

行政院第29次科技顧問會議—議題三：文創產業

# 創意臺灣

## Creative Taiwan

---

方案報告：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  
報告人：文建會第一處處長 方芷絮

98年11月3日

# 大 綱

## 壹、前言

一、全球文創產業發展趨勢

二、我國文創產業現況分析

## 貳、文創發展方案策略與內容

## 參、現階段執行進度

## 肆、預期效益

## 伍、討論題綱

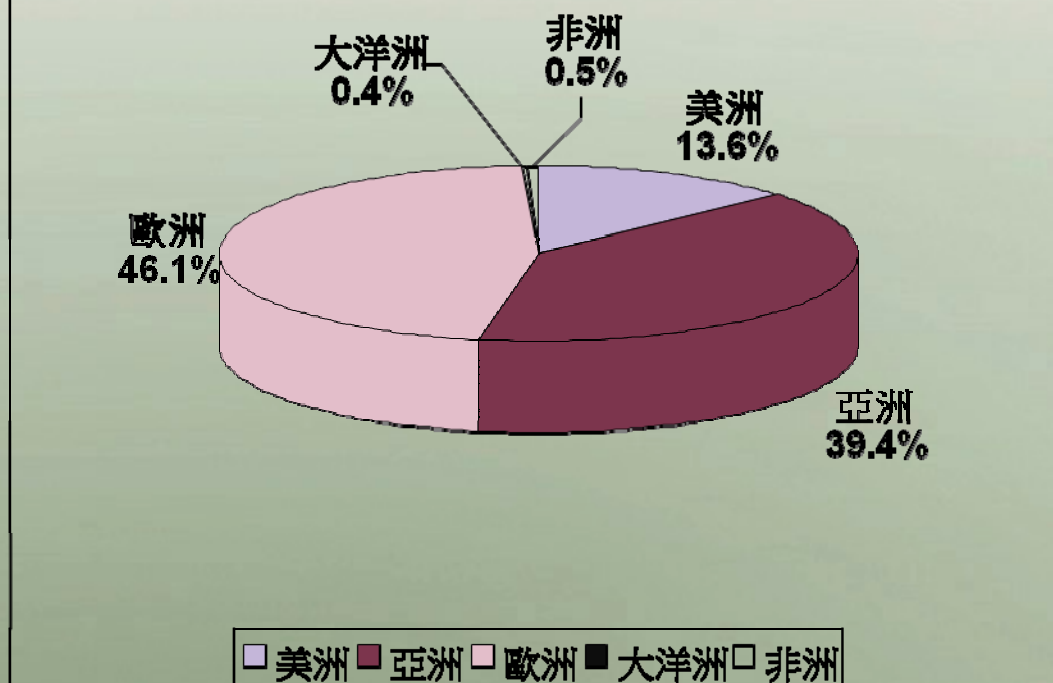
# 壹、前言

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；各國文化的創造力，反映其價值觀、文化特色，也是生活方式的展現。其中華人社會的文創產業實力亦廣受矚目。



# 全球文化創意產業趨勢

2005年全球各區域創意產業外銷額比例

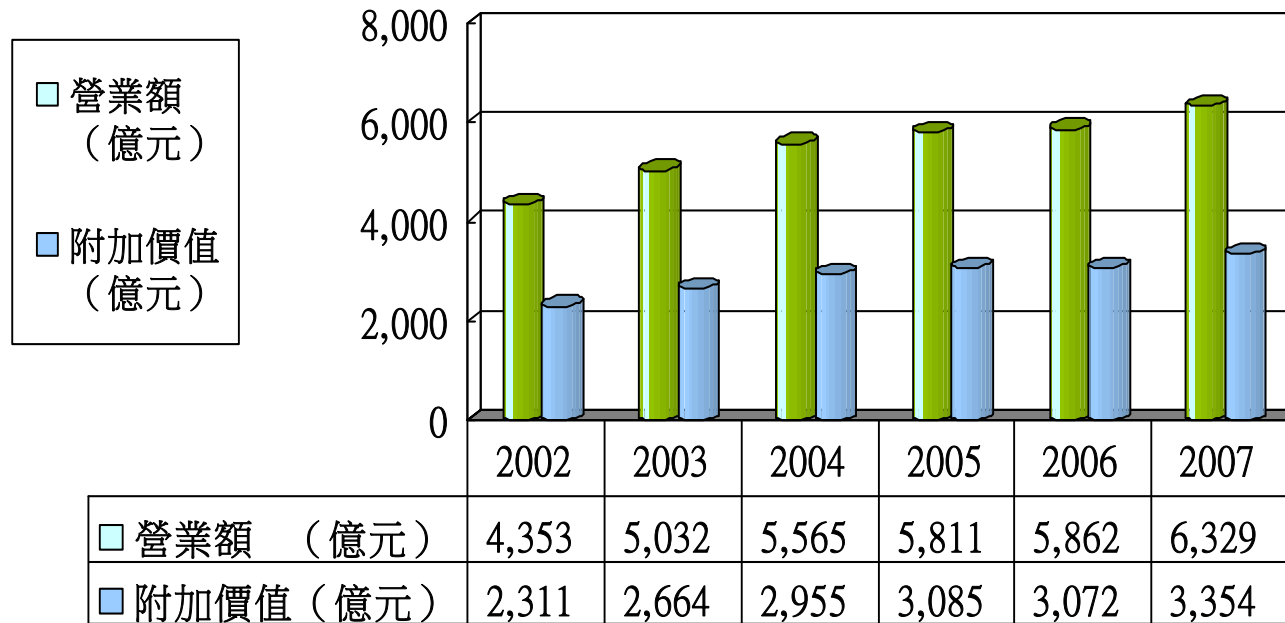


資料來源：UNCTAD (2008), 《2008 Creative Economy Report》

- 10年來全球創意產業外銷營業額成長87%，其中以中國為首之亞洲發展中國家其外銷成長尤為驚人。

# 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年我國文創產業營業額增加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。

## 臺灣文化創意產業的整體發展趨勢

### 產業創新是發展關鍵

如出版產業雖面臨強大的經營壓力，惟透過數位出版產品的開發，仍維持競爭力。

### 集中化「創意落差」

產業集中在大都會區，城鄉與南北差異現象非常明顯。

## 台灣文創產業 發展趨勢

### 大者恆大的狀態

規模越大的企業越具有競爭力，因此特別需要以政策扶持中小型甚或微型的產業。

### 嚴酷的市場競爭

政策的推力雖可帶動初期產業的成長，惟後續市場現實的考驗才是產業發展之關鍵。

# 台灣文創發展SWOT分析

優勢 Strength	弱勢 Weakness
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 自由創作環境，優秀人才輩出，民間創造力源源不絕。</li><li>➤ 開放多元社會，藝文活動呈現多元性與多樣性。</li><li>➤ 充分透明的資訊，社會接受新事物與新觀念的可塑性強。</li><li>➤ 科技發達，文化創意產業可藉由新科技之優勢，異業結合創新發展。</li><li>➤ 地方文化活力強，民眾對藝文活動與創意生活的需求日增。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 微型與小型產業佔80%以上，市場與消費者都還處於須多元開發的階段。</li><li>➤ 產業經營體質不善，國內市場待發展，國際市場的開發力亦薄弱。</li><li>➤ 政府主管部門分散，缺乏整合平台；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。</li><li>➤ 資金來源不足，缺乏投資的鼓勵措施。</li><li>➤ 智慧財產權未受尊重保護。</li><li>➤ 藝文界缺乏整合、行銷與管理人才。</li></ul>
機會 Opportunity	威脅 Threat
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 台灣文化自由開放特色，可成為華人世界品牌，帶動華人文創產業經濟。</li><li>➤ 華人經濟崛起，大中華區域經濟形成</li><li>➤ 兩岸開放的大趨勢，使台灣文創產業有開拓的空間。</li><li>➤ 民間人才充足，自主性與參與性高。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 亞洲國家如韓國、日本、泰國、印度等不斷崛起，形成競爭。</li><li>➤ 大陸有廣大內需市場，造成人才外流中國大陸之嚴重現象不斷擴展。</li><li>➤ 大陸法令限制，有待兩岸談判解決。</li></ul>

## 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

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

# 推動策略

政策協調

行政院文化創意產業推動小組

推動幕僚

文化創意產業推動小組辦公室

執行單位

文建會

新聞局

經濟部

中長程計畫

文化創意產業發展  
第二期計畫

電視內容產業發展  
旗艦計畫

數位內容產業發展  
旗艦計畫

環境整備

電影產業發展  
旗艦計畫

設計產業發展  
旗艦計畫

流行音樂產業發展  
旗艦計畫

工藝旗艦產業

電視內容旗艦產業  
電影旗艦產業  
流行音樂旗艦產業

數位內容旗艦產業  
設計旗艦產業

# 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

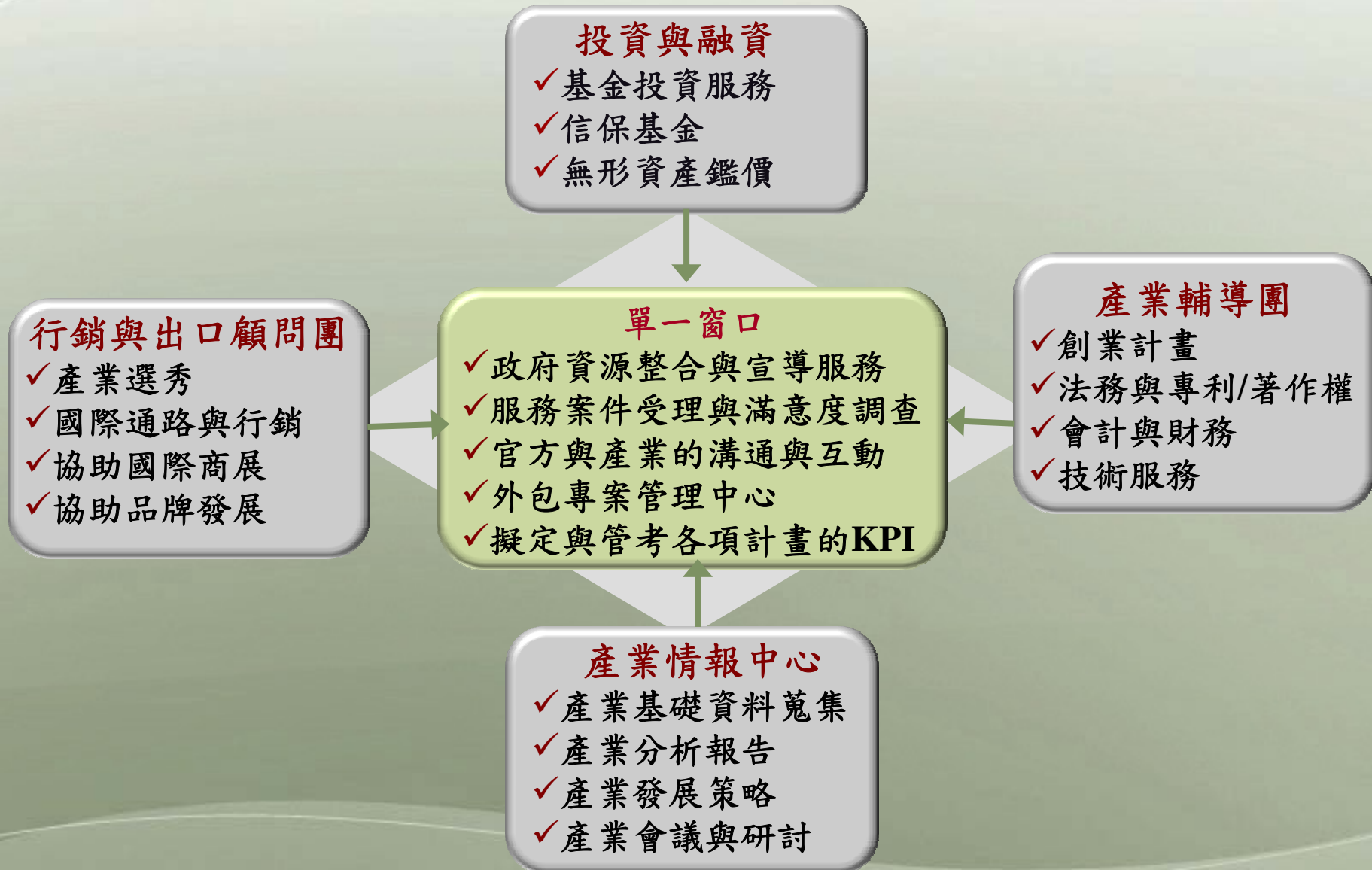
**租稅優惠**

- 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



# 推動策略-市場流通與拓展

6大旗艦產業有4項產業有明顯

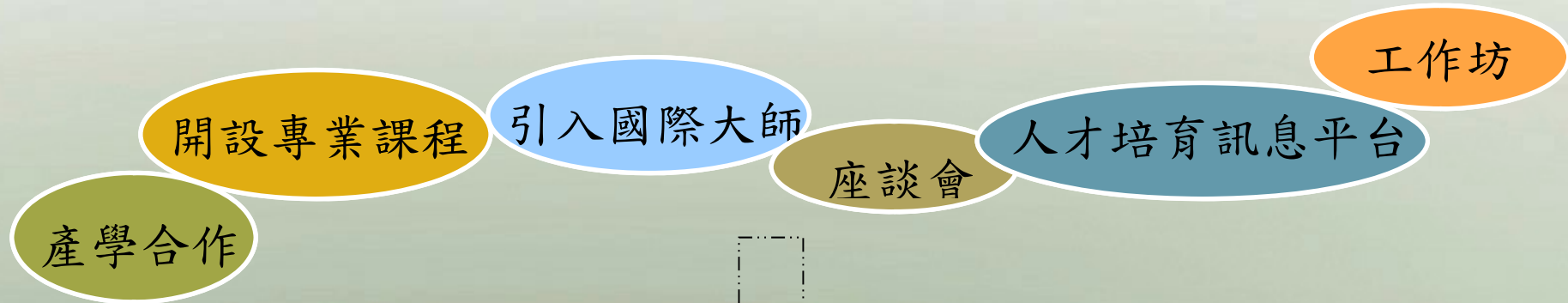
「拓展市場」的需求，

亟需建立文創產業的國內外拓銷策略。

## 策略三：市場流通及拓展

旗艦產業	發展現況	發展趨勢	應對策略
1. 工藝	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 跨界結合程度高。</li> <li>➢ 近年與設計、時尚、科技領域結合。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 打造整體工藝品牌</li> <li>✓ 拓展海外市場</li> </ul>	<p>1. 台灣自辦優質展會 2. 設置具公信力獎項 3. 培訓拓銷人才 4. 實際拓銷中國、亞洲、華人、歐美市場</p>
2. 設計	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 漸獲國際肯定，台灣設計屢獲國際大獎。</li> <li>➢ 2011年舉辦台北世界設計大會，與國際可廣而深的接軌。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 拓展海外市場</li> </ul>	
3. 數位內容	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 發展環境完備。</li> <li>➢ 資訊產業實力雄厚、宅經濟擁有巨大商機。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 智慧財產保護機制</li> <li>✓ 充實創意內容</li> </ul>	
4. 電影	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 呈現創新能量。</li> <li>➢ 從題材、編劇、選角、到行銷異業結盟，甚至帶動觀光的興盛。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 強化產製與行銷環節</li> <li>✓ 台灣內需市場仍有龐大商機</li> </ul>	
5. 電視內容	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 積極籌措資金及培養人才。</li> <li>➢ 內需市場不足，製作資金偏低、編劇內容有待提升。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 鼓勵跨國合作</li> <li>✓ 拓展海外市場(華語)</li> </ul>	
6. 流行音樂	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 亞洲最大規模音樂外銷地，擁有亞洲最大外銷額。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 鼓勵創作</li> <li>✓ 持續拓展海外市場</li> </ul>	

## 策略四：人才培育及媒合機制



### 養成文創中介人才

創意設計 產品開發 市場行銷 訂價策略 財務管理  
談判技巧 企劃撰擬 參展實務 品牌經營 智慧財產權

扮演觸媒，協助文化人及創意人與產業接軌

策略五：產業集聚效應

國立故宮博物院

華山創意文化園區



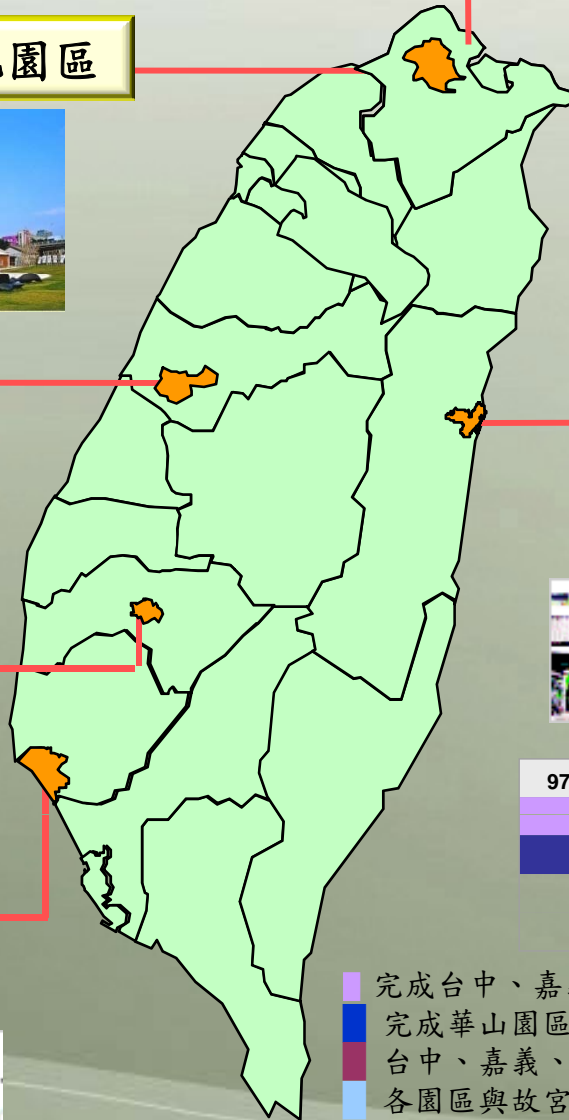
臺中創意文化園區



嘉義創意文化園區



臺南創意文化園區



花蓮創意文化園區



97年	98年	99年	100年	101年	102年

- 完成台中、嘉義、台南及花蓮園區環境整備工作
- 完成華山園區ROT、BOT、OT促參案全面啟動
- 台中、嘉義、台南及花蓮園區完成促參招商計劃
- 各園區與故宮全面推動文創產業區域整合及集聚計畫

# 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

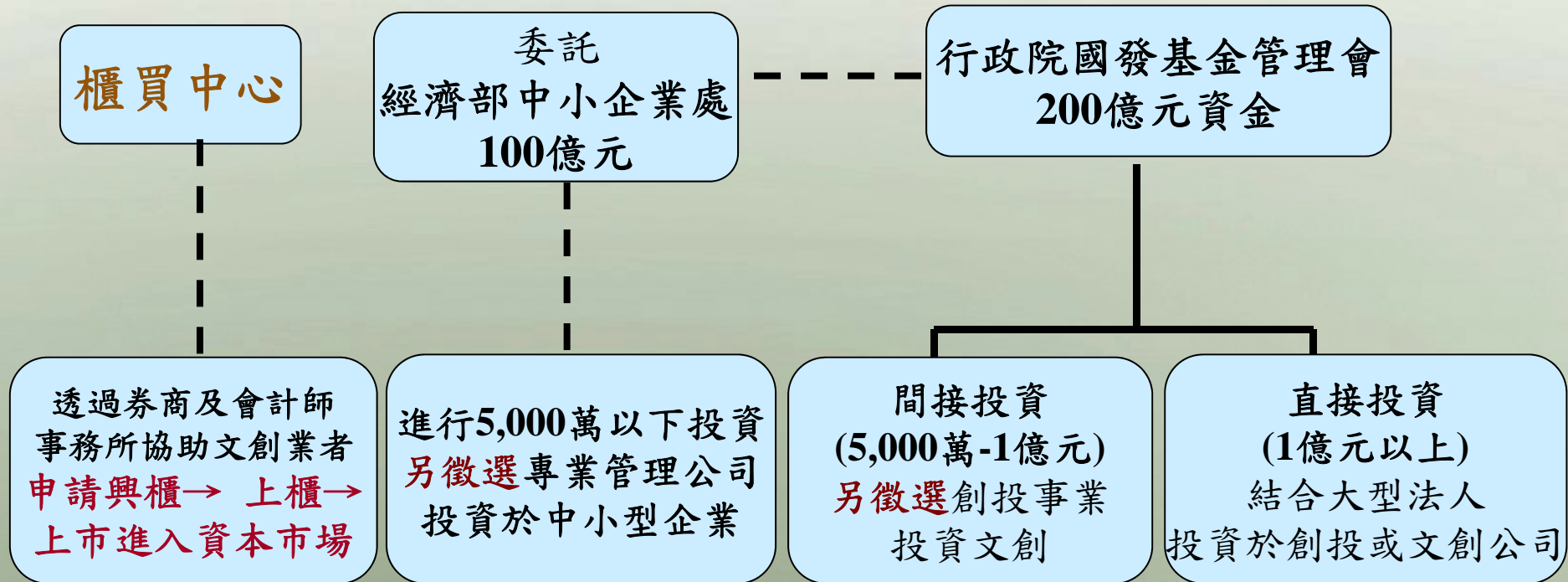
工藝產業

# 參、現階段執行進度



環境整備	產業研發及輔導	建立諮詢輔導制度、文創產業情報網推動跨界整合及研發。
	多元資金挹注	提供及整合各項獎補助措施，新創種子資金，強化及落實原有融投資機制。
	人才培育及媒合	扶植文創新秀，培養中介專業人才，推動文創認證機制。
	市場流通及拓展	打造台灣文化創意品牌，整合資源開拓海內外市場。
	產業集聚效應	結合區域資源推動五大創意文化園區，打造故宮為文創重鎮。
旗艦產業	電視內容產業	推動才庫開發、風潮崛起、環境再造、台潮擴散等計畫
	電影產業	推動影航爭峰、四海翱翔、神鬼奇兵等計畫
	流行音樂產業	推動網羅明珠、深耕夢土、傳播天音、飛騰萬里等計畫
	數位內容產業	推動數位遊戲、電腦動畫、數位出版、學習典藏、數位影音等
	設計產業	推動2011世界設計大會、裝修松菸、創意生活產業等計畫
	工藝產業	推動卓越研發、跨業合作、大品牌形塑、工藝育成中心等計畫

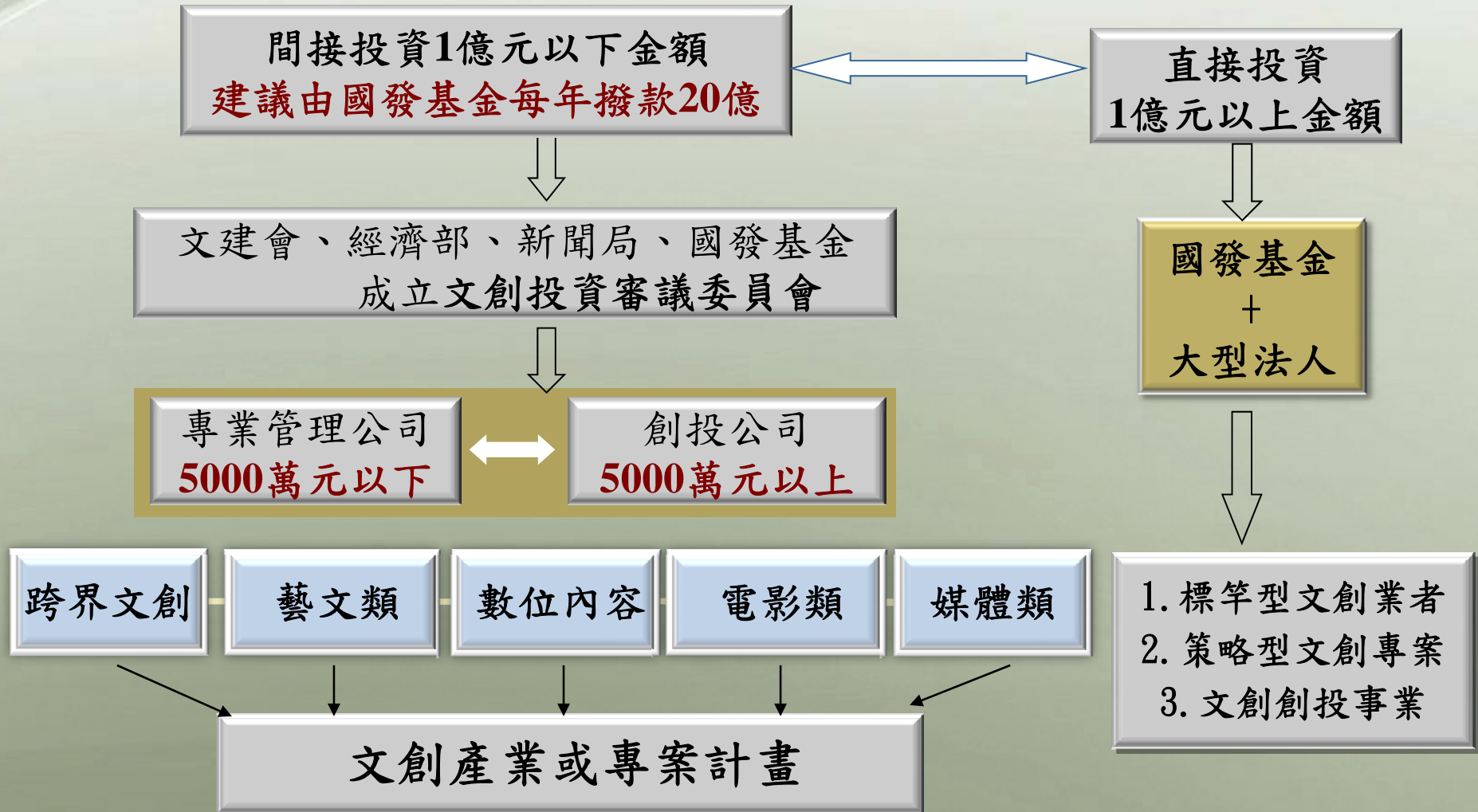
# 強化國發基金文創投資機制-現有機制微調



舉辦文創產業投資政策說明會  
主動輔導推薦文創產業申請投資計畫  
媒合有意投資文創之創投事業與專業管理公司參與投資  
修改投資作業要點、評選制度與投資機制

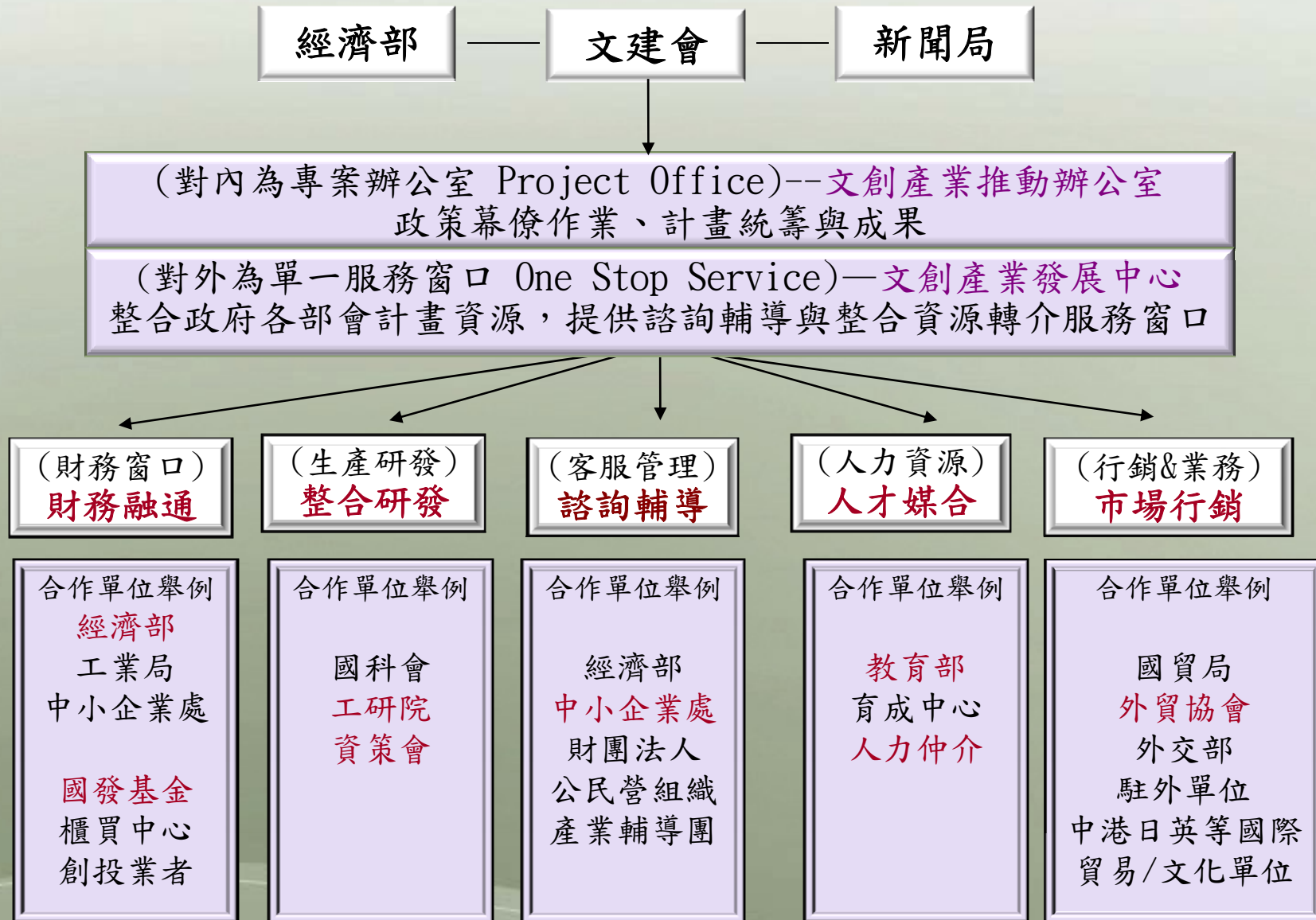
文建會/新聞局/經濟部工業局

# 強化國發基金文創投資機制 - 建議修改機制



加強宣傳、輔導、推薦文創業者申請與媒合創投與專業管理公司  
修正投資申請資格可增加**專案投資**與**有限合伙制**

# 以企業經營的思維- 推動文創產業組織策略



# 國際著名創意類展會

■ 影視音樂類   ■ 數位內容及跨界   ■ 藝術類   ■ 創意商品類

瑞士巴塞爾藝術博覽會 6月

Visitors : 61,000人  
Participants : 300家畫廊

英國倫敦現代藝術商展 1月

Visitors : 21,700人  
Participants : 112家畫廊

英國倫敦設計節 9月

Visitors : 300,000人  
Participants : 250場公開企畫與展出

德國科隆遊戲展 8月

Participants : 400家廠商

德國科隆藝術博覽會 4月

Visitors : 56,500人  
Participants : 184家畫廊

法國巴黎家飾展

visitors : 30萬人  
Participants : 3300家

MIP TV 坎城電視節 4月

Visitors : 18,000位  
Participants : 450

法國坎城影展 5月

Visitors : 24,827位  
Participants : 1,046部電影

法國坎城MIDEM國際唱片展

Visitors : 10,000位  
Participants : 4,545家廠商

中國北京文博會 12月

Visitors : 230,000人

中國國際影視節目展(北京) 8月

Visitors : 18,000人  
Participants: 450家廠商

上海電視節 6月

Visitors : 21,000人  
Participants: 150家廠商

中國深圳文博會 5月

Visitors : 3,510,000人  
Participants : 2,171家廠商

台北電視節 9月

2004-2008 累計吸引買家 : 10,319人  
2004-2008 累計交易金額 : 3,483萬美元

新加坡藝術博覽會 10月

Visitors : 15,000人  
Participants : 110家畫廊

奧地利林茲電子藝術節 9月

Visitors : 35,900人  
Participants : 484位藝術家/講者

日本東京電玩展 3月

Visitors : 194,288人  
Participants : 209家廠商

東京影視節目展 10月

Visitors : 15,000人  
Participants: 200家廠商

日本東京設計師周 11月

Visitors : 76,499人  
Participants : 285家廠商

美國奧斯汀南西音樂節 3月

Visitors : 50,000人  
Participants: 3,500家廠商

美國拉斯維加斯授權展 6月

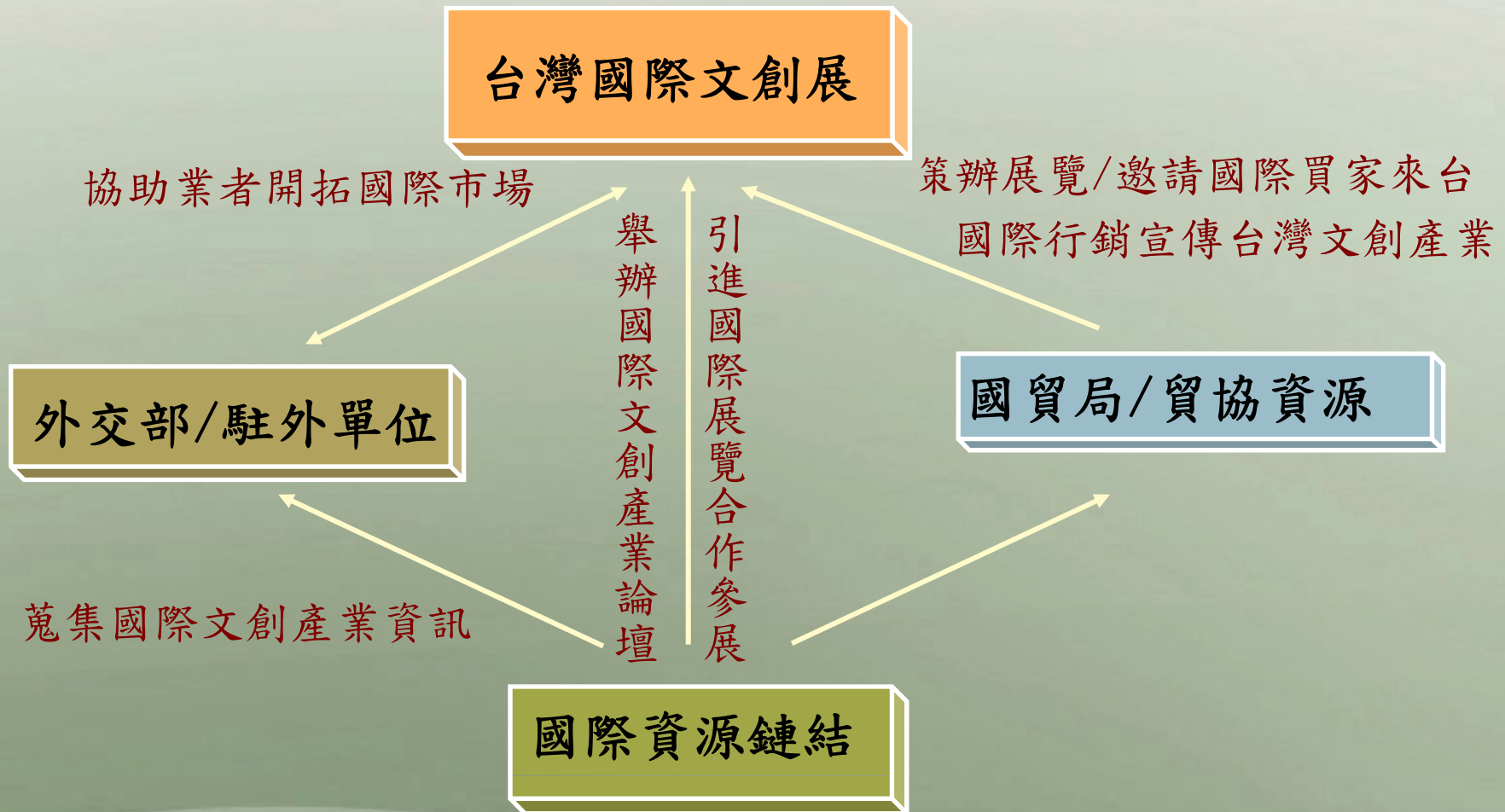
Participants : 500家廠商

義大利米蘭家具展 4月

visitors : 34萬人  
Participants : 3000家

義大利威尼斯影展 9月

# 以大型文創展覽落實整合國際市場拓展



# 現階段執行進度

	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
台灣展會						電腦		國際藝術博覽會		台灣國際文創展會		
中國展會				香港禮品	深圳文博				東北亞博覽會		廈門文博	北京文博
國際展覽		德國 Ambiente		義大利 米蘭設計展						法國		

1. 結合國貿局資源協助文創產業輸出。
2. 整合政府各部會資源與駐外單位開拓國際常設通路。
3. 透過協助參與國內外文創展覽與跨界展會行銷台灣文創產業。
4. 連結國內外文創組織與協會，建立跨國技術合作及交流機制。

## 績效指標

	2010年	2011年	2012年	2013年	合計
年產值／ 營業額 (億元)	7,962.94	8,732.2	9,733.51	10,945.74	37,174.39
年度新增 就業人數 (人)	8,828	10,453	11,648	12,933	43,862
年度培訓 人次(人)	2,575	2,945	3,195	3,545	12,260

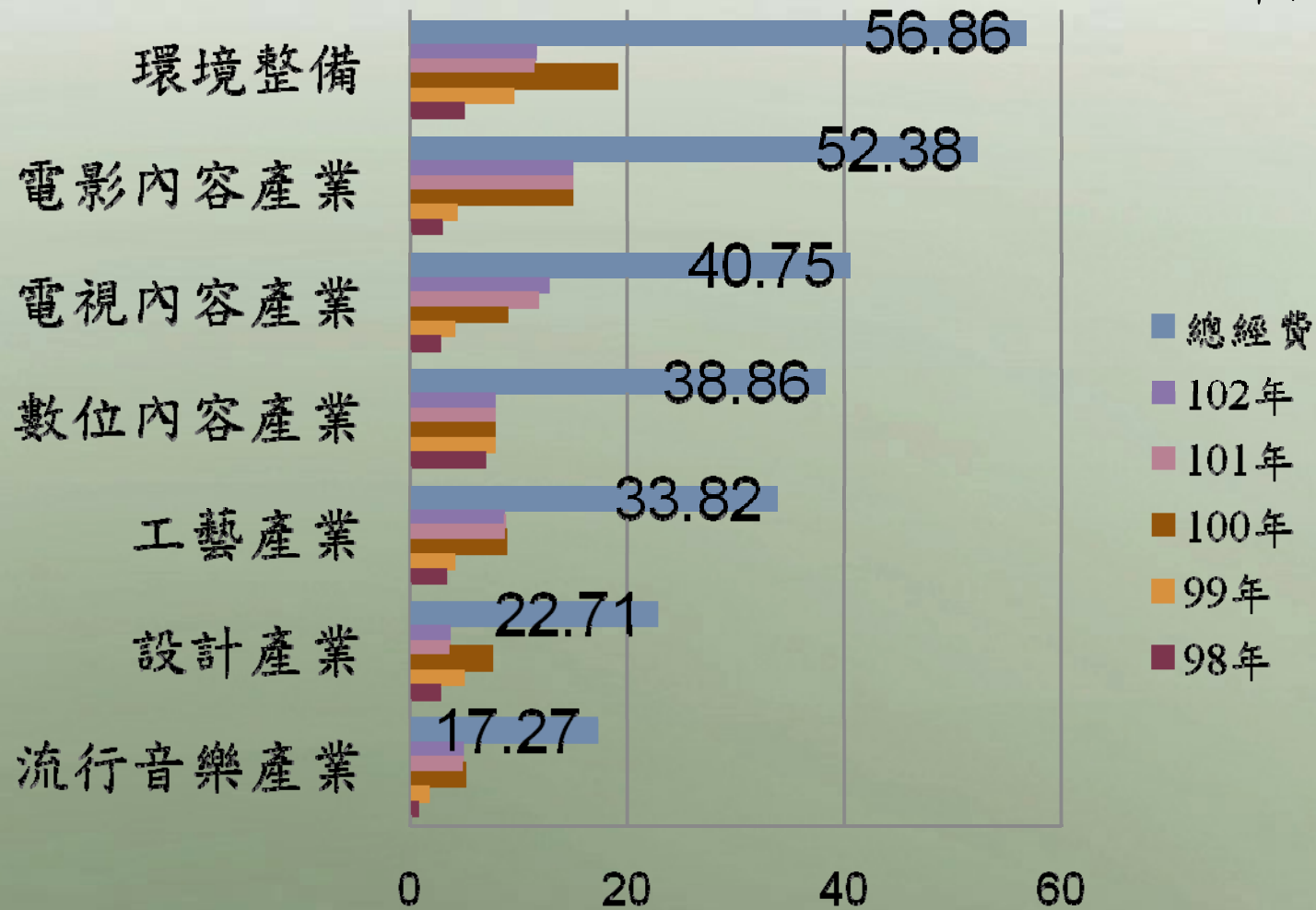
## 總經費需求

單位：億元

計畫名稱／年度	2009	2010	2011	2012	2013	小計
環境整備	4.95	<b>9.36</b>	18.97	11.56	12.02	56.86
電視內容產業	2.84	<b>4.31</b>	9.00	11.80	12.80	40.75
電影產業	2.97	<b>4.41</b>	15.00	15.00	15.00	52.38
流行音樂產業	0.72	<b>1.75</b>	5.10	4.85	4.85	17.27
數位內容產業	7.53	<b>7.83</b>	7.83	7.83	7.84	38.86
設計產業	2.81	<b>4.89</b>	7.61	3.70	3.70	22.71
工藝產業	3.34	<b>4.12</b>	8.91	8.80	8.65	33.82
合計	<b>25.16</b>	<b>36.67</b>	<b>72.42</b>	<b>63.54</b>	<b>64.86</b>	<b>262.65</b>

# 文創發展方案行動計畫經費需求

單位：億元



## 肆、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%

六項旗艦產業總產值突破兆元，  
創造4.3萬就業人口。

協助至少800件文創產品獲國際獎項，促成國際合作至少12億元。

媒體總產值成長20%以上，  
海外獲利提升3倍以上。

觀光、農業、醫療、生技、綠能



❖以文創產業方案環境整備各項策略發揮橫向綜整功能，協助相關產業成長，並達到成為亞太文創產業匯流中心之目標。

❖從生活出發，以創意加值文化，以美學提升全體生活品質，透過文化創意產業發展方案之推動，與其他新興產業產生互動及整合，展現台灣人文與經濟的全球定位。

## 環境整備

資金挹注 人才培育 產業研發 法規鬆綁 制度建立

## 伍、討論題綱

- 一. 如何善用臺灣優勢，強化文創產業之跨界整合？
- 二. 如何兼顧保障臺灣主體自主並透過政府與民間資源，開拓國內外市場？
- 三. 如何協助文創產業業者，獲得資金挹注？

簡報結束  
敬請指教

