



行政院第 29 次科技顧問會議

議題三：文創產業

主題報告二：數位內容與設計產業發展旗艦計畫

報告單位：經濟部工業局

98年11月3日



壹、前言

貳、現況研析

參、推動策略

肆、現階段工作成果

伍、結語

陸、討論題綱



國際範例 (英國)

創意產業範疇

- ◆ 廣播電視
- ◆ 電影
- ◆ 時尚設計
- ◆ 出版
- ◆ 互動休閒軟體
- ◆ 音樂
- ◆ 建築
- ◆ 軟體和電腦服務
- ◆ 設計
- ◆ 廣告
- ◆ 表演藝術
- ◆ 藝術和古董
- ◆ 工藝

資料來源：英國文化媒體運動部

DCMS, UK (2009)

台灣 (過去)

文化創意產業

- ◆ 視覺藝術
- ◆ 音樂與表演藝術
- ◆ 文化展演設施
- ◆ 工藝
- ◆ 電影
- ◆ 廣播電視
- ◆ 出版
- ◆ 廣告
- ◆ 設計
- ◆ 設計品牌時尚
- ◆ 創意生活
- ◆ 建築設計
- ◆ 數位休閒娛樂

數位內容產業

- ◆ 數位遊戲
- ◆ 電腦動畫
- ◆ 數位學習
- ◆ 數位出版典藏
- ◆ 數位影音
- ◆ 行動應用
- ◆ 內容軟體
- ◆ 網路服務

文化創意產業

藝術產業

媒體產業

設計產業

數位內容產業

台灣 (現在)

文建會

新聞局

經濟部



壹、前言(2/4) - 政策依據

91.5.31 行政院核定「挑戰2008：國家發展重點計畫」
「數位內容產業」屬兩兆雙星產業
「設計服務業」屬文化创意產業

行政院核定通過
「加強數位內容產業發展推動方案」
第一期方案 (91-95)
第二期方案 (96-100)

行政院核定通過
設計產業起飛計畫 (93-96)
設計產業翱翔計畫(97-100)

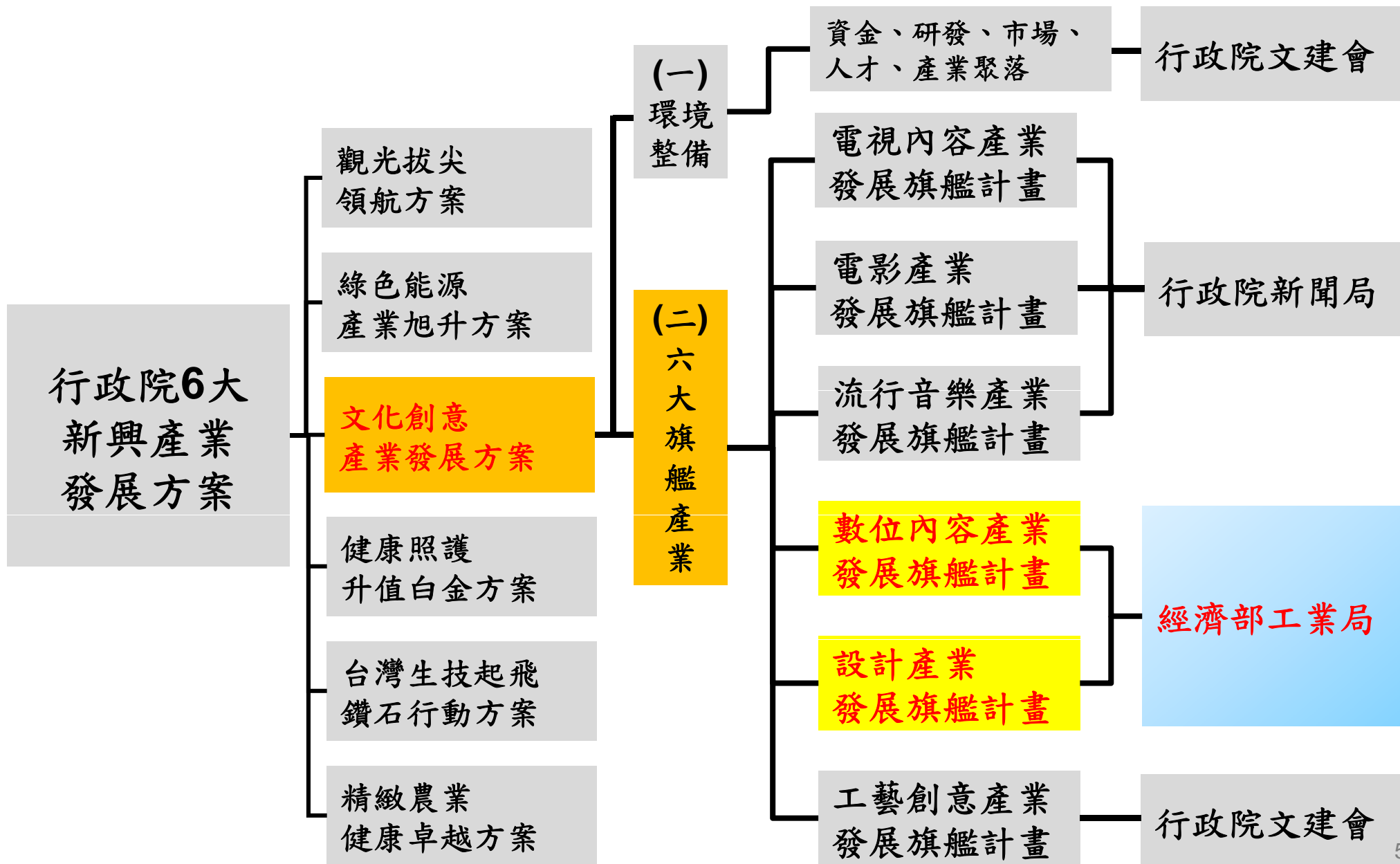
98.5.14 行政院通過「創意台灣-文化创意產業發展方案」
將「數位內容與設計產業」
納為六大旗艦計畫之重點發展產業之一

數位內容產業發展旗艦計畫

設計產業發展旗艦計畫



壹、前言(3/4) - 旗艦計畫定位



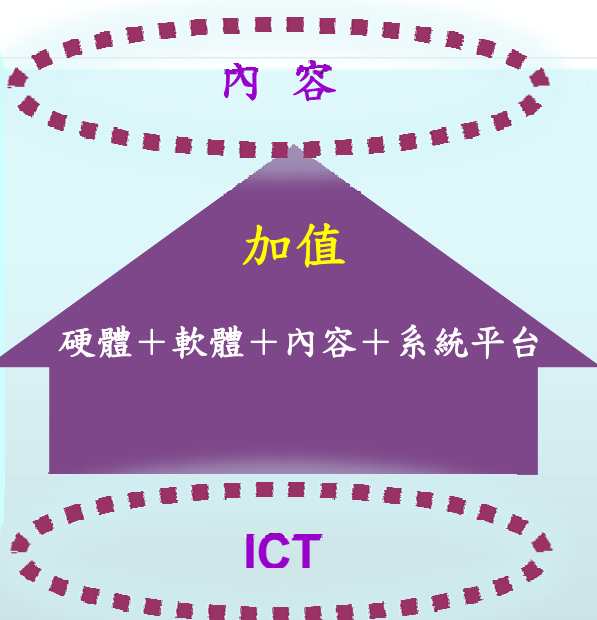


壹、前言(4/4) - 產業特色

數位內容產業

主要產業
 數位遊戲
 電腦動畫
 數位學習
 數位出版典藏
 數位影音

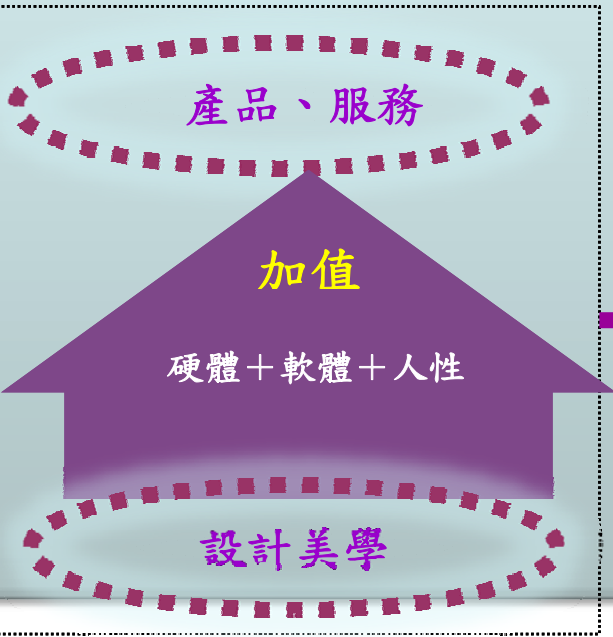
關聯產業
 行動應用
 內容軟體
 網路服務



設計產業

主要產業
 產品設計
 視覺傳達設計
 包裝設計

關聯產業
 服務設計
 活動設計
 空間設計



紙本書 → 電子書



電影電視 → 數位影音



教室學習 → 數位學習

- 符合使用需求
- 提升附加價值
- 創新營運模式
- 促進產業轉型



食品 → 文化產品



傳統車燈 → 時尚車燈



馬戲團 → 表演藝術團體



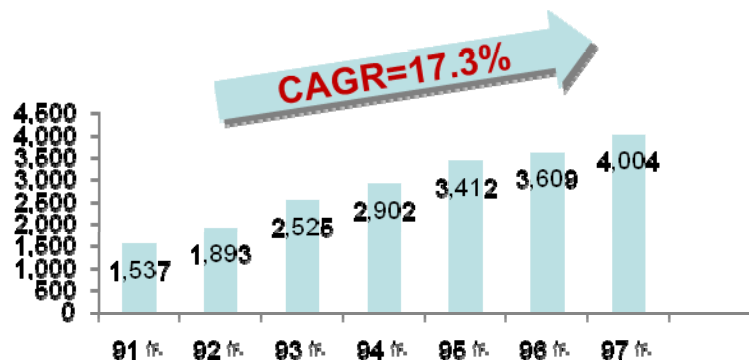
1. 數位內容產業—1.1推動成果 (91年~97年)

產業產值

數位內容產業推動迄今，產值由91年的新台幣1,537億元成長至97年的新台幣4,004億元，**年複合成長率(CAGR)為17.3%**

台灣數位內容產業產值(民國91-民國97年)

單位：新台幣億元



資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室，2009/09

外銷金額

產業外銷金額亦從91年新台幣100億元成長至97年新台幣300億元的規模

促進投資與國際合作

於92~97年期間，累計新增產業投資金額達新台幣769.41億元，促成國際合作金額約達新台幣118億元

領域/年度	92年	93年	94年	95年	96年	97年	合計
產業投資 (億元)	87	115	131	143	141	150	769
國際合作 (億元)	8	10	29	26	25	20	118

單位：新台幣億元

資料來源：經濟部數位內容產業推動辦公室，2009/09

公司家數與從業人員

於91~97年期間，公司家數由1,500家成長至3,500家(新增約2,000家)；從業人員由3萬人成長至7萬人(新增約4萬人)



1.2 國際獲獎與跨國合作

國際獲獎



- ▶ 電腦動畫：「國寶總動員」獲「2008東京動畫展最佳動畫」、「微笑的魚」獲「2006柏林影展最佳短片」、「紅孩兒決戰火焰山」獲「2005亞太影展-最佳動畫獎」等30餘座國際知名獎項。
- ▶ 數位學習：獲得2005~2008 Brandon Hall 最佳學習成效及創新科技應用多項大獎; 2008年獲得IMS Leadership Award Winner; 2009 Horizon Interactive Awards 共獲1金牌獎與5銅牌。
- ▶ 數位遊戲：原創遊戲「鐵鳳凰」(Iron Phoenix)獲「2004美國E3展最佳創意大獎」

跨國合作

- ▶ 樂陞科技與美國知名遊戲公司Activision Blizzard合作開發在Wii遊戲平台的「功夫熊貓」，創下全球銷售百萬套佳績
- ▶ 首映創意的「MuMuHug 3D電視動畫影集」成功行銷54個國家
- ▶ 大宇資訊「飛天歷險Free」授權東南亞與歐洲12國
- ▶ 中華網龍「黃易群俠傳online」授權日、泰、越南、星馬等國
- ▶ 西基電腦獲得喬治-盧卡斯監製「星際大戰系列-3D電影」的製作委託
- ▶ 遊戲橘子與Taffy共同投資「H108 水火傳」
- ▶ 宇峻奧汀的三國群英傳授權中國大陸的第九城市，且授權金達新台幣1.5億元..等海外市場銷售佳績
- ▶ 希伯崙(Live ABC)開創非英語系國家成功向韓、日等12個國家輸出英語數位學習產品
- ▶ 勝典科技亦取得美國康寧公司數位學習課程大型製作專案。





1.3不景氣中仍蓬勃發展的「數位內容產業」

----數位內容產業嶄露頭角，逐鹿台股股王----

數位內容上市櫃公司約45家，
總市值約1,200億元



(網龍：市值320億元)

(智冠：市值200億元)

(鈦象：市值150億元)

(訊連：市值150億元)

(橘子：市值80億元)

(宇峻：市值70億元)

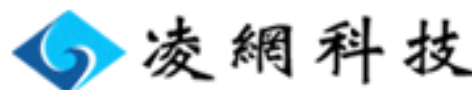
(昱泉：市值30億元)

(網家：市值20億)

(富爾特：市值20億)

(凌網：市值10億)

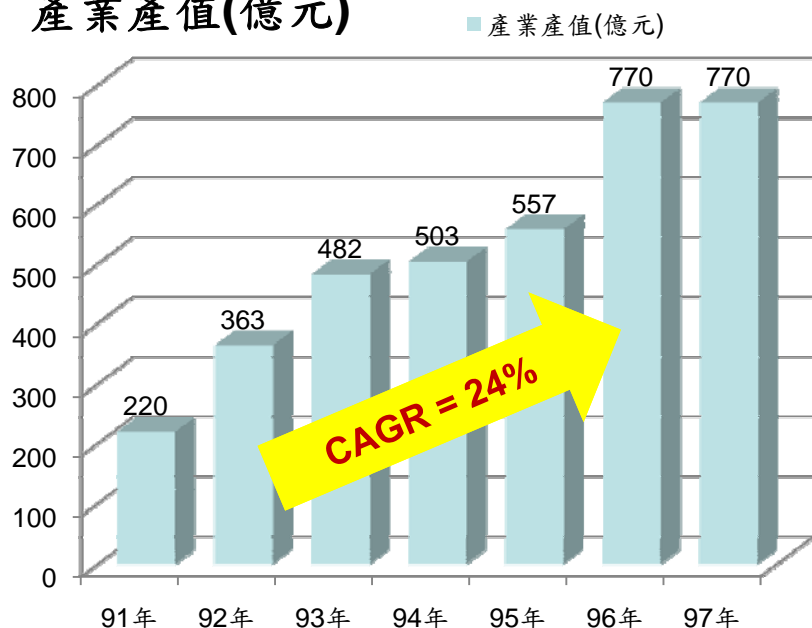
⋮





2. 設計產業—2.1 推動成果 (91年~97年)

產業產值(億元)



產業產值

設計產業推動迄今，產值91年220億元成長至97年的770億元，**年複合成長率為24%**。

公司家數與從業人員

主要公司家數由1,600家成長至2,400家(新增約800家)；從業人員由1.2萬人成長至2.4萬人(新增約1.2萬人)

外銷金額

外銷金額亦從新台幣100億元成長至新台幣400億元的規模。





領域/年度	91年	92年	93年	94年	95年	96年	97年	CAGR
產業產值(億元)	220	363	482	503	557	770	770	24%
從業人數(人次)	12,500	13,506	17,159	19,939	23,184	24,178	24,420	12%
營業家數(家)	1,624	1,826	1,925	2,096	2,239	2,362	2,386	6%

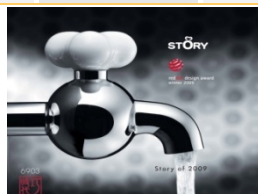
註: 97年為預估數，在考量金融風暴影響，採持平方式預估之。資料來源:財政部財稅資料中心磁帶資料,台灣地區職類別薪資調查。



2.2 台灣設計獲世界肯定-國際獲獎

台灣設計作品在國際獲獎數自92年起累計至98年止(德國iF, reddot, GD, IDEA)總數為811項，金(首)獎21件。

國際獎項名稱	年份	92年	93年	94年	95年	96年	97年	98年	合計
德國iF (俗稱設計界奧斯卡)		5	14	37 (1金)	72 (3金)	56 (1金)	103 (2金)	66 (1金)	353
德國reddot (設計獎)		0	2	20 (1首獎)	37 (2首獎)	45 (1首獎)	62 (5首獎)	71 (3首獎)	237
美國IDEA (工業設計獎)		0	1	5	1 (1金)	4	5	2	18
日本G-Mark (產品設計獎)		11	36	38	38	28	31	21	203
合計		16	53	100	148	133	201	160	811





2.3跨部會設計合作開發商品

行政院客委會－桐花系列衍生商品

- ◆ 設計開發桐花系列精品200件以上，衍生產值新台幣10億元



國立故宮博物院－Old is New

- ◆ 設計開發「新故宮今古意」創意精品100件以上，衍生產值新台幣5億元



行政院原民會－原住民工藝商品

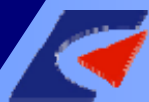
- ◆ 設計開發工藝類系列精品50件，衍生產值新台幣2.5億元



文建會工藝研究所－工藝時尚商品

- ◆ 設計開發臺灣風格系列精品70件，衍生產值新台幣3.5億元





2.4跨領域設計合作開發商品

- 結合法人研究機構，進行跨領域設計合作開發
- 辦理「通用設計」、「色彩及材質」及「使用者設計」等研究及推廣應用。
- 建置開放式實驗室及台灣設計元素資料庫38,186筆，蒐集500筆以上材質，廠商運用達12,000家次。

臺灣主題設計開發

故宮、工藝所、客委會及原民會等設計元素

1. 文史專家學者
2. 設計團隊
3. 台灣創意設計中心



故宮青花瓷
↓
桌上置物杯組

竹編椅
(法國媒體記者選為
23件最令人心動的作品之一)



中科院、工研院等技術單位

IP

ID

1. 設計團隊
2. 台灣創意設計中心

跨領域合作，衍生開發**30**件概念產品並推薦參加國際設計獎項



音樂填填圈，運用感知技術開發：獲2009 iF設計獎

跨機構設計合作開發



2.5 台灣設計與國際接軌

(1)
台灣國際創意設計大賽

1. 已舉辦第8屆與德國iF、德國reddot、日本大阪設計賞，同列為全球4大概念設計大賽之一。
2. 涵蓋全球40多個國家，每年逾2,000件作品參賽。



(2)
新一代設計展

1. 已舉辦28屆，98年度計有國內外111設計系所參展，共計2257攤位。為全球最大設計科系畢業聯展。
2. 96年獲選為國際工業設計社團協會（icsid）成立50週年全球系列活動之一。





2.6 推動台灣全民設計運動-辦理台灣設計博覽會

- 1) 已辦理7屆，分別與台北市、宜蘭縣、高雄縣及台南縣及台中市等5個地方政府合辦，提高全民設計美學素養。
- 2) 亞洲最大創意設計交流平台，前7屆累計參觀達200萬人次。

年份	主題	地點	參觀人數
92	生活美學	台北華山文化特區	8萬人次
93	食尚美學	宜蘭運動公園	16萬人次
94	居家美學	高雄衛武營	33萬人次
95	生活美學	台南蕭壠文化園區	39萬人次
96	快樂生活	台南蕭壠文化園區	22萬人次
97	夢想生活	台南蕭壠文化園區	38萬人次
98	本質	台中創意文化園區	44萬人次





優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> ■ 累積<u>豐富的中華文化典藏資產</u>，可創造差異化與具獨特性之商品 ■ <u>台灣科技產業之技術及製造實力雄厚</u>，協助數位內容及設計產業創新發展 ■ <u>高級人才成本較歐美國家具市場競爭優勢。</u> ■ 台灣是<u>華人世界自由化及民主化最為成熟的地方。</u> ■ 台灣是<u>華文世界的最大窗口。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ <u>淺碟型內需市場，廠商國際化程度未健全</u> ■ <u>軟體、內容及人性設計的能力較弱</u> ■ 國內以專業技術人才為主，較<u>缺乏國際行銷、財務、法務等經營管理及跨領域應用之整合性人才</u>
機會(Opportunity)	威脅(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> ■ 台灣具有與其他華人地區在<u>文化、語言、地理位置的相對優勢</u>，具備開拓中國新興市場的潛力。 ■ <u>全球中華文化熱潮</u>，創造我國數位內容及設計產業在全球市場的新契機。 ■ 由於台灣企業製造成本優勢衰退，<u>企業逐漸認同經由設計美學與數位內容來提升產品附加價值。</u> ■ 台灣文化自由開放特色，可成為<u>華人世界品牌</u>，可帶動華人文創產業經濟。 ■ 近年來<u>國際知名獎項得獎數不斷增加</u>，在國際市場上受矚目。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ <u>中國大陸保護主義盛行，豎立市場准入屏障</u> ■ 中國大陸、印度以<u>低價競爭</u>方式進入市場，造成可預見之威脅 ■ 各國對於中國市場發展積極投入研究，台灣未相對投入資源研究，不利未來中國市場的拓展



內需市場胃納不足，應加強拓展國際市場

由於我國內需市場較小，應運用既有資通訊產業的全球佈局優勢，及深厚文化與地方特色所萃取之應用元素，與數位內容及設計產業結合，創造多元新興通路與市場契機為產業發展關鍵。

中國大陸經濟崛起，兩岸關係和緩，應積極協商市場開放

中國大陸經濟崛起，惟其保護主義盛行，我國數位內容業者受限於相關法規限制，面臨市場准入及投資准入等問題，應推動兩岸產業合作及協商市場開放。

全球華文市場興起，應積極推動區域市場合作

全球中華文化熱潮，華文市場興起，台灣具有與其他華人地區在文化、語言、地理位置的相對優勢，應積極推動區域市場合作，以開拓華文市場。

產業發展蓄勢待發，應積極培育專業人才

由於產業快速發展，為因應國際化的挑戰，產業急需專業技術、國際行銷、經營管理、財務及法務等多元專業人才，故需快速結合產官學研資源，加強專業人才培育以促進產業發展。



1. 數位內容產業 — 1.1 願景與目標

願景:發展台灣成為娛樂及多媒體創新應用的先進國家，並成為全球數位經濟產業發展成功之典範。

全
程
目
標

期
程
98-102年

(一)產值：102年產值達 7,800 億元

(二)投資：促成產業投資額達 1,000億元

(三)國際合作：國際合作金額達 140 億元

(四)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

(五)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

(六)人才培訓：培訓產業專業人才達 8,000 人次



1.2 發展策略





1.3 重點計畫及推動措施

產業發展躍進計畫

- (一) 產業發展環境整備
- (二) 新產品開發輔導
- (三) 計畫推廣宣導

數位學習與典藏計畫

- (一) 產業輔導與升級
- (二) 商品化與營運模式補助
- (三) 國際行銷推廣及產業人培

數位內容學院計畫

- (一) 專業人才培訓
- (二) 共用設施服務
- (三) 培育資源建構

國際領航拓展計畫

- (一) 舉辦全國數位內容系列競賽
- (二) 拓展國際市場
- (三) 推廣國內市場

數位出版產業發展計畫

- (一) 建構閱讀市集
- (二) 推動數位應用
- (三) 擴張資訊國力
- (四) 建構產業標準
- (五) 深化產業技術
- (六) 拓展全球市場
- (七) 完備市場供給
- (八) 鼓勵商業創新
- (九) 提升閱讀人口
- (十) 縮短數位落差



1.4 經費預算

A. 數位內容產業發展計畫經費包括「產業發展躍進計畫」、「數位內容學院計畫」、「國際領航拓展計畫」、「數位學習與典藏加值計畫」、「數位出版產業發展計畫」，合計金額約新台幣**44.85億元**

B. 經費預算表如下：

(單位：新台幣仟元)

計畫名稱 \ 年度	98年	99年	100年	101年	102年	經費來源
產業發展躍進計畫	314,124	340,988	340,988	340,988	340,988	政府科技計畫
數位內容學院計畫	99,600	99,600	99,600	99,600	99,600	
國際領航拓展計畫	77,584	77,027	77,027	77,027	77,027	
數位學習與典藏加值計畫	262,031	265,544	265,544	265,544	265,544	
數位出版產業發展計畫	由以上四項計畫支應		200,000	200,000	200,000	
合計	753,339	783,159	983,159	983,159	983,159	

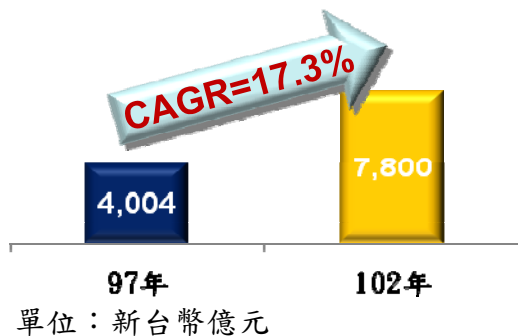


1.5 預期效益

軟硬整合，
帶動產業規模成長

擴大產業規模

- 產值由4,004億提升至7,800億
- 軟硬跨業整合新增投資1,000億



連結全球市場

- 外銷金額由350億提升至800億
- 拓展兩岸市場，提升外銷200億



國際拓銷，
促進兩岸產業交流

多元創作，
鼓勵投資文創產業

促進產業發展

- 輔導創新產品200件
- 衍生產值增加100億元



擴大人才供給

- 促成產業人培回歸教育體系
- 完成專業人才培訓8,000人次



學研整合，
擴大產業人培能量



2. 設計產業 — 2.1 願景及目標

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

全 程
目 標

期 程
98-102年

(一) 促進國內設計服務業營業額於102年達新台幣1,000億元，提升設計服務業競爭力並擴大市場版圖。

(二) 本計畫促進產業投入產品設計開發新台幣9億元，衍生創造產值新台幣900億元帶動產業創新及升級。

(三) 建置松菸文化園區成為文化創意創作、展售、體驗園區，帶動產業群聚效應，作為我國設計、藝文及文創發展之重要根據地

(四) 我國設計產(作)品獲國際4大設計獎項，包括德國iF與reddot、美國IDEA及日本G-Mark全程達800件以上，藉由國際肯定，快速獲得品牌及通路效應。

(五) 辦理2011世界設計大會暨設計年系列活動，預計吸引約60國3,000位國內外設計專業人士與會，提升我國國際設計形象；並吸引國內400萬人次參與，藉以帶動全民設計美學運動。



2.2發展策略及推動措施

設計產業發展旗艦計畫	發展策略
	一、強化設計服務業能量，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，提升全民設計美學素養
	五、塑造我國國家品牌形象，以設計行銷台灣

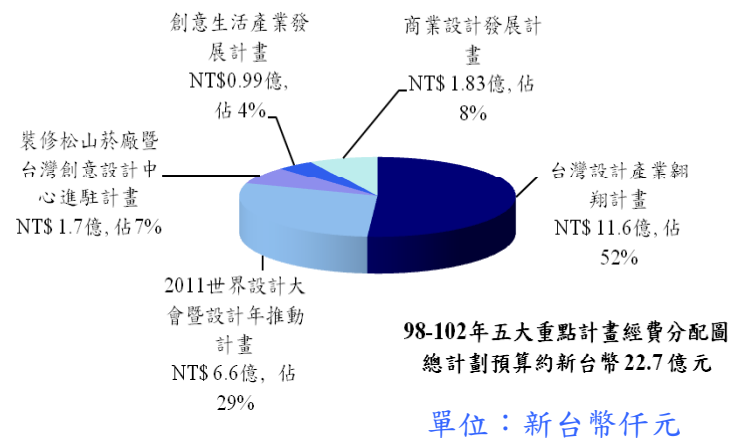
重點計畫	推動措施
台灣設計產業翱翔計畫	(一)協助傳統產業運用設計提升附加價值 (二)協助科技產業全球設計運籌 (三)協助設計服務業開發市場 (四)促進設計研究創新應用 (五)強化設計人才培訓
2011世界設計大會暨設計年推動計畫	(一)建立設計年推動機制籌劃設計年相關工作 (二)打造我國設計地圖帶動全國全年全民設計運動 (三)塑造設計年品牌形象擴大國內外推廣宣導
台灣創意設計中心進駐松山菸廠計畫	(一)進行室內設計及裝修工程，打造兼具人文與設計美學之場域 (二)台灣創意設計中心進駐並試營運
創意生活產業發展計畫	(一)評選推廣創意生活事業 (二)推動顧客體驗輔導 (三)推廣行銷創意生活產業 (四)深化創意生活產業合作交流機制
商業設計發展計畫	(一)優化商業服務設計機制 (二)培育跨域創新管理人才 (三)推動國際交流活動



2.3 經費預算

A. 設計產業發展計畫經費包括五大重點計畫，合計金額約新台幣22億元。

B. 經費預算表如下：



計畫項目	年度					小計	經費來源
	98年	99年	100年	101年	102年		
台灣設計產業翱翔計畫	173,900	185,000	203,000	300,000	300,000	1,161,900	科專經費
2011世界設計大會暨設計年推動計畫	58,965	87,000	510,000	-	-	655,965	科專經費
裝修松山菸廠暨台灣創意設計中心進駐計畫	-	170,000	-	-	-	170,000	公共建設經費
創意生活產業發展計畫	19,700	19,700	20,000	20,000	20,000	99,400	科專經費
商業設計發展計畫	28,000	27,128	28,000	50,000	50,000	183,128	社會發展經費
合計	280,565	488,828	761,000	370,000	370,000	2,270,393	



2.4 預期效益

產值

102年產值達 1,000 億元。

擴大產業規模

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。

促進產業發展

創意
園區

建置松菸文化園區成為文化創意創作
、展售、體驗園區。

促進跨域合作

國際
大獎

獲國際4大設計獎項達800件以上。

台灣設計發光

世界設
計大會

吸引60國，3,000位國內外設計師
來台。

連結全球市場



軟硬整合與營運創新



1. 98年7月公告「行動台灣應用推動計畫」增列電子書創新應用服務，鼓勵數位出版、資訊軟、硬體、WiMAX營運商等業者共同提案
2. 規劃『智慧生活應用推動計畫』，預計99年起執行，推動城市級數位閱讀創新應用及電子書與數位典藏結合等創新營運模式

國際拓銷與兩岸交流



1. 98年7月1日~4日於新疆烏魯木齊舉辦『2009海峽兩岸中文信息技術標準論壇』，針對兩岸中文電子書共通格式標準進行研商
2. 規劃辦理『數位內容產業兩岸搭橋計畫』，預定於99年5月召開會議，針對兩岸數位內容產業之市場准入等議題進行研商

創新研發與異業結盟



1. 依據數位內容產業特性，研訂『數位內容產業發展補助計畫』（強調創意及市場性審查、降低財務門檻、增聘文創相關委員）
2. 計畫自98年8月7日公告受理提案申請，目前已有90件提案，成功整合資通訊業者與數位內容聯合提案，計畫投資規模達24億元

學研整合與人才培訓



1. 預計99年起數位內容學院將與國內大學合作，運用學校設備資源，結合產業專案實作，累積正規教育體系之產業人才培訓能量
2. 透過學研資源整合，結合教育體系資源及數位內容學院營運經驗，降低培訓成本，未來5年內產業人培將可由4,500人次提升至8,000人次



2011世界設計大會暨設計年推動計畫

1. 台創中心已與**國際設計聯盟 (IDA)** 於本 (98) 年8月9日在蒙特婁**正式簽約**。
2. 國際設計聯盟 (IDA) 貴賓 (ICSID理事長Dr. Mark Breitenberg、RED DOT 總裁Peter Zec等) 於8月26日親臨台灣，出席本部與**臺北市**政府共同舉辦之活動記者會，**正式宣告大會啟動**。
3. 完成2011主視覺設計與宣傳短片並透過全球展會**展開推廣系列造勢活動**。



國際拓銷與兩岸交流

1. 協助廠商取得國際四大設計獎項，本年度累計**160件**。
2. 完成辦理巴黎家飾展(98年9月4-8日)，帶領**27家**廠商，**國際參觀人士達5000人**，現場及後續接單約**新台幣2800萬**。
3. 完成辦理米蘭家具展 (98年4月22-27日) 帶領**11家**廠商，**國際參觀人士達4萬人次**，**預估約6000萬**台幣之商機
4. 完成辦理中國南京展(98年9月17-20日) 帶領**28家**廠商，**參觀人次達26萬人次**



推動全民設計美學運動

1. 奉 總統指示，依簡潔、易懂易記，且國際化之原則，將『國家設計獎』更名為「**金點設計獎**」。並於8月11日**完成「金點設計—迎向國際新契機」金點設計獎揭示儀式**。
2. 辦理**台灣設計博覽會(98年10月2日~18日)**全程共吸引**445,840**參觀人次。並**完成金點設計獎與台灣國際創意設計獎頒獎典禮**，吸引來自全球**30國**共**6,048**件參賽。
3. 完成辦理**新一代設計展(98年5月14-17日)**展出單位計**超過全球111個**設計科系參加，**參觀人數95,000人**。



台創中心進駐松菸文化園區



世紀交鋒 台灣設計寫歷史
The Edges of Taiwan Design History



本局已於8月26日與臺北市政府、台灣設計中心簽訂松菸文化園區專案合作契約，共同規劃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，帶動產業群聚效應，並作為**2011臺北世界設計大會**主要活動場域。



- 一. 我國自**91**年起致力於推動數位內容及設計產業發展；數位內容產業產值由**91**年**1,537**億元成長至**97**年**4,004**億元，年複合成長率達**17.3%**；近期金融海嘯造成全球景氣衰退，但數位內容產業在線上遊戲、數位學習等「宅經濟」領域之營收卻不減反增，逆勢成長**30%**。設計產業產值自**91**年的**220**億元成長至**97**年的**770**億元，年複合成長率高達**24%**；國際獲獎累計至**98**年止共計**811**項、金獎**21**件，並成功爭取到**2011**臺北世界設計大會主辦權。
- 二. 數位內容及設計產業發展過去以國內市場為主，但受限於內需市場規模有限，未來應加速拓展海外市場。
- 三. 在產業發展策略方面，數位內容及設計產業應強化透過台灣創意能量，運用中華文化利基及地方特色，並結合我國資通訊產業優勢，協助傳統產業創新轉型、培育國際專業人才，將我國優質的原創產品與服務行銷全球。



- 一. 如何運用中華文化典藏資產，轉化成數位內容及設計產業創新應用之元素，以創造差異化及獨特性之商品？
- 二. 以台灣硬實力(資通訊)優勢當基礎，如何補強數位內容及設計產業軟實力(軟體、內容、人性)不足之處？
- 三. 如何運用國際交流合作，讓台灣數位內容及設計產業與國際接軌？
- 四. 如何強化政府各部門的分工合作及資源整合，以促進數位內容及設計產業之發展？



畢 導
完 指
報 請
簡 恭