

113 年

文化內容策進院

績效評鑑報告

提報日期：中華民國 114 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。114年4月，本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 113 年度之評鑑指標分為四大發展面向，下有 11 個項目，以及合計 17 項的衡量指標。四大面向：完善文化內容產業資金生態系、全球市場拓展、培育產業跨域人才及強化產業趨勢研究分析、完善內部營運機制，權重占比如下：

- (1) 完善文化內容產業資金生態系：佔 45%。
- (2) 全球市場拓展：佔 35%。
- (3) 培育產業跨域人才及強化產業趨勢研究分析：佔 10%。
- (4) 完善內部營運機制：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四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、各項評鑑結果

1. 年度總評鑑：

優良，理由如下表各項達成概況摘要及評鑑所示。

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)
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，強化業者 經營思維及籌 資能力，完善 內容產業資金 生態系	1.優化投資機制及辦理 流程，協助業者取得約 10 億元國發基金及跨域 投資，帶動民間資金 20 億元，合計達 30 億元投 資規模，促成投資至少 35 案，其中包含投資 1 億元以上基金或案件至 少 2 案。	優化投資機制及辦理流程，協助業者取得 26 億 6,645 萬 3,255 元國發基金及跨域投資，帶動民間資金 63 億 2,958 萬 6,690 元，合計達 89 億 9,603 萬 9,945 元投資規模，促成投資 76 案，其中包含投資 1 億元以上基金或案件 3 案。 綜合考量專案投資的限制，以及我國內容產業規模相對零散、投資多集中於中小型個案之現況，本院近年積極推動母基金（Fund of Funds）投資策略，與國內三大電信、國內外科技公司等單位籌組基金。並透過股權投資與有限合夥機制，帶動具潛力或資源的文化內容企業共同投入，期能強化其長期製作能量與國際接軌能力，進而建立具規模化之產製結構，提升我國內容產業整體競爭力。 亮點案例如文策院股權投資的公司「翔英融創」媒合臺灣漫畫家傑萊特在集英社出道，發布作品「被貶職的『無能』宮廷魔法使，沒有魔法其實已是最強」，登上日本集英社

			旗下 Young Jump，一度竄升該平台人氣第一作品。未來將持續推動更多漫畫家以及動畫化目標。
		2. 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，規劃推動有助於業者取得融資之機制或與金融機構建立合作模式，促成 1.8 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 8,000 萬元。	持續修訂融資相關要點並公告完成。113 年度本院持續辦理各產業投融資說明會，主動尋求不同產業別且具投資及融資需求的業者，並搭配各領域別進行投融資說明會，針對影視、音樂、音樂劇、文化科技及出版業等文化內容產業舉辦 15 場實體投融資專場說明會。透過說明會和產業小聚等多元方式積極與業者交流與諮詢輔導，強化業者與金融機構交流之觀念。 另一方面與金融機構建立對接機制，並持續累積對文化內容業者友善之銀行名單。113 年度共促成新臺幣 2 億 2,204 萬元之融資規模，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 9,394 萬元。
		3. 整合資源策進文化創業：對接創作者、經營者和投資者三方資源，協助 20 組潛力新創參與文化創業加速器，導入公司治理，實現創業規劃和創新商模，提昇募資能力，協助促成至少 6 家潛力新創成功投資或策略合作。	113 年度協助 25 組團隊參與文化創業加速器並完成培訓並結業（包括孵育組 19 組、校友迴游加速組 6 組），培育團隊之產業類別橫跨表演藝術、文化科技、視覺藝術、流行音樂、出版、影視、遊戲、動畫、時尚設計等，並協助潛力新創業者成功對接投資或策略合作共 7 案。 就產業策進面向上，113 年度加強對表演藝術領域的策進，文策院與廣藝基金會、榮耀基

			金會合作，期以促使表演藝術領域往商業化、市場化邁進，透過徵選比賽選出優秀團隊，對接本院創業加速器，輔導業者商模營運，以加速外部民間資金導入。
		4.平衡文化內容產業區域均衡發展：與至少 1 個區域型組織或展會簽訂合作備忘錄，並至少辦理 3 場區域活動。	113 年度在國內方面，文策院跟不同地方政府（如嘉義、台北、台中等）及中介組織（高流等）簽訂 MOU，以專長分工，從不同面向支援各區域文化業者。今年度共計與 6 個區域型組織及展會簽訂合作備忘錄，包括高雄流行音樂中心、大港開唱、智歲資訊科技、嘉義市政府、臺中市政府、臺北市政府；另辦理 6 場區域性活動。
		5.引導企業多元資金挹注，媒合文化 ESG 案例：推動文化 ESG 專案計畫，定期舉辦企業與文化事業媒合活動，協助雙方對接合作，促成標竿案例至少 3 案。	113 年度推動文化 ESG 專案計畫，定期舉辦企業與文化事業媒合活動，協助雙方對接合作，促成標竿案例 5 案。透過由文策院 ESG for culture 影響力中心，帶領文化內容產業破圈，年度媒合案例逾 50 案以上，合作的跨產業領域包括營建業、電信業、金融業等。將持續依合作深度及層級區分類別，開拓更多元的文化跨業合作與支持方案。
	1-2 跳脫補助創作思維，推動內容產製支援系統的產業化	1.支持具市場性之內容產製交流並提升內容質量：以多元方式支持產業投入內容開發，促成更多具市場性的內容作品，協助 20 案進入國內外創投單元，20 案進入	113 年度透過「內容開發專案計畫-前期開發支持（CCDP）」、「EMERGE 華語原創內容開發計畫 2.0」、「LEAP 非戲劇類節目共同開發計畫」等支持業者進行具市場性之內容前期開發計畫，協助 24 案進入國內外創投單元，29 案進入製作開拍、發行或上架。

		製作開拍、發行或上架。	
		2.促成跨業合作及 IP 多元應用：以商業市場為核心目標，運用多元化資源提供產製支持，並媒合產業合作，預期促成包含但不限於文史題材、社會事件、文學創作、漫畫創作等類型之故事開發以及 IP 多元化案例共 12 件。	113 年度持續以多元資源協助具市場潛力的臺灣原創 IP 內容與跨域業者媒合並發展合作，並就有意願合作並發展 IP 化經營計畫之業者，輔導完成計畫內容並對接本院投資工具，以期業者借鏡「類製作委員會組織」跨域商業模式合作，實踐 IP 多元發展和產值極大化目標。 113 年度共開發 IP 多元化案例 14 案。另在故事開發類型上朝向多元化，開發包括文史題材、社會事件、文學創作、漫畫創作等原生 IP 及故事題材。合作單位包括國立臺灣博物館、國立臺灣美術館、不當黨產處理委員會、經濟部智慧財產局等單位，亦首度與民間單位三餘書店（三餘文化股份有限公司）合作開發題材，盼能擴大題材的形式及地域多元性，以利對文史題材有興趣之民間影視音團隊對接。

	1-3 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，促 使未來內容產 業規模化	1.跳脫內容補助思維， 拆解原型及製作階段， 以戰代訓，催生更多具 市場性的內容：強化未 來內容支持機制，降低 業者投入門檻，並主動 進行資源媒合，協助已 完成原型開發之案件至 少 6 案進入製作階段， 其中促成國際型指標案 例 1 案進入開發。另協 助已完成製作之案件至 少 3 案進入市場商轉。	113 年度在文化科技產業方面，有別於過去多 補助製作端，文策院積極找場域方合作聯合 徵案，新增更多合作夥伴。今年度協助「已 完成原型開發之案件」6 案進入製作階段，其 中「促成國際型指標案例」1 案進入開發；另 協助「已完成製作之案件」4 案進入市場商 轉，其運用技術類型包含 5G 技術、AVMR、 生成式 AI、IoT 多裝置控制系統 3D 6DoF 以 及感測技術等，涵蓋產業類型則包含表演藝 術、漫畫、動畫、遊戲、音樂、影視等。 114 年度會擴大推動至海外，尋求國際指標性 館舍與場域方落地實踐臺灣優質文化科技作 品。
		2.促進跨國跨業交流合 作，並協助臺灣未來內容 進入國際市場：積極推動 未來內容跨域跨國合作， 協助臺灣未來內容進入國 際市場，促成至少 4 件作 品進入國際市場通路。	113 年度積極透過跨域產業交流活動、跨國雙 向駐地計畫、國際重要平台與通路方合作計 畫等管道，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，協助臺灣具市 場潛力的文化科技內容進入國際市場通路。 113 年度本院共辦理 10 場未來內容跨域跨國 合作交流活動，並促使 15 件作品進入國際市 場通路。

貳、全球市場拓展	2-1 推動國際合作投資機制，引入國際資金投入臺灣內容開發	1.促成國際資金共同製作內容：為推動臺灣內容進入國際市場，透過與國際夥伴共同投資與產業合作，促成10件國際合資合製案，其中促成製作規模達8,000萬元以上之指標案例1案，拓展國際通路與籌資能力。	113年度共促成投資35件國際合資合製案，投資金額逾7億5,849萬元。本計畫支持多元類型之影視作品，捲動日本、韓國、美國、法國、新加坡、馬來西亞、印度、菲律賓等國家共同開發原創內容，其中促成製作規模達8,000萬元以上之指標案例共16案。
	2-2 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，促進臺灣文化內容產銷均衡發展	2.多元管道商務開發，透過國際合作，帶動我國內容於國際市場產銷能量：透過國際組織結盟或展會參與，簽訂合作意向書2案；辦理或參與至少8場內容提案會，推動至少20案臺灣內容提案進入，預計透過展會帶動150件各式文化內容作品版權銷售商機，開展臺灣文化內容新的拓銷路徑及合作商機。	113年度著重亞洲市場開發，與日韓及東南亞許多重要單位締結合作關係，另加強造星策略，強調臺灣的「人」和「作品」，讓國際夥伴不僅共同投入內容開發，也進一步認識臺灣優秀的演員、歌手、作家、主創團隊，鼓勵創作者到海外對接合作。共計與國際重要文化內容組織、通路及平台方簽訂各項合作意向書4案；另辦理或參與12場內容提案會，共計推動53案臺灣內容提案進入，並透過展會帶動2,329件臺灣影視、出版、圖像、文化科技等各式文化內容作品版權銷售商機。 另外就產業策進面向上，113年加強對流行音樂的策進，包含推介獨立音樂、歌手出海參加德國、澳洲、美國、日本、東南亞等音樂節，展現臺灣流行音樂獨特性，也透過藝人巡演增加知名度，以促成國際展節方與臺灣團隊合作。114年規劃將與跟華納、索尼合作

			引入國際級製作人及創作人與臺灣音樂人共同參與，增加產業的國際合作經驗並促成更多合製作品產生。
	2-3 優化國際交流與交易體系，建立臺灣為亞洲創新展會基地	3.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國際型商展及各式活動，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。預計達成 150 位以上國際專業人士參與洽商、國內專業人士 1,000 位以上參與洽商，展會與未來延續性	113 年度為 TCCF 大會辦理第 5 年，首度移師到南港展覽館，參考國際專業市場展作法，提升場館的軟硬體設備和展會整體水準。113 年整體投件國別、設展單位、來台買家也創了歷年新高。 今年度除辦理完竣 TCCF 創意內容大會，亦於 TTXC 臺灣文化科技大會策劃 INNOVATIONS 單元展區，兩展會共計達成 505 位國際專業人士和 1,704 位國內專業人士參與洽商；另 TCCF 創意內容大會之展會與未來延續性產值交易金額約新臺幣 10 億 7,500 萬元，較前年度增加約 1.075%。

		產值交易金額較前年度增加至少 1%。	
參、 培育產業 跨域人才 及強化產 業趨勢研 究分析	3-1 精進產業 人才培訓，提 升產業動能與 國際競爭力	1.培育具國際競爭力的 產業關鍵人才：針對國 際市場布局，與國際關 鍵人培組織建立策略聯 盟，協助拓展產業人才 的國際網絡和國際市 場。邀請國際師資授課 或選送人才出國進修， 開設創業經營、提案培 訓、多元 IP 等三大類型 課程共計至少 5 組，導 入產業化關鍵能力，促 成至少 8 件提案接軌國 際創投、提案大會或國 際培訓工作坊。	113 年度本院與 8 個國際關鍵人培組織建立策 略聯盟，協助拓展產業人才的國際網絡和國 際市場，除持續與安錫國際動畫市場展 (MIFA Campus)、歐洲影音製作人協會 (EAVE, European Audio-visual Entrepreneurs)、南特三洲影展南方製片工作 坊(PAS, Produire au Sud)、Series Mania Institute 等機構合作。 另持續擴大合作單位包括 Netflix 創意產業平 等基金計畫、韓國製作公司 Something Special、全國律師聯合會、韓國釜山資訊產 業振興院(Busan IT Industry Promotion Agency, BIPA)、韓國釜山亞洲電影學院 等。不僅開設之課程類型及產業較歷年更加 多元，亦開展更多與通路及平台端的人才合 作計畫。 113 年度辦理「文策學院」媒合國內外產製及 通路資源，導入產業化關鍵能力，開設創業 經營、提案培訓、多元 IP 等三大類型課程共 計 18 組，並促成 26 件提案接軌國際創投、提 案大會或國際培訓工作坊。
	3-2 優化產調 報告，掌握國 內外產業趨勢	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	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 92,000 次以上、媒

		業趨勢及合作機會資訊，預估總瀏覽次數達 20,000 次以上、媒體引用次數至少 20 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。	體主動引用則數達 96 次。
肆、 完善內部 營運機制：符合 法規，確保 行政法人 組織功能 及營運機 制長久運 行	4-1 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) 113 年度無採購作業發生重大違失。(2) 113 年度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 4%。	113 年度無採購作業重大違失案件；公告金額以上採購案共 66 件，瑕疵件數 0 件，佔比率為 0%。
	4-2 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新臺幣 600 萬元。	113 年度本院自籌款累計實際數 3,066 萬 6,392 元，已達 113 年本項指標目標自籌收入金額 600 萬元以上。
	4-3 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。113 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 3.352%。

3.各衡量指標項目年度績效說明：達成情形詳後。

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，強化業者經營思維及籌資能力，完善內容產業資金生態系

1-1-1、優化投資機制及辦理流程，協助業者取得約 10 億元國發基金及跨域投資，帶動民間資金 20 億元，合計達 30 億元投資規模，促成投資至少 35 案，其中包含投資 1 億元以上基金或案件至少 2 案。

績效說明：

113 年本院執行國發基金投資，協助業者取得國發基金及跨域投資共 26 億 6,645 萬 3,255 元，帶動民間資金 63 億 2,958 萬 6,690 元，合計達 89 億 9,603 萬 9,945 元投資規模，促成投資 76 案，其中包含投資 1 億元以上基金或案件 3 案（標號 2「遠樂文創有限合夥」、編號 20「中華數位文創有限合夥」、編號 59「麻吉砥加電影有限公司」）。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、設計品牌時尚、視覺藝術、出版產業等八大類型。另外 113 年與影視局、數位部等單位共同執行之「補助＋投資」機制，協助獲補助業者進一步對接國發基金投資。

114 年本院持續深化投資策略，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及跨域投資方案。帶動更多民間投資方資金挹注及市場參與，並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。

表 1：113 年國發基金投資案件							單位：新臺幣萬元
序	被投資事業	專案/ 股權	共同 投資者	國發基金 投資金額	共同投資者 投資金額	其他搖動 周邊資金	合計
1	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (電影)	專案	不適用	2,000	0	7,200	9,200

表 1：113 年國發基金投資案件							單位：新臺幣萬元
序	被投資事業	專案/ 股權	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
2	○○○○○有限合夥 (有限合夥)	創業投 資事業	○○○ ○○有 限公司	29,400	0	30,600	60,000
3	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (電影)	專案	不適用	300	0	2,600	2,900
4	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	1,500	0	5,700	7,200
5	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	278	0	2,256	2,534
6	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	2,000	0	4,662	6,662
7	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (數位內容)	專案	不適用	5,632	0	22,528	28,160
8	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	2,500	0	4,600	7,100
9	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	4,000	0	5,000	9,000
10	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (流行音樂及文化內容)	專案	不適用	1,200	0	2,887	4,087
11	○○○○○有限公司 (出版)	股權	○○○ ○○有 限合夥	1,503	500	0	2,003
12	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○	專案	不適用	1,895	0	3,093	4,988

表 1：113 年國發基金投資案件							單位：新臺幣萬元
序	被投資事業	專案/ 股權	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
	(廣播電視)						
13	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	2,000	0	7,765	9,765
14	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	1,440	0	3,360	4,800
15	超級傳播股份有限公司 專案名稱：暴走兄弟朝聖趣(廣 播電視)	專案	不適用	385	0	578	963
16	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (電影)	專案	不適用	1,680	0	2,520	4,200
17	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	1,890	0	4,410	6,300
18	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (流行音樂及文化內容)	專案	不適用	615	0	641	1,256
19	全民大劇團股份有限公司 專案名稱：西門町一番地 (音樂及表演藝術)	專案	不適用	486	0	1,314	1,800
20	○○○○○有限合夥 (有限合夥)	有限合 夥	○○○ ○○股 份有限 公司	90,000	0	210,000	300,000
21	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (流行音樂及文化內容)	專案	不適用	2,000	0	9,190	11,190
22	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (電影)	專案	不適用	1,000	0	4,000	5,000

表 1：113 年國發基金投資案件							單位：新臺幣萬元
序	被投資事業	專案/ 股權	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
23	未來史卡特股份有限公司 專案名稱：稀有金屬大戰：原 罪記憶 (數位內容)	專案	不適用	300	0	1,030	1,330
24	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (流行音樂及文化內容)	專案	不適用	4,710	0	10,990	15,700
25	巧克麗娛樂股份有限公司 專案名稱：角頭：大橋頭 (電影)	專案	不適用	928	0	8,353	9,281
26	親子學股份有限公司 (數位內容)	股權	親子天 下股份 有限公 司	5,280	1,760	0	7,040
27	雷宮製作有限公司 專案名稱：導演你有病 (電影)	專案	不適用	960	0	2,040	3,000
28	阿榮影業股份有限公司 專案名稱：夏日最後的秘密 (電影)	專案	不適用	2,000	0	2,602	4,602
29	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	1,990	0	2,510	4,500
30	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	1,235	0	1,285	2,520
31	超級傳播股份有限公司 專案名稱：一起聽團吧 (流行音樂及文化內容)	專案	不適用	2,691	0	6,278	8,969
32	犢影制作電影有限公司 專案名稱：白日夢籃球隊 (廣播電視)	專案	不適用	1,338	0	1,392	2,730

表 1：113 年國發基金投資案件							單位：新臺幣萬元
序	被投資事業	專案/ 股權	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
33	殺戮天使電影有限公司 專案名稱：MR.MONSTER (電影)	專案	不適用	1,400	0	1,600	3,000
34	華影國際影藝有限公司 專案名稱：96 分鐘 (電影)	專案	不適用	4,800	0	11,200	16,000
35	壹壹影業股份有限公司 專案名稱：今夜一起為愛鼓掌 (廣播電視)	專案	不適用	900	0	6,830	7,730
36	台灣時尚新創股份有限公司 專案名稱：NET POSITIVE (音樂及表演藝術)	專案	不適用	1, 350	0	3,150	4,500
37	曼尼娛樂投資股份有限公司 專案名稱：2024 角頭 GATAO 唱演會 (流行音樂及文化內容)	專案	不適用	1,077	0	1,122	2,199
38	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	2,000	0	5,585	7,585
39	煙囪文化創意有限公司 專案名稱：秘密耳語 (電影)	專案	不適用	2,000	0	3,775	5,775
40	手事業有限公司 專案名稱：恨女的逆襲 (電影)	專案	不適用	1,200	0	2,981	4,181
41	泰坦食堂股份有限公司 專案名稱：艾嘉食堂 (廣播電視)	專案	不適用	2,000	0	4,462	6,462
42	本木工作室有限公司 專案名稱：共時的星叢：東亞跨 界域藝術之眼 日本首站 (視覺藝術)	專案	不適用	614	0	638	1,252

表 1：113 年國發基金投資案件							單位：新臺幣萬元
序	被投資事業	專案/ 股權	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
43	希娜科技藝術股份有限公司 專案名稱：境界奧德賽 (數位內容)	專案	不適用	1,950	0	5,013	6,963
44	小花電影有限公司 專案名稱：獵人兄弟 (電影)	專案	不適用	741	0	2,215	2,956
45	星樂傳媒有限公司 專案名稱：回憶暫存事務所 (廣播電視)	專案	不適用	1,100	0	2,903	4,003
46	甲普國際媒體股份有限公司 專案名稱：歡迎光臨 二代咖啡 (廣播電視)	專案	不適用	600	0	9,645	10,245
47	怡佳娛樂經紀股份有限公司 專案名稱：人生幹大事 上船了 各位！ (廣播電視)	專案	不適用	1,155	0	2,145	3,300
48	三幕電影製作有限公司 專案名稱：嘎啦 (電影)	專案	不適用	1,000	0	2,800	3,800
49	台灣連線股份有限公司 專案名稱：黑盒子 (廣播電視)	專案	不適用	2,000	0	2,667	4,667
50	時創影業股份有限公司 專案名稱：郵票與舒芙蕾 (廣播電視)	專案	不適用	2,478	0	10,522	13,000
51	大慕影藝國際事業股份有限公司 專案名稱：我們與惡的距離 II (廣播電視)	專案	不適用	4,064	0	12,736	16,800
52	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (音樂及表演藝術)	專案	不適用	150	0	205	355
53	○○○○○有限公司	專案	不適用	2,937	0	12,063	15,000

表 1：113 年國發基金投資案件							單位：新臺幣萬元
序	被投資事業	專案/ 股權	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
	專案名稱：○○○○○ (廣播電視)						
54	零日文創股份有限公司 專案名稱：零日攻擊 (廣播電視)	專案	不適用	4,170	0	21,752	25,922
55	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	4,500	0	17,100	21,600
56	紅衣小女孩股份有限公司 專案名稱：黃衣小飛俠 (電影)	專案	不適用	1,500	0	3,500	5,000
57	七棵橡樹國際股份有限公司 (設計品牌時尚)	股權	劉忠祐	1,500	500	0	2,000
58	時創影業股份有限公司 專案名稱：永生密碼一九七 (廣播電視)	專案	不適用	3,000	0	34,500	37,500
59	麻吉砥加電影有限公司 專案名稱：功夫 (電影)	專案	不適用	10,600	0	15,900	26,500
60	路由藝術股份有限公司 專案名稱：冶臺戲—當代藝術在 紐約 (視覺藝術)	專案	不適用	1,150	0	1,200	2,350
61	星藝象娛樂股份有限公司 專案名稱：拜託 ATM (廣播電視)	專案	不適用	2,000	0	3,000	5,000
62	深空天體有限公司 專案名稱：歡迎來到朵莉之家 (電影)	專案	不適用	1,300	0	3,100	4,400
63	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ (廣播電視)	專案	不適用	2,880	0	6,720	9,600

表 1：113 年國發基金投資案件							單位：新臺幣萬元
序	被投資事業	專案/ 股權	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
64	緯來電視網（股）公司 專案名稱：女王大人第二季 （廣播電視）	專案	不適用	1,652	0	1,719	3,371
65	英特發股份有限公司 專案名稱：舊金山美容院 （廣播電視）	專案	不適用	2,000	0	6,190	8,190
66	超級傳播股份有限公司 專案名稱：歡迎光臨等你來家 1 第二季 （廣播電視）	專案	不適用	924	0	1,328	2,252
67	緯來電視網（股）公司 專案名稱：甄心分享小琳鐺 （廣播電視）	專案	不適用	2,000	0	2,095	4,095
68	良人行影業有限公司 專案名稱：小子 （電影）	專案	不適用	800	0	7,305	8,105
69	華文創股份有限公司 專案名稱：大濛 （電影）	專案	不適用	4,000	0	6,000	10,000
70	KTJ Holding （電影）	股權	十全媒 體娛樂 行銷股 份有限 公司	6,000	2,000	1,953	9,953
71	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ （廣播電視）	專案	不適用	1,200	0	2,800	4,000
72	○○○○○有限公司 專案名稱：○○○○○ （廣播電視）	專案	不適用	2,492	0	9,908	12,400
合計				264,320	4,760	621,711	890,791

【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。

表 2：113 年跨域投資方案案件					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	浮現音樂藝文有限公司 專案投資：《Emerge：Go Global》（音樂及表演藝術專案）	不適用	402.18	0	603.27
2	○○○○○有限公司 專案投資：○○○○○（音樂及表演藝術專案）	不適用	750	0	3,000
3	九藏喵窩有限公司 專案投資：《九藏喵窩》IP 延伸計畫——《女神試煉》遊戲與漫畫開發專案（數位內容專案）	不適用	1,000	0	2,182
4	○○○○○有限公司 專案投資：○○○○○（流行音樂及文化內容）	不適用	172	0	704
合計			2,324	0	6,489

【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

表 3：歷年本院已投資事業於 113 年產生績效產值之亮點			
序	被投資公司	特殊營運表現或轉投資亮點概述	亮點投資作品清單
1	有戲娛樂股份有限公司	本院以國發基金與中興保全科技股份有限公司（中保科技集團），共同成立「有戲娛樂股份有限公司」。有戲娛樂主要目標放在由 IP 衍生價值的作品，期望藉由投資具商業潛力的 IP 作品，經營台灣原創影視全方位娛樂文化，藉此打造 IP 生態圈體系。轉投資電影《鬼才之道》獲得第 61 屆金馬獎 5 項大獎，包括最佳造型設計、最佳美術設計、最佳動作設計、最佳視覺效果、最佳原創電影歌曲等。	

表 3：歷年本院已投資事業於 113 年產生績效產值之亮點

序	被投資公司	特殊營運表現或轉投資亮點概述	亮點投資作品清單
			圖片來源：鬼才之道臉書官網
2	七棵橡樹國際股份有限公司	經營永續時尚品牌 Story Wear，長年與非營利組織合作，協助高風險婦女如家暴婦女或二部就業婦女、更生人、腦麻媽媽等婦女獲得就業機會。113 年更集結各地永續品牌，於大稻埕開立 House of Story Wear 永續百貨，倡導有意識的生活態度、提供優質的永續購物選擇、為地球延續生命。	 圖片來源：七棵橡樹國際股份有限公司官網
3	翔英融創股份有限公司	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。113 年，翔英正式啟動「日照計畫」，並宣布即將推出三部動畫化作品，包括在國際網漫平臺 WEBTOON 上累積超過 2,000 萬次點閱、兩度登上北美最大論壇 Reddit 首頁的臺灣 IP 《成為奪心魔之必要》；由臺灣插畫家與日本東京電視臺旗下都之漫共同打造的原創 IP 《刀姬》；以及長期連載於日本秋田書店出版旗下雜誌《Young Champion 烈》的臺灣 IP 《好想去台玩！台灣旅行同好會》。此外，翔英正積極推動其他作品的動畫化進程，其中包括知名輕小說《噩盡島》與《禁咒師》等備受期待的作品，這些作	 圖片來源：金石堂網路書店-《成為奪心魔之必要》 

表 3：歷年本院已投資事業於 113 年產生績效產值之亮點

序	被投資公司	特殊營運表現或轉投資亮點概述	亮點投資作品清單
		品將成為「日照計畫」下一波進軍日本市場的代表。翔英持續透過「日照計畫」促進臺灣 IP 國際化，進一步提升臺灣文化內容在全球市場的能見度與影響力。	圖片來源《刀姬》動畫化 (katanahime.com)  圖片來源：金石堂網路書店《好想去台玩！台灣旅行同好會》

1-1-2、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，規劃推動有助於業者取得融資之機制或與金融機構建立合作模式，促成 1.8 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 8,000 萬元。

績效說明：

113 年度送件之常態性融資申請案核定通過共計 27 件，促成 2 億 2,204 萬元之融資規模，其中加強文化創意產業升級轉型貸款（第一至四類）核定通過貸款金額為 9,394 萬元整。各方案之細目如下表：

表 4：113 年融資金額統計（單位：新臺幣萬元）

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
貸款	加強文化創意產業升級轉型貸款（第一至四類）	9	9,394 萬元

表 4：113 年融資金額統計（單位：新臺幣萬元）			
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
利息補貼	支持文化創意產業貸款利息補貼	18	1 億 2,810 萬元
核定通過融資案件總計：		27	2 億 2,204 萬元

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。並已初步建立對接機制，並持續累積對文化內容業者友善之銀行名單，可視實情況求協助媒合。

二、辦理融資服務說明會，奠定財務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、文化 ESG 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。另與外部財務顧問研擬財務知識專題，預計將規劃於 114 年以試辦方式融入說明會中。並持續與外部單位合辦產業或區域專場，除分享本院融資服務，亦視情況導入本院其他資源介紹。

配合文化部「文創產業青創貸款」常態化政策，盤點本貸款施行迄今之實務需求，併同近年累積之實務經驗與需求，本院業已完成「支持文化創意產業貸款利息補貼作業要點」及「加強文化創意產業升級轉型貸款要點」修訂，並於 113 年 9 月 1 日起公告施行。本次修訂重點包括：（1）將文創產業青創貸款申請之「產業別評估」

與「貸款申請審查」分離，以加速整體作業效率；並納入青創貸款「核貸後 1 年內」之利息補貼簡易申請方式；（2）新增申請人如有違法情事時，利息補貼之資格排除情況與相關注意事項；（3）因應央行升息情況並配合文化部政策，將補貼年利率上限由 2%調升至 2.5%；（4）因應銀行實務需求，調整核貸後之辦理彈性；（5）簡化申請過程之應備文件檢核程序。114 年本院將繼續配合產業及環境變動，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。

在辦理說明會方面，113 年本院持續辦理各產業投融资說明會，主動尋求不同產業別且具投資及融資需求的業者，並搭配各領域別進行投融资說明會，針對影視、音樂、音樂劇、文化科技及出版業等文化內容產業舉辦 15 場實體投融资專場說明會。透過積極與業者進行交流與諮詢輔導，強化業者與金融機構交流之觀念，以有助於文化內容業者取得投融资資源。另外，113 年度已辦理常態性且以融資為主的線上說明會共計 31 場；並配合「文創青創貸款常態化」措施推廣，於 9 至 11 月間密集辦理。

表 5：投融资服務說明會列表

序	日期	專場名稱	地點
1	3/19	投融资服務說明會 （電影產業專場，與文化部影視局合辦）	影視局會議室 （臺北市中正區開封街一段 3 號）
2	3/22	文策院融資服務簡介及計畫書心法分享會 （文化科技產業專場，與沉浸式體驗協會合辦）	文化內容策進院 （臺北市松山區民生東路三段 158 號 5 樓）
3	3/25	高雄市產業小聚 - AI 賦能虛擬世界的娛樂創新 文策院投融资服務分享（文化科技產業專場）	高雄駁二共創基地 （高雄市鹽埕區大勇路 11 號 3 樓）
4	3/27	文策院投融资服務分享會 （音樂劇產業專場，與榮耀基金會合辦）	禾禾文化空間 （臺北市中山區南京東路三段 9 號 4 樓）
5	4/1	文策院投融资服務簡介分享會 （音樂產業專場）	65 AVENUE （臺北市內湖區洲子街 65 號 1 樓）
6	5/8	文策院文化科技內容徵件 X 投融资服務說明會 （文化科技產業專場）	高雄駁二共創基地 （高雄市鹽埕區大勇路 11 號 3 樓）
7	8/8	消費趨勢調查暨出版產業專場 （出版產業專場）	IEAT 會議中心 （臺北市中山區松江路 350 號）

表 5：投融資服務說明會列表			
序	日期	專場名稱	地點
8	9/12	投融資服務說明會影視局廣電組專場 (廣播電視產業專場，與文化部影視局合辦)	影視局會議室 (臺北市中正區開封街一段 3 號)
9	9/23	投融資服務說明會影視局電影組專場 (電影產業專場，與文化部影視局合辦)	影視局會議室 (臺北市中正區開封街一段 3 號)
10	9/27	臺北流行音樂中心 X 文策院投融資服務分享會 (流行音樂產業專場)	臺北流行音樂中心產業區 1F Live House D (臺北市南港區忠孝東路 7 段 99 號)
11	10/15	文策院文創產業青創貸款&利息補貼說明會 臺北場 (與臺北市政府青年局合辦)	臺北市政府青年局 5 樓流行廣場 (臺北市中正區仁愛路 1 段 17 號)
12	10/30	文策院文創產業青創貸款&利息補貼說明會 (Taiwan Startup Hub 新創基地專場)	社會創新實驗中心 208 教室 (臺北市大安區仁愛路三段 99 號)
13	11/19	文策院文創產業青創貸款&利息補貼說明會 臺中場	臺灣文創訓練中心-臺中新創館 0303 教室 (台中市西區臺灣大道二段 2 號 3 樓之 3)
14	11/26	文策院文創產業青創貸款&利息補貼說明會 高雄場	文策院南部營運中心 (高雄市鹽埕區必信街 105 號 2 樓)
15	12/13	文策院投融資服務分享會 (獨立遊戲產業專場，與創夢市集合辦)	創夢市集 (臺北市內湖區行愛路 141 巷 39 號)

1-1-3、整合資源策進文化創業：對接創作者、經營者和投資者三方資源，協助 20 組潛力新創參與文化創業加速器，導入公司治理，實現創業規劃和創新商模，提昇募資能力，協助促成至少 6 家潛力新創成功投資或策略合作。

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，提供專業主題培訓課程、專業諮詢陪跑、社群交流活動、Demo Day 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。本計畫自 110 年至 113 年底，本院共已輔導 111 家入選團隊參與「文化創業加速器」，邀請 73 位

專業講師及連結超過 200 家創投單位，累積開設 236 小時營運課程、448 場專業顧問諮詢及 575 場投資媒合會。本院積極促進臺灣文化內容產業以公司治理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。

113 年度因應文化內容產業狀態、領域、規模等不同與落差，優化文化創業加速器第五期計畫培育機制，以「定製輔導、精準引資及產業策進」為主軸，視入選團隊之募資發展階段進行雙軌分組培訓，本期最終共 25 組順利完成培訓並結業（包括孵育組 19 組、校友迴游加速組 6 組），培育團隊之產業類別橫跨表演藝術、文化科技、視覺藝術、流行音樂、出版、影視、遊戲、動畫、時尚設計等（詳參本院文化創業加速器官網：<https://school.taicca.tw/accelerator>）。

本計畫於 8 月至 10 月密集辦理共 46.5 小時、25 場次課程，包含商業計畫書撰寫、商業模式、財務規劃、提案技巧與策略等，並安排相關專長之業師分組授課，另為強化團隊課程實際應用，安排一對一諮詢共 60 小時及搭配陪跑教練逐步具現化營運目標。11 月安排團隊於臺北創新創業嘉年華進行 DEMO DAY 提案暨媒合大會，以共展不同台之形式，提供團隊公開提案的舞臺及促成投資媒合洽談為目標，協助團隊拓展人脈並建立未來合作可能性。

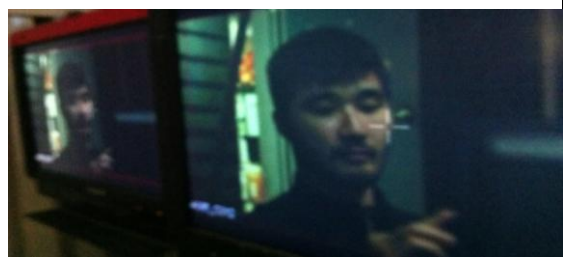
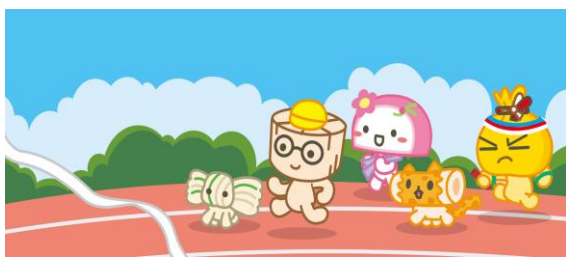
113 年度，本院協助歷年創業加速器業者成功對接投資或策略合作共 7 案，包括 5 案協助成功對接國發基金投資（已完成簽約 3 案包括：殺戮天使電影有限公司、滷沙沙股份有限公司、賦格兒童音樂文化事業股份有限公司；剩餘 2 案已過投資審議委員會尚未簽約者為：音樂及表演藝術之公司及數位內容產業之公司）、2 案對接銀行融資服務並成功核貸（包括甌友音樂股份有限公司及創利內容股份有限公司）。114 年規劃強化跨屆校友資源媒合，增加各屆校友及投資人策略合作的機會，並持續協助歷屆團隊透過本院多元資金、人才培育課程、IP 媒合等各種管道，媒合其與民間跨業跨領域資源對接，帶動文化創業風潮。

亮點案例



本院輔導文化創業加速器第三期參與團隊「賦格兒童音樂文化事業股份有限公司」申請國發基金投資。賦格借鏡英國 Mini Mozart 商業模式，建立獨特的原創微型互動音樂劇 IP，透過音樂家兼顧故事講述與樂器演奏方式，從中在幼兒模仿欲最旺盛的時期，實地觀賞現場古典樂演奏，並與音樂家互動，兒童可透過觸碰樂器的工作坊方式來認識音樂藝術，亦有助於協助家長具系統的培育下一代孩子的音樂素養及賦予孩子音樂人格的養成，最終有助於創造完善的兒童音樂教育環境。

(圖片出自團隊官網：<https://fuguemusic.tw/>)



本院輔導加速器第四期參與團隊「滷沙沙動畫股

本院輔導加速器第四期參與團隊「洪昇揚（十

亮點案例	
份有限公司」申請國發基金投資「滷沙沙移動式樂園計畫」。透過該計畫打造完整 IP 生態圈，涵蓋從原創開發、角色設計，到產業鏈結、國際通路及上下游合作整合，有效提升品牌能見度。 (圖片出自團隊官網： https://reurl.cc/M66kEK)	八號夢工廠)」以殺戮天使電影有限公司申請國發基金投資電影「MR.MONSTER」。本劇從拍攝到特效幾乎皆由臺灣團隊製作。劇情融合民間傳說、封閉空間和恐怖元素，類似《異形》和《大白鯊》等國際市場風格。(圖片出自文策院官網： https://reurl.cc/eGyzOK)

1-1-4、平衡文化內容產業區域均衡發展：與至少 1 個區域型組織或展會簽訂合作備忘錄，並至少辦理 3 場區域活動。

績效說明：

為使文化內容產業區域均衡發展，深化整合中央與地方政府資源整合，促進更多跨地域及跨產業業者合作，以厚實整體產業體質。113 年本院積極規劃南部營運中心之業務拓展，另與 6 個區域型組織及展會簽訂合作備忘錄，包括高雄流行音樂中心（區域型場館組織）、大港開唱（區域型展節）、智歲資訊科技（區域型科技集團）、嘉義市政府（縣市政府）、臺中市政府（縣市政府）、臺北市政府（縣市政府）。合作備忘錄內容摘述如下列：

- 高雄流行音樂中心、大港開唱：簽訂 MOU 並透過組成「海外策展人買家團」，邀請亞洲 8 國及地區（香港、新加坡、馬來西亞、日本、菲律賓、韓國、澳洲、泰國）音樂展節策展人至南部參訪，就展節區域經營策略經驗、場館區域特色及營運模式、海外巡演經紀及臺灣潛力藝人出海洽談等事項進行商務交流。
- 智歲資訊科技：合作「IP 轉譯及海內外發展計畫」，媒合指標型場域業者與內容業者，透過與聯合徵案，轉譯臺灣本土 IP，開發「i-Ride 飛行劇院」播映內容。藉由智歲在 20 多個國家約 100 座的飛行劇院和體感遊樂場域的全球市場資源，期能將臺灣 IP 落地海外市場且進行收益分潤。
- 嘉義市政府：透過與南部縣市政府建立合作機制，深度整合運用中央及地方政策工具，並充分發揮區域市場特性及優勢，以擴大整體文化內容產業規模，合作事項包含建立「投資及補助轉介加速機制」、創業培育加速、

ESG 媒合引薦、文化科技聯合徵案等。

- 臺中市政府：為協助地方影視產業發展並串連中央地方資源，雙方將深化影視產業支持體系，以「台中拍」為合作切入點，整合文策院的投資資源以及台中市的補助資源。獲得「台中拍」補助的影視作品，可透過「綠色通道」轉介文策院，依「加強投資文化創意產業實施方案」進行投資評估及審議，簡化申請程序。
- 臺北市政府：為整合中央地方資源，共同拓展市場、提升國際競爭力。雙方將在投資、行銷到人才培育等面相持續合作，如台北電影節「非常演員」國際曝光、建立文化內容補助加投資的「綠色通道」、新創加速器團隊引薦、導演人才孵育計畫、共同推動擴大 ESG for Culture 共好圈等，透過雙方資源，進行媒合引介，鼓支持文化業者與企業相互合作。

為利推動區域產業合作及拓展人脈橋梁，113 年度文策院辦理 6 場區域性活動，透過區域型產業小聚、文策院多元服務說明會、策展人買家團參訪、徵案說明會、IP 內容推介媒合會、創業展會參與等，期待平衡並整合文化資源長期高度集中於北部之現況，整合區域資源及突破地域限制，促進更多跨區或跨域合作，提升多元合作商機。

表 6：辦理區域活動

序	辦理時間	活動名稱	辦理成果之亮點及量化統計
1	3/25	產業小聚暨服務說明會 高雄專場	與高雄市政府文化局合辦，集結 5 組在地策略合作夥伴，邀請 4 組北部大廠，分享 AI 相關跨域案例及資源，並推廣本院 3 項服務方案，吸引逾 60 位業者拓展人脈。促成在地或南北合作包括： ● 愛吠的狗技術 x 台智雲 AIGC 加速器資源 x 史博館場域：高雄文史百科 AI 機器人提案。 ● 方陣聯合數位科技 x 高市府：TTXC 展區合作提案。 ● 中山大學育成中心 x 本院：分享文化創業等人培計畫予進駐團隊。
2	3/30- 3/31	海外策展人買家團參訪 及交流會	與大港開唱及高雄流行音樂中心合作，共邀亞洲 8 國策展人至南部參訪，在文策院媒合下，進行商務洽談。其中交

表 6：辦理區域活動

序	辦理時間	活動名稱	辦理成果之亮點及量化統計
			流會吸引逾 50 位藝人團隊代表洽商，延伸 2 篇焦點專訪作為市場拓展策略借鏡。促成海內外或南北合作包括： ● 大港開唱 x 星球科技：於音樂節場域「大港杯」沉浸式互動酒吧，設置「全息投影門」，以 5G 即時傳輸異地演出畫面，落實音樂科技創新應用。 ● 高流 x 海外策展人：釜山搖滾音樂節、新加坡濱海藝術中心（BayBeats、華藝節）等，與打狗祭、藍寶石大歌廳節目商討合作。 ● 藝人團隊 x 海外策展人：逾 13 組藝人團隊獲買家邀約至海外演出及外媒合作，如滅火器、李浩瑋、JADE、好樂團、椅子樂團、康士坦的變化球、百合花、我是機車少女、英語金曲復興運動（DJ QuestionMark）、Andr、羅妍婷、破地獄等，另促成 I Mean Us 與韓國媒體合作宣傳單曲發行。
3	5/28	「市場導向之文化科技內容支持計畫」說明會暨市場規劃講座高雄專場	與高市府文化局、衛武營、高流合作，除說明徵件計畫內容、分享逾 12 個文科跨域案例外，並由黑洞股份有限公司總監吳柏蒼講解音樂科技商模，吸引逾 50 位業者參與交流。
4	5/28	智崙全球 XR 體感娛樂 - IP 內容推介媒合會	於智崙集團高雄總部，邀集 11 組 IP 內容團隊及產製技術團隊，體驗智崙 2 大場域如何與 IP 結合，包含 i-Ride 飛行劇院及 5G VR 體感電競基地。在本院媒合下，由智崙說明軟硬體資源，再一對一與團隊就 IP 轉譯洽商。後續銜接本院與智崙聯合徵案合作，經評選結果，正選為原金國際《妖怪森林》、備選為岳漢科技《打鬼打開太陽》。
5	6/26	產業小聚暨服務說明會嘉義專場	與嘉義市政府文化局合作，集結 3 組策略合作夥伴，邀請 5 組在地團隊，發表及 Demo 展示沉浸式體驗相關跨域案例及資源，並推廣本院服務方案，吸引逾 50 位業者交流激盪商模。會後並安排導覽嘉創園區內沉浸式體驗館策展。

表 6：辦理區域活動			
序	辦理時間	活動名稱	辦理成果之亮點及量化統計
6	8/23- 8/24	亞灣新創大南方參展	攜手南臺灣最大新創展會，帶領 8 組南部文化科技業者，設立主題館展示產品，並於創投單元安排專屬時段，進行 Pitch、與投資人及加速器洽商。此外，主題館亦舉辦逾 20 場產業活動，邀請高市府文化局及 8 組科技大廠等，分享相關資源、與參展業者交流媒合，藉此激盪新型態文科商業模式，搭建資源共享平台及人脈拓展橋梁，並提升大廠進駐南部可能。促成在地或南北合作包括： ● 愛吠的狗娛樂：透過投資人媒合會入選中華電信 5G 加速器。 ● 岳漢科技：透過創業家開講 Pitch Show 媒合千光宮傳承創新加速器中心，後續協助對接國發基金投資。 ● 南瓜虛擬科技：透過投資人媒合會成為 AWS 雲端聯合创新中心廠商，並引薦企業媒合課程。 ● 方陣聯合數位科技：透過主題館媒合臺灣 IP 轉譯於其場域展演，後續協助對接國發基金投資。

1-1-5、引導企業多元資金挹注，媒合文化 ESG 案例：推動文化 ESG 專案計畫，定期舉辦企業與文化事業媒合活動，協助雙方對接合作，促成標竿案例至少 3 案。

績效說明：

為引導企業多元資金挹注臺灣文化內容產業，本院以「ESG for Culture 影響力中心」倡議與推廣 ESG for Culture 理念與精神，並作為企業與文化內容業者的專業媒合平臺。本院積極媒合不同產業與文化內容業者多元面向之深度合作，促成有利展現文化內容影響力價值之環境，結盟擴大 ESG for Culture 專業服務生態圈，共同壯大臺灣文化內容產業生態系發展。

113 年本院共完成 16 場培力工作坊暨共創工作坊、倡議說明會等媒合活動，成功媒合 52 件企業與文化業者案例，其中促成標竿案例 5 案，媒合案例類別橫跨表演藝術、流行音樂、文化科技、視覺藝術、時尚設計、影視、出版、漫畫、動畫、

遊戲等文化內容產業。合作面從媒體曝光、環境、資安、普惠金融、風險教育等企業 ESG 核心議題延伸合作，共同擴散社會影響力。另外，本院 ESG for Culture 共好圈促成企業端約 227 家及文化端約 339 家加入，期盼企業投入資源共同支持國內文化內容發展，創造產業共好及建構新夥伴關係。

表 7：文化 ESG 標竿案例				
序	企業端	文化端	合作內容簡述	量化效益
1	第一商業銀行	藝途科技股份有限公司 (Artogo) * 第三期加速器團隊	媒合「第一商業銀行」與「藝途科技(股)公司 (Artogo)」，第一銀行為臺灣本地第一家民營銀行，透過 Artogo 獨家技術及線上平台，讓一般民眾理解永續金融歷史沿革及第一銀行歷史文化。	● 80 萬商業價值 ● 2 檔線上主題策展 ● 4 家媒體報導 ● 預計 20 萬人線上參與 ● 預計可減少 2,180kg/CO2e ● 預計與 12 間國小合作教育推廣
2	新光人壽保險(股)公司	彤鳥社會企業有限公司	媒合「新光人壽保險(股)公司」與「彤鳥社會企業有限公司」續 112 年度「財富管理員」桌遊教育課程，持續以「金盾守護員」桌遊推廣至全國小學；113 年提供身障者培力課程、就業機會，另針對高中職、大專生面臨保險知識缺口研發設計該款桌遊，落實普惠金融教育。	● 培力 5 位身障講師 ● 延伸 1 套高中職及大學生專用「金盾守護員」桌遊 ● 觸及 318 位學生
3	裕融企業(股)公司	賦格兒童音樂文化事業(股)公司 * 第三期加速器團隊	媒合「裕融企業(股)公司」與「賦格兒童音樂文化事業(股)公司」，以格上租車的附駕接駁合作，將音樂教育送到非城區教室，讓兒童擁有親近音樂的權利。這樣的合作不僅彰顯了企業的社會關懷，更將音樂教育帶給了非城區的兒童。	● 30 萬商業價值 ● 預計可互動 600 位群眾 ● 接駁 530 公里數

表 7：文化 ESG 標竿案例				
序	企業端	文化端	合作內容簡述	量化效益
4	恆隆行貿易(股)公司	三鼎股份有限公司（拾光號） * 第四期加速器團隊	媒合「恆隆行貿易股份有限公司」與「三鼎股份有限公司」共同合作「無菜單人生」沉浸式體驗，以「Mist 霧」為主題，重新打造了概念店的風貌，讓參與者戴著 AR 頭盔在不受干擾的情況下，在充滿文化科技的場域中，逐步撥開迷霧，探索人生的可能性；這次合作增強了消費者的參與感，提高企業門市品牌創新的可能性。	● 100 萬商業價值 ● 1.5 千人參與 ● 策展觸及 2 萬人 ● 減少 2 千才的使用木料 ● 帶動 50 萬的週邊營收 ● 9 日策展
5	興富發建設(股)公司	舊視界文化藝術有限公司（孢子囊電影院）	媒合「興富發建設股份有限公司」與「舊視界文化藝術有限公司（孢子囊電影院）」共同合作拍攝「潤隆萬芳路案」建案，該建案近 9 千坪土地只開發 300 多坪，在不動產業界十分罕見。剩餘 8.7 千多坪全數規劃為樹蛙重要棲息地、生態復育地。希望將台北樹蛙故事透過記錄方式傳達給周邊的鄰里居民、讓大眾對於建設不只有破壞，更加強環境保護意識的重要性。	● 175 萬元商業價值 ● 1 部 10 至 15 分鐘樹蛙守護者影片 ● 1 部 3 至 5 分鐘企業形象影片 ● 10 場推廣活動放映

表 8：辦理文化 ESG 活動			
序	時間	活動名稱	辦理成果之亮點及量化統計
1	3/5	共學工作坊（永續力）	與勤業眾信共同辦理共學工作坊，邀請點睛設計韓世國總監，針對「永續力」議題，進行 ESG 共學工作坊，課程中分享如何從永續角度出發，融入與企業合作專案中，此次共計 25 組文化業者參與。
2	3/5	共學工作坊（業務力）	與勤業眾信共同辦理共學工作坊，邀請富邦集團 MOMOTV

表 8：辦理文化 ESG 活動			
序	時間	活動名稱	辦理成果之亮點及量化統計
			鄭偉柏總經理，針對「業務力」議題，進行 ESG 共學工作坊，課程中分享從企業核心商業價值思考，此次共計 20 組文化業者參與。
3	3/12	共學工作坊（品牌創造力）	與勤業眾信共同辦理共學工作坊，邀請創異廣告邵柏慶董事長，針對「品牌創造力」議題，進行 ESG 共學工作坊，課程中分享專案影響力計畫方向，此次共計 21 組文化業者參與。
4	3/12	共學工作坊（溝通力）	與勤業眾信共同辦理共學工作坊，邀請奇想創造事業股份有限公司謝榮雅董事長，針對「溝通力」議題，進行 ESG 共學工作坊，課程中分享如何打造品牌，用故事力帶出品牌價值，此次共計 25 組文化業者參與。
5	4/10	提案工作坊	與勤業眾信共同辦理提案工作坊，邀請勤業眾信 4 位導師，針對 16 組文化業者與企業進行合作之簡報內容，提出 SROI、社會影響力等專業建議。
6	5/3	共創議題交流會（企業文化）	與優樂地共同辦理議題交流會，共計 15 家文化業者、3 家企業（新橋實業、信義房屋、星展銀行）出席，針對「企業文化」議題，進行 ESG 共創討論，當日產出 3 大主題「多方合作」模式的專案。
7	5/3	共創議題交流會（環境友善）	與優樂地共同辦理議題交流會，共計 15 家文化業者、3 家企業（華固建設、宏岳國際、峻揚紙業）出席，針對「環境友善」議題，進行 ESG 共創討論，當日產出 3 大主題「多方合作」模式的專案。
8	5/3	共創議題交流會（文化平權）	與優樂地共同辦理議題交流會，共計 15 家文化業者、3 家企業（華固建設、宏岳國際、星展銀行）出席，針對「文化平權」議題，進行 ESG 共創討論，當日產出 3 大主題「多方合作」模式的專案。
9	5/8	共創工作坊	與勤業眾信共同辦理共創工作坊，共計 5 家文化業者、14

表 8：辦理文化 ESG 活動			
序	時間	活動名稱	辦理成果之亮點及量化統計
		(表演藝術類)	家企業出席，針對「表演藝術」議題，進行 ESG 合作討論。
10	5/8	共創工作坊 (視覺藝術、時尚設計類)	與勤業眾信共同辦理共創工作坊，共計 5 家文化業者、12 家企業出席，針對「視覺藝術、時尚設計」議題，進行 ESG 合作討論。
11	5/29	共創工作坊 (遊戲、未來內容類)	與勤業眾信共同辦理共創工作坊，共計 6 家文化業者、11 家企業出席，針對「遊戲、未來內容」議題，進行 ESG 合作討論。
12	5/29	共創工作坊 (出版、音樂教育類)	與勤業眾信共同辦理共創工作坊，共計 5 家文化業者、10 家企業出席，針對「出版、音樂教育」議題，進行 ESG 合作討論。
13	6/26	倡議說明會(台北場)	與勤業眾信共同辦理「公司治理得分及租稅優惠新契機－企業與文化業者攜手開創 ESG 多贏局面」倡議說明會，共計 2 家文化業者、4 家企業出席分享，針對企業與文化內容 ESG 合作討論，現場共有 72 位企業代表出席交流、並有近百人參與。
14	8/12	倡議說明會(台中場)	與勤業眾信共同辦理「公司治理得分及租稅優惠新契機－企業與文化業者攜手開創 ESG 多贏局面」倡議說明會，共計 2 家文化業者、3 家企業出席分享，針對企業與文化內容 ESG 合作討論，現場共有 36 位企業代表出席交流、並有近 60 人參與。
15	8/28	倡議說明會(高雄場)	與勤業眾信共同辦理「公司治理得分及租稅優惠新契機－企業與文化業者攜手開創 ESG 多贏局面」倡議說明會，共計 2 家文化業者、3 家企業出席分享，針對企業與文化內容 ESG 合作討論，現場共有 34 位企業代表出席交流、並有近 60 人參與。
16	9/11	倡議說明會(臺北加)	與勤業眾信共同辦理「公司治理得分及租稅優惠新契機－企

表 8：辦理文化 ESG 活動			
序	時間	活動名稱	辦理成果之亮點及量化統計
		場)	業與文化業者攜手開創 ESG 多贏局面」倡議說明會，共計 2 家文化業者、3 家企業出席分享，針對企業與文化內容 ESG 合作討論，現場共有 26 位企業代表出席交流、並有近 80 人參與。

1-2、跳脫補助創作思維，推動內容產製支援系統的產業化

1-2-1、支持具市場性之內容產製交流並提升內容質量：以多元方式支持產業投入內容開發，促成更多具市場性的內容作品，協助 20 案進入國內外創投單元，20 案進入製作開拍、發行或上架。

績效說明：

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。本院持續推動「內容開發專案計畫-前期開發支持（CCDP）」、「EMERGE 華語原創內容開發計畫 2.0」、「LEAP 非戲劇類節目共同開發計畫」等支持業者進行具市場性之內容前期開發計畫。有別於輔導金評審委員選案模式，本院強調讓各種作品類型題材在開發期直接面對市場籌資及通路，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 113 年度透過上述計畫協助 24 案進入國內外創投單元，另於「內容開發專案計畫-前期開發支持（CCDP）」協助 29 案進入製作開拍、發行或上架。詳細如下：

1. 協助進入國內外創投單元

今年共協助 24 案進入國內外創投單元及影展獎節，包含：《市場裡的女鬼》進入 2024 香港亞洲電影投資會（HAF）發展中項目（IDP）並獲得 2024 HAF 臺北市電影委員會大獎；《蟲》入選 2024 坎城影展國際影評人週單元；《我的 NPC 情人》、

《春天的雜貨店》、《當我靠近你》、《當頭》、《讓我忘記你的臉》、《憶然愛你》入選 2024 坎城電影市場展；《神怪特攻隊（妖獸聯盟：虎姑婆崛起）》入選 2024 富川國際奇幻電影創投市場展；《天亮前的戀愛》入選 2024 威尼斯創投市場展；《尋人啟事》、《歌舞的我們》、《急盜阿嬤團》入選 2024 金馬創投會議；《六六地下居》及《我們都是這樣長大的》入選 2024 印尼 DOCS BY THE SEA 提案大會；《Queer as Punk》入選 2024 華人紀錄片提案大會（CCDF-15 / IFG-4）；《厲鬼訓練班》、《超越巔峰二代星》、《Hey！我參加了一個名為戀愛的登山社》、《王國的餐桌》、《Hi，平行宇宙的你...好嗎？》、《末日樂園》、《心動男孩》、《換乘人生》入選 2024 亞洲電視論壇及內容交易市場展（Asia TV Forum & Market，ATF）。

2.進入製作開拍、發行或上架之作品

今年共協助 29 案進入製作開拍、發行或上架，包括：《彈一場完美戀愛》、《不如海邊吹吹風》（原名：金色假期）、《我的黑馬王子》、《灣 A 森林小學》、《扭蛋雞-元宇宙大冒險》、《九命人》、《世紀今日-孩子英雄》、《魔力趣夜市》、《不露斯摩思一流浪故事集（紳士前傳）》、《愛樂種子》、《郵票與舒芙蕾》、《何百芮的地獄毒白：第二季》、《（真）新的一天》、《女孩上場第二季》、《壞男孩》、《非殺人小說》、《商魂》、《不夠善良的我們》、《誰是被害者 2》、《黃衣小飛俠》、《黑盒子》、《勇氣少年》、《讓我看見你是誰》、《夏日的檸檬草》、《都市懼集》、《由島至島（下）》、《1977 年的那一張照片》、《X!又是星期一》、《非想非非想》等各類型作品。

表 9：「內容開發專案計畫-前期開發支持」113 年進入製作開拍、發行或上架之案件

序	案名	製作階段	劇照/相關新聞報導圖片/開發團隊示意
1	彈一場完美戀愛 【類型：原創華語 BL 劇集】	開拍、上 架	 圖片來源：劇集官方臉書
2	不如海邊吹吹風 (原名：金色假期) 【類型：劇集】	開拍、上 架	 圖片來源：劇集官方臉書
3	我的黑馬王子 【類型：劇集】	開拍	 《我的黑馬王子》開發團隊貴金影業，圖片來源：文策院 IP MEET UP 平台

表 9：「內容開發專案計畫-前期開發支持」113 年進入製作開拍、發行或上架之案件

序	案名	製作階段	劇照/相關新聞報導圖片/開發團隊示意
4	灣 A 森林小學 【類型：動畫短片影集】	開拍	 圖片來源：灣 A 麻吉官方臉書
5	扭蛋雞-元宇宙大冒險 【類型：動畫短片影集】	開拍	 圖片來源：扭蛋雞官方臉書
6	九命人 【類型：動畫短片影集】	開拍	 圖片來源：文策院 IP MEET UP 平台

表 9：「內容開發專案計畫-前期開發支持」113 年進入製作開拍、發行或上架之案件

序	案名	製作階段	劇照/相關新聞報導圖片/開發團隊示意
7	世紀今日-孩子英雄 【類型：動畫短片影集】	開拍	 格林文化 《世紀今日-孩子英雄》開發團隊格林文化，圖片來源：格林文化事業股份有限公司官網
8	魔力趣夜市 【類型：動畫短片影集】	開拍	 圖片來源：文策院 Taiwan Pavilion 網站
9	不露斯摩思 流浪故事集（紳士前傳） 【註：原名「紅尾巴」，動畫短片影集】	開拍	 圖片來源：文策院 Taiwan Pavilion 網站

表 9：「內容開發專案計畫-前期開發支持」113 年進入製作開拍、發行或上架之案件			
序	案名	製作階段	劇照/相關新聞報導圖片/開發團隊示意
10	愛樂種子 【類型：動畫短片影集】	開拍	 do+2do+ 連 想 創 意 MuseNiTo All Music, All Visual, All the Fun! 圖片來源：文策院 IP MEET UP 平台
11	郵票與舒芙蕾 【類型：劇集】	開拍	 舒芙蕾與郵票 圖片來源：時創影業官方臉書
12	何百芮的地獄毒白：第二季 【類型：劇集】	開拍、上架	 何百芮的地獄毒白 THE OCCIDENTAL INFLUENCE HBO GO 圖片來源：何百芮的地獄毒白官方臉書

表 9：「內容開發專案計畫-前期開發支持」113 年進入製作開拍、發行或上架之案件			
序	案名	製作階段	劇照/相關新聞報導圖片/開發團隊示意
13	(真)新的一天 【類型：電影】	開拍、發行	 圖片來源：(真)新的一天官方臉書
14	女孩上場第二季 【類型：劇集】	開拍、上架	 圖片來源：女孩上場官方臉書
15	壞男孩 (原名：失能少年) 【類型：電影】	開拍、發行、上架	 圖片來源：壞男孩官方臉書
16	非殺人小說 【類型：劇集】	開拍、上架	

表 9：「內容開發專案計畫-前期開發支持」113 年進入製作開拍、發行或上架之案件			
序	案名	製作階段	劇照/相關新聞報導圖片/開發團隊示意
			圖片來源：八大電視官網
17	商魂 【類型：劇集】	開拍、上架	 圖片來源：三立集團官網
18	不夠善良的我們 (原名：彼岸有花) 【類型：劇集】	開拍、上架	 圖片來源：不夠善良的我們官方臉書
19	誰是被害者 2 【類型：劇集】	開拍、上架	 圖片來源：誰是被害者官方臉書

表 9：「內容開發專案計畫-前期開發支持」113 年進入製作開拍、發行或上架之案件

序	案名	製作階段	劇照/相關新聞報導圖片/開發團隊示意
20	黃衣小飛俠 【類型：電影】	開拍	 圖片來源：黃衣小飛俠官方臉書
21	黑盒子 【類型：劇集】	開拍	 圖片來源：LINE TV 官網
22	勇氣少年 【類型：動畫長片】	開拍	 《勇氣少年》開發團隊零壹影像有限公司，圖片來源：零壹影像有限公司官網
23	讓我看見你是誰 【類型：劇集】	開拍、上架	 圖片來源：讓我看見你是誰官方臉書

表 9：「內容開發專案計畫-前期開發支持」113 年進入製作開拍、發行或上架之案件			
序	案名	製作階段	劇照/相關新聞報導圖片/開發團隊示意
24	夏日的檸檬草 【類型：電影】	開拍、發行、上架	 圖片來源：夏日的檸檬草官方臉書
25	都市懼集 【類型：劇集】	開拍、上架	 圖片來源：都市懼集官方臉書
26	由島至島(下) 【類型：紀錄片】	發行、上架	 圖片來源：由島至島官方臉書

表 9：「內容開發專案計畫-前期開發支持」113 年進入製作開拍、發行或上架之案件

序	案名	製作階段	劇照/相關新聞報導圖片/開發團隊示意
27	1977 年的那一張照片 【類型：電影】	開拍	 圖片來源：客家委員會官網
28	X!又是星期一 【類型：劇集】	上架	 圖片來源：Hami video 官網
29	非想非非想 【類型：紀錄片】	發行	 圖片來源：非想非非想官方臉書

1-2-2、促成跨業合作及 IP 多元應用：以商業市場為核心目標，運用多元化資源提供產製支持，並媒合產業合作，預期促成包含但不限於文史題材、社會事件、文學創作、漫畫創作等類型之故事開發以及 IP 多元化案例共 12 件。

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。

113 年本院以多元資源協助具市場潛力的臺灣原創 IP 內容與跨域業者媒合並發展合作，同時就有意願合作並發展 IP 化經營計畫之業者，輔導其完成計畫內容並對接本院投資工具，以期業者借鏡「類製作委員會組織」跨域商業模式合作，實踐 IP 多元發展和產值極大化目標。推動模式分為兩部分，包含跨域合作推動以及推動投資，合作類型包括角色 IP 轉譯漫畫和動畫、遊戲轉譯漫畫、漫畫轉譯舞台劇、劇集轉譯演唱會等，共開發 IP 多元化案例 14 案（IP 對接投資 6 案、IP 跨域開發合作 8 案）。

其中 IP 對接投資 6 案，包含媒合原創動漫 IP《CEMACEMAS》國內外募資計畫、《倒轉方舟》遊戲 IP 跨域發展計畫、《九藏喵窩》IP 延伸計畫——《女神試煉》遊戲與漫畫開發專案、音樂劇《三個不結婚的女人》演出暨專案投資案、《角頭 GATAO 唱演會》專案投資案、《Emerge: Go Global》專案投資計畫。另外 8 案為 IP 跨域開發合作，包括協助《瘋狂母親》授權網銀國際改編影視；《臺灣特有種》授權新竹國際動漫節「漫人祭」的展覽合作；《臺灣特有種》授權瓏椽國際改編遊戲；《16647》× 星石文創主題咖啡廳合作；《海巫事務所》× 屏東國立海洋生物博物館第三季行銷活動；《狗血耽美劇的攻略技巧》授權三點水製藝文化有限公司改編真人版音樂劇；《你的工作&你的休假》授權三點水製藝文化有限公司改編真人版音樂劇；《人機一體》、《元辰劍俠傳》、《大魔法搜查線 RESET》授權「2024 台中國際動漫博覽會」展覽合作事宜。

除上述以商業市場為目標促成 IP 跨域合作、並達成 IP 多元化案例達 14 案之外，本院在故事開發類型上也多元發展，開發文史題材、社會事件、文學創作、漫畫創作

等原生 IP。合作單位包括國立臺灣博物館、國立臺灣美術館、不當黨產處理委員會、經濟部智慧財產局等單位，故事主題橫跨劇情、歷史、傳記、歌舞、冒險、懸疑、職場、幽默搞笑、愛情等。

另外，113 年度文策院辦理「文史題材推薦計畫」，除與 8 間博物館所合作開發題材外，亦首度與民間單位三餘書店（三餘文化股份有限公司）合作開發題材，盼能擴大題材的形式及地域多元性，以利影視音團隊對接。另於 113 年 11 月 29 日舉辦「2024 文史題材推介會」，共吸引 25 名對文史題材有興趣之民間影視業者參加，藉由題材推介及題材端、影視業者端交流，將持續媒合民間單位，期待透過以上措施，開發具多元性的本土 IP 及故事，並進一步促使優秀 IP 多元發展且跨域改編應用，為產業注入新的開發能量。

表 10：促成 IP 跨域合作列表

序	跨域合作類型	IP 名稱	故事開發題材類型	合作專案及單位	本院角色
1	角色 IP 轉譯漫畫和動畫	《CEMACEMAS》	開發內容：漫畫、動畫	木下曰本動畫有限公司	媒合投資
2	遊戲轉譯漫畫	《倒轉方舟》	開發內容：遊戲、漫畫	光之語有限公司	媒合投資
3	遊戲轉譯漫畫	《女神試煉》	開發內容：遊戲、漫畫	九藏喵窩有限公司	媒合投資
4	漫畫轉譯舞台劇	《三個不結婚的女人》	開發內容：音樂劇	五口創意股份有限公司	媒合投資
5	劇集轉譯演唱會	《角頭》	開發內容：唱演會	曼尼娛樂投資股份有限公司	媒合投資
6	音樂、表演藝術	《Emerge：Go Global》	開發內容：音樂祭	浮現音樂藝文有限公司	媒合投資
7	漫畫轉譯影視	《瘋狂母親》	開發內容：影視	網銀國際	媒合授權
8	漫畫轉譯遊戲	《臺灣特有種》	開發內容：遊戲	璦橡國際	媒合授權
9	角色圖像授權	《16647》	開發內容：咖啡店	星石文創	媒合授權

表 10：促成 IP 跨域合作列表

序	跨域合作類型	IP 名稱	故事開發題材類型	合作專案及單位	本院角色
10	角色圖像授權	《海巫事務所》	開發內容：展覽	屏東國立海洋生物博物館	媒合授權
11	漫畫轉譯音樂劇	《狗血耽美劇的攻略技巧》	開發內容：音樂劇	三點水製藝文化有限公司	媒合授權
12	漫畫轉譯音樂劇	《你的工作&你的休假》	開發內容：音樂劇	三點水製藝文化有限公司	媒合授權
13	角色圖像授權	《臺灣特有種》	開發內容：展覽	新竹國際動漫節	媒合授權
14	角色圖像授權	《人機一體》、《元辰劍俠傳》、《大魔法搜查線 RESET》	開發內容：展覽	台中國際動漫博覽會	媒合授權

1-3、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，促使未來內容產業規模化

1-3-1、跳脫內容補助思維，拆解原型及製作階段，以戰代訓，催生更多具市場性的內容：強化未來內容支持機制，降低業者投入門檻，並主動進行資源媒合，協助已完成原型開發之案件至少 6 案進入製作階段，其中促成國際型指標案例 1 案進入開發。另協助已完成製作之案件至少 3 案進入市場商轉。

績效說明：

經歷疫情爆發帶來的整體科技及技術迭代更新，作為連結政府與產業端的中介組織，本院積極媒合公私部門及跨產業／領域資源，協助統籌各小型文化內容新創業者之專長技術和創意能量，發展文化內容與科技跨域產業。

113 年起，本院針對文化科技產業策進方向更著重於強調文化科技作品／服務市場落地及商業驗證，執行多項文化科技內容支持計劃如「市場導向之未來內容支持計畫」及「文化科技國際合資合製支持計畫」；或媒合場域方、企業方與文化業者合

作，共同投入內容製作資源，結合元宇宙平台、沉浸式內容體驗場域、體感娛樂技術等，打造具指標性的示範案例。

透過積極洽邀通路、平台、場域方合作，並整合內容開發經費、技術指導、行銷及營運等多元資源，113 年本院協助「已完成原型開發之案件」6 案進入製作階段，其中「促成國際型指標案例」1 案進入開發；另協助「已完成製作之案件」4 案進入市場商轉，其運用技術類型包含 5G 技術、AVMR、生成式 AI、IoT 多裝置控制系統 3D 6DoF 以及感測技術等，涵蓋產業類型則包含表演藝術、漫畫、動畫、遊戲、音樂、影視等。

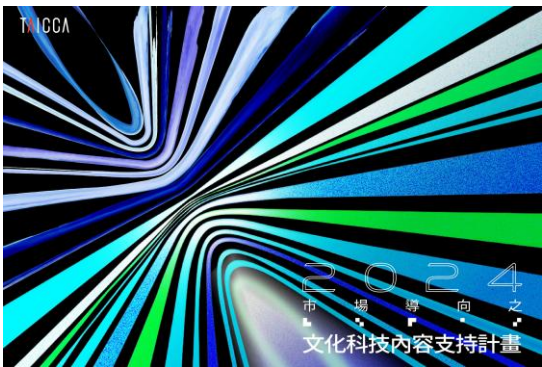
	
市場導向之未來內容支持計畫	文化科技國際合資合製支持計畫
	
與智崙合作「i-Ride 飛行劇院」IP 轉譯計畫	文策院董事長蔡嘉駿與文化科技場域方「雙融域」董事長黃宛華簽署 MOU

表 11：協助已完成原型開發之案件於 113 年進入製作階段-案件列表

序	案件名稱	對接製作資源	說明
1	交點創意股份有限公司／「虛實融合音樂影像製播」案 *111 年「未來內容原型開發支持計畫」入選案件	文策院 112 年「市場導向之未來內容支持計畫」	交點創意股份有限公司「虛實融合音樂影像製播」案，續以「虛實融合影像的整合製作—AR 直播與現場沉浸式 VJ」獲本院 112 年「市場導向之未來內容支持計畫」支持，進行完整製作開發。 本案於原型計畫支持階段由本院協助媒合技術團隊(必應創造陳皆理總監)進行產業諮詢，有助後續成功獲得市場導向之未來內容支持計畫進入技術開發與製作階段。
2	壞鞋子舞蹈劇場／《尋山》VR 身體探索創作計畫 *112 年「未來內容原型開發支持計畫」入選案件	文化部 113 年「文化黑潮之 XR 沉浸式影像創作補助」	壞鞋子舞蹈劇場「《尋山》VR 身體探索創作計畫」獲文化部 113 年「文化黑潮之 XR 沉浸式影像創作補助」，刻正進行完整製作開發中。 本案於原型計畫支持階段由本院協助媒合貝殼放大林大涵執行長進行產業諮詢，協助團隊了解市場狀況及計畫調整方向，該案於結案時因製作成果及未來規劃良好獲得 10 萬元成果獎金，有助後續成功獲得文化部計畫補助並進入開發與製作階段。
3	InTW 舞影工作室／《The Awake》舞蹈 VR 互動虛實整合創作計畫 *112 年「未來內容原型開發支持計畫」入選案件	文化部 113 年「文化黑潮之 XR 沉浸式影像創作補助」	InTW 舞影工作室「《The Awake》舞蹈 VR 互動虛實整合創作計畫」獲文化部 113 年「文化黑潮之 XR 沉浸式影像創作補助」，刻正進行完整製作開發中。 本案於原型計畫支持階段由本院協助媒合狼劇場周東彥導演進行產業諮詢，協助團隊了解市場狀況及計畫調整方向，有助後續成功獲得文化部計畫補助並進入開發與製作階段。
4	鬧台妄想教室／感官窺鏡 x 線上即時演出	文化部 113 年「文化黑潮之 XR 沉浸式影像創作補助」	一團和氣有限公司「《快樂的陰影(原名：感官窺鏡)》實體沉浸式體驗製作計劃」獲文化部 113 年「文化黑潮之 XR 沉浸式影像創作補

表 11：協助已完成原型開發之案件於 113 年進入製作階段-案件列表

序	案件名稱	對接製作資源	說明
	*111 年「未來內容原型開發支持計畫」入選案件		助」，刻正進行完整製作開發中。 本案於原型計畫支持階段由本院協助媒合涅所開發馮涵宇總監進行產業諮詢，協助團隊了解技術開發及計畫調整方向，有助後續成功獲得文化部計畫補助並進入開發與製作階段。
5	原金國際有限公司／妖怪森林沉浸式互動展演 *112 年「未來內容原型開發支持計畫」入選案件	2024 文策院與智歲合作「i-Ride 飛行劇院」IP 轉譯計畫	原金國際有限公司「妖怪森林沉浸式互動展演」獲文策院 113 年「i-Ride 飛行劇院」IP 轉譯計畫支持，刻正進行完整製作開發中。（執行中） 本院於 113 年安排 3 場次智歲科技參訪活動共計 12 個團隊參加，其中 113 年 5 月 28 日安排原金國際專場體驗同時與智歲科技交流，有助後續成功獲得本案。
6	前景娛樂有限公司／《貝殼島》- 結合傳統工藝之六軸沉浸互動式 3D 動畫人權紀錄片共創開發計畫 *111 年文策院「未來內容原型開發支持計畫」 *認為國際型指標案例	文策院 112 年「未來內容國際合資或合製支持計畫」	111 年「未來內容原型開發支持計畫」-前景娛樂有限公司－「《貝殼島》- 結合傳統工藝之六軸沉浸互動式 3D 動畫人權紀錄片共創開發計畫」，續以「貝殼島 - 沉浸互動式 3D 動畫人權紀錄片製作計劃」獲本院 112 年「未來內容國際合資或合製支持計畫」支持，刻正進行完整製作開發。

表 12：協助已完成製作之案件於 113 年進入市場商轉-案件列表

序	單位	計畫名稱	產品簡介	進入市場商轉情形簡述
1	宏達國際電子股份有限公司	臺灣首創 6DoF 全自由視角 3D Vtuber 演唱會：鏡花水月	與春魚工作室 5 位 Vtuber 合作，於 BEATDAY 推出線上演唱會，平臺除了設計粉絲的專屬 Avatar 形象、螢光棒互動	線上演唱會（電腦版：《鏡花水月》） ● 展演時間：113/04/13-04/14 ● 展演地點：BEATDAY 電腦版程式 ● 場次：2 場

表 12：協助已完成製作之案件於 113 年進入市場商轉-案件列表

序	單位	計畫名稱	產品簡介	進入市場商轉情形簡述
			道具、製作聊天室偶像專屬貼圖，還企劃「沉浸式慶典大街」，讓粉絲在演唱會開演前五天即可進入平台，逛祭典玩遊戲比賽，在塗鴉牆上留下二創美圖，強化粉絲參與感。	● 觀眾數：1 萬名 線上演唱會（VR 版：《VDay 誕生日》 ● 展演時間：113/07/26-07/29 ● 展演地點：2024 第 23 屆漫畫博覽會 ● 觀眾數：3,000 人 總收入來源包括 2 場線上演唱會、VR 版體驗、虛擬周邊及實體周邊。
2	神不在場有限公司	憶釀-沉浸式互動展演計畫	沉浸式劇場的目的是讓觀眾不再只是被動地欣賞，而是成為故事的一部分，透過自身的選擇和行動影響劇情的發展，以更深入、更個人化的方式參與劇場體驗。	憶釀沉浸式劇場 ● 展演時間：112/11/11-113/6/30 ● 展演地點：嘉義文化創意產業園區 ● 場次數：84 場 ● 體驗人數：5,437 人次
3	銀展創藝股份有限公司	AI 漫畫加速器 2.0 開發計畫	導入 AI 訓練系統開發漫畫製作助手，遊戲引擎軟體繪圖工具輔助，幫助漫畫家節省大量手繪時間，只需針對故事分鏡創作繪製，就能利用 AI 漫畫系統協助製作漫畫，穩定漫畫作品品質，產出更多作品，還能加速漫畫產業轉型	團隊於計畫執行期間積極投入市場商轉，於結案前成功獲得多項專案業務委託。 ● 日本 Libre 業務委託 ● 瑞愛生醫漫畫整合方案 ● 柒拾陸號原子影視轉條漫 ● 遊戲橘子角川小說轉條漫
4	幻製研所股份有限公司	影視的速度與激情：虛擬美術大躍進	棚內車拍是國外普及臺灣卻少被使用的技術，其便利、高效且安全，但所須的影像素材是缺乏的，因此我們想建立「虛擬美術：3D 道路影像素材庫」。國外虛擬製作現為常態，投注虛擬美術技術能讓臺灣影視製作環境大躍進。	團隊於計畫技術開發期間積極洽談商案合作，於結案前獲得多項影視專案委託。 ● 金馬 60 短片 ● 〈我的答案〉MV ● 《正港分局》影集 ● 〈Come with me〉MV ● 〈趁少年〉MV ● 〈不苦〉MV ● 〈你留下的愛〉MV

1-3-2、促進跨國跨業交流合作，並協助臺灣未來內容進入國際市場：積極推動未來內容跨域跨國合作，協助臺灣未來內容進入國際市場，促成至少 4 件作品進入國際市場通路。

績效說明：

為促使臺灣優質的文化科技內容與創意人才進攻海外市場，113 年度本院積極透過跨域產業交流活動、跨國雙向駐地計畫、國際重要平台與通路方合作計畫等管道，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，協助臺灣具市場潛力的文化科技內容進入國際市場通路。113 年度本院共辦理 10 場未來內容跨域跨國合作交流活動，並促使 15 件作品進入國際市場通路。活動及作品列表詳述如下：

表 13：113 年未來內容跨域交流活動					
序	活動名稱	時間	合作單位	參與人次	活動內容簡述
1	文化科技場域 X 內容媒合分享會	7/30	國內：雙融域、傳奇科藝文創園區-板橋放送所、夢境現實、MAGiC BOX 魔術方塊數位故事館； 國外：美國 Cosm、法國 mk2.Alt	57 人	藉由 2 家國外場域方分享，使內容業者獲得第一手的市場需求和發展趨勢，讓臺灣業者調整策略應對市場變化，同時為展示臺灣多元內容特別也邀集 4 家國內場域方現場分享，跨域合製之成果，亦同步讓國外業者了解臺灣文化科技內容業者的創新內容與特色，後續透過會議媒合，讓臺灣業者有機會發展國際合作夥伴關係。 促成 2 家國際場域方與臺灣內容方進行 19 場線上媒合會議。
2	威尼斯影展-Meet the Creators 臺灣專場暨交流酒會	9/1	狠主流、綺影映畫、河床劇團、飛望影像	150 人	今年臺灣內容在沉浸式競賽單元的傑出入圍成績，本院與威尼斯大會合作辦理 Meet the Creators 台灣專場，強化傑出臺灣內容與業者的曝光、聚焦其創意與成就，並藉以與媒體及關鍵資源方交流對接。現場吸引逾 150 名產業人士參與，並積極與臺灣內容創作者、

表 13：113 年未來內容跨域交流活動

序	活動名稱	時間	合作單位	參與人次	活動內容簡述
					業者互動。
3	U/DAY - Unity 臺灣開發者日暨 VIP 產業交流晚會	10/16	美國 Unity Technologies	開發者日約 60 人、VIP 交流晚會約 50 人	為建立與國際指標企業之友好關係、強化臺灣文化科技產業的國際連結、曝光與業務拓展機會，本院與全球市佔率最高的遊戲引擎公司 Unity 合作，於 TTXC 期間舉辦「U/DAY-Unity 臺灣開發者日」。活動當日進行 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。並邀集臺灣文化科技產、官、學界關鍵代表出席 VIP 產業交流晚會，與 Unity 代表團進行產業交流。
4	TTXC 產業活動-產業焦點【文化科技實體場域分享與 Showcase】	10/13	雙融域股份有限公司、夢境現實股份有限公司、紅然股份有限公司	26 人	促成國際買家與貴賓認識臺灣沉浸式展演場域經營者，分享場域特色、內容需求及合作模式，並有專場 showcase 展示未來跨領域合作的無限可能。
5	TTXC Innovations 產業活動國際產業論壇 【沉浸式展演新形態：從題材選擇、內容製作到受眾經營的全方位指南座談】	10/18	美國 Museum of the Moving Image、法國 Art Explora Foundation、法國 mk2	39 人	探索沉浸式展演的新型態表現，邀請國際間具代表性的場域方，分享題材選擇、內容製作以及受眾經營策略的獨特見解。提供跨國界視野，了解文化科技類型場域在國際市場中對於作品與題材的需求，以及商模循環中的觀眾經營方法。
6	TTXC Innovations 產業活動國際產業論壇【跨媒材與多	10/18	美國 iNK Stories、美國 SOZO、何理	27 人	邀請臺灣與國際間的內容製作方，分享跨媒材製作的精彩案例，以及製作過程中面臨的困難與挑戰，從內容製作的角度探討如何突

表 13：113 年未來內容跨域交流活動					
序	活動名稱	時間	合作單位	參與人次	活動內容簡述
	元內容型態的無限想像】		互動		破媒材、技術的界限，開發新型態的作品，吸引受眾並拓展更大的市場價值。
7	TTXC Innovations 產業活動國際產業論壇【沉浸式體驗的通路挑戰—新型態商業模式的創意開發之路】	10/18	英國 Darkfield、驚喜製造	40 人	邀請英國沉浸式聲音體驗團隊 Darkfield 資深創意總監薇多莉雅艾頓，以及臺灣沉浸式劇場頂尖團隊驚喜製造共同創辦人陳心龍，深入過去的經驗與雙方共製的作品《無光飛航》，如何突破現有的市場架構，創造獨特的商業模式。
8	TTXC Innovations 產業活動國際產業論壇【亞洲焦點—新型態文化科技展演場域】	10/19	韓國 SM Entertainment Group、日本 TOKYO NODE、泰國 VIBAL Corporation	38 人	不僅北美洲與歐洲的市場收益持續增長，亞洲各國企業投入新型態文化科技展演場域，更凸顯了亞洲沉浸式展演市場的巨大商機與潛力。本場論壇邀集南韓、日本與泰國的代表，將聚焦各區域產業發展現況及各企業目標與未來展望，分享其對亞洲市場與觀眾的觀察與分析。
9	TTXC Innovations 產業焦點【盧森堡沉浸式產業分享暨交流會】	10/19	盧森堡電影基金	70 人	盧森堡於國際沉浸式內容與影視合製扮演了舉足輕重的角色。透過本次活動，盧森堡電影基金分享該國的沉浸式產業概況、內容製作與扶植資源方案，也邀請到六家盧森堡指標性的沉浸式內容製作、後期與動畫公司進行分享。藉此機會了解臺灣沉浸式與 XR 產業，建立潛在夥伴關係、探索未來合作可能。
10	TTXC Innovations 一對一媒合會	10/20	資源方總計邀請 10 組國際外賓、16 組國內產業代表	82	為促進內容方與資源方跨域合作，邀請資源方、文化科技內容業者共同參與 10/19 提案大會及 10/20 一對一媒合會，提供團隊與擁有資源之技術方、通路方、國際貴賓人士等媒合機會，包括 10 組國際外賓（mk2 Art

表 13：113 年未來內容跨域交流活動					
序	活動名稱	時間	合作單位	參與人次	活動內容簡述
					Museum、Art Explora Foundation 等) 及 16 組國內產業代表 (AWS、歐樂沃築夢城堡、新光三越集團等)。提案團隊 22 組，共安排 175 場媒合會議。

表 14：113 年未來內容國際合作案促成作品進入國際市場件數				
序	計畫名稱	合作單位	促成件數	計畫內容及達成情形說明
1	臺法沉浸式內容駐地開發計畫 Villa Formose Immersive	法國國家電影與動畫中心、高雄市電影館、法國在台協會、法國藝文推廣總署、法國影像論壇、法國巴黎 104 文化中心	9 件	以雙向駐地開發計畫，促進臺法沉浸式內容製作，協助創作者深入臺、法兩地產業交流、拓展人脈與提升製作技能，包含 3 項子方案。 ● 112 年度法國人來臺寫作開發計畫：入選案件中有 2 件《戲偶幻夢》、《Sosowon 的冒險》找到臺灣合製業者，並獲得 113 年文化部文化黑潮 XR 支持。 ● 112 年度臺灣人赴法原型開發計畫：入選案件《Sense of Nowhere》於 113 年新影像藝術節及 TTXC 發表。 ● 113 年度法國人來臺原型開發計畫：入選案件《岩城之夢》及 113 年度法國人來台寫作開發計畫：入選案件《Besieged Fortress》、《Outside》、《Before Eden》、《Judith in the Wonderwoods》，上述 5 件於 10 月來臺於 TTXC 發表及媒合、12 月於巴黎發表。 ● 113 年度臺灣人赴法原型開發計畫入選案件：《瓶中的永恒花園-不穩定系統中的無限演算與數位生命》於 11 月赴法駐地、12 月於巴黎展演。
2	NU：Reality-Trailblazing Taiwan	荷蘭 Cassette	5 件	NU：Reality 為法國、荷蘭兩家發行公司發起之 VR 商業放映計畫，113 年與荷蘭 7 家電影院合

表 14：113 年未來內容國際合作案促成作品進入國際市場件數

序	計畫名稱	合作單位	促成件數	計畫內容及達成情形說明
	放映計畫	Stories、法國 Diversion Cinema		作，常態售票放映 VR 作品。今年度第三季片單與本院合作 Trailblazing Taiwan 臺灣焦點單元，放映 5 部臺灣 VR 作品，包含《彩虹彼端》、《窺見生命的奧秘》、《舊家》、《輪迴》、《紅尾巴》等作，落地歐洲市場。 ● 展期間（7/19 起至 9/18）共 707 放映場次、1,771 觀眾人次，累計票房約歐元 14,168 元（新臺幣 482,632 元）。 ● 辦理開幕媒體試映暨影人線上 Q&A 活動、媒體與產業交流餐敘。另外與多位荷蘭當地 KOL 進行 Instagram 社群合作，以影音貼文方式增加社群曝光與互動黏著度；活動成果亦於網路媒體獲專文報導，深入介紹臺灣內容。
3	「創新工作坊」 （Art Thinking program）	林茲電子藝術中心	1 件	本工作坊由林茲電子藝術中心與本院共同舉辦，經公開徵集提案和雙方評選，從中選出參與者進行為期一週的工作坊。 ● 最終選出 1 件提案《可攜式 AI 模組商用計畫：探討人工智慧與地緣內容偏見》獲得林茲電子藝術中心專業導師諮詢、經費支持與廣達研究院技術支持，並於 9/4 至 9/8 至林茲電子藝術節展出。

貳、全球市場拓展

2-1 推動國際合作投資機制，引入國際資金投入臺灣內容開發

2-1-1、促成國際資金共同製作內容：為推動臺灣內容進入國際市場，透過與國際夥伴共同投資與產業合作，促成 10 件國際合資合製案，其中促成製作規模達 8,000 萬元以上之指標案例 1 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（TICP）」，其中 TICP 2.0 方案一為運用《文化部辦理文化內容投資計畫作業要點》、《文化部辦理第二期加強投資文化創意產業實施方案投資文化創意產業事業及專案作業要點》辦理、TICP1.0 及 TICP 2.0 方案二則是運用《多元內容開發暨專案投資實施規章》項下之《國際合作投資專案計畫施行細則》辦理，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。113 年度共促成投資 35 件國際合資合製案，投資金額逾 7 億 5,849 萬元。本計畫支持多元類型之影視作品，捲動日本、韓國、美國、法國、新加坡、馬來西亞、印度、菲律賓等國家共同開發原創內容，其中促成製作規模達 8,000 萬元以上之指標案例共 16 案。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。

表 15：113 年 TICP 製作規模達 8,000 萬元以上之案例清單			
序	專案名稱	申請公司	核准金額（新台幣）
1	主權 (TICP 2.0 方案二)	奇幻娛樂國際股份有限公司	18,900,000
2	成為奪心魔之必要 (TICP 2.0 方案一)	翔英融創股份有限公司	30,015,000
3	○○○○○○○○ (TICP 2.0 方案一)	○○○○○○○有限公司	37,800,000
4	○○○○○○○○ (TICP 2.0 方案一)	○○○○○○○有限公司	32,794,904
5	○○○○○○○ (TICP 2.0 方案一)	○○○○○○○有限公司	40,857,143
6	叫我驅魔男神 (TICP 2.0 方案一)	光盛影業製作有限公司	20,000,000
7	戀愛四部曲（第一二部曲） (TICP 2.0 方案一)	豐采節目製作股份有限公司	33,630,000
8	○○○○○○○ (TICP 2.0 方案一)	○○○○○○○有限公司	56,925,000

表 15：113 年 TICP 製作規模達 8,000 萬元以上之案例清單			
序	專案名稱	申請公司	核准金額（新台幣）
9	○○○○○○ （TICP 2.0 方案一）	○○○○○○有限公司	44,505,000
10	○○○○○○ （TICP 2.0 方案二）	○○○○○○有限公司	19,332,000
11	我們的藍調時光 （TICP 2.0 方案一）	米神國際股份有限公司	47,415,154
12	原子少年 2 （TICP 2.0 方案一）	踢帕娛樂股份有限公司	36,000,000
13	成名在望 （TICP 2.0 方案一）	瀚草影視文化事業股份有限公司	25,555,556
14	○○○○○○ （TICP 2.0 方案一）	○○○○○○有限公司	19,992,000
15	○○○○○○ （TICP 2.0 方案一）	○○○○○○有限公司	30,000,000
16	○○○○○○ （TICP 2.0 方案一）	○○○○○○有限公司	44,397,360
【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。			

 投資案件：臺灣與印度合拍之奇幻動作喜劇片《叫我驅魔男神》 圖片來源：叫我驅魔男神官方臉書	 投資案件：《戀愛四部曲》之第一部曲《完全省錢戀愛手冊》為臺灣與新加坡合製 圖片來源：Hami video 官網
---	---

2-2、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，促進臺灣文化內容產銷均衡發展

2-2-2、多元管道商務開發，透過國際合作，帶動我國內容於國際市場產銷能量：透過國際組織結盟或展會參與，簽訂合作意向書 2 案；辦理或參與至少 8 場內容提案會，推動至少 20 案臺灣內容提案進入，預計透過展會帶動 150 件各式文化內容作品版權銷售商機，開展臺灣文化內容新的拓銷路徑及合作商機。

績效說明：

為帶動我國內容於國際市場產銷能量，本院運用多元策進機制如國際通路平台合作、展會創投、提案會、洽商會議等方式搶攻海外市場，進行商務開發，期能促成臺灣作品打入國際市場，有效開展臺灣文化內容新的拓銷路徑及合作商機。

113 年文策院與國際重要文化內容組織、通路及平台方簽訂各項合作意向書 4 案，包括與日本東寶（東宝株式会社）共同合資合製影視作品及人才培育；與日本樂天集團（Rakuten Group）合作漫畫條漫合製、人才培育、版權媒合、臺灣 IP 跨媒體發展；

與日本 Contents Lab.Blue Tokyo 共同製作日方原作並由臺灣漫畫家繪製條漫，規劃於臺、日、韓、泰等各國平臺同步連載；與馬來西亞數位經濟局（MDEC）合作本院 TCCF 展會和其 Kre8tif!展會互相設獎與參訪交換。另外，113 年本院辦理或參與 12 場內容提案會，共計推動 53 案臺灣內容提案進入提案會，策略性透過內容提案會推動優質的臺灣內容提案躍上國際市場舞台曝光，以獲得後續國際合資合製或平台通路等多元資源。

表 16：113 年辦理或參與臺灣內容參與「內容提案會」成果說明

序	日期	合作展節	提案會名稱	案件數	成果概述
1	1/26	安古蘭國際漫畫節	大會合作提案專場	7 件	1 場大會合作提案專場（臺灣漫畫版權推介茶會），介紹 7 位臺灣漫畫創作者，包含葉長青、GGDOG、依萊、每日青菜、布里斯、黑山 Kathy Lam、吳識鴻。 - 出席人數超過百人，來自各歐陸出版社編輯、專業人士，安排臺灣漫畫創作者介紹，BFT、翻譯補助介紹，版權人員與創作者於簡報後交流。
2	2/16	柏林歐洲電影市場展	臺灣提案專場	4 部	1 場臺灣提案專場，4 部入選企劃案：《胸巴巴姊妹花》、《土屋派對》、《深度安靜》、《聖女頭顱》。
3	2/16	柏林歐洲電影市場展	「國際合製單元」（Berlinale Co-production Market）代表臺灣參與國家專場	1 部	- 參與大會「國際合製單元」代表臺灣參與國家專場。 - 臺灣參與合製的電影企劃案《水釘鄉》1 案入選，本片由臺灣、新加坡及日本三國合製。
4	5/16	坎城電影市場展	「Shoot the Book!」「出版轉影視」提案會	4 部	- 法語人出版協會（SCELF）與市場展合作的「Shoot the Book!」出版轉影視提案單元。 1 場亞洲紀錄片提案專場，約 80 位以上國際專業人士出席。

表 16：113 年辦理或參與臺灣內容參與「內容提案會」成果說明

序	日期	合作展節	提案會名稱	案件數	成果概述
					4 部臺灣小說《人性的試煉》、《女二》、《鬼拍手》、《遺跡訪詭錄》入選。
5	5/18	坎城電影市場展	「Spotlight Asia 亞洲合製交流」單元「Asian IP Showcase 亞洲 IP 提案會」	2 個 IP	- 參與「Spotlight Asia 亞洲合製交流」計畫中的「亞洲 IP 展示」(Asian IP Showcase) 專場。 - 推派 2 間公司共 2 個臺灣 IP 包括《勸世三姐妹》、《OPUS：龍脈常歌》) 向國際業者提案，參與人次超過 100 位。
6	6/11	安錫國際動畫影展暨市場展	臺灣專場提案會	5 部	臺灣提案專場，5 部入選作品包含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》、祥晃國際股份有限公司《宇弘與翻車魚》、光之塔動畫事業有限公司《雲影傳說》、連想有限公司《雲之獸》。
7	6/28	首爾書展期間	自辦跨域改編推介會	7 部	- 整合 7 位版權人進行提案包括《姓司武的都得死》、《維納斯》、《膜》、《巫者》、《摸布想自己賺罐罐》、《神奇的白色飲料》及《達克比辦案》。各家業者亦自帶其它擅長類型如 BL、推理等作品於會後洽商時推薦給相應業者。 - 事前報名達 58 家、68 人次報名，活動當日吸引超過 60 家、80 位韓國影視、漫畫及出版相關業者到場參與。包括最大電子書平台 RIDI、網漫集團 KIDARI、大型傳統出版社文學村、釜山影展皆有派員參加。 - 提案會後半部促成超過 30 場洽商，數家臺灣版權人已收到韓方提案（網漫、動畫、Licensing 等）。

表 16：113 年辦理或參與臺灣內容參與「內容提案會」成果說明

序	日期	合作展節	提案會名稱	案件數	成果概述
8	9/12-9/13	臺日音樂媒合交流	商務交流	無	● 透過公開徵選，邀請 15 家公司入選商務交流團。類別包括音樂廠牌、經紀代理、場館及影像製作。 ● 文策院主辦活動，並由日本獨立音樂聯盟（IMCJ）共同合辦。內容包括企業參訪、媒合會議、實務工作坊、交流晚會。 ● 媒合會議共計 13 家日本廠牌、公司參與，與 15 家臺灣業者洽談超過 80 場會議。 ● 實務工作坊邀請 Summer Sonic 主辦 Creativeman 代表及 Rush Ball 主辦 Greens 代表分享 Live Business 相關經驗；以及音樂廠牌 Victor Entertainment 及數位寫手、音樂觀察家探討 PR & Marketing 實務心得。 ● 安排臺灣業者拜訪 Victor Entertainment、Rainbow Entertainment、Hip Land Music 等音樂廠牌及數位音樂發行平台 TuneCore Japan。
9	9/30 - 10/4	美國紐約高譚創投市場展	Gotham Week Project Market 單元	2 案	今年本院與紐約 Gotham Week 首次合作，由文策院支持 2 個臺灣入選團隊差旅，前往紐約參與提案，以及派員參與商務會議。 Gotham Week project Market 包含 6 個子單元，共入選來自全球的 106 個提案項目，超過百位國際新銳和創意導演及製片進行交流合作。經主辦單位評選後，臺灣團隊正式入選名單如下： ● 劇情片單元：GLOBAL PRODUCERS HUB，《咫尺幸福 APPROXIMATE JOY》（青山電影有限公司）入選，由蘇瑜豪製片代表出席。 ● 紀錄片單元：SPOTLIGHT ON DOCUMENTARIES，由《歌舞的我們 The Songs from Within》（飛望影像有限公司）入選，謝璇製片代表出席。

表 16：113 年辦理或參與臺灣內容參與「內容提案會」成果說明

序	日期	合作展節	提案會名稱	案件數	成果概述
10	10/5-10/8	釜山亞洲內容暨電影市場展	亞洲提案會 APM	3 案	本屆有 3 組臺灣參與的團隊入選，如下列： 《Nothing Happened 什麼都沒有發生》臺灣代表為陳梓桓（香港籍具臺灣居留）。 《Until That Day》臺灣代表為張三玲。 《Where The Mountain Women Sing 山女》臺灣代表為黃茂昌。 臺灣代表於 ACFM 期間共進行了 20 多場商務會談，接觸來自韓國、法國、泰國、日本、美國、加拿大、香港、挪威、中國等地的投資者及影視從業者。並擔任 Platform Busan 單元活動的論壇講者，分享成為製片人以及如何與國際夥伴合作的歷程。
11	10/5-10/8	釜山亞洲內容暨電影市場展	釜山 IP 轉譯單元（Busan Story Market）	10 部	- 協助 10 部臺灣原創文本前往釜山參展，推廣臺灣原創內容的多元性及影視改編潛力，增進國際影視業者對臺灣文本的認識，並提升洽談合作的機會。 - 協助 10 位出版/版權業者及 7 位入選作者，共計 17 名業界人士參展，並透過實戰訓練，讓業者在參展期間獲得實際經驗，包括進行英文影視改編提案和洽談會議，進一步增強未來在國際出版轉影視領域的推廣能力與經驗。 - 本次業者共預約 107 場現場會議。提案會當天吸引了來自韓國、日本、美國、法國、越南及菲律賓等九個國家的約 70 位國際影視產業人士出席。
12	12/4-12/6	新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展 ATF	LEAP 非戲劇類節目共同開發計畫提案專場、動畫工作坊及	8 部	- 通過本案媒合韓方 Something Special 所提供的韓國非戲劇類節目優秀編劇資源給臺灣入選團隊，共開發 8 組原創 IP 非戲劇類節目格式 (format)、8 本格式 mini bible。 - 在韓方導師指導下磨練商業 pitching 技巧，並

表 16：113 年辦理或參與臺灣內容參與「內容提案會」成果說明

序	日期	合作展節	提案會名稱	案件數	成果概述
			提案大會		於 113 年 12 月 4 日的新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展 ATF 現場，向國際買家進行提案。 協助本案 8 個非戲劇類節目格式於 ATF 上曝光，促進預售與未來國際合製。
合計				53 案	

113 年度本院除持續與國際指標性組織結盟合作，透過展會帶動各式文化內容作品版權銷售商機，合作組織類型橫跨出版、影視、動畫、圖像授權、文化科技等，具體合作對象包括：法國安古蘭國際漫畫節、德國柏林歐洲電影市場展、香港國際影視展、義大利波隆那兒童書展、法國坎城電影市場展、韓國釜山電視節、越南國際電影及電視技術展覽會、法國安錫動畫影展暨市場展、韓國首爾書展、捷克卡洛維瓦利影展專業人士交流、韓國富川國際奇幻影展暨 NAFF 創投市場展、日本授權展、韓國授權展、韓國國際廣播電視節目交易展、印尼 Docs by the Sea 紀錄片提案大會、澳洲 BIGSOUND、加拿大多倫多國際影展暨產業單元、美國紐約高譚創投市場展、德國 Reeperbahn Festival、法國新影像藝術節、東協 AXEAN Festival、韓國釜山亞洲內容暨電影市場展、德國法蘭克福書展、奧地利林茲電子藝術節、澳洲 SXSW Sydney、日本東京 XR 綜合展、墨西哥瓜達拉哈拉書展、新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展等，透過展會帶動 2,329 件臺灣影視、出版、圖像、音樂、文化科技等各式文化內容作品版權銷售商機。

表 17：113 年國際參展

序	類 型	時間	國際展會 名稱	業者 參展 家數	作品 參展 件數	展會重點成果
1	出版	1/25-	安古蘭國際	31	77	展示 10 位臺灣創作者漫畫畫作，6 位業者

表 17：113 年國際參展

序	類 型	時間	國際展會 名稱	業者 參展 家數	作品 參展 件數	展會重點成果
		1/28	漫畫節			實體參展，涵蓋版權代理、漫畫出版社。 ● 辦理 2 場大會舞台創作者宣傳活動、1 場大會合作提案專場、11 場創作者簽繪活動、1 場新書發表活動。促成來自 9 個國家之 35 場版權會議。
2	影視	2/15- 2/25	柏林歐洲電影市場展	37	86	● 16 間業者實體參展、3 位製片參加柏林培育計畫、4 部作品進行臺灣提案專場，共進行約 300 場會議。 ● 本院辦理蔡明亮大師講堂和臺灣之夜；國家專場向 9 組國際團隊一對一推廣與臺合製機會；資金諮詢會議由大會安排 9 組國際團隊一對一會議；國際製片媒合會共約 40 名三國製片於波蘭館深度交流。
3	影視	3/11- 3/14	香港國際影視展	92	250	● 68 家業者實體參展，共進行 1109 場會議 ● 3 件新作品進行發布會，並由亞洲電影投資會頒出獎項。
6	出版	4/8- 4/11	波隆那兒童書展	59	298	● 共 20 家業者實體參展，涵蓋版權代理、國內主要童書出版社。展期臺灣館版權會議共 193 場（包括 BBPLUS 展區、Comics Corner 展區）。 ● 辦理 2 場 BBPLUS 大會論壇活動，4 場臺灣館簽繪活動，1 場國際專家作品討論會以及「當兩個海洋在波隆那相遇」特展。
7	影視	5/14- 5/22	坎城電影市場展	44	104	● 臺灣館收錄 44 家業者的 104 部作品，25 家 ● 業者實體參展，展期間參展業者會議數共計 186 場。臺灣之夜交流酒會共計約 520

表 17：113 年國際參展

序	類 型	時間	國際展會 名稱	業者 參展 家數	作品 參展 件數	展會重點成果
						名貴賓參加。入選官方單元 4 部影片，支持劇組 31 人參展。 ● 推派 2 位新銳製片參與影響力工作坊（ImpACT Lab）；亞洲 IP 推介會推派 2 間公司共 2 個 IP 向國際業者提案，參與人次超過 100 位。 ● 合製論壇暨午宴邀請 60 位以上國際製片及國際資金機構參與。 ● 舉辦 1 場亞洲紀錄片提案專場，約 80 位以上國際專業人士出席；參與國際合製之夜宣傳 TCCF 臺灣創意內容大會，超過 250 人參與；舉辦臺灣及其他國家製片交流媒合會共 4 場，參與人數約 120 人。
8	影視	5/22-5/24	釜山電視節	無	無	● 進行 22 場會議，參加 3 場大會舉辦活動，如 BCM Conference、BCM Academy、BCM Global Pitching。
9	影視	6/6-6/8	越南國際電影及電視技術展覽會	無	無	● 進行 20 場會議，參加 1 場大會舉辦活動（臺灣日茶會）。
10	影視	6/11-6/14	安錫動畫影展暨市場展	35	53	● 23 家業者實體參展，進行 201 場會議。 ● 辦理臺灣提案專場 1 場和導演專題放映 1 場。
11	出版	6/25-6/30	首爾書展	48	336	● 韓文授權的臺灣作品共計 64 本，類別涵蓋童書、圖像繪本、漫畫、文學與非文學書籍，共計 7 家業者參與，會議 112 場。 ● 臺灣館版權會議共計 190 場，版權媒合會 6 場（智利、印尼、泰國、墨西哥／哥倫

表 17：113 年國際參展

序	類 型	時間	國際展會 名稱	業者 參展 家數	作品 參展 件數	展會重點成果
						比亞）、大會專業論壇 1 場。 ● 文策院與台北書展基金會亦共同主辦 113 年首爾國際書展臺灣館，攜手 48 家出版社、336 本臺灣出版品赴韓參展，舉辦商務交流活動。
12	影視	6/30-7/3	捷克卡洛維瓦利影展專業人士交流	無	無	● 參加 2 場產業論壇分享 TCCF 與國際合製機制、參加 1 場大會安排一對一媒合會，共進行 10 場會議。 ● 參加 1 場臺灣入選競賽片首映與會後交流活動，共 7 篇媒體報導露出文策院論壇分享内容。
13	影視	7/4-7/14	富川國際奇幻影展暨 NAFF 創投市場展	無	無	● 合作四階段駐村培訓計畫：包括與大會合作評選出臺灣新生代編劇／導演前往韓國富川參與駐村培訓，內容包含前期線上課程、實體駐村培訓、劇本開發、交流活動，最後於 BIFA 奇幻學院舉辦的公開提案大會「Goedam Campus Pitching」中，向國際專業人士及投資方進行提案。 ● 合作「亞洲奇幻電影網絡 Network of Asian Fantastic Films (NAFF)」：和本院 TCCF 創意內容大會雙向選案設獎。 ● 一對一商務媒合會議：本院代表與 23 個來自世界各地的製作案進行商務洽商會議。 ● NAFF 設獎合作：選出之導演 YOSHIDA Daihachi 吉田大八的《BAIT》企劃，奪得奇幻電影聯盟創投市場展 It Project 單元文策院獎，除獲得一萬美元獎金支持外，本

表 17：113 年國際參展

序	類 型	時間	國際展會 名稱	業者 參展 家數	作品 參展 件數	展會重點成果
						案亦將由日本東映製作。
14	圖像 IP	7/2- 7/6	日本授權展	10	50	臺灣館共 10 家業者實體參與，臺灣館參展品牌洽商紀錄 512 場；現場有合作意向合計 47 件；預估未來 1 至 2 年內有合作意向合計 70 件。
15	圖像 IP	7/18- 7/21	韓國授權展	6	40	- 臺灣館廠商展出成果豐碩，線上型錄共展示 40 個品牌，共 6 家業者實體參展，臺灣館參展品牌洽商紀錄 255 場。 - 現場有合作意向合計 15 件；預估未來 1 至 2 年內有合作意向合計 23 件。
16	影視	8/27- 8/29	韓國國際廣播電視節目交易展	無	無	參加 2 日大會產業論壇、參加 1 場開幕酒會，與 20 位國際專業人士會議交流。
17	影視	9/5- 9/12	Docs by the Sea 印尼紀錄片提案大會	無	無	- 通過 TCCF 合作雙邊選案，增進臺灣紀錄片從業者接觸亞洲優質紀錄片的機會。 - 促成紀錄片 The Alletway 參與 113 年 TCCF 紀錄片 Pitching 單元並獲評審團特別獎；促成 TCCF 紀錄片 Pitching 單元的 The Birdwatcher 前往印尼 Docsby the Sea 參與 113 年提案會。
18	音樂	9/03- 9/06	BIGSOUND	6	無	- 透過公開徵選，邀請 3 組團隊參演「Taiwan Beats Showcase」及 3 家公司入選商務交流團。 - 合作辦理臺灣專場 Showcase，由入選之 3 組參演團隊（夜間限定、舒米恩及烏兔）演出，並辦理一場臺灣交流專場活動。 - 入選之商務代表：浮現音樂、明天的歌有

表 17：113 年國際參展

序	類 型	時間	國際展會 名稱	業者 參展 家數	作品 參展 件數	展會重點成果
						限公司、九踢文化及參演團隊共同參與由大會針對臺灣藝人及商務團代表需求，安排與澳洲產業媒合會議，共計進行 10 場會議。 ● 加碼行銷支持：大會官網「Taiwan Beats Showcase」露出及與 PR 公司「Morse Code」合作，安排澳洲音樂媒體「Livewire AU」進行參演團隊專訪。
19	影視	9/5-9/15	多倫多國際影展暨產業單元	2	2	● 2 部電影作品入選官方單元，支持主創團隊共 9 人參展；主辦影視產業座談活動，邀請 2 部入選作品之導演與主要演員與談，共計約 65 名貴賓參與。 ● 奧斯卡動畫作品放映與交流活動，約 30 人參與；奧斯卡代表片放映活動，約 15 人參與。
20	音樂	9/18-9/21	Reeperbahn Festival	6	無	● 透過公開徵選，邀請 3 組團隊參演 Taiwan Beats Showcase 及 3 家公司入選商務交流團。 ● 文策院與大會合作，辦理一場臺灣專場 Showcase，由入選 3 組參演團隊：椅子樂團、壞特及凹與山演出。 ● 文策院與大會合作，辦理一場臺灣交流專場活動。 ● 入選之商務代表（噠比嘻嘻工作室、明天的歌有限公司、庸俗救星）及參演團隊共同參與由大會針對臺灣藝人及商務團代表需求，安排與 10 位國際產業人士進行媒合會議，共計進行 57 場會議。

表 17：113 年國際參展

序	類 型	時間	國際展會 名稱	業者 參展 家數	作品 參展 件數	展會重點成果
						大會官網 Taiwan Beats Showcase 行銷露出及大會官方提袋置入傳單，增加活動訊息的曝光。
21	音樂	9/28-9/29	AXEAN Festival	3	無	- 透過公開徵選，邀請 3 組團隊參演 Taiwan Beats Showcase；與大會合作，辦理臺灣專場 Showcase，由入選 3 組參演團隊（椅子樂團、恐龍的皮及我是機車少女）演出；辦理一場臺灣交流專場活動，邀請 30 多位對臺灣產業有合作意願之業者，如釜山搖滾音樂節、京畿獨立音樂音樂節、大山音樂節、富士搖滾音樂節等音樂策展人及越南、法國、印尼、菲律賓等地業者共同參與。 - 大會於事前進行媒合安排；3 組參演團隊參與現場洽談，共計完成 19 場會議。 - 與當地 PR 公司行銷加碼 Modern Doberman 合作，安排媒體宣傳，包括行前介紹及當地專訪，計 30 多篇的報導露出。
22	影視	9/30-10/4	美國紐約高譚創投市場展	2	2	首次舉辦 the Gotham Week 徵件，共徵得 41 件（紀錄片 12 件、劇情長片 29 件）。兩單元各篩選出 7 件具潛力案件，共 14 案予大會參考。

表 17：113 年國際參展

序	類 型	時間	國際展會 名稱	業者 參展 家數	作品 參展 件數	展會重點成果
23	影視	10/5- 10/8	釜山亞洲內 容暨電影市 場展	85	211	● 本次共有 85 家電影及電視內容業者、211 部臺灣電影及電視作品與企劃案報名臺灣館。釜山影展各單元共 13 部臺灣製作或參與的作品入圍。 ● 韓國影視獎項「亞洲內容暨全球 OTT 大獎」(ACA & Global OTT Awards) 共 4 部臺灣製作或參與的作品入圍；亞洲提案會 APM 共 3 案臺灣參與的團隊入選；新銳影人培育單元 Platform BUSAN 本院推派共計 3 位導演及 3 位製片。 ● 辦理臺灣之夜交流活動約 800 人次參與。
24	出版	10/16- 10/20	法蘭克福書 展	56	328	● 臺灣館預計展示 328 本書籍，辦理 10 國共計 20 場版權媒合會，與國內網路書店平台（讀墨、博客來）合作線上特展，於展場現場進行銷售；8 家業者參與，會議數量總計至少 96 場，共計超過 100 位國際貴賓參與，包含臺灣隨團創作者、版權人員，以及國際出版買家、國際出版公協會等。 ● 結合柏林駐村創作者、台文館邀請創作者，及文策院德譯出版造星創作者共 6 位，預計舉辦 3 場大會舞台活動，以及其他周邊作家活動。
25	音樂	10/14- 10/17	SXSW Sydney	無	無	● 與大會合作辦理一場 Showcase 演出，演出由大會透過公開徵集的方式，邀請臺灣團隊參與；本院與大會合作 Taiwan Beats Showcase，並列入官方活動行程中，並由獲邀的 4 組團隊（破地獄、羅妍婷、我是

表 17：113 年國際參展

序	類 型	時間	國際展會 名稱	業者 參展 家數	作品 參展 件數	展會重點成果
						機車少女及 Andr) 演出。 ● 與當地 PR 公司 Thinking Loud 合作，安排媒體宣傳，包括 Rolling Stone Australlia、Eastern Standard Times、Happy Mag 等媒體的報導露出。
28	出版	11/30-12/8	墨西哥瓜達拉哈拉書展	44	126	● 臺灣館展示 44 家出版社、126 本作品，與國內網路書店平台（讀墨、博客來）合作線上特展，於展場現場進行銷售。 ● 於墨西哥市、瓜達拉哈拉兩座城市進行 6 場書店讀者見面活動、工作坊。另辦理「西文版臺灣童書展」與墨西哥境內共 63 間書店門市合作，展示已有西文譯本的臺灣童書 10 本，其中包含 4 間大型連鎖書店品牌與 5 間獨立書店。 ● 另邀請已有西文譯本之作者林小杯、劉旭恭參與大會工作坊與跨國創作者交流。辦理 1 場大會專業論壇，與日本一同談亞洲出版書市。
30	影視	12/4-12/6	新加坡亞洲電視論壇及內容交易市場展	87	251	● 55 家業者實體參展，共進行 737 場會議。 ● 舉辦國際買家交流活動 Buyer's Lunch，共計 5 家業者上台進行作品推介，與會買家約 153 人。
31	文化 科技	3/8-3/16	美國西南偏南藝節 (SXSW Festival) XR Exhibition & Expo	11	15	● 臺灣館展示來自 11 家業者之 15 件 XR 內容、製作案與服務；其中 2 家入圍入選業者實體參展。 ● 2 件內容體驗人次逾 320 人次，2 家業者參與逾 10 場展演通路會議。 ● 為首屆 XR Expo 邀請設展四大國際關鍵單

表 17：113 年國際參展

序	類 型	時間	國際展會 名稱	業者 參展 家數	作品 參展 件數	展會重點成果
						位之一。XR Exhibition & Expo 吸引逾 11,000 人次參觀，「臺灣館」展示 15 件臺灣 XR 內容與業者資訊，吸引逾 150 名產業人士駐足並留下聯絡資訊，共計進行 21 場國際業務拓展會議。
32	文化 科技	4/24- 4/28	法國新影像 藝術節 NewImages Festival	8	16	Meet the Creators 臺灣創作者分享會共計 57 位專業人士參與；3 日產業交流日內，補助之 6 組參展業者共參與 90 場以上的媒合會議，文策院與國際內容業者、場館通路、展會等單位共計 29 場會議；作品線上型錄近 400 瀏覽人次。
33	文化 科技	5/13- 5/24	法國坎城影 展 Cannes Immersive	3	3	3 件臺灣作品進行展演，其中 2 件受本院支持（《黑》、《大師狂想曲：河瀨直美》）執行作品展演，合計體驗人數逾 1100 人次，並參與 10 場以上商務洽談會議。 - 台法合制 AR 作品《黑》獲「最佳沈浸式內容」（Best Immersive Work）大獎。
34	文化 科技	8/28- 9/7	威尼斯影展 暨沉浸式市 場展	6	55	6 件官方入圍入選：臺灣共計 5 件 VR 作品入選沉浸式競賽單元、1 件作品入選非競賽的「威尼斯學院」。 - 其中 3 件競賽入圍內容受本院支持參展（綺影映畫《漫步源雨潑》、《住所不明：福島今》、飛望影像《玉山守護者》），合計體驗人次逾 800 人，並進行超過 15 場國際業務拓展會議。 - 沉浸式市場展「臺灣館 (Taiwan Pavilion)」：實體及線上展位展示 49 件臺

表 17：113 年國際參展

序	類 型	時間	國際展會 名稱	業者 參展 家數	作品 參展 件數	展會重點成果
						灣沉浸式內容資訊，於現場提供其中 6 件臺灣 VR 作品產業放映，辦理產業放映約 50 場次。 ● 舉辦臺灣文化科技產業論壇 1 場，邀請 VIVE Arts、Funique VR 等指標性業者與談。 ● 大會合辦 Meet the Creators 臺灣專場暨交流酒會 1 場，共 4 件競賽入圍作品導演與策展人 Michel Reilhec 進行創作對談，現場吸引逾 120 名國際產業人士參與、交流。
35	文化 科技	9/4- 9/8	奧地利林茲 電子藝術節	8	17	● 7 件臺灣藝術家作品進行展演、2 間學校計 10 件作品於校園展區展出。 ● 展出林茲創新工作坊獲選作品 1 件展出並辦理 1 場講座，計 69 位專業人士參與。
36	文化 科技	11/20- 11/22	東京 XR 綜合 展	5	9	● 5 間臺灣沉浸式業者參展，包含 6 件 VR 內容展出（2 件正式展出，4 件參展商自主展示）、3 件技術應用型提案。 ● 5 間業者共進行 67 場商務洽談會議並紀錄洽談內容。 ● 實地參訪共計 10 間日本業者及場館，臺灣館 3 日吸引逾 70 人留下聯繫資訊，線上攤位共計 223 瀏覽人次，進行逾 15 場合作洽談會議（含參訪），包括國際通路、內容業者、場館、投資方等。
合計				694	2,329	

2-3、優化國際交流與交易體系，建立臺灣為亞洲創新展會基地

2-3-3、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國際型商展及各式活動，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。預計達成 150 位以上國際專業人士參與洽商、國內專業人士 1,000 位以上參與洽商，展會與未來延續性產值交易金額較前年度增加至少 1%。

績效說明：

本院透過打造臺灣自辦之國際級 2B 文化內容市場商業展會，以內容交易、IP 轉譯、文化科技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。以優質級跨域創新多元的臺灣內容吸引國際買家及專業人士專程造訪。113 年度除辦理第 5 屆 TCCF 創意內容大會，亦於 TTXC 臺灣文化科技大會策劃 INNOVATIONS 單元展區，兩者共計達成 505 位國際專業人士和 1,704 位國內專業人士參與洽商；另 TCCF 創意內容大會之展會與未來延續性產值交易金額約新臺幣 10 億 7,500 萬元，較前年度增加約 1.075%。

1. TCCF 創意內容大會

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「TCCF 創意內容大會」（簡稱 TCCF）每年吸引全球多國買賣家齊聚交流洽商。今年為文策院舉辦 TCCF 第 5 年，首度移師至南港展覽館二館舉辦，在國際參與度、提案獎金及數量上再創新高，儼然已逐漸成為全球市場中具指標性的臺灣文化內容產業展會之一。113 年 11 月 5 日至 8 日展會期間，共有來自 35 國計 1,722 位專業人士參與（國際專業人士 473 位、國內專業人士參與洽商 1,249 位），進行超過 3,230 場洽商媒合會議。此外共舉辦 41 場產業活動，參與人次高達 15,000 人次。

113 年度為本院 TCCF 創意內容大會收費制度的第 2 年，攤位及展證皆須收費，亦積極邀請國際產業夥伴來臺實體參展。為期 4 天的展期內，統計展會與未來延續性產值交易金額約新台幣 10 億 7,500 萬元，較前年度（約 10 億）增加 1.075%。

今年度 TCCF 創意內容大會共分成「PITCHING 提案大會」、「MARKET 市場展」與「FORUM 國際論壇」三大單元。持續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，為內容產製與專業人才對接資源。

The poster for the 2024 TCCF Taiwan Creative Content Fest features a vibrant, abstract background with overlapping geometric shapes in shades of orange, teal, and pink. The text is arranged in a clean, modern layout. On the left, the event title '2024 TAIWAN CREATIVE CONTENT FEST' is written in large, bold, black capital letters, with '2024 創意內容大會' in smaller Chinese characters below it. On the right, the TCCF logo is positioned at the top, followed by the dates '11.05 TUE - 11.08 FRI' and the venue '台北南港展覽館二館7F' and 'Taipei Nangang Exhibition Center Hall 2, 7F' in both Chinese and English.

**2024
TAIWAN
CREATIVE
CONTENT
FEST**
2024 創意內容大會

TCCF
TAIWAN
CREATIVE
CONTENT
FEST

11.05 TUE - 11.08 FRI
台北南港展覽館二館7F
Taipei Nangang Exhibition Center Hall 2, 7F

2024 TCCF 創意內容大會主視覺（官網：<https://www.tccf.tw/zh>）



(1) MARKET 單元

今年 MARKET 單元規劃聚焦國際影視內容與潛力 IP 的版權交易，擴大結合影視產業鏈，涵蓋內容開發、拍攝資源、影像技術等各領域業者與專業人士，探索商業合作與交流，拓展全球市場。統計共吸引來自全球的 93 家機構和業者參與，設置 101 個展攤，涵蓋影視、遊戲、動畫、出版等類型，國內外買家及專業人士達 300 位以上，包括韓國內容振興院 (KOCCA)、京畿內容振興院 (GCA)、韓國電影振興委員會 (KOFIC)、日本東京與富士電視台、樂天集團與新加坡電影委員會等，進行版權交易與產業交流。參與國家數達 35 國，展期 4 天市場展會議數達 2,354 場，進場人次達 15,000 人。此外，市場展亦舉辦包括「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》前導發佈會」、「緯來原創《夜市王》發布記者會」等 11 場產業發布會。

（2）PITCHING 單元

今年 PITCHING 單元以影視音為核心目標，並透過國際夥伴關係，捲動並匯集多元資金，藉以引導國內外創作能量，參與 TCCF 活動，藉以增加臺灣原創內容與國際資源洽商合作的機會。PITCHING 提案大會自 6 月 3 日起開放全球徵件至 7 月 31 日結束，捲動 50 國製作團隊的近 600 件企畫案和作品報名參與，最終選出 62 件作品，類型包含長片、影集、動畫、紀錄片、出版文本與漫畫參與 11 月 5 日至 8 日的提案活動；活動期間總計捲動逾 1,400 人次的多元買家與提案團隊進行會議洽商。今年提案大會也邀請超過 30 間海內外單位，包含三大電信、第一銀行、威剛科技、臺灣電視台業者，以及國際內容製作公司如 CJ ENM HK、華納兄弟探索集團以及其他國際影視內容展會等，總計置 36 個獎項，累積獎金達新臺幣 795 萬元。

（3）FORUM 國際論壇單元

今年 FORUM 國際論壇單元從國際合作面向切入，探討國際策略思維、產業跨國合作經驗、IP 內容跨域與如何當地化，以及關注國際市場新興趨勢，藉此洞悉前線最完整的國際多元合作及產業脈動。為期 4 天的「FORUM 國際論壇」共策辦 15 場次的專講及與談，邀請包含如法國、韓國、土耳其、哥倫比亞、英國、菲律賓、美國、泰國、日本、馬來西亞、印尼、新加坡、德國等來自 13 國，超過 30 位國際產業專業人士進行分享，總參與民眾達 2,000 位以上。其邀請韓國知名製作人羅暎錫（羅 PD）以綜藝節目製作為題進行專講分享、泰國國家軟實力策略委員會的電影暨劇集小組委員會主席 Chalermchatri YUKOL 分享 THACCA 影視內容資源，帶動國內外人士產業趨勢及經驗交流。本次活動除吸引國際多元合作之經驗分享有興趣之參加者外，更提供臺灣內容業者間最即時且有效的產業市場趨勢，給予內容業者最深入且豐富的業界洞悉。



MARKET 單元：來自全球各地的買家與業者們進行各種商務會議與交流



MARKET 單元：韓國影帝趙震雄驚喜現身 TCCF



PITCHING 單元：每日吸引大批國內外文化內容業者參與及上臺提案



PITCHING 單元：今年與法國 CNC 聯合設立的大獎「TAICCA X CNC AWARD」首獎由光之塔動畫事業有限公司《雲影傳說》獲得



FORUM 單元：演員劉品言、吳可熙、柯震東、林哲熹分享國際合作經驗



FORUM 單元：韓國綜藝王牌製作人羅暎錫分享綜藝節目製作經驗

	
TCCF 期間，本院與新加坡的 Mediacorp（新傳媒）媒體集團代表簽署 MOU。合作協議聚焦兩國影視產業戰略合作及拓展東南亞市場。	TCCF 期間，本院與韓國京畿內容振興院（GCA）代表簽署 MOU。合作協議涵蓋資源共享、市場交流及合資製作。
2024 TCCF 創意內容大會活動現場照片	

2. TTXC 臺灣文化科技大會：INNOVATIONS 單元展區

由文化部與高雄市政府聯手策劃「2024 TTXC 臺灣文化科技大會（簡稱 TTXC 大會）」於 10 月 12 日至 27 日在高雄駁二藝術特區辦理，揭露文化科技領域發展的最新趨勢。今年 TTXC 延續 AI 熱潮，以「遊戲 Game」為主題，聚焦遊戲娛樂、虛擬偶像及科技藝術，整合高雄獨有的亞洲最大 XR 影展、高雄電影節、Takao Rock 打狗祭，橫跨展演、影視、音樂、科技及產業等面向，讓民眾透過觀展互動、音樂影像、論壇交流，全面迎接文化科技所創造的精彩未來。

本次 TTXC 大會中，文策院負責 TTXC 大會 INNOVATIONS 單元展區的規劃，並以「將臺灣文化科技內容推向國際市場」為目標，加強跨產業與文化科技內容業者的交流媒合，以促進文化科技生態系發展。INNOVATIONS 單元展區包括「內容展區」以及「企業展區」，媒合國內外資源、技術與產業，體現「科技賦能內容」，同時透過內容展演培養臺灣觀眾的文化科技消費習慣，並透過產業活動與業內人士互動與串聯，針對業界需求提出討論，進而達到推動產業發展之目標。

INNOVATIONS 單元展區自活動期間，共邀請 21 家參展商參與，展出 14 件展品，總參觀人次高達 8,214 人。同時，活動期間辦理 10 場產業活動，邀請 21 位

來自美國、法國、盧森堡、韓國、日本、英國等 8 個國家的國際貴賓，吸引多達 500 人參與。此外，展期間舉辦 175 場提案方與資源方的媒合會議，共計有 32 位國際專業人士及 455 位國內專業人士參與洽商。



2024 TTXC 臺灣文化科技大會 INNOVATIONS 單元主視覺



INNOVATIONS 單元展區辦理本院媒合場域方與文化內容業者共製之示範案例講座「如何攜手文化內容共創新型態商業模式」，邀請雙融域總經理趙釗玲、日目視覺負責人陳普、英業達集團資深副總邱全成，群真負責人陳子鴻共同演講，現場反應熱烈。

參、培育產業跨域人才及強化產業趨勢研究分析

3-1、精進產業人才培訓，提升產業動能與國際競爭力

3-1-1、培育具國際競爭力的產業關鍵人才：針對國際市場布局，與國際關鍵人培組織建立策略聯盟，協助拓展產業人才的國際網絡和國際市場。邀請國際師資授課或選送人才出國進修，開設創業經營、提案培訓、多元 IP 等三大類型課程共計至少 5 組，導入產業化關鍵能力，促成至少 8 件提案接軌國際創投、提案大會或國際培訓工作坊。

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（多元 IP）」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。

113 年度本院與 8 個國際關鍵人培組織建立策略聯盟，協助拓展產業人才的國際網絡和國際市場，除持續與安錫國際動畫市場展（MIFA Campus）、歐洲影音製作人協會（EAVE, European Audio-visual Entrepreneurs）、南特三洲影展南方製片工作坊（PAS, Produire au Sud）、Series Mania Institute 等機構合作，113 年度新增合作單位包括 Netflix 創意產業平等基金計畫、韓國製作公司 Something Special、全國律師聯合會、韓國釜山資訊產業振興院（Busan IT Industry Promotion Agency, BIPA）、韓國釜山亞洲電影學院等。不僅開設之課程類型及產業較歷年更加多元，亦開展更多與通路及平台端的人才合作計畫。

統計 113 年度文策學院共開設 18 組課程，培育人次（含線上及實體課程）累積達 4,008 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，113 年度共計促成 26 件培訓提案進入國際提案大會。

表 18：與國際關鍵人培組織建立策略聯盟

序	國別	合作單位名稱	合作事項	效益
1	法國	安錫國際動畫市場展 MIFA Campus	臺灣專場提案培訓	● 共培訓 5 組臺灣團隊，針對歐洲市場提升提案能力，了解歐洲市場取向。 ● 基於本院與法國 CNC 簽署之合作備忘錄，MIFA 為其補助成立的市場展，此為 MOU 後首次與 MIFA 合作，未來將研議更深入的合作如舉辦臺灣主題展等。
2	法國	里爾劇集展 Series Mania Institute	臺灣專場提案培訓 Serial Bridges 劇集開發工作坊	● 提案培訓：培訓 5 組臺灣提案。 ● Serial Bridges 工作坊：培訓 5 組臺灣製片-編劇（2 人一組）、1 組印尼團隊。 ● 促進臺灣與東南亞、亞洲歐洲間合製機會，並且培養國際合製共同標準。
3	義大利	歐洲影視製作人才培育學程 EAVE	Ties That Bind 歐亞合製工作坊	● 共 15 名歐洲、亞洲製片及專業人士參與，共有 15 名導師、業師、諮詢專家參與。 ● 促進國際產業連結，打造臺灣成為歐亞合製基地。 ● 培育更多具有跨國合作能力之製片，推動產製能量。
4	法國	南特三洲影展旗下南方製片工作坊 Produire au Sud	TAICCA x PAS 劇情長片培訓工作坊	● 培育 2 組臺灣團隊（製片-導演組合，一組 2 人）、4 組東南亞團隊，三階段共有 10 名導師、業師參與。 ● 促進東南亞地區合資合製，建立區域網絡。 ● 於 TCCF 期間向國際買家提案。
5	韓國	韓國非戲劇類節目製作公司 Something Special	LEAP 非戲劇類節目共同開發	● 與韓國非戲劇類節目最主要製作團隊首次建立合作關係。 ● 培育 8 組非戲劇類節目於新加坡 ATF 提案，尋求臺灣與亞洲國家合製機會。

表 18：與國際關鍵人培組織建立策略聯盟

序	國別	合作單位名稱	合作事項	效益
6	韓國	韓國釜山亞洲電影學院 (Busan Asian Film School, AFiS)	TAICCA×AFiS 劇情長片開發工作坊	- 與韓國人才培育單位建立合作關係，促進雙邊理解，強化影視人才交流。 - 透過講座提供臺灣影視工作者韓國影視產業現況，並培育 6 組臺灣劇情長片企劃案。
7	美國	Netflix 創意產業平等基金計畫	NETFLIX x TAICCA 影集編劇：編劇室實驗工作坊	- 與 Netflix 創意產業平等基金會建立合作關係，引介國內外影視師資，促進產業交流。 - 邀集國內外編劇、演員、節目統籌等知名業界人士擔任講師，培育臺灣編劇及製作人人才應用「編劇室」工作模式至編劇實務工作當中。
8	韓國	韓國釜山資訊產業振興院 (BIPA)	2024 TAICCA × BIPA 條漫專業進修課、條漫新秀培育課	- 透過與 BIPA 合作進行專業進修課程，引進國際資源與技術，培養臺灣條漫產業人才，提升創作者與從業人員的專業技巧，強化國際競爭力。 - 提供創作指導與業界資源，幫助新人累積經驗並接軌國際市場，深化臺韓條漫產業的文化與商業合作。

表 19：113 年文策學院辦理課程（創業經營、提案培訓、多元 IP 等三大類型課程）

序	類型	合作單位	課程名稱	課程辦理成果
1	多元 IP	美國編劇 Aurorae Khoo	好萊塢劇集開發系列工作坊	- 培育對象：總計 12 名臺灣影視工作者，含編劇 8 人及監製 4 人。 - 課程：建立劇本分析的能力，著重於系列劇集劇本，將有系統性的從基本的編劇概念如角色、對白、故事結構等開始進行討論，並學習如何與編劇針對劇本內容溝通。依照影集開發的實際過程進行，提供臺灣編劇和導

表 19：113 年文策學院辦理課程（創業經營、提案培訓、多元 IP 等三大類型課程）

序	類型	合作單位	課程名稱	課程辦理成果
				演系統性的影集開發過程。
2	提案 培訓	法國里爾 劇集展 SERIES MANIA	2024 SERIES MANIA X TAICCA 提案 培訓工作坊	● 培育對象：5 組臺灣團隊。 ● 課程：為入選 113 年 Series Mania 臺灣專場之團隊提案前培訓課程，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。
3	提案 培訓	法國里爾 劇集展 Series Mania Institute	2024 Serial Bridges 劇集開 發培訓工作坊	● 培育對象：6 組團隊，包括 5 組臺灣團隊與 1 組印尼團隊。 ● 課程：總共四階段，第一階段實體舉辦於法國里爾 Series Mania 劇集展，團隊可參與大師講堂、交流活動，近身與國際知名劇集統籌交流。第二與第三階段邀請國際劇本導師，透過團體討論、個別諮詢，給予編劇及劇集開發策略建議。第四階段在 TCCF 進行公開提案。
4	提案 培訓	安錫國際 動畫市場 展 MIFA CAMPUS	安錫國際動畫 市場展提案培 訓工作坊	● 培育對象：5 組臺灣動畫團隊。 ● 課程：透過團體討論、個別諮詢，給予臺灣團隊提供提案培訓與開發建議。
5	多元 IP	歐洲影視 製作人才 培育學程 EAVE	TIES THAT BIND 2023 國 際合製工作坊 (第二階段)	● 培育對象：亞洲製片 5 人（含臺灣製片 1 人）、歐洲製片 5 人、專業人士 5 人。 ● 課程：第二階段於義大利烏迪內舉辦。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。參與者將可於義大利烏迪內「亞洲焦點創投市場展」期間，與來自亞洲及歐洲最頂尖的銷售代理、投資人、潛在合製夥伴洽商。
6	多元 IP	歐洲影視 製作人才 培育學程	TIES THAT BIND 2024 國 際合製工作坊	● 培育對象：亞洲製片 5 人、歐洲製片 5 人、專業人士 5 人。 ● 課程：工作坊課程包含劇本諮詢、製作諮詢、歐亞合製

表 19：113 年文策學院辦理課程（創業經營、提案培訓、多元 IP 等三大類型課程）

序	類型	合作單位	課程名稱	課程辦理成果
		EAVE	(第一階段)	籌資、國際合製案例，以團體討論、團體課、一對一諮詢等形式進行。第一階段工作坊舉辦於 113 年 TCCF 創意內容大會期間，參與者可與來自歐、亞、美的國際參展者交流、洽商。
7	多元 IP	韓國非戲劇類節目製作公司 Something Special	2024 LEAP 非戲劇類節目共同開發計畫(第一階段大師講堂)	● 培育對象：50 組臺灣製作團隊。 ● 課程：邀請韓國非戲劇類節目製作人，分別就遊戲、音樂、戀愛、益智競賽、生活風格類節目提供製作心法。以及與國際平台合作、獲取品牌贊助等經驗分享。
8	多元 IP	法國南特三洲影展旗下南方製片工作坊	2024 TAICCA x PAS 國際劇情長片培訓工作坊(第一階段至第三階段)	● 培育對象：6 組亞洲團隊，包括 2 組臺灣團隊、1 組日本團隊、2 組菲律賓團隊與 1 組越南團隊。 ● 課程：工作坊內容聚焦影視產業的合製架構，以培育新銳製片為目標，透過課程、開發中案件陪伴與個別諮詢等，提供重要的工具以及國際合製技巧。第三階段帶領入選團隊於 TCCF 提案專場進行提案。
9	多元 IP	韓國創意製片宋真先	IP 改編影視作品開發工作坊	● 培育對象：大師講堂計 124 位學員參與。工作坊第一階段選入 10 組臺灣 IP 團隊，甄選 5 組進入第二、三階段工作坊。 ● 課程：大師講堂以「一個創意製片的改編觀點」提供創意製片的關注焦點、與觀眾溝通的有效方法，以及 IP 改編的案例分享。工作坊透過個別諮詢提供開發建議，第三階段帶領入選團隊於 TCCF 提案專場進行提案。
10	創業經營	全律會法律課程	保證讓你賺！文化人必懂的法律知識及協商技巧	● 培育對象：臺北場課程計 45 名，高雄場課程計 56 名文化內容產業從業人員報名，希冀強化學員之法律知識，提升對無形資產之談判、交易的能力，進而促進文化內容產業的長期永續發展。 ● 課程：本院與全國律師聯合會（全律會）合作進行課程規劃，課程聚焦六大主題涵蓋著作權基本觀念、合製授權到籌資管道選擇等相關實用法律知識。

表 19：113 年文策學院辦理課程（創業經營、提案培訓、多元 IP 等三大類型課程）

序	類型	合作單位	課程名稱	課程辦理成果
11	多元 IP	韓國釜山亞洲電影學院 (Busan Asian Film School, AFiS)	TAICCA×AFiS 劇情長片開發工作坊	● 培育對象：韓國影視產業講座計 110 位學員參與。工作坊選入 6 組臺灣劇情長片企劃案進行提案、故事、製作等培訓。 ● 課程：韓國影視產業講座分別針對「韓國影劇市場概況」、「焦點—韓國電影的故事商機」、「案例探討—韓國電影的故事策略分析」等三個主題公開授課。工作坊透過團體討論、個別諮詢提供入選企劃案提案、故事、製作上的建議。
12	多元 IP	國際業界講師	好萊塢動畫開發系列工作坊	● 培育對象：10 組開發中之學齡前／6-11 歲兒少動畫劇集或長片企劃案。每組團隊兩人為限（導演或編劇／製作人）。 ● 課程：工作坊邀請好萊塢資深動畫產業師資，並分為三階段：「大師講堂」、「培訓課程」、「一對一導師課」，經培訓課程後篩選 5 案，並媒合其參與展會。
13	多元 IP	Netflix 創意產業平等基金計畫	NETFLIX x TAICCA 影集編劇：編劇室實驗工作坊	● 培育對象：共計 42 位學員參與。包含有參與短片、影集或電影作品經驗之編劇 30 人；有完成短片、影集或電影作品之製作人 12 人。 ● 課程：工作坊聚焦於「編劇室」(Writers' Room) 方法運作，並一探編劇群之間如何構思劇本以及體驗與團隊合作協作上的挑戰。工作坊邀請國內外編劇、演員、節目製作等知名業界人士擔任講師，分享每個階段可應用的觀念與技能，並練習在團隊中合作與實際運用。
14	多元 IP	國內業界講師	故事打造工作坊	● 培育對象：共計 80 位學員參與。包括具故事創作經驗之創作者、初接觸創作新手及對寫劇本與小說有興趣者。 ● 課程：共計七週主題課程，搭配一對一寫作諮詢，工作坊邀請國內學者、編劇、編輯、記者等，從「故事的起點」、「故事的結構」、「故事的取材」、「老題材新視野-愛情篇」、「故事的工具」至「期末座談與作業點評」，一步步引領學員故事創作歷程。

表 19：113 年文策學院辦理課程（創業經營、提案培訓、多元 IP 等三大類型課程）

序	類型	合作單位	課程名稱	課程辦理成果
15	提案 培訓	業界講師	2024 Busan Story Market 展前培訓工作坊	● 培育對象：Busan Story Market 入選團隊，共 10 組。 ● 課程：為協助參與釜山電影市場展 Story Market 參展者，掌握提案技巧、優化提案內容並提高媒合成功機率，規劃三場提案培訓課程，包含「提案架構與簡報技巧」、「2024 ACFM & BSM 介紹」、「韓國產業講座」、「提案演練與團體討論」，透由實際演練提案技巧，於 ACFM 亞洲內容暨電影市場展 Busan Story Market 單元順利提案，促進作品媒合開發。
16	多元 IP	韓國釜山資訊產業振興院 (BIPA)	2024 TAICCA × BIPA 條漫專業進修課	● 培育對象：甄選曾有商業漫畫平台連載經驗之漫畫家共 10 人參與。 ● 課程：為期 48 天培訓課程，邀請韓國漫畫家 Oh Su min、Kim Tae-Soo、Kim Hye-won、Nam Jung-hoon 來臺及線上授課，透過題問認識臺灣網路漫畫市場格局、趨勢、文化差異、類型偏好，分享 K-Webtoon 的變化與趨勢。分組指導學員，並針對學員作品方向、角色設定、情節發展、分鏡等細節檢視及討論，完成第一話稿件上字、產出並發表。
17	多元 IP	韓國釜山資訊產業振興院 (BIPA)	2024 TAICCA × BIPA 條漫新秀培育課	● 培育對象：甄選有意成為職業漫畫家的新秀共 9 人參與。 ● 課程：為期 14 天之新秀培育課程，邀請韓國漫畫家 EOM TAEBOOK、Yoo Seungjin、LEE AH YOUNG 來臺授課，除了分享創作經驗與方法外，還有更多實際操作與個別指導的時間。透過逐一面談，確認學員的創作方向及偏好類型。並透過 Clip Studio、SketchUp 製作軟體學習、設定人物及劇情大綱、手稿製作及上色至完稿等課程，陪伴學員完成完整的一話條漫。
18	創業 經營	業界講師	幫你找讀者：AI 數位浪潮下的出版完全行銷攻略	● 培育對象：出版社行銷人員及個人創作者，系列課程計 60 人報名參與。 ● 課程：為增進出版產業行銷發展及人才培育，開辦基礎能力培養及數位工具應用方法兩大主題，藉行銷趨勢解

表 19：113 年文策學院辦理課程（創業經營、提案培訓、多元 IP 等三大類型課程）				
序	類型	合作單位	課程名稱	課程辦理成果
				析、豐富案例及經驗分享來增進學員對市場的敏銳度，並進一步以實作工作坊的札實訓練，幫助學員提升文案創作能力及數位工具應用能力。

表 20：113 年培訓提案接軌國際創投、提案大會或國際培訓工作坊			
序	案名	國際提案大會	參與本院之培訓計畫
1	Maid of Vengeance 打掃阿姨	Series Mania 臺灣專場	2024 SERIES MANIA X TAICCA 提案培訓工作坊
2	Seven Sins： Greed Kills 七宗罪	Series Mania 臺灣專場	2024 SERIES MANIA X TAICCA 提案培訓工作坊
3	Our Quiet Days 最惡	Series Mania 臺灣專場	2024 SERIES MANIA X TAICCA 提案培訓工作坊
4	Ages of Flora 花神	Series Mania 臺灣專場	2024 SERIES MANIA X TAICCA 提案培訓工作坊
5	No Hero 沒有英雄	Series Mania 臺灣專場	2024 SERIES MANIA X TAICCA 提案培訓工作坊
6	雲影傳說	Partners Pitches：Taiwan Spotlight	2024 安錫國際動畫市場展 提案培訓工作坊
7	不露斯摩思 流浪故事集 （紳士前傳）	Partners Pitches：Taiwan Spotlight	2024 安錫國際動畫市場展 提案培訓工作坊
8	歡迎來到朵莉之家	Partners Pitches：Taiwan Spotlight	2024 安錫國際動畫市場展提案培訓工作坊
9	宇弘與翻車魚	Partners Pitches：Taiwan Spotlight	2024 安錫國際動畫市場展提案培訓工作坊
10	雲之獸	Partners Pitches：Taiwan	2024 安錫國際動畫市場展提案培訓工作坊

表 20：113 年培訓提案接軌國際創投、提案大會或國際培訓工作坊

序	案名	國際提案大會	參與本院之培訓計畫
		Spotlight	
11	正午	TCCF 提案專場	IP 改編影視作品開發工作坊
12	讓我陪著你	TCCF 提案專場	IP 改編影視作品開發工作坊
13	It's Showtime!	TCCF 提案專場	IP 改編影視作品開發工作坊
14	縫隙	TCCF 提案專場	IP 改編影視作品開發工作坊
15	失控元宇宙	TCCF 提案專場	IP 改編影視作品開發工作坊 Serial Bridges 劇集劇本開發工作坊
16	好了嗎	TCCF 提案專場	Serial Bridges 劇集劇本開發工作坊
17	關係暴力	TCCF 提案專場	Serial Bridges 劇集劇本開發工作坊
18	東京最後的孩子	TCCF 提案專場	Serial Bridges 劇集劇本開發工作坊
19	千禧鎮	TCCF 提案專場	Serial Bridges 劇集劇本開發工作坊
20	Toilet Tales	TCCF 提案專場	Serial Bridges 劇集劇本開發工作坊
21	BING. BONG. BANG.	TCCF 提案專場	TAICCA x PAS 劇情長片培訓工作坊
22	一座島嶼的假設	TCCF 提案專場	TAICCA x PAS 劇情長片培訓工作坊
23	深夜旅館	TCCF 提案專場	TAICCA x PAS 劇情長片培訓工作坊
24	Please Bear With Me	TCCF 提案專場	TAICCA x PAS 劇情長片培訓工作坊
25	Taste of Exception	TCCF 提案專場	TAICCA x PAS 劇情長片培訓工作坊
26	Waiting for Godard	TCCF 提案專場	TAICCA x PAS 劇情長片培訓工作坊

3-2、優化產調報告，掌握國內外產業趨勢

3-2-2、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 20,000 次以上、媒體引用次數至少 20 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。上述研究成果總瀏覽次數達 92,000 次以上、媒體引用次數共計 96 則不同的媒體文章引用。

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，辦理發布之調查報告及專題研究共 9 案。

113 年文策院共發布 9 份調查報告，包括 2022-2023 年臺灣文化創意產業發展年報（<https://reurl.cc/ZZ624l>）、2022-2023 年臺灣文化內容產業調查報告 4 冊（<https://research.taicca.tw/static/report>）、文策院圖書出版季報 2024.Q1（<https://reurl.cc/Kda2Oy>）、文策院圖書出版季報 2024.Q2（<https://reurl.cc/A6N99Q>）、文策院圖書出版季報 2024.Q3（<https://reurl.cc/741YYy>）、2023 年臺灣文化內容消費趨勢調查報告（<https://reurl.cc/V0d2nY>）。

其中，2022-2023 年臺灣文化創意產業發展年報係依據文創法統計調查 15 項文創產業 2022 年營業額，2022-2023 年臺灣文化內容產業調查報告分 4 冊報告，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」等文化內容產業各項產業數據，亦包含圖書出版品銷售額、電視節目製作時數、演唱會場次，與國產遊戲發行數量等觀測產業發展趨勢之統計數據。

再者，為優化出版產業研究的數據收集與調查方向，深化產調研究對產業的實質助益，本院於 113 年成立「出版產業研究委員會」且試辦圖書出版季報，以觀察出版市場最新趨勢，共發布 3 份季報告「文策院圖書出版季報 2024.Q1」、「文策院圖書出版季報 2024.Q2」、「文策院出版季報 2024.Q3」，內容包含 ISBN 預計發行之、網路書店上架書目和通路實際銷售 Top 30 資料。另於 113 年 8 月發布 2023 年臺灣文化內容消費趨勢調查報告，調查過去一年 15 至 69 歲民眾在八類文化內容領域（影視、Podcast、音樂、流行音樂展演、表演藝術、出版、電玩遊戲、原創角色）的閱讀和消費狀況，並與歷年調查結果比較，從數據了解產業與受眾變化。

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，本院安排國外重要之行政法人及產業代表安排訪問，蒐集相關資訊，並積極參加國際論壇，摘要重點以利院內外人士理解最新產業資訊及動態。交流訪談對象包括韓國韓國文化產業振興院 KOCCA（Korean Creative Content Agency）、韓國藝術管理服務中心 KAMS（Korean Arts Management Service）、重要國際產業代表 Licensing International、All3Media、ITV Studios，英國文化新創投資公司 Figurative；參加論壇包含 Kidscreen、K-Musical Roadshow、日舞影展大師論壇、台北音樂博覽會、TGDF 台北遊戲開發者論壇、首爾角色授權展論壇等等。另外本院亦積極與學校系所、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，交流單位包括法國 CNC（Centre national du cinéma et de l'image animée）及義大利帕維亞交換學者等。

3. 蒐集、發布國內外最新產業數據及商情

因應業界對公開資料及國內外產業趨勢的需求，本院每週固定發布 3 至 5 篇國際商情文章於本院官網之產業研究資料庫（網址：<https://research.taicca.tw/>），內容橫跨影視、出版、漫畫、遊戲、流行音樂、表演藝術、時尚設計等產業領域。透過提供最新趨勢商情報導，協助各界掌握重要的國內外重點產業消息。113 年度共發布 207 則國際商情，累計閱覽人次逾 9 萬 2 千人次。

113 年持續追蹤疫後產業復甦趨勢、戰爭影響及通貨膨脹等挑戰，以及業內購併和資源整合等重要事件，其中「美國售票公司 Ticketmaster 的動態定價機制可以有效抑

止黃牛或引起更大的紛爭？」及「2024 遊戲業趨勢觀察：懷舊 IP 帶風向，主打穩健營收」等文章為 113 年熱門閱覽文章。另外，亦有分析 IP 跨域開發的最新案例，數位科技應用的解析，包括 AI 技術、動畫市場與韓國文化內容趨勢及全球布局等相關產業訊息。另外透過論壇、座談會、產業諮詢會等活動辦理，捲動產業人士交流討論最新資訊、進行產業倡議，同時蒐集產業情報。

4. 電子刊物 TAICCA issue（文策誌）改版，持續更新

TAICCA issue 為本院發行的電子刊物（網址：<https://taiccaissue.taicca.tw/>），以研究型內容為主，藉由研究調查及定期追蹤，剖析出版、影視、動畫、遊戲、流行音樂、表演／視覺藝術等文化內容產業的重點趨勢、產業發展及跨領域影響。透過電子刊物的形式，深度聚焦產業研究、事件追蹤、圖解趨勢及數據觀點等多元專欄內容，定期提供文化內容各產業的關鍵市場動態和發展趨勢。

自 113 年 3 月 31 日起，建置全新網站頁面，轉型為兩個月一期發佈產業文章的電子刊物。以分析產業發展趨勢為主，藉由研究調查及定期追蹤，剖析出版、影視、動畫、遊戲、流行音樂、表演／視覺藝術等文化內容產業的重點趨勢、產業發展及跨領域影響，透過 TAICCA 聚焦、產業研究、事件追蹤、圖解趨勢及數據觀點等多元專欄內容，提供更深入與專業的產業分析視角，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〉為截至 113 年 12 月底閱覽人數最高的文章。

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
1	學術 論文 引用	主動報導	2020 年臺灣文化內容產業調查報告 III 流行音樂產業；2021 年臺灣文化內容產業調查報告 III：流行音樂、廣播產業；2022 臺灣文化創意產業發展年報；	<u>韓國獨立音樂的發展與臺灣聽眾的接收</u>	政大機構典藏

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
			2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查		
2	網站 文章 引用	主動報導	2022 年臺灣文化內容產業調查報告 III：流行音樂、廣播產業；2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查；跨域文化內容閱聽調查	<u>華語流行樂 20 年：從周杰倫、影視主題曲、到網路唱紅的抖音歌，你的單曲循環是哪一首？</u>	Readr+ 讀+
3	新聞 媒體	主動報導	2022 年臺灣文化內容產業調查報告 III：流行音樂、廣播產業；2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>音樂祭：一場共作的媒體策展環境</u>	媒體素養教學資源網
4	網站 文章 引用	主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>改名有改運嗎？Google 的這些服務換新名字你覺得有比較好嗎？</u>	T 客邦
5	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>遠傳 friDay 影音首推年度回顧 沉浸在你的追劇體驗</u>	遠傳電信、中央社、臺灣民眾電子報
6	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>遠傳 friDay 影音蟬聯本土 OTT 影音平台網路聲量第一 春節優惠最高 6.7 折再抽開運禮</u>	遠傳電信、中央社、蕃薯藤、PChome
7	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>遠傳電信 2024 年 1 月份營利概況 (自結)</u> <u>遠傳電信公布 2024 年 1 月份自結營利概況</u>	遠傳電信、中央社、自立晚報
8	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>遠傳 friDay 影音勇奪本土 OTT 平台付費訂閱第一</u> <u>遠傳 friDay 影音勇奪本土 OTT 平台付費訂閱第一 獨家劇《夜晚盛開的花》春節收視刷新高</u>	中央通訊社、威傳媒

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
9	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>國際強敵環伺 遠傳 friDay 影音奪本土 OTT 付費訂閱第一</u>	經濟日報、聯合新聞網、豐 雲學堂（永豐金證券）
10	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>龍年春節假期追劇熱 電信三雄 OTT 平台收視翻倍</u>	鉅亨網、Yahoo! 股市、豐 雲學堂（永豐金證券）
11	新聞 媒體	主動報導	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>遠傳 friDay 影音勇奪本土 OTT 平台 付費訂閱第一 獨家劇《夜晚盛開的 花》春節收視刷新高</u>	遠傳電信
12	新聞 媒體	主動報導	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>遠傳電信 2024 年 1 月份營利概況出 爐</u>	臺灣民眾電子報
13	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>遠傳以投代購力挺本土原創 年度 愛情電影重磅出擊</u>	遠傳電信、新聞稿自助吧、 中央通訊社
14	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>遠傳以投代購力挺本土原創《青春 18×2 通往有你的旅程》全球上映 遠 傳貼心寵粉推出會員特映場 遠傳以投代購力挺本土原創年度愛 情電影《青春 18×2 通往有你的旅 程》全球上映</u>	遠傳電信、match 生活網、 Zeek 玩家誌
15	新聞 媒體	主動報導	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>蔡明忠「電視會活得更好」，5 年後 為何賣掉 MOMO TV？年虧億元背 後有什麼難題？</u>	數位時代
16	新聞 媒體	主動報導	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>電影院人潮回溫 紅杉娛樂宣布首度 進軍電影市場</u>	經濟日報
17	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>紅杉娛樂深耕臺灣影視市場！致力 打造最全面的華人影視 IP 生態系 格帝集團紅杉娛樂首度進軍電影市 場 致力打造華人影視 IP 生態系</u>	遠見雜誌、動腦雜誌
18	新聞 媒體	主動報導	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>淺談臺灣 Podcast 市場未來，聲音變 現力如何創造粉絲經濟？</u>	科技新報

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類 型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
19	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>搶進科技生活家大商機！睽違三年 BenQ 祭全新產品線、定調今年電玩 年 持續深耕自有品牌 明基電通強攻電 競市場有成 BenQ 發表一系列電競顯示器新品 Q2 起陸續推出</u>	太報、鏡新聞、鉅亨網
20	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>遠傳「大人物」策略發威遠傳 friDay 影音導入三大 AI 功能 遠傳 friDay 影音導入三大 AI 功能 遠傳「大人物」策略發威 遠傳 friDay 影音導入三大 AI 功能</u>	遠傳電信、中央社、工商時 報、PCHome 新聞、中時新 聞網
21	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>《通網股》導入 AI 助陣 遠傳 friDay 影音人氣飆</u>	中時新聞網、工商時報、 yahoo! 股市
22	新聞 媒體	主動報導	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>【OTT 平台經營術 1】從日韓助拳 人強攻台劇 friDay 影音居本土付費 OTT 冠軍</u>	鏡新聞、Yahoo! 新聞
23	新聞 媒體	主動報導	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>全球首創合法音樂串流平台 KKBOX 獲三大台日電信營運商支 持</u>	KKCOMPANY
24	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>KKBOX 穩固商業模式 電信商通路 營收占比 46%</u>	自立晚報、Yahoo! 新聞
25	新聞 媒體	主動報導	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>科科科技 Q1 電信商通路營收占比增 至近 5 成</u>	MoneyDJ 理財網
26	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>【娛樂透視】friDay 影音重塑商業 模式 多面向打造娛樂生態圈</u>	鏡新聞、Yahoo! 新聞、 match 生活網
27	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>【本土 OTT 策略轉型 1】公視+緊跟 趨勢 打造獨特內容擴展收視</u>	鏡新聞、Yahoo! 新聞、 FTNN 新聞網、match 生活 網

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類 型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
28	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>【娛樂透視】公視+自製節目緊跟趨勢 本土 OTT 策略轉型擴受眾</u>	鏡新聞、Yahoo! 新聞、 match 生活網、LINE Today、FTNN 新聞網
29	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>國人 OTT 愛看什麼？遠傳：韓綜收視時間漲 48%</u> <u>國人 OTT 愛看什麼？遠傳：韓綜收視時間漲 48% 凱擘看火影抽眼鏡好禮包</u> <u>國人 OTT 愛看什麼？遠傳：韓綜收視時間漲 48%！尼爾森認市佔本土第一</u>	工商時報、奇摩股市、遠傳 電信、yahoo!新聞、三立新 聞網、GNEWS、臺灣民眾 電子報、蕃薯藤
30	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>KKBOX 母公司「掛牌胎死」背後 股東有來頭</u>	今日新聞、PCHome 新聞
31	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>【科科科上市失利】科科科技子公 司 2 度出海受挫 KKBOX 出招對決 Spotify 穩江山</u>	鏡新聞、yahoo!新聞、 FTNN 新聞網、MSN 新聞
32	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>本土 OTT 平台 friDay 影音奪三冠 遠 傳揭三大關鍵</u>	中央社、遠東集團新聞稿
33	新聞 媒體	主動報導	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>「雙子座女性，加班好累」看什麼 片好入睡？friDay 追劇問 AI，翻紅 冷門片庫</u>	天下雜誌
34	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>加速文化創業！文策院副院長：盼 助臺灣出品站上國際</u>	聯合報、天天要聞、台北市 文化創意產業扶植企劃
35	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>臺灣人最愛看啥節目？調查結果竟 是「這個」：「不分年齡」男女都 超愛它</u>	民視新聞、Yahoo! 新聞、 LINE 新聞
36	新聞 媒體	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>只看電視的人越來越少！臺灣民眾 最愛串流影音平台排名出爐</u>	自由時報

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類 型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
37	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>文策院調查：OTT 使用率超過電視 頻道 收看電視低於一成</u>	Newtalk 新聞、Yahoo! 新聞
38	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>文策院最新調查出爐！遠傳 friDay 影音連續四年本土 OTT 平台付費訂 閱第一</u> <u>文策院調查 friDay 影音連四年本土 OTT 付費訂閱第一名</u> <u>《通網股》文策院最新調查！遠傳 friDay 影音 OTT 付費訂閱 4 連莊</u>	遠傳電信官方新聞稿、豐雲 學堂（永豐金證券）、聯合 報、Yahoo! 股市新聞、工 商時報、中時新聞網、富聯 網
39	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>文策院調查 friDay 影音連四年本土 OTT 付費訂閱第一名</u> <u>文策院最新調查出爐！遠傳 friDay 影音連續四年本土 OTT 平台付費訂 閱第一</u> <u>遠傳 friDay 影音連續四年本土 OTT 平台付費訂閱第一。</u> <u>【產業動態】文策院調查 friDay 影 音連四年本土 OTT 付費訂閱第一名</u>	經濟日報、中央社、自由時 報、臺灣傳播調查資料庫
40	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>影視、Podcast 與音樂消費新趨勢 串 流 OTT 崛起、Podcast 收聽率顯著下 降</u>	匯流新聞網、台北市廣告代 理商業同業公會、臺灣調查 網 趨勢民調
41	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>串流平台崛起 臺灣傳統電視觀眾 比例跌至 8%</u>	匯流新聞網、臺灣調查網 趨 勢民調
42	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>臺灣玩家就是愛 Switch！擁有率比 PS5、Xbox 加起來還要高</u>	自由時報、港臺熱話
43	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>遠傳深耕數位轉型 H1 新經濟營收成 長 10%</u>	工商時報、中時新聞網
44	新聞	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費	<u>遠傳 2024 年第二季法說會今登場 遠</u>	遠傳電信官方新聞稿

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類 型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
	媒體		趨勢調查	<u>亞併綜效持續發酵</u>	
45	新聞 媒體	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	《通網股》遠傳併亞太綜效發威 Q2 <u>多項指標超財測</u>	中時新聞網
46	新聞 媒體	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>遠傳 2024 年第二季法說會今登場 遠 亞併綜效持續發酵 財務指標雙位數 成長</u>	中央社
47	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>遠傳電信公佈 2024 年 7 月份營利概 況</u> <u>遠傳電信 2024 年 7 月份營利概況 (自結)</u> <u>遠傳電信 2024 年 7 月份營利出爐</u>	Yahoo! 新聞、自立晚報、 遠傳電信官方新聞稿、中央 社、臺灣民眾電子報
48	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>遠傳前 7 月 EPS 1.96 元 合併縱效、 5G、新經濟齊發威</u>	豐雲學堂、經濟日報、聯合 新聞網
49	影片 引用	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	《臺灣文化消費趨勢調查報告》 <u>2023 人們的閱聽消費習慣是什麼？</u>	宅宅軍團長 VTuber Ch.
50	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>文策院「閱聽諸事會社」亮相 2024 臺灣文博會，揭示文化內容消費新 趨勢</u>	臺灣文博會、愛料理
51	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>瞄準「訂閱經濟」 臺灣大哥大電信 獨賣「天下數位全閱讀」服務</u> <u>《通網股》瞄準「訂閱經濟」 臺灣 大電信</u> <u>臺灣大電信獨賣「天下數位全閱 讀」服務 新戶前三個月免費</u>	臺灣大哥大、中央社、 Yahoo! 新聞、工商時報、 中時新聞網、經濟日報、豐 雲學堂
52	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>臺灣漫畫《遺忘之神》原畫手稿 永 和民權分館展出</u> <u>歐洲火紅的臺灣漫畫！《遺忘之 神》原畫手稿 永和民權分館首度展 出</u>	國立教育廣播電臺、Yahoo! 新聞、中央社、太平洋新聞 網、蕃薯藤、工商時報

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類 型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
				<u>《遺忘之神》原畫手稿 永和民權分館首度展出</u> <u>臺灣漫畫《遺忘之神》歐洲火紅 原畫手稿特展首度新北展出</u> <u>漫畫閱創嘉年華新北圖登場 展出台灣漫《遺忘之神》紅到歐洲</u>	
53	新聞 媒體	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>天下數位全閱讀 臺灣大獨家銷售</u>	經濟日報
54	新聞 媒體	主動報導	2022 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>新北市圖永和民權分館推漫畫閱創嘉年華系列活動</u>	臺灣新生報
55	新聞 媒體	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>年輕人愛在社群平台聽歌 2023 年成長 26%</u>	Yahoo! 新聞
56	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>電子書僅兩成讀者付費 業者嘆:出不行、出了卻難賺錢</u> <u>電子書漸成主流 讀者僅一成八付費</u>	Yahoo! 新聞、聯合新聞網、聯合新聞網
57	新聞 媒體	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>電子書漸成主流 願付費買僅 1 成 8</u>	人間福報
58	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>遠傳攜手本土與國際夥伴創建投資基金</u> <u>臺灣大好速成 雙告捷 高頻寬方案用戶占比達 4 成</u>	Yahoo! 新聞、Yahoo! 新聞、自立晚報
59	新聞 媒體	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>眼球經濟當道 OTT 躍主流 顛覆「看電視」定義</u>	經濟日報
60	新聞 媒體	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>專訪 Max 如何挑戰臺灣 OTT 榜首 Netflix? 加碼投資台劇有望? 華納高層曝關鍵戰略</u>	數位時代
61	新聞 媒體	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費趨勢調查	<u>看好有聲市場! CxC 創利市集推聲音作品上架 新增配音配樂功能</u>	聯合新聞網

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類 型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
62	新聞 媒體	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>中華電信旗下加值服務「i 聽聽」公 布《2024 年度閱聽報告》「i 聽聽」 多元內容為用戶創造碎片時間價 值，AI 主播登場亮相</u> <u>中華電信「i 聽聽」創造碎片時間價 值 AI 美女主播「艾婷婷」登場</u>	中華電信、經濟日報、中央 社
63	新聞 媒體	主動報導	2023 年臺灣文化內容消費 趨勢調查	<u>我的票，要賣給誰？〈表演藝術相 關調查資料與趨勢分享〉</u>	Par 表演藝術官網
64	新聞 媒體	主動報導	2020 年臺灣文化創意產業 發展年報	<u>花蓮原住民「時尚設計新秀大賞」 產業發展邁向新紀元 徐榛蔚冀望世 界看見原民時尚之美</u>	花蓮縣政府
65	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2020 年臺灣文化創意產業 發展年報	<u>「原住民時尚新秀大賞」啟動 跨 域共創計畫點亮花蓮時尚之美</u>	民生電子報 OwlNews 奧丁丁
66	新聞 媒體	主動報導	2020 年臺灣文化創意產業 發展年報	<u>「時尚設計新秀大賞」深耕育才</u> <u>「跨域共創」導入主流 花蓮原住民 族時尚產業發展邁向新紀元</u>	花蓮縣政府原住民行政處
67	新聞 媒體	主動報導	2020 年臺灣文化創意產業 發展年報	<u>「時尚設計新秀大賞」深耕育才 跨 域共創導入主流</u>	更生新聞網
68	網站 文章 引用	主動報導	2022 年臺灣文化內容產業 調查報告 III：流行音樂、 廣播產業	<u>從全球的音樂產業探索香港市場的 發展方向</u>	Recoroad
69	影片 引用	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	<u>日本動漫年收 5600 億！臺灣也能有 傳奇動漫師嗎？</u>	品橘
70	網站 文章 引用	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	<u>原創角色設計全攻略 從風格定位 到 IP 經營</u>	Hahow 好學校
71	新聞	主動報導+	2022 年臺灣文化創意產業	<u>青年局帶你飛！插畫手創作者看過</u>	政府新聞

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類 型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
	媒體	轉載	發展年報	<u>來 前進韓國參展 徵選說明會即刻啟 動</u>	今傳媒
72	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	<u>旺報社評》習近平的兩岸和平之球</u>	中時旺報
73	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	<u>搶食角色 IP 經濟大餅 文策院當推手</u>	今日新聞
74	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2022-2023 臺灣文化創意 產業發展年報、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	<u>疫情催生「體驗經濟」 手作風潮 帶動逾 1.7 億產值</u>	華視新聞 Yahoo! 新聞
75	學術 期刊/ 論文	主動報導	2022 年臺灣文化內容產業 調查報告 III：流行音樂、 廣播產業	<u>探究虛擬音樂會中觀眾對聲光效果 的生理反應研究：以臺灣樂團五月 天為例</u>	國立臺北科技大學
76	網站 文章 引用	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	<u>2024 年東京品牌角色國際商談展</u>	貿友網站
77	學術 期刊/ 論文	主動報導	2022 臺灣文化創意產業發 展年報	<u>金箔文創商品商業模式之研究-以藏 金閣立體金箔畫為例</u>	國立暨南國際大學
79	學術 期刊/ 論文	主動報導	2022 臺灣文化創意產業發 展年報	<u>公司治理評鑑與企業績效的關聯性： 以文化創意產業上櫃公司為例</u>	國立中央大學
80	網站 文章 引用	主動報導	2022-2023 臺灣文化創意 產業發展年報	<u>2024 文創產業新聞報導獎得獎名單 正式揭曉頒獎典禮訂 8 月 17 日舉行</u>	中華新聞記者協會

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類 型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
81	新聞 媒體	主動報導	2022-2023 臺灣文化創意 產業發展年報	2022-2023 臺灣文化創意產業發展年 報 專題報導	Freedom Men Art News 自由 人藝文資訊
82	新聞 媒體	主動報導	2022-2023 臺灣文化創意 產業發展年報	自由開講》檢討高雄國家體育場虧 損?! 監察院應以更宏觀角度看 待!	自由時報
83	新聞 媒體	主動報導	2022-2023 臺灣文化創意 產業發展年報	2022-2023 臺灣文化創意產業發展年 報-2	Freedom Men Art News 自由 人藝文資訊
84	新聞 媒體	主動報導	2022-2023 臺灣文化創意 產業發展年報	《流行音樂及文化內容產業》	Freedom Men Art News 自由 人藝文資訊
85	新聞 媒體	主動報導	2022-2023 臺灣文化創意 產業發展年報	2022-2023 臺灣文化創意產業發展年 報-4	Freedom Men Art News 自由 人藝文資訊
86	網站 文章 引用	主動報導	2022-2023 臺灣文化創意 產業發展年報	打造個性化體驗：生成式 AI 與 AI 動作辨識技術改變沉浸式互動體驗	財團法人資訊工業策進會 數位轉型研究院
87	網站 文章 引用	主動報導	2022-2023 臺灣文化創意 產業發展年報	看見臺灣 土銀邀曾郁文老師舉辦 多媒材創作展	臺灣土地銀行
88	新聞 媒體	主動報導	2022-2023 臺灣文化創意 產業發展年報	文創產業工作者，更應該關注複雜 的契約關係，進而保障自己權益的 議題。	典藏
89	網站 文章 引用	主動報導	2022-2023 臺灣文化創意 產業發展年報	VTuber 粉絲經濟來了！數位商品收 入 7 成靠周邊、贊助	應援科技
90	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣兒少影視內容 觀影行為調查	臺灣大 MyVideo 瞄準兒童商機 Moonbug IP 攻佔兒童榜 Top 4	臺灣時報、中央社、 史塔夫科技事務所
91	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	2023 年臺灣兒少影視內容 觀影行為調查	臺灣大瞄準兒童商機 MyVideo 豪華 月租限時買 1 送 1	經濟日報、聚財網、聯合新 聞網
92	新聞	主動報導	2023 年臺灣兒少影視內容	臺灣大 MyVideo 瞄準兒童商機	臺灣大哥大

表 21：113 年調查研究成果之媒體主動報導或轉載之列表

序	類型	主動報導 /轉載	引用報告	文章標題	媒體
	媒體		觀影行為調查	<u>Moonbug IP 攻佔兒童榜 Top 4 童樂會 FUN 連假 最低 29 元看《巧虎》</u> <u>等人氣 IP 電影版 MyVideo 豪華月租</u> <u>限時買 1 送 1 再抽 Moonbug 周邊玩</u> <u>具商品</u>	
93	新聞 媒體	主動報導	文策院圖書出版季報 2024.Q1	<u>被討厭的勇氣只排第六名！2024 四</u> <u>大通路 Q1 暢銷書人氣 TOP 10</u>	網路溫度計
94	新聞 媒體	主動報導+ 轉載	文策院圖書出版季報 2024.Q2	<u>「紙本書」定價 6 年內上漲 4 成！</u> <u>出版 1 本新書平均價格 559 元</u> <u>紙本書定價 6 年內漲 3-4 成 與電子</u> <u>書同步出版成主流</u> <u>書貴得有感 紙本書 6 年漲 40%</u>	Yahoo! 新聞、台視新聞 網、公視新聞網、MSN 新 聞、中時新聞網
95	新聞 媒體	主動報導	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	<u>金漫 15》類型敘事與多元題材的成</u> <u>熟，漫畫展現強大商業能量：金漫</u> <u>獎評審團專訪</u>	Openbook
96	新聞 媒體	主動報導	<u>商情專文：你最近花了多</u> <u>少錢看演唱會？娛樂通膨</u> <u>跟 SXSW 有甚麼關係？</u>	<u>疫後演唱會經濟大爆發！助長「玩</u> <u>樂通膨」票價越來越貴</u>	Yahoo! 新聞、TVBS

肆、完善內部營運機制：符合法規，確保行政法人組織功能及營運機制長久運行

4-1、完善採購循環，系統性降低重大違失或瑕疵採購案件數量

4-1-1、降低採購違失或瑕疵案件數：（1）113 年無採購作業發生重大違失。（2）113 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 4%。

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。113 年度本院辦理公告金額以上之案件共計 66 件（含藝文採購）；瑕疵件數共計 0 件，佔總件數之比率為 0%。

4-2、增加本院財務獨立性，達成年度自籌款比率達成率

4-2-2、達成年度自籌款比率達成率：自主財源來源之年度收入達新臺幣 600 萬元。

績效說明：

113 年度本院自籌款累計實際數 3,066 萬 6,392 元，收入來源包含漫畫基地經營管理租金收入、CCC 數位平台相關收入（含授權）、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、高階數位模型庫使用收入、文策學院工作坊課程收入、出版展會出版社專區服務收入、TCCF 創意內容大會收入（含展證、展位、獎項支持、大會合作等）收入、專案活動及投資收入、文化幣捐贈收入等，已達 113 年本項指標目標自籌收入金額 600 萬元以上。

4-3、進用身心障礙人員比率達成率

4-3-3、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%。

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。113 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 3.352%。

表 22：113 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	179	6	3.35%
2 月	175	6	3.42%
3 月	176	6	3.40%

表 22：113 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
4 月	177	6	3.38%
5 月	174	6	3.44%
6 月	170	6	3.50%
7 月	177	6	3.38%
8 月	178	6	3.37%
9 月	179	6	3.35%
10 月	186	6	3.22%
11 月	186	6	3.22%
12 月	187	6	3.20%

註：員工總人數以當月份 1 號之人數計算。

伍、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：

113 年度文策院預算書編列的預算數為 500 萬元，而今年度 4-2-2 績效指標目標數為新臺幣 600 萬元。本年度累計實際數 3,066 萬 6,392 元。主要係：

- 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
- CCC 數位平台相關收入（含授權）1,185,698 元
- IP Lab 相關收入 2,123,136 元
- 高階數位模型庫 144,873 元
- TCCF 相關（展證、展位、獎項支持、大會合作）17,868,815 元
- 出版展會出版社專區服務收入 681,267 元
- 文策學院收入 336,136 元
- 專案活動及投資收入 775,183 元
- 文化幣及捐贈收入 7,242,716 元

2、經費核撥事項概況

(1) 預算編列：

- 文化部補助公務預算：733,202,000 元
 - 預算書 745,563,000 元，含年度折舊提列並認收入 13,761,000 元及資本門帳務列至資產 1,400,000 元。
- 文化部補助專案預算：279,490,000 元
 - 預算書 283,383,000 元，含年度折舊提列並認收入 3,893,000 元。
- 預計核撥合計：1,012,692,000 元

(2) 核撥及決算事項概況：

- 文化部補助公務預算核定：733,202,000 元
 - 原預算 745,563,000 元（含折舊攤提），預計核撥 733,202,000 元。

- 決算表達 743,356,328 元，為核撥數 733,202,000 元增列資本門及折舊表達至收入 19,095,416 元、增列前年度保留款執行 23,696,486 元及減列本年度保留款轉至預收 32,637,574 元。
 - 文化部補助專案預算核定：437,966,000 元
 - 原預算 283,383,000 元（含折舊攤提），預計核撥 263,186,000 元。
 - 決算表達 389,331,741 元，為預計核撥數 263,186,000 元增列折舊表達至收入 1,533,162 元、增列本年度新增專案計畫 178,196,436 元、減列本年度保留款轉至預收 53,583,857 元。
 - 核定可支用合計：1,171,168,000 元。
- (3) 預算及核撥之差額合計為：158,476,000 元。
- 差額主要係年度間新增黑潮專案計畫（84,780,000 元）、臺灣流行音樂史及推展計畫專案計畫（90,000,000 元）、華山專案計畫統刪（-16,304,000 元）。