

中華民國 113 年 3 月 27 日

立法院第 11 屆第 1 會期教育及文化委員會

文化部 業務概況報告

報告人：部長 史哲

目錄

壹、推動重要文化計畫，繪製文化發展藍圖	1
貳、完備文化法規體系，強化文化治理基礎	9
參、充實文化建設，推動文資保存	11
肆、推波文化產業造浪，守護藝術文化主流化 ...	18
伍、拓展文化交流，打造文化品牌	26
陸、結語	32

主席、各位委員、各位女士、各位先生：

今天應大院本屆首次會期教育及文化委員會之邀，就本部業務提出報告並備詢，甚感榮幸。

在此謹代表本部，從五個面向說明核心業務內容、文化施政成果以及未來展望，敬請各位委員指教。

壹、推動重要文化計畫，繪製文化發展藍圖

一、發放成年禮金常態化，豐富青年藝文體驗機會

(一) 成年禮金辦理成效

112 年發給 18-21 歲青年每人 1,200 點文化幣，用於藝文消費及體驗，使用期間為 112 年 6 月 6 日至 113 年 6 月 30 日。同時推出多元加碼優惠，包含：獨立書店消費 2 點贈 1 點之點數放大優惠、表演藝術青年席位、國片結伴回饋百點等。

截至 113 年 3 月 11 日，領取人數 84.9 萬人、領取率約 8 成 6，使用金額新臺幣(下同)8.21 億元、領取使用率超過 8 成。其中，獨立書店使用佔比約 9.11%，表演藝術票券售出約 7.7 萬張，國片使用佔比約 9.48%。

(二) 113 年常態化推動及結合藝文 ESG

為建立青少年的藝文習慣，推動成年禮金常態化，自今(113)年起，擴大發放年齡至 16-22 歲，預估受惠人次約 150 萬人，已於 113 年 1 月 20 日開放領用，使用期限至 113 年 12 月 31 日止，截至 113 年 3 月 11 日，領取人數 102 萬 844 人、領取率近 6 成 8，使用金額逾 4.7 億元、領取使用率約 3 成 9。

另自 113 年起開啟全民文化 ESG 挹注文化成年禮金行動，特別設計「嘉惠學弟妹」、「回饋故里情」等 2 種支持方案，透過再進化的文化幣官網，企業或個人可以藉由系統精算出學校、系所、鄉鎮市區符合文化幣青年人數，直接進行線上支持，增加母校在學學弟妹、家鄉或企業/廠區周邊設籍青年的文化幣點數，從消費端鼓勵青年藝文參與，並讓藝文消費直接挹注藝文產業，具體實踐文化 ESG 精神，一起將文化的美好與感動傳遞給臺灣下一代。

二、溫暖堅韌・振興振心，推動藝文振興措施

(一) 庄頭劇場，平權巡演

本部與縣市政府、原住民族委員會攜手合作推動「文化平權巡演－庄頭劇場・藝日限定」大型表演藝術展演活動，112年8月至12月已辦理10場，集結68個表演團隊、65組街頭藝人、文創市集377個商家，累積超過11萬人次參與。另加上支持37個表演團隊至偏鄉巡演計畫，總計超過12萬9,000人次參與。

113年4月起於10縣市規劃10場，預計邀集臺灣品牌團隊、Taiwan Top團隊及縣市傑出團隊等參與匯演，讓民眾在庄頭就能看到國家級場館的劇場級演出，落實文化平權及培養藝文欣賞人口。

（二）創新書市，享讀福爾摩沙

獎勵全國各縣市實體書店串聯辦理「創新書市活動・享讀福爾摩沙」，核定獎勵39案，自112年7月至113年5月，於全國22縣市辦理150場次之書市活動與延伸之閱讀及藝文推廣活動，至113年2月底已辦理90場書市，共計近37萬人次參與。另結合成年禮金，提供獨立書店購書點

數放大優惠，逾 400 家書店加入，有效協助實體書店營運提升。

（三）校外文化體驗，實現文化近用

透過「走出校園—校外文化體驗」計畫，由全國文化館所共同創造一日文化體驗內容，帶領國小、國中、高中的學生走進演藝廳、美術館、博物館、歷史現場等。112 年 9 月起與 21 個縣市政府合作，串聯 170 個中央和地方藝文場域，安排 113 條主題路線，截至 113 年 2 月底已發出超過 1,300 臺遊覽車，達 4.5 萬人參與，其中，偏遠地區學校學生逾 1.3 萬人。

三、鼓勵傳承臺灣國家語言多樣性

行政院於 111 年 7 月 15 日核定本部、教育部、原住民族委員會、客家委員會等 4 部會，共同研提「國家語言整體發展方案(111-115 年)」，5 年預計投入 321 億元經費，支持各面臨傳承危機國家語言之復振與發展，確保國民享有平等使用母語權利，並營造母語友善環境。

（一）推動台語主流化

推動各縣市政府辦理「台語說故事爸媽」活動共 1,512 場；委託 16 個館所推動營隊、推廣活動及營造友善環境，辦理 173 場次營隊、322 場推廣活動、32 案友善環境及補助創作者。另鼓勵表演團隊製作及演出適合兒少觀賞之台語節目，112 年補助 56 個表演團隊、238 場次台語節目，累積約 67,000 參與人次。

為營造兒少友善台語學習環境，自 113 年積極促成公視台語台、東森幼幼臺及 momo 親子臺針對推進兒少節目台語主流化內容之開發、產製、人才培訓等面向合作，包括：與東森幼幼臺、momo 親子臺合作將大家耳熟能詳，具有經典角色形象的卡通節目賦予台語配音，如《我們這一家》、《元氣媽媽》等，陸續亦規劃國內動畫和卡通加入配音，讓孩子在看卡通時有更多元的語言選擇，結合政府與產業力量，公私協力打造多元、自然、輕鬆的台語欣賞管道。

支持公視台語台製播綜藝、益智、實境、旅遊、

戲劇等多元類型台語節目，並孵育台語劇本，積極與民間影視相關業者合作，推動合資合製，如年度旗艦戲劇《鹽水大飯店》於 113 年 3 月 3 日首播，讓台語戲劇成為臺灣影視新一波臺流文化。

本部將賡續推動表演藝術台語主流化，提高台語節目使用之台語比例，並首次辦理「網路社群影音內容台語主流化」徵件，鼓勵各界投入製作網路社群媒體台語影音節目，達到台語主流化的目標。

(二) 馬祖語與臺灣手語復振

因應馬祖語與臺灣手語保存需求及獨特性，本部已委託專業團隊建置馬祖語及臺灣手語語料庫，積極保存馬祖語及臺灣手語之語料資料，以供未來學習及研究應用，並於 112 年補助連江縣政府辦理「傾聽島嶼的聲音-閩東語推廣計畫」，結合「第二屆馬祖國際藝術島」辦理《長壽島的好味道》繪本出版、「島嶼風景群島記憶」展覽及閩東語共識工作坊等各項閩東語推廣活動。113 年度也將持續支持馬祖語及臺灣手語相關推廣活動及復振工作，尊重並讓各種國家語言都受到重視。

四、向世界遞出臺灣文化名片

本部以臺流文化內容為核心，以臺流成功方程式為基礎，全面照顧文化藝術六大面向，113 年投入 30 億元預算，建構臺流文化政策。

辦理「國際臺劇徵案」，鼓勵製作具國際市場性並且開發高難度旗艦劇集；「國際流行音樂節目徵案」，鼓勵產業打造國際規格流行音樂節目，培植具躍升國際市場能量音樂人或潛力新人；「強化影視規格國際製作力案」帶領導演、監製、演員等主創人員前進坎城參與影片發布會；首辦海外工作坊，帶領國內優秀人才出海至美國、韓國知名影視公司研習，強化國片製作技術與專業度。

推動兒少內容產製計畫，支持公視成立兒少專屬頻道，並辦理包括 9 大類兒少節目公開徵件、啟動兒少節目孵育計畫等，製播適合各年齡層觀看的影視內容，以保有本國文化主體性及文化認同。

辦理「拓展臺流文本外譯 Books from Taiwan (BFT) 2.0 計畫」，入選書籍大幅提升為 220 本，並製作試譯本、書介等，再由專業版權人於各大國

際書展推廣，擴大臺灣文學外譯推廣能量。推動「臺灣中長篇漫畫產製徵案」，由故事開發到製作各產業鏈結，帶動漫畫人才、技術及製作規模升級、提升臺灣漫畫能見度及影響力。

辦理「中壯世代藝術家國際展覽補助」，支持國內專業藝文組織、策展人及參與展出之藝術家，推介臺灣中壯世代藝術家之藝術創作至國內外專業展覽空間展出或國內外藝術節參展。推出「國際藝術展會補助」，鼓勵視覺藝術產業辦理或參加具交易模式之國際視覺藝術展會，推介臺灣藝術家及其作品進入國際藝術市場。

推動「XR 沉浸式影像創作補助徵案」，鼓勵業者將臺灣文化元素、文化景觀、流行文化、專業文化場館、歷史文化、經典藝術，搭配 XR 科技體驗呈現，希望讓臺灣精彩、多元的文化，站在科技的翅膀上，飛向國際。

公布「影視製作運用虛擬攝影棚徵案」，鼓勵影視業者突破既有攝製方式，導入虛擬攝影棚應用技術，展現我國影視內容創作能量及獨特性，整合提

升產業國際競爭力。

貳、完備文化法規體系，強化文化治理基礎

一、文化創意產業發展法修法及後續作為

(一) 黃牛防治規範

「文化創意產業發展法」於 112 年 5 月 31 日公布施行，增加藝文表演票券黃牛防制相關規範，已產生一定成效，包括加價轉售額度下降，及檢舉案件量下降等。本部將持續協助地方政府累積處理案件經驗、形成行政判準依據，加速黃牛檢舉案件調查效率，及透過多種管道通路向民眾宣導，持續呼籲民眾拒買黃牛票。此外，本部亦將持續推動實名制相關補助措施，鼓勵流行音樂展演活動主辦單位及售票平台實施實名制，以有效遏止黃牛。

(二) 文創產業投資抵減

為鼓勵民間資金挹注以影視音內容為核心發展之國家戰略重點文化創意產業，「文化創意產業發展法」於 112 年 5 月 31 日公布施行，新增第 27 條之 1、第 27 條之 2 有關公司或有限合夥事業投資抵減，個人投資金額自所得額減除之租稅優惠。

另於 112 年 12 月 1 日發布相關子法，公告包括影視內容產業、聲音內容產業之開發、產製、流通皆納入適用範圍，自同日起開放線上申請；112 年 12 月至 113 年 1 月間召開共 6 場次產業說明會，產業界反應熱烈。

二、公共電視法修法及後續作為

「公共電視法」修正條文業於 112 年 5 月 26 日經大院三讀通過，6 月 21 日總統令公布施行，解開公視長達 23 年停滯的 9 億元捐贈預算上限。為落實修法目的，本部 113 年編列公視捐贈經費 23 億元，較過去上限 9 億元成長 2.5 倍，其中增加 6 億元部分，將用於提升臺灣原生兒少內容產製。本部期盼透過修法及預算編列，落實各界對於公視經費穩定性及營運獨立性的期待，促使公視以豐富影視製作經驗，成為引領臺流文化之重要角色。

三、文化資產保存法修法及後續作為

「文化資產保存法」第 41、99 條修正條文，業於 112 年 11 月 29 日公布施行，增訂歷史建築、紀念建築所定著土地得為容積移轉，並修正免徵歷史

建築、紀念建築及所定著土地之房屋稅與地價稅，保障歷史建築坐落土地所有人之財產權益。本部將持續檢討，研議促進公私協力保存維護古蹟歷史建築、深化保護考古遺址禁止惡意破壞、建置文化資資從業人員培育與管理制度等，適時召開會議諮詢研商，廣納各界意見納入修法參考。

參、充實文化建設，推動文資保存

一、籌建國家級場館

(一) 國家漫畫博物館

112年4月1日擇定臺中刑務所為國家漫畫博物館籌設基地，112年12月23日起開展試營運對外開放參觀，推出8檔漫畫主題特展及3大空間亮點展演；規劃北側基地，新建國漫館主場館，打造一個匯集漫畫創作、體驗、交流、市集、演出，以及滿足專業典藏、研究、展示之國家級博物館基地。113年度將持續藉由主題策展，讓民眾體驗漫畫被孵育的過程，並辦理北側園區歷史建築修復及再利用規劃設計、新建場館建築建置計畫等。

(二) 國立歷史博物館

國立歷史博物館辦理文資建築整體規劃及整修，重新調整動線及空間配置，提升展示空間品質效能，提供完善參觀環境，並拆除庭院圍籬，延伸串連都市開放空間，營造具現代感及友善開放之博物館氛圍。整體工程已於 113 年 1 月竣工，並於 2 月 7 日落成揭牌，2 月 21 日開放民眾進場參觀。

（三）國家兒童未來館

112 年 11 月完成建築師評選，由張瑪龍陳玉霖聯合建築師事務所結合日本伊東豐雄建築設計事務所獲選；為加強與社會大眾溝通，於 112 年 12 月假板橋車站地下街公開展覽。113 年將進行建築基本設計，預計 114 年完成建築設計；配合建築設計期程，展開各項調查及專業諮詢，俾將相關建議納入後續規劃設計參考。

（四）臺北機廠活化轉型國家鐵道博物館園區

臺北機廠於 113 年進入大規模文資建築修繕重點籌備階段，12 月將首先開放園區北側區域，包含總辦公室、大禮堂、柴電工場等建物；另以 116 年開啟博物館為重要指標項目，包括博物館主展

館、鐵道餐車、鐵道文創等相關設施及服務。

(五) 國立臺灣歷史博物館二期計畫

為強化「世界中臺灣」的核心宗旨，規劃打造文化科技展演臺灣史的實驗場，並擴大國際展覽空間，以當代數位科技導入展示，傳達當代民主價值，讓世界認識臺灣。113 年將辦理擴建空間規劃方案，並應用新興展示科技，結合周邊區域資源持續推廣，為未來營運奠定基石。

(六) 國家電影及視聽文化中心二期工程

為完善影視聽中心硬體設施，期「藏用合一」，建置國家影視文化保存及推廣示範基地，本部於影視聽中心現址旁，擴增進行二期工程。本部已與新北市政府簽訂土地撥用行政契約，並完成及發布都市計畫變更，113 年將完成土地無償撥用、地質調查及測量、統包工程基本設計必要圖說、統包工程備標等事項。

二、推動歷史與文化資產維護（第五期）計畫

目前全國古蹟、歷史建築等有形文資累積達 2,904 處，考古遺址有 55 處，國寶、重要古物及一

般古物有 2,491 案。為提升文化資產修復量能，本部研提「歷史與文化資產維護發展(第五期)計畫」於 112 年 7 月獲行政院核定 6 年（113-118 年）共 159.44 億元預算，截至 113 年 3 月 20 日核定 379 案，補助 52 億 6,360 萬元。

除了古蹟、歷史建築等的修復，本部亦持續辦理與輔導推動地方政府普查、修復及管理維護與經營維運工作，並加強場域整備及活化;建置古物「預防性保存」守護體系、推動考古遺址場域整備及活用；建置水下文化資產價值深化研究平臺，進行水下文化資產跨域整合及水下文化資產傳承培力工作；推動國定文化資產 3D 數位保存及設置專屬保存環境監測設備作業等。

三、保存與傳承無形文化資產

為促進無形文化資產保存與發展，透過普查、調查研究、傳習、保存紀錄與教育推廣，深化保存維護力度。截至目前為止，本部登錄無形文化資產計 73 項 105 案；直轄市及縣市登錄 509 項 796 案。

推動重要傳統表演藝術、重要傳統工藝、重要

口述傳統採「師徒制」傳習計畫，112 年度辦理共計 30 項 37 案。截止目前為止，累計傳習藝生 186 人，結業藝生 106 人（表藝 79 位、工藝 21 位、口述傳統 6 位）。另於 112 年 11 月 24 日辦理「文化資產保存技術保存者」授證典禮，共有重要文化資產土水修造技術保存者李清海及蘇清良、重要文化資產剪黏泥塑技術保存者徐明河 3 位獲得授證。

為彰顯國家對傳統匠師之重視，提升其社會地位，推動傳統匠師人才培育計畫。112 年「文資傳匠工坊」培育 37 位學員，累計至今總計培育 462 位學員；辦理 2 梯次傳匠資格審查，審查通過 32 人次，迄今 939 人次；完成 2 梯次 18 人次技職校院種子師資，累計至今總共 12 梯次 144 人次。

四、傳統戲曲保存及主流化

籌劃製作《1624》歌仔音樂劇，於 113 年 2 月 24 日、25 日在大臺南會展中心前空地盛大開演，吸引超過 7 萬人次現場觀賞。《1624》集結了臺灣戲曲界國家級團隊，從海洋史觀出發，由西拉雅人、漢人、荷蘭人、日本人共構多聲部的歷史視角，再

現 17 世紀風雲際會的臺海史詩，期盼讓全臺灣人重新認識臺灣，認知臺灣早於 17 世紀就已成為「世界史」的場所。

國立傳統藝術中心推動傳統藝術「開枝散葉計畫」及「傳藝接班人計畫」，藉由媒合人才隨團磨練技藝、協助青年演員成為正式團員、提升外台戲品質、輔導劇團演出經典與新作、實驗創新作品及到民間宮廟演出、提供傳習計畫展演場域等，強化傳統表演藝術及傳統工藝保存傳承生態體系。截至 112 年累計觸及 110 個民間團隊，培育 227 名從業人員、5,738 場演出場次、觀眾數達 98 萬人次，以達傳統藝術永續經營。

為推動傳統戲曲主流化，112 年首度辦理「歌仔上青—全國歌仔戲比賽」，帶動年輕世代族群參與，含括青苗、一般與專業組近 3,000 人次報名參賽，吸引近 15 萬人次於線上平台觀看。113 年規劃透過輔導金方式鼓勵青年藝術家投入歌仔戲新編創作、提升外台展演節目品質、輔導團隊以臺灣在地故事創編大型旗艦歌仔戲、創編兒童戲曲及展

演。高雄綜合大樓及中山堂將作為歌仔戲培育基地，上半年將辦理歌仔戲特展、開幕季演出及教育推廣活動。

五、支持博物館轉譯應用及臺灣內容再開發

推動博物館應用典藏內涵與研究成果，辦理深化臺灣原生文化主題，與世界對話的交流展覽或交換研究，呈現國際文化議題的臺灣經驗或觀點，並強化博物館影響力，增進國內外觀眾對臺灣的理解。如國立臺灣歷史博物館與日本國立歷史民俗博物館、荷蘭國家檔案館等 6 所國外館所合作，於 113 年 2 月 1 日推出「跨·1624：世界島臺灣」國際展，藉由來自國內外的文獻、文物，展現臺灣的海洋國家思維與視野的軌跡，體認臺灣歷經殖民與政權更迭，終於走向民主自由多元之價值。

六、堅壯社區營造組織及辦理地方創生

透過「建立社造公共治理支持體系」、「青年賦權世代協力共榮發展」、「看見多元，尊重差異，促進平等參與」及「社會設計、公民科技、跨界連結」四大策略，促發青銀創新及全民參與社區營造。112

年度透過「補助直轄市及縣(市)政府推動社區營造及村落文化發展計畫」等，輔導縣市完成 641 處社造點核定作業；核定公所執行審議社造計畫計 43 案；通過「行政院地方創生會報」工作會議，對接本部計畫之跨年度事業提案計 89 件(地方政府 35 案及民間團隊 54 案)，挹注經費達 3 億 3,704 萬 3,000 元。

肆、推波文化產業造浪，守護藝術文化主流化

一、發展影視音臺流

(一)投資影視音產業金額再創歷年新高

文策院持續優化資金生態系，以投資產業別多元化、策略性投資及兼重新創事業與商業模式創新之事業等方式執行國發基金，112 年通過投資「電影」、「廣播電視」及「流行音樂及文化內容」等影視音產業共計 50 案，投資金額達 9.51 億元，帶動民間投資及周邊效益 22.67 億元，金額再創歷史新高；文策院亦著重「數位內容」、「文化資產應用及展演設施」及「音樂及表演藝術」等產業發展，共計投資 10 案，投資金額達 1.71

億元，帶動民間投資及周邊效益 1.82 億元。

(二)推動投補機制

1. 112 年補助戲劇、節目、兒童節目及紀錄片共 40 件，補助總金額逾 3 億 6,717 萬元，帶動業者相對投入 11 億 3,803 萬 4,842 元，期能鼓勵業者開發在地故事與多元劇種，並媒合國際合資合製。
2. 112 年文策院經投資審議會通過案件共 14 件，國發基金核准投資金額 2.46 億元，帶動民間投資及周邊效益 6.52 億元，合計達 8.98 億元。
3. 112 年起與文策院建立「投補合作」機制，將有意願申請投資之補助企畫書，同步轉介文策院進行投資輔導、審查及媒合，加速補助及投資審查流程；在補助機制上，鼓勵申請案強化國際行銷規劃，並採「製播分離」之履約機制，獲補助者可依平臺洽談、國際參展、資金籌募等需求彈性規劃公開發表期程，不受履約期程限制。
4. 電影亮點案例如「伯樂影業股份有限公司」投

資電影「關於我和鬼變成家人的那件事」，以 3.63 億元票房成為年度臺灣華語電影票房冠軍，並榮獲紐約亞洲影展、芝加哥亞洲躍動影展、納沙泰爾國際奇幻影展等 3 座觀眾票選獎。

5. 電視劇集亮點案例如「大慕可可股份有限公司」投資「人選之人-造浪者」，登上 Netflix 臺灣排行榜冠軍。此外，在金鐘獎獲得 14 項提名，最終榮獲「迷你劇集獎」、「迷你劇集（電視電影）導演獎」、「戲劇類節目視覺特效獎」、「戲劇原創歌曲獎」共 4 項獎項。

（三）金曲獎暨金曲國際音樂節

第 34 屆金曲獎頒獎典禮於台北小巨蛋舉行，電視轉播總收視人口達 338 萬 9,000 人，新媒體全球觀看總人數超過 1,708 萬人次，創下社群平台觀看歷年新高。113 年適逢金曲獎 35 週年，將持續興革金曲獎，提高典禮製作規格及強化國際宣傳，推升金曲獎及臺灣流行音樂影響力。

2023 金曲國際音樂節於 112 年 6 月 27 日至 30 日辦理，係疫後首次重啟實體商務活動，計有

國內外 452 家業者參展及洽商媒合；2024 金曲國際音樂節將在 113 年 6 月 25 日至 29 日辦理，除音樂論壇、快速媒合會、Showcase 售票演唱會，亦將選薦具國際市場潛力音樂人參演海外音樂節。

二、振興出版產業

2024 年台北國際書展業於 113 年 2 月 20 至 2 月 25 日辦竣。主題國為荷蘭，書展主題為「閱讀造浪」，共有來自 34 國、509 家出版社參加。今年書展在文化幣及門票全額抵用金的加持下，6 天展期總計 55 萬人次參觀，較去年成長 9%。文策院亦邀請 18 國 30 位買家、共計 266 位國際版權人士來臺進行 1,910 場版權桌次會議。

本部於書展期間推出 16-22 歲青年持文化幣免費入場、文化幣在書展期間使用 2 點送 1 點及門票全額抵用金政策，文化幣總使用金額逾 1,400 萬元、門票全額抵用金發出逾 6 萬張，帶動現場業績成長。

三、強化文化科技應用

(一) 辦理「TTXC 臺灣文化科技大會」

為使文化科技走入生活，鏈結文化科技產業與

民眾交流共感，本部於 112 年 10 月與高雄市政府、數位發展部共同辦理 2023TTXC，為全臺首次最大規模文化科技展會，以先進文化科技為主軸，聚焦 XR/AI 科技、影視、音樂、產業等領域，推出 XR 無限幻境影展、虛擬攝影棚、AI 智慧運算、全臺首座 MR 沉浸式劇院；舉辦 14 場國際論壇，促成美日韓臺等 7 國近 1,800 位文化科技工作者群聚交流；串聯第 23 屆高雄電影節及 Takao Rock 打狗祭等活動品牌，活動吸引近 200 萬參與人次，累計帶動業者相關投資達 3.5 億元及產業衍生商機達 8 億元。113 年將持續舉辦第 2 屆文化科技展會，型塑國家級展會新品牌。

（二）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。

(三) 辦理「科技藝術創作發展補助計畫」

為鼓勵科技藝術創作，發展具實驗性及文化內涵之原創作品，112 年度補助 7 件創作計畫，分別受邀赴西班牙馬德里數位藝術雙年展、土耳其伊斯坦堡調解雙年展展出，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等地展演，廣獲好評；推動媒合藝術家及科研單位發展科藝創新實驗計畫，112 年至 113 年與財團法人工業技術研究院、達明機器人合作，遴選 6 位藝術家進駐 4 間專業實驗室，與科研人員合作創作實驗計畫，預計於 113 年下半年發表實驗成果。

(四) 推動應用視覺特效獎補助機制

鼓勵業者導入數位擬真技術，以文化創意結合新興科技，達成創新產製內容、淬煉專業人才、營造數位環境，並推升影視產業國際競爭力。如《關於我和鬼變成家人的那件事》、《女鬼橋 2：怨鬼樓》表現亮眼，製作品質口碑良好。113 年將同時推動虛擬攝影棚補助機制，鼓勵運用虛擬攝影棚並培育相關專業人才與技術。

四、健全藝術發展環境

(一) 扶植表演及視覺藝術產業

為健全表演藝術及視覺藝術生態均衡發展，鼓勵民間藝文團體培育優秀人才，藉由補助機制與政策引導維持團隊動能的有效前進，持續協助表演藝術產業永續發展。另透過「文化部視覺藝術類補助作業要點」，鼓勵國內視覺藝術多元發展，並擴大支持文化平權議題；112 年補助成果包含臺南市美術館辦理「『時間眾像』展覽之高齡議題研究計畫」、城市透鏡文化有限公司辦理「2023 汲地—地方藝術創作者培力計畫」等 69 案。

(二) 扶持藝術村營運

推動「藝術村營運扶植計畫」，辦理國內外藝術人才駐村交流、創作、展覽，協助提升、改善空間環境與設備。112 年補助 9 案，補助成果包含支持台北 | 寶藏巖國際藝術村、蕭壠國際藝術村等辦理藝術進駐公開徵件，邀請韓國、日本、法國、捷克藝術人才來臺駐村交流創作；協助橋仔頭糖廠藝術村、Makotaay 生態藝術村等完備藝術村空間。113

年將持續扶植國內藝術村朝多元及專業營運發展。

(三) 促進青年藝術發展

辦理「扶植青年藝術發展補助計畫」，扶植具潛力之 18 至 40 歲青年發展藝術創作。112 年度表演及視覺藝術類共核定補助總計 90 案，補助成果如魚池戲劇團「2023-魚池戲劇節-慢慢 Chill For Life」、張可揚「《Island》跨國虛擬空間舞蹈創作計畫」及台灣藝文空間連線 TASA 協會「以藝術進駐做為扶植青年藝術發展—與 TASA 進駐追夢計畫」等。

(四) 重建臺灣藝術史

重建臺灣藝術史計畫自 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。113 年將持續進行檔案文獻、作品、影音資料、手稿與文

物的研究、典藏與推廣。

(五) 檢討公共藝術制度

臺灣公共藝術政策推動 30 餘年，歷經 6 次修法，為釐清各界對當前制度執行疑慮及建議，自 112 年 9 月 22 日起密集召開 13 場諮詢會議及 2 場公開交流會，已於 113 年 3 月 14 日預告「公共藝術設置辦法修正草案」，徵求各界意見。

伍、拓展文化交流，打造文化品牌

一、深耕獨立可信之臺灣內容，即時對外輸出臺灣觀點

本部委託公視持續營運 TaiwanPlus 網站、APP、社群媒體（YouTube、Twitter、Instagram、Facebook），截至 113 年 2 月止，全平台影音觀看數達 1 億 1,551 萬 4,172 次。為即時就涉我重要國際議題傳達臺灣觀點，已增加強化新聞的即時性、增加新聞播出時段，目前新聞內容佔比為 50%。

另為打造國際規格之臺灣紀實內容，將強化國際合資合製、對外展現多元臺灣故事。為拓展海外收視，已於 112 年 8 月 1 日完成頻道海外落地，北美地區重要城市如華盛頓特區、紐約、洛杉磯等 3

星級以上旅館皆可同步收視；另與新加坡影音平台 Eazie TV 合作完成頻道上架。

二、建立國際文創及時尚平台

(一) 文創博覽會

為展現臺灣多元的文化創意產業面向，以文化價值創造經濟效益，促進我國文創品牌發展，本部將賡續策辦 2024 臺灣文博會，持續打造國家級文創產業展售及交流的平台，並以國際買家洽商、消費市場並重方式辦理，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；因 113 年適逢臺灣自西元 1624 年登上世界舞台，故規劃 2024 臺灣文博會移展至臺南舉辦，以期呈現臺灣多元豐富的在地風土及文創產業面貌。

(二) 臺北時裝週

臺北時裝週自 107 年起，迄今已辦理 9 屆時裝週活動，在國際間已具有一定聲量。本部將加強挹注資源，著重社會溝通與國際宣傳，與臺灣品牌合作，共同組成臺灣時尚國家隊，促進臺灣時尚產業國際能見度。113 年 4 月秋冬季 AW24 預計於 4 月

在松山文創園區舉行，搭配 2024 巴黎奧運，以臺灣時尚啟動「文化奧運」為主題，將循例舉辦開幕秀、品牌秀、服飾品國際買主採購洽談會等，以持續展現向國內外展現臺灣時尚設計能量。

三、支持國際共製計畫

駐美國代表處臺灣書院 112 年支持導演蔡明亮與美國史密松寧學會國立亞洲藝術博物館(National Museum of Asian Art)合作，赴美國華府拍攝蔡導演《行者》系列第 10 部影片《無所住》，該部作品入選 2025 年第 74 屆柏林影展「特別放映(Berlinale Special)」單元。另，駐馬來西亞代表處文化組首次與馬國製片公司 Warna Productions PLT 合作，推出臺馬共製劇場《同棲時光》於吉隆坡表演藝術中心演出 5 場。

四、打造文化內容國家搶攻國際市場

(一) 集結國內影視及 IP 資源參與國際展會

112 年共計參與 8 個國際重要影視市場展會，累計 714 部次影視參展作品，亮眼成績如下：

1. 《想見你》售出 14 國版權、《女鬼橋 2: 怨鬼樓》

售出 41 國/區域版權；《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 4 個鬼》、《請問，還有哪裡需要加強》、《黑的教育》，均售出 Netflix 全球版權，其中，《關於我和鬼變成家人的那件事》上架 36 小時即攻佔臺灣、香港、新加坡和越南 Netflix 電影排行榜冠軍；《疫起》則空降臺灣電影周榜亞軍。

2. 112 年入選國際影展之國片計 80 部次，並輔導 36 部次影片參與國際影展，獲得 18 項國際獎項如：《本日公休》獲大阪亞洲電影節「觀眾票選獎」、「藥師珍珠獎」及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」，《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》獲日本山形紀錄片影展「日本電影導演協會獎」。

(二) 鼓勵國內影視業者自行組團參展

鼓勵業者自行組團參加越南、日本東京及韓國首爾等電視內容展會，攜帶 621 部次作品赴海外參展，亮眼成績如下：

1. 電視內容海外成果，如《模仿犯》2023 年於 Netflix 全球獨家上映，播出首週全球累計觀看時長達 1,774 萬小時，5 天即擠升 Netflix 全球排行第 10 名，並榮登 Netflix 非英語影集排行第 2 名。
2. 《台灣犯罪故事第一季》獲 2023 年新加坡亞洲內容大獎「最佳男主角銅獎」、2023 年釜山亞洲內容暨全球 OTT 大獎「最佳男配角獎」。
3. 《我願意》獲 2023 年新加坡亞洲內容大獎「最佳女主角銀獎」、「最佳男配角銅獎」、「最佳女配角銀獎」。
4. 紀錄片《草原上我們開始跳舞》(原名：草原，120 天)入選 2023 東京「映畫賞」榮譽提及單元。

(三) 選薦音樂人赴海外音樂節參演

112 年選薦 6 組參演藝人包含 LUCY、椅子樂團、deca joins、SINNER MOON、9m88、大象體操，參演 2023 美國南方音樂節(SXSW)，受到國內外媒體熱烈報導；113 年續選薦 Mong Tong 夢東、滅火器、持修、Gummy B、Majin、大象體操等 6 組音樂人，參演 2024 年音樂節，於美國時間 3 月 12 日假美國奧斯汀 Palm Door 演出。

(四) 2023 法國巴黎時尚家居設計展

呼應大會主題「Enjoy」(享受)，以「進化生活」(Evolving Life) 為題，傳達臺灣工藝多元發展使生活持續進化的樂觀精神，超過 60 組件展品參展，表現臺灣新工藝的前衛與未來性，藉以與全球市場接軌，產生對話交流，提升臺灣工藝的知名度，拓展臺灣工藝國際市場，展覽吸引來自不同國家之 450 位買家詢價及媒體報導，約 6 萬人次參觀。

五、以國際大型展會模式站上國際舞台

本部配合奧運國際賽事，策辦臺灣藝文節目參與相關之文化奧運(Cultural Olympia)，預計於 113 年

7 至 8 月奧運期間於巴黎執行系列主題節目；經承租巴黎文化奧運指定官方場域－巴黎拉維特園區(La Villette)，作為期間呈現臺灣展演內容之國際平台，籌組專業策展小組與建立策展諮詢顧問，俾通盤掌握文化奧運發展情勢，創造參與最大成效。另，配合經濟部辦理「2025 大阪世界博覽會」臺灣館演出，於日本主要城市辦理臺灣主題藝文活動，串聯世博臺灣館展演節目整體行銷臺灣文化軟實力。

陸、結語

在大院支持下，112 年本部達成「文化創意產業發展法」、「公共電視法」及「文化資產保存法」之修法作業，成功發放「成年禮金」，豐富年輕人藝文體驗的機會，促成「庄頭劇場巡演」、「創新書市」、「校外文化體驗」等藝文振興措施，除了帶動藝文產業發展，亦落實文化近用及文化平權。

本部也將就提升影視音產業、出版產業及藝術發展環境的政策持續規劃及推動，以呼應各界對於藝文產業的期許，並藉由文化傳播及國際賽事或展會中，將臺灣文化帶向全世界，讓臺灣與更多國家有

所連結。

懇請各位委員持續鼎力支持，並在各項文化施政及預算執行上，不吝給予本部鞭策及指教。謝謝！