

行政院文化建設委員會

文化創意產業發展（第二期）修正計畫  
97—102 年  
（核定本）

計畫主辦機關：行政院文化建設委員會

民國 98 年 10 月

# 目 錄

摘要.....	1
壹、前言.....	4
一、全球文創產業發展趨勢.....	4
二、我國文創產業發展與現況.....	5
三、發展趨勢.....	7
四、機會及展望.....	8
五、計畫修正緣由.....	10
貳、原文創二期計畫執行檢討.....	10
一、內容概述.....	10
二、執行成效檢討.....	12
參、第二期計畫修正重點.....	19
一、計畫期程.....	20
二、計畫內容.....	20
三、架構圖.....	21
肆、計畫目標.....	22
一、目標說明.....	22
二、達成目標之限制.....	23
伍、執行策略及方法.....	24
一、執行策略.....	24
(一) 子計畫一：多元資金挹注計畫.....	25
(二) 子計畫二：產業研發及輔導計畫.....	29
(三) 子計畫三：市場流通與拓展計畫.....	37
(四) 子計畫四：人才培育及媒合計畫.....	40
(五) 子計畫五：產業聚集效應計畫.....	42
(六) 子計畫六：工藝產業旗艦計畫.....	51

二、分年執行重點.....	52
三、預期績效指標及評估基準.....	60
<b>陸、資源需求.....</b>	<b>62</b>
一、所需資源需求重新評估.....	62
二、經費來源及計算基準.....	63
三、經費需求.....	64
<b>柒、預期效益.....</b>	<b>66</b>
<b>捌、經濟效益評估與財務計畫.....</b>	<b>68</b>
<b>玖、附則.....</b>	<b>71</b>
一、替選方案之分析及評估.....	71
二、有關機關配合事項.....	72
<b>拾、促進民間參與情形說明.....</b>	<b>72</b>
<b>拾壹、結語.....</b>	<b>75</b>
<b>附錄一、中長程個案計畫自評檢核.....</b>	<b>77</b>
<b>附錄二、經濟效益評估.....</b>	<b>79</b>

## 摘要

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，其倚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。

在全球的華人文化中，台灣有三大優勢<sup>1</sup>，可使台灣扮演開創者的角色，以文化的創造力，成為華人文創產業的先鋒：

- 一、台灣擁有海洋文化的特性，移民社會的多元包容特質，具備開放自由的胸襟，開創新局的勇氣，和寬廣的世界觀，充滿追求創新的能量。
- 二、台灣擁有深厚的中華文化傳統，教育普及，底蘊溫厚，保存著「溫良恭儉讓」的儒家精神，成為創新的人文基礎。
- 三、台灣是華人世界首先實現民主制度的地方。自由創作的環境，自由開創的心靈，是文化創意產業的生命力，也是台灣創意的源頭。

另一方面，中國大陸也正積極推動文化創意產業的發展，與台灣形成激烈競爭；惟當前兩岸政策的開放，為兩岸文化交流營造出更寬廣的空間。台灣應該吸納大陸的市場和資源，為台灣文創產業的發展開創新局。因此當前的局勢是台灣文化創意產業極為關鍵的時刻。錯過這個時刻，可能不只錯過我們經濟轉型與升級的機會，也會錯過開啟一個新時代的機會。

臺灣自民國 91 年起明定將「文化創意產業」列為「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之一，文建會即針對主管之文創產業範疇：「視覺藝術產業」、「音樂及表演藝術產業」、「文化展演設施產業」及「工藝產業」，提出文創產業第一期（92-96 年）發展計畫，主要著重文化創意源頭之耕耘，進行「培基固本」的文化藝術觀念強化，以推動藝術美學的扎根與觀念推廣，豐富台灣文化創意產業的文化藝術內涵。為延續推動之能量及擴大執行效益，文建會於 97 年 1 月 11 日奉 行政院核定文創產業第二期（97-100 年）發展計畫，計畫內容主要聚焦藝文產業的扶植與創新育成，於五大創意文化園區進行設

---

<sup>1</sup> 總統文化創意產業圓桌論壇結論報告，國家文化總會，2009 年 5 月 1 日。

施整建及引入民間參與機制，並以工藝作為旗艦產業，期望促成文化資本的加值和累積，進行文化消費市場的開拓，以提昇台灣整體的文化創意產業競爭力。

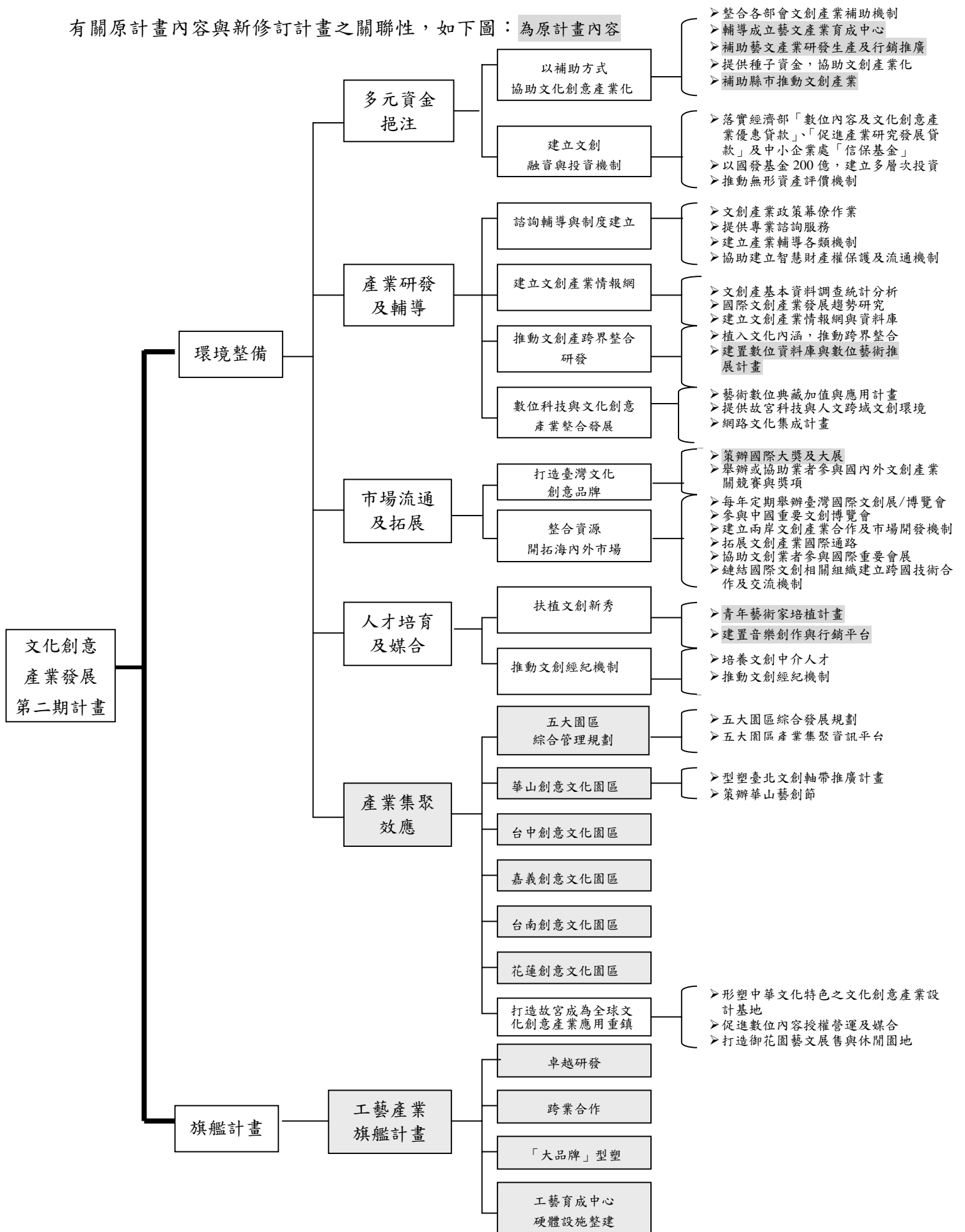
98年2月21日馬總統在召開的「當前總體經濟情勢及因應對策會議」中，特別強調文化創意是當前重要的六大關鍵新興產業之一，政府應投注更多資源，以擴大規模、提昇新興產業產值，並輔導及吸引民間投資。行政院隨即指示此六大關鍵新興產業應在三個月內提出具體策略，其中文化創意產業為建立跨部會、跨領域之整合平台，於3月25日成立「行政院文化創意產業推動小組」由劉前院長親自擔任召集人，曾志朗政務委員及文建會黃碧端主委擔任副召集人，聘請業界代表與各相關部會首長擔任委員，責成文建會擔任小組幕僚單位，以統整各方建議，研擬文創產業行動方案。

98年5月14日「創意臺灣-文化創意產業發展方案」獲行政院院會通過，執行期程為98年至102年，主要係針對台灣當前發展文化創意產業發展之優勢、潛力、困境及產業需求，提出推動策略，期能達到以台灣為基地，拓展大陸市場，進軍國際，打造台灣成為亞太文化創意產業匯流中心之願景。

為落實「創意臺灣-文化創意產業發展方案」各項策略，文建會將由原先僅負責主管之藝文產業，轉換為文化創意產業總體政策整合及協調之角色，故亟需修正文化創意產業發展第二期計畫，以應實際需要。有關修正重點如后：

- 一、依據「創意臺灣-文化創意產業發展方案」之兩大主軸「環境整備」及「旗艦計畫」，修正相關執行計畫。
- 二、「環境整備」項目由文建會統籌，內容含「多元資金挹注」、「產業研發及輔導」、「市場流通及開拓」、「人才培育及媒合」及「產業集聚效應」五大策略之具體措施。
- 三、工藝產業旗艦計畫：屬「創意臺灣-文化創意產業發展方案」六大旗艦計畫之一，計畫內容包含兩大策略、三大行動方案及11項重點計畫執行，以加速工藝產業精質化的歷程，並讓臺灣工藝產品優質設計與品質，行銷國內外、提高市佔率，提升國家形象及文化競爭力。

有關原計畫內容與新修訂計畫之關聯性，如下圖：為原計畫內容



# 文化創意產業發展第二期修正計畫

## 壹、前言

### 一、全球文創產業發展趨勢

過去 10 年來，世界各國積極推動文化創意產業的發展，包括經濟與文化成熟發展的先進文化大國，如英國、美國、日本；或者亟欲突破傳統代工定位、從製造代工（OEM）轉型為設計代工（ODM）的新興亞洲國家，如中國、韓國、泰國，都已意識到文化創意產業帶動國家經濟成長、產業升級的能量，以及在城市行銷上所能創造的高附加價值，並將文化創意產業政策視為國家的重點計畫。

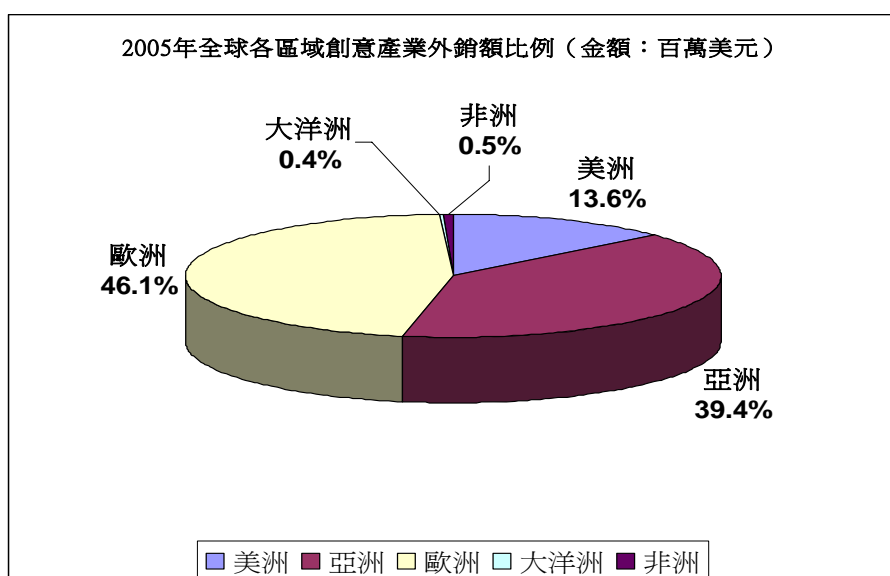
觀察近年來，各國公部門推動文化創意產業，主要在因應世界經濟與社會趨勢的變遷，針對重點產業轉型與升級制訂策略目標。例如，日本於 20 世紀初面臨經濟泡沫化的危機，從經濟與政治的硬勢力轉而發展文化創意的軟性國力。經過 10 多年，今天的日本透過動畫、遊戲產業，已在全世界展現了強勁的文化滲透力。另外，2000 年改變了亞洲各國產業經濟版圖的金融風暴，也催化了韓國的內容產業以及泰國的設計生活產業的發展決心，即使是創意產業的發源國—英國，其推動創意產業的初衷，也是想藉由創意產業，重塑英國在世界上已逐漸衰微的創新競爭力。

根據聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）於 2008 年所發表的創意經濟報告（The Creative Economy Report）指出，1996-2005 年的 10 年之中，全球創意產業外銷額（包括創意產品與創意服務）從 1996 年的 2,270 億美元成長至 2005 年的 4,240 億美元，成長幅度達 87%。其中，已開發國家在創意產業國際外銷市場依然是主流，尤其是產業發展已臻成熟的歐洲國家，仍具有文化輸出的優勢。然而，從已開發國家與開發中國家外銷額比例來看，兩者比例已逐年拉近，由 1996 年的 2.4 比 1 到 2005 年 1.44 比 1，顯示開發中國家近年來全力推動的成果。

近幾年來亞洲國家在創意產業的發展上有相當顯著的成果，也展現在優異的外銷成績上，10 年來外銷額成長約 133%，2005 年所佔世界創意產

業市場比例為 39.4%，直追歐洲國家。其中，印度與中國展現最耀眼的成績：在 1996 - 2005 年間的創意產品外銷額分別成長 2.33 倍與 2.42 倍。2005 年，中國創意產業外銷額達 613.6 億美元，為亞洲之冠，除了中國本身創意產業的萌芽，也要歸功於轉口貿易與過境貿易所帶來的優勢。亞洲國家之所以展現驚人的成長能量，說明以中國為首的亞洲發展中國家，近年來由公部門積極推動的創意產業已有顯著的成果。

全球各區域創意產品外銷額比例示意圖



## 二、我國文創產業現況分析

台灣文化創意產業的推動政策起源於 2002 年行政院頒佈之「挑戰 2008：六年國家發展重點計畫」，當時設定文創產能產生之效益，包括擴大文創產之營業額與就業機會達 1.5 倍，預期促進全民之文化藝術消費能力，提高全民家庭消費支出中「娛樂教育及文化服務」之比例，以及加強文化創意產業產品參加國際競賽得獎成效等，期待透過文化創意產業之開拓，結合人文與經濟，發展出兼顧文化積累與經濟效益的產業。

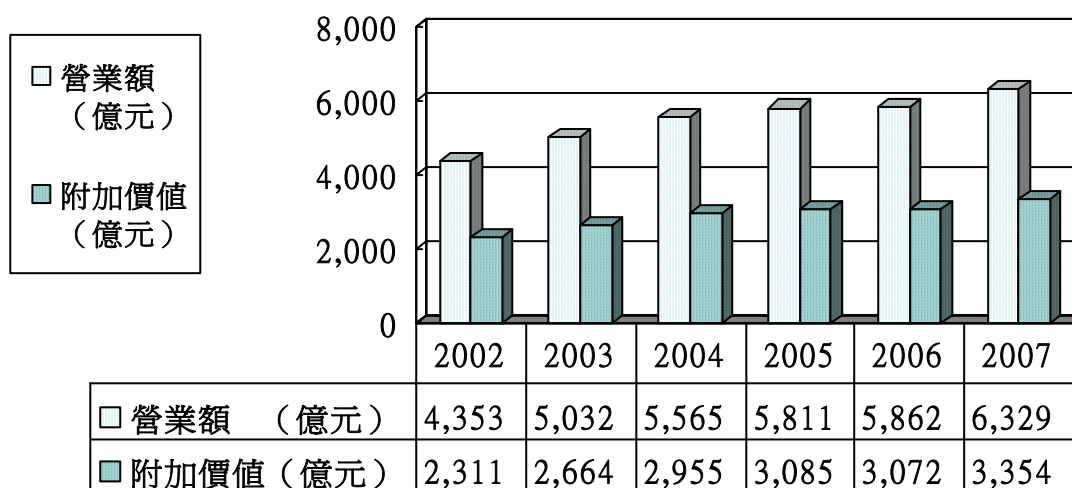
近年來台灣自發性的創意能量不斷在累積及放射，無論是在電影、設計、工藝或流行音樂，台灣在國際上都有相當傲人的成績，例如國片《海角七號》在締造國內票房紀錄的同時，也風靡各國國際影展；設計產業在 2002



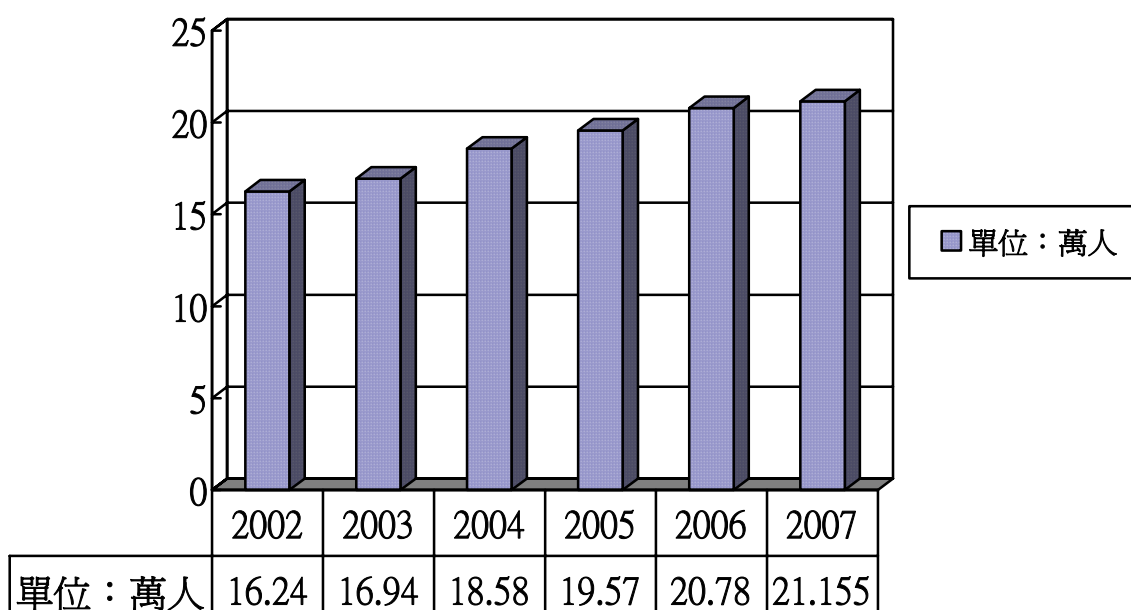
至 2007 年間，在國際設計 4 大獎項總獲獎數為 484 項；而本會所屬國立臺灣工藝研究所 2008 年率隊參加巴黎家飾展，與台灣創意設計中心合作開發之編織竹椅，在全場一萬多件作品中，獲法國媒體選為 23 件最令人心動的作品之一。

若以量化數據來看台灣的文創產業整體發展情形，2002 年台灣文化創意產業營業額為 4,353 億元，2007 年為 6,329 億元，增加 1,976 億元，2002 至 2007 年年平均成長率為 7.78%，較我國同期 GDP 年平均成長率 3.7% 為高。在附加價值方面：2002 年台灣文化創意產業附加價值為 2,311 億元，2007 年預估為 3,354 億元，增加 1,043 億元，2002 年至 2007 年的年平均成長率為 7.73%。另根據財政部財稅資料中心磁帶資料、行政院主計處人力資源調查統計、行政院勞工委員會臺灣地區職類別薪資調查，2002 年 16.24 萬人，2007 年為 21.16 萬人，增加 4.92 萬人，2002 至 2007 年年平均成長率為 5.43%。整體來看，各項數據都有正成長的趨勢。

**2002~2007 年營業額及附加價值表**



2002~2007 年文化創意產業就業人數表



工藝產業是台灣的藝術產業中發展較為成熟者，而聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）在 2008 年創意經濟報告中亦指出，工藝產業是文化創意產業在全球市場中，唯一以發展中國家為主的產業。1996-2005 年的 10 年之內，發展中國家的工藝產業外銷額成長近乎 2 倍，從 77 億美元提升至 138 億美元。台灣工藝產業近年來與設計、時尚、科技等領域的跨界結合，顯現出其發展的多元可能性；使用在地材質及具有生態友善特性的工藝，更是符合近年來的環保及樂活意識形態。惟台灣工藝產業有日漸倚賴內需市場的趨向，應於未來更著力於整體工藝品牌的打造，以拓展海外行銷通路。

### 三、發展趨勢

整體而言，台灣的文化創意產業有以下四項發展趨勢：

- （一）**產業創新的關鍵角色**：台灣文創產業有不錯的環境調整能力，主要是歸功於產業的創新以及市場的靈活反應。以出版產業為例，最近幾年來，該產業面臨強大的經營壓力（尤其是產業價值鏈與生態鏈的變化），然而，台灣業者不斷致力於創新能力的提升，如數位出版產品的開發、異業結合的靈活經營策略等，繼續維持一定的產業競爭力。

- (二) **大者恆大的狀態**：台灣的產業發展有個明顯的趨勢，即規模越大的企業越具有競爭力，出現大者恆大的樣貌。這樣的特色表現在營業額的數據上。從企業的資本結構統計數據來看，資本額規模在 1 億元以上之企業營業額維持在正成長；資本額在 1~2 億元的企業，其 2005-2006 年的成長率為 20.97%，2006-2007 年的成長率是 9.48%；而資本額在 2 億元以上的企業，其 2005-2006 年的成長率為 2.05%，2006-2007 年的成長率為 39.04%。但相對地，資本額在 1 億元以下的企業，其營業額的狀態則不甚穩定，也因此特別需要以政策扶持中小型甚或微型的產業。
- (三) **集中化的問題**：台灣的文化創意產業出現集中化的現象。就營業額來說，臺北市是台灣第一大創意城市，第二大城市是臺北縣（689 億元），第三是高雄市（267 億元），第四是臺中市（259 億元），第五是桃園縣（245 億元）。這些數據突顯出來，創意經濟的發展在台灣是不均等的，城鄉差異、南北差異等現象非常明顯，有著明顯「創意落差」的問題。
- (四) **越來越嚴酷的市場競爭**：台灣文化創意產業市場的競爭變得越來越激烈、非常嚴酷。雖然 2002 年到 2007 年的家數是成長的，而且在新興的產業（如設計、創意生活等產業）及創業門檻低的產業（如出版、廣告、表演藝術等產業）方面，產業家數也一直維持在正成長，但是，從 2005 年高峰之後，整體家數的發展開始呈現負成長，而且是連續 2 年減少。受到 2002 年政策提出的刺激，台灣文化創意產業家數快速的成長，成長率高達 8.78%，但是接下來的家數成長率逐年下降。因為政策的推力可以帶動初期產業的成長，接下來市場現實的考驗將會扮演核心的機制，影響產業創業的意願，以及進行產業的淘汰。

#### 四、機會及展望

對於發展文化創意產業，台灣具有相當多的優勢。台灣是多元文化及民主開放的社會，加上教育普及，人才及文化水準在亞洲國家中都相當突出，投入文化創意產業的潛力無限。尤其現今兩岸開放，兩岸經貿關係逐

步正常化，華文市場也漸漸成形；台灣近年來成為精緻、創新及當代華人文化的孕育地，影視和流行音樂產業更是引領風潮，因此兩岸和亞洲華人所形成的新的大華語市場，對於台灣來說是一個難得的新契機。而台灣在中小企業、資通訊硬體產業發展過程中，所累積的資金、人才、創新技術、靈活應變能力，以及在全球產業價值鏈上的操作經驗和專業，恰可移轉至文創產業。

然而台灣在推動文創產業方面與其他國家相較，整體而言並未見具體成效，究其原因主要在於根本結構性的問題：如推動文化創意產業之法規與發展機制尚未完備；文創業者多屬微型經濟規模，現有融通及評價制度不足，業者不易取得產業發展資金；文化創意產業分由不同部會主政，資源分散，缺乏整合機制；內需市場及國際市場都仍待開拓；產業基礎研究不足，藝文資源產業化程度低，產業鏈未能建立等。

再者，近一年全球金融海嘯來襲，各國莫不審慎思考如何刺激景氣及提振產業發展，解決企業生存危機。高度仰賴出口市場的台灣，受到衝擊的不僅是原已有相當規模的製造業及電子業，文化創意產業也無法倖免於難。在經濟衰退之情形下，民眾消費緊縮，文創商品及服務往往非為必要性民生支出，使得產業的推展面臨嚴峻的考驗。

台灣在 30 年前以科技產業躍升為亞洲四小龍之首，30 年後的現在，遭逢全球經濟嚴重衰退的困境，此時是危機也是轉機，同時是我們思考台灣未來走向及產業發展方向的時刻。「文化創意產業發展方案」的擬訂及本計畫的修正，即是希望掌握台灣的優勢及機會，扭轉劣勢，突破發展困境，為文化創意產業奠定發展根基。

## 台灣文化創意產業 SWOT 分析

優勢 Strength	弱勢 Weakness
1)自由創作環境，優秀人才輩出，民間創造力源源不絕。 2)開放多元社會，藝文活動呈現多元性與多樣性。 3)充分透明的資訊，社會接受新事物與新觀念的可塑性強。 4)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。 5)地方文化活力強，民眾對藝文活動與創意生活的需求日增。	1)可以產業化與不需要產業化的分際不夠明確，與民間的需求和期待產生落差。 2)政府主管部門分散，缺乏整合平台。 3)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。 4)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。 5)資金來源不足，缺乏文化投資的鼓勵措施。 6)智慧財產權未受尊重保護。 7)藝文界缺乏整合、行銷與管理人才。
機會 Opportunity	威脅 Threat
1)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。 2)華人經濟崛起，大中華區域經濟形成。 3)兩岸開放的大趨勢，使台灣文創產業有開拓的空間。 4)民間人才充足，自主性與參與性高。	1)大陸有廣大內需市場，易於進軍世界市場，且大陸亦以文創為重點發展產業，兩岸有競爭壓力。 2)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。 3)世界各國重視文創產業，亞洲國家如韓國、日本、泰國、印度等不斷崛起，形成競爭。

### 五、計畫修正緣由

98年5月14日「創意臺灣－文化創意產業發展方案」獲行政院院會通過，執行期程為98年至102年，為落實推動文創產業發展方案各項策略，文建會角色亦須有所轉換，依照過往部會分工，文建會僅負責主管之四項藝術產業，今後將朝向文化創意產業總體政策整合及協調的角色位移，爰依據文化創意產業發展方案，調整修正文建會文化創意產業發展第二期計畫內容及期程，以應實際需要。

### 貳、原文創二期計畫執行檢討

#### 一、內容概述

民國91年起文建會針對主管之文創產業範疇，提出文創產業第一期（92-96年）發展計畫，主要著重文化創意源頭之耕耘，以推動藝術美學的扎根與觀念推廣，豐富台灣文化創意產業的文化藝術內涵。為延續推動之能量及擴大執行效益，於97年1月11日奉行政院核定文創產業第二

期(97-100年)發展計畫，計畫內容主要聚焦藝文產業的扶植與創新育成，於五大創意文化園區進行設施整建及引入民間參與機制，並以工藝作為旗艦產業，期望促成文化資本的加值和累積，以提昇台灣整體的文化創意產業競爭力。謹將文創產業第二期(97-100年)發展計畫之各項子計畫內容說明如下：

#### (一) 強化產業環境發展計畫

藉由輔導成立藝文產業創新育成中心、補助縣市政府推動藝文產業發展、補助藝文產業研發生產及行銷推廣、建置數位資料庫及數位創意銀行、辦理國際性大獎大展、青年藝術家作品購藏流通等事項，建立產業輔導諮詢之配套措施，並提供藝文工作者發展產業所需之資源及協助，使藝文產業的體質更為成熟及更具競爭力。

#### (二) 工藝創意產業發展計畫

工藝產業為本會主管之四項藝文產業中，發展最為成熟之業別，故於本計畫中列為旗艦產業。計畫內容包括：建立台灣工藝創新育成網絡(資源人力面)、強化工藝產業競爭力(產出面)及建構工藝產業市場機制(市場面)；暨強化工藝文化園區的後續整建及充實設施，以建置國際性、具競爭力之工藝創意產業發展基地。

#### (三) 創意文化園區推動計畫

各園區之產業定位分別為：華山-「跨界藝術展現與生活美學風格塑造」；台中-「建築·設計與藝術展演中心」；花蓮-「文化藝術產業與觀光結合之實驗場域」；嘉義-「傳統藝術之創新中心」；台南-「創意生活媒體中心」。透過五大園區之整建及再利用，促進藝術產業之發展，同步引入民間機構經營創意與資源，推動軟硬體建設，建構完善的園區設施及文創產業引入機制，活絡體驗經濟活動。

## 二、執行成效檢討

文化創意產業發展第二期計畫(97-100年)前核列總經費為56億3,541萬8,000元，其中97-98年各項子計畫分年預算表如下：

文化創意產業第二期計畫 97 年至 98 年已編列分年預算表

單位：千元

計畫名稱	97 年	98 年	合計
強化產業環境發展計畫	116,569	112,503	229,072
工藝創意產業發展計畫	333,663	334,211	667,874
創意文化園區推動計畫	334,919	381,657	716,576
<b>總經費</b>	<b>785,151</b>	<b>828,371</b>	<b>1,613,522</b>

本二期計畫 97 年度編列預算 7.85 億元，執行數為 5.73 億元，繳庫數 0.98 億元，保留數 1.13 億元，預算執行數 85.48%。各個子計畫於 97 年之執行成效說明如下：

### (一) 強化產業環境發展計畫

1. 成立五家育成中心，補助總金額為 780 萬元，共協助 30 家相關藝文產業領域之業者進駐，總產值為 2,072 萬元整。
2. 補助藝文產業研發生產及行銷推廣 11 案，補助直轄市及縣(市)政府推動藝文產業發展 10 案，補助總金額逾 1,762 萬元。
3. 辦理「Art Taipei 2008 台北國際藝術博覽會」，參展畫廊國內外共計 111 家，產值達 7 億 5 千萬元。
4. 參與 2008 臺灣國際文化創意產業展覽會，成立「臺灣表演藝術展演專區」及「台灣工藝新趨勢」二主題展區，重點推介表演藝術及工藝產業。
5. 數位創意資訊平台—完成「創意媒合王」網站建置及上線，已匯入數位創意素材 31,588 件，促進藝文數位物件加值運用。
6. 辦理「美好年代—第七屆台灣衣 party」，展出 12 位設計師作品；「青年藝術家作品購藏及流通計畫」97 年度青年購藏作品計 51 件；辦理公開徵曲之音樂會，鼓勵並培植國人優秀原創作品。

## (二) 工藝產業發展計畫

### 1. 建立台灣工藝創新育成網絡

#### (1) 工藝創新育成輔導計畫

公開徵求輔導團隊提案方式，輔導區域性工藝產業至少 1 項以上，建構工藝產業鏈關係，吸引產業聚集分工之輔導策略，以提升其經營能力，作為後續推廣工藝的典範。經徵選輔導團隊進行嘉義縣新港鄉交趾陶產業輔導案(南區)、南投縣埔里鎮手工紙工藝產業輔導案(中區)及鶯歌陶瓷工藝產業輔導案(北區)共計三項輔導案。

#### (2) 培育工藝卓越人才

藉助工藝之家藝師精湛技藝及豐富創作經驗，鼓勵國內工藝設計相關學院學生在畢業製作或參展（例如：新一代設計展）、競賽時，以工藝之家作品的新詮釋，結合創意與實用融入國人的生活層面，進而實踐「生活工藝化，工藝生活化」。

#### (3) 跨媒材、跨領域創新研發機制

辦理專業交流集思研創系列活動、生活提案設計研習營及國際交流、多媒材植物染產品合作開發、竹藝辦公空間規劃及天人合一漆畫修復與新作等計畫。

#### (4) 媒合和異業資源合作開發機制

媒合 15 位國家工藝獎得獎工藝師與 15 位新銳設計師，利用台灣原創設計概念與台灣工藝技法素材，合力創作產出 23 組新作品。成立「yii」品牌，參加國際設計商展，並於文創展中首度於台灣發表，提升台灣工藝設計國際觀，創造文化創意產業更高產值。

透過公開徵求，邀請國際設計大師 Konstantin Grcic 參與 2008 年工藝時尚計畫，進行研究並協助入選之工藝師，利用台灣原生竹材，發揮竹材特性，合作開發「具高度設計原創性及工藝品質、富市場潛力及收藏價值之生活物件」。促成全球第



一把以竹材原創概念竹製懸背椅「43」誕生，並參加 2008 年巴黎傢飾展記者發表會與第二屆台灣國際文化創意產業展覽會-「yii」品牌成果記者發表會，帶來國內外超過 70 篇的媒體露出效益與 1,600 萬新台幣作品洽詢訂單。

## 2. 工藝品牌形塑計畫

### (1) 強化工藝產業競爭力：

媒合規劃設計團隊與工藝之家依需求就品牌識別體系設計、品牌導入包裝設計、品牌策略規劃三方面共同提出企劃書申請補助，其中國內市場開發案最高補助額為 50 萬元，國外市場開發案最高補助額為 300 萬元為上限，共執行二梯次補助申請，審查通過 14 案。

### (2) 拓展台灣文化魅力及國際交流：

參加德國慕尼黑「TALENTE」競賽、西班牙亞拉岡當代國際陶藝博覽會、「2008 臺灣工藝時尚」美國巡迴展覽、加拿大「2008 台灣文化節」展演、第 66 屆東京國際禮品展、「2008 台灣工藝時尚巴黎家飾用品展」及上海「民族民俗民間藝術博覽會」等，其中以「Yii」為品牌名稱，正式於巴黎傢飾展之精品設計館（Now! Design a Vivre）進行發表；其中於現場洽談之合作案包括德國製造商 AUTHENTICS、美國製造商 Artecnic、法國製造商 ALPAC 等計 16 案，邀展洽詢案包括法國現代美術館、法國 Bourgogne 博物館、英國藝廊 Vessei、法國 Vision Maison 展計 5 案，洽詢買家約共約 265 家，洽詢產值計新台幣 1 億 767 萬餘元；有意願購買訂單金額計新台幣 4,994 萬元。

## 3. 建構工藝產業市場機制

- (1) 設置共同行銷推廣據點—於台中市經國綠園道精華地段之「誠品·綠園道」百貨公司內設置台灣工藝生活美學概念館，以 245 坪之大型展售空間，幫助 117 家徵選通過之「工藝之

家」在自由市場競爭下行銷當代台灣工藝精品，並展現台灣工藝文化特色，一般民眾可欣賞台灣工藝之美。

(2) 工藝之家整體行銷—以本會工藝所嚴選認證之台灣工藝之家及其工藝品為主體，補助旅館工藝推廣設施，先期規劃完成示範據點 4 處，並作為 98 年度公開公告徵求之示範案例。

(3) 台灣工藝產業宣傳

統一對外媒體文宣執行窗口，針對相關活動與計畫作系列性媒體宣傳。新聞專題制定綠色工藝鏡面標題給予民眾深刻印象，深度推廣台灣工藝。開發更多工藝消費人口，創造工藝新價值，讓工藝滲入每個家庭，促進消費，提昇工藝總體產值。拍攝製作中英日版本之台灣工藝之家宣傳廣告，及為開拓國內工藝體驗風潮，以介紹中部地區 38 位工藝之家主題宣傳片。

#### 4. 工藝創新育成中心基地硬體設施整建計畫

(1) 園區營運計畫

開辦竹編、竹雕、陶藝、玻璃實心雕塑、撕畫紙藝、植物染色、變塗漆藝等工藝基礎班，生活工藝館各項展演活動，包括兒童遊戲工坊、嬉遊兒童工藝坊、生活工藝思行坊、工藝五感展覽及假日創藝市集與街頭藝人表演等活動。

(2) 園區硬體建設計畫

進行工藝設計館規劃設計及監造委外服務案，完成工藝資訊館硬體整修及內部裝潢，完成「數位視訊系統整合建置委外服務採購案」、「工藝數位互動資訊系統建置案」、「國際會議廳視聽系統建置」及工藝資訊館全館資訊網路建置，提供全館無線上網服務。

(3) 工藝典藏庫擴建計畫

辦理「工藝典藏展示館建置計畫初期規劃與可行性評估研究」，完成典藏庫房環境及文物保存維護需求擬定並規劃有關

防潮、隔震、空調、機電、防災、材料設備選用、管理空間規劃、展示及典藏管理出入動線、使用需求、設備相容性及成本等各項性分析與規範建立，供籌建工作之建置規劃與遵循的依據，賡續辦理「工藝典藏展示館」整體規劃及細部設計與主體建築工程。

### (三) 創意文化園區推動計畫

本會主管之五大創意文化園區，97 年工作重點有三：

- 賡續規劃與修繕園區基礎工程，使之勘用；同時進行花蓮都市計畫變更及細部計畫擬定案，完成文創園區使用規範。
- 將完成基礎工程之區域，配合園區營運定位，以試運轉方式辦理文化创意產業相關展演活動，以凝聚共識。
- 積極規劃辦理引入民間參與經營之可能性與先期規劃，尋覓潛在投資者，永續經營園區。

謹將各園區 97 年執行情形說明如下：

#### 1. 華山創意文化園區

##### (1) 營運管理

A. 華山園區 ROT 案業於 96 年 12 月 6 日正式移轉予營運團隊（台灣文創發展股份有限公司），97 年開始試營運，營運面積約 3.5 公頃，投資興建成本約 3 億，委託年限為 15 年。97 年度，承商已投入新台幣約 1,601 萬元金額，相繼改善園區建物設施、漏水及排水問題及購置設備設施等，以提供更佳活動場地服務。ROT 廠商 97 年舉辦超過 398 場活動，營運收入超過新台幣 2,162 萬元。

B. 97 年辦理「華山季節風—流行視覺季」、「文化创意達人競賽」以及「簡單生活節」等多項文創產業相關展演活動，總計共有 48,000 參觀人次。

##### (2) 園區建物修繕及環境整備工程

A. 完成園區一、二期基礎工程案。

B. 規劃辦理電影藝術館空間設備工程委託設計監造案。

## 2. 花蓮創意文化園區

### (1) 營運管理

A. 委託東海岸文教基金會經營管理花蓮園區，總經費 700 萬元，共舉辦超過 60 場活動，總計約有 10,000 人次參與。

B. 辦理花蓮園區「紀念品創意設計比賽」暨「夜生活節」推廣計畫，總經費 730 萬元，97 年 8 月-11 月舉辦，總計約有 8,000 人次參與。

### (2) 園區建物修繕及環境整備工程

A. 規劃米酒發酵工廠、包裝工廠及成品倉庫工程。

B. 辦理宿舍區歷史建築工程，已於 97 年 6 月完工。

C. 基礎設施暨景觀工程，並已於 98 年 2 月完工。

D. 規劃辦理練團室、錄音室展演空間工程，並已於 98 年 9 月底完工。

E. 辦理花蓮創意文化專用區都市計畫研擬細部計畫案提送花蓮縣政府進行審議。

## 3. 台中創意文化園區

### (1) 營運管理：

A. 舉辦「TADA2008 設計師聯展」、「粗獷與詩意-台灣戰後第一代建築展」、「TADA 秋季特展—喜事特展及人生錄影」及「亞洲真實-2008 建築設計國際研討會」等大型活動，共計約 2 萬 5 千人次參加。

B. 提供協助國片「海角七號」於園區內取景拍攝，並於園區內重建當時拍戲場景，配合辦理系列活動，彰顯電影藝術與文化資產結合之成功範例，開放期間吸引逾 6 千人參觀。

### (2) 園區建物修繕及環境整備工程

A. 辦理 B05 禮堂修復工程，並已於 98 年 9 月完工。

B.辦理 B09 五連棟倉庫修復工程，並已於至 98 年 9 月完工。

C.辦理「TADA CENTER 全區景觀及基礎設施工程」，並已於 98 年 9 月完工。

#### 4. 嘉義創意文化園區

##### (1) 營運管理

A.規劃研擬嘉義園區引入文化創意產業及營運模式規劃之民間參與可行性評估案，已於 98 年 4 月完成招標。

B.規劃辦理「南方醉舒服」試營運系列活動，參與人次超過 2 千人。

##### (2) 園區建物修繕及環境整備工程

A.規劃辦理園區第一期第一階段歷史建築整修及再利用工程，97 年完成工程發包，98 年 2 月開工。

B.規劃辦理園區第一期第二階段工程及第二期工程之設計規劃工作。

#### 5. 台南創意文化園區

##### (1) 營運管理：

規劃研擬台南園區引入文化創意產業及營運模式規劃之民間參與可行性評估案，已於 98 年 3 月完成招標。

##### (2) 園區建物修繕及環境整備工程

A.規劃辦理台南創意文化專用區都市計畫研擬細部計畫案，已於 98 年 7 月提送台南市政府進行審議。

B.辦理園區內原台灣總督府專賣局台南出張所市定古蹟局部解體調查工程及工程案招標案。

## 參、第二期計畫修正重點

「創意臺灣-文化創意產業發展方案」於 98 年 5 月 14 日獲行政院院會通過，執行期程為民國 98 年至 102 年，主要係針對當前文化創意產業發展困境及產業需求，並思考台灣之發展優勢及潛力，提出各項檢討、提振方案及推動策略，期能達到「攻占華文市場，打造台灣成為亞太文化創意產業匯流中心」之願景。

方案之推動策略分為二大塊面，「環境整備」主要是對於所有文化創意產業整體面臨的共通性問題，思考因應策略，著重於健全文化創意產業發展之相關面向：包括經費的挹注、融資及創投機制、法規面的鬆綁及制度面建立、擴大國內外市場、建立文創合作平台及人才培育等。「環境整備」之目的是希望建構對所有文創產業友善之發展環境，使相關產業皆能獲得適當之輔導及協助而成長，並進一步培養成為明日之旗艦產業。

「旗艦產業」部分，則是從現有各產業範疇中，擇取發展較為成熟、具產值潛力、產業關聯效益大的業別，包括電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝產業，針對其發展特性及需求提出規劃，予以重點推動，期能在既有基礎上再作強化及提昇，並藉以發揮領頭羊效益，帶動其他未臻成熟的產業。對於未納入旗艦產業的業別，尚需加強扶植及輔導，即藉由「環境整備」各項專案的執行，建置產業共通性之良好發展環境，讓其得以成長茁壯。

有關「創意臺灣—文化創意產業發展方案」行動計畫之執行方式如后：

一、組織：在「行政院文化創意產業推動小組」指導下，將成立「文化創意產業推動小組辦公室」推動與執行各項工作。

二、分工：

1. 文建會負責：「環境整備」與「工藝產業旗艦計畫」。

2. 新聞局負責：「電視內容產業」、「電影產業」與「流行音樂產業」三項旗艦計畫。

3. 經濟部負責：「設計產業」與「數位內容產業」兩項旗艦計畫。

依據上述分工，本會文化創意產業發展第二期計畫修正重點為：

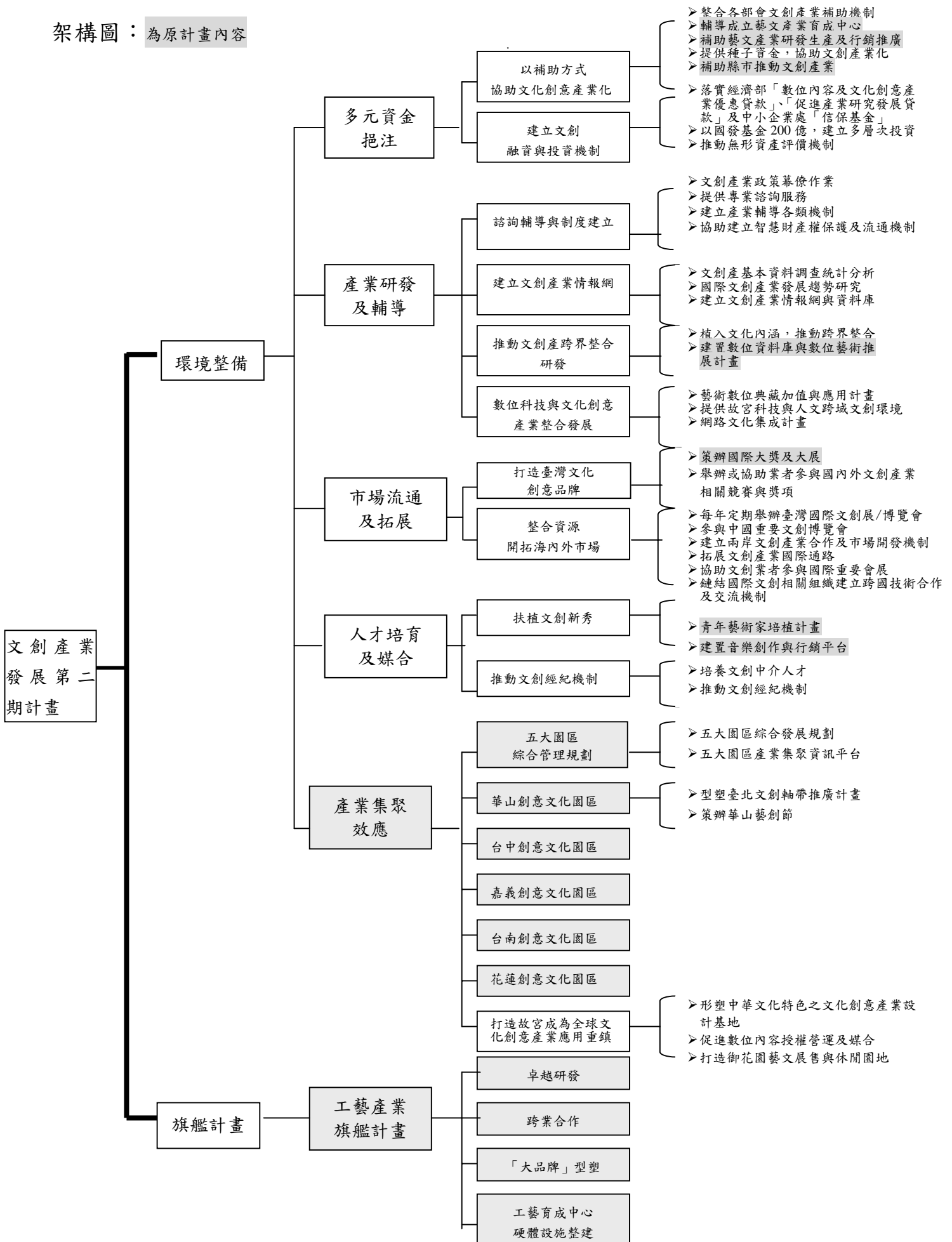
一、計畫期程：修正為 97 年至 102 年。

二、修正計畫內容：

- (一) 將原二期計畫內容：含「強化產業環境發展」、「工藝創意產業發展」與「創意文化園區推動」等三項子計畫，納入「環境整備」與「工藝產業旗艦計畫」內執行。
- (二) 「環境整備」內容含「產業研發及輔導」、「多元資金挹注」、「人才培育及媒合」、「市場流通及開拓」及「產業集聚效應」五大策略之具體措施。
- (三) 「工藝產業旗艦計畫」將以兩大策略（強化創新研發設計及拓展行銷通路）、三大行動方案（包含卓越研發行動方案、產業跨業合作行動方案、「大品牌」形塑行動方案）及 11 項重點計畫執行，並同時進行「工藝創新育成中心基地硬體設施整建計畫」，以加速工藝產業精質化的歷程，並讓臺灣工藝產品優質設計與品質，行銷國內外、提高市佔率，提升國家形象及文化競爭力（本旗艦計畫內容請另參「創意臺灣—文化創意產業發展方案」附件七）。

三、有關修正計畫各項行動計畫之架構圖，如后：

架構圖：為原計畫內容





## 肆、計畫目標

### 一、目標說明

#### (一) 厚植文化創意產業發展環境

透過資金挹注與產業輔導機制之建立，藉由文創產業基礎資料之調查研究與統計分析，以及國際文創產業發展趨勢研究，建置全球文創產業情報資訊平台，作為擬定政策之參考，並供業者據以進行產業研發及市場拓展，鏈結產業發展所需之資金、研發、人才及市場流通，厚植文化創意產業發展環境。

#### (二) 建構文創產業市場拓展機制

提供國內外文創市場資訊，協助業者參與國內外重要文創會展，以臺灣文創精品評選方式提昇國內文創相關品牌形象，強化我國文創產業國際宣傳及能見度。協助培訓參展後接單後續處理之專業實務及媒合駐外單位開拓國際通路。

#### (三) 培育文創中介人才1,800人次，促成文化創意與產業接軌

文化創意產業的人才培育可分為感性創意人才與理性經營人才二大項目，在感性創意人才部分已由各領域主管單位進行各類專業人才之培育。然而扮演協助文化人、創意人與產業接軌之中介人才則是本計畫主要之培育對象，透過產學合作、開設專業課程、引入國際大師及辦理工作坊之辦理，預計培育文創中介人才1,800人次。

#### (四) 結合區域形成產業群聚效應

以本會五大創意文化園區為基地，整合北、中、南、東各區域環境內相關文創資源及據點，以文創產業軸帶概念，進行產業串連並促使產業產生群聚效應，達成資源、人力或技術互相支援、激盪創意、整合資源。同時結合地方政府之參與，帶動地方文創產業之發展，推動跨業別之整合，進而達成文創整體區位之發展，提昇產業競爭優勢。

#### (五) 推動重點旗艦產業，發揮領頭羊綜效

以本會之工藝產業旗艦計畫作為主力發展產業計畫，聚焦於臺灣工藝美感創新之開發及品牌形塑經營，整合異業資源開拓產業行銷。輔導產業朝向設計、創意與工藝的結合，發展知識密集之創意產業轉型方向，藉由拓展行銷通路，推介優質臺灣工藝產品，提高市佔率，發揮產業領頭羊效益。

#### **(六) 六大旗艦產業至2013年總營業額達到1兆元**

本會做為台灣推動文化創意產業政策整合及協調單位，將透過本計畫針對台灣文化創意產業整體環境進行建置，協助及輔導相關產業之成長，並培養六大旗艦產業，預計至2013年六大旗艦產業總營業額可達1兆元。

### **二、達成目標之限制**

#### **(一) 文創產業主政角色之轉換及銜接，尚待磨合及跨部會協調**

隨著文創產業發展方案各項策略之落實，本會之角色亦隨之轉換，成為文創產業政策主政單位，負責文創政策研擬與統籌、文化創意產業調查統計資訊、產業諮詢與輔導等業務。然而在成為主政機關後，部分業務與原經濟部文化創意產業推動小組辦公室之銜接需進行跨部會協調。

本會預定於99年成立「文化創意產業推動小組辦公室」，設置單一服務窗口，辦理各項業務。此辦公室之相關業務乃銜接自經濟部推動小組辦公室，預計於99年底完成銜接。

#### **(二) 園區整建涉及古蹟、歷史建築行政作業繁複**

五大創意文化園區前身係台灣菸酒公司廢棄之舊酒廠及倉庫遺址，因長期間置荒廢，建築物毀壞嚴重，其中許多具紀念性建物，陸續被指定為古蹟或登錄為歷史建築，且建物整修過程中，發現具價值之產業遺址，依據文化資產保存法相關規定，除需擬定管理維護計畫並報主管機關備查，涉及修復及再利用的部分，又需符合建築、消防等相關審核程序、查驗標準、限制項目、應備條件及其它應遵行事項，行政作業相當嚴謹而繁複，致使園區整建過程，時常面臨

無法預估的困難及複雜性。

### (三) 產、官與學界應密切合作，以降低文創人才產訓落差

由於文化創意產業組織多屬小型，通常無力分擔訓練員工的能力，因此由政府部門提供人才培訓機會，對產業界產生莫大幫助。文化創意產業人才之培訓目的在於滿足產業界人力之需求，然而由政府提供資源委託學校或研究機構進行人才培訓之課程，若無法符合產業界所需，便會形成文創人才之產訓落差。因此，惟有業界積極參與教育和訓練，產、官與學界密切合作溝通，才能有效降低產訓的落差。

## 伍、執行策略及方法

### 一、執行策略

「創意台灣—文化創意產業發展方案」包含環境整備及旗艦計畫，其中「環境整備」部分由文建會統籌並於文化創意產業發展第二期計畫中以「多元資金挹注」、「產業研發及輔導」、「市場流通及拓展」、「人才培育及媒合」及「產業集聚效應」5項計畫具體措施進行，目的在於希望建構對所有文創產業皆友善之發展環境，使相關產業皆能獲得適當之輔導及協助而成長。而「旗艦計畫」則是從現有產業範疇中，擇取發展較為成熟、具產值潛力、產業關連效益大的業別，針對其發展特性及需求提出規劃，予以重點推動，期能在既有之基礎上再作強化及提昇，藉以發揮領頭羊效益。現階段係以六大旗艦產業作為重點推動產業，包括電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝產業，其中由文建會負責工藝旗艦產業，並納入本會文創二期計畫中以「工藝產業旗艦計畫」為具體措施推動，其餘旗艦產業項目則分別由新聞局及經濟部專案推動。

(一) 環境整備：以「多元資金挹注」、「產業研發及輔導」、「市場流通及拓展」、「人才培育及媒合」及「產業集聚效應」5項計畫為具體措施進行。

(二) 旗艦計畫：以「工藝產業旗艦計畫」1項計畫為具體措施推動。

## 子計畫一：多元資金挹注

**資金**是事業經營與產業發展過程的重要且現實的元素之一，而文化創意產業其商業化的源起卻是極具理想性的文化、藝術與創意，如何磨合「文化藝術」與「產業化」理想與現實之間的觀念差異，協助文化創意人在產業發展過程中，如何與商業機制接軌進而獲得市場資金供應者的肯定，亟需一套完善機制支撐。如何以有限的政府預算經費透過有效的運用，輔導業者成長進而銜接市場機制，並藉由良好產業發展環境，吸引民間資金包括國內創投基金及金融機構的投入，以健全整個文創產業發展。故本計畫針對文化創意產業的發展提出「補助」、「融資信保」、與「投資」等多元化資金挹注。

### (一) 以補助方式協助文化創意產業化

1. 整合各部會文創產業補助機制，提供產業發展相關資金補助。
2. 輔導成立藝文產業創新育成中心：透過補助之方式，依據「行政院文化建設委員會補助設立藝文產業創新育成中心作業要點」，鼓勵學術單位及專業機構設立文創產業創新育成中心。
3. 補助藝文產業研發生產及行銷推廣：依據「行政院文化建設委員會藝文產業補助作業要點」採公開徵選之方式，鼓勵藝文產業進行創新研發及市場拓展。
4. 提供種子資金，協助文創產業化：考量我國文創產業多屬於個人、工作室或微型企業的特性與需求，提供 500 萬以下金額之類似創業種子資金的挹注，透過文創創意概念徵件與選秀方式，每年選出具產業化潛力之公司予以補助，同時透過經營管理以及行銷宣傳之輔導，協助其成長並增強其經營實力，協助其獲得其他相關融資與投資的資金挹注，以便順利與市場機制銜接。
5. 補助縣市推動文創產業
  - (1) 依據本會「補助直轄市及縣(市)政府推動藝文產業發展作業要點」，由各縣市政府提案申請整合政府與民間各界資源，推動文創產業化之創新研發、行銷推廣或經營管理等發展計畫。

- (2) 另將針對具發展潛力之文創縣市，研提跨縣市整合、行銷與合作之文創發展計畫，向地方產業發展基金管理會爭取補助經費，以推動地方文化創意產業之發展。

## (二) 強化文創產業融資機制

目前經濟部工業局提供的融資方案有二：

1. 「數位內容及文化創意產業優惠貸款」，主要提供我國數位內容產業與文創產業業者購置取得「有形資產」、「無形資產」及「營運週轉金」等三項用途之融資貸款，貸款額度最高為1億元。
2. 「促進產業研究發展貸款」，提供文創業者投入研發所需之資金融通，貸款額度最高為6,500萬元。

為使政府政策美意落實，將彙整文創產業相關資源，透過與承辦融資計畫業務之機關包括經濟部工業局、中小企業處以及金融機構間的溝通，確認資金需求面與供給面之差異，透過文創專案諮詢輔導計畫協助業者順利獲得融資。

## (三) 建立文創產業投資機制

### 方案一：維持現有機制作微調

1. 期程：建議將該計畫期程自民國99年延長至102年。
2. 尊重國發基金管理會之投資專業，配合國發基金採行之多層次投資方式，加強協助文創產業參與申請國發基金投資計畫：
  - (1) 直接投資：投資金額在1億元以上者，現由國發基金結合大型法人，針對具指標性之大型文創產業業者或經行政院專案核准者進行直接投資，或優先投資文創產業的創投事業(基金)。文建會等相關文創主管機關協助推動此投資計畫並推薦指標性案源。
  - (2) 間接投資：加強宣傳媒合有意投資文創產業之創投事業參與國發基金之投資文創產業計畫，提列文創專家學者出席建議名單，並參與相關審議，藉以加強國發基金可投資之文創產業之創投事業，以政府資金佔股49%，民間創投配合款51%比例對文創業

者進行 5,000 萬至 1 億元額度之投資與投後管理。

(3) 小型投資（投資金額在 5000 萬以下者）：目前係由國發基金委託經濟部中小企業處執行「加強投資中小企業實施方案」。當前中小企業處係以公開評選方式遴選七家專業管理公司，投資於中小企業並提供產業輔導，但管理公司多以半導體、科技及傳統製造業為主，僅有一家對數位內容產業有興趣，其餘均未將文創產業列入。

(4) 為協助新創階段之文創產業，建議由文建會統籌新聞局和經濟部與中小企業處針對文創產業另行徵求有意投資文創之專業管理公司，透過專業管理公司，投資於新創文創產業。

### 3. 文建會後續協助推動之工作：

(1) 協助修訂加強投資文創產業之相關作業要點規定、申請與審議模式。

(2) 加強宣導、媒合、引薦文創業業者申請國發基金此投資計畫。

(3) 召開政府資金挹注宣導說明會，邀請文創業業者出席，並藉此媒合對文創投資有意之創投公司參與國發基金投資文創業計畫。

(4) 主動輔導推薦具指標性之文創業業者或專案申請國發基金，設置相關諮詢輔導機制。

(5) 舉辦與協辦文創產業投資相關研究與研討會，以發展出有效之文創產業之專案投資模式，藉以增加投資的成功率。

(6) 由文建會、新聞局，經濟部工業局等推薦文創相關產官學研專家資料庫，參與國發基金文創類計畫之審查。

### 4. 國發基金管理會後續配合工作：

(1) 與文建會等文創主管機關，合作修訂加強投資文創產業之作業要點規定、申請與審議模式。

(2) 於文建會召開政府資金挹注宣導說明會時，列席介紹國發基金投資文創產業計畫，並協助媒合創投。

(3) 評選有意投資文創之創投事業或審議新設立之文創產業相關基

金，例如-電影基金/表演藝術基金....。

(4) 提供文創業者申請國發基金相關案例資訊，協助提供諮詢輔導。

## 方案二：建議修改機制

因為文創產業的特性除大多屬於中小型企業，欠缺健全財務管理，且鑒於無形資產評價制度尚未完備，資金回收期長，不利於投資，難以吸引民間創投投入。

故建議除以政策主導，直接投資於旗艦型專案投資外，以及透過創投公司間接投資外，亦可透過專業管理公司進行新創事業種子基金之投資，待整個文創產業的投資風氣興盛，自然可以透過民間創投進行間接投資，此外政府可針對已經獲得民間創投資金挹注的專案「跟進投資」，讓政府的資金投入，其機制建議如后：

### 1. 旗艦型直接投資（1億元以上）：

由國發基金結合大型法人，針對標竿型或具國際指標性專案進行旗艦型專案投資。

### 2. 間接投資（1億元以下）：

- (1) 由國發基金、文建會、新聞局、經濟部共同成立文創投資管理審議委員會。
- (2) 根據不同文化創意產業類別徵選創投公司，鼓勵創投事業成立（如「跨界文創類」、「藝文類」、「電影類」、「媒體類」、「數位內容」等），分別由各領域之專家進行評估與審議。
- (3) 由文創基金管理審議委員會共同徵選委託3家基金管理公司投資於中小型文創企業，進行5,000萬以下投資；另再共同徵選創投公司進行5,000萬元以上之投資。
- (4) 對於已獲得民間創投資金投資之文創業者，由文創基金審議管理會透過專業之基金管理公司進行跟進投資。

## (四) 推動無形資產評價機制

文化創意產業係以智慧財產為基礎，因此，若能建立評價機制，將對業者之財務、稅務、資產流通、股價、融投資等事項有所助益。

我國目前已有經濟部在持續辦理無形資產評價之相關調查研究，然而智財權評價的發展仍面臨許多難題，造成無形資產評價相關法規條例之不易訂定，包括無統一且具公信力的評價制度及準則、缺乏全面性評價機構之規範及認證制度、缺乏具國際性之評價師認證與考核制度以及缺乏完整的智財評價資料庫等。

因此，政府相關部門將修正與推動無形資產評價機制，以整合服務機制協助建立無形資產評價管理配套制度、訂定有助於建立智慧資本之評價制度及準則，同時推展評價機構認證制度，以推廣評價師證照制度並與國際接軌，作為與市場資金銜接所需之應用。並參考國際相關文化創意無形資產評價機制案例研究，引進國際專業顧問意見諮詢與研討，協助建立文化創意產業評價機制，並透過諮詢輔導將無形資產授權轉化成具體之市場價值與利潤，成為取得產業化發展過程中資金調度之工具，活化文化創意產業市場之發展。

## 子計畫二：產業研發及輔導計畫

### （一）諮詢輔導與制度建立

透過成立文創產業推動小組辦公室，設置單一服務窗口，協助業者瞭解政府相關政策資源，如法規、計畫及經費申請程序，提供財務、法律、稅務、行銷、智慧財產權等文創相關經營管理事宜之專業諮詢協助，組成顧問團及創新媒合平台並從人才需求、創業資金、市場商機及異業合作建立縱向及橫向的整合平台。

因應文化部成立在即，本會將於99年初設置「文化創意產業推動小組辦公室」，負責跨部會推動組織之會議議事及幕僚作業、協調研擬各項文化創意產業發展策略及措施以及整合文化創意產業推廣宣導等業務。並擬與原經濟部設置之文化創意產業推動小組辦公室相關業務進行統籌銜接以整合資源。

為便於業務銜接，「2009年台灣文化創意產業發展年報」預定仍由經濟部之文創產業推動小組辦公室完成。有關彙整文化創意產業相關統計資料、受理文創融資貸款申請服務、整合文化創意產業專屬網站等單一



窗口輔導工作，將由「經濟部之文創產業推動小組辦公室」與「文建會文化創意產業推動小組辦公室」，依序整合銜接，預計於民國99年底完成交接。有關文創產業推動辦公室辦理之事項說明如下：

### 1. 文創產業政策幕僚作業

進行各相關部會推動文化創意產業計畫之協調聯繫平台，如辦理行政院文化創意產業推動小組之議事及幕僚作業，協調及彙整「創意台灣－文化創意產業發展方案」或其他文創跨部會專案之相關計畫資料等業務，推動文創產業發展政策之整體行銷宣傳及協助本會研擬文創相關計畫與政策推動。

### 2. 提供專業諮詢服務

辦理諮詢推廣說明會、提供線上或現場諮詢服務、轉介相關權責單位、輔導計畫或提供其他支援體系之協助，並依個案協助建置服務諮詢資料庫，作為後續追蹤參考。

### 3. 建立產業輔導各類機制

- (1) 成立產業輔導團，針對文創產業的需求進行專案診斷，提供經營管理、財務管理、法令稅務、研發設計、市場行銷等諮詢及專案輔導服務。
- (2) 協助建立專業人才媒合機制，協助培訓相關專業人才（如行銷、法務、財務、稅務）進駐至文創業業者企業體制內，或與文創創業團隊共同合作協助企業營運。提供文創創業團隊外包專業服務之轉介，例如計畫書撰寫、行銷推廣等，提供智慧財產權運用、管理與推廣之顧問服務中心。
- (3) 協助整合融資與投資機制，整合政府多元化資金挹注資源，提供諮詢並輔導業者獲得財務融通，並媒合投資資金與案源。
- (4) 協助建立文創產業市場拓展機制，整合政府相關部會資源及計畫，進行相關研究或舉辦相關會議，以整合包裝台灣文創精品形象進行國際行銷宣傳，並以補助方式協助業者參與國際展會，並透過經貿與駐外資源蒐集國際商情並協助建立文創國際外銷通路

以及相關事務。

#### 4.協助建立智慧財產權保護及流通機制

文化創意產業乃是透過智慧財產權的形成與運用而存在，因此文化創意產業之發展有賴於智慧財產權的流通。如何建立智財權的保護機制及應用，乃是現行幫助文創工作者投入產業的當務之急。再者，在協助文創業者拓展國際市場，無論是大陸或歐美等地區，建立智慧財產權之保護機制，同時配合推行無形資產評價機制，將其轉化成具體之市場價值與利潤，以順利取得產業化發展所需資金，將是促進文化創意產業市場活絡與發展的重要策略。

### (二) 建立文創產業情報網

透過調查研究、統計分析、辦理研討會等方式，建立全球文創產業情報網及產業資料庫，瞭解國內外最新之市場趨勢與研發情報，並持續編印「臺灣文化創意產業發展年報」，作為政策擬訂之參考，以及提供業者據以進行產業研發及市場拓展。

#### 1.文創基本資料調查統計分析

- (1) 進行台灣文化創意產業之定義與範圍研究，參酌國際文化及創意產業分類，針對文創產業發展現況與特性，提供主計處之行業標準分類與經濟部之營業項目代碼的重新規劃建議。
- (2) 辦理台灣文創產業結構基本資料調查與研究分析，依據台灣文創產業之分類，依家數、產值、就業人口等進行深入普查與統計。亦可整合政府、學校或民間等相關資源，進行文創產業的發展現況調查與研究。

#### 2.國際文創產業發展趨勢研究

進行國際創意產業發展趨勢之研究，並透過參與國際文創組織或協會之合作交流，獲得全球文創產業發展相關資訊，並鼓勵建立虛擬跨國之創意聚落交流機制。此外，特別針對中國推動文創產業之相關政策發展資訊與產業供應鏈資源之研究，藉以促進建立兩岸文化創意產業資源合作

與市場銜接。

### 3.建立文創產業情報網與資料庫

建立網際網路之資訊平台，連結所有文化創意產業統計資料、國內外文創產業發展趨勢調查及市場研究等專案資料，以政府資訊情報公開模式，提供查詢服務，並發行文化創意產業年報。並整合文創產業相關政策計畫、法令、研發、行銷、支持體系、人才與產業鏈資源。

## (三) 推動文創產業跨界整合研發

### 1.植入文化內涵，推動跨界整合

- (1) 汲取文學、美術、音樂、戲劇等各類跨界元素，融合為蘊含藝術原創精神與實用功能的文創作品，並促成與設計、時尚、創意生活等各產業結合，帶動產業藝文創意化風潮。
- (2) 促進科技與創意產業跨業合作：觀察國際創意產業發展趨勢，促進科技與創意的結合已然成為文創產業未來發展的重要方向。研究、彙整與分享文化創意與科技跨界整合的案例，透過創新育成中心或鼓勵民間促成跨領域研發與行銷合作交流之機制。此外，運用數位科技於視覺藝術、表演藝術、生活美學及文化藝術資訊等項目上，以帶動美學經濟。

### 2.建置數位資料庫及數位藝術推展計畫

- (1) 建置數位資料庫，提供數位素材登錄、識別、展示、授權、媒合及諮詢服務，建立數位素材審查作業機制，提供線上文化商品展示，行銷推廣數位創意銀行資訊平台，建立數位素材加值應用社群等項。
- (2) 數位藝術跨域媒合：創造人才交流之機會，使不同領域創作者得以互相激盪並進行跨域合作，建立數位創作鼓勵機制，累積創作成果；活絡數位創意應用，發揮數位創作之互動及跨領域特質，並促進產學合作。

- (3) 數位創意資源中心維運：以「數位創意資源中心」為基地，持續推動數位藝術發展；促進國際交流，研議跨國性合作專案，強化台灣數位創意特色。籌辦及參加國際數位藝術節或藝術展、推介藝術家參與國外重要展覽。維運「數位藝術知識與創作流通平台」網站，吸引數位社群參與。
- (4) 數位藝術人才培育：整合產、官、學及社會資源，規劃數位藝術相關專業培育計畫，培養輔導數位藝術從創意、製作、展演、技術整合至推廣行銷之各類人才，並鼓勵創新與實驗，以厚實台灣數位藝術發展。
- (5) 普及科技藝術創新成果：擴展台灣數位藝術發展所累積的科技藝術創作成果，與國內外研究、學術、創意中心等機構或單位連結，計畫性的進行成果分享，並分年分階段辦理科技藝術推廣活動，令成果逐漸普及至國人生活環境中。

#### (四) 數位科技與文化創意產業整合發展

以「科技與創新」為主要思考觀點，期望打造一個優質的台灣美學經濟複合體，帶動科技與文化創意之結合發展。藉由提升民眾生活內涵與素養、深耕美感環境、結合文化、觀光與科技暨利用資通訊（ICT）科技提升生活品質等相關計畫之執行，協助文創環境整備，促進文創社會之發展，進而創造文化創意產業之產值。推動藝術數位典藏加值與應用計畫、故宮科技與人文跨域文創環境推動計畫及網路文化集成計畫。

##### 1. 藝術數位典藏加值與應用計畫

以國美館數位典藏內容為平台，媒合藝術、創意設計和科技研發的整合，開發產出符合現代創意之產品，展現整合文化傳播與創意視野，同時利用典藏藝術作品之原創元素，透過創意設計製作產業化後，帶動台灣相關創意生活產業的發展及產值的提升，希藉由藝術數位應用服務全球資訊網路與推廣活動，延伸創意與知識至民眾的日常生活中，帶動台灣生活美學運動，推動文化創意社會及發展美學經濟，提

升台灣之創新活力形象。

- (1) **數位內容創新增值**：針對國美館典藏藝術品之數位內容之創新應用的模式深入研究，建立機制。並針對數位內容應用所衍生之著作財產權授權取得與再授權，及可行性和應用範疇，建立一套授權取得、應用、利潤分享與權利機制模式，內容包括以典藏數位內容為主體針對其應用之授權機制及增值設計開發等研究。
- (2) **數位內容應用開發**：媒合藝術家、設計師、科技人才及製造商、雙品牌策略聯盟等跨領域合作，帶動文化創意經濟產值。創意設計內容的方向包括：科技藝術產品系列、美學生活用品系列、時尚飾品系列、其他創意產品等。
- (3) **藝術生活美學推廣**：透過典藏品衍生創意產品開發、活潑互動的數位科技藝術展演、數位內容應用網站的資訊服務，與藝術生活美學推廣活動等，增加民眾參與文化活動的方便性與機會。將本計畫之成果行銷國際，辦理各項生活美學推廣活動、建置數位內容應用推廣資訊網站，及串聯網路與媒體行銷等。

## 2.提供故宮科技與人文跨域文創環境

由故宮博物院透過近年執行之數位典藏等數位計畫，將累積之成果進行文物資源與增值應用。利用數位典藏資料庫，發展典藏文物衍生文化產品形象再造，以新舊融合思維與全球化之策略經營博物館，同時透過產、官、學界交流機會分享給大眾。於創造品牌營收同時，故宮博物院希冀以本計畫，促成不同領域之各界優秀人才參與文創產業，創造多元層面的文化生活美學，進而提升文化增值產業升級。簡述本計畫三大目標：

- (1) 提供人文與科技跨域文創樂趣欣賞，促進文創科技產學合作及轉移，進行「人文結合科技」跨領域合作，於展場發展「智慧型人機互動展示」，因故宮博物院已為文化觀光展覽重要據點，亦常於國內外舉辦相關展覽，故於相關展覽如能融入產、

官、學、研跨域技術轉移與研發成果，除能提升對博物館教育效果外，也能對數位互動產業鏈，產生正面效益，加強產業競爭力。

(2) 發展文創影片等數位內容，提供博物館虛實互補之教育經驗：計劃以豐富優美的故宮文物為創意元素，規劃與發展具國際競爭力的文化創意數位內容。結合人文思維與新媒體科技，以分齡分眾的目標觀眾族群，分期完成各種形式的數位內容，例如：數位動畫短片、紀錄片、形象廣告、數位藝術影片等多元豐富的文化創意影片形式，期以文化藝術與科技結合的新媒材，訴求科技導向之博物館新觀眾群。同時，藉由與實體教育空間或教育活動之結合，提供虛擬與實體互補之教育經驗。另推動與國內「第四媒體」業者合作推廣與行銷，例如：手機、電子出版等。並建立博物館與傳統主流媒體跨域結合，例如：電視、廣播、報紙等，共同發展文創環境之合作模式。

(3) 發展全球資訊網觀光及提升國民美學素養：

A. 推廣文化觀光的網路行銷：提供創新、安全的文化藝術網路服務，以及影片推廣，期傳達古文物之美、提升國民美學素養，進而協助建構國內優質的文化創意環境。

B. 在機場等重要公共空間提供文創樂趣欣賞機會：遴選數件文創作品，以考量公共空間對話，與民眾的多向互動原則下，製作成互動式之影片，於國際機場、捷運車站等地，提供文創美學的欣賞。

### 3. 網路文化集成計畫

(1) 文化旅遊網：以文化結合觀光，提供精緻及深度的旅遊資訊。將分年度蒐集、建置及維運全國各縣市具地方性及深度廣度的文化景點，並持續強化文化旅遊網系統功能及提供多國語文網站資訊，以主題性故事性包裝景點，進行文化專題性行銷推廣。除了讓民眾能隨時享受虛擬網路深度文化觀光之旅，進而吸引民眾實地走訪文化

景點並樂於回饋及分享。經營社群，運用與結合國內外旅遊社群的訊息反饋與提供諮詢服務力量，活化文化旅遊地圖內容及行銷台灣的文化觀光。讓台灣的經濟藉由深度文化觀光的網路推廣，吸引國內外旅客實地遊訪，帶動地方繁榮及經濟發展，藉由網路型態來建設台灣文化景點資訊平台，利用資訊的分享與應用加值，帶動實質的經濟發展。

(2) **文化地圖網站**：將歷年來數位典藏計畫成果，如國家文化資料庫、台大數位典藏中心、台灣博物館、傳統藝術中心、國美館、工藝所、文學館與台史博等文物典藏管理系統資料庫，透過共通詮釋資料與開放各系統介面讀取資料篩選與分類整合，提供典藏文物分類查詢與主題查詢機制，建構台灣網路博物館，與本會及所屬所執行之台灣歷史文化及世紀風華等來源資料為主軸，運用網站規範、搜尋技術、資料庫整合與視覺化加值等技術，建構「文化地圖網」，提供有關台灣歷年來重要人、地、時、事與物內容查詢與主題故事瀏覽，讓使用者在此網站找到過去台灣文化相關資料，透過Google map以文化地圖方式呈現，並與文化旅遊網資料關連，成為深度文化旅遊背景資料。藉由文化地圖網站文字圖片與影音介紹，提供臺灣民眾與全球文化藝術愛好者，瞭解臺灣獨特的藝術文化。

(3) **行銷推廣及維運文創商品媒合平台**：鑑於文化創意產業、文化消費相關資訊分散，及為協助國內文創商品與商家網路行銷推廣，建置文化消費園區資訊的專屬網站 (<http://eshop.culture.tw>)，提供國內文創商品與素材媒合交易平台，協助廠商營運文創網路商城，建立台灣文化商品的交易市集。目前網站提供相關文化商品及商家的訊息，文化消費園區除提供消費者各項文化消費的訊息，也提供電子商務功能，有意願的文創業者可進駐網站成為網路商家，於網路上營運銷售，同時辦理創意素材蒐集與整理，提供廠商與設計師開發運用相關素材，達成推廣國內文化商品，促進大眾文化消費，協助文創業者提昇商機，與蒐集創意素材，媒合文創業者運用的二大目

的，同時彙整可應用於商業用途之素材，提供文創業者更佳的運用空間，開發更具文化創意內涵更吸引民眾的商品，創造雙贏的局面。

### 子計畫三：市場流通及拓展

#### (一) 打造台灣文化創意品牌

##### 1. 策辦國際大獎及大展

為提昇台灣藝術家國際能見度，積極爭取華人市場的地位，塑造國際級的藝術明星，透過辦理國際性大展及大獎，期達成激發藝術創意、扶植產業發展及活絡藝術市場之目的。因藝術家、畫廊經紀與藝術市場為藝術產業發展的三大重要環節，為強化國內畫廊產業體質，增進其競爭力，以積極面對韓國、中國大陸藝術產業優勢發展的強大壓力，並提供年輕藝術家更多的發展平台，將積極輔導國內藝術機構辦理台北國際藝術博覽會，培植年輕藝術家攻佔華人市場、走入國際舞台，建立台灣與國際藝術市場的平台。

##### 2. 舉辦或協助業者參與國內外文創產業相關競賽與獎項

###### (1) 辦理台灣文創精品評選

舉辦與協辦各類文化創意產業相關之優良品牌、商品、菁英與新秀評選，藉此評審出具國際競爭力之文創產業相關品牌，及選拔出具帶動文化創意產業發展潮流之指標型人物；同時協助彙整國內外各類得獎者等文創菁英資訊於文創情報網，促成文創產業人才媒合與輸出，促進文化創意產業人才資源應用。

###### (2) 辦理台灣文化創意產業精品意象行銷宣傳

將代表台灣文化創意產業精品形象之品牌與代表人物等主題，運用各項廣告宣傳，以整合行銷將台灣文化創意產業精品意象行銷國際，並透過政府相關單位與計畫整合，以補助廣宣、展示、表演活動及其他等各樣方式，宣傳台灣文化創意產業精品之國家品牌意象。



## (二) 整合資源開拓海內外市場

### 1. 每年定期舉辦台灣國際文化創意產業展/博覽會

為整體呈現文化創意產業政策執行成果，並使台灣文化創意產業持續在國際發聲，計畫每年定期舉辦台灣文化創意產業相關會展，提供文創業者行銷與展售之通路，同時整合國內外文化創意產業各類資源，檢視與展示政策執行之成果。

- (1) 2010年10月舉辦台灣國際文化創意產業展，配合文化創意發展方案，串連產業鏈並預示2011年文博會縮影。
- (2) 2011年辦理「世紀新政之文化創意產業旗艦活動」，結合於松菸舉辦之世界設計大會，串連華山、光華商場及建國啤酒等場地，呈現表演藝術、數位內容及設計等相關活動，透過系列主題展會的推動，讓民眾得以體驗及參與文化創意產業，並藉以吸引國外相關領域之業者及經紀人來台參與，以拓展國內外潛在市場。
- (3) 2012年後則呼應六大旗艦產業並厚植環境整備之成果。

### 2. 參與中國大陸重要文創產業博覽會

中國大陸因地大物博、人口稠密且已謂為世界工廠，全國各地爭相舉辦大型文化創意產業博覽會。然而台灣文創產業多以高價精緻取向為主，在以量取勝的大型文博會中必須考量保護智慧財產權與價值取向的思考，因此，文建會協助業者參與中國文博會之策略，將針對各地文博會之特色提供業者不同的協助。以下將以不同地區與主題之文博會說明之：

- (1) 北京文博會：將與台北市文化局及相關單位合作以「台灣文創精品館」展現文創藝術精品風貌並強化台灣藝術產業。
- (2) 深圳文博會：將以本會國立臺灣工藝研究所為主，強化台灣工藝時尚設計作為台灣文創精品形象。
- (3) 杭州文博會：以動漫為主題，強化臺灣區之影視產業和數位內容產業。
- (4) 其他文博會或相關展覽活動：例如上海、西部、東北、廈門等地

區舉辦之文博會。

此外，並配合其他相關部會計畫協助業者參與並開拓大陸市場。

### 3.建立兩岸文創產業合作及市場開發機制

調查研究大陸文創產業市場情報資訊及相關法令政策等，協助業者就涉及之智慧財產權等相關法令及權益問題，進行談判或簽訂互惠協定，並對文化創意產業相關資金、人才交流、市場拓展、政府與民間資源之整合等給予實際作業協助。

### 4.拓展文創產業國際通路

#### (1) 結合資源協助文創輸出

- A. 結合經濟部國際貿易發展局資源推動「協助文創產業開拓海外市場專案」，透過文創產業海外市場行銷拓展專案服務，配合政府相關計畫協助參加海外專業展覽，籌組國外買主來台採購，蒐集與分享文創國際市場商情資訊。
- B. 整合國際貿易發展局相關展覽之廠商名錄與全球貿易商情資訊，藉由和廠商諮詢確認各文創產業需求，彙集國際市場資訊提供文創產業名錄並舉辦文創國際市場商情研討。
- C. 舉辦文創產業國際貿易實務、國際參展、展覽接單實務等相關研習班。

#### (2) 整合駐外單位開拓國際通路

透過政府各機關駐外據點，運用駐外單位、僑界以及文創民間資源加強協助文創業業者進駐當地各類通路，並協助媒合國際貿易等提供法令及產業諮詢服務，藉以實際開拓國際市場。

### 5.協助文創業業者參與國際重要會展

#### (1) 協助參與國際文創相關會展

建置及蒐集國際相關文創產業相關之會展資訊於文創情報網，並提供不同產業規模與特色之文創廠商參展協助。主要以針對具國際品牌高度與外貿接單量產實力之旗艦型品牌，提供參加國際重要專業展覽補助。或以政府之資源進行整體台灣文化創意精品之

品牌形象，以台灣館或台灣區為主題，進行徵選合適之文創產業參與國際重要展覽，例如德國、法國、義大利、英國、日本等地舉辦之專業商展，或其他國際重要之文創相關展覽如藝術展或影展等。並透過政府相關國際貿易發展局資源協助參展與後續接單實務協助，協調駐外單位提供當地國際貿易接單與後續業務拓展資源轉介。

## (2) 文創產業置入跨領域重要展覽

透過跨部會資源與計畫整合，以及異業結合，將協助文創業業者於國內外重要非文創相關會展展示。例如於電腦展、自行車展等相關國際級展覽，配合相關類似文創 3C 及數位內容等產品展售、以藝術工藝設計類商品展示於商機推介或洽談區、媒合表演藝術與流行音樂等節目作為展覽活動等策略，藉以擴大台灣文化創意產業的國際能見度，間接開拓國際市場。

## 6. 鏈結國際文創相關組織建立跨國技術合作及交流機制

透過文創產業情報網連結國內外相關文創組織與協會，並舉辦相關主題研討會建立跨國技術合作及交流機制，發展台灣文創產業與國際合作。輔導業者參加文創產業之競賽、商展、觀摩展等，參與國際文創組織，以帶動台灣文創人才交流與研發技術的提升，發展台灣文創產業與國際合作，藉此促進國際市場拓展與流通。

### 子計畫四：人才培育及媒合

文化創意產業的核心資產在於「人」，並同時牽涉到感性創意人才和理性經營人才的培育。在創意人才的部分，不論是新聞局、經濟部、還是本會，都已分別針對影視、流行音樂、設計、數位內容、藝術等各個領域培育及扶植相關專業人才。整體而言，台灣具有豐沛的創意及設計能量，然而如何將「文化」和「創意」轉化為「商品」，更需要有扮演「觸媒」角色的中介者來協助文化人及創意人與產業接軌。

因此一方面需持續扶持藝文產業之新秀，另一方面對於目前中介人才之缺口亦應予以補強，培養兼具文化內涵、創意思考及產業經營能力的跨界人才。

## (一) 扶植文創新秀

### 1. 青年藝術家培植計畫

為鼓勵及扶持更多青年藝術工作者創作與促進當代藝術交易的活絡，同時結合推動文化創意產業相關示範性計畫，藉以激發當代藝術的發展與累積文化創意產業的能量及流通，將結合藝文機構、政府與民間的力量，從投資與藝術產業的角度切入，協助企業主扶持、贊助藝術創作與文化活動，創造企業和藝術家的交流介面平台，同時促進藝術市場交易的活絡性，豐富且行銷國家藝術資產，促成群眾了解當代青年藝術家創造力與發展面貌，並延伸藝術生活美學傳播的影響力。主要工作如下：

- (1) 作品購藏：為鼓勵青年藝術家創作，向年輕藝術家公開徵件作品外，並配合台北國際藝術博覽會的舉辦，直接至展覽會場評選價購作品，同時帶動藝術市場交易的活絡性，並培植年輕藝術家攻佔華人市場、走入國際舞台，建立台灣與國際藝術市場的平台。
- (2) 展覽推介：利用所累積典藏之青年藝術家作品，加以展覽規劃運用，形構當代藝術的普及化，促成流通與收藏風潮，並促進藝術產業的活絡，與媒合企業界支持藝術文化活動，建立文創社會。
- (3) 交流推廣：辦理以青年藝術家作品為主之各項教育推廣與國際交流活動，尋求青年藝術家的國際舞台，以及結合媒體文宣、電子資訊等多面向推廣行銷，搭建推介台灣藝術發展多元且具特色樣貌的交流平台。
- (4) 產業媒合：為開展跨域結合及拓展藝術文化創意產業，以作品數位化、編輯出版、網站及數位影像資料庫建置、與民間企業合作等方式，及運用作品素材，開發製作衍生產品，並輔導媒合相關領域產業，增加藝術創意產業產值，並提升文化美學的影響力。

### 2. 建置音樂創作與行銷平台

以國內知名作曲家為對象委託創作樂曲或邀請國內中生代作曲家提出中長期創作計畫，並辦理講座與發表會或以青少年作曲家為對象，由

評審團遴選優秀作品，辦理演出與研討會等方式產生作品，並製作發行作品平面與有聲資料，作為藝術市場的交易產品，透過產品向民間企業介紹藝術家與作品，促進主辦單位、民間企業與藝術家之合作機會，進而達到音樂作品之產值。

## (二) 推動文創經紀機制

### 1. 養成文創中介人才

整合國內外專業機構與產業資源，透過產學合作、開設專業課程、引入國際大師、辦理工作坊及座談會等方式，培養具跨界整合能力之文創中介人才，使其具備發展產業所需之智識，如創意設計、產品開發、市場需求、訂價策略、參展實務、財務管理及行銷、品牌經營、智慧財產權、談判技巧、企劃撰擬等，並建立文創人才培育之訊息整合平台，提供公部門及民間之相關資訊予業界參考。

### 2. 推動文創經紀機制

研究國外文創相關經紀及證照制度之推動背景、施行方式及影響，並透過調查、座談及諮詢等方式，瞭解台灣各文創產業範疇對於建立及完善經紀制度的需求及想法，藉以訂定與國際接軌、且符合台灣產業生態之經紀制度，並建置交易平台及研擬相關配套方案。經紀制度的建立，可突顯扮演中介角色之經紀人的專業性及不可替代性，提升其國際認同與價值，並讓有需求的公司得以聘請專業人才，且經紀制度與職業接軌，將有助於引導學生投入相關科系。

## 子計畫五：產業集聚效應計畫

產業群聚的效應，主要是藉由地理位置鄰近的優勢，串連區域內具有相同質性但不同類型的業者，運用價值鏈整合提供產業群聚之最大效益。一方面使群聚產業之業者產生協調人力或技術互補，進而激盪創意，整合資源；另一方面塑造與提昇參與業者在該產業領域之專業形象，使之更具產業競爭優勢。

為達成上述目標，除延續推動台北、台中、花蓮、嘉義及台南五大創意

文化園區整建及營運計畫外，更結合城市發展軸線概念，使其在既有營運定位下，以文創產業軸帶概念，進行區域產業串連，進而達到文化创意產業與所在城市整體區位發展、人才及產值全面提升之卓越績效。

## **(一) 五大園區管理發展**

### **1. 五大園區綜合發展業務**

延攬文化傳播、企業管理、建築景觀設計及行銷管理之專業人才，負責各項計畫研擬、市場瞭解及行政業務之推動等後援系統，擔任行政協調及園區與廠商間、園區與園區間之管理及聯繫窗口，並積極扮演文創產業經紀媒合及活動企劃之角色。

### **2. 更新五大園區資訊網站及維運計畫**

更新並維運文創產業專屬網站及五大創意文化園區之入口網站，以文化创意產業虛擬空間之網網串聯，打造五大園區之品牌形象，運用網路之無地域、無國界及無邊際特性，強化園區間(國內及國際)與其他創作、生產基地之連結、交流、合作、互助，達到資訊分享及行銷宣傳之效。

## **(二) 華山創意文化園區**

定位為「文化创意產業、跨界藝術展現與生活美學風格塑造」，以”酷”(時尚、前衛、實驗)與”玩”(玩樂、享樂、娛樂)為規劃主軸，突顯華山園區做為跨界創意的發揮空間，扮演媒合跨界藝術、產業互動的場所，建構異業、異質交流結盟的平台，並發展成文化创意產業人才的育成中心。

### **1. 園區整體開發及維護**

華山整體發展相較於其他園區，為較完整且具有示範性，故後續主要執行重點為訂定相關規範法令及考核機制，透過橫向溝通協調促進整體發展。主要工作包括：華山各項委外促參案件(OT、ROT、BOT案)之年度營運績效評估、財務分析及法律諮詢；辦理華山園區古蹟、歷

史建築、既有建物及景觀等規劃設計、整建修繕及鑑定評估、辦理華山電影藝術館興建及設備安裝工程、紅磚區歷史建築修復再利用及周邊景觀設施工程、華山藝文公園景觀改善工程等；園區未交付廠商營運空間之使用及管理、保全及清潔維護等；策劃華山藝創節、舊酒廠文物保存、文創產業活動推廣及網站維護計畫等。

## 2. 產業集聚效應之推展：

運用華山園區，與委外營運團隊共同推動下列工作：

- (1) 舉辦年度創意生活主題活動或競賽，並邀企業贊助合作，增進消費者對國內生活創意產品之認同；建立市場流通性，透過介紹國內外生活創意品牌的趨勢研究。
- (2) 形塑台北文創產業軸帶：整合華山創意文化園區、松山菸廠、建國啤酒廠、國立故宮博物院等文化创意產業園區資源，結合沿線文化設施、時尚設計街區、科學園區、軟體園區等場域；其中，松山菸廠以設計產業及視覺藝術產業為主軸；建國啤酒廠以「啤酒文化園區、產業活化保存」為規劃方向，發展創意生活產業；華山園區則以「時尚、前衛、實驗」與「玩樂、享樂、娛樂」為規劃主軸。以整體策略、定位及行銷方案，打造台北都會中心之雙L軸帶，將帶狀園區產值及經濟效益最佳化，並推動創意城市產業集聚效應。
- (3) 辦理「華山藝創節」：每年固定一個月以城市生活為主題，邀請國內外重量級表演藝術團體，包括全新創作、街頭節目、遊行匯演等，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。同時每年舉辦時邀請國外藝術經紀來台，促成台灣表演藝術節目輸出，擴大台灣表演團體在國內外的文化影響力，帶動城市行銷與觀光效應。

### (二) 台中創意文化園區

發展台中園區為「**台灣建築·設計與藝術展演中心(Taiwan Architecture, Design, and Art Center)**」，以建築、設計與藝術為主體，

其主要用意在促成台灣與世界建築設計產業之接軌，強化建築與設計之專業領域，培養全民空間美學，並提升台灣成為亞洲創意設計產業之重鎮。

### **1. 園區整體開發推廣：**

台中園區於第一期已完成八棟建物整修及修繕工程，並已舉辦相關主題活動及文化創意產業進駐。第二期計畫著重在其餘歷史建築修復再利用整備工作、基礎電機工程建置、公共服務設施建置及建築、設計展覽館建置等，期望提供園區完善之設施，吸引相關文化藝術工作者、經營者進駐及舉辦文化創意活動，促進交流及發展機會。

### **2. 經營管理計畫：**

擬定園區相關空間引入民間參與投資研究計畫、自行營運業務推展及執行評估的規劃工作，期望透過相關空間委外經營模式，創造多元化的園區環境及推廣在地文化的永續發展。另舊台中酒廠遺留下來的歷史建築及產業遺跡是五大園區中保存最完整的一個。經由建置園區生命史的主題展示，進行文物史料資料建置、分析、展示等，強化文化創意場域之特殊空間氛圍。

### **3. 建築及設計產業推廣及人才育成**

- (1) 結合全國建築、設計等相關系所之大專院校辦理創意設計市集，並邀請國際建築設計工作者進行經驗分享，舉辦工作營及體驗營以達交流與學習的目的，建立台灣建築與設計研究發展智庫，並整備園區作為數位建築及創新設計創意產業交流之環境。
- (2) 策辦國際研討會：結合數位建築與創新設計、文化資產相關領域，舉辦都市與建築發展、流行設計發展趨勢、數位文化資產、創新設計等研討會，為文創產業尋找出適切的發展契機。
- (3) 參加及爭取主辦建築、設計國際年會：透過國際建築與設計會員國的參與，達到國際文化交流及人才培育之目的。
- (4) 辦理數位建築、創新設計與藝術國際展覽、競賽等活動：透過



建築與設計展覽之舉行，提升國人視野，並藉由國際競賽的舉辦為國內建築及設計產業注入新的活水。

- (5) 辦理園區文宣、行銷與出版：配合相關展覽與研究，出版期刊及專輯等，藉以建立專業智庫。
- (6) 辦理園區義工招募與培訓：建立園區義工家族，協助各項活動之進行。
- (7) 輔導相關團體舉辦數位建築與創新設計文化創意產業推廣及教育工作，補助並協助地方團體舉辦建築與設計文創產業推廣及教育活動。

#### 4. 文創產業區域整合及集聚計畫

- (1) 依據台中市「文化版圖」，未來七期新興之「國際文化藝術園區」（包含規劃中國家歌劇院及新市政中心）、西區之「中部科學園區」、規劃中「水湳機場國際展覽園區」、北區之「大坑生態園區」及南區之「台中創意文化園區」，將呈現不同之功能角色並達成都市均衡發展狀態。
- (2) 台中創意文化園區將結合週邊之「國立台灣美術館」、「國立自然科學博物館」、「國立台灣工藝研究所（台灣工藝文化園區）」、「國立台灣交響樂團」、「國立台中圖書館」、「中興大學」及「20號倉庫藝文特區」、「國定古蹟（霧峰林家花園）」、「紀念博物館（921地震博物館）」、「國史館台灣文獻館」等，形構中部文化圈整合發展計畫，帶動舊都市地方經濟再發展，亦達到資源共享及產業集聚效應。
- (3) 推動中部文化圈整合行銷推廣計畫：規劃文化深度（文化創意產業、文化資產、閒置空間）旅遊行程套餐，以園區為出發點，結合中部文化圈各館舍組成策略聯盟，並串連地方特色，以帶動區域整合與文化學習之效。
- (4) 建置專屬行銷宣傳品平台：為達中部文化圈整體形象及宣傳之效，以園區為主，整合中部各館舍之資訊，促進資源共享、共

同行銷。

- (5) 每年依不同主題辦理中部文化圈年度博覽會、競賽、藝術展演等活動。

### (三) 花蓮創意文化園區

定位為「文化藝術產業與觀光結合之實驗場域」，建構花蓮園區為傳統及現代融合之空間，強調「生態」、「生產」及「生活」並重的「東部文化櫥窗」，整合花蓮豐沛之人文與自然觀光條件，推動文化觀光產業及創意生活產業，達成活化舊市區、再造花蓮洄瀾夢土之願景。

**1.環境整備計畫：**辦理園區歷史建物修繕工程，自 97 年起分期進行歷史建物修繕、基礎設施工程及景觀美化工程等，預計於 100 年全部完成，屆時將以嶄新之面貌呈現給社會大眾。

**2.經營管理計畫：**

- (1) 本園區已整修完成之區域，業以採購法委託專業團隊常態經營，於 96 年 6 月正式開園；98 年已辦理引入民間促參可行性評估及先期規劃；未來將持續辦理各項後續事宜，促使園區多元化經營及符合在地文化創意長遠發展。
- (2) 配合園區歷史建築修復工程，委託學術單位以文字及照片完整記錄修復過程，另同步進行影像拍攝，介紹舊酒廠之修復過程及嶄新面貌，讓參觀者認識舊酒廠之豐富生命歷程。
- (3) 結合花蓮風情、多元民族文化特色，以園區為平台舉辦東部文學季、海洋樂舞季、生態旅遊季、體驗藝術季，每季活動期程約 3 個月，各依主題舉辦各項地區與國際研談會、工作營、演唱會、創藝節等活動，促進文化與觀光產業之密切結合。
- (4) 規劃人文深度旅遊行程套餐，以園區為出發點，並與花蓮園區周邊觀光旅遊業者組成策略聯盟，串連地方特色社區、地方文化館、花蓮文學家群、藝術家群、石雕創作群之工作室，成為文化旅程點，並邀請國內外旅遊玩家體驗參與。

### 3. 文創產業區域整合及集聚計畫

串聯與整合交通部觀光局、花蓮縣政府、農委會等公部門、私部門與觀光旅遊業者等資源，強化東部地區文化創意產業、文化觀光、文化體驗、地方特色產業之發展，以提升花蓮園區文創產業能量之聚集，行銷東部地區整體文創產業形象，帶動地方文化經濟之發展。

#### (四) 嘉義創意文化園區

嘉義創意文化園區定位為「嘉義傳統藝術創新中心」，實踐傳統技藝與傳統技術之轉型及創新。園區內生產機具設備是五大園區中保存最為完整的，亦是當代重要製酒產業文化資產，為妥善保存及活化再利用，本會針對嘉義園區之推動策略，將以「酒文化產業」為基礎，結合南部地區傳統工藝、當代藝術、藝術家資源及故宮南院等「視覺藝術」及「表演藝術」資源，發展酒文化及傳統藝術創新之園區。

**1. 園區建物整建工程：**嘉義園區舊有建物多達 37 棟，將以分期、分階段整建原則，逐年推動各棟建物之修復再利用工程，自 97 年起，進行規劃、設計、施工等作業，全部建物修繕及基礎設施工程，預計於民國 100 年底前全部完成，屆時將以嶄新之面貌呈現給社會大眾。

#### **2. 經營管理計畫：**

預計於建物及周邊環境整備完成後，引進民間機構參與營運管理，未來將辦理委外經營管理團隊評選、相關法令管理措施訂定、民間參與可行性評估及招商規劃、甄審等事宜，藉由公私協力機制，促進整體環境再造及發展。

結合嘉義市政府文化局及民間組織等相關單位，舉辦例行性、定期性傳統藝術創新及文創相關展覽及推廣活動，透過發掘地方傳統文化及活動，提供台灣傳統藝術界及產業界的觀摩及交流機會，以實踐嘉義園區之「傳統技藝與傳統技術之轉型及創新」之方向，並期望引發民眾對藝術發源地之興趣，吸引民眾實地參訪。

### 3.文創產業區域整合及集聚計畫

- (1) 以嘉義文化創意產業區域性及在地特色為基礎，串連嘉義境內以工藝（嘉義交趾陶、石猴）、創意生活及木家具設計（阿里山木業）、視覺藝術（陳澄波、林玉山）及音樂（嘉義國際管樂節）為主之諸多藝文資源，包括藝文空間的嘉義市鐵道藝術村、交趾陶博物館、嘉義縣蔗埕文化園區（蒜頭糖廠）、故宮南院等，納入歷史特色的嘉義舊監獄、阿里山林業村、鄒族文化園區等，另結合在地文化觀光資源，如蘭潭風景區、阿里山國家風景區及曾文水庫等相關資源產業，期望達到文化創意產業整體區位發展、人才及產值全面提升之卓越績效。
- (2) 結合嘉義大學、中正大學等在地學術研究資源，建置嘉義區域產學合作機制，以嘉義園區為中心基地，引入創新輔導團機制，促進地方文化產業升級、轉型、創新。
- (3) 每年度選定區域內具有產業發展潛力之產業，例如工藝產業、創意生活及木家具設計、視覺藝術及音樂產業等，挹注開發創新資金，形塑品牌形象，推介國內外市場。
- (4) 每年度籌辦嘉義區域聯合傳統藝術增值應用商展及相關節慶活動，推介在地藝術家及文創業者參與展覽；邀請國內外優秀知名之文創業者及工作者共同參展，提供藝術家及業界人士觀摩、合作開發、展售及交易平台；同步辦理藝企交流活動，加強接觸網絡，開發跨業合作機會。

#### （五）台南創意文化園區

定位為「台南創意生活媒體中心- Creative Media Center」，發展「文化生活與產業環境之整合創新平台」，以媒體中心作為一個創意啟動器。本園區位於台南市，有多元的歷史文化及豐沛的觀光資源，園區面積雖不大，卻位居樞紐、緊鄰台南火車站，實為其具有發展潛力的關鍵。

綜觀台南舊酒廠所處之地緣條件、歷史氛圍與人文素養、設計創意的資源，本中心將以生活創意（設計及時尚設計產業）、食玩及遊樂創意（文化及觀光特色產業）以及技藝創意（文學、影音及動漫產業）三個創意生活面向，提供展示、推廣、育成、販售之機能，以多媒體方式呈現創意生活，成為南台灣創意產業之整合創新平台，達成科技與創意之結合、提升視覺媒體創意人才水準、培育市場導向之專業人才及提升國際地位之目標。

**1. 園區整體開發推廣：**進行都市計畫細部計畫變更，辦理園區內古蹟修復再利用工程、L 棟倉庫及行政室整修工程、景觀美化及基礎設施整備、廢棄老舊建物拆除及相關設備與環境改善等，希望藉由整體環境修繕及整頓，提升園區整體再利用價值，使公共空間投資能獲得最大效益。

**2. 經營管理計畫：**

(1) 以推動民間參與投資、委託營運管理團隊等為主，期望透過民間參與及優良團隊進駐，促進創意文化園區之推展。

(2) 以台南園區場域作為發酵點，策辦國際動漫展、競賽及研討會活動，作為國內外動漫及數位產、經、學界之交流與對話平台，更進一步促成國內外動漫產業、資本、技術、教育等市場資源的合作，引發台灣動漫數位產業群聚效應，讓動漫產業不僅能扎根台灣，更能放眼全世界。

**3. 文創產業區域整合及集聚計畫**

以台南創意文化園區作為主軸重心，結合本會附屬機關台灣文學館以及台灣歷史博物館等館舍園區既定發展目標及區位特色，串連台南境內以時尚、設計及數位內容產業為主的永康創意設計園區、蕭壩文化園區等，納入歷史特色的總爺街文化園區、孔廟文化園區、安平港歷史風貌園區及赤崁樓等，並結合在地文化觀光資源，如海安路、台南運河等，以台南縣市文化創意產業軸心概念串連並整合境內時尚、設計及數位產業；動漫、文學及影音產業；文化及觀光產業；以及歷史

風貌產業等相關資源。

## (六) 打造故宮成為全球文化創意產業應用重鎮

以故宮典藏文物或相關工藝特色，作為節點以對外連結；從國內推展，透過國際工作營、研討會、論壇及博覽會等驅動跨國競圖與交流合作的機會，邀請各國具文創設計及市場行銷經驗之專業人才，來台經驗傳授或交流，定期透過高互動性工作研習營，打造具國際觀的創意人才。另藉由國際專才和台灣相關產業人士，透過各國不同文化背景、美學觀點，充分激發符合現代與傳統的創意構思與方向。同時研討與品牌合作、異業結盟型態、授權模式、回饋機制及相關智慧財產權保障等週邊配套制度的建立，確實扎根創意，帶動基礎產業之精神，提升未來台灣文化創意產業在國際上的競爭力。本計畫四大目標說明如下：

- (1) 形塑中華文化特色之文化創意設計基地，催生台灣文創人才：形塑以故宮藏品及其華夏文化意涵為內容的創意、設計、工藝、行銷、產業人才培育及跨業鏈結基地。
- (2) 匯聚台灣文化創意商品之展示聚落，激發台灣設計創作靈感。
- (3) 促進數位內容授權營運，扮演媒合平台：活用故宮藏品及促進相關數位內容授權業務的營運，創造文物與當代生活融合的面向，積極扮演文化與產業之間的媒合平台。
- (4) 打造御花園藝文展售與休閒園地，提升台灣國際形象：開發以「故宮文化創意育成中心」及周邊衍生的文創產業體驗商店與休閒複合式園區，創造結合博物館、休閒服務、文創產品商店群的城市風貌，達到產業、生活、經濟、文化多贏的局面。

### 子計畫六：工藝產業旗艦計畫

依據「創意臺灣－文化創意產業發展方案」，政府致力於推動電影、電視、流行音樂、設計、數位內容及工藝產業等六大旗艦產業，其中，本會負責工藝產業之發展。因此本計畫於執行策略之旗艦計畫部分則以本會之工藝

產業旗艦計畫作為主力發展產業計畫。本計畫之相關計畫內容詳參「創意臺灣—文化創意產業發展方案」附件七。

## 二、分年執行工作重點

子計畫一：多元資金挹注						
主要內容	97年	98年	99年	100年	101年	102年
輔導成立文創產業創新育成中心	輔導大專院校及專業機構成立文創產業創新育成中心。	賡續輔導大專院校及專業機構成立及推動文創產業創新育成中心。	賡續輔導大專院校及專業機構成立及推動文創產業創新育成中心。	賡續輔導大專院校及專業機構成立及推動文創產業創新育成中心。	賡續輔導大專院校及專業機構成立及推動文創產業創新育成中心。	賡續輔導大專院校及專業機構成立及推動文創產業創新育成中心。
補助縣市政府推動文創產業發展	制定競爭型補助作業要點，鼓勵縣市政府提案推動藝文產業發展。	補助縣市政府提案推動藝文產業發展。	補助縣市政府提案推動文創產業發展。	補助縣市政府提案推動文創產業發展。	補助縣市政府提案推動文創產業發展。	補助縣市政府提案推動文創產業發展。
提供種子資金，協助文創產業化	--	--	1.制定競爭型補助作業要點，提供創業種子資金協助文創團隊公司化產業化並提供輔導。 2.建立文創產業投資融資機制。 3.推動無形資產評價機制。	1.提供創業種子資金協助文創團隊公司化產業化並提供輔導。 2.建立文創產業投資融資機制。 3.推動無形資產評價機制。	1.提供創業種子資金協助文創團隊公司化產業化並提供輔導。 2.建立文創產業投資融資機制。 3.推動無形資產評價機制。	1.提供創業種子資金協助文創團隊公司化產業化並提供輔導。 2.建立文創產業投資融資機制。 3.推動無形資產評價機制。
補助藝文產業創新研發及市場拓展	制定競爭型補助作業要點，協助藝文產業業者創新研發及行銷推廣。	補助藝文產業業者創新研發及行銷推廣。	1.修正原藝文產業補助作業要點，補助文創產業業者創新研發及拓展國內外市場。 2.結合文創專案辦公室，提供受補助業者相關諮詢及輔導。	1.補助藝文產業業者創新研發及行銷推廣。 2.結合文創專案辦公室，提供受補助業者相關諮詢及輔導。	1.補助藝文產業業者創新研發及行銷推廣。 2.結合文創專案辦公室，提供受補助業者相關諮詢及輔導。	1.補助藝文產業業者創新研發及行銷推廣。 2.結合文創專案辦公室，提供受補助業者相關諮詢及輔導。
子計畫二：產業研發及輔導						
主要內容	97年	98年	99年	100年	101年	102年
諮詢輔導與制度建立	--	--	1.成立文創產業專案辦公室，提供相關輔導及諮詢協助。 2.建立產業輔導團 3.建立投資與融資機制並協助業者辦理財務融通。 4.協助建立智慧財產權保護及流通機制。	1.成立文創產業專案辦公室，提供相關輔導及諮詢協助。 2.建立產業輔導團 3.建立投資與融資機制並協助業者辦理財務融通。 4.協助建立智慧財產權保護及流通機制。	1.成立文創產業專案辦公室，提供相關輔導及諮詢協助。 2.建立產業輔導團 3.建立投資與融資機制並協助業者辦理財務融通。 4.協助建立智慧財產權保護及流通機制。	1.成立文創產業專案辦公室，提供相關輔導及諮詢協助。 2.建立產業輔導團 3.建立投資與融資機制並協助業者辦理財務融通。 4.協助建立智慧財產權保護及流通機制。

建立文創產業情報網	--	--	1.辦理產業情報網之委託規劃研究及前置作業，並進行基礎調查研究。 2.彙整文創情報網站資訊。 3.辦理文創相關研討會。 4.建立文創產業情報網與資料庫。	1.建立文創產業情報網及資料庫。 2.彙整文創情報網站資訊。 3.辦理文創研討會。 4.建立文創產業情報網與資料庫。	1.維運文創產業情報網及資料庫，發行電子報。 2.彙整文創情報網站資訊。 3.辦理文創研討會。 4.建立文創產業情報網與資料庫。	1.維運文創產業情報網及資料庫，發行電子報。 2.彙整文創情報網站資訊。 3.辦理文創研討會。 4.建立文創產業情報網與資料庫。
植入文化元素，推動跨界整合	--	--	1.文字、文學與美術結合之藝術性與實用功能的文創作品開發。 2.與設計、時尚、創意生活等各產業結合行銷。	1.文學、藝術與創意生活結合之創意研發。 2.與設計、時尚、創意生活等各產業結合行銷。	1.文學、藝術與創意生活結合之創意研發。 2.與設計、時尚、創意生活等各產業結合行銷。	1.文學、藝術與創意生活結合之創意研發。 2.與設計、時尚、創意生活等各產業結合行銷。
建置數位資料庫及數位創意銀行	1.研訂「數位創意銀行」服務機制。 2.成立產官學創意品牌合作聯盟，強化本會所屬及「國家文化資料庫」商業價值與授權應用。 3.辦理文化創意主題設計與競賽。	1.建構「數位創意銀行」管理與服務平台。 2.建立「創意元素數位庫」，徵集數位創意作品之授權。 3.建立國際市場產品設計趨勢/消費/生活型態之情報資料庫。 4.建置並營運數位內容增值商品流通平台。	1.辦理國際設計趨勢與產品開發作營。 2.推動創意設計與國際行銷為導向之數位文化價值應用策略聯盟。 3.建立台灣數位文化增值商品品牌與認證機制。	1.數位創意產業發展機會研究與策略之規劃。 2.籌組團隊參加國際大展或國際年會。 3.辦理文化創意生活推廣-創意主題設計與競賽。 4.營運數位內容增值商品流通平台。	--	--
數位藝術推展計畫	--	--	辦理國內外展覽與國際交流各項活動、推動跨領域創作、進行產學合作、數位藝術網站維運與建置、建立數位藝術創作鼓勵與委託機制、舉行數位藝術與跨領域人才座談與交流，促進合作、培育數位藝術相關專業人才等。	辦理國內外展覽與國際交流各項活動、推動跨領域創作、進行產學合作、數位藝術網站維運與建置、建立數位藝術創作鼓勵與委託機制、舉行數位藝術與跨領域人才座談與交流，促進合作、培育數位藝術相關專業人才等。	辦理國內外展覽與國際交流各項活動、推動跨領域創作、進行產學合作、數位藝術網站維運與建置、建立數位藝術創作鼓勵與委託機制、舉行數位藝術與跨領域人才座談與交流，促進合作、培育數位藝術相關專業人才等。	辦理國內外展覽與國際交流各項活動、推動跨領域創作、進行產學合作、數位藝術網站維運與建置、建立數位藝術創作鼓勵與委託機制、舉行數位藝術與跨領域人才座談與交流，促進合作、培育數位藝術相關專業人才等。
藝術數位典藏增值與應用計畫	--	--	辦理數位內容應用研究規劃、增值產品設計與製作、藝術生活美學推廣活動、建置數位內容與應用推廣資訊網站、與媒體、行銷網絡之連結規劃等。	辦理數位內容應用研究規劃、增值產品設計與製作、藝術生活美學推廣活動、建置數位內容與應用推廣資訊網站、與媒體、行銷網絡之連結規劃等。	辦理數位內容應用研究規劃、增值產品設計與製作、藝術生活美學推廣活動、建置數位內容與應用推廣資訊網站、與媒體、行銷網絡之連結規劃等。	辦理數位內容應用研究規劃、增值產品設計與製作、藝術生活美學推廣活動、建置數位內容與應用推廣資訊網站、與媒體、行銷網絡之連結規劃等。
數位科技與文化意產業整合發展—提供故宮科技與人文跨域文創環境計畫	--	--	1.推動大型跨域合作計畫。 2.導入人文結合科技的展場跨域多媒體展示 (in-Gallery)。 3.預定每年以一個主題式攝製文創數位內容。 4.利用新網路科技，設計網站「歷史長河」等主題導覽。	1.結合電腦圖學發展，進行跨域合作。 2.結合民國100年大展人潮，持續導入與先前不同的展場跨域新科技多媒體展示。 3.促進文創科技產學合作及轉移。 4.持續製作主題式文創數位內容，並 5.推動「第四媒體」	1.累積國內華夏跨域創作龍頭能量。 2.持續製作主題式文創數位內容，並推動「第四媒體」 3.推廣與行銷。 4.提供華夏文物與科技跨域結合之文創討論區。 5.製作完整的線上文化觀光服務資源。 7.進行館際線上合	1.大運用前期成果，開拓國內外展示機會。 2.整理與分享展場跨域多媒體成功範例。 3.持續製作主題式文創數位內容，並推動「第四媒體」推廣與行銷。 4.建置故宮文創成果網路展覽館。 5.舉辦一個分享實



			5.搜尋引擎行銷。 6.推廣本院藏品跨域作品。 提供行動條碼服務。	6.推廣與行銷。 7.提供兒童紮根美學。 8.建置重要文物虛擬實境網頁。 9.建置精選文物線上導覽資源。 10.辦理種子培育營。 11.強化簡易資訊聚合訂閱服務功能。	作與交流。 8.提供用戶端隨選工具服務。	際技術與創作經驗的網路論壇。 6.強化網站個人化與互動性服務。 7.強化多國語文服務平台功能。
數位科技與文化意產業整合發展—網路文化集成計畫	--	--	1.辦理文化旅遊網系統功能強化、介面整合、行銷推廣與營運管理、文化景點資料蒐集及建置、外國語網站資料維運及主題路線規劃。 2.辦理文化地圖網功能強化及系統介面整合、資料維運、資料庫或專網資料蒐集、分析、整理及登錄。	1.辦理文化旅遊網系統功能強化、介面整合、行銷推廣與營運管理、文化景點資料蒐集及建置、外國語網站資料維運及主題路線規劃。 2.辦理文化地圖網功能強化及系統介面整合、資料維運、資料庫或專網資料蒐集、分析、整理及登錄。 3.營運與推廣數位內容加值商品與素材流通平台。	1.辦理文化旅遊網系統功能強化、介面整合、行銷推廣與營運管理、文化景點資料蒐集及建置、外國語網站資料維運及主題路線規劃。 2.辦理文化地圖網功能強化及系統介面整合、資料維運、資料庫或專網資料蒐集、分析、整理及登錄。 3.營運與推廣數位內容加值商品與素材流通平台。	1.辦理文化旅遊網系統功能強化、介面整合、行銷推廣與營運管理、文化景點資料蒐集及建置、外國語網站資料維運及主題路線規劃。 2.辦理文化地圖網功能強化及系統介面整合、資料維運、資料庫或專網資料蒐集、分析、整理及登錄。 3.營運與推廣數位內容加值商品與素材流通平台。

### 子計畫三：市場流通及拓展

主要內容	97年	98年	99年	100年	101年	102年
策辦國際大展及大獎	辦理台北國際藝術博覽會。	辦理台北國際藝術博覽會。	1.辦理台北國際藝術博覽會。 2.獎補助相關國際性大展及大獎活動。	1.辦理台北國際藝術博覽會。 2.參與文創相關獎項或競賽 3.補助獎勵業者出國參加文創相關展覽及競賽。	1.辦理台北國際藝術博覽會。 2.參與文創相關獎項或競賽。 3.補助獎勵業者出國參加文創相關展覽及競賽。	1.辦理台北國際藝術博覽會。 2.參與文創相關獎項或競賽。 3.補助獎勵業者出國參加文創相關展覽及競賽。
策辦大型文創產業會展	--	--	1.舉辦台灣國際文化創意產業展會。 2.協助業者參與大陸文創博覽會。 3.文創產業相關論壇與活動。	1.舉辦台灣國際文化創意產業展會。 2.協助業者參與大陸文創博覽會。 3.文創產業相關論壇與活動。	1.舉辦台灣國際文化創意產業展會。 2.協助業者參與大陸文創博覽會。 3.文創產業相關論壇與活動。	1.舉辦台灣國際文化創意產業展會。 2.協助業者參與大陸文創博覽會。 3.文創產業相關論壇與活動。
協助業者開拓國際市場	--	--	1.協助文創業者參與國內外重要會展活動。 2.整合政府資源行銷台灣文創品牌。 3.協助業者拓展國際市場。	1.協助文創業者參與國內外重要會展活動。 2.整合政府資源行銷台灣文創品牌。 3.協助業者拓展國際市場。	1.協助文創業者參與國內外重要會展活動。 2.整合政府資源行銷台灣文創品牌。 3.協助業者拓展國際市場。	1.協助文創業者參與國內外重要會展活動。 2.整合政府資源行銷台灣文創品牌。 3.協助業者拓展國際市場。

### 子計畫四：人才培育及媒合

主要內容	97年	98年	99年	100年	101年	102年	
青年藝術家培植計畫	1.至畫廊博覽會、藝術博覽會評選購藏作品，及公開徵件、評選購藏作品；並配合亞洲雙年展等大展舉辦購藏	1.至畫廊博覽會、藝術博覽會評選購藏作品，及公開徵件、評選購藏作品；並配合亞洲雙年展等大展舉辦購藏	辦理青年藝術家作品購藏，國內外展覽與國際交流各項活動、教育推廣與宣傳以及作品數位化、編輯出版、網站與數位	辦理青年藝術家作品購藏，國內外展覽與國際交流各項活動、教育推廣與宣傳以及作品數位化、編輯出版、網站與數位	辦理青年藝術家作品購藏，國內外展覽與國際交流各項活動、教育推廣與宣傳以及作品數位化、編輯出版、網站與數位	辦理青年藝術家作品購藏，國內外展覽與國際交流各項活動、教育推廣與宣傳以及作品數位化、編輯出版、網站與數位	辦理青年藝術家作品購藏，國內外展覽與國際交流各項活動、教育推廣與宣傳以及作品數位化、編輯出版、網站與數位

	<p>優秀青年作品。</p> <p>2.辦理青年藝術作品進駐國內公共場所及大型企業空間展示。</p> <p>3.企業體贊助青年藝術創作，拓展企業界對藝術文化的參與。</p> <p>4.相關推廣活動及開發製作衍生產品，流通行銷。</p>	<p>作品。</p> <p>2.辦理青年藝術作品進駐國內公共場所及大型企業空間展示。</p> <p>3.企業體贊助青年藝術創作，拓展企業界對藝術文化的參與。</p> <p>4.相關推廣活動及開發製作衍生產品，流通行銷。</p>	<p>影像資料庫建置、作品維護、開發製作衍生產品等，與輔導媒合產業。</p>	<p>影像資料庫建置、作品維護、開發製作衍生產品等，與輔導媒合產業。</p>	<p>料庫建置、作品維護、開發製作衍生產品等，與輔導媒合產業。</p>	<p>影像資料庫建置、作品維護、開發製作衍生產品等，與輔導媒合產業。</p>
音樂作品委託與鼓勵創作	<p>1.邀請國內外知名藝術家並委託創作。</p> <p>2.由創作者提出創作計畫，經評審團評估後具藝術價值之計畫提供創作補助。</p>	<p>1.賡請國內外知名藝術家，設定主題委託創作。</p> <p>2.鼓勵創作者提出創作計畫，經評審團評估後具藝術價值之計畫提供創作補助。</p>	<p>1.設定年度主題，邀請國內外知名藝術家並委託創作。</p> <p>2.由創作者提出創作計畫，經評審團評估後具藝術價值之計畫提供創作補助。</p>	<p>1.邀請國內外知名藝術家並委託創作。</p> <p>2.由創作者提出創作計畫，經評審團評估後具藝術價值之計畫提供創作補助。</p>	--	--
作品公開徵選	<p>公開徵求作品，並請專家學者所組成之評審團遴選優秀作品。</p>	<p>公開徵求作品，並請專家學者所組成之評審團遴選優秀作品。</p>	<p>公開徵求作品，並請專家學者所組成之評審團遴選優秀作品。</p>	<p>公開徵求作品，並請專家學者所組成之評審團遴選優秀作品。</p>	--	--
作品實踐與工作坊	<p>1.展演所徵選之作品。</p> <p>2.安排創作者與展演者的對話工作坊。</p>	<p>1.展演所徵選之作品。</p> <p>2.安排創作者與展演者的工作坊。</p>	<p>1.展演所徵選之作品。</p> <p>2.安排創作者與展演者實際演練的工作坊。</p>	<p>1.展演所徵選之作品。</p> <p>2.安排創作者與展演者實際演練的工作坊。</p>	--	--
平面與有聲資料製作	<p>1.印製委託創作作品。</p> <p>2.收錄作品演出實況，並製作有聲資料。</p>	<p>1.印製委託創作作品。</p> <p>2.收錄作品演出實況，並製作有聲資料。</p>	<p>1.印製委託創作作品。</p> <p>2.收錄作品演出實況，並製作有聲資料。</p>	<p>1.印製委託創作作品。</p> <p>2.收錄作品演出實況，並製作有聲資料。</p>	--	--
建構有聲資料藝術市場	<p>1.發行有聲資料。</p> <p>2.提供國內外交流團體與音樂家平面與有聲資料。</p> <p>3.邀請民間企業與主辦單位觀賞作品展演。</p>	<p>1.發行有聲資料。</p> <p>2.提供國內外交流團體與音樂家平面與有聲資料。</p> <p>3.邀請民間企業與主辦單位觀賞作品展演。</p>	<p>1.發行有聲資料。</p> <p>2.提供國內外交流團體與音樂家平面與有聲資料。</p> <p>3.邀請民間企業與主辦單位觀賞作品展演。</p>	<p>1.發行有聲資料。</p> <p>2.提供國內外交流團體與音樂家平面與有聲資料。</p> <p>3.邀請民間企業與主辦單位觀賞作品展演。</p> <p>4.舉辦本計畫展覽，邀請各界參觀，引介受本計畫委託、鼓勵與補助之作曲家。</p>	--	--
養成文創中介人才，推動文創經紀機制	--	--	<p>1.養成文創中介人才，辦理文創產業專業人員訓練</p> <p>2.辦理建立文創經紀及證照機制之評估研究</p> <p>3.邀請國外文創大師來台教學</p>	<p>1.養成文創中介人才，辦理文創產業專業人員訓練。</p> <p>2.建立文創人才培育之訊息整合平台</p> <p>3.試行文創經紀機制。</p>	<p>1.養成文創中介人才，辦理文創產業專業人員訓練。</p> <p>2.辦理國際文創經紀工作坊。</p> <p>3.邀請國外文創大師來台教學</p>	<p>1.養成文創中介人才，辦理文創產業專業人員訓練。</p> <p>2.邀請國外文創大師來台教學</p> <p>3.完備文創經紀機制。</p>

## 子計畫五、產業集聚效應

主要內容	97年	98年	99年	100年	101年	102年
五大園區管理發展	1.延續設置「創意文化園區專案管理責任中心」計畫推動。 2.更新及維護五大創意文化園區之子網站。 3.辦理赴大陸交流考察計畫。	1.廣續推動相關行政管理及園區產業發展業務。 2.廣續推動五大創意文化園區網站維運計畫。 3.廣續辦理赴大陸交流考察計畫。	1.廣續推動相關行政管理及園區產業發展業務。 2.廣續推動五大創意文化園區網站維運計畫。 3.辦理五大園區行銷推廣展演及文創作相關委託計畫。 4.廣續辦理赴大陸交流考察計畫。	1.廣續推動相關行政管理及園區產業發展業務。 2.辦理五大園區行銷推廣展演及文創作相關委託計畫。 3.廣續推動五大創意文化園區網站維運計畫。 4.辦理赴大陸交流考察計畫。	1.廣續推動相關行政管理及園區產業發展業務。 2.辦理五大園區行銷推廣展演及文創作相關委託計畫。 3.廣續推動五大創意文化園區網站維運計畫。 4.辦理赴大陸交流考察計畫。	1.廣續推動相關行政管理及園區產業發展業務。 2.辦理五大園區行銷推廣展演及文創作相關委託計畫。 3.廣續推動五大創意文化園區網站維運計畫。 4.辦理赴大陸交流考察計畫。
華山創意文化園區	1.華山委外案件(ROT案)之年度營運績效評估及財務分析、法律諮詢。 2.「文化創意產業引入空間(ROT案)」進行整建與營運。 3.古蹟及歷史建築建物維護。 4.舉辦華山季節風活動。 5.舉辦華山風生活創意達人競賽。 6.華山園區保全及清潔景觀維護(未交付營運團隊部份)。	1.華山委外案件(ROT案)之年度營運績效評估及財務分析、法律諮詢。 2.既有建物整建與維護(包含設置華山電影藝術館、紅磚區歷史建築及藝文公園景觀工程等)。 3.辦理「台灣文化創意產業旗艦中心(BOT)案」招商作業。 4.持續辦理 ROT 之營運管理作業。 5.廣續舉辦華山季節風活動。	1.華山委外案件(ROT案)之年度營運績效評估及財務分析、法律諮詢。 2.既有建物整建與維護(包含設置華山電影藝術館、紅磚區歷史建築及藝文公園景觀工程等)。 3.辦理「台灣文化創意產業旗艦中心(BOT)案」招商作業(完成簽約)。 4.持續辦理 ROT 之營運管理作業。 5.華山藝創節。	1.華山委外案件(ROT案)之年度營運績效評估及財務分析、法律諮詢。 2.既有建物及設備整建與維護(包含設置華山電影藝術館、紅磚區歷史建築及藝文公園景觀工程等)。 3.「台灣文化創意產業旗艦中心(BOT)案」規劃相關營運及工程事宜。 4.持續辦理 ROT 之營運管理作業。 5.華山藝創節。	1.華山委外案件(ROT案)之年度營運績效評估及財務分析、法律諮詢。 2.既有建物及設備整建與維護。 3.「台灣文化創意產業旗艦中心(BOT)案」興建工程。 4.持續辦理 ROT 之營運管理作業。 5.「電影藝術館委託營運管理(OT)案」進入正式營運階段。 6.華山藝創節。	1.華山各項委外案件(OT、ROT案)之年度營運績效評估及財務分析、法律諮詢。 2.既有建物及設備整建與維護。 3.「台灣文化創意產業旗艦中心(BOT)案」廣續興建工程。 4.持續辦理 ROT、OT 之營運管理作業。 5.華山藝創節。
台中創意文化園區	1.辦理基礎設施及景觀改善工程、歷史建物修復再利用工程。 2.辦理引入民間參與投資(ROT)可行性評估暨先期規劃。 3.辦理台中園區停車場 BOT 評估計畫。 4.建築設計教育推廣及研究發展。 5.策辦建築、設計與藝術國際研討會。 6.辦理建築設計國際年會。 7.辦理建築、設計與藝術國際展覽及競賽活動。 8.文宣、行銷與出版計畫。	1.辦理 R04 包裝場(台中都市願景館)修復及再利用工程及 B06 木工坊歷史建築修復及再利用工程設計監造暨工程。 2.S 倉庫群(建築設計與藝術資源中心)修復與再利用工程。 3.園區歷史建築及既有建物修復再利用工程。 4.建築與設計博物館軟體建置計畫。 5.辦理園區引入民間參與投資可行性評估暨先期規劃。 6.辦理園區停車場 BOT 評估計畫。	1.園區歷史建築及既有建物修復再利用工程。 2.建築博物館及設計博物館規劃設計暨工程。 3.數位建築及創新設計博物館規劃設計及修建。 4.辦理引入民間參與投資(OT 及 ROT)計畫興建與營運工作。 5.辦理台中園區停車場 BOT 招商、興建及營運工作。 6.數位建築及創新設計及文化資產教育推廣及研究發展。 7.策辦數位建築、創新設計與藝術國際研討會。 8.參加或主動爭取	1.園區歷史建築及既有建物修復再利用工程。 2.建築及設計博物館規劃設計及修建。 3.辦理台中園區停車場 BOT 興建及營運工作。 4.數位建築及創新設計教育推廣及研究發展。 5.策辦數位建築、創新設計與藝術國際研討會。 6.參加或主動爭取建築設計國際年會。 7.辦理數位建築、創新設計與藝術國際展覽及競賽活動。 8.文宣、行銷與出版計畫。	1.園區各項促參案之年度營運績效評估、財務分析、法律諮詢及履約管理機制建立。 2.數位建築及創新設計教育推廣及研究發展。 3.策辦數位建築、創新設計與藝術國際研討會。 4.辦理數位建築、創新設計與藝術國際展覽及競賽活動。 5.義工管理制度及義工培訓。 6.推動媒合跨領域共同創作案。 7.辦理創新設計產業研發及品牌塑造計畫。 8.推動中部文化圈整合行銷推廣計畫。	1.園區各項促參案之年度營運績效評估、財務分析、法律諮詢及履約管理機制建立。 2.數位建築及創新設計教育推廣及研究發展。 3.策辦數位建築、創新設計與藝術國際研討會。 4.辦理數位建築、創新設計與藝術國際展覽及競賽活動。 5.義工管理制度及義工培訓。 6.推動媒合跨領域共同創作案。 7.辦理創新設計產業研發及品牌塑造計畫。 8.推動中部文化圈整合行銷推廣計畫。

	<p>9.義工管理制度及義工培訓。</p> <p>10.成立「數位創意資源中心」。</p> <p>11.籌辦及參加國際數位藝術節及展覽。</p> <p>12.推動媒合跨領域共同創作案。</p> <p>13.營運「數位藝術方舟」創意互動網站。</p> <p>14.成立「數位創意資源中心」。</p> <p>15.籌辦及參加國際數位藝術節及展覽。</p> <p>16.推動媒合跨領域共同創作案。</p> <p>17.營運「數位藝術方舟」創意互動網站。</p>	<p>7.數位建築及創新設計教育推廣及研究發展。</p> <p>8.策辦數位建築、創新設計與藝術國際研討會。</p> <p>9.參加或主動爭取建築設計國際年會。</p> <p>10.辦理數位建築、創新設計與藝術國際展覽及競賽活動。</p> <p>11.義工招募及義工培訓計畫。</p> <p>12.推動「數位創意資源中心」各項業務。</p> <p>13.推動台灣數位藝術創作植根工程。</p> <p>14.籌辦及參加國際數位藝術節及展覽。</p> <p>15.推動媒合跨領域共同創作案。</p>	<p>建築設計國際年會。</p> <p>9.辦理數位建築、創新設計與藝術國際展覽及競賽活動。</p> <p>10.文宣、行銷與出版計畫。</p> <p>11.義工管理制度及義工培訓。</p> <p>12.推動台灣數位藝術創作植根工程。</p> <p>13.籌辦及參加國際數位藝術節及展覽。</p> <p>14.推動媒合跨領域共同創作案。</p> <p>15.推動數位藝術跨域媒合。</p> <p>16.數位創意資源中心維運。</p> <p>17.數位藝術人才培育。</p>	<p>9.義工管理制度及義工培訓。</p> <p>10.推動台灣數位藝術創作植根工程。</p> <p>11.籌辦及參加國際數位藝術節及展覽。</p> <p>12.推動媒合跨領域共同創作案。</p> <p>13.辦理創新設計產業研發及品牌塑造計畫。</p> <p>14.推動中部文化圈整合行銷推廣計畫。</p> <p>15.建置專屬行銷宣傳品平台。</p>	<p>9.建置專屬文宣、行銷與出版宣傳品平台。</p>	<p>畫。</p> <p>9.建置專屬文宣、行銷與出版宣傳品平台。</p>
花蓮創意文化園區	<p>1.辦理基礎設施暨景觀工程。</p> <p>2.宿舍區歷史建築再利用修復工程。</p> <p>3.辦理歷史建築室內裝修、維修及設備採購。</p> <p>4.辦理園區委託營運管理案。</p> <p>5.辦理文創觀光推廣計畫。</p>	<p>1.辦理基礎設施暨景觀工程設計監造及工程案。</p> <p>2.花蓮創意文化園區創作樂團練團室、錄音室及展演空間規劃設計監造及工程案</p> <p>3.花蓮創意文化園區米酒發酵工廠、包裝工廠及成品倉庫歷史建築修復設計監造案及修復工程。</p> <p>4.花蓮創意文化園區原料倉庫、鍋爐室、半製品調和室及澄清室、紹興酒發酵工廠等歷史建築修復調查暨設計案。</p> <p>5.辦理園區委託營運管理案。</p> <p>6.辦理引入文化創意產業及營運模式規劃—民間參與可行性評估。</p> <p>7.辦理文創觀光推廣計畫。</p>	<p>1.辦理基礎工程及空調系統建置。</p> <p>2.花蓮創意文化園區米酒發酵工廠、包裝工廠及成品倉庫歷史建築修復設計監造案及修復工程。</p> <p>3.花蓮創意文化園區原料倉庫、鍋爐室、半製品調和室及澄清室、紹興酒發酵工廠等歷史建築修復設計監造及修復工程案。</p> <p>4.園區歷史建築、機電設備保養維修及擴充工作。</p> <p>5.辦理引入文化創意產業及營運模式規劃—先期規劃與招商研擬</p> <p>6.推動東部音樂空間設置及推廣工作。</p> <p>7.辦理園區委託營運管理案。</p> <p>8.辦理文創觀光推廣計畫。</p> <p>9.觀光體驗串連交流計畫。</p>	<p>1.辦理基礎工程及空調系統建置工程。</p> <p>2.花蓮創意文化園區原料倉庫、鍋爐室、半製品調和室及澄清室、紹興酒發酵工廠等歷史建築修復設計監造及修復工程案。</p> <p>3.園區歷史建築、機電設備保養維修及擴充工作。</p> <p>4.辦理引入文化創意產業及營運模式規劃—招商階段。</p> <p>5.推動東部文創空間設置推廣工作。</p> <p>6.辦理文創觀光推廣計畫。</p> <p>7.觀光體驗串連交流計畫。</p> <p>8.策辦園區季節年度活動計畫。</p> <p>9.推廣東部地區整體文創產業形象。</p>	<p>1.辦理引入文化創意產業及民間參與之試營運計畫。</p> <p>2.園區歷史建築、機電設備保養維修及擴充工作。</p> <p>3.成立園區促參專責管理單位。</p> <p>4.東部文創人文深度旅行推廣計畫。</p> <p>5.行銷東部地區整體文創產業。</p> <p>6.辦理文創觀光推廣計畫。</p> <p>7.設立東部手工藝創新中心。</p> <p>8.園區修繕歷程影像紀錄出版計畫。</p>	<p>1.辦理引入文化創意產業及民間參與之正式營運。</p> <p>2.園區歷史建築、機電設備保養維修及擴充工作。</p> <p>3.園區促參專責管理執行單位。</p> <p>4.東部手工藝創新中心推動計畫。</p> <p>5.辦理文創觀光推廣計畫。</p> <p>6.推廣行銷東部地區文創產業及觀光產業。</p> <p>7.東部文創旅遊及觀光體驗計畫。</p> <p>8.園區文創推動成果出版計畫。</p> <p>9.東部文創博覽會。</p>
嘉義創意	<p>1.營運管理團隊</p>	<p>1.第一期建築整</p>	<p>1.第一期建築整修</p>	<p>1.第一、二期建築</p>	<p>1.營運管理團隊進</p>	<p>1.營運管理團隊進</p>

文化園區	進駐計畫。 2. 機具設備保存及再利用計畫。 3. 傳統藝術創新暨文創開發推廣活動。	修與景觀工程規劃設計與工程。 2. 中間試驗場歷史建築修復工程規劃設計。 3. 園區第二期工程委託規劃設計監造案。 4. 園區歷史及既有建物修繕及維護。 5. 營運管理團隊進駐計畫。 6. 傳統藝術創新暨文創開發推廣活動。 7. 園區引入文化創意產業及營運模式規劃-民間參與可行性評估、先期規劃及招商計畫。	與景觀工程。 2. 中間試驗場歷史建築修復工程。 3. 第二期建築整修與景觀工程規劃設計與工程。 4. 營運管理團隊進駐計畫。 5. 園區引入文化創意產業及營運模式規劃-民間參與可行性評估、先期規劃及招商計畫。 6. 傳統藝術創新暨文創開發推廣活動。 7. 文創產業區域整合及集聚計畫。	整修與景觀工程。 2. 營運管理團隊進駐計畫。 3. 停車場促參案可行性評估、先期規劃及招商計畫。 4. 園區引入文化創意產業及營運模式規劃-民間參與可行性評估、先期規劃及招商計畫。 5. 傳統藝術創新暨文創開發推廣活動。 6. 文創產業區域整合及集聚計畫。	駐計畫。 2. 停車場促參案可行性評估、先期規劃及招商計畫。 3. 園區各項促參案之年度營運績效評估及財務分析、法律諮詢。 4. 園區促參案績效評估及履約管理機制建立。 5. 園區委外案件之年度財務營運情形查核。 6. 傳統藝術創新暨文創開發推廣活動。 7. 文創產業區域整合及集聚計畫。	駐計畫。 2. 園區各項促參案之年度營運績效評估及財務分析、法律諮詢。 3. 園區促參案績效評估及履約管理機制建立。 4. 園區委外案件之年度財務營運情形查核。 5. 傳統藝術創新暨文創開發推廣活動。 6. 文創產業區域整合及集聚計畫。
台南創意文化園區	1. 委託園區管理及試營運團隊。 2. 委託辦理施工紀錄及編製工作報告書。	1. 辦理市定古蹟台灣總督府專賣局台南出張所修復及再利用工程紀錄影像計畫。 2. 古蹟修復工程。 3. L型倉庫修繕工程。 4. 委託園區管理及試營運團隊。 5. 園區引入民間參與可行性評估暨先期規劃。 6. 策辦動漫畫國際展覽及競賽等活動、動漫畫國際研討會。	1. 賡續辦理市定古蹟台灣總督府專賣局台南出張所修復及再利用工程。 2. 賡續辦理L型倉庫修繕工程。 3. 園區古蹟及既有建物拆修與環境設備維護改善。 4. 委託園區管理及試營運團隊。 5. 辦理園區引入民間參與先期規劃暨招商作業。 6. 策辦動漫畫國際展覽及競賽等活動、動漫畫國際研討會。	1. 園區古蹟及既有建物拆修與環境設備維護改善。 2. 賡續辦理L型倉庫修繕工程。 3. 辦理園區促進民間參與公共建設案。 3. 動漫畫育成中心軟體建置計畫。 4. 策辦動漫畫國際展覽及競賽等活動、動漫畫國際研討會。 5. 設計數位產業研發生產及行銷推廣計畫。 6. 文化產業創新應用及鏈結媒合計畫。 7. 文化創意產學資源合作計畫。 8. 動漫畫、設計及數位內容創意產業升級計畫。 9. 文化創意產業市場行銷、授權、智財權教育等相關計畫。	1. 園區促參案之年度營運績效評估、財務分析、法律諮詢及履約管理等。 2. 動漫畫育成中心軟體建置計畫。 3. 策辦動漫畫國際展覽及競賽等活動、動漫畫國際研討會。 4. 設計數位產業研發生產及行銷推廣計畫。 5. 文化產業創新應用及鏈結媒合計畫。 6. 文化創意產學資源合作計畫。 7. 動漫畫、設計及數位內容創意產業升級計畫。 8. 文化創意產業市場行銷、授權、智財權教育等相關計畫。 9. 園區古蹟及既有建物相關設備維護。	1. 園區促參案之年度營運績效評估、財務分析、法律諮詢及履約管理等。 2. 動漫畫育成中心軟體建置計畫。 3. 策辦動漫畫競賽等活動、動漫畫國際研討會。 4. 補助台南縣市區域產業建置文創產業基礎環境計畫。 5. 設計數位產業研發生產及行銷推廣計畫。 6. 文化產業創新應用及鏈結媒合計畫。 7. 文化創意產學資源合作計畫。 8. 動漫畫、設計及數位內容創意產業升級計畫。 10. 園區古蹟及既有建物相關設備維護。
打造故宮成為全球文化創意產業應用重鎮	--	--	1. 辦理國內外大師設計創意工作營。 2. 辦理文創設計與創意人才之文化	1. 辦理國內外大師設計培訓工作營。 2. 提升本院合作	1. 辦理國際文創經營專業工作營。 2. 辦理文創產跨界專題講座系列。	1. 辦理國際文創經營專業工作營。 2. 辦理文化創意

			<p>深度系統課程。</p> <p>3.整合本院圖像運用商業機制。</p> <p>4.研擬文創商品國外經銷機制。</p> <p>5.開拓國際授權廠商，合作行銷故宮精品。</p> <p>6.積極參與國際設計展會拓展品牌形象。</p> <p>7.加強國際媒體合作宣傳故宮文創內涵。</p> <p>8.輔導規劃產業提升設計能力評選案，評選優良廠商。</p> <p>9.邀請文化創意產業參與故宮品牌授權。</p> <p>10.參加2010年上海世博會辦理展覽。</p>	<p>廠商文化素養並協助廠商使用本院典藏圖像設計資料庫。</p> <p>3.協助廠商與跨領域設計師合作。</p> <p>4.國內外宣傳本院文創商品商業機制。</p> <p>5.開拓國際異業結盟商機。</p> <p>6.薦送優秀人才赴國際工作坊等進修或交流。</p> <p>7.協辦世界設計大會，促進文創國際接軌。</p> <p>8.邀請文化創意產業參與故宮品牌授權。</p> <p>9.參與各項展覽活動，展出優良文物衍生商品，與國內外廠商交流。</p>	<p>3.辦理文化創意產業國際研討會。</p> <p>4.協助廠商結合文創產設計全面提升產品美學。</p> <p>5.扶植國內文化機構開發設計文創商品。</p> <p>6.積極參與國際設計展、家用禮品展會。</p> <p>7.薦送人才參與國際文創機構短期進修交流。</p> <p>8.輔導規劃產業提升設計能力評選案，評選優良廠商。</p> <p>9.邀請文化創意產業參與故宮品牌授權。</p> <p>10.參與各項展覽活動，展出優良文物衍生商品，與國內外廠商交流。</p> <p>11.與國內外相關機構分享實際技術與經驗，並促進國際合作與交流。</p> <p>12.推廣「跨博物館衍生商品開發聯盟」，尋求國內博物館加入此計畫，以提升整合國內博物館典藏加值應用，並推動對於博物館商店、文化行銷之研究了解。</p>	<p>產業國際研討會。</p> <p>3.提升本院合作廠商文化素養並協助廠商使用本院典藏圖像設計資料庫。</p> <p>4.協助廠商結合文創產設計全面提升產品美學。</p> <p>5.扶植國內文化機構開發設計文創商品。</p> <p>6.開拓國際異業結盟商機。</p> <p>7.輔導規劃產業提升設計能力評選案，評選優良廠商。</p> <p>8.邀請文化創意產業參與故宮品牌授權。</p> <p>9.參與各項展覽活動，展出優良文物衍生商品，與國內外廠商交流。</p> <p>10.與國內外相關機構分享實際技術與經驗，並促進國際合作與交流。</p> <p>11.推廣「跨博物館衍生商品開發聯盟」，尋求國內博物館加入此計畫，以提升整合國內博物館典藏加值應用，並推動對於博物館商店、文化行銷之研究了解。</p>
--	--	--	--	--	---	--

### 子計畫六、工藝產業旗艦計畫

主要內容	97年	98年	99年	100年	101年	102年
卓越研發行動方案	<p>1.成立「工藝創新育成中心」</p> <p>2.培育卓越工藝人才</p> <p>3.育成資訊網路平台建置</p>	<p>1.「工藝創新育成中心」運作</p> <p>2.培育卓越工藝人才</p> <p>3.育成資訊網路平台維運與資料充實</p>	<p>1.「工藝創新育成中心」運作</p> <p>2.培育卓越工藝人才</p> <p>3.育成資訊網路平台維運與資料充實</p>	<p>1.「工藝創新育成中心」運作</p> <p>2.培育卓越工藝人才</p> <p>3.育成資訊網路平台擴與資料充實</p>	<p>1.「工藝創新育成中心」運作</p> <p>2.培育卓越工藝人才</p> <p>3.育成資訊網路平台維運與資料充實</p>	<p>1.「工藝創新育成中心」運作</p> <p>2.培育卓越工藝人才</p> <p>3.育成資訊網路平台維運與資料充實</p>
產業跨業合作行動方案	<p>1.工藝時尚【yii】品牌產品媒合開發及正式發表</p> <p>2.跨產業商品工藝化合作開發計畫</p> <p>3.綠色生活用品研發計畫</p>	<p>1.工藝時尚【yii】品牌產品媒合開發</p> <p>2.跨產業商品工藝化合作開發計畫</p> <p>3.綠色生活用品研發計畫</p>	<p>1.工藝時尚【yii】品牌產品媒合開發</p> <p>2.跨產業商品工藝化合作開發計畫</p> <p>3.綠色生活用品研發計畫</p>	<p>1.工藝時尚【yii】品牌產品媒合開發</p> <p>2.跨產業商品工藝化合作開發計畫</p> <p>3.綠色生活用品研發計畫</p>	<p>1.工藝時尚【yii】品牌產品媒合開發</p> <p>2.跨產業商品工藝化合作開發計畫</p> <p>3.綠色生活用品研發計畫</p>	<p>1.工藝時尚【yii】品牌產品媒合開發</p> <p>2.跨產業商品工藝化合作開發計畫</p> <p>3.綠色生活用品研發計畫</p>
「大品牌」形	1.工藝品牌形塑	1.工藝品牌形塑	1.工藝品牌形塑計	1.工藝品牌形塑計	1.工藝品牌形塑計	1.工藝品牌形塑計

塑行動方案	計畫 2.工藝美學拓展臺灣文化魅力計畫 3.輔導多元行銷通路計畫 4.環島型工藝文化產業聯盟計畫 5.輔導參加國際商展計畫	計畫 2.工藝美學拓展臺灣文化魅力計畫 3.輔導多元行銷通路計畫 4.環島型工藝文化產業聯盟計畫 5.輔導參加國際商展計畫	畫 2.工藝美學拓展臺灣文化魅力計畫 3.輔導多元行銷通路計畫 4.環島型工藝文化產業聯盟計畫 5.輔導參加國際商展計畫	畫 2.工藝美學拓展臺灣文化魅力計畫 3.輔導多元行銷通路計畫 4.環島型工藝文化產業聯盟計畫 5.輔導參加國際商展計畫	畫 2.工藝美學拓展臺灣文化魅力計畫 3.輔導多元行銷通路計畫 4.環島型工藝文化產業聯盟計畫 5.輔導參加國際商展計畫	畫 2.工藝美學拓展臺灣文化魅力計畫 3.輔導多元行銷通路計畫 4.環島型工藝文化產業聯盟計畫 5.輔導參加國際商展計畫
工藝創新育成中心基地硬體設施整建計畫	1.辦理中心細部規劃。 2.辦理第一階段設計競圖。 3.3D立體劇場設備建置。 4.硬體整修再利用工程。	1.設計監造及建築工程。 2.辦理第二階段設計競圖。 3.硬體建築工程。	1.設計監造及建築工程。 2.辦理第三階段設計競圖。 3.硬體建築工程。	1.設計監造及建築工程。 2.辦理第四階段設計競圖。 3.硬體建築工程。	1.硬體建築工程。 2.景觀工程。 3.整修館舍設備擴充。	1.辦理公共藝術徵選。 2.硬體建築工程。 3.全面營運。

### 三、預期分年績效指標(KPI)及評估基準

子計畫一：多元資金挹注						
績效指標	評估基準 (達成目標)					
	97年	98年	99年	100年	101年	102年
輔導成立文創產業育成中心	4個	4個	5個	5個	6個	6個
補助縣市政府推動文創產業發展	5件	8件	8件	8件	8件	8件
補助藝文產業研發生產及行銷推廣	10件	10件	10件	10件	10件	10件
以種子資金補助創業家數	--	--	10家	10家	10家	10家
子計畫二：產業研發及輔導						
績效指標	評估基準 (達成目標)					
	97年	98年	99年	100年	101年	102年
產業諮詢診斷及輔導(件數)	--	--	20件	30件	50件	50件
補助業者出國參展參賽(件數)	--	--	5件	10件	10件	10件
文創產業情報網資料建置(筆數)	--	--	10,000筆	5,000筆	5,000筆	5,000筆
藝術創意加值與推廣	--	--	8件衍生產品產出	10件衍生產品產出	12件衍生產品產出	12件衍生產品產出
建立數位創意元件	10,000筆	5,000筆	5,000筆	5,000筆	--	--
開發數位創意商品	12件	12件	12件	12件	--	--
預定獲得獎項	--	--	5項	5項	6項	6項

欣賞「人文與科技結合」樂趣之文創作品人次	--	--	62 萬人	62 萬人	63 萬人	63 萬人
全球資訊網台灣以外訪客人次	--	--	62 萬人	62 萬人	63 萬人	63 萬人
擴大故宮網路會員人數	--	--	1 萬人	1 萬人	1 萬人	1 萬人
提升國際（含大陸地區）網友瀏覽故宮全球資訊網比例	--	--	7%	15%	22%	30%

### 子計畫三：市場流通及拓展

績效指標	評估基準（達成目標）					
	97 年	98 年	99 年	100 年	101 年	102 年
國際藝術博覽會、建築設計大展及大獎等之產值	2 億元	2 億元	2 億元	2 億元	2 億元	2 億元
參與文創博覽會廠商家數	--	--	100 家	120 家	150 家	150 家

### 子計畫四：人才培育及媒合

績效指標	評估基準（達成目標）					
	97 年	98 年	99 年	100 年	101 年	102 年
青年藝術家作品購藏計畫	50 件	50 件	50 件	50 件	50 件	50 件
青年藝術家作品流通行銷計畫	30 人/30-50 件	30 人/30-50 件	30 人/30-50 件	30 人/30-50 件	30 人/30-50 件	30 人/30-50 件
委託及鼓勵音樂創作	13 部	14 部	13 部	14 部	--	--
徵選音樂作品	6 部	5 部	7 部	6 部	--	--
音樂作品實踐與工作坊	10 部	12 部	14 部	16 部	--	--
發行平面及有聲音樂資料	10 部	12 部	14 部	16 部	--	--
文創人才培育課程及研習	--	--	300 人次	450 人次	450 人次	600 人次

### 子計畫五、產業集聚效應

績效指標	評估基準（達成目標）					
	97 年	98 年	99 年	100 年	101 年	102 年
五大創意文化園區投資廠商回饋展演活動	25 場	25 場	25 場	25 場	50 場	50 場
五大創意文化園區遊客參訪總人數	12 萬人	20 萬人	25 萬人	30 萬人	35 萬	40 萬
五大創意文化園區文創產業相關展演活動	5 場	5 場	5 場	5 場	5 場	5 場
園區文創產經營事業單位預估收入金額	1000 萬元	2000 萬元	2500 萬元	2700 萬元	3000 萬	3500 萬



培訓文創人才參與人數	--	--	300 人	300 人	300 人	300 人
典藏圖像創意應用成果發表	--	--	100 家數	100 家數	100 家數	100 家數
培訓頂尖國際設計人才	--	--	12 人	12 人	12 人	12 人
提升文創產業產值	--	--	6 億	6 億	6 億	6 億

### 子計畫六、工藝產業旗艦計畫

績效指標	評估基準 (達成目標)					
	97 年	98 年	99 年	100 年	101 年	102 年
完成育成諮詢輔導件數	30	30	40	50	60	60
培育工藝卓越人才	250 人	300 人	350 人	400 人	400 人	400 人
媒合異業資源合作開發案數	10 件	12 件	15 件	18 件	18 件	18 件
工藝園區與工藝之家體驗美學人次	60 萬人次	60 萬人次	60-80 萬人次	80-100 萬人次	80-100 萬人次	80-100 萬人次
輔導工藝之家	25 家	25 家	25 家	25 家	25 家	25 家
完成工藝家品牌形塑案	5 件	5 件	5 件	10 件	10 件	10 件
參加國際展覽及競賽	2-3 次	2-3 次	2-5 次	2-10 次	2-10 次	2-10 次
參加國際商展產值	7,000 萬元	7,000 萬元	8,000 萬元	9,000 萬元	9,000 萬元	1 億元
輔導設置常態及臨時聚合市場	1 個	1-2 個	1-2 個	1-4 個	1-4 個	1-4 個

## 陸、資源需求

### 一、所需資源需求重新評估

#### (一) 人力資源：

1. 目前行政院已組成「文化創意產業推動小組」協助本會進行文化創意產業政策之規劃與諮詢，相關計畫推動之整合與協調，以及未來發展之建議。
2. 繼續以勞務採購徵選助理研究員，負責文創相關業務推展。
3. 另爭取以約聘僱編制內之人員方式徵選具產業界相關經驗之專業人才。
4. 配合文化部組織規劃，成立推動文創產專責機構，推動文化創意產業工作。

#### (二) 經費資源：中央編列預算執行。

## 二、經費來源及計算基準

- (一) 經費來源：中央政府公共建設預算。
- (二) 計算基準：依公共建設工程計算標準編列。

## 三、經費需求：

- (一) 本計畫(97年至100年)原核定總經費為56.35億元，97年至98年二年已編列16.14億元。
- (二) 修訂計畫後97至102年所需經費共計98.53億元(含故宮之相關計畫經費4億)，其中經常門60.74億元；資本門37.79億元。扣除97及98年之經費，99年至102年尚需82.39億元。
- (三) 各年度所需經費，將依「政府公共建設計畫先期作業實施要點」，送行政院經建會審議核定辦理。
- (四) 實施期程及經費需求表，如后：

文化创意產業發展第二期計畫分年經費表								單位：千元
工作項目	97年	98年	99年	100年	101年	102年	合計	
<b>子計畫一：多元資金挹注</b>								
1.成立文創產業創新育成中心	經	7,778	11,800	23,505	25,000	25,000	31,495	124,578
	資	0	0	0	0	0	0	0
	計	7,778	11,800	23,505	25,000	25,000	31,495	124,578
2.補助藝文產業研發生產及行銷推廣	經	7,647	13,153	27,040	30,000	35,000	42,960	155,800
	資	0	0	0	0	0	0	0
	計	7,647	13,153	27,040	30,000	35,000	42,960	155,800
3.補助縣市政府推動文創產業發展	經	10,888	13,600	22,280	23,000	25,000	27,720	122,488
	資	0	0	0	0	0	0	0
	計	10,888	13,600	22,280	23,000	25,000	27,720	122,488
4.提供文創創業種子資金，協助建立投融資機制	經	0	0	35,000	80,000	73,000	82,176	270,176
	資	0	0	0	0	0	0	0
	計	0	0	35,000	80,000	73,000	82,176	270,176
小計	經	26,313	38,553	107,825	158,000	158,000	184,351	673,042
	資	0	0	0	0	0	0	0
	計	26,313	38,553	107,825	158,000	158,000	184,351	673,042

### 子計畫二：產業研發及輔導

工作項目		97年	98年	99年	100年	101年	102年	合計
1.諮詢輔導與制度建立	經	--	--	25,000	25,000	25,000	25,000	100,000
	資	--	--	0	0	0	0	0
	計	--	--	25,000	25,000	25,000	25,000	100,000
2.建立文創產業情報網	經	--	--	20,000	30,000	30,000	30,000	110,000
	資	--	--	0	0	0	0	0
	計	--	--	20,000	30,000	30,000	30,000	110,000
3.文創跨界整合研發	經	4,325	12,011	34,500	36,500	40,000	40,500	167,836
	資	11,371	7,700	10,500	10,000	10,000	12,500	62,071
	計	15,696	19,711	45,000	46,500	50,000	53,000	229,907
4.數位科技與文化創意產業整合發展－藝術數位典藏增值與應用計畫	經	--	--	5,887	12,000	12,000	14,113	44,000
	資	--	--	4,000	8,000	8,000	8,000	28,000
	計	--	--	9,887	20,000	20,000	22,113	72,000
5.數位科技與文化創意產業整合發展－提供故宮科技與人文跨域文創環境計畫	經	--	--	20,600	20,600	20,600	20,600	82,400
	資	--	--	39,400	39,400	39,400	39,400	157,600
	計	--	--	60,000	60,000	60,000	60,000	240,000
6.數位科技與文化創意產業整合發展－網路文化集成計畫	經	0	0	13,585	21,500	25,500	30,415	91,000
	資	0	0	7,500	5,000	5,500	3,500	21,500
	計	0	0	21,085	26,500	31,000	33,915	112,500
小計	經	4,325	12,011	119,572	145,600	153,100	160,628	595,236
	資	11,371	7,700	61,400	62,400	62,900	63,400	269,171
	計	15,696	19,711	180,972	208,000	216,000	224,028	864,407

### 子計畫三：市場流通及拓展

1.策辦國際大獎及大展	經	50,000	22,000	32,756	40,000	50,000	52,244	247,000
	資	0	0	0	0	0	0	0
	計	50,000	22,000	32,756	40,000	50,000	52,244	247,000
2.策辦文創產業會展	經	--	--	45,000	50,000	50,000	50,000	195,000
	資	--	--	0	0	0	0	0
	計	--	--	45,000	50,000	50,000	50,000	195,000
3.協助開拓國際市場	經	--	--	30,359	30,000	30,000	29,641	120,000
	資	--	--	0	0	0	0	0
	計	--	--	30,359	30,000	30,000	29,641	120,000
小計	經	50,000	22,000	108,115	120,000	130,000	131,885	562,000
	資	0	0	0	0	0	0	0
	計	50,000	22,000	108,115	120,000	130,000	131,885	562,000

### 子計畫四：人才培育及媒合

工作項目		97年	98年	99年	100年	101年	102年	合計
1. 青年藝術家培植計畫	經	7,000	13,428	9,000	12,000	12,000	15,000	68,428
	資	8,000	10,150	12,000	12,000	12,000	14,000	68,150
	計	15,000	23,578	21,000	24,000	24,000	29,000	136,578
2. 建置音樂創作與行銷平台	經	7,635	6,961	6,000	6,000	--	--	26,596
	資	1,925	1,700	2,000	2,000	--	--	7,625
	計	9,560	8,661	8,000	8,000	--	--	34,221
3. 養成文創中介人才，推動文創經紀機制	經	--	--	6,850	10,000	15,000	20,150	52,000
	資	--	--	0	0	0	0	0
	計	--	--	6,850	10,000	15,000	20,150	52,000
小計	經	14,635	20,389	21,850	28,000	27,000	35,150	147,024
	資	9,925	11,850	14,000	14,000	12,000	14,000	75,775
	計	24,560	32,239	35,850	42,000	39,000	49,150	222,799

### 子計畫五、產業集聚效應

1. 五大園區管理發展	經	10,518	26,591	40,025	58,500	55,500	65,485	256,619
	資	0	0	2,990	3,000	3,000	3,000	11,990
	計	10,518	26,591	43,015	61,500	58,500	68,485	268,609
2. 華山創意文化園區	經	15,000	7,899	28,842	131,700	126,700	127,974	438,115
	資	9,783	76,868	87,534	19,603	0	0	193,788
	計	24,783	84,767	116,376	151,303	126,700	127,974	631,903
3. 台中創意文化園區	經	41,368	52,810	29,062	139,500	134,000	136,650	533,390
	資	105,538	87,000	44,288	209,000	0	0	445,826
	計	146,906	139,810	73,350	348,500	134,000	136,650	979,216
4. 花蓮創意文化園區	經	20,490	27,022	34,400	97,500	92,000	80,500	351,912
	資	77,446	32,415	57,918	142,926	0	0	310,705
	計	97,936	59,437	92,318	240,426	92,000	80,500	662,617
5. 嘉義創意文化園區	經	9,000	11,947	15,900	70,400	67,500	65,500	240,247
	資	25,369	36,400	82,651	288,499	0	0	432,919
	計	34,369	48,347	98,551	358,899	67,500	65,500	673,166
6. 台南創意文化園區	經	6,000	13,623	11,900	100,000	94,500	94,500	320,523
	資	14,407	9,082	27,782	67,000	0	0	118,271
	計	20,407	22,705	39,682	167,000	94,500	94,500	438,794
7. 打造故宮成為全球文化創意產業應用重鎮	經	0	0	28,000	28,000	28,000	28,000	112,000
	資	0	0	12,000	12,000	12,000	12,000	48,000
	計	0	0	40,000	40,000	40,000	40,000	160,000

小計	經	102,376	139,892	188,129	625,600	598,200	598,609	2,252,806
	資	232,543	241,765	315,163	742,028	15,000	15,000	1,561,499
	計	334,919	381,657	503,292	1,367,628	613,200	613,609	3,814,305
<b>子計畫六、工藝產業旗艦計畫</b>								
工作項目		97年	98年	99年	100年	101年	102年	合計
1. 卓越研發行動方案	經	17,849	40,975	18,671	42,376	62,328	62,862	245,061
	資	6,962	7,937	1,184	4,624	7,672	7,738	36,117
	計	24,811	48,912	19,855	47,000	70,000	70,600	281,178
2. 產業跨業合作行動方案	經	20,557	14,932	32,771	86,720	113,000	112,455	380,435
	資	4,829	770	1,761	5,280	7,000	8,573	28,213
	計	25,386	15,702	34,532	92,000	120,000	121,028	408,648
3. 「大品牌」形塑行動方案	經	145,935	98,162	135,686	288,220	251,140	295,005	1,214,148
	資	16,458	3,811	2,067	7,180	6,860	15,633	52,009
	計	162,393	101,973	137,753	295,400	258,000	310,638	1,266,157
4. 創新育成中心基地硬體設施整建計畫	經	2,152	1,897	0	0	0	0	4,049
	資	118,921	165,727	219,860	456,900	432,300	363,084	1,756,792
	計	121,073	167,624	219,860	456,900	432,300	363,084	1,760,841
小計	經	186,493	155,966	187,128	417,316	426,468	470,322	1,843,693
	資	147,170	178,245	224,872	473,984	453,832	395,028	1,873,131
	計	333,663	334,211	412,000	891,300	880,300	865,350	3,716,824
總計	經	384,142	388,811	732,619	1,494,516	1,492,768	1,580,945	6,073,801
	資	401,009	439,560	615,435	1,292,412	543,732	487,428	3,779,576
	計	785,151	828,371	1,348,054	2,786,928	2,036,500	2,068,373	9,853,377

## 柒、預期效益

透過「文建會創意產業發展第二期計畫」之修正期待能確實有效的提升國內文化創意產業的競爭力。茲將預期達到之效益及影響簡要說明如下：

### 一、創造具競爭力的美感創新產業

現在社會已發展成為一體驗經濟和美感創新的時代，在這樣的感性消費的潮流下，希望能夠透過文化的加值和積累，強化文化創意產業的核心創造能量，以提昇整體的競爭力。本計畫結合學術及商業資源成立藝術文化產業創新育成中心，並建置數位資料庫及數位創意銀行，即是期待能為文創產業注入研發生產的活水，促成文化資本積累及文化加值。另亦藉由

政策性的補助計畫，協助藝文產業業者更具美感創新能力及產業競爭力。具美感創新之發展趨勢的文化創意產業，不僅能在提高競爭力後為自身創造產值，同時也將帶給科技業、傳統工業不斷產生新附加價值的成效，並提昇台灣的國際形象及文化影響力。

## 二、建立文化創意的高附加價值產業園區

五大創意文化園區及工藝園區之建置，是期待能透過群聚效應的力量，將台灣從之前的勞力與資本密集，升級成為知識與創意密集的發展模式，從產業鏈的整合來發展出高附加價值，並能具有獨特風格和產業競爭力。透過各個園區的運作，可縮短城鄉創意落差及開拓文化消費市場，亦可重新發掘在地原生文化藝術的多元性及其藝術價值，形塑創意氛圍，吸引創意人才留駐，並創造建構產業化機制的平台，促進地方經濟與在地文化的結合。此外，各園區將形成該區域獨有的文化特色及經濟優勢，若善用其皆位於地方交通要道及商業精華區的優勢，可活化其閒置土地資源導入文化創意產業活動，轉換整體城鄉意象、提昇地方觀光，並快速與外部文創產業接軌。

## 三、塑造一個創意有機之結構環境

要創造出具有競爭力的美感創新產業，就必須有一個利於產業發展的基底環境。本計畫期待透過適合優良的政策制度、彈性創意和包容多元的發展結構，創造出優質的的產業環境及地方品質，促成異業結合及產業群聚之效益，以便能夠快速培育和聚集具有核心能力人才，並提昇產業鍊中各環節發展。此外，透過各項補助扶植計畫及各園區之環境特質，將有效提昇民眾生活品質，帶動品味生活風格，有刺激國內生產者朝向重視設計、美學及生活應用的市場導引效果。

## 四、打造台灣成為創意人才國度

若要發展具有競爭力的文化創意產業，核心的創作能量即佔有舉足輕重的角色。透過二期計畫中規劃性、階段性的人才培育方案，希望培育出豐富、多元的創意工作者，以便強化文化創意產業的核心價值，並吸引海外優秀人才回來，形塑台灣成為充滿創意人才的國度。

## 捌、經濟效益評估與財務計畫

國家政策所投注之資金為公共資源，理應作最妥善之利用並追求最大效益，尤其本計畫推動之標的為「文化創意產業」，既是產業，則產值、經濟效益等指標的衡量，當不可免。然而在此處需先釐清的是，文創產業的產值不僅受市場供需因素影響，更會隨著文創產品（不論有形或無形）價值認同度的不同而改變，且呈現形式變化極大，難以標準化（或說過度標準化反而失去文創產品的特質）。以傳統生產性產業來說，自工業革命以來已超過百年以上的發展經驗及經營模式，在估算其產值上已有共同認知的模式。反觀文化創意產業，自英國發起以來也不過 10 年時間，其相關資訊及發展模式尚在快速演進階段，一方面使文化創意產業在產值上的估算相當困難，另一方面目前推估產值也只能以參考及預期角度來看待。然而，必須強調及正視的是文化創意產業迥異於製造業，所談的不是 10%、20% 的報酬率，而是能槓桿出數倍的衍生商品利益。以美國著名動畫公司皮克斯、夢工廠的發展和成長經驗來看，一部電影可造成數倍於投資的報酬率，故只要有良好的環境及政府的支持，文化創意產業的經濟效益絕對是有爆發力及帶動效果的。此外，經濟學者 Throsby 在討論文化經濟時，亦強調「文化價值」和「經濟價值」是截然不同的概念。「經濟價值」可分為使用價值、非使用價值和外部效益，可利用各種經濟價值衡量技術加以量化，以作為相關決策判斷之參考。而「文化價值」包括了審美、精神、社會、歷史、象徵和真實性的價值，沒有通用的計量單位，是多面向且無法量化的。

是故，衡量本計畫的經濟效益，不應只是以目前的產值來衡量是否值得持續投資經費整備，而應以長期遠光來看待其未來對整個國家產業升級轉型及人民素質提昇的整體效果。尤其面對亞洲各國極力透過文化特色創造國家或城市競爭力，台灣政府更應採積極態度投入相關資源，協助文化創意產業的環境整備與經營管理。

本計畫之推動包括環境整備及工藝產業旗艦計畫，六年投入經費共計

98.53 億元。以政府投入的各項軟體及硬體建設成本及其衍生的社會間接成本作為經濟成本，直接成本包括政府投入的經常門與資本門支出；社會間接成本，則考量本計畫之各創意文化園區及工藝園區相關展覽活動引入的訪客，其所衍生的廢棄物處理、及水處理的外部成本，其他難以量化的成本則不納入評估。

由於計畫涵蓋範圍廣泛，而環境整備部分之計畫於相關軟體建設執行上，多屬未具實質直接收益，故主要以衍生之間接效益為計算基準，包括關連產業效益等。因此僅就可估算量化之部分的經濟效益，包括軟硬體建設相關計畫，進行推估整體計畫執行 6 年估計可創造之總效益約 516 億。詳細之評估分析請參見本計畫附錄二 (p.79~112) 及「創意臺灣—文化創意產業發展方案」附件七「工藝產業旗艦計畫」(p.104~143)。一般而言，私部門在進行投資經濟效益評估時，通常較強調財務成本、報酬與風險的面向，公部門則主要考量計畫進行的推行對於整體社會民眾福祉的影響效果，即無法量化分析之整體社會效益。此部分之效益說明如下：

## 一、創意文化園區能滿足區域組成份子不同的需求（整體社會效益）

### （一）就公部門而言

五大園區及工藝園區的設置，除了有形的經濟影響外，最重要的是做為地區同步發展文化與經濟的催化劑。對公部門而言，在園區經營過程中的跨單位合作、跨領域文化交流、文化藝術美學教育學習等，將使創意文化園區的功能，更符合中央與地方政府的文化產業化、產業文化化之政策，充分提高使用效能。此外，透過引進民間資源及活力、創意，將原公有土地閒置資產進行活化後，能有效提昇公共資源之效能，善盡公共資產管理之責，並能將園區未來收益及營運成效回饋至公眾。

### （二）對文化創意產業的學習者及從業人員而言

對文化創意產業而言，透過園區結合在地特色與空間規劃，可使文化創意產業有符合發展需求的高品質且能合理負擔的展演場所及行銷通路，提供文創產業工作者就業機會，並讓國內創作學習者及從業者有更多接觸國際級文化藝術創意產業水平的機會。未



來園區將導引文化藝術產業進入產業化經營管理的時代，透過專業經營管理，使文化創意產業在國內不再被貼上公益性、不賺錢及弱勢產業的標籤，對其他文化設施也能產生正面示範效果。

(三) 對全民及地方民眾而言

對一般民眾而言，各園區的建築及景觀氛圍，將可提供民眾接觸高品質的文化活動與藝文休閒體驗機會，提昇生活豐富度與深度。尤其城市居民更需要多元趣味而有啟發性的體驗學習環境，以有效平衡工作與生活。創意文化園區正提供了如此重要的功能，尤其未來各地創意文化園區將導引出創意美學的生活居住氛圍，提升日夜間生活的豐富度。此外，透過園區文創體驗活動，並結合各級學校教育及在職進修教育課程，導入文化創意理念及觀念，對於未來國民素質及生活品味都將有極正面之推昇作用。

(四) 對民間經營者而言

對委託民間經營管理者而言，可提供參與公共建設機會，回饋與厚植企業實力。而從企業整合資源角度來看，文創產業不僅是產業趨勢，更能有效串聯產業從研發、設計、生產至行銷的整合性，不再是各階段分開思考或純理性邏輯，更能使產品納入人性、貼近生活。園區所提供文創產業發展的各項養成及跨入市場之服務，將提供更多創意與商品得以媒合的機會，從中發掘新的潛力商品，創造更多商機。過去傳統企業積極從事生產經濟，造就台灣的經濟奇蹟，並開始以教育、藝術及文化之捐助及參與來回饋社會。未來透過創意文化園區的經營管理規劃，將可逐漸納入企業經營管理經驗，以文創產業扶植方式持續回饋社會，同時也提昇企業形象。

**二、帶動城市創意生活圈形成，豐富市民生活、提昇環境美感，增加城市競爭力（整體環境效益）**

(一) 透過園區的吸引力，將能促進所在城市的活力及強化其競爭力

人口數不到百萬的西班牙畢爾包市，以古根漢美術館吸引世人目光，帶動地區觀光、文化發展及地區更新活化的模式，促使全球城市起而效法。由此可知，不論任何等級與條件的城市，只要能採用對模式，就能讓城市更有魅力並增加競爭力。本計畫各園區皆位於城鄉的精華地帶，若能透過活化閒置土地及建築資產，結合文創產業的思潮，提供居民生活美學體驗場所，擴大民眾參與介面，將可轉變人們的活動區域及都市的空間結構。

(二) 園區所在地正面影響周邊生活環境品質，也間接有穩定房地產價值的結果

藝文產業發展開始對房地產價格的相對成長產生效果，並促進社區及都市再生的機會，如華山園區周邊的都市更新計畫已開始進行，周圍巷弄內的住宅房價亦相對提高；桃園南崁地區以藝文中心為核心的新市鎮中心區，其周邊房價也不斷上漲，此皆為例證。究其原因，現代人對於居住地區生活環境品質的要求，已不再只是要求鄰近公園及學校而已，良好的文化藝術氛圍逐漸受到重視，由此也可見創意文化園區對維護周邊環境發展的正面效果。

(三) 園區對產業結構及就業機會的正面調整，能促使返鄉服務者增加，並促成園區所在縣市地區的創業潮。

## 玖、附則

### 一、替選方案之分析及評估

文化創意產業為國際上兼顧經濟與文化發展之重要趨勢與潮流，亦是我國現行的重大政策，同時被行政院列為國家重點推動之六大新興產業之一。本會之「文化創意產業發展計畫」自民國 92 年開始推動至 96 年，在參與規劃執行的各部會中，率先考量此政策之前瞻性，自 95 年 6 月起即廣徵相關之專家學者及文創相關業界人士之卓見，著手擬定本計畫之第二期，並期望能爭取資源持續推動。另本會於 98 年研提之「創意臺灣—文化創意產業發展方案」於同年 5 月 14 日獲行政院院會通過，本會爰配合修正第二期計畫，於計畫中增加文創產業基礎調查、文創投融资機制建立、文

創經紀制度推動、臺灣文創品牌打造、五大創意園區產業聚集效應等環境整備之基礎工作項目，因此，本計畫確實具有相當之重要性與必要性，故並無其他替選方案。

## 二、有關機關配合事項

- (一) 計畫核定及經費編列：文建會、經建會、工程會、主計處、研考會。
- (二) 計畫執行：文建會、國立臺灣工藝研究所、國立臺灣美術館、國立臺灣交響樂團、國立故宮博物院、縣市政府。
- (三) 計畫協調單位：經濟部、教育部、行政院新聞局、行政院國家發展基金管理會。

## 拾、促進民間參與情形說明

文化創意產業係結合文化藝術與經濟科技之跨行業、跨部門、跨領域與創建的新型產業，本會於推動文化創意產業發展計畫時，即從各面向引進民間力量，參與計畫之規劃執行。而城市形象及行銷、文化氛圍等範疇，也會因為文化創意產業的帶動而產生附加價值。為達到「文化產業化、產業文化化」，本計畫規劃導入民間參與力量，使政府、民間企業、大眾、藝文創意工作者各能獲得其利與益。而引進優良的經營團隊進駐，亦可促進地方文化產業發展可塑性及永續性。

在第一期文化創意產業發展計畫中，本會華山創意文化園區之「電影藝術館委託營運管理(OT)案」，已由台灣電影文化協會得標並完成簽約；「文化創意產業引入空間(ROT)案」，已於96年11月6日與台灣文創發展公司完成簽約後交付營運；「台灣文化創意產業旗艦中心(BOT)案」，則於民國98年辦理招商作業，預計於民國99年完成招商作業及簽約。

### 「華山創意文化園區」各項促參案執行現況說明表

內容	案型	進度	預計投資金額	委託年限
電影藝術館委託營運管理(200人座及150人座放映廳各一間)	OT案	已由台灣電影文化協會得標，並於96年2月27日簽約完成，預計於100年正式交付營運團隊進駐。	依投標須知規範第一年總投入金額不得少於新台幣1260萬元整(其中固定資產不得少於新台幣120萬元整)。	5年(營運績效良好者得延長營運期兩次，各為3年、2年。)

文化創意產業引入空間（結合創意產業的體驗經濟示範園區）	ROT 案	已於 96 年 11 月 6 日與台灣文創發展公司完成簽約並交付營運。	總投資金額估計約 1 億 4,500 萬元，第一年投資金額估計約為新台幣 7,500 萬元整。	15 年（營運績效良好者得延長營運期一次，10 年為限。）
台灣文化創意產業旗艦中心	BOT 案	現正規劃招商事宜，預計於 98 年辦理招商作業，100 年正式營運。	總投資金額估計約 8 億元。	30 年（營運績效良好得延長營運期兩次，每次 10 年為限。）

為加速文化創意產業之發展，本計畫將廣續辦理促進民間參與之相關規劃。在工藝產業旗艦計畫中，工藝園區原有之男生宿舍及操場區，即擬循促參方式交由民間機構以 OT 辦理，將園區中的住宿服務設施轉型為「工藝特色旅館」，一方面作為參與研習之學員和至此參訪之遊客的住宿點，另一方面其空間設計及所使用之各項擺飾及用品，亦融入工藝精神及精品，以彰顯精緻工藝特色作為營運主題。

此外，台灣創意文化園區的創建係由政府單位發起，運用公部門的執行力及資金，催生並改造文化創意產業可發展的空間場域。在公部門的發起及扶植下，建構舒適基礎環境，以吸引後續經營管理營運團隊進駐，導入公私合夥模式，透過民間企業體活力，讓文化創意產業發展更加多元，以及產生適於地方特有文化的推展助力。各園區應發展適地適性模式，如華山園區已成立專責推展部門，針對園區發展做到運作推展及監督的角色。有關華山園區委託經營管理計畫的現況，OT 部分已確定電影業者經營管理，ROT 部分也已評選出具文化創意產業經驗之營運團隊，另外，更有相關業者正積極爭取 BOT 區域的經營管理（華山園區各項促參案執行說明如表）。而其餘園區對於相關設施整備正加速推展中，在民間參與單位與經營團隊相關規範及遴選上，將詳加審酌更適於地方之操作模式，考量各地是否有適宜單位(團隊)或是歡迎外地單位(團隊)進駐，此皆為創意文化園區在本計畫中的思考重心及執行重點。本計畫在進行團隊的篩選時，將扮演輔導監督之角色，確保其完整投入文化產業的扶植及知識創新，並以更積極的態勢保存及發揚在地文化無形價值。

## 文化創意產業發展第二期計畫之促參規劃說明表

子計畫	內容
工藝產業旗艦計畫	臺灣工藝會館(特色旅館): 由工藝園區原有男生宿舍及操場區進行改建及新建,並採 OT 方式招商興建。
產業群聚效應計畫	<p>華山園區: 電影藝術館委託營運管理(OT)案,預計於 100 年由台灣電影文化協會進駐營運。 文化創意產業引入空間案(ROT)案,已於 96 年底由台灣文創發展股份有限公司進駐營運。 台灣文化創意產業旗艦中心(BOT)案,預計於 98 年辦理招商作業,98-99 年進行興建,100 年正式進駐營運。</p> <p>台中園區: 97 年辦理引入民間參與投資(ROT)可行性評估暨先期規劃。 98 年辦理引入民間參與投資(ROT)招商作業。 99-100 年辦理引入民間參與投資(ROT)興建及營運作業。 97-98 年推動新建停車場(BOT)評估計畫。 98-99 年辦理停車場(BOT)招商。 99 年辦理停車場(BOT)興建及正式營運。</p> <p>花蓮園區: 97 年辦理引入民間參與投資(ROT)及地下停車場(BOT)可行性評估暨先期規劃。 98-99 年辦理引入民間參與投資(ROT) 及地下停車場(BOT)計畫招商作業。 99-100 年辦理引入民間參與投資(ROT) 及地下停車場(BOT)計畫興建工作。 100 年引入民間參與投資(ROT) 及地下停車場(BOT)計畫正式營運。</p> <p>嘉義園區: 97 年辦理甄選試營運管理團隊計畫。 98 年辦理引入民間參與投資(OT 及 ROT)可行性評估暨先期規劃。 98-99 年辦理引入民間參與投資(OT 及 ROT)計畫招商作業。 99-100 年辦理引入民間參與投資(OT 及 ROT)興建及正式營運。 100 年辦理停車場(BOT)案先期規劃。 101 年辦理停車場(BOT)案招商作業。 101-102 年辦理辦理停車場 BOT 案興建及正式營運。</p> <p>台南園區: 98 年辦理園區引入民間參與投資(ROT)可行性評估暨先期規劃。 99 年辦理引入民間參與投資(ROT)計畫招商作業。 100 年辦理引入民間參與投資(ROT)計畫興建工作。 100-101 年引入民間參與投資(ROT)計畫正式營運。</p>

五大園區及工藝園區促進民間參與預定時程表

促 區	可行性評估及先 期作業規劃			招商作業			建物規劃設計及整/興 建			正式營運			備註
	OT	ROT	BOT	OT	ROT	BOT	OT	ROT	BOT	OT	ROT	BOT	
華 山	95	95	95-96	95-96	96	98	95-100	96-97	98-99	100	96	100	
台 中		97	97-98		98	98-99		99-100	99		99-100	99	BOT 為 停車場 案

花蓮		97	97		98-99	98-99		99-100	99-100		100	100	BOT 為 停車場 案
嘉義	98	98	100	98-99	98-99	101	99-100	99-100	101-102	99-100	99-100	101-102	
台南		98			99			100			100-101		
工藝	98-99			100-102			98-99			103			臺灣工 藝會館 (特色 旅館)

## 拾壹、結語

對於發展文化創意產業，台灣具有相當多的優勢。台灣是多元文化及民主開放的社會，加上教育普及，人才及文化水準在亞洲國家中都相當突出，投入文化創意產業的潛力無限。尤其現今兩岸開放，兩岸經貿關係逐步正常化，華文市場也漸漸成形；台灣近年來成為精緻、創新及當代華人文化的孕育地，影視和流行音樂產業更是引領風潮，因此兩岸和亞洲華人所形成的新的大華語市場，對於台灣來說是一個難得的新契機。而台灣在中小企業、資通訊硬體產業發展過程中，所累積的資金、人才、創新技術、靈活應變能力，以及在全球產業價值鏈上的操作經驗和專業，恰可以移轉至文創產業。

然而台灣在推動文創產業方面與其他國家相較，整體而言並未見具體成效，究其原因主要在於根本結構性的問題：如推動文化創意產業之法規與發展機制尚未完備；文創業者多屬微型經濟規模，現有融通及評價制度不足，業者不易取得產業發展資金；文化創意產業分由不同部會主政，資源分散，缺乏整合機制；內需市場及國際市場都仍待開拓；產業基礎研究不足，藝文資源產業化程度低，產業鏈未能建立等。

本計畫對於所有文化創意產業整體面臨的共通性問題，思考因應策略，著重於健全文化創意產業發展之相關面向：包括經費的挹注、融資及創投機制、擴大國內外市場、建立文創合作平台及人才培育、產業群聚效應串連等。「環境整備」之目的是希望建構對所有文創產業皆友善之發展環境，使相關產業皆能獲得適當之輔導及協助而成長，並進一步培養成為明日之旗艦

產業。

台灣的社會文化充滿著複數傳統及多元文化的交會，這些都是發展文化創意產業的豐厚元素。我們期待，在推動文化創意產業的同時，也帶動其他產業的創意化趨勢，讓各產業善用既有的文化藝術條件，鼓勵產出更多的創意與設計。文化創意產業的振興，對內可提昇經濟成長，以文創產品來觸發民眾對美好生活型態的想像與實踐；對外不僅能增加貿易順差，更得以促成更多的文化交流，進而帶動社會文化的整體活力。

在兩岸愈趨白熱化的競爭趨勢下，台灣更可藉由文化創意產業的發展，與大陸作出清楚的區隔：我們不僅是精緻及現代文化的象徵，更是多元族群文化的展現。若能善用如此豐厚的文化基底，結合產業、科技、文化、服務所發展的文化創意產業，將是台灣未來擴大內需、創造就業、產業升級轉型及下一波經濟成長的關鍵，並提昇民眾的生活品質與生命厚度，積累及創新文化內涵，進而標示出台灣人文與經濟的全球定位。

# 附錄一

## 中長程個案計畫自評檢核表

檢視項目	內容重點 (內容是否依下列原則撰擬)	主辦機關		主管機關		備註
		是	否	是	否	
1、計畫書格式	(1)計畫內容應含括項目(「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」第6點、第14點)	✓		✓		
	(2)延續性計畫應辦理前期計畫執行成效評估,並提出總結評估報告(「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」第15點)	✓		✓		
2、民間參與可行性評估	「促進民間參與公共建設法」第3條	✓		✓		
3、經濟效益評估	研提選擇及替代方案之成本效益分析報告(「預算法」第34條)		✓		✓	本計畫具相當重要性與必要性,故無替選方案。
4、財源籌措及資金運用	(1)經費需求合理性(經費估算依據如單價、數量等計算內容)	✓		✓		本計畫依據行政院98年6月30日院授主忠五字第0980004049B號函所示,不受公共建設計畫先期作業經費比1:2之限制。
	(2)經費負擔原則 a.中央主辦計畫:中央主管相關法令規定 b.補助型計畫:中央對直轄市及縣(市)政府補助辦法	✓		✓		
	(3)年度預算之安排及能量估算:所需經費能否於中程歲出概算額度內容納加以檢討,如無法納編者,須檢附以前年度預算執行、檢討不經濟支出等經費審查之相關文件。	✓		✓		
	(4)經費比1:2(「政府公共建設計畫先期作業實施要點」)		✓		✓	
5、人力運用	(1)能否運用現有人力辦理	✓		✓		
	(2)擬請增人力者,須檢附下列資料: a.現有人力運用情形 b.計畫結束後,請增人力之處理原則					
6、營運管理計畫	務實及合理性(能否落實營運)	✓		✓		
7、土地取得費用原則	(1)能否優先使用公有土地		✓		✓	
	(2)補助型計畫:中央對直轄市及縣(市)政府補助辦法第10條		✓		✓	
	(3)公共建設計畫:行政院所屬各機關相關辦理重要公共設計畫土地取得經費審查注意事項		✓		✓	
8、環境影響分析(環境政策評估)	是否須辦理環境影響評估(環境影響評估法)		✓		✓	



9、性別影響評估	「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」第6點	V		V		
----------	--------------------------	---	--	---	--	--

主辦機關核章：承辦人

單位主管

首長

主管部會核章：研考主管

會計主管

首長

## 附錄二—經濟效益評估

### 一、背景說明

#### (一) 前言

本會自民國 92 年起便開始積極推動文化創意產業發展第一期計畫(92-96 年)，以主管之藝術產業範疇規劃執行 6 項子計畫，包括「文化創意產業人才延攬、進修及交流」、「規劃設置創意文化園區」、「數位藝術創作」、「傳統工藝技術」、「創意藝術產業」及「整合活動產業」等計畫，著重的是文化創意源頭之耕耘，進行「培基固本」的文化藝術觀念強化工作，以推動藝術美學的扎根與觀念推。同時優先完成華山園區整建改造，積極規劃以 OT、ROT 等方式引進民間力量活化創意文化園區，打造園區經營管理的可行模式。為延續推動之能量及擴大執行效益，文建會於 97 年 1 月 11 日奉 行政院核定文化創意產業發展第二期計畫(97-100 年)，計畫內容主要聚焦藝文產業的扶植與創新育成，於五大創意園區進行設施整建及引入民間參與機制，並以工藝作為旗艦產業，期望促成文化資本的加值和累積，進行文化消費市場的開拓，以提升臺灣整體的文化創意產業競爭力。

因行政院將文化創意產業列為六大新興產業之一，並隨即成立跨部會之「行政院文化創意產業推動小組」，由本會擔任幕僚單位，並於統整各方建議後，研擬「創意臺灣—文化創意產業發展方案」。本方案於 98 年 5 月 14 日獲行政院院會通過，主要係針對台灣當前發展文化創意產業發展之優勢、潛力、困境及產業需求，提出推動策略，以「環境整備」及「旗艦產業」為兩大主軸，期能達到以台灣為基地，拓展大陸市場，進軍國際，打造台灣成為亞太文化創意產業匯流中心之願景。

為落實方案之各項策略，本會將由原先僅負責主管之藝文產業，轉換為文化創意產業總體政策整合及協調之角色，並據此修正文化創意產業發展第二期計畫，統籌「環境整備」項目，包括「多元資金挹注」、「產業研發及輔導」、「市場流通及開拓」、「人才培育及媒合」及「產業集聚效應」五大策略之具體措施；以及「工藝產業旗艦計畫」共 6 項子計畫進行。

## (二) 推動計畫摘要說明

### 1、計畫執行目標

本計畫主要以協助完備文化創意產業之發展環境，針對發展文化創意產業所需之資金、研發、市場及人才等進行相關之配套策略之執行，協助產業環境整備。另以本會原就已經持續推動之五大創意文化園區及工藝產業為發展基地，希望透過環境整備的各項推動計畫，為文創產業創造產業續航力，並以園區為產業發展焦點場域，形成集聚效應。以環境整備五大執行策略及工藝產業旗艦計畫，共 6 項子計畫，21 項重點工作項目，以厚植文化創意產業發展環境，建構文創產業市場拓展機制，培育文創中介人才，促成文化創意與產業接軌，並結合區域形成產業群聚效應，以本會之工藝產業旗艦計畫作為主力發展產業計畫，藉由各項推動策略，推介優質臺灣工藝產品，提高市佔率，發揮產業領頭羊效益。本會做為推動文化創意產業政策整合及協調單位，將透過本計畫針對台灣文化創意產業整體環境進行建置，協助及輔導相關產業之成長，並培養六大旗艦產業，預計至 2013 年六大旗艦產業總營業額可達 1 兆元（相關重點計畫執行目標成效預期詳參本計畫 p.60~62）。

### 2、計畫執行經費

本計畫分別以六項子計畫推動，其中包括軟體及硬體建設之各項重點計畫，茲分別將總計畫之經常門及資本門分列如下表。總計六年計畫所需投入經費共計 98.53377 億元。其中經常門 60.73801 億元；資本門 37.79576 億元（經費表詳參本計畫 p.63~66）。

## 二、經濟及財務效益分析

### (一) 本計畫經濟及財務效益評估方式

#### 1. 經濟及財務效益分析的意涵

經濟效益分析係以社會及產業發展的觀點，透過經濟分析方法，預估計畫經濟成本與效益，以確定計畫的執行對於整體社會及產業的發展具有一定的貢獻度後，才配合個別計畫的財務效益，評估適當的計畫執行方式，將政府公部門有限的資源做適切的投入，提高政府政策執行的效能。個別計畫財務效益評估則是以企業執行計畫投入相關資源進行開發或營運的投資效益，這部分必須依據市場的情形設定相關條件，當具投資效益時對投

資人才有誘因，不可行時則較難吸引投資人。

在前述的概念下，當計畫的整體經濟效益評估具可行性、個別計畫財務效益亦具可行性時，則可以測試適度減少政府的資源投入移做其他需要補助的公共建設項目，讓民間機構積極參與；若當計畫的整體經濟效益評估具可行性，而個別計畫財務效益不具可行性時，則可測試政府方面適度減免負擔、增加資源或補助經費，讓計畫的財務效益獲得改善，以提高民間參與的機會，惟若計畫在政府的協助資源若高於民間投入的規模時，則仍應由政府負責計畫的執行開發與管理，會較符合社會的公平原則；若計畫的整體淨效益與個別計畫財務效益均不具可行性時，則顯示該計畫應再予修正或停止辦理，以避免浪費公帑的計畫產生。

文化創意產業所能產生之經濟效益，依據「臺灣文化創意產業發展年報」統計資料表及經濟部所提之13項產業之分類方式，依據2008年之年報資料顯示，2007年臺灣之文化創意產業家數共50,667家，創造之營業額為632,939,495千元，故整體文創產業每家廠商平均營業額為12,492千元。

表 1-1 2005 與 2007 文化創意產業發展情形分析表

產業名稱	2005年				2006年				2007年			
	家數	營業額	附加價值	人數	家數	營業額	附加價值	人數	家數	營業額	附加價值	人數
視覺藝術產業	3,096	5,267,954	3,807,327	-	2,972 (-3.69%)	4,617,745 (-8.69%)	3,466,776 (-8.69%)	-	2,988 (-2.82%)	4,951,841 (0.71%)	3,493,326 (0.71%)	-
音樂與表演藝術產業	1,019	6,616,260	4,565,219	-	1,169 (14.72%)	6,700,779 (1.28%)	4,623,538 (1.28%)	-	1,354 (15.83%)	8,218,430 (22.65%)	5,670,717 (22.65%)	-
工藝產業	10,992	67,468,353	38,456,961	-	10,714 (-1.63%)	67,537,566 (0.10%)	38,466,413 (0.10%)	-	10,437 (-2.59%)	71,734,502 (6.21%)	40,868,712 (6.21%)	-
文化展演設施產業	273	2,696,308	1,860,453	-	316 (15.75%)	2,031,408 (-24.66%)	1,401,672 (-24.66%)	-	339 (7.28%)	1,892,515 (-6.84%)	1,305,635 (-6.84%)	-
電影產業	648	13,078,510	6,539,255	4,694	620 (-4.32%)	14,050,983 (7.43%)	7,025,431 (7.43%)	4,112 (-12.40%)	602 (-2.90%)	13,828,939 (-1.58%)	6,914,470 (-1.58%)	37,976 (3.82%)
廣播電視產業	1,746	100,931,894	50,465,947	30,669	1,702 (-2.35%)	101,339,363 (0.40%)	50,669,682 (0.40%)	32,464 (5.95%)	1,609 (-5.46%)	130,772,462 (29.04%)	65,386,231 (29.04%)	45,207 (1.75%)
出版產業	3,581	71,583,504	42,950,102	40,554	3,637 (1.56%)	65,551,874 (-8.43%)	39,331,124 (-8.43%)	44,431 (9.56%)	3,707 (1.92%)	68,160,631 (3.98%)	40,896,379 (3.98%)	45,207 (1.75%)
建築設計產業	8,249	81,237,538	61,740,529	14,246	7,969 (-3.39%)	82,883,103 (2.03%)	62,991,158 (2.03%)	15,005 (5.33%)	7,699 (-3.39%)	83,393,710 (0.62%)	63,379,220 (0.62%)	14,467 (-3.59%)
廣告產業	11,766	141,125,342	42,337,603	46,158	12,221 (3.87%)	141,612,222 (0.34%)	42,483,667 (0.34%)	49,259 (6.72%)	12,303 (0.67%)	130,393,221 (-7.92%)	39,117,966 (-7.92%)	52,447 (6.47%)
設計產業	2,096	50,257,096	35,682,538	19,939	2,239 (6.82%)	55,694,472 (10.82%)	39,543,075 (10.82%)	23,184 (16.27%)	2,362 (5.49%)	77,091,247 (36.42%)	54,734,785 (36.42%)	24,178 (4.29%)
數位休閒娛樂產業	8,315	21,764,800	15,017,712	34,128	8,013 (-3.63%)	24,806,838 (13.99%)	17,118,096 (13.99%)	32,889 (-3.63%)	7,252 (-9.50%)	19,701,971 (-20.58%)	13,594,360 (-20.58%)	29,700 (-9.70%)
設計品牌時尚產業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
創意生活產業	74	19,019,690	5,049,450	5,296	95 (28.38%)	19,209,124 (1.00%)	-	6,441 (21.62%)	115 (21.05%)	22,900,000 (19.21%)	-	7,575 (17.61%)
合計	51,742	581,067,249	306,473,095	195,684	51,667 (-0.14%)	586,237,356 (0.89%)	307,152,633 (-0.43%)	207,785 (6.18%)	50,667 (-1.94%)	632,939,548 (7.97%)	335,382,001 (9.19%)	211,550 (1.81%)

註解：1. 產值=營業額\*(1-中間投入)，即所謂「附加價值」；2. 括號中的數據代表成長率，「-」表示無法取得數據資料。

3. 就業人數的資料來源如下：

- 前年年初之電影、廣播電視、出版與廣告產業就業人數數據出自「人力資源調查系統」，但「2007年人力資源調查系統」之行業標準分類進行修訂，分類標準有所變動。「出版業」多納入了「軟體出版業」，「廣告業」新加入「市場研究及民意調查業」，而其中「廣播電視產業」與「電影業」，分別整併入「廣播及電視節目產業」和「影視服務、聲音製及音樂出版業」，無法單獨取得數據，故以合併計算的方式呈現。
- 數位休閒娛樂產業由經濟部工業局數位內容推動辦公室提供。
- 行政院勞工委員會「臺灣地區電器類別薪資調查」96年未進行調查，故「建築設計產業」及「設計產業」數據以2006年產業平均家數規模來推估【(2006年人數/2006年家數)\*2007年家數】。

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政資料中心編帶資料建置

資料來源：2008年台灣文化創意產業發展年報

## 2、本計畫經濟效益分析方式

### (一) 評估期間

本計畫之經濟效益將以二期計畫期程自民國 97 至 102 年為評估期間，並針對本計畫之軟體與硬體建設部分，進行計畫經費投入的成本與效益分析評估。

### (二) 軟體建設之經濟效益分析

#### 1、計畫成本

本計畫之經濟效益，進行方式將以政府投入之各項軟體、硬體建設成本等直接成本，及其他衍生之社會間接成本作為經濟成本。直接成本將包括政府投入之經常門與資本門之支出，其中包括產業集聚效應計畫之五大園區建物修繕、設備購置及工藝產業旗艦計畫中之創新育成中心基地硬體設施建設成本。另前述計畫之涉及開發整建所產生經濟學上之外部不經濟，係指公共建設之經濟行為引起有形或無形之資源耗損，但其成本係由社會全體所負擔，即謂社會成本。包括考量園區相關展覽活動引入之訪客，其所衍生之廢棄物處理及水處理之外部成本，其他難以量化之成本則不納入。

#### 2、效益計算

本計畫之直接效應除以各項產業輔導發展計畫帶來的效益為主，以及各展覽帶來參觀人潮的消費收入，另園區部分將採於每年每人次所產生之相關文化創意產品消費、餐飲、購物消費及門票收入等；另外在關聯產業效益方面，則以資本門與經常門投入經費，運用行政院主計處編制之「2004 年產業關聯表」為基礎，進行本案產業關聯效益估算，關聯產業將依各項推動計畫內容的屬性選擇適當的產業活動類別，選取該關聯產業係數計算衍生效益。

### (三) 本計畫之經濟效益評估

#### 1、軟體建設

##### (1) 經濟成本

##### A、可量化之經濟成本

##### (a) 政府投入直接成本

本計畫直接投入的成本包括經常門預算及資本門預算，相關投入的預算經費詳前章的計畫執行經費內容。

##### (b) 社會間接成本

可量化社會間接成本在本計畫主要包括兩部份，主要為相關展覽參展訪客帶來的廢棄物處理及污水處理成本。就本計畫而言，影響最大的社會成本即為園區開發所帶來之廢棄物處理成本及污水處理成本。廢棄物處理成本，初步估算，員工及遊客所帶來之廢棄物分別為每年人次 0.3 噸及 0.1 噸，每噸廢棄物處理費為 3,000 元，依各園區預估每年參觀人次計畫營運每年廢棄物處理成本；污水處理成本，初步估算，員工及遊客所帶來之用水量分別為每日人次 250 公升及 150 公升，又用水量與污水量之轉換係數為 0.8，每噸污水處理成本為 20 元計算。

#### B、不可量化經濟成本

本計畫的發展帶動入園的遊客，對於周邊道路及大眾運輸將產生一定的影響，因應改善措施所須投入的成本，因涉及地區整體觀光需求的交通運輸規劃，較為繁複目前將較難有明確可供量化的估算。另一不可量化的成本則為施工及活動舉辦時對環境所帶來空氣、噪音及震動對周邊地區亦產生影響而衍生的改善措施成本，均將較難有客觀及明確可供量化的估算方式。

### 2、經濟收益

#### A、直接收益

本計畫在相關軟體建設執行上，例如輔導補助等計畫上，雖有相關補助件數目標，但從軟體建設的角度來看，相關資源的投入，將以其創造每年增加的產值作為直接的收益；其他的直接收益由於較難估算，本計畫評估在此予以忽略。

#### B、衍生關聯產業經濟效益

衍生的關聯產業收益，為計畫在推動時的主要收益效果，將依據各推動計畫的屬性透過適當的產業類別計算其衍生的關聯產業收益。計算方式為：

資本門或經常門的金額×（（某關聯產業係數 A-1）×A 佔比+（某關聯產業係數 B-1）×B 佔比）+…）= 衍生關聯產業效益

對於各項堆動計畫的關聯產業引用說明詳附件投資成本效益分析表。

### 3、經濟效益

#### （1）計畫經濟效益分析

本計畫在效益分析上將採投資淨值及獲利率指數 (PI) 進行分析，在軟硬體建設方面的總經濟成本 (未含社會成本) 為 98 億 2,337.1 萬元 (含社會成本則為 162 億 6,752.7 萬)，經濟總收益 (營業額) 約為 516 億 8,794.8 萬元，投資淨利 (未含社會成本) 為 418 億 3,457.1 萬元 (含社會成本則為 354 億 2,042.1 萬)，獲利率指數 (PI) (未含社會成本) 為 5.303416608 (含社會成本則為 2.336559043)，本計畫。各項方案及軟硬體投資成本效益詳表 1-2 至 1-8，而各推動計畫的投資經濟效益分析詳附件。

	年度	97 年度	98 年度	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	合計
	項目	預算	預算	預算	預算	預算	預算	
成本	1.1 成立創新育成中心	7,778	11,800	23,505	25,000	25,000	31,495	124,578
	1.2 補助藝文產業研發及行銷推廣	7,647	13,153	27,040	30,000	35,000	42,960	155,800
	1.3 補助縣市政府推動文創產業發展	10,888	13,600	22,280	23,000	25,000	27,720	122,488
	1.4 提供文創創業種子資金，協助建立投融資機制	0	0	35,000	80,000	73,000	82,176	270,176
	合計	26,313	38,553	107,825	158,000	158,000	184,351	673,042
效益	1.1 成立創新育成中心	33,808	31,657	45,944	66,910	68,290	80,600	327,209
	1.2 補助藝文產業研發及行銷推廣	10,658	18,331	37,685	41,811	48,780	59,873	217,138
	1.3 補助縣市政府推動文創產業發展	13,245	16,544	27,104	27,980	30,413	33,721	149,007
	1.4 提供文創創業種子資金，協助建立投融資機制	0	0	35,616	81,408	74,285	83,622	274,931
	合計	57,711	66,532	146,349	218,109	221,768	257,816	968,285
淨效益(仟元)		31,398	27,979	38,524	60,109	63,768	73,465	295,243

	年度	97 年度	98 年度	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	合計
	項目	預算	預算	預算	預算	預算	預算	
成本	2.1. 諮詢輔導與制度建立	--	--	25,000	25,000	25,000	25,000	100,000
	2.2 建立文創產業情報網	--	--	20,000	30,000	30,000	30,000	110,000
	2.3 文創跨界整合研發	15,696	19,711	45,000	46,500	50,000	53,000	229,907
	2.4 藝術數位典藏加值與應用計畫	--	--	9,887	20,000	20,000	22,113	72,000

	2.5 提供故宮科技與人文跨域文創環境計畫	--	--	60,000	60,000	60,000	60,000	240,000
	2.6 網路文化集成計畫	0	0	21,085	26,500	31,000	33,915	112,500
	合計	15,696	19,711	180,972	208,000	216,000	224,028	864,407
效益	2.1. 諮詢輔導與制度建立	0	0	27,250	27,250	27,250	27,250	109,000
	2.2 建立文創產業情報網	0	0	21,800	32,700	32,700	32,700	119,900
	2.3 文創跨界整合研發	26,283	29,419	63,306	64,953	69,432	74,634	328,027
	2.4 藝術數位典藏加值與應用計畫	0	0	13,163	26,799	26,799	31,217	97,978
	2.5 提供故宮科技與人文跨域文創環境計畫	0	0	88,117	88,117	88,117	88,117	352,468
	2.6 網路文化集成計畫	0	0	34,950	36,863	42,065	42,552	156,430
	合計	26,283	29,419	248,586	276,682	286,363	296,470	1,163,803
淨效益(仟元)		10,587	9,708	67,614	68,682	70,363	72,442	299,396

表 1-4 子計畫三 市場流通及拓展計畫成本及效益分析表

單位(千元)

	年度	97 年度	98 年度	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	合計
		預算	預算	預算	預算	預算	預算	
成本	3.1 策辦國際大獎及大展	50,000	22,000	32,756	40,000	50,000	52,244	247,000
	3.2 策辦文創產業會展	--	--	45,000	50,000	50,000	50,000	195,000
	3.3 協助開拓國際市場	--	--	30,359	30,000	30,000	29,641	120,000
	合計	50,000	22,000	108,115	120,000	130,000	131,885	562,000
效益	3.1 策辦國際大獎及大展	274,675	232,857	248,921	259,740	274,675	278,026	1,568,894
	3.2 策辦文創產業會展	0	0	64,323	71,470	71,470	71,470	278,733
	3.3 協助開拓國際市場	0	0	43,395	42,883	71,470	42,368	200,116
	合計	274,675	232,857	356,639	374,093	417,615	391,864	2,047,743
淨效益(仟元)		224,675	210,857	248,524	254,093	287,615	259,979	1,485,743

表 1-5 子計畫四 人才培育及媒合計畫成本及效益分析表

單位(千元)

	年度	97 年度	98 年度	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	合計
		預算	預算	預算	預算	預算	預算	
成本	4.1 青年藝術家培植計畫	15,000	23,578	21,000	24,000	24,000	29,000	136,578
	4.2 建置音樂創作與行銷平台	9,560	8,661	8,000	8,000	--	--	34,221
	4.3 養成文創中介人才，推動文創經紀機制	--	--	6,850	10,000	15,000	20,150	52,000
	合計	24,560	32,239	35,850	42,000	39,000	49,150	222,799



效益	4.1 青年藝術家培植計畫	21,953	34,353	30,787	35,075	35,075	42,350	199,593
	4.2 建置音樂創作與行銷平台	10,499	9,490	8,978	8,978	0	0	37,945
	4.3 養成文創中介人才，推動文創經紀機制	0	0	480,947	721,093	727,040	969,564	2,898,644
	合計	32,452	43,843	520,712	765,146	762,115	1,011,914	3,136,182
淨效益(仟元)		7,892	11,604	484,862	723,146	723,115	962,764	2,913,383

表 1-6 子計畫五 產業集聚效應計畫成本及效益分析表

單位(千元)

項目	年度	97 年度	98 年度	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	合計
	預算	預算	預算	預算	預算	預算	預算	
成本	5.1 五大園區管理發展	10,518	26,591	43,015	61,500	58,500	68,485	268,609
	5.2 華山創意文化園區	24,783	84,767	116,376	151,303	126,700	127,974	631,903
	5.3 台中創意文化園區	146,906	139,810	73,350	349,500	134,000	135,650	979,216
	5.4 花蓮創意文化園區	97,936	59,437	92,318	240,426	92,000	80,500	662,617
	5.5 嘉義創意文化園區	34,369	48,347	98,551	358,899	67,500	65,500	673,166
	5.6 台南創意文化園區	20,407	22,705	39,682	167,000	94,500	94,500	438,794
	5.7 打造故宮成為全球文化創意產業應用重鎮	0	0	40,000	40,000	40,000	40,000	160,000
	合計	未含社會成本	334,919	381,657	503,292	1,368,628	613,200	612,609
	含社會成本	845,495	1,231,849	1,477,457	2,769,022	2,214,475	2,256,042	10,794,340
效益	5.1 五大園區管理發展	11,819	29,880	44,976	65,736	62,365	73,585	288,361
	5.2 華山創意文化園區	2,448,120	2,795,500	4,230,900	4,230,900	4,230,900	4,230,900	22,167,220
	5.3 台中創意文化園區	188,497	404,177	877,430	1,617,000	1,617,000	1,617,000	6,321,104
	5.4 花蓮創意文化園區	374,000	374,000	374,000	709,000	709,000	709,000	3,249,000
	5.5 嘉義創意文化園區	18,540	202,944	177,750	679,500	711,000	711,000	2,500,734
	5.6 台南創意文化園區	11,824	21,790	23,281	160,018	673,668	631,420	1,522,001
	5.7 打造故宮成為全球文化創意產業應用重鎮	0	0	649,686	649,686	649,686	649,686	2,598,744
	合計		3,052,800	3,828,291	6,378,023	8,111,840	8,653,619	8,622,591
淨效益(仟元) (未含社會成本)		2,717,881	3,446,634	5,874,731	6,743,212	8,040,419	8,009,982	34,832,859
淨效益(仟元) (含社會成本)		2,207,305	2,596,442	4,900,566	5,342,818	6,439,144	6,366,549	27,852,824

表 1-7 子計畫六 工藝產業旗艦計畫成本及效益分析表

單位(千元)

項目	年度	97 年度	98 年度	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	合計
	預算	預算	預算	預算	預算	預算	預算	

成本	6.1 卓越研發行動方案	24,811	48,912	19,855	47,000	70,000	70,600	281,178	
	6.2 產業跨業合作行動方案	25,386	15,702	34,532	92,000	120,000	121,028	408,648	
	6.3 「大品牌」 形塑行動方案	未含社會成本	162,393	101,973	137,753	295,400	258,000	310,638	1,266,157
		含社會成本	297,753	237,333	318,233	521,000	483,600	536,238	2,394,157
	6.4 創新育成中心基地硬體設施整建計畫	121,073	177,916	210,890	456,900	432,300	363,084	1,762,163	
	合計(未含社會成本)	333,663	334,211	412,000	891,300	880,300	865,350	3,716,824	
	合計(含社會成本)	469,023	479,863	583,510	1,116,900	1,105,900	1,090,950	4,846,146	
效益	6.1 建立台灣工藝創新育成網絡	234,331	284,445	313,030	381,424	400,091	400,055	2,013,376	
	6.2 強化工藝產業競爭力	27,708	17,378	33,652	97,139	127,097	128,457	431,431	
	6.3 「大品牌」形塑行動方案	384,085	345,204	416,011	613,960	569,659	609,949	2,938,868	
	6.4 創新育成中心基地硬體設施整建計畫	25,910	38,074	45,130	97,777	92,512	77,670	377,073	
	合計	672,034	685,101	807,823	1,190,300	1,189,359	1,216,131	5,760,748	
總淨效益(未含社會成本)(仟元)		338,371	350,890	395,823	299,000	309,059	350,781	2,043,924	
總淨效益(含社會成本)(仟元)		203,011	205,238	224,313	73,400	83,459	125,181	914,602	

表 1-8 文化創意產業發展第二期計畫成本及效益分析表總表

單位(千元)

項目	年度	97 年度	98 年度	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	合計	
	預算	預算	預算	預算	預算	預算	預算		
成本	1 多元資金挹注	26,313	38,553	107,825	158,000	158,000	184,351	673,042	
	2 產業研發及輔導	15,696	19,711	180,972	208,000	216,000	224,028	864,407	
	3 市場流通及拓展	50,000	22,000	108,115	120,000	130,000	131,885	562,000	
	4 人才培育及媒合	24,560	32,239	35,850	42,000	39,000	49,150	222,799	
	5 產業集聚效應	未含社會成本	334,919	381,657	503,292	1,368,628	613,200	612,609	3,814,305
		含社會成本	845,495	1,231,849	1,477,457	2,769,022	2,214,475	2,256,042	10,794,340
	6 工藝產業旗艦計畫	未含社會成本	333,663	334,211	412,000	891,300	880,300	865,350	3,716,824
		含社會成本	469,023	479,863	583,510	1,116,900	1,105,900	1,090,950	4,846,146
合計	未含社會成本	785,151	838,236	1,348,054	2,787,928	2,036,500	2,067,373	9,853,377	
	含社會成本	1,794,511	1,848,023	2,393,564	3,887,528	3,136,100	3,209,123	16,266,205	
現金流出現值 (PV) (未含社會成本)							\$79,440.45		
現金流出 (PV) (含社會成本)							\$180,335.56		
效益	1 多元資金挹注	57,711	66,532	146,349	218,109	221,768	257,816	968,285	
	2 產業研發及輔導	26,283	29,419	248,586	276,682	286,363	296,470	1,163,803	
	3 市場流通及拓展	274,675	232,857	356,639	374,093	417,615	391,864	2,047,743	

4 人才培育及媒合	32,452	43,843	520,712	765,146	762,115	1,011,914	3,136,182
5 產業集聚效應	3,052,800	3,828,291	6,378,023	8,111,840	8,653,619	8,622,591	38,647,164
6 工藝產業旗艦計畫	672,034	685,101	807,823	1,190,300	1,189,359	1,216,131	5,760,748
合計	4,115,955	4,886,043	8,458,132	10,936,170	11,530,839	11,796,786	51,723,925
現金流入現值 (PV)						\$421,738.18	
淨效益(仟元) (未含社會成本)	3,330,804	4,047,807	7,110,078	8,148,242	9,494,339	9,729,413	41,870,548
淨效益(仟元) (含社會成本)	2,321,444	3,038,020	6,064,568	7,048,642	8,394,739	8,587,663	35,457,720
淨現值 (NPV) (未含社會成本)						\$342,216.2	
淨現值 (NPV) (含社會成本)						\$241,242.77	
獲利率指數 (PI) (未含社會成本)	5.303416608						
獲利率指數 (PI) (含社會成本)	2.336559043						

## (2) 創造就業機會

就業機會創造在第二期計畫期間，就計畫經常門支出與資本門支出相關的產業活動所創造的就業人口進行推估。就業機會的估算係以 2008 年年報資料中，取 2007 年文化創意產業營業額及就業人口之統計資料，計算每一就業者產出能力除以經濟效益產值，預估本計畫潛就在就業機會創造之規模。

對於計畫所產生的經濟效益產值除以每人每年產出平均值計算就業機會之提供，故以總體產業年營業額為 63,293,955 萬元，就業人口為 211,550 人，平均每人產值為 299.2 萬元，計算出本計畫於計畫期間每年提供的就業人口分析如下表：

表 1-9 本計畫衍生就業機會分析表

年度	97 年度	98 年度	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度
產值效益(仟元)	4,115,955	4,886,043	8,458,132	10,936,170	11,530,839	11,796,786
就業人口推估 (人次)	1,376	1,633	2,827	3,655	3,854	3,943

## 三、效益評估結論

國家政策所投注之資金為公共資源，理應作最妥善之利用並追求最大效益，尤其本計畫推動之標的為「文化創意產業」，既是產業，則產值、經濟效益等指標的衡量，當不可免。然而在此處需先釐清的是，文創產業的產值不僅受市場供需因素影響，更會隨著文創產品（不論有形或無形）價值認同度的不同而改變，且呈現形式變化極大，難以標準化（或說過度標準化反而失去文創產品的特質）。以傳統生產性產業來說，自工業革命以來已超過百年以上的發展經

驗及經營模式，在估算其產值上已有共同認知的模式。反觀文化創意產業，自英國發起以來也不過 10 年時間，其相關資訊及發展模式尚在快速演進階段，一方面使文化創意產業在產值上的估算相當困難，另一方面目前推估產值也只能以參考及預期角度來看待。

然而，必須強調及正視的是文化創意產業迥異於製造業，所談的不是 10%、20% 的報酬率，而是能槓桿出數倍的衍生商品利益。以美國著名動畫公司皮克斯、夢工廠的發展和成長經驗來看，一部電影可造成數倍於投資的報酬率，故只要有良好的環境及政府的支持，文化創意產業的經濟效益絕對是有爆發力及帶動效果的。此外，經濟學者 Throsby 在討論文化經濟時，亦強調「文化價值」和「經濟價值」是截然不同的概念。「經濟價值」可分為使用價值、非使用價值和外部效益，可利用各種經濟價值衡量技術加以量化，以作為相關決策判斷之參考。而「文化價值」包括了審美、精神、社會、歷史、象徵和真實性的價值，沒有通用的計量單位，是多面向且無法量化的。

是故，衡量本計畫的經濟效益，不應只是以目前的產值來衡量是否值得持續投資經費整備，而應以長期遠光來看待其未來對整個國家產業升級轉型及人民素質提昇的整體效果。尤其面對亞洲各國極力透過文化特色創造國家或城市競爭力，台灣政府更應採積極態度投入相關資源，協助文化創意產業的環境整備與經營管理。

本計畫之推動包括環境整備及工藝產業旗艦計畫，六年投入經費共計 98.53 億元。以政府投入的各項軟體及硬體建設成本及其衍生的社會間接成本作為經濟成本，直接成本包括政府投入的經常門與資本門支出；社會間接成本，則考量本計畫之各創意文化園區及工藝園區相關展覽活動引入的訪客，其所衍生的廢棄物處理、及水處理的外部成本，其他難以量化的成本則不納入評估。

由於計畫涵蓋範圍廣泛，又屬環境整備部分之大部分計畫於相關軟體建設執行上，多屬未具實質直接收益，故以衍生之間接效益為計算基準。因此就可估算量化之部分經濟效益，包括軟硬體建設相關計畫，進行推估整體計畫執行 6 年估計可創造之總效益約 516 億。一般而言，私部門在進行投資經濟效益評估時，通常較強調財務成本、報酬與風險的面向，公部門則主要考量計畫進行的推行對於整體社會民眾福祉的影響效果，即無法量化分析之整體社會效益。

綜言之，本計畫強調以厚植文化創意產業發展環境，建構文創產業市場拓展機制，文創中介人才培育發展，協助結合區域形成產業群聚效應，推介優質臺灣工藝產品，提高市佔率，發揮產業領頭羊效益。同時以軟硬體並進方式，透過各項計畫之進行，隨著時間之醞釀與發酵，其所帶來之其他外部經濟效應及影響將不容小覷。

附件：各項推動計畫投資成本效益分析表

執行計畫	項目	年度		97 年度		98 年度		99 年度		100 年度		101 年度		102 年度		備註
		預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明			
1. 1 成立 創新 育成 中心	成本	直接成本	經常門	7,778		11,800		23,505		25,000		25,000		31,495		
			資本門	0		0		0		0		0		0		
			小計	7,778		11,800		23,505		25,000		25,000		31,495		
		社會成本														
		合計		7,778		11,800		23,505		25,000		25,000		31,495		
	效益	直接效益		20,720	成立 4 個 育成中心	22,080	成立 4 個 育 成 中心	23,460	成立 5 個 育 成 中 心	24,840	成立 5 個 育 成 中 心	26,220	成立 6 個 育 成 中 心	27,600	成立 6 個 育 成 中 心	97 年共輔導 30 家廠商進駐，估計約創造 20,720 千元之年營業額，依此計算每家廠商每年約可產生 69 萬元之營業額。本計畫每年輔導之廠商家數以 97 年 30 家為基準，並逐年以 5% 成長。
			關聯產業 效益	經常門	13,088		19,857		39,554		42,070		42,070		53,000	經常門支出用於補助育成中心，故關係數選取教育訓練及其他專業及技術服務為主，係數為 2.6828
				資本門	0		0		0		0		0		0	
				小計	33,808		31,657		45,944		66,910		68,290		80,600	
		合計		33,808		31,657		45,944		66,910		68,290		80,600		
	淨效益		26,030		19,857		22,439		41,910		43,290		49,105		202,631	

年度	97 年度	98 年度	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	備註
----	-------	-------	-------	--------	--------	--------	----

執行計畫	年度		97 年度		98 年度		99 年度		100 年度		101 年度		102 年度		備註		
	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明			
1.2 執行補助計畫 藝文產業研發及行銷推廣	規費	直接成本	經常門	預算7,647	說明	預算3,153	說明	預算27,040	說明	預算30,000	說明	預算35,000	說明	預算42,960	說明		
			資本門	0		0		0		0		0		0			
			小計	7,647		13,153		27,040		30,000		35,000		42,960			
		社會成本															
		合計	7,647		13,153		27,040		30,000		35,000		42,960				
	效益	直接效益			10 件		10 件		10 件		10 件		10 件		10 件		補助藝文產業研發及行銷推廣件數
		關聯產業 效益	經常門	10,658		18,331		37,685		41,811		48,780		59,873			經常門支出用於公共行政服務(1)、研究發展服務(2.8248)及廣告服務(3.3563)各佔 1/3，係數為 1.3937
			資本門	0		0		0		0		0		0			
			小計	10,658		18,331		37,685		41,811		48,780		59,873			
		合計	10,658		18,331		37,685		41,811		48,780		59,873				
淨效益			3,011		5,178		10,645		11,811		13,780		16,913		61,338		

執行計畫	項目	年度		97 年度		98 年度		99 年度		100 年度		101 年度		102 年度		備註
		預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明			
1.3	成本			經常門	10,888		13,600		22,280		23,000		25,000		27,720	

補助 縣市政府 推動 文創 產業 發展		資本門	0	0	0	0	0	0	0	
		小計	10,888	13,600	22,280	23,000	25,000	27,720		
		社會成本								
	合計	10,888	13,600	22,280	23,000	25,000	27,720			
	效益	直接效益	5 件	8 件	8 件	8 件	8 件	8 件	輔導縣市政府推動文化創意產業件數	
		關聯產業 效益	經常門	13,245	16,544	27,104	27,980	30,413	33,721	經常門支出用於公共行政服務(1)佔1/3、研究發展服務(2.8248)佔2/3，係數為1.2165
			資本門	0	0	0	0	0	0	
			小計	13,245	16,544	27,104	27,980	30,413	33,721	
		合計	13,245	16,544	27,104	27,980	30,413	33,721		
	淨效益		2,357	2,944	4,824	4,980	5,413	6,001	26,519	

執行 計畫	項目	年度	97 年度		98 年度		99 年度		100 年度		101 年度		102 年度		備註
			預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	
1.4 提供 文創 創業 種子	成本	直接成本	經常門	0	0	35,000	80,000	73,000	82,176						
			資本門	0	0	0	0	0							
			小計	0	0	35,000	80,000	73,000	82,176						
	社會成本														
	合計	0	0	35,000	80,000	73,000	82,176								

資金， 協助 建立 投融 資機 制	效益	直接效益					10 家		10 家		10 家		10 家	以種子資金補助創業家數
		關聯產業 效益	經常門	0	0	35,616		81,408		74,285		83,622		經常門支出用於資訊服務 (2.6856)、支援服務 (1.8736)、及其他專業及 技術服務(1.4935)各佔 1/3，係數為1.0176
			資本門	0	0	0		0		0		0		
			小計	0	0	35,616		81,408		74,285		83,622		
		合計		0	0	35,616		81,408		74,285		83,622		
	淨效益		0	0	616		1,408		1,285		1,446		4,755	

執行 計畫	項目	年度	97 年度		98 年度		99 年度		100 年度		101 年度		102 年度		備註
			預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	
2.1 諮詢 輔導 與制 度建 立	成本	直接成本	經常門	0		0		25,000		25,000		25,000		25,000	建立單一諮詢窗口，提供 諮詢服務
			資本門	0		0		0		0		0		0	
			小計	0		0		25,000		25,000		25,000		25,000	
		社會成本													
		合計		0		0		25,000		25,000		25,000		25,000	
	效益	直接效益		0		0		0 輔導 20 件		0 輔導 30 件		0 輔導 50 件		0 輔導 50 件	



	關聯產業 效益	經常門	0		0		27,250		27,250		27,250		27,250	以資訊服務(2.6856)及其他專業及技術服務(1.4935)各佔50%為計畫基礎(1.09)
		資本門	0		0		0		0		0		0	
		小計	0		0		27,250		27,250		27,250		27,250	
		合計	0		0		27,250		27,250		27,250		27,250	
淨效益			0		0		2,250		2,250		2,250		2,250	9,000

執行計畫	項目	年度	97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註
			預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	
2.2 建立 文創 情報 網	成本	直接成本	經常門	0		0		20,000		30,000		30,000		30,000	蒐集情報建立產業情報網
			資本門	0		0		0		0		0		0	
			小計	0		0		20,000		30,000		30,000		30,000	
	社會成本														
	合計		0		0		20,000		30,000		30,000		30,000		
	效益	直接效益		0		0		0	10,000 筆資料	0	5,000 筆 資料	0	5,000 筆 資料	0	5,000 筆 資 料
關聯產業 效益			經常門	0		0		21,800		32,700		32,700		32,700	以資訊服務(2.6856)及其他專業及技術服務(1.4935)各佔50%為計畫基礎(1.09)
資本門		0		0		0		0		0		0			
小計		0		0		21,800		32,700		32,700		32,700			

	合計	0	0	21,800	32,700	32,700	32,700	
	淨效益	0	0	1,800	2,700	2,700	2,700	9,900

執行計畫	項目	年度		97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註	
		預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明				
2.3 文創 跨界 整合 研發	成本	直接成本	經常門	4,325		12,011		34,500		36,500		40,000		40,500			
			資本門	11,371		7,700		10,500		10,000		10,000		12,500			
			小計	15,696		19,711		45,000		46,500		50,000		53,000			
		社會成本															
		合計		15,696		19,711		45,000		46,500		50,000		53,000			
	效益	直接效益			10,000 筆		5,000 筆		5,000 筆		5,000 筆						建立數位創意元件
		關聯產業 效益	經常門	5,534		15,369		44,146		46,705		51,184		51,824			經常門支出用跨界研發及人才培育，故在關連係數選取上以研究發展服務（2.8248）約佔2/3、教育訓練（1.1893）約佔1/3。（1.2796）
			資本門	20,749		14,050		19,160		18,248		18,248		22,810			以研究發展服務為主要關連係數為2.8248
			小計	26,283		29,419		63,306		64,953		69,432		74,634			
		合計		26,283		29,419		63,306		64,953		69,432		74,634			
	淨效益		10,587		9,708		18,306		18,453		19,432		21,634				

執行計畫	項目			年度		97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註	
				預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明				
2.4 數位 典藏 增值 應用 計畫	成本	直接成本	經常門	0		0		5,887		12,000		12,000		14,113					
			資本門	0		0		4,000		8,000		8,000		8,000		8,000			
			小計	0		0		9,887		20,000		20,000		22,113					
		社會成本																	
		合計		0		0		9,887		20,000		20,000		22,113					
	效益	直接效益							8件衍生商品		10件衍生商品		12件衍生商品		12件衍生商品				藝術創意增值與推廣
			關聯產業效益	經常門	0		0		12,307		25,087		25,087		29,505				本計畫為數位典藏之應用推廣，以研究發展服務(2.8248)、廣告服務(3.3563)各約佔1/2估算關係數。(2.0906)
			資本門	0		0		856		1,712		1,712		1,712				資本門支出以設備或材料添購為主，關係數為1.2140	
			小計	0		0		13,163		26,799		26,799		31,217					
			合計		0		0		13,163		26,799		26,799		31,217				
	淨效益			0		0		3,276		6,799		6,799		9,104				25,978	

執行計畫	項目			年度		97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註
				預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明			
2.5	成本	直接成本	經常門	0		0		20,600		20,600		20,600		20,600				

提供故宮科技與人文跨領域環境計畫		資本門	0	0	39,400	39,400	39,400	39,400		
		小計	0	0	60,000	60,000	60,000	60,000		
		社會成本								
		合計								
效益	直接效益					5項	5項	6項	6項	利用故宮數位典藏資料庫，發展典藏文物衍生文化產品，預計獲得獎項
		關聯產業效益	經常門	0	0	40,285	40,285	40,285	40,285	經常門支出用於人文與科技跨領域研究，故在關連係數選取上以研究發展服務(2.8248)約佔、資訊服務(2.6856)及廣告服務(3.3563)各佔1/3。(1.9556)
			資本門	0	0	47,832	47,832	47,832	47,832	資本門支出以設備或材料添購為主，關連係數為1.2140
			小計	0	0	88,117	88,117	88,117	88,117	
			合計	0	0	88,117	88,117	88,117	88,117	
		淨效益		0	0	28,117	28,117	28,117	28,117	112,468

執行計畫	項目	年度	97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註
			預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明			
2.6 網路文化集成	成本	直接成本	經常門	0	0	13,585	21,500	25,500	30,415						
			資本門	0	0	7,500	5,000	5,500	3,500						
			小計	0	0	21,085	26,500	31,000	33,915						

計畫	社會成本														
	合計			0	0	21,085		26,500		31,000		33,915			
	效益	直接效益													
		關聯產業 效益	經常門		0	0	14,808		23,435		27,295		33,152		經常門以資訊服務(2.6856)及其他專業及技術服務(1.4935)各佔50%為計畫基礎(1.09)
			資本門		0	0	20,142		13,428		14,770		9,400		資本門以資訊平台之建立與資訊數位化服務，關連產業以資訊服務主，關連係數為2.6856
			小計		0	0	34,950		36,863		42,065		42,552		
	合計			0	0	34,950		36,863		42,065		42,552			
淨效益				0	0	13,865		10,363		11,065		8,637		43,930	

執行計畫	項目	年度	97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註
			預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	
3.1 策辦 國際 大獎 及大 展	成本	直接成本	經常門	50,000		22,000		32,756		40,000		50,000		52,244	
			資本門	0		0		0		0		0		0	
			小計	50,000		22,000		32,756		40,000		50,000		52,244	
	社會成本														
	合計			50,000		22,000		32,756		40,000		50,000		52,244	

效益	直接效益		200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	國際藝術博覽會、建築設計大展及大獎等產值
	關聯產業 效益	經常門	74,675	32,857	48,921	59,740	74,675	78,026	經常門以其他專業及技術服務(1.4935)計算
		資本門	0	0	0	0	0	0	
		小計	274,675	232,857	248,921	259,740	274,675	278,026	
	合計		274,675	232,857	248,921	259,740	274,675	278,026	
淨效益			224,675	210,857	216,165	219,740	224,675	225,782	1,321,894

執行計畫	項目	年度	97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註	
			預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明				
3.2 策辦 文創 產業 會展	成本	直接成本	經常門	0	0	45,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000					
			資本門	0	0	0	0	0	0	0	0					
			小計	0	0	45,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000					
		社會成本														
		合計		0	0	45,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000					
	效益	直接效益						100家	120家	150家	150家					參與文創博覽會廠商家數
			關聯產業 效益	經常門	0	0	64,323	71,470	71,470	71,470	71,470					經常門以其他專業及技術服務(1.4935)及廣告服務(3.3563)各50%為計算基礎(1.4294)
資本門				0	0	0	0	0	0	0						

		小計	0	0	64,323	71,470	71,470	71,470	
	合計		0	0	64,323	71,470	71,470	71,470	
	淨效益				19,323	21,470	21,470	21,470	83,733

執行計畫	項目	年度		97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註	
		預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明				
3.3 協助 開拓 國際 市場	成本	直接成本	經常門	0		0		30,359		30,000		50,000		29,641			
			資本門	0		0		0		0		0		0			
			小計	0		0		30,359		30,000		50,000		29,641			
		社會成本															
		合計	0		0		30,359		30,000		50,000		29,641				
	效益	直接效益															
		關聯產業 效益	經常門	0		0		43,395		42,883		71,470		42,368		經常門以其他專業及技術服務(1.4935)及廣告服務(3.3563)各50%為計算基礎(1.4294)	
			資本門	0		0		0		0		0		0			
			小計	0		0		43,395		42,883		71,470		42,368			
		合計	0		0		43,395		42,883		71,470		42,368				
淨效益		0		0		13,036		12,883		21,470		12,727		60,116			

執行計畫	項目			年度		97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註	
				預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明				
4.1 青年藝術家培植計畫	成本	直接成本	經常門	7,000		13,428		9,000		12,000		12,000		15,000					
			資本門	8,000		10,150		12,000		12,000		12,000		14,000					
			小計	15,000		23,578		21,000		24,000		24,000		29,000					
		社會成本																	
		合計		15,000		23,578		21,000		24,000		24,000		29,000					
	效益	直接效益			30人 /30-50 件數		30人 /30-50 件數		30人 /30-50 件數		30人 /30-50 件數		30人 /30-50 件數		30人 /30-50 件數		30人 /30-50 件數		青年藝術家作品流通行銷計畫
			關聯產業 效益	經常門	10,005		19,194		12,865		17,153		17,153		21,441				經常門以其他專業及技術服務(1.4935)及廣告服務(3.3563)各50%為計算基礎(1.4294)
			資本門	11,948		15,159		17,922		17,922		17,922		20,909					以其他專業技術服務(1.4935)為計算基礎
			小計	21,953		34,353		30,787		35,075		35,075		42,350					
			合計		21,953		34,353		30,787		35,075		35,075		42,350				
淨效益				6,953		10,775		9,787		11,075		11,075		13,350				63,015	

執行計畫	項目			年度		97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註
				預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明			
4.2 建置	成本	直接成本	經常門	7,635		6,961		6,000		6,000		0		0				
			資本門	1,925		1,700		2,000		2,000		0		0				



音樂 創作 與行 銷平 台		小計	9,560		8,661		8,000		8,000		0		0		
		社會成本													
		合計	9,560		8,661		8,000		8,000		0		0		
	效益	直接效益		10 部		12 部		14 部		16 部				委託及鼓勵音樂創作、發行平面及有聲音樂資料	
		關聯產業 效益	經常門	7,624		6,951		5,991		5,991		0		0	經常門以研究發展服務(2.8248)及娛樂文化服務(1.1724)為計算基礎(0.9986)
			資本門	2,875		2,539		2,987		2,987		0			以其他專業技術服務(1.4935)為計算基礎
			小計	10,499		9,490		8,978		8,978		0		0	
		合計										0		0	
	淨效益		939		829		978		978		0		0	3,724	

執行 計畫	項目	年度	97 年度		98 年度		99 年度		100 年度		101 年度		102 年度		備註
			預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	
4.3 養成 文創 中介 人	成本	直接成本	經常門	0		0		6,850		10,000		15,000		20,150	
			資本門	0		0		0		0		0		0	
			小計	0		0		6,850		10,000		15,000		20,150	
	社會成本														
	合計		0		0		6,850		10,000		15,000		20,150		

才， 推動 文創 經紀 機制	效益	直接效益																培育文創中介人才 以 94 年臺灣文創發展年報 統計資料，估算文創產業 每人預計產生之附加價值 約為 157.6 萬
	關聯產業 效益	經常門																經常門支出用於人才訓練 培養，故關連係數以教育 訓練為主，係數為 1.1893
		資本門	0		0		8,147		11,893		17,840		23,964					
		小計	0		0		8,147		11,893		17,840		23,964					
	合計		0		0	480,947		721,093		727,040		969,564						
淨效益			0		0	474,097		711,093		712,040		949,414						2,846,644

產業集聚效應計畫—五大創意文化園區之相關參數及經濟乘數綜理表

經濟效益	參數		華山	花蓮	台中	嘉義	台南
直接效益	年園區遊客 人次	每日					
		假日	6,000	2,000	3,000	2,000	2,000
			平日	2,000	300	1,000	400
	年度人次	1,230,000	322,000	615,000	346,000	370,000	
	本縣市及外縣市人次比	50%：50%	35%：65%	50%：50%	40%：60%	40%：60%	
每人平均消費額	350 元/次	120 元/次	200 元/次	120 元/次	150 元/次		
間接效益	間接效益之 經濟乘數	本縣市	1	1	1	1	1
		外縣市	8	8	7	8	7
就業機會	平均每人年薪（元）		900,000	540,000	627,000	606,000	587,000
誘發效益	誘發消費之經濟乘數 （支出/所得）		61.9%	66.9%	68.8%	62.5%	61.9%
政府收入	政府收入之經濟乘數		0.1	0.1	0.1	0.1	0.1

資料來源：各園區歷年活動參與人數資料、各縣市統計要覽資料、傳藝中心之經濟效益評估調查數值參考、地方文化中心經濟效益評估報告之參數、產業關聯表及本計畫整理。

執行計畫	項目			年度		97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註	
				預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明				
5.1 五大 園區 管理 發展	成本	直接成本	經常門	10,518		26,591		40,025		58,500		55,500		65,485					
			資本門	0		0		2,990		3,000		3,000		3,000					
			小計	10,518		26,591		43,015		61,500		58,500		68,485					
		社會成本																	
		合計		10,518		26,591		43,015		61,500		58,500		68,485					
	效益	直接效益	經常門																
			關聯產業 效益		11,819		29,880		44,976		65,736		62,365		73,585				經常門支出以建置資訊平台及及綜合行政業務為主，故關連係數以資訊服務(2.6856)佔2/3，公共行政服務(1)約佔1/3，係數為1.1237。
			資本門		0		0		0		0		0		0				資本門以公共服務(1)為關連係數
			小計		11,819		29,880		44,976		65,736		62,365		73,585				
			合計		11,819		29,880		44,976		65,736		62,365		73,585				
淨效益				1,301		3,289		1,961		4,236		3,865		5,100				19,752	

執行計畫	項目			年度		97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註
				預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明			
5.2	成本	直接成本	經常門	15,000		7,899		28,842		131,700		126,700		127,974				

華山 創意 文化 園區		資本門	9,783		76,868		87,534		19,603		0		0		
		小計	24,783		84,767		116,376		151,303		126,700		127,974		
		社會成本			373,000		373,000		373,000		373,000		373,000	說明如附註 1	
				53,576	ROT 第一 實際支出	300,000		300,000		300,000		300,000		300,000	未來經營商投入成本
			小計	426,576		673,000	0	673,000		673,000		673,000		673,000	
		合計		451,359		757,767	0	789,376		824,303		799,700		800,974	
	效益	直接效益													於園區內直接效益包括旅次所產生之相關文化创意產品消費、餐飲、購物消費以及門票收入等等。本計畫預計營運首年年遊客量為 123 萬人次(即假日平均預估每日 6,000 人次×125 日+平日平均預估每日 2,000×240 日=123 萬人次),本縣市及外縣市人次各占遊客量之 50%,又以每遊客在本園區內平均消費為 350 元計算,則營運每年直接效益約為 3.69 億元。
		關聯產業 效益													包括間接效益、誘發效益及政府收入,以華山園區相關數值推估,每年約產生 17.089 億
					1,708,900		1,708,900		1,708,900		1,708,900		1,708,900		1,708,900
			合計		2,448,120		2,795,500		4,230,900		4,230,900		4,230,900		4,230,900
	淨效益			1,996,761		2,037,824		3,441,524		3,406,597		3,431,200		3,429,926	17,743,832

附註 1：華山園區於 97 年開始營運，園區開發所帶來之廢棄物處理成本及污水處理成本。廢棄物處理成本，初步估算，員工及遊客所帶來之廢棄物分別為每年人次 0.3 噸及 0.1 噸，每噸廢棄物處理費為 3,000 元，初步估計營運每年廢棄物處理成本約為 3.69 億元；污水處理成本，初步估算，員工及遊客所帶來之用水量分別為每日人次 250 公升及 150 公升，又用水量與污水量之轉換係數為 0.8，每噸污水處理成本為 20 元，初步估計營運每年污水處理成本約為 0.04 億元。總計營運每年將使社會成本增加約為 3.73 億元。

附註 2：此部份將以平台商之產值來看待園區經營效益。由於華山創意文化園區之經營管理模式已經確定，計算未來電影藝術館 OT、舊廠房 ROT 及目前規劃之文創產業旗艦中心 BOT，總樓地板面積約在 11,600 坪左右。假設 1/2 的空間為展演、展售空間、會議空間等，文創創作辦公使用約為 1/2，也就是約 5,800 坪。以文創產業員工空間 4 坪/人計算，未來華山創意文化園區將引進 1,450 人左右。目前文創產業多為中小企業，在員工結構特性上，負責創意研發設計等員工之比例應高於非創意研發設計者，為保守起見，以創意研發設計等員工佔 50%計，則推計園區內未來從事創意研發設計等員工數約 725 人。以臺灣文化創意產業發展年報統計資料 94 年推估文創產業就業人數每人產生之產值約 296.9 萬/年計算，園區未來每年的經營商產值約達 21.53 億元。

附註 3：華山園區 97 年度 ROT 廠商統計營運成本約 5357.6 萬，收入 2162 萬，未來後續年度預計其他 OT、BOT 完成後，預計經營商投入成本每年約 3 億元。

執行計畫	項目		年度		97 年度		98 年度		99 年度		100 年度		101 年度		102 年度		備註	
			預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明				
5.3 台中 創意 文化 園區	成本	直接成本	經常門	41,368		52,810		29,062		139,500		134,000		136,650				
			資本門	105,538		87,000		44,288		208,712		0		0				
			小計	146,906		139,810		73,350		349,500		134,000		136,650				
		社會成本		46,500		46,500		46,500		186,000		186,000		186,000			初步估計營運每年廢棄物處理成本及污水處理成本分別約為 1.84 億元及 0.02 億元。總計營運每年將使社會成本增加 1.86 億元。	
		營運支出		0		0		0		0		105,398		105,398			園區預計 101 年開始對外開園營運。預估每年營運支出約 105,398 千元	
		小計		46,500		46,500		121,500		486,000		486,000		486,000				
		合計		146,906		186,310		194,850		835,986		620,000		622,650				

效益	直接效益			30,750		30,750		30,750		123,000		123,000		123,000	本計畫預計營運首年年遊客量為61.5萬人次(即假日平均預估每日3,000人次×125日+平日平均預估每日1,000×240日=61.5萬人次)，本縣市及外縣市人次各占遊客量之50%，又以每遊客在本園區內平均消費為200元計算，則營運每年直接效益約為1.23億元。 台中園區97已陸續開放1/4，預計101年全面開放。
	關聯產業 效益			157,747		157,747		631,000		631,000		631,000		631,000	包括間接效益、誘發效益及政府收入，以台中園區相關數值推估，每年約產生6.31億97及98年僅部分開放約1/4
				0		215,680		215,680		863,000		863,000		863,000	推估園區經營商產值約8.63億，詳附註
	合計			188,497		404,177		877,430		1,617,000		1,617,000		1,617,000	
淨效益				41,591		217,867		682,580		781,014		997,000		994,350	3,714,402

附註1：此部份將以平台商之產值來看待園區經營效益。由於台中創意文化園區之經營管理模式尚未確定，惟尚可推估其總樓地板面積約在19,214坪左右(含現況使用約12,890坪及推估可部份拆除辦理BOT之樓地板約10,000坪)。假設2/3的空間為展演、展售空間、會議空間等，文創創作辦公使用約為1/3，也就是約6,404坪。以台中地區文創產業員工空間8坪/人計算(租金約為台北市40%，未來台中創意文化園區將可引進640人左右。目前文創產業多為中小企業，在員工結構特性上，負責創意研發設計等員工之比例應高於非創意研發設計者，為保守起見，以創意研發設計等員工佔50%計，則推計園區內未來從事創意研發設計等員工數約320人。以臺灣文化創意產業發展年報統計資料94年推估文創產業就業人數每人產生之產值約296.9萬/年計算，園區未來每年的經營商產值約達8.63億元。

附註2：台中園區預計97-98年進行園區建物整修，並局部開放約1/4，預計民國101年全面開放。

執行計畫	項目	年度		97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註
		預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明			
5.4	成本	直接成本	經常門	20,490		27,022		34,400		97,500		92,000		135,650		

花蓮 創意 文化 園區		資本門	77,446	32,415	57,918	142,926	0	0	
		小計	97,936	59,437	92,318	240,426	92,000	135,650	
	社會成本		49,000	49,000	98,000	98,000	98,000	98,000	初步估計營運每年廢棄物處理成本及污水處理成本分別約為0.97億元及0.01億元。總計營運每年將使社會成本增加約為0.98億元。
			35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	營運支出預估每年0.35億
合計		181,936	143,437	225,318	373,426	225,000	268,650		
效益	直接效益		39,000	39,000	39,000	39,000	39,000	39,000	本計畫預計營運首年年遊客量為32.2萬人次(即假日平均預估每日2,000人次×125日+平日平均預估每日300×240日=32.2萬人次),本縣市及外縣市人次分別占遊客量之35%及65%,又以每遊客在本園區內平均消費為120元計算,則營運每年直接效益約為0.39億元。
	關聯產業 效益		134,500	134,500	134,500	269,000	269,000	269,000	包括間接效益、誘發效益及政府收入,以花蓮園區相關數值推估,每年約產生2.69億
			200,500	200,500	200,500	401,000	401,000	401,000	推估園區經營商產值每年4.01億,說明如附註。
	合計		374,000	374,000	374,000	709,000	709,000	709,000	
	淨效益		192,064	230,563	148,682	335,574	484,000	440,350	1,768,233

附註1:由於花蓮創意文化園區之經營管理模式尚未確定,惟尚可推估其總樓地板面積約在10,830坪左右(含現況使用約5,830坪及推估可BOT之樓地板5,000坪)。假設1/2的空間為展演、展售空間、會議空間等,文創創作辦公使用約為1/2,也就是約5,415坪。以花蓮地區文創產業員工空間20坪/人計算(租金約為台北市1/5,未來花蓮創意文化園區將可引進270人左右。目前文創產業多為中小企業,在員工結構特性上,負責創意研發設計等員工之比例應高於非創意研發設計者,為保守起見,以創意研發設計等員工佔50%計,則推計園區內未來從事創意研發設計等員工數約135人。以臺灣文化創意產業發展年報統計資料94年推估文創產業就

業人數每人產生之產值約 296.9 萬/年計算，園區未來每年的經營商產值約達 4.01 億元。

附註 2：花蓮園區 97-99 年因園區建築整修工程持續進行，估計僅開放園區約 1/2，預計 100 年全面開放。

執行計畫	項目	年度	97 年度		98 年度		99 年度		100 年度		101 年度		102 年度		備註	
			預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明		
5.5 嘉義 創意 文化 園區	成本	直接成本	經常門	9,000		11,947		15,900		70,400		67,500		80,500		
			資本門	25,369		36,400		82,651		288,499		0		0		
			小計	34,369		48,347		98,551		358,899		67,500		80,500		
	社會成本		0		26,250		26,250		26,250		105,000		105,000		初步估計營運每年廢棄物處理成本及污水處理成本分別約為 1.04 億元及 0.01 億元。總計營運每年將使社會成本增加約為 1.05 億元。	
			0		20,415		20,415		81,658		81,658		81,658		營運支出預估每年	
			0		46,665		46,665		107,908		186,650		186,650			
		合計		34,369		95,039		145,216		466,807		254,150		267,158		
	效益	直接效益		0		10,500		10,500		10,500		42,000		42,000		本計畫預計營運首年年遊客量為 34.6 萬人次(即假日平均預估每日 2,000 人次×125 日+平日平均預估每日 400×240 日=34.6 萬人次)，本縣市及外縣市人次分別占遊客量之 40%及 60%，又以每遊客在本園區內平均消費為 120 元計算，則營運每年直接效益約為 0.42 億元。
			關聯產業 效益		0		67,000		67,000		268,000		268,000		268,000	



			0	100,250	100,250	401,000	401,000	401,000	推估園區經營商產值每年4.01億元，說明如附註。
			13,111	17,404	0	0	0	0	經常門要用於舉辦園區活動，以研究發展(2.82248)、教育訓練服務(1.1893)及廣告服務(3.3563)各佔1/3為主，關連係數為1.4568
			5,429	7,790	0	0	0	0	資本門主要為硬體修繕，以公共工程為關連係數(1.2140)
	合計		18,540	202,944	177,750	679,500	711,000	711,000	
	<b>淨效益</b>		-15,829	-12,653	32,534	212,693	456,850	443,842	1,117,437

附註1：由於嘉義創意文化園區之經營管理模式尚未確定，惟尚可推估其總樓地板面積約在12,830坪左右（含現況使用約8,830坪及推估可部份拆除辦理BOT之樓地板6,000坪）。假設2/3的空間為展演、展售空間、會議空間等，文創創作辦公使用約為1/3，也就是約4,277坪。以嘉義地區文創產業員工空間16坪/人計算（租金約為台北市1/4，未來嘉義創意文化園區將可引進270人左右。目前文創產業多為中小企業，在員工結構特性上，負責創意研發設計等員工之比例應高於非創意研發設計者，為保守起見，以創意研發設計等員工佔50%計，則推計園區內未來從事創意研發設計等員工數約135人。以臺灣文化創意產業發展年報統計資料94年推估文創產業就業人數每人產生之產值約296.9萬/年計算，園區未來每年的經營商產值約達4.01億元。

附註2：嘉義園區自97年起陸續辦理園區相關活動，預計於99年開放

執行計畫	項目	年度	97年度		98年度		99年度		100年度		101年度		102年度		備註
			預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	
5.6 台南 創意	成本 直接成本	經常門	6,000		13,623		11,900		100,000		94,500		65,500		
		資本門	14,407		9,082		27,782		67,000		0		0		
		小計	20,407	0	22,705	0	39,682	0	167,000	0	94,500	0	65,500		

文化 園區	社會成本		0	0	0	0	112,000	112,000	初步估計營運每年廢棄物處理成本及污水處理成本分別約為 1.11 億元及 0.01 億元。總計營運每年將使社會成本增加約為 1.12 億元。				
							10,625	10,625	經營商營運支出				
	合計	20,407	0	22,705	0	39,682	0	167,000	0	217,125	0	188,125	
	效益	直接效益		0	0	0	0	56,000	56,000	本計畫預計營運首年年遊客量為 37 萬人次(即假日平均預估每日 2,000 人次×125 日+平日平均預估每日 500×240 日=37 萬人次)，本縣市及外縣市人次分別占遊客量之 40%及 60%，又以每遊客在本園區內平均消費為 150 元計算，則營運每年直接效益約為 0.56 億元。			
								11,000	11,000	經營商營運收入			
	關聯產業 效益		0	0	0	0	319,000	319,000	包括間接效益、誘發效益及政府收入，以台南園區相關數值推估，每年約產生 3.19 億				
			0	0	0	0	150,000	150,000	推估經營商產值每年 1.5 億，說明如附註。				
		經常門	8,741	19,846	17,336	145,680	137,668	95,420	經常門要用於舉辦園區活動，以研究發展(2.82248)、教育訓練服務(1.1893)及廣告服務(3.3563)各佔 1/3 為主，關連係數為 1.4568				
		資本門	3,083	1,944	5,945	14,338	0	0	資本門主要為硬體修繕，以公共工程為關連係數(1.2140)				
	合計	11,824	21,790	23,281	160,018	673,668	631,420						
淨效益	-8,583	-915	-16,401	-6,982	456,543	443,295	866,957						

附註：由於台南創意文化園區之經營管理模式尚未確定，惟尚可推估其總樓地板面積約在 4,538 坪左右（含現況使用含古蹟約 1,833 坪及推估可拆除辦理 BOT 之樓地板 4,397 坪）。假設 1/2 的空間為展演、展售空間、會議空間等，文創創作辦公使用約為 1/2，也就是約 2,269 坪。以台南地區文創產業員工空間 12 坪/人計算（租金約為台北市 1/3，未來台南創意文化園區將可引進 190 人左右。目前文創產業多為中小企業，在員工結構特性上，負責創意研發設計等員工之比例應高於非創意研發設計者，為保守起見，以創意研發設計等員工佔 50%計，則推計園區內未來從事創意研發設計等員工數約 95 人。以臺灣文化創意產業發展年報統計資料 94 年推估文創產業就業人數每人產生之附加價值約 157.6 萬/年計算，園區未來每年的經營商產值約達 1.5 億元。本園區預計於民國 101 年正式開放。

執行計畫	項目	年度		97 年度		98 年度		99 年度		100 年度		101 年度		102 年度		備註
		預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明	預算	說明			
5.7 打造故宮成為全球文化創意產業應用重鎮	成本	直接成本	經常門	0	0	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000			
			資本門	0	0	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000			
			小計	0	0	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000			
	社會成本															
	合計		0	0	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000				
效益	直接效益	經常門	0	0	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000			預計提升文創產值	
		關聯產業	經常門	0	0	47,118	47,118	47,118	47,118	47,118	47,118	47,118	47,118			經常門支出為辦理文創專業工作營，故關連係數選取以教育訓練及其他專業及技術服務為主，係數為 2.6828
			資本門	0	0	2,568	2,568	2,568	2,568	2,568	2,568	2,568	2,568			資本門以公共工程採購為主，關連係數為 1.2140
		合計			649,686	649,686	649,686	649,686	649,686	649,686	649,686	649,686				
	淨效益			0	0	609,686	609,686	609,686	609,686	609,686	609,686	609,686	609,686			2,438,744