

創意台灣

Creative Taiwan

文化創意產業發展方案

主辦機關：經濟部、新聞局、教育部、文建會
報告機關：行政院文化建設委員會

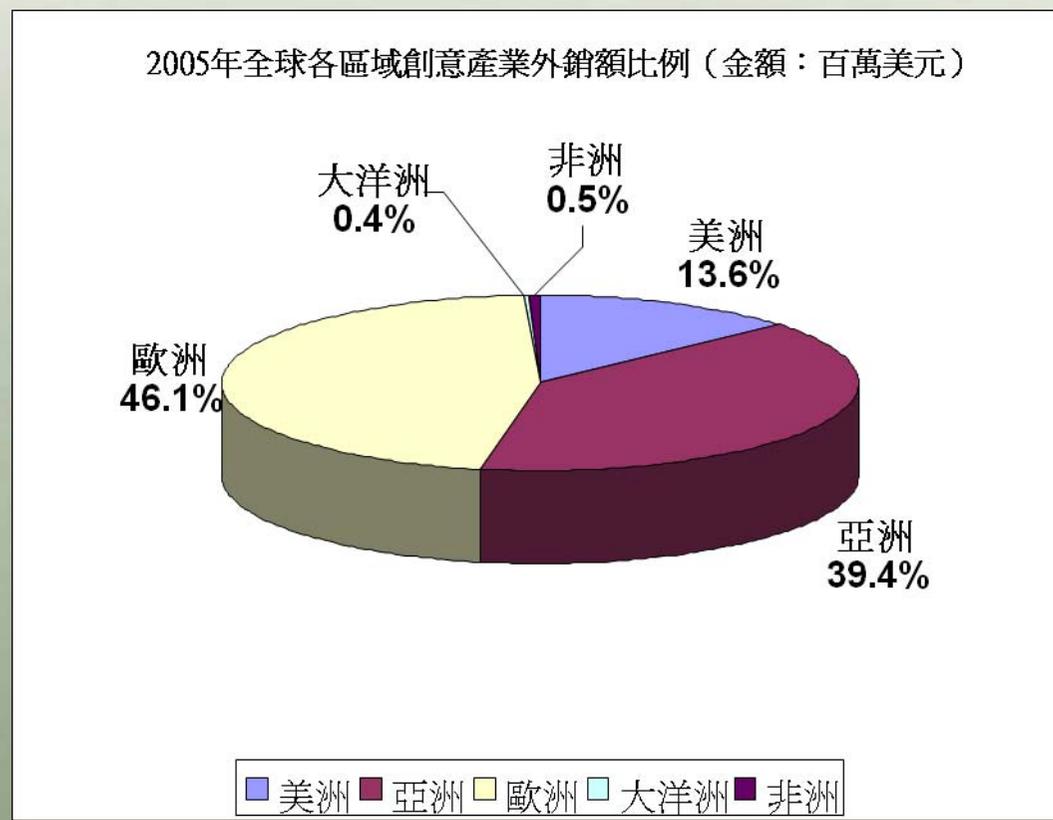
98年5月14日

壹、前言

繼第三波「資訊產業」經濟後，文化創意產業被視為「第四波」經濟動力；特別是金融海嘯後，全球華人的經濟影響力受到矚目，靠的不再只是經濟實力，而是各國文化的創造力，亦即價值觀，是文化特色，也是生活方式的顯現。



全球文化創意產業趨勢

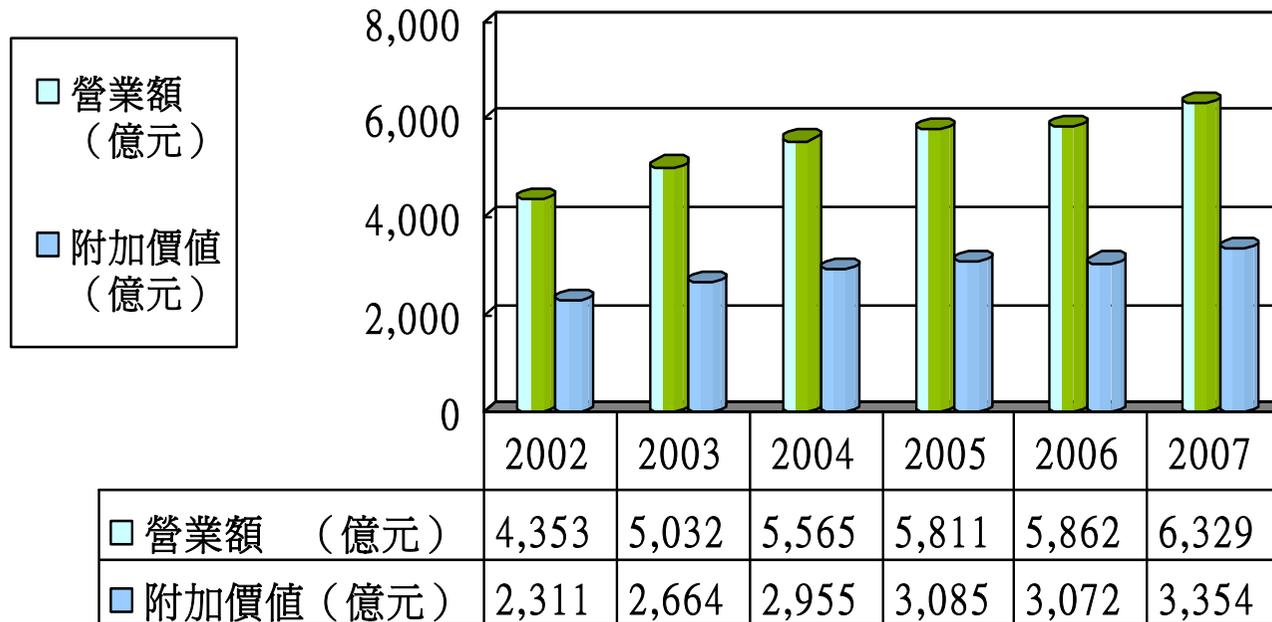


資料來源：UNCTAD（2008），《2008 Creative Economy Report》

- 10年來亞洲國家外銷額成長驚人，顯示以中國為首的亞洲發展中國家，推動創意產業已有顯著成果。

我國文化創意產業現況

2002-2007年文化創意產業營業額及附加價值統計表



資料來源：社團法人中華民國藝術文化環境改造協會根據財政部財稅資料中心磁帶資料估算。

- 2002至2007年營業額增加1,976億元；附加價值增加1,043億元，年平均成長率為7.73%。較我國同期GDP年平均成長率3.7%為高。

台灣文創發展SWOT分析

優勢 Strength	弱勢 Weakness
<ul style="list-style-type: none">➤ 自由創作環境，優秀人才輩出，民間創造力源源不絕。➤ 開放多元社會，藝文活動呈現多元性與多樣性。➤ 充分透明的資訊，社會接受新事物與新觀念的可塑性強。➤ 科技發達，文化創意產業可藉由新科技優勢多元結合，多元傳播創新發展➤ 地方文化活力強，民眾對藝文活動與創意生活的需求日增。	<ul style="list-style-type: none">➤ 可以產業化與不需要產業化分際不夠明確，與民間的需求和期待產生落差。➤ 政府主管部門分散，缺乏整合平台。➤ 市場小、規模小，無法靠內需市場形成產業，國際市場的開發力弱。➤ 文化政策亦受政經環境影響，民間對政策的延續性存有疑慮。➤ 資金來源不足，缺乏投資的鼓勵措施。➤ 智慧財產權未受尊重保護。➤ 藝文界缺乏整合、行銷與管理人才。
機會 Opportunity	威脅 Threat
<ul style="list-style-type: none">➤ 台灣文化自由開放特色，可成為華人世界品牌，可帶動華人文創產業經濟➤ 華人經濟崛起，大中華區域經濟形成➤ 兩岸開放的大趨勢，使台灣文創產業有開拓的空間。➤ 民間人才充足，自主性與參與性高。	<ul style="list-style-type: none">➤ 大陸有廣大內需市場，易於進軍世界市場，亦以文創為重點發展產業，兩岸有競爭壓力。➤ 文化差異，讓台灣文創產業進入大陸有優勢，但大陸法令限制，有待兩岸談判解決。➤ 亞洲國家如韓國、日本、泰國、印度等 5 不斷崛起，形成競爭。

貳、發展策略與內容

願景

期程

2009年~2013年

使台灣成為亞太文創產業匯流中心

立足台灣，開拓大陸市場，進軍國際

環境整備 推動架構

旗艦計畫

建構友善之發展環境

發揮領頭羊效益

資 金
挹 注

產 業
研 發
輔 導

市 場
流 通
拓 展

人 才 培
育 及
合 機 制

產 業 聚
集 效 應

電 視
產 業

電 影
產 業

流 行 音
樂 產 業

數 位 內
容 產 業

設 計
產 業

工 藝
產 業

環境整備

策略一：資金挹注

行政院國發基金200億元 **投資**

- 成立創投，專注文化創意產業的投資

經濟部

融資/信保

- 數位內容及文化創意產業優惠貸款
- 經濟部工業局促進產業研發貸款
- 經濟部中小企業處 信保基金

獎勵

- 政府各部會舉辦之
競賽獎金

租稅優惠

- 產業創新條例(草案)
研發及人才培育支出
抵營所稅
- 文創法(草案)
營利事業購票捐贈得以費用列支
捐贈文創事業經費得列費用

補助及輔導

- 政府各部會及地方之補助計畫
- 財團法人文創基金會

策略二：產業研發及輔導

建立產業情報網

促進投融资與產業媒合

加強智財權保護與應用

建構無形資產評價機制

提供產業軟硬體共用設施

成立輔導窗口提供各項服務

策略三：市場流通及拓展

- 推動結合文化藝術展演、國際會展與觀光產業之具體方案：
如於結合「台北世界設計大會」舉辦文化創意產業博覽會。



策略四：人才培育及媒合機制

➤ 鬆綁聘僱國際人士薪酬及停留期間等規定，

以延攬國際大師、導演來台擔任顧問，培育國際行銷運籌人才、智財權及無形資產評價等人才。

➤ 建立經紀證照制度，提升國際認同與價值。

➤ 整合國內外專業機構與產業資源，強化國際行銷與管理運籌能力。

策略五：產業集聚效應

華山創意文化園區



臺中創意文化園區



嘉義創意文化園區



臺南創意文化園區

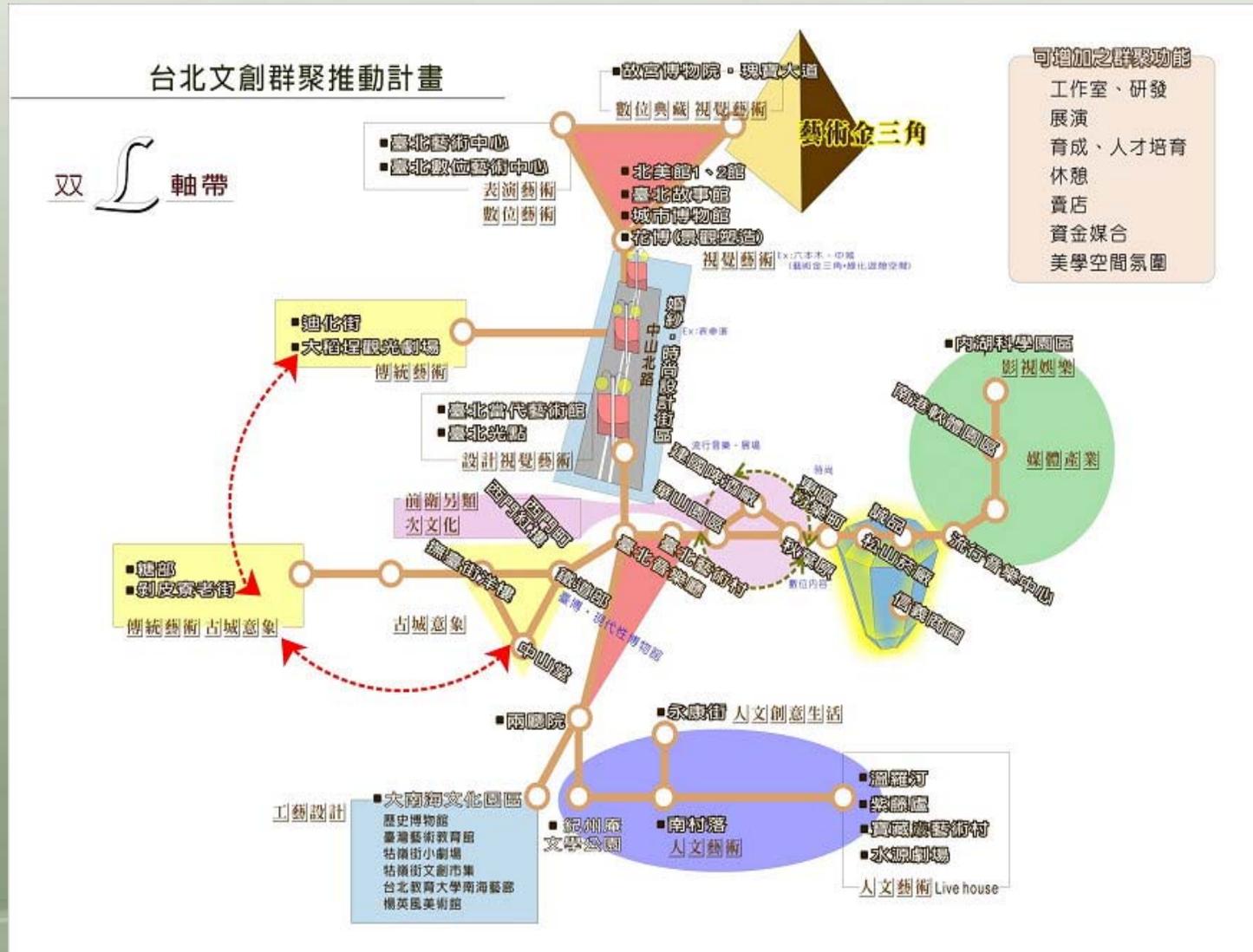


花蓮創意文化園區



重點扶持有形與無形之文創園區，以形成週邊之產業鏈，帶動民間更多的投資與發展。

台北都會中心文創雙L軸帶計畫



打造華山成為一 表演藝術的希望樂園

- 每年固定一個月以城市生活為主題，發展各類創新表演作品和多元的文創周邊產業，將文化、創意完全融入其中，創造台北的亞維儂藝術節慶氛圍，讓華山成為華人世界最具實驗精神與開創能力的藝文場域。
- 每年邀請國外藝術經紀人5至10位來台，促成台灣表演藝術節目輸出，並帶動境外觀光客遊園。



肆、文創產業旗艦計畫

六大旗艦計畫

電視內容產業

電影產業

流行音樂產業

數位內容產業

設計產業

工藝產業

一、電視內容產業旗艦計畫

才庫開發計畫（人才培訓）

1. 開辦電視編劇研習營，協調大專院校設置電視編劇相關課程。
2. 推動產學合作，培養學生編、演、導、製及後製實作技能。
3. 與影劇相關團體合辦影劇創作新人獎活動。
4. 協助產業建立與國際優良製作團隊合作機制。

風潮崛起計畫（創意製作）

1. 成立市場趨勢研究智庫。
2. 強化現行節目產製輔導，逐步提高節目製作經費補助額度。
3. 籌劃並辦理國際合製電視劇輔導方案。

環境再造計畫（健全環境）

1. 修改電視媒體本國自製節目的比例
2. 推動置入性行銷法令鬆綁，建立電視劇產業與企間合作平台
3. 研議設置相關機制，增加政府預算以外之資金挹注

台潮擴散計畫（開拓海內外市場，接軌國際）

1. 結合觀光拔尖旗艦計畫，與影劇團體合作規劃製作大型華人流行性娛樂節目
2. 擴大並積極參與國際展覽
3. 推動聯合銷售機制
4. 強化駐外單位之文創推手角色
5. 建立外銷獎勵機制
6. 輔導業界產製多種語版內容

預期成效

才庫開發計畫

風潮崛起計畫

環境再造計畫

台潮擴散計畫

時裝劇

偶像劇

推動兩岸合拍
(搶佔大陸電視黃金時段)

3,000小時

製作累計時數
474 小時

2014年海外市場銷售

30.62億元

9.8億元

2014年大陸市場版權銷售

25.05億元

3.44億元

二、電影產業旗艦計畫

發展策略

重點計畫

協助業者拍出
在華語市場叫
好叫座之國片

影航爭霸計畫

推動「華語市場趨勢研究院」

推動「創意開發中心」

輔助國片業者拍攝具華語市場競爭力之中、大型國片
針對中、小型影片，制定不同性質之輔導機制

建立策略性華
語市場發行及
推廣輔導機制

四海翱翔計畫

加強輔導國片內、外市場行銷機制

建立國片消費鼓勵機制

擴大「金馬獎」成爲國際級之指標性影展

配合法令鬆綁(含合拍機制)及政策談判，開拓國片大陸市場

厚植我國電影
人才及工業基礎

神鬼奇兵計畫

推動「電影大師傳承計畫」

導引國內、外及大陸影片在台進行前、後製工作

推動我國電影從業人員與國際接軌，提升國片製作水準

提升我國電影工業前、後製及數位化水準

預期成效

影航爭霸計畫 四海翱翔計畫 神鬼奇兵計畫

輔助兩岸合拍電影

每年平均1部

增為

每年10部



三、流行音樂產業旗艦計畫

網羅明珠計畫（人才培訓）

1. 培育音樂創作類新秀及團體企劃專案
2. 鼓勵跨國技術合作機制在台製作並帶動台灣人才與技術提升。
3. 大專院校增設流行音樂專業課程。
4. 補助赴國外音樂技術研習及聘用國外師資技術合作。
5. 鼓勵唱片界與教育界建教合作。
6. 培植多元語言創作人才發展及作品推廣。

深耕夢土計畫（獎勵保存）

1. 籌辦金曲市場展及獎勵音樂工業發展
2. 籌劃辦理亞洲獨立音樂獎項
3. 辦理流行音樂文化資產保存
4. 相關法令鬆綁及推動使用者付費之智財權觀念

天音傳播計畫（研發推廣）

1. 活化運用表演空間、協助製作及展演設施之更新升級
2. 輔導鼓勵辦理國內音樂活動、強化校園音樂活動及資深歌手表演活動。
3. 獎勵製作以音樂為題材之大型音樂劇、電玩遊戲、歌舞電影及電視等。
4. 結合觀光產業，辦理音樂主題式觀光活動。
5. 輔導業者建置數位匯流之商務機制媒合平台及平台推廣。

飛騰萬里計畫（海外行銷）

1. 籌設流行音樂市場趨勢研究智庫
2. 制定輔導音樂團體赴大陸表演之中、長期補助計畫
3. 輔導音樂表演者參加國際型音樂活動及短期駐點演出
4. 鼓勵並補助業者參與國際性重要音樂獎項
5. 協助進入大陸市場之智財權協商

預期成效

網羅明珠計畫 深耕夢土計畫 天音傳播計畫 飛騰萬里計畫



結合觀光產業，辦理音樂
展演及主題觀光活動



投資報酬率 6.4 倍

(5年投入152.13億元，總產值共5,298.06億元，較目前5年產值4320.4億元，淨增加977.66億元)



五年總產值成長躍升圖

四、數位內容產業旗艦計畫

數位內容產業發展旗艦計畫

一、策進大型投資及創新加值，帶動數位內容產業規模成長

二、進行數位內容學院功能轉型，充實學院多元機能並擴大培育高階人才

三、善用既有資通訊產業優勢，發展數位內容創新產品、商業模式及新興市場

四、輔導企業導入數位學習與應用典藏素材，提升產業附加價值

重點計畫

產業發展躍進計畫

- 促進投資與產業媒合
- 雛形與新產品補助
- 2010年亞太國際論壇
- 推動智慧終端服務
- 推動數位出版示範應用

數位內容學院計畫

- 培訓中高階人才
- 提供專業共用設施
- 成立動畫開發聯盟
- 導入國際專案製作

國際領航拓展計畫

- 4C創作與UGC競賽
- 數位內容系列競賽
- 全民數位遊戲大賽
- 2010年國際嘉年華展
- 國際參展與市場拓銷

數位學習與典藏增值計畫

- 數位學習產業發展
- 數位學習企業應用
- 數位典藏增值應用

預期成效

產值

2013年產值達 6,800 億元

投資

促成產業投資額達 285億元

國際合作

國際合作金額達 140 億元

產業創新

促進產業創新產品數量達 200 件，衍生
產值達100億元

國際市場

培育5家年營收20億元之國際級企業，開發
國際級產品達10 件

人才培訓

培訓產業專業人才達 4,500 人次

五、設計產業旗艦計畫

設計產業發展計畫

一、強化設計服務能量，提高設計服務業營業額

二、運用設計資源輔導廠商，提升產品附加價值

三、打造設計產業園區，促進產業群聚效應

四、帶動全國設計運動，提升全民美學素養

五、塑造我國國家品牌形象，以設計行銷台灣

重點計畫

設計產業旗艦計畫

一、台灣設計產業翱翔計畫

1. 協助傳統產業運用設計提升附加價值
2. 協助科技產業全球設計運籌
3. 協助設計服務業開發市場
4. 促進設計研究創新應用
5. 強化設計人才培訓

二、2011世界設計大會暨設計年推動計畫

1. 建立設計年推動機制籌劃設計年相關工作
2. 打造我國設計地圖帶動全國全年全民設計運動
3. 塑造設計年品牌形象擴大國內外推廣宣導

三、台灣創意設計中心進駐松山菸廠計畫

1. 進行室內設計及裝修工程，打造兼具人文與設計美學之場域
2. 台灣創意設計中心進駐並試營運

四、創意生活產業發展計畫

1. 評選創意生活事業
2. 推動顧客體驗輔導
3. 行銷生活風格特色
4. 深化產業合作交流

五、商業設計發展計畫

1. 商業設計產業輔導
2. 產業國內外交流及廣宣
3. 商業設計菁英培訓

預期成效

產值

2013年產值達 1,000 億元。

投資

促進產業投入產品設計開發達新台幣9億元，
衍生創造產值900億。

創意園區

建置松菸文化園區成為文化創意產業之創作、展售、
體驗園區。

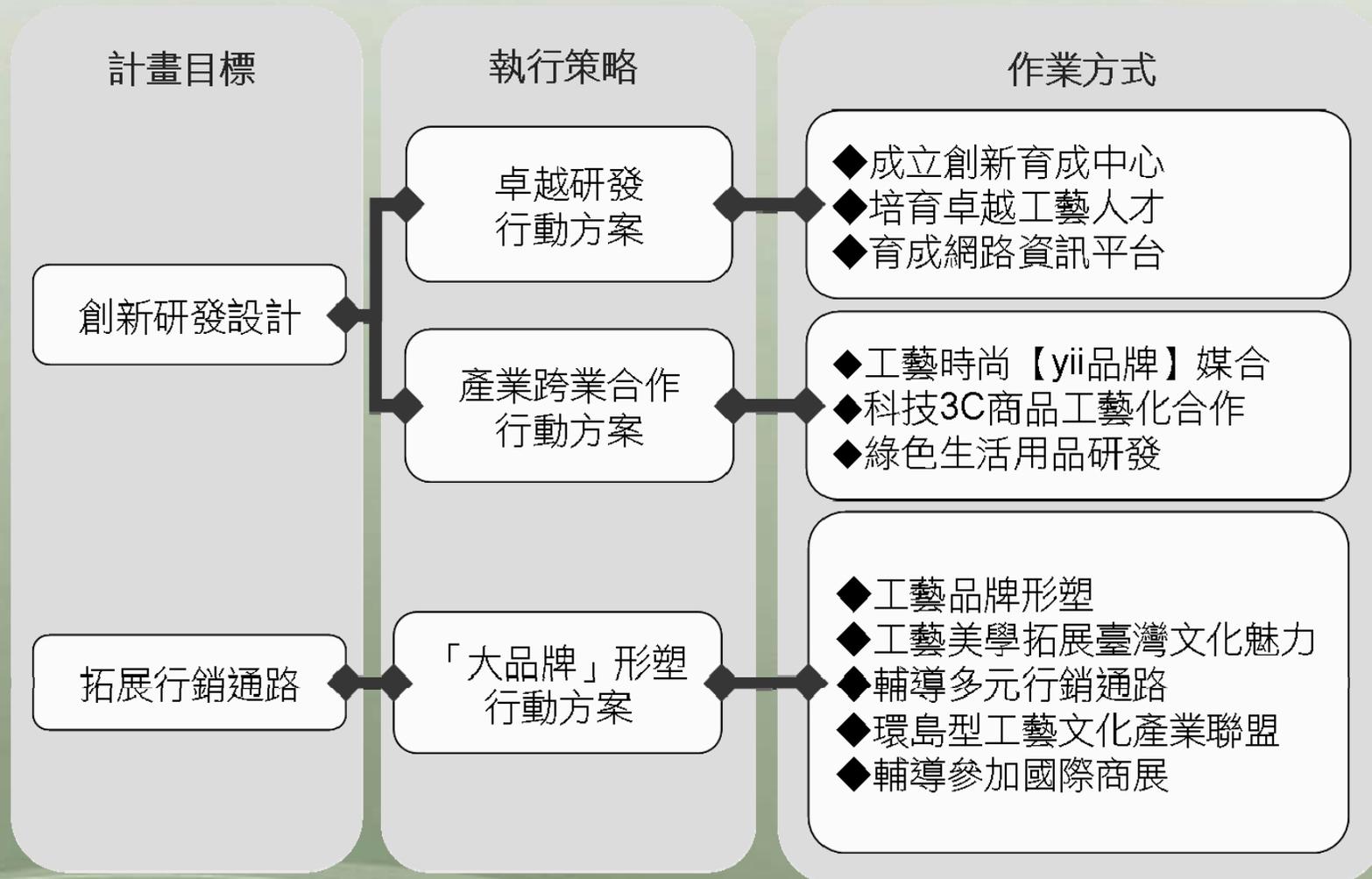
國際大獎

獲國際4大設計獎項達800件以上。

世界設計大會

吸引60國，3,000位國內外設計師來台。

六、工藝產業旗艦計畫



預期成效

創新研發設計

- ✓ 提高傳統工藝產業朝創意設計產業轉型之成功率。
- ✓ 完成目標培訓1,500人次專業工藝創新設計與技術研習學員數。
- ✓ 預估累計80件跨產業研創、動態研究及國際交流研創活動。
- ✓ 結合異業合作能量,提高文創產品產值,預計媒合80件合作開發案計畫,完成1,000-2,000件

拓展行銷通路

- ✓ 完成100家之工藝之家輔導、50家工藝品牌形塑案,創造工藝產品產品差異化與競爭力。
- ✓ 輔導設置5至10個聚合市場創造多元市場通路爭取工藝產品能見度及行銷通路,預估計畫產值達10億元以上。
- ✓ 積極媒合工藝家與民間設計公司、產銷企業進行授權開發,創造商機且預估計畫產值可達4億元以上。
- ✓ 誘發民間投資產值預估有50億媒合異業結合部分投資40億、代理經紀投資10億。

伍、預期效益

台灣成為亞太文創產業匯流中心

國民藝文消費比率由13%提升至15%

未來五年內六項旗艦產業總產值達1兆元，增加20萬就業人口。

協助至少800件以上文創產品獲國際獎項，促成國際合作至少60億元以上，海外接案270案以上。

媒體總產值成長20%以上，海外獲利提升3倍以上。

簡報結束
敬請指教

