

文化部新聞稿 115/08/06

打造國家文化內容力 文化部盼持續健全文化內容產業生態系永續發展

文化部今（6）日於行政院會報告「打造國家文化內容力」，說明近年文化部、文策院、公視等，攜手國內外影視產業「壯大臺灣內容」，共同朝向以文化軟實力驅動經濟帶動內容產業發展、建立臺灣主體敘事力與國際市場溝通、面對全球文化內容經濟轉型期搶攻關鍵，以及最終達成以民主自由培育的文化內容，成為臺灣文化識別目標的具體作為及成果。

文化部表示，文化部持續以多元類型輔導金與補助計畫，支持故事開發與電影、劇集、動畫、兒少節目等產製、行銷，建立原生文化內容接軌國際的重要基礎，近 5 年，累積支持共 607 部影視作品產製。2023 年《文化創意產業發展法》修法，將以臺灣內容為核心發展的影視產業納入「國家戰略產業」，提供租稅優惠及投資抵減，為引進產業跨域投注資金，注入實質的助力，至今核准 51 案，投資計畫規模逾 40 億元、抵減金額近 24 億元。

文化部亦參考國際趨勢於 2019 年成立以行政法人為組織的「文化內容策進院」，為產業引進資金活水、進行產業調研及輔導、拓展國際通路及市場等。截至 2026 年第 1 季，文策院執行「國發基金加強投資文創產業」方案核准 86.33 億元，引動民間投資高達 184.04 億元，共計催生超過 900 個 IP 作品，並帶動逾 1.3 萬個就業機會。近年，投資模式也強化股權及創投基金投資，促成國發基金與電信業、金融業、國際內容製作公司結盟，拓展產製、平台播映及邁向國際市場的重要渠道。

在補助及投資等政策之外，另由公共電視擔負臺劇產製人才基地的任務。透過公視主頻、兒少台「小公視」、台語台、客家電視台等，近 5 年合計播出 10 萬小時多元類型節目，其中 4.5 萬小時為新製；更攜手臺灣影視團隊產製超過 75 部戲劇節目，獲得逾千項國內外入圍或獲獎榮譽。同時，作為培育新人導演、編劇、演員等的 3 大劇展及戲劇孵育，為臺灣培養超過 60 位影視新秀；2024 年開台的小公視，更致力開發與孵育臺灣原生兒少節目，為孩子說臺灣自己故事。

在補助與投資雙軌運行、公視作為人才培育及戲劇節目多元創新的努力，以及健全的政策支持生態環境，亦讓臺灣成為國際合資合製的重要選擇，近 5 年共計 123 部國際合作作品，2025 年較 2021 年成長 2 倍。國片票房部分，在全球觀影習慣改變的此刻，於 2025 年至 2026 年初創下 5 部破億的紀錄，截至 7 月，國片總票房達 11.92 億元、觀影人數 440 萬人次，已超越去年全年度的國片總票房及觀影人次。

臺劇及國片逐漸累積質量，成為國人及國際市場的重要觀影選擇，以及國際影展入圍或獲獎的常勝軍，例如劇集《我們與惡的距離 II》，創下臺劇首度登上 Amazon Prime Video 平台紀錄，超過 240 個國家或地區同步上架；《如果我不曾見過太陽》，登上 Netflix 年度華語劇收視總排行第 4 名，並獲得全球 OTT 大獎最佳男主角；《聽海湧》入圍法國 Series Mania 劇集展

國際全景競賽單元；電影《左撇子女孩》入選第 98 屆奧斯卡最佳國際影片 15 強；《96 分鐘》登上 Netflix 計 8 個國家地區排行榜第 1 名、單日最高全球第 2 名等成績。

文化部表示，在列舉影視產業近年亮眼的成果時，無法忽略的是「公共電視」在其中扮演的關鍵角色。文化部指出，相較於國際公共媒體，如英國 BBC 一年營運規模有相當於新臺幣約 2000 億元經費、日本 NHK 約 1400 億，維持 26 年法定預算僅有 9 億元的臺灣公視，一直以來，從扎根臺灣影視基礎工程，提供新導演、編劇與創作團隊進入產業第一個機會的學生劇展、人生劇展、新創電影、戲劇孵育等；到屢屢突破議題及製作品質天花板，並創造與 3 大電信合資合製等創新商業模式，推動臺劇出海可能性的眾多戲劇；以至於致力開發與孵育臺灣原生兒少節目，為孩子說臺灣自己故事的小公視；保障台語、客語等多元族群近用的台語台、客家電視台等，公視始終堅定守護公共媒體最重要的公共使命。

文化部表示，「國家文化內容需要持續投入資源，不能中斷，更不是一蹴可及」。文化部未來將持續充實臺灣影視產業及公廣集團各項資源，健全文化內容產業生態系永續發展。

新聞聯絡人：文化部媒體公關組 劉杏怡 02-8512-6070、0919-131022