

# 文化部 111 年度施政績效報告

## 壹、前言

文化是國家的根本，人民是文化創造的主體；文化不僅凝聚人民情感，也讓國際社會認識臺灣。本部以守護藝文創作自由與完善支持體系、結合創新與創生傳承文化，以及打造臺灣文化國家隊品牌等三大面向為核心，推動以人為本的文化施政。延續研究、梳理、推展臺灣藝術史，深耕文化「歷史感」；將臺灣與世界整體歷史與發展連結，型塑文化「國際感」；以臺灣文化多元和自由作為「價值感」之核心，厚植品牌實力；在臺灣藝文發展與人才實力的基礎上，與國際接軌並展示，推進跨領域、族群、文化交流，激盪文化「創造力」，以「三感一力」作為施政策略架構，塑造臺灣文化國家隊。

透過 111 年度三大文化施政目標：完善藝文支持體系，落實多元文化理念；深化社造，結合創生傳承與創新文化；打造臺灣文化國家隊品牌，促進國際交流合作。

## 貳、機關年度預算及人力

### 一、近 4 年預、決算趨勢

預決算單位：百萬元

項目	預決算	108	109	110	111
合計	預算	27,597	39,427	30,744	34,618
	決算	26,018	38,575	29,316	33,931
	執行率(%)	94.28	97.84	95.36	98.02
普通基金 (總預算)	預算	19,814	19,488	17,740	17,772
	決算	19,117	19,152	17,409	17,394
	執行率(%)	96.48	98.27	98.13	97.87
普通基金- 前瞻 2 期特別預算 (108 年至 109 年)	預算	7,043	15,437		
	支用數/決算	6,129	15,125		
	執行率(%)	87.02	97.98		
普通基金- 前瞻 3 期特別預算 (110 年至 111 年)	預算			2,762	5,560
	支用數/決算			1,934	5,531
	執行率(%)			70.02	99.47
普通基金- 嚴重特殊傳染性肺 炎防治及紓困振興 特別預算(109 年至 112 年 6 月)	預算		3,786	9,444	10,479
	支用數		3,624	9,257	10,209
	執行率(%)		95.72	98.02	97.43
特種基金	預算	740	716	798	807

	決算	772	674	716	797
	執行率(%)	104.32	94.11	89.73	98.76

備註：

一、有關上表稱基金者，係依預算法第 4 條規定，謂已定用途而已收入或尚未收入之現金或其他財產。基金分下列二類：(一)普通基金：歲入之供一般用途者，為普通基金。(二)特種基金：歲入之供特殊用途者，為特種基金。

\*本施政績效係就普通基金部分評估，特種基金不納入評估。

二、有關上表特別預算執行部分，其收支跨越二個會計年度(含)以上者，分年係以截至當年度支用數(含實現數、預付數)填列，收支期滿辦理決算後，係以決算數(含實現數、保留數)填列。

(一)前瞻 2 期特別預算部分，108 年係當年度支用數，109 年係決算數(108 年至 109 年)。

(二)前瞻 3 期特別預算部分，110 年係當年度支用數，111 年係決算數(110 年至 111 年)。

(三)嚴重特殊傳染性肺炎防治及紓困振興特別預算執行期尚未期滿，各年係截至當年度止之支用數。

## 二、預、決算趨勢說明

(一) 111 年度本部主管預算數 177 億 7,210 萬元，決算數 173 億 9,376 萬元，執行率約 97.87%，較 110 年度執行率 98.13%，減少 0.26%。

(二) 中央政府前瞻基礎建設計畫第 3 期特別預算本部主管預算數 55 億 6,010 萬元，執行期程 110 年至 111 年，決算數為 55 億 3,064 萬元，執行率約 99.47%。

(三) 中央政府嚴重特殊傳染性肺炎防治及紓困振興特別預算本部主管預算數 104 億 7,905 萬元，執行期程 109 年 1 月 15 日至 112 年 6 月，截至 111 年底止累計支用數為 102 億 941 萬元，執行率約 97.43%。

(四) 111 年度國立文化機構作業基金業務總支出預算數 8 億 692 萬元，決算數 7 億 9,687 萬元，執行率 98.76%，主要係原為應「國立國父紀念館跨域增值計畫」大會堂施工休館期間，規劃租用臨時辦公室處所，經重新評估改採該館園區內自建臨時辦公室，以及人員異動未及進用所致；又 111 年度預算執行率較 110 年度執行率 89.73%，增加 9.03%。

## 三、機關實際員額

年度	108	109	110	111
人事費占決算比例(%)	8.38%	8.52%	9.51%	9.67
人事費(單位：千元)	1,602,257	1,632,004	1,655,035	1,682,798
合計	1,706	1,717	1,691	1685
職員	1,107	1,125	1,109	1113
約聘僱人員	411	417	421	425
警員	40	35	30	27
技工工友	148	140	131	120

\*警員包括警察、法警及駐警；技工工友包括駕駛；約聘僱人員包括駐外僱員。

## 參、年度施政目標及策略與重要計畫辦理成果

### 一、完善藝文支持體系，落實多元文化理念

#### (一) 建構文化創新生態系支持系統

1. 打造空總臺灣當代文化實驗場，以「結合科技藝術與文化創新的多功能旗艦基地」為整體定位，以科技、影像、藝術交流驅動創作體驗，支持藝術與文化創新從創作、實驗、展演映乃至產業開發之擴散，孵育內容產製生態系。

(1) 持續推動包括科技藝術媒體等跨域實驗平臺，支持前端創作來回修正試錯之過程及後端創新商業模式與經營管理，並與國際連結協作，共創跨域藝術未來發展路徑：

a. 以 CREATORS 計畫關注「從發想到行動（由 0 到 1）」的生產實踐過程，透過公開徵件遴選，提供空間進駐、經費補助、各式軟硬體支持及觀察陪伴機制等支持系統，扶植各種文化研究、創作、展演及行動，至 111 年底已徵選並培力累積 84 組創作者。

b. 持續與海外專業機構聯合推動跨界合作計畫，111 年國際連結主要包含聲響藝術節延續與 IRCAM 合作基礎，深化臺法雙邊展演節目共製與協作；與雪梨歌劇院合作「返回：第二章」計畫，合創四組臺澳藝術家的錄像作品於在雪梨歌劇院 OTT 平台展出，另刻與澳洲「關鍵路徑」（Critical Path）合作三年科技表演共製。

(2) 整合園區內各實驗平臺、4DView 運用空間、聲響實驗室、設備空間等作為支持系統，將以動畫產業為先期對象，建構臺灣科技媒體跨域藝術與文創產業人才培育基地：

於 111 年 7 月 9 日於空總完工啟用臺灣動畫創作者基地，提供進駐業者優惠雲端高速運算服務、人才培育教育訓練課程、法律及財務諮詢顧問與產業媒合等協助，藉由完善的軟硬體支持及進駐業者間的群聚加乘，期望實現產業轉型目標。第一階段共已徵選並進駐 8 家業者，第二階段將於 112 年 1 月公告徵選。

(3) 催生新型態文化機構對國內外創作者及公眾開放，鼓勵各項實驗計畫的生成與展現，開拓跨域藝術與文創產業進入社會與城市生活入口，於首都核心區域以文化創新帶動社會創新：

空總臺灣當代文化實驗場持續辦理包含跨機構合作展覽、玩聚場夏日藝術節、年度主題展等展演映活動，同步推動形式多元且活潑的公眾推廣節目，111 年以「精神跑道—空總夏藝站」為主題舉辦系列藝術活動，囊括戶外公共藝術互動展、馬戲創新演出、親子劇場表演、音樂綠洲、古蹟導覽、主題市集、兒童創意工作坊等節目，強調文化實驗與大眾推廣兼容並進的多元精神，累計至 111 年底共舉辦 2,049 場活動表演、入園人次超過 110.6 萬人次。

a. 啟動魚鱗計畫 2.0 及進行蠶絲計畫初探，運用在地材料及科技方法重新找

出未來在地材料應用之路，探索用工藝介入循環經濟或創新應用，110 年完成以魚鱗材料開發成 3D 列印材料，列印條件樣本 15 組及轉應用至生活產品研創 3 件，使我國在此議題上創新領先。另蒐集前人研究成果，初步運用蠶絲開發玻璃膠合應用產品及高韌性的蠶絲紙，目前尚屬嘗試階段。魚鱗計畫推動循環經濟，讓廢棄物轉換成生活用品並結合當代科技生產方法；蠶絲計畫重新找回在地資源的可貴性。

b. 與林務局合作推動國產材計畫，重新了解國產材特質及美感應用，含家具創作、空間運用及結合在地資源的教育活動，使人和森林重新在新時代建立新關係。

2. 依據「文化部提升表演藝術倉儲環境補助計畫作業要點」，協助並鼓勵表演藝術團體或組織改善並提升道具服裝倉儲環境：

- (1) 賡續推辦「文化部提升表演藝術倉儲環境補助計畫作業要點」，111 年計補助 10 個表演藝術團隊及 1 個試辦範例。獲補表演團隊含大中小各級團隊如南風劇團、偶偶偶劇團、明華園戲劇團等。其中紙風車文教基金會經營試辦範例，經由公開徵選，提供空間予動見體劇團、飛人集社劇團與四把椅子劇團等 7 個中小型團隊進駐為倉儲運用。
- (2) 另為提高補助效益並協助更多團隊，111 年 10 月修正要點，擴大受理補助對象，表演藝術團體、組織、倉儲事業、直轄市及縣市政府皆可申請，並簡化如提供之公證文件等措施。

3. 透過文化創研支持、展演映活動擴散、空間開放運用以及國際交流鏈結，完善支持體系：

- (1) 空總臺灣當代文化實驗場 111 年度持續以實驗基地、產業培力中心、文化平臺及國際機構結盟等四大主軸策略推動科技媒體跨域藝術的發展，辦理 CREATORS 創作/研發/進駐支持計畫、支持青年創作、型塑 C-LAB 國際品牌形象，強化國內外科技及文化資源媒合，扶植實驗性、跨領域、虛實整合的未來媒體創作。
- (2) 建構產業培力中心，111 年以動畫產業為主要對象，以創新產業聚落創造群聚效應，建構跨域藝術與文化創新「0→1 前端孵育」及「1→∞ 內容產製傳播」生態鏈，支持藝術與文化創新、實驗、展演映乃至產業開發之擴散，同時持續促進市民文化藝術之近用，並逐步釋出大型開放空間，成為新興城市文化休閒場域。

4. 扶植青年藝術發展與工藝設計發展，提供青年藝術創作與工藝設計舞臺，透過補助機制支持，輔導新銳人才：

- (1) 為協力青年藝術發展，111 年賡續辦理「扶植青年藝術發展補助計畫」，補助青年發展國內相關計畫，以開拓青年參與藝術文化，培育未來新銳藝術人才，

建構藝文創作自由的支持體系。

- (2) 本計畫針對已成年至 40 歲之我國青年或相關藝文團隊提供補助，以視覺藝術、表演藝術或跨領域藝術為主軸，支持包含創作展演、田調、劇本創作發表與競賽、平台推廣、工作坊、實驗計畫、人才培育、職涯方案計畫等各類型計畫，協助青年藝術創作者，讓青年世代的藝術創作與夢想得以實現。
- (3) 111 年度核定補助總計 95 案，包含個人 69 件，團體 26 件，支持國內青年藝術創作者職涯第一哩路的發展。
- (4) 由國家工藝中心辦理之「第五屆青年陶藝獎雙年展」徵選，入選作者計 22 位、88 件作品，於 111 年 1 月 11 日辦理頒獎典禮與線上展覽。
- (5) 111 年度行政院中央大樓藝廊工藝品展覽以「生命力」為主題，分上下兩檔次展出，邀請 18 位青年工藝家共展出 20 組作品。
- (6) 補助 22 人次青壯年工藝家參加各類國際工藝競賽作品運費與參訪旅費，其中陶藝家余成忠及唐禹婷分別獲得西班牙「L'Alcora 第 41 屆國際陶藝競賽」首獎及二獎。
- (7) 完成「臺灣工藝競賽徵選作業要點」全案修正，於 111 年 12 月 7 日以藝北設字第 11130019782 號令修正發布「臺灣工藝獎徵選作業要點」，以創作獎為核心，增加一等獎之獎金，並增設協作獎項，擴大獎掖範疇，以更宏觀更全面性角度獎勵與肯定工藝領域及扶持工藝人才的協力者。

5. 落實文化科技跨域人才培育機制，增進文化內容與創新科技之對接，豐富民眾對於數位藝文活動、科技與人協創工藝之體驗：

- (1) 鼓勵文化場館、藝術團體、大專院校與資訊科技（IT）、操作科技（OT）、通訊科技（CT）等廠商跨領域對話與聯結，促進產官學合作，並運用 5G 技術豐富文化展演之傳播能量與方式，創造文化科技場域營運新模式。111 年已連結 41 個單位（包含產業 22 家、政府單位 1 個、公立場館 4 個、中介組織 3 個、學界 4 家、其他領域 7 個），已開發具 5G 技術之作品 18 案。
- (2) 為鼓勵科技藝術創作，「文化部科技藝術創作發展補助作業要點」徵集以藝術為核心之臺灣原創科技藝術計畫，111 年度共補助 9 個團隊，包含狼劇場、安娜琪舞蹈劇場、稻草人現代舞團、超維度互動股份有限公司、陳又工作室、在地實驗媒體劇場及莎妹工作室等，運用 VR、AR、即時動作捕捉及燈光雷射等新媒體技術，詮釋藝術內涵，使民眾體驗各項技術融合藝術創作成果，作品陸續入選第 79 屆威尼斯國際影展市場展的沉浸內容單元、受邀赴奧地利林茲電子藝術節等。
- (3) 辦理「來自未來的朋友—第三自然的纖維材料庫」：
  1. 線上展出包括材料庫、展覽及 3D 展場影像、44 組件作品介紹、12 位國際交流訪談影像紀錄等，完整呈現纖維材料的各種可能性。
  2. 實體展計展出 44 組件作品，2,573 人次參觀，採線上 360 度環景實境及實體展

出、座談會等。

(4) 「Re'ramic 陶藝跨域增值製造計畫」：

1. 瓷廢料回收再利用於 3D 列印成型，產出陶廢列印成型穩定因子試驗報告書 1 份。
2. 陶廢循環設計應用與推廣計畫開辦 8 場設計講習，產出 16 組件陶廢創作成品。
3. 陶廢循環議題推廣活動 3 場次(臺中演武場、臺中富興工廠、鶯歌陶博館辦理)，觸及 61 人；出版陶廢議題電子出版品《陶廢重生：綠工藝的思考與解方》1 冊。

(5) 「111 年工藝材質自造計畫」：與國立陽明交通大學(廢棄魚鱗材料在數位製造 3D 材料穩定試驗)、雲林科技大學(蠶絲材料試驗再修補)、朝陽科技大學(瓷漿 3D 列印工藝產業深化產業對接)等學術單位，進行產學協作探勘試驗材料在工藝運用穩定性及設計試樣作品開發。

(6) 依據「博物館智慧升級示範計畫」，辦理工藝沉浸式體驗內容計畫，透過工藝品材質特色引導數位互動體驗環境，賦予典藏品新包裝及生命，經由數位互動展示與體驗，導引民眾認識並感受藝術，傳遞美學知能，豐富觀眾參展經驗。

(7) 國家兩廳院辦理「慕名而來」活動與經典幾米音樂劇《向左走向右走》心電感應版合作，帶領觀眾近距離從不同視角觀看舞台樣貌，更進一步解說與示範本節目如何運用 5G 串連起數位科技應用與劇場展演，帶領觀眾解密劇場工作內容。

6. 整合文化內容與科技應用模式，促成跨領域合作與交流，完備文化資料的開放推廣與近用，推動文化場域數位轉型：

- (1) 文化部所屬博物館積極引入科技結合博物館治理，改變博物館詮釋與溝通形式，以提升觀眾的參觀經驗及博物館專業功能之效率，包括建置虛擬博物館及線上展覽，創造沉浸式展示及多元科技創新服務(如 3D 動畫、AR 擴增實境遊戲、VR 虛擬擴增展示等)，突破過往以經營博物館實體觀眾為主，開拓虛擬觀眾，注重線上體驗。如國立歷史博物館製作「酷獸奇航」VR 沉浸式動畫影片，透過科技沉浸式體驗讓觀眾認識文物，並獲 ICOM-AVICOM(國際博物館協會國際視聽新科技委員會)擴增與虛擬實境類別銅質獎。國立臺灣博物館推出「智慧觀臺博 APP」，以 3D 建模定位與擴增實境(AR)技術於 APP 提供觀眾智慧導覽。國立臺灣史前文化博物館開發「塵封的敘事詩」實境解謎遊戲，以多元科技感官體驗推廣考古教育。國立臺灣歷史博物館製作「Paliljaw 1874」影片，以 VR 虛擬實境展示恆春半島牡丹社事件歷史。

- (2) 推動「5G 文化科技創新應用內容開發與營運擴計畫」，完成 5G 展演節目《向左走向右走》，運用多人同步的光學動作捕捉、高度擬真的虛擬分身、多重疊加的 AR 即時合成及 3D 化虛實整合影像舞台空間等技術完成節目展演作品。推動各種衍生內容服務創新應用，包含 5G 應用劇院展演服務系統服務、第二現

場體驗服務試營運、AR 字幕眼鏡服務試營運、運用 5G 傳輸進行動態捕捉及 AR 即時合成應用製作新型態節目展演作品。

- (3) 推動「文化內容流通利用相關機制推動計畫」，建置文化內容流通服務網(Copyright Hub)平台維運管理措施及優化服務功能，111 年完成音樂與漫畫產業之文化內容平台/業者導入工作，利用系統工具協助規劃機制流程之線上作業，提升公私平台串接及更新資訊之使用效率。
- (4) 推動「文化數據智能分析與決策輔助計畫」，針對 10 個示範驗證場域，包含國立臺灣美術館、國立臺灣歷史博物館、國立臺灣史前文化博物館、臺北市立美術館、高雄市立美術館、宜蘭縣立蘭陽博物館等，透過電信信令相關資訊向度指標的設計，從總體層次與個體層次，針對場館相關活動人流輪廓進行觀察，協助場館以多元角度瞭解其客群特性，並於最後提出相關決策建議，包含應對疫後行銷與策展，以及應對觀眾族群之行銷與策展。

## (二) 國家級藝文設施升級與轉型

1. 推動臺灣文學館臺北場館營運計畫，活化為當代文學場域；執行「國立臺灣文學館臺北分館跨域文學藝術發展計畫」，拓展文學轉譯及文學資源共享平臺等展演機能與空間：

臺灣文學館臺北場館(包含臺灣文學基地 7 棟歷史建築，及整修中之原糧食局倉庫 2 棟歷史建築)，以多元不設限的展演開展文學新視野。111 年推出 2 檔跨域文學展：「漫遊城市的獵人們」、「浪花臺流—文學改編影視特展」，分別為文學與漫畫、影視、電影界的轉譯想像。並邀請跨領域的深耕者對談，辦理展覽系列講座與工作坊，讓民眾感受文學無所不在的感染力。執行作家駐村計畫，公開徵求創作者進駐臺文基，在獨棟日式宿舍裡創作，每周末與讀者公開見面會，在在為文學作品帶來新的刺激。此外，為分齡分眾推廣文學，每周六推出「繪本好時光」親子故事活動；並配合國家語言發展政策，每月推出「母語說故事」，多元語種讓文學成為傳遞文化不滅的火種。

臺文基自 110 年全區開放以來，戮力維持歷史建築風貌與景觀，以專業的文學活動豐富臺文基的文化底蘊，111 年並獲臺北市「2022 台北老屋新生大獎—評審團特別獎」的肯定，彰顯文化資產昔日紋理與創新作為共存的價值。111 年臺灣文學基地共辦理 147 檔活動、參觀人數計 111,500 人。

2. 建置攝影文化中心，串連周圍相關文化資產設施與都市空間，以傳承與再現在地歷史與人民記憶，呈現臺灣攝影及影像藝術的底蘊與風貌，建立臺灣攝影的文化脈絡和藝術價值：

- (1) 國家攝影文化中心臺北館 111 年度參觀人數累積 27,179 人次，定時導覽與團體導覽共計服務 1,193 人次。

- (2) 111 年辦理 6 檔臺灣主題展，包含：「凝光：2022 臺灣攝影家百歲紀念展」、「婉風流轉時：影像靈光與文學的跨域閱讀」、「鏡像•映像：80 後的當代影像藝術」展覽、「覆寫真實—臺灣當代攝影中的檔案與認同」、「造影：當代虛擬敘事學」、「111 年全國美術展攝影類得獎作品」。1 檔國外主題展，「揭幕：尋探立陶宛攝影中的認同」；4 檔線上展覽。
- (3) 持續進行臺灣攝影家作品典藏、購藏及捐贈等工作，入藏作品共計 415 件、數位化 3,483 件、作品詮釋資料撰寫 645 則、藏品整飭 2,205 件；出版展覽專輯共 5 冊。教育推廣活動部分，講座、專家導覽等共 54 場次、參與人次共計 2,630 人、線上合計 29,628 人次。另辦理「攝影保存專題分享會—『探究文物紫外線攝影的安全曝光總強度』」1 場次，並與南藝大、國內博物館等，辦理「國家攝影文化中心典藏庫房參訪交流 2 場次。
3. 執行「國立歷史博物館升級發展計畫」，優化及重整展場、典藏空間及其周邊相關文化資產設施，再造臺灣文化新亮點：  
國立歷史博物館針對史博館的館舍空間、服務機能、營運管理等制定軟硬體全面性提升之規劃，辦理「史博館修復及再利用」、「興建文物典藏庫房」及「臺銀宿舍群修復及再利用」等分項計畫，已通過史博館修復及再利用計畫之文資審議，並順利推動史博館修復及再利用第一期工程竣工驗收及第二期工程發包。
4. 持續推動臺灣博物館系統升級計畫，優化展示服務機能：  
完成執行古生物館「古生物大展」展示更新、優化戶外夜間照明，及更新南門館「南門童話」展區為「有物教研室」開放式庫房展區；策辦「臺灣林業鐵道特展」、「異論現代：銘刻時間」2 檔特展，推動籌備成立臺灣建築文化中心之書圖徵集及數位化作業，優化展示服務機能，同時提升臺灣博物館系統館舍營運能量。
5. 推動國家兒童未來館興建計畫，營造兒童體驗、數位藝術空間，提供多元文化、學習體驗及親子互動共學之場域：  
文化部於 111 年 4 月正式成立籌備處，持續推動國家兒童未來館興建計畫，並由行政院邀集相關部會成立專案小組，進行橫向溝通與協調。場館主體工程部分，委託內政部營建署協助專業代辦，軟體(展示)及專業設備配合營建工程進度滾動檢討，由籌備處持續深化與審慎評估，以應未來科技發展情勢。  
為打造首座國家級兒童專屬場館，委託專業團隊完成先期規劃，已提出本計畫定位、使命與願景，完成國內、外場館案例分析、展示主題調查、專家學者訪談等工作，並以此基礎提出初步規劃，擬定後續行動策略、周延彈性營運方案，且已依據先期規劃成果、相關機關意見、歷次會議結論完成計畫內容調修及整體經費需求檢討，於 111 年 11 月 18 日將修正計畫函報行政院核定。



此外，為了解兒童、家長、照顧者等團體之偏好及需求，文化部委託專業團隊調查，辦理專家學者諮詢訪談、5場座談會、完成1,080份量化問卷回收及分析等，完成兒童參與機制方案，提出各階段兒童參與機制的建議，將持續蒐集並統整相關意見，在國家級場館建設導入兒童參與。

### (三) 保障多元文化及促進多樣性發展

#### 1. 落實文化平權：

##### (1) 積極改善目前各固有族群及臺灣手語之語言傳承危機，並保障使用者之教育資源、傳播體系與公共服務之權利，創造國家語言之友善環境，促進多元語言文化傳承及發展：

- a. 行政院於111年7月15日核定本部與原民會、客委會、教育部共同研提之「國家語言整體發展方案(111-115年)」，5年投入321億經費支持面臨傳承危機國家語言之復振與發展，內容從「靜態」、「動態」兩大方向規劃七大執行策略，由相關部會推動保障使用者之教育資源、傳播體系與公共服務權利、語言生活化推廣、語言保存等復振工作。
- b. 本部依國家語言發展法第8條規定，首次提出「國家語言發展報告」，並於111年8月22日奉行政院核定，其內容著重面臨傳承危機國家語言種類/名稱及活力分析、國家語言業務推動情形，及復振措施建議等，屬我國國家語言使用現況之基礎調查，可作為政府機關推動國家語言政策之方向。
- c. 於111年2月18日至20日辦理國家語言文化生活節，共辦理10場文化活動及語言市集，透過生活化活動及宣傳影片，鼓勵民眾將母語融入生活自然使用。
- d. 結合所屬館所及獎勵民間單位推動國家語言相關走讀計畫及閱讀推廣活動，共計辦理150場次以上。
- e. 持續辦理國家語言友善環境、創作應用、文學推廣、數位出版等補助計畫，以打造語言友善環境，增進面臨傳承危機國家語言學習管道及使用機會，111年共核定補助60案，類型包括導覽服務、繪本、動畫、影片、podcast、小說集、講座等。

##### (2) 研議降低民眾參與文化活動之各種限制，落實文化近用：

- a. 為推動、保障公眾平等之文化參與及文化近用權，且確保國人不因特定身分、社會性/別、身心狀況、年齡、地域、族群及其他條件等原因產生差異，本部特訂定「文化部推廣文化平權補助作業要點」。111年共補助10案。
- b. 持續辦理文化部各附屬機關(構)友善平權特色化推動計畫，鼓勵各館所依據自身發展特色，擇定不同近用對象，規劃主題式優化、創新方案或措施，以弭平文化參與落差，達到友善平權目的。
- c. 上述友善平權特色化推動計畫111年度共計國立臺灣歷史博物館、國立傳

統藝術中心、國立臺南生活美學館、國立臺灣史前文化博物館等 4 館所，籌辦夏令營、座談會、推廣音樂會、展覽策辦及手語導覽等多元豐富之活動型態，除一般社會大眾，更普及國內身心障礙者、新住民、兒少等不同族群需求。

(3) 持續補助「公視台語台」，製播多元類型之優質臺語節目：

本部自 108 年起補助公視進行公視台語台之建置、節目製作、行銷推廣及人才培育，補助華視公司協助台語頻道之節目製播，111 年完成節目時數 2,311 小時，並著重行銷宣傳，善用社群平台，以增進與觀眾互動及收視節目之時數與人次。

2. 強化中介組織能量：

(1) 透過行政法人「文化內容策進院」，完備專業支援體系，建立資源整合、跨域合作之共同平臺，促進文化內容之應用及產業化，以形塑國家文化品牌，拓展海外商機並加速國際布局，建構我國文化話語權：

文化內容策進院以中介組織之專業治理，整合政府與民間資源力量，共同推動臺灣文化內容產業的進步。在產製、資金、通路、品牌、拓展國際市場等面向推動包括影視、流行音樂、出版、動畫、遊戲、漫畫、時尚設計、藝術產業、未來內容體驗經濟等文化內容產業整體發展。在三大目標「完善文化內容產業資金生態系」、「全球業務拓展及產銷並重」、「推動關鍵基礎建設」，持續多面向策進產業進步，111 年成果如下：

a. 完善文化內容產業資金生態系：

1. 推動文化內容投資計畫，捲動民間資金挹注，111 年度執行國發基金 7.22 億元投資，投資金額再創新高，帶動民間投資及周邊效益 10.21 億元，合計達 17.43 億元投資規模。
2. 擴大融資申請對象負責人為外國人之適用範圍與放寬貸款用途之限制，提供更具彈性之融資支持措施，111 年度「支持文化創意產業貸款利息補貼」及「加強文化創意產業升級轉型貸款」，共計促成 3.2 億元之融資規模。
3. 為加速內容開發提升產能，111 年度「內容開發專案」及「國際合作投資專案計畫」支持案件量已逾 280 案，支持作品獲選 111 年金鐘獎、金馬獎及威尼斯影展「威尼斯日」競賽單元等肯定。

b. 全球業務拓展及產銷並重：111 年度參與國際指標性市場展會計 17 個，逾 2,300 場商務洽談會議，推展超過 2,300 件臺灣影視、出版、圖像、未來內容等各式文化內容作品，促進國際版權銷售及跨國合作機會。

c. 持續推動產業化：

1. 擴大文化科技跨域共創，推動原型開發、製作及沉浸式國際合資合製方

案，111 年度支持案件數逾 30 案。另於國際展會組織如威尼斯影展、林茲電子藝術節合作，合辦臺灣專場，促成臺灣未來內容產業國際發展。

2. 推動「文策學院」，培育具國際競爭力產業關鍵人才，包含與美國電影協會 MPA、法國 EAVE、法國 La Fémis、日本角川等單位合作，111 年已開設 138 場次課程，線上及實體課程累計已逾 6,319 人次。

(2) 透過行政法人「國家電影及視聽文化中心」，強化電影、電視、廣播及其他視聽資料，典藏、修復、保存影視聽文化資產等功能，並建構完整的臺灣影視史詮釋體系，發揮文化扎根、文化擴散的功能：

- a. 本部為落實我國文化資產典藏政策，並確保國家電影及視聽文化中心永續經營及發展，爰推動將財團法人「國家電影中心」轉型為行政法人「國家電影及視聽文化中心」，於 109 年 5 月完成法制化作業，以利電影、電視及廣播等各項視聽文化資產完整典藏研究修復推廣、實現資產公共化任務。
- b. 本部並持續協助影視聽中心進駐新莊場館，於 111 年 1 月 7 日正式開館，該中心亦規劃「豐富典藏、提升技術、深化研究、多元推廣、教育扎根、多方交流」六大營運方向，期結合場館打造我國電影、電視及廣播等文化研究、教育、推廣與再利用之重要樞紐，透過授權應用協助提升多元性及產製，111 年度達成 60 部以上膠卷素材高階數位化、10 部電影數位修復，另積極對外進行我國電影、電視及廣播文化傳播，型塑國家文化品牌價值。
- c. 為完善影視聽中心場館設施，本部再推動其 2 期場館之籌建，業研提公共建設設計畫報奉行政院核定，將啟動國內首座影視博物館及專業典藏庫之規劃及建置作業，打造我國電影、電視及廣播文化資料典藏、修復、研究、交流及推廣示範基地。

(四) 完備文化治理法規體系

1. 落實文化基本法，調和各項文化政策及預算，推動文化發展基金籌設，積極落實多元文化及多樣性發展：

- a. 本部於 111 年 1 月 25 日陳報行政院「文化發展基金設置計畫書」，經行政院 111 年 6 月 10 日核復同意文化發展基金循 112 年度預算程序設立；行政院於 111 年 12 月 28 日訂定發布「文化發展基金收支保管及運用辦法」，文化發展基金將自 112 年度啟動運作。
- b. 基金成立初期核心業務將以辦理公共藝術相關計畫，以及購藏傳統工藝、美術等作品為主，以支持臺灣藝術家。同時為尋求基金穩定適足財源，於 111 年 10 月 7 日將文化基本法第 24 條修正案報院，明訂基金財源。

2. 為因應傳播產業發展脈動，推動研修「公共電視法」，擘劃公共媒體未來發展藍圖，為健全我國公共媒體環境，以前瞻思維建構具公共性、產業性及國際性的公共媒體體系，擴大公共服務範圍，製播符合多元社會發展的優質內容，促

進文化多樣性，落實文化平權；產業性部分，將藉由公共媒體分享資源、技術及經驗，協助本國內容產業發展，提升整體製播環境：

為務實解決公視基金會董、監事選任不易問題，本部已研提《公共電視法》部分條文修正案，修正現行董事人數及董、監事選任門檻，同時為使公視基金會能夠在媒體角色上扮演更積極之正向指標，承擔更多的公共責任，也將多元族群服務及國際傳播服務納入其業務範圍。前述修正草案已提送行政院，俟行政院院會通過後，即送請立法院審議，以提供公視基金會合理經營環境。

3. 配合文化藝術獎助及促進條例修法完竣，增修授權子法與推動相關行政措施，落實扶持文化藝術工作者及事業，促進文化藝術永續發展之立法意旨：

- a. 為落實文化藝術獎助及促進條例權益保障專章規定，本部於 111 年 3 月 21 日發布「文化藝術事業應遵守之勞動法規指引」、「文化藝術工作者承攬暨委任契約之指導原則」。
- b. 因應上開契約指導原則之內容，本部補助及委託專業協會組織，針對影視製作、編劇、流行音樂及專業技術、表演藝術類、視覺藝術類、文化資產傳統匠師類等，共計研修 48 種契約範本，已於 111 年 10 月 4 日本部官網公告；另於 12 月就「出版」類型藝文工作者所需，一併提供經濟部智慧財產局文創產業著作權契約範本，提供藝文工作者參用。

4. 檢討研修文化資產保存法令，健全文化資產保存法制體系，推廣文化資產保存法制教育訓練、增進行政人員專業知能，並持續朝「促進公民參與」、「增加保存誘因」、「強化保存作為」為目標，藉由公、私協力，共同守護我國珍貴文化資產：

- (1) 為擴大公民參與及提升文資審議專業，強化文資保存工作，本部持續檢討修訂文化資產法令，於 111 年修正「文化資產保存法施行細則」、「原住民族文化資產處理辦法」、「古蹟管理維護辦法」、「古蹟歷史建築紀念建築及聚落建築群修復或再利用採購辦法」、「考古遺址指定及廢止審查辦法」等法規命令；修正「文化部文化資產局文化資產保存修復及管理維護補助作業要點」等 4 案行政規則。此外，本部文化資產局亦於 111 年 9 月出版「文化資產審議實務參考手冊」，並提供直轄市及縣市政府與文資管理機關(構)業務同仁參考，以增進文化資產知識與審議作業程序公正性、專業性。
- (2) 為使古蹟修復從業人員之專業技術品質得以確保，保存維護工作得以永續傳承，辦理「古蹟修復工程工地負責人培訓班」(北區)、(南區)及(澎湖)培訓計畫，總計培訓 122 人，其中培訓合格取得證書者共計 43 人(未含澎湖區)。
- (3) 舉辦 9 場「古蹟管理維護人員教育訓練(基礎訓練)」，總計培訓 378 人。
- (4) 為建構更完善「聚落建築群」、「史蹟」及「文化景觀」法令機制，辦理 2

場次法令工作坊。

- (5) 辦理「阿里山林業暨鐵道重要文化景觀文化保存與文化路徑」研習活動計 3 場次(共 75 人次)，期能透過不同研習方式，以建立重要文化景觀的保存、管理維護觀念。

#### (五) 建構文化治理協力機制

##### 1. 召開行政院文化會報，協調整合跨部會文化資源，提升行政部門間之文化意識，以促進跨部會合作及整體施政文化：

- (1) 行政院文化會報第 3 屆委員任期自 110 年 5 月 20 日至 112 年 5 月 19 日止。111 年 5 月 18 日召開行政院文化會報第 6 次會議，就「本土語言推動的策略與作法」及「傳統表演藝術的現況與發展策略」等 2 案進行報告。
- (2) 行政院文化會報跨部會專案規劃，主要係請各部會研擬跨部會合作計畫，由本部分攤計畫經費協力完成。111 年計分攤內政部、外交部、教育部、法務部、經濟部、客家委員會、國家發展委員會、僑務委員會、海洋委員會、原住民族委員會等部會，辦理 12 項跨部會文化施政計畫，分攤經費合計 1,608 萬元(其中 200 萬元由本部文化資產局分攤)。主要辦理內容如：與內政部合作「強化文化資產及古蹟防災管理及搶救應變計畫」，該計畫已辦理 4 年，對本部推動文資防災業務具重要性；與教育部合作「推動國民中小學辦理美感體驗教育計畫」，有助培養學生接觸美感場域，增進生活美感經驗；與外交部合作透過展出高品質及多樣性之臺灣藝術品，增加我國在美國、雪梨能見度，行銷臺灣文化軟實力；與原住民族委員會合作辦理「原住民族文化人才培力計畫」，厚植在地文化資源，推動部落營造與文化發展等。

##### 2. 輔導地方政府及民間團體辦理文化論壇，廣納及匯集各界意見，研議文化發展事務：

- (1) 為落實《文化基本法》第 22 條第 3 項規定，本部 111 年持續補助直轄市、縣(市)政府發展人民參與文化政策之常設性機制，舉辦地方文化發展會議，研擬地方文化發展計畫；同時鼓勵民間團體以審議民主精神，辦理文化論壇，凝聚朝野對未來整體文化政策共識。
- (2) 111 年補助地方政府及民間團體辦理文化論壇，共計受理 38 件申請案，核定補助 17 案(其中地方政府 5 案—新竹縣、彰化縣、嘉義市、花蓮縣、宜蘭縣)補助金額總計 1,440 萬元。

##### 3. 引導各級政府建立以行政區為單位之文化保存整體計畫，使文化保存更能連結在地生活，各級政府也能就爭議個案進行意見交流與協調：

- (1) 為有效落實中央與地方之協力機制，本部文化資產局賡續規劃辦理「全國第九次文化資產機關主管會報」，因疫情影響以視訊會議形式於 111 年 8 月 26 日舉行，參加對象以各直轄市、縣市政府文化局(處)文化資產科科長

以上、各縣市文化資產專責機構主管及本局科長級以上人員。藉此交流平台宣導文資重要政策及法規，並請各縣市政府提案，探討各類文資所遭遇之實務困難，以協助地方政府積極保存文化資產。

- (2) 輔導地方政府成立文化資產專責機構：本部已輔導臺中市、臺南市及屏東縣成立文化資產專責機構，111 年續補助新竹市辦理文資專責機構籌備計畫。透過專責機構之成立得進行重新工作編組與業務整合，爭取新增人員及專業人力，以改善長久以來各地方政府文化資產執行人力不足之困境。

## 二、結合創生傳承與創新文化，深化社造與文化資產保存

### (一)發展在地知識及賦權青年協力參與：

1.因應區域發展及高齡社會等問題，鼓勵青年透過社造行動，整合外部資源，形成跨世代協力的支持系統，傳承文化經驗，透過不同世代的共同參與及協力，讓社區在傳承中迎接創新，保持包容性與開放性，如培力青年以社會設計思維帶動公共服務創新，運用過往文史調查成果深化在地特色，打造社區品牌，或結合科技有效運用社區資源等：

- a. 為因應區域發展、人口結構老化、促進青年世代參與，本部透過社造經費補助，支持縣市政府因應在地特色，落實跨世代協力支持。例如臺中市政府文化局透過社造點計畫徵選，以及各區公所補助青年推動社造，共補助 17 個青年運用在地社區資源，同時邀請不同世代、族群共同參與活動與其成果；青年提案的類型面向廣泛，含在地推廣、在地關懷、虛擬城鎮、桌遊製作、耆老訪談及回收物再利用等等，展現出新世代的不同觀點。
- b. 另本部為促進青年結合退休黃金人口協力投入社區公共事務，透過活化社區組織經營，亦訂定「文化部社造多元協力跨域共創補助作業要點」，111 年度針對該要點核定之 26 件，辦理訪視輔導 26 場、培力課程 12 場及 6 場次區域型輔導會議。總計 111 年已辦理訪談活動、工作坊、文史推廣等活動 499 場次，捲動周邊 220 個團體、社群共同參與，參與人次達 27,908 人次。如補助雲林縣虎尾鎮建國眷村再造協會辦理「號召虎尾眷村新駐民-青銀再創地方文化平台計畫」，以虎尾眷村為據點，與雲科大文資系合作，共產出 12 個行銷構想，含開發科技文化路徑導覽，同時號召年輕人投入眷味餐車，傳承眷菜。另外特辦理漫畫大賽，進行眷村插圖教材開發等，活化在地知識。
- c. 本部亦持續辦理「文化部青年村落文化行動計畫」，經由徵選 39 案獲獎者，實踐具實驗性之社區或社群改善公共議題公民行動，透過媒合業師訪視輔導，協助引介資源及提升效益，並辦理至少 4 場青年交流活動，111 年獲

獎計畫已辦理主題課程、工作坊、體驗活動及線上線下成果發表等 410 場次及 211,150 參與人次(含線上活動)，例如台中烏日青年執行「循水跡說故事-烏青回家了計畫」推廣文化知識，增加大眾對在地文化的認識與傳承、澎湖青年執行「小島上的『漁師養成所』創新事業計畫」，優化傳統漁法課程內容設計，並培育長輩故事解說力，活化社區資源，有助於提升漁村魅力與文化自信、花蓮青年執行「織一條路-撒奇萊雅族織布技藝推廣計畫」透過與部落文健站合作研習課程，找回長輩織布技藝與智慧，進行跨世代文化傳承等。

## 2. 建構及推廣「地方知識」：

(1) 整合地方社群、社區文化工作者、學術社群、地方政府的串聯，並整合在地學校、圖書館、文史工作室、社區組織、博物館、美術館、書店等公私空間，成為傳播地方學的「文化熱點」：

- a. 鼓勵及輔導縣市進行社造點徵選及提案計畫，擾動轄下公所及社區以多元途徑參與社造，如 111 年度縣市社造點徵選分為基礎扎根類、多元社造類、青年提案類、亮點社區類、深度文化之旅等，激勵縣市轄下社區因應當代多元文化及社會環境、經濟等議題之挑戰，提出創新之行動方案。輔導亮點案例如新北淡水地區「滬青行動團隊」結合淡水在地有意思的地方職人，串聯昭日夫婦日式刨冰、偽學術粉專博主、文蛤漁作體驗、老屋活化守護者、地方攝影師、獨立書店、咖啡職人、街頭藝人、繪本手工書、攀樹師的環境教育等各式行業，透過逐步積累、建構地方職人資料庫，集結在地特色行旅，企圖建立地方品牌。高雄市政府文化局藉由社造徵選計畫，以「文化教育」作地方知識建構及推廣，包含：高雄港灣歷史、田寮惡地泥岩、美濃菸葉文化，及旗山糖廠故事，透過與學校結合進行在地文化紮根。其中位於美濃獨特的「菸業輔導站」，是承載美濃菸草產業與菸農記憶的建物，在公部門整修後由地方青年承租經營，並在文化局計畫支持下，與地方文史工作者合作，將有關菸樓及菸葉相關知識編製成教案，並且在園區種植菸葉及製作菸樓教具，讓訪客可以看看菸葉原本的樣貌，館內也利用策展介紹菸葉相關歷史。
- b. 博物館及地方文化館做為文化生活圈中，大眾文化活動的發展平臺或場域，111 年全國博物館與地方文化館總參與人次約 2,027 萬人次，發揮館所文化保存與經營之功能。

(2) 串聯地方知識學習網絡，對文化資產的擴大投資、新科技的運用，以擴大對地方學的研究、整理、推廣能量：

- a. 為落實《文化資產保存法》之精神，本局於 106 年 9 月建置國家文化資產資料庫管理系統，由中央及地方政府登載文化資產資料，並以「國家文

化資產網」提供文資個案數位查詢功能，併同文化資產法規、原住民族文化資產、提報/申請案件審議進度動態等查詢等加值功能，為民眾了解文化資產資料之重要窗口。

- b. 本系統亦提供地方政府或委託單位進行文化資產資料之建立，各地方之文化資產相關計畫成果資料上傳資料庫，俾利文化資產永續發展與傳承，並提供各地方政府網站介接，免於資料重覆登建或資料不同步之情形。目前系統共計登載6,105筆文化資產指定/登錄項目，使各在地知識以文化資產為出發，發掘地方文化歷史脈絡，推動文資活化保存。

### 3. 打造「臺灣文化路徑」：

- (1) 透過相關文化資產保存再生機制及整合推廣等作業，注重路徑空間範圍內有形與無形的文化資產保存，凝聚與之關聯的集體記憶，帶動臺灣有形及無形文化資產保存，期望以軟體帶動硬體，串聯發展文化設施，透過專業及民眾參與機制，從多元角度梳理文化路徑主題脈絡，並結合在地社區與文史工作者共同投入，擴大促進公民參與，讓文化路徑串連起完整的臺灣文化面貌：

「臺灣文化路徑推動社會發展計畫（110年-114年）」，經行政院110年7月15日核定，以長期運作方式提供文化深度體驗，讓民眾瞭解臺灣特殊文化價值。建立臺灣文化路徑整合推動平台，持續推動5條試作路徑，辦理整合會議、工作坊、研討會、戶外踏查、國際交流、展覽、人才培力、地方諮詢座談、教育推廣活動、敘事論述撰擬及在地網絡交流等。111年辦理扣合主題初步提出五大試行路徑錨點、場所點等共計220處；另核定文化資源潛力點開發計畫14案，協助在地團體結合地方知識，以增加路徑運作之能量。

- (2) 整合臺灣在地、深度文化旅遊資源，並扣合青年返鄉及地方創生政策，俾創造在地產值及經濟效益，提升文化觀光之正向發展：

1. 持續辦理「臺灣文化路徑」推動計畫，111年提出五大試行路徑錨點、場所點等共計220處，及補助辦理文化資源潛力點開發計畫14案，規劃敘事路徑，採跨域資源整合（跨部會、跨縣市、跨領域、跨國等）、詮釋歷史內容（節慶、人物及習俗等）以及環境優化等方式，未來將納入地方經營管理人才培力，以及網絡串連及應用等，可提供文化深度體驗及振興地方文化產業經濟。

2. 辦理「世界遺產潛力點推動計畫」，111年針對潛力點之跨域平臺建置與協作、青年培育與國際接軌、世界遺產跨國交流等各項推動工作，計補助8縣市9案。參考世界遺產公約精神與國際發展趨勢，強化各潛力點之特色及深化教育推廣內涵與國際交流工作，提升在地文化經濟效益。

### **(二) 實踐文化資產保存：**

#### 1. 由文化治理帶動城鄉發展：

- (1) 以博物館及地方文化館連結土地與人民，並以議題引領社會大眾關懷公共事



務，促成異質對話及多元發聲，增益相互理解與尊重：

鼓勵博物館推動社群（族群）共筆，藉由各社群（族群）以自身經驗，凝聚共同觀點，持續累積、傳承有形及無形資產價值，深化社群（族群）歷史記憶與自我發現與認同。如：馬祖民俗文物館以「馬祖好潮」為主題，梳理離島在地漁村文化與歷史，以整個馬祖就是博物館的精神串連地方文化空間（如漁村展示館、橋仔五間排），展現本土多元文化。嘉義市立博物館與市民研究院共同完成故事箱，作為進入社區推廣的媒介。

(2) 結合社區文化核心據點，建置工藝自造空間，進行在地工藝文化扎根，推動跨部會合作並支援在地特色生活文化產業，以工藝作為社區人文與美學基礎：

- a. 與農委會林務局合作，辦理農村及社區工藝扶持計畫，計補助 52 個單位：含品牌拓展型 8 個單位、產品開發型 17 個單位、人才培力型 27 個單位，總補助 800 萬元；計培植特色技藝人才 1,215 人，工藝體驗 16,707 人次，產品開發 1,509 組件，就業人數 228 人，產值 1,271 萬元。
- b. 以「茶與器-常民工藝關係學」為主題，參與「南投世界茶業博覽會」，帶領 6 個社區工藝並邀請日本福島縣三島町生活工藝館共同參展，媒體露出計 3 則，網路媒體露出 29 則，約 6 萬人次參觀。
- c. 「社區工藝成果發表暨期末審查會」串聯全臺 52 個社區互相學習觀摩與交流，計 9 家媒體到場，網路媒體露出計 20 則，約 600 人次參與。
- d. 辦理「臺日社區工藝交流座談會」，分享臺日雙方於工藝領域上的寶貴經驗與實務應用，網路媒體露出計 4 則，約 80 人參與。
- e. 以「臺灣社區工藝」為主題，參與「日本福島縣三島町會津工人祭」，展出包含柿染、藺草、稻草、月桃、春仔花及原住民編織等社區作品，約 1 萬人次參觀。
- f. 錄製 7 部社區工藝推廣影片及編印「工藝行旅-旅人遊札」專輯，推展社區在地工藝。
- g. 運用建置 google 商家方式，將本中心認證之 162 位臺灣工藝之家及創作者名稱於 google map 供大眾搜尋，協助推廣行銷。

(3) 透過文物、標本典藏與研究，保存自然遺產及多元族群記憶，以促進生物多樣性與文化多樣性之發展，並增進認同及對當代與未來之理解：

結合全國 29 館原住民地方文物館的在地知識，深入研究及田野調查，由國立臺灣博物館、國立臺灣歷史博物館、國立自然科學博物館、國立臺灣史前文化博物館及 4 所國立生活美學館與族人協作，完成 24 檔地方館策展（陪伴、協力、輔導、移展）、文物進階化調查資料 15 件、基本文物資料 50 件、5 則深入調查訪談紀錄（包括文字與影音紀錄）及田野調查蒐集 140 分鐘及照片／圖片 140 張。另世界宗教博物館針對該館 18 件典藏之瑤族道教儀式畫進行研究詮釋，並揭示世界多元的宗教文化。

(4) 結合「文學館家族」盤點地方文學館及相關之文獻文史工作者資源，建立互助、共享體系，將文學融入地方特色發展領域，打造人文商品及消費的共榮機制：

- a. 基於保存與推廣臺灣文學之共同使命，增進全臺各地文學館舍相互觀摩、交流，以建立合作基石，活化運營思維，臺文館近年持續以「大館帶小館」精神，串連全國文學博物館舍，推行相關合作計畫。111 年度舉辦兩場次文學館家族館際交流會議，以共識營模式，邀集各館舍工作夥伴分享在地知識、相關經驗，介紹臺文館所開發之資源共享平台。完成全國文學地景主題網「文學 Let's GO」之建置，廣泛而持續彙整各館舍活動，優化文學館舍周邊地景資源內容。以文學旅行為重點項目，研發創意走讀路線，朝向提升專業與服務品質、永續性發展為目標。
- b. 另有「文學館家族典藏館際合作計畫」，協助提供家族夥伴文物典藏、修護之專業知能；與梁實秋故居合辦「餐桌上的文學」、與賴和紀念館合作「賴和文學實境遊戲計畫」。此外，並以跨界形式規劃「2022 傳遞文學力——文學館家族串聯計畫」，參與館舍包括賴和紀念館、鍾理和紀念館、李榮春文學館、宜蘭文學館、鍾肇政文學生活園區等，共同於各地書店、文化場館舉辦文學講座、文學市集、音樂會，以集體力量呈現並轉化豐富多元的臺灣文學內涵。

## 2. 維護與保存有形文化資產：

(1) 因應指定、登錄之有形文化資產數量逐年增加，將加強輔導協助並補助地方政府，積極進行有形文化資產之修復計畫及管理維護與經營維運工作，並協助國公有文化資產之保存維護與撥用事宜；另推動並落實有形防災機制，從「建置防災整備機制」、「推動防災科技整合」與「深化文資守護網絡」面向著手，結合科技並跨部會執行，以期降低災害對文化資產之損壞：

- a. 111 年持續依《文化部文化資產局文化資產保存修復及管理維護補助作業要點》規定，輔導各縣市政府、中央政府機關及其附屬機關（構）、公營事業等單位辦理直轄市定古蹟、縣（市）定古蹟、歷史建築、紀念建築之調查研究、保存修復、緊急搶救、管理維護、活化再利用之補助案及相關業務，總計補助推動 397 案古蹟、歷史建築、紀念建築之修復或活化計畫（含調查研究、規劃設計、修復工程、因應計畫等項目），並已執行完成 158 案。
- b. 111 年持續輔導各直轄市、縣（市）、政府、中央政府機關及其附屬機關（構）、公營事業等單位，依《文化部文化資產局文化資產保存修復及

管理維護補助作業要點》規定，執行「聚落建築群」、「文化景觀」、「史蹟」等保存維護與修復事項計推動 61 案，並已執行完成 20 案。

- c. 本部會於 110 年 8 月 25 日訂定送「文化部處理具法定文化資產之國有不動產申請撥用案件作業原則」，協助國產署審閱具文化資產身分之國有不動產撥用案件，截至 111 年 11 月已審閱 35 案。
  - d. 面對文資各種天然與人為災害風險，本部推動有形文化資產防災守護方案，與內政部消防署、警政署及地方政府跨域合作。有關建置防災整備機制，透過補助 22 縣市成立分區專業服務中心輔導文資管理人落實防災整備工作，與消防單位合作舉行防災演練與教育訓練，並建立文資災害緊急通報機制，縮短災害應變時效。推動防災科技整合工作，與國家災害防救科技中心合作建置文資災害情資網，即時掌握颱風、地震、淹水等天然災害影響文資區域，增進災害應變管理效能。另補助縣市改善文資防災設施設備，補助建置古蹟虛擬實境救災訓練互動平台等，以科技輔助防災。深化文資守護網絡面向工作，包括召開防災聯繫會報加強橫向協調溝通，提供文資點位置予警察單位設置巡邏箱強化巡守，並提供消防單位繪製搶救圖，持續強化文資守護量能。
  - e. 補助縣市政府建置防災相關計畫與強化防災設備（施），計補助 22 縣市政府共 33 案，已執行完成 18 案。
  - f. 舉辦 7 場次「古蹟歷史建築防災講座與演練」，辦理「111 年度有形文化資產防災守護方案第 1 次推動聯繫會報」、「各層級文化資產分區專業服務中心（大小分區）交流會議」。
  - g. 成立 7 個古蹟歷史建築及聚落分區專業服務中心，持續協助並教導古蹟所有人、使用人或管理人應有的管理維護觀念及技巧，以落實古蹟管理維護工作。
- (2) 為更有效保存、保護及管理水下文化資產，將透過整合水下文物資源及建立水下文化資產資源據點，檢討現行水下文化資產保存相關法規，建立更為完善之水下文化資產保存制度，持續進行列冊及管理水下文化資產之定期監看、科學調查研究等，並辦理相關專業人才培訓、教育推廣，期透過資訊分享，提升國人對於水下文化資產之認識與保存意識，體現完整歷史脈絡，傳承臺灣海洋國家之精神：
- a. 「水下文化資產保存法」第 7 條及第 37 條於 111 年 11 月 30 日經總統以華總一義字第 11100101141 號令修正公布。
  - b. 與國家海洋研究院共同辦理「水下文化資產調查監測技術研究合作計畫」，完成 5 處列冊水下文化資產定期監看工作計 11 次，並逐步進行週邊海域調查、99 處具體目標物驗證、水下文化資產價值評估等作業，同時持續推動出水文物整飭工作。
  - c. 辦理「水下探奇-水下文化資產主題展」、「水下探索號-認識世界的水下

文化資產」、「藏水覓趣-水下文化資產多媒體媒互動特展」及「潛行探索臺灣-水下文化資產特展」等特展。

- d. 辦理 2 場次「保護水下文化資產觀覽引導員工作營」、1 場次「日月潭水下文化資產推廣工作營」等推廣活動。
- e. 完成台灣首支完整水下考古紀錄片「海底船說」影片，並辦理水下文化資產校園巡迴微型展暨影片推廣計畫。
- f. 完成水下文化資產資訊網系統改版，將於 112 年 1 月起上線提供服務。

(3) 推動文化資產科技保存，因應氣候變遷，監測國定文化資產，並以 3D 掃描數位記錄，亦輔以科技儀器檢測、保存修復，以使臺灣文化資產獲最佳保護：

- a. 因應環境變遷與極端氣候，本部文化資產局推動國定文化資產保存環境監測計畫，111 年度持續辦理 122 套保存環境監測設備維運事宜；監測資料透過系統運算，每月統計分析各文化資產氣象風險及建立長期氣候風險地圖，提供管理單位日常管理維護與保存修復計畫推動工作參考。
- b. 3D 掃描數位記錄自 104 年起推動國定文化資產 3D 模型建置以來，截至 111 年底已完成 77 處國定文化資產數位典藏作業；預計 114 年完成 122 處(含國定古蹟 109 處、聚落建築群及文化景觀各 1 處、考古遺址 11 處)國定文化資產數位化作業，以完整保存重要文物、傳統信仰及建物。藉此蒐集彙整國定古蹟及其相關民俗文物之圖像與基礎資料，並累積文化研究以推廣數位典藏成果及提供保存維護單位應用。

3. 保存與傳承無形文化資產：

(1) 就傳統表演藝術、傳統工藝、口述傳統、民俗、傳統知識等保存與活化，包含政府民間協力的地方節慶、無形文化資產保存維護計畫、奠基於無形文化資產的創業培力計畫等行動。另就文化資產保存技術進行傳習及活用並結合「文資傳匠工坊」管理營運，持續開辦有形文化資產結構性及造型性等傳統修復技術人才在職培訓課程，協助修復產業人員技術提升，增益文化資產修復品質，完善保存傳承活用工作：

- a. 為保存重要傳統藝師的技藝與藝能得以傳承，本部文化資產局每年委託認定保存者辦理重要傳統藝術傳習計畫，111 年度共執行 41 案，俾使國家重要的傳統藝術得以延續。此外，也輔助縣市政府辦理傳統表演藝術、傳統工藝保存修復及管理維護工作計約 53 案。其他相關重要成果包括：辦理重要傳統工藝傳習成果展覽，參與人次計約 1713 人，重要傳統藝術授證典禮暨特展，參與人次計約 2547 人。
- b. 完成訂定馬祖擺暝、南關線三大廟王醮暨遊社、馬鳴山五年千歲大科及花蓮縣豐濱鄉 Makotaay(港口)部落阿美族 ilisin 豐年祭等 4 項重要民俗保存維護計畫，累計已完成辦理 20 項重要民俗保存維護計畫。
- c. 完成林明福泰雅史詩吟唱 Lmuhuw 傳習保存第二期計畫，計傳習 3 名藝

生。

- d. 完成無形文化資產普查機制建立與人才培育計畫，辦理 4 場次普查人才培育課程；另賡續推動原住民族重要民俗輔助培力計畫，提供保存者進行保護工作相關諮詢及協助。
  - e. 辦理「重要土水修造技術(瓦作)莊西勢保存者及重要大木作技術翁水千保存者傳習計畫」，計 640 小時，已招收土水修造技術(瓦作)學員 10 名，大木作技術學員 9 名，已於 111 年 11 月結案。
  - f. 辦理「重要土水修造技術(瓦作)傅明光保存者傳習計畫」，合計 120 小時，已招收土水修造技術(瓦作)學員 10 名。
  - g. 文資傳匠工坊完成辦理傳統彩繪作、鑿花作、日式大木作、小木作、日式瓦作共 5 班計 432 小時，共培訓 80 位學員；辦理技職師資培育及研習課程，111 年度辦理小木作、彩繪、鑿花，共 3 班次增能深度研習，共計 160 小時，共培訓 27 名種子教師；辦理傳統技術「職涯體驗課程」，總計辦理 10 梯次，297 位學生參與；辦理專題講座，總計辦理 7 場，945 人參與；辦理「111 年度傳統匠師資格審查」，共計 10 工項，審查通過 41 人。
  - h. 辦理「臺灣戲曲藝術節」、「亞太傳統藝術節」兩大品牌藝術節慶，持續推廣傳統藝術，擴大傳統藝術在當代的多元面向與在地性。111 年臺灣戲曲藝術節以「服妖嬈·神自在—戲出新天地」為主題，從傳說、信仰、地緣、歷史取材，全面建構人類、精怪、神靈齊聚的奇幻世界，展現戲曲技藝及當代人文視野，總計執行 8 檔製作、26 場演出，約 1 萬觀賞人次。111 年亞太傳統藝術節，以「廿·精彩」為主題，安排多項具臺灣當代特色的傳統藝術內容，包括戲曲、音樂、舞蹈、偶戲、雜技、藝陣以及原住民族文化等，展現亞太傳統藝術節經過 20 年來互融與共創所開展出的當代傳統藝術風貌，活動期間共計辦理 65 場演出、20 場工藝創作示範與 20 場工藝手作體驗，總觀眾人數約 2 萬 2,000 人。
  - i. 辦理「2022 鬥陣趣-虎獅派對」及「111 年南管藝術大匯演」，匯集北、中、南、東及離島各地、各族群陣頭，以及具特色獅陣虎團、南管館閣及南管戲團隊共同演出，再現傳統廟會文化，活化臺灣民間重要文化藝術，吸引超過 1 萬人次參與。
- (2) 打造傳統藝術創作、展示、演出的環境，推動「傳統藝術開枝散葉計畫」及「傳統藝術接班人計畫」，藉由系統性的政策，支持傳統藝術傳習及再生，協助民間團隊提升質量，恢復傳統藝術生態，並鼓勵創新發展，並進一步與產業鏈結，建構傳統藝術產業就業支持體系，逐步建構人才、觀眾及市場整體機制以達傳統藝術永續經營：
- a. 辦理「傳統藝術開枝散葉計畫」，輔導民間劇團搬演經典劇目、鼓勵新

作及實驗創新，回歸民間公廟演出以重塑民間劇場原生態，建立永續傳承的文化生態，111年共計輔導45團次，辦理75場次演出，欣賞人數1萬8,624人次。

- b. 辦理「傳統藝術接班人計畫」，透過「以演代訓」及「駐園創作」精進技藝水準，延續傳統藝術傳承，涵蓋歌仔戲、布袋戲、北管戲曲、北管音樂、客家戲、京劇、說唱、滿州民謠、排灣族口鼻笛等表演藝術，以及漆工藝、錫工藝、傳統木雕、粧佛、竹編工藝、竹工藝—籃胎漆器等工藝；另推動「青年團員入團輔導計畫」、「外台戲曲演員功底強化計畫」，協助傳統表演藝術從業者成為劇團正式團員、穩固戲班外台演出品質，完善戲曲產業就業支持體系。111年度計協助42團次、辦理708場次演出及教育推廣活動，觀賞人數12萬2,099人次。

(3) 推動「工藝培力·地方創生」計畫，保存地方工藝文化，利用科技與跨領域知識，協助地方工藝傳統產業重新找到永續經營切入點，轉化為新工藝產業，創造地方工藝文化亮點與機會，進而再帶動與深化在地特色的生活文化發展：

- a. 辦理5案專業工藝人才培育，培訓60人次，完成60組件作品。
- b. 校園工藝種子教師培育6班次及4班次工藝聚落見學課程，計培育202名種子教師協助工藝校園扎根推動。
- c. 辦理「工藝校園扎根驅動方程式」計畫，從5所學校6個班級為起點，將工藝媒材等介入國中小及高中等學習課程；辦理「工藝校園扎根教案執行分享及說明會」4場次118人次參與。
- d. 策辦「寺廟就是一座工藝博物館」，以信仰為基礎、工藝為介質，表現「人與人」、「人與神」、「神與神」之間關係美學，並舉辦「神氣文創市集」，內容包含寺廟文創、民俗工藝、社區工藝以及工藝職人現地創作等，計100位工藝家參與。
- e. 「2022桃園國際機場二航廈文化櫥窗展覽」集結30組臺灣綠工藝品牌認證商品，行銷推廣臺灣優良工藝品。
- f. 世貿一館工藝櫥窗展以綠工藝作品為主軸，連結線上主題展覽，持續拓展臺灣工藝行銷通路，計165萬人次參觀。於pinkoi辦理臺灣綠工藝品牌線上主題館，集結40個工藝品牌展出，行銷宣傳總觸及約25萬人次。
- g. 綠工藝假日廣場推出工藝展覽、市集、親子共讀故事、手作童玩等五感體驗系列活動，每月近20,000人次參觀。
- h. 集結9個機關構部門成立「工藝文化休閒產業跨域聯盟」，簽署合作備忘錄，規劃100條行旅路徑。「Call Center工藝產業諮詢輔導整合服務」諮詢輔導案件計65案。

(4) 促進轉型正義，建置臺灣人權檔案文件研究平臺，以歷史記憶現地保存之歷

史建築，以國家人權博物館所在之人權紀念地發展地，並與國際人權相關機關（構）接軌，落實臺灣的民主化：

- a. 有關建置臺灣人權檔案文件研究平臺：
    1. 人權館為推動政治檔案應用，規劃建置威權統治時期政治案件整合平臺，結合館內資源並與檔案局合作，整合呈現政治案件當事人之簡介、裁判書、口述歷史、平反等資料，以及相關重要概念辭條，提供各界查找並透過多元的素材認識威權統治歷史。
    2. 承接促進轉型正義委員會建置之臺灣轉型正義資料庫，持續維運並優化，已完成促轉會 111 年 4 月 29 日及 5 月 23 日撤銷有罪判決公告相關之受裁判人資料更新，共 29 筆；為保存歷史記憶，持續進行白色恐怖史蹟點調查 1 案，並開展安康接待室調查研究 1 案。
  - b. 有關與國際人權相關機關（構）接軌：人權館由洪世芳館長率隊出席國際人權博物館聯盟(FIHRM) 2022 年挪威年會，並於會中進行專題演講，與國際分享台灣推動轉型正義的進程與目前成果，以及如何促進白色恐怖受難者與台灣社會不同族群對話溝通。會中亦與各國博物館專業人員交流討論不同國家推動轉型正義之實務經驗。此外，人權館自 2019 年成立「國際人權博物館聯盟亞太分會」(FIHRM-AP)後，積極建立亞太地區人權博物館之溝通平台，故於本屆 FIHRM 挪威大會上，人權館亦為世界各國出席之博物館代表介紹 FIHRM-AP 成立以來之工作成果及未來展望。
- (5) 辦理蒙藏相關文化、教育、專業人才培訓，蒙藏學術研究及成果之編譯與出版、聯繫輔導在臺蒙藏族及傳承本族文化，與蒙藏族聚居地區各項文化交流事務之推動；結合各界資源舉辦蒙藏文化展覽與活動，強化與在地文化連結，豐富臺灣多元文化內涵：
- a. 推廣多元民族文化，型塑民族影展國際品牌，舉辦「2022 世界民族電影節」，於臺北、新北、臺中、高雄四地播映 17 部民族電影，共 57 場 4,400 人次參加。
  - b. 舉辦第八屆西藏文化藝術節系列活動，其中「心路鳴響音樂會」邀請臺港兩地知名作曲家改編西藏樂曲，由臺灣國樂團及在臺藏人歌手龍珠慈仁共同演出 4 場次；「梵音國度」演出活動邀請優人神鼓及太古踏舞團共同演繹西藏文化 2 場次，兩活動合計 4,758 人次參加。
  - c. 賡續增進蒙藏文化與在地之連結、結合資源擴展館際合作，於蒙藏文化館辦理《佛影佛蹤—章嘉大師與臺灣的故事》、《複景生活-當代藝術視角中的蒙古及中亞》、《羅布林卡-西藏工藝特展》、《智慧之神-相遇在燃燈節》等主題特展，並運用資通訊技術、數位化工具製作展場環景拍攝及線上展覽、多媒體影片及互動裝置，多元豐富呈現視覺藝術，擴大線上觀展人數，約計 5,000 人次入館參觀。

d. 培育蒙藏專業人才、傳承蒙藏文化及關懷在臺蒙藏胞，辦理獎助研習蒙藏語文大專生計 3 所大學共 17 名獲獎、開辦蒙藏語文班 4 班別 60 人次，輔導在臺蒙藏學生參加蒙藏語甄試計 13 名、補助及獎勵蒙藏學生 126 人次，及委託財團法人蒙藏基金會辦理在臺藏胞及居留藏人關懷專案，協助適應在臺生活，計提供諮詢服務 1,372 人次、訪視輔導 255 人次、補助幼兒津貼、教育補助及急難救助 189 人次。

### (三) 營造文化生活圈

#### 1. 營造支持青年返鄉發展的環境：

(1) 串聯各種地方組織與產業，作為在地文化種子的培力教學平臺，建構有利新血投入社造的環境，提升地方知識傳承和社區治理能量，透過社區營造由下而上推動社會轉型：

a. 為能促進企業參與社造及鼓勵跨域合作，本部賡續鼓勵各縣市媒合民間資源投入，如台東縣政府結合順天宮、北淞電腦公司及學界等民間資源，辦理「歡樂一夏」夏令營，帶領社區學童快樂學電腦程式語言，透過 Minecraft 建構社區存在的歷史建築空間可應用的想像，讓小朋友親近歷史建築現場，透過網路媒介開啟視野邁向科技的新世界，並帶動在地知識的文化學習，讓廟宇不只是陣頭、祭祀，還有更多可能與想像來貼近生活。新北市政府則結合解析度設計公司發起兒少課後陪伴，提供公司場地做為社區兒童課後據點，串連學校、地方商家、農家共同參與。團隊應用藝術專業開設課程，透過藝術課程提升社區兒童了解在地文化傳承，從小建立在地情感，也透過辦理課程增進社區人際交流，間接的提升社區安全與社區永續發展概念。

b. 本部持續辦理「文化部青年村落文化行動計畫」，經由徵選 39 案獲獎者，實踐具實驗性之社區或社群改善公共議題公民行動，透過媒合業師訪視輔導，協助引介資源及提升效益，本年度獲獎計畫已辦理主題課程、工作坊、體驗活動及線上線下成果發表等 410 場次及 211,150 參與人次(含線上活動)，其中嘉義蔡順仁執行「朴子數位漫步計畫 4.0」與在地組織、協會、學校等合作辦理朴子地方學「巷弄小學堂」、「略懂略懂講座」、「文化體驗合作」，提升在地知識傳承凝聚社群合作意識，以及新北市坪林「坪林有河不可一記憶與技藝的合流計畫」，以的創造力、開放性溝通討論，建立學校—社區內外的橋樑，創造與活化集體的故事，並透過活動及展示合作將成果帶出，增加議題能見度並觸及拓展更多潛藏的關係人關注流域治理永續議題。

(2) 透過媒合民間資源投入、協助結合社會企業，並導入專業專職人員等策略，使社區組織具備發揚在地文化，進而成為在地產業、社福醫療、社區安全、人文教育、環保生態、環境景觀、社區照護等社會安全網的一環：

為能促進企業參與社造以及鼓勵跨域合作，本部賡續鼓勵各縣市媒合民間資



源投入，如台東縣政府結合順天宮、北淞電腦公司及學界等民間資源，辦理「歡樂一夏」夏令營，帶領社區學童快樂學電腦程式語言，透過 Minecraft 建構社區存在的歷史建築空間可應用的想像，讓小朋友親近歷史建築現場，透過網路媒介開啟視野邁向科技的新世界，並帶動在地知識的文化學習，讓廟宇不只是陣頭、祭祀，還有更多可能與想像來貼近生活。新北市政府則結合解析度設計公司發起兒少課後陪伴，提供公司場地做為社區兒童課後據點，串連學校、地方商家、農家共同參與。團隊應用藝術專業開設課程，透過藝術課程提升社區兒童了解在地文化傳承，從小建立在地情感，也透過辦理課程增進社區人際交流，間接的提升社區安全與社區永續發展概念。

2. 推動「設計驅動跨域整合計畫」：以設計思考推動公共服務與社會創新，鼓勵公私部門跨域合作，連結在地藝文團體、文史工作者、地方社區組織、NPO 或 NGO 等組織，翻轉現有公共服務思維，協助公共服務轉型或提升，並回應社會、文化、環境、科技、經濟等議題發展趨勢，透過民眾參與改善社會議題，帶動社會創新。
  - a. 辦理「地方文化場域導入藝文創新服務示範計畫」，選定 4 個地方文史、觀光服務等場域為示範場域，預計於 112 年 10 月完成場域改造及服務導入；辦理「藝術療癒與科技應用服務計畫」，擇定 4 組藝術療域方案。預計於 112 年完成 8 組藝術療癒服務之研發及驗證。
  - b. 運用設計與科技推動工藝傳承：由工藝中心辦理「工藝驅動傳統產業探測研發計畫」，已辦理國產材兩場次工作坊培育出 11 及 14 位學員，完成 25 件作品，並完成工藝產業數位生態系統功能優化，並完成資料匯入，並辦理相關研習說明會。

#### (四) 推動文化體驗教育

1. 與教育部共同合作，整合跨部會文化教育資源，建立藝文專業資源進入學校教學的媒合機制，讓學生能在學校既有教學時數中，獲得文化體驗的機會：

本部與教育部成立跨部會工作小組，協助研發文化體驗內容，並經由教育部「藝拍即合」媒合平臺受理學校申請運用，111 年推廣 140 案，自 108 年至 111 年已累計推廣 471 案；另透過共創平臺機制，協助藝文工作者修整體驗內容，並與學校教師、專家學者三方跨域交流，激盪更多想法，提供學生優質體驗教育課程。
2. 鼓勵具發展潛能之藝文場館、藝文團隊及藝文工作者持續參與文化體驗教育計畫，並引入具文化藝術與教育專長之輔導單位，協助藝文團隊及藝文工作者共創發展更多元的文化體驗內容，俾能結合學校教學運用，深化學生對藝文的感知與興趣：
  - (1) 本部訂定「文化部文化體驗內容徵選補助作業要點」，鼓勵民間藝文團隊及藝文工作者參與，111 年核定補助 106 件民間提案發展文化體驗內容；另與

原住民族委員會合作，邀集 6 個原住民族地方文化館共同參與體驗內容研發。

- (2) 本部透過北、中、南、東 4 個區域資源中心建立區域研發中心，協助轄區內體驗內容發展。111 年分別由國立清華大學、大里杙文化藝術工作室、國立高雄師範大學、國立東華大學，擔任北、中、南、東區域研發中心。各區研發中心辦理增能培力課程，並籌組專業團隊，提供獲補助單位具藝文專業、教學實務的輔導建議，協助文化體驗內容的研展與推廣，團隊成員包含專家學者、國教輔導團成員等，兼具藝文及教育專長。

### 3. 重建臺灣藝術史：

- (1) 強化現有機構職能，重建臺灣藝術史之典藏、研究與詮釋體系，包含美術史、音樂史、工藝史、文學史、影像史、建築史、表演及影視音史之盤點、調查，深化系統性研究及發展當代多元觀點之藝術史觀，盤整藝術史脈絡體系：

重建臺灣藝術史計畫由本部、國立臺灣美術館、國立傳統藝術中心、國立臺灣交響樂團、國立臺灣文學館、國立臺灣工藝研究發展中心、國立歷史博物館、國立臺灣博物館、國家電影及視聽文化中心等單位共同執行，針對美術史、音樂史、工藝史、文學史、影視聽史，進行檔案文獻、作品、影音資料、手稿與文物的研究、典藏與推廣。本案自 107 年執行至今購藏重要作品 815 件，徵集檔案史料超過 5 萬件，修復作品及文物史料逾 4 千件，出版、紀錄臺灣藝術家身影近 2 百件，辦理 77 檔美術、工藝、文學、音樂重要經典展演，獲捐贈美術作品近 5 千件、廣播卡帶逾萬卷、電影史料逾千件，重新梳理臺灣藝術發展脈絡，系統化重建臺灣藝術史。

- (2) 鼓勵專業機構與民間團體進行藝術史研究，厚植知識能量，培育研究人才，重新梳理地方藝文知識及歷史與臺灣藝術發展脈絡的關係：

為深化臺灣藝術史多元複數的研究、詮釋、推廣，厚植知識能量，透過「文化部臺灣藝術研究補助作業要點」，鼓勵學界與民間組織團體投入臺灣藝術史研究、培育專業人才、發展相關組織或單位、維護修復藝術檔案史料作品。111 年共補助 13 案，補助金額計 680.6 萬元，支持國立臺灣師範大學、東海大學、台灣藝術史研究學會等民間團體及大專校院進行中長期相關研究，包含發展臺灣美術研究中心、訪談與記錄藝術家創作歷程、盤點作品建置科技藝術史資料庫、重建及保存本土電視大樂隊音樂資料等。

### 4. 推動地方政府「藝文專業場館軟硬體升級計畫」：

- (1) 為建構文化生活圈整體藝文發展，協助縣市政府確立藝文專業場館發展定位，透過硬體升級改善空間與設施，落實文化平權：

辦理「推動藝文專業場館升級計畫」，本計畫為 107 年至 114 年之延續型計畫，共補助 22 縣市 77 案，包括流行音樂劇場、演藝廳、傳統布袋戲場館、美術館及音樂廳等，總補助金額達 43 億餘元。以文化平權及館所在地特色

為目標，充實地方藝文場館硬體設備。如「桃園展演中心」於 107 至 111 年透過本計畫全面改善燈光系統、音響、舞台懸吊、觀眾席改善及舞台設備，完成全面性的專業設備提升，提供演出團隊更專業且新穎的劇場空間，達到新世代場館機能。高雄市政府透過本計畫於 110-111 年升級與改善轄內「高雄文化中心演藝廳」、「岡山文化中心」、「高雄市立美術館」三場地的硬體設備，打造適合全年齡族群觀眾進場聆賞表演藝術的「通用設施藝文場館」，提升高雄市專業藝文場館之水準的同時也擴展文化平權。

- (2) 協助各縣市藝文場館以專業劇場模式營運，導入藝術總監並培育人才，擴充及強化典藏、維護、研究、展示及教育各項專業工作之制度、方法與人才，進行藝術知識詮釋與發揮社會實踐力量。扮演在地驅動角色，以教育推廣及在地扎根培養藝文人口：

本部 111 年度辦理前瞻計畫「藝文場館營運升級計畫-表演空間」，協助各縣市藝文場館以專業劇場模式營運，各縣市藉由策展人或藝術總監等機制，逐漸轉型為專業治理的藝文場館，共計補助 20 縣市 40 個重要演藝場館，如臺南市延續「臺南文化中心表演藝術平臺」內涵，藉整合場館資源，培育在地表演藝術人才；桃園市於辦理「鐵玫瑰藝術節」期間，串聯當地劇場及藝文場館空間，扮演在地驅動角色，以在地扎根培養藝文人口

- (3) 開發不同族群走進劇場參與藝文活動，擴大藝文消費市場，活絡表演藝術產業鏈發展：

1. 本部 111 年度辦理前瞻計畫「藝文場館營運升級計畫-表演空間」，補助地方縣市政府提升演藝場館營運體質，共計補助全國 20 縣市 40 個重要演藝場館，各場館依據地方藝文特色及在地演藝團隊之能量，規劃節目演出、藝術節慶、藝文體驗、青少年劇場、人才培育、跨區合作等觀眾開發計畫。

2. 本部亦透過前瞻計畫「藝文場館營運升級計畫-美術館及展覽空間」，支持地方縣市政府提升視覺藝術類場館之展示教育、典藏研究等專業營運能量，111 年度共計補助全國 10 縣市之美術館及展覽空間，如高雄市立美術館辦理「X 人稱—黃心健的元宇宙劇場」特展、臺南市美術館辦理「亞洲的地獄與幽魂」展覽等，開發多元主題藝文展覽活動，吸引不同族群民眾進入美術館參觀，活絡視覺藝術產業發展。

### 三、打造臺灣文化國家隊品牌，促進國際交流合作

#### (一) 加速文化內容開發與科技應用

1. 輔導科藝團隊產製原創文化內容，導入國際趨勢及新興技術，促進文化科技跨界交流，以推動新型態藝術創作及藝文環境智慧服務：

- (1) 為輔導科技藝術團隊，推動新型態藝術創作，111 年續辦理「科技藝術實驗創新與輔導推動計畫」，依團隊發展所需資源，成立專業輔導團隊，規劃個別

化輔導與協助，整合從創作至展演所需資源，並協助國際競賽投件等，本年度共輔導 4 個團隊，包含顧廣毅《水之眾神》、許巽翔《Microstructural Machine》、知覺野人《似人非人—電幻真實解放》、宮保睿《第六感官計畫：生存練習》，另為促進國際交流及作為示範案例，邀請 4 組分別來自美國、法國、日本及香港等具指標性之國際科技藝術團隊及作品，並攜手桃園市政府，於「2022 文化部 X 桃園科技藝術節」共同展出輔導成果。

- (2) 為促進科技藝術工作者與科研人員跨領域合作，委託財團法人工業技術研究院執行「110-111 年媒合藝術家及科研單位發展科藝創新實驗計畫」，媒合 6 位藝術家與工研院 4 間實驗室合作，打造藝術家及科研單位共創平臺，擴充數位工具實驗創作多元路徑，成果如吳宜樺《阿萊夫計畫—1945 長崎戰爭感知篇》、吳修銘《在此相遇》、張晏慈《幻象複本》等。

2. 打造「華山 2.0—文化內容產業聚落」，提供公眾體驗服務並具備多元展演功能之文化內容產業聚落，從產業趨勢研究、形塑國家文化品牌與布局、人才培育、文化科技應用、跨域合作、媒合多元資金及拓展國內外市場通路等面向，成為國家文化內容品牌匯流樞紐，展現臺灣文化力量的內容 IP 旗艦示範基地：

協力文化內容策進院辦理華山 2.0 軟體發展計畫，111 年度辦理包含推動 57 件 IP 開發、催生在地原生文化內容；參與 3 檔國際內容市場展會及辦理 7 檔國際連結活動、行銷擴散臺灣文化內容；與臺灣科技藝術、TIPO 臺日產業合作推動辦公室等 7 個中介組織，辦理文化與科技之跨域合作案，並與產業合作投入開發《夢遊擴增宇宙 Web AR 體驗》、《請神造夢:XR 沉浸式演唱會》、《未來唱片行》等 3 案未來內容示範案例，於 TCCF 創意內容大會「未來內容展」完成對外展演及提供體驗，推動文化內容結合科技應用；辦理產業跨域及國際人才培育及與國際組織聯名合作培訓人才，培育 5 千人次人才；媒合業者取得多元資金 41 件，驅動文化新經濟力。

3. 以獎補助與投融资雙軌機制，健全文化金融專業體系，支持臺灣原生作品提升產製質量與規模：

- (1) 在投資方面，於 100 年 6 月起運用國家發展基金投資具專業經營能力與市場潛力之文化內容業者，以促進文創產業生態系發展，截至 111 年 12 月 31 日，共核准投資 60 家（81 件）國內文創企業，通過核准國發基金投資金額 26.94 億元，帶動專業管理公司及民間投資 48.79 億元，總計投資金額 75.73 億元。

- (2) 在融資方面，「加強文化創意產業升級轉型貸款」，與信保基金合作建立 20 億元專屬文創產業信用保證，保證成數最高可至 9 成，並提供最長 5 年之利息補貼。截至 111 年底止，核定貸款申請案計 20 件，核定貸款金額總計 1 億 4,962 萬 2,000 元；核定利息補貼申請案計 55 件，核定利息補貼之貸款金額計 3 億 7,882 萬 9,999 元。另推動「文化創意產業青年創業及啟動金貸款」，100 萬元以下創業貸款「免企劃書、免擔保、7 天審貸、文化部補

貼 5 年利息」，截至 111 年底止，已核保件數逾 3,285 件，貸款金額逾 27.85 億元。

## (二) 強化出版跨界應用

1. 輔導出版產業數位化，協助中小型業者因應數位化發展數位閱讀推廣行銷、人才培育及創新應用；透過出版跨界應用的強化，與表演藝術、動漫畫及遊戲產業、影視音產業的串連，以及典藏或研究成果的公共化，讓出版業成為臺灣文化產業強而有力的「故事後勤」：

(1) 補助中小型出版業製作發行數位出版品、辦理數位閱讀體驗活動或數位出版相關教育訓練，111 年補助 25 案，截至 12 月底完成發行電子書及有聲書共 1,005 種。此外，補助出版團體「出版趨勢研討暨電子/有聲書創作職能培訓計畫」、「數位出版人才培訓課程」及「參與 W3C 國際數位出版組織暨台灣數位出版推廣」等案，提升出版專業技能，促進參與數位出版國際組織，提升整體數位出版環境。

(2) 持續支持原創作品產出以累積跨域應用文本，透過補助文策院營運漫畫基地、辦理金漫獎商務交流會及青年創作媒合機制等，提供圖文創作拓展跨業合作之機會，已有多部獲本部支持作品跨域延伸，如《閻鐵花》、《宅男打籃球》確定影視化，《八尺門的辯護人》改編影集等。

2. 因應後疫情時代，以多元方式推廣國內閱讀及健全創作環境，繼續鞏固獨立出版與實體書店創造的出版文化多樣性，開創國際連結、打造臺灣文學品牌，並以「華語地區最自由開放的出版文化」優勢，拓展海外華語市場：

(1) 透過虛實整合，於後疫情時代加強以線上搭配實體的多元方式，創造閱讀契機，以台北國際書展為平台，協助我國出版產業拓展海外市場。111 年補助獨立出版聯盟、台灣勞工陣線協會、台灣獨立書店文化協會於書展設置「公民書區」，展現臺灣獨立書店及獨立出版閱讀及出版能量；亦委由國立臺灣文學館策展「戰後臺灣人文出版史」主題展館，邀請聯經出版事業股份有限公司、文訊雜誌社、九歌出版社有限公司、印刻文學生活雜誌出版股份有限公司等共同參與「文學書區」，向讀者推介多元臺灣文學內容，並以策展、講座等多元方式推廣閱讀。此外，持續提供書店營運之補助與專業輔導，有助提升書店自主營運能力，並鼓勵書店持續深化與在地連結，例如高雄「三餘書店」致力串聯地方文化，經營藝文平台，現已是高雄地區最具知名度之獨立書店。

(2) 持續強化我國華語地區最自由開放的出版文化優勢，協助國內出版業者拓展海外華語市場，如 111 年補助華品文創出版股份有限公司辦理「2022 年上海國際童書展—臺灣童書版權聯合展區」參展計畫，整合國內 24 家出版社，展出圖書 232 種、308 冊，參展 3 天計有 70 次版權會議，預估後續版權（代理權）售出

與圖書採購約 200 萬元。

3. 推動 IP 內容提升及創新應用，增加臺灣原生 IP 內容之創造、傳播、轉譯運用，並與國際接軌：

持續推動臺灣圖文原創內容產製，已催生逾 630 部圖文作品及期刊出版，其中多部作品獲國內外獎項肯定，如楊双子《臺灣漫遊錄》、張雍《牧羊人與屠宰場—庫德斯坦日記》、唐福睿《八尺門的辯護人》獲金鼎獎，賴凱「正義」、葉羽桐「貓劍客」榮獲日本外務省第 16 屆「國際漫畫獎」銅獎等，部分作品亦獲得跨域延伸機會，如《閻鐵花》、《宅男打籃球》、《八尺門的辯護人》影視化，李昂小說《北港香爐人人插》於本部支持下改編為漫畫作品等。此外，亦有多部作品經由文策院 Books from Taiwan 計畫向國際出版市場推介。

4. 研議政府電子書第三方支付平臺化，推動各博物館出版品電子書線上平臺的商業模式化：

臺文館以非營利方式，已於「台灣文學網」的「電子 e 書房」提供國人免費閱讀部份出版品電子書內容，包含圖書、期刊、論文等。

### (三) 塑建文化傳播權

1. 提高影視音創作質量，形塑臺灣內容品牌的國際辨識度，以國家隊的概念，拓展我國影視音內容國際市場：

為提升臺灣影視音產業質量、拓展國際通路及強化全球競爭力，本部祭出「投資內容」、「人才培育」及「OTT 整合」三支箭。

- (1) 第一支箭-投資內容：第一支箭為「投資內容」，預計 2 年內結合國發基金，投資 30 億於電影、動畫與劇集製作，針對不同投資類型及規模，提供適合之條件及專案諮詢輔導，充實產業內容質量；目前國片一年約 8、9 億總平均票房，亦期許 2024 年能提升到 20 億成績。另本部亦於 2022 年 1 月 3 日，發布修正「文化內容投資計畫作業要點」，增設專案投資、放寬投資標的等機制，強化國內文化市場投資模式及投資資源說明與交流。
- (2) 第二支箭-人才培育：第二支箭為「人才培育」，強化現有培育機制，促進劇本、企劃、財務等專業領域之提升，讓相關培訓及課程更常態化，不過度分散，協助人才在內容產製能與國際接軌，以促進產業生態系發展。
- (3) 第三支箭-OTT 整合：第三支箭以「OTT 整合」為目標，目前國內多達 17 家本土 OTT 平台，為與國際 OTT 平台競爭，本部預計整合成 1 至 2 家大型 OTT 國家隊為目標，並提供資金、法規及制策等誘因，以加速整合，提高國產作品的內容力。本部現以「獎補助、投融資」雙軌制，持續扶植產業內容、業者及創作人才，為持續優化既有政策措施，有關本案所提三支箭辦理情形，目前已完成初步規劃，並配合後續辦理事宜。
- (4) 電影產業方面，透過劇本開發、長片輔導金及下一部電影片補助機制，推

升電影產製質量，並補助文化內容策進院輔導業者參加重點國際影視展會，並以國家品牌《Taiwan Cinema》、《Taiwan Vision》及《Taiwan Animation》行銷我國影視作品，透過輔導業者參加國際展會，以積極拓展國際市場。111年首映之國產電影長片計37部，其中影視局輔導影片計22部，占59%，持續提高具在地原生內容及多元類型題材之國片創作質量。111年度入選國際影展影片總計48部次，共獲得10項國際獎項，其中4部次國片入圍(選)第一類國際影展。其他重要國際獲獎紀錄如《夜車》榮獲日舞影展最佳動畫短片獎；學生作品《蝴蝶果醬》獲四大動畫影展之一的薩格雷布國際動畫影展最佳學生動畫獎；《哈勇家》獲新加坡國際影展最佳導演獎等。111年總計輔導429家次影視業者、830部次影視作品，參與國際重要展會例如柏林、香港、坎城(電影及影視)、安錫、釜山、多倫多及新加坡等共計8個國際影視市場展會

(5) 廣電產業方面，111年因受嚴重特殊傳染性肺炎影響，導致部分往年我國電視內容業者經常參加之國際展會，改採線上展會方式辦理，惟影視局仍以「國家隊」及「設立台灣館」整合行銷概念積極鼓勵電視內容製作業者參展，本年共計225家次電視內容業者攜帶706部次節目作品參加香港國際影視展(線上)、法國里爾電視劇集展(線上)、安錫動畫市場展(線上)、日本授權展(實體)、釜山國際影展／亞洲電影市場展(實體)、法國坎城影視節展(實體)及新加坡亞洲電視內容論壇及交易市場展(實體)等7項國際電視內容展會，另鼓勵共73家電視內容業者攜帶總計337部作品參加文化內容策進院舉辦之「2022 TCCF 創意內容大會」國際影視實體及線上展會。經盤點網際網路所載111年度我國新播自製及合製電視劇行銷播送資料，約計近20部電視劇，如：「媽，別鬧了！」、「你的婚姻不是你的婚姻」等，已經由國際或國外影音串流媒體平台，如：Netflix、Disney+、HBO GO、CATCHPLAY+、Rakuten Viki、愛奇藝等，在全球、菲律賓、泰國、馬來西亞、新加坡、越南、汶萊、印尼、日本、紐西蘭、澳洲、中國等國際市場播送。

(6) 流行音樂產業方面，辦理「流行音樂製作發行補助案」及「本土語言流行音樂專輯製作發行補助案」，鼓勵業者與樂團提升流行音樂製作品質，共計補助109件。

2. 為增進國際對臺灣自由民主、文化藝術、產業經濟、公衛社福、生態景觀、觀光美食等多元特色之認識與瞭解，推動「發展國際數位傳播計畫」，藉由設立國際影音串流平臺，由全球通用英語介面及網路無國界特性與社群滲透力，建立臺灣向國際發聲管道，製播具創意且多元特色之節目，向全球傳達我國之文化與價值，建立臺灣品牌印象，讓各國認識臺灣之觀點與特色：

(1) 為期 TaiwanPlus 長遠穩定發展，經審慎參酌民主先進國家設立的國際影音平台，多由公共電視營運之推動作法，且考量公視具公共服務價值、專業性與獨立自主性，111年起 TaiwanPlus 委託公視辦理。

- (2) 為增加 TaiwanPlus 觸及國內之國際人士之管道，及為電視頻道於海外落地做準備，TaiwanPlus 電視頻道於 111 年 10 月 3 日正式開播，提升國人及在臺外籍人士的收視權益案。
  - (3) TaiwanPlus 網站、APP 及社群媒體於 110 年 8 月 30 日上線以來，至 111 年 12 月觸及已突破 1 億 1,620 萬人次，111 年觸及次數為 9,760 萬人次，平均每天瀏覽人數(含網站、APP、社群媒體)約 24 萬人次，全平台影片觀看次數累積超過 1,600 萬次，累積觀看時間達 31.9 萬小時。
  - (4) 辦理「發展國際數位傳播補助」補助民間團體辦理國際影音內容製作，鼓勵產業產製原創、優質且具多元類型之臺灣多元文化內容，充實國際影音平臺，同時培育國際傳播專業之相關人才，111 年共核定 10 件補助案。
  - (5) 國際傳播學院：本部補助國立政治大學設置「全球傳播與創新科技碩士學位學程」，招聘頂尖之國際師資授課，並輔以學界與業界雙導師制度，以培養出兼具全球視野、在地經驗，並能活用新媒體、駕馭新科技的國際傳播人才，111 年共 43 人就讀。
3. 強化學校與公共廣電機制的人才培育功能，以專業行政法人作為推動產業的主導機構，再佐以程序透明、公共參與的公眾課責機制；針對本國影視音內容，藉由補助機制鼓勵產業產製原創、優質且具多元類型之內容，研創節目模式，豐沛自製影音能量、提高製作技術及規格，並鼓勵影音內容產業與新媒體之跨平臺、跨國界交流合作，以提升內容力與國際競爭力：
- (1) 以劇本開發補助機制鼓勵改編國產小說、漫畫 IP，獲選補助案取材自「國內既有 IP」改編者，近五年每年均維持 10% 以上；長片輔導金亦支持改編國內既有 IP，例如 111 年上映的《諸葛四郎—英雄的英雄》、《我吃了那男孩一整年的早餐》、《你在我心上》、《流麻溝十五號》等影片。長片輔導金並應用數位特效支持產製兼具品質與市場之多元類型國片，同時提升影像技術與規格，近年奇幻、懸疑/驚悚、恐怖等國片類型漸增。111 年國片產製質量穩步成長，類型多元，包括最賣座國片恐怖驚悚片《咒》創下 1.7 億票房，並獲第 59 屆金馬獎剪輯及音效等技術獎項，叫好叫座；愛情片《我吃了那男孩一整年的早餐》票房突破 7,000 萬；家庭片《一家子兒咕咕叫》、原住民題材的《哈勇家》，亦分別獲第 59 屆金馬獎最佳劇情片、最佳導演獎肯定。國際表現部分，《素還真》獲瑞士紐沙特奇幻影展最佳亞洲電影獎，《咒》上架 Netflix 後衝上全球非英語電影觀看數 Top 10，展現國片國際競爭力之提升。
  - (2) 持續辦理影集、電視電影、綜藝、兒童節目、新媒體節目及紀錄片補助，111 年共補助 42 件，補助時數共 259.42 小時，補助金額共計 3 億 4,058 萬元，帶動業者相對投資 9 億元。為因應全球影音平臺的崛起，補助案開放獲補助者得依商業考量，於國內外電視頻道或網際網路影音平臺首次公開發表，另鼓勵改編



我國出版端原創作品、提供口述影像內容，並進行具文化擴散性之跨業合作，以及跨平臺國際合製與國際銷售，以提升內容力與國際競爭力。近年獲補助節目之劇種及題材均已有所突破，且於國內外獲獎無數，成功開發不同市場及觀眾：111 年於國際計入圍 13 項獎項、得獎數至少 4 項，包括《華燈初上》獲 2022 年第 5 屆亞洲影藝創意大獎最佳男配角獎；《我是自願讓他殺了我》獲 2022 年第 27 屆亞洲電視大獎最佳單元劇／電視電影獎、最佳男主角獎；另外《她和她的她》榮登 NETFLIX 台灣排行榜第一名數周。

- (3) 辦理「流行音樂新媒體應用節目製播計畫補助」，輔導影音業者產製多元創意影音內容並於新媒體平臺上架，共計補助 8 件，其中「原子少年」製播男團綜藝選秀節目，採用 VR 特效拍攝幕後花絮，可於線上影音平台 360 度觀看，首播平台 LINE TV 觀看逾 350 萬次、Youtube 觀看逾 4,600 萬次；後續並參加「釜山亞洲內容暨電影市場展」進行海外版權銷售。辦理流行音樂行銷推廣補助案，協助音樂人及音樂作品拓展國內外市場，111 年計補助第一類 15 件、第二類 3 件。111 年完成案件包含拍謝少年、I Mean Us、緩緩樂團、大象體操等 4 組藝人團體透過與海外音樂人共創或共演方式，拍攝 LiveSession 參與國際音樂節或海外重要音樂影像平台；另輔導「城市巨響音樂節」與馬來西亞、日本進行連線演出，及輔導「橘牆 2.0 線上直播及現場演出升級計畫」與北美 ASIANIA 平台、美國 Twitch 實況主合作上架我國藝人直播精華影片，共計 23 組臺灣音樂人參與。

4. 借重文化內容策進院推動文化內容產業相關投資及多元資金挹注之核心任務，共同建構完善文化金融體系，賡續擴大民間投資產業生態系，並提升製作規格及產製能量：

- (1) 文策院為完善產業資金生態系，推動文化內容投資計畫，捲動民間資金挹注，成立至今，透過國發基金投資，核准國發基金投資共 25 案，投資金額新臺幣約 14.49 億元，並帶動民間投資約 18.44 億元，合計總投資額達 32.93 億元。111 年度通過投資審議會之投資案共 12 案，涵蓋電影、廣播電視、音樂及表演藝術、數位內容、設計品牌時尚、視覺藝術產業六大類型，將持續加強相關產業發展推動，健全文化內容產業之投資標的體質、增加民間投資信心。
- (2) 依據「營利事業投資製作國產電影片投資抵減辦法」規定，持續受理電影股份有限公司申請投資製作國產電影片，抵減營利事業所得稅；並配合本部「獎補助、投融資」雙軌制政策，於獲補助案中發掘具高度市場性及海外行銷潛力之作品，轉介文策院優先媒合民間資金，帶動更多資金投入製作。
- (3) 111 年度節目補助機制亦持續配合本部「獎補助、投融資」雙軌制政策，於獲補助案中發掘具高度市場性及海外行銷潛力之作品，轉介文策院優先媒合民間資金，帶動更多資金投入本國節目製作，以提升國際競爭力。

5. 積極推動國片院線，拓展映演通路，擴大觀眾人口；另透過海內外行銷策略，強化臺灣電影品牌，增加市場規模及發展潛能；提升本國自製節目的能見度，穩定本國節目質量，並以國家隊整合行銷概念協助電視作品海內外行銷，強化國際競爭力；以「北部流行音樂中心」與「海洋文化及流行音樂中心」為雙引擎，協助強化中小型演出場地之運用及設備升級，健全數位空間合法付費下載機制，拓展市場通路，完備臺灣流行音樂表演市場之發展：

- (1) 111 年全國戲院共計 112 家、廳數 933 廳，其中加入國片院線者計有 106 家、864 廳，占比分別為 94.64% 及 93%，較 110 年分別成長 1.6% 及 3%。111 年國片票房計 6 億元，國片票房前 10 名獲行銷補助之影片票房佔比為 87.44%，有效增加國片知曉度及討論度。補助文策院集結國內影視及 IP 資源參與國際展會，111 年影視參展作品累計 830 部次影視作品，其中當年度國片陸續售出至港澳、中國大陸或東南亞等國家/區域，如《我吃了那男孩一整年的早餐》、《再說一次我願意》、《嗨！神獸》、《野夏天》、《童話•世界》、《初戀慢半拍》；另外《咒》、《一家之主》、《民雄鬼屋》等片則售出 Netflix 或 Disney+ 等國際 OTT 平臺版權，其中《咒》上架後衝上 Netflix 全球非英語電影觀看數 Top 10，最高紀錄搶進第 3 名，並拿下日、港、新加坡、越南、印尼電影收視冠軍，刷新國片在 Netflix 全球排名的歷史紀錄。
- (2) 為提升本國自製節目之能見度，辦理節目製作補助，要求獲補助節目（包含影集、新媒體、綜藝節目、兒童節目等）之公開發表應包含於國內電視頻道（包含多媒體內容傳輸平臺所屬頻道）公開播送或公開傳輸，或於國內合法設立登記或立案之網際網路影音平臺公開傳輸。另影視局持續鼓勵及協助國內電視內容業者踴躍參加國際節目內容競賽，以提升臺灣品牌國際市場能見度，111 年我國 18 部電視節目共入圍 28 項「2022 新加坡亞洲影藝創意大獎(AAA)」，其中「你好，我是誰」節目已故藝人劉引商榮獲最佳女配角、「華燈初上」節目飾演媽媽桑的吳慷仁榮獲最佳男配角、客家電視台「你好！我叫江東平」節目則奪下最佳兒童節目獎；另我國 26 部電視節目共入圍 22 項「2022 新加坡亞洲電視大獎(ATA)」，其中七十六號原子公司製作的「我是自願讓他殺了我」節目榮獲最佳單元劇獎，且男主角鄭人碩並奪得最佳男主角獎，客家電視台「你好！我叫江東平」節目則奪下最佳兒童節目獎。
- (3) 北部流行音樂中心位於臺北市南港區，提供 5000 席規模之流行音樂表演空間，填補大臺北地區 5,000 席場地不足之困境，另有流行音樂展示空間、錄音室、練團室等設施，為國內首見流行音樂專屬展演場地。北基地表演廳已於 109 年 8 月開幕，南基地流行音樂文化館及產業區於 110 年 10 月開幕。現由行政法人臺北流行音樂中心營運。

- (4) 海洋文化及流行音樂中心位於高雄港 11-15 號碼頭區域，提供 5,000 席流行音樂表演空間，另有展示空間及人才育成中心、文創產專區等，作為流行音樂人才培育基地，及海洋文化旅運中心，為高雄市新地標。海洋文化及流行音樂中心於 110 年 10 月 31 日開幕營運。現由行政法人高雄流行音樂中心營運。
- (5) 北部流行音樂中心北基地表演廳 109 年 8 月 27 日開幕，南基地流行音樂文化館及產業區 110 年 9 月 18 日開放民眾參觀，海洋文化及流行音樂中心 110 年 10 月 31 日開幕，提供中型流行音樂專業表演場地、小型展演空間及室外表演場地，提供臺灣流行音樂表演者演出舞臺。

6. 推動「影音場域之 5G 創新應用領航計畫」，帶動大型影視產製及多屏跨螢通路平臺業者（如公廣集團等）及公民營垂直場域業者（如影視內容產製中心、流行音樂展演場域等），建置完整的 5G 文化內容生態系，針對超高畫質、AR/VR/MR、沉浸式體驗等創新多屏跨螢內容產製及垂直場域應用服務：

本計畫係藉由 5G 通訊特性，鼓勵影視音產業運用數位傳播科技進行跨域合作，辦理超高畫質內容產製與創新應用，引導業者產出具臺灣在地特色內容，與發展影音展演服務解決方案及商業模式等。計分下列兩項子計畫，辦理情形說明如下：

- (1) 超高畫質內容創新運用：本計畫自 110 年 4 月 15 日起開始執行，規劃利用 5G 特性與 AI、IP 技術強化超高畫質多頻跨營內容傳輸，活化影音資產，以加速 5G 多頻跨螢應用，以提升我國超高畫質電視內容與技術。已完成新聞片庫 AI 辨識系統超過 100 組物件學習，人臉辨識準確度大於 85%；並製播各類超高畫質與 VR 等創新應用節目達 37 小時等，逐步達成推動影視音產業升級，加速推進 5G 市場之目標。惟因受疫情影響，該案將展延至 112 年 4 月 28 日結案。
- (2) 影音場域建置及推廣：以文化內容為核心，透過與科技解決方案業者合作，讓既有內容創造出新型態的呈現模式，帶動如場域主、電信業者、內容業者、系統整合業者、策展業者、硬體設備商等跨域合作，111 年度透過輔導 7 案次的服務或概念實證，共計引動上下游及周邊 37 家次業者合作，逐步翻轉內容創造、優化製播流程、加值展演商模。

此外，透過新科技展演的加持，創造比以往更沉浸、高度互動的體驗模式，共計帶動超過 13 萬人次的體驗或付費參與，提升展演體驗的滿意度，並引動業者於影音內容產製、展演技術及場域之研發等相關投資達新臺幣 1.05 億元。

#### **(四) 協助文化產業海外布局與輸出**

1. 系統化促成國內藝文發展及文化產業生態系接軌國際；辦理國家品牌風潮計畫，布局海外市場，帶動形成臺灣品牌風潮：

推動「行銷國家品牌進入國際」(風潮計畫)，與國內外藝文機構、展演場館等合作，111 年計辦理「文化保存國際組織交流論壇」、「北美地區工藝文化交流合作推動計畫」、「國光劇團經典作品影音優化暨國際推介計畫」、「『奔向自由—臺灣文學主題特展』捷克展出計畫」、「『文化環境共生：臺灣原住民環境知識與博物館』計畫」、「聽見臺灣—2022 NTSO—歐巡以樂會友交流音樂會」、「百年對話：跨國移動者與藏品的相遇」等 7 項計畫。

## 2. 推動「時尚跨界整合旗艦計畫」：

(1) 串連跨部會資源運用臺灣獨特時尚文化設計元素，並結合上中下游產業研發優勢，媒合時尚產業與視覺藝術、表演藝術、數位科技、影視音、文化觀光等產業跨域合作，藉由鼓勵國內時尚產業跨界合作與交流，創造國內時尚產業良好發展環境，提升產業競爭力，引領時尚產業朝正向發展及循環：

a. 於「2022 臺北時裝週 SS23」《遇見：原住民族人間國寶跨界時尚》開幕秀，促成 5 位原住民族「人間國寶」與 5 位時尚設計師跨界合作開幕秀，結合原住民族傳統編織、工藝及特殊文化與當代時尚及科技設計，傳遞跨文化與傳統工藝多元價值，讓世界看見臺灣重要文化元素。

b. 整合串聯時尚產業鏈，推動 6 家服裝品牌設計師們與 6 家臺灣高科技永續布料大廠強強聯手，以揚名國際先進技術，將永續機能布料做為媒材創造全新時裝作品，並於 AW22 辦理開幕秀，展示臺灣特有時尚文化與環保科技美學，提升時尚產業國際競爭力。

(2) 由本部與經濟部共同成立推動會，藉由產官學跨界協力，規劃臺北時裝週、人才培育及國際拓展之推動平臺；藉由辦理臺北時裝週建立臺灣時尚樞紐地位，協助臺灣時尚品牌拓展海外市場、增進國際能見度及創造實質商機及效益；補助時尚跨領域交流，創造跨產業攜手合作機會；籌畫人才培育相關計畫，促進產學協力共同培育人才，創造產業永續發展的關鍵實力：

a. 已於 111 年度辦理「人才培育暨國際拓展諮詢會」第 5 次會議，就「『2023 臺北時裝週』如何由深度扎根及廣度擴大人才來源」、等議題，深入討論交流。會議決議提出校際展演、Young Talent、New Breed 人才培育三部曲精進辦理模式。

b. 「2022 臺北時裝週 AW22」(辦理期間 3 月 23 日至 3 月 30 日)，整合經濟部國貿局、教育部等資源，共計辦理 15 場動態秀(包含開幕秀、校際展演、New Breed、新銳品牌秀、成熟品牌秀等)、B2C 誠品松菸店選品店、永續時尚 outlet 及國際買主採購洽談會等計 51 家次參與品牌(不重複計算)；另舉辦國際買家直播商洽 468 場次，13 國、73 位國際買家參與。

c. 「2022 臺北時裝週 SS23」(辦理期間 10 月 8 日至 10 月 28 日)，共舉辦 14

場品牌秀及 1 場 Young Talent 新鮮秀、1 場 New Breed 新生代品牌秀、選品店、時尚策展及服飾品國際買主採購洽談會等系列活動，61 家次參與品牌(不重複計算)；另辦理線上直播商洽 755 場次，16 國、76 位國際買主參與。

d. 徵選 9 家時尚品牌與設計師參與國際時裝週展演，包括品牌 Seivson 參加 2022AW 樂天東京時裝週、品牌 JENN LEE 參加倫敦時裝週官方秀、品牌 oqLiq 歐洲時裝週深耕計畫、品牌 DAMUR 參加 SS23 柏林時裝週、品牌 RAY CHU 2023 春夏倫敦時裝週官方秀展演等，協助國內優秀設計師拓展國際商機，提升臺灣設計師國際能見度。

e. 「2022 臺北時裝週」AW22、SS23 合計參與品牌達 112 家次、149 位國際買家參與，年度共創造 5.1 億元經濟效益。

### 3. 策辦「臺灣文博會」：

(1) 臺灣文博會為國內最大文創商品與圖像授權交易平臺，近年採策展及商展雙軌並行的方式，讓臺灣文博會不僅只是產品交易的展會，更是創意激盪、文化展現的空間，促進文化經濟發展，亦強化回歸深耕文化力，挹注更豐富之文化內涵於展會中，以期引發文化經濟的發展並產生新動能，

「2022 臺灣文化創意博覽會」於 111 年 8 月 14 日圓滿辦理完成，辦理成效包括招募超過 100 位國際買家、逾 500 個參展單位；首次移師高雄辦理，並以輕軌連結高雄流行音樂中心、高雄展覽館兩大場館，加上高雄市政府同步開放城市 6 大歷史空間、規劃 30 條文博繞境遊程、於愛河灣展示人氣 IP 裝置藝術及辦理海洋嘉年華等，整體造訪人次逾 50.7 萬人次，創下歷年新高；產值效益逾 10.7 億元。

(2) 藉主題展結合文化產業與生活，捲動社會關注，進而帶動優質參展產品的能見度；並藉由臺灣文博會之文創商品國際展示平臺，協助品牌推向國際，提升我國文化軟實力及產業競爭力：

本次以「群島共振 Resonance Island」為主題，體驗天地山海，創造生活交流，從感官到知識，從歷史到未來，共振出珍貴的臺灣，辦理包含主題館、工藝館，以及與嘉義、馬祖縣合辦地方館，展現摩登時光、眾霧釀島。此外，持續策辦品牌商展，包含文創品牌及 IP 授權兩大主題，其中因應疫情影響，完成買家洽邀策略規劃、擬真洽商、線上主題企劃、線上洽商系統，協助業者降低疫情衝擊並拓展商機。臺灣國立工藝中心亦於博覽會中規畫臺灣—工藝館：以「旅物 SHOP」作為主題，以工藝與自然、工藝與精神及工藝與生活串聯自然材料、職人精神到工藝與設計合作，展出四組生活美學提案者與工藝家合創作品，同時透過線上線下 (OMO) 連結至外部地方工藝、工藝之家、臺灣綠工藝品牌等約 500 個特色品牌，以及工藝行旅的實踐路線，展期間工藝主題館共計 28,526 人次參觀，媒體露出計 17 篇。

## (五) 館館皆是臺灣文化櫥窗

### 1. 落實國際合作在地化：

#### (1) 持續促成國際文化機構在臺深耕與合作，鼓勵國際組織 NGO 來臺設點，鼓勵在地青年人參與：

促成第一個國際藝文 NGO「國際生活藝術組織(Living Arts International, LAI)」來臺設立辦事處，107 年與 LAI 簽訂長期合作契約，同年 LAI 進駐空總 C-Lab 掛牌營運，成為第一個進駐臺灣的東南亞藝文類非政府組織，推動我藝文工作者參與跨國合作計畫。111 年執行「文化領航計畫」、「網絡連結的發展」、「文化倡議之促進與參與」、「創意合作的促進」等 4 大項計畫，與越南、印尼、馬來西亞、英國、印度、新加坡、柬埔寨、寮國、緬甸、泰國等進行跨國交流合作。111 年以「From Connection to Collaboration」為主題，10 月 20 日至 29 日辦理大型平台活動 Meeting Point，共計 351 位來自 25 個國家之國際藝文人士報名參與線上活動。

#### (2) 與地方政府及各國駐臺單位合作，發展國際文化並串連國際平臺資源：

- a. 與美國在台協會(AIT)合辦美國國務院 Center Stage 臺美交流計畫獲選團隊赴美行前交流活動，8 月 6 日於衛武營國家藝術文化中心舉辦獲選團隊「雙子二重奏」演後交流會，約 80 名貴賓共襄盛舉。10 月 7 日獲選團隊「滯留島舞蹈劇場」於兩廳院實驗劇場《冰河時期》亞洲首演後舉辦交流會，約百名藝文人士及學者等貴賓與會，與演出團隊互動踴躍。
- b. 補助臺南市美術館與加拿大駐台北貿易辦事處合辦「生存／抵抗：臺灣—加拿大原住民藝術展」，111 年 9 月 8 日至 112 年 1 月 29 日於南美館展出 18 位加國原民藝術家共 30 組作品，及臺灣 7 組原民藝術家共 20 組作品。
- c. 與法國在台協會合辦「2022 思辨之夜」，111 年 1 月 27 日假 C-lab 臺灣當代文化實驗場中正堂舉辦。以「動態編譯」為主題，由衛武營國家藝術文化中心戲劇顧問耿一偉主持，邀集臺灣與法籍專家學者及意見領袖共 6 位講者，進行專題演講及小組討論，討論主題為「邊境與限制」、「公民社會的角色」及「人權的保障」。
- d. 與歐洲經貿辦事處於 11 月 17 日至 112 年 1 月 31 日辦理「第 18 屆臺灣歐洲影展」，11 月 17 日假光點華山電影館舉辦影展開幕暨開幕片放映，來自歐洲 17 國共 17 部精選電影，放映地點遍及全臺 13 縣市，共計 43 所場館放映達 292 場。
- e. 與駐臺北以色列經濟文化辦事處合辦「Rollo-臺灣·以色列合作線上藝術創作交流展演計畫」。透過衛武營國家藝術文化中心與以色列 Rollo 藝術計畫團隊進行甄選，選出臺以各 10 位藝術家展開限時 24 小時接力創作，

完成作品於 111 年 6 月在衛武營及 Rollo 藝術計畫官網進行為期 1 個月展演，獲 3 萬 2,000 次瀏覽，為以色列辦理全球系列性 Rollo 計畫以來瀏覽人次最多的一次。

(3) 推動國際工藝合創計畫，並擴散合創模式到地方，建構以地方特色為本的國際工藝合作網絡：

辦理「逍 x 遙 x 遊-當代工藝合創展」：展覽強調「跨域」概念與「合作創新、資源共享」，以工藝融入美術館的場域精神，藉由具觀念性的當代語彙轉譯，帶給民眾生活美學認知與文化知識的提升。計完成臺南及高雄兩地美術館展覽；辦理 2 場開幕活動、10 場合創實驗場工作營及 1 場發表會、9 場工藝示範體驗活動、1 天 5 場交流座談會及線上展與影片 6 支。展覽總參觀人數 88,739 人次，社群媒體發布(不含本中心)總計 52 則，觸及 28,802 人次。

(4) 推動國家文化出版翻譯計畫，持續進行國際版權之合作與推動，建立本國作家進軍國際文學大獎之基底：

持續辦理翻譯出版獎勵計畫，本計畫自 104 年辦理迄今共核定獎助 256 案，33 個語種，例如吳明益《單車失竊記》獎助 8 語種、陳思宏《鬼地方》獎助 4 語種翻譯出版。現並已有逾 150 本書在世界 20 餘國出版發行。多部作品獲國際肯定，如吳明益《天橋上魔術師》入圍 2018 年法國「愛彌爾·吉美亞洲文學獎」、《單車失竊記》入圍英國「2018 曼布克國際獎(Man Booker International Prize)」、林小杯《喀噠喀噠喀噠》2019 年獲日本產經兒童文化獎、紀蔚然《私家偵探》日文版獲 2022 年馬爾他之鷹獎、陳思宏《鬼地方》英文版獲得紐約時報推薦等。

2. 推展在地文化國際化：

(1) 行銷國內文化重要品牌，透過「國家隊」整合行銷概念，將臺灣影視音產業推向國際；以民主及多元文化之臺灣特色，促進兩岸文化交流及產業輸出；與經濟部合作，包含涉及文化的經貿法規或經貿協定研議、文創產業的海外行銷：

a. 推動「經典作品航行計畫」，將具臺灣經典或足以展示主體性及文化價值之作品，與海外專業機構整合辦理巡迴展演或專題活動，持續將臺灣文化創作推向世界，達成「在地文化國際化」，111 年成果包含：

1. 駐洛杉磯辦事處臺灣書院 5 月與洛杉磯郡立美術館(Los Angeles County Museum of Art)合作推出《丈夫的秘密》、《大俠梅花鹿》等 6 部經典 60 年代臺語修復片線上播映活動，計 1,171 人次觀影。
2. 駐休士頓辦事處臺灣書院與休士頓自然科學博物館合作，110 年 9 月 17 日至 111 年 2 月 6 日舉辦《臺灣工藝大師吳卿、黃福壽金雕玉琢雙人展》，展出吳卿及黃福壽金、玉雕刻作品共 40 餘件，計 10 萬 8,657 人次觀展。

3. 駐紐約辦事處臺北文化中心、駐洛杉磯辦事處臺灣書院及駐休士頓辦事處臺灣書院等 3 館，聯合洽繫轄內底特律美術館及聖安東尼奧美術館等 10 間藝文、學術機構及社區場館，於 8 月 6 日至 21 日推辦山宛然客家布袋戲團美國巡演，計舉辦 9 場演出及 8 場工作坊，共吸引約 2,060 人次參與。
  4. 駐紐約辦事處臺北文化中心及駐美國代表處臺灣書院，與紐約現代美術館及麻州劍橋哈佛電影資料館等 7 間藝文及學術機構合作，於 9 月 12 日至 11 月下旬舉辦導演蔡明亮美東巡迴電影回顧展，放映導演歷年代表作品計 23 部，吸引約 6,582 人次參與。
- b. 國際市場銷售與發行業務為文化內容產業之重要布局關鍵，文化內容策進院帶領業者參加重點國際影視展會，以國家品牌《Taiwan Cinema》、《Taiwan Vision》及《Taiwan Animated》行銷我國影視作品，透過輔導業者參加國際展會，以擴大拓展國際市場，111 年總計輔導 429 家次影視業者、1,210 部次影視作品，參與 8 個國際重要展會。此外，為拓展臺灣優質出版圖書之海外市場，111 年度輔導業者參與法國安古蘭國際漫畫節、義大利波隆那童書展等 4 個國際出版指標展會，輔導 209 家出版社、957 件參展出版作品，並推動 Books from Taiwan 推廣計畫，推廣圖書海外版權交易，111 年度總成交數計 319 筆，同步配合各出版展會等舉辦逾 30 場版權會議，推介臺灣歷屆入選優質書單。
  - c. 持續辦理文學及漫畫駐村計畫，並結合文策院國際參展資源及駐外館處網絡，安排作家於駐村期間參與重要國際展會，例如 111 年 10 月促成駐德國柏林作家參與法蘭克福書展、111 年底促成駐法國漫畫家參與布洛瓦漫畫藝術節，並已納入 112 年安古蘭國際漫畫節臺灣館規劃等，協力將臺灣優秀創作者及原創作品推向國際。
  - d. 因疫情影響採線上參演「2022 年美國南方音樂節(SXSW)」，邀請拍謝少年、DJ QuestionMark、曹雅雯、夢東、眠腦、大象體操等六組藝人製拍高質感 LiveSession 參演，並與國外公關公司合作宣傳提升六組藝人海外曝光度。國際媒體總露出則數共 131 則，並獲國際媒體 kpophit、Music Press Asia 以及 Bandwagon 分別將拍謝少年、夢東、大象體操列為今年 SXSW 不能錯過的精采演出。
- (2) 擴大支持和新南向國家之交流合作，積極透過人才交流、新住民培力，以及資源共享之文化交流，促進多方持續對話，逐步累積互信共識，建立臺灣和新南向國家人民更親密的夥伴關係：
- a. 109 年至 111 年因應疫情，攜手無法來臺參與年會之本部「東南亞事務諮詢會」各國委員，共同執行新南向相關主題交流計畫或專題研究共 15 案。



- b. 推動東南亞地區文化交流計畫，總計補助 7 案；推動臺灣青年文化園丁隊計畫，補助 3 組團隊赴東南亞及紐澳進行文化交流；與原住民族委員會合辦「南島文化選集翻譯暨新書發表會」計畫。
  - c. 駐馬來西亞代表處文化組、駐泰國代表處文化組及駐雪梨辦事處文化組總計辦理 18 項計畫，透過各項藝文活動交流，增進與新南向國家藝文交流合作機會。
  - d. 辦理「印度地區推廣臺灣電影文化交流」勞務採購，於印度當地線上影音串流平台 MX Player 播映足具展現臺灣文化豐富度及多元性的 5 部電影，累積觀看數達 69 萬 5,300 次，提增與印太地區文化交流。
  - e. 108 年成立「東南亞文化創意平台專案」，由財團法人文化臺灣基金會擔任執行單位，以新南向政策「以人為本」為依皈，著力於國內外藝文組織團體之深耕與連結，深化與新南向國家之藝文交流與影響力，108 年迄今共執行 110 項計畫。111 年辦理 26 項計畫，範圍涵蓋新加坡、印尼、緬甸、菲律賓、越南、寮國、柬埔寨等國家；另攜手台灣亞洲交流基金會、數位藝術基金會等藝文團體合辦計畫，發揮橋樑搭建之功能。
  - f. 參展「法國巴黎時尚家居設計展(Mansion & Object and More)」-品森活 Taste of the Forest（春季）、居家工藝方程式展（秋季），以及辦理「2022 倫敦工藝週—色彩劇場-臺灣纖維工藝展」、「Green Talk—Taiwan Craft So Well 美國華盛頓雙橡園臺灣工藝展」、「Green Talk—New Life Style—2022 美國臺灣形象展」，計約 20 萬人次參訪。
  - g. 工藝中心 2019-2020 年期間於「108 設計驅動跨域整合創新先期計畫-工藝科技研發傳承計畫」項下研創成果-具國際市場潛力之木質自行車，應邀至世界第一大自行車展-「德國法蘭克福國際自行車展 EUROBIKE」展出，約 1,500 多家參展商參與，吸引來自 96 個國家約 15 萬名世界各地藝術收藏家、買家、媒體與設計藝術從業者等參觀。
  - h. 日本樂天臺灣館行銷：輔導 10 家廠商上架日本樂天臺灣館進行跨國行銷展售。「2022 桃園國際機場二航廈文化櫥窗展覽」：集結 30 組臺灣綠工藝品牌認證商品，讓國內外旅客感受到綠工藝與生活的緊密連結，以行銷及推廣臺灣優良工藝品。
- (3) 推介我國優秀藝文團隊參與外亞維農藝術節、愛丁堡藝穗節、杜塞道夫國際舞蹈博覽會、雪梨雙年展、墨爾本藝穗節、日本越後妻有大地藝術節、瀨戶內國際藝術節、橫濱國際表演藝術大會、喬治市藝術節等國際重要藝文平臺，以藝術文化展現臺灣文化價值，建立臺灣國家形象，展現豐沛之文化藝術展演能量：

- a. 本部選送翎舞製作《再見》、太古踏舞團《無盡胎藏》及 0471 特技肢體劇場《彼此彼此》等 3 團隊節目，於 111 年 7 月赴法參與外亞維儂藝術節，在絲品劇院（Théâtre La Condition des Soies）展開為期 3 週演出，獲法國普羅旺斯報及德國 ZDF 電視台等媒體報導。
  - b. 本部選送舞鈴劇場《生命之光》、翎舞製作《再見》、周寬柔×安娜琪舞蹈劇場《TOMATO》及曉劇場《潮來之音》等 4 團隊節目參與「2022 愛丁堡藝穗節」，111 年 8 月以「臺灣季」作為活動品牌，獲 The Skinny 及 The List 等專業藝文媒體關注、給予 4 至 5 顆星評價，並獲衛報和蘇格蘭人報（The Scotsman）等媒體報導。
  - c. 本部與衛武營國家藝術文化中心攜手，以「Taiwan Online!」為主題推介臺灣團隊參與「2022 德國杜塞道夫國際舞蹈博覽會」，並由蒂摩爾古薪舞集《去排灣》及 TAI 身體劇場與印尼艾可舞團合作之雙舞作《Ita》《AriAri》於現場進行展演分享，111 年 8 月 31 日至 9 月 3 日活動期間，向國際展現臺灣創作能量與文化底蘊。
  - d. 本部、原民會、澳洲昆士蘭美術館與現代藝術館三方共同合作「第十屆亞太當代藝術三年展—臺灣原民當代藝術特展」，110 至 111 年於澳洲布里斯本展出 8 位臺灣原住民藝術家作品，為三年展 1993 年創辦近 30 年以來，首度展出大型臺灣原民當代藝術特展，為臺灣與澳洲文化交流之里程碑。
  - e. 駐雪梨辦事處文化組攜手雪梨雙年展，共同支持排灣族藝術家阿儒瓦苡·篙瑪竿(武玉玲)創作全新大型裝置藝術《觸摸：記得我們的關係感》參加第 23 屆雪梨雙年展，3 月 11 日於雪梨沃許灣藝文特區第 2/3 號碼頭舉辦臺灣焦點活動。
  - f. 駐雪梨辦事處文化組攜手墨爾本藝穗節舉辦第 3 屆「聚焦臺灣」活動，首次邀請 2 組臺灣藝術家赴墨爾本進行現場售票演出，5 場次共吸引觀眾 725 人次，媒體觸及率達 3,600 萬人次，獲中外文媒體報導 51 則，如澳洲指標媒體《世紀報》(The Age)藝評、墨爾本代表性藝文媒體《節奏雜誌》(Beat Magazine)等報導。
  - g. 駐日本代表處臺灣文化中心協助推介臺灣藝術團隊豪華朗機工參與日本越後妻有大地藝術節、藝術家王文志及王德瑜參與瀨戶內國際藝術節。兩藝術節總參觀人次達 129 萬 7,454 人次，臺灣藝術家參展相關內容共獲臺日媒體報導 147 則。另串聯國家文化藝術基金會，補助布拉瑞揚舞團作品《路吶》參與日本橫濱國際表演藝術大會 YPAM「Direction」單元，於神奈川藝術劇場演出台新藝術獎作品《路吶》。觀賞人數近 1,200 人，共獲媒體報導 73 則。
  - h. 駐馬來西亞代表處文化組攜手喬治市藝術節辦理「2022 喬治市藝術節島嶼島：臺灣設計週」，以「不只是美麗」為主題，呈現臺、馬於建築、流行音樂、地方品牌及人文史蹟等領域成果，展出計 230 件展品，累積約 3,000 入場人次，獲東方日報等近 40 則媒體露出。
- (4) 推動臺灣文化節慶升級計畫，形塑在地文化藝術活動之國際文化識別價值，

### 促進文化觀光及在地產業繁榮：

本部以培養藝文欣賞人口及藝術專業人才、協助縣市政府形塑在地藝文特色及建構國際文化識別價值為目標，推動辦理「臺灣文化節慶升級計畫」。111年共補助10縣市12案計畫，各縣市政府逐步蒐整地方資源並加以串聯運用，建立節慶品牌之國際知名度，如桃園「大溪大禧」以大溪百年社頭組織為核心，結合文化資產空間，將傳統節慶融入當代設計與藝文元素，打造傳統信仰與當代生活對話的平臺，由在地社頭組成的「與神同巡」新型態遶境及神將特展，獲111年臺灣設計研究院金點設計獎肯定；屏東「半島歌謠祭」傳承推廣民謠老調，對內透過藝文教育扎根引入新世代參與，並以百年恆春古城為舞臺，不斷嘗試將多元表演元素融入傳統古調，向外延展當代與傳統的對話，獲111年臺灣設計研究院金點設計獎及日本GOOD DESIGN AWARD肯定。

## **肆、文化部因應嚴重特殊傳染性肺炎影響之紓困振興作為及成果**

111年全球疫情趨緩，考量國內防疫政策朝向逐步放款鬆綁，迎向「防疫新階段」，藝文活動也在防疫措施放寬下，邁向正常生活的過程中，面臨本身營運相關與觀眾經營等的另一波新挑戰。

### **一、藝文紓困措施**

(一) 表演藝術事業營運補助：本部為鼓勵團隊持續為民眾帶來豐富多元的演出，訂定「文化部辦理受嚴重特殊傳染性肺炎影響表演藝術事業營運補助申請須知」，針對國內表演藝術演出因人員確診或為密切接觸者，需居家隔離、場館清潔消毒閉館等因素，導致活動取消或延期、以及活動如期辦理惟受疫情影響觀眾入場意願或有退票事實之事業，補助其部分營運支出。「文化部辦理受嚴重特殊傳染性肺炎影響表演藝術事業營運補助申請須知」，於111年5月9日公告，一律採線上申請方式辦理，收件時間自111年5月16日起至111年7月15日止，補助範圍以受疫情影響期間(111年4月1日至6月30日)舉辦之活動為主，總計核定242件，核定金額3,596萬。

(二) 2022台北國際書展紓困補助及購書抵用券：

1. 為減低因疫情造成台北國際書展參展單位營運負擔，訂定「文化部對2022台北國際書展參展單位紓困補助申請須知」，提供參展單位展位費、參展、防疫補助，展位費補助核定102件，核定金額979萬1,360元；專案補助核定9件，核定金額982萬7,605元。防疫補助核定27件，補助金額121萬5,949元。另因疫情影響，本部提供台北國際書展退展單位紓困補助，核定補助22件，撥款83萬8,000元。

2. 「2022台北國際書展購書抵用券」已全數發放完竣，共計130間參展單位檢

具 18 萬 8,227 張申請撥付補助款，已核定及核銷補助款 1,881 萬 4,600 元。根據統計，2022 台北國際書展各參展單位銷售額度至少 6,500 餘萬元以上。

(三) 2022 臺灣文化創意博覽會紓困補助：

本部為減輕文創業者參加 2022 臺灣文化創意博覽會之負擔，訂定「文化部對 2022 臺灣文化創意博覽會參展單位紓困補助申請須知」，補助參展單位攤位費用，總計補助 281 家業者，核定補助金額共計 619 萬 8,100 元；另補助高雄市政府、嘉義市政府及連江縣政府辦理地方館，以展現各縣市文創產業量能，並促進參展觀眾認識各縣市在地文化，總計補助金額為 550 萬元。

(四) 2022 台北國際藝術博覽會紓困補助：為減緩國內畫廊業者參加 ART TAIPEI 之負擔，本部辦理「2022 台北國際藝術博覽會參展單位紓困補助申請須知」，補助實體展位租金 30%，共計補助 88 件、總金額約新臺幣 2,220 萬 9,090 元。

(五) 藝 FUN 線上舞臺計畫 2.0 補助：為於疫情期間協助表演藝術團隊持續累積演出創作與營運動能，推動展演形式走向數位化、虛實整合，本部續支持國家兩廳院推出《藝 FUN 線上舞臺計畫 2.0》，計補助共 49 個表演團隊，如：當代傳奇劇場、黃翊工作室、如果兒童劇團、台北室內合唱團、故事工廠、樂興之時管弦樂團、財團法人擊樂文教基金會、明華園日字戲劇團、一心戲劇團等，截至 12 月止已全數上架播映完畢，總計售票張數 8,096 張，觸及人次總計 10,964 人次。

(六) 擴大學生觀影及協助國片聯合行銷計畫：影視局補助新北市電影戲劇商業同業公會辦理「2022 擴大學生觀影及協助國片聯合行銷」活動，希望能透過各優惠措施鼓勵學生族群觀賞國片，刺激國片觀眾回流。共計 35 部國片參與該活動，其中辦理「青春限定場」計 213 場次、觀影人次約 3 萬多人；「學生優惠場」計 2,587 場次、觀影人次超過 10.8 萬人。

(七) 貸款利息補貼：針對符合經濟部紓困振興貸款之大型藝文事業予以利息補貼。截至 111 年 12 月底止，已提供大型藝文事業利息補貼共計 7 案，核定利息補貼之貸款金額計 7 億 9,231 萬元。

(八) 演藝團體紓困貸款：針對立案登記之演藝團體，提供貸款額度最高 600 萬元，並由信保基金提供 10 成保證、本部提供 1 年全額利息補貼(另 2-5 年由文化內容策進院以本預算提供利息補貼)。截至 111 年 12 月底止，已受理 214 件申請案，申貸金額 5 億 5,362 萬、已核貸 129 件，獲貸金額 2 億 4,652 萬元。

(九) 本部及所屬機關(構)文化場館租金減免或規費之補貼：

針對租借或受委託經營本部(含所屬機關[構])及地方文化場館空間之單位，因受疫情影響致營業金額減少者，提供最高上限 50% 之租金、權利金與類似費用減免或規費補貼。自 109 年 1 月 15 日受理，截至 111 年 12 月 31 日止，總計協助 574 案，減輕其營運負擔約 1 億 2 萬 7,189 元。

二、振興措施：

藝 FUN 券、藝 FUN NEXT：總計逾 1,299 萬人登記，發行逾 314 萬份，已領券份數逾 287 萬份，領券率逾 9 成 1，使用金額逾 16.17 億元，已領券使用率達 9 成 4。可於全國超過 1 萬 8,000 家店家包含電影院、博物館、書店等使用。為促進藝文振興，於文化平權的基礎下，本部 112 年度持續以「培育及開拓藝文人口」及「偏鄉藝文發展」為目標，辦理藝文振興計畫，增加藝文工作者展演映之機會，協助藝文團體於疫情衝擊下能持續永續發展。

## 伍、整體風險管理(含內部控制)推動情形

本部及所屬各機關已依「行政院及所屬各機關風險管理及危機處理作業原則」，將風險管理(含內部控制)融入日常作業與決策運作，透過辨識及評估風險，採取內部控制或其他處理機制，並檢查內部控制實施狀況，適時提供改善建議，以合理確保達成施政目標。

## 陸、結語

臺灣文化多元且豐厚，透過本部 111 年各項文化目標與政策，包含致力於文化近用的推展，逐步實現文化公民；文化保存系統的整體建置與再利用，再次連結人民與土地的歷史記憶與情感；地方知識的建構與推廣，厚植臺灣在地文化力量；開創青年及社區組織的參與，讓民眾能關心並參與文化工作，成為守護臺灣文化的重要力量；推動文化經濟與文化科技，建構適合文化創意發展的舞臺，讓臺灣的文化競爭力更加厚實；拓展文化交流，建立臺灣與其他國家的夥伴關係，落實文化外交工作，提升臺灣國際能見度。

自 110 年 5 月起爆發的新冠肺炎疫情，世界各國各層面均因此疫情遭受重大變故，臺灣亦受到嚴重影響，雖然臺灣防疫執行成效良好，但仍無法避免因防疫政策的推行下，使得國內各項內需產業受到衝擊，其中藝文產業受創甚鉅。本部已積極地規劃推動各項紓困計畫及振興措施，鼓勵民眾安心地參與藝文活動及消費。隨著 111 年起疫情情況趨緩，政府調整放寬藝文活動防疫管制措施，本部持續執行促進藝文消費人潮回流相關計畫，期盼在共同遵守防疫措施下，藝文活動能逐漸邁向全面開放，讓藝文工作及全國藝文活動儘早回歸全民日常。

112 年度因應全球經濟與文化活動幾乎恢復正常運作，本部將持續支持藝文工作者及藝文產業與推動各項文化工作，帶動國內藝文消費，增加國人欣賞藝文演出之頻

率，促使藝文人口回流至藝文市場，拓展臺灣文化國際曝光機會，期能讓臺灣珍貴的文化寶藏，得以被重視、保存、茁壯及發揚。