

行政院第 28 次科技顧問會議
議題一：文創社會

子題二：開拓文創產業市場

報告單位：行政院文化建設委員會

中華民國 97 年 11 月 17 日

簡報綱要

壹、前言

貳、國內外文化創意產業發展現況

參、目前面臨的問題

肆、我國發展文化創意產業的SWOT分析

伍、具體行動方案

陸、結論

柒、討論題綱

捌、附件一

附件二

壹、前言

一、文化創意產業的定義

二、文化創意產業的的三個面向

三、文化創意產業的型態

一、文化創意產業的定義

- (一)文化創意產業源自創意與文化積累，是具有創造財富與就業機會潛力，並能促進整體生活環境提昇的行業。
- (二)它兼顧經濟與文化發展，是經濟與國民生活的新形態。
- (三)它具多樣性、小型性、分散性特色，特別著重結合在地文化及全球性市場的深層思考。

二、文化創意產業的三個面向

(一)從政府的文化政策來看

文化提昇將成為國家發展的首要戰略，開放務實的觀光政策，拓展國際市場等，都是台灣未來重要的施政方針。

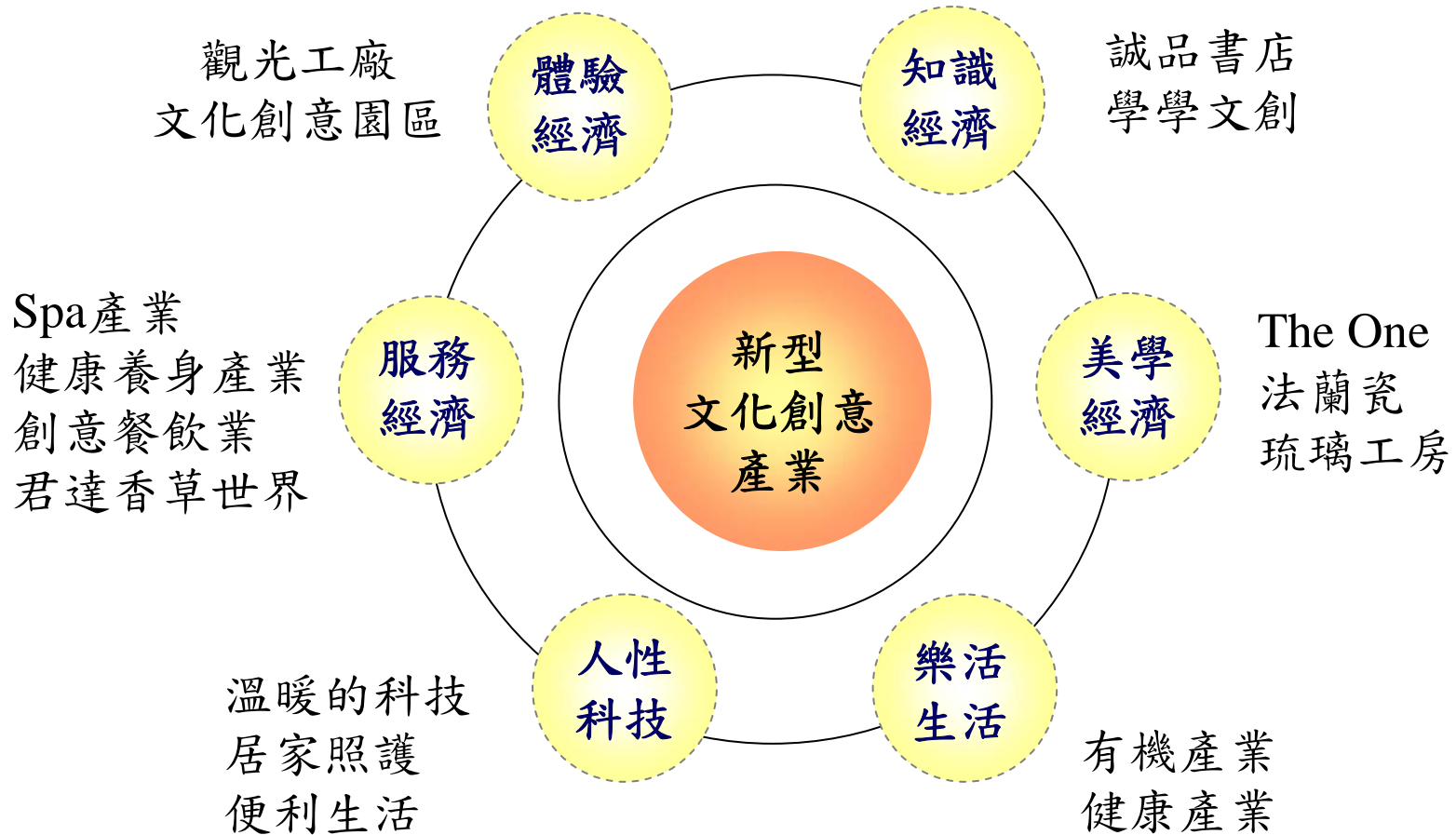
(二)從消費市場來看

消費型態逐漸轉變為分眾市場，強調個人品味的趨勢，創意及美學所創造的形象及感知的方式，將成為未來區隔市場及提升產品價值的思維。

(三)從產業觀點來看

運用數位科技、美學設計人才共同帶動以創意為核心的新興產業，如多媒體動畫、數位遊戲、時尚設計、創意生活、生活體驗等整合型的產業類型。

三、文化創意產業的型態



貳、國內外文化創意產業發展現況

一、國外文化創意產業發展概況

二、我國文化創意產業推動架構

三、我國文化創意產業發展計畫(第一期)

四、我國文化創意產業發展計畫(第二期)

一、國外文化創意產業發展概況

British

英國的創意產業是全國第二大產業，主要產業為軟體、遊戲、數位出版，預估創意產業每年產值可達**250~290**億英磅。

U.S.A

美國主要為版權產業，**2005**年產值將達**1兆388,1**美元，目前有**3,800**萬名創意階層，估計在未來**15**年內，創意產業的產值將達**6**兆多美元，成為全球最大的經濟動力之一。

Japan

日本的內容產業，主要為動漫畫、影音、遊戲產業，已成為日本第三大產業，已達**2,100**億日元。

Korea

韓國主要為數位內容、電影等產業，在政府的大力支持下，已成為世界第五大文化產業強國，韓流文化的國際輸出賺取相當高的外匯所得。

China

中國大陸文化產業的市場規模已達到**2,200**億美元，近年來平均成長率超過**25%**，佔大陸**GDP 2.1%**。

Australia

澳洲主要產業為影視產業、文化藝術的民間參與度高，義工數高達**1萬7000**多人，甚至高於台灣個別產業的就業人口。

二、文化創意產業的範疇與分工

視覺藝術產業 / 文建會

音樂與表演藝術產業 / 文建會

文化展演設施產業 / 文建會

工藝產業 / 文建會

藝術

文化創意
產業

媒體
文化

電影產業 / 新聞局

廣播電視產業 / 新聞局

出版產業 / 新聞局

廣告產業 / 經濟部

數位休閒娛樂產業 / 經濟部

設計產業 / 經濟部

設計品牌時尚產業 / 經濟部

創意生活產業 / 經濟部

建築設計產業 / 內政部

設計

三、我國文化創意產業發展計畫(第一期)

- (一)整備文化創意產業發展機制(跨部會合作)
- (二)設置文化創意產業資源中心(跨部會合作)
- (三)文創園區與工藝產業發展計畫(文建會主辦)
- (四)振興流行文化產業方案(新聞局主辦)
- (五)臺灣設計產業起飛計畫(經濟部主辦)

詳如附件一

四、我國文化創意產業發展計畫(第二期)

文
建
會

強化文化創意產業環境發展計畫
工藝創意產業發展計畫(旗艦計畫)
繼續推動文化創意園區計畫

經
濟
部

裝修松山菸廠暨台灣創意設計中心進駐計畫
2011 世界設計大會暨設計年推動計畫
台灣設計產業翱翔計畫
創意生活產業發展計畫

新
聞
局

推動台灣流行音樂產業計畫(旗艦計畫)
推動台灣電視劇產業計畫(旗艦計畫)

故
宮

故宮文化創意旗艦計畫

詳如附件二

五、我國數位內容產業發展現況

(一)總產值約為1795億

產值從 2001年1334億到 2007年已成長至3609億(範疇包含內容軟體、數位影音、網路服務、數位遊戲、電腦動畫、行動應用服務、數位出版典藏、數位學習領域。以數位遊戲成長 14.8% 為最多(2006下半年~2007下半年統計資料))。

(二)數位內容產業發展條例草案與文創法整合中

(三)辦理有主導性新產品輔導開發辦法修訂

(四)辦理產業發展衍生人才培訓需求

(五)提供青年創業貸款、微型創業貸款、及數位內容貸款等服務

參、目前面臨的問題

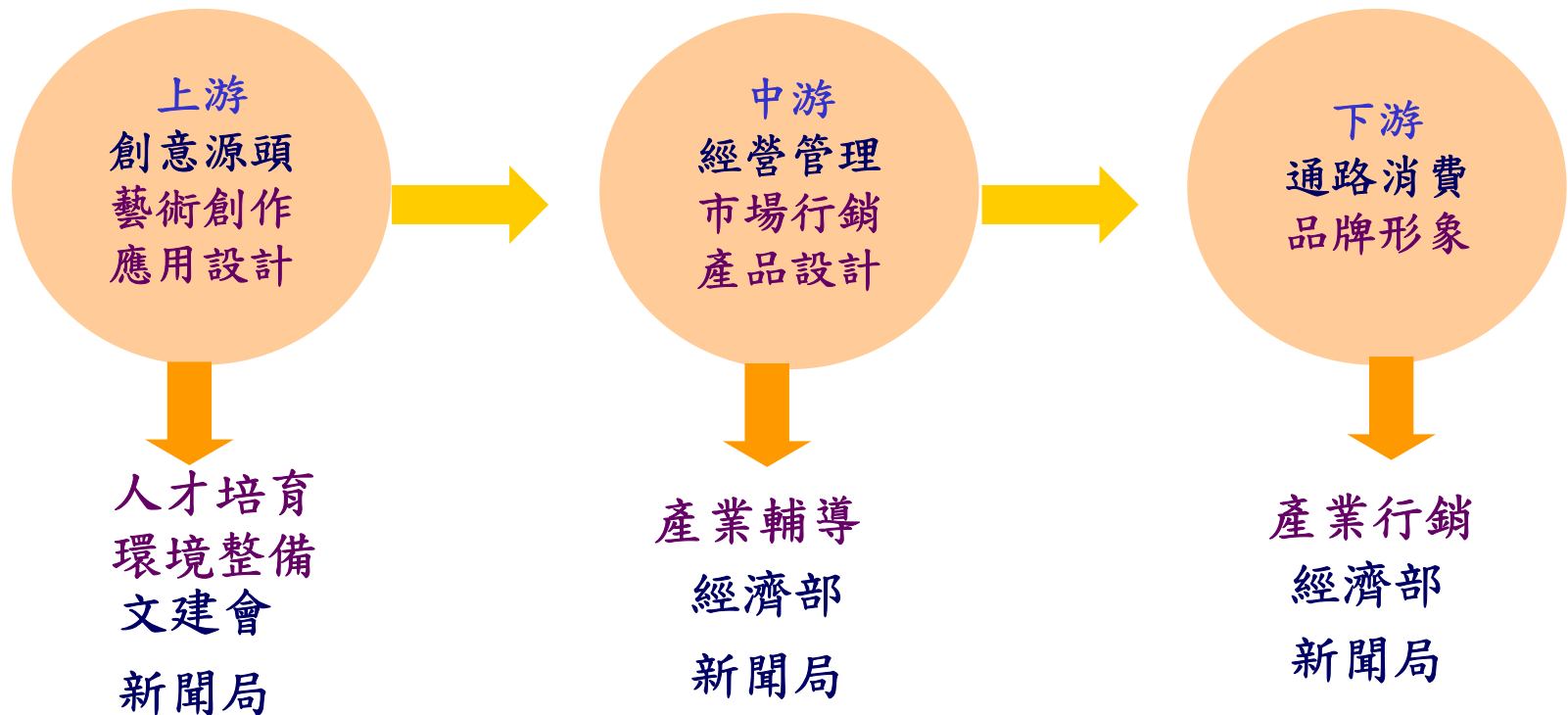
- 一、法規與發展機制尚未完備。
- 二、藝文資源不易產業化。
- 三、文化創意園區產業群聚效應尚未實現。
- 四、國際市場尚待開拓。
- 五、產業基礎研究不足，產業鏈未能建立。
- 六、數位典藏資源未能有效利用。
- 七、只有數位技術，數位內容待加強。

一、法規與發展機制尚未完備

- (一) 國內文創產業推動相關法令尚未完備。
- (二) 文化創意商品價值在於智慧財產權的保護，但我國智慧財產與專利相關的輔助機制亦未完備。

二、藝文資源不易產業化

- (一)藝術與商業仍然是涇渭分明，藝文能量不易產業化。
- (二)產業上中下游的分工無法有效整合，價值鏈不易成形。
- (三)國家藝文資源未能充分釋放，產業不易取得授權。



三、文化創意園區產業群聚效應尚未實現

- (一) 現有文化創意園區定位不明，與在地的產業資源連結性不強。
- (二) 園區經營缺乏產業進駐誘因，招商不易。
- (三) 園區規劃的主題性、前瞻性與體驗性不足，目前僅為閒置空間再利用的空間出租經營模式。



四、國際市場尚待開拓

- (一)過去數年重視台灣本土意識與文化的發掘，可形成對台灣的認同，然卻相對忽略了國際交流與國際市場的拓展。
- (二)華人市場需求可期，應善用中國內需市場成為台灣的 **Second Home Market**。

五、產業基礎研究不足，產業鏈未能建立

- (一)文化創意產業的基礎產業資料目前只有財稅資料，產業規模、人口、營業額等均無精確數字。
- (二)對新興產業所需新型態服務無法適時提供協助，產業價值鏈出現缺口，使產業不易發展。

六、數位典藏資源未能有效利用

- (一) 過去數年我國各機構大力推動數位典藏計畫，成果豐碩，但這些屬於國家的數位典藏資源目前無法有效提供民間利用。
- (二) 產業增值運用面臨授權、使用權、及通路推廣不易的問題。
- (三) 產業增值運用不知有效使用典藏資源，急需設計創意及數位技術的協助增值轉換。

七、只有數位技術，數位內容待加強

(一)數位內容與數位技術已是現代產業不可或缺載體，我國以往動畫王國的美名，在當今數位時代只剩技術價值。

(二)原創動畫劇本不足，投資不易、發行通路無法與國際接軌，都是造成數位動畫無法發展的原因。

肆、我國發展文創展的優劣勢

優 勢	劣 勢
<p data-bbox="110 331 929 416">社會民主，文化多元</p> <p data-bbox="110 439 929 525">中小企業靈活有彈性，創意豐富</p> <p data-bbox="110 548 929 634">數位與創意人力成本較先進國家低</p> <p data-bbox="110 642 929 728">華文“內容”創造具創意力</p>	<p data-bbox="974 321 1793 406">政府資源分散</p> <p data-bbox="974 439 1793 525">產業基本資料欠缺</p> <p data-bbox="974 548 1793 634">藝文資源產業化低</p> <p data-bbox="974 642 1793 728">智財權相關的產業應用機制不足</p>
機 會	威 脅
<p data-bbox="110 871 929 956">華人市場具有優勢</p> <p data-bbox="110 979 929 1065">電子商務市場有成長性</p> <p data-bbox="110 1073 929 1159">美學品味的生活型態轉變</p> <p data-bbox="110 1182 929 1268">歐美市場欠缺東方與華文元素</p>	<p data-bbox="974 878 1793 963">鄰近國家創意產業發展快速</p> <p data-bbox="974 986 1793 1072">國際買主與資金對台灣文創不了解</p> <p data-bbox="974 1080 1793 1166">國際拓展與國際行銷接軌弱</p> <p data-bbox="974 1189 1793 1275">全球經濟環境不佳</p>

伍、具體行動方案

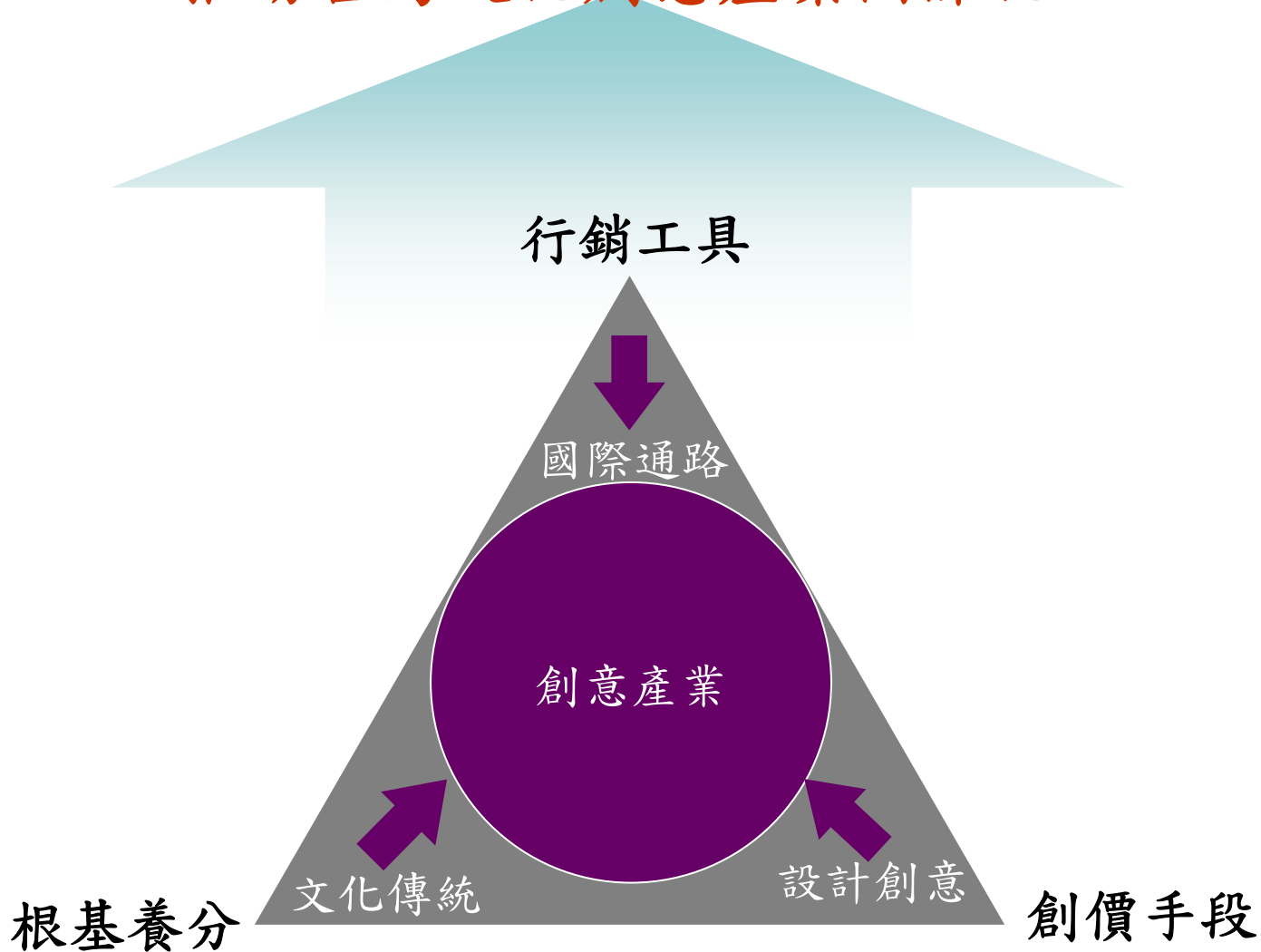
一、願景

二、發展策略

三、具體行動方案

一、願景

推動台灣文化創意產業國際化



二、發展策略



三、具體行動方案

- (一) 成立專責推動單位與網絡
- (二) 提升創意園區的營運效能
- (三) 建立產業發展的法規機制
- (四) 國際市場的接軌與開拓
- (五) 文化創意產業品牌輔導與評價

四、策略與行動方案

策略	具體行動方案	子行動方案
資源整合	成立專責推動單位與網絡	<ol style="list-style-type: none"> 1. 成立具有執行能量的推動組織 2. 組織文創產諮詢委員會及產業顧問團 3. 經營產業基礎調查與市場研究等計畫
園區活化	提升創意園區的營運效能	<ol style="list-style-type: none"> 1. 發展重點創意園區，定位各園區特色發展策略 2. 藉由扶植、育成→輔導、推廣→市場化的輔導進程，協助中小企業永續經營，加值藝文能量
法規環境	建立產業發展的法規機制	<ol style="list-style-type: none"> 1. 推動文創法立法 2. 提供稅務優惠 3. <u>建立文化智慧財產權鑑價機制</u> 4. 設置「文化创意產業發展基金」
國際行銷	國際市場接軌與開拓	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開拓國際市場資源 2. 辦理國際展與推動國際參展，加強文創品牌國際曝光度 3. 辦理創意產業知名品牌與人物國際行銷
產業輔導	文化创意產業品牌輔導與評價	<ol style="list-style-type: none"> 1. 推動台灣文創品牌輔導計畫 2. 推動博物館及數位典藏應用等文化品牌與商品加值計畫 3. 辦理文創育成與人培育訓

(一)成立專責推動單位與網絡

1.成立具有執行能量的推動組織

- 主司有文創產業展演推廣、專家諮詢及輔導、國際展會與交流、文創市場經紀、資金融資及法律授權等服務功能
- 推動跨域輔導與各項異業合作。

2.組織文創產諮詢委員會及產業顧問團

邀請國內外專家組成文創產諮詢委員會，定期提供推動單位產業發展意見；邀請國內外專家組織產業顧問團，持續長期的服務。

3.經營產業基礎調查與市場研究等計畫

- 政府每5年進行大規模產業普查，每2年進行小規模市調，以獲取發展趨勢資訊。
- 辦理市場情報研究與情報資料庫網站，提供業者最新訊息。

(二)提升創意園區的營運效能

1.發展重點創意園區，定位各園區特色發展策略

- 台北華山(當代數位藝術重鎮-結合光華商場的消費電子優勢+ 數位互動遊戲體驗+多媒體互動藝術+文創商城旗艦店)。
- 花蓮園區(台灣原民風采-山水觀光+生態體遊+原民表演+拌手禮)。
- 南投(台灣手感藝城-工藝手感體驗+展覽參觀+山城觀光+拌手禮)。
- 其他園區因應在地產業或藝文特色調整經營內容與策略。
- 台北故宮(老戲新唱-華人藝術經典+國際觀光知名度+教育產值+5感體驗+拌手禮)。



2.藉由扶植、育成→輔導、推廣→市場化的輔導進程， 協助中小企業永續經營，加值藝文能量

- 以低價誘因，吸引創意產業業者進駐，育成藝術、表演、文化、設計、工藝等工作室/個人/公司的經營需求。
- 提供育成機制與專家顧問團輔導，協助業者逐步創業壯大。
- 規劃園區具有商店、市集、open-house、表演等的綜合型體驗休閒空間，亦可提供園區業者實驗消費的第一手資訊。
- 建立平常日與假日的營運模式，活化園區使用。
- 提高與旅遊業者合作，加強團遊與觀光資源的運用。



(三)建立產業友善發展的法規機制

1.推動文創法立法

- 盡速促使文創法立法通過。
- 增訂文創產業相關經費佔國內生產毛額適當比例，宣示政府對推動文化創意產業之決心。

2.提供稅務優惠

- 鼓勵個人及企業參與，帶動藝文產業發展。
- 協調財政部降低新興產業之營業所得稅標準，以帶動更多民間投資。

3.建立文化智慧財產權鑑價機制

- 將無形資產轉化為具體之市場價值及利潤。

4.設置「文化創意產業發展基金」

- 提供文創產業融資。

(四)國際市場接軌與開拓

1.開拓國際市場資源

- 成立國際市場開發單位，並擴大建構全球主要數大市場的推廣點。
- 以辦理國際商情拓展，長期接洽全球主要市場的買主，轉介並推廣台灣優質的文創品牌或商品。
- 運用網路科技建構網路商城，強化實體運作的長尾效應。

2.辦理國際展與推動國際參展，加強文創品牌國際曝光度

- 運用聯合國際展會方式行銷台灣文創商品。可藉由委辦方式，讓具國際推廣經驗的組織(如外貿協會、台灣創意設計中心等)招商組團來辦理文創產的國際拓銷。

3.辦理創意產業知名品牌與人物國際行銷

- 運用國內外媒體進行台灣文創品牌與人物的推廣。

(五)文化創意產業輔導與培育

1.推動台灣文創品牌輔導計畫

- 辦理文創品牌育成與輔導：以中期計畫規模，導入品牌輔導資源，扶持10個國際區域性創意品牌的成形。
- 運用國際品牌評價組織的力量，辦理台灣文創品牌價值調查。
- 辦理國際性的「華人文創獎」及國際論壇，以鼓勵國內外文創業者的投入經營，並藉此增加國際創意產業交流機會。

2.推動博物館及數位典藏應用等文化品牌與商品加值計畫

- 運用數位創意銀行概念，加速數位典藏流通，創造商機。
- 導入設計資源的輔導，加強市場導向的博物館品牌/商品/服務/數位典藏加值的開發與產業合作能力。
- 整合數位內容的動漫畫、遊戲、多媒體等資源，透過整合性的輔導機制，打造台灣文創產業的數位創意涵量。

3.辦理文創育成與人才培訓

- 辦理文創育成輔導及經營、行銷、授權等相關的人才培訓。
- 辦理授權專業人才認證制度。

陸、結論

- 一、成立發展文創產資源整合的專責單位。
- 二、改善各創意園區發展內涵與創造投資誘因。
- 三、訂定有效與友善的產業發展環境的法規及稅務制度。
- 四、協助有意願投入的業者發展品牌(產品/形象/服務)，加速升級。
- 伍、推動國際行銷機制，協助業者創造營收與價值。

柒、議題討論

一、成立專責機構，輔導文創產業發展

- 文創產業現行由4部會辦理，事權分散，推動單位各行其職，沒有幕僚功能的專責推動機構，無法實質執行業務。
- 數位典藏與數位內容產業，部分國家已將其列為文創產，是否納入文創產範疇。
- 由現行法人組織擴大功能或成立專責單位，統籌辦理文創產展演推廣、市場調查分析、專家諮詢及輔導、國際展會與市場拓展、文創市場經紀、資金融資及法律授權等服務。

二、鋪建國際市場通路與據點，協助文創業者開拓國際行銷

- 內需市場無法滿足許多企業生存與擴張需求，國際市場仍是台灣經濟發展的目標。
- 現有文創產廠商皆屬小型企業，政府是否主動透過各駐外點協助文創業者拓展商機。
- 政府是否要挹注資源於國際上增設數個拓展點(商店)，開展通路
- 提供更多的行銷資源與廣告協助，加碼國際市場拓銷。

簡報完畢

敬請指導

附件一

(一) 整備文化創意產業發展機制

- 1、整備法令規章(經濟部主辦，文建會協辦)
- 2、提供優惠貸款(經濟部主辦)
- 3、辦理文化創意產業產業統計(經濟部主辦)
- 4、出版產業發展年報(經濟部主辦)
- 5、推廣宣導(文建會主辦)
- 6、加強智慧財產權保護機制(經濟部智財局主辦)

(二) 設置文化創意產業資源中心

- 1、設置數位內容教學資源中心(經濟部主辦)
- 2、成立台灣創意設計中心(經濟部主辦)
- 3、設置文化創意園區(文建會主辦)
- 4、建置國家影視產業資訊平台(新聞局主辦)

(三) 文建會重點計畫-創意文化園區推動計畫

附件一



- ◆ 華山園區(台北舊酒廠)
創作-展演-生產-行銷的創意園區
- ◆ 台中園區(台中舊酒廠)
推廣建築、設計與藝術的創意園區
- ◆ 台南園區(台南公賣局倉庫群)
創意生活與展演媒體複合經營園區
- ◆ 嘉義園區(嘉義舊酒廠)
傳統藝術創新發展的園區
- ◆ 花蓮園區(花蓮舊酒廠)
結合文化藝術產業與觀光之實驗場域

(三) 文建會重點計畫-工藝產業發展計畫

- 1、建置臺灣工藝文化園區計畫：2006年完成園區整備對外營運及生活工藝館開館。
- 2、地方工藝文化發展計畫：以地方特色及資源再造地方工藝產業，辦理人才培育及社區工藝培植計畫，創造在地經濟發展利基。
- 3、臺灣生活工藝推廣計畫：藉由生活工藝運動理念及展覽之策辦，提昇國人生活美感與工藝品潛在消費。

(四)新聞局重點計畫-振興流行文化產業方案

- 1、流行音樂產業衝刺計畫
- 2、圖文出版產業衝刺計畫
- 3、數位出版產業衝刺計畫
- 4、電影產業服務業衝刺計畫
- 5、電視產業衝刺計畫

(五) 經濟部重點計畫-臺灣設計產業起飛計畫

- 1、辦理臺灣設計博覽會與新一代設計展
- 2、協助優良設計產品參加國際四大獎項展覽
- 3、成功爭取 2011 世界設計大會主辦權
- 4、舉辦臺灣國際創意設計競賽
- 5、促進設計服務業發展

附件二 (一) 文建會-工藝創意產業發展計畫

願景

打造美感生活新境界，創新品質美及產值美

重點工作項目

◆期程：97年-100年

◆經費：新台幣24億元

◆策略：

1. 建立台灣工藝創新育成網絡
2. 強化工藝產業競爭力
3. 建構工藝產業之市場機制
4. 強化創新育成中心硬體設施

1. 成立工藝創新育成中心，發展跨領域研發機制。
2. 建置工藝產業鍊，發展工藝品牌形塑。
3. 輔導多元行銷通路，參加國際商展。
4. 發展工藝特色旅館，專業工坊及北中南聚合展售據點整修。

附件二 (二) 經濟部-設計產業翱翔計畫

願景

使台灣成為亞太地區具有知識運籌能力之創意設計重鎮

◆ 期程：97年-100年

◆ 經費：新台幣8.3億元

◆ 策略：

1. 協助傳統產業提升設計附加價值
2. 協助科技產業全球設計市場
3. 協助設計服務業開發市場
4. 促進設計研究創新應用
5. 強化國際設計整合人才培訓
6. 推動台灣設計國際形象
7. 營運文化創意產業跨部會整合協調平台

重點工作項目

1. 辦理重點產業商品開發，協助業者開發創新產品。
2. 建立設計管理制度，增加產品市場競爭能力。
3. 開發華人區域設計市場，辦理國際市場行銷活動。
4. 研究未來趨勢及台灣原創，協助產業設計開發新產品。
5. 辦理國際設計人才長短期培訓。
6. 辦理國際推廣活動，參與國際設計事務。
7. 辦理文化創意產業跨部會整合協調推廣工作。

附件二 (三) 經濟部-創意生活產業發展計畫

願景

將「製造台灣」提升為「知識台灣」，
形塑知識工作者之生活樂園。

◆期程：97年-100年

◆經費：新台幣1億元

◆策略：

1. 創意生活事業評選
2. 推動顧客體驗管理輔導
3. 發展創意生活產業合作交流機制
4. 推廣行銷創意生活產業

重點工作項目

1. 評選創意生活事業，辦理產業發展趨勢或消費調查分析。
2. 辦理諮詢訪視及診斷輔導服務，提供體驗管理輔導資源。
3. 推進產業創意合作專案及產業之國際合作專案。
4. 參與國際性創意產業展覽推廣活動及結合國際性媒體傳播。

附件二 (四) 新聞局-台灣流行音樂中心計畫

願景

台灣流行音樂在亞洲流行音樂取得領先地位

重點工作項目

- ◆ 期程：98年-101年
- ◆ 經費：新台幣4.8億元
- ◆ 策略：
 1. 獎勵優質流行音樂創作
 2. 培植優秀音樂創作人才
 3. 拓展海外市場，活絡行銷管道
 4. 整備相關法令
 5. 建立良好經營環境

- 1.1 擴大辦理金曲獎，並提升金曲獎的公信力與影響力
- 1.2 發展具在地特色之河洛語、客語、原住民語音樂創作
- 2.1 研訂補助優秀樂團錄製有聲出版品要點及協助後續推廣
- 2.2 舉辦研討會及建立跨界(如數位、遊戲產品)之意見交流平台
- 3.1 輔導唱片業者參加國際音樂交流活動
- 3.2 協助業者拓展大陸市場，籌辦兩岸華人音樂節
- 3.3 研訂「有聲出版品創意行銷獎勵要點」，以協助推廣優質音樂
- 4.1 法規鬆綁，開放大陸歌手來台，增加業者市場操作空間。
- 4.2 加強著作權宣導，協助建立合理、公平的音樂版權制度
- 5.1 定期辦理音樂產業調查
- 5.2 協助業者解決產業籌資問題
- 5.3 協助業者建立完善線上音樂授權機制

(五)新聞局-台灣電視劇產業發展計畫

願景

提昇台灣影視產業國際能見度，擴展海外市場。

重點工作項目

- ◆期程：97年-100年
- ◆經費：新台幣8億元
- ◆策略：
 - 1.補助、獎勵業者提升其拍片意願
 - 2.鼓勵業者至海外參展，並配合觀光產業，提高經濟效益
 - 3.培訓數位化發展所需人才
 - 4.加強與大陸影視、演藝人員之合作交流
 - 5.補助數位多媒體及行動電視服務開發

- 1.1獎勵優良影視業者，給予獎金、拍片補助，固定撥預算補助製作電視劇。
- 1.2於本局網站設立台流專區
- 2.1全額補助業者至海外參展。
- 2.2與觀光局合作，推銷我國電視劇及觀光景點。
- 2.3設立「台流影像館」。
- 3.1配合推動相關措施，培訓數位化發展所需之導演、編劇、演員、攝影、美術、音效、剪接及行銷企劃等專業人士，以活絡本土電視產業拍製環境。
- 4.1開放大陸演藝從業人員來台拍攝電視劇。
- 4.2鼓勵兩岸合製、合資拍攝電影及電視劇，以進軍國際。
- 5.1補助數位多媒體及行動電視服務開發。

附件二 (六) 故宮-故宮文化創意旗艦計畫

願景

故宮成為台灣文化創意產業營運模範及旗艦級文化觀光園區

重點工作項目

- ◆ 期程：97年-100年
- ◆ 經費：新台幣9.7億元
- ◆ 策略：
 1. 打造文化創意產業複合經濟體
 2. 建置華夏文化創意設計人才育成基地
 3. 加強故宮智財權授權與增值運用創造實質經濟效益
 4. 增加故宮文物藝術發展基金營業績效

1. 推廣複合式文化體驗行程。
2. 籌設故宮文化創意育成中心，導入國際資源，協助產品創新開發
- 3.1 扮演設計師與民間企業授權媒合平台。
- 3.2 開創故宮商標權與文物影像著作權之授權運用模式。
4. 強化故宮藝文衍生商品設計及行銷人才，協助國際市場開發。