

# 文化部 112 年度施政績效報告

## 壹、前言

文化作為人類生活的具體展現，是國民思想進步的基石，更是國家發展茁壯的根本。本部以「壯大臺灣內容，建立文化自信」為核心理念，實踐於內容產業面、組織法規面、平權多元面、資產場館面、國際交流面等五大面向，成就臺灣文化之光。

## 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	109	110	111	112
合計	預算	39,427	30,744	34,618	36,244
	決算	38,575	29,316	33,931	34,882
	執行率(%)	97.84	95.36	98.02	96.24
普通基金 (總預算)	預算	19,488	17,740	17,772	21,021
	決算	19,152	17,409	17,394	20,718
	執行率(%)	98.27	98.13	97.87	98.56
普通基金- 前瞻 2 期特別預算 (108 年至 109 年)	預算	15,437	-	-	-
	支用數/決算	15,125	-	-	-
	執行率(%)	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- 前瞻 4 期特別預算 (112 年至 113 年)	預算	-	-	-	2,553
	支用數	-	-	-	2,057
	執行率(%)	-	-	-	80.54
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	10,479
	支用數	3,624	9,257	10,209	10,443
	執行率(%)	95.72	98.02	97.43	99.65
普通基金- 疫後強化經濟與社會 韌性及全民共享經濟 成果特別預算(112 年 至 114 年)	預算	-	-	-	1,010
	支用數	-	-	-	872
	執行率(%)	-	-	-	86.31
特種基金 (作業基金)	預算	716	798	807	952
	決算	674	716	797	756
	執行率(%)	94.11	89.73	98.76	79.41

特種基金(特別收入基金)	預算	-	-	-	229
	決算	-	-	-	36
	執行率(%)	-	-	-	15.63

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程尚未期滿，各年係截至當年度止之支用數。

### 二、預、決算趨勢說明

(一) 112 年度本部主管預算數 210 億 2,138 萬 6,000 元，決算數 207 億 1,813 萬 3,511 元，執行率約 98.56%，較 111 年度執行率 97.87%，增加 0.69%。

(二) 中央政府前瞻基礎建設計畫第 4 期特別預算，112 年度本部主管預算數 25 億 5,340 萬元，累計支用數 20 億 5,650 萬 8,973 元，執行率約 80.54%。

(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(執行期程 109 年 1 月 15 日至 112 年 6 月底)，本部主管預算數 104 億 7,905 萬 1,000 元，決算數 104 億 4,253 萬 169 元，執行率約 99.65%。

(四) 中央政府疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算，112 年度本部主管預算數 10 億 1,010 萬元，累計支用數 8 億 7,177 萬 1,739 元，執行率約 86.31%。

(五) 112 年度國立文化機構作業基金業務總支出預算數 9 億 5,198 萬元，決算數 7 億 5,611 萬元，執行率 79.41%，主要係「國立國父紀念館跨域加值計畫-直轄市定古蹟國立國父紀念館大會堂暨周邊設施升級工程」，甫於 12 月下旬決標，相關經費尚未動支所致；又 112 年度預算執行率較 111 年度執行率 98.76%，減少 19.35%。

(六) 112 年度文化發展基金之基金用途預算數 2 億 2,910 萬元，決算數 3,581 萬 693 元，執行率 15.63%，主要係因本基金為新設立，考量基金收入概況，秉持首年量入為出、撙節開支等原則，112 年度暫緩相關計畫之執行，剩餘經費續存基金專戶，供往後年度規劃使用。

### 三、機關實際員額

年度	109	110	111	112
人事費占決算比例(%)	8.52%	9.51%	9.67	8.40%
人事費(單位：千元)	1,632,004	1,655,035	1,682,798	1,739,960
合計	1,717	1,691	1,685	1,662
職員	1,125	1,109	1,113	1,098
約聘僱人員	417	421	425	429

警員	35	30	27	24
技工工友	140	131	120	111

\*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、年度施政績效報告成果

### 一、推動文化計畫

#### (一) 文化成年禮金（文化幣）

##### 1. 發放成年禮金推動青年參與：

- (1) 文化成年禮金（文化幣）自 112 年 6 月 6 日開放領用至 112 年 12 月底，已有領用人數 78.2 萬人（領取率 79.44%）、消費人數 63.1 萬人及消費金額 6.6 億元，以乘數效應 1.5 倍計算，預期產生 9.9 億元產值。
- (2) 為鼓勵青年以成年禮金體驗不同類型的藝文活動，引導資源挹注獨立書店、表演藝術及國片，達成精準振興之效，本部陸續推出加碼優惠，包含：消費滿 200 元抽文化幣；獨立書店消費 2 點贈 1 點之點數放大優惠；表演藝術推出 5 折以下優惠價格之青年席位，再享 100 點加碼回饋；單次國片消費滿 350 點，加碼回饋 100 點，以及全臺 121 家電影院響應推出爆米花、飲料及購票折扣等青春限定獨享優惠，以鼓勵青年快快領、好好用。

##### 2. 成年禮金獨立書店點數放大專案：

- (1) 配合成年禮金政策，領有成年禮金者至獨立書店消費，每使用 2 點便由 APP 自動加贈 1 點，最多可將 1,200 點放大為 1,800 點。另考量偏遠地區藝文消費場所較少，偏遠地區非連鎖圖書銷售據點，因負擔實質在地圖書據點功能，一併納入適用範圍。
- (2) 截至 112 年底，共 409 家獨立書店加入為適用消費點，且積極辦理相關推廣活動或優惠措施，例如辦理書展或講座活動、提供青年專屬閱讀套組等，增進青年購書意願。成年禮金於獨立書店使用金額逾 6 千萬元，佔整體約 9%，比例較藝 FUN 券成長約 5 成，反響良好，有效提振獨立書店營運情形。

##### 3. 成年禮金青年席位：

本計畫透過發放成年禮金，提早建立國人從高中到大學階段養成親近藝文及消費習慣，其中為拓展表演藝術欣賞人口。112 年串聯國家表演藝術中心、各縣市場館及表演團隊推動「青年席位」，以 5 折以下易入手的文化幣限定優惠票價，吸引年輕觀眾走進劇場。自文化幣發放至今，提供超過 12 萬個青年席位，表演藝術的使用占比有明顯成長，從藝 FUN 券的 8%，提升至文化幣的 16%。

#### (二) 藝文振興振心方案

##### 1. 文化平權巡演（庄頭劇場藝日限定）：

為於疫後穩定表演團隊營運、振興表演藝術產業、落實文化平權，本部推動文化平權巡演活動，總計超過 11 萬人次參與。

- (1) 《文化平權巡演－庄頭劇場藝日限定》：與縣市政府、原住民族委員會攜手合作，於 112 年 8 月至 12 月在全臺 10 個縣市，籌辦 10 場大型表演藝術展演

活動，每場演出由 1 個臺灣品牌團隊，攜手至少 5 個在地或傑出團隊參與演出，總共 68 個團隊帶來超過 60 場演出。每場次另安排藝術市集、街頭藝人，並結合成年禮金方案，創造多元文化體驗。已完成包含首場由雲門舞集於雲林演出《十三聲》、明華園戲劇總團於嘉義演出《超炫白蛇傳》、福爾摩沙馬戲團於澎湖帶來「海風馬戲節」演出《馬戲派對》、布拉瑞揚舞團於臺東演出《漂亮漂亮》、紙風車劇團於南投演出《哪吒鬧龍宮》、優人神鼓於苗栗演出《金剛心》、阮劇團於屏東演出《我是天王星》、朱宗慶打擊樂團於新竹帶來《擊樂搖擺》音樂會、躍演於彰化演出「意猶未盡《勸世三姊妹》庄頭版」、唐美雲歌仔戲團於宜蘭演出《天鵝宴》，總計約 11 萬人次參與。

- (2) 辦理公開徵件：支持 37 個中小型表演團隊，於 112 年 8 月至 12 月自行安排至非市區或原鄉地區巡演，包含風神寶寶兒童劇團、蒂摩爾古薪舞集、昇平五洲園等，總計辦理約 108 場巡演活動。

## 2. 進入校園-藝術入校計畫：

本部為推動藝文產業疫後振興，擴大文化體驗進入校園，訂定「文化部藝術入校計畫補助申請須知」，支持文化藝術活動結合學校課程，增加學生接觸多元藝術內容機會。112 年共計補助 42 組優秀藝文團隊，結合 112 學年度的正規學校課程時間，進入全國的國小、國中及高中校園，推動體驗課程。至 113 年 6 月底，可觸及 200 所以上學校。

## 3. 走出校園-校外文化體驗：

- (1) 本項計畫串聯中央與地方的藝文場域，創造文化體驗內容，以國小到高中的學生為對象，尤以偏遠地區學校為優先，讓孩子們有機會成為文化參與者。112 年至 113 年已與 21 個縣市政府合作，規劃一日文化體驗遊，總計帶動 20 個文化部所屬館所與 150 個地方藝文場域，共安排 113 條主題路線；自 112 年 9 月啟程，截至 12 月底已累計發出 800 臺遊覽車、超過 3 萬人參與體驗，包含偏鄉學校學生 9,000 名，目標至 114 年帶動 4,000 遊覽車次和 15 萬人次走出校園、走進全國各地文化藝術場所。
- (2) 本部及所屬計 20 個場館，配合提出 42 項體驗方案，提供縣市政府納入行程內容規劃。如衛武營國家藝術文化中心規劃「探索管風琴音樂」、「客製化導覽」等體驗方案，除帶領學生認識國際表演廳院，並延伸至廳院空間，安排劇場深度巡禮，透過藝文欣賞的體驗，讓美感教育潛移默化，截至 112 年 12 月底共計接待 8,175 位師生。

## 4. 書店串聯行銷-創新書市活動：

- (1) 獎勵全國各縣市實體書店串聯辦理整合性書展、市集及延伸之閱讀主題活動，吸引大眾親近閱讀、體驗藝文，從而重新走入書店。
- (2) 112 年核定獎勵 39 案，112 年 7 月至 113 年 5 月間，將串聯 1,676 個單位（包含 435 家書店），於全國 22 縣市辦理 150 場以閱讀為核心的藝文市集，並延伸辦理 1,003 場閱讀及藝文推廣活動，截至 112 年 12 月底，已辦理 73 場書市，逾 25 萬人次參與。

### (三) 國家語言整體發展方案

#### 1. 落實文化平權：

(1) 整合跨部會資源，推動「國家語言整體發展方案」，完備語料保存與應用，擴大辦理國家語言競賽、營隊等各式推廣活動，擴展影視音傳播資源，發展本土語言文化內容多元創作應用，建構國家語言學習與使用的友善環境，落實各國家語言生活化使用，促進多元語言永續傳承及發展。

a. 由本部與原住民族委員會、客家委員會、教育部共同推動「國家語言整體發展方案（111-115年）」，重點包括加強耆老訪談、齊備語料庫、廣辦推廣活動、支持內容創作多元應用、製播影視音節目及數位內容等國家語言發展及復振工作。

b. 本部執行情形說明如下：

(a) 加強語料保存：完成 179 名耆老及專業人士訪談、20 處古蹟地名之沿革調查，並規劃語料採集及建置馬祖語、臺灣手語語料庫。

(b) 書寫系統推廣：推廣臺灣台語常用詞彙應用，由公視台語台建置新詞詞庫，成立辭庫委員會，共審議完成 1,137 個新詞。

(c) 加強推廣活動：辦理國家語言生活節，參與人次達 1 萬人；表演藝術方面辦理「歌仔上青—2023 全國歌仔戲比賽」，並補助民間劇團既有表演節目增加使用臺灣台語比例共 56 案 238 場次；本部所屬館所、縣市政府、民間團體捲動社區辦理推廣活動，總參與人次達 6 萬 3,513 人次。

(d) 營造友善環境（含媒體）：補助縣市政府及民間團體辦理國家語言出版及多元應用內容共計 70 案、推動「強化公共服務資源及營造友善環境」共計 55 案；鼓勵業者於廣播、影視、音樂、遊戲等產業融入國家語言多元內容，產製國產電影 112 年首映長片 9 部及動畫短片 3 部，並加強製作兒少、綜藝、美食競賽等優質國家語言影視、流行音樂、廣播節目達 894 小時。

(2) 研議降低民眾參與文化活動之各種限制，落實文化近用：

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，特訂定「文化部推廣文化平權補助作業要點」，112 年共計補助 12 案，補助金額 372 萬元整。獲補助案類別，身心障礙類 3 案、性別議題類 1 案、族群議題（新住民、原住民）3 案、綜合類別 5 案。

(3) 持續補助「公視臺語台」，製播多元類型之優質臺語節目：

a. 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，112 年完成節目時數 2,221 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。

b. 公視臺語台南部中心於 112 年 6 月 3 日正式啟用，運用南部中心攝影棚、新聞棚陸續各類節目，均衡南北區域發展，達到縮短城鄉差距、保障多元語言及文化等目標。

#### (四) 匯聚臺流文化黑潮計畫

##### 1. 計畫推動重點及目標：

- (1) 匯聚臺流文化黑潮 1 plus 4-T-content plan 2023 暨 2024~2027 臺流文化內容躍升計畫(以下簡稱本計畫)，係本部以「壯大臺灣內容，建立文化自信」為核心，發展具有國際能見度及影響力的臺灣文化內容。透過政府政策驅動民間產業動能，建立官民協力的臺灣文化內容國家隊，強化臺灣軟實力，提升文化韌性，讓臺灣文化內容為世界帶來如黑潮般的暖流，溫暖全世界。
- (2) 本計畫為 5 年期計畫，以本部文化內容相關業務預算為啟動基礎，向行政院爭取並獲核定 4 年（2024 至 2027 年）100 億元之計畫預算，2024 年編列 30 億元；本計畫以臺流文化內容為核心，以影視音產業、文化外交、藝術文化、原創出版文本、文化創意產業、科技文化等六大面向，建構臺流文化政策。

##### 2. 計畫辦理進度：本部自計畫核定後，已陸續推出各項政策如下：

- (1) 112 年 9 月推出國際臺劇徵案，目標以強化內容製作力，扶植發展大型製作公司，帶動影視人才、技術及製作規模全面升級，整合為「投補（捕）關係」、「政府與民間合流」等策略，以捲動更多資金投入產製，提升臺灣內容國際競爭力與影響力。
- (2) 112 年 12 月推出中壯世代藝術家國際展覽補助，期待強化資源挹注中壯世代藝術家參與國際展覽，跳脫過往挹注已具相對豐沛資源公立館舍的思維，改採鼓勵民間專業藝術組織建立品牌及國內外合作網絡，由創作、研究、推廣等面向，整體打造視覺藝術品牌，推介臺灣中壯世代藝術家及其作品進入國際。
- (3) 112 年 12 月推出國際藝術展會補助，鼓勵視覺藝術產業參與國際具交易模式展會，促進拓展市場。支持國內視覺藝術產業拓展海外藝術市場、多點佈局，讓臺灣藝術家及作品順利進入國際，強化國內藝術家於世界藝術文化地圖的市場性。
- (4) 112 年 12 月推出拓展臺流文本外譯 Books from Taiwan 2.0，擴大全譯本的製作本數，並由專業版權人員於重要國際書展或版權交易活動推介，帶動外譯產能及國內版權交易人才投入，將臺灣原創好書帶往國際市場。
- (5) 112 年 12 月推出 T-Comics 臺灣中長篇漫畫產製徵案，補助已累積一定經驗的創作團隊或具市場發展性的漫畫作品發展中長篇，孵育具市場性及故事腳本完善的企劃，期待透過漫畫分鏡、IP 擴散效果等優勢，提升影劇化及跨域應用潛能。

## 二、完備文化法規

### (一) 文化創意產業發展法修法：

修正文化創意產業發展法，並於 112 年 5 月 31 日公布施行，從環境面、產製面、資金面及通路面等四大面向重新架構研擬修正草案，以建構支持文化創意產業生態系發展環境：

#### 1. 黃牛禁止條款：

- (1) 增訂文化創意產業發展法第 10 條之 1，透過行政裁罰及刑事懲治，遏制黃牛

橫行，保障藝文票券消費。

- (2) 行政裁罰處以票面價值 10 倍至 50 倍之罰鍰；刑事罰處以 3 年以下有期徒刑及 300 萬元以下罰金。
- (3) 檢舉案已由地方政府調查案計 291 件，案件數由 112 年 6 月 146 件逐月遞減，同年 7 月檢舉 89 件、8 月 39 件、9 月 17 件；並設置黃牛檢舉專區及鼓勵藝文表演實施實名制等，透過各項配套措施有效遏制黃牛橫行。

## 2. 文化投資抵減：

- (1) 增訂文化創意產業發展法第 27 條之 1、第 27 條之 2，將文化創意產業納為國家重點戰略產業，享有投資抵減優惠。
- (2) 推動文化內容投資計畫，捲動民間資金挹注：112 年度執行國發基金投資 10.73 億元，連續第二年創歷史新高，帶動民間投資及周邊效益 22.98 億元，合計達 33.71 億元。
- (3) 112 年度促成新臺幣 2.9 億元融資規模，其中「加強文化創意產業升級轉型貸款」核定通過貸款金額共計新臺幣 1 億 7,230 萬元。
- (4) 全球業務拓展及產銷並重：112 年度參與國際指標性市場展會逾 23 個，推展超過 1,995 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。

## 3. 支持文化 ESG：

- (1) 增訂文化投資納入 ESG 公司評鑑永續指標項目，修訂「上市上櫃公司永續發展實務守則」：企業經由捐贈、贊助、投資、採購、策略合作等支持模式，將資源挹注文化藝術活動或文化創意產業，納入「維護社會公益」範疇。
- (2) 新增「支持文化發展」計入公司治理評鑑得分：112 年公司治理評鑑的永續發展構面，新增「公司是否投入資源支持國內文化發展，並將支持方式與成果揭露於公司網站、年報或永續報告書」之指標

## (二) 公共電視法修法

1. 公共電視法修正條文已於 112 年 6 月 21 日公布施行，本次修正條文共計 19 條，其中修法核心議題包括解開自 90 年至今，長達 23 年定額 9 億元捐贈預算上限；將曾造成第 5 屆、第 7 屆分別延宕 968 天、966 天的董監事 3/4 選任門檻調整為經 2/3 通過，以快速且務實解決公視基金會目前所面臨之經費不足、董監事選任不易等核心問題；將多元族群納入業務範疇、完成國際頻道法制化等共 3 條，其他 16 條則係配合不符時宜規範及財團法人法相關規定調修。
2. 確立 Taiwan plus、公視臺語台法源依據、專款專用；投注 6 億元臺灣原生兒少內容產製，且不再以標案營運公共電視。
3. 增列公視基金會業務範疇，完成族群、國際頻道法制化，保障族群主體性及文化多樣性，重新定位公視在公共性服務及產業角色，提供公視基金會合理經營環境。

## (三) 文化資產保存法修法

研修文化資產保存法令及辦理相關研究，以符合實務保存之需並增進行政執行效能；舉辦文化資產保存法制教育訓練，提升公民參與文資保存之素養與文化資產

行政人員專業知能，持續朝促進公民參與、增加保存誘因、強化保存作為政策目標，完備文化資產法制環境：

1. 因應司法院釋字第 813 號解釋，本部研擬文資法第 41、99 條修正草案，業經立法院於 112 年 11 月 10 日三讀通過，諮請總統於 112 年 11 月 29 日以華總一義字第 11200103481 號令修正公布，增訂歷史建築、紀念建築所定著的土地得為容積移轉，並修正免徵歷史建築、紀念建築及其所定著的土地房屋稅與地價稅，以保障歷史建築坐落土地所有人的財產權益。
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」（中區）、（北區）、（南區）及（澎湖）培訓計畫，總計培訓 232 人，其中培訓合格取得證書者共計 69 人（北區及南區尚未結訓）。
3. 依據文化資產保存法第 23 條及古蹟管理維護辦法第 17 條規定並結合文化資產空間特性，舉辦 3 場「112 年古蹟管理維護人員教育訓練（2 場基礎訓練及 1 場古蹟管理維護工作坊）」，總計培訓 103 人。
4. 研擬「古蹟修復工程工地負責人及建築師或相關技師管理研究與修法草案、相關子法與行政規則研擬」、「古蹟、歷史建築、紀念建築、聚落建築群普查操作手冊建置」、「促進民間參與公共建設法之重大公共建設範圍增列歷史建築、聚落建築群及文化景觀擬具草案及稅式支出評估」、「古蹟修復工程工地負責人訓練教材編撰及更新與回訓制度建立」、「文化資產保存法修法草案第 32、32-1、41 條訂定相關子法與行政規則」等相關計畫，以建構更完善法令機制。

### 三、充實文化建設

#### （一）文化資產保存及維護（第五期）計畫

1. 成功爭取文化資產保存及維護（第五期）計畫，行政院核定 6 年（113-118 年）共 159.44 億元預算，首（113）年編列 22.03 億元，務實解決文資保存預算不足問題。
2. 解決近 3 年縣市申請文資保存相關案件 627 件，因預算不足而有高達 447 件（71%）申請案未審退回情況，及部分文資損毀尚缺經費修復等情形。
3. 112 年 7 月已完成第一梯次審定，核定各縣市總數 357 案，核定總經費 59 億 8,73 萬元，本部補助 36 億 9,04 萬元，為歷年之最。

#### （二）各項公共建設計畫

##### 1. 推動國家兒童未來館興建計畫：

完成國家兒童未來館建築師徵選，並對外公開競圖成果及展覽與社會大眾溝通，並持續推動相關場館籌建工作：

- (1) 依規劃進度辦理國家兒童未來館建築師徵選，於 112 年 6 月 29 日上網公告，廣徵國內並搭配具國際實績團隊，112 年 11 月 23 日完成二階段評選。
- (2) 為加強與社會大眾溝通，於 112 年 11 月 24 日辦理評選結果發表會，並於 112 年 12 月 8 日至 113 年 1 月 6 日公開展覽，以讓參觀民眾認識未來興建基地以及本計畫目標與願景。
- (3) 為理解兒童想法，蒐集兒童觀點，以打造符合兒童之體驗空間，於現有博物



館或藝文場館舉辦兒童參與工作坊，112 年度辦理 10 場次，共 140 人次參與，持續透過不同參與方式，讓兒童表達意見，提供後續規劃設計參考。

2. 執行「國立歷史博物館升級發展計畫」：

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」及「興建文物典藏庫房」分項計畫，已推動史博館修復及再利用第二期工程發包施作，已於 113 年 1 月 10 日竣工；興建文物典藏庫房案都市設計書圖已於 112 年 11 月 9 日經新北市城鄉局核備在案，並已於 12 月 1 日完成建造執照掛件審查作業，另同步辦理細部設計中。

3. 執行「國家人權博物館中程計畫」：

112 年度完成「全園區景觀與環境整合工程」、「復興路圍牆修繕工程」等 2 項已竣工驗收通過完成核銷；「北院檢署整修工程案」、「最高院檢署整修工程」、「市定古蹟『安康接待室簡易維修工程』」等 3 項工程已竣工辦理驗收階段。

4. 推動國家漫畫博物館籌備處成立：

112 年 4 月 1 日由行政院鄭副院長正式拍板選定「臺中刑務所」為國家漫畫博物館籌設位址，國漫館籌備處業已於 112 年 10 月 20 日成立，國漫館東側基地經優化工程與策展典藏等籌備工作並行，歷經八個多月的努力，於 112 年 12 月 23 日順利開展，正式進入國家漫畫博物館園區開展試營運階段，首檔展覽即以全園區 15 棟建物完整規劃，8 大主題策展、3 大空間亮點，加上主題市集及大樹榕光和動漫音樂等展演活動，頗獲業界及大眾好評，從開展至 112 年 12 月底，已有超過 10 萬參觀人次。

5. 推動「面向國際·展示臺灣」國立臺灣歷史博物館第二期擴建計畫：

(1) 國立臺灣歷史博物館 110 年 11 月從四級機構升級為三級機構，成為國家級重要博物館，必須擴建庫房充實其典藏之臺灣文化及文物，行政院初步同意經費 30 億元，113 年編列 1 億元進行規劃設計。

(2) 臺史博基於典藏臺灣記憶、展現臺灣文化軟實力、連結國際、實現淨零排放及創新博物館經營之世界潮流與國家政策下，規劃本計畫，期達成下列目標：打造國際級的文化國家隊，成為世界認識臺灣及臺灣重新認識自我的窗口、典藏臺灣記憶，壯大臺灣文化內容、開展當代蒐藏行動，營造博物館潮流的新亮點、翻轉營運模式，創新多元文化新體驗，帶動文化觀光產業升級與創新、打造智慧創新淨零建設，邁向淨零未來、深耕文化底蘊與整合觀光資源，提升城市創意發展競爭力。

(三) 藝文場館轉型升級

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：

國立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），以多元展演開展文學新視野，將臺灣文學帶入大眾生活，藉由首都生活圈之便，成為外國遊客認識臺灣文學與文化的重要窗口。112 年辦理成果如下：

- (1) 文學外交：發行 NMTL Newsletter（雙月刊），與國內外讀者分享臺灣文學與文壇重要動態；串聯大專院校華語中心，安排外籍學生參訪交流。
  - (2) 文學創力：辦理 2 季「駐村計畫」，甄選國內外作家及譯者入駐臺灣文學基地，並於周末與觀眾互動交流，共計 15 位創作者入駐（本國籍 11 位、外國籍 4 位），辦理 37 場交流活動。
  - (3) 文學展演：共推出 4 檔跨域文學展——「流言解剖：臺灣都市傳說文學」、「飛越文學天際線：臺灣文學在瑞典」、「巡味·行筆：東門市場的多重文本」，並重新詮釋本館「成為人以外的：臺灣動物文學」特展，同時搭配常設展「不願被消失：日式宿舍到文學基地」，邀請各領域工作者與談，辦理展覽系列講座與工作坊。
  - (4) 文學推廣：以華語、臺灣台語、英語、法語等語種，分齡分眾推廣文學，每週六推出「繪本好時光」親子故事活動、每月推出「母語說故事」，並搭配國際母語日、世界閱讀日等全球性倡議活動，以文學市集匯集各領域資源，透過多元語種及文學日常的推廣，讓臺灣文學成為傳遞文化不滅的火種。
  - (5) 文資保存推廣：戮力維護歷史建築風貌與景觀，並以臺灣文學為歷史場域增添能動力。於週末辦理定時導覽、提供團體預約導覽，推廣珍貴文化資產與臺灣生活記憶，共辦理 177 場導覽、參與人次約 2,560 人。
  - (6) 臺灣文學基地獲選「2023 臺北 TOP 20 私房景點」名單，深受社會大眾喜愛，彰顯文化資產與當代創新生活相輔相成的價值。112 年共辦理 228 檔活動、參觀人次約 9 萬 5,000 人。
2. 透過攝影文化中心臺北館，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 112 年參觀人數累計 4 萬 8,255 人次，定時導覽與團體導覽共計服務 2,493 人次。
  - (2) 112 年辦理 9 檔臺灣主題展，包含：「造影：當代虛擬敘事」、「聚現：111 年全國美術展攝影類」、「抽象之眼」、「凝光：2023 臺灣攝影家百歲典藏展—常龍高、楊基焯、周志剛」、「隱喻之影：逐光追影及它義」、「比喻之光：逐光追影及它義」、「映態：112 年全國美術展攝影類」、「曾在的形跡—李悌欽、邱德雲攝影捐贈展」、「跨·交·通：從『大阪商船株式會社臺北支店』到『國家攝影文化中心臺北館』」（常設文資修復展）；5 檔線上展覽：「追尋，優雅的向度—阮義忠攝影典藏展」、「保衛生命—日治初期臺灣的病媒蚊防治與公共衛生」、「《好茶紀實：生命與詩的旅程》—王有邦攝影故事」、「《臺灣寫真通信》中的島嶼風景」、「鏡頭下的躍進南國：高雄州拾影」。
  - (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 175 件、數

位化 3,530 件、作品詮釋資料撰寫 468 則、藏品整飭與保存維修護 1,016 件；出版展覽專輯共 2 冊。教育推廣活動部分，講座、專家導覽等共 53 場次、參與人次共計 5,679 人、線上合計 2,711 人次。

- (4) 推廣大眾認識臺灣攝影家生平故事及其攝影作品的創作背景，112 年《臺灣攝影家》系列叢書共出版《莊明景》、《黃永松》、《侯淑姿》、《黃則修》、《潘小俠》、《陳順築》6 冊。

3. 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：

- (1) 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，推動財團法人「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。
- (2) 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，112 年度達成 75 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。
- (3) 為完善影視聽中心場館設施，本部推動「國家電影及視聽文化典藏專業設施改善及博物館建置計畫」，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。

4. 持續推動臺灣博物館系統升級計畫：

- (1) 完成臺灣博物館系統南門館「煎熬時代」常設展暨古蹟修復常設展更新，升級古生物館監視系統，優化展場管理及安全服務。
- (2) 針對展館設施進行部分設施優化、增設休憩座椅及汰換、優化展示服務設備，同時進行典藏之建築書圖數位化，公開供大眾進行閱覽、研究，並策辦相關特展豐富展覽內容。112 年度全年四館總參觀人數已逾 89 萬人次，為歷年新高。

(四) 博物館、社區營造

1. 博物館發展及推動成果：

- (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：澎湖海洋資源館邀請居民共同參與了解所生活的土地，帶領大眾走入縣內魚乾產業加

工現場、踏查魚灶等，親身體驗魚乾文化，重現在地居民生活記憶，傳承有形及無形資產與記憶。

(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. 本部國立工藝研究發展中心與農業部農村發展及水土保持署自 103 年共同扶植及輔導社區工藝，作為全臺工藝社區重要陪伴者，至今已累積超過 186 個工藝社區，112 年補助達 67 個社區工藝團隊，並首次辦理「社區工藝博覽會」，展現臺灣在地工藝文化創造力。另為使在社區工藝引伸內容更具豐富性，於 112 年推出副發展項目：工藝行旅、工藝長照及工藝校園扎根，讓工藝以草根美力支持更美好生活。

b. 錄製 2 部社區工藝推廣影片及編印「青春協奏曲」及「好，生活-社區工藝博覽會實紀」2 本專輯，推展社區在地工藝。

(1) 透過文物、標本典藏與研究，保存自然遺產、文學故事及多元族群記憶，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：

a. 持續以國立博物館及原住民族文化館合作的方式，與原文館共同探尋、詮釋原住民文化。112 年辦理國立臺灣博物館「當代轉·生-北區原文館聯合策展行動」、國立臺灣歷史博物館「走入歷史田野工作坊—物質、空間與原住民歷史」工作坊等。另國立臺灣博物館透過「漂鳥集—臺灣候鳥展」、「Kialreba 重返霧臺：臺博與當代霧臺魯凱族的對話」、「林野：力的交界」等特展，串聯研究成果，促進文化多樣性及生物多樣性發展。

b. 國立臺灣文學館進行臺灣文學史料的調查，與蒐集作家文學文物的徵集典藏工作，應用網路及數位科技，提供國內外學者進行臺灣文學相關研究。112 年度文物典藏工作執行情形如下：

1. 完成 2,142 件文物徵集入藏及審議作業，並陸續進行文物入藏後之建檔、藏品編目、檔案照拍攝與權利盤點等完備資料典藏工作。

2. 完成莫渝、段彩華、康原、張騰蛟、黃郁文、王育德、林立、葉俊麟、林央敏等 10 位作家之手稿數位化 1 萬 254 頁，以數位形式保存藏品並提供後續之加值應用。

3. 加強文物內容描述深化，完成手稿類藏品及民間文學多媒體聲音數位藏品之內容詮釋共計 1,300 件，將詮釋成果上傳至本館文物典藏查詢系統，提供民眾查詢，提高藏品利用。

4. 完成藏品檢視登錄及文物保護施作 3,500 件，掌握藏品保存現況及確保文物安全典藏環境，延長文物生命。透過蒐藏、保存、維護臺灣文學史料文物，共提調 1 萬 976 件藏品，提供館內外研究、展覽、加值應用，以增進大眾對臺灣文學之認識及理解。

(2) 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：

全臺目前有 37 間文學館家族館舍，每年辦理 2 場文學館家族館際交流會議，

持續盤點文學地景資源開發特色且具市場性的文學創意走讀路線，並公開於臺文館虛擬博物館「文學 Let's go」文學地景網，供民眾於休憩時間規劃一場自行走走或一起走走的文學旅行，並設計會員招募活動。

- a. 文學館家族館際會議以主題式彼此經驗分享、建立協作平台，112年6月15日林語堂故居、龍瑛宗文學館、李榮春文學推廣協會、高雄文學館四文學館舍分享近年營運成果，及安排1場中研院臺史所檔案館王麗蕉主任「檔案館的策展設計與歷史推廣」專題演講；第2場於112年12月27日舉辦，安排與會者參加臺文館「集合吧！府城時空旅人」走讀，下午由龍瑛宗文學館、高雄文學館、李榮春文學館等各館以「文學地景走讀」為主題進行分享。
- b. 112年協助臺灣文學基地開發「尋找臺北的文青搖籃」文學創意走讀之中、英文路線各1條、同時進行培訓英文導覽解說員。10月20日安排本館人員試走、10月26日執行KOL網紅場次、12月3日辦理民眾收費場次，共20人滿團報名。
- c. 文學館家族典藏攜手文物修護計畫，於112年協助梁實秋故居、賴和紀念館、三秀園、屏東文學館等地方館舍，修護共計48件紙質文物（含手稿、圖書、證書、地圖等）；整理建檔211件文物（含手稿、圖書、攝影、書畫、檔案等）。
- d. 另為輔導館所人員建立文學類藏品典藏管理、保存維護基礎認知，協助提高博物館核心職能，辦理一場次「打造典藏儀式感-典藏管理與文物持拿工作坊」，共28人參與。

## 2. 社區營造串連地方資源投入：

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：

- (1) 為促進青年結合退休黃金人口，協力投入社區公共事務，訂定「文化部社造多元協力跨域共創補助作業要點」，112年度針對該要點核定之26件，已辦理訪談活動、工作坊、文史推廣等活動850場次，捲動周邊450個團體、社群共同參與，參與人次達5萬3,731人次。如補助雲林縣虎尾鎮建國眷村再造協會，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，另外辦理漫畫大賽，進行眷村插圖教材開發等，活化在地知識。
- (2) 本部透過社造經費支持縣市政府因應在地特色，落實跨世代協力策略。例如由大學文化創意產業學系學生，協助苗栗貓裏紅茶從資源調查、空間美化、活動規劃、形象建立等方案，並製作製茶手冊、開發茶皂等，也結合運用周邊豐富的自然生態環境及潛力商家，策劃出貓裏紅茶之路的專屬行程，希望未來能系統化整合，逐步帶動觀光發展，讓老行業也有新生命。
- (3) 建構及推廣「地方知識」串聯地方社群、社區文化工作者、學術社群及地方政

府，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，進行地方文化保存與經營：

- 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，如澎湖縣成功社區媒合國內、外藝術家，帶領國小學童進行寫生及美術創作；透過社區居民親手投入閒置空間整理，進行成功 34-1 號基地空間陳列展示修繕，打造藝文展示空間。
  - 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，112 年全國博物館與地方文化館總參與人次約 2,000 萬人次，發揮館所文化保存與經營之功能。
- (4) 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. 本部文化資產局建置「國家文化資產資料庫」，蒐整法定文化資產個案資料及成果，併同文化資產法規、原住民族文化資產、提報/申請案件審議進度等增值功能供各界查詢。
  - b. 目前系統共計登載 6,253 筆法定文化資產個案資料以及 8,623 筆成果報告書，俾利文化資產永續發展與傳承，並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。
- (5) 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. 支持縣市串聯各種地方組織與產業，持續發掘在地社造點，開發多元社造提案，建構有利新血投入社造的環境，例如新竹市以數位科技為主軸，與國立清華大學及青草湖水域遊憩中心合作，將青草湖周邊文史、生態規劃出 15 個故事導覽點，與國小學生合作進行導覽音檔錄製，建立「青草湖數位走讀資料庫」。
  - b. 本部青年村落文化行動計畫，經由徵選 45 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，培育公共事務倡議與文化人才，並創造在地多元發展機會，112 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 516 場次，參與人次 26 萬 5,740 人次（含線上活動），以及串連社群個數達 315 個。例如「磺溪生活流域計畫」以專業調查研究為基礎，進行深度公民共學討論，促進議題能見度並觸及拓展更多關係人共同關注流域治理永續議題等。
- (6) 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：
- 為促進企業參與社造及鼓勵跨域合作，本部廣續鼓勵各縣市媒合民間資源投入，進而成為在地社區照護等社會安全網的一環，如花蓮縣的「痞男餐飲」是一群喜愛街頭滑板與街舞文化的青年，與民間部門合作取得場地後，青年們一起製作滑板場，進行滑板推廣與教學，並與家扶聯盟、青少年團隊或少

年觀護所等單位合作；讓玩街頭文化的青年們帶青少年們學習塗鴉、滑板，帶領脆弱家庭少年或偏差行為少年重新建立社交圈，也動用團隊力量，開始維護花蓮滑板場的清潔、治安等問題。

#### 四、健全文化產業

##### (一) 藝術發展

##### 1. 藝術展覽方面：

##### (1) 視覺藝術振興計畫：

- a. 為壯大藝術內容、擴大藝術欣賞機會，112 年辦理「視覺藝術振興計畫」，於疫後支持視覺藝術發展，使視覺藝術進入生活，有助於國內藝術展演多元發展。
  - b. 本計畫以視覺藝術為核心，補助類型多元，包含辦理大型主題策展、大型匯演或藝術季（節）、藝術創作、實驗計畫、參加或辦理國際展會，以及結合科技、創新及實驗性等計畫，提高我國視覺藝術之國際能見度，促進視覺藝術產業拓展市場與國際合作交流。
  - c. 112 年核定補助 18 案，補助金額 1,390 萬元，支持如歷經 5 年調研布農文化及復育小米「布農。密碼——與月亮的約定」，結合藝術家江賢二的畫作、導入 AI 融合沉浸式劇場及生成藝術互動「Re: 江賢二 Reach and React 沉浸式及生成藝術互動展演計畫」等。另已完成財團法人臺灣美術基金會「藝術銀行 10 週年計畫」（文博會展區）、哇大創意整合有限公司「重塑島嶼的風景—馬祖國際藝術島視覺藝術策展計畫」（補助展區）、臺灣虛實展演發展協會「前進奧地利林茲電子藝術節：《覺旅臺灣》——臺灣元宇宙感官之旅」等計畫。
- (2) 國際藝術展會補助 11 案，共計 425 萬元，1 案註銷、10 案辦理完成，包含支持大未來耿畫廊藝術有限公司參加 2023 Frieze Seoul、德鴻畫廊參加 ART OSAKA、傳承有限公司及首都藝術事業有限公司參加韓國 BANK ART FAIR 等國際型展會，成功提升臺灣藝術家及畫廊產業於國際的能見度。

##### 2. 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：

- a. 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。
- b. 本案自 107 年執行至 112 年，購藏重要作品 833 件，徵集檔案史料超過 9 萬件，修復作品及文物史料逾 8,000 件，出版、紀錄臺灣藝術家身影超過 300 件，辦理 82 檔美術、工藝、文學、音樂重要經典展演，獲捐贈美術作品近 5,000 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：

為深化重建臺灣藝術史工作之多元複數觀點及梳理地方藝術發展脈絡，本部透過「臺灣藝術研究補助」，鼓勵專業館所、學術機構及民間組織團體共同投入臺灣藝術史研究。自 111 年起已補助 21 案，補助金額達 2,732 萬元，支持如嘉義市立美術館、國立臺灣師範大學、財團法人李梅樹文教基金會等單位執行中長期研究計畫，包含訪查藝術家創作歷程、梳理各地美術發展脈絡、徵集及修復作品文獻、建置數位資料庫等，藉由計畫研究成果辦理相關展演及推廣活動，使大眾進一步接觸及了解臺灣藝術史。

(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：

a. 本部 112 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 19 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，鼓勵多元群體廣泛參與藝文場館相關活動。

b. 為建構臺灣藝術史典藏、研究、展覽與詮釋體系，本部透過「地方美術館典藏空間升級或購藏計畫」，112 年補助 12 縣市依地方美術館之定位與目標，發展各地美術館典藏特色，以在地藝術發展為核心，進行典藏研究，購藏具在地脈絡及特色之藝術作品；另強化典藏品保存工作，進行庫房修繕、設備購置、典藏品維護修復等相關工作，以建構各地方藝術史之多元史觀詮釋體系。

c. 本部另透過前瞻計畫「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，112 年共計補助全國 10 縣市之美術館及展覽空間，如高雄市立美術館跨國合作舉辦「人類世—凝視·消逝中的地表」特展、臺中市立美術館籌備處辦理「藝潮·匯流大臺中—走進現代藝術的豐原班特展」等，開發多元主題並跨越不同世代及地域之藝文展覽活動，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。

3. 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」，112 年計補助 19 個表演藝術團隊及 1 個試辦範例。表演團隊含大中小各級團隊，如財團法人優人文化藝術基金會、明華園戲劇團、黃翊工作室、偶偶偶劇團、台東回響樂團等。其中紙風車文教基金會經營試辦範例，經公開徵選，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，112 年 11 月修正要點，簡化受理資格，期嘉惠更多團隊遞件申請。

4. 扶植青年藝術發展與工藝設計發展：



- (1) 為扶植協力具潛力之青年發展藝術創作，112 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 18 歲至 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、平台推廣、工作坊、實驗計畫、人才培育計畫等各類型計畫，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) 112 年核定視覺藝術類補助共計 44 案，包含個人 31 件、團體 13 件；核定表演藝術類（含跨領域藝術類）補助共計 46 案，包含個人 21 案，團體 25 案，支持國內青年藝術創作者職涯第一哩路的發展。
  - (4) 國立臺灣工藝研究發展中心技術組針對青年工藝家提供多項計畫申請：基於研創和社會議題結合者計有循環工藝補助計畫、Meta Craft 工藝跨域研創補助計畫，共補助 63 個單位；品牌露出和國際參展計有法國 M&O 展覽、日本 Taiwan Plus 展覽，計展出 18 個品牌，補助 30 多位年青工藝家前往法國、日本及加拿大等國際交流。
  - (5) 另國立臺灣工藝研究發展中心訂有「國際工藝競賽得獎者補助作業要點」，每年分三期受理補助案件，提供國際工藝競賽入選／得獎者申請作品運費與參訪旅費。112 年度計補助 21 人次，補助總金額 25 萬 387 元，其中含獲韓國「清州國際工藝競賽」特別獎、拉脫維亞「第 7 屆里加國際纖維藝術三年展」國立美術館表揚獎等國際獎項之肯定。
  - (6) 「臺灣工藝獎」以「創作獎」為核心本位，增設「協作獎」作為環狀支持，除獎掖個人創作，亦獎勵提供良好創作環境或資源之協力者或案件。辦理頒獎典禮尊崇作者並安排於新光三越百貨巡迴展出，透過百貨販售合約形成經濟回饋。112 年計 743 件創作獎與 103 件協作獎報名，評選出 80 件入選以上之作品與 6 件協作案件，參觀人次累計 2 萬 3,660 人。
  - (7) 辦理「2023 工藝修復人才培育補助計畫」，計補助具工藝修復開課及教學經驗之 5 單位/個人於臺北、新北、臺中、草屯、嘉義開課，培訓總時數 267 小時、培訓工藝修復人才計 66 人、產出工藝修復作品件數 176 件、講座 2 場、展覽 1 場。
5. 建構傳統藝術產業就業支持體系：
- (1) 文資傳匠工坊完成辦理土水作、漢式大木作、漢式瓦作共 3 班計 360 小時，共培訓 47 位學員；辦理傳統技術「職涯體驗課程」，總計辦理 7 梯次，206 位學生參與；辦理專題講座，總計辦理 5 場，887 人參與；辦理「112 年度傳統匠師資格審查」，共計 10 工項，審查通過 32 人。
  - (2) 辦理「112 年度技職師資文化資產保存技術增能深度研習」，合計 120 小時，分為泥塑作及小木作，共培訓 20 位種子教師，已於 112 年 12 月結案。
  - (3) 辦理「重要文化資產保存技術保存者莊西勢、翁水千及李清海傳習計畫」案，合計 324 小時，分為土水（瓦）作及大木作，各招收 11 名學員及 8 名學員，已於 112 年 12 月結案。

- (4) 持續推動「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，回歸民間宮廟演出以重塑民間劇場原生態，透過多元戲曲內容及演出形式接軌當代，建立永續傳承的文化生態。112年共計輔導41團次，辦理67場次演出，欣賞人數2萬5,266人次。
  - (5) 辦理「傳統藝術接班人計畫」，透過「外台功底強化」、「以演代訓」、「駐園創作」及「媒合正式入團」等多元管道扶植青年從業人員，完善傳統藝術產業支持體系，112年度計協助42團次、培育人才150人次，辦理658場次演出及教育推廣活動，觀賞人數16萬371人次。
  - (6) 辦理臺灣戲曲藝術節，112年度以「英雄·超時空」為主題，推出傳統經典、新編戲曲、跨界製作、前衛實驗、國際交流等多元節目，打造傳統戲曲品牌吸引新世代的參與，總計執行12檔製作、53場演出，觀賞人次1萬3,929人。
  - (7) 舉辦「2023 鬥陣趣-神童派對」，適逢兔年，由動如脫兔的傳統神童及電音三太子陣頭為主軸，網羅全臺多組具文化特色的團隊，以踩街、匯演、室內開幕表演及市集等多元活動再現傳統廟會文化，推廣臺灣陣頭藝術。吸引約1萬2,000人次參與。
  - (8) 培植兒童戲曲欣賞人口，112年起辦理「傳藝 go young 培育計畫」，與教育部、地方政府攜手合作，將戲曲帶進校園生活，讓學童對自身土地文化有更深層的認識和喜愛。112年共計補助59個演藝團隊、演出172場次，298所學校參與，參與學童約4萬7,604名。
  - (9) 為擴大新世代參與傳統戲曲，辦理全國性傳統戲曲競賽「歌仔上青-2023 全國歌仔戲比賽」，以歌仔戲為競賽項目，帶動全國40歲以下愛好歌仔戲者參與。報名參賽者約3千人，觀看直播達15萬人，YouTube影片觸及人數約410萬次。
6. 設立文化發展基金，落實文化基本法第二十四條第二項規定，逐步充實文化發展所需經費。初期核心業務以「購藏」為主，購藏範圍涵蓋傳統工藝、美術等作品，以表達對藝術家支持：
- (1) 設立文化發展基金：

文化發展基金主要財源收入，係依據文化藝術獎助及促進條例第15條，以及公共藝術設置辦法規範，來自中央機關（構）及其所屬單位依規經審議通過同意免辦理公共藝術或其辦理經費未達百分之一之餘款收入、捐贈收入、基金孳息收入等。現階段在已實現財源範圍內量入為出，未來將持續尋找可能財源，逐步充實基金規模。
  - (2) 購藏業務：
    - a. 為完備基金購藏制度，於112年11月21日訂定發布「文化發展基金購藏作業要點」。112年度文化發展基金用於重要作品購藏，由國立臺灣美術館辦理「臺灣清代到日治時期重要作品」購藏共2件，分別為林朝英作品〈雙鵝入群展啼鳴〉以及陳敬輝作品〈穿制服的少女〉。
    - b. 國立臺灣美術館112年申請文化部「文化發展基金」購藏兩件臺灣美術發展上的重要作品：

(a)林朝英〈雙鵝入群展啼鳴〉

林朝英為臺灣 17 世紀臺南的重要仕紳，書畫兼修尤以「鵝群體」、「竹葉書」最具代表風格，為臺灣 17 世紀最具代表性之書畫家，日人尾崎秀真更曾讚其為「清代臺灣唯一的藝術家」。

〈雙鵝入群展啼鳴〉最後一次公開展示，是在 1984 年文建會舉辦的「明清時代臺灣書畫展」以及後續至法國巡迴展，將近 40 年未正式公開展示，直至 2023 年才由藏家親自將作品從美國攜回臺灣，順利由國美館典藏，並承擔起未來對作品的維護保管重責，國美館亦在典藏委員的強烈建議下，後續將提報申請文資分級作業。

(b)陳敬輝〈穿制服的少女〉

陳敬輝為馬偕醫院創辦人馬偕博士的女兒偕瑪連女士的義子，19 歲時即以〈女〉一作入選第四回臺展，之後更獲臺展特選、臺日賞等殊榮。

〈穿制服的少女〉為陳敬輝現存作品中難得的早期大尺幅畫作，畫中少女所穿制服為束口的褲裝，應為二戰期間，淡水女中為讓學生便於應變逃生而改為褲裝的過渡時期，忠實紀錄、反映了戰爭期間的珍貴歷史記憶。

(3) 影視音產業

1. 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) 在影視產業方面，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 112 年上映改編自九把刀短篇小說的喜劇《請問，還有哪裡需要加強》，以及改編自知名漫畫家馬克同名作品的職場喜劇電影《他馬克老闆》等。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。112 年國片票房亮眼，產製類型多元，包括國片賣座冠軍奇幻喜劇《關於我和鬼變成家人的那件事》票房破 3.6 億元，經典恐怖 IP 續集《粽邪 3：鬼門開》達 8,000 萬票房、改編文本 IP《請問，還有哪裡需要加強》達 7,000 萬票房，另外較少見的犯罪動作片《周處除三害》和恐怖 IP 續集《女鬼橋 2：怨鬼樓》票房亦突破 4,000 萬元；在藝術表現方面，蕭雅全導演作品《老狐狸》獲第 60 屆金馬獎最佳導演獎、原創電影音樂、造型設計獎，最佳男配角獎等 4 獎項肯定，為當屆最大贏家。國際表現部分，《本日公休》分別獲義大利烏迪內遠東國際影展最佳劇本獎、大阪亞洲電影節觀眾票選獎及藥師珍珠獎，其中《關於我和鬼變成家人的那件事》及《疫起》於 8 月中陸續上架 Netflix 平台，亦分佔該平台之 9 國、14 國觀看數 Top 10，展現國片國際競爭力之提升。此外，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，112 年共補助 39 件，補助時數共 191.06 小時，補助金額共計 3 億 4,667 萬元，帶動業者相對投資 10 億元。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：《八尺門的辯護人》上架中華電信 MOD、Hami Video 不到 24 小時衝上戲劇排行第一，刷新史上戲劇最快同時登頂雙平台的紀錄，並連續 21 天霸榜 Hami Video 戲劇排行榜第一名；隨後上架 Netflix，連續三週蟬聯「Netflix 本日臺灣 TOP10 節目排行」冠軍、《有生之年》於八大電視台首播後連續 6 週成為全台華語劇收視冠軍，於串流平台 Netflix、MOD、Hami Video 等平台上線後，均拿下收視排行榜第一，更蟬聯 Netflix 臺灣地區排行榜首長達 5 週。獲補助案近 5 年於國際間計入圍超過 263 項獎項、得獎數至少 61 項。

- (2) 在流行音樂產業方面，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，112 年共計補助 4 件。
2. 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，協助文化內容產業對接市場機制，並提升製作規格及產製能量：
  - (1) 本部督導之文策院 112 年度執行國發基金投資 11.22 億元，連續第二年創歷史新高，帶動民間投資及周邊效益 24.49 億元，合計達 35.71 億元；持續優化並簡化融資申請程序，及持續透過各類說明會、產業小聚及業者諮詢進行融資服務宣導。112 年度共促成新臺幣 2.9 億元之融資規模，其中「加強文化創意產業升級轉型貸款」核定通過貸款金額共計新臺幣 1 億 7,230 萬元。
  - (2) 為鼓勵民間企業投資製作國片，依據「電影法」及「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，另配合《文化創意產業發展法》修正，擴大投資抵減適用電影產業之範圍，建置我國電影優良的資金環境。112 年起與文策院建立「投補合作」機制，將輔導金申請案轉介文策院優先媒合民間資金，帶動更多資金投入製作，打造投資綠色通道制。
  - (3) 112 年度節目補助機制持續配合「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。如「112 年度電視及新媒體內容製作補助要點」將有意願申請投資之申請案，同步轉介文策院進行投資媒合，全方位加速提升影視作品製作規格及產能，以符合國際市場需求及強化國際合製契機。
3. 擴大推動國片院線，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：

112 年全國戲院計 112 家、廳數 955 廳，其中加入國片院線者計 103 家、879 廳，占比分別為 91.96% 及 92%。此外，112 年國片票房計 11.89 億元，國片票房前 10 名獲行銷補助之影片票房佔比為 61%，其中《關於我和鬼變成家人的那件事》票

房 3.6 億元拿下年度票房冠軍，並被選為本國代表片角逐奧斯卡最佳國際影片，並獲得亞洲國際電影節「觀眾票選獎」，有效增加國片知曉度及討論度。另補助文策院集結國內影視及 IP 資源參與國際展會，112 年影視參展作品累計 714 部次影視作品，其中國片陸續售出至港澳、中國大陸、東南亞、韓國或歐美等國家/區域，如《想見你》版權售出 14 國、《女鬼橋 2:怨鬼樓》售出 41 國或區域；另《關於我和鬼變成家人的那件事》、《疫起》、《查無此心》、《粽邪 3:鬼門開》、《我的麻吉鬼 4 個》、《請問，還有哪裡需要加強》、《黑的教育》等 7 部片賣出 Netflix 全球版權，其中《關於我和鬼變成家人的那件事》不到 36 小時即強勢攻佔香港、新加坡和越南之 Netflix 電影排行榜冠軍，並佔 9 國觀看排行榜前十名；《疫起》佔 14 國觀看排行榜前十名，成績亮眼。《山中森林》、《做工的人電影版》同樣售出國際串流版權至 Disney+ 的作品，其他包括《本日公休》、《詐團圓》、《化劫》、《他馬克老闆》、《我的天堂城市》、《我和我的賽車老爸》等片亦有海外銷售佳績。此外，為提升本國自製節目能見度，辦理節目製作補助，要求獲補助節目（包含戲劇、節目、兒童節目、紀錄片等）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），或國內合法設立登記或立案之網際網路影音平臺公開播送或公開傳輸。

4. 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：

- (1) 製播超高畫質劇集，推進 5G 傳輸普及：透過支持公視自行開發原創劇本、孵育劇本計畫或改編自小說、漫畫、遊戲等 IP，結合國際平台或業界之合製資源，打造小而美、獨特優質連續劇集，並以 5G 特性及 AI 技術，提升我國高畫質電視內容及技術，如《哈囉！你給問嗎？》、《浩克慢遊》、《化外之醫》、《不夠善良的我們》等。
- (2) 引動展演升級與產製創新，開展臺灣文化內容展演新模式：「TTXC 臺灣文化科技大會」以文化科技為主軸，匯入影視音、AI 科技等領域，聚集全國關鍵業者，串聯 XR 影展、高雄電影節、Takao Rock，力邀國內外文化科技重量級講者分享最新產業脈動，帶動民眾體驗文化科技新互動模式。活動吸引近 200 萬人次參與，主展區獲 2023 美國謬思設計大獎（Muse Design Awards）肯定，促成全球近 1,800 位文化科技工作者合作，於我國匯聚國際文化科技能量。
- (3) 促進未來內容產業接軌國際，培力跨域人才，推動產業共創基礎建設：TCCF 臺灣創意內容大會參與人次達 2 萬 5 千人次；藉 4 件國際合資合製案，開展跨國跨域合作；參與威尼斯影展等國際指標性展會，設立臺灣館，完成 7 檔國際行銷活動，持續推升我國未來內容品牌國際能見度；輔導 20 家團隊，提升提案募資能力；完成 2 案協拍支持跨域產製前瞻原生內容。

5. 培育影視音人力資源：

- (1) 我國整體電影產業各環節分工逐漸專精化，在各領域人才培育需求亦逐年增加，112 年持續補助民間電影業及各大專校院辦理電影人才培訓計畫計 41 案，

類型涵蓋製片、編劇、演員、後製（特效、配樂、美術、攝影及口述影像人才）等。另為扶植新銳電影工作者快速銜接產業、對接國際電影技術及最新觀念，影視局結合金馬執委會資源，持續辦理金穗獎及優良電影劇本獎以挖掘、鼓勵更多優秀年輕人才外，亦持續與金馬執委會合作辦理「金馬電影大師課」系列課程，邀請國際優秀影人來台傳授經驗及國際市場趨勢，課程計 3,061 人報名，較去年增加超過兩倍之多，錄取學員人數計 549 人，創 6 年來新高，活動計 2,697 人次參與。

- (2) 為縮短學用落差、彌補人才斷層及導入國際經驗，辦理影視人才培訓補助案，112 年計補助 4 案（含演員培訓類 2 案、幕後專業人才培訓類 2 案），補助金額 590 萬元，共計辦理 1,248 小時課程、培育 274 人次，拙二郎創意執行股份有限公司「2023 Studio Q 表演教室人才培育計畫」112 年邀請波蘭山羊之歌劇團創辦人 Grzegorz Bral 講授「國際表演訓練法 Bral Acting Method」，新開辦「英語劇本分析與表演」及「高關懷戲劇教育計畫」課程；豐采節目製作股份有限公司「TVBS 第四屆新人營—超級新星 共演時刻」112 年邀請《今際之國的闖關者》劇組分享演員選角、現場工作；另以「沉浸式舞台劇」為結業演出，共簽約 3 名學員。

- (3) 辦理「流行音樂人才培訓補助計畫」，112 年共補助 7 所大專院校及 7 家流行音樂相關業者辦理流行音樂人才培訓課程。

#### (4) 出版產業

### 1. 提振臺灣文學創作與出版產業發展：

- (1) 辦理青年文學創作獎勵及漫畫輔導金，至 112 年促成逾 750 本圖文作品及期刊出版，多部獲得獎項及跨域改編機會，如唐福睿《八尺門的辯護人》獲鏡文學百萬影視小說大獎首獎、金鼎獎圖書類文學圖書獎、臺灣文學獎「蓓蕾獎」、2023 台北國際書展大獎「小說獎」首獎，同名改編影集於 112 年 7 月播出；蕭瑋萱《成為怪物以前》入圍 2022 臺灣文學金典獎，並成為臺灣首部入選坎城影展 Shoot the Book! 單元的小說；《閻鐵花》、《宅男打籃球》、《鬼要去哪裡》影視化；並有楊牧散文《山風海雨》及賴和小說《一竿秤仔》改編為漫畫作品等。
- (2) 輔導出版產業數位化，協助中小型業者製作數位出版品，112 年核定補助 42 件（含第 1 類電子書 21 件、第 2 類無障礙版本電子書 5 件、第 3 類有聲書 14 件、第 4 類電子書平台升級優化 2 件），總計核定補助 1,390 萬元，計畫執行期程至 113 年 6 月 15 日。另補助出版相關團體辦理人才培訓課程及國際交流活動，112 年補助商業發展研究院於 6 月 27 日至 7 月 1 日辦理「探索日本東京內容產業海外見學營」，藉由實地參訪幫助我國業者增進與日本內容科技業者合作及交流機會，共計 15 人參與；補助台北市雜誌商業同業公會於 9 月 14 日辦理「2023 年『FIPP 第 45 屆世界媒體大會』會後分享會計畫」，就參與年會觀察分析的國際媒體出版創新案例及最新趨勢發表分享，共計 57 人參與。
- (3) 持續辦理翻譯出版獎勵計畫，自 104 年迄今共核定獎助 297 案，36 個語種，並已有逾 216 本書在世界 20 餘國出版發行；結合金漫獎辦理特展暨系列交流活

動，邀請歐亞重要漫畫藝術節策展人及博物館館長來臺與會交流，提供圖文創作拓展國際合作之機會。

2. 推動公共出借權：

- (1) 協同教育部組成專案小組，本部負責整體制度設計，教育部推動試辦階段業務及編列預算，於國立臺灣圖書館及國立公共資訊圖書館試辦。
- (2) 112 年發放 111 年補償酬金 46 萬 4,783 元（出版社計 123 家、創作者計 2,576 位）。
- (3) 待試辦計畫執行完畢，教育部將針對試辦情形撰擬試辦評估報告，以蒐整更多實務執行狀況、效益及回饋意見，本部將再會同教育部做整體檢討及制度調整。

3. 強化出版跨界應用：

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) 補助中小型出版業者製作發行數位出版品，112 年核定補助 42 案。補助出版相關團體辦理人才培訓課程及國際交流活動共 5 案，以提升數位出版專業技能，促進參與數位出版國際組織。
- (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》、《鬼要去哪裡》確定影視化，《八尺門的辯護人》改編影集等。

4. 以多元方式推廣國內閱讀及健全創作環境：

- (1) 為因應閱讀形式改變，加速出版業數位轉型、鼓勵讀者迎上數位閱讀趨勢，本部與 20 縣市政府共同協力，打開縣市電子書計次借閱點數上限。112 年 9 至 12 月累計 89 萬 7,311 人次使用，相較去年同期成長 1 倍以上，且計次平台上書籍及雜誌冊數，亦較政策上路前成長約 39%，顯示在電子書提供及使用率上都有成長趨勢。
- (2) 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，於 112 年 1 月 31 日至 2 月 5 日辦理 2023 年第 31 屆台北國際書展，共計有 33 國家，470 家國內外出版社參與，召開 670 場版權會議，辦理 811 場閱讀推廣活動，吸引 50 萬 5,000 名讀者參觀。
- (3) 112 年補助獨立出版聯盟、臺灣勞工陣線協會、臺灣獨立書店文化協會於台北國際書展設置「公民書區」，展現臺灣獨立書店及獨立出版閱讀及出版能量；此外，持續提供書店營運之補助與專業輔導，提升書店自主營運能力，並鼓勵書店持續深化與在地連結，112 年共計補助 51 案。

5. 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，已催生約 750 部圖文作品及期刊出版，其中多部作品獲國內外獎項肯定，如唐福睿《八尺門的辯護人》獲鏡文學百萬影視小說大獎首獎、金鼎獎圖書類文學圖書獎、臺灣文學獎「蓓蕾獎」、2023 台北國際書展大獎「小說獎」首獎，同名改編影集於 2023 年 7 月播出；蕭瑋萱《成為怪物以前》入圍 2022 臺灣文學金典獎，並成為臺灣首部入選坎城影展 Shoot the Book! 單元的小說；張嘉祥《夜官巡場 Iā-Kuan Sûn-Tiûnn 獲「2023 臺灣文學獎」金典獎、蓓蕾獎等；林奕辰《二零七之骨》榮獲日本外務省第 17 屆「國際漫畫獎」銅獎等，多部漫畫作品亦獲得跨域延伸機會，如《閻鐵花》、《宅男打籃球》、《鬼要去哪裡》影視化，楊牧散文《山風海雨》及賴和小說《一竿秤仔》等作品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。

6. 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：

電子書第三方支付平臺化，本為建議文化部建立電子書平台，惟隨著資訊開通、支付平台多樣化，資安防護複雜化，各博物館出版品也日新月異，加入市場行銷概念，已無需由政府假設第三方支付平臺，向現有合作的支付平台聯結即可。

(五)科技應用

1. 支持藝文創作創新，強化內容開發，結合科技應用與媒體傳播，發揚在地知識：

(1) 為鼓勵業者進行文化內容與科技跨域創新，行政法人文化內容策進院（以下簡稱文策院）於 112 年推出「未來內容原型開發支持方案」鼓勵業者運用多元科技技術，投入新型態內容及相關應用技術的原型開發，以及「市場導向之未來內容支持計畫」，徵求開發以文化內容為主題，具市場發展潛力，結合文化與科技，以創意為核心、跨域共創的新型態內容與服務。

(2) 與國際鏈結徵求強強聯手的團隊合作，推出「未來內容國際合資或合製支持計畫」，總計支持 35 組團隊，產業類型包含表演藝術產業、視覺藝術產業、遊戲產業、動畫產業、漫畫產業、音樂產業、影視產業、展演產業等。國際合作包含法國、加拿大、荷蘭等，進行沉浸式內容合製開發。

2. 策進文化產業推廣運用，接軌民眾端、主流端、媒體端，俾利臺灣內容進入大眾生活：

112 年以社群媒體及自媒體等，多管齊下和民眾直接溝通宣傳。透過社群媒體 META（Facebook、Instagram）等、官網「故事現場」專欄經營，宣傳包括文化創業加速器、國際商情、ESG for Culture 等產業不同面向，介紹人物故事及亮點案。全年總觸及人數超過 1,200 萬人次。

3. 落實文化科技跨域人才培育機制：

(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。112 年已連結 43 個單位（包含產業 14 家、政府單位 3 個、藝文場館 6 個、藝文團體 10 個、中介組織 2 個、學界 2 家、其他領域 6 個），已開發具 5G 技術之作品 8 案。



- (2) 為鼓勵科技藝術創作，「文化部科技藝術創作發展補助」徵集以藝術為核心之臺灣原創科技藝術計畫，112年共扶植7個團隊，有兒路創作藝術工寮、天球機靈藝術工作室、超維度互動股份有限公司、陳又工作室、知覺野人、黃翊工作室、吳天章工作室；運用雷射燈光、VR 3D 直播視訊設備、沉浸式投影、動作捕捉、電覺舌頭電路板與Hololens 2 MR裝置、機械手臂、高感度高指向收音設備、機械動力裝置等。執行成果包括分別受邀赴西班牙馬德里數位藝術雙年展 MADATAC XII、土耳其伊斯坦堡調解雙年展 Mediations Biennale 展出，並於臺中國家歌劇院、臺灣當代文化實驗場展演、國立臺灣科學教育館、臺北試演場等場館呈現，廣獲好評。
  - (3) 持續推動科技與工藝結合相關計畫，與日本東京大學合作辦理國際工藝與互動介面工作營，並邀請合作之東大-笈康明教授來臺辦理「環境感知的文化界面探索」講座，進行工藝科技融合人文探索臺灣未來工藝，線上參與人數最高達 1,000 人；另積極推動工藝在未來虛實共構世界之概念，以作品數位化結合實境空間進行展演，推動工藝產品進入 META 世界。
  - (4) 辦理沉浸式體驗互動內容建置計畫，112 年度製作兩支虛擬實境 VR 影片（交趾陶與織繡），透過工藝品的材質特色引導數位互動體驗，達到工藝教育永續傳承目標。
4. 推動「5G 文化科技創新應用內容開發與營運擴計畫」，完成跨領域數位科技應用展演，112 年度以場域擴散應用的多元體驗為目標，故在節目展演上將以多點多地觸及的方式來進行展演 IP 擴散策略「遍地開花」；包含與資策會共創節目-舞鈴劇場《VALO 二部曲-島嶼》、拉絳人男聲合唱團《向生命乾杯》、雲門 50 鄭宗龍《波》及《Operation 1'71701'/彌》共四齣作品。應用各種創新應用於節目內容與周邊服務，包含 AI 運算所架構出的觀眾互動體驗、AR 擴增實境應用、聲紋辨識與動捕成像等；輔以周邊衍生服務之第二現場平板體驗服務及數位節目拍攝提供給觀眾多樣的觀演體驗並達成 5G 計畫之綜效意義與價值。
5. 整合文化內容與科技應用模式：
- (1) 本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。如國立臺灣歷史博物館開發「AR 仙怪歷險記」抓寶遊戲，以「斯土斯民：臺灣的故事」常設展場為遊戲場域，透過 AR 觀眾可以看見展場上的隱藏版仙怪及互動合照，遊戲設計獲美國國際獎項協會（IAA）謬思設計獎（MUSE Design Awards）APP-文化類銀獎。國立臺灣美術館邀請 6 所偏遠地區國中到館體驗《漂浮島城-VR 藝廊》虛擬世界中的 VR/MR 作品，結合國美館特展及場館專家導覽，提供青少年虛實整合之多元互動體驗，結合科技落實文化平權及美感教育向下扎根。國立歷史博物館《Colors in NMH》虛實整合影片，透過館藏的國寶及重要古物 3D 掃描，呈現於虛實整合影片，介紹史博館近 6 萬件 19 類的館藏文物，包含 5 件國寶與 46 件重要古物。

6. 推動「文化數據智能分析與決策輔助計畫」，完成 200 個文化景點資料蒐集工作，共計 81 萬筆 Google Maps 景點評論，使用文字探勘分析方法，建立詞庫以及判釋準則，及針對 5 間（國立臺灣歷史博物館、國立臺灣博物館、國立臺灣史前文化博物館、國立臺灣美術館、國立歷史博物館）示範博物館進行網路口碑蒐集，針對文化觀光數據分析應用現況分析，包含評論數 TOP 10 之景點、外語評論數占比最高、評論分數最高與最低之景點、業務別景點評論評分概況、景點評論語意分析等，產出數據分析報告供決策參考。

7. 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，推動新型態藝術創作：

為促進藝術家/團隊與科研人員跨領域合作，推動原創文化內容之新型態藝術展演，策劃辦理「112-113 年媒合藝術家及科研單位發展科藝創新實驗計畫」，匯集財團法人工業技術研究院及產業資源，連結國際技術趨勢，聚焦於 AI 虛擬人、虛實多視界互動、影像感知辨識、協作型機械手臂等技術，開放「智慧虛擬人實驗室」、「多視界感知實驗室」、「智慧影像分析實驗室」與「達明機器人實驗室」4 間專業實驗室，邀請藝術家進駐與科研人員實驗創作；藝術家經審查有 6 位脫穎而出，作品涉略生成式 AI、植物感知、感官轉換、演算法、AI 虛擬人、動作捕捉、虛實感測互動、影像辨識、機械手臂及醫療等領域，成果預計於 113 年下半年呈現。

(2) 打造「華山 2.0—文化內容產業聚落」，聚焦扶植文化內容產業，從產業研發、人才培育、多元資金統籌、文化科技應用、通路拓展及國際連結等面向，形塑資源整合與專業支援之共同平臺，形成臺灣文化內容產業前瞻性的基地和園區，打造國家品牌意象，帶動產業趨勢發展，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，112 年度辦理包含推動 40 件 IP 開發、催生在地原生文化內容；參與 7 檔國際內容市場展會及辦理 4 檔國際連結活動，行銷擴散臺灣文化內容；與 akaSwep、臺灣科技藝術學會、外貿協會等 9 個中介組織，辦理文化與科技之跨域合作案，並與產業合作《黑 Colored》、《蛋蛋大逃殺 Eggscape》、《TCCFINNOVATIONS 試片室》等 3 案未來內容示範案例，於 TCCF 創意內容大會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 4,538 人次人才；媒合業者取得多元資金 20 件，驅動文化新經濟力。另 112 年硬體計畫完成新建工程之前置作業，包含地下機房移設及樹木移植工程。

8. 營運空總臺灣當代文化實驗場，聚焦於科技媒體等跨域藝術及文化創新的創作與展演，以「跨域藝術與文化創新的多功能旗艦基地」為定位，並以實驗基地、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：

(1) 實驗基地：以科技藝術及當代藝術等跨域實驗平臺，支持前端創作來回修正試

錯之過程與技術創新研發：

- 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 112 年 12 月底已徵選並培力累積 101 組創作者。
  - b. 聲響實驗室與法國 IRCAM 持續合作進行交流，協助國內創作者利用最新立體聲場技術進行作品開發運用；另進行 FUTURE VISION LAB 移動式穹型結構劇場之技術研發，112 年完成影像投影、聲場及結構之升級，並結合視覺藝術及表演藝術作品進行演出。
- (2) 產業培力中心：整合園區內各實驗平臺、攝影棚及研究設備空間，進行科技跨域藝術相關產業培力，成立動畫創作者基地：
- a. 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，以實現產業轉型目標。112 年已徵選並進駐 14 家業者。
  - b. 辦理動畫 IP 推動計畫，進行產學合作，找尋本土潛力作品，協助進行前期企劃開發、編劇、推介資料設計並進行募資與國際展會媒合，增加國內新創作品質量及國際能見度，112 年已完成 10 部作品初期開發。
- (3) 文化平臺：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：
- 辦理包含跨機構合作展覽、玩聚場藝術節、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，112 年並成為臺灣文博會展區之一，運用古蹟修復工程鷹架製作大型戶外公共藝術互動裝置、辦理相關特展與打開工作室活動，累計至 112 年底共舉辦 2,334 場活動表演、入園人次超過 164 萬 2,000 人次。
9. 推動「設計驅動跨域整合創新計畫」：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：
- (1) 地方場域導入藝文創新服務示範計畫：為活化地方文化場館與周邊永續發展，結合數位化、科技化等創新工具之應用，產生文化影響力之藝文創新服務。
    - a. 北投中心新村，復刻還原昔日生活場景及樣貌，打造臺灣首座虛實整合體驗眷村。
    - b. 嘉義文化創意產業園區，打造臺灣最大規模沉浸式體驗實驗場域，孵化在地沉浸式產業人才。
    - c. 於三芝遊客中心，導入 LINE 系統旅遊體驗及特色服務訊息，打造主動推播的智慧旅遊環境，以夜間慶典活動串接在地文化觀光資源。
    - d. 於恆春古城 LED 全息投影及 AR 技術，呈現恆春特有特色，並與中華電信合

作打造首座 5G 古城。

- (2) 藝術療癒科技應用與服務計畫：以各類型文化藝術作為媒介，跨領域團隊共創設計藝術療癒方案，推動藝術療癒科技應用與服務。於朱崙老人公寓、竹北鍊工廠、高雄旗山醫院、花蓮門諾醫院導入藝術療癒方案，執行成果如下：
- 音樂響叮噹（音樂）：以按壓鈴搭配監測儀器，透過音樂節拍遊戲方式促進長者反映及記憶能力。
  - VR 互動舞蹈（舞蹈）：透過與 VR 影像互動，可改善並增進長者肢體能力。
  - 隔空談心（戲劇）：透過藝術治療師以視訊遠距及結合故事情境，增加長者清敢表達互動的機會。
  - 話題卡（視覺類）：透過影像及畫面，喚起長者記憶點，提升長者認知能力；並增加情感表。

## 五、拓展文化品牌

### （一）協助文化產業海外布局與輸出

- 系統化促成國內藝文發展及文化產業生態系接軌國際；結合本部單位及所屬機關（構）國際文化推廣計畫，辦理國家品牌風潮計畫，持續培植在地藝文接軌國際，布局對外市場，行銷臺灣文化產業拓展海外通路，構築實質交流與合作平臺；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，112 年計辦理「石滬保存維護國際研討會及現勘交流計畫」、「2023 年文化遺產災害風險管理國際論壇」、「2023 臺灣工藝文化形象美國巡迴展」、「2023 臺灣工藝文化形象加拿大輸出計畫」、「2023 倫敦工藝週（London Craft Week）臺灣館」、「聽見臺灣—2023 NTSO—日本以樂會友交流音樂會」、「『文化環境共生：臺灣原住民文化與環境知識』特展交流計畫」、「2023 年臺日漫畫交流展及系列活動計畫」、「臺灣文學全球拓點及交流展出計畫」、「2023 年國光劇團新加坡演出暨歐洲推介計畫」、「璀璨臺灣—臺灣國樂團 2023 年加拿大臺灣文化節巡演計畫」、「『山海傳奇：臺灣原住民族獵人與泛海者』國際交流展計畫」等 12 項計畫。
- 推動「永續時尚產業及文化科技匯流計畫」：
  - 整合跨部會資源，扶植及推廣臺灣時尚設計品牌，並結合臺灣紡織產業優異研發實力，及媒合產業上中下游與時尚設計、視覺藝術、表演藝術、數位科技、影視音、文化觀光等產業跨界合作，跨域加值，進而發揮綜效，創造臺灣時尚產業新形象，促進產業正向發展環境，藉以擴大臺灣時尚文化輸出與影響力，提升整體競爭力，拓增實質商機：
    - 於「2023 臺北時裝週 AW23」《敬藝：傳統表演藝術與傳統工藝跨界時尚》開幕秀，促成 7 位工藝師與 7 位時尚設計師跨界合作開幕秀，傳遞跨文化與傳統工藝多元價值。
    - 「2023 臺北時裝週 SS24」開幕秀以青少年時尚為主題，融合時尚與包含嘻哈、街舞、搖滾樂及電影、漫畫、塗鴉、AI 等元素，呈現青春世代的無限可能的能量。
    - 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，將永續機能布料做為媒材創造全新時裝作品，展示臺灣特有時尚文化與環保科技美學。

- d. 「2023 臺北時裝週」AW23、SS24 合計參與品牌達 111 家次、年度共創造 5.31 億元經濟效益。
- e. 透過時尚跨界補助機制，推動國內時尚設計師參與國際時裝週展演、國際商展及國際市場通路行銷推廣，包括品牌 Seivson 參加 2023AW 樂天東京時裝週、品牌 JENN LEE 參加倫敦時裝週。

(2) 由串聯公部門暨民間資源，邀集產官學跨界協力，打造臺北時裝週展演平臺、籌劃人才培育及國際拓展機制。建立臺灣時尚樞紐地位及提高全球時尚產業能見度，協助臺灣時尚設計品牌拓展國際市場、活絡相關產業鏈業者，創造時尚產業成長動能：

- a. 以臺北時裝週作為示範場域，整合跨部會、學校及民間資源，包括經濟部、教育部、時尚相關大專院校、紡織業者及民間團體等，於「2023 臺北時裝週 AW23」辦理 3 場服裝設計院校學生校際展演，共 7 所服裝設計院校 117 位設計師、248 套作品參與演出，藉由大秀經驗培育臺灣設計新秀。
- b. 於時裝週期間積極推動產業對接國際市場，如辦理國際買主採購商洽會、媒合會及訂貨會等相關商機對接活動，加速臺灣時尚品牌國際化。

3. 為促進文化經濟發展，持續辦理臺灣文化創意博覽會，採策展及商展雙軌並行，藉主題展結合文創產業與生活，捲動社會關注；並配合後疫情時代加入線上線下參展模式，協助品牌推向國際，提升我國文化軟實力及產業競爭力：

2023 臺灣文化創意博覽會，採策展及商展雙軌並行，藉主題展結合文創產業與生活，捲動社會關注；配合後疫情時代加入線上線下參展模式，協助品牌推向國際，提升我國文化軟實力及產業競爭力：

(1) 臺灣文化創意博覽會以策展呈現當代文化趨勢，以商展打造文創商品與圖像授權交易平臺，藉由策展與商展共同辦理方式，為展會挹注豐富文化內涵。2023 臺灣文博會於 10 月 1 日辦理完竣，辦理場域從臺北空總臺灣當代文化實驗場出發，延伸至國家鐵道博物館、松山文創園區、華山文創園區，與花博爭艷館等 5 大文化場域，拉出首都文化軸線為主展館，更串聯國立臺灣博物館、國立臺灣工藝研究發展中心、熱蘭遮博物館、國立臺灣歷史博物館、國立臺灣史前文化博物館，讓 2023 臺灣文博會成為史上最大規模、展館數歷屆最多、首次跨出單一縣市全臺響應的文化博覽會。

(2) 2023 臺灣文博會藉由「打開」兩個首都精華區的文化設施，包含打開空總臺灣當代文化實驗場及國家鐵道博物館，讓社會大眾看見首都近年最大文化投資「空總」的暖身準備，以及鐵博多年努力的保存及修復成果；並首次引入 FOCASA 雙馬戲篷，策劃世界級表演團隊跨場域演出，在空總展區打造專屬表演藝術平台，辦理超過百場的戲劇、舞蹈展演，創造近 20,000 觀賞席次的表演藝術匯演。文化策展除精彩展覽內容呈現，更策劃多元的藝文活動，如工作坊、講座等不同深度的交流。

(3) 同時賡續辦理品牌商展及買家媒合洽商，徵集匯聚超過 540 家優質文創品牌及

IP 業者參展，並擴大在三個展區同步呈現；2023 臺灣文博會總計參觀人數達 60 萬人次，更有超過 3,000 位專業人士、500 場次以上一對一國內外買家媒合會，交易金額較 2022 年 10.7 億元，2023 年突破逾 11 億元。

(二) 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：

- a. 與國際藝術機構「亞洲藝術文獻庫(Asia Art Archive, AAA)」合作「臺灣獨立藝術空間檔案計畫」，由 AAA 派駐人員在臺，為臺灣 1980 年代至 21 世紀初成立之獨立藝術空間文獻資料數位化建檔，並於 AAA 線上系統開放全球檢索運用。本計畫逐批進行訪談調查、文獻收集與數位化建檔。另為彰顯計畫公共性，並活絡大眾對藝術空間史之討論，委託臺灣當代文化實驗場偕 AAA 共同舉辦系列公共推廣活動，112 年計辦理 5 場小型共學講座及 1 場文獻工作坊，計 309 人次參與。
- b. 為賡續推動與東南亞國家交流，112 年續與「國際生活藝術組織臺灣辦事處 (Living Arts International Taiwan Office)」簽訂 5 年期補助契約 (112 至 116 年)，為首個進駐我國的東南亞藝文類非政府組織。112 年執行「大型平台活動 Meeting Point」前期籌備、「專業培力與支持機制」、「亞洲藝文與社會發展資源中心網絡」、「亞洲影響力獎助金」、「亞洲焦點系列」等 5 項計畫，實質且深度交流之參與者計 75 位，其中臺灣藝文工作者 48 位，持續推動我藝文工作者參與跨國合作計畫。

(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. 與美國國務院傅爾布萊特計畫(Fulbright Program)在臺執行單位「學術交流基金會」合作「傅爾布萊特—臺灣文化部藝文專業人才獎助」聯名計畫，選出 112 學年度 3 名獲獎助者赴美國藝文機構交流。
- b. 因應 12 月 18 日「國際阿語日」，與沙烏地阿拉伯商務辦事處假國家圖書館合辦「2023 世界阿語日-阿拉伯語詩文展」。
- c. 與印度文化關係委員會 (Indian Council for Cultural Relations, ICCR) 及印度台北協會合作，補助真雲林閣掌中劇團 112 年 10 月 16 日至 11 月 3 日赴印度參加新德里及庫魯藝術節演出 4 場，參與人數約 1 萬人，係 104 年明華園戲劇團參演庫魯藝術節後，臺灣藝文團體再次受邀於該藝術節演出，本活動結合新德里藝術節，並於印度當地大學演出擴大巡演效益，獲印度觀眾好評。

(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：

持續推動以地方工藝為主的國際合創計畫，112 年 11 月帶領 6 名年輕竹藝家前往日本東京大學互動機制研究室合作辦理竹的工作營，期望在自然材質和科技互動裝置上取得複合人文的結合；12 月補助雲科大和法國巴黎 Boule 設計學院啟動蘆葦工藝材料的設計探勘合作工作營，雙方學生以共組隊方式進行探索及合創；邀請日本茶道師及建築師與南藝大共同以竹為媒材合創構築舞台，進行從

日本茶道以茶會友之行動藝術展演。

(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，自 104 年辦理迄今共核定獎助 297 案，36 個語種，現並已有逾 216 本書在世界 20 餘國出版發行。多部作品獲國際肯定，如陳思宏《鬼地方》於 111 年多次獲美國紐約時報書評肯定，並由美國圖書館雜誌（Library Journal）選為 2022 年世界文學年度十大好書及年度十大最佳封面設計，入圍美國筆會翻譯獎（PEN Translation Prize，被譽為「翻譯界的奧斯卡」）。2023 年登上法國《世界報》（Le Monde）文學評論專刊，以近全版的頭條評析小說；張雍《牧羊人與屠宰場》英文及斯洛維尼亞版獲 2023 年斯洛維尼亞國際書展「最美圖書獎首獎」及「最佳成人圖書設計獎」等。

(3) 國際機構結盟：持續與海外專業機構聯合推動跨界合作計畫，進行共製共展或駐點交換，在學習與對話過程中，提煉出屬於臺灣文化特有的論述與觀點：

112 年持續延續各項國際合作與共製計畫，包含與法國 IRCAM 深化臺法雙邊展演節目共製與協作、與澳洲「關鍵路徑」（Critical Path）合作三年科技表演共製、與亞洲文獻記憶庫（AAA）推動「臺灣獨立藝術空間檔案」計畫辦理各式論壇活動、與韓國藝術管理服務中心（KAMS）簽訂合作 MOU 等，所產出之科技藝術影像作品並獲邀至多場國際展會演出。

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、文學作品推向國際；以民主及多元文化之臺灣特色，促進兩岸及國際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，112 年成果如次：

1. 駐紐約辦事處臺北文化中心與紐約電影論壇戲院（Film Forum）於 111 年 11 月至 112 年 3 月合辦「臺灣電影新浪潮回顧展」，放映 17 部計 49 場新浪潮電影、共 3,126 人次觀影。
2. 駐紐約辦事處臺北文化中心 3 月與紐約經典電影資料館（Anthology Film Archive）合作「臺灣 1994-2000 年原住民族紀錄片影展」，將我國 16 部原住民長片及短片整併為 7 場放映，共 149 人次觀影。
3. 駐紐約辦事處臺北文化中心 4 月與紐約老派功夫影展（Old School Kung Fu Fest）合作「舞劍英雄專輯」，線上及實體放映 15 部臺灣經典武俠電影，18 場共 1,126 人次觀影。
4. 駐紐約辦事處臺北文化中心 9 至 10 月於紐約 456 藝廊舉辦「照化入鏡：柯錫杰心世界」展覽，獲 920 人次觀展及參加開幕等活動。
5. 駐休士頓辦事處臺灣書院 11 月與奧克拉荷馬市立美術館（Oklahoma City Museum of Art）合辦「舞劍：胡金銓的俠女美學」影展，放映胡金銓及受其影響導演之電影共 7 部，8 場計 728 人次觀影。

- b. 配合行政院經貿談判辦公室參與臺灣與加拿大「投資促進及保障協議（FIPA）」談判工作，於文化產業層面提供意見，協助促成我國與加方於12月22日完成FIPA簽署。
  - c. 持續於東南亞輸出臺灣優質文學作品：駐馬來西亞代表處文化組透過臺灣文化光點計畫，邀請4名臺灣作家赴馬來西亞辦理文學講座；更與在地獨立書店合辦「季風帶臺灣系列講座」，將臺灣文史打入大馬，9場活動吸引近500人次參與；另與「新加坡作家節」、「喬治市文學節」合作，洽請作家吳明益赴新馬2城市巡講，6場活動逾300人參與，並透過英譯本將作品推播至東南亞，為臺灣文學的全球傳播搭建橋樑。
  - d. 以多元形式向日本輸出臺灣多元文化：駐日本代表處臺灣文化中心與日本臺灣交流會協合作，於東京紀伊國屋書店新宿本店、岩手縣大槌町文化交流中心及日文中心實體據點展出臺日漫畫家共228張親繪簽名板，文化外交同時，並推廣國內漫畫IP；與紀伊國屋書店合辦「臺灣月書展」、編印「臺灣書推介小冊（含日本全國圖書館推廣）」、臺日作家交流活動；與東京影展合作選映4部臺灣最新優質影片各放映2場，共計8場。並配合臺灣電影特集放映舉行映後座談。
  - e. 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，包括促成於德國柏林駐村作家及漫畫家參與法蘭克福書展、駐日本北九州市漫畫家參加北九州流行文化節、駐法國漫畫家參與布洛瓦漫畫及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。
- (2) 擴大支持和新南向及印太地區國家之交流合作，攜手東南亞事務諮詢委員會委員，促進多方持續對話，建立臺灣和新南向國家人民更親密的夥伴關係：
- a. 駐雪梨代表處文化組支持獲亞太酷兒影展聯盟短片獎《桶妝仙女》導演雷利（Erich Rettstadt），赴雪梨參加「2023第30屆雪梨同性戀狂歡節電影節」領獎；賡續與雪梨「關鍵路徑」（Critical Path）中心及C-LAB合作執行2022-2024臺澳舞蹈創作交流計畫。
  - b. 「第5屆東南亞事務諮詢委員會」計辦理4場文化論壇、7場「2023新南向文化交流系列座談」及工作坊，活動推廣觸及約2萬5,000人，深化臺灣與東南亞、南亞及紐澳各國的藝文交流網絡。
  - c. 建置中英文版「新南向文化交流專區網站」，系統性呈現與東南亞、南亞及紐澳等國藝文交流情形、分享文化新南向最新訊息，並串聯各部會新南向專網，便利民眾獲取新南向國家相關消息。
  - d. 持續推辦「東南亞地區與臺灣文化交流合作補助」專案，支持10組團隊赴菲律賓、泰國、印尼、馬來西亞、越南等國，辦理音樂、戲劇、舞蹈、文化分享交流；推動臺灣青年文化園丁隊計畫，補助5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。
  - e. 協辦駐印度代表處「2023臺灣電影展」，放映《月老》、《關於我和鬼變成家人的那件事》及《成功補習班》，以影展方式促進臺印雙向交流。現場



觀眾約 600 人，駐印度代表處臉書推廣觸及達 35 萬人，獲 CNBC、中央社等中英文媒體報導。另補助明華園戲劇團參演印度「喀拉拉國際藝術節」演出、日出身體劇場參演「Mood Indigo Festival 國際藝術節」，增進臺印度文化交流。

f. 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 17 項年度計畫，透過各項藝文活動之推辦，增進與新南向國家藝文交流合作機會。

(1) 推介我國優秀藝文團隊參與國際重要藝文平臺，以藝術文化展現臺灣文化價值，建立臺灣國家形象，於展現豐沛之文化藝術展演能量：

a. 選送創造焦點《#Since 1994》、0471 特技肢體劇場《彼此彼此》、複象公場《回家》及兩兩製造聚團《一字一世界》等 4 團隊節目參演 2023 英國「愛丁堡藝穗節」，以「臺灣季」為品牌連演 3 週，各 21 場演出，獲衛報推薦給予 4 至 5 顆星評價。

b. 選送艸羽田舞蹈劇場《逐流》、翊舞製作《羽人》、莊國鑫原住民舞蹈劇場《Sakero》、福爾摩沙馬戲團《嘛係人》參演法國「外亞維儂藝術節」連演 3 週，各 20 場演出。獲法國全國性大報費加洛報、當地重要媒體普羅旺斯報及相關藝文網絡平台等報導。

c. 駐日本代表處臺灣文化中心協助豪華朗機工參與日本「奧能登國際藝術節」；藝術節 51 天期間獲約 5 萬 1,136 人次參觀。

d. 駐雪梨辦事處文化組與墨爾本藝穗節合辦「2023 墨爾本藝穗節聚焦臺灣」活動，邀請福爾摩沙馬戲團赴澳辦理 4 場室內售票演出、3 場戶外免費演出及 2 場馬戲工作坊，參與人數計 2,905 人次。

e. 駐日本代表處臺灣文化中心促成臺北木偶劇團參與日本最大偶戲節飯田偶戲節開幕首演、並於日本指標小劇場本多劇場演出。另獲福島縣白河市政府邀請於白河市東文化中心演出、舉辦工作坊及辦理「臺灣傳統布袋戲主題特展」巡展。

(2) 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」。112 年共補助 9 縣市 9 案計畫，協助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，如雲林「國際偶戲節」透過多元類型的偶戲表演，除展現布袋戲扎根傳承成果，亦結合當代文化運用創新的表演模式推廣傳統文化，以藝術與國際接軌，112 年獲美國繆思設計大獎（IAA MUSE Creative Awards）、泰利獎 The Telly Awards、德國 IF 設計獎等國際獎項肯定。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 112 年日本優良設計獎（Good Design Award）肯定。

3. 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：

(1) 在影視產業方面，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，並補助文策院輔導業者參加重點國際影視展會，並以國家品牌《Taiwan Pavilion》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。112 年首映之國產電影長片計 38 部，其中輔導影片計 30 部，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。112 年共有 80 部次國片入圍/入選國際影展，共獲得 16 項國際獎項，其中 2 部次國片入圍(選)第一類國際影展。重要國際獲獎紀錄如：《本日公休》獲大阪亞洲電影節「觀眾票選獎」、「藥師珍珠獎」及義大利烏迪內遠東國際影展「最佳劇本桑獎」，《黑的教育》獲大阪亞洲電影節「傑出才能獎」，《紅尾巴》獲安錫國際動畫影展 VR 競賽單元水晶獎，《無法離開的人》獲英國雪菲爾紀錄片影展 VR 競賽單元「評審團大獎」，《愛是一把槍》獲義大利威尼斯影展「未來之獅獎」，《熱帶複眼》獲薩格雷布國際動畫影展「評審特別獎」，《春行》獲西班牙聖沙巴士提安國際影展「最佳導演銀貝殼獎」，《平行世界》日本山形影展獲「日本電影導演協會獎」等。112 年總計輔導 417 家次影視業者、714 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、多倫多、釜山及新加坡等共計 8 個國際影視市場展會。另經盤點網際網路所載 112 年度我國新播自製及合製電視劇行銷播送資料，約計 26 部電視劇，如「人選之人—造浪者」、「此時此刻」、「模仿犯」、「臺灣犯罪故事」、「有生之年」等，已經由國際或國外影音串流媒體平台，如 Netflix、Disney+、CATCHPLAY+、愛奇藝等，在全球、菲律賓、馬來西亞、新加坡、越南、汶萊、印尼、日本、香港、澳門、中國等國際市場播送。

(2) 在流行音樂產業方面，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，112 年共計補助 95 件。此外，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，112 年計補助 18 件，包含好樂團、吳汶芳、百合花、淺堤樂團、蘇珮卿、恐龍的皮、福祿壽、傷心欲絕、小島大歌等 9 組藝人團體完成海外巡迴演出與行銷計畫；另支持「2023 Taiwanese Waves Returns 計畫」，邀請多組音樂人於美國紐約演出，推廣臺灣流行音樂。

4. 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」，持續經營國際影音平臺，運用英語介面及跨平臺方式，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) 112 年 6 月 21 日公視法部分條文修正案由總統令公告，正式賦予 TaiwanPlus 法源，確保平台穩定發展。

(2) 為促進 TaiwanPlus 收視版圖，TaiwanPlus 電視頻道於 111 年 10 月 3 日正式開播，頻道北美地區海外落地於 112 年 8 月 1 日完成，分布於國際政經菁英往返

之重要城市如華盛頓特區、紐約、洛杉磯、西雅圖等 1,300 家三星級以上旅館共計 38 萬個房間皆可同步收視 TaiwanPlus 內容。

- (3) TaiwanPlus 網站、APP 及各社群平台於 110 年 8 月 30 日上線以來，至 112 年 12 月已突破 2 億 701 萬 1,913 觸及人次，全平台影片觀看次數累積超過 7,774 萬 5,788 次。
- (4) 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 年至 112 年之春、秋季班總計錄取 96 名學生（包含本地生 60 名、國際生 36 名）；112 年 12 月已有 5 名畢業生（包含 3 名本地生、馬來西亞及泰國籍各 1 名）。

## 肆、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。至簽署內部控制聲明書情形，包括「有效」類型 21 個機關，無「部分有效」類型機關及「少部分有效」類型機關。

## 伍、結語

臺灣文化多元且豐厚，透過本部 112 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。

本部將以溫暖堅韌步伐支持藝文界，各項文化產業及藝文推廣事務之預算增長，將挹注臺灣原生文化茁壯開花，也將擾動更多民間資源投入發展文化內容。

展望未來，本部將帶著大家的期許，更嚴謹的進行後續各項政策規劃及執行，期盼文化黑潮成為另一個護衛臺灣的暖流，讓文化藝術作為臺灣遞向世界最響亮的一張名片。