

議題三：文創產業  
主題報告一：電視內容、電影及  
流行音樂產業旗艦計畫

行政院新聞局

98.11.03

# 計畫背景

- 一、全球民眾消費模式近年出現明顯變化，文化已隨貿易全球化而成為可行銷的商品，嶄新之國際文化競技場域已然出現，台灣如欲搶食全球媒體市場大餅，必須提升該等相關產業的競爭力。
- 二、本局輔導之媒體產業中，最具文化輸出能量，並已在華語市場具備競爭優勢者，當屬電視劇及流行音樂產業，如欲擴大其在國際市場的影響力，需藉政府力量採取重點性、策略性及計畫性之手法加以扶植推動。因此，97年7月行政院宣布將電視劇及流行音樂產業列為文化創意產業發展方案之旗艦計畫。
- 三、為突破現有振興產業格局，本局深感媒體產業之國際競爭力及海外市場之開拓須以更前瞻及更聚焦之策略加以推動，而電影產業所具備之文化滲透潛力亦十分可觀，因此，進一步將電影產業併入原有的旗艦計畫，並於今年5月獲行政院院會通過。

# 產業發展現況

## 電視內容產值統計及就業人口

- ◆2007年全年電視劇產製量為12萬4,492小時
- ◆國內、外節目銷售總額為15億8,428萬元
- ◆國內銷售額為6億餘元，佔3成8；國外銷售佔6成2
- ◆就業人口數約3萬人

## 電影產值統計及就業人口

- ◆2007年電影產業家數約為602家
- ◆電影總票房約為50億元
- ◆國片市場佔有率為7.38%
- ◆營業總額約為138.28億元
- ◆海外市場銷售量為3.5億元
- ◆就業人口數為4,300人

## 流行音樂產值統計及就業人口

- ◆在全球音樂市場排名第30位，居華語地區領先地位
- ◆國內流行音樂年總產值62.8億元，實體唱片CD年銷售額約21.96億元
- ◆海外流行音樂出版品普及率在80%以上，年營業額10億元以上
- ◆就業人口數約1,400人

# 產業推動成果

## 電視內容產業

- ◆自95年起以每年約1.5億元經費補助業者製播優質及高畫質及數位電視節目，迄至今共補助110件企劃案，累計時數達820小時。
- ◆積極輔導業者參與香港、北京、上海及首爾等地電視展，並舉辦台北電視節，協助業者銷售國外版權。
- ◆完成98年薦送廣電從業人員赴國外研習作業，預定於98年11月初赴日本及美國研習。

# 產業推動成果

## 電影產業

- ◆98年4月10日成立「兩岸電影交流委員會」，並辦理兩岸影展交流活動。
- ◆補助電影業者開辦電影專題講座及人才培訓班，並協助導引國內外影片在台進行前、後製工作，另協助地方縣市政府成立影視協拍窗口，已有7縣市成立電影委員會組織。
- ◆已於98年8月21日發布「大陸地區電影從業人員來臺參與國產電影片或本國電影片製作審核處理原則」，並溯及7月27日生效。
- ◆已於98年7月開辦「國片影像教育扎根計畫」。

# 產業推動成果

## 流行音樂產業

- ◆ 設置辦理「金曲獎」、「台灣原創流行音樂大獎」等獎項，金曲獎並已成為華語地區最具指標性之音樂獎項。
- ◆ 補助優秀團體及旗艦行銷方案，本年補助15個樂團錄製專輯、6種有聲出版創意行銷、及10個樂團前往歐、美、日、港及中國大陸等地表演。
- ◆ 協助業者開拓國際市場，輔導「拷秋勤」、「旺福」、「蘇打綠」、原住民Taiwan soul及林強多媒體等團隊分赴美國、法國多個城市參加專業音樂展及演出。
- ◆ 協助「拷秋勤」及蕭青陽分赴美國參加JPF Music Awards及葛萊美獎，「拷秋勤」並勇奪最佳混音歌曲、最佳表演團體兩項大獎。

# 面臨之挑戰

## 電視內容產業

- ◆因國內市場小，節目製作成本無法提升，影響節目品質及海外銷售。
- ◆大陸資金雄厚，對台灣劇組造成磁吸效應，也因台灣資金比例低，無法爭取大陸版權收益之相對有利地位。
- ◆缺乏經驗傳承及長期培養，編劇人才出現斷層，衝擊節目品質及賣相。

## 電影產業

- ◆國內電影市場過小，且受美國好萊塢電影的強勢衝擊。
- ◆大陸市場對國際資金、人才與技術具磁吸效應，而我國電影輸出大陸仍有障礙與困難。
- ◆缺乏高階影像特效技術人才、電影製片人才及行銷人才。

## 流行音樂產業

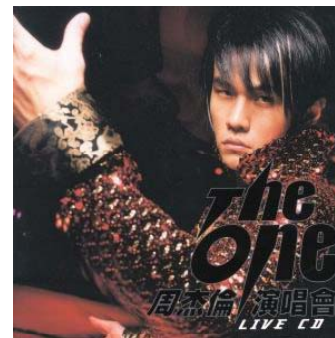
- ◆盜版及數位發展衝擊既有商業機制，導致國內流行音樂市場急遽萎縮。
- ◆中國大陸市場吸引許多台灣音樂專業人才前往發展，造成人才流失。
- ◆台灣音樂市場呈下坡走向，星、馬歌手開始跳過台灣直接進軍大陸。

# 跨業整合趨勢

- (一) 電視、電影及流行音樂之相互結合已為當前影音發展趨勢，其獲利模式不再侷限於單一產品銷售，而是跨業整合行銷，相互間之匯流亦已成形。
- (二) 以「海角七號」而言，它不僅結合了電影、流行音樂、演唱會等，電影放映後的附加價值還包括光碟片發行及電視、網路之放映等，甚至還帶動觀光產業及商品消費等。
- (三) 「亞洲小天王」周杰倫-為華語音樂市場的暢銷異數，近年跨足電影，獲金馬獎提名並締造耀眼的票房紀錄。



海角七號演唱會、電影原聲帶

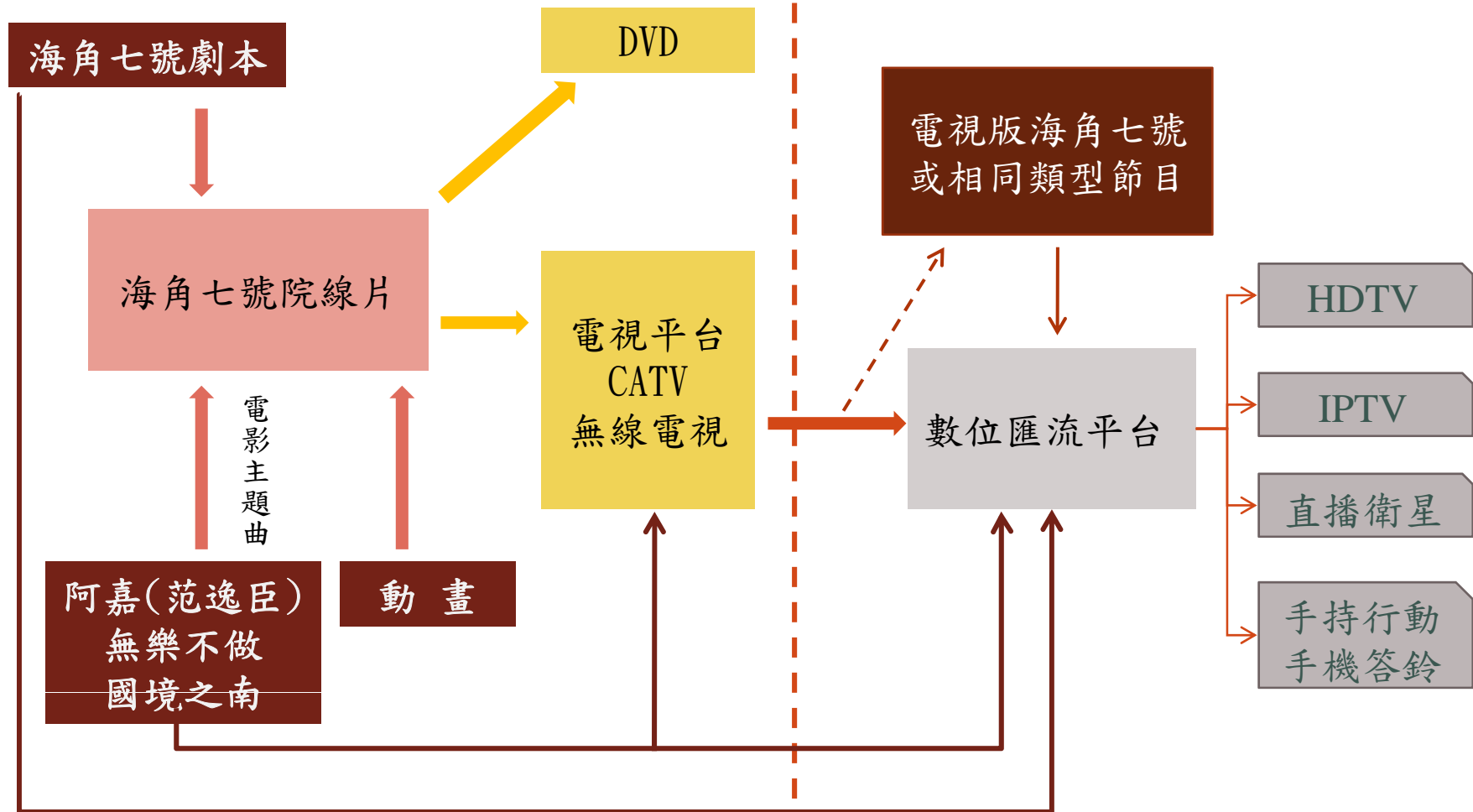


周杰倫演唱會



電影-不能說的秘密

# 跨業整合示意圖



傳統平台



新平台

# 跨業整合策略

## 製作輔導方面

籌建趨勢研究  
調查機構

籌建市場趨勢研調機構，研調範圍包括電影、電視，及流行音樂之國內外市場趨勢和脈動。

採用各媒體之  
原創故事

鼓勵電影業者採用國內出版、音樂、電視或網路等媒體中之故事，開發具國際競爭力的電影劇本。

鼓勵影視音樂  
人才交流

鼓勵電影業者培養本土偶像及技術人員，並從流行音樂、電視節目，或其他藝文領域發掘人才。

鼓勵製作音樂  
相關產品

研訂補助要點鼓勵業者製作以音樂為主的大型音樂劇、電玩遊戲、歌舞電影及電視節目。

以電視帶動  
相關產品熱潮

藉由電視劇情節的鋪陳及具聲光效果的呈現，帶動出版、音樂樂曲、動畫等不同產品之熱絡。

# 跨業整合策略

## 行銷推廣方面

協助影音產品  
於各平台播出

協助電影、電視節目及流行音樂在影視相關頻道、MOD、網路及行動視訊等通路播出。

結合影視音樂  
於大陸播出

爭取國片於大陸電視頻道播出，並結合我國流行音樂與電視節目，在大陸做跨業行銷推廣。

影視音樂獎項  
獎勵跨業作品

擴大金馬、金鐘及金曲等獎項成為華語影視、音樂界之指標活動，並以影視產業整體思維，獎勵跨業作品及人才。

影視活動中  
跨業展出

於國內影視節活動或跨國影視交流平台中，除銷售影視產品外，同時展出原著、動畫等作品，並安排主題音樂演唱者表演。

大型流行節目帶  
動景點觀光效益

規劃製作類似「英國也有大明星」(Britain's Got Talent) 之大型華人流行節目，搭配當季熱門節目景點，帶動周邊觀光效益。

# 跨業整合策略

## 人才及基礎建置部分

輔導影視音樂  
人員實習交流

輔導電影新進人員跟隨中、大型電影製作實習並與國際交流接軌，另特別鼓勵電視、流行音樂人才跟拍實習與經驗交流。

協助外片在台製作  
並設置協拍網站

協助外片在台製作，提升電影、電視及流行音樂之技術及工作機會；另設置影視協拍網站，協助業者取景拍片或製作節目。

輔導影視及音樂  
業者購置器材

輔導國內前、後製電影業者購置國外先進或數位器材，提高我國影視業者製作水準及營運競爭力。

# 願景



電視內容產業



電影產業



流行音樂產業

期 程2010年~2014年



# 一、電視內容產業旗艦計畫

## 目標

奠基拔擢—成為華語影視節目人才供應重鎮。

續航提昇—加強產銷能力，奠定台灣在華語地區節目製作品牌風格及代表地位。

拓展逐鹿—打造台灣成為亞太華語地區電視劇產製王國，取得領先優勢。

# 發展策略與重點計畫

## 電視內容產業發展旗艦計畫

### 發展策略

#### 一、人才培育：

培植潛力人才，充實華人影劇製作、編劇資源

#### 二、洞燭市場趨勢：

建立產、官、學合作機制及系統，研析市場趨勢，開創並引領華語電視劇市場走向

#### 三、健全環境：

推動國內法令鬆綁，強化跨業合作，活絡節目製作資金的流通

#### 四、開拓海外市場：

協助搶攻大陸市場、開拓亞洲市場，並積極爭取於美歐市場曝光機會

#### 五、接軌國際：

促進國際參與，轉被動為主動，建立靈活彈性的海外市場行銷機制及系統

### 重點計畫

#### 一、才庫開發計畫 (人才培訓)

#### 二、風潮崛起計畫 (創意製作)

#### 三、環境再造計畫 (資金導入)

#### 四、台潮擴散計畫 (海外行銷)

# 具體措施及執行方案

## 一、才庫開發計畫(人才培訓)

- (一)開辦電視編劇研習營，強化編劇人才培養
- (二)促進產學合作，增強學生編、演、導、製及後製實作技能的培養
- (三)協助產業建立與國際優良製作團隊合作機制，吸取國外製作經驗及技能，
- (四)獎勵優質電視內容製作；與影劇相關團體合辦影劇創作新人獎活動，獎助影劇創作新人，培植多元製作人才或團隊的發展及作品推廣

# 具體措施及執行方案

## 二、風潮崛起計畫(創意製作)

- (一)推動成立市場趨勢研究智庫，進行趨勢推估
- (二)強化現行輔導作法，逐步提高節目製作經費補助額度
- (三)積極促成業界與國際市場依趨勢研析結論，合作拍攝符合趨勢的電視劇

# 具體措施及執行方案

## 三、環境再造計畫(資金導入)

- (一)與媒體監理機關研議修改電視媒體本國自製節目的比例，保障並提升本國節目在黃金時段播映空間
- (二)與媒體監理機關協調電視劇置入性行銷規範，促成企業界投資節目拍攝意願，積極引進節目製作資金

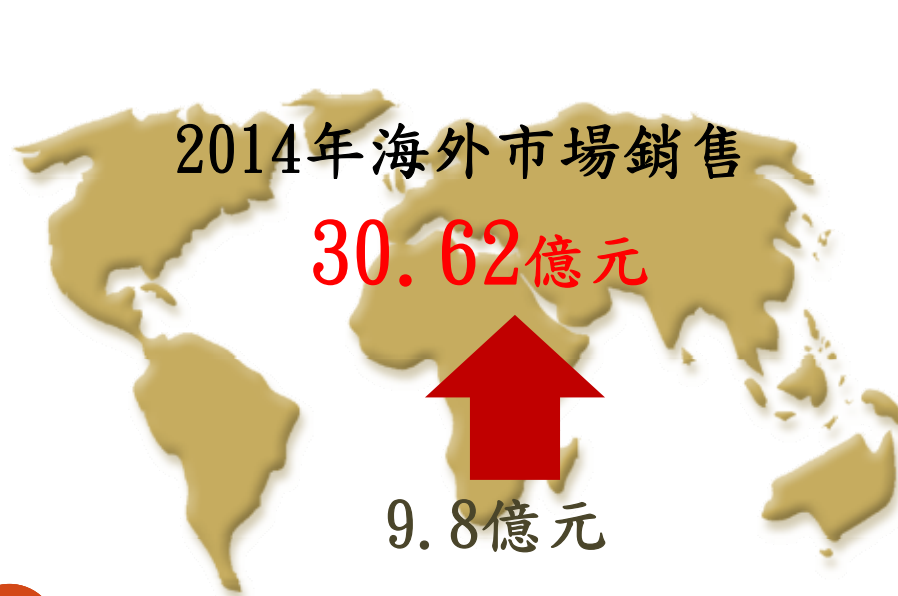
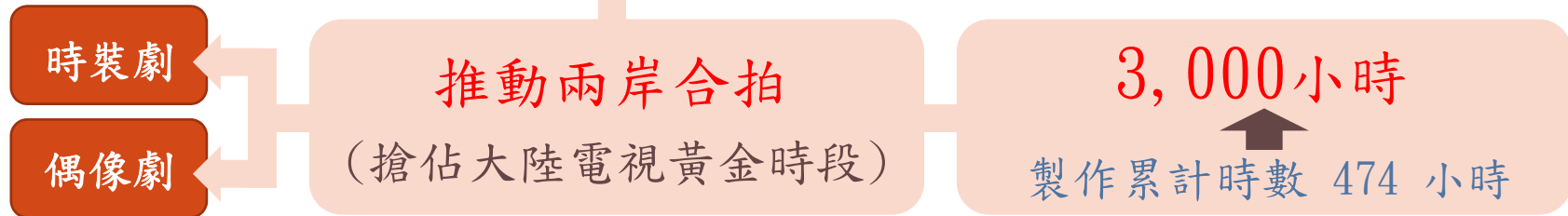
# 具體措施及執行方案

## 四、台潮擴散計畫(海外行銷)

- (一) 結合觀光拔尖計畫，製作大型華人流行性娛樂活動節目，吸引國外人士赴台參與
- (二) 參與國際影劇展演活動，擴大國際市場資訊交換網絡，並協助業者赴海外投資或輔導參加商展、觀摩展
- (三) 強化業界溝通管道，以加強業界團結合作為目標，共同開拓海外市場，以擴大協商空間，建立合理化的交易機制
- (四) 建立外銷獎勵機制、輔導業界製作多語版內容產品
- (五) 設立海外行銷獎勵機制，鼓勵電視節目行銷國際，增強節目外銷動力
- (六) 新聞局駐外單位配合年度整合行銷策略，主動協助業者交易及爭取節目播出機會

# 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



## 二、電影產業旗艦計畫

目 標



攻略華語電影市場，為國片創造藍海

培養國片受眾人口，為國片開拓市場

厚植人才及工業基礎，為國片建構良好基礎環境

# 發展策略與重點計畫

## 發展策略

一、協助業者拍出在華語市場叫好叫座之國片

二、策略性輔導國片華語市場行銷及推廣

三、厚植我國電影人才及工業基礎

## 重點計畫

影航爭鋒計畫

四海翱翔計畫

神鬼奇兵計畫

電影產業發展旗艦計畫

# 具體措施及執行方案

## 一、影航爭鋒計畫—協助業者拍出在華語市場叫好叫座之國片

- (一)推動華語市場趨勢研究
- (二)推動電影創意及劇本開發
- (三)輔助業者拍出在華語市場具競爭力之中、大型影片
- (四)輔助業者拍攝具文化多元性及市場競爭力之中、小型國片

# 具體措施及執行方案

## 二、四海翱翔計畫—策略性輔導國片華語市場行銷及推廣

- (一)加強輔導國片海內、外市場行銷與推廣
- (二)擴大「金馬獎」成為華語片之指標性活動
- (三)配合法令鬆綁(含合拍機制)及兩岸談判，開拓國片大陸市場

# 具體措施及執行方案

## 三、神鬼奇兵計畫—厚植我國電影人才及工業基礎

- (一)推動電影製作實務傳承
- (二)導引國內、外及大陸影片在台進行前、後製工作
- (三)推動我國電影從業人員與國際接軌，提升國片製作水準
- (四)提升我國電影工業前、後製及數位化水準

# 預期成效

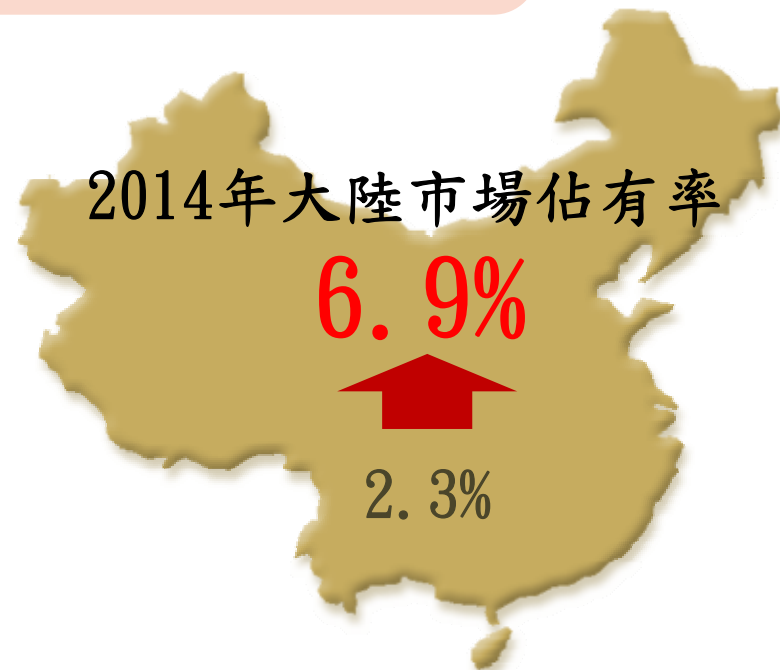
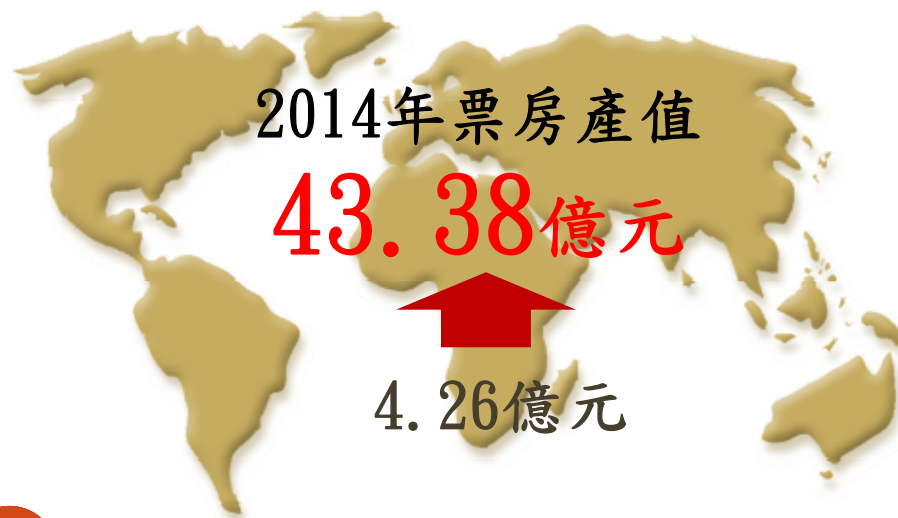
影航爭鋒計畫 四海翱翔計畫 神鬼奇兵計畫

輔助兩岸合拍電影

每年平均 1 部

增為

每年10部



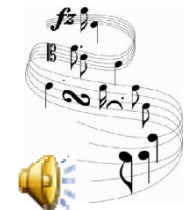
# 三、流行音樂產業旗艦計畫

## 目標

創新—創新產製能力以維持台灣流行音樂在華語市場的龍頭地位

領先—在日、韓等亞洲地區取得流行音樂發展之領先優勢

提升—在歐、美先進地區國家提升台灣流行音樂能見度



# 發展策略與重點計畫

## 流行音樂產業發展旗艦計畫

### 發展策略

- 一、全面網羅優秀音樂人才，從正規教育、在職訓練、實務訓練三方面著手，以厚植產業發展潛力。
- 二、鼓勵並支持國內音樂表演活動，以活絡國內市場，並協助解決音樂發展之相關法令限制問題。
- 三、輔導業者創新音樂發展及商務行銷模式，並強化跨業整合，以提升整體產值。
- 四、開拓海外華語市場，接軌國際市場，促進國際參與，培植國際型表演實力。

### 重點計畫

網羅明珠計畫

深耕夢土計畫

傳播天音計畫

飛騰萬里計畫

# 具體措施及執行方案

## 一、網羅明珠計畫

- (一)辦理音樂創作類團體及個人之創、製、行銷培育專案
- (二)大專院校增設流行音樂專業課程
- (三)鼓勵唱片界與教育界建教合作
- (四)鼓勵國際師資技術之交流與合作
- (五)辦理培植多元語言創作人才發展及作品推廣活動

# 具體措施及執行方案

## 二、深耕夢土計畫

- (一) 擴大金曲獎意義、辦理金曲音樂週活動
- (二) 辦理亞洲區獨立音樂獎項，發展台灣成為獨立音樂之指標性國家
- (三) 辦理流行音樂資產保存、典藏及展示
- (四) 建立公平合理之產業經營環境、輔導發展數位音樂

# 具體措施及執行方案

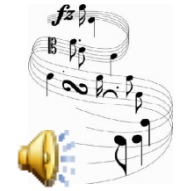
## 三、傳播天音計畫

- (一)表演空間輔導獎助計畫（含補助表演空間設備更新及票房獎勵等）
- (二)輔導辦理音樂主題觀光活動
- (三)鼓勵以音樂為主媒材之跨業合作
- (四)補助音樂產業之創新行銷模式
- (五)籌設流行音樂趨勢研究智庫、辦理市場調查研究工作

# 具體措施及執行方案

## 四、飛騰萬里計畫

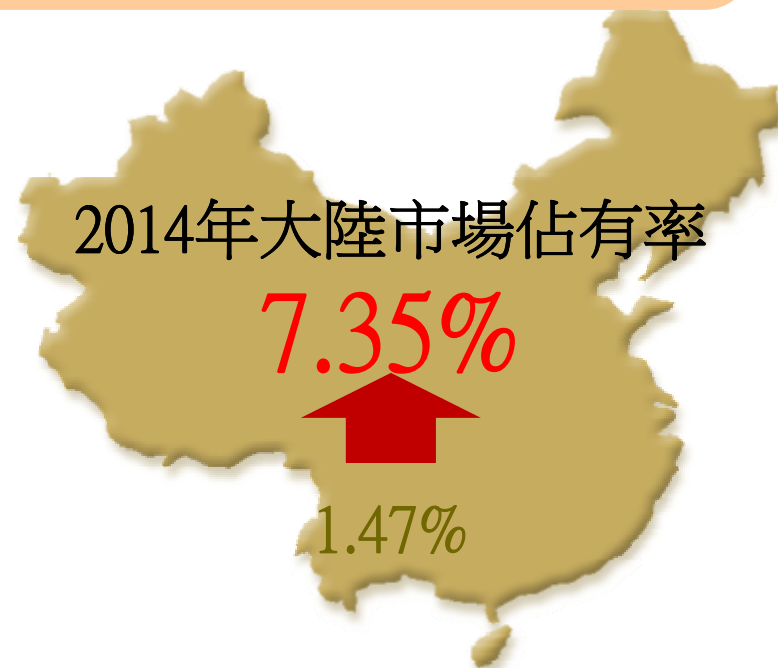
- (一)輔導音樂表演工作者赴海外駐點演出及參加國際音樂節
- (二)輔導業者及從業人員赴海外研習、及參加國際重要音樂獎項
- (三)與大陸進行智財權之協商



# 預期成效

網羅明珠計畫 深耕夢土計畫 傳播天音計畫 飛騰萬里計畫

- ▶提升台灣流行音樂之創、製、銷能量。
- ▶帶動產業創新及升級，5年之總產值突破500億元。
- ▶創造工作機會、吸引人才回流，5年就業人數由1400人增加為2800人。
- ▶厚植文化軟實力，並拓展海外市場，形塑品牌形象，同時開創產品價值。
- ▶鞏固華語市場優勢地位，再造明星級音樂產業人才，發展成為獨立音樂指標性國家。



# 總經費需求表

單位:億元

計畫名稱／年度	2010	2011	2012	2013	2014	小計
電視內容產業	4.31	9	11.8	12.8	12.33	50.24
電影產業	4.41	15	15	15	15	64.41
流行音樂產業	1.75	5.1	4.85	4.85	4.8	21.35
合計	10.47	29.1	31.65	32.65	32.13	136

## 結語

- ❖ 電視、電影及流行音樂等3產業之相互結合已為當前影音發展趨勢，其製作過程與市場行銷已不再侷限於單一產品，而是跨業整合行銷，相互間製作與流通之匯流已然成形。
- ❖ 本局在此3項旗艦計畫內，除希望藉由各種創意作法與具體策略來提升個別產業競爭力外，更期透過3產業間的跨界整合帶動，能大幅提升整體產值，讓我國文創產業在質與量上能同步提高，進而在全球激烈競爭的環境中成長茁壯，成為國家重要的軟實力與巧實力，以成功攻略華語市場，立足世界。

# 討論題綱

在電視內容、電影及流行音樂3項產業發展過程中，面臨之問題仍為如何成功跨業整合及解決市場、資金與人才等問題，故本局研提之討論題綱如下：

- ❖ **跨業整合**：如何整合3產業個別優勢，並結合數位及網路發展，以擴大整體產值？
- ❖ **市場**：如何突破國內市場狹小的長期困境，並開展更大之海外市場？
- ❖ **資金**：如何進一步鼓勵民間投資，並擅用國發基金之資金？
- ❖ **人才**：我國教育體系中之師資與課程能否長期有效培養業界所需之專業技術人才，以避免人才斷層？

簡報完畢

敬請指教