略，強化產業結構與經濟效益。結合政府政策，持續打造更完善的產業生態系，期望以靈活布局提升產業競爭力，協助業者建立穩健的營運基礎，推動臺灣文化內容走向國際舞台，實現規模經濟效應與永續發展。

鑒於目前臺灣文化內容產業結構以中小企業居多，產業結構須更加穩健，文策院以「跨產業」和「產業內跨域」兩大方向，藉由投資將不同產業串接起來，或投資指標性公司補強現有產業鏈欠缺之角色，以形成完整產業生態系等方式著手推動。

在引入資金資源的策略上，目前有五大工作重點：一是強化資金挹注，促使產業規模變大；二是促成策略型投資案，擴散產業經濟綜效；三是鼓勵國際合作共同投資，蓄積文化內容產業國際化之量能；四是提升融資服務，促使企業強化財務觀念；五為 ESG for Culture，提高企業認同文化內容價值與效用。

策略投資呼朋引伴， 團隊作戰進軍國際

►由李安導演經典電影改編的音樂劇《艷夏》，是美國百老匯資深經驗創作者與臺灣劇場團隊攜手合作的重磅級作品。(圖片提供：華文環球藝術娛樂)



文策院自成立以來，持續不斷且積極引進民間資本力量，以穩固文化內容產業的結構。除了引導金融業、科技業等大型企業資金投入內容產業，更透過類製作委員會機制，促進 IP 跨域延伸、一源多用與商品化，吸引更多資金進入，同時搭配投資抵減政策，擴大投資量能及推動融資、多元籌資等模式，結合政府政策，如國發基金投資等方式，降低產業投資的風險，提高國內外大型企業進場投資意願，活絡產業的資金市場，致能發揮規模經濟效應。

帶動民間共同點火，文化內容產業投資額翻倍成長

文策院執行「加強投資文化創意產業實施方案」至今成果豐碩。2024 年經投資審議會通過 99 案，國發基金核准投資金額不僅連續第四年創歷史新高，相較前年度更翻倍成長。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、出版、數位內容、流行音樂及文化內容、設計品牌時尚、視覺藝術產業等八大類型。

2024 年加強投資文化創意產業實施方案

核准投資金額達 **33.23** 億元

帶動民間投資及周邊效益 **80.95** 億元

合計達 **114.18** 億元

考量文化內容產業特性與專案投資需求，「加強投資文化創意產業實施方案」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；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。以「股權投資」、「專案投資」及「有限合夥（基金）投資」三種方式的助力下，總計促成 99 案，並包含 3 案投資金額達 1 億元以上。

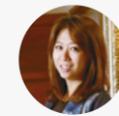
強化資金挹注，促使產業規模變大

文策院運用「加強投資文化創意產業實施方案」機制，針對投資案件規模大小與產業特性，採分流方式辦理並提供合適投資模式，持續推動投資標的多元化，靈活支持各文化內容產業的不同發展需求，帶動民間進場投資之信心，為產業打造健康的生態環境。

舉例而言，主打永續時尚的獨立設計服裝品牌七棵橡樹（Story Wear），希望推動臺灣的永續時尚產業進入國際市場，透過國發基金的股權投資，加速公司成長。此外，上櫃遊戲業者宇峻奧汀的長紅 IP《三國群英傳》推出格鬥版，運用虛幻引擎（Unreal Engine）進行開發，也藉由專案投資加以支持。藉由不同投資方式協助業者跨出營運升級的關鍵一步，充分發揮文化內容產業的經濟效益。

進軍國際市場的臺灣永續時尚品牌

文策院投資不僅帶來品牌進軍國際市場的助力，也成為品牌經營策略更優化的重要推手。



七棵橡樹（Story Wear）創辦人
陳冠百



▲ Story Wear 的永續時尚精神，除了牛仔布的回收再利用，也藉由提供在地工作機會展現。（圖片提供：七棵橡樹）

七棵橡樹（簡稱：Story Wear）秉持推廣永續時尚和教育的使命，從原料採購到生產、設計及銷售，經營層面遍及整條時尚產業鏈。這樣的一條龍式經營在勞工成本較高及土地資源不足的歐美國家難以實現，但在臺灣則相對可行，因此可以成為臺灣時尚的品牌特色。從創業初期，Story Wear 便從庫存回收布料做起，並選擇經典設計不必每季更新的策略，降低浪費。此外，Story Wear 也與在地機構合作進行量產，像是腦麻協會和家扶中心等，並且為當地提供就業機會。品牌依靠自有平臺銷售，歐洲市場亦逐漸開始注意到永續時尚的潛力。

為加快進軍國際市場的腳步，Story Wear 開始尋求投資，也因為參與臺北時裝週而接觸到文策院。在文策院協助下，過去很少尋求政府資源支持的陳冠百開始撰寫投

資計畫，並建構短中長期的營運目標，例如發展通路、國外參展、尋覓代理商、提供租賃服務、開設大型旗艦店等，期待藉由國發基金的股權投資，推動公司加速成長。

創辦人陳冠百表示，本來設定更長的達標時間，但因為國發基金的股權投資，將能加速公司成長、更快找到優秀人才、建立更好與更多的國際通路。文策院投資不僅帶來品牌進軍國際市場的助力，也成為品牌經營策略更優化的重要推手。

文策院不僅在投資初期提供資金支持，更建立一套完整務實的投後管理機制。從參與被投資事業公司治理掌握營運狀況，到檢視其財務資料以健全財務管理，更透過訪視計畫為被投資事業提供量身訂製的諮詢與協助。此外，亦積極扮演媒合平台的角色，辦理被投資事業交流活動，積極促進被投資事業間的互動合作，創造更大的產業綜效。

策略型投資案件，為臺灣產業注入新活力

文策院重視投資的前瞻視野，提升文化內容的社會影響力。怡佳娛樂的《人生幹大事 上船了各位！》記錄七位藝人從花蓮外海划獨木舟到日本石垣島的熱血挑戰。本案節目播出單位三立電視副總經理陳啓超表示，《人生幹大事 上船了各位！》獲得審議嚴謹的國發基金投資，代表對節目核心價值與策略的肯定。

另一方面，為補強現有產業鏈欠缺之角色，亦推動跨國、跨產業布局合作，推展策略型投資指標案件，主動促成民間企業合組投資基金。例如和中華電信子公司「中華數位文創」共組基金，計畫以新臺幣 30 億元規模投資臺灣文化內容產業。此外，也積極推動與國內外大型指標公司共同合資，如與韓國 CJ 娛樂集團簽訂合作意向書，聯手遠傳電信、TVBS 與華納音樂共同成立文化內容基金，期待加速臺灣文化內容進入國際市場的進程。

強化 IP 內容多角化經營也是策略型投資的核心目標之一。如系列電影《角頭》推出「GATAO 唱演會」，以沉浸式劇場體驗融合經典劇情真人現場演出，帶給觀眾全新的影視享受。或從經典電影改編而成的音樂劇《囍宴》，是由美國百老匯頂尖創作者領軍，攜手臺灣劇場團隊共同創作而成。也有像犯罪喜劇影集《正港分局》，衍生自 2023 年臺灣電影票房鉅作《關於我和鬼變成家人的那件事》。這些案例都展現臺灣文化內容的跨域應用已臻多元，也讓文策院可以藉由投資，扮演增添柴火的角色。

鼓勵國際共同投資，蓄積產業國際化之量能

為促成更具規模的臺灣文化內容投資案，增加更多與國際合作的機會，文策院亦依文化內容產業特性，加強及精進國際合作共同投資機制。

由臺灣、新加坡和法國合資合製的劇情長片《主權》，導演巫俊鋒以新加坡基督福音教派為故事背景，主要在臺拍攝，透過法國知名攝影指導 Benjamiñ Echazarreta 的鏡頭語言，並搭配臺灣實力派演員細膩的情感詮釋，展現跨國、跨文化合作的可能性，也能將作品帶入更大的市場。

從 2024 年開始，「國際合作投資專案計畫」推出 2.0 優化版本，以更貼近國際市場投資樣態、接近業者實際需求的方向進行投資評估，有利臺灣積極拓展與全球市場的合作機會，促進文化內容產業國際化、規模化及市場化。



▲《角頭》推出「GATAO 唱演會」現場實況。(圖片提供：曼尼娛樂)

人生幹大事，綜藝也可以很熱血

如果想做可以留下歷史定位的東西，心態上要先不想損益的事，先想好做節目的意義。



三立電視副總經理
陳啓超



▲《人生幹大事 上船了各位！》劇照。（圖片提供：三立電視）

廣受觀眾歡迎的《全明星運動會》初期並不被看好，但隨著第一季的成功起步和第三季的巔峰表現，逐漸成為明星行銷的必爭之地，吸引了大量藝人參與。然而，隨著節目進展，也遭遇了明星資源不足的瓶頸，讓三立開始思考藝人競技實境節目還有什麼新的可能性。

《人生幹大事 上船了各位！》記錄七位藝人從花蓮外海划獨木舟到日本石垣島的熱血挑戰。在計畫提出時，其挑戰性也讓團隊有所顧慮，但最後仍然決定勇敢投入。陳啓超說，文策院過去的影視投資以戲劇為主，此次以國發基金投入實境綜藝節目，象徵了對節目核心價值與策略的肯定。

節目亦取得不錯的成績，不僅最終拍攝成功登陸日本，並在當地舉行記者會，促成臺日之間的影視交流，也入圍新加坡影視節創意內容大獎和亞洲電視大獎；在國際市場的銷售亦有所突破，創下臺灣實境節目先例，成功授權 Discovery Asia 播出。陳啓超強調，三立希望將《人生幹大事》打造成一個熱血的品牌，也因此一開始很快就得到共同投資方華視和日本極東電視台的支持。而文策院的協助讓資金即時到位，也讓計畫可以按照預定的時程發生，扮演了將點線連成面的重要角色。

中華電信領軍，臺灣文化內容產業的團體戰

內容業界、平臺業界、網路業界，大家都有一個好的利基，彼此能夠互相合作，各自在全球競爭上找到一個好的位置。



中華電信個人家庭分公司 總經理
暨 中華數位文創管顧公司 董事長
胡學海

2017 年開始，藉由 Hami Video，中華電信開始與影視內容業者有更多接觸，除了採購內容，也逐步發展自製內容。對中華電信而言，如果可以在內容製作更早期的階段參與，不僅有助於對產業的深入理解，也能讓平臺營運更理想。胡學海指出，對於本土平臺而言，不可能忽視國際競爭的壓力，因此支持本土內容的升級顯得尤為重要。

中華數位文創有限合夥基金目前除了中華電信、文策院投資外，其他包含金控、科技業均為本基金策略投資夥伴。胡學海強調，臺灣的文化內容產業規模雖小，但市場要求高，因此規模化、國際化與資本化將是讓產業突破的重要方向。金控夥伴接觸的產業廣泛，會對資本化提供很好的

建議；而科技夥伴可以把科技元素導入產業，讓產業的科技應用提升。因為他們加入，中華電信可以進一步扮演主動觀察趨勢和投入臺灣待補強處的角色。

胡學海說明，作為平臺商，中華電信將更積極支持本地文化內容升級，才能和國際平臺在本地消費市場競爭，文策院的投入，讓來自不同產業的策略夥伴都對投入資金有更強的信心。未來，基金的投資將專案投資與股權投資並重，希望凸顯臺灣文化內容的強項、補強弱項，短期藉由投資內容讓產業整體有所提升，中長期則會希望引進科技與數據協助，帶動產業的展演形式更多元化，藉此擴大平臺綜效，貫穿更多服務應用。

提升融資服務， 促使企業強化財務觀念

鑒於國內文化內容業者多屬微型或中小企業，為提升其對營運管理之理解與知識以建立中長期財務觀念，並協助業者取得資金，文策院提供加強文創產業升級轉型貸款、貸款利息補貼等措施，助力企業穩健經營與長遠發展。並將持續策辦各類說明會、產業小聚及業者諮詢，進行融資服務之宣導與溝通，提供業者整合性之融資服務。

簡化行政程序，加速資金取得效率

文策院持續優化有助於業者取得融資之機制，或與金融機構建立合作模式，包含每月辦理常態性線上說明會、提供融資服務說明與資金規劃常識，並與外部顧問研擬經營相關知識專題，以試辦方式融入說明會。此外，持續與外部單位合辦實體專場，如與榮耀基金會合辦音樂劇專場、與臺北流行音樂中心合辦流行音樂專場、與 Taiwan Startup Hub 合作創業資源專場等；亦在不同縣市舉辦，持續擴大產業接觸面向。另一方面也持續協助業者與銀行溝通，並提供相關諮詢輔導，累積對文化內容業者較熟悉之銀行名單，並視實際需求協助媒合。

2024 年度促成 2.22 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 9,394 萬元；並配合文化部「文創產業青創貸款」常態化政策，盤點該方案施行迄今之實況，併同近年累積之實務經驗與需求，完成「支持文化創意產業貸款利息補貼作業要點」修訂，將文創產業青創貸款利息補貼資格申請之「產業別評估」與「貸款申請審查」分離，以加速整體作業效率，並因應央行升息情況及配合文化部政策，將補貼年利率上限由 2% 調升至 2.5%，同時簡化申請過程之檢核程序。

文策院協助升級，簡訊設計迎戰 AI 時代

在這個快速變革的時代，突然發現了一個必須加速的事，我們想用資本來加速它。



簡訊設計共同創辦人
張志祺



▲簡訊設計開發的 AI 工具 Simpleinfo.ai。(圖片提供：簡訊設計)

AI 技術發展對影像與文字內容創作帶來巨大的影響，當然也對新媒體影音創作造成深刻衝擊。在此關鍵時刻，簡訊設計希望能投入更多資金，進行新工具的研發與新商業模式的建構。藉由「加強文化創意產業升級轉型貸款」，簡訊設計欲孵化本土特色 IP、培養專業動態設計人才、開發內容創作之 AI 工具「Simpleinfo.ai」、建構 MCN（多頻道聯播網）服務內容創作者以及提供新創或中小型文創團隊顧問服務等工作。

張志祺表示，在取得貸款的過程中，文策院提供清晰的步驟引導，幫助在各個階段

獲得明確的回饋，從而減少碰壁；其次，文策院協助準備相關材料，進行深入的討論與策略規劃，並且與合適的銀行和資金提供者建立聯繫，解決融資難題。這些協助都讓取得資金的工作變得比想像中簡便許多。

張志祺也說明，簡訊設計是新媒體業界少數有程式部門的團隊，但相對於資通訊產業的薪資，無論招聘與培訓都仍然深具挑戰。這筆資金能夠協助團隊提升營運彈性，並且開發可能是業界的夥伴們都同樣有需求的工具，讓簡訊設計對於如何在 AI 時代找到新的營運策略深具信心。

ESG for Culture，共創企業與文化內容產業新商業價值

ESG for Culture (累計至 2024 年底)

共創企業 **42** 家

媒合案金額達 **1,700** 萬元以上

為推動臺灣文化內容產業發展，文策院扮演企業及文化內容業者間的媒合平臺，鼓勵企業透過捐贈、贊助、投資等多元方式與文化業者合作，協助文化內容產業破圈，共創具社會影響力及商業價值的創新行動方案，亦推動共創媒合、偕同具公信力機構倡議或協力專業媒合機構，鼓勵更多企業參與推動 ESG 創新、文化影響力發展，期藉由上述作為，促使企業與文化內容產業於多元面向之深度合作。

倡議推廣 ESG for Culture 理念與精神

文策院 ESG for Culture 影響力中心推動企業與文化業者共創專案，並持續擴大媒合量能。鑒於國內企業尚須深入認識 ESG for Culture 理念，文化業者亦未熟悉與企業合作的路徑，透過舉辦系列共學及共創工作坊、共創議題交流會、倡議說明會等活動，針對不同主題如品牌故事力、溝通提案力、業務開發力等多面向，培育文化業者了解 ESG for Culture 商業模式，並邀請企業與文化業者參與，相互認識、交流，更可熟悉彼此的語言，打開多種合作的可能性。此外，亦藉由主題網站及社群媒體報導，持續倡議與推廣 ESG for Culture 精神。2024 年計有近 400 家企業與近 200 家文化業者參與系列活動，主題網站平均每月點擊逾 5,000 次，較 2023 年成長達 2.7 倍，顯示該理念的影響力穩定擴大。

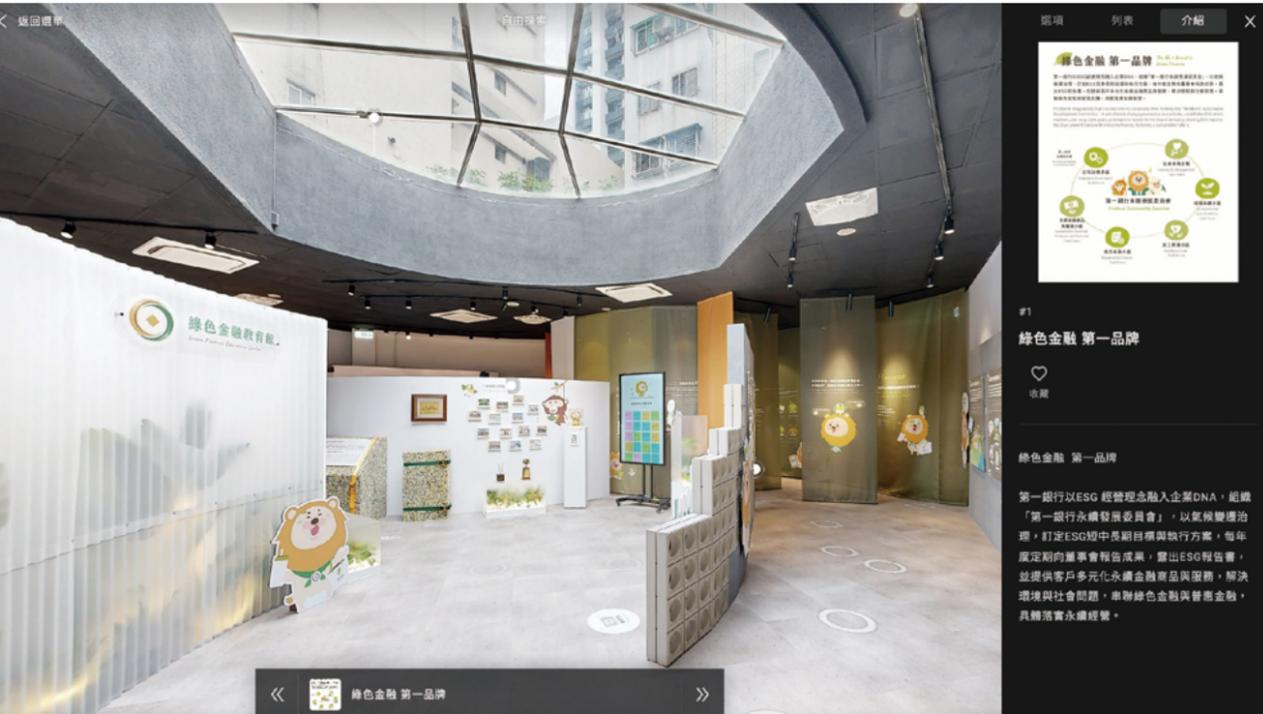
媒合企業與文化內容業者進行多元面向深度合作

文策院推動企業與文化業者合作，從「資源協助」、「專業協助」、「資源媒合」、「商務合作」至「策略夥伴」由淺至深的五種合作模式。企業與文化業者的合作可以發生在各種面向，如線上策展團隊 ARTOGO 以 WEB 3D 技術將空間數位化，打造第一銀行「永續金融館」及「綠色金融教育館」線上展館，讓一般民眾理解永續金融歷史沿革；國內數位資產領導品牌「MaiCoin 集團」邀請新媒體藝術創作團隊「煙花宇宙」於門市空間策劃「《Time, Timeless.》[時] 數位藝術 NFT 授權展」，展現品牌形象；面板品牌「瀚宇彩晶」和「芒果遊戲」合作《閱境江湖》，並與國立公共資訊圖書館共同推動世界閱讀日，結合面板技術，提升數位閱讀體驗，讓玩家在互動過程中認識品牌並拓展商業受眾；網通品牌「友訊科技」和「媽爹講故事」共同推動資安教育，培養孩童網路安全意識。

此外，文策院亦與 11 家企業簽訂合作意向書，推動 ESG for Culture 工作。舉例而言，主要經營黑白及彩色雷射傳真機及掃描器設計代工業務的「東友科技」，近期嘗試以 3D 列印技術將畫作轉化為觸摸圖、教具。未來會持續媒合東友科技與文化業者，透過技術協助開發作品，將想法轉化為充滿無限可能的 3D 物件。



▲ MaiCoin 與藝術創作團隊「煙花宇宙」合作展覽「《Time, Timeless.》[時] 數位藝術 NFT 授權展」。



▲策展團隊 ARTOGO 為第一銀行打造的線上展館，圖為綠色金融教育館導覽畫面。(圖片提供：ARTOGO)



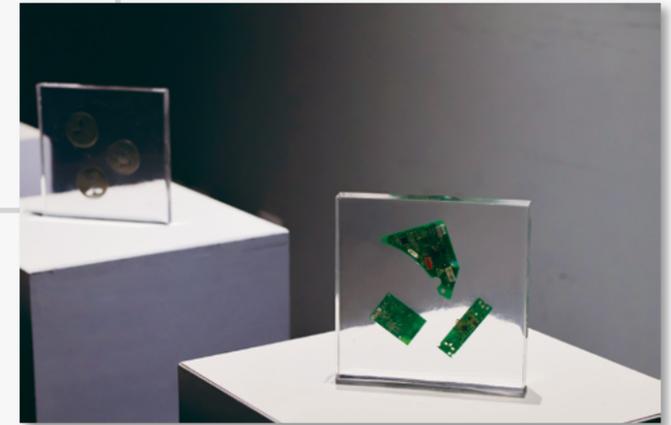
▲ RAY CHU x hengstyle 《Flash & Flow 閃爍與流動 - 廢棄零件服裝設計展》(圖片提供：恆隆行貿易股份有限公司)

連結多樣文化產業，打造美好生活的無限想像

我們以文化內容詮釋企業價值，將文化內容體驗的感動融入商品與生活。



恆隆行貿易股份有限公司
董事長
陳政鴻



▲ RAY CHU x hengstyle 《Flash & Flow 閃爍與流動 - 廢棄零件服裝設計展》(圖片提供：恆隆行貿易股份有限公司)

成立於 1960 年的恆隆行，是國內歷史悠久的精品家電代理商，近年則秉持「美好生活的無限想像」，與時俱進打造全新的品牌形象。

2024 年 4 月，恆隆行與「三鼎股份有限公司」(拾光號) 共同合作「OMAKASE JOURNEY 無菜單人生」沉浸式體驗，以心靈對話為核心，與消費者深度互動，從神秘車廂的訊息引導，到情境演繹的感官體驗，參與者不僅感受到品牌的溫度，更在體驗過程中重新審視內在需求與生活價值。融合戲劇、策展與恆隆行理念的創新體驗，不僅深化了品牌與消費者的情感連結，更是提高了企業門市品牌創新的可能性。

隨後，9 月恆隆行和文策院共同簽署合作意向書，11 月進一步與拾光號以及時尚設計品牌銳朱工作室，合作推出《Flash & Flow 閃爍與流動 - 2024 恆隆行永續設計節 RAY CHU x hengstyle》計畫，帶來沉浸式體驗、戲劇演出、工作坊，以及服裝展覽活動，運用恆隆行提供的廢棄家電結合時尚素材設計服飾，以全新的視角詮釋永續時尚。未來，亦將持續透過文策院媒合，與文化業者合作，期盼從資源、體驗服務及創意等面向，發展具深度且持續性的文化影響力。

市場性內容 跨域合作

為促進臺灣 IP 市場經濟綜效、延續商業價值，並創造多元變現機會，文策院整合多項助攻機制，為文化內容產業各發展階段提供對應資源，如：透過育成、開發及轉譯特定或潛力 IP 題材，舉辦不同類型的創投媒合專場、IP 推介會或與民間公協會合作，促進 IP 跨域媒合與一源多用；或借鏡國際經驗，引導臺灣具國際市場潛力的圖像 IP、漫畫、動畫、遊戲與表演藝術等內容進行跨業合作，建立商業化模式。以 IP 跨域破圈為目標，打開分眾市場及導入投資工具，促成共同開發，增強原創 IP 於國內外之聲量，進一步推動 IP 走向國際化。

為促進市場性內容跨域合作，文策院著重「IP 轉譯」和「建立商業模式」兩大策略，兩項工作內容各有側重，但在共同軸線上分進合擊，壯大文化內容產業的商業體質。

「一源多用」為文化內容產業發展核心之一，透過「IP 跨域發展」帶動的市場漣漪效應，遠超越過去推廣單一內容的傳播廣度，藉由轉譯、改編等手法，使 IP 不囿限於單一媒體管道，流轉於影視音、漫畫、小說、劇場、遊戲與文化科技等多元平臺，成為全面性的文化娛樂產品，進一步開創新的商業模式。文策院亦積極推動表演藝術作品的市場驗證機制，將作品打磨成符合市場期待之產品，強化民間投資信心，進一步健全產業發展。

作為科技之島，臺灣結合文化力與科技力成果豐碩，近年累積了許多優秀的文化科技作品。然而文化科技產業相對新興且具前瞻性，商業雛形仍在建構中，文策院持續提供相關支持計畫，更與具有市場資源的企業聯合徵案，從通路、場域端直接切入市場需求，邀請內容業者針對科技場域進行開發或 IP 轉譯，再導入企業資源，採取「以大帶小」、「以戰代訓」與「國際市場拓展」三大策略，聚焦文化科技從「作品到產品」的轉化過程，透過企業對市場的敏銳洞察，甄選具潛力的內容 IP 並協助經營、行銷，逐步建構商業化模式，使文化科技產品走進大眾市場，打造全新的體驗經濟。

IP 跨域轉譯，一源多用 開創多元商機



綜觀文化內容產業市場，ACG 是經濟產值最可觀的類型，文策院著力於 ACG 產業的 IP 跨媒體改編，2024 年重點成果包含促成漫畫與遊戲 IP 的衍生作品，如：漫畫 IP 改編音樂劇、遊戲 IP 改編漫畫等。在文化科技產業方面，由文策院與英業達集團、雙融域股份有限公司合作，鼓勵具市場資源之企業與文化內容業者合作，共同投入文化科技內容的製作，打造具備商業驗證可行性的示範案例。並進一步偕同場域業者智崙資訊科技股份有限公司，引導臺灣原創 IP 轉譯為新型態沉浸式體驗設備的內容，藉由跨國企業資源銜接國際市場，建立文化科技產品新商模。

ACG 跨域改編：在既有市場基礎上拓展粉絲經濟

ACG 產業中以「遊戲」產值最大。2024 年 9 月，由獨立遊戲團隊 PHOSEPO 開發的日式戰棋遊戲《倒轉方舟》正式發行，輕小說作家小鹿身兼編劇與遊戲製作人，2023 年獲得國際遊戲大獎——NYX 遊戲獎最佳創新獎銀賞之肯定，更成為全國首件獲得數位產業署補助及文策院投資的專案。文策院針對 IP 跨域發展提供資金挹注，原著作者小鹿攜手 2024 金漫獎年度漫畫獎得主銀甫，共創遊戲前傳漫畫《神明製造之後 倒轉方舟》，於 2024 年 12 月發行，小鹿撰寫的小說如今已出版。

文策院每年在臺灣漫畫基地舉辦「ACG 產業合作交流會」，過去以搭建漫畫家與出版社編輯對話平臺為主。有鑒於越來越多產業開始運用漫畫為溝通媒介，如新作面世前先以漫畫市場試水溫，或將原有 IP 漫畫化，近年轉以「IP 經營」的角度規劃 ACG 交流會，媒合對象擴大至影視、動畫、遊戲、劇場等跨域業者。以改編 2.5 次元音樂劇著稱的三點水製藝文化，透過 ACG 交流會與三部連載於「CCC 追漫台」的漫畫作品《你的工作 & 你的休假》《狗血耽美劇的攻略技巧》《啾啾起司》達成音樂劇改編合作。文策院亦在 2024 年漫畫博覽會以「女性向漫畫改編音樂劇」為題，邀請三點水製藝文化製作人史潔與三部漫畫的作者日輪、花宥、MN 對談，眾 BL 粉引頸期盼的角色將獲得真人化的轉譯與詮釋。



▲ 2024 年漫畫博覽會「女性向漫畫改編音樂劇發布會暨漫畫家座談會」現場。

以大帶小，科技業借原創 IP 出擊

文化科技產業由各式小型生態系構成，擁有多元且有機的跨域合作可能。2024 年運用「以大帶小」策略，與不同發展類型的科技場域企業合作徵選，攜手企業與文化科技內容業者共同開發內容產品、進行市場測試。看重英業達集團在元宇宙平臺的應用開發、雙融域股份有限公司持續打造虛擬藝術體驗的沉浸式展演內容、智威資訊科技股份有限公司拓展全球的體感娛樂體驗商業模式，文策院分別與三家場域業者合作，期許將文化科技內容產品銜接入市場的消費端，打造具商業驗證的示範案例，催生新型態的文化科技商業模式。

《三個不結婚的女人》角色神還原，收服原著黨

原來，改編漫畫最令人擔心的是『原著黨』的反應，到底能不能符合原著粉絲的期待？



五口創意共同創辦人暨營運長
孫明恩

五口創意（簡稱「五口」）製作的影集式音樂劇《SC 驚釀小酒館》，創下全臺巡演 27 場，場場秒殺的佳績。然而，考量原創 IP 開發的高時間成本與諸多難關，五口將目光轉向「IP 改編」。由漫畫家日下棗繪製的《三個不結婚的女人》討論當代女性議題，具都會感、時髦的調性，深受追求自我實現的青、中生代女性觀眾青睞，皆為五口擅長之領域，令其看見音樂劇改編潛力。

成功取得授權後，曾入選「文化創業加速器」的五口再獲文策院支持，引導此 IP 轉譯案與文化金融處對接，並協助專案投資企畫書的撰寫。孫明恩指出，本案是五口首次運作較大型、專款專戶的外部投資案，在文策院陪伴下學習務實地分析各項數據，最終提交完善的損益評估。

音樂劇將故事設定在漫畫兩年後，主角面臨更多人生挑戰與衝突，漫畫也融入和音



▲《三個不結婚的女人》讀劇音樂會，演員們謝幕。（圖片提供：五口創意有限公司）

樂劇連動的情節，IP 跨域宇宙隨之展開。2024 年 7 月「讀劇音樂會」首次亮相真人版，不論選角、敘事和詞曲調性，由裡到外都受到「原著黨」漫畫鐵粉的肯定，高喊「神還原！」2025 年 2 月舉辦演唱會形式的「Showcase」，一千多張票於 2 週內售罄，順利出圈。4 月「宇宙首演」的第一週為「Preview 場」，將進行技術測試與舞臺效果調整，第二週正式演出。五口致力開拓藝文粉絲以外的新劇場觀眾，這回嘗試 IP 轉譯，並實踐國外成熟音樂劇產業的階段性測試模式，力求作品符合市場期待，讓精采 IP 不只停在漫畫單行本，而能創造更多延伸效益。

臺灣妖怪乘 i-Ride 航向全世界

我們一直都相信，硬體雖然很棒，
但真正的靈魂是軟體，也就是內容。



智崴資訊科技總經理
何珮琪



▲「i-Ride 飛行劇院」智崴科技與原金國際的內容製作工作坊現場。
(圖片提供：原金國際有限公司)

「i-Ride 飛行劇院」(簡稱「i-Ride」)為智崴資訊科技最具代表性的產品，2007年投入研發，2010年首座飛行劇院在高雄義大世界問世，現全球累計約百座，遍布各大城市。這項擁有尖端技術的遊樂設備，在沉浸式娛樂當道的時代，已被市場證明能成功脫離主題樂園，成為一座獨立劇院或特殊景點，如摩天輪般可單獨存在的觀光亮點。

i-Ride 為懸空式動感座椅，觀眾置身巨大球幕中欣賞無遮蔽全景俯瞰場景，並體驗風、水霧、氣味等擬真五感設計。過去智崴自製「飛越」系列影像，帶觀眾鳥瞰臺灣、澳洲等多國，也與日本動漫 IP 合作，近期則開始思考製作融合敘事、流行文化與臺灣元素的內容。總經理何珮琪表示，

過去十多年，智崴致力在全球布建飛行劇院，如今通路已有一定基礎，此時投資內容 IP 產品更能顯出效益。

2024年文策院與智崴攜手「IP 轉譯計畫徵案」，原金國際《妖怪森林》脫穎而出。這是智崴首度與臺灣內容業者合作，何珮琪說，妖怪主題符合劇院的親子取向，也易於海外行銷，更因為原有的動畫長片基礎，能降低 3D 模型的研發製作成本。本案挑選《妖怪森林》電影中 9 個場景，轉譯為 5-8 分鐘的飛行劇院體驗形式，影像設計與動態體感裝置、五感體驗的相互配合，對內容業者來說極具挑戰。作品完成後，全球各地 i-Ride 通路將舉辦體驗會，並參與國際遊樂設備展，帶領臺灣原創 IP 破圈出海。

促進內容產業與文化科技的 商業化模式

▶第六屆「表演藝術金創獎」金獎：台南人劇團《媽的地獄之旅》劇照。(圖片提供：財團法人桃園市廣藝基金會)



在市場性內容跨域合作範疇中，表演藝術產業具備高度靈活性與可塑性，展現極大市場開發潛能，因此文策院加大力道，為產業導入商業思維，與財團法人桃園市廣藝基金會合作第六屆「表演藝術金創獎」，挹注資源於推動商業化模式的完整。依據《2023年臺灣文化內容消費趨勢調查報告》，表演藝術消費占比中音樂劇／歌舞劇位列第一，也是最具備未來成長潛力的表演類型，故攜手財團法人臺北市榮耀文創產業基金會，合力打造全臺第一個音樂劇創投媒合平臺「讀劇匯」，建立音樂劇階段性市場測試機制與投資管道，於 2024 年 4 月啟動。

另一方面，「市場導向之文化科技內容支持計畫」聚焦文化科技從作品到產品的支持，由產品概念的原型 (prototype) 著手進行市場前測，評估具備市場潛力的案例，再協助推動進入市場，進行商業實測。此外，為提升場域與內容端的合作與銜接，文策院與虛擬場域業者聯合徵件，協助文化科技產品之創新開發，並於虛擬場域端上架，接受全球消費者測試。此新型態的企業合作模式，有助更多民眾體驗文化科技內容產品，突破過往集中小眾市場的界線，推動臺灣文化科技內容產業的多元與蓬勃發展。

金創獎、讀劇匯：直面觀眾與市場

2024 年和廣藝基金會合作「金創獎」，不僅提升資金規模，更強調作品的市場規劃，從創作初期到作品面世，以系統化的方式幫表演團隊建立階段性市場測試關卡。

評審團提供產業觀點，協助初選團隊在製作初期分析目標市場與觀眾；並安排「表藝 IP 經營講座」，邀請業界專家從投資與創作視角切入分享。決選獲獎者除獎金外，可參與包含「完整試演」、「公開首演」的「創投陪伴計畫」，獲得類似天使輪的資金，規模可達數百萬，讓作品以更高的完成度測試市場反應；最終為第三階段「巡演」，將可對接投資評估。

同樣為了協助表藝團隊在內容產製前期，即透過市場測試回饋挹注創作的調整與提升，文策院與榮耀基金會合作，透過推出「讀劇匯—音樂劇創投媒合平臺」，集結不同民間單位共組創投夥伴，徵選出具備市場潛力的表演藝術作品，再安排課程與演練，並提供製作及場地資源，舉辦讀劇售票演出，使表藝團隊能實地與觀眾面對面，交流、回饋，再進一步完善作品。

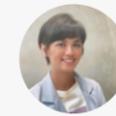
以戰代訓，推動文化科技從作品到產品

2024 年，文策院致力於協助文化內容業者與科技平臺間的跨域合作。HTC「臺灣首創 6DoF 全自由視角 3D VTuber 演唱會《鏡花水月》」，由宏達電子 HTC VIVE ORIGINALS 旗下全息音樂平臺「BEATDAY」與「春魚創意」工作室共同打造演唱會內容，多位人氣 VTuber 以 3D 形象登場，觀眾以虛擬替身進入 BEATDAY 平臺，其 3D 環景採取 6DoF 技術，讓觀眾得以全視角 360 度自由移動，近距離、無死角觀看 VTuber 演出。本案於 2023 年進行第一次市場測試，模組化調整後，2024 年推出「《鏡花水月》升級版——最後的幻歌祭」，同一年度也在漫博會推出《VDay 誕生日》虛擬實境雙體驗，打造新型態互動娛樂體驗。

此外，由文策院與英業達集團「虛實元邦」(VRSTATE) 元宇宙虛擬平臺聯合徵件，為虛擬場域的示範案例開發，由英業達提供虛擬平臺的算力、雲端、串流等 AI 技術，支援內容業者，打造不同型態的示範案例。本案與資深流行音樂製作人陳子鴻的群真有限公司合作，推出虛擬偶像米拉密 (Mila Mii)，於虛擬元邦舉辦個人演唱會。文策院亦推動雙融域 AMBI SPACE ONE 與日目視覺藝術有限公司合作，推出虛實融合的文化科技藝術展演作品。此合作案以「光之旅·無限穿梭」概念，結合沉浸式影像與中大型裝置藝術，打造虛實交替的視覺效果，引導觀眾隨作品角色穿梭，體驗不同的沉浸式視覺敘事。這些合作案例皆展示文化科技從產製到上市的複雜階段與技術面，藉由以戰代訓的策略，引入科技業者身上累積的技術經驗值，加速建立臺灣文化科技產品的商業模式。

上下游暨跨域匯流，「讀劇匯」健全音樂劇產業體質

長遠來看，希望促進臺灣音樂劇產製更正視讀劇的重要性。



榮耀基金會執行長
孫瑞君

讀劇試演×提案培訓×創投媒合，榮耀基金會與文策院攜手打造「讀劇匯—音樂劇創投媒合平臺」於 2024 年成形，集合劇場、流行音樂、影視、內容開發、募資等 9 家公司組成的創投夥伴，共 11 個投資單位組成評審會，選出 8 組具市場潛力的作品。針對入選團隊，讀劇匯安排講座、工作坊與實戰演練，提升團隊的投資企畫書撰寫和提案的能力。每組獲得 8 萬元讀劇製作費，並且可免費使用「二條通劇匯」場地，舉辦讀劇售票演出。

執行長孫瑞君表示，由於音樂劇製作成本高昂，透過成本和風險較低的讀劇形式，能獲得外界回饋進而調整作品更貼近市場需求，也讓製作時程更加完整。每場讀劇後更安排「文本交流會」讓觀眾與創作者面對面討論故事文本，讓創作者當下收集意見回饋。孫瑞君解釋：「當觀眾看完後對故事產生的任何疑問，都能幫助團隊思考如何修整劇情或角色設定，並且獲得解決問題的出發點。」本案另延伸出「園丁計畫」，為 8 齣讀劇皆有觀賞的重度音樂



▲「讀劇匯—音樂劇創投媒合平臺」活動現場。(圖片提供：財團法人臺北市榮耀文創產業基金會)

劇迷規劃評論寫作課程及交流活動，並且提供票款補助等機制，希望讓觀眾回饋更具建設性且直指問題核心。

首屆讀劇匯最終於 2025 年 1 月舉辦提案大會暨頒獎典禮，由《爬上頂樓看月亮》《阿媽的比基尼》2 件作品獲選，創作製作團隊「唱歌集音樂劇場」、「樂劇創製」也各獲頒 50 萬元啟動資金，助作品推展至下一階段，而本屆 8 組入選作品也各自獲得來賓密切詢問，從場館到投資或製作方的洽詢，傳出後續媒合的可能。孫瑞君表示，未來讀劇匯計畫將進一步區別徵件作品的發展階段，新增「新音樂劇故事提案平臺」給萌芽型的創作提案，並納入「舊作重製」讓已有市場驗證的作品再現江湖，並持續尋求更多場館機構合作。

推動造星

文化內容市場開發過程中，當產製匯聚了足夠人才，「品牌化」與「明星效應」便成為市場拓展的下一階段重點任務，而「造星計畫」正是實現這一目標的重要策略。透過連結國際資源、協同民間能量，集中支持經過市場試煉的各領域明星與亮點作品，走出臺灣、走向國際，以打開能見度與知名度，成為推進整體產業發展的關鍵動能。

集中產業資源挹注造星， 成就「臺流」浪潮外推動能

▲2024「非常演員」於釜山影展的臺灣之夜共同亮相，左起為柯震東、李沐、柯佳嬿、宋芸樺及林柏宏。



在產業國際化的目標上，文策院持續思索如何激發「臺流」成為外推浪潮，除了透過國發基金投資提升作品的國際競爭力外，另一環節則是將優秀人才推向國際，推動「造星」計畫。透過明星級人物的聲量及號召力，不僅提升國際能見度，更進一步帶動民間投資意願。

文策院近年以影視、音樂、出版與漫畫等作為重點領域，精選具有代表性的創作者或團隊參與各大國際展會、影節與演出舞臺，為臺流推波助瀾，除了推介文化內容外，海外商務機會亦成為造星策略的重要目標。各項造星計畫採「團隊戰」的方式組織亮相，並結合當地媒體的行銷宣傳，為文化內容產製團隊與個人獲得具整合性的曝光能量，也讓這些明星級人物在前線引領浪潮，為後續新星開闢舞臺，使「臺流」持續向上躍升。

「非常演員」豪華落地，打開影視產業的國際能見度

由文策院攜手台北電影節所合作的「非常演員」計畫，是以北影 2019 年開啟的「非常新人」為基礎，進一步展開將優秀演員引介國際的策略。由北影邀請具國際合製與海外影展經驗的影人組成委員會，並從曾入選金馬獎、金鐘獎與台北電影獎等演技獎項的演員進行初選，就演技、知名度、外語能力與國際發展潛力進行選評。

「非常演員」一年精選 9 位，集中資源造星。以豐富的國際展會經驗為著力點，在「非常演員」們於釜山影展國際宣傳活動期間，邀集韓國影視雜誌如《Cine 21》(씨네 21) 進行一對一演員專訪，也針對臺灣影視製作專題報導；也在釜山影展刊物《SCREEN》上刊登「非常演員」全陣容，以跨頁專題介紹。這些行銷曝光主要目標在產業工作者間的商務交流，以未來國際合製為目標，期待為臺灣演員拓展更大的發揮舞臺。

「臺灣電影週」海外劇院映演，打造深度影視交流

為臺灣導演、編劇等主創工作者打造走向國際的機會，亦是文策院長期的工作目標。2023 年起在文化部「黑潮計畫」支持下，以日本東京為起點啟動「Taiwan Movie Week」企劃，由四位日本影評人選出適合該地品味的臺灣片單，在戲院進行特別映演，邀請導演進行對談，也同步於串流平臺上放映，另連動專業電影媒體，專題報導臺灣電影文化，推動商務合作並擴大臺灣電影的海外觀眾群。

此一模式在 2024 年擴大辦理，從亞洲的韓國首爾、泰國曼谷，亦抵達法國巴黎，並在年底回到起點日本東京。在前一年的經驗基礎上，東京的「Taiwan Movie Week」擴大宣傳行銷與放映規模，除了在實體戲院、線上專題網頁放映臺片，放映活動更與日本角川旗下媒體「The Television」、東寶戲院 TOHO Cinemas 以及日比谷 Cinema Festival 合作，於多家市中心戲院放映，在日本民間企業加入的情況下，有效拓展行銷宣傳的效益。另外，與國外當地媒體如日本 The Television、法國藝術電影院集團 MK2、韓國雜誌《Cine21》的行銷合作經驗，也讓臺灣電影作品在跨國串流平臺外，能夠更直接參與當地影視行銷產業第一線。

Taiwan Beats Showcase：實地巡演拓展海外商務契機



▲舒米恩登澳洲 BIGSOUND Festival 演出，並帶全場觀眾用阿美族語合唱。（圖片提供：BIGSOUND Festival）

音樂的跨國串聯也是造星推動的重點。文化部影視及流行音樂產業局以「Taiwan Beats Showcase」名義選薦臺灣音樂人與樂團，與美國西南偏南藝術節（簡稱 SXSW）合作線上與實體演出至今。文策院延續成果並擴大，與澳洲 BIGSOUND Festival、德國 Reeperbahn Festival、印尼 AXEAN Festival 三大海外重點音樂節合作，規劃實地舞臺演出機會，更搭建商務平臺，推動國際合作的媒合洽談。此外，也透過線上音樂平臺 Spotify 安排海外行銷，將臺灣音樂推向國際聽眾。

文策院選擇此三大音樂節為標的，共通點是目標市場的考量：澳洲同時具有華語與英文聆聽的雙語市場，坐落在布里斯本的 BIGSOUND Festival 在拓展華語聆聽市場上具有潛力，能作為測試市場；德國漢堡 Reeperbahn Festival 則是作為歐洲最大的俱樂部音樂節與流行文化平臺，是適合測試歐洲市場的前端；而印尼峇里島的 AXEAN Festival 則是東南亞各國重要音樂產業人士匯聚之地，適合推動商務媒合。

樂手、樂團甄選皆採公開招募形式，由各音樂節主辦方決定最終名單。如入選 Reeperbahn Festival 與 AXEAN Festival 的椅子樂團表示，透過「Taiwan Beats Showcase」的組織與落地宣傳協助下，讓國際商務視野得以開展。

不受限的多元養分，讓臺灣音樂能與世界競爭

在這個時代，做音樂的成本變低了，因此我們這個世代的獨立樂團與世界的差距越來越小。不管做什麼樣的音樂、帶入什麼樣的新穎文化，都要做出最代表自己、最能夠抓住別人耳朵的聲音。

椅子樂團

三人編制的椅子樂團，2019 年以專輯《Lovely Sunday 樂芙莉聖代》榮獲金曲獎「最佳演唱組合」的肯定以多元曲風的音樂及混合華語、台語與英文的歌詞，表達年輕世代日常生活感，在樂迷間得到共

鳴。自 2020 年巡演至今，已累積許多音樂節與國際城市演出經驗，也多次登上美國德州 SXSW 音樂節舞臺。

2024 年在 Taiwan Beats Showcase 合作的海外音樂節中，椅子樂團先後參與德國 Reeperbahn Festival、印尼峇里島 AXEAN Festival，以豐富的作品量與現場演出魅力，獲得泰國、香港音樂節等策劃人的青睞，逐漸展開各類型海外合作。他們認為，參加海外音樂節最重要的不是顧忌在地聽眾的品味，而是要展現最能代表自己、代表臺灣的作品，才能在來自各種不同文化的演出者間盡情表現。而這次搭配 Spotify 臺灣音樂歌單，納入「Taiwan Beats Showcase」歌手，對他們而言就像是「一張能夠更清楚表達、推廣臺灣音樂面貌的名片」。



▲椅子樂團於德國 Reeperbahn Festival 演出現場。

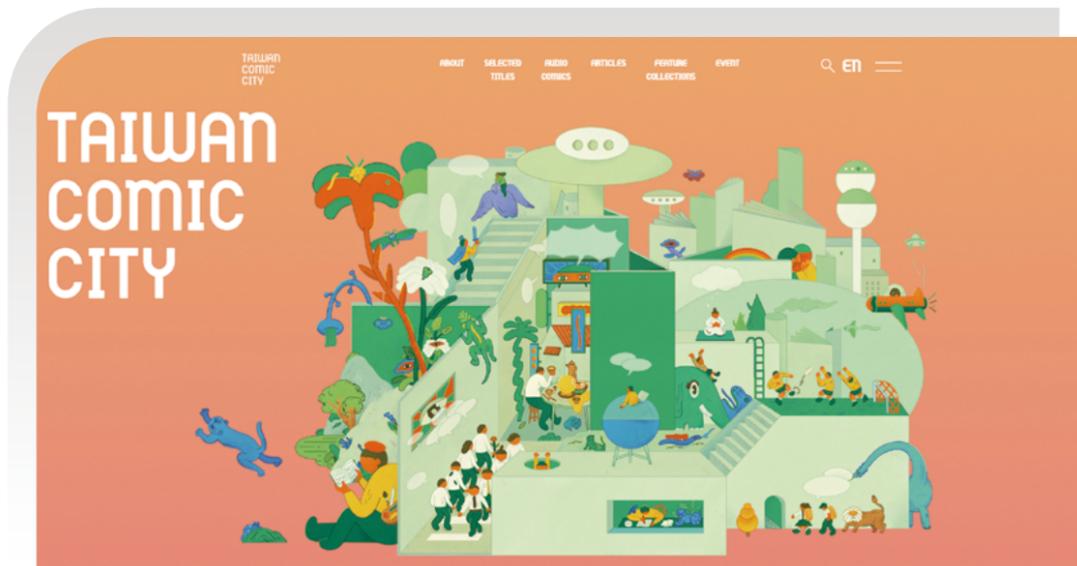
歐洲大型書展作為臺流造星據點

面對創作與消費形態較為靜態的出版產業，文策院以造星策略打造創作者的國際登臺機會。在漫畫產業方面，4月於比利時舉辦的布魯塞爾圖書博覽會上，文策院與法國數位漫畫平臺 Mangas.io 合作，展售超過 15 部法譯版臺漫。另與大會共同邀請臺灣漫畫家常勝前往布魯塞爾參與各項活動，為《閻鐵花》法文版上市宣傳造勢。

為促進臺灣漫畫的國際推廣，自 2022 年即設有「Taiwan Comic City」網站，面向日本、歐美市場為臺漫進行英、法、日等多語線上試閱，突破語言限制、觸及海外讀者，以線上線下雙管齊下的策略，帶動跨國版權銷售，擴展造星效能。

而每年 10 月的法蘭克福書展，同樣是臺流文化造星的舞臺。文策院將 6 位作家帶到書展現場，讓創作者從作品背後走到讀者眼前，跨世代的作者群涵蓋不同體裁與題材，在書展期間進行共 12 場交流活動。

以 2024 年來看，出版與漫畫產業的造星模式中，文策院從作品將焦點移到創作者身上，讓聚焦於 B2B 商務的展會活動，也成為觸及讀者的 B2C 前線，再反向進一步促成 B2B 的商務合作，為全球消費市場推廣與商務合作帶來雙向動能。



▲ Taiwan Comic City 網站提供多語版的臺漫線上試閱，觸及更多海外讀者。



▲臺灣漫畫家常勝於布魯塞爾圖書博覽會與兩位歐洲藝術家對談。



▲作家游珮芸於「2024 德國法蘭克福書展」展示作品與出席講座。

全球市場拓展

為拓展臺灣文化內容產業的國際市場，推動產業加速邁向國際，持續策劃將具市場競爭力的作品與題材，透過與國際組織、產業單位合資、合製、合辦等多元合作形式接軌國際，並推進至國際平臺通路，累積聲量及深耕海外目標市場。透過海外商務開發，持續累積國際商務人脈，協助文化內容作品在重點市場中取得突破。文策院亦陪伴內容業者參與多元文化內容的國際展會，從中建構國際合作網絡的對接機制、拓展全球市場產製與銷售管道，蓄積量能並助力具有潛力的臺灣文化內容成功接軌國際市場。

為拓展臺灣文化內容進軍全球市場，持續與重要國際業者和機構建立合作夥伴關係，根據各產業特性、當地市場偏好及文化特質，制定多元的商務開發策略。例如，促進臺灣內容作品進入當地通路、與合作夥伴共同開發作品、舉辦海外行銷推廣活動等。這些努力旨在提升臺灣文化內容在國際市場的接受度，逐步擴大影響力，並促進更多跨國合作機會，為臺灣的內容作品與人才開拓更廣闊的市場。

文策院採取多元化策略深化商務開發，以推動臺灣文化內容作品版權在海外市場的銷售商機，並吸引國際資金投入參與作品製作與版權交易，亦透過與國際展會及組織的交流合作，搭建更多對接平臺。同時也積極推動國內業者、文化內容作品及創作者參與創投活動、提案會及國際交流計畫，展現臺灣文化內容的創意與價值。這些策略致力於擴大臺灣文化內容在全球市場的產銷規模，提升其國際市場的地位與影響力。

自辦活動， 主動打造直面觀眾的場域



文策院與國際重要業者和機構持續建立商務開發合作關係，針對不同產業屬性、當地市場喜好及各地文化民情，規劃不同類型的活動，包含如上架通路、策辦海外行銷宣傳活動等，主動將各類型的文化內容作品推至國際觀眾的面前。

主動出擊，積極在日行銷臺灣漫畫

自 2020 年起，文策院每年都在日本推出漫畫及出版推介活動，提升臺漫在日本的知名度，並與多家日本出版社建立合作關係，成功售出多部作品版權。2024 年，文策院推出「滿滿臺灣！漫畫市集」(たっぶり台湾！コミックマルシェ)，攜手臺灣東販和 KADOKAWA，於東京三家人氣指標書店「Book 1st 新宿店」、「淳久堂池袋本店」、「TSUTAYA Lake Town 店」設立臺漫展區，展示來自「Taiwan Comic City」的 33 部臺漫作品原稿，並提供日文版第一話的線上試閱，同時展售約 50 部日譯版臺灣漫畫，包括榮獲日本國際漫畫獎優秀獎的《貓與海的彼端》等作品，亦邀請參與日本角川台日漫畫合製計畫，繪製《犬系警探》的臺灣漫畫家 Gene 親赴日本與當地漫畫家、粉絲面對

面交流。此外也同步展開線上活動，聯合日本角川旗下媒體「ダ・ヴィンチ Web」（達文西），推出臺漫專題網頁，期盼為臺漫增加更多粉絲，有助於日本市場的版權與銷售。

主打角色授權，拓展東南亞市場商機

看準泰國在東南亞市場的代表性與流行指標，文策院再次於泰國舉行圖文書版權推介會，並首次舉辦角色授權推介媒合會、設置期間限定展。透過商務媒合與展覽的互動方式，提升臺灣角色 IP 內容的海外能見度，也藉由拓展泰國市場，開啟臺灣內容進軍東南亞各國的通路。

本次圖文書版權推介會於曼谷舉行，呈現多部人氣圖文書，包括《怪奇事物所》《黃阿瑪的後宮生活貓咪超有事》《我與我們之間，只差一句晚安》等，並特邀泰國繪本作家奇玩老師導讀，介紹作品與分享閱讀心得。現場包括泰國大型出版社 Amarin、知名連鎖書店與出版集團 SE-ED、當地指標出版社 Nanmeebooks、Matichon 等眾多泰國業界人士到場交流。

角色授權推介媒合會則透過角色介紹及商業合作經驗的分享，向泰國的角色授權、餐飲、文具類品牌等業者展示臺灣 IP 角色的成熟度與市場潛力，促進授權與跨界合作機會。臺灣角色代理業者們表示，透過這次推介與媒合，對於泰國授權產業概況、市場經營策略與市場需求，有更深程度與直接的瞭解，是後續拓展東南亞市場的寶貴機會。Samyan Mitrtown 百貨商場則設置「TAIWAN'S IP FUR-EVER LAND」期間限定展，展出黃阿瑪、爽爽貓等多個人氣 IP 角色。

臺灣 VR 內容在荷蘭售票映演

2024 年首次與荷蘭 NU:Reality 計畫合作，推出「Trailblazing Taiwan」節目，實際對接當地通路、進行市場驗證。此計畫由 Cassette Stories 和 Diversion Cinema 兩間分別來自荷蘭及法國的發行商共同打造，試圖將 VR 體驗融入日常電影放映節目中，讓更多觀眾接觸到 VR 作品。「Trailblazing Taiwan」選映了郭文泰《彩虹彼端》、張文杰《窺見生命的奧妙》、許智彥《舊家》、王登鈺《紅尾巴》與黃心健《輪迴》等 5 部臺灣 VR 作品，呈現臺灣在技術創新和創造力上的突破。展期間共累計觀影人次 1,771 人。

為文化科技業者搭起展演場域的合作橋梁

有鑒於沉浸式內容的產量增加，展演場域的需求日益增加，於 2024 年首次舉辦實體分享會和線上媒合會，讓臺灣文化科技內容業者與國內外場域經營業者交流，深入了解國內外市場需求和發展趨勢，並建立合作關係。

在文化科技場域分享會方面，邀請到美國沉浸式娛樂場館 Cosm 以及法國新型態沉浸式娛樂美術館 mk2 場域業者線上分享、亦邀請國內場域業者現場介紹場域特色、對內容的需求及合作方式。線上國際媒合會方面，則邀請臺灣的創作團隊提交作品資料，由國外場域方挑選符合其需求的臺灣作品團隊，進行一對一線上媒合會議。藉由此舉讓國外場域業者接觸感興趣的臺灣創作者、製作團隊，進一步開展洽談合作的可能性。



▲文策院舉辦文化科技場域 X 內容推薦媒合會，圖為夢境現實的場域參觀現場。

多樣性與創造力交織，臺灣 VR 作品驚豔歐洲觀眾

這些作品帶來了一種觸動人心的情感體驗，能喚起觀眾在日常生活中少有機會感受到的情感。這正是臺灣作品所帶來的獨特魅力。



Diversion Cinema
共同創辦人
Camille Lopato



Diversion Cinema
合夥人／採購與業務開發總監
Paul Bouchard



▲荷蘭 NU:Reality 「Trailblazing Taiwan」放映計畫，媒體特映會現場。

Camille Lopato 多次來臺，對於臺灣的 VR 作品並不陌生，此次選映的作品對她而言各有特色，並且展現了臺灣的多樣性與創造力。這些作品包括真人實拍的沉浸式體驗，例如《彩虹彼端》不僅具有極高的影像品質，還充分利用了 360 度空間進行敘事，展現了非常出色且全新的敘事方式，對大眾來說是一個非常好的體驗。

此次映演受到了歐洲觀眾的高度好評，作品在布景設計和敘事方式上表現出色，「這是我們在臺灣作品中看到的共同品質，也激發了全球製作人、導演和創作者的靈感。」除了技術水準，「這些作品也帶來了一種觸動人心的情感體驗，能喚起觀眾在日常生活中不容易感受到的真摯情

感，引發觀眾的沉浸感，這正是臺灣作品帶來的獨特魅力。」

Camille Lopato 大力讚譽這次選映的作品，從影像質量到後期製作，無不展現出幾近完美的水準。「這種精緻的完成度在當今的 VR 世界中並不常見。因此可以說，臺灣在 XR 領域的知識和能力方面具有獨特的優勢。」

單次展會無限商機，臺灣內容直通國際市場

▶ 猴劇場 VR 互動作品《放開你的頭腦》於威尼斯影展現場展演，獲國際產業人士喝采。



為了帶動臺灣各式文化內容作品在海外銷售商機，引進國際資金投入作品產製與版權交易，文策院主動布局商務開發，深化展會參與度與國際重要組織交流。主要策略如以國家館形式建立臺灣品牌形象推廣臺灣文化內容，積極促成國內業者、作品及創作者在國際上參與國際展會創投、提案會或交流計畫，以提升內容產業在國際市場的整體產銷能量；藉由國際展會管道，強化與國際組織關係、建構人脈網絡及買家經營。

臺灣 IP 前進坎城，尋求跨域影視改編機會

2024 年，文策院攜手 44 家業者在坎城電影市場展設置臺灣館，展出共 104 部作品，亦參與多項合作單元，包括「Spotlight Asia 亞洲合製交流」、「impACT Lab 影響力工作坊」、「Co-Production Night 合製交流晚會」等活動，並主辦臺灣之夜交流酒會，與國際重要影人交流，拓展國內業者人脈網絡。

其中，為推廣亞洲適合改編影視的故事 IP 與潛力合作夥伴給歐美影視方，文策院與坎城電影市場展合作，由臺灣、日本、新加坡、菲律賓一同推薦各國的潛力 IP。臺灣方代表為躍演 VMTheatre Company 音樂劇《勸世三姊妹》和 SIGONO 信革數位有限公司遊戲《OPUS：龍脈常歌》，尋求表演藝術和遊戲等跨領域 IP 改編影視機會。

曾慧誠首次亮相坎城，音樂劇《勸世三姊妹》走向國際舞臺

故事中的普世價值能夠讓全球觀眾產生共鳴！



躍演藝術總監
曾慧誠



▲躍演藝術總監曾慧誠於坎城電影市場展上，為音樂劇《勸世三姊妹》進行改編提案。

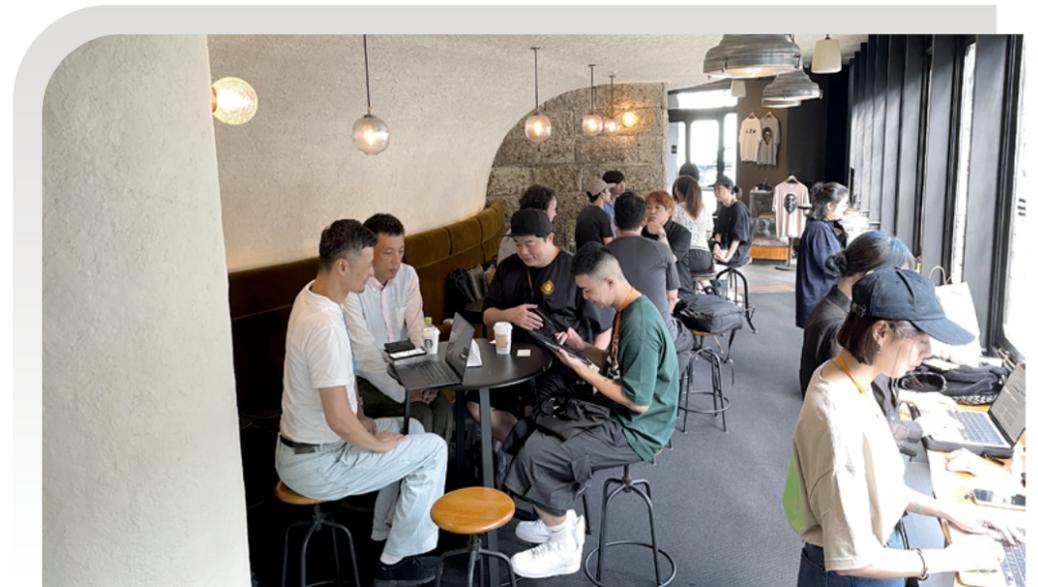
這是曾慧誠第一次踏上坎城，向歐美電影從業人員介紹音樂劇《勸世三姊妹》。鑒於該作的題材獨特性，曾慧誠的提案主要目標是讓觀眾對故事和文化背景產生共鳴，在 10 分鐘的提案會上，他透過影片和照片展示臺灣的牽亡文化，試圖讓聽眾可以快速理解重點。他很清楚臺灣在地文化要轉譯或類比的困難，「但故事中的普世價值，如家人和兄弟姐妹之間的關係，能夠讓全球觀眾產生共鳴。」曾慧誠也意識到將臺灣的音樂劇推向國際市場需要克服許多挑戰，包括技術上的困難和市場的陌生感，由此，他將此次提案的核心目標放在認識作品。

更重要的是，這次在坎城的提案經驗讓曾慧誠打開了眼界，學到了如何用商業角度而非創作者心態推銷作品，讓他在之後的提案中更清楚自己的目標。此外，參加這場國際活動不僅讓他們認識了許多新夥伴，也看到了更多合作的可能性，對於提升臺灣劇場作品的國際影響力非常重要。曾慧誠認為，文策院在推動臺灣作品國際化方面扮演了重要角色，協助創作者走出臺灣，直面歐美觀眾，並讓創作團隊累積各種提案或商務經驗，讓臺灣更多作品被國際市場接受。

拓展音樂版圖，臺日獨立音樂共鳴效應

為協助臺灣獨立音樂拓展日本市場並建立國際網絡，攜手日本獨立音樂聯盟 IMCJ，於東京舉行「2024 臺日音樂媒合交流」。透過公開徵集，與 IMCJ 雙方共同評估報名單位合作潛力，最後選出音樂廠牌、藝人經紀、展演場館及影像製作公司等四大領域共 15 家業者赴日與會。參與的日本業者包括曾推動旗下樂團 childspot 與 LINION 共創合演的 Rainbow Entertainment、擁有新世代創作奇才 Vaundy 的 SDR、數位發行公司 Rightsscale 等多家公司參與媒合。

此外，媒合交流會也安排企業參訪、實務工作坊及交流晚會，使臺灣參與者有機會實地參訪 Victor Entertainment、Rainbow Entertainment、Hip Land Music 等音樂廠牌及發行平臺 TuneCore，實際了解日本數位音樂的市場概況，有助進入日本市場的策略規劃。



▲文策院與日本獨立音樂聯盟 IMCJ 共同舉辦「2024 臺日音樂媒合交流」，圖為媒合會議現場盛況。

聯手安錫動畫盛會，拓展國際市場新契機

為促進動畫領域的國際合製及人才交流，文策院持續於安錫動畫影展暨市場展設立臺灣館，並與官方合作舉辦「臺灣提案專場」，展示煙囪文化創意有限公司《不露斯摩思流浪故事集（紳士前傳）》、深空天體有限公司《歡迎來到朵莉之家》、祥晁國際股份有限公司《宇弘與翻車魚》、連想有限公司《雲之獸》、光之塔動畫事業有限公司《雲影傳說》。專

場後，文策院更舉辦交流酒會，邀請潛力買家、媒體及國際製作公司參與，讓提案團隊及臺灣動畫產業人士有機會透過一對一的對話交流、推動跨國合作。此外，也與官方合作舉辦「導演專題放映」，選映王登鈺導演的《幽暗小徑的鬼》《金魚》以張徐展導演的《熱帶複眼》《Si So Mi》等作品，並在放映後進行導演分享、展示手稿、戲偶等幕後內容，加深國際產業人士對臺灣動畫實力的印象。

連接歐美日，臺灣館引領沉浸式內容產業新合作

2024 年，首度與美國 Meta、加拿大 Xn Quebec、美國亞歷桑納大學 MIX Center 等國際關鍵企業與組織，共同擔任西南偏南藝術節 (SXSW) 的 XR 展協力贊助單位，並於大會首創之產業單元「XR Expo」設立臺灣館，展示 15 件包含大會入選作品、獲文策院支持的臺灣沉浸式作品預告片、企畫案及文化科技服務資訊等，提升臺灣的文化科技內容的國際曝光度。其中，描述 19 世紀亞洲傳奇海盜故事的《女海盜：生存守則》入圍本屆的 XR 體驗競賽單元，以在地民俗傳說為靈感的《林相續紛林投~姐丫》則入選 XR 體驗焦點單元。

此外，文策院也持續參加威尼斯沉浸式市場展，設立「臺灣館」匯集了 40 件沉浸式內容與製作案，以及 9 家沉浸式科技業者與場館，透過臺灣產業論壇及 Meet the Creators 臺灣專場暨交流酒會等方式，為臺灣內容打開國際通路。

在日本市場方面，則首次參加亞洲文化科技類商務型展會「2024 XR & Metaverse Fair Tokyo」，以「內容」、「技術應用」為兩大核心，設置臺灣館，由臺灣沉浸式業者提案展示最新 VR 作品及技術應用，包括前景娛樂、打打影像、夢想創造、踢歐哎哎、涅所未來等團隊，拓展日本市場並促進亞洲區域商務合作。



▲西南偏南藝術節 (SXSW)，臺灣館參展單位何曉玫舞團《林相續紛林投~姐丫》觀眾 VR 體驗現場。

臺灣文化科技內容閃耀

2024 XR & Metaverse Fair Tokyo

我相信，結合臺灣作為世界頂尖的 XR 領域專業知識以及日本獨特的 XR 技術和方法，能夠創造出全新的、有趣的成果。



Beyond the Frame Festival
影展總監
待場勝利



▲文策院於東京 XR FAIR 設立臺灣館，推介臺灣 VR 作品與技術應用。

作為日本首個 XR 電影節「Beyond the Frame Festival」(BTFF) 影展總監，待場勝利來臺多次，對於臺灣的 XR 發展有其觀察。此次擔任東京 XR FAIR 臺灣館的選件評審，待場勝利認為臺灣的作品多數達到世界級的水準，未來需要進一步提升原創性，並針對全球化策略，思考每件作品的呈現方式。在這些作品中，他對前景娛樂的《貝殼島》和打打影像的《戲院與我》特別感興趣，「前者以美麗的皮影戲世界觀與創新的互動方式，深深吸引我，我非常希望在作品完成後，能介紹到我主辦的 BTFF 中。《戲院與我》主題則讓我非常好奇，在現已不存在的劇院裡體驗觀看舊電影的感覺，是令人驚艷的體驗。」

待場先生認為此次的交流，是日本 XR 業界邁出的重要第一步。相較於臺灣及其他國家，日本在 XR 領域發展路線較獨特，在全球趨勢上顯得跟不上腳步。在這次的展示會中，許多日本參觀者透過臺灣首次了解全球 XR 的現狀。待場先生也非常期待持續與臺灣業者合作：「我相信，透過臺日合作，結合臺灣作為世界頂尖的 XR 領域專業知識，以及日本獨特的 XR 技術和方法，能夠創造出全新的、有趣的成果。目前，高雄電影節與 BTFF 已經結成聯盟，共同推進專案。未來希望能進一步促成臺日政府的參與，啟動新的合作專案，共同推動 XR 領域的發展。」

臺灣原創內容國際化： 企業合作、人才培育與 IP 推廣



除了自辦活動、參與國際展會，文策院也以其他多元的合作方式，推動臺灣原創內容國際化，涵蓋企業合作、人才培育、IP 推廣等。在企業合作方面，與日本樂天集團及新加坡新傳媒集團簽署合作意向書，結合國際資源，透過作品開發、版權銷售、IP 改作及行銷通路，深化亞洲區域內容合作的各環節。

在人才培育上，與法國影視機構合作，協助臺灣與亞洲影視人才對接全球市場。此外，與韓國釜山亞洲電影學院合作開設長片開發工作坊，並簽訂合作意向書，共同培育新銳影視創作者，進一步促進臺韓影視產業交流。

在 IP 推廣方面，與法國「法語人出版協會」（SCELF）合作，透過「Shoot the Book!」品牌，將臺灣出版 IP 推向歐洲影視展會，包括法國里爾 SERIES MANIA 劇集展、坎城電影市場展及 TCCF 創意內容大會，增加 IP 改編機會，強化臺灣在國際影視市場的競爭力與能見度。

與國際企業合作，深化產業合作

為了推進臺灣原創內容的開發製作、拓展國際市場，與日本樂天集團（Rakuten Group）建立合作關係。雙方共同簽署合作意向書，未來將結合文策院資源與樂天集團的多元內容服務及國際影響力，以作品開發、人才培育、版權媒合銷售、IP 跨域改作以及全球行銷通路等多管齊下策略，串聯樂天旗下的「Rakuten Content Central」娛樂事業，推動具有臺灣元素的原創內容進入國際市場。除了日本企業，文策院也與新加坡的 Mediacorp 新傳媒集團簽署合作意向書，期望推動兩國間的人才交流與內容開發製作。

與外國學院聯合舉辦課程，培育內容創作人才

在歐洲方面，與法國里爾 Series Mania 劇集展官方學院合作，辦理「Serial Bridges 劇集開發培訓工作坊」，舉辦各項人才和內容的交流活動和工作坊，協助臺灣與亞洲影視專業人才對接全球市場，並推動臺灣影集走向國際。

而針對沉浸式內容，與法國國家電影與動畫中心（CNC）、法國巴黎 104 文化中心（CENTQUATRE-PARIS）、高雄市電影館、法國在台協會（Bureau Français de Taipei）及法國藝文推廣總署（Institut Français）攜手推動第二屆「臺法沉浸式內容駐地開發計畫」，以雙向駐地開發交流，促進臺法沉浸式內容合製共創。2023 年至今已有 4 案 VR 或沉浸式投影內容的作品原型完成階段性呈現，並有 2 案取得臺灣支持合製。

在亞洲方面，為促進臺灣對於韓國影視產業現況的理解並增加雙方交流，與韓國釜山亞洲電影學院（AFiS）合作，舉辦劇情長片開發工作坊。邀請 3 位於 AFiS 任教並具開發、製作與編劇經驗的韓國講師來臺授課。亦與 AFiS 簽訂合作意向書，未來將共同規劃人才培訓課程，並選送一名由文策院推薦之臺灣新銳製片參與 2025 國際電影商學院。此外，亦於韓國釜山的亞洲內容暨電影市場展（ACFM）的「AFiS 提案專場」中，特別頒發 TAICCA AWARD 獎項。



▲第二屆「臺法沉浸式內容駐地開發計畫」，法國 XR 沉浸式產業前驅活動於 TTXC 期間舉行。（圖片提供：高雄市電影館）

邀請國際人士來臺， 讓臺灣內容與全球接軌

為使臺灣文化內容業者對接國際資源，除了出國參展，亦努力讓展會在臺灣發生，讓臺灣業者可以就近參與，創造更多與國際接軌、建立人脈網絡的機會。為此，持續策辦 TCCF，以成為全球內容產業之專業商務媒合展會為目標，導入國際買家資源，提供國際交易及洽商管道，協助業者找到潛在國際買家或合製夥伴的機會，助攻臺灣文化內容產業邁向國際。在文化科技方面，「2024 TTXC INNOVATIONS」旨在激發創新思維，促進臺灣在全球科技創新生態系中的連結與發展，為未來創新技術與產業應用提供更多可能性。

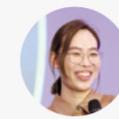
讓國際舞臺在臺灣發生

繼 2023 年首度爭取亞洲日舞影展至臺灣舉辦後，2024 年日舞影展再度選擇與臺灣合作並擴大辦理。除增加影展放映場次、舉辦臺灣短片競賽之外，亦新增數場國際大師講堂、產業交流及劇本工作坊等活動。影展期間各活動共邀請超過 45 位海外重要影視產業人士共襄盛舉，吸引超過 9,000 名影人與影迷參與盛事。此合作有效邀請北美產業人士來臺，促進雙方產業交流，創造臺灣影人與國際接軌、建立人脈網絡的機會。

此外，「亞洲動畫高峰會」(Asian Animation Summit, 簡稱 AAS) 於亞洲各國舉辦多年，2024 年文策院與兒少內容娛樂媒體「Kidscreen」首次共同主辦。AAS 聚焦於開發適合 15 歲以下觀眾的動畫影集，活動包括創投提案、一對一商務會議、產業論壇、交流活動等。「創投提案」有來自臺灣、日本、泰國、澳洲、印度五個國家，共 13 組提案，包括由文策院推薦入選的 5 組臺灣團隊作品：華特比影業的《科比和傑克》(Coby & Jack)、兔將創意影業的作品《翔翼英雄》(Aero Ace)、小啼大作兒童音樂社的《Titi & Roro》、砌禾數位動畫的《星際女孩》(Galaxy Wonders)、菊箱動畫《枕頭小夥伴》(Pillow Pals) 等。其中《Titi & Roro》榮獲現場參加者人氣票選獎，並獲得 Kidscreen 網站廣告曝光。

《Titi & Roro》獲亞洲動畫高峰會 (AAS) 人氣獎， 啟發創作新視野

練習提案可以揭開我們的盲點，釐清創作方向，讓我們在創作過程中更篤定。



《Titi & Roro》前期製片
張雅涵



小啼大作影像經理
《Titi & Roro》製片
陳妍君



▲小啼大作兒童音樂社的《Titi & Roro》於亞洲動畫高峰會 (AAS) 獲得人氣票選獎。

2024 年，小啼大作兒童音樂社的《Titi & Roro》在亞洲動畫高峰會 (AAS) 獲得了現場參加者人氣票選獎。回顧當初，小啼大作團隊的提案獲選後，接受了主辦單位所安排的培訓課程。在培訓過程中，導師 Michael Carrington (前澳洲廣播公司 ABC 娛樂與專業內容總監) 在為期 3 個月的課程中，循序漸進帶領團隊認識兒少影視市場慣例和買家需求，在討論與修改過程中，團隊甚至推翻了原本的提案結構，重新凝鍊故事的核心重點，透過強化普世情感面向，引發觀眾共鳴。

而在 AAS 現場，團隊聆聽來自其他國家的提案、了解不同地區的買家需求和想法，從中學習了各式兒少節目的切入角度和創意。提案後，團隊也收到不同電視臺

的回饋，包括語言翻譯的問題、各國對於兒童文化平權的標準規範和針對節目內容的建議，這些回饋也協助了他們回頭完善作品。

此外，團隊也透過產業論壇了解兒童節目市場的最新趨勢和數據，並思考如何在新趨勢下創作出優質內容。雖然兒少節目的長度越來越短，「但要更相信說我們的小小觀眾，他們絕對會因為內容的品質而繼續觀看，或是繼續關心這些角色，這是一個小孩在生活裡的重要動力。」

對團隊而言，能夠在 AAS 提案，其實是獲得了「一個用不同視角來看自己的作品的機會，可以揭開我們的盲點，釐清創作方向，讓我們在創作過程中更篤定。」

邀國際音樂及 IP 角色買家來臺洽商及交流

為促進臺灣音樂節及場館國際化發展，提升音樂人赴海外演出機會，文策院攜手大港開唱、高雄流行音樂中心，三方首度合作，共同推動國際音樂商務交流。在大港開唱期間，邀請亞洲 8 國音樂節策展人來臺，透過觀賞演出、參訪場館、商務交流，期待帶動臺灣音樂節、場館、音樂人跨國合作，以集體力量為臺灣音樂產業開拓全球市場。其中產業交流會媒合逾 50 組藝人團隊與策展人尋求洽商，最終共促成逾 13 組藝人獲邀至海外演出及外媒合作。

由文化部主辦的臺灣文化創意博覽會，是最具影響力的圖像角色產業盛會，匯聚眾多參展廠商，展現臺灣文化創意產業的實力。自 2023 年起，文策院負責籌辦「圖像授權國際買家團」，邀請國際市場中的重要買家來臺參與文博會。不僅讓買家得以親身體驗展會的豐富內容，也促進與臺灣角色產業業者的深度交流，推進臺灣的 IP 角色品牌躍上國際舞臺、擴大臺灣原創圖像授權經濟效益，並完善內容產業生態系。

文策院 2024 年持續參與文博會商展，串連亞洲指標性授權展及海外授權產業公協會，如日本授權展 Content Tokyo、日本角色品牌授權協會 CBLA、韓國授權展 Korea Character Licensing Fair 等單位，以及泰國指標性買家，共邀請 30 名國際買家與具國際授權產業影響力之專業人士來臺洽商。

臺灣業者陣容，除了邀請曾參加文策院主辦之國際授權展臺灣館入選品牌外，同時舉辦參展商專場活動，以及與臺灣最大原創貼圖創作 LINE 合作舉辦專場推介會，將 LINE 豐富的創作者及品牌資源推介給買家，並進行 310 場商務媒合會議。另策劃 4 場「角色 IP 論壇 Character IP Forum」，邀請國內外專家分享 IP 聯名商品發展策略、熱門動畫的改編之旅、臺灣 IP 在日韓市場的冒險及圖像授權的法律重點。

透過「圖像授權國際買家團」，文策院得以整合近年至海外授權參展經營之買家網絡，促成臺灣 IP 角色授權海外市場，開展更多樣態的合作。



▲邀請國外音樂節策展人來臺進行參訪與交流。圖為高雄流行音樂中心「流行音樂互動展」參訪現場。



▲圖像 IP 授權國際買家團於文博會展期間的商務媒合會議現場。

TCCF 創意內容大會

「TCCF 創意內容大會」是亞洲重要內容產業盛會，提供文化內容產業商務服務，媒合潛力 IP 提案與國際資金，帶動全球專業人士商務交易與開發，交流實務經驗及產業未來趨勢，針對內容產製與專業人才對接產業資源，每年吸引全球多國買賣家齊聚交流洽商。

2024 年「TCCF 創意內容大會」

來自 **35** 國 超過 **1,722** 位專業人士參與

進行 **3,230** 場會議 舉辦 **41** 場產業活動

延伸交易金額超過新臺幣 **10** 億元

2024 年 TCCF 首度移師臺北南港展覽館二館，分為「PITCHING 提案大會」、「MARKET 市場展」、「FORUM 國際論壇」三大單元。

「PITCHING」單元部分，除中華電信連續三年為 TCCF 最大贊助商並持續設獎外，臺灣大哥大、遠傳電信、WBD 華納兄弟探索集團、義大利烏迪內遠東國際影展、法國里爾 SERIES MANIA 劇集展、韓國富川國際奇幻影展、紐西蘭邊鋒紀錄片影展、印尼 Docs by the Sea 紀錄片提案大會、馬來西亞國際電影節及國內各大電視臺，亦設置豐富合作獎項，以鼓勵優秀的影視企畫案。本屆吸引 50 國製作團隊、近 600 件企畫案投件，由臺、新、韓、美、德、奧、印尼、馬來西亞等國際評審評選，最終選出 21 國共 62 件企畫案，舉辦 8 場提案專場，此外也提供史上最高的總獎金新臺幣 795 萬元、36 個民間獎項以及國際展會資源。



▲「TCCF 創意內容大會」洽商現場的熱絡場景。



▲ TCCF 邀請來自國際的專業人士及買家，參與「PITCHING 提案大會」。

「MARKET」單元為強化商務感，積極邀請國內外內容產業專業人士舉辦發布會，分享產業年度最新動態與發展，展現內容產業競爭優勢，增加媒體曝光，創造話題與討論度。本屆召集 93 家業者，設立 101 個展位，舉辦包括「中華電信開創台流影視發布會」、「2025 年旗艦台劇《我們與惡的距離 II》前導發布會」、「緯來原創《夜市王》發布記者會」、「數位原生：智慧原生時代的日本漫畫前線」、「K-Content 商務交流會」等 11 場產業發布會。

「FORUM」單元則以「Together for Impact」為主題，從影視內容核心作為議題向外輻射，談論 IP 內容、國際影視內容產業現況、國際合製、市場經營等跨領域的多元議題，在國際化與產業化的脈絡下，為國內業者引入全球產業趨勢與產製實務新知。本屆邀請日、韓、泰、菲、新、英、美、法、德、印尼、馬來西亞、哥倫比亞等 13 國、超過 25 位國際政府組織代表、產業專家、演員等，進行 15 場專講與對談，涵蓋綜藝、影視、動畫、兒少及 IP 內容等議題。



▲韓國知名製作人羅煥錫「羅 PD」於 TCCF 專講場次，揭密如何製造瘋迷全球的綜藝節目。

2024 TTXC INNOVATIONS

「2024 TTXC INNOVATIONS」以「跨界賦能」為主題，展現了科技如何賦予內容全新的生命力，透過「內容展示」、「產業活動」、「企業展區」三大單元，揭示科技在感官體驗、媒材應用與國際合作上帶來的商業可能，參觀人次為 TTXC 全展區最高。



▲「2024 TTXC INNOVATIONS」展場導覽。

「內容展示」有四個不同面向的主題：跨體感、跨媒材、跨國界、跨想像，揭示了科技在文化內容創新中的展現，並展示具國際趨勢示範性的作品，探索新型態的體驗內容與娛樂消費市場的未來發展。

「企業展區」為首度在 INNOVATIONS 與企業跨界合作的成果，包括企業主題講座和企業展區，與華碩雲端股份有限公司、英業達股份有限公司、聚陽實業股份有限公司、宏願數位股份有限公司攜手，展現內容應用的科技轉型與技術突破，盼能用「以大帶小」的概念，與創作者共組健全的生態系，為臺灣文化科技產業實現多元共融的願景。

「產業活動」則為高度跨產業、跨領域的文化科技領域，提供對話與交流的平臺，以持續推動國際合資、連結全球市場。並與 Unity 共同合作，舉辦 2024 U/DAY - Unity 臺灣開發者日，藉由專業論壇，讓傑出的業者進入 Unity 的企業視野，促進更多國際合作機會。活動當日舉辦了 5 場產業主題論壇、6 場專業一對一諮詢會議，並進行「臺灣開發者提案」決選，頒發「U/DAY Taiwan 特別獎」獎項。

2024

2024 U/DAY 臺灣開發者日： Unity 與臺灣開發者攜手拓展國際合作機會

透過這次活動重新接起 Unity 與臺灣的連結，最重要的意義就是成功讓 Unity 的管理階層重新注意到臺灣市場的活躍與臺灣開發者的實力。



Unity 資深開發者關係工程師
郭時粹

Unity，作為全球市占率最高的跨平臺遊戲引擎，廣泛應用於遊戲、XR 以及沉浸式內容的開發與製作。郭時粹是任職於 Unity 內部的臺灣籍資深者開發關係工程師，同時也是促成本次「2024 U/DAY - Unity 臺灣開發者日」的重要推手之一。本次活動中的「臺灣開發者提案」公開徵集，邀請使用 Unity 引擎的臺灣文化科技內容提案，旨在為開發者提供與 Unity 公司及國際產業社群建立關係、加強曝光並尋求國內外潛在合作夥伴的機會。

在徵選臺灣開發者的提案時，郭時粹看到了各種潛力，也深刻體會到臺灣開發者在亞洲市場中的重要性。她指出：「積極參與臺灣市場的發展並提供支援，不僅有助於 Unity 在亞洲拓展市占率，還能讓臺

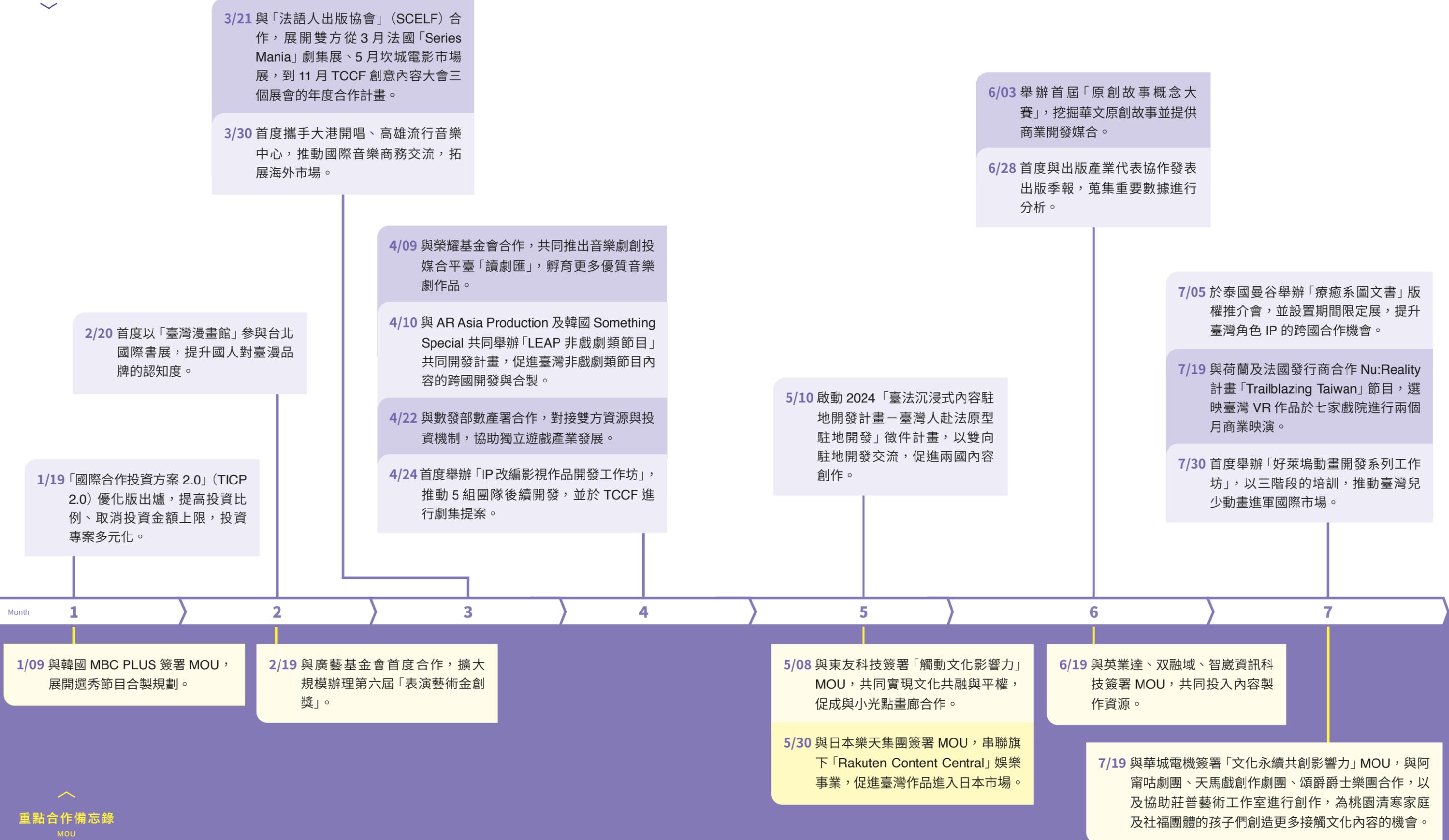
灣製作的 Unity 作品提升大眾對引擎的信心。」

來自「夢境現實 Moondream Reality」的提案《Caves - The Art of Darkness》，以法國史前三大洞穴壁畫藝術為素材，呈現沉浸式互動體驗，榮獲「U/DAY Taiwan 特別獎」。郭時粹對參賽作品印象深刻，認為每一件作品的概念都非常完整，並在 Unity 引擎功能的技術應用上具有深度。她表示：「這些作品在 VFX 和最終渲染品質上的表現無疑是頂尖的，概念與技術水準相符，技術涵蓋的深度和廣度都非常出色。唯一遺憾的是作品中未見臺灣元素。」她也強調，這次活動的最大意義在於成功喚起 Unity 管理階層對臺灣市場活力的關注，並讓他們再次重視臺灣開發者的實力。



▲「2024 U/DAY - Unity 臺灣開發者日」活動現場。

院務重要記事



院務重要記事

9/03 與德國 Reeperbahn、澳洲 BIGSOUND、東協 AXEAN 三個國際指標音樂節策略合作「Taiwan Beats Showcase」，並舉辦臺灣專場演出、媒合會議與買家商務交流。

9/21 辦理「NETFLIX x TAICCA 影集編劇：編劇室實驗工作坊」，培育國際影集開發的團隊協作經驗。

8/08 與智崙資訊科技合作推出「i-Ride 飛行劇院 IP 轉譯計畫」，啟動 IP 內容徵件、開發產製，規劃未來於全球「i-Ride 飛行劇院」據點上映。

8/16 本院參與投資之國片「角頭：大橋頭」為角頭系列最賣座電影，更為 2024 年國片票房冠軍，突破 2 億大關。

8/23 與東販合作，於日本東京 3 家大型書店舉辦「たっぷり台湾！コミックマルシェ」（滿滿臺灣！漫畫市集），促進臺漫曝光度。

10/05-08 參與「韓國釜山影展暨亞洲內容暨電影市場展」，創下臺灣作品入圍數新高。

10/12 首度與高雄市政府合作參與 2024「TTXC 臺灣文化科技大會」，舉辦「INNOVATIONS」文化科技創新展演。

10/16 首度與遊戲引擎大廠 Unity 合作開發者日，將更多國際技術資源注入臺灣。

10/24 中華電信攜手文策院籌資 30 億基金，助攻臺流影視軟實力。

11/05-07 「TCCF 創意內容大會」首度移師南港展覽館舉辦，規模創下歷年之最，累積超過 50 國團隊參與，PITCHING 提案大會累積獎金創新高，達 795 萬；延伸交易金額預計超過新臺幣 10 億。

11/13 辦理「2024 ESG for Culture 影響力展會」，並於 2025 年增設「ESG for Culture 影響力獎」，引導企業與文化內容產業合作。

11/19 「2024 AAS 亞洲動畫高峰會」首度在臺灣舉辦，由文策院共同主辦，促進亞太地區兒少動畫國際合作案。

11/20 首度參加日本「2024 XR & Metaverse Fair Tokyo」商務展會，並設置臺灣館，增加亞洲能見度及開拓日本市場。

12/04 於「新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展」（ATF）設立臺灣館，並舉辦提案大會等，促成國際合作。

12/31 執行「加強投資文化創意產業實施方案」，帶動民間資金投入 80.95 億元。

9/08 與恆隆行簽署「文化影響力」MOU，共同與拾光號、銳朱工作室於 11 月推出「Flash&Flow：閃爍與流動廢棄零件服裝設計展」。

10/06 與韓國釜山 IT 產業振興院、韓國釜山亞洲電影學院簽署 MOU，針對漫畫與影視人才培育進行合作。

10/15 與臺北市政府簽署 MOU，結合雙方資源與專業，協助文化內容產業發展。

11/06 與新加坡 Mediacorp 新傳媒、韓國京畿內容振興院（GCA），分別簽署 MOU，展開多元 IP 跨國合作計畫。

12/12 與嘉義市政府簽署 MOU（為非六都第一城市），整合運用中央與地方政策工具，共同推動區域產業發展。

12/17 助臺中故事與人才，與臺中市政府簽署 MOU，整合串連中央地方資源，提升臺灣影視產業發展機會。

Month

8

9

10

11

12

2025

感謝

中華電信股份有限公司
宇峻奧汀科技股份有限公司
凱渥實業股份有限公司
台灣夢幻學院
臺灣菸酒股份有限公司
威剛科技股份有限公司
台灣智慧雲端服務股份有限公司
晴天影像股份有限公司
英業達股份有限公司
群真有限公司
翔英融創股份有限公司
大同股份有限公司
新東陽股份有限公司
泰坦星文創影視股份有限公司
聚陽實業股份有限公司
中興保全科技股份有限公司
超微半導體股份有限公司
法國國家電影與動畫中心 (CNC)
CJ ENM HONG KONG LTD.
財團法人公共電視文化事業基金會 公視台語台
財團法人公共電視文化事業基金會 客家電視台
台北市電影委員會
臺中市影視發展基金會
台灣大哥大股份有限公司 (MyVideo)

文化內容策進院在 2024 年的業務及 TCCF 創意內容大會順利推動，
感謝以上合作單位以及文化部與各界夥伴的信任與支持。

名單

民間全民電視股份有限公司
東森電視事業股份有限公司
高雄市電影館
第一商業銀行股份有限公司
華納兄弟探索集團 (Warner Bros. Discovery)
NMEA 新媒體暨影視音發展協會
遠傳電信股份有限公司 (friDay 影音)
澤緯影藝股份有限公司
聯利媒體股份有限公司
轅年視覺創意股份有限公司
QCinema Project Market
Blintn
八大電視股份有限公司
三立電視股份有限公司
中華電視股份有限公司
美國電影協會 (MPA)
馬來西亞國際電影節 (MIFFest)
富川國際奇幻影展 (BIFAN)
義大利烏迪內遠東國際影展 (FEFF)
法國里爾 Series Mania 劇集展
印尼 Docs by the Sea 紀錄片提案大會
紐西蘭邊鋒紀錄片節 (Doc Edge)
CNEX 華人紀錄片提案大會
馬來西亞數位經濟局 (MDEC)

未來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，加速臺灣文化內容產業壯大。

文化內容策進院 年度報告 2024

發行人 | 蔡嘉駿

總編輯 | 盧俊偉

編輯委員 | 丁心雅、吳商平、李又芳、李懷瑾、林雨欣、林淑璋、
林喜雯、胡婷俐、康惠娟、張文櫻、羅怡華、羅融、
蘇韋菁、蘇淑冠 (依姓氏筆畫排列)

執行編輯 | 李志淳、周君霖、林昀、林欣頤、林容琦、林珮菱、
章詠毓、陳昱勳、溫淳雅、黃永芳、趙曼孜、蔡佩妤、
簡慈憶 (依姓氏筆畫排列)

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 | 沃時文化有限公司

特別感謝 | 80、BIGSOUND Festival、Gene、KADOKAWA
CORPORATION、RISE Entertainment、七棵橡樹
國際股份有限公司 (Story Wear)、三立電視股份有
限公司、五口創意有限公司、丞宇時尚創意整合科技
股份有限公司、光之塔動畫事業有限公司、恆隆行
貿易股份有限公司、原金國際有限公司、財團法人公
共電視台文化事業基金會、財團法人桃園市廣藝基金
會、財團法人臺北市榮耀文創產業基金會、高雄市電
影館、曼尼娛樂投資股份有限公司、華文環球藝術娛
樂股份有限公司、簡訊設計行銷有限公司、藝途科技
股份有限公司 (ARTOGO)、鯨嶼文化 (依筆畫排列)

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「113 年決算書」

出版日期 | 2025 年 5 月

版次 | 初版

ISBN 978-626-395-169-3

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. 2024/ 盧俊偉總編輯.
-- 初版. -- 臺北市: 文化內容策進院, 2025.05
面; 21 x 28 公分

ISBN 978-626-395-169-3(平裝)

1.CST: 文化內容策進院
541.2933 114002716

